

BAKALÁŘSKÁ

PRÁCE

Podniková etika

Business Ethics

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

STUDIJNÍ OBOR

Řízení a ekonomika průmyslového podniku

VEDOUcí PRÁCE

Ing. Libor Cupal

Pravcová


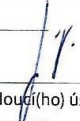

Karolína

2018

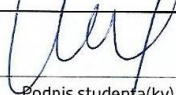
I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

| | | | | | |
|-------------------------|--|--------|-----------------|---------------|---------------|
| Příjmení: | <u>Pravcová</u> | Jméno: | <u>Karolína</u> | Osobní číslo: | <u>461063</u> |
| Fakulta/ústav: | <u>Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)</u> | | | | |
| Zadávací katedra/ústav: | <u>Oddělení manažerských studií</u> | | | | |
| Studijní program: | <u>Ekonomika a management</u> | | | | |
| Studijní obor: | <u>Řízení a ekonomika průmyslového podniku</u> | | | | |

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

| | | | |
|---|--|--|-------------------|
| Název bakalářské práce: | <u>Podniková etika</u> | | |
| Název bakalářské práce anglicky: | <u>Business Ethics</u> | | |
| Pokyny pro vypracování: | <p>CÍL: Cílem BP je přiblížit etiku jako důležitou část podnikání. Analyzovat a zhodnotit současný stav etiky v dané firmě. PŘÍNOS: Přínosem práce je analýza stávajícího přístupu ve zkoumané firmě a návrhy na možná zlepšení. OSNOVA: 1. Úvod; 2. Teoretická část - Vymezení pojmů, Etika, Podnikatelská etika, Stručný vývoj etiky, Metody a nástroje podnikatelské etiky, Etický kodex, Porušování norem etiky, Společenská odpovědnost firem; 3. Praktická část - Představení firmy, Analýza současného rámce a přístupu firmy k etice, Vyhodnocení a návrhy na zlepšení; 4. Závěr</p> | | |
| Seznam doporučené literatury: | <p>NENADÁL, Jaroslav. Moderní management jakosti: principy, postupy, metody. Praha: Management Press, 2008. PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit. Praha: Grada, 2007. ČANÍK, Petr, Libuše ŘEZBOVÁ a Tomas van ZAVREL. Metody a nástroje podnikatelské etiky. Praha: Oeconomica, 2005. ŠRONĚK, Ivan. Etiketa a etika v podnikání. Praha: Management Press, 1995.</p> | | |
| Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce: | <u>Ing. Libor Cupal, MÚVS ČVUT v Praze, oddělení manažerských studií</u> | | |
| Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce: | | | |
| Datum zadání bakalářské práce: | <u>5. 12. 2017</u> | Termín odevzdání bakalářské práce: | <u>5. 5. 2018</u> |
| Platnost zadání bakalářské práce: | <u>31. 8. 2019</u> | | |
|  Podpis vedoucí(ho) práce |  Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry |  Podpis děkana(ky) | |

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

| | |
|--|--|
| <u>19-04-2018</u> Datum převzetí zadání |  Podpis studenta(ky) |
|--|--|

Pravcová, Karolína. *Podniková etika*. 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 přiloženém 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: 03. 05. 2018

Podpis:

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala svému vedoucímu této práce, panu Ing. Liborovi Cupalovi, za jeho neustálou podporu, cenné rady, určení směru a hlavně za čas, který mi věnoval. Dále bych chtěla poděkovat firmě BV elektronik s.r.o., která mi dovolila čerpat z jejich dat a poskytla informace pro vypracování této bakalářské práce. Poslední a velký dík patří mojí rodině a partnerovi, kteří mě během celého studia podporovali a věřili ve mě.

Abstrakt

Má bakalářská práce se zabývá etikou a etickým chováním firmy. Cílem mé práce je zanalyzovat a zhodnotit současný stav etiky ve firmě BV elektronik s.r.o. Svou práci jsem rozdělila na dvě části – teoretickou a praktickou. V teoretické části se zabývám základními pojmy, definicemi a přínosy etiky, jejími metodami a nástroji a také porušování norem etiky, je zde také samostatná kapitola o společenské odpovědnosti firem. V praktické části zhodnotím výsledky dotazníkového šetření a navrhnou podklad pro vytvoření etického kodexu přímo na firmu.

Klíčová slova

Etika, etické chování, etický kodex, etický a sociální audit, normy etiky, podnikatelská etika.

Abstract

My bachelor thesis deals with ethics and ethical behavior of company. The target is to analyze and evaluate the current state of ethical principles in company BV elektronik s.r.o. The thesis is divided into two parts – theoretical and practical. In the theoretical part I deal with the basic concepts, definitions and benefits of ethics, its methods and tools, as well as breaches of ethical standards, there is also a separate chapter on Corporate Social Responsibility. In the practical part I will evaluate the results of the questionnaire survey and I will propose the basis for creating a code of ethics directly on the company.

Key words

Ethics, ethical behavior, code of ethics, ethical and social audit, ethics standards, business ethics.

Obsah

| | |
|---|----|
| Úvod..... | 1 |
| TEORETICKÁ ČÁST | 2 |
| 1. Vymezení pojmů..... | 3 |
| 1.1 Etika | 3 |
| 1.2 Morálka | 3 |
| 2. Etika..... | 5 |
| 2.1 Definice etiky | 5 |
| 2.2 Základní složky etického myšlení..... | 6 |
| 2.3 Souvislosti mezi etikou a jinými společenskými vědami | 6 |
| 2.4 Cíl a význam etiky | 7 |
| 3. Podnikatelská etika | 8 |
| 3.1 Pojem podnikatelská etika..... | 8 |
| 3.2 Definice podnikatelské etiky..... | 9 |
| 3.3 Základní stupně podnikatelské etiky..... | 9 |
| 3.4 Principy podnikatelské etiky | 10 |
| 3.5 Aspekty ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí | 11 |
| 3.6 Přínosy etického jednání ve firmě..... | 13 |
| 4. Stručný vývoj etiky..... | 15 |
| 4.1 Historický vývoj podnikatelské etiky..... | 15 |
| 4.2 Vývoj podnikatelského prostředí v České republice..... | 16 |
| 5. Metody a nástroje podnikatelské etiky | 18 |
| 5.1 Etické vzory | 18 |
| 5.2 Etický a sociální audit | 19 |
| 5.3 Etický kodex..... | 20 |
| 5.3.1 Původ a význam etických kodexů | 20 |
| 5.3.2 Vytváření etických kodexů | 21 |

| | | |
|-------|--|-----------|
| 5.3.3 | Klady etických kodexů | 23 |
| 5.3.4 | Etický kodex podnikání | 23 |
| 6. | Porušování norem etiky | 26 |
| 6.1 | Únik důvěrných informací | 26 |
| 6.2 | Korupce | 26 |
| 6.3 | Nekalá konkurence | 27 |
| 7. | Společenská odpovědnost firem (CSR) | 28 |
| 7.1 | Oblasti CSR..... | 29 |
| | PRAKTICKÁ ČÁST | 31 |
| 8. | Vlastní práce | 32 |
| 8.1 | Cíl bakalářské práce a výzkumné otázky | 32 |
| 8.2 | Představení společnosti: | 32 |
| 8.2.1 | Organizační struktura..... | 33 |
| 8.2.2 | Vize společnosti..... | 34 |
| 8.2.3 | Historie společnosti..... | 34 |
| 8.3 | Metodický postup..... | 36 |
| 8.3.1 | Dotazník..... | 36 |
| 8.3.2 | Tvorba dotazníku | 36 |
| 8.4 | Výsledky dotazníkového šetření | 38 |
| 8.5 | Návrh | 52 |
| 8.5.1 | Etický kodex BV elektronik: | 52 |
| 8.5.2 | Prezentace kodexu | 54 |
| | Závěr | 55 |
| | Seznam použité literatury | 56 |
| | Seznam obrázků..... | 59 |
| | Seznam tabulek | 59 |
| | Seznam grafů | 59 |
| | Přílohy..... | 60 |

Úvod

Dříve jsme se s etikou setkávali jen zřídka a termín etika v podnikatelském prostředí víceméně neexistoval. Etice v podnikání nebyl přikládán žádný význam, a proto se začaly v ekonomické praxi stále častěji objevovat nevíтанé a nežádoucí postupy. Přelom nastal v druhé polovině minulého století, kdy se začala propagovat myšlenka uplatnění etiky v podnikání. Podnikatelská etika v následujících letech začala postupně nabývat na významu a dostala se do povědomí nejen odborné, ale i laické veřejnosti. V naší republice etika podnikání začíná objevovat až v 90. letech minulého, kdy se tento vědní obor objevil na několika vysokých školách a stal se předmětem mnoha specializovaných přednášek.

V dnešní době je etika v podnikání čím dál více diskutována a její důležitost neustále roste. Spousta firem se v rámci své podnikatelské strategie soustředí také na etiku v podnikání (včetně tzv. společenské odpovědnosti firem). Velký důraz je kladen na etické kodexy, které popisují hlavně jednání s klienty, s obchodními partnery a s jinými zainteresovanými jedinci. Tato bakalářská práce se soustředí zejména na etiku a korektnost podnikání společností v České republice.

V teoretické části je rozebrána literární rešerše, jež zahrnuje definování pojmů etika, etika v podnikání, morálka, hodnota, kodex a další související termíny. V rámci dalších kapitol bude stručně nastíněn historický vývoj etiky, popsány metody a nástroje etiky a definovány etické kodexy včetně jejich druhů. Pozornost bude rovněž věnována problematice porušování norem etiky v podnikání. Závěrem teoretické části bude popsána problematika společenské odpovědnosti firem.

Praktická část bude zaměřena na firmu BV elektronik s.r.o., kde pomocí dotazníkového šetření budu zjišťovat stav etiky ve firmě. Dotazník je zaměřen na nižší a vedoucí pozice. Na základě vyhodnocení získaných odpovědí chci navrhnout metody, které povedou ke zlepšení, a také vypracuji návrh na etický kodex, kterým by se mohla firma řídit.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Vymezení pojmů

1.1 Etika

Etikou se v nejobecnějším pojetí myslí nauka o morálce. Termín etika se dá přeložit jako mravověda nebo mravouka. Z této definice vyplývá, že pojem etika úzce souvisí s termínem morálka. Předmětem etiky je analyzování morálního chování jednotlivých lidí a celé společnosti. Mnohdy se v odborné literatuře uvádí, že etika je nadřazena morálce (Krymláková, 2009).

Pojem etika je odvozen od řeckého termínu „éthos“, což bylo nejdříve chápáno jako „tradiční místo pobytu“, tedy to místo, které člověk označoval jako svůj domov. Význam slova se postupně rozšiřoval, „místo pobytu“ bylo postupně nahrazeno „zvykem“, „obyčejem“, „tradicí“ a konečně „mravem“. Etika se tak začala spojovat s mravním chováním, které je řízeno tradicí, normami a zákony. Existuje také další pojetí etiky, a to koncepce podle Sokrata. Toto pojetí přináší další obsah termínu „éthos“ – jako náležité a vhodné již není označováno to, co bylo na daném místě a v dané době pokládáno za standardní; slovo označuje určitý optimální stav. Nicméně tento optimální stav je však limitován úrovní lidského poznání (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 10-12).

1.2 Morálka

Pojem morálka je odvozen od latinského termínu „mos“. Prvotní význam tohoto slova je snaha nebo vůle, zejména vůle zakořeněná v člověku, tedy nařízení, zákony, zvyky, mravy a obyčeje. Význam termínu „mos“ se podobně jako u pojmu „éthos“ postupem času modifikoval a dnešní době jej překládáme jako obyčej, ustanovení, vlastnost nebo také morální chování (Fernández, 2013, str. 30).

Mravní chování se dá definovat jako jednání, které v sobě nese odpovědnost, oprávněnost a nezávislost volby. Odpovědností se myslí vlastní uvědomění všech eventuálních důsledků našeho chování. Oprávněnost znamená volbu takového jednání, ke kterému má jedinec v danou chvíli nejlepší důvody (Fernández, 2013, str. 31).

Mnohdy jsou termíny morálka a etika brány jako rovnocenné. Nicméně je důležité tyto termíny oddělovat a porozumět jejich vzájemnému vztahu. Morálkou se myslí stav, který „existuje“ (skutečný stav). Na rozdíl od toho etika popisuje stav, který by „měl nastat“ (žádoucí stav). Morálka představuje reálný projev jedince či skupiny v oblasti morálních úsudků, pravidel

a vzorců jednání. Etikou se rozumí proces usilující o identifikaci správného a náležitého projevu jedince nebo společnosti (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 10-11).

Čaník hodnotí termíny etika a morálka analogicky jako termíny ekonomie a ekonomika. Ekonomie představuje vědní disciplínu, která analyzuje ekonomiku jako svou oblast výzkumu. Etika představuje vědní disciplínu, která zkoumá oblast morálky.

2. Etika

2.1 Definice etiky

V odborné literatuře se můžeme setkat s velkým množstvím nejrůznějších definic etiky; přičemž každá z definic je pojata z jiného úhlu pohledu. Jiří Vaněk (2010) ve své publikaci označuje etiku jako vědní disciplínu, která usiluje o hledání a nalezení náležitého a vhodného jednání; popisuje, co máme dělat na základě vlastního racionálního vhledu a tedy ve shodě se svým myšlením a přesvědčením. Etiku chápe jako disciplínu pojednávající o lidských úmyslech, počinech a vztazích z hlediska jejich pozitivních nebo negativních následků pro člověka coby jedinečnou osobnost, pro společnost coby komplex a pro veškerou realitu, s níž je jedinec v kontaktu.

Jiné definice chápou etiku jako nauku o mravnosti, o původu a podstatě mravního vědomí a jednání (Kraus, 2005, str. 218).

Další odborníci definují etiku jako vědní obor, který hledá to nejlepší možné jednání ve shodě s myšlením. Jsou zde patrné určité klíčové termíny. Klíčový pojem je zde samozřejmě „etika“. Podstatné slovní spojení je „hledá“, jelikož není možno jednoznačně říci, že by etika pokaždé a pro ve všech situacích skutečně našla jednání, které by bylo bezesporu tím nejlepším. Dalšími zásadními spojeními jsou „to nejlepší možné“ „v souladu s myšlením“. Správné a vhodné jednání nemůže být vždy jednoznačně určeno. Správnost jednání je totiž posuzováno vždy v konkrétní situaci a s přihlédnutím k nejrůznějším okolnostem. A konečně posouzení toho, zda je jednání ve shodě s naším myšlením, je určováno našimi hodnotami, postojem a také úrovní našeho poznání (Zadrazilová, 2010, str. 96 a 143).

Etika se pojí s veškerým lidským jednáním a počínáním. V této definici je velký význam přikládán hlavně na vztahy mezi lidmi a vztah jedince ke společnosti. Zdůrazněny jsou důsledky našeho počínání, které ovlivňují jedince a také celou společnost. Etika představuje nauku o morálce a o morálním chování lidí. Etika a morálka jsou termíny, které spolu úzce souvisejí, viz předchozí kapitola (Dytrt, 2006, str. 55-56).

2.2 Základní složky etického myšlení

V rámci etiky rozlišujeme tyto čtyři složky etického myšlení:

Deskriptivní etika

Deskriptivní etika jasně stanovuje současný stav, který nastal. Daná situace se ve výsledku neposuzuje jako pozitivní nebo negativní či vhodná nebo nevhodná. Deskriptivní etika tedy pouze charakterizuje danou situaci a nedochází k hodnocení.

Normativní etika

Normativní etika již formuluje závěry a posuzovanou situaci (popř. jednání) hodnotí jako vhodnou či nevhodnou, pozitivní či negativní. Účelem normativní etiky je stanovit normy, které jsou pokládány za správné nebo nesprávné. Hledá se tedy stav, který by měl nastat.

Metaetika

Metaetika se zaměřuje na jazykový rozbor zásadních morálních pojmů a také formálně-racionální korektností nebo nesrovnalostí etických hodnocení.

Aplikovaná etika

Aplikovaná etika představuje zásadní oblast, neboť téměř v každé disciplíně či profesi můžeme identifikovat určité záležitosti týkající se etiky. Jde například o firemní etiku, podnikatelskou etiku, medicínskou etiku, etiku životního prostředí aj. (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 13-16).

2.3 Souvislosti mezi etikou a jinými společenskými vědami

Vedle etiky poznáme ještě další společenské vědy, které popisují morálku jedince nebo celé společnosti. Jedná se např. o antropologii (nauka o člověku), sociologii (nauka o společnosti) a psychologii (nauka o duši a lidském chování). V porovnání s etikou se tyto společenskovední disciplíny orientují zejména na charakteristiku (popis) morálky. U etiky je podstatné zdůraznit její normativní povahu. Objevují se zde mnohdy pojmy jako „dobré“ a „špatné“. Etika se tedy nesoustřeďuje pouze na popis morálky, ale snaží se rozpoznat dobré od špatného a vhodné od nevhodného (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 14-17).

2.4 Cíl a význam etiky

Cílem etiky je jednak zkoumání povahy, příčin, následků a podob morálky, ale také stanovení nejvhodnějšího a neoptimálnějšího chování. Etika však nevytváří konkrétní a předem vyhotovený návod. Jedná se spíše o úsilí prezentovat cestu k nalezení zmíněného optimálního chování. Cíle etiky poukazují na význam etiky coby vědního oboru. Čaník ve spojitosti s touto problematikou také tvrdí, že etika nestanovuje ani nijak neurčuje „to“, co by měl člověk dělat, ale definuje způsob, jakým bychom „toho“ mohli dosáhnout.

Etika si stejně jako jiné vědní obory prošla určitou evolucí. Postupně se rozrůstala do všech různých specifických oblastí, přičemž se vyčlenila z obecné filozofie. Transformace etických otázek do ekonomické praxe směřovalo k dalšímu formování etiky, konkrétně tedy do podnikatelské sféry (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 15).

3. Podnikatelská etika

3.1 Pojem podnikatelská etika

Základem sousloví podnikatelská etika je anglický vyjádření „business ethics“, v českém překladu toto sousloví můžeme přeložit jako „etika v ekonomice“, etika v podnikání“, „etiketa byznysu“ nebo „podnikatelská etika“ (Putnová, Seknička, 2007, str. 12-15).

Podnikatelská etika představuje jednu z mnoha aplikovaných etik. Na stejné úrovni stojí například lékařská etika, právní etika nebo etika životního prostředí (tady však jde o oblasti, kde působí jedinci se specializovaným vzděláním). Ivan Šroněk se odkazuje na definici akademika R. C. Solomona, jenž popisuje rozdíl mezi etikou specialistů a etikou v byznysu – v porovnání např. s medicínskou nebo právní etikou se etika v podnikání zaměřuje spíše na oblast lidského jednání, jehož aktéři zpravidla nemají status profesionálů či specialistů a jehož motivy bývají považovány za méně ušlechtilé nebo odborné (Šroněk, 1995, str. 174-175).

Existují různé názory na to, zda je možné etiku sloučit s podnikáním. Doposud se můžeme setkat se stanoviskem, že každý byznys je nemorální a neetický a že etika má pramálo společného s ekonomikou. Naopak mnozí úspěšní podnikatelé a jedinci zastávající vysoké posty v úspěšných firmách tvrdí, že se vždy vyplatí chovat se v souladu s etikou. Podnikatelské aktivity s sebou přináší rozhodování o ekonomických a technických postupech a takřka všechna podobná podnikatelská rozhodování v sobě zahrnují etické aspekty (Šroněk, 1995, str. 174-175).

Mnohdy bývá podnikatelská etika zaměňována s ustanoveními či předpisy. Etika má sice s právem hodně společného, ale jsou zde patrné značné rozdíly. Právo definuje to, co tvůrce zákonů pokládá v dané době a v dané situaci za vhodné nebo nevhodné, a v rámci dané země formuje určitý soubor pravidel, který platí bez výjimky pro všechny. Právně popisuje výhradně ty požadavky, u nichž je nutné, aby se jejich dodržováním zajistila autorita dané země – pokud dojde k porušení těchto pravidel, uplatňuje stát sankce. Jelikož je právo ve své podstatě univerzální, nelze pamatovat na všechny situace, které se v běžném životě mohou vyskytnout. Zákony jsou tedy považovány za pouhé minimum. Někdy se objevují nesprávné představy o tom, že společnost jedná morálně, pokud je její počínání v souladu se zákonem. Zákon však neurčuje (a ani určovat nemůže), co je a není etické (Šroněk, 1995, str. 176).

3.2 Definice podnikatelské etiky

Etika v podnikání je zaměřena na oblast podnikání a přejímá etické principy do podnikatelské praxe za užití nejrůznějších metod, jako jsou např. etické zásady, etické kodexy, etické audity, etické tréninky aj. V rámci podnikatelské etiky je důraz kladen obzvláště na bezpečnost a jakost produktu, vztahy s dodavateli, vztahy se spotřebiteli, slušnost a respektování zákonů, uzavírání zaměstnaneckých dohod a smluv, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, získávání informací a zakázek, nakládání s citlivými údaji, ochrana životního prostředí apod. (Putnová, Seknička, 2007, str. 14-15).

V odborné literatuře se můžeme setkat s mnoha různými definicemi podnikatelské etiky:

- Podnikatelská etika aplikuje představy veřejnosti o tom, co je žádoucí, správné a vhodné v oblasti podnikání (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 33).
- Základním cílem etiky v podnikání je nalezení stability mezi ekonomickými zisky a společenskými následky. Úkolem podnikatelské etiky je odpovědět na otázky, zdali jsou dané podnikatelské praktiky přijatelné, jestli jsou vhodné, přípustné a správné (Šroněk, 1995, str. 176-177).
- Etika v podnikání využívá aspektů etiky konkrétně pro nejrůznější situace a činnosti v rámci společnosti a snaží se objasnit takové morální problémy, k nimž v podnikání běžně dochází. (Šroněk, 1995, str. 174-175).

3.3 Základní stupně podnikatelské etiky

Etika se v podnikání objevuje ve 3 primárních stupních:

- mikrostupeň - představuje vztahy mezi dvěma jedinci, např. vztahy mezi pracovníky, vedoucími úseků, zákazníky, dodavateli aj.
- mezostupeň (neboli subsystém) - představuje ekonomické celky s vlastním záměrem, např. společnosti, odbory, svazy aj.
- makrostupeň – souvisí s celým ekonomickým systémem a celou oblastí byznysu, např. mezinárodní vztahy, hospodářská politika aj. (Dytrt, 2006, str. 14-16).

Etika v podnikání se dá také rozčlenit podle určitých etických problémů, které se objevují v nejrůznějších oblastech, tedy na etiku hospodářskou, firemní etiku či podnikatelskou. Hospodářská etika (makrostupeň) usiluje o definování náležitého hospodářského a společenského systému. Jde například o problematiku opodstatnění a kritiku tržního systému na rozdíl od centrálně plánovaného hospodářství. Podniková etika (mezostupeň) se zaměřuje na chování podnikatelských subjektů (společností či sdružení). Podnikatelská etika (mikrostupeň) je v mnohých aspektech podobná podnikové etice se zaměřením spíše na jednotlivce.

Vedle hospodářské, podnikové a podnikatelské etiky se v poslední době formovala rovněž další speciální typ etiky v ekonomice, a to etika manažerská. Bláha a Dytrt (2003, str. 38) tvrdí, že i přes to, že zmiňujeme etickou činnost všech zaměstnanců, úspěšnost celého úsilí závisí zejména na manažerech, kteří svým podřízeným dávají příklad a de facto definují celkový rozsah a etická kritéria. Za manažerskou etiku se pak považuje takové úsilí zaměstnanců, které odráží zásady etiky do všech úrovní rozhodování a řídicí práce.

3.4 Principy podnikatelské etiky

Mezi nejdůležitější principy podnikatelské etiky se řadí poctivost a spravedlnost. Oba principy nacházejí uplatnění během uzavírání smluv, kdy by každá z jednajících stran měla dodržet všechny sliby a závazky, které si odsouhlasili.

Poctivost je úzce provázána s pravdomluvností. V byznyse však než o naprosté pravdě hovoříme spíše poloviční či neúplné pravdě. V určitých situacích (např. během obchodního jednání) není žádoucí poskytovat naprostou pravdu, ať už z důvodu zamezení úniku firemních informací nebo zabránění vzniku negativních důsledků). V rámci dlouhodobého obchodního vztahu však za žádnou cenu nelze lhát - a vždy je žádoucí budovat vzájemnou důvěru (Nenadál, 2012, str. 51 a 587).

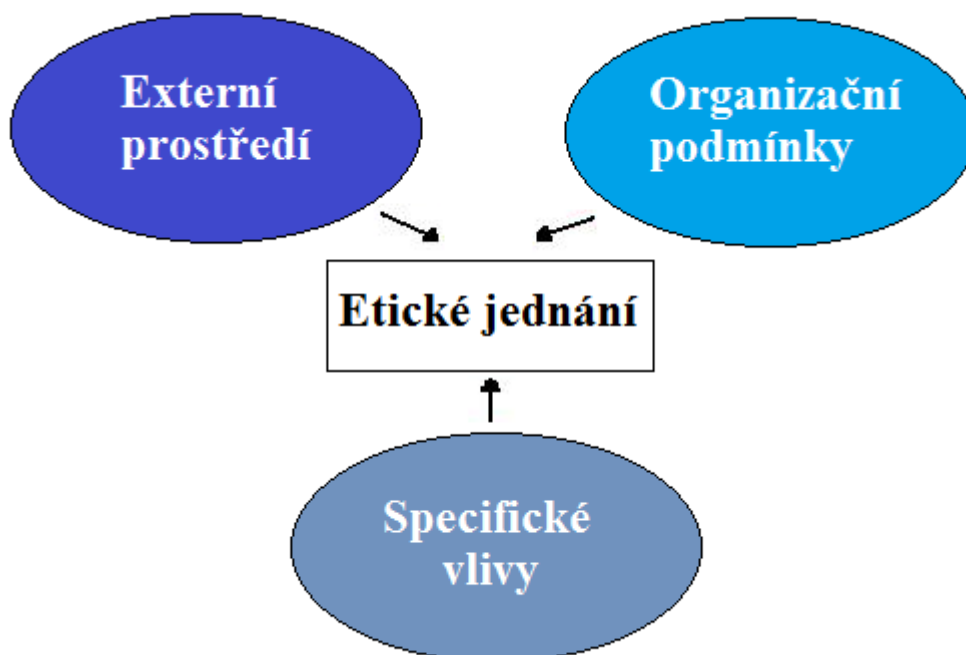
Spravedlnost se potom odvíjí od principu stejného zacházení. NE všem subjektům se však spravedlivého zacházení dostává – děje se tak zpravidla pouze v případech, že jsou dané postupy nebo principy zakořeněny v určitých ustanoveních nebo předpisech, v jejichž rámci je pak závazné podle nich postupovat (Nenadál, 2012, str. 51 a 587).

Vedle spravedlnosti a poctivosti se v byznysi nacházejí další obecné principy:

- dobrovolnost dodržování pravidel – pravidla nejsou násilím vynucována,
- zachování důvěrnosti – nevynášení citlivých informací ven z podniku,
- zamezení střetu zájmu – soukromé zájmy jedince nesmí být v neshodě se zájmem celé společnosti,
- profesionalita a pečlivost,
- jednání v dobré víře – svědomité dodržování slibů, plnění závazků, vyhýbání se nekalým obchodním praktikám (Tetřevová, 2017, str. 49-58).

3.5 Aspekty ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí

Etické jednání je ovlivněno třemi hlavními aspekty, a to externími podmínkami, interními (organizačními) podmínkami a specifickými vlivy. Toto rozdělení je znázorněno na následujícím obrázku:



Obrázek 1: Aspekty ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí
Zdroj: Bláha, Dytrt, 2003, str. 61

Do **externího prostředí** řadíme:

- životní prostředí,
- veřejnost,
- politicko-správní okolí podniku (státní správa, finanční úřady aj.),
- právní okolí podniku (legislativa, soudy),
- kulturní a výchovné prostředí (kulturní organizace, školy),
- média (televize, tisk, internet),
- podnikatelské okolí podniku (zákazníci, dodavatelé, konkurence).

Do **organizačních podmínek** spadá:

- organizační struktura,
- organizační předpisy a nařízení,
- organizační kultura,
- systém odměn a trestů,
- etické kodexy,
- úroveň manažerů ve firmě.

Mezi **specifické vlivy** patří:

- hodnoty a postoje člověka,
- přítomnost kontroly (zaměstnanci s vyšší mírou kontroly jsou vnímavější vůči následkům svého počínání),
- machiavelismus (posuzujeme situaci spíše logicky než emocionálně),
- úroveň morálního vývoje (jaké jednání považuje člověk za správné),
- svědomí,
- interní přesvědčení o obsahu etického jednání. (Bláha, Dytrt, 2003, str. 60-63).

3.6 Přínosy etického jednání ve firmě

Etické jednání společností přináší prospěch nejenom podnikům samotným, ale rovněž celé společnosti. Dodržování zásad etického jednání zajistí kvalitní podnikatelské prostředí operující na etických principech, prosperující společnosti, spokojení pracovníci a v neposlední řadě také kvalitní životní prostředí.

Etická pravidla jednání jsou ve společnosti velmi silně zakořeněna. V současné době (a zejména v podnikání) platí, že východiskem úspěšného byznysu je předpoklad plnění sjednaných podmínek. Pokud by výše uvedené neplatilo a podnikatelé by podle stanovených podmínek nejednali, došlo by ke ztrátě samotného smyslu podnikání (nemohli bychom ani plánovat do budoucna). Systém právních norem a nařízení samozřejmě určité principy a zásady upravuje, nicméně při absenci elementárních předpokladů poctivého podnikání lze jen obtížně spoléhat výhradně na právní systém.

Jaké jsou tedy konkrétní benefity pro korektně a eticky jednající společnost? Na tuto otázku se objevují dva pohledy. Spousta českých manažerů má za to, že etické jednání firmy směřuje k neuspokojivějšímu tržnímu postavení a oslabení konkurenceschopnosti společnosti. Jiní manažeři se zase domnívají, že je vždy přínosné jednat podle etických pravidel, a to hlavně z důvodu zachování dlouhodobých, hodnotných a korektních podnikatelských vztahů. Je prokázáno, že firmy, které jednají podle etických pravidel, zaznamenávají v delším časovém horizontu lepších výsledků (Krymláková, 2009).

Petr Čaník (2005) rozčleňuje benefity etického jednání firem do dvou základních kategorií:

- a) benefit etického jednání v rámci samotné firmy (mikro a mezostupeň),*
- b) benefit etického jednání v rámci celého systému (makrostupeň).*

Důvodem tohoto rozčlenění je fakt, že v každé kategorii jsou patrné rozdílné dopady na zkoumaný objekt. Zatímco benefit etického jednání na makrostupni je vždy žádoucí, u firmy tomu tak vždy být nemusí (i když díky etickému přístupu si může firma vytvořit konkurenční výhodu).

a) benefity etického jednání na makroúrovni:

- zamezování korupce, zefektivňování celého hospodářství,
- zesílení důvěry ve firmu může zapříčinit snížení transakčních nákladů systému,
- lepší produktivita práce zapříčiní lepší konkurenceschopnost,
- zlepšení podnikatelského prostředí může zapříčinit příliv zahraničního kapitálu,
- zlepšení životního a společenského prostředí,
- zabránění hospodářské kriminalitě, což v důsledku znamená zvýšení úspor (například v rámci soudního systému) a nezatěžování aparátu státních institucí.

b) benefity etického jednání na mikro a mezostupni:

- zlepšení firemní pověsti,
- prevence před nezákonným jednáním a eventuálními sankcemi,
- lepší konkurenceschopnost,
- navýšení příjmů a zisku,
- růst a rozvoj firmy,
- proniknutí na nové trhy, příliv zahraničního kapitálu aj. (Kašparová, 2013, str. 17, 121-122).

4. Stručný vývoj etiky

4.1 Historický vývoj podnikatelské etiky

Již ve starověku se řecký filosof Aristotelés zabýval souvislostmi mezi etikou a ekonomickou aktivitou. Teprve ve druhé polovině minulého století však vzniká podnikatelská etika coby samostatný vědní obor. Podstatnými impulsy pro vznik této vědní disciplíny byly nejrůznější aféry a skandály (neuspokojivá ochrana spotřebitele, nepoctivé praktiky a „machinace“, znečišťování životního prostředí, daňové úniky, úniky informací apod.). Na veřejnosti se začaly objevovat požadavky na větší vliv morálky v byznyse.

Historické milníky ve vývoji podnikatelské etiky

- Současná podoba podnikatelské etiky coby vědní disciplíny se začala formovat v 60. letech minulého století ve Spojených státech amerických, kdy se nahromadilo již tolik morálních problémů, které výrazně ovlivňovaly společenský život a celkovou ekonomiku.
- Podnikatelská etika v následujícím desetiletí byla doménou spíše filosofů.
- V podnikatelské etice šlo především o promítnutí etických zásad do veškerých firemních aktivit, samotný zrod podnikatelské etiky byl v 1974, kdy se uskutečnila vůbec první konference s tímto tématem v americkém Kansasu.
- V roce 1979 bylo založeno přední světového pracoviště – Centrum podnikové etiky (Center for Business Ethics) na univerzitě v Bentley.
- V 80. letech minulého století se podnikatelská etika rozvíjela prostřednictvím mezidisciplinárního směru zabývající se vztahem etiky a ekonomie. Zdůrazňován byl především volný trh.
- V 90. a 20. letech minulého století byla podnikatelská etika naléhavým tématem v Evropě i ve světě, a to zejména kvůli ekonomizaci společnosti, dynamického technického rozvoje a globalizace hospodářského rozvoje. V této době panovalo všeobecné zklamání s podnikatelskou etikou (zaznamenány mnohé účetní podvody v amerických i evropských společnostech). Byla potřeba identifikovat nové mechanismy, jejichž cílem bylo zamezit selhání odpovědných jedinců.

- Ve stejné době se zvyšovala obezřetnost během obchodování s cennými papíry. Podnikatelská etika získala status uznávané vědní disciplíny.
- Mezník: rok 1989 – podnikatelská expanze. Prostor pro rychlé získávání peněz za jakoukoliv cenu a podmíněk. Nastolena otázka, jak by se měl patřičně chovat a jaké by měl mít vlastnosti nový podnikatel a manažer v tržních podmínkách (Putnová, Seknička, 2007, str. 17-22).

4.2 Vývoj podnikatelského prostředí v České republice

Podnikatelské prostředí je v naší republice z velké části ovlivněno historií minulého režimu. Během přeměny české ekonomiky bylo nutno řešit nenadálé a nové problémy, které se v předchozím režimu neobjevovaly. Pád socialismu zapříčinil nejenom ekonomickou transformaci, ale také krach dlouhodobých idejí a myšlenkových proudů. Před Sametovou revolucí se objevovaly jenom dva ideologické směry – podporovatelé a odpůrci režimu (nehledě na to, že mezi lidmi vládla zásada, že kdo nekrade, okrádá vlastní rodinu). Domnívám se, že toto heslo dostatečně vystihuje ideologický postoj většiny obyvatel tehdejší republiky. Demokratická společnost nicméně prosazovala potřebu změnit tyto zažitě morální hodnoty, přičemž se analogicky muselo změnit chování a uvažování lidí. Liberalizace národního hospodářství přinášela celou škálu nečekaných možností. Nejdříve společnost akceptovala nový režim s nadšením a lidé byli ochotni obětovat vlastní užitek na úkor změny. Důležitou roli zde hrála také privatizace a formující se investiční fondy, které byly zatím nepoznanými regulátory trhu a etických principů (Petříček, 2006).

Metoda privatizace prostřednictvím tzv. kupónů je i dnes hojně probírané a názorově nejednoznačně přijímané téma. Zásadní vliv během privatizace měly investiční fondy, které ve světě díky působení široké veřejnosti snižují či dokonce odstraňují podnikatelská rizika. V naší republice nebyly investiční fondy aplikovány příliš efektivně (původní počet přibližně tří set byl redukován na dnešních pár desítek). Žádná z forem privatizace se však neobejde bez určitých dopadů, ať už společenských, ekonomických či politických a etických. Důsledkem privatizace se tak i v našem prostředí zvýšila nezaměstnanost (zejména v těžkém průmyslu) a zvýšila se nerovnost v rozdělení bohatství. Mnoho firem změnilo vlastníka; především to byli jedinci, kteří čerpali prospěch z mocenského postavení v předešlém režimu. Tato skutečnost se také projevila ve změně v morálním postoji obyvatelstva vůči reformám (iDNES.cz, 2018, [online]).

Podnikatelské prostředí je ovlivňováno lidmi – dalo by se říci, že člověk je strůjcem, „ovlivňovatelem“ i ničivým elementem ekonomických procesů v rámci tržní ekonomiky. Jednotlivci i celé pracovní skupiny tak musí být připraveni sjednotit teoretické a praktické otázky s mravním podvědomím, které se v podnicích začíná objevovat teprve v poslední době. Poslání a smysl etického přístupu k rozhodování a vedení ve velké míře ovlivňuje stát coby rozhodovací a usměrňující autorita (Petříček, 2005).

V naší republice se začíná etika v podnikání přednášet na některých vysokých školách od konce minulého století. V roce 1993 bylo vytvořeno pracoviště v Národohospodářském ústavu Akademie věd a o rok později byla založena Společnost pro etiku v ekonomice. V českém prostředí jsou všeobecné postoje k úrovni podnikání odlišné. Výzkumná studie, provedená v roce 2005 firmou GfK Praha prostřednictvím neziskové organizace Transparency International ČR, ukázala, že vrcholový management spíše zastává názor, že české prostředí není pro podnikání příliš příznivé. Pokud však srovnáme dnešní situaci s dřívější dobou, má řada manažerů opačný názor. Studie tvrdí, že v České republice panuje nepříznivé prostředí v souvislosti s etickým podnikáním. Domnívám se, že podnikat podle etických principů sice možné je, nicméně to nebude příliš jednoduché. Úplatkářství, korupce a nedostatečná a neuspořádaná legislativa se projevuje na celkové kultuře společnosti, kde je neetické jednání ve velkém připsáváno zejména státnímu sektoru. Konkrétní problémy a dopady nerespektování etických principů a zásad budou popsány v dalších kapitolách (Dalibor Dostál, *BusinessInfo.cz*, 2018, [online]).

5. Metody a nástroje podnikatelské etiky

5.1 Etické vzory

Etické vzory představují jeden z nástrojů etického chování ve společnosti. Významnou roli zde hraje selekce správné osobnosti, která může být jednak historickou postavou a jednak současnou osobností. Vybraný etický vzor by měl každopádně prezentovat určitý model jednání a chování, který společnost akceptuje a kterého si nejvíce cení. Mnohdy jde např. o charakteristiky jako čestnost, spravedlnost, blahobyt nebo uvědomělost.

„*Náš zákazník - náš pán*“.

-Tomáš Baťa

Typickým příkladem etických vzorů z minulosti co se podnikání v naší zemi týče, můžeme jmenovat např. osobnost Tomáše Bati. Tomáš Baťa reprezentuje úspěšného byznymena, který v rámci své činnosti prezentoval to, co sám celý život prohlašoval, tedy to, že jeho práce se vyznačuje jediným účelem, a to sloužit životu. Tomáš Baťa je rovněž zářným příkladem toho, že i z početné a velmi chudé rodiny ševce se jednotlivec může prosadit ve světě podnikání. Sice to z počátku tento podnikatel neměl jednoduché, nicméně především díky heslu *sloužit lidem* a jeho čestnosti a smyslu pro spravedlnost se mu podařilo vybudovat nejenom v našich zemích, ale také v zahraničí velice úspěšné podnikání. Díky svým četným cestám do Ameriky měl možnost vyzkoušet si práci obyčejného dělníka a seznámit se také s tehdy průlomovou pásovou výrobou amerického průkopníka na poli produkce automobilů Henryho Forda. Nabyté vědomosti a zkušenosti poté úspěšně zúročil ve své zemi. Příznačným pro Tomáše Baťu byl jeho zájem o řadové pracovníky – častokrát jim zajistil bydlení, staral se o jejich potřeby, co se vzdělání týče a ztotožnil je s podnikovou kulturou. Tím se mu podařilo vhodně usměrňovat pracovní návyky mnohých zaměstnanců, kterým svým pracovním nasazením, smyslem pro spravedlnost a pečlivostí sám šel příkladem (Putnová, Seknička, 2007, str. 81).

V dnešní době bývají etické vzory mnohdy spojovány s manažerskými a vůdčími pozicemi. Vedoucí pracovníci a manažeři jsou ve firmě „všem na očích“, z tohoto důvodu se od nich očekává takové jednání a chování, které splňuje aspekty etických principů. Pokud se tyto vůdčí osobnosti nechovají eticky, nemohou potom očekávat etické jednání ani od svých pracovníků (Putnová, Seknička, 2007, str. 100).

5.2 Etický a sociální audit

Etický a sociální audit představuje poměrně aktuální a souhrnný nástroj etického řízení. Etický a sociální audit řadíme do skupiny tzv. nepeněžních auditů, kam spadají rovněž audity personální, audity marketingové, audity životního prostředí apod. Sociální audit představuje běžnější a týká se rozboru elementárních firemních sfér:

- zaměstnanecká politika
- hospodářský rozvoj společnosti
- politika životního prostředí
- humánnost a dobročinnost (Putnová, Seknička, 2007, str. 100).

Vzhledem k těmto čtyřem sférám je možné popsat úplné společenské prostředí firmy, od pracovníků až po jednotlivé zainteresované subjekty.

Etický audit tvoří zpravidla jednu ze složek auditu sociálního a snaží se přijít na to, jakým způsobem bylo firemních výsledků dosaženo. Zaměřuje se hlavně na soustavné hodnocení etického programu e firmě. Audit také analyzuje etické normy a aplikované firemní etické nástroje (např. etický kodex nebo vnitropodniková nařízení).

Sociální a etický audit monitoruje např. tyto cíle:

- kontrolu řízení,
- transparentnost pro všechny zainteresované subjekty
- rozbor společenského klimatu firmy (Putnová, Seknička, 2007, str. 100).

Významné přednosti etického a sociálního auditu pro společnost spočívají v tom, že audit sleduje uskutečňování podnikové strategie a mravní neshody ve firmě. Výzkumy ukazují, že díky sociálnímu auditu se zlepšuje motivace pracovníků a rovněž dochází k zdokonalení mezilidských vztahů ve firmě.

Audit je možno uskutečňovat vnitřně, kdy společnost pověřuje kompetentní pracovníky k uskutečnění tohoto auditu. Přednost interního auditu spočívá v zevrubné znalosti systémů ve firmě a díky tomu je možno provádět rozbor těch témat, která si společnost nepřeje odhalit na veřejnosti. Zápolem vnitřního auditu je riziko tzv. firemní slepoty, která zapříčiňuje absenci nestrannosti a nadhledu.

Druhým typem je audit vnější, který je uskutečňován prostřednictvím specializované auditorské agentury. Etický a sociální audit není ustanoven v žádném legislativním nařízení, kvůli čemuž se zpravidla zahrnuje do personálního nebo jiného pravidelného auditu společnosti. Audit je vhodné uskutečňovat jedenkrát za dva roky, aby měla společnost čas k zavedení nápravných akcí.

5.3 Etický kodex

Etický kodex představuje systematicky zpracovaný souhrn obecných, ale i konkrétních norem a ustanovení. Tento dokument definuje vztahy mezi členy určité komunity, např. mezi zaměstnanci určité firmy. Etický kodex může být závazný a povinný, který pracovník určité společnosti dostal k pracovní smlouvě k podepsání a pokud by jej porušil, mohla by s ním firma pracovní vztah rozvázat. Druhým typem je etický kodex nepovinný a nezávazný a jeho dodržování je sice vyžadováno, nicméně porušení nebývá sankcionováno. Etické kodexy a podobné dokumenty slouží ke zkvalitnění firemního prostředí a kultury (Wikipedie, 2018, [online]).

5.3.1 Původ a význam etických kodexů

Etické kodexy nepředstavují problematiku pouze současné doby. Za úplně první etický kodex v historii je považována tzv. Hippokratova přísaha, jejíž vznik se datuje přibližně 400 let př. n. l. Hippokratova přísaha popisuje etické jednání a chování lékařů.

V průběhu lidských dějin se pak formovaly další etické kodexy. Mezi ty nejznámější řadíme např. kodexy morálního jednání mistrů a učňů (tovaryšů), etické kodexy mnichů, etické kodexy studentů a pedagogů škol ve středověku apod. V historii naší republiky můžeme zmínit např. etický kodex mravních zásad komunistického budovatele neboli jakýsi manuál pro formování komunistické společnosti. Etické kodexy se bez přestání rozvíjely a nacházely rozsáhlejšího uplatnění. V současné době existují kodexy v rámci všech oblastí společenského života (Seknička, Putnová, 2016, str. 146).

Etický kodex představuje hlavní nástroj podnikatelské etiky. Etický kodex představuje dokument, který obsahuje základní principy etického chování a je platný pro konkrétní obor činnosti nebo pro určitou společnost. Etický kodex je ztvárněním uznaných a akceptovaných vzorů chování společnosti i jednotlivých jejích subjektů – a dává jim

zřetelný manuál, jak se chovat a jednat v konkrétních situacích (Zadražilová, 2010, str. 126).

Etické kodexy se člení do dvou hlavních skupin:

- kodexy konkrétních firem (podnikové kodexy) – kodex dané firmy nebo organizace,
- zaměstnanecké (profesní) etické kodexy - kodexy nejrůznějších sdružení a asociací.

Etický kodex firmy neboli tzv. *Code of business ethics*, popisuje dodržování etických zásad uvnitř organizace. Tento kodex zdůrazňuje zásady, jak by se mělo postupovat, jak se měli zaměstnanci chovat a jak jednat. Etický kodex se jasně odlišuje od pracovních ustanovení, které přímo nařizují, co musí být a co se musí dodržet (Bláha, Dytrt, 2003, str. 42-44).

Etické kodexy jsou často považovány za zbytečné, jejich odpůrci tvrdí, že obsahují pouze prázdné fráze. Některé společnosti berou etický kodex jenom jako nenákladný způsob upevnování vztahů s veřejností (kladné PR). Pokud ale firma považuje etický kodex jako významný nástroj implementace etického chování a jednání do firemní praxe, potom je jeho existence nezbytná. Implementace takového kodexu však musí být uskutečněno velmi pečlivě. Existuje totiž riziko, že etický kodex nebude zaměstnanci firmy akceptován jako skutečná pracovní pomůcka či návod, jak vystupovat eticky, ale spíše jej považují za další nepotřebný list papíru (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 25-27).

Zaměstnanecké etické kodexy zahrnují mravní požadavky konkrétních povolání. Slouží nejenom k upevnování vzájemných vztahů jedinců v rámci zaměstnaneckých kolektivů, ale také k ovlivňování chování pracovníků jednotlivých povolání vzhledem k dalším subjektům. Mezi přední kodexy řadíme například kodex lékařský, pedagogický či manažerský. Dodržování zaměstnaneckých kodexů není povinné, avšak ve vyspělých státech je obvyklé, že ten, kdo se etickým kodexem neřídí, bývá vyčleněn ze společnosti (Bláha, Dytrt, 2003, str. 43-45).

5.3.2 Vytváření etických kodexů

V etickém kodexu formuje společensky odpovědný subjekt principy etického chování a jednání ke státu, chování a jednání v rámci vztahů na celospolečenském stupni,

vztahů k investorům, obchodním partnerům, odběratelům, ale také povinnosti vůči pracovníkům. Příkladem může být omezování diskriminace, bezpečné pracovní podmínky, sdílení informací, patřičné platové ohodnocení apod. (Zadrazilová, 2010, str. 127-129).

Během vytváření etického kodexu jsou používána dvě základní pojetí:

- severský (skandinávský) model – formování etického kodexu s aktivní participací všech pracovníků,
- americký model – etický kodex je formován vrcholovým managementem nebo majiteli firmy.

V obou případech je během formování kodexu nutná značná profesionalita. Vyjádření etického kodexu musí být jasné, jednoznačné a uspořádané. Rovněž by se nemělo zapomínat ani na adekvátní grafickou prezentaci.

V naší republice se uplatňuje především severský model. Účast pracovníků na vytváření etického kodexu je prospěšná zejména z toho důvodu, že pokud je firma do procesu tvorby etického kodexu zapojí, je pro ně poté snadnější přijmout daný kodex za svůj. Mnohdy se formulace etického kodexu propojuje s tzv. etickými tréninky – kdy probíhá simulace určitých problémových situací a pracovníci tak mají možnost si vyzkoušet řešení konkrétních konfliktních nebo sporných situací. Pomocí těchto tréninků se tak pracovníci učí používat etické principy v praxi (Zadrazilová, 2010, str. 131-132).

Náměty na formulování etického kodexu může firma čerpat například:

- ze současného kodexu (pokud je již určitý koncept formulován),
- z komunikace s investory, odběrateli, dodavateli a s jinými subjekty,
- z interních firemních materiálů (organizační struktura a řád, personální principy apod.),
- ze seminářů a workshopů s manažery a pracovníky,
- při analýze etických kodexů konkurenčních (především těch úspěšných) společností.

5.3.3 Klady etických kodexů

Etické kodexy jsou přínosné hlavně proto, že jedinci, pro které byly kodexy formulovány, si jsou vědomi toho, co se od nich očekává. Kodexy tak udělují určitý manuál chování a jednání a určují jednotlivé předpisy pro dané aktivity. Spousta kodexů také stanovuje všeobecné principy a hodnoty, se kterými se jednotlivé osoby a subjekty mohou ztotožnit (Šroněk, 1995, str. 162-165).

Mezi nejvýznamnější benefity etických kodexů ve firmách patří:

- odstranění nežádoucích praktik, které zapříčiňují snižování náklonnosti a přízně zákazníků, akcionářů nebo pracovníků a které vedou k dlouhodobým hospodářským ztrátám,
- určování přijatelného a nepřijatelného chování a jednání (jako např. korupce, úplatkářství, zneužívání pravomocí apod.),
- snadnější implementace inovací,
- pozitivní stimulace pracovníků tím, že se posilňuje jejich vědomí toho, že pracují v morálním, mravním a etickém prostředí s jasnými předpisy, které platí pro všechny bez výjimky,
- zdokonalení pověsti společnosti u zákazníků a veřejnosti,
- zabránění toho, že by vedoucí pracovníci zneužívali svého postavení vůči ostatním pracovníkům (Čaník, Řezbová, Zavrel, 2005, str. 29-31).

5.3.4 Etický kodex podnikání

Etický kodex podnikání byl vydán Svazem obchodu a cestovního ruchu České republiky. Jde o otevřené dobrovolné sdružení subjektů, které podnikají v byznysu a cestovním ruchu, a jejímž cílem je zajištění harmonie mezi aktivitami firem a všeobecně akceptovanými etickými principy podnikatelské činnosti, principy společenské odpovědnosti firem (CSR) a mezilidskými vztahy v demokratické společnosti (SOCR ČR, 2018, [online]).

V Etickém kodexu Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky se rovněž členským společností navrhuje posoudit svoji situaci ve sféře podnikatelské etiky a

podle dosažených výsledků formovat vlastní podnikový etický kodex. Svaz rovněž publikoval vzorový etický kodex, který však není určen k přesnému citování, ale umožňuje orientaci během formování vlastních předpokladů etického jednání a chování podniků. Bývá doporučováno, aby podnikový kodex zahrnoval následující okruhy práv a povinností pro každý subjekt podniku:

- za elementární přístup pokládat spojení podnikového blahobytu s adekvátním uspokojováním potřeb a vhodným jednáním se všemi subjekty (odběrateli, dodavateli, veřejností apod.),
- respektování legislativních nařízení vztahujících se k podniku a dodržování interních ustanovení společnosti,
- respektování a dodržování pravidla korektní soutěže,
- dodržování image společnosti v rámci jejího postavení na trhu,
- ve svých aktivitách plnění veškerých přidělených úkolů a povinností a respektování práv a povinností vyplývajících z profesního postavení ve společnosti,
- zamezení snahám o získání neoprávněné výhody,
- ochraňování a pečování o hmotné i duševní hodnoty a majetek firmy a dohlížet na to, aby byl využíván výlučně pro obchodní cíle podnikání,
- udělování informací o společnosti v rámci legislativních předpisů a ustanovení, zabezpečení a ochraňování diskrétních a důvěrných informací a dat, sloužících k podnikatelským plánům, blahobytu a férovému soutěžení,
- usilování o zajištění náležitého zaměstnavatelského prostředí,
- zamezit jakékoliv diskriminaci,
- aktivní podílení se na veřejně prospěšných činnostech podniku a podporování racionálního zkvalitňování životního a pracovního prostředí,

- v rámci každodenních aktivit společnosti důsledné dodržování legislativních a podnikových ustanovení a předpisů zajišťujících bezpečnost pro zákazníky a jednotlivé subjekty firmy (Cimler, Zadražilová, 2007, str. 122-125).

6. Porušování norem etiky

Porušování norem etiky v podnikání je velmi provázáno s porušováním zákonů, neboť dochází-li k porušování zákonů, o to značnějším způsobem dochází k porušování etických norem (Šroněk, 1995, str. 187).

Normy podnikatelské etiky bývají porušovány nejčastěji v těchto případech:

- únik důvěrných informací,
- korupční jednání,
- nekalá konkurence.

6.1 Únik důvěrných informací

V současné době mají informace v oblasti podnikání velmi zásadní funkci. Diskrétní a důvěrné vnitrofiremní informace, jako např. know-how, výrobní postupy, návody, ustanovení, nebo patenty znamenají pro firmu značný přínos. Jejich unáhlené zveřejnění může pro společnost znamenat obrovskou ztrátu, neboť tyto informace umožňují jiným společnostem získat konkurenční výhodu. Z tohoto důvodu představuje významný problém fluktuace zaměstnanců mezi jednotlivými firmami. Společnosti z tohoto důvodu poskytují určité informace pouze některým jedincům a tyto osoby mají mnohdy povinnost se písemně zavázat k tomu, že informace nevynesou ven (a to mnohdy ještě několik let po případném skončení pracovního poměru). Získávání informací proto spadá do problematiky podnikatelské etiky.

6.2 Korupce

„Korupce je zneužívání svěřených pravomocí za účelem získání nezaslouženého osobního (soukromého) prospěchu. Jedná se o zneužití postavení pro dosažení soukromého (rodinného, osobního nebo i úzce skupinového) finančního, statusového nebo jiného zisku služeb či protisloužeb“ (Müller, Lanoutková, Vymětal, 2010, str. 29-30).

Korupce představuje bezesporu jednu z nejvíce neetických aktivit. Pomineme-li legislativní dopady, korupce může mít také negativní dopad na ekonomiku státu. Korupce může být také charakterizována jako aktivita, kdy zaměstnanec prodává firemní majetek s úmyslem zajistit pro vlastní osobu materiální výhodu (Šroněk, 1995, str. 188).

6.3 Nekalá konkurence

Veškerá rozhodnutí, která společnost učiní, mají vliv na konkurenční postavení dané společnosti. Jednání s konkurencí představuje komplikovanou záležitost a nedá se tak jednoznačně určit, co je a co není etické. Etika totiž nenařizuje firmám, aby s konkurencí jednala „jako v rukavičkách“, nicméně existují určitá pravidla, která stanovují, jaké aktivity jsou v souladu s etikou a jaké jsou považovány za neetické. Mezi tyto neetické činnosti řadíme samozřejmě krádeže, dále lhaní, poskytování falešných a lživých informací a nedovolené konkurenční jednání neboli nekalou konkurenci.

Nedovolené konkurenční jednání (nekalá konkurence) nabývá dvou hlavních podob, a to omezování hospodářské soutěže, nekalá soutěž či zneužití dominantního postavení. Nekalá konkurence je rovněž vymezena v Obchodním zákoníku.

Nedovoleným omezováním hospodářské soutěže se myslí situace, kdy se určitými způsoby zamezí konkrétní firmě vstoupit na trh. Toto omezování bývá výsledkem jednání mezi konkurenty, kteří již na trhu zaujímají svá postavení. Zmíněná dohoda těchto firem navíc nemusí být přímo specifikována, protizákonné jsou i takové dohody, které mají potenciál omezit vstup nového subjektu na trh.

Zneužití dominantního postavení představuje takovou situaci, kdy určitá firma využívá svého postavení na trhu za účelem získání nepřiměřených podmínek (např. vytlačení jiného konkurenta tím, že firma volí nepřiměřeně nízkou cenu produktů, čímž se sice může krátkodobě dostat do ztráty, ale svým jednáním de facto „zničí“ konkurenční firmy (Kocina, 2010, str. 23-26).

7. Společenská odpovědnost firem (CSR)

Koncepce společenské odpovědnosti firem (Corporate Social Responsibility - CSR) se začala formovat v druhé polovině minulého století. Ve všeobecnou známost vzešla zejména v posledních deseti letech 20. století, kdy se řada firem začala věnovat myšlence zodpovědného podnikání z důvodu zvětšujícímu se pozornosti veřejnosti vůči nepříznivým dopadům světové ekonomiky. Pozornost je soustředěna zejména na roli firem v problematice:

- poškozování životního prostředí
- utváření životního stylu spotřebitele,
- odpovědnosti podniků za chování a jednání vůči dodavatelům, odběratelům a trhu práce.

Je potřeba upozornit na to, že pojetí společenské odpovědnosti podniků se zakládá na dobrovolné zásadě. Jde o chování a jednání firem, které se pohybuje nad úrovní klasických zákonů.

Vzhledem k tomu, že společenská odpovědnost firem (CSR) není nijak povinná a nemá jasně definované hranice, neexistuje v dnešní době žádná souhrnná definice přijímána celosvětově. Existuje tedy velká spousta nejrůznějších definic a vymezení CSR:

„Společenská odpovědnost firem představuje přístup k podnikání, ve kterém podniky integrují společenské a environmentální zájmy do svých aktivit a interakcí se stakeholdery na dobrovolné bázi“ (Kašparová, Kunz, 2013, str. 18).

„Společenská odpovědnost firem znamená rozhodnutí a aktivity podnikatelů, jež jsou činěna z důvodů, které alespoň částečně přesahují přímé ekonomické či technické zájmy firmy. Společensky odpovědná je taková firma, jejíž management je schopen sladit různorodé zájmy (jako např. vlastníků, zaměstnanců, dodavatelů, zákazníků, místní komunity i země“ (Tetřevová, 2017, str. 18).

7.1 Oblasti CSR

Společenská odpovědnost firem (CSR) v sobě nese celou škálu činností, které můžeme rozdělit do tří oblastí. Jde o ekonomickou společenskou a environmentální oblast. Tyto tři oblasti CSR jsou ve shodě s třemi charakteristikami, a to konkrétně zisk (ekonomická oblast), planeta (environmentální oblast) a lidé (společenská oblast).

Společnost by se neměla zaměřovat pouze na svůj vlastní zisk (ekonomická oblast), ale do své činnosti zahrnout také ochranou životního prostředí (planeta) a lidi (společenská oblast) (Cimler, Zadražilová, 2007, str. 240).

CSR v rámci ekonomické oblasti v sobě zahrnuje:

- kodex podnikatelského jednání společnosti,
- kvalitu a bezpečnost produktů výrobků a služeb,
- transparentnost (ochota podniku poskytovat o sobě informace),
- zamezení korupce,
- vztahy s investory,
- chování k odběratelům.
- chování k dodavatelům,
- chování k akcionářům,
- mravnost marketingu a reklamy aj.

CSR v rámci ekonomické oblasti v sobě zahrnuje:

- ekologickou produkci, výrobky a služby neškodící životnímu prostředí,
- ekologickou podnikovou politiku (firma recykluje, šetří energií apod.),
- investování do nejlepší dostupné technologie,
- ochranu přírodních zdrojů aj.

CSR v rámci ekonomické oblasti v sobě zahrnuje:

- naslouchání a dialog s tzv. stakeholders,
- zdraví a bezpečnost pracovníků,
- respektování pracovních standardů, zamezení práce dětí,
- harmonii mezi pracovním a soukromým životem pracovníků,
- stejné příležitosti pro muže i ženy,

- jistotu zaměstnání,
- dodržování lidských práv apod. (Cimler, Zadražilová, 2007, str. 242-244).

PRAKTICKÁ ČÁST

8. Vlastní práce

8.1 Cíl bakalářské práce a výzkumné otázky

Na úvod bych chtěla říci, že bylo poněkud složité najít firmu, která by se mnou, jakožto studentem, chtěla pracovat – věnovat mi čas. A proto si moc vážím spolupráce s BV elektronik s.r.o., která mi poskytla své informace.

V praktické části mé bakalářské práce bylo cílem prošetřit, jak je na tom daná firma s etikou ve svém podniku. Pro sběr dat jsem se rozhodla využít dotazníkové šetření. Dotazníky jsem rozdělila pro dva typy zaměstnanců – 1. dotazník pro nižší pozice a 2. dotazník pro vedoucí zaměstnance oddělení. Po vyhodnocení dotazníků jsem došla k verdiktu a navrhla jsem opatření ke zlepšení problematiky.

8.2 Představení společnosti:



Obrázek 2: Logo společnosti BV Elektronik
Zdroj: BV elektronik, 2018, [online]

Firma BV elektronik s.r.o. je ekonomicky stabilní, středně velká česká firma bez zahraniční účasti s progresivním programem v oblasti návrhu, vývoje a výroby transformátorů, tlumivek a ostatních vinutých dílů pro elektrotechnický průmysl. Společnost BV elektronik byla založena v roce 1993 jako rodinná firma Ing. Jiřím Valentou, CSc. a Ing. Lubošem Valentou.

Z původních 4 zaměstnanců z ní správné investice do strojních zařízení, výrobních prostor, přístrojové techniky, skladových prostor i zaměstnanců udělaly předního výrobce transformátorů v ČR. Má velmi dobré technické a předvýrobní zázemí včetně vlastní údržby a nástrojárny. Disponuje 15.000 m² výrobních ploch a kádrem cca 420 zaměstnanců. Firma je zaměřená na trvalé dosahování smluvené úrovně jakosti svých výrobků tak, aby zákazníkovi byla splněna jeho očekávání a požadavky v oblasti jakosti, ceny a časové dostupnosti výrobků.

„Tam, kde kvalita, je zákon.“

Od roku 2002 se kvalita výroby řídí systémem jakosti v souladu s normou ISO 9001:2000. Systém kvality je každoročně prověřován, neboť je jedním ze základních pilířů získávání dlouhodobé spokojenosti zákazníků.

Motto kvality BV elektronik zní: „Kvalita je, když se vrací zákazník a ne výrobek.“

Cílem firmy je aktivně přispívat k dalšímu rozvoji elektrotechnického průmyslu (BV Elektronik s.r.o., 2018, [online]).

8.2.1 Organizační struktura



Obrázek 3: Organizační struktura BV elektronik

Zdroj: BV elektronik s.r.o., *Výroční zpráva*, 2016, str. 13.

Základem organizační struktury je vedení společnosti – tedy majitelé. Poté se nám organizační struktura větví do dílčích úseků. Všechny úseky spolu komunikují a vytvářejí reporty pro vedení. Každý úsek má na starosti svůj daný počet lidí, nicméně v celé organizaci je přes 400 lidí. Nejvíce počtu členů má výrobní úsek - operátor/ka výroby jednou z nejnужnějších pozic v BV elektronik.

8.2.2 Vize společnosti

Vizí společnosti BV elektronik s.r.o. je dosahovat smluvené úrovně jakosti svých výrobků tak, aby zákazníkovi byla splněna jeho očekávání a požadavky v oblasti jakosti, ceny a časové dostupnosti výrobků.

Společnost se řídí principy:

1. Zákazník

Splnit očekávání všech zákazníků.

2. Kvalita

Řídit se heslem: „Kvalita je, když se vrací zákazník a ne výrobek.“

3. Komunikace

Věříme, že otevřená komunikace je klíčem k naplnění cílů.

4. Tvořivost

Věříme, že jen správné prostředí může vést k rozvoji myšlenek, pokroku a kreativitě našich zaměstnanců.

5. Vedení

Chceme, aby vedoucí pracovníci šířili takovou firemní kulturu, která povede k dosažení cílů a rozšiřování řad motivovaných a angažovaných spolupracovníků (BV elektronik s.r.o., 2016, str. 14).

8.2.3 Historie společnosti

Společnost BV elektronik s.r.o. byla založena jako rodinná firma bratry Valentovými. Ing. Jiřím Valenta CSc. a Ing. Lubošem Valenta jsou jedinými společníky – jednateli této české společnosti, jejichž tradice je delší více jak 23 let. Vlastní výroba transformátorů byla zahájena v roce 1994 a veškerá produkce byla směřována na vývoz do Spolkové republiky Německa a v následujícím roce byly obchodní aktivity rozšířeny i na

rakouský trh. Rozšíření trhů a zvýšení tržeb vedlo k navýšení počtů zaměstnanců z původních 40 na dvojnásobek a majitelé se také rozhodli pro pořízení vlastního výrobního areálu.

Od roku 2002 se kvalita řídí systémem jakosti v souladu s normou ISO 9001:2000. V následujících letech tržby meziročně rostly o více jak 15 %. Roky 2007–2009 byly ve znamení stěhování do nových prostor areálu, stavebních úprav a rekonstrukce stávajících budov. Velkou změnou pak bylo zavedení logistického režimu regálových a paletových míst a evidence čárových kódů.

Celosvětová hospodářská krize v roce 2009 přibrzdila přestěhování kompletní výroby do nových prostor, ale následující rok už probíhal ve znamení postupného ekonomického zotavení a v opětovném nastartování ekonomického růstu, čehož společnost velice dobře využila. Rok 2010 je rokem, kdy bylo dosaženo historicky nejvyšší úrovně tržeb při zachování přiměřeného růstu ziskovosti. V následujícím roce i těch dalších se společnost zaměřila na implementaci moderních metod řízení, dále pak na zvyšování prodeje a reorganizaci úseku kvality. Změny se také dotkly úseku prodeje, kde vznikly obchodní týmy pro jednotlivé geografické oblasti s plnou konstrukčně – technologickou podporou.

V roce 2011 začala implementace informačního systému K2, úsek výzkumu a vývoje byl rozdělen na úsek strojního vývoje a úsek produktového vývoje. Společnost se v roce 2012 zapojila do programu EU fondů „Nemovitosti a Inovace“ z toho důvodu v roce 2013 proběhla realizace výstavby a rekonstrukce v rámci schváleného dotačního titulu Nemovitosti. V roce 2014 se díky druhému dotačnímu titulu Inovace podařilo realizovat investice ve výši více jak 30 milionů korun do nových výrobních technologií. I tento rok je považován za průlomový a to díky překonané hranici tržeb, které dosáhly více jak 400 milionů korun. Správné investice do strojního zařízení, výrobních prostor, přístrojové techniky, skladových prostor, ale také investice do vlastního výzkumu a vývoje udělaly ze společnosti předního výrobce transformátorů v České republice.

Společnost začínající se dvěma majiteli a 4 zaměstnanci nyní zaměstnává více jak 400 zaměstnanců a daří se jí nejenom na tuzemském trhu, v ostatních zemích evropské unie, ale i mimo ni (BV elektronik s.r.o., 2016, str. 11).

8.3 Metodický postup

8.3.1 Dotazník

K analýze jsem zvolila dotazníkové šetření, které je nejběžnější formou pro sběr informací. Jeho výsledná data se dají rychle a jednoduše zpracovat.

Mým cílem je tedy zanalyzovat a zhodnotit, jak funguje etika v dané firmě a příprava na případný etický kodex. Dotazník je rozdělen na dvě části, jak jsem již zmínila v úvodu praktické části. Druhá část dotazníku – tedy pro vedoucí zaměstnance – má za cíl připravenost a postavení k etickému kodexu.

Odpovědi jsou strukturované na otázky uzavřené a polootevřené, kde má respondent možnost vyjádřit svůj názor. Na začátek jsem použila otázky, týkající se obecných informací – např.: pohlaví, věk, vzdělání. Poté jsem pokročila na složitější otázky, které mi mají pomoci při návržení opatření. K analýze a struktuře dotazníku je nutné získat co nejvíce informací. Je nutné, aby otázky byly pro respondenty srozumitelné a nebyl by problém na ně odpovědět, samozřejmě je i koncentrace respondentů, aby odpovídali pravdivě.

Bohužel, touto problematikou ve firmě BV elektronik se ještě nikdo moc nezajímal, a proto je pro mě velmi důležité, aby to bylo perfektní a firma mohla použít můj průzkum.

8.3.2 Tvorba dotazníku

Každý dotazník by měl obsahovat 4 hlavní části, a to:

- Název
- Úvodní část
- Hlavní část
- Závěr

Název dotazníku má název „Etika ve společnosti BV elektronik“ a souvisí s danou problematikou. V úvodu je oslovení respondenta, poté představení autora dotazníku a v neposlední části také cíl a účel průzkumu. Poté následují instrukce ohledně vyplnění dotazníku. V hlavní části dotazníku se mohou nacházet otázky buď otevřené, nebo uzavřené, po případě kombinace obou. Struktura otázek by měla být od nejjednodušších otázek po ty složitější. Jak jsem již zmiňovala, otázky by měly být stručné, jasné a srozumitelné, odpovídající tématu. Na konci dotazníku by měl respondent vidět poděkování a případné informace o vyhodnocení.

Otázky jsem pečlivě vybírala na základě zjištěných informací o firmě, její kultuře a hodnotách. Samozřejmostí byla také teorie, kterou jsem nastudovala při tvorbě praktické části mé práce. Samotnou formu otázek jsem zvolila jako uzavřené a polootevřené otázky. Výsledný dotazník jsem konzultovala s manažerkou, aby mi případně řekla své připomínky a já mohla otázky jinak formulovat ke konečné verzi.

Můj dotazník je čistě papírový, a proto jsem jej musela zanést do firmy, kde jsem přiřadila zhruba každému oddělení (viz organizační struktura) přidělila 7 dotazníků, aby jej pracovníci vypracovali. Samotným vedoucím oddělení jsem vysvětlila, co mají udělat, a následující den jsem si přišla pro vyplněné dotazníky. Návratnost byla celkem vysoká velká – z celkových 70 dotazníků se mi jich vrátilo 55, kdy 10 bylo od vedoucích pracovníků. Jsem opravdu ráda, že ochota pracovníků byla na vysoké úrovni, a proto tuto spolupráci hodnotím kladně.

8.4 Výsledky dotazníkového šetření

V první části dotazníku – tedy obecné části, se hned na začátku podíváme, jaké bylo zastoupení mužů a žen z celkových 55 respondentů. Výsledky znázorním v tabulce.

| Pohlaví | n | % |
|---------|----|------|
| Muž | 17 | 38% |
| Žena | 28 | 62% |
| Celkem | 45 | 100% |

Tabulka 1: Pohlaví respondentů – nižší pozice

| Pohlaví | n | % |
|---------|----|------|
| Muž | 7 | 70% |
| Žena | 3 | 30% |
| Celkem | 10 | 100% |

Tabulka 2: Pohlaví respondentů – vedoucí zaměstnanci

Z obou tabulek je patrné, jaké pohlaví má v určitých pozicích zastoupení. Vidíme, že zastoupení žen v první tabulce je téměř dvojnásobný než mužů. Je to zřejmě způsobené typem práce, protože tato práce není fyzicky ani psychicky náročná.

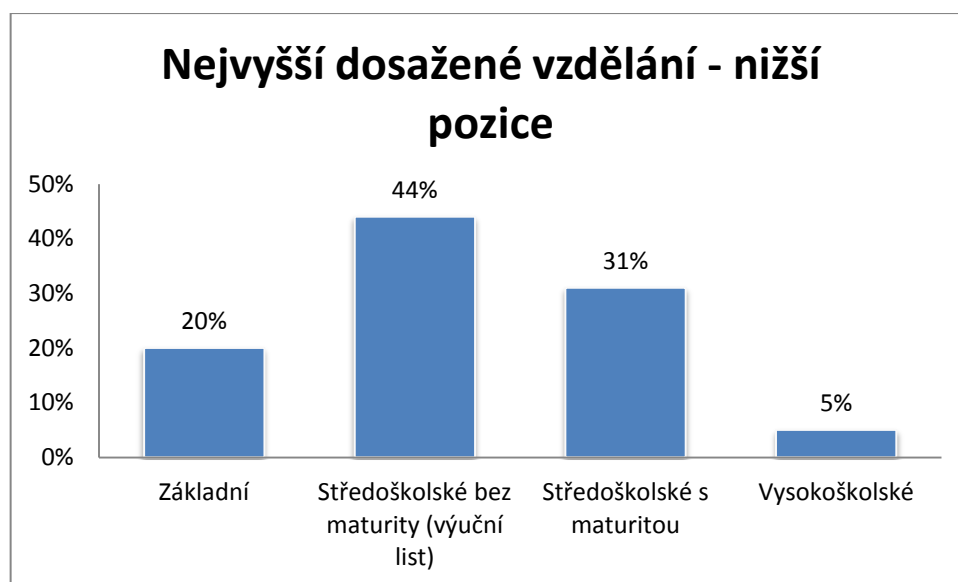
Druhá tabulka je přesným opakem té první. Vidíme, že mužů je vysokých pozicí více. Není to žádným překvapením, tato práce obsahuje velký psychický nátlak. Sama jsem byla svědkem, že ve firmě jsou vedoucí zaměstnanci spíše muži.

Věkovou strukturu jsem rozdělila do 5 kategorií podle odpovídajícího věku. Začneme tedy s nižšími pozicemi, tam rozložení následující – nejvíce je zaměstnanců ve věku 26-35 let (40%), naopak nejméně zaměstnanců je ve věku 45-55 let (7%). Druhou největší věkovou kategorií je 36-45 let (31%), další kategorií 56 let a více (13%) a v neposlední řadě věk do 25 let (9%).

Věková struktura vedoucích zaměstnanců se nejvíce skládá z věku 46-55 let (40%), kdy v tomto věku jsou už na vedoucím postu zkušení lidé. Hned v závěsu je věková kategorie 36-45 let (30%) a potom 56 let a více (20%). Nejméně vedoucích zaměstnanců má věk 26-35 let (10%). Žádná vedoucí pozice není obsazena člověkem, kterému je méně než 25 let.

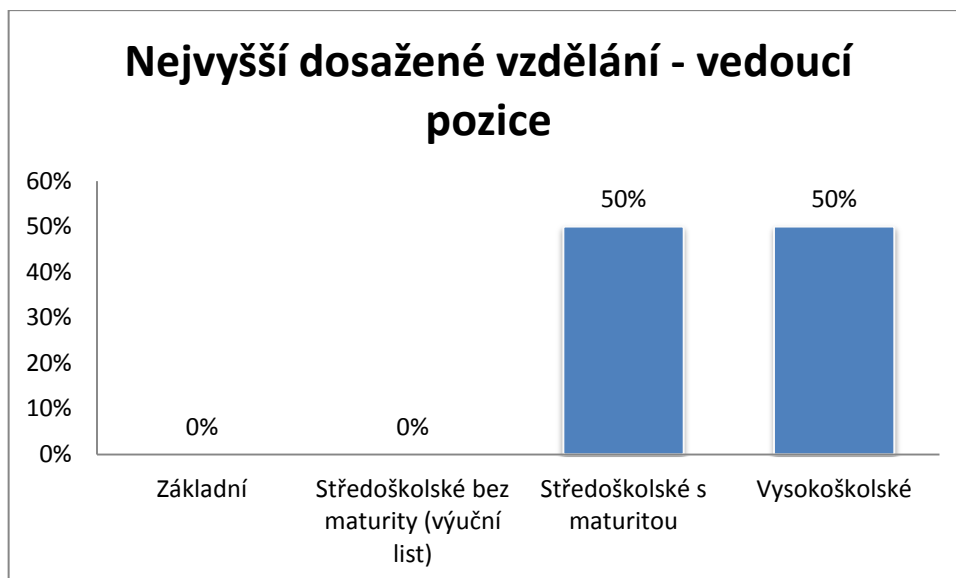
Další otázka se zabývala vzděláním respondentů. Respondenti měli na výběr ze 4 možností, od základního vzdělání po vysokoškolské. První skupina respondentů, tedy ti s nižšími pozicemi, mají nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské bez maturity (44%), což není nijak překvapující, protože se většinou jedná o pozici operátor/ka výroby. Hned na druhém místě je středoškolské vzdělání s maturitou (31%) a v neposlední řadě základní vzdělání (20%) a vysokoškolské (5%). Samozřejmě i vzdělání se odrazí na platovém ohodnocení zaměstnance při dané pozici.

Druhá skupina respondentů – vedoucí pozice, tam mě výsledek nikterak nepřekvapil. Jedná se o vyšší pozice – hlavně ty manažerské, tedy i vzdělání by tomu mělo odpovídat, jako v tomto případě. Polovina respondentů má středoškolské vzdělání s maturitou a druhá polovina má vysokoškolské vzdělání. Středoškolské bez maturity a základní vzdělání se u těchto pozic nevyskytuje.



Graf 1: Nejvyšší dosažené vzdělání - nižší pozice

(zdroj: vlastní zpracování)



Graf 2: Nejvyšší dosažené vzdělání - vedoucí pozice

(zdroj: vlastní zpracování)

Následující otázka měla za úkol zjistit, jak dlouho respondent ve firmě pracuje. Respondent si mohl vybrat ze 4 možných odpovědí. Z grafu je patrné, že nejvíce respondentů ve firmě pracuje 1 rok – 5 let (36%), méně než 1 rok (26%), 10 let a více (22%), což je téměř polovina samotné firmy. Nejméně respondentů ve firmě pracuje 5-10 let (16%).

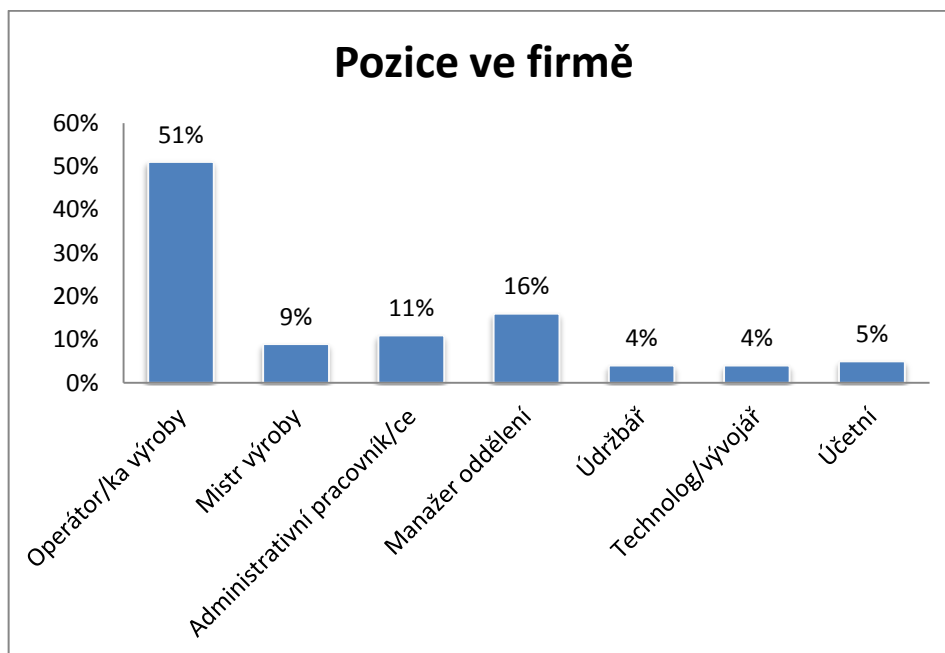


Graf 3: Délka pracovního poměru

(zdroj: vlastní zpracování)

Nejvíce respondentů na poslední otázku z první části, *jaká je jejich pozice ve firmě*, odpovědělo operátor/ka výroby (51%), to mě nepřekvapuje, jelikož se firma zabývá

výrobou. Manažerů (16%) je ve firmě také dost, každé oddělení má přiděleného manažera. Za zmínku stojí také administrativní pracovník/ce (11%), kdy jsem si minulý rok na brigádě mohla sama vyzkoušet, jaká tato pracovní pozice je. Zbýlých 22% je rozděleno mezi mistra výroby 9%, údržbář a technolog/vývojář mají po 4% a účetní byli zastoupeni v 5%.

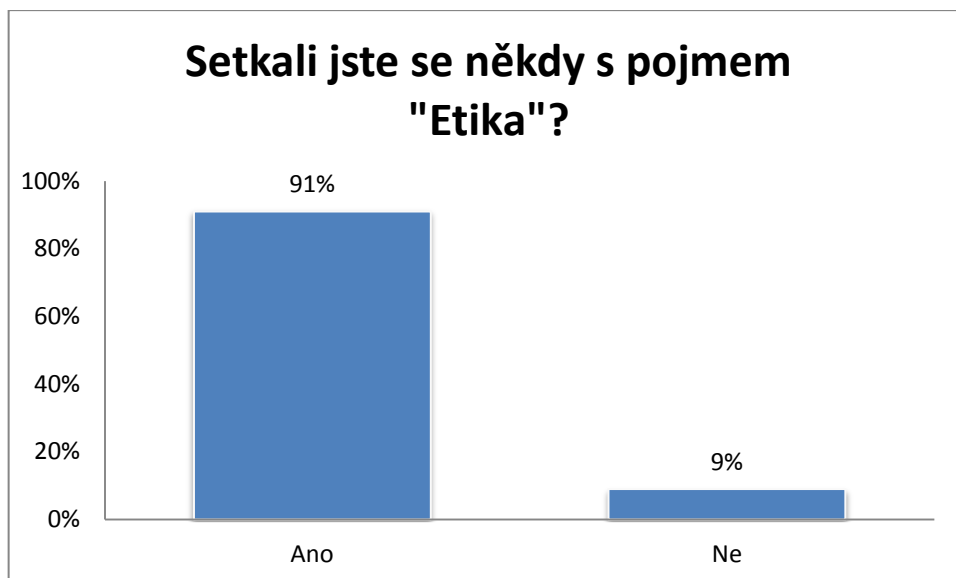


Graf 4: Pozice ve firmě

(zdroj: vlastní zpracování)

Do druhé části dotazníku – tedy na téma „Etika“, jsem zařadila celkem 9 otázek. Výsledky jsem zpracovala graficky a přidala komentář ze získaných informací.

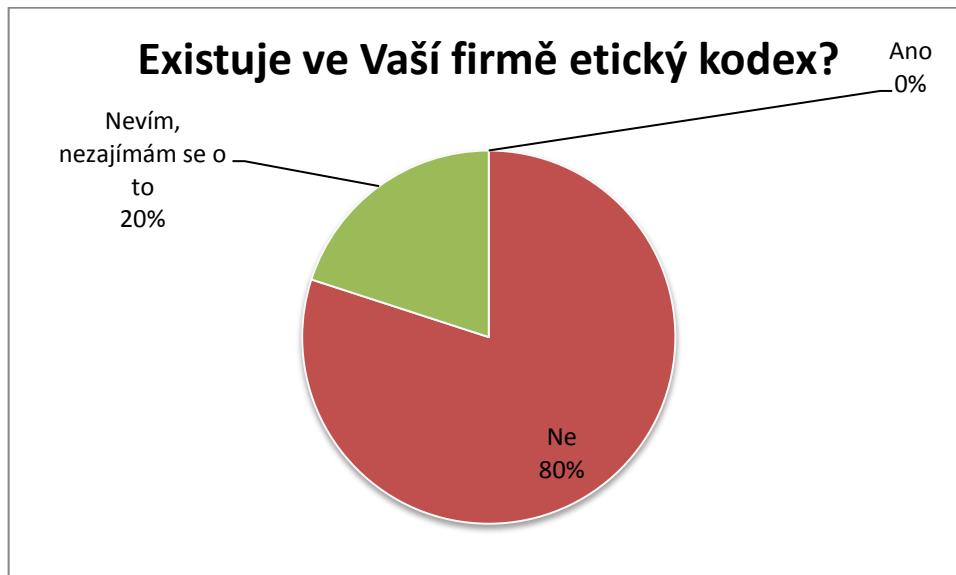
První otázkou druhé sekce bylo tedy setkání s pojmem „Etika“. Graf nám znázorňuje situaci, kdy většina respondentů (91%) se s tímto pojmem setkali, a to jsem moc ráda. Pouze 9% dotázaných se nikdy nesetkalo s touto problematikou. Nicméně manažer mne ujistil, že zaměstnanci v tomto tématu proškoli.



Graf 5: Setkání s pojmem „Etika“

(zdroj: vlastní zpracování)

Ve firmě BV Elektronik nemají zavedený etický kodex a většina zaměstnanců to ví, což je patrné i z grafu. Odpověď „nevím“ označilo 20% dotazovaných, a i když není procento tak velké, docela mě překvapilo, že tolik zaměstnanců vlastně ani neví, proč by se měli o danou problematiku zajímat.

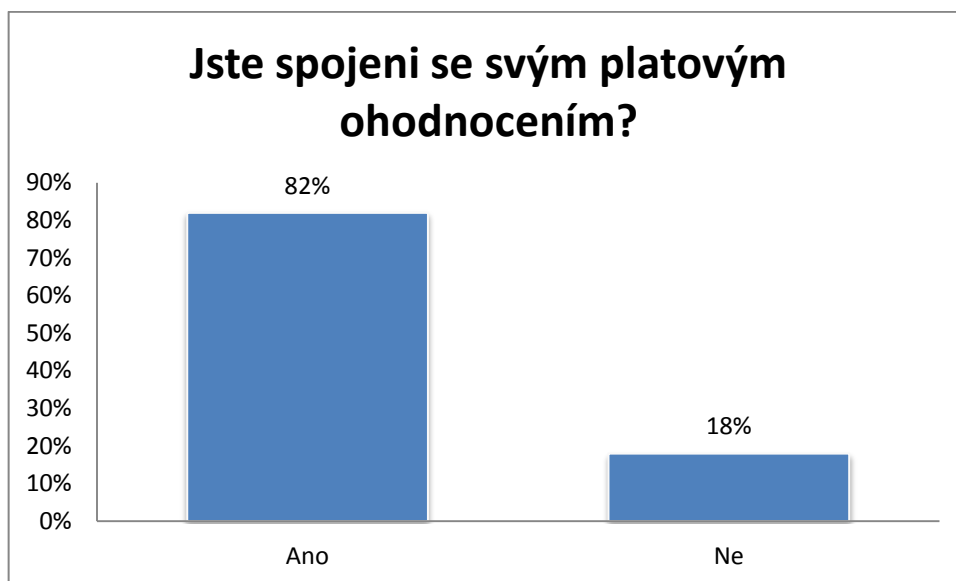


Graf 6: Existence etického kodexu ve firmě

(zdroj: vlastní zpracování)

Platové ohodnocení je jednou z podstatných částí spokojenosti zaměstnance. Firma BV elektronik je hlavně výrobní firmou a její nejčastější zaměstnanci jsou „operátor/ka výroby“, kteří mají nástupní plat zhruba od 15 000,- Kč až 20 000,- Kč.

Zaměstnanci jsou v 82% se svým platem spokojeni, zbylých 18% ne. I když 18% zaměstnanců není tak velké číslo, manažer přislíbil, že bude dělat vše proto, aby byl každý zaměstnanec spravedlivě ohodnocen.



Graf 7: Spokojenost platového ohodnocení

(zdroj: vlastní zpracování)

Téměř všichni oslovení zaměstnanci (91%) se nikdy nesetkali s neetickým chováním, což je samozřejmě dobře. I když v letech 2013 byla ekonomická krize, firmy se to téměř nedotklo a jedná stále v zájmu svých klientů a zaměstnanců.

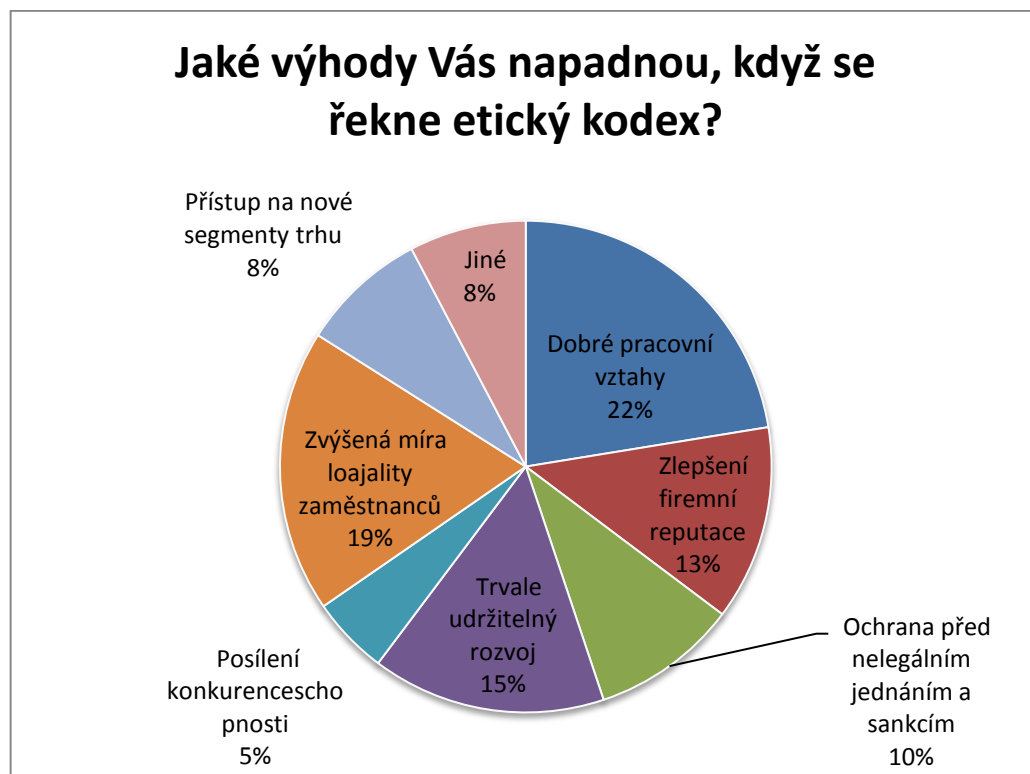


Graf 8: Stali jste se někdy svědkem neetického chování?

(zdroj: vlastní zpracování)

Další otázkou směřovaný na etický kodex bylo, *jaké výhody firmě přináší etický kodex*. Nejvíce respondentů odpovídalo převážně - Dobré pracovní vztahy“ (22%), s čímž se i já ztotožňuji, protože konflikty akorát způsobují nechuť k práci a také Zvýšená míra loajality zaměstnanců (19%). Samozřejmě všechny odpovědi jsou správné, ale nejméně (5%) odpovědělo Přístup na nové segmenty trhu, i když je to jednou z věcí, která firmu hodně zajímá. Odpovědi z kolonky „Jiné“, kam respondenti mohli napsat svůj vlastní poznatek, mě mile překvapili. Jednalo se na příklad o tyto odpovědi:

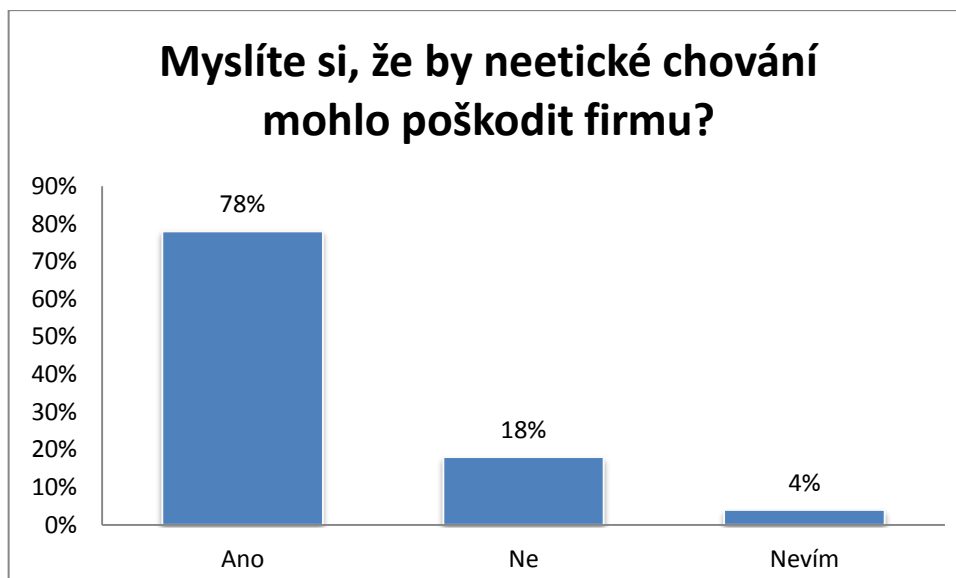
- *Zajištění a udržení příjmů a zisků*
- *Při zavádění nových věcí pomáhá při sporných otázkách*
- *Definuje, co je správné a co ne*
- *Řeší konfliktní situace*



Graf 9: Výhody etického kodexu

(zdroj: vlastní zpracování)

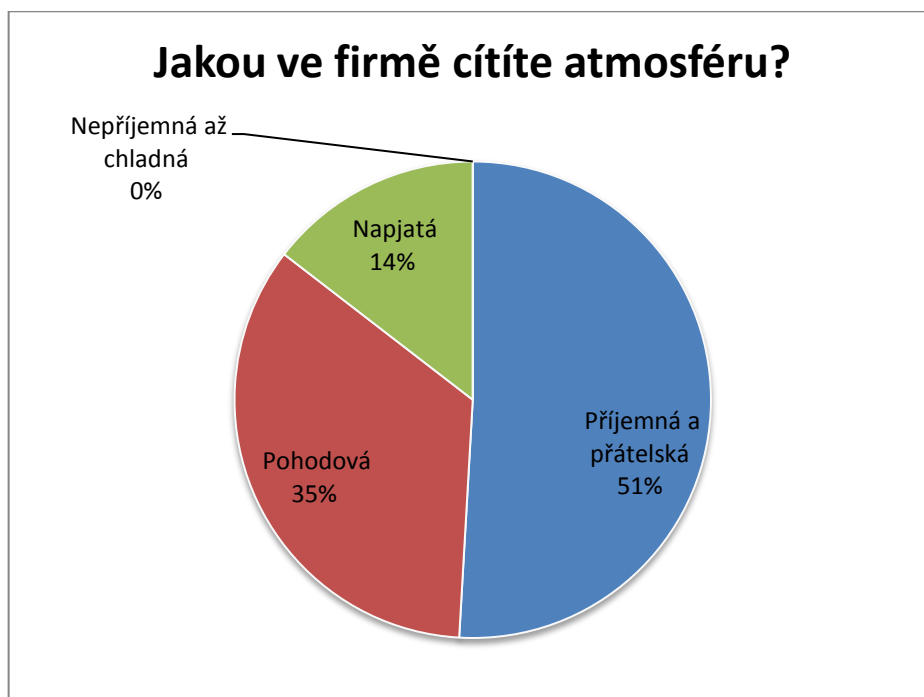
Téměř všichni respondenti (78%) jsou si jisti, že neetické chování by firmu mohlo poškodit, což je samozřejmě pravda. Odpověď „ne“ zvolilo 18% dotazovaných, a „nevím“ pouze 4%.



Graf 10: Myslíte si, že by neetické chování poškodilo firmu?

(zdroj: vlastní zpracování)

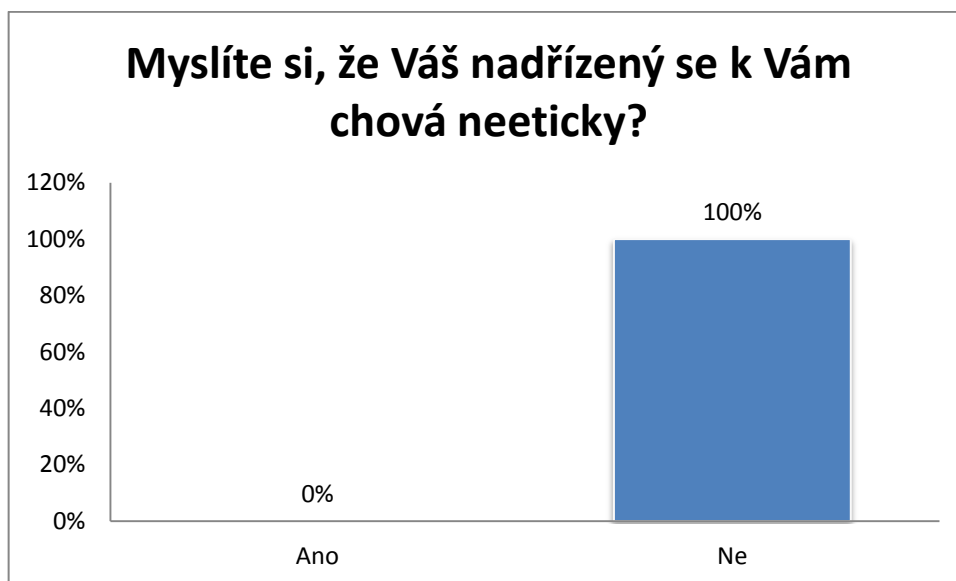
Z grafu vidíme, že atmosféra ve firmě BV elektronik je dobrá. Žádný z respondentů se zde necítí nepříjemně a více než polovina respondentů (51%) odpovědělo, že ve firmě je příjemná a přátelská atmosféra a 35% odpovědělo, že zde pociťují pohodu. 8 dotázaných (14%) cítí občasnou napjatost, která samozřejmě není dlouhodobá.



Graf 11: Atmosféra ve firmě

(zdroj: vlastní zpracování)

Z předchozí otázky víme, že zaměstnanci jsou ve firmě rádi a mají kolem sebe dobrý kolektiv, proto mne následující otázka vůbec nepřekvapila. Žádný ze zaměstnanců nepocítil od svého nadřízeného špatné/neetické chování.



Graf 12: Myslíte si, že Váš nadřízený se k Vám chová neeticky?

(zdroj: vlastní zpracování)

Vzdělávání zaměstnanců je důležité a i sami zaměstnanci si to myslí. 95% dotazovaných odpovědělo, že je důležité vzdělávat se v oblasti etiky podnikání. Manažer byl velmi rád, když viděl, že tolik odpovědí bylo kladných. Chce zaměstnance v této problematice proškolit a vše jim vysvětlit.

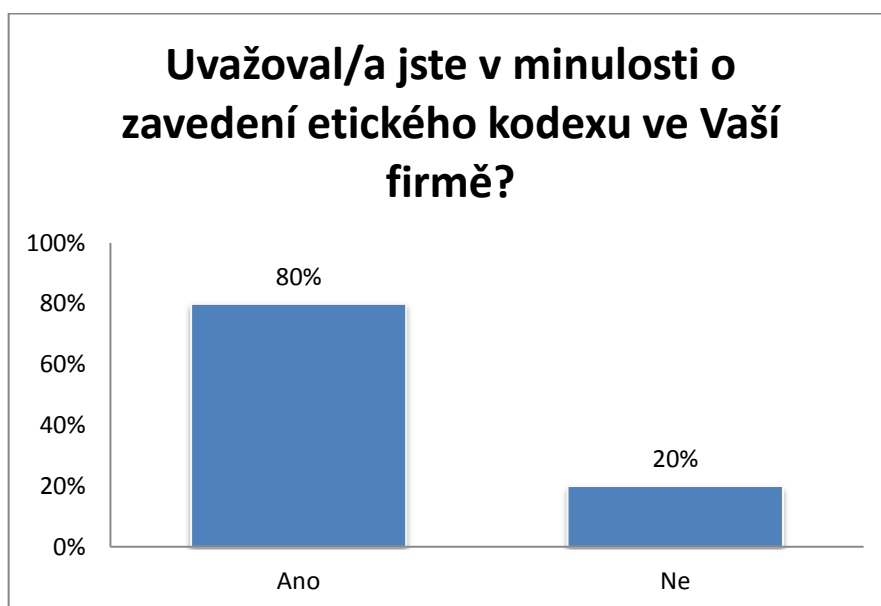


Graf 13: Považujete za důležité vzdělávat se v oblasti etiky podnikání?

(zdroj: vlastní zpracování)

Vyhodnocení poslední části obsahuje 5 otázek, které jsou zaměřeny jen pro vedoucí zaměstnance a týkají se etického kodexu. Pro moji bakalářskou práci je to velmi důležité, protože tak můžu nastínit etický kodex přímo na firmu BV elektronik.

Jednou ze základních otázek je, jestli firma vůbec někdy vlastně v minulosti uvažovala o zavedení etického kodexu. Výsledky průzkumu jsou zaznamenány v grafu. Naprostá většina (80%) odpovědělo, že ano, zbytek (20%) ne. Ptala jsem se tedy manažera, proč už nezavedli. Odpověděl, že mají skvělé vztahy s dodavateli a měli teď na starosti spoustu velkých zakázek, které museli vyřešit, a proto nezbyl případný čas na vytvoření kodexu, který mimo jiné potřebuje, aby naprosto na firmu seděl.



Graf 14: Uvažovali jste v minulosti o zavedení etického kodexu?

(zdroj: vlastní zpracování)

Všechny odpovědi následující otázky jsou správně, ale otázkou bylo jaký největší účel si vedoucí zaměstnanci myslí, že bude. Ptala jsem se úmyslně pouze na jednu možnou odpověď, protože každý člověk vidí v etickém kodexu jinou možnost. Nejvíce respondentů (40%) odpovědělo, že největší účel etického kodexu je sestavit soubor pravidel jednání. S tím souhlasím, protože to je jedním ze základů etického kodexu – jak se správně chovat. Druhá odpověď s nejvyšším počtem respondentů (30%) udávala, že největším účelem je vytvořit společnou vizi. To bych zřejmě odpověděla i já, protože společná vize je pro firmu velkým přínosem, který těží ze spolupráce. Pouze 20% dotazovaných odpovědělo, že se jedná o pomoc při rozhodování a nejméně (10%) si myslí, že by to mělo být pojmenování hodnot.



Graf 15: Největší účel etického kodexu

(zdroj: vlastní zpracování)

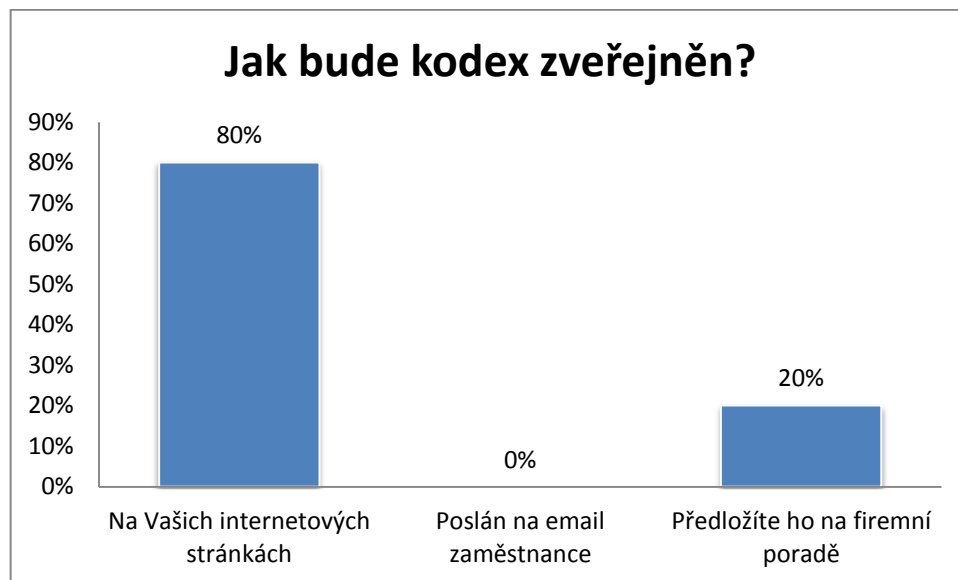
Zajímalo mě také, jestli se vedoucí pracovníci soustředí na osobní rozvoj svých zaměstnanců. Samozřejmě, že ano (100%), protože ve firmě probíhá periodické absolvování nutných školení, např.: BOZP, PO, školení řidičů nebo také školení první pomoci. Dále se pak ve firmě také školí na nově zavedené technologie a postupy (např.: zavedení nového stroje nebo interního systému). V neposlední řadě nemohu opomenout, že školení v rámci kariérního postupu je samozřejmostí. Jako dalším osobním rozvojem bych uvedla, že se firma BV elektronik neustále snaží zdokonalovat své zaměstnance, jsem svědkem, že zde probíhají kurzy anglického jazyka, kurz účetnictví, nebo také kurz MS Office.



Graf 16: Osobní rozvoj zaměstnanců

(zdroj: vlastní zpracování)

Co se týká zveřejnění, 80% vedoucích zaměstnanců odpovědělo, že vyvěsí etický kodex na své stránky, což je jednou z nejlepších možností, protože je doba, kdy má každý doma počítač a může si to případně prostudovat. Odpověď druhou zodpovědělo 20% respondentů a to z důvodů, že na poradě můžou probrat i případné nejasnosti, co se týká kodexu. Žádný z dotazovaných neuvedl, že to budou posílat přímo konkrétnímu zaměstnanci na jeho email, protože je to velmi časově náročné.



Graf 17: Zveřejnění etického kodexu

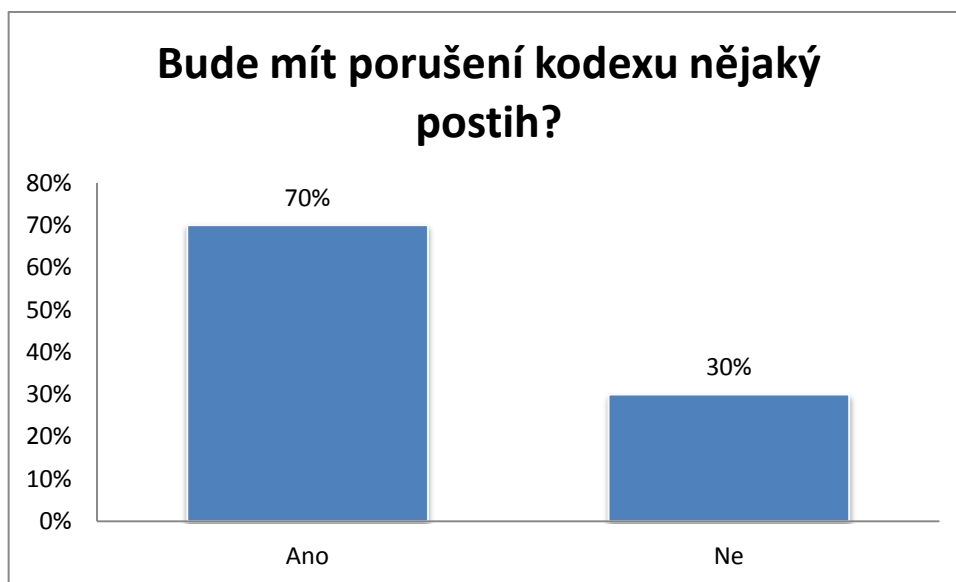
(zdroj: vlastní zpracování)

Nynější otázka úzce souvisí s tou předchozí a to tak, že jsem se dotazovala, jestli kodex bude přístupný i veřejnosti, aby se případně mohli podívat, co od firmy očekávat. Pro firmu by to tak mohlo být i dobře, protože potenciální klienti a třeba i zaměstnanci uvidí, že firma se v žádném případě nechová neeticky. 90% respondentů si myslí totéž, co já, pouhých 10% nesouhlasí a tvrdí, že je to věc pouze firmy a ne celého okolí (Graf na následující stránce).



Graf 18: Zpřístupnění veřejnosti
(zdroj: vlastní zpracování)

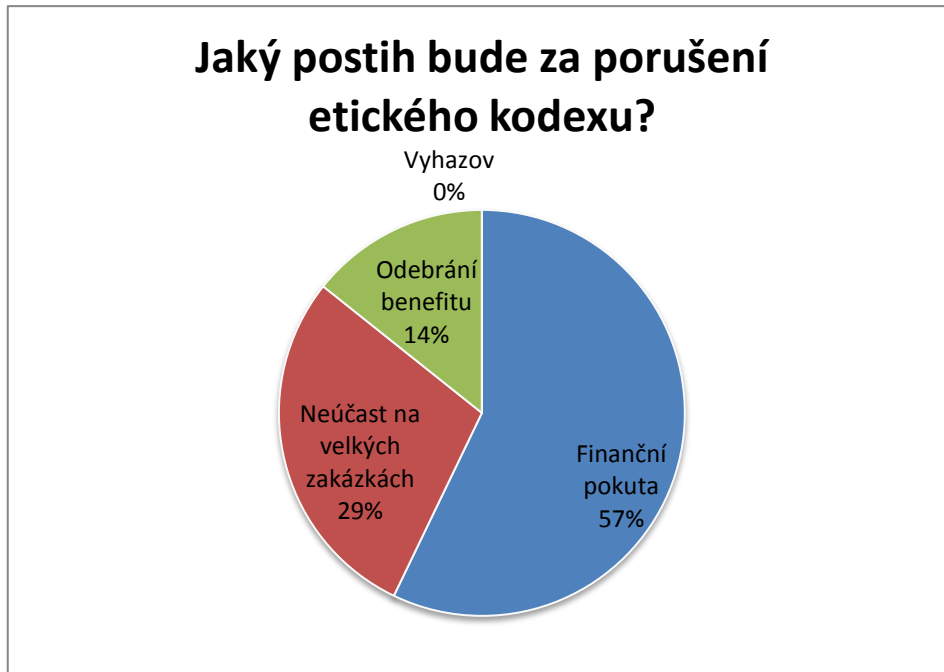
Firma je velice zásadová a jedná vždy pro největší spokojenost všech. Takže mě vlastně ani výsledek následující otázky nepřekvapil, ale i tak potěšil. Téměř všichni dotazovaní (70%) chtějí, aby za porušení kodexu následoval postih, zbylých 30% nechce, aby byl postih, protože firma nikdy kodex neměla a zaměstnanci na to nemusejí být připraveni.



Graf 19: Bude mít porušení kodexu nějaký postih?

(zdroj: vlastní zpracování)

Co se týká poslední otázky, tak ta navazuje na tu předchozí, kdy dotazovaní, kteří odpověděli, že bude mít porušení kodexu postih, zde mohli vyplnit, jak bude postih specifikovaný. Nejvíce se zde jedná o finanční pokutu (57%), následuje neúčast na velkých zakázkách (29%), což zaměstnanci přijdou o vyšší výdělek. Nejméně získala odpověď odebrání benefitu (14%). Ale i přes to, že je firma tak zásadová, nikdo by za porušení kodexu nedostal vyhazov.



Graf 20: Jaký bude postih za porušení etického kodexu

(zdroj: vlastní zpracování)

8.5 Návrh

Vzhledem k výsledkům dotazníku jsme se společně s vedením firmy rozhodli, že pro firmu nastíním základní strukturu a strategii vypracování etického kodexu, což je poslední částí a zároveň i cílem mé bakalářské práce. Tento návrh má podobu pracovního podkladu k doplnění a jeho následného úplného dokončení vedením firmy do formy závazného dokumentu.

Firma zná svoje silné a slabé stránky, zaměstnanci jsou ve firmě spokojeni, ale chybí tomu řád. Při zpracování etického kodexu pro firmu BV elektronik jsem vycházela z již zmiňovaného dotazníkové šetření, informací o firmě a v neposlední řadě také z mé teoretické části.

Kodex by měl definovat vztahy mezi určitou komunitou lidí, které se považují za „vhodné“. Bude sloužit hlavně jako pomůcka při rozhodování a soupis pravidel chování. Zaměstnancům bude na firemní radě vysvětlen smysl etického kodexu, probrány jednotlivé body a hlavně zde bude prostor na případnou diskuzi. Kodex bude vyvěšen na internetových stránkách firmy BV elektronik a bude tak součástí firemní kultury, kde bude k nahlédnutí i pro širokou veřejnost. Podle něj bude řešit situace uvnitř firmy i prezentaci a vztahy vně firmy každý jednotlivý vedoucí daného úseku, který by tak měl zamezit výskyt neetického chování na pracovišti i mimo něj.

8.5.1 Etický kodex BV elektronik:

1) Preambule

V úvodu by měl být stručně popsán účel etického kodexu, zejména tedy hodnoty podniku a trhu. Když celkově vyhodnotíme dotazník, můžeme říci, že účelem kodexu je stanovit základní pravidla chování všech osob v organizaci a pojmenování hodnot, ze kterých pravidla čerpají. Cílem by tedy měl být rozvoj a řízení kultury a v neposlední řadě posílení firemní identity a vytvoření společné vize. Každý zaměstnanec je povinen se tímto kodexem řídit.

2) Stručné představení společnosti

Firma BV elektronik s.r.o. by měla vyjádřit, jak se staví k dodržování etických norem, ukázala své hodnoty a orientace a dále by se měla prezentovat jako společensky odpovědná firma a ukázala tak dobré jméno podniku.

3) Zachování dobrého jména BV elektronik

Všichni členové organizace by neměli jednat v rozporu s etickým kodexem, tj. neměli by špinit jméno firmy a samozřejmě také ani na příklad vynášet informace. Tudíž by měli podporovat a dodržovat zadané normy, aby zachovali dobré jméno podniku. Doporučuji, aby zde také firma uvedla pravidla jednání jménem podniku.

4) Zaměření na klienta

Dobré a dlouhodobé vztahy s klientem/zákazníkem jsou založeny na poctivosti a férovém jednání. Např. firma by měla nést odpovědnost za svůj vytvořený produkt (výrobky a služby), neměla by zatajovat informace nebo dokonce říkat nepravdu o produktu a v neposlední řadě by neměla vyzrazovat informace týkající se klientů. Zde bych navrhla, aby si firma vytvořila pravidla ohledně komunikace a jednání s klientem, které budou srozumitelné pro obě strany.

5) Vzájemná úcta

Hlavním bodem je zde čestnost, úcta a vstřícnost jak mezi zaměstnanci v celé organizaci, tak i při styku s dodavateli a klienty. Všichni uvedení by měli druhým naslouchat, jak při prosbě, tak při pochvale nebo i výtkám. Důležitá je komunikace. Všichni pracovníci by měli rozdělovat svůj pracovní život od toho soukromého. Pro diskriminaci zde není žádný prostor.

6) Čestnost a pravdivost

Tento bod by měl být obsáhlý ve všech předchozích. Pro firmu BV elektronik to na příklad znamená, aby vždy jednala v souladu s právními předpisy, dodržovala lidská práva, nepoškozovala životní prostředí, dodržovala vždy smluvních dohod, uznávala své chyby a uváděla jen pravdivé informace.

7) Profesionální přístup

Zde bych doporučila, aby firma v tomto bodu uvedla, jaké produkty podnik nabízí a jak přistupuje k jejich plnění. Zdůraznila bych, že firma je velice striktní v dodržování pravidel a zakládá si na důvěře, s tím je také spojené nevyzrazení důvěrných informací ohledně zaměstnanců či klientů. Také bych zde uvedla i to, že celá organizace nepoužívá restriktivní obchodní praktiky a nepoškozuje reputaci konkurence. Do tohoto bodu bych ještě zařadila i kolektivní práci a vztah, jaký mají zaměstnanci k práci.

8) Společenská odpovědnost

Poslední bod bude informovat o všech aktivitách týkající se BV elektronik, které by měli přispět k společenskému blahu nejen v organizaci. Jde hlavně o ochranu lidských práv a svobod a účast pouze na takových zakázkách, které nejsou v rozporu se zákonem. Uvedla bych zde také, že firma je spolehlivým plátcem daní a je šetrná k životnímu prostředí. Samozřejmě firma jedná v nejlepším zájmu vůči širokému okolí a přispívá i k jeho rozvoji. Za zmínku stojí i fakt, že firma je proti korupčnímu jednání a finančním podvodům.

Jedna otázka z dotazníku byla přímo zaměřena na to, jaký postih bude mít porušení etického kodexu. Nejvíce procent získala odpověď, že se bude jednat o finanční pokutu. Firma by měla jasně definovat, o jakou částku se bude jednat. Pro opakované

porušování etického kodexu bych doporučila, aby zaměstnanec dostal výpověď z firmy a sloužil tak jako odstrašující případ pro případné další hříšníky.

8.5.2 Prezentace kodexu

Z vyhodnocení dotazníku vyplynulo, že vedoucí pracovníci chtějí vyvěsit kodex na své internetové stránky, což považuji za nejlepší řešení, protože jdeme s dobou a každý má již ve své domácnosti připojení k internetu. Samozřejmě i druhá volba, že by kodex předložili na firemní poradě a následně ho prezentovali, bude následovat, protože všichni zaměstnanci budou moci prodiskutovat případně nejasnosti a vyjádřit svůj názor. Vedoucí zaměstnanci by měli být připraveni na diskusi a reagovat tak, aby dokázali oponovat všem, kteří si nebudou úplně jistí zavedením etického kodexu. Na konci bych určitě požadovala podpis od každého zaměstnance, že byl s kodexem firmy seznámen. Samozřejmě bych se soustředila na dodržování kodexů a to tak, že bych zavedla pravidelné hodnocení, které by dalo prostor případným připomínkám, vlastním návrhům řešení ze strany zaměstnanců a také jejich vlastní názor, jak se změna projevuje.

Dodržování kodexu je v první řadě dobře pro firmu, ale pro zaměstnance by to mohlo znamenat nejen více zakázek, ale takové motivaci ve firmě bonusů za dodržování kodexu. Etický kodex by se měl stát každodenní záležitostí, která povede jen k lepším zítřkům.

Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo přiblížit etiku jako důležitou část podnikání, zanalyzovat a zhodnotit stav etiky ve firmě BV elektronik s.r.o. a vzhledem k výsledkům vytvořit etický kodex. Na začátku mé práce je vypracovaná teoretická část, kterou jsem pomocí odborných knih a užitečných internetových zdrojů vypracovala a udělala tak soupis potřebných informací o podnikové etice. V prvních čtyřech kapitolách jsem se zabývala samotnou etikou – vymezení pojmů, definice, přínosy a její vývoj. Následoval metody a nástroje etiky a také porušování norem. Teoretickou část jsem završila kapitolou o společenské odpovědnosti firem.

Praktickou část jsem zaměřila na analýzu a ověření, zdali je etika ve firmě BV elektronik dodržována. Na tento průzkum jsem použila metodu dotazníkového šetření. Po vyhodnocení jsem dospěla k názoru, že firma ačkoli nemá zavedený etický kodex, tak nepodporuje neetické jednání a chová velikou úctu a respekt ke svým zaměstnancům a klientům. Firma si je vědoma, že dodržování etického kodexu jí přinese určitě nové možnosti a je to také dobrá konkurenční výhoda. Hodlají se i nadále zabývat problematikou etiky ve svém podniku.

Po vyhodnocení všech odpovědí a pokynů firmy jsem navrhla etický kodex přímo na firmu BV elektronik ve formě podkladu, který bude ve firmě dokončen do formy závazného dokumentu. Je třeba si uvědomit, že etický kodex není jen kus papíru, ale to, že je to závazek, jak se firma má chovat.

Považuji stanovený cíl za splněný a přijatelný. Přínosem této práce, že sami vedoucí pracovníci jsou si vědomi svých slabých stránek, ale má bakalářská práce je pro ně podklad a určitá forma zamyšlení nad tím, jak se zlepšit nejen v oblasti etiky, samozřejmostí je i případné použití etického kodexu.

Myslím, že pokud firma přijme všechna má doporučení a i návrh etického kodexu, má tak nakročeno nejen k větší spokojenosti svých zaměstnanců, ale také to přispěje ke zlepšení celkového image firmy.

Seznam použité literatury

Knižní publikace

BLÁHA, Jiří a Zdeněk DYTRT. Manažerská etika. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-084-8.

BV elektronik s.r.o., 2016. *Výroční zpráva*. BV elektronik, Praha

CIMLER, Petr a Dana ZADRAŽILOVÁ. Retail management. Praha: Management Press, 2007. ISBN 978-80-7261-167-6.

ČANÍK, Petr, Libuše ŘEZBOVÁ a Tomas van ZAVREL. Metody a nástroje podnikatelské etiky. Praha: Oeconomica, 2005. ISBN 80-245-0980-6.

DYTRT, Zdeněk. Etika v podnikatelském prostředí. Praha: Grada, 2006. ISBN 9788024715896.

FERNÁNDEZ, Aurelio. Fundamentální morálka. Přeložil Blanka ČAPLOVÁ. Pardubice: Axis, 2013. Uvedení do teologie. ISBN 9788090386464.

KAŠPAROVÁ, Klára a Vilém KUNZ. Moderní přístupy ke společenské odpovědnosti firem a CSR reportování. Praha: Grada, 2013. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4480-3.

KOCINA, Jan. Zákaz konkurence ve světle soukromého a veřejného práva. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice právní instituty. ISBN 9788074001673.

KRAUS, Jiří. Nový akademický slovník cizích slov A-Ž. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1351-2.

KRYMLÁKOVÁ, Hana. Etika a odpovědnost organizace. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2092-7.

KUNZ, Vilém. Společenská odpovědnost firem. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 9788024739830.

MÜLLER, Karel B., Šárka LABOUTKOVÁ a Petr VYMĚTAL. Lobbying v moderních demokraciích. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731650.

NENADÁL, Jaroslav. Moderní management jakosti: principy, postupy, metody. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-7261-186-7.

PETŘÍČEK, Václav. Vývoj podnikatelského prostředí v České republice. Praha: Corona, 2006. ISBN 80-903363-6-1.

PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. Etické řízení ve firmě: nástroje a metody: etický a sociální audit. Praha: Grada, 2007. ISBN 9788024716213.

SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ. Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5545-8.

SLÁMEČKA, Vladimír. Manažerská etika: vysokoškolská učebnice. Praha: České vysoké učení technické v Praze, 2012. ISBN 978-80-0105-005-7.

ŠPAČEK, Ladislav. Nová velká kniha etikety. 2., rozš. vyd. Praha: Mladá fronta, 2008. ISBN 978-80-204-1954-5.

ŠRONĚK, Ivan. Etiketa a etika v podnikání. Praha: Management Press, 1995. ISBN 80-85603-94-2.

TETŘEVOVÁ, Liběna. Společenská odpovědnost firem společensky citlivých odvětví. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0285-3.

VAJDA, Ján. Úvod do etiky. Nitra: Enigma, 2004. ISBN 808913212X.

ZADRAŽILOVÁ, Dana. Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

Internetové zdroje

BV elektronik s.r.o.: Historie. In: *BVelektronik: transformátory a tlumivku* [online]. Hradec Králové: eStudio, c2012 [cit. 2017-12-28]. Dostupné z: <http://www.bvelektronik.cz/o-nas/historie>

DOSTÁL, Dalibor. Vývoj podnikatelského prostředí v oblasti pracovně-právních vztahů v Česku za posledních 25 let. *BusinessInfo.cz* [online]. CzechTrade, c1997-2018, 5. 03. 2017 [cit. 2017-11-29]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/vyvoj-podnikatelskeho-prostredi-v-oblasti-pracovne-pravnich-vztahu-v-cesku-za-poslednich-25-let-87463.html>

Etický kodex. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, c2001-2018 [cit. 2017-12-28]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Etick%C3%BD_kodex

Etický kodex SOCR ČR. [online] *SOCR ČR*, 2015, [cit. 2017-11-21] Dostupné z: www.socr.cz/file/3296/Etick%C3%BD_kodex.docx

Kuponová privatizace. In: *iDNES.cz* [online]. MAFRA, c1999-2018 [cit. 2017-12-28]. Dostupné z: <https://ekonomika.idnes.cz/ekonomika.aspx?y=ekonomika%2Fkupon.htm>

Seznam obrázků

| | |
|--|----|
| Obrázek 1: Aspekty ovlivňující etické jednání v podnikatelském prostředí | 11 |
| Obrázek 2: Logo společnosti BV Elektronik | 32 |
| Obrázek 3: Organizační struktura | 33 |

Seznam tabulek

| | |
|--|----|
| Tabulka 1: Pohlaví respondentů – nižší pozice | 38 |
| Tabulka 2: Pohlaví respondentů – vedoucí zaměstnanci | 38 |

Seznam grafů

| | |
|---|----|
| Graf 1: Nejvyšší dosažené vzdělání - nižší pozice | 39 |
| Graf 2: Nejvyšší dosažené vzdělání - vedoucí pozice | 40 |
| Graf 3: Délka pracovního poměru | 40 |
| Graf 4: Pozice ve firmě | 41 |
| Graf 5: Setkání s pojmem „Etika“ | 42 |
| Graf 6: Existence etického kodexu ve firmě | 42 |
| Graf 7: Spokojenost platového ohodnocení | 43 |
| Graf 8: Stali jste se někdy svědkem neetického chování? | 43 |
| Graf 9: Výhody etického kodexu | 44 |
| Graf 10: Myslíte si, že by neetické chování poškodilo firmu? | 45 |
| Graf 11: Atmosféra ve firmě | 45 |
| Graf 12: Myslíte si, že Váš nadřízený se k Vám chová neeticky? | 46 |
| Graf 13: Považujete za důležité vzdělávat se v oblasti etiky podnikání? | 46 |
| Graf 14: Uvažovali jste v minulosti o zavedení etického kodexu? | 47 |
| Graf 16: Osobní rozvoj zaměstnanců | 48 |
| Graf 15: Největší účel etického kodexu | 48 |
| Graf 17: Zveřejnění etického kodexu | 49 |
| Graf 18: Zpřístupnění veřejnosti | 50 |
| Graf 19: Bude mít porušení kodexu nějaký postih? | 50 |
| Graf 20: Jaký bude postih za porušení etického kodexu | 51 |

Přílohy

DOTAZNÍK

Etika ve společnosti BV elektronik

Vážení respondenti,

Jmenuji se Karolína Pravcová a jsem studentkou posledního ročníku na Masarykově ústavu vyšších studií, obor Řízení a ekonomika průmyslového podniku, který spadá pod České vysoké učení technické v Praze.

Obracím se na Vás s žádostí o vyplnění mého krátkého dotazníku, který mi bude sloužit jako podklad pro vyhodnocení mé Bakalářské práce na téma „Podniková etika“.

Rovněž Vás prosím, abyste na otázky odpovídali pravdivě a co nejpřesněji. Účast ve výzkumu je samozřejmě dobrovolná a zcela anonymní.

Mockrát Vám děkuji za Váš čas a spolupráci.

Karolína Pravcová

1. část - Obecné informace pro všechny zaměstnance

1. Pohlaví:

- Žena
- Muž

2. Věk:

- do 25 let
- 26 – 35 let
- 36 – 45 let
- 46 – 55 let
- 56 let a více

3. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání:
- Základní
 - Středoškolské bez maturity (výuční list)
 - Středoškolské s maturitou
 - Vysokoškolské
4. Jak dlouho pracujete pro firmu BV Elektronik?
- méně než 1 rok
 - 1 rok – 5 let
 - 5 let – 10 let
 - 10 let a více
5. Jakou pozici zastáváte ve firmě?
- operátor/ka výroby
 - mistr výroby
 - administrativní pracovník/ce
 - manažer oddělení
 - údržba
 - technolog/vývojář
 - účetní

2. Část – pro všechny zaměstnance

6. Setkali jste se někdy s pojmem „Etika“ ?
- Ano
 - Ne

7. Existuje ve Vaší firmě etický kodex?

- Ano
- Ne
- Nevím

8. Jste spojeni se svým platovým ohodnocením?

- Ano
- Ne

9. Stal/a jste se někdy svědkem neetického chování?

- Ano
- Ne

10. Jaké výhody Vás napadnou, když se řekne etický kodex? (Můžete zaškrtnout více odpovědí)

- Dobré pracovní vztahy
- Zlepšení firemní reputace
- Ochrana před nelegálním jednáním a sankcím
- Trvale udržitelný rozvoj
- Posílení konkurenceschopnosti
- Zvýšená míra loajality zaměstnanců
- Přístup na nové segmenty trhu
- Jiné:

11. Myslíte si, že by neetické chování mohlo poškodit firmu?

- Ano
- Ne

Nevím

12. Jakou ve firmě cítíte atmosféru?

Příjemná a přátelská

Pohodová

Napjatá

Nepříjemná až chladná

13. Myslíte si, že Váš nadřízený se k Vám chová neeticky?

Ano

Ne

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

Ano

Ne

3. Část – pouze pro vedoucí zaměstnance

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

Ano

Ne

16. Jaký si myslíte, že bude jeho největší účel?

Vytvořit společnou vizi

Jako pomoc při rozhodování

Pojmenovat základní hodnoty

Sestavit soubor pravidel jednání

17. Podílíte se na osobním rozvoji Vašich zaměstnanců?

- Ano
- Ne

18. Jak bude kodex zveřejněn?

- Na Vašich internetových stránkách
- Poslán na email zaměstnance
- Předložíte ho na firemní poradě

19. Bude etický kodex zveřejněn i pro veřejnost?

- Ano
- Ne

20. Bude mít porušení kodexu nějaký postih?

- Ano
- Ne

20 a) Pokud ano, jaký?

- Finanční pokuta
- Neúčast na velkých zakázkách
- Odebrání benefitu
- Vyhazov

Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této bakalářské práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení

V Praze dne: 03. 05. 2018

podpis:

| Jméno | Katedra / Pracoviště | Datum | Podpis |
|--------------|-----------------------------|--------------|---------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |