

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Podniková etika

Ethics in the Enterprise

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

STUDIJNÍ OBOR

Personální management v průmyslových podnicích

VEDOUcí PRÁCE

Ing. Libor Cupal

VRTIŠKOVÁ

NIKOLA

2018

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení:	Vrtišková	Jméno:	Nikola	Osobní číslo:	460702
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)				
Zadávací katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií				
Studijní program:	Ekonomika a management				
Studijní obor:	Personální management v průmyslových podnicích				

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:
Podniková etika

Název bakalářské práce anglicky:
Ethics in the Enterprise

Pokyny pro vypracování:
CÍL: Cílem bakalářské práce je analyzovat a definovat pravidla etického chování v podniku, zaměřené na etické kodexy.
PŘÍNOS: Přínosem bakalářské práce je prohloubení etického kodexu dané firmy.
OSNOVA: 1. Úvod; 2. Teoretická část- etika, etický kodex, společenská odpovědnost; 4. Praktická část- představení korporace, analýza podniku, šetření, návrh zlepšení a jeho efektivnost.

Seznam doporučené literatury:
Anzenbacher, A. (2001). Úvod do etiky. Praha: Academia.
Zdeněk Dytrt a kolektiv (2006). Etika v podnikatelském prostředí. Praha: Grada Publishing s.r.o.
Pavel Seknička, A. P. (2016). Etika v podnikání a hodnoty na trhu. Praha: Grada Publishing.
Slámečka, V. (2012). Manažerská etika. Praha: ČVUT.
Spinoza, B. (1977). Etika. Praha: Svoboda.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:
Ing. Libor Cupal, MÚVS ČVUT v Praze, oddělení manažerských studií

Jméno a pracoviště konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: 5.12.2017 Termín odevzdání bakalářské práce: 5.5.2018
Platnost zadání bakalářské práce: 31.8.2019

Podpis vedoucí(ho) práce

Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

Podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

28 -03- 2018

Datum převzetí zadání

Podpis studenta(ky)

Vrtišková Nikola. *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 příloženém seznamu použité literatury.

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

V Praze dne: 03. 05. 2018

Podpis:

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala mému vedoucímu Ing. Luboru Cupalovi za odborné vedení, cenné rady a trpělivost při zpracování, zároveň také za nalezení správné cesty při tvorbě mé bakalářské práce.

Současně bych chtěla poděkovat obchodní společnosti, zvláště jejím zaměstnancům, kteří mi umožnili přístup k potřebným informacím při zpracování praktické části.

Abstrakt

Práce se zabývá etikou, etickým kodexem, a zvláště pak kodexem daňových poradců. Její cíl je analyzovat a definovat pravidla etického chování, dále se práce zabývá informovaností zaměstnanců o etickém kodexu a jejich případnému prohloubení povědomí o standardech v oblasti etiky.

Klíčová slova

Etika, etický kodex, společenská odpovědnost firem, manažerská etika, morálka

Abstract

The point of these essay is ethics code of ethics and Code of Ethics for Tax Advisors. Goal is analyze and specify the rules of ethical behavior. Then bachelor thesis deal with informations about ethics code which employees has. I want to work on deeping the information with these topic.

Key words

Ethics, code of ethic, corporate social responsibility , business ethic, morality

Obsah

Úvod	5
1 Etika	7
1.1 Etika a její vývoj jako vědní disciplíny	9
1.1.1 Morálka	10
1.1.2 Mravnost	12
1.1.3 Hodnoty	13
1.1.4 Etika a ekonomika	13
1.2 Etika v korporátním světě	14
1.3 Manažerská etika	19
1.3.1 Implementace etického chování za pomoci manažerů	21
2 Etický kodex	22
2.1 Obsah etických kodexu	24
2.2 Tvorba etických kodexů	26
2.3 Kodex daňového poradce	27
3 Společenská odpovědnost firem	29
4 Představení společnosti	33
5 Dotazníkové šetření	34
5.1 Výzkumné cíle a předpoklady	34
5.2 Dotazníkové šetření	35
5.3 Šetření	35
5.4 Vyhodnocení	46
5.5 Návrhy na zlepšení	47
5.5.1 Elektronický test	48
5.5.2 Školení ve firmě	48
5.5.3 Teambuildingové školení	48
Závěr	49
Seznam použité literatury	51
Seznam obrázků	53
Seznam grafů	54

Úvod

Etika už od dávných dob měla svůj speciální význam, který jí je zachován dodnes, postupně si probojovávala cestu skrze jednotlivá odvětví, až se stala neodmyslitelnou součástí našeho každodenního života. Stala se tak všudypřítomnou a nedílnou složkou našeho jednání, zásad, utváření hodnot, to jak v soukromé, tak v profesní sféře.

Jak již bylo řečeno, etika je něco, co nerozlučně patří do našeho života, pokud ho chceme žít v harmonii s ostatními. Tím ostatním jsou myšleni jak lidé, tak příroda a celkový soulad s naší Zemí jako takovou. Žijeme v době, kde se etika a morálka už pomalu začínala vytrácet, avšak nyní nastává zvrat a jakési boom v oblasti lidských zdrojů, zaměstnavatelé si začínají uvědomovat důležité hodnoty a sílu lidského kapitálu. Zaměstnanci si dnes vybírají, kde budou pracovat, která firma má pro ně větší potenciál a peníze již nejsou hlavním motivačním atributem, je tedy důležité, aby si firmy vytvářely přidanou hodnotu, kterou pro mnohé může být právě podniková etika.

Etika je považována za jakési DNA společnosti, které hraje zaměstnavatelům do karet, pokud ale o něj pečují s láskou. Měly bychom si uvědomit, že právě rozvíjení lidského kapitálu dává korporacím moc, kterou mají. Proto je podniková etika v konkurenčním boji firem o dobré zaměstnance nedílnou součástí, která by rozhodně neměla být opomíjena. Toto je podloženo i slovy Roberta Reiche, který v *Hospodářských novinách* (17.10. 2002) *upozorňuje, že v nové ekonomice jsou lidé pro firmy tím nejcennějším.*“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 47)

Téma podniková etika jsem si zvolila proto, že mi přijde v mnoha firmách zanedbávané, mnohdy opomíjené či považované za nedůležité, ale dle mého názoru je její existenční význam nutný pro fungování úspěšných korporací, na které je strhávána větší pozornost, právě velké a úspěšné společnosti jdou příkladem všem ostatním, stejně tak jako osobnosti, které je řídí.

Etika jako taková v sobě zahrnuje svobodu jednání, která není legislativou vynutitelná, ale přesto za něj neseme odpovědnost, a i zde jsou psaná i nepsaná pravidla, morální zásady a mravní principy, specifické a nespécifické kodexy. A právě to bych Vám chtěla v této bakalářské práci přiblížit. *„Smysl etické výchovy spatřujeme v rozvíjení citlivosti a vnímavosti subjektů, rozhodování vůči etickým problémům a dilematům a v jejich motivování k řešení etických problémů, a to takovým způsobem, který respektuje rozdílné potřeby a zájmy zúčastněných stran a usiluje o řešení, které je pro všechny akceptovatelné a určitým způsobem i přínosné.* (Dytrt & Bláha, 2003, str. 134)

TEORETICKÁ ČÁST

1 Etika

Dogma etiky je rozlišení mezi dobrem a zlem, ovšem její podstata je mnohem hlubší. Jedná se o svobodné jednání, uvědomění si, přizpůsobení, a to vše v „konfliktu“ s našimi přání a touhy. (Anzenbacher A., 2001, str. 31) Na prvních stránkách této bakalářské práce bych ráda, krátce, objasnila dva pojmy, které se často zaměňují, ba považují za synonyma, a to jsou etika vs. etiketa. Etiketa je to, jak se chováme ve společnosti.

„Etika se nikdy neomezovala na to, aby definovala dobro pouze jako to, co je subjektivně shodné se svědomím. Ve všech dobách usilovala také o poznání, co je mravně správné v různých oblastech praxe, a snažila se toto správné uplatnit sociálně jako normu.“ (Anzenbacher A., 2001, str. 24). Bylo by dobré si rovnou definovat slovo norma, jelikož tento pojem se v oblasti etiky vyskytuje zhusta, norma je tedy všeobecně závazné pravidlo, předpis, typický model, standard, vzor atp.¹. Pokud se zaměříme pouze na etiku, dají se normy definovat jako sociální pravidla jednání. Jedinou vynutitelnou normou chování je právo, jeho vyhlášky a nařízení, to nám můžou přikázat, nebo spíše zakázat? Jak se chovat, co dělat a nedělat. Mnoho právníků rádo říká, že vše, co není zakázáno, je povoleno. Normy tedy mohou přikazovat, neboť jsou předepsány, tudíž jim náleží i uplatňování své moci za pomoci sankcí, a proto jsou vynutitelné. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 19) *„Člověk totiž může udělat něco, co považuje za správné a ne z přesvědčení nebo na základě vědomé volby, ale pouze proto, že to od něj společnost očekává a že jde o výsledek sociálního učení“* (Thompson, 2004, str. 24) Naproti tomu mravní normy by měly přežívat v každém z nás a nejsou nijak specificky definovány či dokonce nařizovány, každý nechť jedná dle svého nejlepšího vědomí a svědomí. (Anzenbacher A., 2001, str. 42). Ovšem můžeme je definovat v širším společenském celku, tedy měly by ovlivňovat jednání ve skupině, jejíchž jsme členem, právě v její prospěch. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 19-20)

„Etiku můžeme vymezit buď v užším pojetí, kdy ji chápeme jako vědu, která zkoumá mravně relevantní jednání a chování člověka, anebo v širším pojetí, kdy ji charakterizujeme jako míru humanity. Je třeba připomenout, že širším pojetím etiky je výrazně omezen její normativní charakter.“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 19) Ovšem odpověď na to, co vlastně znamená slovo etika, není zdánlivě jednoduchá už jen díky tomu, že na etiku můžeme hledět z mnoha úhlů v mnoha sférách, ať už je to křesťanská etika, filosofická etika, na protipólu etika v podnikání a mnoho dalších. (Slámečka, 2012, stránky 10-11) Ale co si můžeme říci je to, jak slovo etika vzniklo. *„Slovo etika pochází z řeckého slova „ethos“. To můžeme vykládat dvěma způsoby. V původním významu znamená „ethos“ místo obvyklého pobytu, tedy místo, ve kterém člověk zdomácněl a je zvyklý. Z tohoto chápání potom vychází překlady jako je tradice, obyčej nebo zvyk. V dnešní době se toto slovo překládá jako mrav.“* (Arthur, 1994, str. 162). Podobnou definici slova „ethos“ můžeme naléznout

¹ <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/norma>

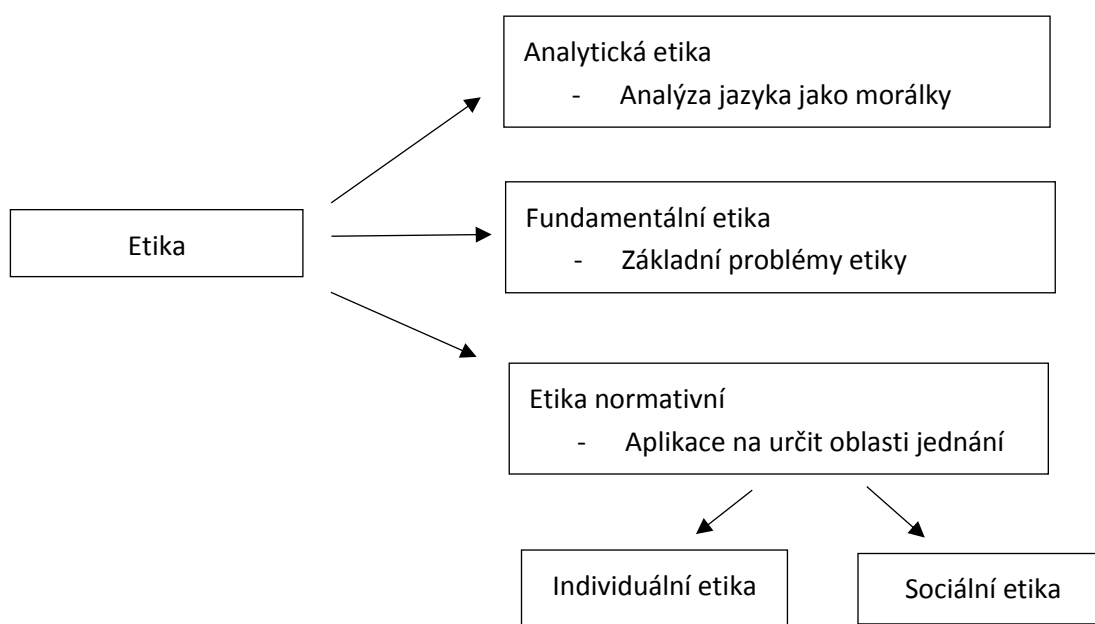
na předních stránkách, snad každé odborné literatury etikou zabývající se, pro porovnání zde uvedu charakteristiku tohoto slova, jež uvádí A. Anzenbacher ve své knize Úvod do etiky. „Řecké slovo *ethos* se v první řadě týká zvířat a označuje místo jejich pastvy nebo stáj, jakož i způsob jejich života a chování. Přeneseno na člověka znamená *ethos* místo bydlení, určené společenstvím nebo původem, a potud také všechno, co je obyčejem a mravem v rámci společného bydlení. Odtud toto slovo nabývá významu charakteru jednotlivého člověka ve vztahu k společenskému mravu a nakonec označuje vůbec způsob jednání, postoj a smýšlení osob.“ (Anzenbacher A. , 2001, str. 41) Přesto, že etiku si můžeme vykládat jakkoliv, její původ je téměř jednoznačný.

Etiku dělíme do čtyř skupin z hlediska metodologické výstavby:

- „*Deskriptivní etika*“ - tato část etiky se zaměřuje zejména na rozhodování a hodnoty s ohledem na mrav dané skupiny a také na to, co ovlivňuje jedince, aby své morální hodnoty a zásady přehodnotil.
- „*Normativní etika*“ – je oblast orientována na prvky, které nás přimějí k určitému jednání a rozhodování s přihlédnutím k našim mravním hodnotám.
- „*Analytická etika neboli Meta etika*“ – toto odvětví etiky se soustředí zejména na jazyk, kterým etika hovoří a pojmy, které se v ní objevují vzhledem k jejich struktuře.
- „*Aplikovaná etika*“ - aplikovaná etika je zde od toho, aby analyzovala a zkoumala, tudíž i sem řadíme podnikatelskou etiku, kterou se budeme zabývat. (Seknička A. P., 2007, stránky 42-44)

Toto rozdělení z hlediska čtyř základních přístupů etiky nalezneme také např. v knížce Přehled etiky od Mela Thompsona a jistě i v mnohé další odborné literatuře.

Další rozdělení etiky můžeme vidět na obr. č. 1, zde jsou znázorněny tři její základní sekce z hlediska zkoumání v kritickém slova smyslu.



Obr. č. 1 Rozložení etiky (Seknička A. P., 2007, str. 43) vlastní úprava Microsoft Word

Etiku uspořádal také Arno Anzenbacher, který se jí zabýval podstatnou část svého života. Rozdělil ji pak do tří podobných skupin (viz obr. č. 1) a to: analytickou etiku neboli Meta etiku, fundamentální etiku a normativní etiku. Analytická etika Meta etika je analýza jazyka morálky, fundamentální etika jsou základní problémy etiky a normativní etika pak aplikace na určité oblasti jednání, a to individuální a sociální (Anzenbacher A. , 2004) Ovšem Anzenbacher se zabýval etikou spíše z křesťanského pohledu a její typické rozdělení na dobro a zlo. Další známou osobností v tomto filosofickém směru, co se etiky náboženského pohledu týče, byl Spinoza, jeho prioritou bylo přivést lidi k prostému štěstí. (Spinoza, 1977, str. 87)

V knížce s názvem Manažerská etika od p. Bláhy a p. Dytrta, kteří ji člení obdobně jako výše zmínění p. Seknička nebo p. Anzenbacher, dělí etiku na *deskriptivní, normativní a meatetika*. Do deskriptivní etiky nám spadá morálka, a tedy s ní i současnost, normativní etika je pak zaměřena na definici člověka jako takového a to, jakým by měl chtít být a v neposlední řadě meatetika, ta se zabývá spíše teoretickou částí, tedy významem slov a pojmů. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 15-17)

V neposlední řadě bych chtěla zmínit myslitele, kteří ovlivnili utváření etiky. Immanuel Kant kritizoval metafyzický přístup a tvrdil, že naše etické chování je zapříčiněno rozumem a základním stavebním kamenem je zde pro něj svoboda. Toto je podloženo také jeho tvrzením, že, „všichni víme, co mravní závazek znamená a věříme, že se něco má dělat nezávisle na tom, jaké to pro nás může mít důsledky. Jádrem etického myšlení je tak usilování o dobrou vůli.“ (Seknička A. P., 2007, str. 47). Na Kanta navázal Wilhelm Windelband, a to se směrem, který vzniká po 1. světové válce, a to Novokantovská hodnotová etika. W. Windelband se snažil upozornit především na dobro, hodnotové vědomí a hodnoty jako takové. „Hodnoty a normy tvoří ideální podmínky veškeré platnosti, jsou však také imperativy, které nás vybízejí k aktivitě a životu v pravdě, dobru a kráse. W. Windelband v této souvislosti koncipuje jednotu trojího vědomí: logického, etického a estetického. Hodnotu tak chápeme jako to, co má být, což nám umožňuje dále rozvíjet myšlenku o specifické povaze hodnot a způsobuje jejich bytí.“ (Seknička & Putnová , 2016, str. 69) Po tomto směru vzniká směr fenomenologický, ten, „spatřuje v hodnotě cosi rozmanitého, objektivního, ale i odlišného od bytí, avšak neuznává vlastní mravní hodnotu, jež objekt chtění činí aktem mravně dobrým“ , v tomto směru vystupují jména jako Frant Bernato, Max Scheler a Nicolai Hartman. (Seknička & Putnová , 2016, str. 71)

1.1 Etika a její vývoj jako vědní disciplíny

„Název etika se pro disciplínu začíná používat od dob Aristotelových, kdy bylo tak nazváno jedno stěžejní morální dílo Etika Nikomachova. V dějinách filosofie bývaly pro etiku propagovány ještě další názvy, z nichž za zmínku stojí snad jen Masarykova praktická filosofie, jak se s ní setkáváme v jeho Konkrétní logice. Pro Masaryka se jedná o sjednocené a harmonické vědění, chápané jako opora důsledného vedení života. V dalším textu se přidržíme pohledu, vlastního teologii. Hovoříme-li totiž v tomto kontextu o etice, hovoříme vždy o filosofické disciplíně, zkoumající lidské jednání z hlediska jeho vztahu k pravdě člověka, poznávané rozborem stvoření (tj. světlem přirozeného rozumu). Naproti tomu morálkou, resp. morální teologií rozumíme teologickou disciplínu, zkoumající lidské jednání z hlediska jeho vztahu k pravdě člověka, poznávané rozborem Zjevení (tj. světlem rozumu, prozářeného vírou). Je evidentní, že morální teologie i etika – jsou-li obě pravdivé a ve své metodologii poctivé – musí dosahovat stejných výsledků, přičemž morální teologie vzhledem

k předmětu poznání většinou obsahuje, „cosi“ navíc.“ (Slámečka, 2012, str. 11). Ale nejvýznamnějším představitelem, podle Putnové a Sekničky, je Max Weber, díky jeho rozdělení odpovědnosti a úmyslu. Weber jako první upozornil na fakt, že to, jak daný jedinec jedná, může být zapříčiněno, „informačním deficitem“, a toto celé spočívá v tom, že člověk se stává dobrovolně odpovědným za své závazky. (Seknička & Putnová, 2016, stránky 50-51). „Podle Freuda je etika nutným produktem kultury, která zase vyplývá z ekonomie libida.“ (Anzenbacher A., 2001, str. 194)

Nejstarší dochované prvotní myšlenky o etice pocházejí z Číny a jejich filosofie je respektována dodnes. Konfuciovy zásady jsou přijímány po celém světě a znějí: „Všichni lidé jsou stejní svou přirozeností; čeho chceš dosáhnout, k tomu dopomáhej i druhým a co sám nechceš, nečini jiným.“ Tyto tři zásady nastolily základy etiky možná i proto, že je lze považovat za ideologicky lidské. Z pohledu časové osy je dalším filosof I. Kant, který se zaměřoval především na to, jak být lepším člověkem a překonávat tak své přirozené já. Kantova základní myšlenka spočívá ve svobodné vůli k dobrému jednání. Přesuneme-li se k dokumentům, které jsou považovány za základní kámen etiky, určitě zde musím zmínit anglický novověký dokument Magna Charta Libertatum, jehož přínos byl v tom, že omezoval moc krále, který tehdy, tedy do roku 1215, byl téměř neomezen. Dalším dokumentem z roku 1948 je Všeobecná deklarace lidských práv, která byla přijata na půdě OSN. Tato deklarace definovala lidská práva společně s jejich obsahem s přihlédnutím ke květnatosti kultur. Nejnovější dokument je Charta základních práv EU z roku 2000, tato charta není považována za právní dokument, ale je spíše politického charakteru, alespoň prozatím. (Mazák, 2010, stránky 20;84-85)

Po krátkém dějinném exkursu se přesouváme do současnosti. Významným představitelem je zde Martin Heidegger, jeho nejvýznamnějším dílem je Bytí a čas, bytí člověka a jeho existence spočívá v jeho vlastním bytí, tedy rozhoduje se na základě dvou faktorů. Asymetrický faktor, „já“ a neutentický faktor, „ono se“. Toto tvrzení je založeno na našem rozpoložení duše, zabývá se tedy především etikou zvanou existencialistická. (Seknička & Putnová, 2016, str. 36)

Abychom si o etice mohli utvořit ucelenou představu, vypíchnu zde pár klíčových myšlenek, které jsou považovány za základní kameny pro vývoj této vědní disciplíny. Začneme ve starověkém Řecku, kde již zmiňovaní Platón a Aristoteles diskutovali o tom, co je podstatou dobrého života a jeho ideálu, hledali vztah mezi ctností a touze po štěstí. Poté se posouváme k zákonu T. Akvinského, ten se zabýval zejména bohem a sloučením myšlenek Platóna a Aristotela v souladu s křesťanstvím a tím, co je přirozeně správné. Následně je zde Hobbes, který tvrdil, že by etika měla být podstatou smluvní dohody mezi lidmi. Hume byl pak přesvědčen, že podstatou je spíše cit nežli rozum. Kant pak propagoval myšlenku, že etika by měla být postavena, pouze a jedině na čistém praktickém rozumu. Toto vedlo k rozdělení etiky na čtyři základní přístupy, tedy deskriptivní, normativní, meta etika a aplikovaná etika (viz kapitola 1.1 Etika a její vývoj jako vědní disciplíny). Nietzsche a Sartre pak brali etiku z ohledu jedince a jeho osobních otázek, „etika není objevena, my ji vytváříme svými vlastními rozhodnutími“. (Thompson, 2004, stránky 13-14) „V současné filosofii se setkáváme s řadou pokusů o nové založení etiky, jež se více nebo méně výrazně odlišují od tradičních forem fundamentální etiky.“ (Anzenbacher A., 2001, str. 211)

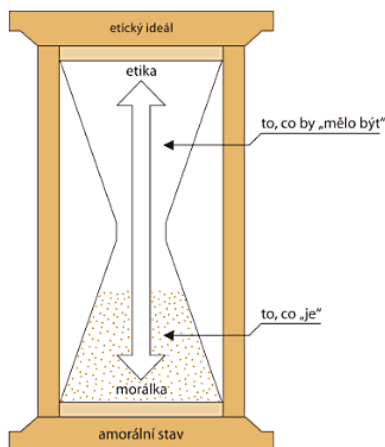
1.1.1 Morálka

„Morálka je pojem, který je odvozen od latinského slova *mós*, jež znamená zvyk, obyčej či mrav. Jedná se o složitý pojem, jenž má celostní, resp. komplexní povahu a vícedimenzionální charakter“

(Seknička A. P., 2007, str. 36) „Morální otázky byly v obchodních vztazích a v ekonomickém životě zastoupeny vždy. Stačí namátkou připomenout Shakespearova Kupce benátského jako určitou reflexi neetického jednání.“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 7)

Vztah mezi etikou a morálkou je následovný: „Etika bývá označována za nauku o morálce. Z překladu slova etika – mravověda, mravouka – snadno zjistíme, že jde o pojem, který je příbuzný s výrazem morálka“. Tedy etika je morálce nadřazená. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 15) Rozdíl mezi etikou a morálkou je, že etika jako vědní disciplína vyzdvihuje „to, co má být“, kdežto morálka „to, co je“. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 16) „Ať už vztah mezi etikou a morálkou chápeme jakkoliv, je jisté, že etika jako teorie odráží filosofii, ze které vychází, a tudíž ovlivňuje i žitou praxi.“ (Slámečka, 2012, str. 11)

K morálce jako takové, morálka přežívá v každém z nás a rozvíjí se po celou dobu našeho života, dá se charakterizovat i jako určitá serióznost života jedince a její reflexí je právě etika. „Jedna morálka může být reflektována v celé škále etických konceptů, neboť každá etika je permanentně se vytvářející a otevřené téma.“ (Seknička & Putnová, 2016, stránky 34-37) Rozdíl mezi etikou a morálkou je vyznačen na obrázku č. 1



Obrázek č.2 Vztah etiky a morálky (Seknička & Putnová, 2016, str. 36)²

Když se poohlédneme do minulosti, morálka představovala vůli plnit rozkazy a přání někoho nám nadřazeného, ať už to byl bůh, či vládce, za účelem harmonie v jednání člověka s přihlédnutím na pravidla, mravy, hodnoty a v neposlední řadě normy, měla zjednodušovat soužití mezi lidmi samotnými. „Morálku tak charakterizujeme jako soubor specifických zvyklostí, norem, standardů, etických a kulturních pravidel či vzorců, jež jsou požadovány a očekávány od jedince, který se ve společnosti nebo kolektivně průběžně identifikuje jako „dobrý člověk“. Morálku lze rozdělit na individuální a společenskou. Jak již z názvu lze odvodit, individuální morálka se zabývá jedincem jako samostatným celkem. Společenskou morálku můžeme nalézt i pod pojmem společenské mravy, tato morálka je pak soubor pravidel a vzorů obsahujících etická pravidla. (Seknička & Putnová,

²Zdroj: <http://docplayer.cz/16064081-Vysoke-uceni-technicke-v-brne.html>

2016, stránky 24-25) „*Morálka jako jedna z nevýznamnějších forem společenského či sociálního vědomí je založena na rozumu, citech (emocích) a vůli.*“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 14)

Lawrence Kohlberga v souvislosti s podklady Jeana Piageta popisuje tři stupně morálního myšlení. „*Prekonvenční úroveň morálky: stadium orientace na trest a stadium orientace na odměnu. Konvenční úroveň morálky: stadium orientace na trest a zákon a stadium orientace na to být dobrým člověkem. Postkonvenční úroveň morálky: stadium orientace na společenskou smlouvu a stadium universální etiky.*“ Toto rozdělení je důležité zejména pro morální rozhodování a jeho reflexi. (Seknička & Putnová, 2016, str. 17) Hlavní podstatou je naše smýšlení a svoboda jednání, tedy utváření podmínek pro naše případné rozhodování. „*V oblasti hospodářské či podnikatelské činnosti se jedná o stanovení správné motivace a pobídek pro jednání a chování, rozhodování nebo hodnocení, protože jen v takovém prostředí bude člověk ochoten hledat, vynalézat, vynikat, přesně v duchu praktické filosofie, resp. etiky, která se ptá po dobrém a lepším.*“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 128)

G.W.F. Hegel tvrdí, že, „*morální jednání je subjektivním projevem vůle*“. Zabýval se filosofií, že ne vždy naše chování koresponduje s dobrým úmyslem, protože i z dobře míněného jednání může vzniknout něco mravně nevhodného, aniž bychom si to přáli. „*Moralita, tj. morální úmysl a jednání, totiž spočívá na, právu vědět, na principu, že člověk v plném smyslu zodpovídá jen za to, co činí uvědoměle, se znalostí situace, nikoliv však za skutky spáchané z neznalosti.*“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 39) Kant pak definuje princip morálky takto, „*Jednej tak, aby se účel tvého jednání stal obecným zákonem*“. Čímž chtěl dosáhnout toho, aby se respektovalo jednoduché pravidlo a to, „*nečiň druhým, co nechceš, aby činili tobě*“. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 121)

Mravní normy, které slouží jako návod pro člověka v tom smyslu, že mu říkají, jak by se měl chovat ve společenském celku, tedy předepisují určitá pravidla. Vzhledem k tomu, že normy předepisují/určují, tak i zakazují. Tím se i dostáváme k tématu, zda morální zásady nesvazují člověka v jejich dodržování – ano, svazují ale zároveň tak brání společnost před možnými konflikty a rozpory. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 19)

„*Zdokonalování a sebevýchova v morálních postojích jsou důležitým atributem rozvoje etických postojů každého člověka.*“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 46) Eduard Mazák tvrdí: „*Jenom tehdy, když pochopíme, že morálka není luxusem, na který zatím nemáme, ale zdroje bohatství národů, máme šanci se dopracovat a být přijati za rovnoprávné členy rodiny sjednocené a integrované Evropy.*“ (Mazák, 2010, str. 88) Morálka působí na naše chování jak v našem osobním životě, stejně tak zasahuje i do našeho ekonomického rozhodování, proto se rozpíná i do podnikatelské etiky. (Seknička A. P., 2007, str. 14)

1.1.2 Mravnost

Je důležité upozornit na rozdílnost slov morálka a mravnost, „*morálka, resp. morální jednání je takové, které je v souladu s normami platné morálky a s vlastním svědomím. Naopak mravnost nemusí být svědomím reflektována.*“ Mravnost spočívá v respektování daných norem, který člověk uznává a dodržuje je, proto se mravnosti připisuje kvalita osobnosti člověka. (Seknička & Putnová, 2016, stránky 39-40) Etika toto jednání, kdy se každý den rozhodujeme a soudíme druhé na základě našich mravních kodexů a preferencí označuje jako mravní předporozumění. Bez mravního předporozumění bychom nebyli schopni souladu společenství a harmonie soužití. I mrav a naše posuzování toho, co je a co není mravně korektní, se opírá o rozpoznávání dobra a zla, které doká-

že rozlišit i malé dítě, které si uvědomuje základní morální imperativ: „Dobro je třeba konat a zla je třeba se vyvarovat“. Tyto hodnoty nám jsou vštěpovány již od narození, tak proč je přesto někteří z nás porušují a jsou podle nás mravně nezpůsobilí? Důležitým aspektem v posuzování mravnosti je předpoklad toho, že si každý člověk uvědomuje své svědomí a dobrovolnost jednání s přihlédnutím na odpovědnost a možné následky. Člověk jednající za předpokladu uvědomění si zmíněných aspektů, tedy svědomí, dobrovolnost a odpovědnost, by měl být schopen racionálně vysvětlit, co ho vedlo právě k tomuto jednání. Jsou různé varianty, jak rozhodování druhých lze posuzovat, jedním je *racionální diskuze*, tedy naše jednání lze racionálně vysvětlit. Výsledek tedy není založen na pocitech a našem přesvědčení toho, co je dobré a co nikoliv, ale na faktech, které v danou chvíli působily. Z druhé strany úhlu pohledu vycházíme z toho, že špatné jednání jde proti vštípeným hodnotám lidské společnosti a je tedy mravně nepřijatelné. Proto je potřeba brát ohled na to, že „*mravní kvalifikace člověka se ve svých důsledcích zásadně liší od jakýchkoliv jiných kvalifikací*“. Hodnotíme-li lidské jednání z hlediska mravnosti, předpokládáme, že každý člověk je schopen alespoň obecně rozlišit, co je dobré a co je zlé; předpokládáme také, že si uvědomuje základní morální imperativ: dobro je třeba konat a zla je třeba se vyvarovat. Z výše uvedeného plyne, že v člověku předpokládáme existenci něčeho, co tradičně nazýváme svědomím. (Slámečka, 2012, stránky 12-13) George Wilhelm Friedrich Hegel považuje mravnost za nejpodstatnější část etiky, protože právě ona mravnost je nejvíce utvářena svobodou našeho jednání. „*Mravnost podle Hegela vyjadřuje konkrétní život společnosti a jeho základní duchovní řád, jeho duchovní struktury a vztahy. Cesta ke skutečné svobodě ve společnosti vede přes uznání rozumných povinností.*“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 39)

Jiří Bláha a Zdeněk Dytrt ve své již zmiňované knize s názvem Manažerská etika definují nejvyšší mravní cíl jako utilitarismus, který označuje největší dobro, kterého člověk může dosáhnout jak pro sebe, tak pro ostatní. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 19)

„*Nutnou podmínkou lidsky důstojného spoluzití ve všech oblastech společnosti je přechod od morality k mravnosti.*“ (Anzenbacher A., 2001, str. 107)

1.1.3 Hodnoty

Hodnoty můžeme chápat ve dvojitěm pojetí. Buď může mít význam materialisticky založený, tedy hodnota zboží jakožto cena určitého statku, ať už přímo zboží nebo služby. Druhý význam je položen na našem psychickém vnímání, určitá míra sympatií k dané osobě, okamžiku, kráse světa kolem nás. I toto lze pojmenovat zmiňovanou hodnotou. Hodnota vyjadřuje to, co se nám líbí, nebo naše životní úspěchy, cíle. „*Svět bez hodnot jako svět bez významu ani nemůže existovat.*“ Každá kultura má své hodnoty stanovené trochu jinak a možná právě proto jsou předmětem zkoumání hned v několika sférách, jako je např.: sociologie, estetika, právní věda, etika. Člověk si od narození hierarchicky sestavuje své hodnoty, které se mu mění v průběhu jeho života. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 21) Právě utváření hodnot podniku, dává zaměstnancům hodnoty podnikové kultury a jsou tak vůči ní loajální. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 122)

1.1.4 Etika a ekonomika

O etice a jejím jednání, vzhledem k jejímu širokému spektru, se dá hodně diskutovat, co je a co není etické, co by mělo a nemělo být na uvážení jedince, avšak „*nikdo si nedovolí tvrdit, že etika*

do ekonomiky jako takové nepatří“, proto je důležité, aby si každý podnik stanovil a nadefinoval své morální zásady, popřípadě etický kodex, kterým by se každý jeden jedinec na 100 % řídil, a tím by se nasměrovala cesta, kterou by se měl každý vydat, ať už jde o direktora, manažera, koordinátora či asistenta. (Slámečka, 2012, stránky 8-9) „Amarta Sen ve svém díle hovoří o vzájemném přínosu ekonomické etiky. John M. Letiche v předmluvě k němu napsal: Co lze považovat za naprosto nové, je přínos, který může mít morální filozofie a ekonomie blahobytu pro ekonomii hlavního proudu; škoda, kterou utrpí kvalita ekonomické analýzy, pokud je nesprávně používán předpoklad chování motivovaného vlastního zájmu.“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 127)

Podle A. Smitha jsou tři základní stavební kameny nutné k ekonomické etice. Je to pracovitost, spořivost a podnikavost. Pohnutkou pro tyto faktory může být touha po vlastním zbohatnutí, která je přirozenou a nedílnou vlastností každého z nás. „Z hlediska etického je prospěšný čin motivován vlastním zájmem, resp. láskou k řádu, v tomto smyslu jde o soulad se sympatií. A. Smith byl přesvědčen, že racionální zájem na vlastním prospěchu (prozíravosti) je z hlediska morálního i ekonomického ctnost, i když náklonnost, lidskost, sympatii považoval za záslušnější morální ctnost. Tyto ctnosti doplňují další jako smysl pro povinnost či ústa k spravedlnosti.“ (Seknička & Putnová, 2016, stránky 127-128) Při propojení etiky a ekonomiky, bychom neměli opomenout zlaté pravidlo, které řeší lidské vztahy a etické problémy. „Zlaté pravidlo představuje prostředek pro ověření správnosti našeho jednání“. Je to tedy soubor hodnot a principů, které mají pomáhat při řešení problémů, jsou v něm zahrnuty hodnoty, svoboda, spravedlnost (to protože jejich soulad tvoří základ pro legitimitu a legalitu), odpovědnost, důvěra (tyto dvě hodnoty jsou nezbytné pro veškeré smluvní vztahy, a tak i pro existenci tržní ekonomiky), pokrok, prosperita, racionalita (tyto atributy jsou podstatnou složkou dynamiky, růstu ekonomiky a jejího trhu s ohledem na mravní cit). (Seknička A. P., 2007, stránky 51-52)

„Etika do ekonomiky patří, je její nedílnou součástí a každodenní zkušenost nás přesvědčuje, že čím razantněji a rychleji bude aplikována na všech úrovních, tím pro ekonomiku i společnost lépe.“ (Slámečka, 2012, str. 8)

1.2 Etika v korporátním světě

Etika v korporátním prostředí představuje spojení etiky a byznysu za účelem vytváření kultury a harmonie podniku. Etika je do tohoto odvětví zaváděna za pomoci principů, nástrojů a metod etického řízení. Jedním z nástrojů používaných při této činnosti je etický kodex, který utváří předpoklad v přístupu k zaměstnancům. „Zavedení eticky odpovědné orientace do strategie podniku je především záležitostí managementu“ a to z hlediska jak vnitřní, tak vnější struktury dané organizace. (Seknička A. P., 2007, str. 68)

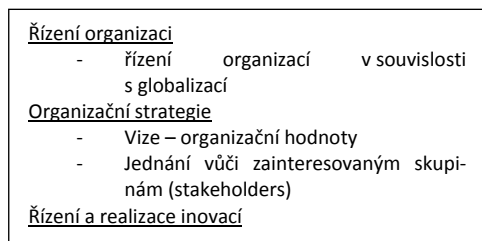
„Dříve jsme se s etikou možná setkávali převážně jen při studiu starověkých filosofů a v medicíně, v souvislosti s Hippokratem a jeho přísahou. V ekonomických oborech se o etice příliš neuvažovalo, až v posledních letech minulého století, kdy do ekonomické praxe začaly intenzivněji pronikat nežádoucí praktiky. Začaly se pojmenovávat dříve neznámými slovy, jako je např. tunelování. Více se začalo hovořit o neplnění uzavřených smluv, zkrakování hospodářských výsledků, nesplácení úvěrů apod.“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 98) Důvodů proč by se měl podnik chovat eticky je mnoho, všeo-

becné mravní povědomí lidstva je základem pro kvalitní život, toto je založeno na svobodném jednání a na odpovědnosti firem za své činy. Mravní klima, konkurenční výhoda, respektování morálních podmínek, je dalším z předpokladů, proč by se ostatní účastníci trhu měli chovat mravně nazpátek k nám, můžeme pak dosáhnout kooperativní efektivity. (Seknička A. P., 2007, str. 100)

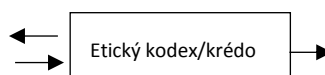
„Aplikovat obecné principy morálky do všedního profesního života je velmi obtížné, asi obtížnější než samotná jejich formulace. Nicméně znalosti etiky potřebujeme. Otázka tedy zní, jak si je nejlépe opatřit.“ (Dytrt & kolektiv, Etika v podnikatelském prostředí, 2006) Etika v korporátním prostředí, zejména pak v managementu, se začala rozvíjet v devadesátých letech minulého století, tehdy vznikli první organizace zabývající se etikou v této sféře, tím co by měla a neměla obsahovat a také tím, co je morálně nezákonné. Tomu všemu také přispívala globalizace. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 30) Zavádění etiky se v posledních letech stává nezbytností pro pohodové klima v organizaci, a také slouží k určení podnikové kultury, což přispívá nejen zaměstnancům k rozvoji svých znalostí z oblasti ekonomiky a managementu. „Principy etického řízení společně s klíčovými etickými hodnotami pro ekonomickou praxi, s tradicemi podniku a organizační kulturou vytváří hierarchii báze nové podnikové kultury.“ (Seknička A. P., 2007, str. 72)

Etika se do podniků probíjela za pomoci různých útvarů etiky, horkých linek až po organizace. Jednou z organizací je zájmové sdružení EOA, tedy Ethics officers Association, toto sdružení fungovalo podpůrně pro manažery, kteří si zde předávali své poznatky a rady. Avšak všechny tyto organizace slouží pouze jen jako opora či inspirace. Přesný návod, jak vnést etiku do našeho podniku, nenajdeme. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 52-53)

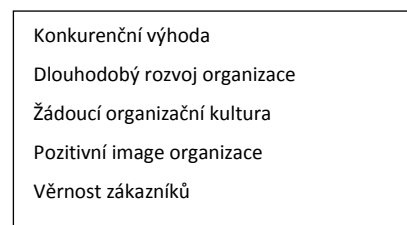
ETICKÉ ASPEKTY ŘÍZENÍ



ETICKÉ CHOVÁNÍ



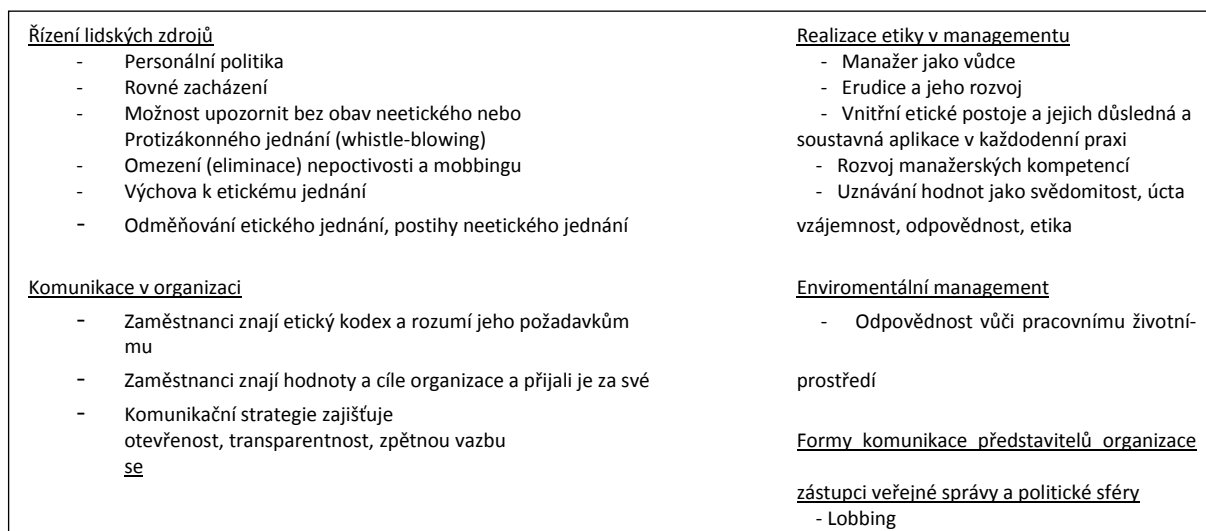
OČEKÁVANÉ VÝSLEDKY



Podpora

a

Realizace



Jak je vidno na obrázku č. 3, etické aspekty řízení, etické chování a očekávané výsledky jsou provázány etickým krédem, etickým kodexem. Toto celé je pak propojeno skrze podporu a realizaci pomocí řízení lidských zdrojů, komunikaci v organizaci, realizaci etiky v managementu, environmentální management a formy komunikace představitelů organizace se zástupci veřejné správy politické. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 54-55) „*Různorodost je v tržním ekonomickém systému limitována komplexitou vlivu trhu, práva a etiky na podnik na straně jedné a harmonií informační, koordinační a motivační funkcí trhu na straně druhé.*“. Praxe nám dokazuje, že nestačí, aby hodnoty a ideje byly pouze delegovány bez činů, naopak se musejí stát nepostradatelnou složkou každodenního etického řízení. Právě etické řízení klade požadavky na formu nástrojů a metod, jejichž působením bude etika do podniku zanesena. (Seknička A. P., 2007, str. 101)

Podnikatelské prostředí je definováno následovně: „*Podnikatelské prostředí je dáno prostorem mezi centrálními a regionálními institucemi státní a veřejné správy, které svým konáním ovlivňují působení jednotlivých podnikatelských subjektů a vytvářejí podmínky pro jejich účast na domácím a zahraničním trhu.*“. Jednodušeji řečeno, podnikatelské prostředí není přímočaré. Jeho vývoj ovlivňuje několik na sebe navazujících faktorů, jako je vývoj strategie politického, ekonomického a sociálního rozvoje společnosti. Vývoj ekonomiky nelze zastavit, a tak nám nezbývá nic jiného, než se přizpůsobovat požadavkům, které nám lokální i globální trh klade. „*Uplatňování etiky v podnikatelském prostředí je pokládáno za prioritu, protože souvisí s dynamickým rozvojem vědy a techniky, který nepřichází jenom se žádoucími a pozitivními přínosy, ale je spokojený i s nežádoucími jevy a jejich dopadem především na mezilidské vztahy.*“. (Dytrt & kolektiv, 2006, str. 13)

Etika v podnikání se zaměřuje na harmonizaci etických principů v podnikatelské činnosti, kde jsou hlavním prostředkem jak jinak než etické hodnoty na trhu. Etika v podnikání je to, co řeší různé problémy, které odrážejí různorodost podniků. (Seknička & Putnová, 2016, str. 131). Stejně tak jako má podnik vývoj ekonomický, má i vývoj morální. Morální vývoj podniku nejlépe vystihuje tzv. Reidenbahův a Robinův model, který jej rozděluje do pěti stádií vývoje. Stádia morálního vývoje, vzestupně, jsou amorální, formálně-právní, společensky odpovědná, eticky se rodící a etická organizace. Amorální organizace se vyznačuje maximalizací zisku a jejím nekalým jednáním, avšak toto funguje pouze do té doby, než bude odhaleno neboli, „*získat maximum, co jde a utéct*“. Následuje formálně-právní organizace, která se jak už z názvu vyplývá, soustřeďuje na to, aby byl podnik formálně právní, ovšem nic navíc. Zde je podstatou jednání, „*co není zákonem výslovně zakázáno, je dovoleno*“. Dalším stupněm morálního vývoje je společensky odpovědná organizace, zde se opět dostáváme o krůček dál a manažer si uvědomuje, že jednání pouze ve formálně právním hledisku není zcela dostačující. Etika začíná být vnímána jako nástroj konkurenceschopnosti, zde je principem uvažování společnosti, „*etické chování je tržně výhodné*“. Předposlední stádium je eticky se rodící organizace, kde, „*lze konat správnou věc*“, dostáváme se k pochopení důležitosti hodnot podniku, firma aktivně přistupuje k problémům společnosti, ale stále zde chybí míra zajištěných norem a jistý systém. Posledním stupněm vývoje je pak etická organizace, zde je, „*etika nedílnou součástí firemní kultury*“, a je zde ten správný balanc mezi etikou a ekonomikou firmy. Stala se tak její součástí. Je nutno při tomto rozdělení vývoje podniku podotknout, že firma nemusí pro-

jít postupným vývojem v každé fázi, a také nemusí být součástí vždy jen jedné z uvedených. (Seknička A. P., 2007, stránky 98-99)

Hlavním aspektem ovlivňující podnikatelskou etiku jsou právě zaměstnanci, kteří se podílejí na rozkvětu a utváření pracovního prostředí jako takového, což vyplývá právě z přístupu manažerů, partnerů či ředitelů. Většina manažerů si v dnešní době již uvědomuje, že je důležité brát ohled jak na měřitelný vývoj ekonomiky, tak na neměřitelné vlastnosti podniku. (Dytrt & kolektiv, 2006, stránky 13-15) Často nám opakují, že dobrý vůdce se buď narodí a je pak pro něj vedení lidí, tedy být jim vzorem, přirozené, nebo se jím stane za pomoci tréninku měkkých dovedností a znalostí. „*Vůdčovství se výrazně projevuje ve vedení pracovníků k zodpovědnosti, stabilizaci a identitě k pracovišti a k manažerovi, jenž chápe svou činnost jako poslání v managementu a uplatňuje partnerství a postupuje jako vedoucí pracovního týmu.*“ (Dytrt & kolektiv, 2006, stránky 31-36)

Tím vším se dostáváme k pojmu etika v managementu, „*nekulturu v managementu a divoký trh je třeba korigovat etickými postoji manažerů, nejenom směrem dovnitř řízení objektů, ale i do jejich ekonomického okolí. Zájem o akce, jimiž jsou manažeři přesvědčováni o významu a úloze etiky v managementu a v ekonomice, nebyl u nás nikdy veliký a v současné době se zdá, že ho ještě ubývá. Na druhé straně většina manažerů nepřipustí, že by se v jejich organizaci etika neuplatňovala nebo že by byli s aplikací etiky v managementu v rozporu. Bohužel názory na obsah etiky a její význam jsou často zjednodušovány a přehlíženy.*“ Toto tvrzení je podloženo rozhovory s manažery, které dospělo k následujícím závěrům: „*Je nedostatečné povědomí o tom, jaký obsah a jaké místo má etika v managementu a v ekonomice vůbec a v čem spočívá její přínos; manažeři se obávají uplatňovat manažerskou etiku (toto se týká zejména těch manažerů, kteří působí v prostředí, kde nejsou správně nastaveny etické normy a nechtějí se tak dostat do střetu se svým okolím); manažeři mají obavu, že by si etickým chováním komplikovali životní styl; ekonomické okolí nemá s manažery dostatek trpělivosti (toto vzniká na základě neinformovanosti o prostředí dané firmy, před jeho nástupem); pro rozhodování potřebují manažeři komplexní informace; manažeři si myslí, že na vše musí stačit sami; manažeři si nejsou jisti, že se jim etika vyplatí*“.

Toto je podporováno i veřejností, která publikuje zejména neetické jednání a to jak výhodné bylo, či jak pozdě bylo odhaleno naopak od toho správného, tedy eticky korektního. (Dytrt & kolektiv, 2006, stránky 55-56)

S etikou v korporátním prostředí jistě souvisí také identita firmy, to jak se propaguje na venek a jak na nás působí. „*Podniková identita je komplexem vlastních názorů, hodnot, norem chování a jednání, způsobu podnikání, jež jsou pro každou firmu jedinečné a vytvářejí pro ni specifický osobitý podnikatelský styl. Úroveň podnikové kultury má přímý vliv nejen na morální vnitropodnikové klima, ale i na míru etičnosti chování podniku na trhu.*“ Firmu lze popsat stejnými charakteristikami jako člověka, proto má i firma jakožto uměle vytvoření subjekt svou „osobnost“, kterou si společnost buduje a hýčká po celou dobu jejího působení na trhu. (Dytrt & kolektiv, 2006, stránky 76-79) Toto podtrhuje fakt, že podnikatelské prostředí je tvořeno institucemi, organizačními subjekty a v neposlední řadě jedinci, kteří kvalitu tohoto prostředí uskutečňují. (Dytrt & kolektiv, 2006, str. 15)

Budování ať už jakékoliv etiky je určitě záležitostí dlouhodobého charakteru, chce to soustředění a neustálou péči, dá se to přirovnat ke stromu-pokud o něj pečujeme, sklídíme ovoce.

„*Etika v podnikání se orientuje na sladění etických principů a podnikatelských činností, zcela zásadní roli v ní mají etické hodnoty, a to jak individuálních, tak podnikatelských subjektů, zejména podniků.*“ Respektování etických pravidel je dominantou v podnikání a přepokládá se, že každý

bude jednat čestně, jinak by se v tomto podnikatelském světě snad nikdo pohybovat nechtěl. Etika v podnikání je jak subjektivní, tak objektivní obor, a proto jej lze členit dvěma směry, tedy podnikavost vnější a podnikavost vnitřní. Vnější podnikavost je v objevování a zúčtování příležitostí, které nám jsou okolím naskytnuty. Podnikavost vnitřní je pak taková, která spočívá ve vytváření vnitropodnikových příležitostí, soustředí se tedy na inovace a podporuje zdravou soupeřivost. (Seknička & Putnová, 2016, str. 131) Z toho tedy vyplývá, že podnikatelská etika je nutnou náležitostí moderní doby, podloženo globalizací, která kulantně propojuje stále více kultur a tak zapřičiňuje i vyšší nároky na jejich propojení, co se organizací týče, tak, aby šlo vše ruku v ruce s morálními hodnotami každého jedince. Toto vše podtrhuje dokument Principles for Business, který vyzdvihuje požadavky každého úspěšného manažera, který pracuje v nadnárodní společnosti. Tento dokument – Principles for Business – zmiňuje hned několik zásad:

- Zásada č. 1: Odpovědnost podnikání. Tato zásada je založena na bohatosti podnikání a jeho přínosu pro ostatní, tedy na tom, jaké hodnoty podnik pro společnost, chceme-li stakeholdery, utváří.
- Zásada č. 2: Ekonomický a sociální vliv podnikání. Tato zásada je zaměřena na méně ekonomicky rozvinuté země, zde by korporace měla rozvíjet stejně tak ekonomiku jako sociální rozvoj země.
- Zásada č. 3: Podnikatelské chování. Zde dokument vyzdvihuje morální zásady, jako je čestnost respekt a vzájemnou důvěru.
- Zásada č. 4: Respektování pravidel. Respektování smluv a zásad dané země je v této části dominantou, avšak upozorňuje zde i na slepé následování pravidel jiné země, které mohou mít nezhoubné důsledky.
- Zásada č.5: Podpora mezinárodního podnikání. Tato zásada vybízí ke spolupráci mezi zeměmi za pomoci systémů GATT/WTO (General Agreement on Tariffs and Trade/World Trade Organization)³.
- Zásada č. 6: Ochrana životního prostředí. Tato zásada se zaměřuje na podporu a využití trvale udržitelného rozvoje, respektování životního prostředí.
- Zásada č. 7: Vystříhání se nezákonných operací. Zde je taxativně vyjmenováno, co vše se považuje za korupci a upozorňuje stakeholdery, aby se jí vyhnuli. Určitá souhra s podnikovou etikou se pak může stát zdrojem inspirace a sebe ocenění. (Dytrt & Bláha, Manažerská etika, 2003, stránky 32-33)

Dalším důležitým faktorem etického řízení v korporátech je sladění s multikulturním prostředím, které v dnešní globalizované době není výjimkou. „*Kantův princip respektu říká, že každá osoba má být respektována ve své vlastní identitě, víře, ve svých hodnotách a cílech*“. Právě přijímání vyšších standardů může firmám přispět k tomu, aby se stali dominantou na trhu. Stěžejní organizací v tomto směru se stala OECD, jejím úkolem pak bylo uspořádat doporučené principy v souladu s legislativou. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 84-85)

³ „Podepsáním Dohody o zřízení Světové obchodní organizace (WTO) v Marrákeši dne 15. dubna 1994 bylo završeno mnohaleté úsilí o doplnění a přeměnu Všeobecné dohody o clech a obchodu (GATT) v mezinárodní organizaci.“ (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2016)

Podnikatelská etika je relativně nová oblast, která by měla řešit případný střet zájmů mezi námi jako osobnostmi a mezi činnostmi v obchodní sféře. (Seknička A. P., 2007, str. 14) Zrod této vědní disciplíny je pak datován roku 1974, společně s první vydanou publicistikou na toto téma. (Seknička A. P., 2007, str. 17) Etika se do korporací dostává hned několika způsoby, jedním z důležitých kroků v zavádění etiky je její soulad s managementem společnosti, jinak je zde snaha o budování něčeho, o co není zájem, dá se říci zbytečná. Dalším důležitým aspektem je náklonost k pravidlům, které se snažíme zavést od vedení společnosti, to má pak za úkol sledovat implementaci a požadovat zpětnou vazbu. Odhalit slabá místa a snažit se je odbourat a získat si tak náklonost zaměstnanců i všech ostatních zainteresovaných stran. Dostatečná informovanost a přesná definice pravidel chování v dané společnosti je jedním z nezbytných požadavků, chceme-li aby naše zavedení etiky do podniku bylo naplněno. (Seknička A. P., 2007, stránky 73-74)

1.3 Manažerská etika

Pro představu důležitosti manažerské etiky uvádí Slámečka porovnání manažerské etiky s lékařskou či učitelskou a pokládá ji na úroveň nezbytnosti pro úspěšné manažery. „*Musíme si uvědomit, že manažerem je premiér stejně tak jako biskup, vedoucí supermarketu stejně tak jako hokejový trenér či farář. Manažerskou práci totiž koná ve svých povoláních poměrně velké procento lidí a koná ji často špatně, že si neuvědomují svoji manažerskou roli a nerespektují její specifika*“. (Slámečka, 2012, str. 98)

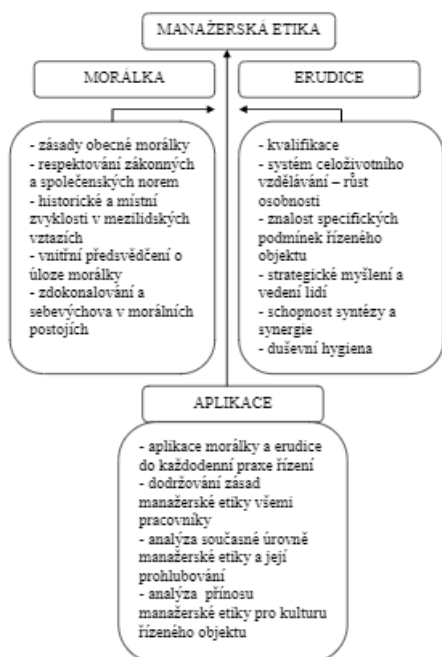
„*Manažerská etika je dnes vnímána jako samostatný vědní obor, který patří jak do ekonomiky, tak do filosofie*“. Dá se tedy říci, že manažerská etika je snaha nejen manažerů, ale i ostatních zaměstnanců protlačit etiku do všech etap rozhodování každodenního jednání. (Slámečka, 2012, stránky 94-95) Reálně smýšlející manažer by proto, aby byl úspěšný, měl celoživotně rozšiřovat své znalosti a dovednosti; měl by tedy ctít morální a etické hodnoty. „*Etická způsobilost je založena na psychologické schopnosti popsané jako autonomie. Manažerská etika se stává důležitým nástrojem prosperity firmy, protože vymezuje manažerům mantinely, které by neměli při rozhodování překročit*.“ (Dytrt & kolektiv, 2006, stránky 59-60). Manažerská etika je to, co je vidět jak uvnitř, tak navenek společnosti – manažer je vzorem pro své podřízené, ale zároveň jedná s klienty, proto je nejvhodnějším objektem pro nastavování hodnot v podnikatelském sféře. Poté můžeme etiku podporovat dál v podniku a dosáhnout tak určité harmonie na pracovišti. „*Teorie řízení, management, marketing: to nejsou jen moderní všudy přítomná slova, ale skutečnosti, které musí podnikový etik dokonale ovládat*.“ (Slámečka, 2012, stránky 129-131)

Posuneme-li se do doby před padesáti lety, kdy manažeři považovali neetické jednání společně s korupcí za všední situace každodenního života v podnikatelském prostředí, kdy platilo heslo „*Co nikomu (zdánlivě) neubližuje, je vlastně v pořádku*“. Nyní je manažerská etika vyučována na vysokých školách a začíná mít i své cenné místo v praxi, přesto jsou zde stále značné mezery, předsudky a odpor vybočit z jichž zavedených norem a standardů, přesto je budoucnost nakloněna tomu tuto zaujatost eliminovat. (Slámečka, 2012, str. 94) Většina manažerů považuje etiku za komfort, který si budou moci dovolit teprve tehdy, dosáhnou-li určité ekonomické velikosti. Právě ono vnímání, spíše opomíjení, etiky manažerů formuje hodnoty pro mladou generaci, která na ni bude pohlížet stejným způsobem, tedy jako na něco nadstandartního. Manažer by se tedy měl snažit o určité prohlubování etiky a také to, aby ji zaměstnanci vnímali a snažili se ji aplikovat v tom, co

dělají. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 37) Na druhé straně i neetické chování manažerů, které pořád není ojedinělé, není nijak odsuzováno, ba naopak je mnohdy omlouváno nedostatečným zásahem státní správy. Za incentiv k neetickému jednání jsou považovány systémové tlaky, které dávají manažerům prostor k vytváření konkurenčního prostředí a k opomenutí morálních principů. „Když si všichni ostatní konkurenti přísně udržují daný morální standard, získává přednost v soutěži ten, který se chová trochu nemorálněji než ostatní, i když se již ostatní chopili sankcí. Tím způsobem vytváří konkurence tlak, aby se na základě soutěže pomalu přizpůsobila nejnižším morálním standardům. Pokud by právo nebo určité sankčně vyzbrojené předpisy různých svazů nemohly tento proces zadržet, bylo by předem programováno zhroucení hospodářské morálky.“ (H. Steinman, 1995)

Pokud to tedy shrneme, manažerská etika je „soubor principů, které regulují chování podniku a rozhodování manažerů. Významnou roli zde hrají individuální hodnotové systémy“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 38)

Za předpokladu, že se manažer rozhodne dodržovat jistou etickou úroveň v podniku, musí se s ní nejprve sám ztotožnit a začít ji dodržovat dle předpisů, které by si měl prostudovat. Pokud toto dodrží, bude jeho úsilí oceněno formou stabilního jádra týmu, které jak se říká potáhne za jeden provaz. Sice je přijetí manažerské etiky namáhavější než její ignorování, ale přinese dlouhodobou efektivnost pro všechny. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 41-42)



Obrázek č. 4 Struktura manažerské etiky (Dytrt & Bláha, 2003, str. 44)⁴

Postavení manažerské etiky ve vztahu k morálce, erudici a aplikaci je popsáno na obrázku č. 4. Zde vidět, že všechny tři složky jsou nezbytné pro dosažení manažerské etiky. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 44)

⁴ Zdroj: <http://docplayer.cz/16064081-Vysoke-uceni-technicke-v-brne.html>

Etika se v poslední době stala populárnějším tématem, než bývala, nabádá k přemýšlení o etických nedostatcích na základě předaných informací z oblastí teorie i praxe, pěstovat etické smýšlení s ohledem na důležitost lidských zdrojů. Etika také pomáhá k sebepoznání a uvědomění si vlastních hodnot a podporuje tak osobní růst lidí, co se o ni zajímají. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 134-135)

Principy etického řízení ve společnosti jsou: „Odpovědnost podnikání, ekonomický a sociální vliv na podnikání, podnikatelské chování, respektování pravidel, podpora mezinárodního podnikání, ochrana životního prostředí a vyvarování se nezákonných operací“. (Seknička A. P., 2007, str. 73)

1.3.1 Implementace etického chování za pomoci manažerů

Jelikož manažer je ten, kdo ve značné míře utváří etický kodex a zároveň i ten, kdo nám jde příkladem, je tou pravou osobou pro prosazování etického kodexu.

Vzhledem k rozvoji lidského kapitálu už není manažer považován za diktátora, ale za vůdce, kterému je přiznávána přirozená autorita a cit pro vedení. Manažer je vedoucí týmu, který motivuje podřízené k nejlepším možným výkonům, podporuje je svými názory jakožto zakomponovaná osoba, a tak podporuje sílu týmu, kterou tak společně utváří. „*Vycházíme ze vztahu stimulace – motivace, který je východiskem k chápání, ale i plnění úlohy vůdce.*“ V souvislosti s tímto pojmem je dobré zde zahrnout i delegování pravomocí, dobrý manažer tak předává přiměřenou míru zodpovědnosti na své podřízené ti se cítí důležitě a zároveň je jim prokázána důvěra od manažera, který tím dokáže, že umí ocenit schopnosti svých podřízených natolik, aby jim daný úkol svěřil, tak manažer rozvíjí zaměstnancův potenciál, který by mohl zůstat skryt. „*Umění být manažerem a vůdcem tedy spočívá ve schopnosti stimulovat, motivovat své spolupracovníky k realizaci svých záměrů. Není nutné zdůrazňovat, že v tomto úsilí hraje roli fair play, vzájemná důvěra a etika.*“ Tam kde se uplatňují etické kodexy a firemní kultura, mají zaměstnanci pocit bezpečí a nebojí se být agilní v nových úkolech i za cenu toho, že by měli riskovat. Udržení „zdravého pracovního nasazení“ neboť jistota pracovního místa je pro mnohé z dlouhodobé perspektivy důležitým hnacím motorem, zaměstnanci mají uspokojenou jednu ze základních potřeb, a proto jsou schopni pracovat produktivněji. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 116-118) „*Aby byl manažer úspěšný, musí být dobrým vůdcem, musí vést a stimulovat pracovníky k tomu, aby se na ně mohl spolehnout, aby její svou kvalitní práci podporovali; musí v nich vyvolávat důvěru, že se na něho mohou obracet se svými problémy.*“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 123) Tradiční metody řízení jsou z hlediska etiky nejvýznamnější dialog a konsensus, které nám jsou známy již od dob Sokrata. Lidé jednají svobodně, proto by měl vždy být veden dialog, tedy prosazení se úměrnou cestou a poté by měl následně nastat konsensus. (Seknička A. P., 2007, str. 86)

Souhrn výhod, které můžeme získat při správném pojetí etiky, jsou to: „*aplikace etiky v managementu přináší potřebné sociální změny, stabilitu v mimořádných podmínkách, upřednostňuje týmovou práci, zkvalitňuje proces řízení lidských zdrojů, zkvalitňuje mravní profil pracovníků, eliminuje možnost protiprávního jednání, ovlivňuje hodnoty managementu, prohlubuje vztah k ekonomicko-sociálnímu okolí, zvyšuje kulturu organizace.*“ (Slámečka, 2012, stránky 102-103)

2 Etický kodex

Nástroje kultivace etiky dělíme na moderní a tradiční. Pavel Seknička společně s Annou Putnovou do moderních zahrnuly etický a sociální audit, úřad ombudsmana pro etiku ve firmě a etické výhody. Do tradičních nástrojů pak zařadily kodexy etiky, etické vzory a výcvik a vzdělávání v oblasti podnikatelské etiky. O několik let společně vydali publikaci na podobné téma a to Etika v podnikání a hodnoty na trhu. Zde došlo k malým aktualizacím v rozdělení nástrojů sloužících k zavedení etiky do podniku. Moderními nástroji jsou mentoring, etický ombudsman, etický a sociální audit a pravidelné vzdělávání. Tradičními nástroji pak leadership, týmová práce, princip předběžné obezřetnosti a etický kodex, na který se zaměříme. (Seknička A. P., 2007, str. 71) Etický kodex jakožto tradiční nástroj pro kultivaci etiky. (Seknička A. P., 2007, str. 84) Etické kodexy vznikají jako podpůrné zásady chování pro etiku, proto je ať už více či méně jasněji definované nalezneme v každé sféře našeho života. „*Firemním etickým kodexem nazýváme soubor pravidel, kterými se hodlá firma řídit ve vztahu ke svým konkurentům, dodavatelům a zákazníkům a pravidel jednání vlastníků, manažerů a zaměstnanců v rámci firmy.*“ (Mazák, 2010, str. 85) Kodexy se ve firmách začínaly objevovat ve dvacátých letech 20. století a od té doby si prošly svým vývojem, prvně se tedy jednalo o zjednodušené formy kodexu, jako firemní kréda a deklaráce hodnot. (Seknička A. P., 2007, str. 71) Právě etické kodexy jsou nepopulárnějším nástrojem v kultivaci etiky, proto jsou i nejrozšířenější v zemích jako je USA a Velká Británie. V České republice má zatím etický kodex zavedeno pouze 20 % firem, ale stále větší procento o jeho zavedení v budoucnu uvažuje. Obsah etických kodexů a jeho zanesení do podniku by mělo být předem definováno, stejně tak jako jeho sestavení, které musí obsahovat odborné i praktické poznatky, dalším důležitým bodem je trpělivost, etický kodex nám přinese výsledky až po střednědobém časovém úseku. „*Steiman a Löhr upozorňují, že podnikovou etiku obecně je třeba chápat především jako kritický loajální doplněk platného práva.*“ Tedy etické kodexy by měly mít pouze doplňkovou funkci k již předepsanému právu, jelikož není možné obsáhnout detailně všechna odvětví. Etické kodexy mají několik forem, v současné době máme tři a jsou to, „*etické kodexy zaměřené na činnosti hospodářských sdružení, etické kodexy profesionálních asociací a jejich členů a etické kodexy jednotlivých podnikatelských subjektů.*“ (Seknička A. P., 2007, stránky 74-75)

Nyní se etické kodexy těší svému vzestupu, ve firmách se vytvářejí speciální oddělení zaměřené na dodržování etického kodexu – firemní morálky, proto se dnes vytváří i etická komise. Etické kodexy ale neřeší přestupky s protiprávní povahou, ale pouze ty založené na etickém jednání, ty s mravní povahou, která je založena na pravidlech podniku. (Seknička & Putnová, 2016, str. 146) Právě etické kodexy jsou zde považovány jako určitá opatření pro stanovení zásady podniku. (Slámečka, 2012, str. 77). „*Kodex etiky pro podnikatelský subjekt musí být sestaven na základě jak odborných znalostí podnikové etiky, tak praktických zkušeností z fungování konkrétního podniku.*“ (Seknička & Putnová, 2016) První podobu etického kodexu, a je za něj tak i považována, byla Hippokratova přísaha. Tato přísaha se zaměřila na etický kodex lékařů a jejich lékařské tajemství, skrze toto odvětví se postupně probíjávali např. přes etické kodexy mnišských řádů, ministrů a mistrů středověkých univerzit. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 17) Rozlišujeme následující druhy etických kodexů a to deklaráci hodnot, firemní krédo a etické kodexy. Deklarace hodnot spočívá v hodnotách, které si firma během svého působení na trhu určí, například kvalita zboží, přístup k zákazníkům. Dalším druhem je tedy již zmíněné firemní krédo, zde se pojednává o odpovědnosti

firmy vůči ostatním zainteresovaným stranám, tyto kréda se pak mohou stát ukazatelem kvality kultury, která v podniku vládne. Etické kodexy jsou pak komplexní obsažení těchto hodnot, ale zahrnuje i ty subjekty, které mohou ovlivnit okolí firmy. (Seknička A. P., 2007, stránky 76-77) Etické kodexy se vyskytují snad ve všech sférách našeho života. My se budeme zabývat pouze jednou z nich a to bude etický kodex podnikatelských subjektů. Etický dokument povětšinou musí obsahovat tyto náležitosti: „preambuli, *vztahy se zákazníky, vztahy k akcionářům a ostatním investo- rům, vztahy k zaměstnancům, vztahy k dodavatelům, vztahy ke konkurenci, vztahy k vládě a míst- ním orgánům*“, ovšem s přihlédnutím na různorodost firem jsou zde odchylky od kodexu tolero- vány, dokonce i očekávány. Avšak by každý kodex, ať už jakkoliv, měl být snadno pochopitelný, nezaměnitelný, dostupný pro všechny a hlavně efektivní, přínosný. „*Kodex etiky zůstává klíčovým nástrojem etického řízení. Vytváří základní systémové rámce pro vytvoření infrastruktury podniku a pro aplikaci integrovaných systémů etického řízení. Kvalitně implementovaný kodex etiky ná- sledně vyžaduje instalaci dalších nástrojů, např. výcviku etického jednání a chování, etických vzorů, etického a sociálního auditu apod.*“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 150) Za dokumenty, které slouží k tvorbě etického kodexu, považujeme krédo organizace, kodex shody/ kodex konsensu a formální prohlášení managementu. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 98)

Přesto, že již mnohé české firmy začínají přijímat a věnovat pozornost etickým kodexům, bohužel jich stále není ani polovina z celkového počtu firem, působících na tuzemském trhu. Manley shrnul výhody etického kodexu do 17 bodů, já zde vypíchnu pouze pár, které mě zaujaly nejvíce: „*Etický kodex může pomoci manažerům a zaměstnancům sdílet společenské hodnoty a seznamovat nové zaměstnance organizace s hodnotami firmy; kodexy snižují počet soudních sporů; kodexy zvyšují pracovní morálku zaměstnanců, jejich hrdost, loajalitu a umožňují snadnější získávání pracovníků z vnějších zdrojů; kodexy zvyšují otevřenost, pravdivost a čestnost komunikace uvnitř firmy*“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 101) Věrnost a víra ve jméno firmy zaměstnanců přispívá nejen k dobrému brandu, ale také k loajalitě jejich investorů. (Seknička A. P., 2007, stránky 26-27)

Jelikož etické kodexy jsou souborem, který stanovuje mravní normy podniku, slouží jako každo- denní návod pro zaměstnance k dodržování hodnot jak v rámci organizace, tak i celého podnika- telského prostředí. Kodex nám formuluje požadované chování, které je očekáváno od pracovníků dané firmy, právě jeho přesná formulace pomáhá zaměstnancům při rozhodování. Respektovat dané zásady, které společnost vymezuje, je důležité především k tomu, aby si firma nejprve defi- novala svůj postoj k etickým otázkám a až poté začala vytvářet svůj specifický etický kodex. Etické kodexy tedy nemají nahrazovat, nýbrž pouze doplňovat právní legislativu. (Mazák, 2010, stránky 86-87)

Etické kodexy začínají mít svou váhu díky rozuzlení hříchů některých osob v popředí velkých firem, což mělo za následek nedůvěru veřejnosti a jakousi etickou čistotu podnikání. Tyto aféry měly za- přičinit rozmach podnikové etiky, a přispěly tak také k růstu etických kodexů, proto jim je budouc- nost otevřenější více, než kdy dříve. (Mazák, 2010, str. 85)

V kontextu s etickým kodexem je důležité ještě krátce objasnit následující pojmy spadající do této problematiky. Tyto pojmy jsou mobbing, bossing, staffing.

Mobbing, sloveso odvozené od slova mob, se volně do češtiny překládá jako šikana, přesněji „*sys- tematické intrikování, čtené lumpárny*“ (Dytrt & Bláha, 2003, str. 125) Zaneseno do kontextu etic- kých kodexů má pak význam šikany na pracovišti, která je organizována kolegy na kolegu s cílem vybranému jedinci ublížit. Bláha a Dytrt definovali formy mobbingu do několika kategorií: zame-

zování svobodného projevu oběti; oběť je ignorována, přehlížena; znevážení postavení osobnosti, její pověsti za pomoci fám a pomluv; napadání kvality práce/osobního života; fyzické napadání, ohrožování zdraví. Zajímavé je, že za mobbing se považuje takový druh šikany, který je frekventován alespoň jednou týdně po dobu půlroku, poté má zaměstnanec právo na požadování satisfakce, ovšem spoléhat se na právní zabezpečení tohoto neloajálního chování je ale zlomkovité, jelikož není úplně schopna zamezit toto nepřijatelné chování, ale pouze jej minimalizovat.

Další pojem je bossing. Toto je druh zlomyslnosti iniciované ze strany nadřízeného k podřízenému. Poté zde máme ještě šikanu podřízených vedenou k nadřízenému, tento druh šikany pak nese název staffing. (Mazák, 2010, stránky 97-98) Dalším nehezkým příkladem jednání na pracovišti v kontextu s etickými kodexy je nepoctivost, tímto tématem se zabýval p. Kusnierze a rozdělil tak zaměstnance do dvou skupin a to poctivce a nepoctivce. Jeho tvrzení v podstatě vyplývá z kontroly a příležitostí, neboť i poctivec se může nechat strhnout, pokud si je jist, že se na něj nepříjde. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 127-129)

Etické kodexy s sebou nesou úspěch i kritiku, námitky na etické kodexy jsou pak následujícího charakteru: kodex je zneužíván pro vylepšení image firmy a naplnění jeho obsahu pak není dosaženo; jelikož kodexy spočívají v nařízeních, které je nutno dodržovat musí pak obsahovat i sankce za případné porušení; kodexy nejsou dobře zpracovány a je obtížné v nich obsáhnout obecné i specifické informace; chování ve společnosti by mělo být určováno z vlastní iniciativy a ne na základě předepsaných kodexů, avšak člověk se vzdělává a rozvíjí po celý život a etický kodex může být jen jedním z faktorů na člověka působící. I přes možnou kritiku jsou etické kodexy stále nejrozšířenějším nástrojem pro rozvoj etiky do podniku, bohužel je ale díky špatné komunikaci stále vnímán jako dokument interní a zaměstnancům se tak nedostávají potřebné informace. (Seknička A. P., 2007, stránky 80-81)

2.1 Obsah etických kodexu

Pro představu náležitostí etického kodexu zde představím etický kodex organizace dle britských vzorů, který nalezneme podrobně popsany v knize Firemní kultura a etické kodexy od Eduarda Mazáka.

Preambule

Společnosti jsou nuceni dodržovat základní hodnoty a přístupy k podnikání, při všech svých operacích s ohledem na své záruky k stakeholderům. Dalším faktorem je pověst firmy, korupční praktiky jsou tudíž nepřijatelné.

Vztahy se zákazníky

Společnosti si jsou vědomi toho, že předpokladem k úspěchu je vztah se zákazníky a čestnost se v tomto případě považuje za podmínku, proto bude dodávat výrobky/služby nejlepší kvality, které budou odpovídat normám a bezpečnostním zkouškám s bezpečnostním popisem. Firma bude se zákazníky jednat férově a narovinu. Dále bude poskytovat záruku jak v předepsané, tak v prodloužené lhůtě. Zaměstnanci nebudou přijímat úplatky ani jakékoliv jiné dárky, které by za ně mohly být

považovány. Firma k podpoře prodeje užívá jen právně uznávané prostředky a praktiky.

Vztahy k akcionářům a ostatním investorům

Společnosti by neměly privilegiovat jednu skupinu akcionářů na úkor druhé a měly by poskytovat zajímavé výnosy. Pravdivé informace účetní zprávy by měly být samozřejmostí.

Vztahy k zaměstnancům

Respekt a důvěra všech jedinců firmy jsou klíčové. Společnost na základě schopností přijímá a poskytuje kariérní růst na základě kompetencí bez libovolných diskriminačních předsudků. Firma dodržuje zásady správného pracovního prostředí tak, jak je to jen možné, a zaměstnanci jsou na druhé straně vyzváni k obezřetnosti. Zaměstnancům jsou přidělovány dle jejich zásluh odměny jako projev vděčnosti za jejich úsilí. Korporace se snaží o inspirovat své zaměstnance k profesionálnímu růstu, podporovat jasné delegování úkolů, cílů a aktivit potřebných pro jejich růst, i pro rozvoj společnosti jako takové, personál se na oplátku zavazuje, že nebude zneužívat získaných informací pro svůj individuální zisk, zaměstnanci řádně přiznají veškeré zisk. Sexuální, fyzické nebo psychické týrání není přípustné. Firma se snaží předejít neshodám a tak eliminovat případné protesty.

Vztahy s dodavateli

Společnost se snaží podporovat rozvoj a vazby s dodavateli tím, že plní své platební a časové závazky, buduje si důvěru. Firma od dodavatelů nesmí vyžadovat žádné finance či služby, které by mohli být příčinou výhod.

Vztahy k vládě a místním orgánům

„Firma se snaží být dobrým občanem“ a toho se snaží dosáhnou poskytováním pracovních příležitostí v souladu s dobrými podmínkami a v neposlední řadě kvalitou výrobků, které poskytuje.

Životní prostředí

Většina firem v dnešní době si moc dobře uvědomuje vyčerpatelnost určitých zdrojů a mají zájem o zachování standardu života kolem nás, a proto se snaží brát v potaz výrobní normy z hlediska emisí, které svou výrobou utváří, pravidelně restrukturalizuje výrobní proces a v neposlední řadě informuje společnost o jejich projektu týkající se životního prostředí. Nesmíme opomenout zvířata, testování na nich se firma snaží výrazně minimalizovat, pokud je tato situace nezbytná je vázána dodržovat jisté zásady při péči o ně.

Placení daní

Daňové úniky jsou zakázány, a proto firma eviduje, popřípadě zveřejňuje transakce hotovostní i bezhotovostní.

Vztahy s konkurencí

Konkurenci firma respektuje a jedná s ní čestně, dbají o důvěrné informace tak, aby důvěrnými i zůstaly.

Otázky týkající se mezinárodního obchodu

Firma se přizpůsobuje kultuře a také zákonům země ve které se nachází, stejně tak jako její zákony, ceny stanovuje s rozumem a citem pro místní trh.

Chování v případě převzetí nebo fúze

„Firma se řídí principy přijatými v dokumentech <<City Code on Takeovers and Mergers>> a <<Panel on Takeovers and Mergers>>. V případě akvizice podniku firma podléhá pravidlům jako je úcta, zacházení a přístup ke všem nerozdílně. Poskytování reálných informací v dostatečném množství a čase.

Etické otázky dotýkající se managementu

Jelikož zde popisujeme britský etický kodex a jeho obsah, je firma povinna respektovat <<Cadbury Report on the Financial Aspects of Company Governance>>, <<Guidelines for Directors>> a také << Conduct and Guides to Professional Management Practice>>

Dodržování norem a jeho ověřování

Respektování etického kodexu, který firma uznává, je pro přijetí zaměstnanců nezbytnou podmínkou. Zaměstnanci pak naopak mohou vznášet připomínky a stížnosti, které musejí být prozkoumány kompetentní osobou. (Mazák, 2010, stránky 91- 95)

Struktura etických kodexů se pak liší s danou organizací, ovšem její okruhy by měli být defacto stejné a to: „respektování práva, čestnost a férová konkurence, bezpečnost a kvalita produkce, konflikty zájmů, jednoznačné odmítnutí diskriminace, vztahy s dodavateli, oceňování účetnictví a uzavírání smluv, zneužívání a využívání informací v obchodním styku, korupce, sociální odpovědnost, ochrana životního prostředí, informace o majetku“. (Seknička A. P., 2007, str. 77)

2.2 Tvorba etických kodexů

Dá se říci, že společnost, která vytváří své etické kodexy, se považuje za rozvinou z hlediska podnikatelské etiky. Důvodem proč firmy vytvářejí své etické kodexy je zájem o přiblížení se mezinárodně uznávaným zásadám. Písemnou formou pak dává společnosti najevo i ostatním firmám, že se snaží prohlubovat svou etiku a její zásady chování v podnikatelské sféře. (Mazák, 2010, str. 87)

Při tvorbě etického kodexu můžeme využít dva modely, jeden je tzv. skandinávský, ten se modeluje na základě diskuze se všemi pracovníky dané společnosti a je od nich vyžadována jejich aktivní účast. Druhý model je model tzv. americký, tento model je vytvořenou rukou managementu a vlastníků. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 107) Dále dělíme kodex do tří skupin, které jsou aspirační, výchovný a regulační kodex. Aspirační kodex v sobě zobrazuje tzv. deklaraci hodnot, tedy ideje a principy dané organizace. Výchovný kodex se zabývá etickým dilematem, obsahuje detailní ustanovení a slouží jako návod pro řešení těchto problémů. Regulační kodex v sobě nese pravidla a

morální a etické zásady v řízení firmy. Všechny kodexy, ať už jsou jakéhokoliv druhu, musí být sestaveny tak, aby obsáhly vše, co je třeba a jejich pochopení nebylo spekulativní a nejednoznačné. Jeho úspěšnost pak hodnotíme z pohledu managementu firmy, firmy jako takové a z pohledu hospodářského odvětví. „*Etický vzor je konkrétním vzorem pro jednání a chování a jsou u něj zpravidla vyzdvíženy ty stánky osobnosti, které jsou v daném společenství nejvíce ceněny, jako například loajalita, tvořivost, čestnost, pracovitost*“, tyto hodnoty pak nesou jakýsi vzor charakteristických vlastností důležitých pro společnost, které je třeba aplikovat pro uplatnění žádoucího efektu. S poohlédnutím do minulosti je za vzor považován například T.G.Masaryk a T. Baťa, dnes můžeme uvést příklad pana Raymonda Kroce, který je nám znám především jako zakladatel firmy McDonald. (Seknička A. P., 2007, stránky 78-82)

Principem při vytváření etického kodexu je jasně definovat hodnoty dané organizace, která jsou pak předpokladem pro vizi společnosti. Při tvorbě etického kodexu je důležité si uvědomit koho začleníme do tvorby a také koho se následně bude kodex týkat, tedy zda zapojíme velkou či malou skupinu lidí, zda je kodex věcný a v souladu s tím, co je pro firmu z hlediska etiky potřebné v poslední řadě nesmíme opomenout jakou formou hodláme kodex zveřejnit. Dá se tedy říci, že vytváření etického kodexu nutí firmu zamyslet se nad každodenní rutinou zaměstnanců a jejich nástrahách při rozhodování ve jménu společnosti. Jelikož právní řád nemůže podrobně řešit všechny podrobnosti, je na každé firmě, jak se k tomuto tématu postaví. (Mazák, 2010, str. 87)

Pro vytvoření etického kodexu je zde několik požadavků, některé jsou obecné a jiné pak specifické v dané sféře, nyní si uvedeme několik z nich, které jsou považovány za základní ředitelem Security Pacific Bank, je to sestavení kodexu tak, aby jej šlo zasadit do přítomnosti i do budoucnosti, aplikovatelný v každém odvětví firmy, manažeři firmy jsou základní stavební kámen pro sestavení kodexu, avšak všichni zaměstnanci by zde měli projevit svůj názor. Toť k základním požadavkům každého kodexu a nyní k jeho obsahu, kodex by měl obsahovat preambuli, předpokládané chování a platnost kodexu. Kodex by měl vyzdvihovat hodnoty organizace, její misi a vizi. Po sestavení je kodex předložen manažerům, kteří posoudí, zda odpovídá na otázky a zda je v něm zahrnuto vše z výše zmíněného. Samozřejmě si na sestavení etického kodexu můžeme najmout agenturu, ale je zde riziko externího pochopení kultury organizace potřebné pro správné sestavení etického kodexu přímo na míru, proto poradenské organizace vypracovávají pouze návrh, nikoliv kompletní etický kodex. Webley definoval kroky nezbytné pro implementaci etického kodexu, tyto kroky jsou *integrace, schválení, distribuce, překážky, osobní odpovědnost, potvrzení, pravidelné vyhodnocování, smluvní ujednání*. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 109-111) Fakt, že, „*od etického kodexu nelze očekávat zlepšení ekonomické situace v podniku, okamžité polepšení zaměstnanců nebo manažerů*“ etické kodexy chtějí čas, aby se s nimi zaměstnanci sžili. (Dytrt & Bláha, 2003, str. 113)

2.3 Kodex daňového poradce

K dodržování etického kodexu daňového poradce České republiky, dále jen KDP ČR, není vynutitelné právní mocí, dodržovat jej musí pouze ta osoba, která se k němu přihlásí svým podpisem. Kodex daňového poradce musí být přijat valnou hromadou KDP ČR, díky tomu se kodex stává platným dokumentem, který zahrnuje pravidla jednání daňových poradců. (Etický kodex, 2014)

Každý daňový poradce, který je zapsán do komory daňových poradců České republiky, by se měl řídit desaterem přikázání v jeho kodexu, avšak i kodex prošel za několik posledních let svým vývo-

jem. Kodex z roku 1997 obsahuje příkázání jako nezávislost, osobní zodpovědnost, pečlivost a svědomitost, mlčenlivost, činnosti slučitelné a neslučitelné s výkonem profese, reklamu, vztah ke kolegům, disciplinární sankce, další vzdělání a klíčové pojmy. (Mazák, 2010, stránky 117-119). Nejaktuálnější znění etického kodexu pro daňové znalce (viz níže) nalezneme platné k 26.11.2010. (Etický kodex, 2014)

Nezávislost

Ať už daňový poradce řeší jakýkoliv problém, nesmí docházet ke střetu zájmů mezi klientem, poradcem, správou, nebo jakékoliv jiné zakomponované straně.

Odpovědnost

- Daňový poradce je odpovědný za své činy stejně tak jako za rozhodnutí a činy svých podřízených.
- Daňový poradce nese odpovědnost i za újmy vzniklé z nedbalosti, nepozornosti nebo jakéhokoliv jiného pochybení, proto je jeho povinností zřizování pojištění právě pro tyto případy.
-

Péče a svědomitost

Zde jde o maximální splnění požadavků a pokynů klienta tak, aby nedošlo ke konfrontaci mezi nimi a právní úpravou.

Mlčenlivost

Mlčenlivost souvisí se vším, co bylo poradci ať už přímo nebo nepřímo klientem sděleno.

Slučitelné a neslučitelné činnosti

Poradce vykonává jen takové činnosti, které lze zahrnout do podstaty jeho pracovní činnosti.

Reklama

Poradce zde neposkytuje nic jiného, než pravdivé a aktuální, neklamavé informace.

Vztahy s profesními kolegy

Daňový poradce se snaží utvářet si dobré vztahy s kolegy a dodržovat určitou úroveň v jednání s nimi.

Odměna

Klient má vždy právo znát cenu, kterou si daňový poradce účtuje v poměru k jeho času, odpovědnosti a znalostem, které hodlá poskytnout.

Profesní vzdělávání

Poradce se snaží rozvíjet své schopnosti soustavně a po celou dobu svého působení v této sféře.

Sankce

Pokud daňový poradce porušuje pravidla, postih ho nemine. Disciplinární komise má právo udělit postih nebo vymazat příslušného poradce z komory daňových poradců.

(Etický kodex, 2014)

3 Společenská odpovědnost firem

Pojem společenská odpovědnost firem často nalezneme pod zkratkou CRS neboli Corporate Social Responsibility. „*Firemní sociální odpovědnost je aplikací etických zásad do podnikání s konceptem marketingové strategie, kodexem manažera, firemní kulturou apod., což je obsahem různých vzdělávacích kurzů z oblasti řízení lidských zdrojů.*“ (Holubová, 2009). „*Pod pojmem CSR je míněno dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholdery. Současná charakteristika vychází z nově definovaného pohledu Evropské komise. Ta navrhuje definovat sociální odpovědnost podniků jakožto odpovědnost podniků za dopad jejich činnosti na společnost.*“ (Seknička & Putnová, 2016, str. 161) Přesněji se pojem Corporate Social Responsibility překládá jako sociální (společenská) odpovědnost podniku (firmy). (Seknička A. P., 2007, str. 115)

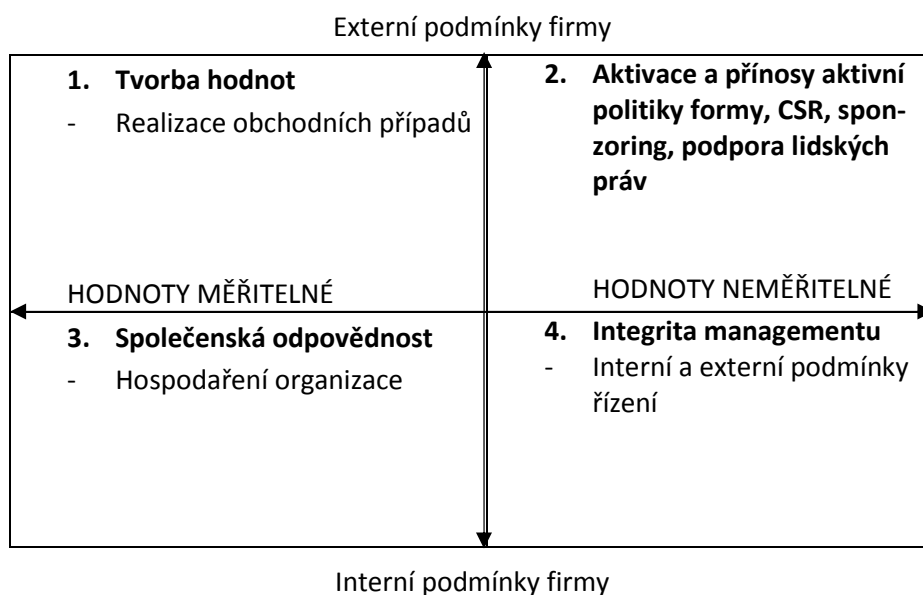
Když se poohlédneme do vývoje společenské odpovědnosti firem, jedním ze zlomových roků byl rok 1995, kdy byla založena organizace CSR Europe, jejíž úkol bylo „zaštiťovat rozvoj společenské odpovědnosti podniku, CSR, nabízet poradenství a školení, podporovat legislativní změny usnadňující implementaci principů CSR, vzdělávat experty pro oblast CSR“. V České republice se opírá o spol. Business Leaders Forum. Bohužel je dosud CSR bráno jako dobrovolná aktivita korporací. Přesto se „přijetím směrnice 2014/95/EU dostáváme do období, kdy CSR přestává být dobrovolným konceptem, ovšem dosud není známo či toto nařízení bude, z hlediska firem, vnímáno pozitivně či negativně“. (Seknička & Putnová, 2016, str. 162) Někteří autoři o společenské odpovědnosti hovořili už dříve společně se vznikem organizací na počátku 19. století, kdy zaměstnavatelé začínají pečovat o své zaměstnance, avšak velký rozvoj nastal až po druhé světové války, a je postavena na pilířích jako je ekonomika, společnost a životní prostředí. (Seknička A. P., 2007, str. 125) Co vše do společenské odpovědnosti firem lze zahrnout, dosud nikdo přesně nespécifikoval. (Mazák, 2010, str. 124) Mnoho úhlů pohledu stěžuje jasné definování, co do priorit daného odvětví určit, proto se alespoň firmy snaží předejít problémům a snaží se tak nepodněcovat stát k nuceným zásahům. Velké firmy si jsou vědomy své moci a vlivu na ostatní v podnikatelském světě. Vzhledem k trendům a odhalení firem, které nedbali o ekologické a sociální podmínky se společenská odpovědnost stává součástí moderního světa. (Seknička A. P., 2007, stránky 131-132)

S rostoucí mocí nám také roste odpovědnost, velké firmy jsou více vidět, a tak by měly být příkladem pro ostatní, moc by tedy měla následovat tzv. etický ideál, ovšem názor a odpovědnost v souvislosti s organizacemi není jednoznačný. Máme tři různé pohledy na CSR: „*podnik je pouze legální entita a nemá žádnou morální odpovědnost, podnik je morální subjekt, protože je tvořen lidmi, podnik je morální aktér, což je méně než subjekt, protože vzniká k určitému účelu, má tak užší morální odpovědnost než jedinec.*“ Z toho nám vyplývají dva proudy lidí a toho, jak se ke spo-

lečenské odpovědnosti v obchodu staví, jeden proud tedy přijímá společenskou odpovědnost, opírá se zejména o teorii skupin zainteresovaných stran, která bez tohoto nemůže být naplněna. Druhý proud ji naopak odmítá, podkládá to především maximalizací zisku vlastníků. Ovšem konsensus mezi těmito dvěma názory stále na trhu není stanoven, a proto i nadále funguje na principu samoregulace. (Seknička A. P., 2007, stránky 55-58)

Společenská odpovědnost firem zaštiťuje koncepty trvale udržitelného rozvoje, nebo také pojem dobré občanství, tudíž je jejím cílem naplnit jak ekonomické zájmy podniku, tak i ty, které souvisejí s otázkami sociálního a ekonomického rozvoje z dlouhodobého hlediska. „Pro společenskou odpovědnost najdeme více označení. Je možné ji charakterizovat také jako 3P: *people – planet – profit*, což vyjadřuje zkratkou odpovědnost podnikání vůči lidem a Zemi i odpovědnost v ekonomickém smyslu. Někdy se lze setkat též s označením 3E: *ethics – economics – environment*“, ovšem přesnou charakteristiku tento předmět zatím nevlastní. Odpověď na otázku, proč firmy vůbec společenskou odpovědnost zavádějí, přestože zatím není nijak státem nařízena, je prostá. Jednak je to určitá snaha vyhnout se vládním zásahům společnosti a postupně dospívají k názoru, že je lepší předejít nařízením a preventivně zavádět určitá opatření. „Potřeba seberegulace byznysu jako odpovědi na jeho vzrůstající ekonomickou moc“, toto souvisí s velkými korporace, které mají moc v tom, že jdou jednak příkladem menším společnostem a jsou tak tvůrci určitých pravidel chování. Proměňující se vnímání byznysu ze strany veřejnosti. Toto je vnímáno jako přístup k modernímu životnímu stylu, korporace více zajímají o životní úroveň a prostředí, to souvisí s přísunem informací, které se k nám jako ke spotřebiteli dostávají. Dnes více kdy jindy klademe důraz na sociální a environmentální odpovědnost. (Seknička & Putnová , 2016, stránky 161-162)

„Management lidských zdrojů prochází velkými změnami: to, co stačilo včera, je dnes už nevyhovující a to, co považujeme dnes ještě za nadstandard, stane se nutností zítřka.“ Obor lidských zdrojů získává rázem jiný rozměr a zaměstnanci se považují jako klíčový faktor, pro úspěšnost podniku. (Slámečka, 2012, str. 145)



Obr. č. 1 Corporate Social Responsibility

Zdroj: (Manažerská etika, 2012, str. 154), vlastní úprava Microsoft Word

Z obr. č. 1 je zřetelné, jak důležité je, aby firma investovala do všech čtyř čtverců, *pokud některý z nich ošídí, bude kulhat na jednu nohu a její politika CSR bude poněkud problematická*“.

(Slámečka, 2012, stránky 154-155)

Společenská odpovědnost firem se pak rozlišuje z hlediska širšího a užšího pojetí odpovědnosti. Užší pojetí společenské odpovědnosti firem se opírá o Friedmanovu myšlenku, která se zaměřuje na vlastníky podniku a jejich profit ze zisku, tedy podílníky a akcionáře, kterým podle něj pak náleží výtěžek. Tato teorie spočívá hlavně ve vlastnických právech akcionářů, a proto by jim měl být připisován největší zisk. Druhý směr se pak společenskou odpovědností firem zabývá z pohledu stakeholder, zde jde tedy o všechny zainteresované strany, které mají z obchodní společnosti užitek nebo jsou naopak poškozeni. (Dytrt & Bláha, 2003, stránky 92-93) Nezisková organizace s názvem CSR Europe sdružuje více jak 65 firem a její prioritou je dosáhnout těchto cílů jako nárůst zájmu o školení a poradenství, vzdělávání s experty z CSR, prohloubení etiky v organizacích atp. V České republice toto zastává společnost Business Leader Forum. (Seknička A. P., 2007, str. 136)

Friedman pak SCR nahlíží jako na nezbytnost pro podnik, který by se měl zapojit do sociálního zlepšování podmínek. (Mazák, 2010, str. 124). Toto tvrzení podporuje i jeho výrok a to: „*Existuje jedna jediná společenská odpovědnost podnikání - používání zdrojů a vytváření aktivit vedoucích ke zvýšení zisku vlastníků, pokud se stále pohybujeme v pravidlech hry*“, a dále jej podkládá na těchto argumentech. Firma je uměle vytvořená bytost, za níž nese odpovědnost opravdová osoba; hlavním úkolem managementu je odpovědnost k vlastníkům; CSR působí ve střetu zájmů a to tím, že bere řádu závazků na sebe a stěžuje tak ekonomickou svobodu firem. (Seknička A. P., 2007, stránky 128-129) „*Jediná odpovědnost podniku je maximalizovat jeho zisk, přičemž ale tato maximalizace zisku musí probíhat v rámci daných pravidel hry a v otevřené volné konkurenci bez klamání a podvodů, kdy podnik je povinen jednat podle zákonných norem a etických zvyklostí*“.

(Mazák, 2010, str. 124) Za průkopnický rok v oblasti CSR se datuje rok 2004, což vyvolalo značné oddělení názorů, kdy jedna strana odsuzuje toto chování, jelikož nesplňuje podmínky svobodného jednání a na druhé straně zde byl boj proti velkým korporacím, které se nezapojují tak jak by se od nich žádalo, ovšem ne všechny velké korporaci se k odpovědnosti firem staví lhostejně. Momentálně se očekává, že akademická sféra navrhne model chování pro firmy tak, aby si zachovali svoji konkurenceschopnost a byl tak efektivní. (Seknička A. P., 2007, stránky 135-137)

Pojmem, na který můžeme v tomto tématu narazit a neměli bychom jej opomíjet je *corporate citizenship*, tedy v překladu koncepce odpovědného občana, jak už z názvu vyplývá, zde jde o postavení organizace do role takové, jako je právě odpovědný občan. Jde zde tedy o to, aby si organizace uvědomovala své místo na trhu a vliv na společnost v takové míře, která jí náleží – chovala se tedy jako jednota, kterou i je. (Mazák, 2010, str. 125) Jde tedy o dopad chování firem na sociální a ekonomické podmínky, stává se tak prostředním mezi podnikem, občanem a státem. Podstatnou složkou společenské odpovědnosti firem je její dobrovolný charakter, který stále i když v některých zemích zákonem podpořený, zůstává dobrovolný. (Seknička A. P., 2007, stránky 116-117)

Společenská odpovědnost firem nám ukazuje na podnikání v jeho moderním pojetí, tedy ochotu dlouhodobě pracovat na ekonomické, sociální a ekologické otázce společnosti. (Seknička A. P., 2007, str. 141)

PRAKTICKÁ ČÁST

4 Představení společnosti

Pro praktickou část bakalářské práce jsem si zvolila celosvětovou firmu BDO s hlavním sídlem v Bruselu, tato společnost působí ve 120 zemích světa a její dceřiné společnosti jsou BDO Tax, BDO Appraisal services, BDO Audit, BDO Advisory, BDO účetnictví, BDO Holding a BDO IT. Firma BDO působí v České republice již více jak 25 let a postupně se dostává do podvědomí mladé generace, zabývající se financemi. Image a logo této firmy spolu jdou ruku v ruce, jelikož se logo skládá z modré a červené, červená v nás má evokovat sílu a energii, na druhé straně modrá je pak barvou klidu a souladu, což koresponduje s tím, jak firma navenek působí.

Název BDO vznikl složením jmen tří zakladatelů, tedy Binder, Dijker a Otte. Síť BDO byla založena v roce 1963, ale až v roce 1973 začala vystupovat pod tímto jménem. Společnosti se tedy zabývá poskytováním služeb ve sférách jako je audit, účetnictví, daně, finanční poradenství, manažerské a transakční poradenství, znalecké služby a oceňování. BDO vidí svoji silnou stránku ve správné kombinaci silného zázemí této mezinárodní sítě a zároveň ve specifickém přístupu k potřebám klientů v každé zemi. Tato společnost také získala několik ocenění, jako je např. International Payroll Award, Network of the Year 2015 a Profesional Sector Network v roce 2014. BDO každoročně vydává zprávy o průhlednosti. Momentálně má BDO v ČR kolem 300 pracovníků. BDO Tax, ve kterém jsem prováděla své dotazníkové šetření, má pak kolem 80 zaměstnanců. BDO se účastní veletrhů jako je Šance VŠE, Career days, Job Challenge apod., na sociálních médiích pak společnosti lze nalézt na Facebooku, Instagramu a LinkedInu. Vize společnosti je, aby BDO bylo první volbou v segmentu středních společností a mise pak zní, „BDO je v rámci ČR první volbou pro klienty hledající daňové poradce na úrovni Big 4 (tedy tzv. velké čtyřky), ale za příznivější cenu“. (BDO Česká Republika, 2018)

Analýza konkurence

BDO je celosvětově pátou největší sítí v tomto oboru, tedy z auditorských a poradenských společností. V České republice se nachází hned za „velkou čtyřkou“. Velká čtyřka je tvořena společnostmi Ernst a Young, KPMG, Deloitte a PwC.

Etika v odvětví

Jelikož se v tomto odvětví dostávají firmám do rukou citlivé informace klientů, je zde dodržování a respektování předepsaných pravidel nezbytné. Etika se pak opírá o následující etické kodexy, které jsou pod záštitou IFAC, jsou to KA ČR, KCÚ ČR, KDP ČR. Proto BDO poskytuje zákazníkům, společně se službou, závazek bezúhonnosti, zodpovědnosti a odpovědnosti k etice. Toto je podloženo i reportem o transparentnosti, zprávou o průhlednosti a výroční zprávou, kde jsou uvedena účetní pravidla, které firma dodržuje. Základní principy jako bezúhonnost, objektivita, odborná způsobilost, důvěrnost informací a profesní chování, jsou tak pro dosahování cílů náležitostí, jejichž dodržování je nařízeno etickým kodexem.

Tomuto přesnému nadefinování, předcházeli pády společností a finanční skandály, které se tak stali odstrašujícím příkladem a přenesli danou problematiku do popředí. Nejznámějším případem je společnost Enron. Dnes již zaniklá, americká energetická společnost Enron, je známá svým účetním propadem, díky kterému musela vyhlásit jeden z největších firemních bankrotů. Nedosta-

tečná kontrola a definování předpisů, tak umožnili Enronu přecenit své účetnictví o 600 milionů dolarů. Firma toho dosáhla zanášením neuskutečněných transakcí do účetnictví, tedy budoucího zisku ještě před jeho nabytím. (Unzeitig, 2010) Její pád zasáhl i tuzemskou společnost ČEZ. Toto s sebou neslo i pád společnost Arthur Andersen, která neměla k chybnému vedení účetnictví společnosti Enron, jakožto hlavní auditor, žádné výhrady. Právě krach firmy Arthur Andersen se stal zvrtným bodem pro zpřísnění účetní profese a zapříčinil tak rozpad tehdejší „Velké pětky“ na současnou „Velkou čtyřku“. (Pražák & Nováková, 2002)

5 Dotazníkové šetření

Jako metodiku výzkumu pro mou bakalářskou práci jsem volila dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření pro mne v tomto případě mělo hned několik výhod. Jednak je to, dle mého názoru, nejméně časově náročná forma sběru informací, za předpokladu, že chceme oslovit větší skupinu lidí, ke které přispívá nejsnazší zachování anonymity respondentů, a jednak je to pohodlná forma i pro tázanou stranu. Pro sestavení dotazníku a následně jeho rozeslání jsem použila program Google share. V úvodu dotazníku bylo zahrnuto krátké představení zkoumaného tématu, za jakým cílem je dotazník rozeslán, a také mé kontaktní údaje v případě nejasností, doplňujících otázek atp. Po vyplnění dotazníku se zobrazilo zúčastněným rozloučení a poděkování za příspěvní svými názory k danému tématu.

5.1 Výzkumné cíle a předpoklady

Cílem mé práce bylo zjistit, na základě dotazníkového šetření, informovanost, znalost a samotný zájem zaměstnanců o podnikovou etiku dané firmy, ale také o etiku v korporátní sféře jako takovou. Dalším zkoumaným faktorem je to, jak moc nás ovlivňuje, ať už etické či neetické, prostředí – lidé a jejich jednání. V neposlední řadě se dotazníkové šetření zabývá etickým kodexem, konkrétně etickým kodexem pro daňové poradce. Také se zabývám tím, co lidé dané společnosti považují za etické a co je už příliš, v kterém odvětví vnímají nadefinování etiky za potřebné a kde za nezbytnou složku fungování na trhu.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č.1

Mým prvním předpokladem pro toto výzkumné šetření byl fakt, že ženy se zajímají o etiku více než muži.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č. 2

Další mojí domněnkou je, že mladší generace tíhne k etice a etickému jednání ve společnosti více než generace středního věku. Možná to ovlivňuje i to, že mladá generace přináší do firmy jistou míru naivity (s nadsázkou řečeno), oproti té, která již má několik let zkušeností v dané sféře za sebou a možná se jen musela přizpůsobit daným okolnostem na trhu.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č. 3

Další výzkumný předpoklad je, že jsou zaměstnanci málo informováni/proškolení, a hlavně také to, že jejich zájem není dostatečně podněcován.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č. 4

Posledním předpokladem v tomto dotazníkovém šetření je, že všichni jsme ovlivnitelní. Někdo více, někdo méně, ale na každého jedince vliv prostředí, ve kterém se nachází. Z pohledu podnikatelské etiky nás pak ovlivňují naši nadřízení – tedy partneři a manažeři atp. Posouváme své hranice a hodnoty, tudíž se ve finále může stát, že věci, které pro nás byly nepřipustné začneme, po určité době považovat za zcela normální.

5.2 Dotazníkové šetření

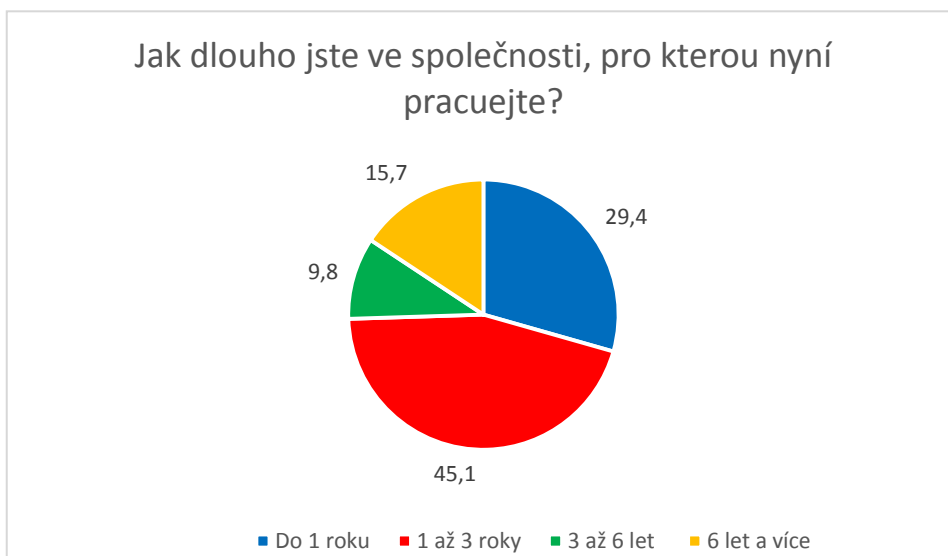
Pro své dotazníkové šetření jsem si zvolila již zmiňovanou firmu BDO Tax, právě z toho důvodu, že mé šetření bylo zaměřeno na podnikovou etiku a její etický kodex pro daňové poradce. O vyplnění dotazníku jsem požádala 87 respondentů v dané firmě, odpovědi jsem pak získala 51. K mému milému překvapení tedy byla více než polovina zaměstnanců ochotna se mnou spolupracovat a přispět tak svými odpověďmi.

Při sestavování dotazníku jsem se snažila klást důraz především na srozumitelnost a jednoznačné vyložení otázek, jelikož spektrum podnikové etiky je značně rozsáhlé. Bylo pro mne primární jasné nadefinování otázek a následně jejich odpovědi. Zachování anonymity respondentů bylo další klíčovou složkou šetření. Dotazník se pak skládal z 18 otázek, které měli obsáhnout danou problematiku v rovnováze s časovou náročností pro vyplnění dotazníku do konce. Dotazník se skládal jak z otevřených, tak z předdefinovaných/uzavřených otázek. Sestavení počínalo statistickými otázkami, po kterých následovali otázky zaměřené tak, aby uvedly respondenta do kontextu a uzavření pak spočívalo v konkrétních, specifických otázkách na dané téma. Pořadí otázek jsem se snažila nastavit tak, aby respondent nebyl znuděný či vyčerpaný, proto jsem postupovala tak, aby byl dotazník proložen odlehčujícími, zaškrťovacími otázkami, které nejsou tak náročné na přemýšlení a respondent tak měl stále chuť a energii na otázku další.

5.3 Šetření

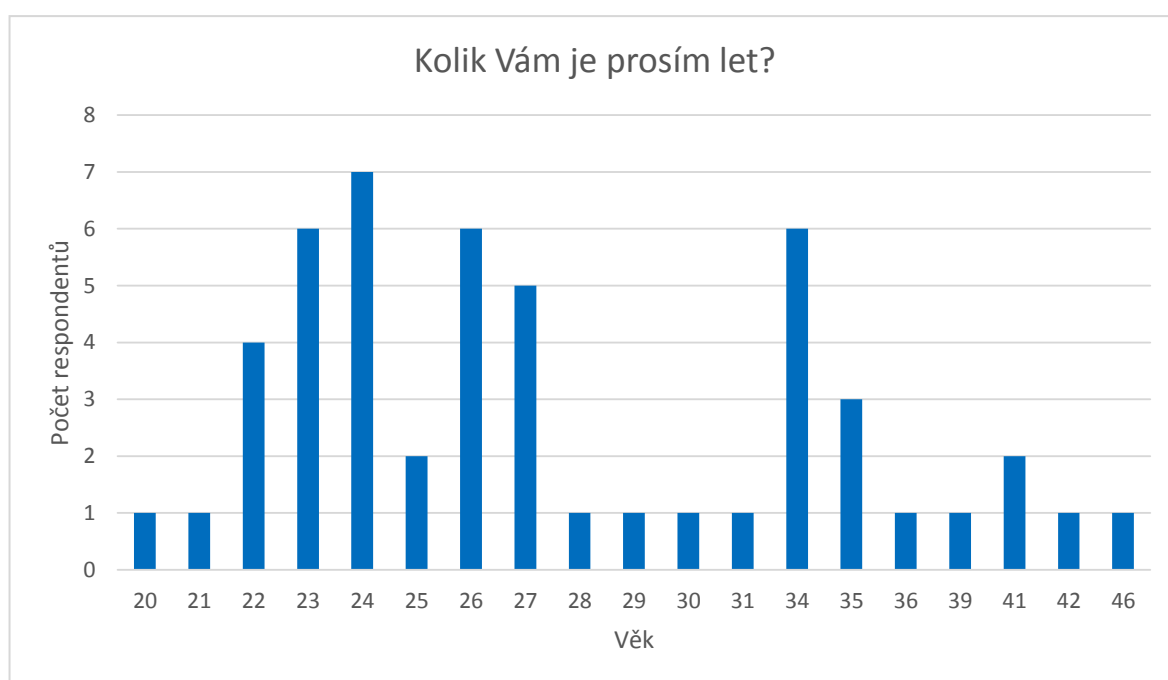
Dotazníkové šetření jsem v dané firmě rozeslala formou hromadného e-mailu, kde zaměstnance žádám o spolupráci a zároveň je ještě jednou ujišťuji, že dotazníkové šetření je zcela anonymní. Dotazník začínal statickými otázkami týkající se na pohlaví, věk a jak dlouho lidé pracují v dané společnosti, poté následovaly konkrétnější otázky na danou problematiku, tedy na vnímání podnikové etiky a jejího etického kodexu.

Otázka č. 1 zněla, „Jak dlouho jste ve společnosti, pro kterou nyní pracujete?“ Na první příčce byla odpověď do jednoho roku, kousek za ní pak jeden až tři roku a v pozadí jsou odpovědi tři až šest let a šest a více let, viz graf č.1. Tento výsledek mě vzhledem k mému výzkumnému předpokladu č. 2 potěšil, jelikož na můžeme snadněji určit zájem mladé generace o podnikovou etiku.



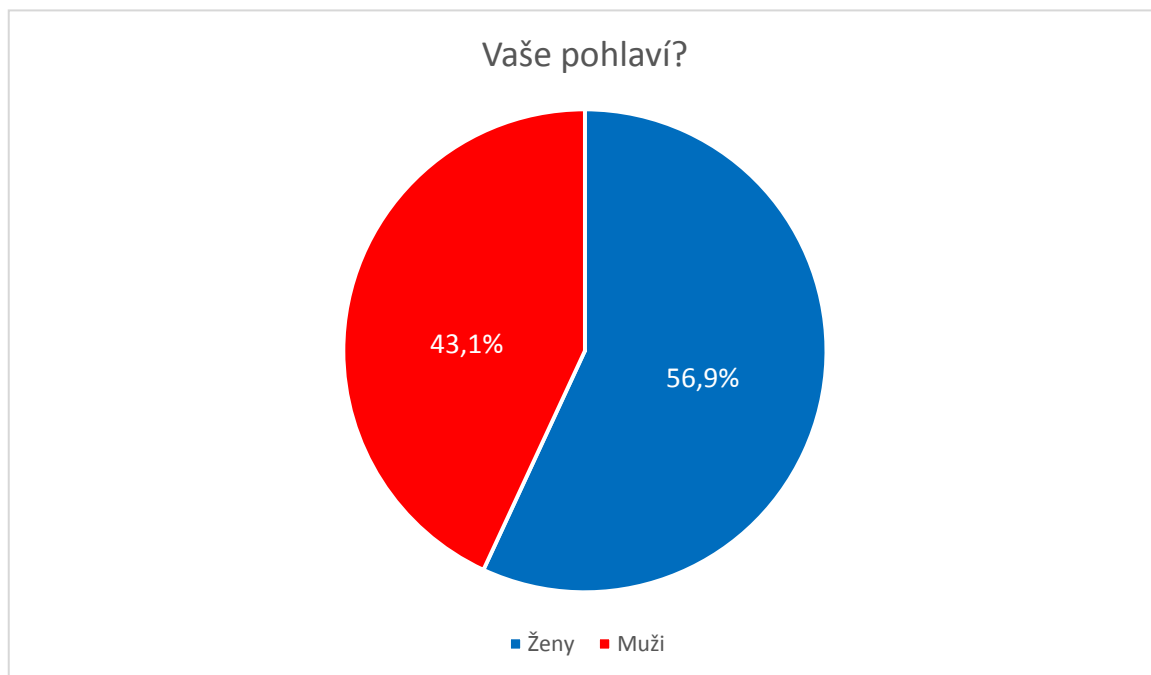
Graf č.1 Délka zaměstnanosti ve firmě (vlastní tvorba Microsoft Word)

Otázka č. 2: „Kolik Vám je prosím let?“ Zde jsme zjistili, že nejvíce respondentů je ve věku 24 let, tedy poměrně mladá generace. Průměrný věk, jsem pak na základě odpovědí vypočítala na 28 let.



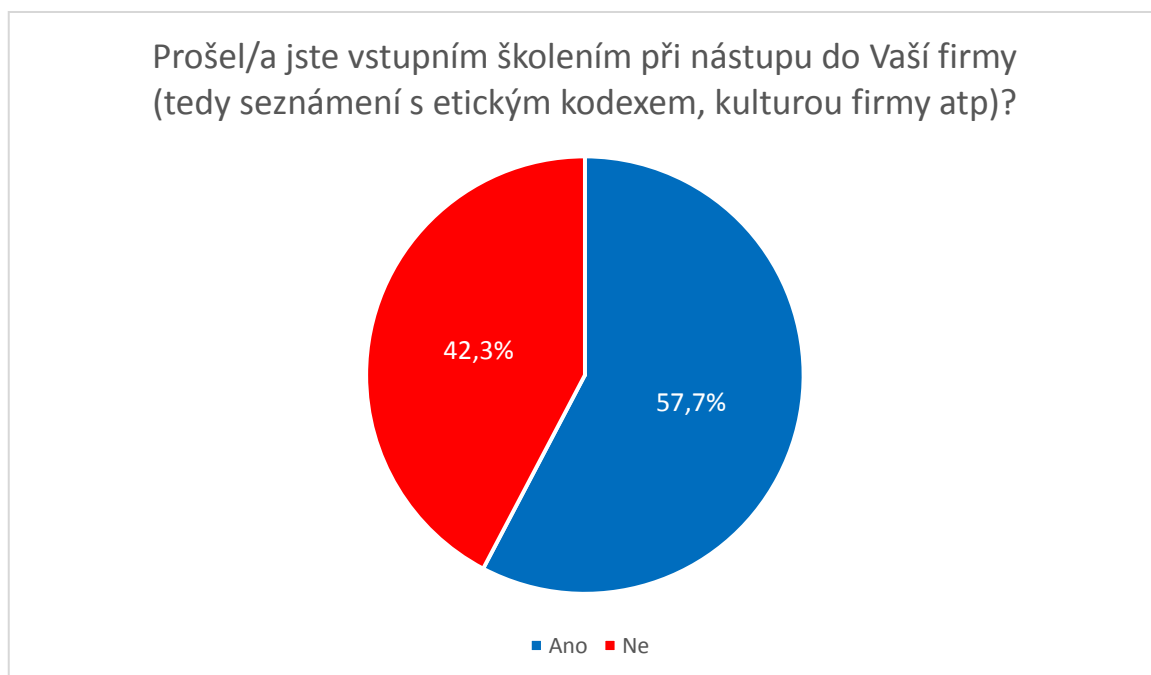
Graf č.2. Věk respondentů (vlastní tvorba Microsoft Word)

Další a poslední statistickou otázkou, byla otázka č. 3, „Vaše pohlaví?“ Na dotazník odpovědělo o 13,8 % více žen nežli mužů, viz graf č. 3.



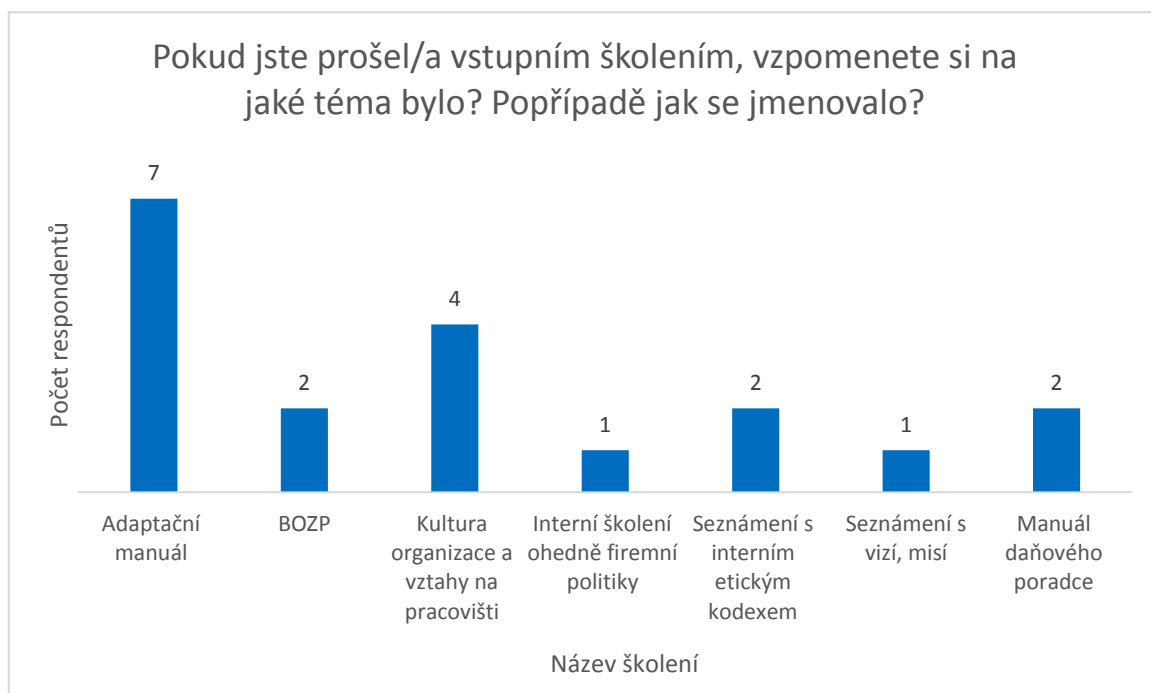
Graf č. 3 Pohlaví respondentů (vlastní tvorba Microsoft Word)

Otázka č. 4 pak zněla, „Prošel/a jste vstupním školením při nástupu do Vaší firmy (tedy seznámení s etickým kodexem, kulturou firmy atp.)?“ Zde, i když o kousek, převažovala odpověď „ANO“ viz graf č.4. Tato otázka měla odhalit, zda jsou zaměstnanci při nástupu na své pracovní místo řádně seznámeni s chodem firmy.



Graf č. 4 Školení zaměstnanců (vlastní tvorba Microsoft Word)

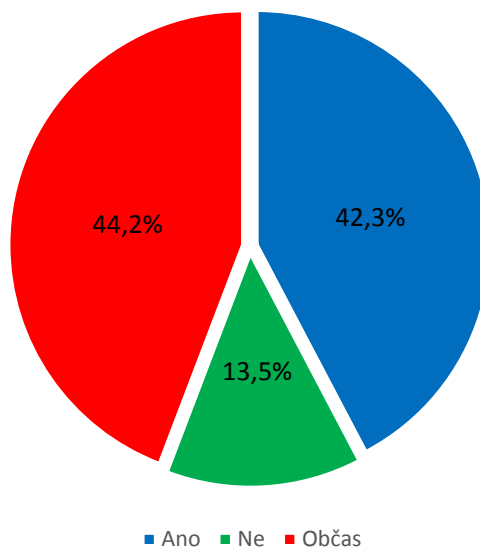
Poté na tuto otázku navazovala doplňující otázka č. 5 a to, „Pokud jste prošel/a vstupním školením, vzpomenete si, na jaké téma bylo? Popřípadě jak se jmenovalo?“ Zde si na název školení vzpomnělo 14 respondentů a povětšinou uváděli tzv. adaptační manuál. Díky této otázce zjistíme, které školení je při nástupu do práce třeba více implementovat, viz graf č. 5.



Graf č. 5 Druhy školení zaměstnanců (vlastní tvorba Microsoft Word)

Abych zjistila samotný zájem zaměstnanců o různé semináře/školení atp., položila jsem jim následující otázku č. 6, která zněla, „Účastníte se seminářů/ workshopů, když jsou dobrovolné?“ K mému potěšení zde zájem respondentů o zmíněné aktivity převažuje, viz graf č. 6.

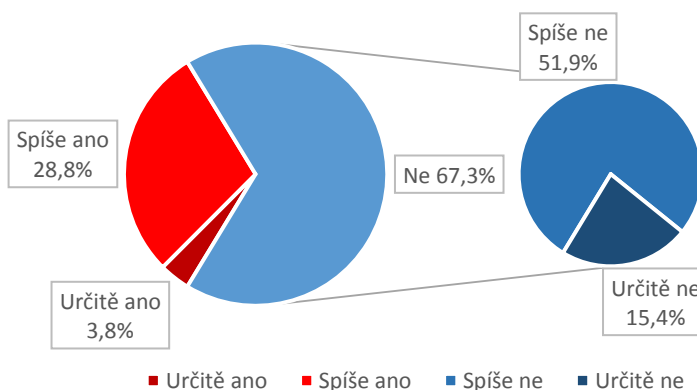
Účastníte se seminářů/ workshopů, když jsou dobrovolné?



Graf č. 6 Zájem zaměstnanců o školení (vlastní tvorba Microsoft Word)

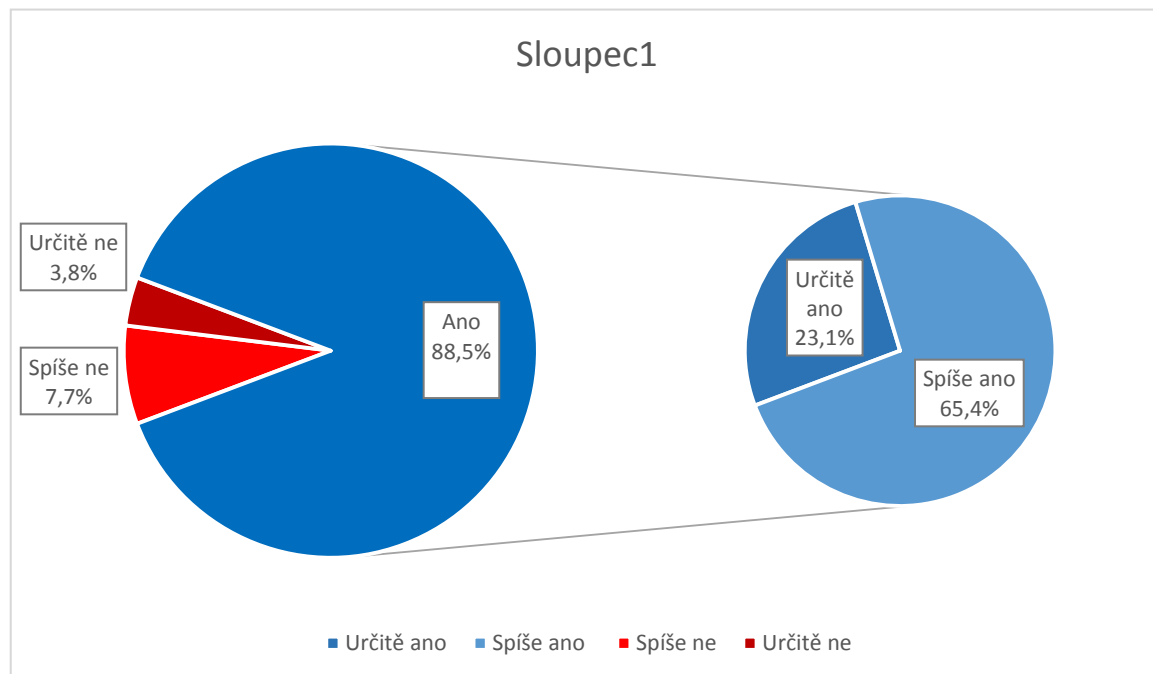
Následovala otázka č. 7, která byla použita spíše jako před otázka pro otázku následující, měla tedy uvést respondenty do správného kontextu. Jej znění bylo následující: „Předložil byste klientovi způsob řešení problému, který by pro něj byl výhodný, přestože by nebyl úplně eticky korektní?“ Zde pouze 2 respondenti odpověděli, že ano. Největší podíl zde měla odpověď spíše ne s 27 respondenty. Celé spektrum odpovědí nalezneme v grafu č. 7.

Předložil byste klientovi způsob řešení problému, který by pro něj byl výhodný, přestože by nebyl úplně eticky korektní?



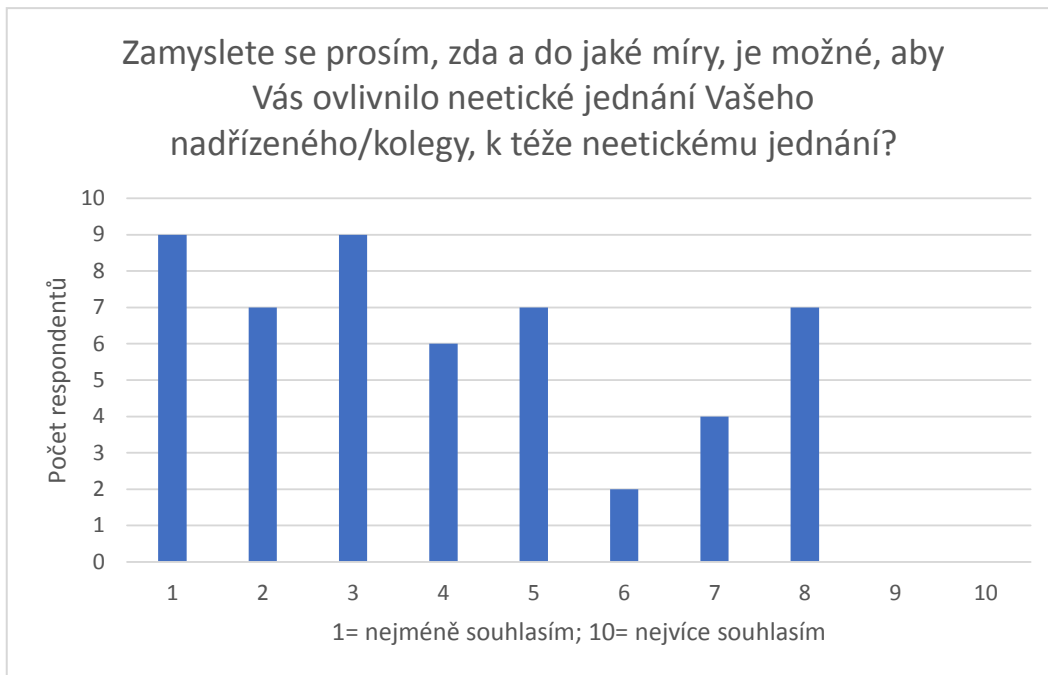
Graf č. 7 Předložení neetického návrhu (vlastní tvorba Microsoft Word)

Poté byla další otázka, otázka č. 8, měla zjistit, jak lidé nahlíží na své přímé nadřízené a jejich jednání jakožto vůdci. „Myslíte si, že Vaši nadřízení, tedy ve vztahu Váš přímý nadřízený a jejich manažer, jednají vždy v souladu s etickým kodexem?“ Odpovědi na tuto otázku nalezneme v grafu č. 8 z něho lze vyčíst, že názor podřízených úsudek svých podřízených je převážnou většinou považován za správný.



Graf č. 8 Hodnocení jednání nadřízených (vlastní tvorba Microsoft Word)

Zde se konečně dostáváme k otázce, ke které jsem směřovala. Ta má za úkol odhalit, jak moc jsou lidé ovlivnitelní prostředím, kde pracují, tedy svými vzory/vůdci. Otázka č. 9 zní, „Zamyslete se prosím, zda a do jaké míry, je možné, aby Vás ovlivnilo neetické jednání Vašeho nadřízeného/kolegy, k téže neetickému jednání? Odpovídejte na škále 1-10, kdy 1 znamená nejméně a 10 nejvíce.“ Zde, tedy na grafu č. 9, čistě hypoteticky, můžeme vidět, že i přestože by většina lidí k eticky nekorektnímu jednání ze svého rozhodnutí nepřistoupila (viz graf č. 7), by se k němu nechala ovlivnit za předpokladu, že tak jedná i jejich nadřízený/manažer/partner. Ovšem toto nic nevyovídá o tom, že by v dané firmě neetické jednání probíhalo.



Graf č. 9 Ovlivnitelnost zaměstnanců za pomoci nadřízených (vlastní tvorba Microsoft Word)

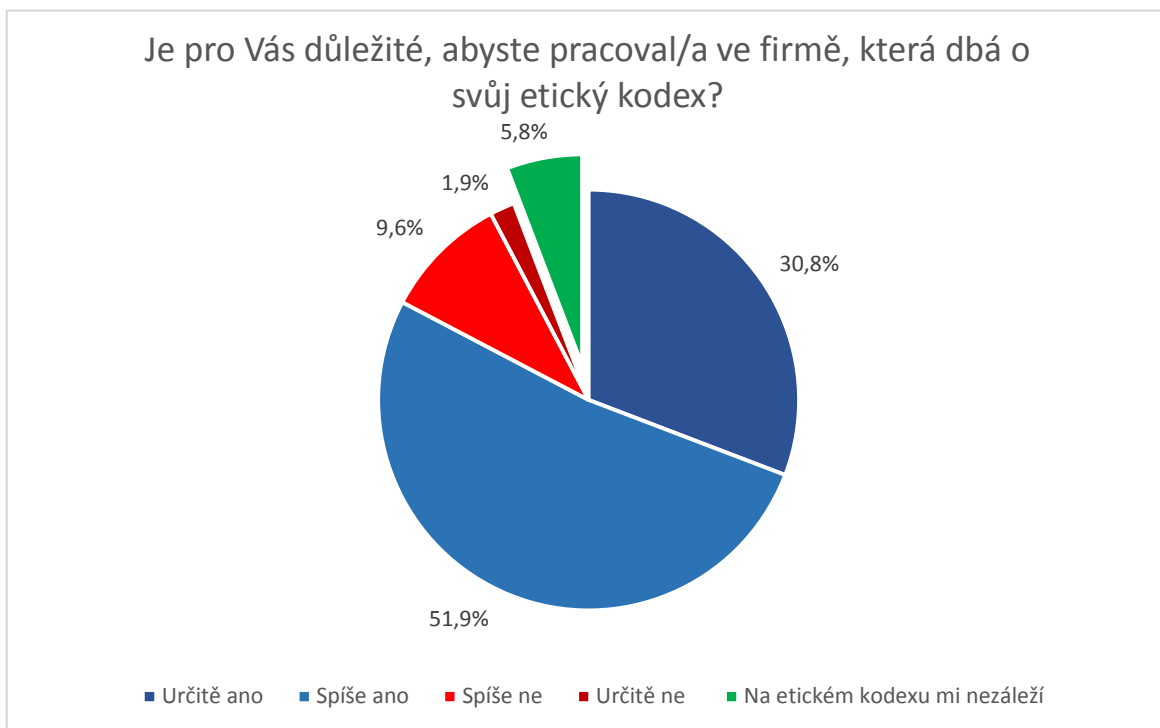
Otázka č. 10 pak navazovala na otázku č. 9 a sloužila k jejímu doplnění a zněla, „V jakém případě by to bylo možné?“ Zde jsem nasbírala pouze pár, ale za to různorodých, odpovědí.

Jelikož tato otázka byla otevřená, zde výčet odpovědí:

- Obecně zatajování podstatných informací v případě zpracování projektů a současně při jednání o osobním ohodnocení apod.
- Logický argument
- Zneužití postavení
- Pokud by to bylo v souladu s péčí řádného hospodáře

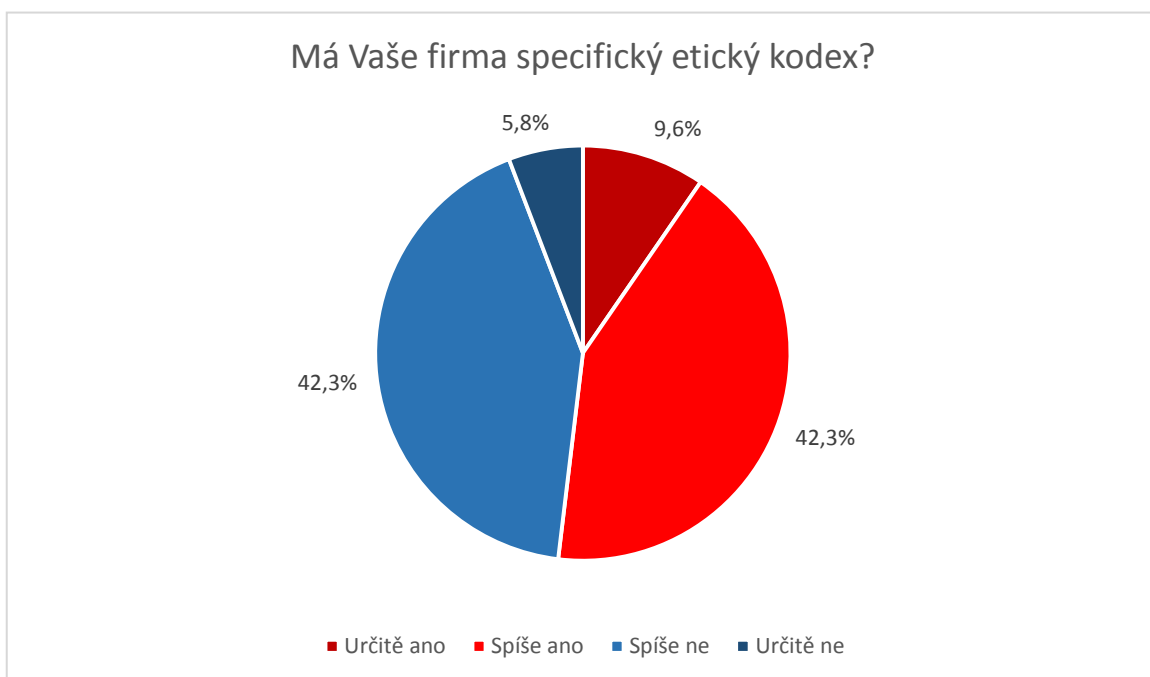
Poté zde převažovali odpovědi typu: v žádném případě, nebyla by jiná možnost/východisko, a ještě jedna odpověď, která se mi velice líbila a to, „v žádném, o všem se totiž radíme a rozhodujeme společně!“

Další otázkou, už více specificky zaměřenou na dané téma, tedy etický kodex. Otázka č. 11, „Je pro Vás důležité, abyste pracoval/a ve firmě, která dbá o svůj etický kodex?“ Jak je vidno na grafu č. 10, více než polovina respondentů upřednostňuje firmu, která má etický kodex (který je tedy společností viděn a vnímám).



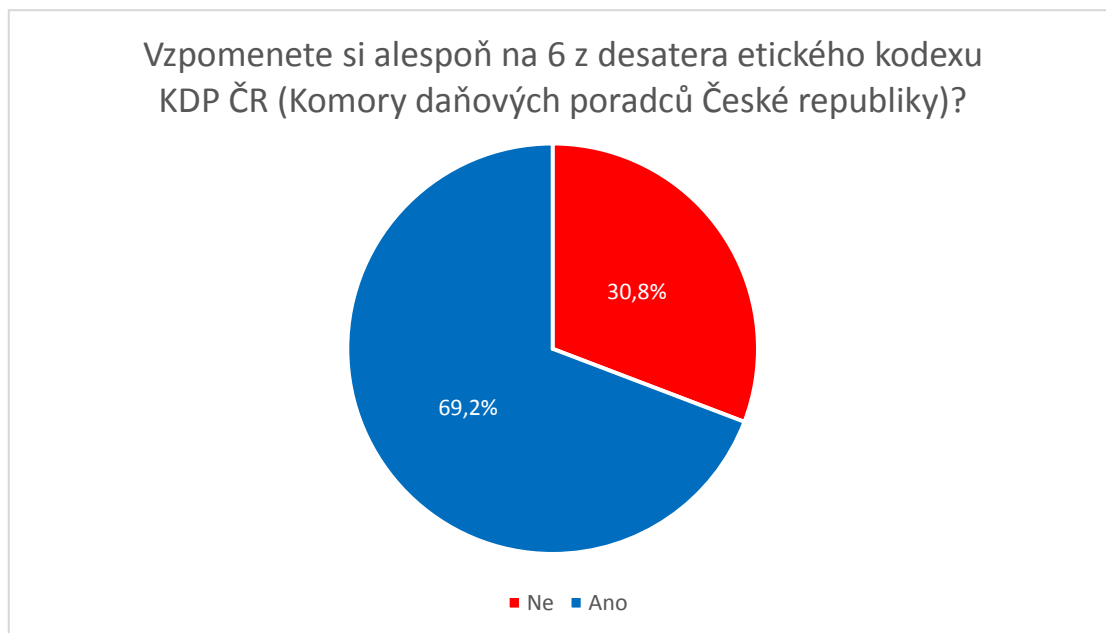
Graf č. 10 Míra důležitosti etického kodexu ve společnosti (vlastní tvorba Microsoft Word)

Následovala otázka č. 12, která zněla, „Má Vaše firma specifický etický kodex?“ Tato otázka cílí na informovanost zaměstnanců, zvláště těch, kteří a že jich je většina, zaškrtnli důležitost etického kodexu v předchozí otázce, tedy otázce č. 11. Odpovědi u této otázky, vezmeme-li v potaz odpověď obsahující ano na jedné straně a odpověď obsahující ne na straně druhé, byly téměř vyrovnané, což můžeme vidět i na grafu č. 11. Jelikož tato společnost působí v mnoha zemích, má svůj etický kodex, bohužel však specifický etický kodex v dané zemi a v daném odvětví nemá.



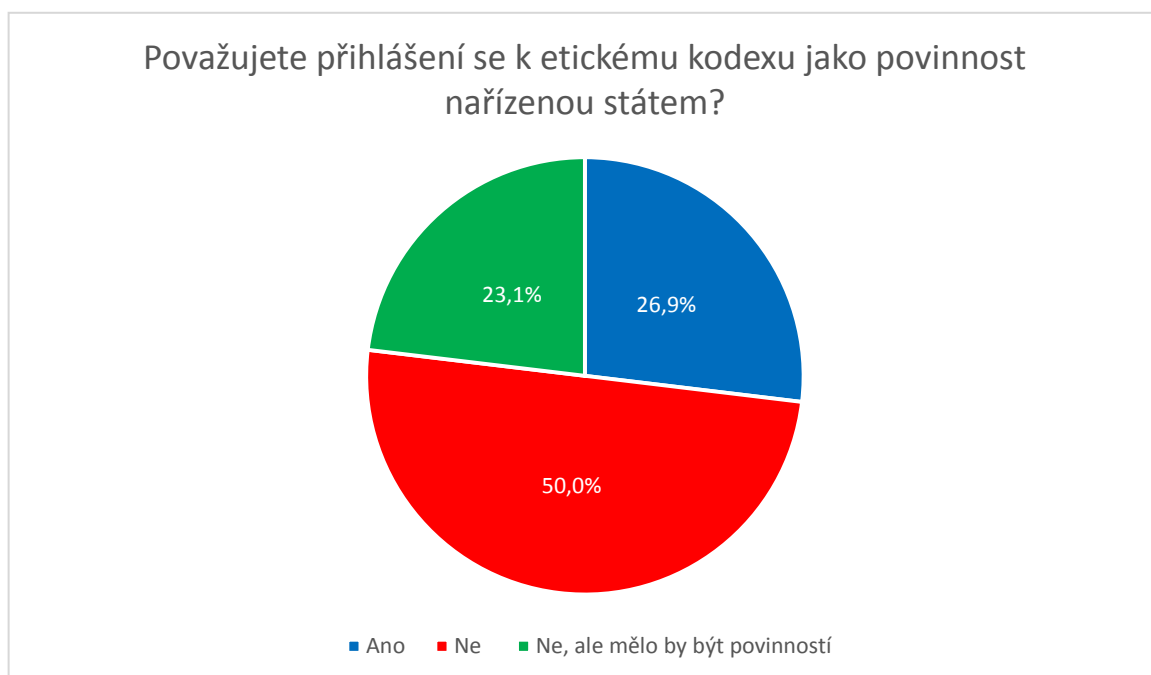
Graf č. 11 Etický kodex dané společnosti (vlastní tvorba Microsoft Word)

Poté následuje už otázka č.13 směřovaná přímo na dané téma, a to etický kodex KDP a to,, Vzpomenete si alespoň na 6 z desatera etického kodexu KDP ČR (Komory daňových poradců České republiky)?“ Jelikož přihlášení se k etickému kodexu KDP není povinností určenou státem, není divu, že je zde určité procento zaměstnanců, kteří si na desatero etického kodexu KDP nevzpomenou. Přesné vyjádření respondentů, kteří si vzpomenou versus těch, kteří si nevzpomenou nalezneme v grafu č. 12.



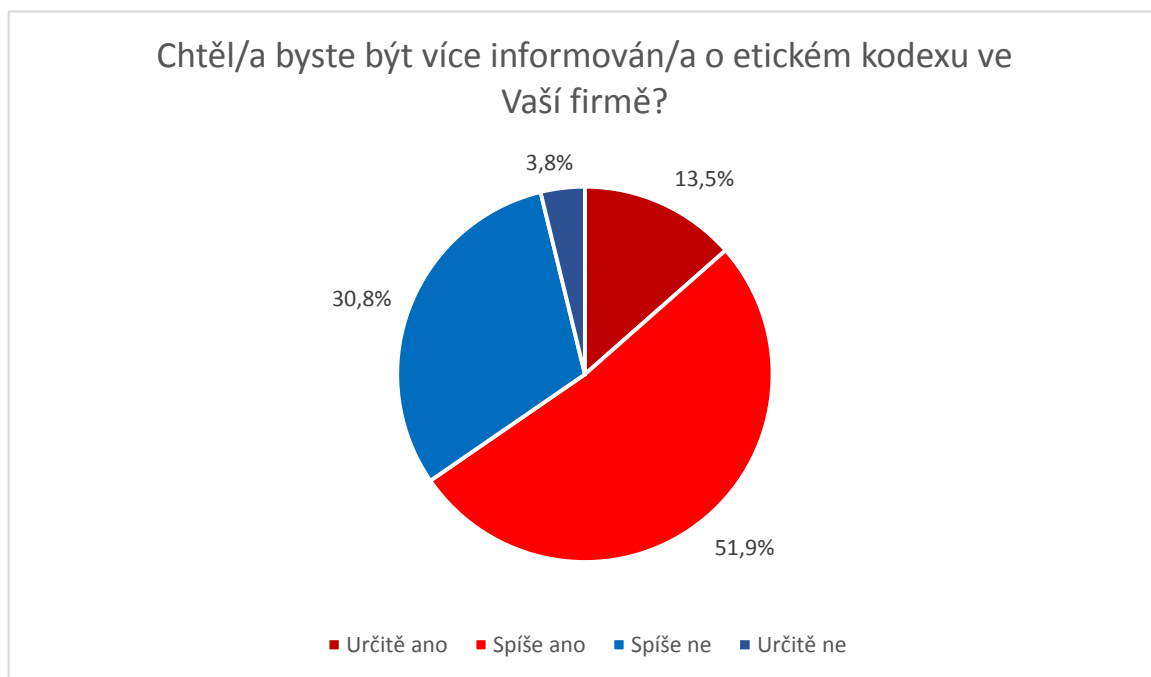
Graf č. 12 Desatero KDP ČR (vlastní tvorba Microsoft Word)

V tomto duchu pokračovala i otázka č. 14, a to tedy,, Považujete přihlášení se k etickému kodexu jako povinnost nařízenou státem?“ Opět je cílem otázky zjistit, do jaké míry respondenti vědí o etickém kodexu a zda by měl být pro daňové poradce nezbytností, kterou musí respektovat při výkonu své práce, přičemž by 14 lidí z 51 respondentů tuto legislativu uvítalo, viz graf č. 13.



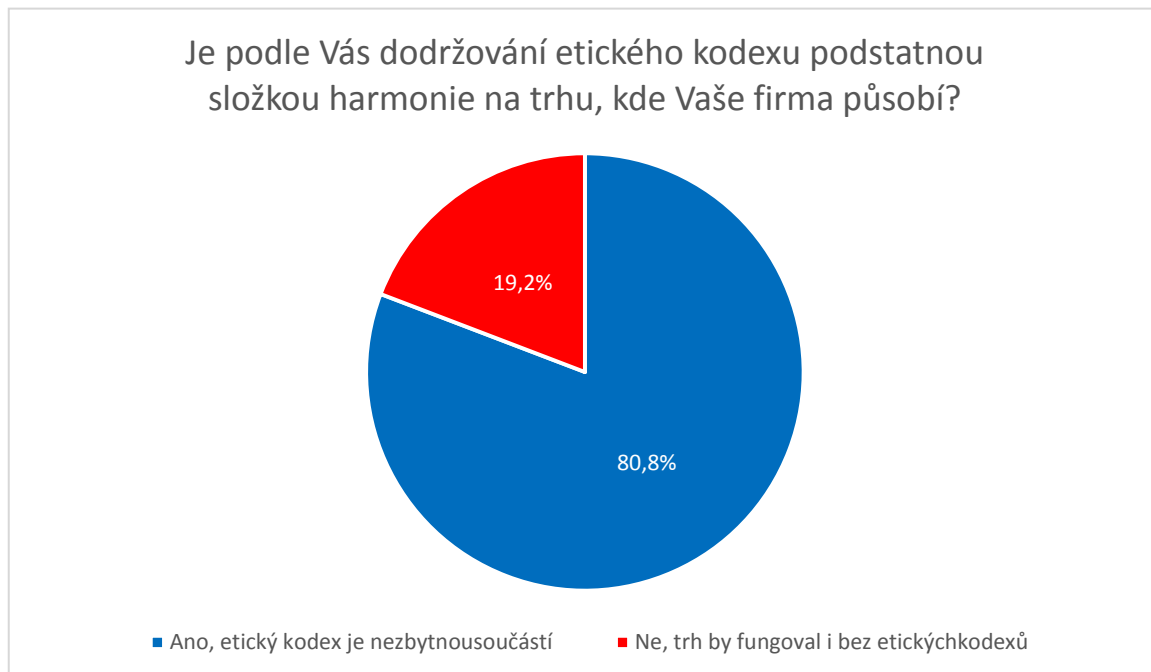
Graf č. 13 Etický kodex jako povinnost nařízená státem (vlastní tvorba Microsoft Word)

Poté s otázkou č. 15 se zajímám o zájem respondentů z dané firmy, proto otázka zněla: „Chtěl/a byste být více informován/a o etickém kodexu ve Vaší firmě?“ Jak vyplývá z grafu č. 14, zájem zaměstnanců o etický kodex zde převažuje.



Graf č. 14 Zájem zaměstnanců o etický kodex

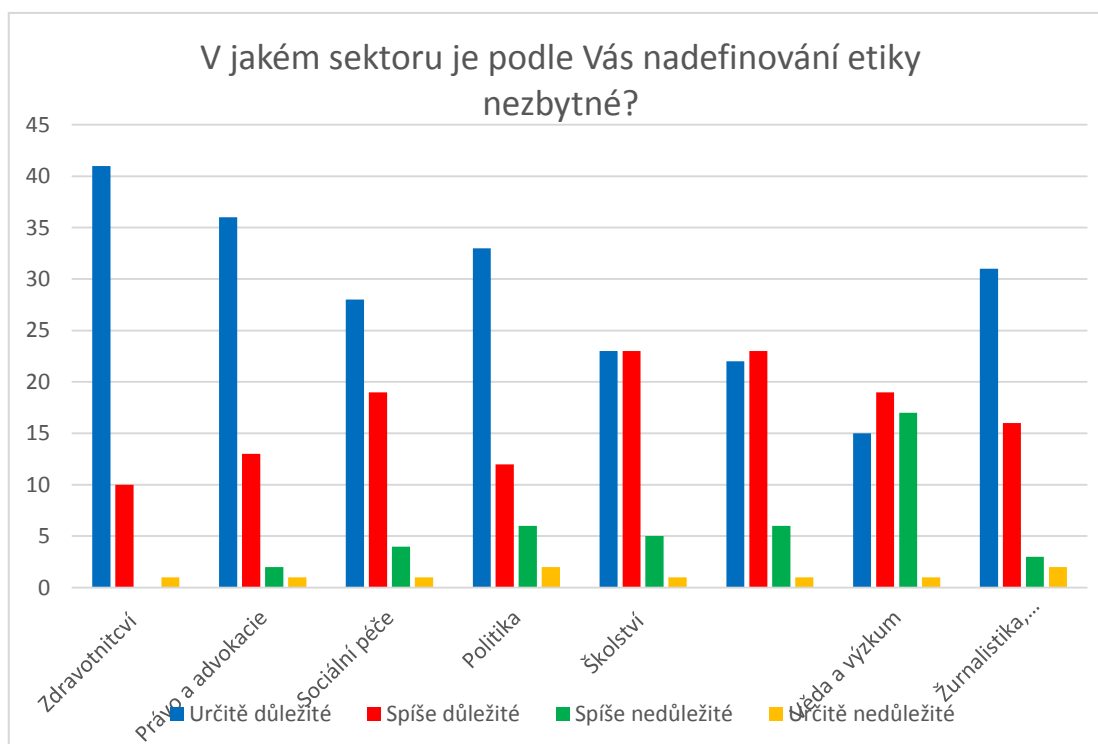
Další otázka č. 16 se pak zabývá vnímáním etického kodexu respondentů a jeho důležitosti či nezbytnosti pro trh, jako takový. Otázka byla položena takto, „Je podle Vás dodržování etického kodexu podstatnou složkou harmonie na trhu, kde Vaše firma působí?“ Zde 42 lidí potvrdilo, že by



bez nadefinování etického kodexu, firma v oblasti, ve které působí fungovat nemohla, procentuální vyjádření můžeme vidět na grafu č.15.

Graf č. 15 Důležitost etického kodexu (vlastní tvorba Microsoft Word)

Ke konci následovala otázka č. 17, „V jakém sektoru je podle Vás nadefinování etiky nezbytné?“ kde cílím na to, kde a do jaké míry respondenti pokládají etický kodex za důležitý a naopak. První tři příčky jsou obsazeny zdravotnictvím, následuje právo a advokacie a poté v patách politika. Další sektory a míru, do jaké respondenti přikládají důležitost nadefinování etického kodexu v daném sektoru, můžeme vidět na grafu č. 16.



Graf č. 16 Důležitost nadefinování etiky v daném sektoru (vlastní tvorba Microsoft Word)

Na úplný konec dotazníkového šetření jsem položila otázku č. 18, „Je podle Vás sektor, ve kterém je etický kodex zcela zbytečný?“ právě za účelem doplnění informací, kde respondenti považují nadefinování etiky za přínosné a v jakém sektoru nikoliv. Drtivá většina respondentů odpověděla, že takový sektor není, přesněji tedy a že by, „etika měla být dodržována vždy a všude“ či, že „pokud by byla dodržována pravidla slušného chování a jednání v souladu s právními předpisy, nebylo by nutné vypracovávat speciální etické kodexy“. Přesně řečeno, odpovědí, v jakém sektoru není nadefinování etiky bylo pouze 6 z tázaných 51 jedinců. Výčet odpovědí, kde podle respondentů není třeba nadefinování etiky naleznete níže. Jsou to tedy:

- mezinárodní politika
- obory, kde lidé nepřichází do kontaktu s lidmi
- prostituce
- zemědělství
- kožedělný průmysl
- výroba

5.4 Vyhodnocení

Díky dotazníkovému šetření se mi podařilo odhalit pár nedostatků, které ovšem nejsou nikterak závažné, pro takto rozsáhlou korporaci. Nyní si na základě toho šetření rozebereme výzkumné cíle a předpoklady, které jsme na začátku stanovili (viz kapitola 5.1 Výzkumné cíle a předpoklady) a v druhé části se pustíme do samotného rozklíčování získaných odpovědí.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č.1

První výzkumný předpoklad byl, že ženy mají k etice blíže nežli muži, toto tvrzení bylo na základě otázky č. 3, 6, 11, 15 a také částečně díky otázkám č. 14, 16 potvrzeno. Jednak k tomuto závěru přispívá fakt, že dotazník jako takový vyplnilo o 13,8 % žen více, nežli mužů (viz graf č. 3), přestože poměr mužů a žen je v dané firmě poměrně vyvážený. Následně jsem provedla jednotlivé prozkoumání dotazníků a ženy mají větší zájem o dobrovolné semináře/workshopy, také pro ně má větší váhu pracovat ve firmách, které mají svůj etický kodex, poté pro mne byla podstatná otázka č. 15, tedy zda mají respondenti zájem získat více informací o etickém kodexu v dané firmě, zde opět ženy zaškrtovaly častěji možnost obsahující, „ano“.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č. 2

Můj druhý výzkumný předpoklad se zabýval pohledem na etiku v porovnání mladé a střední generace, stanovme si hranici pro mladou generaci do 28 let. Opět jsem si zde vypíchla některé otázky, na základě, kterých jsem tento předpoklad buď vyvrátila nebo potvrdila. Otázky, které jsem použila pro tento výzkumný předpoklad jsou otázky č. 7,9 a 16. Díky těmto otázkám zjistíme, jak by se respondenti, nejspíše, chovali ve zkuškových situacích, zda by se nechali ovlivnit nebo zda by si dokázali představit fungování trhu bez etiky. Po porovnání odpovědí byla má hypotéza vyvrácena, výsledkem tedy je, že generace ve středním věku by jednala etičtěji než ta mladší. Ovšem vezměme v potaz i fakt, že nikdo nevíme, jak se zachováme, dokud se opravdu v dané situaci neocitneme, proto bych závěr tohoto výzkumného předpokladu nechala zpola otevřený.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č. 3

Obecně si myslím, že informovanost o kultuře společnosti a jejich etických kodexech, co se lokálního trhu týče, je problém téměř v každé společnosti. Pro vyhodnocení tohoto předpokladu jsem použila odpovědi z otázek č. 4, 12, 13 a 15. Vzhledem k tomu, že na školení, týkající se kultury společnosti si vzpomene přibližně polovina respondentů, by se mohla zdát bídna (viz graf č. 4), musíme vzít i v potaz délku pracovního poměru, která je tří čtvrtin složena z respondentů, kteří jsou v dané společnosti déle než jeden rok (viz graf č. 1) a tak není divu, že si případné školení již nevybavují. Dále na základě odpovědí o informovanosti a o zájmu o větší informovanost (viz graf č. 12 a graf č. 14) mi byla tato hypotéza potvrzena.

VÝZKUMNÝ PŘEDPOKLAD Č. 4

Posledním výzkumným předpokladem v tomto dotazníkovém šetření je fakt, do jaké míry nás dokáže ovlivnit prostředí ve kterém pracujeme. Pro tento předpoklad jsem si vytáhla odpovědi z otázek č. 7, 8 a 9. Z uvedených odpovědí vyplývá, že velké procento respondentů by eticky nekorrektní jednání ne zvolilo (viz graf č. 7), na pár jedinců i považují jednání nadřizených za správné ve smyslu etiky (viz graf č. 8) a také převažují odpovědi, že by se respondenti případným neetickým jednáním svých vzorů ovlivnit nenechali (viz graf č. 9). Z tohoto tedy usuzuji, že má hypotéza je vyvrácena.

Nyní se zaměříme na výsledky dotazníku v celém jeho spektru. Z odpovědí, na základě grafického zpracování, tedy lze vyčíst, že respondenti v dané firmě z téměř z poloviny prošli školením o kultuře v daném podniku a seznámení s etickým kodexem, přičemž nejčastěji obdrželi adaptační manuál. Dobrou zprávou je, že zaměstnanci mají zájem a z velké části se školení účast, i když nejsou povinné. Dalším zkoumaným faktem je, jak nahlíží na etiku a jak ji berou v potaz v důsledku se svým jednáním. Zde převažuje velká skupina lidí, která by k nekorrektně etickému jednání nepřistoupila, přestože by třeba jejich přímý nadřízený neetickému jednání jednoznačně nevyhýbal. Dalším faktem, který lze na základě získaných odpovědí určit je, že většina respondentů přikládá váhu etickému kodexu a že je pro ně i podstatnou složkou pro soulad mezi trhem, lidskostí a každodenním jednáním jako takovým, avšak i zde jsou, a není jich mnoho, sektory, které respondenti považují za nedůležité ve smyslu nutnosti nadefinovat zde etiku. Kdybychom toto dotazníkové šetření tedy měli shrnout, zájem o etiku a etický kodex v dané společnosti je, jen je třeba jej zaměstnancům více přiblížit a motivovat jejich zájem.

5.5 Návrhy na zlepšení

Vzhledem k výsledkům dotazníkové šetření je téměř nezbytné zaměřit se na informovanost zaměstnanců o etice dané firmy, zejména pak věnovat zvláštní pozornost etickému kodexu KDP. Ať už zvolíme jakoukoliv metodu předávání informací, je důležité si předem nadefinovat jakou metodu budeme zaměstnance školit, témata, které chceme mít na školení obsažena, kdy a jakým způsobem budeme zaměstnancům informace předávat, nesmíme ani opomenout komu bude školení určeno, periodikum a v neposlední řadě ověření znalostí, zpětnou vazbu.

5.5.1 Elektronický test

Asi nejjednodušší a z hlediska času nejméně náročnou formou, jak zjistit, kde jsou nedostatky, je elektronický test. Tento test by byl sestaven ve spolupráci s partnery dané organizace a následně rozeslán hromadnou poštou, každý ze zaměstnanců by jej musel vyplnit a dosáhnout minima bodů, které by bylo předem stanoveno. Za předpokladu, že by zaměstnanec nedosáhl požadovaného počtu bodů pro splnění, musel by test opakovat do té doby, než by byl označen za „úspěšného“ v této zkoušce. Tyto testy by sloužily i jako inspirace pro budoucí účely, na co se zaměřit, co ještě vylepšit. Test by byl zasílán nováčkům, cca po měsíci působení v dané organizaci, a následně jednou za půl roku všem zaměstnancům a to z důvodu aktualizace legislativy. Testy by zaměstnancům byli rozesílány na základě odvětví, na které se specializují, aby tak jejich efektivnost dosáhla co nejvyšší možné úrovně.

5.5.2 Školení ve firmě

Dalším možným řešením tohoto „problému“ by mohlo být školení ve firmě, tohoto školení by se, povinně, účastnili všichni zaměstnanci a konalo by se jednou do roka. Školení by v sobě mělo zahrnovalo dvě části.

První částí školení by se účastnilo vedení společnosti, tedy partneři, kteří by přednesli misi, vizi a cíle, jak jich dosáhnout, a přitom být zcela eticky korektní.

V druhé polovině, by se pak zaměstnancům věnoval externista, který má specializaci vždy na nejaktuálnější téma, ten by přednesl obecné zásady a standardy, které by měli dodržovat a sžít se s nimi. Vysoká pozornost by pak byla věnována požadavkům, jako je získávání zakázek, konflikty zájmů, stanoviska, honoráře, správa klientských aktiv, etické kodexy atp. Na konci školení by zaměstnanci dostali test, pro ověření (nově) nabitých informací, ale také by zaměstnanci vyplňovali dotazník spokojenosti se školením, kde by mohli uvést na které, konkrétní, témata by se chtěli zaměřit příště. Školení by, pro udržení pozornosti, nemělo trvat déle nežli dvě hodiny a z hlediska periodiky by probíhalo jednou do roka.

Pokud stále zůstaneme ve firemním prostředí, kde zaměstnanci tráví většinu svého času, další jednoduchou, nenákladnou, ale účinnou formou, jak zaměstnancům přiblížit podnikovou etiku, pro konkrétnost etický kodex KDP a jeho desatero, může být prosté vytištění a vyvěšení na místa, kde zaměstnanci tráví čas, ovšem nevěnují se zde práci, tudíž je zde prostor pro jeho přečtení, a to třeba hned několikrát, jako ideální místo pro zrealizování je například kuchyňka.

5.5.3 Teambuildingové školení

V neposlední řadě by připadalo v úvahu teambuildingové školení, toto školení by nebylo povinné, ale doporučené, a to pro všechny zaměstnance. Školení by se konalo formou víkendové akce a jednou z částí v programu bylo „školení“ na téma podniková etika. V tomto případě by školení bylo pojato zábavnou formou, zaměstnanci by dostali určité role (asistent, manažer, klient atp.) a na základě nich hráli scénky. Tento program by byl koncipován tak, aby obsahoval každodenní činnosti pracovního dne zaměstnanců, ovšem by zde byli zakomponovány takové situace, kdy by byli v rozporu s etickým kodexem. Důraz by byl kladen na nejčtetnější prohřešky, které se v oblasti

etiky vyskytují ve světě. Vše přizpůsobené k předmětu podnikání dané firmy. K častým nešvarům, nejen v tomto odvětví, patří:

- Falšování výkazů - tedy účelné zkreslování, zaměňování, vynechávání transakcí za účelem vylepšování výkazu pro danou situaci. Bojem proti těmto aktivitám jsou audity firem
- Zpronevěra - neboli přisvojení si peněžního nebo nepeněžního majetku.
- Korupce - pobídkou k tomuto jednání je stejně jako u zpronevěry přímé obohacení, formou „úplatku“. Etický kodex upozorňuje na přijímání darů a je nutné podotknout, že zde je hranice přestupku tenká
- Střet zájmů – toto téma je nejspíš nejaktuálnější, neboť to jsou veškeré situace, kdy se rozhodujeme např. mezi naším zájmem a zájmem organizace. Pro velké, globalizované společnosti může být střet zájmu vnímám i mezi jednotlivými odvětvími.
- Úvěrové podvody - snadné získání půjček tomuto tématu hraje do karet. Jednání spočívající v poskytování nepravdivých či zkreslených informací, je stále trestným činem
- Pojistné podvody – i zde jde o vylepšení finanční situace pro náš prospěch.
- Padělání šeků – toto téma již není zcela aktuální, přesto se stále vyskytuje. Spočívá v neoprávněném vydávání napodobenin za účelem obohacení (Houšková, 2012)

Zaměstnanci by byli rozděleni do několika skupin, navzájem se hodnotili, ale především by si vyzkoušeli, jak se v těchto, ať už korektních či nekorektních situacích, zachovat. Výsledkem by pak bylo nenápadné vštípení vzorců chování tak, aby je zaměstnanci přijali za svoje, ale hlavně včasné analyzování neetického jednání.

Závěr

Myslím si, že o důležitosti podnikové etiky, jejích kodexů, hodnot, auditů atp. již není třeba nadále hovořit. Její přínos pro společnost může být hluboký, pokud ji podniky začnou přikládat váhu, kterou má. Můžeme tedy říci, že podniková etika, zvláště pak etické kodexy, jsou jakousi formou osvěty v korporátním světě a pokud chceme něco změnit, musíme nejprve začít u sebe, až poté očekávat výsledky i u ostatních jedinců, neboť nemůžeme po někom žádat, aby dodržoval pravidla, které my sami nerespektujeme.

Cílem bakalářské práce bylo provést dotazníkové šetření na téma podniková etika a etický kodex, specifický pro danou činnost firmy. Z průzkumu vyplynulo, že zaměstnanci mají zájem o prohloubení svých vědomostí v této oblasti, proto vnímám výsledek šetření jako pozitivní, a i z tohoto důvodu jsou v bakalářské práci zmíněny způsoby možné realizace.

Jedním z výsledků mé práce je, že zaměstnanci nejsou 100 % seznamováni/informováni o podnikové kultuře, etických kodexech atp., na druhou stranu by nikdo z dotázaných ve světě bez etiky žít nechtěl. Další poznatek je, že téměř naprostá většina zaměstnanců, by na neetické jednání ne-

přistoupila, proto jsou v praktické části uvedeny příklady toho, co je etické a co je již za hranicí. Chovat k sobě vzájemnou úctu a respekt jsou nedílné složky pro dosažení harmonie, ať už je aplikujeme v soukromém životě, tedy na osobu jako takovou, nebo na trh, kde za osobu považujeme uměle vytvořený subjekt, tedy firmu. Co se přístupu k etice týče, nezáleží ani na pohlaví, věku či délce pracovního poměru ve společnosti, ale na tom, jaké hodnoty každý jeden zaměstnanec považuje za podstatné a právě tyto hodnoty bude uznávat, respektovat a propagovat mezi kolegy, proto bychom měli klást důraz na správné sestavení etického kodexu tak, aby obsahoval vše, co je pro lidský kapitál firmy opravdu důležité/přínosné, ale také na to, aby ve vedení společnosti byly osobnosti, které nepovažují etiku a korektní jednání za přepych, ale za nedílnou součást bytí a osobnosti, kterou si po celý život utvářejí, neboť právě oni nám jdou příkladem a utvářejí tak lepší budoucnost pro všechny. Budovat a zdokonalovat hodnoty dané firmou by se tak mělo stát úkolem na následující léta.

V dnešním světě máme velkou škálu možností a je pouze na nás, koho svými prostředky (hmotnými i nehmotnými) podpoříme. O tom, zdali podpoříme společnost, která si zakládá na kultuře a etickém jednání či nikoliv, rozhodujeme pouze my sami.

Na úplný závěr této práce, bych ještě ráda podotkla, že pojetí hodnot jako morálka, loajálnost, etika a podniková kultura nejsou jen pojmy, ale fakta, bez kterých se v současném globalizovaném světě firmy neobjedou, proto se stávají nedílným aspektem pro úspěch, v dnešním otevřeném světě. Pochopení a akceptování této problematiky v oblasti lidských zdrojů se tak stává nezbytností.

Seznam použité literatury

ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky. Vyd. v tomto překl. 3., v nakl. Academia 2. Praha: Academia, 1994. ISBN 80-200-0953-1.*

ANZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika: úvod a principy. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2004. ISBN 80-7325-030-6.*

BABBITT, Irving. *Demokracie a vůdcovství. Praha: Občanský institut, 2003. ISBN 80-86228-07-X.*

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

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

MAZÁK, Eduard. *Firemní kultura a etické kodexy. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2010. ISBN 978-80-7265-075-0.*

PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody : etický a sociální audit. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.*

RICH, Arthur. *Etika hospodářství. Praha: Institut pro středoevropskou kulturu a politiku, 1994. Oikúmené. ISBN 80-85241-61-7.*

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 978-80-01-05005-7.*

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

SPINOZA, Benedikt. *Etika. Praha: Dybbuk. 2001. ISBN 978-80-86862-02-6*

THOMPSON, Mel. *Přehled etiky. Praha: Portál, 2004. Filozofie (Portál). ISBN 80-7178-806-6.*

- BDO Česká Reublika . (07. 04 2018). Načteno z <http://www.bdo.cz/cs-cz/home>
- Ekonomické služby. (08. 04 2018). Načteno z <https://www.ekonomicke-sluzby.cz/pdf/Kodex.pdf>
- Etický kodex. (20. 08 2014). Načteno z Komots daňových poradců: <https://www.kdpcr.cz/informace/predpisy/eticky-kodex>
- Holubová. (12. 10 2009). *Bosston*. Načteno z <http://bosston.cz/clanek/eticky-kodex-etika-podnikani>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu. (21. 7 2016). Načteno z <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/spolecna-obchodni-politika-eu/svetova-obchodni-organizace/zakladni-informace-k-wto-a-dda--7894/>

Rašnerová, H. (18. březen 2016). *Etický kodex- základní nástroje etického řízení*. Praha: Univerzita Karlova.

Seznam obrázků

Obr. č. 1 Rozložení etiky.....	12
Obr. č. 2 Vztah etiky a morálky.....	15
Obr. č. 3 Manažerská etika – schématický přehled nástrojů a oblastí aplikace.....	19
Obr. č. 4 Struktura manažerské etiky.....	24

Seznam grafů

Graf č. 1 Délka zaměstnanosti ve firmě.....	35
Graf č. 2 Věk respondentů.....	36
Graf č. 3 Pohlaví respondentů.....	36
Graf č. 4 Školení zaměstnanců.....	37
Graf č. 5 Druhy školení zaměstnanců.....	37
Graf č. 6 Zájem zaměstnanců o školení.....	38
Graf č. 7 Předložení neetického návrhu.....	38
Graf č. 8 Hodnocení jednání nadřízených.....	39
Graf č. 9 Ovlivnitelnost zaměstnanců za pomoci nadřízených.....	40
Graf č. 10 Míra důležitosti etického kodexu ve společnosti	41
Graf č. 11 Etický kodex dané společnosti.....	41
Graf č. 12 Desatero KDP ČR.....	42
Graf č. 13 Etický kodex jako povinnosti nařízená státem.....	42
Graf č. 14 Zájem zaměstnanců o etický kodex.....	43
Graf č. 15 Důležitost etického kodexu.....	44
Graf č. 16 Důležitost nadefinování etiky.....	44

Seznam příloh

Příloha č. 1 DOTAZNÍK

Příloha č. 2 KODEX KDP

Příloha č. 1 DOTAZNÍK

Jste si jisti, že neporušujete pravidla? Aneb jak dobře znáte etický kodex daňových poradců České republiky.

1. Jak dlouho jste ve společnosti, pro kterou nyní pracujete?
 - Do 1 roku
 - 1 až 3 roky
 - 3 až 6 let
 - 6 let a více

2. Kolik Vám je prosím let?
.....

3. Vaše pohlaví?
 - Žena
 - Muž

4. Prošel/a jste vstupním školením při nástupu do Vaší firmy (tedy seznámení s etickým kodexem, kulturou firmy atp)?
 - Ano
 - Ne

5. Pokud jste prošel/a vstupním školením, vzpomenete si na jaké téma bylo? Popřípadě jak se jmenovalo?
.....

6. Účastníte se seminářů/ workshopů, když jsou dobrovolné?
 - Ano
 - Ne
 - Občas

7. Předložil byste klientovi způsob řešení problému, který by pro něj byl výhodný, přestože by nebyl úplně eticky korektní?
 - Určitě ano
 - Spíše ano
 - Spíše ne
 - Určitě ne

8. Myslíte si, že Vaši nadřízení, tedy ve vztahu Váš přímý nadřízený a jejich manažer, jednají vždy v souladu s etickým kodexem?
 - Určitě ano
 - Spíše ano

- Spíše ne
- Určitě ne

9. Zamyslete se prosím, zda a do jaké míry, je možné, aby Vás ovlivnilo neetické jednání Vašeho nadřízeného/kolegy, k téže neetickému jednání? Odpovídejte na škále 1-10, kdy 1 znamená nejméně a 10 nejvíce.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. V jakém případě by to bylo možné?

.....

11. Je pro Vás důležité, abyste pracoval/a ve firmě, která dbá o svůj etický kodex?

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne
- Na etickém kodexu mi nezáleží

12. Má Vaše firma specifický etický kodex?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

13. Vzpomenete si alespoň na 6 z desatera etického kodexu KDP ČR (Komory daňových poradců České republiky)?

- Ano
- Ne

14. Považujete přihlášení se k etickému kodexu jako povinnost nařízenou státem?

- Ano
- Ne
- Ne, ale mělo by být

15. Chtěl/a byste být více informován/a o etickém kodexu ve Vaší firmě?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

16. Je podle Vás dodržování etického kodexu podstatnou složkou harmonie na trhu kde Vaše firma působí?

- Ano, etický kodex je nezbytnou součástí

- Ne, trh by fungoval i bez etických kodexů

17. V jakém sektoru je podle Vás nadefinování etiky nezbytné?

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
Zdravotnictví				
Právo a advokacie				
Sociální péče				
Politika				
Školství				
Finanční poradenství				
Věda a výzkum				
Žurnalistika, média				

18. Je podle Vás sektor, ve kterém je etický kodex zcela zbytečný?

.....

Příloha č. 2: KODEX KDP

Já, níže podepsaný, daňový poradce

Jméno a příjmení: _____

Číslo osvědčení: _____

se přihlašuji k Etickému kodexu Komory daňových poradců ČR v následujícím znění:

ETICKÝ KODEX

Komory daňových poradců České republiky

Etický kodex KDP ČR (dále jen „kodex“), schválený usnesením činné komory KDP ČR, vychází z právní úpravy daňového poradenství v České republice stanovené zákonem č. 203/1993 Sb., o zvláštním postavení a činnosti daňových poradců České republiky a Záke z právního předpisu etiky, který je schválen v rámci Confédération Fiscale Européenne, organizace zastřešující daňové poradenství v Evropě. Kodex je tak jedním ze základních dokumentů, kterými se řídí daňové poradenství. Jeho cílem je stanovit etické požadavky a zajistit dodržování vysokých profesionálních a morálních standardů v oboru daňového poradenství.

- Nezávislost**

Při výkonu svých povinností musí daňový poradce vždy postupovat s přísnou prozíravou nezávislostí. To ne vztahuje jen na osobní životní záležitosti, ale i na řešení záležitostí svých blízkých, přátel, daňovou správu a další zainteresované strany.
- Odpovědnost**
 - Daňový poradce vykonává daňové poradenství na svou vlastní odpovědnost. Odpovědně je svou praxí odpovědných zaměstnanců. Pokud je daňový poradce poskytovatelem prostřednictvím právnické osoby, musí odpovědný daňový poradce zajistit, aby výkon a kontrola nad výkonem daňového poradenství byly přiměřenou měrou dohlíženy daňovým poradcem.
 - Etický daňový poradce z výkonu daňového poradenství a související odpovědnosti, do které jsou zahrnuti jeho podříazení zaměstnanci, neodvolá svou zodpovědnost z právního hlediska výkonu svých povinností. Pokud je daňový poradce poskytovatelem prostřednictvím právnické osoby, musí být jeho odpovědnost poskytovatelé jeho praxi odpovědnost.
- Péče a věrnost**

Při výkonu své praxe se musí daňový poradce řídit zejména právními předpisy, profesními pravidly a vnitřní etickou úpravou. Takto státní úřední je nezávislost při všech rozhodnutích a zejména v oblasti veřejnosti, přičemž při výkonu své praxe musí být vždy v zájmu svého klienta, než by se jednalo o osobní prospěch, a že v případě jakéhokoli střetu zájmů v daném záležitosti se své povinnosti musí vzdát.
- Integriteta**

Poskytovatel odpovědně informovat se vztahuje ke všem informacím, které daňovému poradci ve své praxi dostane a není se svými klienty v žádném případě v žádném případě. Daňový poradce musí opatřit dostatečnou informovanost svého klienta, který při výkonu daňového poradenství a souvisejících informacích poskytl příslušným zúčastněným a spolupracovníkům.
- Svědomitost a nezávislé stanovisko**

Daňový poradce by měl provádět pouze takové činnosti, které jsou přiměřené a slušné a jeho praxi a jeho nezávislého stanoviska přezkoumá, jeho profesionální povinnosti, aby v žádném případě daňového poradce.
- Klientura**

Daňový poradce může získávat pouze pravdivé informace o svých klientech činnosti.
- Vztahy s profesními kolegy**

Jedním z cílů etiky je sloužit zájmům daňových poradců, musí být v souladu s etickým pravidly a postupovat podle etiky s profesními kolegy svého oboru.
- Čestnost**

Klíčem ke své praxi je informace o svých vnitřních předpisech, než daňový poradce pro něho začne svou činnost. Čestnost daňového poradce by měla zohledňovat etický jeho odpovědnost, povahu a výslovně předložených právních a daňových předpisů svého oboru.
- Profesionální vztahy**

Daňový poradce musí své profese a spolupráci s odbornými pracovníky ze svého oboru výkonu daňového poradenství.
- Disciplinární sankce**

KDP ČR má právo uplatňovat disciplinární sankce na osobní poradenství činnosti daňového poradce dodávající tyto služby.

Etický kodex KDP ČR schválený Valnou hromadou KDP ČR dne 24. 11. 2018 a aktualizací ze dne 1. 1. 2021

Dne 4. 12. 2024

Podpis: _____

Člen Confédération Fiscale Européenne

Zdroj: (Ekonomické služby, 2018) vlastní úprava v programu Malování

