

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Etika v podnikání

Ethics in Business

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

STUDIJNÍ OBOR

Řízení a ekonomika průmyslového podniku

VEDOUCÍ PRÁCE

Ing. Libor Cupal

SASLÍKOVÁ

ANNA

2018

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: Saslíková Jméno: Anna Osobní číslo: 460729
Fakulta/ústav: Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Zadávající katedra/ústav: Oddělení manažerských studií
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Řízení a ekonomika průmyslového podniku

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Etika v podnikání

Název bakalářské práce anglicky:

Ethics in Business

Pokyny pro vypracování:

CÍL: Cílem BP je představit principy etického chování v rámci podnikání společně s analýzou a současným stavu ve zkoumané firmě.
PŘÍNOS: Přínosem práce je analýza stávajícího přístupu ve zkoumané firmě, včetně návrhu etického kodexu a dalších možných zlepšení
OSNOVA: 1. Úvod; 2. Teoretická část - Vymezení pojmů, Stručný vývoj podnikatelské etiky, Metody a nástroje, etický kodex, Porušování norem etiky, Společenská odpovědnost firem; 3. Praktická část - Představení firmy, Analýza současného přístupu firmy k etice, Vyhodnocení a návrh etického kodexu a případně dalších zlepšení; 4. Závěr

Seznam doporučené literatury:

Pavlík, M., Bělčík, M. a Kol. Společenská odpovědnost organizace, Praha: Grada Publishing, 2010. Putnová, A., Seknčíka, P. Etické řízení ve firmě, Praha: Grada Publishing, 2007. Šroněk, I. Etiketa a etika v podnikání, Praha: Management Press, 1995. Anzenbacher A. Úvod do etiky Praha: Academia, 2001.

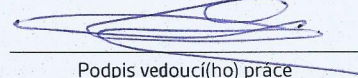
Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

Ing. Libor Cupal, MÚVS ČVUT v Praze, oddělení manažerských studií

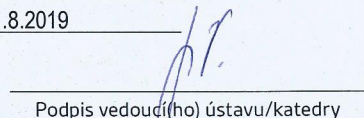
Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: 5.12.2017 Termín odevzdání bakalářské práce: 5.5.2018

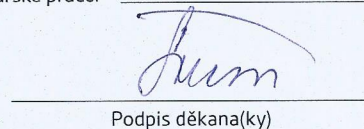
Platnost zadání bakalářské práce: 31.8.2019



Podpis vedoucí(ho) práce



Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

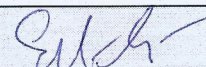


Podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

19-04-2018

Datum převzetí zadání



Podpis studenta(ky)

SASLÍKOVÁ, Anna. *Etika v podnikání*. Praha: ČVUT 2018. 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 zpřístupnění 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: 28. 04. 2018

Podpis:

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu své bakalářské práce Ing. Liborovi Cupalovi, za odborné vedení a rady při zpracování této práce. Dále děkuji Petrovi a Markovi Nohavovým, za umožnění vypracování etického kodexu u nich ve firmě. V poslední řadě mé veliké díky patří mé rodině, která ve mně věřila a podporovala mě po celou dobu mého studia.

Abstrakt

Bakalářská práce se věnuje etice v podnikání. Teoretická část je zaměřena na pochopení etiky jako takové, její stručný vývoj, metody a nástroje, etický kodex, porušování jejích norem a společenské odpovědnosti firem. V praktické části je představena firma, ve které je následně provedena analýza jejího přístupu k etice a vypracován etický kodex.

Klíčová slova

Etika, morálka, etický kodex, CSR, ekologické zemědělství

Abstract

The bachelor thesis is devoted to a business ethics. The theoretical part is focused on ethics in general, brief historical development, methodology and tools, ethical code, violating ethical standards and corporate social responsibilities. The practical part of the thesis introduces a concentrate company, analyse its approach to ethics and draws up company's ethical code.

Key words

Ethics, morale, ethical code, CSR, ecological agriculture

OBSAH

ÚVOD	5
1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	8
1.1. VYMEZENÍ POJMŮ.....	8
1.1.1 Etika	8
1.1.2 Morálka	9
1.1.3 Pojmy etiky.....	11
1.2 STRUČNÝ VÝVOJ PODNIKATELSKÉ ETIKY.....	12
1.3 METODY A NÁSTROJE	13
1.3.1 Metody.....	14
1.3.2 Nástroje podnikatelské etiky	17
1.4 ETICKÝ KODEX	19
1.5 PORUŠOVÁNÍ NOREM ETIKY	22
1.6 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM	24
1.7 EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ.....	28
2 PRAKTICKÁ ČÁST	32
2.1 PŘEDSTAVENÍ FIRMY.....	32
2.2 METODOLOGIE PRŮZKUMU A ZPRACOVÁNÍ ETICKÉHO KODEXU	37
2.3 ANALÝZA SOUČASNÉHO PŘÍSTUPU FIRMY K ETICE.....	38
2.4 VYHODNOCENÍ A NÁVRH ETICKÉHO KODEXU A PŘÍPADNĚ DALŠÍCH ZLEPŠENÍ	39
2.5 ETICKÝ KODEX ZAMĚSTNANCŮ	44
2.6 ETICKÝ KODEX VE VZTAHU K ZÁKAZNÍKOVI	46
2.7 ETICKÝ KODEX V DODAVATELSKÝCH VZTAZÍCH	47
ZÁVĚR	53
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	54

SEZNAM OBRÁZKŮ	57
-----------------------------	-----------

ÚVOD

Etika je dnes slovo, které se skloňuje napříč obory. V dnešní době nejen firmy z oblastí finančních trhů, účetního a daňového poradenství nebo realitních služeb, ale i firmy ze stavebnictví, gastronomie či ze sociálních služeb zavádějí etické kodexy jako součást firemní politiky. Etické kodexy si vytvářejí firmy samostatně nebo zadají tuto zakázku externě jiné firmě, zejména pokud jsou tyto kodexy odvozeny od etických nebo legislativních norem, které kolektivně přijaly například oborové komory či různá profesní sdružení. Přikláním se k možnosti, že firma si vytváří sama etický kodex ve spolupráci se zaměstnanci. Myslím si, že pokud zaměstnanci spoluvytvářejí etický kodex firmy, je poté snadnější pro ně si zapamatovat jednotlivé náležitosti kodexu. A následně se jím řídit a dodržovat ho.

Etický kodex se vypracovává a člení do několika částí a bere v potaz jednotlivé vztahy, které se utvářejí ve vztahu k podniku. Jednou oblastí, kterou se etický kodex zabývá a kterou také zmiňuji ve své práci je etický kodex ve vztahu k zaměstnancům, dále to je etický kodex ve vztahu k životnímu prostředí, dodavatelům či zákazníkům. Každá firma si libovolně volí, pokud to není jinak kolektivně řešeno v oblasti její působnosti, jakou částí se bude zabývat anebo zda pojme všechny oblasti.

Je důležité, aby si daný podnik uvědomil své priority i v kontextu s etikou a podle toho vymýšlel etický kodex. Významné je potom dbát na jeho dodržování. Považuji také za důležité, aby podnik jednou ročně dělal souhrnné resumé a hodnocení toho, jak zaměstnanci, dodavatelé a samotný podnik dodržují etický kodex, zda ho plní a řídí se jím. Je vhodné také získat zpětnou vazbu a případně etický kodex upravit, rozšířit či učinit nápravná opatření, pokud je to vyžadováno.

V bakalářské práci se budu zabývat teoretickými pojmy, které se budou snažit objasnit jednotlivé pojmy, které patří k etice v podnikání. Objasním rozdíly mezi morálkou a etikou, uvedu vývoj, kterým prošla etika. Vyjmenuji metody, které použiji při vypracování této práce. Objasním nástroje podnikatelské etiky. Další kapitolou budou etické kodexy, kde se zabývám jednotlivými částmi, druhy, atd. Spolu s etikou v podnikání také souvisí porušování etických norem. V rámci teorie se zabývám také SCR - společenskou odpovědností firem. Vzhledem k tomu, že jsem si vybrala podnik zabývající se prodejem potravin a kavárnu, kde se vaří, považuji za podstatné zmínit problematiku týkající se ekologického zemědělství.

V praktické části představím podnik, který jsem si vybrala pro účely této práce. Dále se budu zabývat analýzou současného stavu přístupu k etice daného podniku. A poslední část se zaměří na samotné vypracování etického kodexu pro danou firmu, která jej bude v praxi aplikovat.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Teoretická východiska

V první kapitole popisují základní teorii, která je spojena s etikou v podnikání, dále se zaměřím na historický vývoj podnikatelské etiky. Osvětlím také nástroje a metody, které se využívají v etice. V této kapitole bakalářské práce se také zaměřím na teoretické vysvětlení etického kodexu, který je součástí i praktické části. Zmíním CSR - corporate social responsibility, což v překladu znamená společenskou odpovědnost, kterou vnímám jako důležitou součást etiky v podnikání, je s ní úzce propojena. S etikou souvisí i porušování etických norem. Další část se zabývá ekologickým zemědělstvím, jež se dotýká dané problematiky, zvláště v oblasti gastronomie, kam spadá vybraný podnik pro praktickou část.

1.1. Vymezení pojmů

Vymezení pojmů, které úzce souvisí s podnikatelskou etikou, specifikuje pojetí etiky a morálky od řady odborníků. Lze zde vyčíst rozdělení etiky do několika kategorií. Názorný obrázek ke konci kapitoly zobrazuje rozdíl mezi etikou a morálkou.

1.1.1 Etika

Pojem „etika“ pochází z řeckého éthos, což znamená místo, bydlení, zvyk, obyčej. Etika patří k filosofickým disciplínám, zabývající se vztahem lidského jednání k morálním normám, původem a povahou těchto norem, jakož i smyslem lidského života a problémem jeho štěstí (Blecha, 1998).

Kárníková (1997) rozděluje etiku do několika kategorií:

- mravnost
- morální hodnoty
- morální kritéria
- morální normy
- morální ideje.

Autorka dále vyjmenovává pojmy, které úzce souvisí s vědní disciplínou etika. Mezi tyto pojmy lze zařadit dobro, zlo, spravedlnost, poctivost, kázeň, pracovitost, mravní vědomí, svědomí, atd.

Blecha (1998) uvádí odlišné rozdělení etiky, přičemž vychází z učení současného filozofa Ganthalera, který dělí etiku následovně:

- deskriptivní neboli empirickou

Jak již vyplývá z názvu, deskriptivní etika se zabývá popisem a tříděním morálních názorů, jednání a postojů. Tato část etiky se přibližuje k psychologii, sociálních a historických výzkumů. Lze říci, že se jedná o nefilosofickou disciplínu.

- preskriptivní neboli normativní.

Oproti tomu preskriptivní etika se řadí do filozofických disciplín. Tato část etiky se pokouší podat kritéria, za jakých podmínek je dovoleno, nutno či zakázáno jednat, popř. co je možno označit za dobré či špatné.

- metaetiku

Metaetika je speciální část etiky podle Ganthalera, zabývá se zkoumáním povahy morálních výpovědí.

Kárníková (1997) dále specifikuje úkoly etiky, jež shrnuje následovně:

- odhalovat a vysvětlovat zdroj morálky
- vymezit základní hledisko určující dobro a zlo
- formulovat tzv. etické kritérium
- formulovat pravidla lidského života, tedy etické normy
- formulovat obsah morálky, jimiž jsou etické hodnoty
- spolu s pedagogikou a psychologií, příp. i sociologií hledat a nalézat cesty, metody a prostředky, jimiž lze napomáhat rozvoji mravních citů, mravního vědomí, mravního jednání a chování a to jak jedinců, tak i společenských skupin.

1.1.2 Morálka

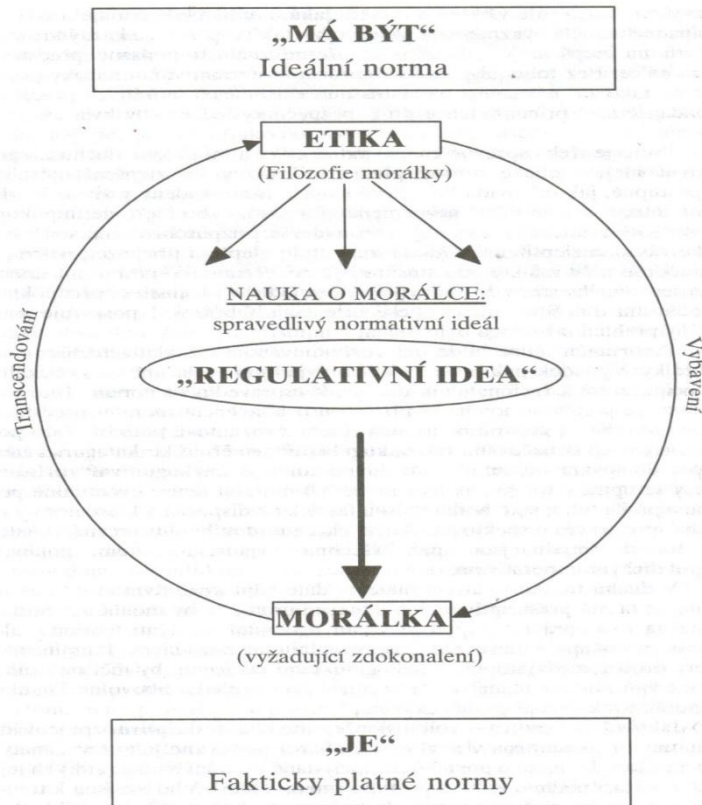
Existuje celá řada definic morálky. Fuller (1998) pohlíží na morálku ze tří základních rovin:

- První rovinou rozumí subjektivní, vnitřní rovinu lidského rozhodování a jednání, kde hlavním pojmem je “svědomí“ člověka. Důležitá je orientace k dobru.
- Druhou rovinou je sociální neboli skupinová morálka. Morálka v tomto smyslu tvoří podmnožinu sociálních norem obecně. Zde je důležitá orientace na dobro. Normy bývají neformální, obyčejové a poměrně stálé. Sankce za porušení normy mají sociální charakter – opovržení, výtky a tak podobně.
- Třetí rovina významu vysvětluje morálku jako úzké spojení s naší prací, přičemž je spojena s etickým systémem náboženského nebo filozofického původu.

Blecha (1998) vysvětluje morálku jako vědomou reflexí uznávaných norem a způsob jednání podle mravních norem. Oproti tomu svědomí znamená schopnost individuálně posuzovat vlastní jednání a rozvažovat o jeho vztahu k uznávaným normám. Soubor názorů na normy jednání, zvyklostí, které se jimi řídí, ideálů, o nichž se diskutuje v dané společnosti, se nazývá právě morálka. Podle této definice se dá říci, že morálka v určité společnosti určuje, co bude považováno za mravné. Jenže morálka nedisponuje v případě svého porušení žádnými trestními sankcemi. Jakou jedinou sankcí lze vnímat veřejné mínění, které se promítá do publicity společnosti. Problematické jednání vedení společnosti či zaměstnanců může vést ke zhoršení pověsti, ztrátě důvěry v danou společnost a její výrobky. Může to dokonce zapříčinit snížení prodejnosti výrobků a služeb, v některých případech může dojít i na krach firmy.

„Termín morálka implikuje nějaké hodnotové východisko pro posuzování jednání i v osobní rovině, a má proto blíže k pojetí takzvané normativní etiky. Je zde prostor pro zkoumání osobní odpovědnosti jednotlivce, pro vyjádření morální viny nebo nevin, která vychází z možnosti stanovit očekávané řešení konkrétního 33 morálního problému vzhledem ke konkrétní situaci jednajícího.“ (Fischer, Milfait et al., 2010)

Obrázek 1: Vztah etiky a morálky



Zdroj: Steinmann a Löhr, 1995

Z obrázku vyplývá vzájemný vztah mezi morálkou a etikou, kdy etika je vědní disciplína a morálka je skutečný stav ve společnosti. Zároveň etika zkoumá oblast morálky a snaží se ukázat, jaká by morálka měla být nebo neměla, důvody, proč by taková měla nebo neměla být a přínosy morálky a její nevýhody. (Steinmann a Löhr, 1995)

1.1.3 Pojmy etiky

Etika je charakterizována několika základními pojmy:

- Morálka - je souhrn hodnotících soudů, zvyků, názorů, hodnot, ideálů, pravidel a norem, jimiž se lidé řídí ve svém praktickém mravním jednání. V morálce se utváří sociální postoj člena společnosti.
- Morální odpovědnost - za každé své rozhodnutí, to, co jsme udělali, neseme morální odpovědnost. Vykonat něco morálně dobře, nebo špatně, znamená konfrontaci s vlastním svědomím a současnými morálními pravidly.

- Mravnost, mravní hodnocení - je jednání vlastní i jednání druhých lidí, kterému přisuzujeme mravní hodnotu.
- Mravy - relativně ustálený způsob jednání lidí vůči sobě navzájem
- Éthos - je mravní základ, způsob jednání, postoj, smýšlení osob
- Dobro - je to, co těší, co uspokojuje, činí lidský život smysluplným, zvyšuje kvalitu lidského života (Platon dobrem nazývá „sluncem v říši idejí“)
- Zlo - protiklad dobra, tedy to, co škodí, ruší a kazí, působí bolest a utrpení, je neúčinné, mravní zlo vzniká, porušuje-li člověk svým jednáním a chováním mravní zákon
- Svoboda - neexistují žádné překážky v jednání, které chceme uskutečnit, máme možnost jednat podle vlastní vůle, neseme za své jednání odpovědnost
- Svoboda vůle - je možnost přát si, co chci, bez ohledu jaká přání to jsou.
- Přání jsou ovlivňována předcházející výchovou (škola, rodina) a naším postavením a působením ve společnosti
- Svědomí - je jakýsi náš vnitřní hlas, který hodnotí naše jednání a je provázeno pocity blaženosti či úzkosti
- Spravedlnost – stále o ni usilujeme. Obsah toho, co považujeme za spravedlivé, se mění, dnešní svět vychází z principu rovnosti všech lidí, která se zakládá na nezrušitelnosti základních lidských práv a svobod
- Právo - existuje vedle norem morálních, umožňuje objektivní posouzení jejich dodržování a trestat formální autoritou jejich nedodržení.
- Smysl a způsob života - morálka nás provází životem, pomáhá nám se v něm orientovat. (Anzenbacher, 1994)

1.2 Stručný vývoj podnikatelské etiky

Vývoj etiky sahá až do antické doby, kdy řecký filozof Aristotele položil základy nauky o morálce v díle Etika Nikomachova. I před Aristotelem lze nalézt zmínky o etice a to nejen v oblasti současné Evropy, ale i v Asii. (Kárníková, 1997).

Mezi další zástupce zakladatelů etiky patří známý Platón či Sokrates. Dalším mezníkem při vývoji etiky byla stoická etika včele s představiteli: Seneca, Marcus Aurelius a Epiktetos. Tato etika hlásala žít ve shodě s vlastní přirozeností s rozumem (Bureš, 1991).

Po všechna staletí je morálka základem lidské společnosti. Vztah člověka k morálce, k morálním hodnotám a normám, jejich nalezení a dodržování náleží k nejvýraznějším znakům lidství. Morálka se ale objevuje až v době, kdy se člověk stal plně socializovanou individualitou schopnou zvažovat východiska a důsledky jednání nejen vlastního, ale i skupiny či společnosti, do které patří. Zde se rozvinuly myšlenky o tom, jak formulovat vztah člověka k ostatním lidem, jak zajistit vzájemné lidské soužití i soužití lidské společnosti s přírodou. Tyto myšlenky vedly k pochopení lidské existence i v kontextu filosofického, náboženského a biologického. Toto pochopení posléze vedlo k teoretickému zakotvení morálky k etice (Dytrt, Volejníková, Brodský, 2003).

Bláha (1991) přirovnává podnikatelskou etiku ve 20. století k profesní, aplikované, normativní vědě, ve které je důležitá reflexe etických principů do všech podnikatelských činností. Řeší se konflikt mezi vlastními zájmy a zájmy ostatních lidí. Autor uvádí, že řada firem si vykládá podnikatelskou etiku jako zásady slušného jednání s obchodními partnery, někdo zase jako vzájemné vztahy s konkurencí, při dodržování nepsaných pravidel. Etika vznikla jako vědní disciplína na základě skandálů, jakými byly

- nedostatečná ochrana spotřebitele,
- podvodné machinace,
- poškozování životního prostředí,
- daňové úniky,
- zneužívání informací.

Někdy se setkáme i s pojmy manažerská etika, která je definována jako vyjádření teoretické reflexe normativního a hodnotového řízení podnikatelského subjektu z pozice managementu. Manažerskou etiku lze rozdělit do dvou skupin:

- Individuální
- Institucionalizované.

1.3 Metody a nástroje

Kapitola metody a nástroje uvádí metody, které jsou uplatňovány v oblasti podnikatelské etiky. Základní rozdělení se člení na tradiční metody a moderní, které se dále dělí podle skupin. Stejně rozdělení lze vidět i u nástrojů, tedy na moderní a tradiční. Podrobnější dělení rozvádím v kapitole nástroje.

1.3.1 Metody

Metody a nástroje podnikatelské etiky slouží k naplnění cílů, které byly stanoveny v etickém kodexu. V odborné literatuře je možné najít rozdělení metod podnikatelské etiky do dvou skupin, kterými jsou tradiční a moderní metody. Tradiční si nese název již z doby starověku. Oproti tomu moderní metody byly vyvinuty spolu s rozmachem v podnikání, kdy jsou součástí managementu.

- **Tradiční metody**

Čaník, Čaníková (2006) uvádí mezi tradiční metody dialog mezi zainteresovanými stranami, kterými jsou míněny všechny osoby, kterých by se etický kodex mohl dotknout, např. vedení společnosti, vlastníci, zaměstnanci, podnikatelé, zákazníci či občané. Moderní forma dialogu může mít i podobu brainstormingu či brainwritingu, kdy se v týmu tvoří nápady spontánně a zapisují se. Co bude přijato či ne, se řeší různými způsoby, kam lze zařadit autoritativní příkaz jedné strany, hlasování anebo konsenzus. Autoritativní příkaz se zdá být rychlý a flexibilní metoda, ale z dlouhodobé perspektivy je neakceptovatelný z pohledu etiky, neboť dochází ke špatnému naladění zainteresovaných stran. Autoři doporučují namísto autoritativního příkazu spíše dbát na týmové zpracování problému a společné rozhodnutí. Odlišná metoda se zabývá hlasováním, které respektuje demokratické principy, ovšem může také vyvolat pocit nerespektování potřeb menšiny a to je v rozporu s etikou. Z hlediska etiky je nejlepší volbou konsenzus, kdy dochází ke shodě všech stran na výsledné variantě řešení. Každá zainteresovaná strana se podílí na výsledku, tudíž se vyhneme pocitu ukřivdění či nerespektování, což je důležité z hlediska etiky. Okrajovou metodou je kompromis, jenž ale není optimální z hlediska ústupku či nenaplnění potřeby jedné ze stran. Řešením může být win-win strategie, kdy dojde k vítězství na obou stranách, kdy každá strana přijme výsledek za své, to znamená, že obsahuje jejich myšlenky. Nevýhodou konsenzu je jeho časová náročnost při dosažení a profesionální nároky na osobu, která vede dialog, při němž se dosahuje výsledku.

V mé práci se zaměřím na vytvoření kodexu, který bude vznikat za pomoci dialogu a dosahování konsenzu o rozhodování s majitelem společnosti, zaměstnanci a dodavateli. V některých částech se použije metoda hlasování, zvláště v kapitolách směřující k zaměstnancům. Zbývající části vznikly v rámci brainstormingu s majitelem a zaměstnanci podniku.

- **Moderní metody**

Moderní metody se dále rozdělují do několika skupin:

1. Corporate governance – řízení a správa korporací

„Podle zásad [OECD](#) 2004 se předpokládá, že efektivně fungující systém Corporate Governance v rámci jednotlivé společnosti napříč celou ekonomikou pomůže vytvořit důvěru nezbytnou pro existenci tržní ekonomiky. Výsledkem bude snížení ceny kapitálu a efektivnější využívání zdrojů ze strany firmy.“ (Kavalír, 2005, s. 2)

Malý, Theodor a Peklo (2002, s. 9) uvádějí tuto definici: „Řízení společnosti zahrnuje soubor činností exekutivních pracovníků za účelem definování a dosažení cílů společnosti a správa společnosti zahrnuje procesy, struktury a vztahy, s jejichž pomocí správní orgán dohlíží na činnost svých exekutivních pracovníků.“ Vzhledem k tomu, že se jedná o mladý obor, který se neustále mění, v popředí diskuzí stojí podle autorů následující témata a zájmy:

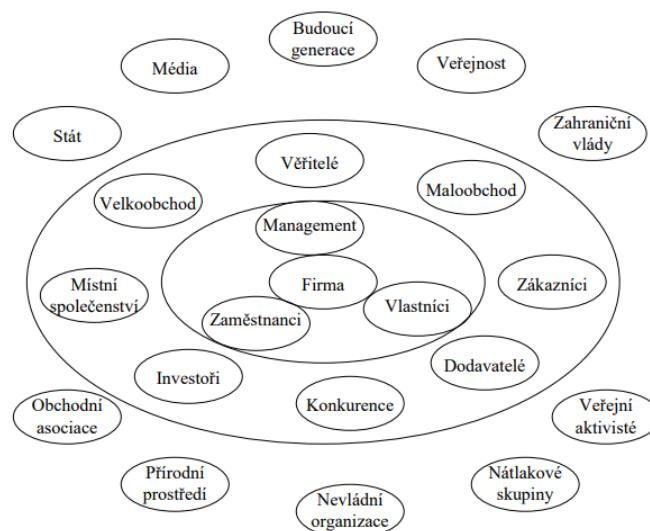
- ochrana práv akcionářů
- úloha správních orgánů
- úloha vrcholového managementu
- úloha trhu a úloha státu
- analýza a porovnání systémů správy a řízení společnosti v různých zemích
- úloha zájmových skupin
- CSR
- měření výkonnosti podniku

2. Teorie stakeholders – teorie participujících skupin

V podstatě se jedná o dvě rozdílné teorie. Teorie shareholders, která vychází z učení Milтона Friedmana, je postavena na tvrzení, že hlavním cílem byznysu je vytvářet a rozmnožovat zisk vlastníků (podílníků, akcionářů) podniku a zdůrazňuje jejich význam a zájmy, jež jsou nadřazené zájmům ostatních skupin. Oproti tomu teorie stakeholders, v českém jazyce známá jako teorie participujících (zúčastněných) skupin, je založena na respektu zájmů dalších skupin. Mezi tyto skupiny se řadí ty, které jsou ve vztahu s podnikem, mají na něj vliv, zájem na jeho činnost nebo jsou dotčené jeho fungováním. Konkrétněji sem patří manažeři, zaměstnanci, dodavatelé, klienti (zákazníci)

a investoři (věřitelé). Souhrnně jsou tyto skupiny označovány anglickým výrazem „stakeholders“. Někdy se do této skupiny řadí i konkurence, maloobchod a velkoobchod či místní společenství (komunita), veřejní aktivisté, média, obchodní asociace, stát a místní samospráva, zahraniční vlády či organizace a veřejnost. Každá zainteresovaná skupina má svůj odlišný specifický zájem a disponuje jinými prostředky, jimiž může konkrétní podnik ovlivňovat. Nevýhodou této teorie je specifikace práv a povinností jednotlivých skupin a rozporuplné cíle různých skupin. Cílem by mělo být nalezení takového řešení případných konfliktů a stanovení způsobů účinné komunikace a podnik jakožto právnická osoba by stejně jako osoba fyzická měl nést odpovědnost za své jednání – odpovědnost vůči stakeholderům, a jakožto součást sociálního a ekonomického prostředí přispívat ke zvyšování jeho úrovně. (Bohatá, 1997)

Obrázek 2: Participující skupiny



Zdroj: Putnová, Seknička (2007) vlastní úprava

3. Corporate social responsibility – společenská odpovědnost podniku vysvětlují podrobněji v kapitole 2.6
4. vybrané metody z personálního řízení, například job rotation, metoda stínového managementu a integrované manažerské systémy.

Putnová, Seknička (2007) vysvětlují metodu job rotation, v českém jazyce známou pod pracovní rotací nebo také rotací pracovníků, jako střídání zaměstnanců na různých pracovních pozicích. S čímž souvisí zvýšení kvalifikace jednotlivých pracovníků, zvýšení jejich platu a také zisk pro vedení, který disponuje flexibilnější pracovní silou, přičemž může vedení snadněji alokovat vzácné zdroje. Job rotation je možné aplikovat na

všech úrovních řízení, to znamená od nejméně kvalifikovaných prací po ty vedoucí. Především u velkých společností s mnoha funkčně oddělenými divizemi, u kterých jsou dodavatelé součástí koncernu, je výhodné mít kvalifikaci ze strany odběratele, tak i ze strany dodavatelského podniku. V rámci job rotation se zapojují jak insideři společnosti, tak i lidé mimo firmu. Ze skandinávských zemí lze uvést příklad, kdy firmy poskytují kvalifikaci a získání zkušeností nezaměstnaným, čímž jim napomáhají získat snadněji práci.

Manchester Metropolitan University uvádí ve svém průvodci o stínovém managementu či stínování pracovních pozic, že podstatou stínování je trávení času s manažerem či dalším pracovníkem, pozorování jeho práce, získání nových zkušeností a praxe. Manažer by měl být schopen učit novým věcem, měl by být ochotný předávat své zkušenosti a podílet se o svoje metody při práci. Jedná se o poměrně mladou metodu, která se začíná využívat i v České republice, kdy především studentům vysokých škol je nabízeno stínování manažerů vybraných firem z důvodu získání zkušeností a praxe, což má za následek ztraktivnění studentů pro pracovní trh.

Odborní autoři se shodují v dalším dělení integrovaných manažerských systémů, kam zařazují např. „Management by Objectives, Communication, Delegation, Control, Exception, Motivation apod. Mezi v současnosti nejznámější dva integrované manažerské systémy patří americký Balanced Scorecard a švýcarský Integrovaný manažerský systém.

1.3.2 Nástroje podnikatelské etiky

Obdobně jako metody podle doby použití lze rozdělit i nástroje podnikatelské etiky:

- tradiční

Mezi tradiční nástroje patří firemní kréda či deklarace hodnot, etické vzory, výcvik zaměstnanců k etickému a obchodnímu jednání. V pozdější době se přidaly i etické kodexy. Vzhledem k tomu, že tradiční nástroje je snadné uvést do fungování podniku, často jsou využívány menšími firmami či fyzickými osobami. Ovšem i tradiční nástroje slouží k vybudování etického řízení u velkých firem.

Etické vzory mají podobu známé osobnosti pro danou skupinu a vyznačují se specifickými vlastnostmi jako loajalita, tvořivost, pracovitost, poctivost, čestnost spravedlnost, upřímnost, umění přiznat vlastní chybu, schopnost překonávat překážky, atd. Etické vzory

mohou vycházet ze současnosti i z minulosti, mohou být významné jen v daném podniku, zde mohu uvést příklad E. Škoda, či v celé společnosti, jakým je bezpochyby náš nejslavnější prezident T. G. Masaryk.

Vzdělání a výcvik v podnikatelské etice je představován neustálým prohlubováním znalostí a vědomostí. Zařazuje se sem i řešení modelových problematických situací, kdy pracovník má prokázat pochopení získaných znalostí a jejich následné praktikování. Výcvik má krátkodobou povahu, ovšem vzdělání je dlouhodobé a zaměřuje se na více témat. Vzdělání a výcvik by měl dostat každý pracovník ve společnosti, intenzita se zvyšuje, pokud pracovník roste po podnikovém žebříku blíže k vedení. Vzdělání a výcvik může být interní, kdy je veden zaměstnanci daného podniku, nebo externí, kdy je najata firma na výcvik či vzdělání. Metody pro výuku je celá řada, např. e-training, e-Learning, web – based training, přednášející, diskuze, kolokvia, atd.

- moderní

Do této skupiny patří etický a sociální audit, etické výbory, úřad firemního ombudsmana pro etiku, analýza zainteresovaných skupin či whistleblowing. Tyto nástroje hojně využívají větší firmy, většinou nadnárodního významu, neboť realizace těchto nástrojů je složitá a finančně náročná.

Etický audit má hlavní cíl a to kontrolu dodržování etických norem a pravidel uvnitř i navenek, napomáhá zhodnotit etickou situaci ve firmě a vytvoření nápravných opatření. Etický audit lze rozdělit na etický a sociální audit. Sociální audit dále specifikuje následující čtyři základní oblasti:

- zaměstnaneckou politiku
- ekonomický rozvoj společnosti
- environmentální politiku
- dobročinnost.

Úřad firemního ombudsmana je představován většinou jedním zaměstnancem daného podniku, výjimečně se může jednat i o externí firmu. Ombudsman má za cíl řešit vztahy mezi zaměstnanci, zákazníky a dalších participujících skupin. Řeší i problematiku vztahu firmy vůči svým zaměstnancům. Ombudsman se snaží spor urovnat a hájí práva znevýhodněné strany.

Etické výbory dohlíží v podniku na dodržování etického programu, plní funkci poradního orgánu statutárních a dozorčích orgánů ve firmě. Výbory jsou tvořeny lidmi z poradenské praxe, akademické sféry a odborníky na podnikatelskou etiku. Hlavním cílem těchto výborů je zabezpečit vysokou úroveň etického řízení a to pomocí přípravy principů, metod a nástrojů podnikatelské etiky a způsobů jejich implementace a operacionalizace. Výbory i dále provádějí monitoring fungování etického řízení a předkládá statutárním orgánům návrhy na zlepšení.

Whistleblowing je anglický název, který v českém jazyce znamená písnout na píšťalku. V přeneseném významu znamená tento termín upozornění na nestandardní jednání či neetické chování. Většinou se to děje v případě, kdy oznamovatelem je osoba, která nemá kompetence na vyřešení dané situace. V praxi se většinou jedná o podřízeného. Důležité je zde zmínit i strach podřízeného o možný postih ze strany nadřízeného, kdy je potřeba spoléhat se na účinné etické kodexy a ochranu pro zaměstnance. Někdy se i do whistleblowing připojí média či neziskové organizace. Whistleblowing se oznamuje pomocí tzv. horkých linek nebo elektronickou poštou. Tato metoda při zavádění ve firmách nemusí být úspěšná v zemích bývalého východního bloku, neboť totiž připomíná udavačství. Proto je nutné opatrně a citlivě zavádět tuto metodu v některých zemích. (Putnová, Seknička, 2007)

1.4 Etický kodex

Šaur (2008) vysvětluje etický kodex jako soubor konkrétních pravidel a norem chování, což je uvedeno ve firemním dokumentu, který upravuje pravidla práce v jednotlivých profesích a organizacích, sdruženích a firmách.

Etické kodexy se řadí mezi nejvýznamnější a také nejpoužívanější nástroje etického řízení. Podnikatelské etické kodexy patří v dnešní době k nejrozšířenějším nástrojem firemní kultury a etického řízení po celém světě, nejvíce ovšem v USA a ve Velké Británii. Oproti tomu firmy sídlící v České republice mají vypracovaný kodex podle posledních průzkumů asi jen z 20 % firem. Tvorba etických kodexů se pojí se změnou majitele firmy či změnou vrcholového managementu. (Putnová, Seknička, 2007)

Šmajš (2008) uvádí, že etický kodex by měl pouze doplňovat zákonnou úpravu, zejména v oblastech, kde již zákonná úprava není nezbytná, ale které není možné ponechat bez určité regulace. V České republice je situace náročná, neboť zdejší zákony jsou netransparentní a ne zcela jednoznačné, což vede k nárůstu byrokracie. Proto vedení firem nespátrů-

je nutnost zavádět etické kodexy. Podnikat na základě etického kodexu, tj. respektovat alespoň základní pravidla, je náročné, někdy je dokonce nutné vzdát se řady podnikatelských příležitostí. Ovšem pokud má mít podnikání dlouhodobou perspektivu, musí firma respektovat morální pravidla a zásady, jež jsou všeobecně očekávány od ostatních podnikatelských subjektů.

Etický kodex se v anglickém jazyce označuje jako Code of Ethics nebo také Code of conduct, kdy se jedná o systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů s cílem nastavení vztahu mezi jedinci v dané komunitě. Etický kodex obsahuje detailnější popis morálních zásad a jejich uplatnění v podnikové praxi. Cílem etického kodexu by měla být kultivace podnikového klimatu a kultury v dané firmě. V dnešní době se rozlišují dvě základní skupiny etických kodexů, a to:

- podnikové etické kodexy
- profesní etické kodexy.

Uvedu v této práci jen podnikové etické kodexy, kterými se budu nadále zabývat, neboť souvisejí úzce s danou problematikou. Při tvorbě etického kodexu se vychází ze dvou základních modelů:

- Skandinávský model

Skandinávský model uplatňuje vysoký princip participace, kdy kodex je v podstatě vytvářen samotnými zaměstnanci. Vyznačuje se také tím, že jej vytváří velký počet zaměstnanců.

- Americký model

Oproti tomu americký model je sepisován vrcholovým managementem dané firmy či samotnými vlastníky podniku.

Vzhledem k tomu, že etický kodex je dobrovolným dokumentem v podniku, je nutné vědět, že musí dodržovat zákony dané země, kde sídlí daná firma. Nadále autor doporučuje citlivé, přiměřené a obezřetné zavádění etického kodexu do firemní praxe, aby ho zaměstnanci přijali za své. (Čaník, 2006)

Šmajš (2008) uvádí, že etický kodex se zaměřuje na činnost podniku i na práva a povinnosti zaměstnavatelů, zaměstnanců a zákazníků. Pozornost je dále soustředěna i na okolí podniku, tj. investorům, dodavatelům, odběratelům, věřitelům a konkurenci. Jedná se poměrně o rozsáhlý dokument, jež má několik částí

- preambuli
- vztahy se zákazníky
- vztahy k akcionářům a ostatním investorům
- vztahy k zaměstnancům
- vztahy s dodavateli
- vztahy s konkurencí
- vztahy k vládě a místním orgánům.

Autor dále zmiňuje, že při tvorbě je nutné vycházet z účelu vzniku etického kodexu. Na základě toho rozlišuje 3 skupiny kodexů:

- Aspirační kodexy

Aspirační kodexy obsahují základní myšlenky, zásady a principy. Mají deklarovat hodnoty.

- Výchovní kodexy

Výchovní kodexy se zaměřují na řešení etických problémů a dilemat, se kterými se pracovníci firmy setkávají v praxi. Můžeme v nich nalézt velké množství normativních ustanovení, jež dále obsahují podrobné komentáře.

- Regulační kodexy

Regulační kodexy se specializují na podrobné vypracování pravidel a principů etického řízení.

Odborní autoři se shodně vyjadřují, že etický kodex má upravovat několik skutečností v daném podniku. S menšími odchylkami se uvádí tyto problémy:

- respektování práva
- čestnost a férovost konkurence
- bezpečnost a kvalita produkce
- konflikty zájmů
- jednoznačné odmítnutí jakékoliv diskriminace
- vymezení vztahů s dodavateli
- respektování účetnictví, uzavírání smluv
- zneužívání a využívání informací v obchodním styku

- omezování korupce
- sociální odpovědnost
- ochrana životního prostředí
- informace o nakládání s majetkem

Směrnice pro přípravu etických kodexů (Dytrt, 2007, s. 91): „Zdůrazněte hodnoty významných zákonů a vnitřních pravidel organizace. Zejména těch, které dosud působily komplikace. Stanovit priority, kterými by se vznikající komplikace mohly překonávat. Uveďte hlavní oblasti a metody, kterými chcete problémy řešit. Příklad: vysoká zmetkovitost výrobků provozu x, příčina vysoké fluktuace, metody stabilizace pracovníků, úroveň mezilidských vztahů, atp. Uveďte jak hledat cesty k překonání nežádoucí situace. Určete tým, který bude současný stav nedostatků a jejich příčin analyzovat metodou SWOT a doporučovat cesty k nápravě. Navrhněte sestavení a řešení analytického týmu. Společný návrh s místními odborníky jak odstranit zjištěné slabé stránky řešeného pracoviště, jak využít stávajících předností, jak dlouhodobě a krátkodobě překonávat vnitřní a vnější vlivy, které na pracoviště působí. Stanovit etické hodnoty řešení, které uspokojí stakeholders. Např.: očekávání odběratelů, dodavatelů, členů místní komunity, zaměstnanců, v čem jsou a nejsou spokojeni. Vyberte z výsledků předchozích kroků nejdůležitější priority. • důvěryhodnost (poctivost, bezúhonnost, dodržení slibu, loajalita) • respekt (samospráva, soukromí, důstojnost, zdvořilost, tolerance) • odpovědnost (odpovědnost, snaha o znamenitost) • spravedlnost, čestnost (nezaujatost, důslednost, slušnost, rovnost) • kvalita popisů práce a hodnocení výkonu (jak se projevují v motivaci pracovníků) • technická úroveň, kreativita, obětavost pracovníků. Vypracujte návrh etického kodexu. Pro organizaci jako celek nebo v členění podle hierarchie stupňů na řídicí vertikále, pokud možno v konkrétním reálném čase a zabezpečte jeho vymahatelnost transparentní a legální formou.“

1.5 Porušování norem etiky

V případě, že hovoříme o porušování norem, je nutné si uvědomit, že se jedná většinou i o porušení zákona: „Porušuje-li se běžně zákon, o to více se porušují normy podnikatelské etiky.“ (Šroněk, 1995)

Odborná literatura vymezuje 4 okruhy, kdy dochází k porušení norem etiky:

- **Střet zájmů**

„Situací, kdy dochází nebo může docházet ke střetu zájmů, je mnoho: osoby s částečným pracovním úvazkem pracující pro konkurenční firmy, společníci s kapitálem ve více firmách vzájemně si konkurujících a další. Důsledky těchto a dalších situací se projevují především tam, kde tyto osoby mají možnost ovlivňovat firemní rozhodování a kdy ke střetu zájmů dojít musí. Jednotlivé firmy zavazují své pracovníky i vedoucí funkcionáře k tomu, aby se vyhýbali nejen jednoznačnému střetu zájmů, ale i jeho zdání. Vychází to z jejich snahy, aby pracovníci pracovali pro firmu, a ne ve prospěch svůj nebo konkurence.“ (Šroněk, 1995)

- **Ochrana důvěrných informací**

„Pojem informace je zde míněn ve velmi širokém pojetí. Může jít o údaje rázu ryze obchodního, např. seznamy zákazníků, nebo v případě významného obchodního jednání o předání protistraně informací o maximálních nebo minimálních negociačních limitech. Jinou kategorií představují informace technické. Některé jsou chráněny patenty nebo jinými právy průmyslového vlastnictví. Některé chráněny nejsou a představují firemní know-how, které je často významnější než znalosti chráněné právy. Za důvěrné je možno považovat jakýkoli návod, předpis nebo souhrn informací používaných firmou, které jí dávají možnost získat výhodu před konkurencí, která je nezná. Čím významnější – z hlediska firmy – informace jsou, tím méně lidí o nich ví a tím déle se firma snaží je udržet v tajnosti.“ (Šroněk, 1995)

„Vedle „prodeje“ informací je velkým problémem fluktuace pracovníků, zvláště vedoucích nebo špičkových odborníků mezi firmami pracujícími v podobném oboru. I když se osoba odcházející od jedné firmy zaváže, že podrží konkrétní znalosti v tajnosti, je seznámena s tolika dalšími informacemi, že se jiné firmě vyplatí takovou osobu získat. Zákonodárství mnoha zemí včetně České republiky obsahuje ustanovení o ochraně obchodního tajemství. Porušení zákona je sice trestné, je však zároveň dost obtížně prokazatelné. Důvěrné informace proto jsou především záležitostí etiky podnikání.“ (Šroněk, 1995)

- **Korupce**

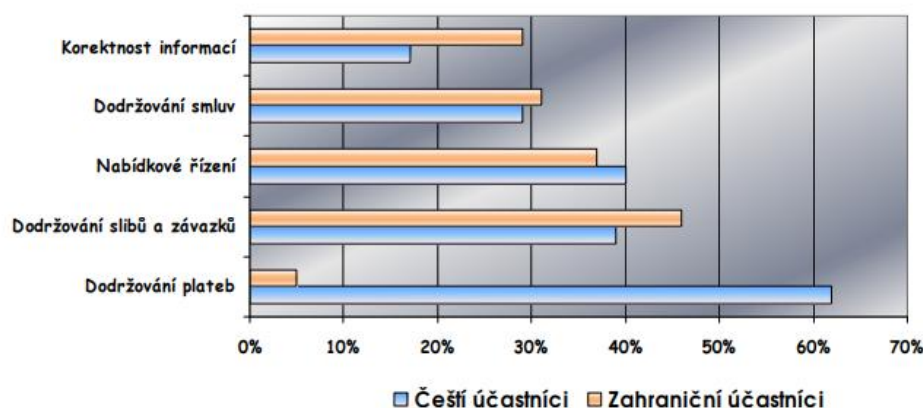
„Korupce, jakkoli záležitost neetická, se řídí určitými pravidly. Vedle často uváděného rozměru právního má i rozměr ekonomický, jehož důsledky mohou mít vliv na ekonomiku země, která je korupcí postižena.“ (Šroněk, 1995)

- **Konkurence**

„Jednání a chování ke konkurenci je složitou záležitostí, v níž etika podnikání hraje významnou úlohu. Je to právě vztah ke konkurenci, kde nemusí být a nejsou jednotné názory nebo představy o tom, co je a co není etické. Slušnost nevyžaduje, aby firma zacházela s konkurencí jemně, stejně jako není na místě, aby se ve vztahu k zákazníkům chovala charitativně. Firma, resp. její vedení má své povinnosti vůči majitelům, nikoli vůči konkurenci.“ (Šroněk, 1995)

Autor dále poukazuje na největší etické problémy v České republice a v zahraničí, kde z obrázku lze vidět, že u nás je problém v dodržování termínu plateb, a to s neuvěřitelnými 60%. V zahraničí je největším problémem dodržování slibů a závazků, přičemž se nerozlišuje, zda se jedná o ústní či písemné ujednání.

Obrázek 3: Největší etické problémy v ČR a zahraničí



Zdroj: Šroněk (1995)

1.6 Společenská odpovědnost firem

Společenská odpovědnost firem je známá pod anglickou zkratkou CSR, což je v originálním znění Corporate Social responsibility. Společenská odpovědnost firem je založena na dobrovolnosti firem, neexistuje jednotná definice, ale rámcové znění CSR od různých autorů se v zásadě neliší. Uvedu několik definic, které stanovila Evropská unie podle ISO normy 26000 a dále definice od dalších autorů.

„CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními „stakeholders“.“ (Evropská komise překlad podle Pavlík, Bělčík 2010)

Trnková (2004) vysvětluje společenskou odpovědnost firem jako:

„...způsob podnikání, který odpovídá či jde nad rámec etických, zákonných, komerčních a společenských očekávání.“ (Nevládní organizace Business for Social Responsibility překlad podle Trnková, 2004)

„... 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.“ (World Business Council for Sustainable Development, 1997 překlad podle Trnková, 2004)

„... dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.“ (Zelená kniha 2001 překlad podle Trnková 2004) CSR je „zastřešujícím pojmem pro celou řadu aktivit sahajících od ekologie a sociální práce přes zaměstnanecká práva, etiku podnikání až po boj proti diskriminaci. Jejich společným jmenovatelem je obecná společenská prospěšnost a fakt, že jejich iniciátorem a realizátorem jsou komerční firmy. Základem tohoto systému je sledování a zlepšování všech aktivit vlastní organizace v oblasti ekologické, ekonomické a sociální a jejich vzájemné propojení přes parametry výkonnosti.“ (Mikulášková, 2010)

CSR obnáší „dobrovolnou integraci sociálních a ekologických ohledů v součinnosti se zainteresovanými stranami do podnikatelských činností firmy.“ (Dytrt 2006, s. 103.)

„CSR je to takový způsob vedení firmy a budování vztahů s partnery, který přispívá ke zlepšení reputace a zvýšení důvěryhodnosti podniku.“ (Steinerová, Václavíková, Mervart, 2008, s. 2.). Autoři dále zmiňují problematické vnímání definice CSR, kdy existuje řada definic CSR a firmy si ji vykládají podle svého jako např. morální povinnost, běžnou praxi, impuls k inovacím či jako prostředek řízení rizik.

Shodně autoři uvádějí tři základní pilíře CSR: sociální, ekologický a ekonomický. Anglicky se nazývají tripple bottom line, tedy trojitá základna. Někdy bývají také pojmenovány zkratkou 3P, která obsahuje tři anglické výrazy:

- People
- Planet
- Profit.

3P jsou postaveny na třech pilířích: ekonomický, sociální a environmentální, což lze chápat právě jako 3P, kdy Profit – zisk znamená ekonomickou rovinu, People – lidé se odkazuje na sociální rovinu a Planet – planeta se orientuje na environmentální rovinu. Pavlík, Bělčík (2010) uvádějí jednotlivé rozdíly mezi danými pilíři a specifikují detailněji jejich zaměření, což následovně popíší. Toto jsou jen příklady pro dané roviny, v praxi jich existuje daleko více.

V ekonomické rovině CSR by se firma měla zaměřit na následující oblasti:

- principy dobrého řízení
- kvalitu a bezpečnost produktů či služeb
- Kodex podnikatelského chování firmy
- etický kodex
- vztahy se zákazníky
- odmítání korupce
- transparentnost
- ochranu duševního vlastnictví
- dobré vztahy s investory
- férové dodavatelské i odběratelské vztahy
- inovace a udržitelnost produktů
- etiku marketingu a reklamy.

V sociální rovině by se organizace měla věnovat těmto oblastem:

- zdraví a bezpečnosti svých zaměstnanců
- kvalitní zaměstnanecké politice
- péči o vzdělávání a rekvalifikaci zaměstnanců
- zaměstnávání lidí se zhoršenou pozicí na trhu práce
- firemní filantropii a dobrovolnictví
- dodržování rovných příležitostí (pro ženy, muže a obecně znevýhodněné skupiny)
- rovnosti žen a mužů
- odmítání dětské práce
- dodržování lidských práv
- vyváženosti pracovního a osobního života zaměstnanců (work-life balance)

- rozmanitosti na pracovišti (etnické menšiny, handicapovaní a starší lidé)
- zajištění rekvalifikace propouštěných zaměstnanců pro jejich další uplatnění
- naslouchání a dialogu s různými cílovými skupinami (stakeholdery).

V rovině environmentální autoři vyjmenovávají další oblasti zájmu:

- šetrná ekologická firemní kultura (recyklace, úspory energií, úspora vody apod.)
- omezování negativních dopadů činnosti na životní prostředí a komunitu
- ekologickou výrobu, produkty a služby přátelské k životnímu prostředí (standardy řady ISO 14000 a EMAS)
- úsporné zacházení s přírodními zdroji a jejich ochrana
- investice do čistých technologií (snižování dopadů na životní prostředí, investice do nejlepších dostupných technologií – BAT – Best Available Technique)
- ochrana přírodních zdrojů.

„Strategickým záměrem CSR je nalézání účinných sociálních vazeb mezi zaměstnanci a managementem firmy, stejně jako mezi zaměstnanci a občanskou veřejností, zástupci úřadů, regionů a států.“ (Steinerová, Václavíková, Mervart 2008) CSR si klade za cíl to, aby firma byla v souladu s okolím, zapadala do něj, respektovala jej a byla sama respektována. (Steinerová, Václavíková, Mervart, 2008.) Význam a rozsah CSR v dnešní době roste, což je ovlivněno několika faktory. Trnková (2004) vyjmenovává tyto faktory:

- Existence nadnárodních podniků – vzhledem k tomu, že většina velkých retailových podniků je vlastněna zahraničními subjekty, které mají celou řadu dceřiných poboček, se CSR rozšiřuje z centrály na zahraniční pobočky, tím pádem větší územní rozsah společenské odpovědnosti souvisí s jejím narůstajícím významem.
- Konkurenční výhoda – většina podniků zpřístupňuje své zásady CSR uplatňované ve firmě a díky tomu získává nemalou konkurenční výhodu.
- Přání spotřebitelů – moderní spotřebitelé, mezi které se řadíme i my, se zajímají o to, za jakých okolností byl produkt vytvořen, zda bylo ohleduplně zacházeno s životním prostředím, jaká je firemní kultura atd.

1.7 Ekologické zemědělství

Pokud jde o definici ekologického zemědělství, zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o EZ“) ve svém původním znění definoval ekologické zemědělství v § 3 písm. a). Na základě tohoto ustanovení lze ekologické zemědělství označit za „zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá o životní prostředí a jeho jednotlivé složky. K dosažení tohoto cíle je nutné stanovit určitá omezení či zákazy používání látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zamořují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravinového řetězce. Ekologické zemědělství také zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat.“ (Úplné znění zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, s komentářem... s. 4, §3 zákona o EZ) Ve svém novelizovaném znění zákon již toto vymezení neobsahuje. I přes případné nedostatky, které jako každou legální definici provází i definici ekologického zemědělství, je toto vypuštění ze zákona považováno za chybu.

Ekologické zemědělství definuje Mezinárodní federace hnutí ekologických zemědělců (International Federation of Organic Agriculture Movements, zkratka IFOAM). IFOAM, nejvyšší světový orgán a autorita v oblasti EZ, v roce 2008 po třech letech intenzivních konzultací přijala na svém valném shromáždění v Itálii definici EZ. EZ je podle IFOAM „Zemědělský produkční systém, který zachovává zdraví půd, ekosystémů a lidí. Místo využívání vstupů s nepříznivými dopady, spoléhá na ekologické postupy, rozmanitost a koloběhy přizpůsobené místním podmínkám. EZ spojuje tradice, inovace a vědecký výzkum s cílem prospívat společnému prostředí a podporovat spravedlivé vztahy a dobrou kvalitu života všech zúčastněných.“ (Václavík, 2018)

Cíle a zásady EZ jsou formulovány v nové právní úpravě EU týkající se EZ, konkrétně v nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91 (dále jen „nařízení Rady o ekologické produkci“), které vešlo v platnost 1. 1. 2009.

EZ klade velký důraz na trvalou udržitelnost. Musí respektovat přírodní systémy, pracovat v co nejvíce uzavřených cyklech koloběhu látek, využívat místní zdroje a minimalizovat ztráty a negativní vlivy na životní prostředí. EZ by mělo zachovávat a zlepšovat zdraví půdy, vody, rostlin a živočichů a rovnováhu mezi nimi. Dále musí přispívat k vysoké úrovni biologické rozmanitosti. Další podmínkou trvalé udržitelnosti je šetrné využívání energie a přírodních zdrojů, jako je voda, půda, organická hmota a vzduch. Také musí dodržovat přísné normy pro dobré životní podmínky zvířat a uspokojovat jejich druhově specifické ekologické potřeby.

Obecným cílem EZ je získávání produktů vysoké jakosti a celé řady potravin a jiných zemědělských produktů, které odpovídají spotřebitelské poptávce po zboží vyprodukovaném za použití postupů, jež nepoškozují životní prostředí, zdraví lidí, zdraví rostlin nebo zdraví a dobré životní podmínky zvířat. Prioritou je kvalita, nikoli kvantita.

Svých cílů EZ dosahuje na základě řady zásad – pravidel, principů či běžných postupů, které jsou zaměřeny na minimalizaci negativního působení člověka na životní prostředí.

Obecné zásady EZ podle nařízení Rady o ekologické produkci zahrnují zákaz používání GMOi produktů získaných z GMO. Produkty GMO by se neměly používat ani v EZ, ani při zpracování produktů. Výjimkou jsou veterinární léčivé přípravky.

Zásada využívání místních zdrojů znamená, že v EZ jsou upřednostňovány uzavřené cykly využívající vnitřní zdroje, např. statková hnojiva nebo krmiva vyprodukovaná přímo na farmě, před otevřenými cykly spojenými s dodávkou vnějších zdrojů. Vnější zdroje by měly být v ideálním případě omezeny na ekologické zdroje z jiných ekologických farem, přírodní látky nebo látky z nich odvozené a na minerální hnojiva s nízkou rozpustností.

V EZ se uplatňují velmi přísné limity pro používání syntetických chemických látek u hospodářských zvířat, potravinových aditiv a pomocných látek při zpracování a používání jiných podobných vstupů. Používání syntetických chemických látek je povoleno pouze ve výjimečných případech, neexistují-li vhodné alternativy. Jde například o situace, nejsou-li na trhu dostupné nebo jsou nevhodné pro nepřijatelné dopady na životní prostředí. Musí se však jednat o látky, které byly povoleny na základě důkladného prozkoumání.

Dále mezi obecné zásady EZ patří využívání živých organismů a mechanických způsobů produkce jako jsou např. použití organických hnojiv, mikroorganismy používané

k regulaci chorob a škůdců, plení, aj. Pravidla ekologické produkce lze upravit s ohledem na hygienickou situaci, regionální rozdíly v podnebných a místních podmínkách, stupeň rozvoje a zvláštní chovatelské postupy. (Václavík 2018)

Vedle obecných zásad se EZ dle nařízení Rady o ekologické produkci řídí i zvláštními zásadami, které se vztahují na zemědělskou produkci, na zpracování ekologických potravin a zpracování ekologického krmiva. (Václavík, 2018)

V EZ jsou hospodářská zvířata chována na pastvě, ve venkovních výbězích a jsou krmena ekologickými krmivy. Mláďata by měla být během raného vývoje krmena přirozeným mlékem, nejlépe od své matky. Je kladen důraz na vysokou úroveň dobrých životních podmínek hospodářských zvířat. Zároveň se používají chovatelské postupy odpovídající různým druhům zvířat s ohledem na jejich zvláštní potřeby. Jedná se o psychickou i fyzickou pohodu zvířat, například o zákaz trvalého uvazování, žádné mrzačení zvířat nebo odstraňování zobáků drůbeži, ocasů prasatům a rohů skotu. Zvířata jsou určena pro chov ve skupinkách, kdysi vytváří přirozenou sociální hierarchii, jako je tomu v přírodě. EZ také klade důraz na minimalizaci bolesti a utrpení zvířat, a to během jejich života i na jeho konci. (Václavík, 2018)

PRAKTICKÁ ČÁST

2 PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část bakalářské práce se v úvodu zaměřuje na výběr konkrétní firmy, v rámci kterého jsem si vybrala firmu podnikající v oblasti gastronomie a obchodu. Nejdříve představím firmu na základě dostupných informací od majitele firmy či z vlastní zkušenosti na základě práce v obchodě či kavárně. Poté zhodnotím stávající přístup podniku k etice. Nakonec se zaměřím na návrh etického kodexu pro danou firmu a možnosti nápravných opatření v oblasti podnikatelské etiky.

2.1 Představení firmy

Společnost, která je vybrána pro tuto bakalářskou práci, se jmenuje ButterFly Production s.r.o. Jedná se o společnost se sídlem v městské části Slivenec. Společnost je vlastněna otcem a synem Nohavovými. Společnost je složena z kavárny a z prodejny s vybraným vínem a delikatesami. Jednou částí společnosti je kavárna, která nese jméno Café Le Papillon. Je umístěna na Praze 5 v ulici Ke Smíchovu. Prodejna nese název Primawine Shop. V obchodě je pestrá nabídka produktů spojených s jídlem.

Základní kategorie, jež je možné si vybrat přímo na prodejně či si objednat v e-shopu, jsou následující:

- vína,
- sýry,
- olivy a olivové oleje
- delikatesy.

Vína, které obchod prodává a je možné je nalézt i v kavárně, pocházejí z Německa, Rakouska, Španělska a hlavně z Francie. Nalezneme zde i moravská vína v minoritním zastoupení. Nabídka sýrů je velká, je zde možné si koupit několik druhů. V sortimentu jsou obsaženy sýry Brie, Emmental Francais, Saint Nectaire, Bruche de Chevre, Morbier, Comté a další.

Olivové oleje pocházejí opět převážně z Francie, prodejna se pyšní prodejem olivového oleje extra panenského čistého či s příchutí rozmarýnu nebo bazalky. Nejvyšší kvality olivové oleje jsou v nabídce původem z Provence. Olivové oleje je možné si koupit ve skle o velikosti 250ml či v plechovce o objemu 1l.

Mezi delikatesy majitelé společnosti zařadili nabídku ořechů, čokolády, meruňky plněné sýrem, olivy plněné sýrem, pálivé feferonky plněné sýrem či sladké papričky plněné sýrem. Ořechy se prodávají po gramech dle přání zákazníka. V nabídce jsou například kešu natural, pražené i nepražené mandle, pistácie, para i pekanové ořechy.

Čokoláda se prodává ve vysoké kvalitě, je možné si zde koupit čokoládu, jež obsahuje 100% kaka. Samozřejmě je v nabídce i čokoláda s obsahem 70% kaka, 57% či jen 37%. V nabídce se objevují i čokolády s různými příchutěmi. Výběr je opravdu velký, většina čokolád opět pochází většinou z Francie.

V prodejně je možné nalézt i akční nabídku, která se momentálně skládá ze setu vín či šampaňských o 6 lahvích, které je možné koupit od ceny 1 053 Kč za set. Akční nabídka se v průběhu roku mění.

Celá filozofie společnosti je založena na zkušenosti z francouzské kuchyně, proto je možné nalézt v nabídce kavárny majoritní zastoupení francouzských jídel. Kuchař vaří převážně z čerstvých potravin, které odebírá výhradně z českých farem, což dokazuje i například nákup masa přímo od farmáře. Pro kuchaře je důležité znát původ surovin a u zvířat, v jakých podmínkách žijí. V kavárně se každý den vaří, kavárna nabízí týdenní menu, řadu zákusků vlastní výroby, které jsou velice originální. Zde uvádím ukázkou týdenního menu včetně cen, kde lze vidět, že cenově se kavárna řadí k dostupným podnikům pro zákazníky v Praze. Cena menu je 145 Kč.

Obrázek 4: Týdenní menu kavárny Café Le Papillon

Café Le Papillon

Menu 26.2. - 3.3.2018

celé menu 145 Kč

polévka 45 Kč (vždy bezlepková), hlavní jídlo 125 Kč

PONDĚLÍ

dýňová polévka se zázvorem
zapečené brambory se sýrem - tartiflette 3,7

ÚTERÝ

špenátový krém
masové kuličky v ruské omáčce s rýží 3

STŘEDA

vydatná čočková polévka
gnocchi quattro formaggi 3,7

ČTVRTEK

minestrone s bazalkovými knedličky 3,9
krátí steak s bramboráčky 3

PÁTEK

boršč 7,9
pasta Gragnano s mascarpone, citronem a rukolou 1,7

STÁLÁ NABÍDKA

francouzská cibulačka se sýrovým toastem 1,7
kuřecí supreme, gratin dauphinois (smetanové brambory) 7
vepřová panenka s hříškovým pyré a cherry rajčátky
boeuf bourguignon (hovězí po burgunsku) s bramborovými noky 1,
Caesar salát s kuřecím masem 1,7,10
salát z červené řepy s rukolou a kozím sýrem 7

(informace o alergenech získáte u obsluhy)

Ke Smíchovu 139/22, Praha 5 - Slivenec
facebook: Café Le Papillon

Zdroj: Kavárna Café le Papillon

Pro ukázkou příkládám stálou nabídku jídel i s cenami, která je běžně dostupná v kavárně. Zde můžeme vidět, že ceny jsou již vyšší, ale pokud se podíváme na nabídku s převahou francouzských jídel, jedná se o přijatelné ceny.

Obrázek 5: Stálá nabídka kavárny Café le Papillon

POLÉVKY	
Francouzská cibulačka	65,-
HLAVNÍ CHODY	
Boeuf bourguignon s bramborovými noky	245,-
Kuřecí prsa supreme, gratin dauphinois a cibulové chutney	195,-
Vepřová panenka, hráškové pyré a cherry rajčata	215,-
Salát Caesar	185,-
Salát z červené řepy, kozí sýr a rukola	145,-
DEZERTY	
Tiramisu	50,-
Tvarohový koláč	45,-
Višňový koláč s čokoládou	49,-

Zdroj: Kavárna Café le Papillon

Majitel společnosti deklaruje, že v kavárně se vaří nejen z čerstvých surovin, ale i bez barviv a konzervantů. Polévky, které jsou v nabídce kavárny, jsou bezlepkové, což cílí na zákazníky s bezlepkovou dietou, kterých neustále přibývá. Navíc je možné si objednat jídla s bezlepkovou variantou po domluvě s obsluhou, což řadím k jedné z velkých výhod této kavárny.

Kavárna má v zimním období v nabídce zimní čokoládový dort Weiss s čokoládovým krémem a čokoládovou březovou kůrou. Jedná se o originální dort, který vznikl v kuchyni kavárny a nelze ho nalézt v žádné jiné kavárně v Praze. Zde se kavárna prezentuje jako jedinečná ve výrobě zákusků. Mezi výborný zákusek se řadí i višňový koláč, který je vyráběn z rozemletých mandlí, francouzské 67% čokolády, bezlepkové samokypřící mouky, vajíčka a francouzského másla. Třešničkou na tomto koláči jsou vypeckované višně.

Café Le Papillon nabízela během akcí v rámci oslav Valentýna vlastní menu, kde bylo možné ochutnat Kir Royale neboli nejznámější šumivý koktejl využívající hustoty Crème de Cassis, což je likér z černého rybízu, a svěžesti bublinek. Valentýnské menu obsahovalo 3 chody včetně tohoto nápoje. Další významnou událostí v profilu společnosti je Meziná-

rodní den croissantů, které si firma vyrábí vlastnoručně a jsou dlouhodobě v nabídce kavárny i obchodu. Jedná se o croissanty sladké – máslové a čokoládové či slané se zeleninou či salámem a sýrem.

Mezi dodavatele společnosti se řadí zemědělci, kteří pěstují rostliny či chovají zvěř v biologických i nebiologických podmínkách. Majitelé společnosti dávají přednost potravinám s původem BIO, ale ne vždy je to možné z důvodu dostupnosti. Dále se snaží majitelé oslovit řadu menších farem českého původu, aby se stali jejich dodavateli. Mezi takové dodavatele se řadí i např. farma Loužná, farma Druhaz či pan Matoušek a jeho domácí vajíčka. Zde majitelé kladli důraz na původ vajíček, kdy je důležité, aby slepice nežily v klecích, ale měli možnost volného výběhu. Mezi dodavatele oříšků patří tradiční firma Diana – svět oříšků. Význačným dodavatelem zaměřeným na dia produkty patří firma Diakasemacher.

Společnost staví svůj úspěch na tom, že se sortimentem, který zákazník nalezne v obchodě, je možné se setkat i v kavárně, neboť kuchaři připravují ze stejných surovin od stejných dodavatelů pokrmy a nápoje v kavárně. A to je důvod, proč se kavárna i prodejna staly oblíbeným místem pro zákazníky, kteří se neustále rádi vrací na dané místo. Produkty znají a vědí, že mají nejvyšší kvalitu.

Kavárna dále nabízí čerstvě upraženou kávu od Doubleshotu, což je česká pražírna výběrové kávy, jež nakupuje kávu napřímo od farmářů a nikoliv přes burzu. Původ kávy se nachází v Latinské Americe a Africe, kde si firma Doubleshot prověřuje podmínky pěstování kávy a filozofii jednotlivých farmářů. Společnost se pyšní již 60 letou existencí.

Firma zaměstnává 6 zaměstnanců na hlavní pracovní poměr. Firma se zatím prezentuje jen na facebooku, žádné webové stránky nemá z důvodu očekávaných vyšších nákladů na pořízení. Facebook spravuje majitel sám a zatím se může pochlubit 178 lidmi, které dané facebookovou stránku sledují od založení. Kavárna byla založena teprve před půl rokem, nachází se v období budování pověsti a snaží se dostat do podvědomí svým zákazníkům. Pro účely bakalářské práce je významné to, že společnost nemá žádný psaný etický kodex, zároveň ale má jasnou filozofii, kterou se řídí a podle které se snaží jednat.

Jedním z hlavních cílů bakalářské práce je vyhodnocení stávající situace ve společnosti a napsání kodexu, což je náplní další kapitoly. Etický kodex bude sloužit kavárně a obchodu jako souhrn základních principů chování a jednání s lidmi. Majitel si přeje tištěnou ver-

zi pro každého zaměstnance, kde budou shrnuty základní myšlenky z jejich přístupu, zároveň uvítá i inovativní přístup a je otevřený novým nápadům.

2.2 Metodologie průzkumu a zpracování etického kodexu

Metodologie průzkumu vychází z kvalitativního výzkumu, který se zaměřil na rozhovory, především nestrukturované a polostrukturované. Vzhledem k tomu, že jsem v dané firmě pracovala, panoval mezi mnou a majiteli firmy a zaměstnanci vztah plný vzájemné důvěry, vstřícnosti a zájmu o danou problematiku. Etický kodex vznikl na základě spolupráce s majiteli firmy a zaměstnanci na základě určitých metod, které dále uvedu.

Na základě rozhovorů jsem si vedla osobní komentáře a poznámky, které posloužily jako podklady pro vypracování etického kodexu. S majiteli jsem vedla rozhovory nestrukturované a s kmenovými zaměstnanci polostrukturované. Na polostrukturované rozhovory jsem se řádně připravovala. Před vypracováním celého etického kodexu jsem vedla i polostrukturované rozhovory s majiteli firmy, kterým jsem kladla otázky zaměřené na názory o etickém chování a etice, o hodnotách spojených s danou problematikou a o zkušenostech. S majiteli společnosti jsem vedla několik plánovaných rozhovorů, které mi posloužily jako základ pro utvoření vize a praktické představy majitelů společnosti o etickém kodexu. Často jsem se ptala majitelů i zaměstnanců na následující otázky:

„Co si myslíte?“

„Jaké máte přání?“

„Jaké jsou Vaše představy?“

„Co byste změnil?“

Nestrukturované rozhovory mi posloužily jako široký náhled do dané problematiky. Nechala jsem volný prostor dotazovanému, aby vyjádřil své myšlenky. Neměla jsem připravené otázky, pokud mě v průběhu nějaké napadly, položila jsem je. Probíhala přirozená interakce mezi mnou jako tazatelem a zaměstnanci či majiteli jako dotazovanými. Se zaměstnanci jsem nejprve vedla rozhovory s každým zvlášť a poté dohromady. Díky práci v dané firmě jsem podrobně znala prostředí a mohla jsem vést nestrukturovaný rozhovor. Zaměstnanci i majitelé byli ochotni se mnou vést tento typ rozhovoru, dokázali být otevře-

ní a přicházet s novými nápady. Vzhledem k tomu, že jsem s nimi pracovala, jsem je i znala a panovala mezi námi důvěra, což napomohlo k realizaci této metody v praxi.

Se zaměstnanci jsem vedla i řízený brainstorming, na jehož základě vznikla část etického kodexu zaměstnanců. Tento brainstorming a poznámky z něho posloužily i jako zpětná vazba pro majitele společnosti.

Na základě brainstormingu, polostrukturovaných a nestrukturovaných rozhovorů jsem si průběžně dělala komentáře, které byly základem pro sepsání etického kodexu. Etický kodex jsem následně vytvořila a dala k okomentování majitelům firmy i zaměstnancům, kteří mi poskytli zpětnou vazbu, která mi posloužila k dohotovení a úpravě etického kodexu, který zde předkládám.

2.3 Analýza současného přístupu firmy k etice

V současné době společnost vykazuje všechny znaky etického chování, které je přípustné a dokonce žádoucí v dnešní době. Jedná se o soubor principů a nepsaných pravidel, které v podniku uplatňuje majitel. Ve vztahu k dodavatelům se jedná o výběr dodavatelů se zaměřením na české a místní dodavatele, kteří nejsou nutně ekologičtí, ale pěstují rostliny či chovají zvěř podle zásad ekologického zemědělství. Své dodavatele si majitel vybírá sám podle svých představ a jezdí si vždy ověřit podmínky, které dodavatel deklaruje. Prvořadě je zjistit, v jakých podmínkách žijí zvířata, zda se při pěstování používají postřiky, atd.

Ve vztahu k zákazníkům se jedná o vstřícný a chápavý přístup. Při obsluze zákazníků se uplatňuje ekologický přístup, kdy nákupy jsou dávány do papírových tašek, používají se recyklované materiály, kterými jsou například papírové tašky, recyklovaný toaletní papír, přírodní mýdla a dezinfekce na umývání rukou. V provozu kavárny i obchodu se třídí odpad na papír, sklo, plast, také se vytřídí olej a použité elektrozařízení.

Ve vztahu k zaměstnancům se uplatňuje také etický přístup a sociální principy. Zde bych zdůraznila snahu majitele společnosti a zaměstnanců předávat zkušenosti další generaci, tedy mladým studentům při jejich praxi.

Celkově hodnotím postoje jednotlivých zaměstnanců pozitivně ve vztahu k etice. Praxe, která se uplatňuje ve společnosti, je úzce propojena s etickým chováním, stojí na pev-

ných principech etického chování. Majitel má jasnou představu a vizi, jak vést podnik, jednou z priorit je i etické chování, které je běžnou součástí francouzských podniků, odkud majitel čerpá inspiraci pro vedení svého podniku. Jednou nevýhodou je to, že podnik je velice mladý, neetablovaný na trhu, zákazníci ho dostatečně neznají, majitel neměl čas na sepsání kodexu, který vnímám jako důležitou součást podniku. Je významné napsat etický kodex pro danou společnost, aby si ho mohli kdykoliv zaměstnanci podniku přečíst a připomenout si, co je a není etické, jaká je politika a kultura v podniku. Zároveň nově přichozím zaměstnancům bude kodex dáván k nastudování a budou seznámeni s etickými pravidly, které se uplatňují v daném podniku. Po přečtení a porozumění etického kodexu budou brigádníci, studenti a noví zaměstnanci požádáni o stvrzení svého pochopení a souhlasu s těmito přístupy svým podpisem. Cílem této práce je právě sepsání etického kodexu, což bude v budoucnu sloužit k reálnému využití ve firmě.

2.4 Vyhodnocení a návrh etického kodexu a případně dalších zlepšení

Etický kodex bude mít několik částí na žádost majitele kavárny. Byly vytyčeny základní body a principy kodexu, které se zavázal majitel dodržovat. Etický kodex se zaměřuje na přístup k zaměstnancům, zákazníkům a dodavatelům. V etickém kodexu je stanovena vize společnosti, která podle slov majitele zní:

„Naše vize spočívá ve vytváření příjemného prostředí pro setkávání lidí, poskytování služby o vysoké kvalitě a zjištění původu surovin. Naší snahou je přispět k vytváření naplňujícího a spokojeného života nás i našich hostů.“

Majitel společnosti je pevně přesvědčen o tom, že pouze podnik založený na hodnotách dokáže zaručit trvalý růst a úspěšné řešení budoucích výzev. Dodržovat tyto hodnoty znamená převzít odpovědnost: za zákazníky, ochranu životního prostředí a zaměstnance. Kavárna se hlásí k etickému, zákonnému a sociálně odpovědnému podnikání. Tento přístup očekává rovněž od všech, s nimiž naváže obchodní vztahy.

Etický kodex kavárny a obchodu vychází z následujících principů:

- Zachování dobrého renomé oboru
- Dodržování právních předpisů a nařízení
- Ochrany práv zákazníků

- Dodržování smluvních závazků v obchodních a dodavatelsko-odběratelských vztazích
- Ochrany zdraví zákazníků a zaměstnanců
- Pozornosti pracovnímu prostředí a pracovně právním vztahům
- Péče o mladou generaci, odborná příprava
- Podpora místní kultury a společenských tradic
- Ekologie a udržitelný rozvoj
- Marketing a konkurenční prostředí

Princip ekologie a udržitelného rozvoje znamená pro majitele společnosti velký závazek, neboť v obchodě a kavárně se vyprodukuje značné množství odpadu. Společnost je nastavena tak, že jak v kavárně, tak i v prodejně se třídí odpad a to na papír, plasty, sklo a smíšený. Majitelé zavedli i třídění odpadu pro kompost, kdy pořídili domácí kompostárnu, která produkuje kompost, který je dále použit pro pěstování květin v prostorách kavárny. Majitel kavárny si přeje, aby do 5 let od založení společnost nabízela i bezobalové potraviny. To znamená, že zaměstnanci na prodejně budou prodávat svým zákazníkům zboží do jejich vlastních nákupních tašek či sklenic. Majitel chce nabídnout nejen malé množství čokolády, ale také možnost mít 10kg čokoládu, z které je možné oddělovat menší množství na přání zákazníka a ten si ji vezme do přineseného obalu či nádoby, čímž se snižuje obalový materiál. Společnost má také zavedené papírové nákupní tašky, vyrobené z recyklovaného papíru. Igelitové tašky na prodejně nenaleznete, ani plastové tašky či sáčky volně darované k nákupu. Majitel společnosti říká: „Tím, že nakupujeme suroviny bez zbytečných plastových obalů, výrazně přispíváme ke snížení znečištění planety.“

Na prodejně je možné nalézt několik symbolů, podporující přístup společnosti k ekologii a udržitelnému rozvoji. Tyto symboly následovně uvedu pro představu, jak tento přístup je brán vážně ve firmě.

V prostorách kavárny je na každém ubrousku, který je volně k dispozici na každém stole, zobrazen tento znak, který má upozornit zákazníky na recyklování odpadu.

Obrázek 6: Recyklace odpadu



Zdroj: https://st2.depositphotos.com/4202565/9331/v/950/depositphotos_93318826-stock-illustration-sign-of-recycling-icon.jpg

V kavárně jsou 3 druhy košů, kam zákazníci sami třídí odpad. Rozlišují mezi plasty, papírem a sklem. Vzhledem k tomu, že se v prostorách kavárny nachází malý dětský koutek, odpadkové koše jsou nízké a dostupné tak, aby do nich mohly házet odpadky i děti. Z hygienických důvodů odpadkový koš na biomasu je umístěn v prostorách kuchyně. Biomasu se dále vrací dodavatelům, kteří ji použijí dále při pěstování rostlin. Zároveň v dětském koutku jsou k dispozici jen dřevěné či papírové hračky. K hraní je určen i dětský stoleček a pár židlí, vyrobených opět ze dřeva. V prostorách kavárny je k dispozici tento obrázek, který upozorňuje zákazníky na třídění odpadu.

Obrázek 7: Třídění odpadu



Zdroj: <http://www.eshop-rychle.cz/vseproskolyaskolky/VZDELAVANI-21-d147.htm>

V prostorách záchodu je vyobrazen následující symbol, který má ponoukat zákazníky k vyhazování papíru do koše nikoliv do záchodové mísy. Toaletní papír i papír na sušení rukou je vyroben z recyklovaného papíru. Po zavedení firmy na trhu majitel plánuje koupit elektrické sušáky, které jsou více šetrné k životnímu prostředí. V prostorách záchodu, také ale kuchyně a provozní části kavárny lze také vidět nálepky, které upozorňují na nutnost šetření s vodou. Kdy je vhodné zastavovat vodu po umytí rukou, pouštět vodu pomalu, nikoliv rychlým proudem.

Obrázek 8: Třídění odpadu



Zdroj: <https://www.priroda.cz/clanky.php?detail=689>

Obrázek 9: Šetři vodou



Zdroj: <http://www.samolepkynazed-nej.cz/auto-a-dum/2072-samolepky-na-dum-setri-vodou.html>

V prodejně a kavárně se také za sklem výlohy nachází znak BIO, který upozorňuje zákazníky na výrobky, které jsou v nabídce v BIO kvalitě. Tyto produkty mají na sobě znak BIO či znak ekologického zemědělství a splňují přísná pravidla pro získání této značky. Zároveň tím zákazníci získávají informaci o kvalitě poskytovaných služeb či výrobků.

Obrázek 10: Bio potraviny



Zdroj: <http://pixabay.com/cs/bio-přátelský-životn%C3%AD-prostřed%C3%AD-42609/>

V prostorách celé prodejny a kavárny je přísný zákaz kouření již od počátku svého vzniku. Majitel si přeje, aby zaměstnanci nekouřili, výhradně si vybírá nekuřáky, neboť věří, že pach z cigarety přechází i do potravin či surovin, ze kterých se dále připravují pokrmy v kavárně. Což může být nepříjemné pro řadu zákazníků, proto se snaží eliminovat toto riziko a vybírá si zaměstnance nekuřáky. Na základě rozpravy s majitelem nekuřáctví nezanáším do etického kodexu, neboť by řada lidí mohla namítnout, že to je diskriminující, což etický kodex nesmí být. Tento princip si majitel sám bude dodržovat, v etickém kodexu ovšem nebude zmíněn. Majitel ani neposkytuje prostory na kouření pro kuřáky, což není povinnost. V celém sídle prodejny a kavárny lze sledovat následující symboly.

Obrázek 11: Zákaz kouření



Zdroj: <https://www.info.cz/galerie/cesko/14608/za-par-dnu-zacne-platit-zakaz-koureni-v-restauracich-vic-nez-majitele-jsou-nervozni-urady?foto=0>

2.5 Etický kodex zaměstnanců

Cílem zaměstnanců kavárny a prodejny je vytvoření takového prostoru, kde se díky nabídce čerstvého jídla a profesionální a příjemné obsluze hosté dobře najedí, ochutnají francouzskou kuchyní, domácí dezerty, vypijí si prvotřídní kávu s vědomím, že na zpracování kávy se nepodílí dětská práce či nedochází k vykořisťování pěstitelů kávy. Bonusem pro zaměstnance bude to, že se hosté rádi budou vracet a opakovat si nevšední zážitek plný chuti. Cílem zaměstnanců je i sdílení prostoru a času s lidmi, kteří se zajímají o umění. Prostor kavárny je ideální pro různé umělecké výstavy, divadelní recitály či komorní koncerty. Cílem kavárny je i šíření kultury v kavárenském duchu. Zde se uplatňuje princip místní kultury a společenských tradic. Kavárna se stane prostředím otevřeným pro jakýkoliv druh umění, ať už místní či např. francouzský. Majitel kavárny se zavazuje vytvářet takové pracovní prostředí, které je příjemné pro zaměstnance. Zároveň se zavazuje splnit požadavky na bezpečnost práce na pracovišti, poskytnou ochranné pomůcky a zaškolit nově příchozí personál. Majitel kavárny vytváří prostředí, které je zdravé pro zaměstnance, což se projevuje i například tím, že kavárna je nekuřácká již od počátku svého vzniku. Myšlenka vychází z principu ochrany zdraví zaměstnanců.

Kavárna spolu s obchodem je i místem, kde se školí učni z oboru kuchař a číšník. Zaměstnanci se zavazují učňům na praxi předávat své zkušenosti, zodpovídat jejich otázky a učit je novým věcem. Zaměstnanci budou trpělivě přistupovat k učňům při učení se novým věcem. Zaměstnanci budou ochotni sdílet své pracovní prostředí s učni. Učni nemají nárok na peněžitou odměnu za vykonanou práci, na druhou stranu zaměstnanci jsou ochotni sdílet s nimi část spropitného, které zaměstnanci dostanou od zákazníků. Majitel vytváří takové prostředí, kde je možné profesionální příprava mladé generace na pracovní úvazek v oboru. Na tomto místě se jedná o uplatnění principu péče o mladou generaci a její odbornou přípravu.

Na základě rozhovorů s jednotlivými zaměstnanci prodejny a kavárny jsem stanovila společné hodnoty, ze kterých bude etický kodex zaměstnanců vycházet:

- čestné jednání
- svoboda a zodpovědnost
- tolerance a respekt k sobě i druhým
- autentická komunikace – realita není černo-bílá a moje stanovisko neobsahuje pravdu, ale jen můj názor

- směřování ke štěstí a spokojenosti u sebe i ostatních

Čestné jednání spočívá hlavně k přístupu k zákazníkovi. Například v situaci, kdy zaměstnanec vrátí méně či více a je si vědom své chyby, požádá zákazníka o přepočítání a napravení situace s omluvou. Svobodné a zodpovědné jednání se projevuje při každodenním jednání s ostatními zaměstnanci, zákazníky či dodavateli. Pro zaměstnance bylo důležité stanovit si hodnotu, která se zaměřuje na toleranci a respekt k sobě i druhým, což spočívá v respektování toho, že každý jsme odlišní, každý pracuje s jiným nasazením, rozdílným tempem práce, každý potřebuje odlišnou dobu přestávky v různé časy. Hodnota zabývající se autentickou komunikací upozorňuje na to, že moje stanovisko nemusí být pravdivé pro druhého. Jedná se o svobodné vyjádření mého názoru, který nikomu dále nepodsouvám. Pokud se jedná o diskusi, snažíme se všichni o vzájemnou dohodu, která bude vyhovovat nám všem. Pokud vznikne situace například při domlouvání se směn, jednotliví zaměstnanci předestřou důvody, proč chtějí na dané směny jít, podle toho se mohou všichni rozhodnout společně, jak se bude vyvíjet plán směn. Zároveň tato hodnota poukazuje také na to, že autentická komunikace spočívá v tom, že zaměstnanci říkají pravdu. Poslední hodnota se zaměřuje na štěstí a spokojenost nejen u zaměstnanců, ale i ostatních. Zde zaměstnanci vyjádřili, že své povolání vnímají jako poslání, které je naplňuje štěstím. Tím pádem jsou schopni předávat toto štěstí i druhým lidem. Je-li to možné, zaměstnanci by měli využít interní možnosti pro urovnání sporů, vzniklých při jejich pracovních činnostech.

Každý zaměstnanec společnosti může vznést stížnost nebo poukázat na okolnosti, z nichž lze vyvodit, že došlo k porušení etických pravidel. Obrací se na majitele společnosti. Podklady týkající se šetření stížnosti jsou důvěrné a nejsou tolerována jakákoli odvetná opatření proti osobě, která podnět k šetření poskytla. Vzhledem k tomu, že zaměstnanci si na mé vyzvání stanovili principy, hodnoty a vizi, je nutné se řídit i závazky, které jsme stanovili společně a to následovně:

- Jsme týmoví hráči a vzájemně se při práci podporujeme a respektujeme.
- Všichni ze sebe vydáváme to nejlepší, co umíme a známe.
- Každý děláme, co nás naplňuje.
- Každý z nás zodpovídá za svou práci. Podporujeme se však navzájem. Jsme tým!
- Všichni dobře známe sortiment, který prodáváme, a s úsměvem jej nabízíme hostům.

- Konflikty a problémy přijímáme jako výzvu a řešíme je okamžitě, abychom díky nim mohli vyrůst o kus výš.
- Jsme otevřeni novým myšlenkám a nápadům.
- Příjemné vystupování a snaha každému pomoci je samozřejmou součástí každého zaměstnance.
- Snažíme se obsloužit zákazníka co nejrychleji, aby na nás nemusel dlouho čekat.
- Zavazujeme se podávat dostatečně teplý pokrm či nápoj, pokud je to vyžadováno. Daný nápoj či jídlo je připravován z kvalitních a čerstvých surovin.
- Zavazujeme se prodávat zákazníkovi zboží ve správných gramážích podávaných pokrmů a v mírách nápojů
- Vytváříme pro zákazníka čisté a příjemné prostředí, dodržujeme čistotu také u stolů, příborů, nádobí, atd. Dodržujeme vysoké hygienické standardy při přípravě pokrmů a nápojů a jejich servírování. S tím souvisí i správné uchování surovin v čistém a správně chlazeném prostředí.
- Každý zaměstnanec se vyvaruje takových způsobů a jednání, které by znevážili činnost firmy.
- Zaměstnanec při výkonu své činnosti pracuje kvalitně, dodržuje technologické postupy a dbá na dodržování norem a předpisů.
- Každý zaměstnanec se řídí tímto kodexem.

2.6 Etický kodex ve vztahu k zákazníkovi

Jedná se o společnost, kde na každodenní bázi se setkávají zaměstnanci se zákazníky, proto po diskuzi s majitelem kavárny byly blíže specifikovány vztahy k zákazníkovi a to následovně:

- Nerozlišujeme zákazníky podle různých měřítek, ale každý zákazník si zaslouží naší plnou pozornost.
- Slibujeme zákazníkovi jen to, co jsme sami schopni splnit.
- Nezneužijeme neznalost zákazníka k nepřiměřeným ziskům.
- Zákazník a jeho nároky a požadavky jsou impulsem pro neustálé zdokonalování.
- Respektujeme důvěrný charakter jednání se zákazníkem, informace jím poskytnuté nepoužijeme bez jeho souhlasu.

Naším zákazníkům nabízíme pouze takové služby, které jsem schopni poskytnout, a které bychom sami chtěli mít doma. Snažíme se, aby veškeré naše služby vyhovovaly nejmodernějším technologiím, neustále pracujeme na jejich inovaci. Vždy plníme naše smluvní povinnosti a postupujeme v souladu s našimi Všeobecnými obchodními podmínkami a se zákonem. Se svými zákazníky vždy jednáme čestně a poskytujeme jim pravdivé a ověřené informace. Informace nám svěřené a veškeré citlivé údaje od všech subjektů, a zejména pak od našich zákazníků, považujeme za přísně důvěrné. O veškerých změnách zákazníka informujeme včas v souladu s platnou legislativou. Naším zákazníkům se snažíme vždy vyjít vstříc, a to i ve chvíli, kdy mají problém plnit své smluvní závazky.

2.7 Etický kodex v dodavatelských vztazích

Společnost se zavazuje vůči dodavateli k následujícím povinnostem:

- Dodržujeme lhůty splatnosti smluvně sjednané nebo podle zákona
- Udržujeme dlouhodobé vztahy a loajalitu k dodavatelům.
- Jsme-li spokojeni, vždy rádi doporučíme naše dodavatele jiným obchodním partnerům.

Etický kodex v dodavatelských vztazích uvádí základní požadavky na své dodavatele, týkající se dodržování zákonů a předpisů, korupce a uplácení, sociálních a pracovních podmínek, dětské práce a životního prostředí. Od dodavatelů kavárna a obchod očekávají, že zajistí a vynaloží přiměřené úsilí, aby zásady tohoto kodexu dodržovali také jejich dodavatelé a subdodavatelé. Kavárna spolu s obchodem si stanovila následující požadavky na své dodavatele:

1. Dodržování zákonů a bezúhonnost

Společnost očekává, že její dodavatelé budou dodržovat příslušné národní a mezinárodní zákony a předpisy včetně předpisů Mezinárodní organizace práce (ILO) a Všeobecné deklarace lidských práv Organizace spojených národů, standardů příslušného odvětví a všech dalších relevantních zákonných ustanovení. Pokud v jednotlivých zemích,

v nichž dodavatelé působí, platí zákonná ustanovení nebo jiná pravidla, která se liší od zásad tohoto kodexu, jsou dodavatelé povinni řídit se vždy přísnějšími požadavky.

2. Dodržování předpisů a poctivost

Společnost očekává, že její dodavatelé budou dodržovat veškeré předpisy, které se týkají korupce, uplácení, podvodů a zakázaných obchodních praktik. S tím souvisí o poctivost v rámci dodavatelských vztahů. Dále uvádím výčet praktik, které jsou nepřipustné.

2.1 Boj proti úplatkářství:

Dodavatel zajistí, že jeho zaměstnanci a subdodavatelé nebudou zaměstnancům kavárny a prodejny nabízet, slibovat ani poskytovat výhody, které by jim umožnily získat zakázku nebo jinou výhodu v obchodním styku. Pozvání a dárky mohou být poskytovány zaměstnancům kavárny, prodejny a jejich blízkým osobám pouze v případě, že mají zanedbatelnou finanční hodnotu a že odpovídají obvyklým zvyklostem na obchodní úrovni.

2.2 Spravedlivá konkurence:

Společnost očekává, že se dodavatel bude v oblasti hospodářské soutěže chovat poctivě a bude dodržovat platné kartelové zákony. Dodavatel se nebude účastnit dohod s konkurencí, které by byly v rozporu s kartelovým právem, ani nebude zneužívat případného dominantního postavení na trhu.

2.3 Praní špinavých peněz:

Dodavatel se nebude podílet na aktivitách souvisejících s praním špinavých peněz a bude dodržovat příslušné zákonné povinnosti zabráňující praní špinavých peněz.

2.4 Duševní vlastnictví:

Dodavatel bude zacházet s obchodní korespondencí jako s důvěrnými informacemi. Důvěrné informace, chráněná data jakéhokoli druhu, jakož i práva k duševnímu vlastnictví Café Le Papillon budou odpovídajícím způsobem přiměřeně chráněna podle příslušných zákonných předpisů.

3. Sociální a pracovní podmínky

Společnost očekává, že její dodavatelé uznávají základní práva svých zaměstnanců a že se zavážou, že je budou dodržovat a že budou se zaměstnanci zacházet s důstojností a vážností tak, jak to chápe mezinárodní společenství. Dodavatelé budou dodržovat především následující ustanovení:

3.1 Svobodná volba zaměstnání:

Jakékoli zaměstnání je dobrovolné. Nucená práce, vynucená práce odsouzených, nucené nasazení pracovních sil a obchod s lidmi jsou přísně zakázány.

3.2 Zákaz dětské práce:

Dětská práce je podle ustanovení ILO, Úmluvy Organizace spojených národů a/nebo národních zákonů přísně zakázána. V rámci těchto různých zákonů platí vždy ten, který stanovuje nejpřísnější požadavky.

3.3 Odměny a poskytované plnění:

Ohledně odměňování a plnění musí být dodržovány veškeré platné zákony, předpisy a standardy pro příslušné odvětví. Srážky z poskytovaného plnění jako disciplinární opatření nejsou přípustné. Srážky z poskytovaného plnění, které národní předpisy neumožňují, nejsou bez výslovného souhlasu příslušného zaměstnance přípustné.

3.4 Pracovní doba:

Ohledně pracovní doby musí být dodržovány veškeré platné zákony, předpisy a standardy pro příslušné odvětví. Přesčasová práce musí být dobrovolná.

3.5 Zákaz diskriminace:

Dodavatel musí při přijímání a zaměstnávání dodržovat všechna platná zákonná ustanovení o zákazu diskriminace z důvodu rasy, barvy kůže, národnosti, zdravotních omezení, fyzického vzhledu, sexuální orientace, zdravotního stavu, politické příslušnosti, pohlaví, věku, vzhledu nebo členství ve spolcích, možného rodičovství, jakož i z důvodů jiných zákonem chráněných vlastností.

3.6 Svoboda sdružování a právo na kolektivní vyjednávání:

Dodavatel uznává právo na svobodu sdružování a kolektivní vyjednávání v rozsahu přípustném podle zákona.

3.7 Zdraví a bezpečnost:

Dodavatel musí poskytnout svým zaměstnancům bezpečná a zdravotně nezávadná pracovní místa, která splňují požadavky veškerých příslušných zákonů, předpisů a standardů platných v příslušném odvětví. Obtěžování na pracovišti není přípustné.

3.8 Pracovní podmínky:

Dodavatel musí svým zaměstnancům poskytnout přiměřené pracovní podmínky. Musí zabezpečit přinejmenším přístup k pitné vodě a sanitárnímu zařízení a dále zajistit požární bezpečnost, možnost poskytnutí první pomoci, přiměřené osvětlení a větrání.

4. Ekologická udržitelnost

Společnost očekává, že její dodavatelé budou dodržovat veškeré platné zákony a předpisy, jakož i mezinárodně uznávané standardy pro ochranu životního prostředí.

4.1 Oblast životního prostředí:

Dodavatel zajistí obstarání všech potřebných souhlasů a povolení týkajících se životního prostředí, zabezpečí jejich aktualizaci a bude se jimi řídit tak, aby jeho činnost byla vždy v souladu s platnými předpisy.

4.2 Spotřeba zdrojů, prevence znečišťování životního prostředí a minimalizace odpadů:

Dodavatel se zavazuje, že bude optimalizovat spotřebu přírodních zdrojů včetně energie a vody. Přijme důkladná opatření, aby zabránil znečištění a minimalizoval vznik odpadů, odpadních vod a emisí plynů. Odpadní vody a odpad budou před odvedením, resp. likvidací, označeny v souladu s platnými zákony a předpisy a bude s nimi zacházeno dle těchto zákonů a předpisů.

4.3 Nebezpečné látky a bezpečnost výrobků:

Dodavatel se zavazuje, že nebezpečné látky, chemikálie a látky označí, a zajistí bezpečnou manipulaci s nimi, jejich bezpečný pohyb, skladování, recyklaci, opětovné využití a likvidaci. Veškeré platné zákony a předpisy, které se týkají nebezpečných látek, chemikálií a látek musí být přísně dodržovány. Omezení používání látek a požadavky na bezpečnost výrobků, které jsou stanoveny platnými zákony a předpisy, musí být povinně dodržovány.

5. Zapracování kodexu v rámci dodavatelských vztahů

Společnost tento kodex pravidelně kontroluje a v případě, že je to nutné a vhodné, provede příslušné změny. Dodavatelé jsou vždy o důležitých změnách informováni.

Příklad dodavatelských vztahů, kde je uplatněn etický kodex, lze uvést vztah s dodavatelem kávy do obchodu i do kavárny. Společnost Butterfly Production se zavazuje nakupovat a prodávat tu nejlepší kávu. Cílem kavárny je, aby byly při pěstování kávy dodržovány ty nejvyšší standardy kvality i normy ochrany životního prostředí a aby byly při obchodování s ní ctěny nezbytné etické zásady. Podle Café le Papillon je šálek kávy ještě lepší, když přispívá ke světlejší budoucnosti farmářů a pomáhá vytvořit stabilnější klima planety. S pomocí organizace Conservation International kavárna vytvořila kodex etického získávání surovin, který společnosti pomáhá při nakupování kávy, jež je vypěstována způsoby, které jsou šetrné k životnímu prostředí, a při jejímž

prodeji jsou dodržovány všechny etické normy. Dodavatelé kavárny přímo s farmáři spolupracují na vývoji pěstitelských metod, které nezatěžují životní prostředí, a investují do jejich komunit, aby zaručili dlouhodobě udržitelný přísun kvalitní kávy. Hlavním dodavatelem kavárny je společnost Doubleshot, která uvádí na svých stránkách konkrétní podporu pro farmáře, což je pro kavárnu důležité a z tohoto důvodu si zvolila právě tohoto dodavatele. Uvádím výčet podpory pro farmáře:

1. Identifikovat účel kterékoliv zamýšlené práce k tomu, aby bylo jisté, že je potřebná, užitečná a je pravděpodobné, že bude úspěšná. Zvážit její důsledky společenské a dopad na životní prostředí.
2. Ujistit se, že všechna práce je ihned kompetentně, přesně a neodstranitelně zaznamenávána osobou, která práci provádí, a že následné zpracování a hlášení zajistí její integritu a použitelnost tak dlouho, jak to může být potřeba.
3. Ujistit se, že všechny materiály, včetně vzorků, jsou identifikovány, je s nimi bezpečně zacházeno, jsou řádně používány, transportovány, rozdělovány a zařazovány a že je k dispozici náležitá informace, která se jich týká.
4. Nést plnou odpovědnost za přijatou práci a technická rozhodnutí konzistentní s bezpečností, zdravím a obecným prospěchem lidí a neprodleně odkrývat všechny faktory, které je mohou ohrozit, nebo negativně ovlivnit životní prostředí.
5. Respektovat zákony a uznávané hodnoty země, v níž působí.
6. Vyhýbat se “konfliktu zájmů” ať již skutečnému nebo cítěnému všude tam, kde by mohlo dojít k ovlivnění odborného řešení či k negativnímu dopadu na životní prostředí, kde je to možné, a odhalovat jak tyto konflikty, tak zúčastněné “strany”, pokud jsou známy.
7. Být čestní a realističtí v nárocích a odhadech založených na dostupných údajích.
8. Zachovávat nestrannost v rozhodování a posuzování.
9. Odmítat úplatky v jakékoliv formě.
10. Používat pouze ty tituly a označení, na něž mají právo.
11. Zlepšovat úroveň chemického vzdělání.
12. Udržovat a zlepšovat odbornou a technickou kompetenci a pověřovat ostatní odbornými a technologickými úkoly pouze pokud to umožňuje jejich úroveň kvalifikace a odborné praxe, nebo až po plném odhalení souvisejících omezení.
13. Vyhledávat, přijímat a nabízet čestnou kritiku technických prací vedoucí ke zjištění a nápravě technických chyb a náležitě uvádět autorství ostatních.

14. Chovat se stejně ke všem, bez ohledu na jejich funkci, rasu, náboženství, pohlaví, zdravotní stav, věk či národnost.
15. Vyhnout se možné újmě na zdraví, reputaci, zaměstnání či majetku ostatních na základě falešných informací či zlého úmyslu.
16. Pomáhat kolegům a spolupracovníkům v jejich profesním rozvoji a podporovat je v dodržování tohoto kodexu.

ZÁVĚR

Cíl bakalářské práce bylo vyhodnocení stávajícího postoje vybraného podniku k etice a vypracování etického kodexu na míru pro danou organizaci. Po nastudování teorie, která je spojena s problematikou etiky v oblasti podnikání, jsem mohla analyzovat a zhodnotit přístup k etice a vypracovat etický kodex pro danou firmu.

Celá práce se odvíjí od zkušenosti s prací v kavárně a obchodě pod názvem Butterfly Production, s.r.o., kde jsem pracovala od založení podniku na pozici prodavačka a později v kavárně na pozici číšnice. Díky této pracovní zkušenosti znám dobře dané prostředí, kulturu a politiku firmy, což mi pomohlo k napsání etického kodexu. Vedla jsem několik hovorů s majitelem firmy, kdy jsem etický kodex upravila na jeho žádost.

Butterfly Production doposud neměla etický kodex v psané formě, jednalo se jen o zvyky a principy, které se uplatňují v podniku. Majitel má jasnou vizi, jak vést podnik a podle toho jedná. Sepsala jsem etický kodex, který se zaměřuje na 3 klíčové oblasti vztahů: zaměstnanci, dodavatelé a zákazníci. V jednotlivých oblastech jsem popsala, jaké jednání je etické a jaké je neetické. Vedla jsem rozhovory se zaměstnanci a majitelem, což mě umožnilo vytvořit takový etický kodex, které obě strany přijmou. S dodavateli jsem neměla možnost mluvit, ale zde je zastoupil majitel, který mi vše vysvětlil a zasvětil mě do svých představ.

Etický kodex bude viset na prodejně, v prostorách určených pro zaměstnance a v kavárně. Také bude požadováno, aby každý dodavatel podepsal etický kodex, zvláště část týkající se vztahů s dodavateli a zavázal se svým podpisem k dodržování etického kodexu.

Na závěr bych ráda zmínila, že podnik dodržuje principy a zásady spojené s etickým kodexem, aniž by to měli napsané. V podniku jsou všichni naučeni respektovat dané sounáležitosti. Jediné co by se dalo vytknout je diskriminace kuřáků. Zde se dá polemizovat, zda se jedná o diskriminaci či ne. Názory se různí a souvisí to s přístupy ke zdraví, kouření a také se životním stylem každého jedince. Jde vidět, že i v gastronomii je brán na zřetel přístup k etice a zákazníci takové podniky vyhledávají a mají je v oblíbě, což může být inspirující pro další podnikatele.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ANZENBACHER, Arno, 2001,c1994. Úvod do etiky. Vyd. v tomto překladu 2., V nakladatelství Academia 1. Praha: Academia, ISBN 80-200-0917-5.

BLECHA, Ivan. *Filosofie: Základní problémy*. 3. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 1998. ISBN 80-7182-069-5.

BLÁHA, In. *Ethika jako věda: úvod do dějin a theorie mravnosti*. Vyd. 2. V Brně: Atlantis, 1991, 102 p. ISBN 80-710-8023-3.

BOHATÁ, Marie. *Základy hospodářské etiky*. 1.vyd. Praha: VŠE, 1997, 126 s. ISBN 80-707-9428-3.

BUREŠ, Radim. *Základy etiky*. Praha: S&M, 1991. ISBN 8090009654.

ČANÍK, Petr. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky*. Praha, 2006. 85 s. TRANSPARENCY INTERNATIONAL. Studie. Dostupný z WWW: <http://www.plusresearch.cz/downloads/amanpe.pdf>

Čaník, P., Čaníková, P. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí. Výzkum společnosti PLUS-RESEARCH pro Transparency International - Česká republika, o.p.s. 2006*

DYTRT, Zdeněk. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1589-9.

DYTRT, Zdeněk, Brodský ZDENĚK a Volejníková JOLANA. *Manažerská etika*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2003. ISBN 80-7194-608-7.

FISCHER, Ondřej, MILFAIT, René et al. 2010. *Etika pro sociální práci*. Praha: JABOK, s. 24 – 25. ISBN 978-80-904137-7-1.

KAVALÍŘ, P. *Hodnocení corporate governance v České republice. Working Paper CES VŠEM*. [online]. No 14/2005. [cit. 2. února 2018]. Dostupné na: <http://www.vsem.cz/data/docs/gf_WPNo14.pdf>.

Kárníková, J. *Etika v podnikání a řídicí práci*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1997, 136 s. ISBN 80-7079-524-7

MALÝ, M. – Theodor, M. – PEKLO, J. Řízení a správa společností: (Corporate governance). 1. Vyd. Praha. Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 111 s. ISBN 80-245-0429-4

METROPOLITAN UNIVERSITY, Manchester. *Job Shadowing Guidelines* [online]. Manchester, /n [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: http://www2.mmu.ac.uk/media/mmuacuk/content/documents/human-resources/a-z/guidance-procedures-and-handbooks/Job_Shadowing_Guidelines.pdf. Guidelines. Manchester Metropolitan University.

MIKULÁŠKOVÁ, M.: (Corporate) Social Responsibility - Společenská odpovědnost – Trvale udržitelný rozvoj. [online] Dostupné z <http://download.mpo.cz/get/28377/30262/324820/priloha005.ppt>. cit [2018-03-02]

PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. a kol. Společenská odpovědnost organizace: CSR v praxi a jak s ním dál. Praha: Grada Publishing, 2010. 176 s. ISBN 978-80-247-3157-5.

PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. Etické řízení ve firmě. 7.vydání, Praha:Grada, 2007. 168 s. ISBN 978-80-247-1621-3.

STEINEROVÁ, M., VÁCLAVÍKOVÁ, A., MERVART, R. Společenská odpovědnost firem: Průvodce nejen pro malé a střední podniky. Praha: Business Leaders Forum, 2008. 27 s.

STEINMANN, Horst, LÖHR, Albert, 1995. Základy podnikové etiky. Praha: Victoria Publishing, s. 13. ISBN 80-85865-56-4.

Šaur, J. [online]. 2008-06-23 [cit. 2018-04-16]. Základní pojmy etiky v kontextu dnešní doby. Dostupné z <https://jindrich.saur.cz/zakladni-pojmy-etiky-v-kontextu-dnesni-doby/>

ŠMAJS, J., Podnikatelská a environmentální etika, 1.vydání, Brno: Masarykova univerzita, 2008. 184 s.ISBN-978-80-210-4564-4.

ŠRONĚK IVAN. Etiketa a etika v podnikání. Praha. 1995. 213 stran. ISBN: 80-85603-94-2

TRNKOVÁ, Jana. Společenská odpovědnost firem : kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR[online]. Praha : Business Leaders Forum, 2004 [cit. 2018-02- 11]. Dostupné z: http://www.neziskovsky.cz/data/vyzkum_CSR_BLF_2004txt8529.pdf

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Definice a principy ekologického zemědělství* [online]. bio-info.cz, 5. 3. 2018 [cit. 14. 10. 2018]. Dostupné na <<http://www.bio-info.cz/zpravy/definice-a-principy-ekologickeho-zemedelstvi>>.

Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Vztah etiky a morálky	11
Obrázek 2: Participující skupiny.....	16
Obrázek 3: Největší etické problémy v ČR a zahraničí.....	24
Obrázek 4: Týdenní menu kavárny Café Le Papillon.....	34
Obrázek 5: Stálá nabídka kavárny Café le Papillon	35
Obrázek 6: Recyklace odpadu	40
Obrázek 7: Třídění odpadu	41
Obrázek 8: Třídění odpadu	42
Obrázek 9: Šetří vodou	42
Obrázek 10: Bio potraviny.....	43
Obrázek 11: Zákaz kouření.....	43