

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Etický kodex firmy jako nástroj řízení

Company Code of Ethics as a Management Tool

STUDIJNÍ PROGRAM

Ekonomika a management

STUDIJNÍ OBOR

Řízení a ekonomika průmyslového podniku

VEDOUCÍ PRÁCE

doc. JUDr. Ing. Otakar Schlossberger, Ph.D.

FILÁKOVÁ

ELIŠKA

2021

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Filáková** Jméno: **Eliška** Osobní číslo: **482505**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut ekonomických studií**
Studijní program: **Ekonomika a management**

II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

Etický kodex firmy jako nástroj řízení

Název bakalářské práce anglicky:

Company Code of Ethics as a Management Tool

Pokyny pro vypracování:

Cílem práce je zhodnocení smysluplnosti a opodstatněnosti etického kodexu ve firmě z pohledu jeho potřeb na řízení firmy. Práce by měla vycházet z obecné charakteristiky etického kodexu a jeho zasazení do současné etapy společenského vývoje, charakterizovat principy jeho stanovení. Aplikační část práce by pak měla nalézt odpověď na skutečnost, zda lze etický kodex ve firmě využít jako nástroj efektivního řízení a vedení zaměstnanců.

Seznam doporučené literatury:

DYTRT, Zdeněk. Etika v podnikatelském prostředí. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1589-9.
SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ. Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5545-8.
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.
DYTRT, Zdeněk. Dobré jméno firmy. Praha: Alfa Publishing, 2006. Management studium. ISBN 80-86851-45-1.
TROJAN, Jakub S. Etické vztahy v ekonomice. Praha: OIKOYMENH, 2012. Oikúmené (OIKOYMENH). ISBN 978-80-7298-480-0.
ROLNÝ, Ivo. Etika v podnikové strategii: metodologické postupy integrace etiky do podnikové strategie. Vyd. 3., rozš., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2007. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-87071-45-8.

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

doc. JUDr. Ing. Otakar Schlossberger, Ph.D., institut veřejné správy a regionálních studií MÚ

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **25.01.2021**

Termín odevzdání bakalářské práce: **20.08.2021**

Platnost zadání bakalářské práce: **19.09.2022**

doc. JUDr. Ing. Otakar Schlossberger, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) práce

Mgr. František Hřebík, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkana(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Studentka bere na vědomí, že je povinna vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

Datum převzetí zadání

Podpis studentky

Filáková, Eliška. *Etický kodex firmy jako nástroj řízení*. Praha: ČVUT 2021. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury. Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 19. 08. 2021

Podpis:

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce panu doc. JUDr. Otakaru Schlossbergerovi, Ph. D. za velkou trpělivost, cenné rady a připomínky při zpracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat všem respondentům za poskytnutí dat k zpracování empirické části. V neposlední řadě děkuji mé rodině za podporu v průběhu celého studia.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá etikou a etickým kodexem firmy jako nástrojem řízení. Její cíl je zhodnotit smysluplnost etického kodexu z pohledu jeho potřeb na řízení firmy. Je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá obecnou etikou, podnikatelskou etikou, etickým kodexem a řízením lidských zdrojů. Praktická část obsahuje šetření ohledně vnímání etického kodexu a jeho efektivního využití jako nástroje řízení a vedení zaměstnanců. Z šetření vyplývá, že většina firem má etický kodex a předkládá ho zaměstnancům při nástupu do firmy. V praxi však nedochází k jeho úplnému využití k řízení zaměstnanců, i když by zaměstnanci měli zájem o to, být více informováni o etickém kodexu a je pro ně důležité dodržování etiky na pracovišti i na trhu, kde působí jejich firma.

Klíčová slova

Etika, morálka, etický kodex, podnikatelská etika, whistleblowing, řízení lidských zdrojů

Abstract

The bachelor thesis deals with ethics and the company's code of ethics as a management tool. Its aim is to evaluate the meaningfulness of the code of ethics in terms of its needs for the management of the company. It is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part deals with general ethics, business ethics, code of ethics and human resource management. The practical part includes an investigation into the perception of the code of ethics and its effective use as a management and leadership tool for employees. The investigation shows that most companies have a code of ethics and present it to employees when they join the company. In practice, however, it is not fully used to manage employees, although employees would be interested in being more informed about the code of ethics and find it important to follow ethics in the workplace and in the market where their company operates.

Key words

Ethics, morality, code of ethics, business ethics, whistleblowing, human resources management

Obsah

Úvod.....	5
1 Etika.....	7
1.1 Definice etiky.....	7
1.1.1 Historie etiky.....	9
1.2 Morálka.....	10
2 Podnikatelská etika	12
2.1 Vývoj podnikatelské etiky	12
2.2 Důvody pro naplňování podnikatelské etiky	13
2.3 Metody a nástroje podnikatelské etiky	14
2.3.1 Tradiční metody podnikatelské etiky.....	15
2.3.2 Moderní metody podnikatelské etiky	15
2.3.3 Tradiční nástroje podnikatelské etiky.....	16
2.3.4 Moderní nástroje podnikatelské etiky	17
2.4 Whistleblowing	18
3 Etický kodex.....	19
3.1 Principy tvorby kodexu.....	21
3.2 Výhody a přínosy etického kodexu	22
4 Řízení lidských zdrojů.....	22
4.1 Zásady etického řízení lidských zdrojů	22
5 Cíl práce, výzkumné otázky a metodologie	25
5.1 Dotazníkové šetření.....	25
6 Vyhodnocení.....	26
6.1 Shrnutí	34
Závěr	37
Seznam použité literatury	38
Internetové zdroje.....	39
Seznam obrázků	40
Seznam grafů	41

Úvod

S etikou a etickými otázkami se setkáváme denně, aniž bychom si to uvědomovali nebo nad tím přemýšleli. Jak se chovat společensky přijatelně nám určují profesní a osobní etické kodexy. Většina z nás se ale chová eticky správně automaticky, vlivem výchovy a zažitých návyků a zvyků. V podnikatelské sféře je však třeba dbát na etické chování a dodržování etických kodexů o něco více.

Podnikatelská etika se začala formovat až v druhé polovině 20. století. Důraz na zabývání se problematikou etiky a dodržování etických kodexů, však začal být kladen až v posledním kvartálu 20. století, kdy vznikalo více firem a začaly se rozšiřovat neetické přístupy v podnikání a korupce ve firmách. Může se zdát, že v dalších obdobích se etické chování firem upozadilo, v posledních letech se však vlivem globalizace ekonomiky, rychlého a snadného cestování i technologickým pokrokem dostalo řešení etiky opět do popředí. Některé firmy si tvoří vlastní etické kodexy, jiné se řídí základními etickými pravidly, ale stále více firem dbá na dodržování etických kodexů a jejich využívání k řízení zaměstnanců.

Téma Etického kodexu firmy jako nástroje řízení jsem si vybrala především proto, že bývá mnohdy opomíjeno a upozaděno. Některé organizace využívají etického kodexu nezávaznou formou. Zaměstnanci by ho měli dodržovat, ale za jeho porušení jim nehrozí žádné sankce nebo postihy a v mnoha případech je jeho porušování úplně přehlíženo.

Předmětem práce je snaha o pochopitelné vysvětlení definice etiky a jejího vzniku, seznámení s podnikatelskou etikou, etickým kodexem a jeho tvorbou a přiblížení zásad etického řízení lidských zdrojů. Cílem práce je zhodnocení smysluplnosti a opodstatněnosti etického kodexu z pohledu jeho potřeb na řízení firmy. Vedlejším cílem práce je prošetření existence a využití etických kodexů ve firmách v českém podnikatelském prostředí.

Zdrojem informací teoretické části je vybraná odborná literatura osvědčených autorů jako jsou např. PhDr. Mgr. Pavel Seknička, Ph.D. a doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA a jejich publikace Etika v podnikání a hodnoty trhu nebo Etika v podnikatelském prostředí od pana doc. Ing. Zdeňka Dyrtra, CSc. Zdrojem praktické části je dotazníkové šetření provedené na vzorku široké veřejnosti, převážně z Ústeckého kraje.

Při zpracování práce budou využity vědecké metody zkoumání, kterými jsou rešerše, deskripce a analýza dotazníkového šetření.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Etika

První kapitola se zabývá základní definicí etiky, její historií a zdůrazněním rozdílů mezi etikou a morálkou.

Většina z nás totiž nerozlišuje rozdíly mezi těmito pojmy a vzájemně mezi sebou zaměňuje jejich významy. I přesto, že spolu tyto pojmy úzce souvisí, je třeba si pečlivěji vysvětlit jejich rozdíly.

Etika bývá označována za nauku o morálce. Z překladu slova etika – mravověda, mravouka – snadno zjistíme, že jde o pojem, který je příbuzný se slovem morálka. (Bláha & Dytrt 2003, str. 15)

1.1 Definice etiky

Jako i u jiných vědních disciplín, tak i u etiky je vhodné zmínit původ jejího pojmenování. Těm, kteří doteď neměli ponětí o tom, co vlastně etika zkoumá a popisuje, to leccos napoví.

Slovo etika pochází z řeckého slova ethos neboli obyčej, zvyk či mrav. *„Etika se zabývá tím, co je správné a co nesprávné; zkoumá mravní rozhodnutí lidí a způsoby, kterými se je snaží odůvodnit.“ (Thompson, 2004, str. 11)*

Samotný název „etika“ pro tuto filozofickou disciplínu pochází z dob antického Řecka, z významného Aristotelova díla Etika Nikomachova. (Slámečka, 2012)

„Etika je relativně samostatná vědní disciplína filozofického charakteru, jejímž předmětem je reflexe morálky. 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 a Putnová 2016, str. 30)

Etiku vymezujeme do čtyř základních etických přístupů:

Deskriptivní etika popisuje zejména mravní rozhodnutí a hodnoty, které zastává konkrétní společnost. Nesnaží se však zkoumat, co je a není správné, ale popisuje pouze danou situaci. Je však důležitá jako základ pro všechny ostatní oblasti etiky.

Normativní etika zkoumá normy, podle kterých se lidé ve svém jednání a rozhodování řídí a na základě kterých odlišují správné od nesprávného. Zabývá se tím, co by člověk „měl dělat“ a zároveň se ptá na otázku: „Je správné toto dělat?“

Metaetika, se kterou se můžeme setkat i pod názvem analytická etika se zabývá zkoumáním jazyka morálky. „*Namísto jednoduché otázky: „Je toto správné?“*, se filozofové začali ptát: „*Co znamená, když řeknu, že je něco správné?“* (...) (Thompson, 2004, str.12) Snaží se tak zjistit, co lidé svými tvrzeními myslí.

Aplikovaná etika je nejdůležitější oblastí etiky. Zabývá se etikou v daných oblastech, jako například lékařská etika, právní etika, obchodní etika atd. Aplikovanou etiku zkoumáme ve vzájemném vztahu s teorií etiky. „*Na jedné straně můžete vyzkoušet nějakou teorii tak, že ji uplatníte v konkrétní situaci, na druhé straně se můžete podívat na rozhodnutí, která v konkrétní situaci dělají lidé na základě zdravého rozumu a ptát se, z jaké teorie etiky vycházejí.*“ (Thompson, 2004, str. 13) (Thompson, 2004)

Můžeme se setkat i s dalším, spíše hospodářským členěním etiky a to na:

- Individuální etiku – jedná se o vztah k sobě samému, kdy myslíme nejen na bližní, ale i na sebe. Kdy například při výběru práce nemyslíme jen na to, zda z této práce budeme mít peníze, ale i na to, jestli nás daná práce vůbec naplňuje a uspokojuje. Proto se v dnešní době spousta lidí odchyluje od toho „mít“, ale jde jím především o to „být“.
- Personální etiku – jedná se o vztah já – ty/vy. Jedná se o přátelské a partnerské vztahy a vztahy v rodině. Kde dbáme na to, abychom naše blízké vnímali jako sobě rovné a v žádném případě je nevyužívali k dosažení svých vlastních cílů. „*Pokud by k tomu došlo, kdyby se druhý člověk stal pouze prostředkem k snazšímu dosažení cílů vybraných a určených někým jiným, pak by tím byl nevyhnutelně zbaven své personálnosti a degradován na „ono“* (...) (Rich, 1994, str. 56)
- Ekologickou etiku – jedná se o vztah člověka k přírodě. Neuvědomujeme si odpovědnost za věci, které „nikomu nepatří“ jako jsou voda, vzduch, fauna, flóra. Stále si neuvědomujeme, že příroda tu bude i bez nás, ale my bez ní ne. I když se jako jednotlivci snažíme být k přírodě odpovědní a ohleduplní, stále dochází k ničení přírody zprostředkovaně vlivem hospodářství a průmyslu.
- Sociální etiku – jedná se o vztah mezi lidmi, kteří mají společenský charakter. Kdy vztahy nemají osobní charakter, ale řídí se funkcí či společenským postavením. (Rich, 1994)

1.1.1 Historie etiky

Etika je starou filozofickou disciplínou, jejíž kořeny sahají do několika časových období, během kterých se etikou a jejími otázkami zabývalo mnoho autorů. Pro snadné porozumění si stručně zmíníme autory, které můžeme vnímat jako ty, kteří mají na dnešní podobě etiky jako samostatné filozofické vědy největší podíl.

V Evropě etika vzniká v antickém Řecku, kde se jejím zkoumáním zabývá několik autorů. Jejimi nejznámějšími představiteli tohoto období jsou Aristoteles, Sokrates a Platón, kteří vnímali cíl etiky jako dosažení dobra jako účelu lidského jednání a zároveň považovali dobro jako zdroj všech hodnot. Současně se snažili zdokonalovat a uplatňovat logické postupy a hledali odpovědi na otázky: Jak má člověk žít? a Jak má člověk správně žít? (Seknička a Putnová 2016)

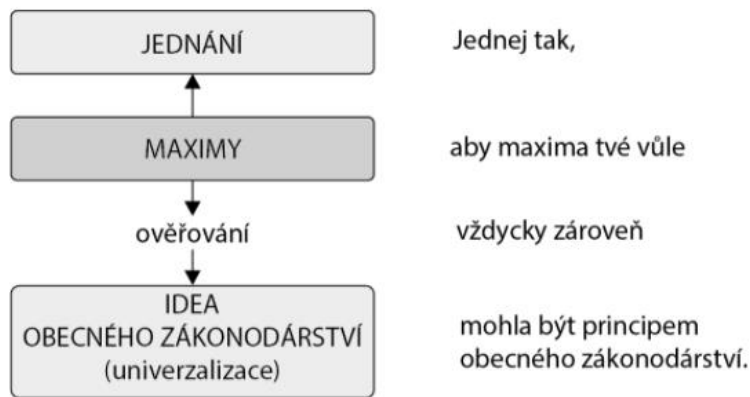
Ve středověku se etikou zabývá Tomáš Akvinský, který se snaží sloučit myšlenky antických představitelů s křesťanstvím. Tomáš Akvinský se zabýval etikou ctností a při jeho práci vycházel z toho, že člověk má kromě rozumu i svou svobodnou vůli. Jeho koncept ctností se opíral jak o křesťanské ctnosti, jako jsou láska, víra a naděje, tak i o hlavní ctnosti vycházející z Aristotelova bádání, kterými jsou rozumnost, spravedlivost, statečnost a umírněnost. (Seknička a Putnová, 2016).

V novověku se etikou a jejími principy zabývalo hned několik autorů. Například Thomas Hobbes se domníval, že nejlepším nástrojem pro udržení etických pravidel by byla smlouva mezi jedinci a vládcem, ve které se vládce zaváže, že *„bude chránit přirozená práva všech, na něž se vztahují jeho pravomoci a bude jednat jako soudce ve sporech a vytvářet zákony, které umožní naplnění této smlouvy. Pokud tak vládce neučiní, pozbývá práva vládnout.“* (Thompson, 2004, str. 85)

Hobbes také uváděl, že by lidé měli vynaložit maximální úsilí pro život v míru, pokud to ale možné není, mají právo se bránit. Na základě toho Thompson popisuje jeho myšlenku tak, že *„bez závazných dohod, v případě nutnosti podpořených silou, by život upadl v chaos.“* (Thompson, 2004, str. 86) (Thompson, 2004)

Zřejmě nejznámějším představitelem etiky, ubírající se racionálním směrem, byl Immanuel Kant. Ten považoval svobodu za podmínku etiky a kritizoval tradiční metafyzický přístup. Kant v jednom ze svých děl používá Kategorický imperativ, který je základem přirozené morálky.

Obrázek 1: Kategorický imperativ



Zdroj: Seknička, P. a Putnová, a. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5545-8.

1.2 Morálka

Původ slova morálka vychází z latinského slova *mós*. Slovo jako takové zní sice odlišně od řeckého původce slova etika – *éthos*, ale jeho význam se příliš neliší. *Mós* stejně jako *éthos* znamená zvyk, mrav nebo obyčej. I přes spoustu společného se jedná o dva odlišné pojmy, které mezi sebou rozlišujeme.

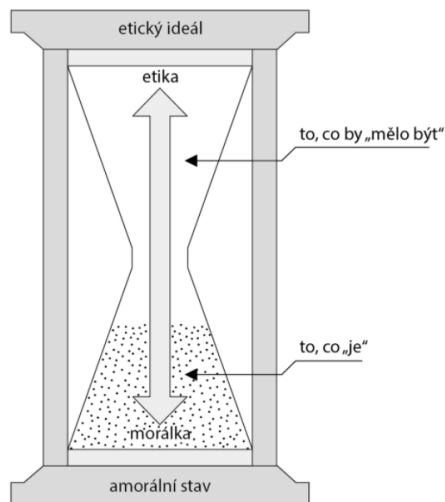
Morálka je založena na rozumu, emocích a vůli. V tradičním pojetí byla morálka vnímána jako schopnost plnit vůli panovníka či boha pomocí různých norem, zákonů či hodnot. (Seknička a Putnová, 2016)

Morálka vyjadřuje skutečnost, která „je“, tedy současný stav, kdežto etika představu, co „má být“. (Bláha & Dytrt 2003, str. 16)

Často se tedy můžeme setkat s informací, že etika je naukou o morálce. *„Etika je racionální zkoumání morálky.“* (Bláha & Dytrt 2003, str. 42)

Podle Sekničky a Putnové (2016, str. 14) je *„pojmem morálka z obecného filozofického pohledu zaměřen na hledání základních příčin lidského jednání a chování.“*

Obrázek 3: Vztah morálky a etiky



Zdroj: PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody: etický a sociální audit*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-162-3.

Morálka je soubor hodnot, norem a psaných i nepsaných pravidel, podle kterých lidé jednají a rozlišují co je dobré a co špatné. Mravní jednání ale posuzujeme podle sebe a podle svého svědomí a svých zvyklostí. To, co je pro jednoho mravně správné, už může být pro druhého za hranicí. „Dobro činí lidský život smysluplným, zvyšuje kvalitu lidského života.“ (Seknička a Putnová, 2007, str. 42)

Dalo by se říct, že základnou morálního chování a jednání je přirozený morální zákon. Tento zákon je vázán na lidské pudy a říká nám, jak má člověk jednat, aby byl ve shodě se svou přirozeností. Přirozený morální zákon se nedá změnit, neboť je zakořeněný uvnitř nás a promítá se v našich pudech. Dá se ale ovlivnit či doplnit výchovou, vzděláváním a životními zkušenostmi. (Putnová a Seknička, 2007)

V morálce a stejně tak v etice můžeme rozlišit tři kvalitativně odlišné úrovně:

- Mikroúroveň – chování jednotlivých prvků systému (například: jednotlivý pracovník organizace, manažer atd.);
- Mezoúroveň – chování subsystému (relativně samostatných skupin prvků) v systému (například: firma atd.);
- Makroúroveň – chování celého systému (například: stát, Země). (Čaník, 2006, str.11-12)

2 Podnikatelská etika

Podnikatelská etika je mladou vědní disciplínou, která se začala formovat v průběhu 20. století v důsledku zakládání soukromých podniků. Snaží se o sladění ekonomických cílů podniku s etickými principy a pravidly pomocí etických nástrojů a metod. Těmi jsou například etické kodexy, sociální a etické audity nebo třeba vzdělávání v oblasti podnikatelské etiky formou seminářů, kurzů či debat. Zaměřuje se jak na management a zaměstnance firmy, tak i na okolí firmy, kterým se rozumí zákazníci, dodavatelé, investoři, konkurence, věřitelé atd.

Podle Putnové a Sekničky (2007, str. 14) lze pro podnikatelskou etiku použít základní definici: „*Podnikatelská etika je profesní, aplikovaná, normativní etika.*“

Čaník (2006) zmiňuje, že je potřeba definovat trojí rozdělení:

- Hospodářská etika – zaměřuje se na makroúroveň a snaží se najít optimální společenský řád a odpovědi na etické otázky, spojené s ekonomickým systémem
- Podniková etika – zaměřuje se na mezoúroveň a zabývá se chováním podnikatelských subjektů
- Podnikatelská etika – zaměřuje se na mikroúroveň a zabývá se vztahy jednotlivců uvnitř podniku a těch, kteří s podnikem přichází do vztahu

Dále také vysvětluje, že podle některých názorů jsou podniková a podnikatelská etika synonymy, neboť se termíny ve směru etiky v podnikání stále formují. „*Podnikatelská a podniková etika se v mnohém natolik prolínají, že jejich užívání je mnohdy více otázkou zavedeného zvyku, než smysluplného rozdílu.*“ (Čaník, 2006, str. 37)

2.1 Vývoj podnikatelské etiky

Podnikatelská etika se váže na kapitalistické podnikání, a právě proto se začíná rozvíjet na počátku 20. století, kdy začínají vznikat soukromé podniky. V západních zemích se ekonomové začali zabývat kromě ekonomické výkonnosti také etickými otázkami jako například enviromentálními dopady průmyslové činnosti či normy chování podniků v kulturně odlišném prostředí. (Putnová a Seknička, 2007)

Vývoj podnikatelské etiky v České republice byl ovlivněn zejména privatizací po sametové revoluci v listopadu 1989, kdy se majetek státu převedl do soukromých rukou. Privatizace v Československu měla několik forem, kdy se postupně veřejný majetek stal

soukromým majetkem, ať už formou aukce, bezúplatným převodem, veřejnou soutěží či v restitucích. Velký podíl na vývoji podnikatelské etiky měl vznik investičních fondů, jakožto regulátoru trhu. (Dytrt, 2006)

V první polovině devadesátých let nebyla etika tím, čím by se veřejnost či média zabývala. Republika byla okouzlena demokratickým a liberalizačním procesem. I přesto vznikl v České republice spolek Společnost pro etiku v ekonomice a díky jeho zakladatelům začaly vznikat první překlady, publikace a studijní texty zabývající se etikou. V praxi se však etikou stále nikdo příliš nezabýval a její otázky byly zlehčovány. (Putnová a Seknička, 2007)

V druhé polovině 90. let už vznikalo více textů a publikací, zabývajících se podnikatelskou etikou, a dokonce začala etika vzbuzovat i zájem médií. Protože během privatizace došlo k podezřelým obchodním transakcím, stala se etika volebním tématem pro rok 1998, kdy vznikl projekt „Čisté ruce“, který byl však následně pozastaven z důvodu nedostatku financí. Na konci roku 1999 vznikl další spolek s názvem Etické fórum České republiky, prosazující etiku v podnikání, školství, zdravotnictví, politice a dalších odvětvích. V praxi stále nebyla etice věnována pozornost, ale i přesto se ukázalo, že právě 90. léta přiměla manažery se etikou a jejími otázkami zabývat. (Putnová a Seknička, 2007)

V 21. století je již podnikatelská etika neopomíjenou složkou podnikání. Předmět podnikatelská etika je vyučován na mnoha ekonomických fakultách, věnují se jí semináře, kurzy či výzkumy a podnikatelská etika se stala nedílnou součástí ekonomických diskusí. (Putnová a Seknička, 2007)

2.2 Důvody pro naplňování podnikatelské etiky

Seknička a Putnová (2007, str. 26) zmiňují časté pochybnosti ekonomů a manažerů firem v souvislosti naplňování podnikatelské etiky, kdy z jejich stran vyplývá spousta otázek: „Vyplatí se firmě chovat eticky?“, „Neznamená to pro firmu dobrovolné omezení, tím pádem i ztrátu konkurenceschopnosti na trhu?“, „Co nám přinesou investice do vzdělávání lidí a kultivace firemního prostředí?“

V závislosti na tom uvádí Putnová a Seknička (2007) několik důvodů, proč je pro firmy výhodné zahrnout podnikatelskou etiku do strategie podniku:

Snížení transakčních nákladů. Transakčními náklady se rozumí náklady na provoz ekonomického systému. Patří sem náklady na obchodní soudní pře, náklady na vymáhání plnění smluv, náklady na kontrolní mechanismy, ochranu osob a majetku. Tyto náklady se právě zvyšují vlivem nízké úrovně podnikatelské etiky a vysoké míry korupce. Transakční náklady je pak třeba zahrnout v ceně výrobku a tím nepřímo ovlivnit konkurenceschopnost podniku.

Posílení loajality zaměstnanců. Harmonické prostředí a dobré vztahy mezi zaměstnanci a zaměstnavateli přispívá k efektivní a produktivní práci zaměstnanců. Naopak neférové jednání, netransparentnost příkazů a rozhodování vedou ke konfliktům a snížení kvality odvedené práce.

Vytváření a posilování image firmy. Díky transparentnosti a adekvátní informovanosti ze strany firmy dochází ke snížení prostoru pro neetické chování. Ideálním nástrojem je v dnešní době vedení webových stránek či sdílení na sociálních sítích, díky kterým dostane firma požadované informace k vysokému počtu zainteresovaných stran (známé také jako stakeholders), kterými jsou například vláda, zaměstnanci, dodavatelé, zákazníci nebo investoři. Stejně tak spokojenost a loajalita zaměstnanců kladně ovlivňují povědomí o firmě mezi stakeholders.

Posilování spokojenosti zákazníků. Cílem firem je získat zákazníky, kteří budou spokojeni, budou se vracet a v nejlepším případě doporučovat jejich služby či produkty dalším potencionálním zákazníkům. Pro většinu kupujících je stále rozhodující cena, ale povědomí o enviromentálních problémech se čím dál tím více rozšiřuje, a tak spousta z nich kromě ceny hledí i na využívání dětské práce, testování na zvířatech či ekologické odbouratelnosti produktů.

Přispívání k loajalitě investorů. Pro získání investorů je důležité mít spokojené zákazníky a motivované zaměstnance. Transparentní a předvídatelné prostředí a kladné hodnocení firmy jsou pro ně důležitými ukazateli.

Příspěvek k zisku. Dodržování podnikatelské etiky vede v dlouhodobém horizontu k maximalizaci zisku.

Kultivace podnikatelského prostředí. Podnikatelské prostředí ovlivňují také makroekonomické ukazatele, které zároveň ovlivňuje podnikatelské klima země, praktiky v obchodním styku nebo obchodní právo a jeho vymahatelnost. Opomíjení těchto faktorů může vést k ekonomickým ztrátám na základě nedůvěry investorů nebo občanů v ekonomickou stabilitu země. Na fungování ekonomiky má vliv i to, zda firmy hrají fair play, protože „firmy jsou současně producenty i konzumenty podnikatelské etiky.“ (Putnová a Seknička, 2007, str. 28)

2.3 Metody a nástroje podnikatelské etiky

Seknička s Putnovou (2016) rozdělují metody podnikatelské etiky na tradiční a moderní. I přes relativní mladost podnikatelské etiky, můžeme některé nástroje a metody označit za léty osvědčené, zatímco jiné se užívají posledních pár let a reagují na současné světové potřeby a trendy.

2.3.1 Tradiční metody podnikatelské etiky

Mezi tradiční metody podnikatelské etiky řadíme metodu dialogu, praktického uvažování a konsenzu. S těmito metodami pracovali již v antickém Řecku.

Dialog není pouze nástrojem podnikatelské etiky, ale má využití i v jiných odvětvích. Soustavný dialog napomáhá k udržení dobrých vztahů na pracovišti, předchází případným konfliktům a přispívá k lepší implementaci etiky do podnikové strategie.

Metoda praktického uvažování je známá také po názvem "metoda zdravého rozumu". Právě za pomoci zdravého rozumu se řídíme základními pravidly: měřit všechny stejným metrem, dodržovat dohody, plnit závazky, respektovat práva.

Konsenzus vyjadřuje souhlas, součinnost a shodu názorů. Jeho podstatou je dobrovolné přijetí pravidel a jejich respektování a dodržování. (Seknička a Putnová, 2016)

2.3.2 Moderní metody podnikatelské etiky

Moderními metodami podnikatelské etiky jsou společenská odpovědnost firem (corporate social responsibility), řízení a správa korporací (corporate governance) a metoda zájmových skupin.

Společenská odpovědnost firem tkví nejen v zohledňování skupin jako jsou zaměstnanci a zákazníci, ale myslí také na životní prostředí a na kvalitní a plnohodnotný život všech obyvatel planety. *„Tak jako člověk žije svůj život uprostřed lidí a v těsné vazbě s nimi, tak i podniky a vůbec všechna uskupení existují uprostřed reálných vztahů a vazeb, které nelze opomíjet. Vzniká tak potřeba naplňovat nejen svůj vlastní, v našem případě podnikatelský záměr, ale brát v potaz i potřeby společnosti, ve které a pro kterou podnikáme.“* (Slámečka, 2012, str. 144)

I přes pochybnosti se stala jedním z hlavních témat ekonomických diskusí kvůli reálné hrozbě ekologických katastrof a kvůli obavám z vytváření sociální nestability. Navíc průzkumy dokazují větší ekonomickou výkonnost firem, které CSR prosazují a aktivně se zapojují. CSR se zaměřuje na tři základní oblasti: ekonomickou, sociální a environmentální. (Seknička a Putnová, 2016)

Ekonomická odpovědnost zlepšuje prosperitu firem v regionech a tím kladně působí na rozvoj zaměstnanosti. Součástí je tvorba etického kodexu, transparentnost, vymezení vztahu k zákazníkům, dobré vztahy s akcionáři, odmítání korupce.

Sociální odpovědnost zlepšuje kvalitu života lidí pomocí work-life balance, dodržování lidských práv, zákazu dětské práce, důrazu na bezpečnost práce, dialogu se stakeholders.

Enviromentální odpovědnost dbá na ochranu a udržitelnost kvality životního prostředí, a to prostřednictvím ekologické výroby, recyklace a ochrany přírodních zdrojů. (Čaník, 2006), (Šmajš, 2012)

Řízení a správa korporací je podnikatelský model, který vznikl v šedesátých letech 20. století. Je použitelný nejen pro podnikatelské subjekty, ale také pro neziskové organizace, které spravují veliký obnos majetku a to proto, že je díky němu možné efektivněji využívat kapitál. „Cílem tohoto podnikatelského modelu je harmonizovat zájmy vrcholového managementu firmy, jenž sleduje jako svoji prioritu ziskovost, a zájmy vlastníků, kteří prosazují z pohledu dlouhodobé časové dimenze výkon vlastnických práv, resp. Nejlepší zhodnocení investic a růst hodnoty firmy.“ (Seknička a Putnová, 2016, str.166)

Metoda zájmových skupin je názorový proud, který vznikl v osmdesátých letech 20. století a postupem času se stal hlavním názorovým proudem, který se podílí na fungování podniku. Tato metoda využívá dvou různých teorií – teorie stockholders a teorie stakeholders.

1. **Teorie stockholders** předpokládá, že dokonalá konkurence odstraní z trhu jednání, které ho a jeho účastníky poškozuje.
2. **Teorie stakeholders** reaguje na předchozí teorii a tvrdí, že firma by měla dbát na morální požadavky. (Seknička a Putnová, 2016)

2.3.3 Tradiční nástroje podnikatelské etiky

Tradičními nástroji podnikatelské etiky jsou bezpochyby etický kodex, princip předběžné opatrnosti, týmová práce a leadership.

Etický kodex je již po tisíciletí nejpoužívanějším nástrojem etického řízení. Je to psaná forma mravních zásad daného podniku a bývá sestaven na základě odborných etických znalostí a znalostí z praxe. Jeho podoba závisí na tradicích, mravní vyspělosti zaměstnanců nebo na velikosti firmy. Etický kodex musí být vytvořen srozumitelně a jasně, aby mu každý perfektně porozuměl.

Princip předběžné opatrnosti je pravidlo, které stojí na tom, že by se firmy měly chovat tak, jako by riziko bylo reálné a neměly by podceňovat žádné signály, které mu nasvědčují.

Týmová práce přináší možnost porovnání více názorů a myšlenek a zároveň zajišťuje plynulost a návaznost úkolů a projektů. Při týmové práci je naprosto nezbytné využití již zmíněných metod dialogu a konsenzu. Nevýhodou však může být nutnost tvorby kompromisů a časová náročnost oproti práci jednotlivce.

Leadership je styl vedení lidí, kdy by měl lídr motivovat lidi pro dosahování cílů v podniku. Důležitým předpokladem je rovný přístup k zaměstnancům a sebedůvěra. (Seknička a Putnová, 2016)

2.3.4 Moderní nástroje podnikatelské etiky

Do moderních nástrojů podnikatelské etiky řadíme mentoring, institut etického ombudsmana, etický a sociální audit a pravidelné vzdělávání.

Mentoring je jeden z nejefektivnějších způsobů učení, kdy zkušenější, mentor, předává své zkušenosti a znalosti méně zkušenému, mentorovanému. Podle výzkumů má mentoring vliv na motivaci zaměstnanců a díky tomu se stává jednou z nejúčinnějších metod pro rozvoj, která ani není příliš finančně nákladná. Mimo to mentoring přispívá k nižší fluktuaci zaměstnanců, vytváří kulturu spolupráce a sdílení znalostí a podporuje realizaci strategických cílů podniku.

Etický ombudsman je institut, který začaly zavádět velké firmy v USA koncem 20. století. Této role se může ujmout jednotlivec či skupina lidí, jejichž úkolem je chránit zájmy těch, kteří jsou ve vztahu k firmě v znevýhodněném postavení. Jedná se o vztahy jako podřízený – nadřízený nebo firma – klient. Etický ombudsman mimo řešení etických problémů přispívá také k posilování důvěryhodnosti firmy.

Etický a sociální audit jsou formy nefinančního auditu, které se začaly formovat v osmdesátých letech 20. století.

Etický audit se zaměřuje na prověřování etických standardů a na systematické hodnocení etického programu ve firmě. Dále také zjišťuje jednotnost řízení, odpovědnost vůči stakeholderům a kontroluje atmosféru ve firmě.

Sociální audit zahrnuje oblasti environmentální politiky, charity, ekonomického rozvoje podniku a zaměstnanecké politiky. Zaměřuje se tedy na oblasti CSR, kterými jsou například klimatická opatření, důstojná práce nebo rovnost mužů a žen na pracovišti.

Výhodou je bezpochyby to, že etický a sociální audit se řídí vnitřními předpisy a kodexy, které berou v úvahu situaci firmy, kde audit probíhá. Neřídí se tedy žádnými obecnými normami či předpisy, jako je tomu u finančních auditů. „*Etický a sociální audit je audit na míru.*“ (Seknička a Putnová, 2007, str. 149)

Pravidelné vzdělávání v rámci etických hodnot firmy, pomocí kterých dochází k posilování loajality zaměstnanců a snížení pochybností stakeholders. (Seknička a Putnová, 2016)

2.4 Whistleblowing

Tento pojem označuje postup odhalení nekalého jednání ve firmě, na základě sdělení daných informací institucím či osobám, které mohou dané jevy prozkoumat. Pojem jako takový vznikl z anglického *blow the whistle*, což bychom mohli doslovně přeložit jako „zapískat na píšťalku“. V českém podnikatelském prostředí se mimo pojmenování whistleblower můžeme setkat také s označením oznamovatel. Jedná se o osobu, která pracuje nebo pracovala v dané firmě a má informace, které nejsou veřejnosti známé a upozorní na nekalé jednání dané firmy, které může poškozovat veřejnost. (Whistleblowing není donašečství, 2014)

Nekalým jednáním je myšleno ohrožení zdraví a bezpečnosti lidí, životního prostředí, podvody nebo korupce. Jedná se o jakékoliv jednání, které rozporuje veřejný zájem. (Whistleblowing není donašečství, 2014)

Spousta lidí by mohla takového whistleblowera považovat za udavače, ale je třeba si uvědomit, že pokud se člověk dostane do situace, kdy je svědkem nekalého jednání, má velmi těžké rozhodování, zda daný problém pouze přehlížet nebo zakročit. Nekalým jednáním není myšleno například odcizení papírenského vybavení, ochranných prostředků nebo využívání tiskárny pro osobní účely. Toto jsou jen drobné nešvary, které poškozují maximálně danou firmu. Ale pokud je někdo svědkem opravdu špatných činů, jako je například přidávání zdraví škodlivých látek do výrobků, které prokazatelně poškozují zdraví, měl by být považován spíše za hrdinu. Najít odvahu k nahlášení takového jednání chce opravdu velkou odvahu. A to i proto, že v České republice neexistuje zákon na ochranu oznamovatelů. Jedinou jejich ochranou jsou tedy existující zákony v zákoníku práce nebo v trestním zákoníku. (Právní prostor, 2020)

Zákon na ochranu oznamovatelů byl již několikrát navrhován. Jeho cílem je „zajištění ochrany whistleblowerů ve veřejném i soukromém sektoru bez ohledu na jejich pozici (ochrana slabší strany), zajištění ochrany jejich identity (např. možnost anonymních podání), pracovněprávní ochrana oznamovatelů (např. obrácené důkazní břemeno), stejně jako ochrana oznámení učiněných v dobré víře a ve veřejném zájmu.“ (Transparency International, 2021)

V současné době byl návrh zákona o ochraně oznamovatelů schválen vládou a v únoru 2021 byl předložen Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR. K jeho přijetí by mělo dojít nejpozději do 17. prosince 2021. (PAYTON legal, 2021)

3 Etický kodex

Etický kodex je nástroj, který tvoří souhrn zásad a pravidel, využívaný osobami či organizacemi. Dopomáhá při rozhodování, stejně tak nám umožňuje rozpoznat co je správné a co je špatné. Tyto zásady jsou však většinou komplexnější než jednoduchá morálka, protože upřednostňují konkrétní situace a poskytují vedení.

Etický kodex známe nejčastěji u lékařů, bankéřů, novinářů nebo v pojišťovnictví. To ale neznamená, že jen tyto profese mohou užívat etický kodex. Čím dál tím častěji ho implementují firmy napříč všemi odvětvími, ať už při změně majitele nebo třeba před náročnou zakázkou, v rámci které by bylo vhodné klást větší důraz na podnikovou kulturu.

Jeho využití bychom našli již před staletími, kdy již tenkrát určoval vztahy mezi společenskými vrstvami nebo různými společenskými postaveními. V podnikání se však začal zavádět v osmdesátých letech 20. století, kdy ho začala používat většina firem v USA i ve Velké Británii. V České republice bylo procento zavedených kodexů mnohem nižší, ale spousta firem nad ním začínala přemýšlet. Podle šetření, které provedl finanční a ekonomický institut v roce 2015, má etický kodex 68 % firem. Z toho ale pouze 23 % firem bere etický kodex jako závazný dokument, zbylých 45 % ho má pouze z formálního hlediska, ale ve skutečnosti s ním nijak nepracují. (FAEI, 2015)

Určitě můžeme říct, že etické kodexy jsou nejznámějším a nejpoužívanějším nástrojem podnikatelské etiky. Podniky si uvědomují, že zavedením etických kodexů mohou předem stanovit zásady pro správné chování zaměstnanců. Sestavují ho podle zásad podnikatelské etiky a podle praktických znalostí a zkušeností z praxe v daném oboru. (Putnová a Seknička, 2007)

Hlavním kritériem úspěšného zavedení etického kodexu není jen jeho obsah, ale také vhodné načasování implementace. Jeho účinnost je však možné posoudit až ve střednědobém či dlouhodobém časovém horizontu. (Seknička a Putnová, 2016)

Seknička a Putnová (2016) zmiňují, že etický kodex by měl obsahovat:

- a) **Preambuli** – Firma musí dodržovat základní hodnoty a přístupy k podnikání s ohledem na závazky k zainteresovaným stranám. Jedním z nejdůležitějších úkolů je ochrana pověsti firmy, a proto firma musí odmítat naprosto všechny druhy korupčních praktik.

- b) Vztahy se zákazníky** – Základním předpokladem pro udržení dlouhodobých vztahů se zákazníky je především poctivost. Firma bude dodávat bezpečné výrobky v souladu s národními nebo mezinárodními normami a bude k nim dodávat kompletní popis. Ke spokojenosti zákazníků bude firma nabízet dostatečnou záruční i pozáruční péči. Pro zviditelnění bude využívat jen povolené praktiky a zaměstnanci nesmí zákazníky žádným způsobem uplácet.
- c) Vztahy k akcionářům a ostatním investorům** – Firma nesmí upřednostňovat jednu skupinu akcionářů a investorů před jinou a měla by jim poskytovat lákavé výnosy. Účetní zprávy musí poskytovat včas a především pravdivě.
- d) Vztahy k zaměstnancům** – Pro plynulý chod firmy je zásadní rovný přístup k zaměstnancům. K jejich náboru či povýšení dochází na základě jejich odborné způsobilosti a kvalifikace bez jakékoliv diskriminace či osobní nesympatií. Způsob odměňování provádí firma spravedlivě. Dále bude firma se zaměstnanci jednat čestně a transparentně. Na druhou stranu zaměstnanci nebudou využívat znalosti a know-how, které nabyli ve firmě, ke svému obohacení. Žádná forma násilí nebude ve firmě tolerována.
- e) Vztahy k dodavatelům** – Firma se zavazuje k splacení závazků v termínu a podle předem stanovených podmínek. Vylučuje se, že by firma od dodavatelů přijímala jakékoliv formy úplatků.
- f) Vztahy ke konkurenci** – Firma bojuje s konkurencí rázně, ale vždy čestně. Zaměstnanci nesdílejí s konkurencí žádné důvěrné informace, které by mohly poškodit firmu.
- g) Vztahy k vládě a místním orgánům** – Firma přispívá společnosti nabídkou pracovních pozic a poskytováním kvalitních výrobků či služeb. Neopomíjí zájmy společnosti a přispívá charitativním projektům, školám a kultuře. (Mazák, 2010)

Rozlišujeme tři typy etických kodexů:

1. **Aspirační kodex** – stanovuje se na základě zásad a principů a má podobu veřejného prohlášení, které vychází z filozofie dané firmy a jasně udává její směr
2. **Výchovný kodex** – je metodologicky propracován a jeho uživatelům slouží jako pomoc při etickém rozhodování
3. **Regulační kodex** – „zahrnuje soubor podrobně rozpracovaných pravidel a principů etického řízení“ (Seknička a Putnová, 2016, str. 148)

3.1 Principy tvorby kodexu

Etický kodex si každá firma stanovuje podle svých potřeb a v závislosti na oboru podnikání. Etický kodex by měl být stručný, jasný a snadno pochopitelný. Příliš složitý kodex by akorát vyvolával otázky a nejasnosti v jeho používání. Bezpochyby by měl být v naprostém souladu se zákony. Měl by zaměstnance motivovat a ne strašit. Firma, která ho zavede, dává jasně najevo, že jí její etické chování není lhostejné a díky tomu má i větší šanci na získání zákazníků, dodavatelů nebo investorů.

Bláha a Dytrt (2003) uvádí, že existují dva způsoby tvorby etických kodexů:

- a) **Skandinávský model** – do jeho tvorby se aktivně zapojuje většina zaměstnanců
- b) **Americký model** – vytváří ho pouze vlastníci nebo management firmy

Etický kodex musí být do podniku zaveden se správným načasováním, citlivě a opatrně. Pokud se tak nestane, může se stát, že etický kodex nebude zaměstnanci přijat a stane se z něj pouze formálně sepsaná snůška frází, která bude ležet v šanonu nebo viset na internetu. (Čaník, 2006)

Při jeho tvorbě nesmíme opomenout jeho účel a rovnou si odpovědět na základní otázky. Chceme jen dobře vypadat v očích konkurence, dodavatelů, zákazníků a investorů? Nebo se jím chceme doopravdy řídit a využívat ho jako nástroj při rozhodování a řízení zaměstnanců?

Podoba i obsah kodexů se liší v závislosti na mravním prostředí firmy a na jejím oboru podnikání. Zasahují do nich tradice na daném území, etické smýšlení těch, kteří ho tvoří nebo velikost dané firmy. I přesto by v žádném z kodexů neměly chybět tyto obsahové okruhy:

- respektování práva
- čestnost a fér konkurence
- bezpečnost a kvalita produkce
- konflikty zájmů
- jednoznačné odmítnutí diskriminace
- vztahy s dodavateli
- oceňování účetnictví, uzavírání smluv
- zneužívání a využívání informací v obchodním styku
- korupce
- sociální odpovědnost
- ochrana životního prostředí
- informace o majetku (Putnová a Seknička, 2007, str. 77)

3.2 Výhody a přínosy etického kodexu

Čaník (2006) mezi výhody etického kodexu řadí: zlepšení pověsti firmy mezi zainteresovanými skupinami, odstranění nežádoucích způsobů jednání, motivování zaměstnanců a prohloubení jejich pocitu, že pracují v etickém prostředí, určování nepřijatelného jednání, kterým se rozumí korupce, přijímání úplatků nebo zneužívání pravomocí.

Zároveň ale podotýká, že u malých podniků je mnohdy zbytečné zavádění etických kodexů, a to díky jejich fungování na základě převážně neformálních vztahů.

4 Řízení lidských zdrojů

Název řízení lidských zdrojů pochází z anglického Human resources management (HMR). Jedná se o jednu z nejdůležitějších a nejzákladnějších činností podniku, protože díky správnému a efektivnímu řízení lidských zdrojů dochází také k vyšší úspěšnosti firmy. Cílem řízení lidských zdrojů je dosahovat cílů podniku prostřednictvím lidí. Jeho úkolem je motivovat lidi k efektivní a dobře odvedené práci, protože právě schopní, motivovaní a spokojení zaměstnanci mají hlavní zásluhu na dosahování cílů podniku a na udržení konkurenční výhody na trhu. (Šikýř, 2014)

Mimo kladení důrazu na zlepšování efektivity firmy, by mělo řízení lidských zdrojů myslet také na etický rozměr při řízení lidí. Řízení lidských zdrojů uplatňuje mnoho různých způsobů a postupů pro získávání zaměstnanců, pro jejich rozvoj, motivování a odměňování, ale zároveň musí dbát na to, aby veškeré způsoby, strategie a nástroje byly v souladu se základními etickými pravidly a zásadami. (Armstrong a Taylor, 2015)

4.1 Zásady etického řízení lidských zdrojů

Armstrong a Taylor (2015) vymezují obecné etické zásady řízení lidských zdrojů, ale i jednotlivé etické zásady např. při získávání zaměstnanců, jejich vzdělávání, řízení, odměňování a při samotném zaměstnávání.

Obecné zásady

Je nutné nechovat se k zaměstnancům jako k pouhým výrobním faktorům, které slouží k dosahování cílů podniku, ale vnímat je jako plnohodnotné lidské bytosti a brát ohled na jejich osobní potřeby, naděje ale i na jejich strachy. Zároveň při stanovování cílů podniku brát ohled na jejich práva a potřeby.

Získávání zaměstnanců

Při získávání a výběru zaměstnanců jednat férově a včasně. Výběr provádět nezájatě a vyvarovat se diskriminace na základě pohlaví, věku, rasy nebo sexuální orientace. Poskytnout uchazečům prostor pro představení a pro jejich otázky. Žádným způsobem neznevýhodňovat žádného z uchazečů a používat pouze validní testy. Poskytnout uchazečům zpětnou vazbu o výsledcích testování a v případě odmítnutí jim sdělit důvod, pokud ho budou chtít znát.

Vzdělávání zaměstnanců

Poskytovat zaměstnancům možnost vzdělávání, které bude přínosem pro vykonávání jejich pracovní náplně, ale i jejich osobního života. Zároveň dát zaměstnancům možnost se svobodně rozhodnout, zda se vzdělávání zúčastní. Pokud však není nezbytně nutné pro vykonávání dané práce.

Řízení zaměstnanců

Nezacházet se zaměstnanci jako s nástroji. Zaměstnanci i vedení firmy by měli vzájemně respektovat své potřeby. Rozhodnutí managementu firmy musí být transparentní, aby každý pracovník porozuměl tomu, proč byla tato rozhodnutí učiněna.

Odměňování

Odměňovat zaměstnance poctivě a spravedlivě na základě jejich přínosu dané organizaci. Seznámit zaměstnance se systémem odměňování a stanovit rozumné důvody pro rozdíly ve mzdách i odměnách.

Zaměstnávání lidí

Dát zaměstnancům možnost vyjádřit své názory a reagovat na dotazy týkající se politiky zaměstnávání. Vytvářet a udržovat zdravé pracovní prostředí. Podporovat rovnováhu mezi pracovním a osobním životem zaměstnanců. Brát ohled na rozdílnost jednotlivých zaměstnanců a využít tak potenciál každého z nich. Kázeňské přestupky řešit spravedlivě. Vynaložit maximální úsilí pro zachování pracovních pozic a v případě nevyhnutelnosti propouštění zaměstnanců alespoň zmírnit dopady na propouštěné pracovníky. Zabránit postihování těch, kteří upozorní na nekalé praktiky v podniku.

PRAKTICKÁ ČÁST

5 Cíl práce, výzkumné otázky a metodologie

Cílem práce je nalézt odpověď na to, zda lze etický kodex ve firmě využít jako nástroj efektivního řízení a vedení zaměstnanců. Vedlejším cílem je zjistit, zda vůbec v českém podnikatelském prostředí existují etické kodexy a jestli jsou komunikovány směrem k zaměstnancům a slouží jim jako návod při etickém rozhodování či jestli dochází k využívání jiných etických nástrojů. Toto šetření by mělo odpovědět na následující výzkumné otázky:

1. Mají firmy v českém podnikatelském prostředí etický kodex?
2. Jsou zaměstnanci seznamováni s etickým kodexem při nástupu do zaměstnání?
3. Mají zaměstnanci etický kodex kdykoliv k dispozici?
4. Jaká atmosféra panuje na pracovištích ve firmách na českém trhu?

5.1 Dotazníkové šetření

Jako výzkumnou metodu jsem zvolila dotazníkové šetření, jakožto nejvhodnější možnost pro oslovení širokého spektra respondentů. Dotazník jsem vytvořila online, na stránce tomu určené a distribuovala jsem ho rozesláním odkazu. Vzhledem k tomu, že je etika pro spoustu lidí stále citlivé téma, je elektronický dotazník naprosto ideálním nástrojem pro zachování anonymity respondentů.

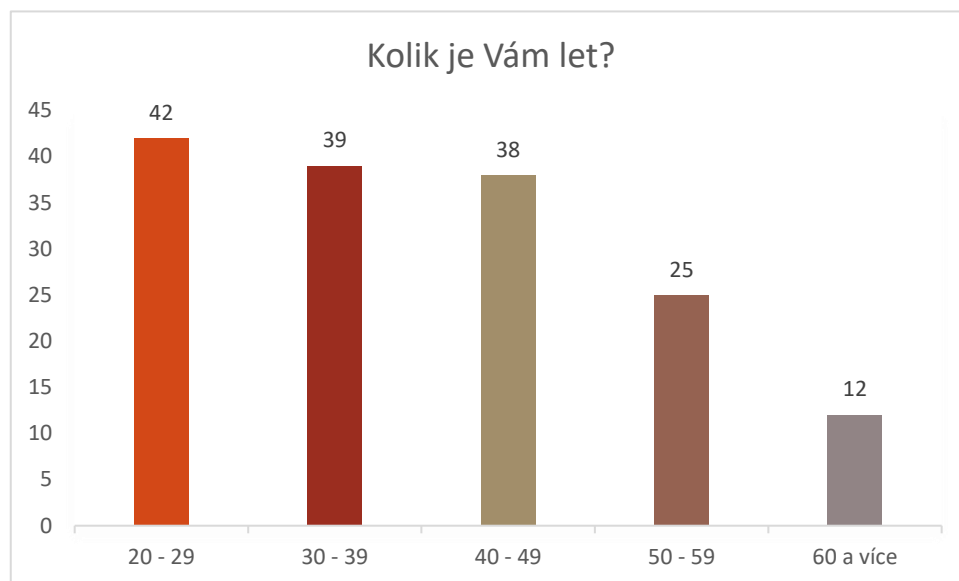
Dotazníkové šetření spadá do kvantitativního výzkumu. Kvantitativní výzkum je zpravidla zaměřen na rozsah výskytu, frekvenci a intenzitu daných jevů. (Nový, Surynek a kol., 2006)

Téma podnikatelské etiky je široké a pro spoustu lidí stále neznámé. Právě proto byl dotazník tvořen 15 otázkami, které byly poměrně jednoduše a stručně formulovány. Cílem bylo, aby nebyl dotazník příliš časově náročný a nedocházelo tak k tomu, že respondenti dotazník nedokončí. I přesto byla úspěšnost vyplnění dotazníku 53 %. Všechny otázky byly uzavřené z důvodu lepšího a jednoznačnějšího vyhodnocení dotazníku. Dvě otázky byly nepovinné, protože jejich odpověď závisela na odpovědi z předchozí otázky. První část otázek byla statisticky zaměřená, druhá část se zaměřovala na otázky ohledně etického kodexu a poslední část byla zaměřená na zjištění atmosféry na pracovištích. Dotazník byl k vyplnění po dobu 5 dnů, kdy se šetření zúčastnilo 156 respondentů. Jednalo se o respondenty ze široké veřejnosti, kteří byli různého věku, pohlaví a z různých firem a oborových zaměření.

6 Vyhodnocení

Ve věku 20–29 let odpovědělo největší množství respondentů a to 27 %. Ve skupině 30–39 let se jednalo o 25 % respondentů a o respondenta méně bylo ve věkové skupině 40–49 let, tedy 24 %. Mezi 50 a 59 lety bylo 16 % respondentů a nejmenší zastoupení bylo ve věkové skupině 60 a více let, tedy 8 % respondentů.

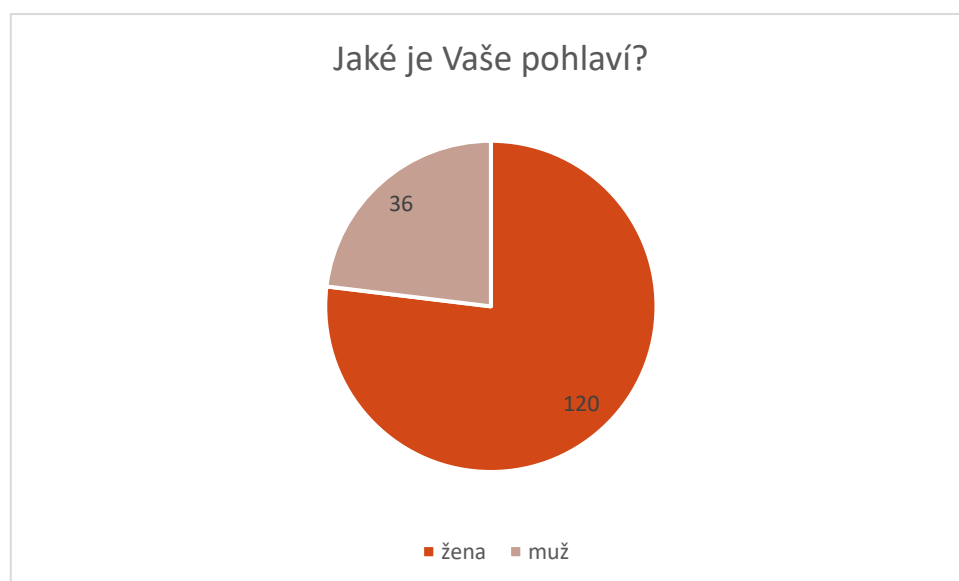
Graf 1: Věkové zastoupení respondentů



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Dotazníkového šetření se zúčastnilo výrazně více žen než mužů. Zastoupení žen bylo 77 %, zatímco zastoupení mužů pouze 23 %.

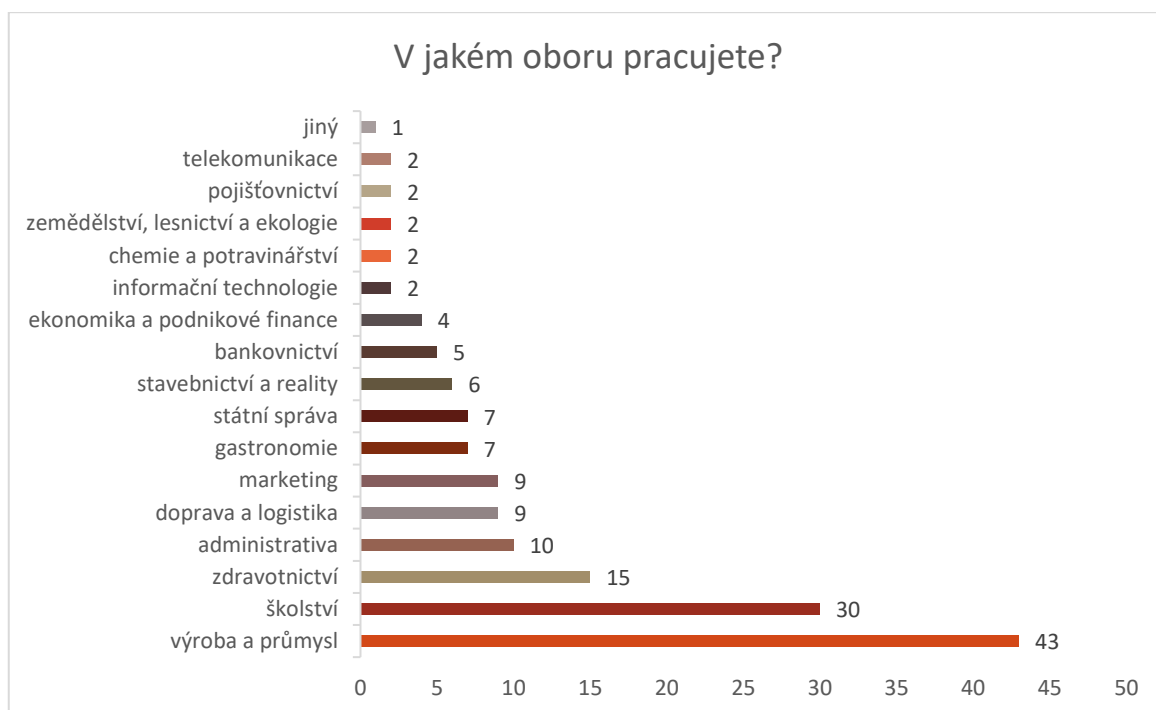
Graf 2: Pohlaví respondentů



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Další otázka se zabývala oborem, ve kterém respondenti pracují. Na výběr měli z několika variant, kdy mohli zaškrtnout jednu správnou. Do možnosti „jiný“ patří služby a další odvětví, které autor nezahrnul. Největší množství respondentů pracuje v oboru výroby a průmyslu, konkrétně 28 %. Oslovení respondenti byli ze široké veřejnosti, ale i přesto byla většina z nich ze severozápadu České republiky, kde převládají průmyslové zóny s velkým množstvím domácích i zahraničních firem, které jsou hlavními poskytovateli pracovních míst v tomto regionu. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou byli respondenti z oboru školství. Třetí nejpočetnější skupinou byli respondenti z oboru zdravotnictví. Zbytek respondentů se rozdělil do oborů jako jsou administrativa, doprava a logistika, marketing, gastronomie, státní správa a další.

Graf 3: Obor práce



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Čtvrtá otázka měla zjistit, jaká část respondentů pracuje na vedoucí pozici a jaká část jako řadoví zaměstnanci. Dalo se očekávat, že řadoví zaměstnanci budou významně převládat nad vedoucími pozicemi, ale i přesto se šetření zúčastnilo 51 vedoucích pracovníků a 105 řadových zaměstnanců.

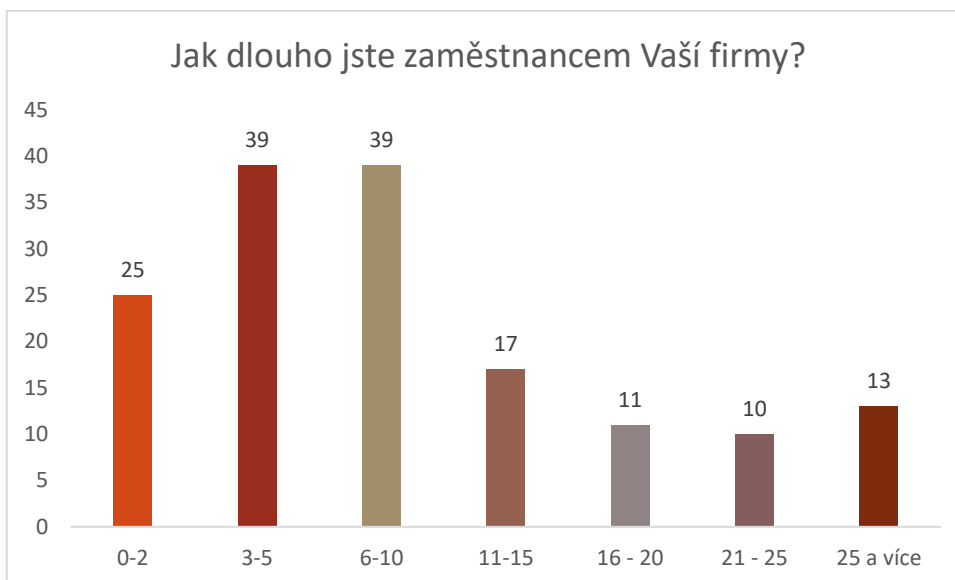
Graf 4: Pracovní pozice



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Většina respondentů pracuje v daném zaměstnání méně než 10 let. Konkrétně po dobu 0–2 let je zaměstnáno 16 % respondentů a 50 % respondentů je zaměstnáno v dané firmě po dobu 3–5 let nebo 6–10 let. V tomto případě délku zaměstnání ovlivňuje nízká věková skladba respondentů, ale i vysoká fluktuace zaměstnanců daných profesí, která je příčinou vysoké míry nezaměstnanosti v regionu.

Graf 5: Délka zaměstnání

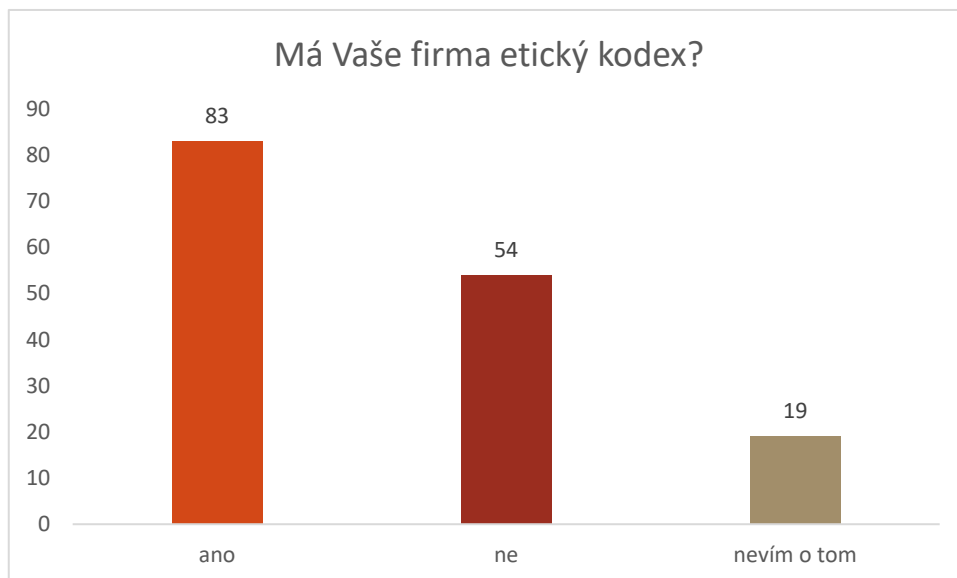


Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Šestá otázka měla za úkol zjistit, zda dané firmy mají etický kodex. Zde byly výsledky dá se říci vyrovnané. Celkem 53 % respondentů odpovědělo, že jejich firma má etický kodex. Pak 35 % odpovědělo, že firma etický kodex nemá a zbylých 12 % neví o tom, že by ho firma měla. Tyto výsledky odpovídají dosavadním průzkumům v České republice o četnosti etických kodexů ve firmách. (FAEI, 2015)

Dá se předpokládat, že většina z respondentů je v závislosti na regionu zaměstnána v zahraniční firmě, kde je etický kodex standardem.

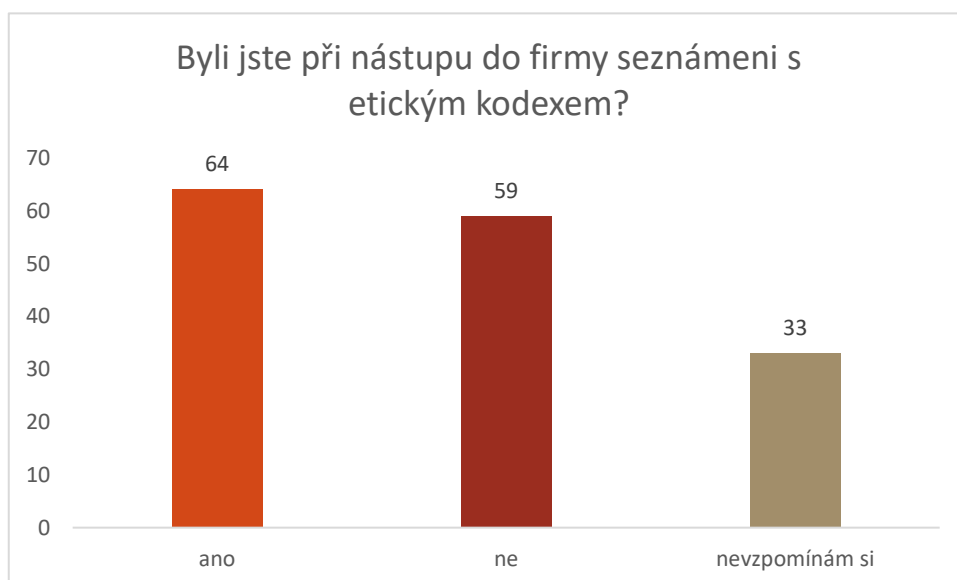
Graf 6: Četnost etických kodexů ve firmách



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Další otázka zjišťovala, zda jsou zaměstnanci seznamováni s etickým kodexem při nástupu do firmy. Šedesát čtyři respondenti odpověděli, že byli seznámeni s etickým kodexem. Následně pak 59 respondentů odpovědělo, že s ním nebyli seznámeni. Zbýlých 33 respondentů si nevzpomíná, zda k seznámení s etickým kodexem došlo či nikoliv.

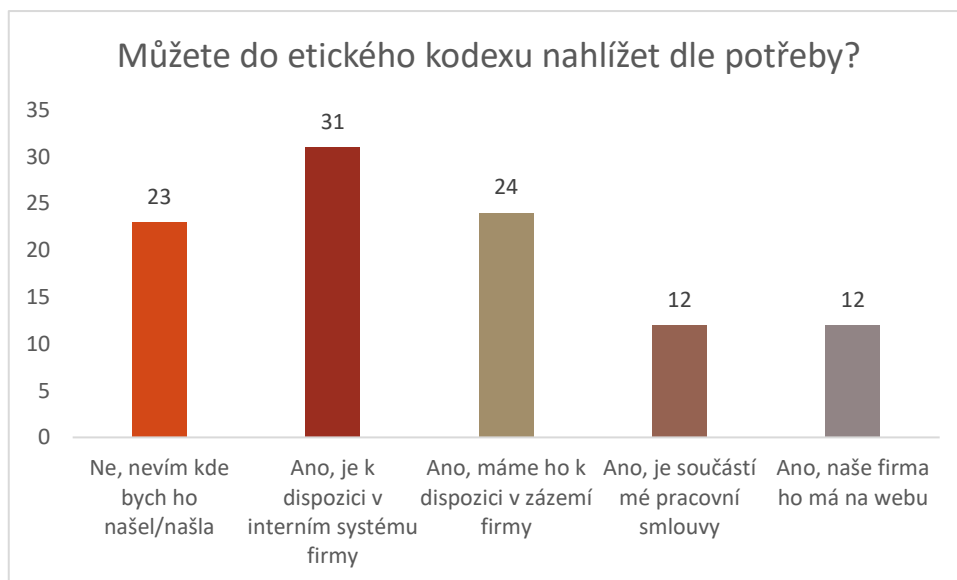
Graf 7: Seznamování s etickým kodexem při nástupu do zaměstnání



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Otázka číslo osm nebyla pro respondenty povinná. Odpovědět na ni mohli ti, kteří ví o tom, že mají ve firmě etický kodex. Odpovědělo tedy 102 respondentů. Nejčastěji je etický kodex dostupný v interním systému nebo v zázemí firmy. Jen 12 respondentů odpovědělo, že etický kodex je součástí jejich pracovní smlouvy a stejné množství odpovědělo, že má firma etický kodex zveřejněný na webových stránkách. Až 23 % dotazovaných neví, kde by etický kodex našli.

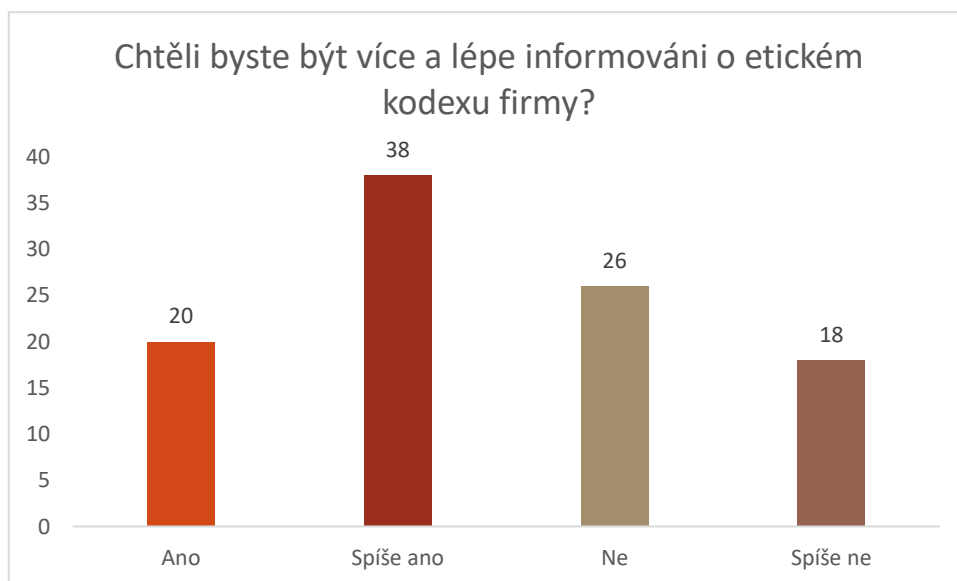
Graf 8: Dostupnost etického kodexu



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Další otázka stejně jako ta předchozí byla určena pouze těm, kteří etický kodex ve firmě mají, respektive těm, kteří si nejsou jistí, zda ho mají. Měla za cíl zjistit, zda vůbec mají respondenti zájem o to, aby s nimi byl etický kodex komunikován. Mezi kladným a záporným postojem nebyl nikterak velký rozdíl. Možnost ano a spíše ano zvolilo dohromady 57 % respondentů, zatímco možnost ne a spíše ne zvolilo 43 % respondentů.

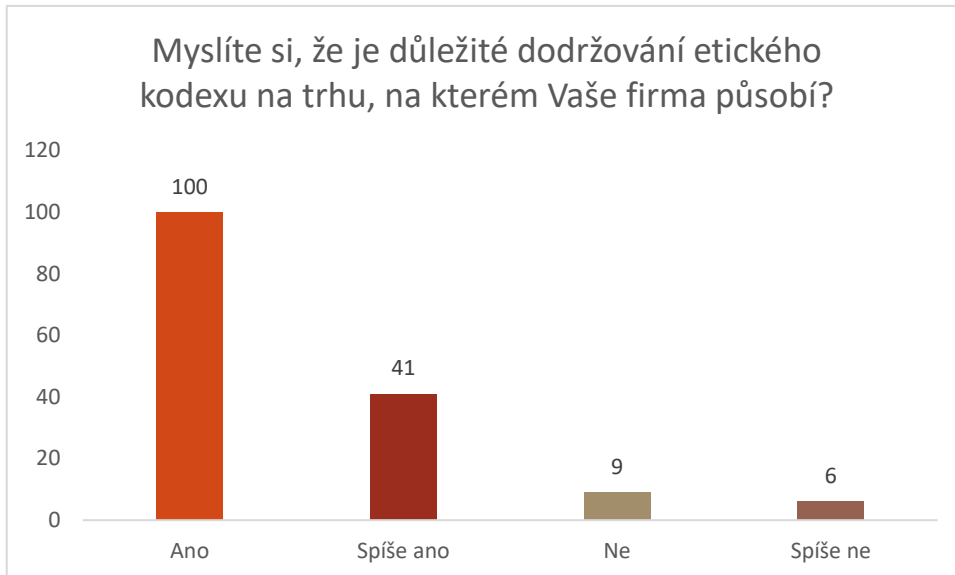
Graf 9: Zájem o informovanost o etickém kodexu



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Cílem další otázky bylo zjistit, zda si respondenti myslí, že je důležité, aby se právě jejich firma dodržovala etický kodex na trhu, na kterém působí. Valná většina respondentů se shodla na tom, že dodržování etického kodexu je na jejich trhu důležité. Minimum respondentů odpovědělo, že to důležité není.

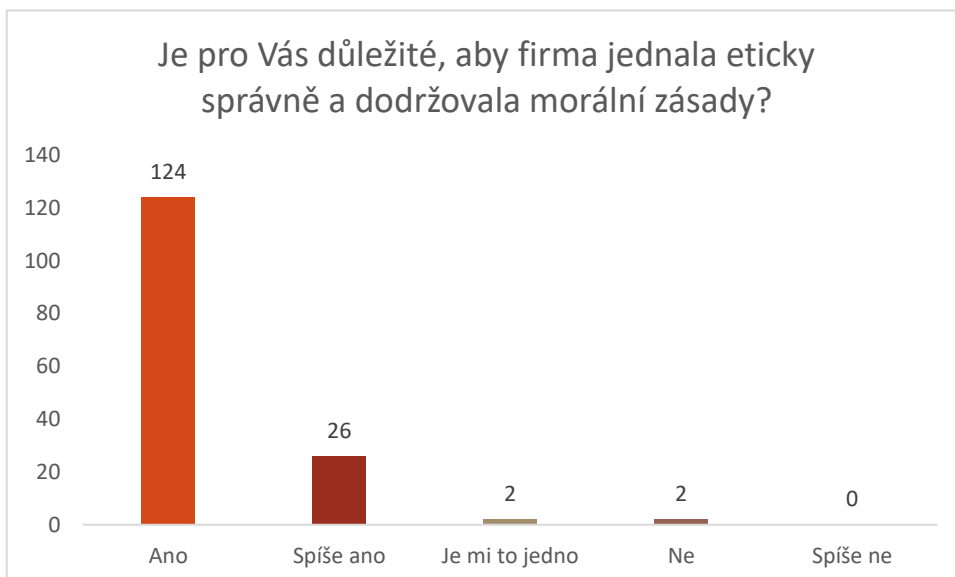
Graf 10: Důležitost dodržování etického kodexu na trhu



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Jedenáctá otázka se ptala na skutečnost, zda je dodržování morálních zásad a etické chování firmy pro ně osobně důležité. Zde se naprostá většina respondentů shodla na tom, že je to pro ně důležité.

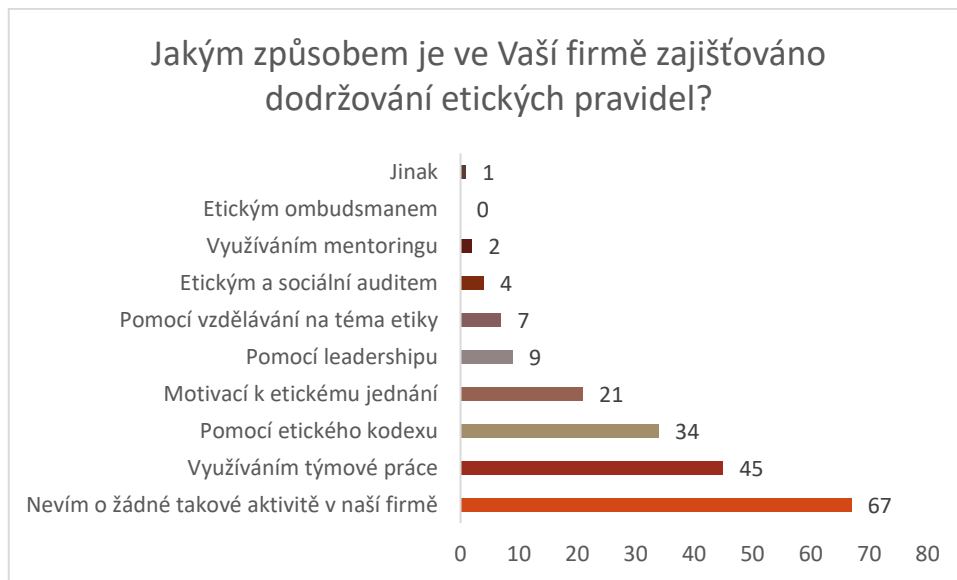
Graf 11: Důležitost etického chování



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Otázka číslo dvanáct zjišťovala, jakým způsobem dochází k dodržování etických pravidel ve firmách. Na výběr měli respondenti z několika nástrojů podnikatelské etiky, kdy mohli vybrat i více variant. Celkem 67 respondentů odpovědělo, že neví o využití žádného z těchto nástrojů. U 45 respondentů dochází ve firmě k využívání týmové práce a 34 respondentů uvedlo, že dodržování etických pravidel je zajišťováno právě etickým kodexem.

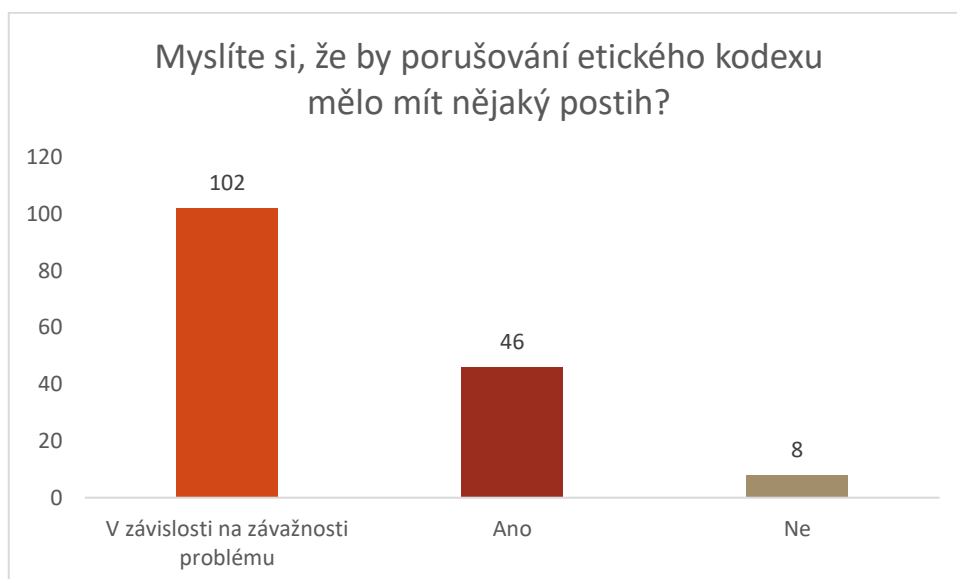
Graf 12: Využití nástrojů podnikatelské etiky



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

V otázce číslo třináct měli respondenti zodpovědět, zda si myslí, že by mělo být porušování etického kodexu trestáno. Většina se shodla na tom, že se vše odvíjí od závažnosti daného porušení.

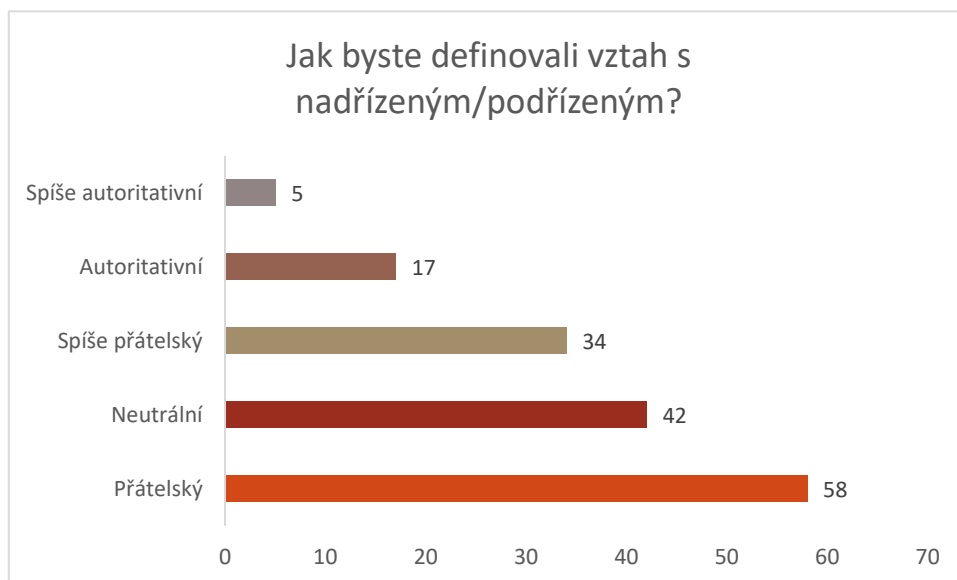
Graf 13: Postih za porušení etického kodexu



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

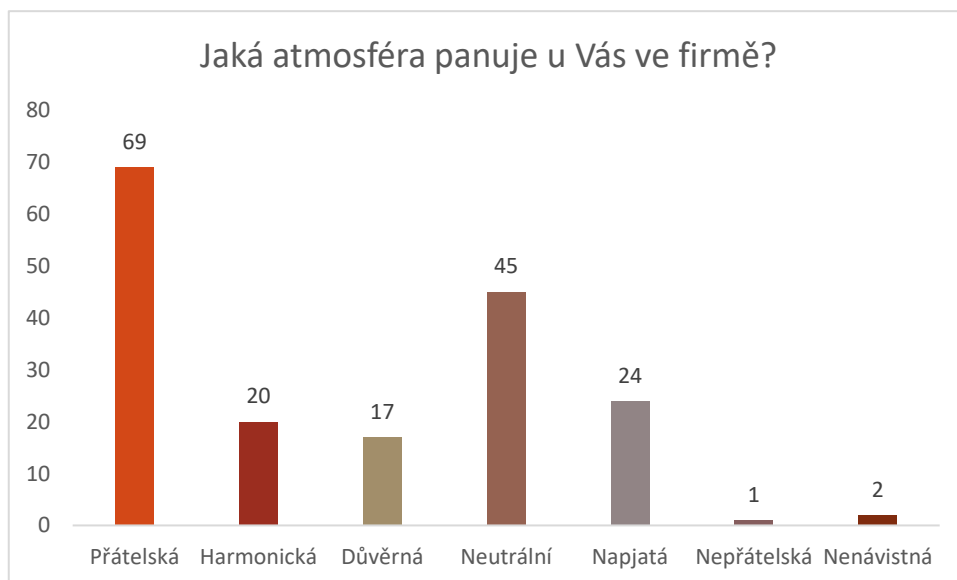
Poslední dvě otázky měly za úkol zjistit, jaká atmosféra panuje na pracovištích v českém podnikatelském prostředí. Z šetření vyplynulo, že hierarchické vztahy fungují na přátelské bázi anebo jsou neutrální. Pouze ve 14 % případů je vztah mezi podřízeným a nadřízeným autoritativní. V 85 % případů je atmosféra na pracovištích kladná nebo neutrální.

Graf 14: Vztahy s nadřízenými/podřízenými



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Graf 15: Atmosféra ve firmě



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

Z provedeného dotazníkového šetření lze vyvodit následující shrnutí:

6.1 Shrnutí

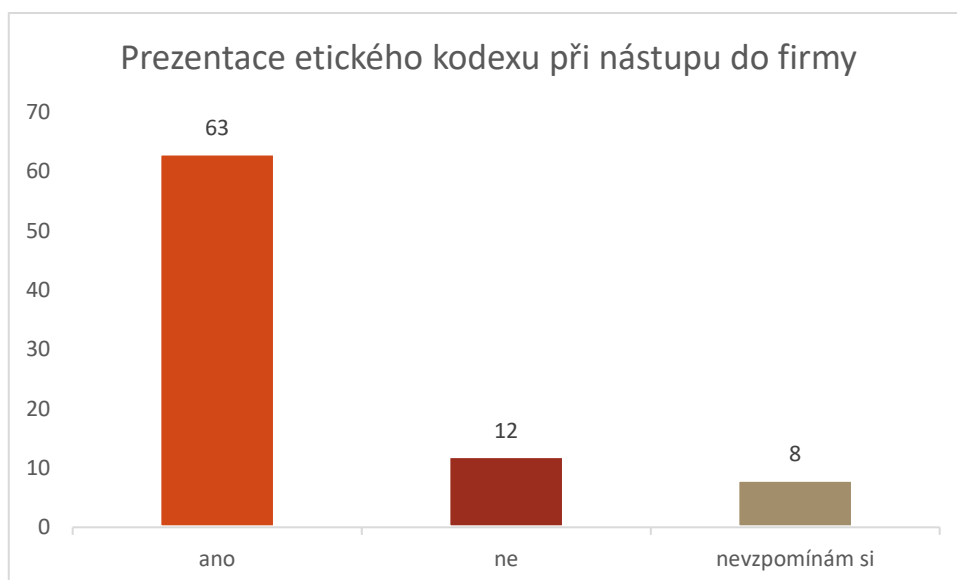
1. Mají firmy v českém podnikatelském prostředí etický kodex?

Více než polovina respondentů odpověděla, že etický kodex ve firmě mají. Je vidět, že firmy jdou s dobou a přizpůsobují se jejím požadavkům a trendům a čím dál více zavádějí etické kodexy.

2. Jsou zaměstnanci seznamováni s etickým kodexem při nástupu do zaměstnání?

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že valná většina respondentů, která odpověděla, že etický kodex ve firmě mají, s ním byla při nástupu seznámena. Což je rozhodně pozitivní zjištění. Je vidět, že firmy mají zájem o to, aby jejich zaměstnanci věděli, co jejich etický kodex obsahuje.

Graf 16: Prezentace etického kodexu při nástupu do firmy



Zdroj: data z dotazníkového šetření, vlastní zpracování

3. Mají zaměstnanci etický kodex kdykoliv k dispozici?

Mile mě překvapilo, že pouze 23 % respondentů neví, kde by mělo etický kodex hledat. Zbylé množství ví, kde se etický kodex v jejich podniku nachází. Největší množství firem má etický kodex k dispozici v interním systému nebo v zázemí firmy. Překvapující pro mě také bylo, že minimum firem má etický kodex zveřejněný na svých webových stránkách. Z toho usuzuji, že v daných firmách neslouží etický kodex primárně jako „vizitka“ pro zákazníky, dodavatele a veřejnost.

4. Jaká atmosféra panuje na pracovištích ve firmách na českém trhu?

Atmosféra i vztahy na pracovišti jsou založeny především na přátelské bázi. Zaměstnanci mezi sebou i s vedením si ve většině případů tykají, což velice přispívá udržování přátelské atmosféry.

Šetření se zúčastnilo nejvíce respondentů ve věku do 50 let. Důvodem může být to, že dotazník byl distribuován výhradně přes internet. Od toho se odvíjí také délka pracovního poměru respondentů, který je ve většině případů kratší než 10 let. Kromě věkové skladby respondentů to může být ovlivněno především tím, že převážná část respondentů pochází z Ústeckého kraje, kde je vysoká míra nezaměstnanosti v důsledku fluktuace zaměstnanců. Za tím stojí vysoký počet průmyslových zón, které jsou hlavním zaměstnavatelem v kraji. A s tím spojené nízké mzdy a práce v třísměnném provozu.

Polovina respondentů, která odpověděla, že etický kodex firmy mají, zároveň odpověděla, že by byla ráda více a lépe informována o etickém kodexu. Z toho lze vyvodit, že seznámením při nástupu do zaměstnání veškerá práce s ním většinou končí. Proto bych navrhovala, aby na etický kodex a vůbec celou podnikovou etiku byl kladen větší důraz. Jednou z možností by bylo po určitém čase etický kodex konzultovat se zaměstnanci, ať už formou brainstormingu nebo různých skupinových debat. Jejich pomocí by vedení firmy zjistilo, s jakými etickými problémy se jejich zaměstnanci potýkají a na základě toho by mohlo dojít k aktualizaci etického kodexu přesně podle potřeb zaměstnanců. Zároveň by také zjistili, zda etickému kodexu zaměstnanci rozumí.

Další možností by bylo zakomponování modelových situací do běžné činnosti firmy, při kterých by se zaměstnanci ale i vedení firmy potýkali s nejčastějšími etickými přešlapky a dilematy a na základě toho by si obě strany vyzkoušely, jak se v daných situacích chovat.

V neposlední řadě bych navrhovala udržování eticky zdravého prostředí pomocí školení na téma etiky v podniku, které by probíhalo pravidelně, například jednou ročně a nebylo by příliš časově náročné, aby účastníci udrželi pozornost po celou dobu jeho průběhu. Takové školení by přispělo nejen rozvoji etiky v rámci podniku, ale také osobnímu rozvoji zaměstnanců. Mimo to by se management firmy mohl zúčastnit kurzu na téma etického řízení organizace, kde by se dozvěděl, jak etický kodex správně vytvořit a jak ho uplatňovat při řízení zaměstnanců.

Nejdůležitějším a zároveň i nejúčinnějším krokem k bezproblémové implementaci etiky a etického kodexu do pracovního prostředí dané firmy, je bezpochyby využití etického leadershipu. Tedy kladení důrazu na to, aby především lidé na manažerských pozicích šli svým chováním příkladem a motivovali zaměstnance k etickému chování.

Převážná většina respondentů odpověděla, že dodržování etických zásad a etického kodexu je pro ně důležité. Proto si myslím, že by výše uvedené možnosti

implementace etiky uvítali a ocenili. Vztahy vedení a zaměstnanců jsou spíše přátelské a atmosféra na pracovišti také, proto by neměl být problém komunikovat společně o etice a o všem, co s ní souvisí.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit smysluplnost a opodstatněnost etického kodexu ve firmě z pohledu jeho potřeb na řízení firmy. Práce je rozdělena do teoretické a praktické části. V teoretické části jsem na základě literární rešerše provedla deskripci základních etických pojmů, podnikatelské etiky, etického kodexu a řízení lidských zdrojů. V praktické části jsem pomocí kvantitativního výzkumu, konkrétně pomocí dotazníkového šetření, provedla sběr primárních dat. Dotazník byl zveřejněn pro širokou veřejnost zejména Ústeckého kraje.

Po provedené analýze sesbíraných dat z dotazníkového šetření vyplynulo, že zhruba v polovině firmách existuje etický kodex a zároveň v hojném počtu dochází k jeho seznámení se zaměstnanci. Mimo využívání etického kodexu jako nástroje podnikatelské etiky, dochází i k využívání dalších nástrojů, kterými je především týmová práce. Podstatně méně poté dochází k využívání leadershipu, mentoringu nebo etického a sociálního auditu. Většina respondentů si však není vědoma, že by v jejich firmě docházelo k dodržování etických pravidel pomocí některého z uvedených nástrojů.

Na základě celé práce usuzuji, že etický kodex jako nástroj řízení zaměstnanců má velký potenciál. V českém podnikatelském prostředí však nedochází k jeho plnému využití. Firmy zavádějí etické kodexy na základě trendu mít etický kodex, ale následně ho nedokážou efektivně využívat i pro jiné účely než jako „vizitku“.

K efektivnějšímu využití etických kodexů jako nástrojů pro řízení zaměstnanců by jistě docházelo, pokud by firmy vytvářely etické kodexy pomocí skandinávského modelu, kdy by se na jejich tvorbě podílelo nejen vedení firmy, ale i část nebo lépe většina zaměstnanců. Před samotnou tvorbou kodexu by došlo k debatě a následnému zjištění, se kterými etickými problémy se v dané firmě zaměstnanci setkávají. Díky tomu by docházelo nejen k určení etických oblastí, na které se zaměřit, ale i k pochopení naplně etických kodexů, a především k motivaci dodržování kodexů v praxi.

Stanovený cíl práce, a také její vedlejší cíl považuji za splněný. Přínosem práce je vytvoření dotazníku a jeho analýza, která ukázala, že by ve firmách měl být kladen větší důraz na využívání etického kodexu a nástrojů podnikatelské etiky. Ve zkoumané oblasti České republiky je vysoký výskyt sociálně-patologických jevů, a proto by kladení většího důrazu na dodržování etiky, mohlo mít vliv i na osobní život zaměstnanců, a tak být přínosem pro celou společnost.

Seznam použité literatury

ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy : 13. vydání. Přeložil Martin ŠIKÝŘ. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.

BLÁHA, Jiří a Zdeněk DYTRT. Manažerská etika. Praha: Management Press, 2003. ISBN 8072610848.

ČANÍK, Petr, Libuše ŘEZBOVÁ a Tomas van ZAVREL. Metody a nástroje podnikatelské etiky. 2., přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1143-6.

DYTRT, Zdeněk. Etika v podnikatelském prostředí. Praha: Grada, 2006. ISBN 8024715899.

NOVÝ, Ivan a Alois SURYNEK. Sociologie pro ekonomy a manažery. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. Manažer. ISBN 80-247-1705-0.

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

RICH, Arthur. Etika hospodářství. Praha: Institut pro středoevropskou kulturu a politiku, 1994. Oikúmené (ISE). ISBN 80-85241-62-5.

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.

ŠIKÝŘ, Martin. Nejlepší praxe v řízení lidských zdrojů. Praha: Grada, 2014. Manažer. ISBN 978-80-247-5212-9.

ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA a Ivo ROLNÝ. Etika, ekonomika, příroda. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4293-9.

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

Internetové zdroje

Finanční a ekonomické informace. *Jen v necelé čtvrtině firem se řídí etickým kodexem* [online]. [cit. 2021-7-18]. Dostupné z: <https://faei.cz/jen-v-necele-ctvrtine-firem-se-ridi-etickym-kodexem/>

ČANÍK, P. a P. ČANÍKOVÁ, 2006. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí, zpracováno pro Transparency International Česká republika* [online]. [cit. 2021-7-19]. Dostupné z: http://transint.xred.cz/doc/ve_amanpe.pdf

MAZÁK, Eduard, 2010. *Firemní kultura a etické kodexy*. Bankovní institut vysoká škola [online]. [cit. 2021-7-26]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/4903405-Firemni-kultura-a-eticke-kodexy.html>

PEYTON legal. *Whistleblowing dle aktuálního návrhu zákona o ochraně oznamovatelů* [online]. [cit. 2021-8-11]. Dostupné z: <https://www.peytonlegal.cz/zakon-o-ochrane-oznamovatelu/>

Transparency International. *Whistleblowing není donašečství* [online]. [cit. 2021-8-11]. Dostupné z: https://www.transparency.cz/wp-content/uploads/2015_TI_Whistleblowing_nen%C3%AD_dona%C5%A1e%C4%8Dstv%C3%AD.pdf

Transparency International. *Cíle zákona* [online]. [cit. 2021-8-11]. Dostupné z: <https://www.zapiskej.cz/cs/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Kategorický imperativ	10
Obrázek 2: Vztah morálky a etiky	11

Seznam grafů

Graf 1: Věkové zastoupení respondentů	26
Graf 2: Pohlaví respondentů	26
Graf 3: Obor práce	27
Graf 4: Pracovní pozice	28
Graf 5: Délka zaměstnání.....	28
Graf 6: Četnost etických kodexů ve firmách.....	29
Graf 7: Seznamování s etickým kodexem při nástupu do zaměstnání	29
Graf 8: Dostupnost etického kodexu.....	30
Graf 9: Zájem o informovanost o etickém kodexu	30
Graf 10: Důležitost dodržování etického kodexu na trhu	31
Graf 11: Důležitost etického chování	31
Graf 12: Využití nástrojů podnikatelské etiky	32
Graf 13: Postih za porušení etického kodexu	32
Graf 14: Vztahy s nadřízenými/podřízenými.....	33
Graf 15: Atmosféra ve firmě	33
Graf 16: Prezentace etického kodexu při nástupu do firmy.....	34

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Eliška Filáková a jsem studentkou třetího ročníku bakalářského studia ČVUT na Masarykově ústavu vyšších studií. Ve své bakalářské práci se zabývám zhodnocením, zda lze etický kodex firmy využít jako nástroj efektivního řízení a vedení zaměstnanců.

Dotazník je anonymní a jeho vyplnění nezabere více než pár minut. Vyplněním dotazníku souhlasíte s následným zpracováním dat v mé bakalářské práci.

V případě dotazů či nejasností, mě neváhejte kontaktovat na emailu: filakeli@cvut.cz

Děkuji za Vaši ochotu a čas, který vyplňování dotazníku věnujete.

1. Kolik je vám let?

- 20–29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 a více

2. Jaké je Vaše pohlaví?

- žena
- muž

3. V jakém oboru pracujete?

- Výroba a průmysl
- Marketing
- Stavebnictví a reality
- Školství
- Administrativa
- Ekonomika a podnikové finance
- Zdravotnictví
- Bankovníctví a finanční služby
- Pojišťovnictví
- Informační technologie
- Právní služby

- Kultura a umění
 - Chemie a potravinářství
 - Zemědělství, lesnictví a ekologie
 - Státní správa
 - Gastronomie
 - Doprava a logistika
 - Telekomunikace
 - Věda a výzkum
 - V jiném
4. Na jaké pozici pracujete?
- Vedoucí pracovník
 - Řadový zaměstnanec
5. Kolik let jste zaměstnancem Vaší firmy?
- 0-2
 - 3-5
 - 6-10
 - 11-15
 - 16-20
 - 21-25
 - 26 a více
6. Má Vaše firma etický kodex?
- Ano
 - Ne
 - Nevím o tom
7. Byli jste při nástupu do firmy seznámeni s etickým kodexem?
- Ano
 - Ne
 - Nevzpomínám si
8. Můžete do etického kodexu nahlížet dle potřeby?
- Ano, naše firma ho má na webu
 - Ano, máme ho k dispozici v zázemí firmy
 - Ano, je součástí mé pracovní smlouvy
 - Ano, je k dispozici v interním systému firmy
 - Ne, nevím, kde bych ho našel/našla
9. Chtěli byste být více a lépe informováni o etickém kodexu firmy?
- Ano
 - Spíše ano

- Ne
 - Spíše ne
10. Myslíte, že je důležité dodržování etického kodexu na trhu, na kterém Vaše firma působí?
- Ano
 - Spíše ano
 - Ne spíše ne
11. Je pro Vás důležité, aby firma jednala eticky správně a dodržovala morální zásady?
- Ano
 - Spíše ano
 - Ne
 - Spíše ne
 - Je mi to jedno
12. Jakým způsobem je ve Vaší firmě zajišťováno dodržování etických pravidel?
- Pomocí etického kodexu
 - Využíváním mentoringu
 - Pomocí vzdělávání na téma etiky
 - Motivací k etickému jednání
 - Pomocí leadershipu
 - Využíváním týmové práce
 - Etickým a sociální auditem
 - Etickým ombudsmanem
 - Nevím o žádné takové aktivitě v naší firmě
 - Jinak
13. Myslíte si, že by porušování etického kodexu mělo mít nějaký postih?
- Ano
 - Ne
 - V závislosti na závažnosti problému
14. Jak byste definovali vztah s nadřízeným/podřízený
- Přátelský
 - Spíše přátelský
 - Neutrální
 - Autoritativní
 - Spíše autoritativní
15. Jaká atmosféra panuje u Vás ve firmě?
- Přátelská
 - Důvěrná

- Harmonická
- Neutrální
- Napjatá
- Nepřátelská
- Nenávistná

