

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2011

TOMÁŠ TŮMA

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

DIPLOMOVÁ PRÁCE

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV DIPLOMOVÉ PRÁCE

Integrace etiky ve společnosti AGC Flat Glass Czech a.s.

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

Leden / 2012

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Ing. Tomáš Tůma / MBA 25

JMÉNO VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Ing. Zuzana Džbánková, Ph.D.

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou diplomovou práci na uvedené téma vypracoval samostatně a že jsem ke zpracování této diplomové práce použil pouze literární prameny v práci uvedené.

Datum a místo:

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych tímto poděkoval vedoucímu diplomové práce, za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytla při zpracování mé diplomové práce.

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Integrace etiky ve společnosti

AGC Flat Glass Czech a.s.

Integration of ethics in AGC Flat Glass Czech a.s.

Autor: Ing. Tomáš Tůma.

Souhrn

Tato práce se zabývá implementací etických hodnot v podniku, konkrétně pak podobou etických zásad a pravidel zavedených ve společnosti AGC Flat Glass Czech. Cílem práce je analyzovat a zhodnotit zavedení etických pravidel a zásad a dále pak specifikovat body, které by měl etický kodex obsahovat. Na základě analýzy a zhodnocení pak navrhnout možná opatření a doporučení v oblasti implementace a udržování v povědomí etických hodnot. V teoreticko-metodologické části je obecně popsán pojem etika a její vývoj, etika v současné tržní ekonomice, důvody pro etické chování, společenská odpovědnost podniku, problematika etických kodexů a whistleblowing. V následující praktické části práce jsou obecně popsány podmínky implementace etických hodnot do podnikové sféry v ČR, specifikován proces implementace etických hodnot ve společnosti AGC Flat Glass Czech a porovnány body etického kodexu.

Summary

This thesis is focusing on the implementation of ethical values in a company, then factually on ethical rules implemented in AGC Flat Glass Czech. The main objective of the thesis is to analyze and to assess implementation of ethical values and rules and then define important points which should be included in the Code of Conduct. Based on the analysis and assessment possible measures and recommendations in the area of ethics implementation and keeping alive activities will be proposed. Ethics, history of ethics, ethics in current business, reasons for ethical behaviour, corporate social responsibility and whistleblowing are described in the theoretical part of the thesis. Conditions for ethics implementation in Czech Republic, implementation process of ethical values in AGC Flat Glass Czech and Code of Conduct comparison are described in the following practical part of the thesis.

Klíčová slova:

Etika, podnikatelská etika, etický kodex, společenská odpovědnost podniku.

Keywords:

Ethics, Business ethics, Code of Conduct, Corporate Social Responsibility.

JEL Classification:

A13 - Relation of Economics to Social Values

K20 - Regulations and business law - General

Obsah

1 Úvod	1
Teoreticko-metodologická část práce	4
2 Etika	4
2.1 Vývoj etiky	5
2.2 Etika v současné tržní ekonomice.....	7
2.3 Důvody pro etické chování v podnikání	10
2.4 Společenská odpovědnost podniku	12
2.5 Společenská odpovědnost a podnikatelská etika	14
2.6 Integrace etických hodnot do podniku.....	15
2.7 Etický kodex	17
2.7.1 Oblasti úpravy etických kodexů	19
2.7.2 Přínosy etických kodexů.....	22
2.8 Whistleblowing.....	23
Praktická část práce	26
3 Podmínky implementace etických hodnot do podnikové sféry v ČR	26
4 Historie, implementace, analýza a zhodnocení zavedení etických hodnot ve společnosti AGC Flat Glass Czech a.s.	31
4.1 Historie a obecné informace o společnosti	31
4.2 Etické hodnoty a společenská odpovědnost podniku.....	34
4.3 Etický kodex společnosti	38
4.3.1 Proces implementace etického kodexu ve společnosti	38
4.3.2 Důležité body etického kodexu	41
4.3.3 Srovnání Etického kodexu společnosti s obecně doporučenou strukturou.....	42
4.3.4 Udržování etických pravidel v povědomí zaměstnanců – formy a způsoby proškolení.	44
4.3.5 Postup při oznamování nedodržení pravidel společnosti, problematika anonymity, falešná obvinění.....	46
5 Závěr	50
Literatura	54
Přílohy	57

Seznam zkratek

CSR	Společenská odpovědnost podniku
EU	Evropská unie
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
USA	Spojené státy americké

Seznam tabulek a obrázků

Tabulky:

Tabulka 1 Srovnání Etického kodexu společnosti s obecně doporučenou strukturou43

Obrázky:

Obrázek 1,2,3 Referenční projekt Letiště Praha Ruzyně - terminál 233

Obrázek 4,5 Referenční projekt Boscolo Hotel v Praze34

Obrázek 6 Propagace 1 projektu „V Teplicích je budoucnost“36

Obrázek 7 Propagace 2 projektu „V Teplicích je budoucnost“37

Obrázek 8 Postup při oznamování nedodržení pravidel společnosti (porušení pravidel Etického kodexu).....46

1 Úvod

Tématem této diplomové práce je Integrace etiky ve společnosti AGC Flat Glass Czech a.s., zejména podoba etických zásad a pravidel zavedených ve společnosti v posledních letech.

Transformační proces naší ekonomiky nastolil nové podmínky a kritéria pro úspěšnost a prosperitu podniků. Stále více firem si uvědomuje, že jejich činnost je omezena nejen ekonomickými možnostmi, ale i omezením morálního charakteru. Názory ekonomů a podnikatelských subjektů na integraci etiky do podnikové praxe se rychle vyvíjí, avšak někdy se odlišuje pohled na důležitost etických principů v ekonomické činnosti.

Na přelomu dvacátého a jednadvacátého století se objevily skandály velkých amerických podniků spojené s vykazováním zavádějících účetních údajů. Stejně jako na všech kontinentech se i v Evropě jednotlivé státy více nebo méně potýkají již od konce roku 2008 s důsledky hospodářské krize, která byla vyvolána hypotéční krizí z roku 2007. To vše se týká výrobních společností na celém světě.

Krize zostřila vidění problémů i příležitostí a vrhla své pronikavé světlo také na etiku. S korupcí a porušováním etických pravidel se často setkáváme v masmédiích a to ať se jedná o soukromou nebo státní sféru. Je zřejmé, že v období krize dochází vzhledem k nejistotě na trhu, propouštění zaměstnanců a dalším negativním ekonomickým vlivům k prohlubování korupce a porušování etických zásad.

Člověk se denně dostává do nejrůznějších situací, ve kterých se musí řídit a rozhodovat podle obecně vžitých nebo naučených pravidel. Některá pravidla chování jsou stanovena zákonem a musíme je dodržovat. Mimo to existují také pravidla, která vychází z obecné morálky. Můžeme si položit otázku, jestli podnik integruje etiku do své činnosti, jestli má správně nastaveny etické zásady a pravidla jednání. Dalším problémem může být zjištění, zdali je naše morálka a etické hodnoty v souladu s těmi podnikovými. V případě, kdy se manažeři setkávají s etickými problémy, objevuje se potřeba použití určitých definovaných postupů jejich chování. V poslední době se do popředí dostává etický rozměr firmy jako celku.

Proto jsem si zvolil téma zavedení a aplikace etických hodnot ve výrobní společnosti AGC Flat Glass Czech. Správné nastavení etických zásad a pravidel v podniku může i v tak špatné době napomoci získat důvěru a lépe fungovat na trhu, ve kterém v posledním období výrazně sílí konkurence.

Cílem práce je analyzovat a zhodnotit zavedení etických pravidel a zásad ve společnosti AGC Flat Glass Czech a dále pak specifikovat body, které by měl etický kodex obsahovat. Na základě analýzy a zhodnocení pak mohou být navržena možná opatření a doporučení v oblasti implementace, udržování v povědomí a dodržování etického kodexu.

V rámci tématu etiky a etického jednání se diplomová práce se snaží najít odpovědi na následující otázky:

- Jaké mohou být přínosy etického chování firem?
- Jsou za současné situace v České republice vhodné podmínky pro integraci etiky do podnikové sféry?
- Do jaké míry implementovala společnost AGC Flat Glass Czech etické hodnoty a je to tak dostačující?

Práce je rozdělena do dvou částí. V první, teoreticko-metodologické, části bude obecně popsán pojem etika a její vývoj, etika v současné tržní ekonomice, důvody pro etické chování, společenská odpovědnost podniku, a problematika etických kodexů a whistleblowing.

V následující praktické části budou obecně popsány podmínky implementace etických hodnot do podnikové sféry v ČR, specifikován proces implementace etických hodnot ve společnosti AGC Flat Glass Czech, porovnány body etického kodexu s obecně doporučenou strukturou, popsán systém udržování etických hodnot v povědomí zaměstnanců a systém nahlašování porušení etických pravidel. Dále v této části bude zhodnocen proces integrace etiky v podniku. Nakonec bude nastíněn možný vývoj, respektive doporučení a implementace dalších opatření, která mohou napomoci udržet v povědomí etické hodnoty a dodržovat je.

Použité materiály a údaje týkající se obecných tezí a definic jsou získány ze všeobecně dostupných zdrojů, jejichž přesné určení s odkazy bude uvedeno v příloze. Veškeré informace o společnosti AGC Flat Glass Czech jsou použity z interních zdrojů.

Při získávání informací pro tuto diplomovou práci byla použita především metoda studia dokumentů (odborných monografií z oblasti etiky, podnikových dokumentů, internetu), metoda rozhovoru s vedoucími pracovníky společnosti a vzhledem k pracovnímu zařazení autora a pracovní zkušenosti z oblasti etiky se lze opřít i o vlastní pozorování. Při zpracovávání získaných dat byla použita metoda popisu, komparace, analýzy a zhodnocení.

Teoreticko-metodologická část práce

2 Etika

Co si vlastně můžeme pod pojmem etika představit? Pojem „etika“ je odvozen od řeckého „éthos“, což znamená mrav, zvyk. Etika je v současnosti společenská věda, jejímž předmětem zkoumání je morálka. Předmět zkoumání můžeme vymezit v širším pojetí, kdy je etika teorií humanity, nebo v užším pojetí, kdy etiku chápeme jako vědu filozofického charakteru, která zkoumá mravně relevantní jednání a chování člověka.¹

Pojem „morálka“ je odvozen z latinského „mós“ a označuje předpisy, zákony a tradiční mravy a obyčeje. Morálka také představuje osobní způsob života člověka, jeho smýšlení, charakter a mravní chování.²

Etika se z velké části zabývá mravními principy a dohodami, které umožňují, abychom na základě toho, co „je“ (morálka – konkrétní existující hodnoty a principy), vyslovili tvrzení o tom, co „má být“ (etické hodnoty a principy). Na rozdíl od morálky, která je blíže konkrétním pravidlům, se etika snaží najít společné a obecné základy, na nichž morálka stojí, popř. usiluje morálku zdůvodnit.³

Přihlédneme-li k rozlišení mezi morálkou a etikou, pak můžeme souhlasit s následujícím strukturováním etiky:⁴

1. morálka nebo také tzv. deskriptivní etika, která popisuje současný stav a představuje první stupeň vědeckého poznání;
2. normativní etika, která stanoví, jak by člověk měl jednat (týká se toho, co má být, i když respektuje to, co je);
3. maetetika, která se zabývá rozbořem etických pojmů, zkoumá především jazyk etiky (např. jaký je význam slov dobrý, hodnotný, správný).

¹ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 41.

² ANZENBACHER, A. (1994). *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, str. 17.

³ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 41-42.

⁴ BLÁHA, J., DYTRT, Z. (2003). *Manažerská etika*. Praha: Management Press, str. 16.

Ekonomická činnost se realizuje prostřednictvím vztahů mezi ekonomickými subjekty a tyto vztahy jsou regulovány právními a morálními normami. Etikou se můžeme zabývat v mnoha oblastech a procesech. Pro naše potřeby se budeme zabývat etikou v podniku, konkrétně výrobní společnosti.

2.1 Vývoj etiky

Pohled na morální hodnoty a etiku se postupem času vyvíjel a to od doby antické až po současnost, tedy moderní etiku. Níže jsou uvedeny významné etapy lišící se rozdílným přístupem k etice a tři základní přístupy manažerské/podnikatelské etiky (zlaté pravidlo, utilitarismus a kantovská pravda).

Nejstarší informace z oblasti etiky pocházejí z antické doby, kdy etika odpovídala nejen na otázky, co je dobré a co je špatné, ale jednalo se o teorii způsobu lidského života. Jejím základním pojem byla ctnost (to nejlepší, čeho je člověk schopen). Sokratés mluvil o tom, že jej vede svědomí, věřil, že poznání je ctnost a neřest, že je důsledkem neznalosti. Na Sokrata navázal jeho žák Platón. Podle Platóna bylo jednání člověka řízeno třemi stránkami: žádostivostí, vůlí a rozumem. Sofisté zkoumali dobro a zlo, Sokrates analyzoval mravní pojmy, Platón dále definoval ctnost jako život podle nejvyšší ideje dobra. Prvním z autorů, který se systematicky zabýval etikou, byl Aristoteles. Chápal etiku jako vědu praktickou, protože se týká lidského (praktického) jednání. Dle Aristotela bylo předmětem etiky hledání nejvyššího dobra a stanovení cností jako prostředků k dosažení dobra.⁵

Ve středověku měla největší vliv křesťanská etika, která vidí základ mravního chování v touze vyrovnat se osobě Ježíše Krista ctností, dobrotou, láskou a sebeobětováním se bližním. Tomáš Akvinský rozvinul etiku na základě přirozeného zákona, vycházel z křesťanské tradice a podařilo se mu podložit křesťanskou etiku racionálními základy. Akvinský také tvrdil, že mravní posouzení jednání nezávisí na jeho výsledku, ale na účelu, ke kterému směřuje.⁶

⁵ KACELT, J. (2011) *Obchodní podnikatelská etika*. Praha: Gaudeamus, str. 13-14.

⁶ ANZENBACHER, A. (1994). *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, str. 138.

Ve většině světových náboženství je obsaženo tzv. „zlaté pravidlo“, které vychází z křesťanské etiky. Jednoduše bychom ho mohli popsat tak, že nemáme ostatním činit to, co sami nemáme rádi. Toto pravidlo vyžaduje stanovení různých způsobů jednání a jejich dopadů na jednotlivé zájmové skupiny, přičemž se definuje, do jaké míry jsou zájmové skupiny uspokojeny určeným jednáním.⁷

Velký význam pro etiku v osmnáctém století mělo myšlení Immanuela Kanta. Ten si položil čtyři otázky (Co mohu vědět? Co mám dělat? V co smím doufat? Co je člověk?), na jejichž základě se Kant věnoval filosofickým disciplínám. Jednalo se o nauku o poznání, etiku, antropologii a metafyziku.⁸ Etické pravidlo označované jako „kantovská pravda“ nahlíželo na etiku přes práva jednotlivců. Kant ve svých dílech dospěl k názoru, že existují univerzálně platná morální pravidla, která dostatečně zohledňují práva jednotlivců. Jedná se především o tyto práva:

- právo na souhlas (lidé si mohou uspokojit své potřeby jen takovým způsobem, se kterým souhlasí);
- právo na soukromí (lidé si mohou ve svém soukromém životě dělat, co chtějí a prozrazovat z něj, co chtějí);
- právo na svědomí (lidé mohou odmítnout konat to, co je proti jejich morálním zásadám);
- právo na svobodu projevu (například právo kritizovat etiku organizace);
- právo na náležitý proces (v případě porušení práv mají lidé právo na nestranné vyslechnutí).⁹

Jako další můžeme uvést filosofický a etický směr z přelomu osmnáctého a devatenáctého století zvaný „utilitarismus“ (z latinského *utile, utilis, užitečný*). Ten pokládá za cíl a měřítko lidského jednání hledání blaha, prospěchu, užitku a naopak omezování utrpení a bolesti. Zakladatelem utilitarismu byl britský filosof a právní teoretik Jeremy Bentham, který jej vyložil v knize *Úvod do principů morálky a zákonodárství* (1789). Ke klasikům utilitarismu dále patří John Stuart Mill (*Utilitarianism*, 1863) a Henry Sidgwick (*Methods of Ethics*, 1875). V první polovině

⁷ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 136.

⁸ KACELT, J. (2011) *Obchodní podnikatelská etika*. Praha: Gaudeamus, str. 13-14.

⁹ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 136.

20. století byl utilitarismus silně kritizován. Asi po roce 1950 vznikla řada pokusů a jeho obnovení a další rozvinutí.¹⁰

Profesní etika v ekonomické činnosti je vázána na kapitalistické podnikání a začala se rozvíjet na začátku dvacátého století. Ekonomové se po druhé světové válce začaly zabývat aspekty zvýšené produkce, zvýšení výkonnosti a obecně zvyšování životního standardu. Zájem o etiku v podnikání rostl a konec dvacátého století lze označit jako dobu institucionalizace etiky. V roce 1999 podepsaly státy OECD (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) dokument „Corporate Governance“ – správa a řízení obchodních společností. Jedná se o velmi komplexní a rozsáhlé doporučení pro podniky kladoucí větší důraz na informace o etické, sociální a environmentální politice firem.¹¹

Začátek nového století přinesl deziluzi a zklamání spojenou zejména s účetními podvody velkých amerických a později i evropských společností. Objevily se pochybnosti o smysluplnosti budování etického systému řízení. I přesto se později začaly rozvíjet stávající i nové koncepce a hledat mechanismy, které by zabránily nebo přinejmenším ztížily selhání zaměstnanců firem. Americký kongres přijal v roce 2002 tzv. Sarbanes-Oxleyho zákon, který požaduje zvýšenou kontrolu finančních toků, ukládá managementu přijmout odpovědnost za finanční výkazy a vybudovat vnitřní kontrolní systém.¹²

2.2 Etika v současné tržní ekonomice

Etika v podnikání se dostává do popředí zájmu mnohem více než dříve. Je to dáno nejen souvislostí s vykazováním zavádějících účetních údajů ve firmách jako Enron, WorldCom nebo Parmalat, ale také tím, že veřejnost má snazší přístup k informacím a doslýchá se tak o problémech etiky čím dál více. V případě, kdy se kdy se manažeři setkávají s etickými problémy, objevuje se potřeba použití určitých definovaných postupů jejich chování. V poslední době se do popředí dostává etický rozměr firmy jako

¹⁰ ANZENBACHER, A. (1994). *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, str. 31.

¹¹ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 19.

¹² PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 20

celku. Předmět výroby, zvolené technologie, procesy řízení firmy, to vše má vliv na okolí podniku. Etika v chování firem tak může být posuzována zájmovými skupinami, tzv. stakeholders.¹³

Stakeholders jsou subjekty, které mají na fungování podniku nějaký hmotný zájem (užší pojetí) nebo subjekty, jež ovlivňují daný podnik nebo jsou jednáním podniku samy dotčeny (širší pojetí).¹⁴ Tyto subjekty můžeme nalézt jak v interním, tak externím prostředí podniku a patří mezi ně například:

- v rámci podniku - vlastníci podniku, investoři, zaměstnanci, outsourcingové společnosti, odborové organizace;
- v rámci přímého okolí podniku - orgány místní správy a samosprávy, dodavatelé, zákazníci, věřitelé, zájmové spolky, obyvatelé v oblasti sídla firmy;
- v rámci nepřímého okolí podniku - orgány státní správy, mezinárodní organizace, mezinárodní certifikační autority.¹⁵

Důležitá je samozřejmě i etika uvnitř podniku, kterou mohou nejlépe posoudit zaměstnanci. Například při diagnostice schopností, znalostí a potenciálu pracovníků velmi záleží na zpracování výsledků a také na zkušenostech, znalostech a etickém smýšlení člověka, který s výsledky pracuje či je interpretuje. Mylně či necitlivě sdělené výsledky mohou jedince poškodit a snížit jeho důvěru firmě.¹⁶

Sociální a ekonomické aspekty se stále více propojují s hospodářskými aktivitami, které převyšují nejen hranice regionu, ale také hranice jednotlivých zemí. Vliv etiky na podnikatelské prostředí tak vede přes spojitost trhu, práva a etiky. Obzvláště po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004 bychom měli přemýšlet o tom, co tvoří mezinárodní morální a etické chování firem. Může dojít k problémům v oblasti implementace jednotných pravidel, protože každá společnost má jinou firemní kulturu a hodnotové systémy (rozdíl hlavně mezi západem a východem a jednotlivými kontinenty).

¹³ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 136-137.

¹⁴ Business.center.cz (oficiální portál pro podnikání): *Stakeholders* [online]. Dostupné z [www: http://business.center.cz/business/pojmy/p1984-stakeholders.aspx](http://business.center.cz/business/pojmy/p1984-stakeholders.aspx) [cit. 2011-08-19]

¹⁵ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 137.

¹⁶ LORENZOVÁ, H., ROHLÍKOVÁ, P. (2009). *Základy psychologie a sociologie pro ekonomy*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 36.

Stále více firem si uvědomuje, že jejich podnikatelské záměry jsou limitovány nejen ekonomickými možnostmi, ale také limity morálního charakteru. Etika je důležitým výchozím předpokladem dlouhodobě úspěšného podnikání. To si uvědomuje většina renomovaných firem zemí s vyspělou tržní ekonomikou. Etické chování podniku tak může být praktickou komparativní výhodou na trhu. Pokud i naše podniky chtějí být trvale úspěšní v konkurenci ostatních, je systematická integrace etiky do jejich strategických plánů nezbytná.¹⁷

Společnými mezinárodními standardy a dohodami v určitých oblastech se zabývají mezinárodní organizace jako například OECD. Mezi hlavní cíle OECD patří zvyšování životní úrovně členských zemí, za předpokladu udržení finanční stability, a tím i rozvoj světové ekonomiky, zdravý hospodářský růst členských i nečlenských zemí a rozvoj světového obchodu na mnohostranné, nediskriminační bázi v souladu s mezinárodními závazky. OECD poskytuje vládám vyspělých demokratických zemí možnost studovat a formulovat nejvhodnější politiky k dosažení stanovených cílů. ČR se stala členem této organizace v roce 1995.¹⁸

OECD si uvědomuje, jak je důležité správné řízení podniků, a proto vypracovala ve spolupráci s národními vládami, mezinárodními organizacemi a soukromým sektorem soubor norem a pokynů. Tyto normy a pokyny z oblastí klíčových prvků dobrého režimu řízení a správy podniků jsou založené na etických principech, avšak nezávazné a slouží jako vzor nebo doporučení pro členské země OECD nebo ostatní vlády a subjekty, které mají zájem zlepšovat své zákonné normy a předpisy. Záměrem OECD je se touto problematikou zabývat i nadále, neustále analyzovat aktuální situaci, a pokud bude nutné, také přizpůsobit soubory norem a předpisů novým podmínkám.

Mezi hlavní dokumenty OECD patří:

- Smlouva o založení OECD;
- Zásady pro řízení a správu společností (v jejich úsilí vyhodnocovat a zlepšovat právní, institucionální a regulační rámec pro řízení a správu společností);

¹⁷ CEJTHAMR, V. (2006). *Management a organizační chování*. Praha: Grada Publishing, str. 45.

¹⁸ Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

- Směrnice OECD pro nadnárodní společnosti (obsahuje dobrovolné zásady a standardy odpovědného podnikatelského chování, které je slučitelné s platnými právními předpisy);
- Úmluva o boji proti podplácení zahraničních veřejných činitelů v mezinárodních podnikatelských transakcích;
- Etické kodexy v úpravě Směrnice OECD pro nadnárodní společnosti (podniky by měly včas a pravidelně zveřejňovat spolehlivé a relevantní informace o své činnosti, struktuře, finanční situaci a výkonnosti; dále jsou podniky vybízeny, aby sdělovaly další informace, jako například přehled hodnot a chování podniku určených pro veřejnost včetně informací o politikách v oblasti sociální, etické a environmentální a ostatních kodexech chování, ke kterým se firma zavázala);
- Horizontální projekt OECD k udržitelnému rozvoji.¹⁹

Mnoho společností vyvinulo svůj etický kodex a některé také zřídily zvláštní útvary „společenské odpovědnosti podniku“ (Corporate Social Responsibility - CSR), které sledují odpovědnost podniku v oblasti ekonomické, sociální a environmentální.

Manažer v každém podniku by měl ovládat několik hlavních rolí, měl by být zejména strategickým partnerem, manažerem kvality procesů, psychologem organizace, interním poradcem a liniovým manažerem. Role strategického partnera a interního poradce představuje mimo jiné povinnost manažera být strážcem podnikových hodnot, principů a podnikatelské etiky.²⁰

2.3 Důvody pro etické chování v podnikání

Pokud se jedná o celospolečenský efekt etického chování, přínosy jsou zřejmé a vždy pozitivní. Etické chování napomáhá ke snižování negativních dopadů a zároveň vytváří předpoklady pro trvalé a produktivní fungování celého hospodářství. Takové produktivní hospodářství dbá o všechny důležité složky, jako je ekonomická dimenze,

¹⁹ Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

²⁰ NĚMEC, O., BUCMAN, P., ŠIKÝŘ, M. (2008) *Personální management*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 47.

sociální a environmentální dimenze společnosti. V konečném důsledku je tak maximalizován celkový užitek pro společnost. Mezi oblasti, které etické chování pozitivně ovlivňuje v rámci celého systému (tj. makroúrovně), patří například:

- pomocí vyšší transparentnosti dochází ke snížení míry korupce;
- etické chování podniků a zvýšení důvěry ve společnosti vede ke snižování transakčních nákladů celého systému;
- zlepšení podnikatelského prostředí, reputace v globálním prostoru, vyšší transparentnost, vyšší produktivita, lepší pracovní morálka apod. vede také mimo jiné ke zvýšení přílivu zahraničního kapitálu;
- zvýšení produktivity hospodářství vede k vyšší konkurenceschopnosti ČR v rámci globálního prostředí;
- snížení hospodářské kriminality;
- podporou trvale udržitelných principů dochází ke zlepšení životního a sociálního prostředí;
- snížením hospodářské kriminality, snížením zneužívání pravomocí veřejných činitelů se méně zatěžuje státní sféra (zatížení soudního systému atd.), což představuje úspory zdrojů, snížení aparátu státních institucí apod.²¹

Zdá se, že na celou společnost (makroprostředí) má etické chování viditelnější pozitivní dopad, než na podnikatelské subjekty či jednotlivce (mezoprostředí a mikroprostředí). Ale ani na nižší, než celospolečenské úrovni, nemusíme vnímat podnikatelskou etiku jen jako zdroj podnikových rizik, nákladů či škod. Z dlouhodobého hlediska se etické chování podniků jeví jako výhodná podnikatelská strategie, která je zdrojem a základem jejich konkurenceschopnosti a současně prospívá celé společnosti. Mezi pozitivní efekty etického chování na mikroúrovni patří například:

- zlepšení firemní reputace;
- redukce rizik;
- redukce nákladů;
- zvýšení loajality zaměstnanců;
- snížení fluktuace zaměstnanců;

²¹ ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., ZAVREL, T. (2006). *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, str. 31.

- ochrana před nelegálním jednáním a jednáním, které je postihnutelné sankcemi;
- posílení konkurenceschopnosti firmy;
- zajištění a udržení příjmů a zisků;
- posílení možnosti získat a udržet si zahraniční kapitál;
- trvale udržitelný růst a rozvoj firmy;
- více možností přístupu k novým segmentům trhu, firma si může vybírat zákazníky odpovědné k životnímu a sociálnímu prostředí.²²

Eticky odpovědné činnosti společností neznamenaají ve všech případech jen náklady. Velmi často se jedná o postupy, které nepředstavují vynaložení finančních prostředků a současně přinášejí řadu pozitiv. Naše chování a způsob jednání ovlivňujeme sami. Jednoduše můžeme říci, že „chování nic nestojí.“

2.4 Společenská odpovědnost podniku

V dnešní tak dynamické a rozvíjející se společnosti si můžeme položit několik otázek. Počínají si podniky při své činnosti odpovědně? Ze strany zákazníků, uvědomujeme si sociální a ekologické dopady výrobků, které kupujeme?

Značná šíře konceptu společenské odpovědnosti podniků zatím způsobuje terminologickou nejednotnost v této oblasti. Je to dáno i tím, že CSR je založena na dobrovolnosti a její hranice nejsou jasně vymezeny.

Můžeme si uvést jednu z nejznámějších definic CSR zavedenou Evropskou unií: „*CSR je dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí s firemními stakeholders.*“²³

Společenskou odpovědností podniků se rozumí dobrovolné, respektive zákonem nepředepsané úsilí podniků jednat při své běžné obchodní činnosti tak, aby bylo dosaženo sociálních a ekologických cílů.

²² ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., ZAVREL, T. (2006). *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, str. 32-33.

²³ BĚLČÍK, M., PAVLÍK, M. (2010). *Společenská odpovědnost organizace – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada publishing, str. 18-19.

Součástí problematiky sociální odpovědnosti podniků jsou též otázky péče o zdraví zaměstnanců, podnikatelského a celoživotního vzdělávání a životního prostředí, přičemž diskuze o těchto otázkách se vedou s širokým spektrem zúčastněných subjektů.²⁴

„V současném světě slábnou role církve i státu, tedy tradičních garantů společenské odpovědnosti, kterou, nemá-li tento svět upadnout jako téměř všechny předcházející civilizace, je zapotřebí dobrovolně a radostně přenášet zpět na lidi, podniky, spolky, komunity, občanskou společnost.“²⁵

Jednou z obecných ekonomických aktivit, kterou se kontroluje dodržování etických pravidel v rámci sociální společenské odpovědnosti, může být standart SA8000 (Social Accountability – sociální odpovědnost). Mezinárodní norma SA8000 je celosvětově uznávána jako referenční norma pro oblast sociální odpovědnosti. Vychází z mezinárodních úmluv a doporučení Mezinárodní organizace práce, Všeobecné deklarace lidských práv a Úmluvy o právech dětí. Standard řeší etické využívání zdrojů při výrobní činnosti a snaží se tak zamezit zneužívání zaměstnanců (zejména v rozvojových zemích, kde jsou nízké náklady na pracovní sílu a objevuje se zde silná korupce). Mezi základní body patří:

- zamezení dětské práci;
- zamezení nucené práce;
- bezpečnost a ochrana zdraví při práci;
- svoboda shromažďování a právo na kolektivní vyjednávání;
- zamezení diskriminace;
- disciplína;
- pracovní doba, kompenzace;
- manažerské systémy.²⁶

²⁴ Portál Evropské unie: *Sociální odpovědnost podniků* [online]. Dostupné z [www: http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=cs](http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=cs) [cit. 2011-08-21].

²⁵ BĚLČÍK, M., PAVLÍK, M. (2010). *Společenská odpovědnost organizace – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada publishing, str. 21.

²⁶ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 138.

2.5 Společenská odpovědnost a podnikatelská etika

Na teoretické a praktické úrovni lze v současné době vypozařovat tři základní proudy, které stanovují oblast etického a odpovědného podnikání. Jedná se o podnikatelskou etiku, společenskou odpovědnost firem a vzájemnou kombinaci podnikatelské etiky a společenské odpovědnosti firem.

Jak již bylo zmíněno dříve, v oblasti podnikatelské etiky a také v oblasti společenské odpovědnosti firem existuje poměrně velká nevyjasněnost terminologie. Pokud se mluví o etickém nebo odpovědném chování, nemusí tím být myšleno pouze chování, které se týká jen podnikatelské etiky nebo naopak společenské odpovědnosti. Na etiku v podnikání a na společenskou odpovědnost podniku je potřeba hledět souběžně jako na jednotný myšlenkový směr, který poukazuje na adekvátní jednání a chování podnikatelských subjektů ke svému okolí.

Podnikatelská etika se zabývá zcela praktickým rozhodováním o etických problémech v v podnikání a snaží se o nalezení správného a skutečnosti odpovídajícího chování podnikatelských subjektů. Podnikatelský subjekt, který se rozhodne do svého podnikání implementovat etický program, plní pořád svojí základní funkci, kterou je maximalizace zisku, ale činí tak se zohledněním sociálního a životního okolí.

Etické hodnoty se v různých oborech činnosti mohou více či méně odlišovat, ale v zásadě se většinou zabývají stejným okruhem otázek. Mezi tyto okruhy otázek můžeme zařadit:

- slušnost a věrnost zákonu;
- bezpečnost a kvalita výrobků;
- konflikty zájmů a jejich řešení;
- uzavírání pracovních smluv;
- bezpečnost a ochrana zdraví na pracovišti;
- poctivost v odbytových praktikách;
- vztahy k dodavatelům;
- vztahy k zákazníkům;
- stanovení cen a zacházení s vnitřními ekonomickými informacemi;

- úplatky při získávání informací a zakázek;
- ochrana životního prostředí.²⁷

Společenskou odpovědností firem rozumíme dle definice EU „dobrovolné integrování sociálních a ekologických hledisek do každodenních firemních operací a interakcí se stakeholdery.“ Podnik se i za těchto podmínek snaží o dosažení svého základního cíle, maximalizace zisku, přitom však bere v potaz okolí představující ekonomickou a sociální oblast a oblast životního prostředí. Podniky, které vedle svých ekonomických cílů zohledňují i sociální a environmentální hlediska, při zachování ekonomické efektivnosti v konečném důsledku snižují negativní dopady na prostředí, a dokonce mohou přispívat k pozitivnímu vývoji a rozvoji svého sociálního a životního prostředí.

2.6 Integrace etických hodnot do podniku

Integrace etiky do podnikání není jednorázovým, ale ani jednoduchým procesem. Každá organizace, která se chce chovat eticky, by měla usilovat o to, aby u procesu implementace etiky do činnosti organizace byly zachovány základní principy.

Cílevědomost je jedním z nich. Aktéři implementace etických principů musí předem vytyčit jasné cíle a musí vědět, kam chtějí podnik implementací směřovat a jaké nástroje a metody jim k tomu pomůžou. Dalším principem je komplexnost a systematičnost. Tento princip klade důraz na to, aby aktéři implementace podchytili a brali v úvahu všechny relevantní oblasti, které ovlivňují úspěšnost celé implementace. Důležité je také uspořádání všech těchto oblastí v logický a efektivní systém. Posledním neméně důležitým principem je synchronnost jednotlivých prvků a úrovní integrace. Přestože některé implementační kroky vyžadují svou specifickou chronologii, ostatní implementační kroky by měly probíhat synchronně. Pokud tomu tak není, může být celý proces implementace zkomplikován či narušen.²⁸

²⁷ ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., ZAVREL, T. (2006). *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, str. 36-38.

²⁸ ČANÍK, P., ČANÍKOVÁ, P. (2006). *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí – studie*[online]. Praha: TRANSPARENCY INTERNATIONAL, str. 19 [cit. 2011-08-20]. Dostupné z [www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf).

„Cílené zavádění etiky do podnikání je možné jen aplikací etických principů, nástrojů a metod do podnikatelského procesu, tedy vznikem etické infrastruktury podniku. Jedná se zejména o instalaci kodexů etiky, etických vzorů, výcviků a vzdělávání v oblasti podnikatelské etiky, etického a sociálního auditu atd. Společně s uvedenými nástroji podnikatelské etiky je nutné uvést do života i základní metody – dialog a konsensus. Etická infrastruktura podniku však reflektuje vliv tradic a rituálů, klíčových etických zásad, principů a hodnot, ale také vyspělost organizační kultury.“²⁹

Za zavedení etiky do podniku a do samotné strategie podniku by měl být odpovědný management. Záleží na tom, do jaké míry je vedení společnosti eticky odpovědné, z čehož se odvozuje kvalita etické odpovědnosti celé organizace. Etická odpovědnost podniku je zaměřena jak dovnitř firmy na vedení a na běžné zaměstnance, tak na okolí firmy a to především na zákazníky, dodavatele, odběratele, investory, konkurenty.

V případě etických metod je uváděna nezbytnost konsensu a dialogu. Právě vysoká úroveň vzájemné komunikace, interakce a spolupráce musí být nedílnou součástí všech etap implementace etického programu. Je to dialog, který legitimizuje veškeré kroky implementace podnikatelské etiky. Následný konsensus snižuje případné problémy a třecí plochy. Celou problematiku vzájemné komunikace je nutné náležitě posoudit a vedení musí rozhodnout, jakou metodu pro implementaci zvolit. Může se jednat o přístup:

- autokratický (forma nařízení);
- týmová příprava (problém je řešen v rámci týmu, ale konečné rozhodnutí přijímá jedinec);
- skupinové rozhodování (členové týmu problém společně řeší i činí konečná rozhodnutí).³⁰

K prosazování etiky do podnikatelské praxe se musí dále použít různé nástroje, které lze rozčlenit do dvou základních skupin: interní a externí. Interní nástroje má podnik přímo

²⁹ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 68.

³⁰ ČANÍK, P., ČANÍKOVÁ, P. (2006). *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí – studie*[online]. Praha: TRANSPARENCY INTERNATIONAL, str. 20 [cit. 2011-08-20]. Dostupné z [www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf).

pod kontrolou a jejich používáním ovlivňuje přímo své etické chování. Externí nástroje existují vně podniku a jejich používáním může podnikatelský subjekt ovlivňovat etické prostředí ve společnosti (například protikorupční linky státních organizací).

Z interních nástrojů, které jsou nezbytné při integraci etického chování do firmy a které napomáhají podnikům při etickém a odpovědném podnikání, lze uvést etické kodexy, některé další interní dokumenty, etický a sociální audit, reporting a měření sociální odpovědnosti firmy a mezinárodní standardy v oblasti sociální odpovědnosti, různé formy společensky odpovědných aktivit, aktuální analýza všech zainteresovaných skupin, vzdělávání v etické oblasti a trénink etického chování, etický leadership (vedení příkladem), whistleblowing (anonymní informační linky).³¹

2.7 Etický kodex

Co si vlastně můžeme představit pod termínem etický kodex (Code of Ethics, Code of Conduct) a co pro nás znamená? Níže jsou uvedeny definice etického kodexu, které nám pomohou odpovědět na tuto otázku.

„Kodexem obecně rozumíme systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů, které vymezují a upravují vztahy mezi členy určité komunity. Specifikem etických kodexů je jejich zásadní, univerzalistický charakter.“³²

„Kodexy etiky jsou nejvýznamnějším a také nejpoužívanějším nástrojem etického řízení. Etický kodex by měl doplnit zákonnou úpravu zejména v oblastech, kde již zákonná úprava není potřeba, ale které není možné ponechat zcela bez jakékoli regulace. Kodexy jsou v této oblasti základem samoregulace.“³³

„Existuje vztah mezi strategickým řízením organizace a jejím etickým profilem. Jsou to především hodnoty organizace, které specifikují požadované jednání všech zaměstnanců

³¹ ČANÍK, P., ČANÍKOVÁ, P. (2006). *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí – studie*[online]. Praha: TRANSPARENCY INTERNATIONAL, str. 20-21 [cit. 2011-08-20]. Dostupné z [www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf).

³² ROLNÝ, I. (2007). *Etika v podnikové strategii*. Ostrava: KEY Publishing, str. 59.

³³ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 74-75.

organizace a jsou základem pro tvorbu etického kodexu organizace nebo podobného dokumentu.“³⁴

*„Etický kodex firmy je vyjmenovaným souborem zásad přípustného a vhodného chování zaměstnanců.“*³⁵

Etický kodex ve shrnutí poskytuje detailnější rozpracování, konkretizaci morálních zásad a jejich použití v podnikové praxi. Etické kodexy slouží ke kultivaci podnikového klimatu, podnikové kultury. Podpisem kodexu nebo jiným potvrzením ve smyslu akceptace pravidel zaměstnancem, popřípadě kolektivním subjektem, se zavazujeme k dodržování těchto pravidel a postupů. Porušení kodexu lze řešit postihem v něm stanoveným (uvolnění z pracovní pozice, vyloučení z profesní asociace apod.).

Etický kodex je dokumentem, na který se mohou odvolat zainteresované strany v případě, že by se po nich vyžadovalo jednání, které by bylo v rozporu se zásadami uvedenými v kodexu. V největší části případů se jedná o doporučení. Avšak pro subjekty, které k nim přistoupí, již mají závazný charakter a v případě jejich porušení jsou stanoveny sankce, respektive nápravná opatření. Když společnost přijme etický kodex, ujistí tím spotřebitele i veřejnost, že dodržuje standardní morální a etické principy a zároveň slouží jako základ pro postih, jestliže chování člena podniku není v souladu s požadovanou normou stanovenou v kodexu.

Kodexy etiky se v současné době vyskytují ve třech možných formách:

- etické kodexy zaměřené na činnost hospodářských sdružení;
- etické kodexy profesionálních sdružení a jejich členů;
- etické kodexy jednotlivých podnikatelských subjektů.³⁶

Při zpracování etických kodexů se uplatňují především dva základní modely tvorby:

- skandinávský model (do tvorby etického kodexu je zainteresován co největší počet zaměstnanců - vysoká míra participace);

³⁴ BLÁHA, J., DYTRT, Z. (2003). *Manažerská etika*. Praha: Management Press, str. 100.

³⁵ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 137.

³⁶ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 75.

- americký model (etický kodex je vytvářen managementem nebo vlastníky podniku).³⁷

Ať už si podnik vybere skandinávský nebo americký model pro zpracování etického kodexu, důležité je, aby tvorba tohoto dokumentu proběhla zcela legitimně, a aby byl dokument široce akceptován. Zavedení etického kodexu do podniku však musí být provedeno citlivě, přiměřeně a obezřetně. Pokud se tak nestane, riskuje podnik to, že etický kodex nebude pracovníky přijat jako praktická pomůcka k etickému chování, ale v lepším případě bude brán jako zcela nadbytečný dokument. Každý zaměstnanec by měl etický kodex převzít v papírové nebo alespoň elektronické podobě, aby ho měl vždy po ruce. Management podniku by měl také pořádat různá školení a vysvětlit všem zaměstnancům etická pravidla na příkladech, čímž dojde k lepšímu pochopení a zároveň osvojení si požadovaných pravidel chování.

Etické profesní kodexy jsou známé již běžnou záležitostí. Do České republiky se proces vzniku a implementace etických kodexů šířil z USA přes západní Evropu (kodexy jsou nejrozšířenější v USA a ve Velké Británii - v současnosti více než 90 % amerických společností má etické kodexy³⁸). Je to tendenční nástroj zlepšení etického chování společností, který se osvědčil ve vyspělých zemích.

2.7.1 Oblasti úpravy etických kodexů

Morální ani etická univerzální pravidla, která by byla všeobecně akceptována, neexistují. Přesto se v organizacích preferuje univerzální etický kodex, který definuje soubor zásad přípustného a vhodného chování zaměstnanců.³⁹

Etický kodex většinou obsahuje tyto části:

- vztah k zaměstnancům - respektování práv osobnosti
- vztah se zákazníky - respektování práv zákazníků;

³⁷ ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., ZAVREL, T. (2006). *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, str. 36.

³⁸ Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

³⁹ ŠTRACH, P. (2008). *Principy managementu*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, str. 137.

- etické chování podniků na celospolečenské úrovni - dodržování základních lidských práv, práv menšin, uplatnění principu charity, respektování práv ostatních podnikatelských subjektů;
- vztahy k dodavatelům - společné zájmy, dodržování platebních závazků;
- vztahy k vládě a místním orgánům a placení daní;
- vztahy k životnímu prostředí;
- vztahy s konkurencí - dodržování pravidel poctivé soutěže, nepoškozování jména konkurence, obstarání informací o konkurenci legálními prostředky;
- otázky týkající se mezinárodního obchodu;
- vztahy k majitelům.⁴⁰

I když se preferuje univerzální etický kodex, jeho obsah a struktura se v jednotlivých organizacích liší. Tyto odlišnosti jsou způsobeny například odlišnou firemní tradicí, etickou a mravní úrovní managementu a zaměstnanců, předmětem činnosti firmy a její velikostí. Nicméně, přes existující odchylky a odlišnosti, lze v etických kodexech specifikovat obsahové okruhy, které by neměly chybět v žádném z nich:

- respektování práva;
- čestnost a férová konkurence;
- bezpečnost a kvalita produkce;
- střety 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.⁴¹

⁴⁰ CEJTHAMR, V. (2006). *Management a organizační chování*. Praha: Grada Publishing, str. 45-46.

⁴¹ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 77.

Dále můžeme uvést doporučení OECD, které říká, že klíčovým materiálem při tvorbě etických kodexů by měla být Směrnice OECD pro nadnárodní společnosti a etické kodexy by měly upravovat podnikatelskou etiku v nejméně v sedmi oblastech:

1. etické chování podniků na celospolečenské úrovni - dodržování základních lidských práv, práv menšin, principu charity a respektování práv ostatních podnikatelských subjektů;
2. vztahy vůči státu - včasné a správné placení daní, vedení účetnictví a dodržování zákonů;
3. vztahy vůči majitelům a investorům (akcionářům) - poskytování pravdivých informací o hospodaření, plnění povinností vůči akcionářům, chování akcionářů k firmě a zájmy majitelů a investorů;
4. vztahy k zaměstnancům - respektování práv osobnosti; vyloučení diskriminace při výběru nových zaměstnanců; bezpečnost pracovního prostředí; spravedlnost při stanovování mezd a jiných benefitů a odměn, stejné právo na informace; spoluúčast při rozhodování; pracovní pravidla; práva zaměstnanců; zodpovědnost firmy vůči zaměstnancům; plnění pracovních povinností zaměstnanci; formy uplatnění stimulační politiky, úroveň spolupráce, vzájemného respektu, tolerance, informovanosti mezi pracovníky; vzájemné vztahy mezi pracovníky, povinnosti lidí (jako lidských bytostí a jako zaměstnanců) ke svým vedoucím, podřízeným, spolupracovníkům; "férovost" pracovních smluv; vzájemné závazky mezi manažery a pracovníky;
5. vztahy vůči zákazníkům - respektování práv zákazníků; ochrana zdraví zákazníků; pravdivé informování zákazníků; odpovědnost za výrobek (jakost, bezpečnost, dodržování předpisů a norem); reklama; záruční servis; zákaz dávat úplatky potencionálním zákazníkům; chování k regionu, kde daný podnik sídlí;
6. vztahy k obchodním partnerům - společné zájmy, důvěra; dodržování platebních a jiných závazků; plnění povinností vůči obchodním partnerům;
7. vztahy vůči konkurenci - dodržování pravidel poctivé soutěže; nepoškozování dobrého jména konkurence; obstarávání informací o konkurenci pouze legálními prostředky.⁴²

⁴² Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

2.7.2 Přínosy etických kodexů

Existují oblasti, které mají všeobecný charakter a jsou tudíž všeobecně aplikovatelné pro všechna odvětví. Pokud etický kodex obsahuje správně definované oblasti a aktivity s jednotlivými subjekty tak by měl být pro společnost přínosem.

Přínosy jednotlivých oblastí kodexu můžeme rozčlenit takto:

- zlepšují reputaci firmy na veřejnosti i u zákazníků;
- kodexy dávají managementu a zaměstnancům vodítko, nástroj umožňující upevňovat firemní kulturu odrážející hodnoty uznávané danou firmou
- definují firemní politiku ve všech možných oblastech a ve vztahu k různým participujícím (zájmovým) skupinám;
- omezují subjektivitu a nekonzistentnost v rozhodování;
- jsou i ochranou organizace při obvinění z neetického jednání či porušení zákona; demonstrují snahu organizace jednat v souladu s platnými a dobrými mravy;
- zvyšují loajalitu zaměstnanců, hrdost být zaměstnancem dané firmy a usnadňují tak získávání vysoce kvalitních pracovníků;
- napomáhají vytvářet příznivé pracovní klima;
- jsou důležitým předpokladem účinného vedení; dosahování vysokého standardu v jednání vrcholového managementu velmi pozitivně ovlivňuje ostatní zaměstnance;
- jsou urychlovačem pozitivních změn;
- napomáhají vyjádření zájmů organizace, stanovení cílů i jejich plnění;
- usnadňují jednání se zainteresovanými skupinami;
- napomáhají dobré a otevřené komunikaci;
- zabraňují nadřízeným, aby po podřízených požadovali nesprávné jednání;
- zvětšují výkonnost organizace a její konkurenční schopnost, zlepšují a zjednodušují komunikaci s partnery.⁴³

Existují i nějaké nevýhody nebo slabé stránky etických kodexů? Pokud pomineme náklady na zpracování, implementaci a udržení pravidel v povědomí zaměstnanců, pak

⁴³ Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

zůstává diskutabilní otázka, nakolik užitečný je etický kodex u malých podniků a drobných podnikatelů s pevnou firemní kulturou fungující převážně na základě neformálních vztahů. Vzniká nebezpečí, že pokud není kodex brán jako akční nástroj etického programu, stává se „prázdným dokumentem“ postrádajícím svůj význam. Také přespříliš obecně zpracovaný etický kodex nepostihuje etické problémy, kterými se musí organizace skutečně zabývat. A naopak příliš detailně propracovaná kodifikace a vytváření norem sebou nese riziko ztráty utilitárního charakteru kodifikovaných pravidel (jde o nebezpečí, které je spojeno s kodifikací jakýchkoliv jiných norem).⁴⁴

2.8 Whistleblowing

„Whistleblowing je možno definovat jako oznámení neetického jednání na pracovišti těm, kteří mohou v dané věci zasáhnout a aktivně tuto situaci napravit. Důležitým aspektem whistleblowingu je skutečnost, že byly vyčerpány všechny jiné možnosti nápravy (informování nadřízených o vzniklé situaci apod.), ale nebyl na ně brán zřetel.“⁴⁵

Whistleblowing (z angličtiny „blow the whistle“ - doslova „hvízdání na píšťalku“) definuje a označuje případy, kdy whistleblower (stávající nebo bývalý zaměstnanec nějaké společnosti - doslova ten, kdo hvízdá na píšťalku) upozorní orgán oprávněný k prověření či zakročení na nelegitimní, neetické nebo nezákonné praktiky na pracovišti.

Tyto praktiky se dějí se souhlasem nadřízených daného zaměstnance a jdou proti veřejnému zájmu či ohrožují veřejnost. Whistleblower by měl samozřejmě jednat v dobré víře a nesledovat vlastní prospěch. V českém jazyce nemá toto označení adekvátní ekvivalent. Lze ho ale jednoduše přeložit jako oznamovatel, informátor nebo udavač. Toto označení však v sobě obsahuje negativní prvek udavačství a práškačství. Pojem whistleblowing naopak obsahuje pozitivní prvek představující odvahu danou skutečnost komunikovat.

⁴⁴ ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., ZAVREL, T. (2006). *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, str. 71.

⁴⁵ ČANÍK, P., ČANÍKOVÁ, P. (2006). *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí – studie*[online]. Praha: TRANSPARENCY INTERNATIONAL, str. 39 [cit. 2011-08-20]. Dostupné z [www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf).

Whistleblower může pocházet z interního prostředí podniku (zaměstnanci konkrétního podniku) a také z externího prostředí (dodavatelé, zákazníci). Důležitou úlohu v případě whistleblowingu hraje odpovědnost jednotlivce, který oznamuje špatné jednání. Whistleblower řeší dilema, na straně jedné stojí jeho osobní odpovědnost za zamlčení neetického jednání, na straně druhé pak odpovědnost za pravdivost zveřejněných informací.

Problematika whistleblowingu se jeví jako složitá a hlavně citlivá. V České republice, podobně jako v jiných zemích, si lidé whistleblowing často spojují s negativními momenty v minulosti. Například v Německu je whistleblowing spojován s gestapem, v Číně pak s diktaturou.⁴⁶

I přesto lze whistleblowing považovat za velmi důležitý nástroj, který mohou organizace (zejména mezinárodní velké společnosti) použít k prevenci a eliminaci neetického jednání svých zaměstnanců. Ke zjednodušení, zajištění nezávislosti a anonymity podniky zřizují tzv. helplines (linky důvěry, ohlašovací linky), na které je možné oznamovat konkrétní případy nebo samotné podezření neetického jednání.

Zřízením helplines se zvyšuje pravděpodobnost, že zaměstnanci nahlásí špatné nebo neetické chování. Vhodně zvolenou formou informování o těchto praktikách může podnik eliminovat neetické chování, předcházet případným škodám, nechtěné publicitě a podobně.

Při zavádění a pro efektivní fungování helplines je doporučeno splnění následujících podmínek:

- garance anonymity pro volající;
- přístupnost služby 24/7;
- bezplatné volání ze strany whistleblowera;
- další služby – u mezinárodních organizací například možnost sdělovat neetické jednání ve svém vlastním jazyce.⁴⁷

⁴⁶ ČANÍK, P., ČANÍKOVÁ, P. (2006). *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí – studie*[online]. Praha: TRANSPARENCY INTERNATIONAL, str. 40 [cit. 2011-08-20]. Dostupné z [www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf).

⁴⁷ Viz poznámka pod čarou 46

Odhalení podvodného jednání či korupčního chování pomocí whistleblowingu se popovažuje za zásadní nástroj v boji proti korupci. Je důležité zajistit, aby whistleblower neměl možnost ovlivňovat průběh vyšetřování, popřípadě jeho výsledky. Na celé věci je podstatné samotné odhalení a odpověď na otázku, zdali je odhalení pravdivé či nikoliv.⁴⁸

⁴⁸ Ministerstvo financí České republiky (2006). *Řízení konfliktu zájmů ve veřejném sektoru* [online]. Praha, Ministerstvo financí České republiky, str. 63 [cit. 2011-08-21]. Dostupné z [www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf).

Praktická část práce

3 Podmínky implementace etických hodnot do podnikové sféry v ČR

Obchodní a podnikatelské etika, zkoumání a zavádění morálky a etiky do podnikání, je aktuálním tématem již mnoho let. Otázky podnikové odpovědnosti, dopadů průmyslové výroby na životní prostředí a další otázky spojené s nevhodnějším uspořádání řízení ekonomické činnosti se v posledních letech dostávají do čela zájmu.

I když se o podnikatelské etice diskutovalo již dříve, jako samostatná disciplína vznikala v druhé polovině 20. století ve Spojených státech amerických. Objevily se první publikace a americké univerzity zakládaly výzkumná centra zabývající se etikou v podnikání.⁴⁹

Podobně na tom byla i společenská odpovědnost podniku, jejíž teoretická východiska vznikají také ve druhé polovině 20. století, postupně se rozvíjí a od devadesátých let 20. století se dostala do pole zájmu i Evropské komise, která ve společenské odpovědnosti podniku vidí potenciální zdroj k dosažení konkurenční výhody podniku.⁵⁰

Západní Evropa se postupně obracela k morálním otázkám v ekonomických aktivitách. V České republice a ostatních zemích střední a východní Evropy tomu tak bylo až na konci 20. století.

V souvislosti s novodobou historií a politickým a ekonomickým vývojem České republiky se můžeme zabývat otázkou, do jaké míry ovlivnil tento vývoj etické hodnoty a jejich implementaci do podnikové sféry. Mezi významné mylníky lze řadit revoluci v roce 1989, přeměnu z komunistického režimu na politický systém založený na demokratických hodnotách, a dále pak vstup České republiky do Evropské unie v roce 2004. Vývoj a změny pohledu na etiku však mohla vyvolat i hospodářská krize z roku 2008.

⁴⁹ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 17-18.

⁵⁰ BĚLČÍK, M., PAVLÍK, M. (2010). *Společenská odpovědnost organizace – CSR v praxi a jak s ním dál*. Praha: Grada publishing, str. 22.

Pro pochopení situace v České republice (bývalém Československu) je třeba zmínit, že před rokem 1989 zde nebyly žádné společnosti v soukromém vlastnictví, výhradním vlastníkem všech obchodních organizací byl stát. Předchozí režim hlásal a požadoval společné vlastnictví a odmítal třídní rozdíly mezi lidmi, jako svůj cíl uváděl odstranění kapitalismu a vybudování sociálního státu. Podnikatelské prostředí v České republice bylo během dlouhé doby pod tlakem politického režimu. Historické okolnosti způsobily zánik poctivého obchodování, které se rozvíjelo ve své klasické podobě během období první republiky v letech 1918 – 1938. Soukromého vlastnictví nefungovalo a nebylo ničím chráněno, což komplikovalo, respektive úplně znemožnilo rozvíjení soukromého podnikání a dokonce došlo k zesílení úpadku obchodní morálky. Lidé se octli v jednom státě vedle sebe se ztroskotanými iluzemi a se zničenými ideály. Spojovala je ztráta perspektivy, která vedla v úpadek morálky a etiky. Tato situace trvala až do Sametové revoluce v listopadu 1989, kdy došlo k pádu dosavadního politického režimu a k nastolení demokraticky orientované vlády.

Po roce 1989 muselo dojít především ke změně myšlenkového konceptu idejí v kontextu nového ekonomického systému. Dosavadní centrálně plánovaná ekonomika se transformovala na ekonomiku tržní. Českou podnikatelskou kulturu bylo potřeba probudit z mnohaletého spánku a postupně ji rozvíjet dle vzoru západních zemí.

Podnikatelské činnosti se postupně uvolňovaly a projevovala se podpora samostatného podnikání občanů. Zlomem v soukromém podnikání bylo přijetí zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). Právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost tak příslušela každému občanu bez výjimky. U státních podniků docházelo k privatizaci, u které bylo použito několik metod (malá privatizace, velká privatizace a restituce). Velká privatizace se zabývala privatizací velkých a středních podniků zejména v oblasti průmyslu, malá privatizace privatizací malých podniků zejména v oblasti služeb a restituce byla navrácení majetku původním majitelům (nebo jejich dědicům). Tzv. kupónová privatizace byla forma privatizace, při níž občané měli možnost koupit kupónové knížky s určitým počtem kupónů, které mohli směnit za podíl ve státním podniku, který byl uvolněn do kupónové privatizace. Kolem privatizace docházelo k rozkrádání státního majetku a mnohým jiným rozsáhlým podvodům.

S rozvojem podnikání a privatizací se začínají objevovat na českém trhu zahraniční investoři a v souvislosti s tím dochází k internacionalizaci a následnému střetu různých zájmů a ekonomickým, hospodářským, společenským a sociálním konfliktům. V právním řádu existovaly četné mezery, čeští novodobí podnikatelé neměli dostatek zkušeností a už vůbec neměli zafixované podnikatelské principy a pravidla podnikatelské etiky.

Problematika podnikatelské etiky a odpovědnosti podnikání nebyla tehdy aktuální a ani veřejnost se jí nezabývala. Přesto v roce 1994 vznikla v České republice významná a pro budoucnost etiky zcela zásadní organizace „Společnost pro etiku v ekonomice“ při Národohospodářském ústavu Akademie věd. Díky osobnostem působícím v této organizaci postupně vznikaly překlady a samostatné práce z oblasti podnikatelské etiky. V praxi však toto téma bylo zlehčováno a u manažerů a ekonomů nevzbuzovalo zájem, ale spíše pobavení.⁵¹

V druhé polovině devadesátých let přibývalo monografií na téma podnikatelské etiky, díky médiím se zvyšovala také informovanost obyvatel a vznikala různá sdružení, z nichž můžeme uvést například Transparency International ČR⁵² nebo Etické fórum, které se zabývalo evropskou kulturou prosazující etiku a etické chování ve vědě, kultuře, politice, podnikání a dalších oborech. V novém tisíciletí se podnikatelská etika ukazuje již jako zralá, aktuální disciplína a stala se plnohodnotným tématem ekonomických diskusí.⁵³

Česká společnost se připravovala po roce 2000 na vstup do Evropské unie. Etické chování je jednotlivými státy Evropské unie chápáno ne jako náklad, ale jako investice do budoucnosti. Na jednotném evropském trhu platí zákonná pravidla pro chování všech subjektů v něm působících. Pokud jsme jednou členy, musíme pravidla dodržovat. Otázkou je, zdali je i naše morálka v souladu s obecnými pravidly morálky zemí Evropské unie? Ze strany evropské veřejnosti tu byl a stále je veliký tlak na

⁵¹ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 21-22.

⁵² Transparency International (TI) je mezinárodní nevládní organizace, která se zabývá omezováním korupce v mezinárodním obchodě, její sídlo je v Berlíně a má mnoho desítek poboček po celém světě
Zdroj: BOHATÁ, M. (1997). *Základy hospodářské etiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, str. 107.

⁵³ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 23-24.

osvojení si etických pravidel a zvýšení morálky v nových členských státech unie, čímž by došlo k zacelení mezery, která vznikla nejenom v České republice dlouhodobým odloučením od ekonomického vývoje v západní Evropě.

Vstupu ČR do Evropské unie, příchod velkých zahraničních investorů a s nimi i zavedení západní kultury v dosavadních českých podnicích, medializace a aktuálnost tématu morálky, etiky a společenské odpovědnosti, to vše napomohlo tomu, že se na danou problematiku hledí se zájmem a důležitostí.

V posledních letech usiluje Česká republika o vytvoření moderní, vyspělé ekonomiky, která by fungovala v souladu se standardy podnikatelské etiky. Podnikatelská etika a její kultivace je dlouhodobou záležitostí s velkou setrvačností, a právě proto je nutné, aby co nejvíce českých firem přijímalo etické kodexy a dohlíželo na jejich implementaci a dodržování.

V České republice se situace ve vnímání podnikatelské etiky mění pozvolna. Když budeme mluvit o dodržování obecných standardů hospodářské etiky, zjistíme, že největší problémy a nespokojenost jsou v oblasti plnění závazků a v oblasti platební morálky. Naše podniky svým chováním podnikatelské prostředí formují a zároveň jsou jím limitovány, je proto v jejich vlastním zájmu usilovat o kultivované, transparentní podnikatelské prostředí.⁵⁴

Implementace etiky se také neustále rozvíjí nejen v soukromém, ale i státním sektoru. V soukromém sektoru se jedná zejména o banky, výrobní, investiční a obchodní společnosti. Existují však i etické kodexy v ostatních sektorech, jímž je například zdravotnictví. K implementaci a dodržování etických pravidel fungování veřejné správy je Česká republika, stejně jako v případě etických kodexů pro podnikatelský sektor, vybízena jak EU, tak i OECD (doporučení OECD členskými zeměmi spočívá na přesně stanovených principech).

Kodexy etiky ve státní správě vznikají jako odpověď na vzrůstající poptávku veřejnosti po větší odpovědnosti, efektivnosti, integritě, etických standardech a porozumění

⁵⁴ Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

veřejných úředníků požadavkům občanů. V některých zemích existují kodexy etiky zahrnující všechny veřejné úředníky, v jiných jsou vydávány speciální kodexy etiky jednotlivými ministerstvy, případně dalšími orgány státní správy.⁵⁵

Kodexy etiky používané ve veřejné správě obvykle upravují přijímání darů a jiných požitků, využívání úředních informací, užívání služebního majetku či zařízení, práce mimo veřejnou službu a konflikt zájmů, hlavně finančních a osobních. Kodex etiky zaměstnanců ve veřejné správě byl vládou ČR schválen dne 21. března 2001 (usnesení vlády č.270/2001).

⁵⁵ Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z [www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html) [cit. 2011-08-22].

4 Historie, implementace, analýza a zhodnocení zavedení etických hodnot ve společnosti AGC Flat Glass Czech a.s.

4.1 Historie a obecné informace o společnosti

Sklářský průmysl na severozápadě Čech, a společnost AGC Flat Glass Czech jako jeho součást, měl vždy významné postavení. Za dobu své existence společnost prošla vývojem, který zahrnoval řadu změn v organizačním uspořádání. Některé důležité mezníky posledních let jsou popsány níže.

V roce 1990 byla v Teplicích založena akciová společnost Sklo Union, ve které byly soustředěny sklárny lokalizované v severních a západních Čechách. Ta začala po ohodnocení svého majetku americkou firmou Bankers Trust hledat strategického zahraničního partnera. Záhy se ukázalo nereálné, že by do Sklo Unionu vstoupil takový partner jako do celku, neboť většina světových sklářských firem je organizována do nezávislých specializovaných divizí. Proto bylo vytvořeno několik dceřiných akciových společností a Sklo Union a.s. se stala de facto finančním holdingem.

Jednou z nich byla akciová společnost Glavunion, založena k 1. lednu 1991 se závody Řetenice, Pozorka, Chudeřice, Kryry, Duchcov, Sokolov, Oloví, Chodov a Hranice. 22. března 1991 byla podepsána s belgickou firmou Glaverbel S.A. smlouva o založení společného podniku, který od 1. dubna 1991 zahájil svou činnost. Začlenění do skupiny Glaverbel znamenalo nejen investici ve výši několika miliard korun na modernizaci a nové výrobní celky, ale i plné propojení celosvětové obchodní sítě Glaverbelu s vlastní distribuční sítí Glavunionu, vytvářenou postupně od roku 1992. V návaznosti docházelo i k dalším organizačním změnám, ke koncentraci výroby a jejímu zaměření výhradně na výrobu a zpracování plochého skla. K 1. lednu 1999 byla a.s. Glavunion přejmenována na Glaverbel Czech a.s.

Od roku 2001 pak vlastnictví celé skupiny Glaverbel přechází do rukou Asahi Glass Co. Ltd. (Japonsko), bylo rozhodnuto o globálním řízení celé skupiny. K 1. září 2007 se Glaverbel v rámci kompletního přejmenování všech firem náležících do sklářského koncernu AGC Group stává AGC Flat Glass Europe (označení AGC Glass Europe pro spojení divize plochého skla AGC Flat Glass Europe a automobilové divize AGC

Automotive Europe), Glaverbel Czech a.s tak mění svůj název na AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group.

Společnost v uplynulých letech investovala zhruba 12,5 miliardy korun do zvýšení výroby surového skla a zlepšení jeho kvality, zavádění nových technologií pro výrobu s vyšší přidanou hodnotou, zvýšení produktivity práce a využití výrobních linek, zvýšení konkurenceschopnosti a snížení výrobních nákladů, zlepšení úrovně ochrany životního prostředí a péče o zdraví a bezpečnost zaměstnanců.

AGC Flat Glass Czech a.s. je součástí jednoho z největších výrobců plochého skla na světě – společnosti AGC Glass. AGC Glass zastřešuje všechny aktivity skupiny AGC (AGC Group) týkající se výroby a zpracování plochého skla určeného především pro stavebnictví. Zahrnuje třicet šest výrobních linek plochého skla umístěných v Evropě, Severní Americe a v Asii. Pro potřeby této práce se budeme zabývat pouze společností AGC Flat Glass Czech a.s., jejíž vize, obchodní strategie, politika i etické hodnoty vychází z pravidel AGC Group.

Vedení firmy i hlavní závody sídlí v Teplicích, 90 kilometrů severně od hlavního města Prahy, v blízkosti hranic se Spolkovou republikou Německo. Tržby společnosti činily za rok 2010 necelých 6,4 miliardy korun a během celého roku 2010 se počet zaměstnanců pohyboval okolo jednoho tisíce. V současné době má AGC Flat Glass Czech pět výrobních závodů:

- závod Řetenice - vyrábí ploché sklo (float); součástí závodu je provoz Stratobel, který vyrábí vrstvená bezpečnostní skla velkých rozměrů;
- závod AGC Coating Teplice – vyrábí pokovená skla pro stavební průmysl;
- závod Barevka - vyrábí vzorovaná skla a matované sklo;
- závod Kryry - se zabývá výrobou zrcadel a skel pro nábytkářský průmysl;
- závod Oloví - vyrábí protipožární skla.

Navíc má AGC Flat Glass Czech distribuční a výrobní síť 15 dceřiných společností, které se nacházejí v České republice, na Slovensku a v Polsku.

Mottem „Glass Unlimited“ („Sklo bez hranic“) vyjadřuje své možnosti, které nabízí:

- sklo jako materiál odpovídající rostoucím požadavkům na pohodlí, úsporu energie, bezpečnost, zdraví a estetiku;
- nově vyvíjené produkty a postupy vznikající z neustálého vývoje a výzkumu špičkových sklářských technologií;
- celosvětovou obchodní síť;
- zaměstnance motivované k dosažení dokonalosti;
- výrobní zařízení, která se používají na osmnácti výrobních závodech na ploché sklo, sedmi závodech na výrobu automobilového skla a přibližně ve stovce zpracovatelských závodů po celé Evropě, a to od Španělska až po Rusko.

Vyznačuje se velkým počtem inovací. Jejím prioritním záměrem není jen zvyšování objemu výroby, ale především udržení vysokého standardu kvality produktů a nabízených služeb. Reflektuje potřebu nepřetržitých investic do technologicky náročných výrob řadících se k evropské špičce a umožňujících vyhovět jakémukoliv požadavku zákazníků. Společnost AGC Flat Glass Czech patří rovněž k nejprogressivnějším tuzemským vývozcům. V současnosti vyváží tři čtvrtiny své produkce do osmi desítek zemí světa. Firma též stabilně náleží mezi nejvyhledávanější zaměstnavatele v České republice. Svědčí o tom i fakt, že se pravidelně umísťuje v první desítce nejlépe hodnocených společností v zemi. V roce 2010 firma dosáhla vítězství v osmém ročníku prestižního ocenění Sodexo „Zaměstnavatel roku“ a v roce 2011 dokonce vítězství znovu obhájila. Za zmínku stojí také uznání, které firma získala v oblasti péče o zaměstnance s projektem „Ochrana pracovníků horkých provozů“, který byl vyhodnocen nejlepším personálním projektem ČR roku 2010.

Obrázek 1,2,3 Referenční projekt Letiště Praha Ruzyně - terminál 2



Zdroj: Interní materiály společnosti AGC Flat Glass Czech

Obrázek 4,5 Referenční projekt Boscolo Hotel v Praze



Zdroj: Interní materiály společnosti AGC Flat Glass Czech

4.2 Etické hodnoty a společenská odpovědnost podniku

Jak bylo zmíněno v teoreticko-metodologické části práce, na etiku v podnikání a na společenskou odpovědnost podniku je potřeba hledět souběžně jako na jednotný myšlenkový směr, který poukazuje na adekvátní jednání a chování podnikatelských subjektů ke svému okolí. Proto je v této kapitole popsán systém etických hodnot ve společnosti AGC Flat Glass Czech a zároveň společenská odpovědnost podniku.

Každá společnost skupiny AGC Group klade hlavní důraz na integritu v jednání se svými akcionáři. Skupina v tomto ohledu definovala soubor pravidel týkajících se odpovědností a doporučené praxe. Tato pravidla byla shrnuta do Etického kodexu společnosti AGC (viz příloha č. 1), který je závazný pro všechny její zaměstnance. Oblast etického kodexu je popsána a analyzována v následující podkapitole 4.3.

AGC Flat Glass Czech si uvědomuje a zabývá se závazkem chovat se eticky, přispívat k ekonomickému růstu a zároveň se snažit o zlepšování kvality života zaměstnanců, stejně jako lokální komunity a celé společnosti. Ve svých denních aktivitách firma zohledňuje ekonomické, sociální a ekologické všeobecně společnosti prospěšné cíle. Tyto cíle jsou dány i faktem, že se jedná o společnost se zahraničním kapitálem, mezinárodním působením a také obecným hospodářským vývojem v evropských zemích.

Snaží se tím dosáhnout například zavedením integrovaného systému managementu jakosti, životního prostředí a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Mottem všech

těchto tří subsystémů je vyrábět výrobek se zaručenou a stálou kvalitou splňující požadavky zákazníka, přitom však s respektováním všech reálných požadavků na ochranu životního prostředí a na ochranu zdraví pracovníků a jejich bezpečnost při práci.

Do integrovaného systému managementu jakosti, životního prostředí a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci je zahrnuto vedení společnosti a všechny výrobní závody, tj. Řetenice, Barevka, Kryry, Coating Teplice a Oloví, čímž je systém plně funkční v celé společnosti. Celý integrovaný systém navíc vykazuje značný potenciál ke zlepšování, což zpravidla není příliš vidět navenek, ale projevuje se to ve vztahu k zákazníkovi a v dalším zlepšování image společnosti. Firma je držitelem souboru certifikátů k integrovanému systému managementu jakosti podle normy ISO 9001:2008, ochrany životního prostředí ISO 14001:2004 a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci OHSAS 18001:2007 (viz příloha č. 2). Certifikáty vydala a jejich oprávněnost pravidelně kontroluje renomovaná certifikační společnost Bureau Veritas Certification Czech Republic s.r.o.

Zajisté existuje více pohledů na souvislost ISO norem a podnikatelské etiky. Odpůrci podnikatelské etiky mohou tvrdit, že není potřeba řešit otázky etiky jednotlivě, jelikož část etických zásad je zakotvena v mezinárodních normách ISO, které byly a jsou podmínkou vstupu na náročnější trhy a v dřívější době byly návodem k implementaci nového systému řízení. Zavedení ISO norem určitě přispívá k základním bodům podnikatelské etiky v oblasti jakosti, životního prostředí a bezpečnosti práce. ISO normy však nemůžou podnikatelskou etiku úplně nahradit.

Zákazníci a spotřebitelé chtějí záruku, že produkty, které nakupují, vznikají v přijatelném pracovním prostředí. Při dosahování úspěchu na mezinárodních trzích se u velkých nadnárodních společností prosazuje nová strategie postavená na udržitelném rozvoji lidských zdrojů. Firmy mimo jiné také zvažují míru rizika, kdyby dodavatelé nesplňovali základní požadavky týkající se pracovních podmínek zaměstnanců. V takovém případě by se jejich reputace mohla velice rychle stát středem veřejné kritiky, což by mohlo mít následky v postavení na trhu.

Proto AGC Flat Glass Czech posílilo svoji podnikatelská odpovědnost společnosti, a to rozhodnutím implementovat systém řízení společenské odpovědnosti dle mezinárodního standardu SA8000:2008, kladoucího důraz na pracovní právní podmínky zaměstnanců v celém dodavatelsko odběratelském řetězci. Certifikát za implementaci standardu SA8000 firma získala v letošním roce (viz příloha č. 3).

V rámci společenské odpovědnosti podniku Fotbalový klub Teplice a jeho vlastník, firma AGC Flat Glass Czech, realizují projekt na podporu sportu, mládeže a regionu s názvem „V Teplicích je budoucnost“.

Obrázek 6 Propagace 1 projektu „V Teplicích je budoucnost“



Zdroj: Dostupné z www: <http://www.teplice-budoucnost.cz/> (ke dni 30.8.2011)

Projekt stojí na hodnotách společnosti AGC Flat Glass Czech, kterými jsou CSR, etický kodex a sociální odpovědnost vůči regionu. AGC se snaží chovat odpovědně k místům, kde působí, iniciovat podpůrné aktivity v regionu a dbát na péči o své okolí. Tento projekt nabízí aktivity zejména pro mládež a různé akce na stadionu i mimo něj, které mají za cíl podpořit vnímání fotbalu jako inteligentní zábavy a vést mladé lidi k odpovědnosti, sounáležitosti a aktivnímu životnímu stylu. Většina obyvatel severních Čech vnímá nezastupitelnou roli sportu ve svém životě a potýká se s podmínkami nedostatečného sportovního vyžití jak pro sebe, tak své děti.

Závažným problémem je i vysoká nezaměstnanost a zhoršený stav životního prostředí. Klub FK Teplice reflektuje tuto situaci jako významný subjekt v regionu, který dlouhodobě klade důraz na celospolečenskou roli sportu a zejména fotbalu. Do projektu jsou zapojeni i hráči A mužstva a realizační tým. Klub vyzývá ke spolupráci také partnery z komerční sféry i veřejného sektoru.

Obrázek 7 Propagace 2 projektu „V Teplicích je budoucnost“



Zdroj: Dostupné z [www: http://www.teplice-budoucnost.cz/](http://www.teplice-budoucnost.cz/) (ke dni 30.8.2011)

Společnost také aktivně a dlouhodobě spolupracuje s českými vysokými školami především technického zaměření. Nadstandardní spolupráce je nastavena zejména s Technickou univerzitou v Liberci, Vysokou školou chemicko-technologickou v Praze a Fakultou výrobních technologií a managementu při Univerzitě Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem. Její formy jsou různorodé a zahrnují především pořádání odborných exkurzí, umožnění vypracování diplomových prací, spolufinancování vědecko-výzkumné činnosti, účast na Dnech kariéry a studentských vědeckých konferencích. Tyto aktivity byly v roce 2010 rovněž sdíleny s kolegy z Research&Development Center v Jumet (výzkumné středisko AGC), se kterými firma spolupracuje při náboru nových vědecko-výzkumných pracovníků z České republiky. Kromě výše uvedených aktivit poskytuje firma vybraným posluchačům možnost získání studijního stipendia.

4.3 Etický kodex společnosti

Po roce 1991, kdy převzal společnost AGC Flat Glass Czech (tehdy Glavunion) nový zahraniční investor a došlo tak k mnohým změnám. Jednalo se o organizační změny na úrovni místního i světového vedení společnosti. Všechny výrobní jednotky a dceřiné společnosti postupně převzaly jednotný název a tehdejší Glaverbel stanovil procedury pro řízení interních procesů a prodeje a zároveň stanovil i globální Etický kodex platný pro všechny členy skupiny.

Na přelomu roku 1995 a 1996 byl ve společnosti implementován první Etický kodex, který řešil pouze vztah zaměstnance a firmy. Jednalo se zejména o respektování lidských práv, ochranu zdraví a bezpečnost při práci, zákaz nedovoleného obchodování, řádné nakládání s majetkem společnosti a respektování druhých osob. V roce 2008 byl na základě nových zkušeností, kodexů jiných zahraničních firem, právního řádu a doporučení OECD vytvořen a implementován nový Etický kodex. Nedostatky dosavadního kodexu byly doplněny formou rozšíření kodexu o další body (viz kapitola 4.3.2).

Samotné dodržování právního řádu nemusí ještě představovat etické chování. Právní předpisy neobsahují výčet možností, jak reagovat na určitou skutečnost, ale vytváří pouze hranice pro beztrestné chování. Morální chování je tak postaveno nad rámec zákona.

4.3.1 Proces implementace etického kodexu ve společnosti

Jelikož se jednalo o novou proceduru a pravidla v oblasti etiky, která měla být řádně dodržována všemi zaměstnanci, bylo nutné Etický kodex nejdříve uvést v povědomí a postupně ho prezentovat všem zaměstnancům. Níže jsou uvedeny jednotlivé kroky procesu zavádění a aktivity spojené s prezentací kodexu.

Prezentace záměru vrcholovému managementu - Generální ředitel tehdejšího Glaverbelu sezval regionální manažery, představil jim a prezentoval nový Etický kodex, který měl být ve společnosti zaveden.

Prezentace záměru managementu na regionální úrovni - manažeři jednotlivých regionů dál prezentovali záměr na regionální úrovni, zajistili překlad kodexu a další kroky k jeho zavedení. Na této úrovni Generální ředitel Glaverbel Czech a později AGC Flat Glas Czech prezentoval Etický kodex místnímu managementu.

Prezentace záměru a samotného kodexu na úrovni výrobní jednotky - v České republice je jedno ředitelství a pět závodů. Ředitel společnosti dál prezentoval zavedení etických hodnot jednotlivým vedoucím odborů a zejména personálním útvarům.

Pro lepší chápání souvislostí a vůbec pochopení, proč se etická pravidla v podniku zavádí, bylo uspořádáno školení zvláště pro dělnické a manažerské profese. Vedoucí pracovníci vysvětlili funkčnost, jednotlivé body a důležitost dodržování kodexu. Vše představili na konkrétních případech a situačních scénkách. Každý zaměstnanec musel po absolvování školení podepsat prezenční listinu, kterou stvrzoval účast na školení. Personální oddělení pak každému zaměstnanci předalo papírovou verzi kodexu a jeho převzetí i s doplňující tezí, že mu jsou jeho body srozumitelné a bude se podle nich chovat, potvrdil každý zaměstnanec podpisem.

Cílem bylo, aby používání a dodržování eticky v podnikatelské praxi vedlo k vyšší úrovni firemní kultury, zlepšení image firmy na národní i nadnárodní úrovni, zvýšení důvěryhodnosti managementu, zapojení zaměstnanců do vytváření etických hodnot a zvýšení jejich loajality a tím i zlepšení motivace.

Je vůbec možné a žádoucí vymáhat plnění etického kodexu? Tato otázka může vyvolat rozdílné názory a je velice těžké na ní odpovědět. Na jednu stranu jsou obecná etická pravidla, respektive pravidla morálního charakteru nevymahatelná dle zákona a nejsou ošetřena jinými právními předpisy. Na druhou stranu, pokud se firma rozhodne implementovat etiku do své činnosti, je žádoucí, aby každý zaměstnanec etická pravidla přijal za svá. Pracovníci musí stvrdit podpisem, že budou dodržovat pravidla etiky, ale mělo by být v jejich vlastním zájmu tato pravidla dodržovat i bez nátlaku ze strany managementu. Záleží i na vedení společnosti, jakým způsobem zaměstnancům etický kodex představí a jak je motivují, aby si ho osvojili. V některých případech může být součástí etického kodexu například soulad s právními předpisy, dodržování pravidel hospodářské soutěže a antimonopolních zákonů, ochrana zdraví a bezpečnost při práci,

transparentní finanční výkaznictví. V těchto případech je žádoucí a hlavně vymahatelné, aby se zaměstnanci chovali dle výše uvedených bodů. Jelikož jsou ošetřeny obecně platnými zákonnými předpisy.

Etický kodex je používán ve společnosti AGC Flat Glass Czech již od roku 1995, ale etické hodnoty prosazovala AGC Group již dlouho předtím prostřednictvím etických kodexů ve svých společnostech a geografických oblastech, ve kterých působila a působí. Obsahuje konkrétní ustanovení týkající se dodržování právních předpisů, etických norem a zásad, které platí pro každodenní práci.

S předáním etického kodexu všem zaměstnancům se očekávalo, že si zaměstnanci budou plně vědomi toho, že dodržování pravidel (právních předpisů, podnikatelské etiky a podnikových pravidel) je základem integrity a že nikdy nesmí připustit žádné výjimky nebo ústupky. Dále se očekávalo, že si zaměstnanci brožuru Etického kodexu přečtou a budou se k ní vracet s cílem posilovat svou znalost etických pravidel i s odhodláním je dodržovat a že při hodnocení svých každodenních činností na pracovišti budou sledovat, zda nedochází k porušování těchto pravidel.

Pro případ jakéhokoli znepokojení nebo pochybností ze strany managementu a zaměstnanců se očekávalo, že lidé budou danou problematiku konzultovat a nahlásí porušení Etického kodexu dle postupu v něm stanoveným.

V Evropě AGC Glass Europe vytvořilo organizační složku nazvanou Etický výbor. Mezi úlohy etického výboru pro Evropu patří:

- seznámení všech zaměstnanců Skupiny AGC s Etickým kodexem, jeho pravidly a postupy;
- jmenování, organizace a podpora sítě manažerů etiky;
- řešení problémů přednesených manažery etiky a provedení nezbytných šetření;
- podpora činnosti hlavního manažera etiky Skupiny AGC;
- monitorování důsledného používání Etického kodexu;
- soustředění návrhů a námětů pro dodatky k Etickému kodexu a jejich ověřování;
- formulace pokynů týkajících se externí a interní komunikace ve spojitosti s Etickým kodexem a etickými otázkami;
- rozhodnutí o případných opatřeních ve spolupráci s personálním oddělením.

Činnost jednotlivých manažerů etiky pak spočívá v tom, aby odpovídali na otázky zaměstnanců ohledně problémů týkajících se aplikace Etického kodexu, navrhovali dodatky ke Kodexu, upozorňovali Etický výbor na důležité otázky či problémy týkající se Etického kodexu a požadovali informace od Etického výboru. Pro Českou republiku, respektive AGC Flat Glass Czech jsou vyhrazeni dva manažeři etiky.

4.3.2 Důležité body etického kodexu

Nový Etický kodex společnosti AGC Flat Glass Czech obsahuje mimo základních bodů také vysvětlení, co je to Etický kodex, popis organizačních složek pro dozor nad dodržováním pravidel, postup při porušení Etického kodexu, popis přijetí a zavedení Etického kodexu, popis organizačních složek v Evropě a zásady nepostižitelnosti, kontakty na asistenční linku. Základními třinácti body nového Etického kodexu jsou:

1. soulad s právními předpisy a zásadami společností a korektní obchodní jednání;
2. dodržování pravidel hospodářské soutěže a antimonopolních zákonů;
3. ochrana zdraví a bezpečnost při práci;
4. ochrana životního prostředí;
5. respektování lidských práv;
6. bezpečnost a kvalita výrobků;
7. transparentní finanční výkaznictví;
8. zákaz nedovoleného obchodování;
9. řádné nakládání s majetkem společnosti a respektování druhých osob;
10. zásady při střetu zájmů;
11. korektní postoj k pohoštění a darům;
12. kontakty s politiky a veřejnými činiteli;
13. regulace mezinárodního obchodu.

Vedení společnosti takto stanovilo Etický kodex s cílem posilovat znalost etických pravidel a zároveň posilovat odhodlání je dodržovat. Při hodnocení svých každodenních činností na pracovišti mají zaměstnanci sledovat, zda nedochází k porušování těchto pravidel.

4.3.3 Srovnání Etického kodexu společnosti s obecně doporučenou strukturou

Většina profesí má svůj vlastní etický kodex jako nástroj napomáhající tomu, aby jednání zaměstnanců obchodních firem, výrobních podniků a společností odpovídalo stanoveným zásadám a kritériím. Ty vycházejí z určitých konkrétních hodnot a principů organizace a určují „standard profesionálního chování.“ Implementace etických principů, nástrojů a metod do podnikatelské činnosti může být velice individuální, může mít odlišný přístup.

V kapitole 2.7.1 jsou popsány oblasti úpravy etických kodexů, respektive obecné oblasti, které by měl obsahovat etický kodex organizace dle autorů zabývajících se problematikou etiky (PUTNOVÁ, SEKNIČKA - *Etické řízení ve firmě*, CEJTHAMR - *Management a organizační chování*) a z doporučení OECD. V předchozí kapitole 4.3.2 jsou poté popsány základní body etického kodexu AGC Flat Glass Czech.

Při porovnání Etického kodexu společnosti AGC Flat Glass Czech s obecnými doporučeními, jak by měl etický kodex vypadat, docházíme k závěru, že Kodex obsahuje jednotlivé body a zabývá se veškerou problematikou, kterou by se zabývat měl (viz tabulka č. 1).

Například dle OECD by měl etický kodex upravovat etické chování podniku na celospolečenské úrovni. To řeší Kodex skupiny AGC v bodě 1 (soulad s právními předpisy a zásadami společností a korektní obchodní jednání) a v bodě 5 (respektování lidských práv).

Jako další příklad toho, co by dle OECD měl etický kodex obsahovat, můžeme uvést vztahy vůči majitelům a investorům (akcionářům). Tuto problematiku upravuje bod Kodexu č. 1 a č. 7.

Bod č. 1 Etického kodexu říká: „Skupina AGC očekává od svých obchodníků a zaměstnanců důsledné dodržování všech relevantních právních předpisů a zásad společnosti, včetně pravidel a korektního vedení obchodních jednání. Fakta a další informace, které mají být předmětem zpráv, budeme řádně zveřejňovat.“ Právní předpisy a zásady společnosti (vnitřní komunikace, reportingové procedury, rozvojové

strategie) upravují oblast plnění povinností vůči akcionářům, chování akcionářů k firmě a zájmy majitelů a investorů).

Tabulka 1 Srovnání Etického kodexu společnosti s obecně doporučenou strukturou

Nezbytné oblasti etického kodexu dle:		V jakém bodě Kodexu firmy je daná oblast obsažena*												
	CEJTHAMR <i>(Management a organizační chování):</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Etické chování podniků na celospolečenské úrovni	x				x								
2	Vztah k zaměstnancům			x		x								
3	Vztah se zákazníky	x	x				x							
4	Vztahy k dodavatelům	x						x						
5	Vztahy s konkurencí	x	x											
6	Vztahy k životnímu prostředí				x									
7	Vztahy k vládě a místním orgánům a placení daní													x
8	Otázky týkající se mezinárodního obchodu													x
9	Vztahy k majitelům	x						x						
	PUTNOVÁ, SEKNÍČKA <i>(Etické řízení ve firmě):</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Respektování práva	x												
2	Čestnost a fér konkurence		x											
3	Bezpečnost a kvalita produkce						x							
4	Střety zájmů										x			
5	Jednoznačné odmítnutí diskriminace					x								
6	Vztahy s dodavateli	x						x						
7	Oceňování účetnictví, uzavírání smluv							x						
8	Zneužívání a využívání informací v obchodním styku	x	x						x					
9	Korupce								x	x		x	x	
10	Speciální odpovědnost	x	x						x	x				
11	Ochrana životního prostředí				x									
12	Informace o majetku							x		x				
	doporučení OECD vycházející ze Směrnice pro nadnárodní společnosti	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Etické chování podniků na celospolečenské úrovni	x				x								
2	Vztahy vůči státu	x						x						
3	Vztahy vůči majitelům a investorům (akcionářům)	x						x						
4	Vztahy k zaměstnancům			x		x								
5	Vztahy vůči zákazníkům	x	x				x							
6	Vztahy k obchodním partnerům	x						x						
7	Vztahy vůči konkurenci	x	x											

Pozn.: * body Etického kodexu AGC Flat Glass Czech viz kapitola 3.3.2

Zdroj: vlastní zpracování

Bod č. 7 Etického kodexu řeší problematiku transparentního finančního výkaznictví, která je spojena se vztahem k akcionářům, respektive plní poskytování pravdivých informací o hospodaření firmy. Je nezbytné dodržovat finanční, účetní a daňové zákony i účetní zásady a pravidla společnosti. Vedení společnosti dle Kodexu musí předkládat důvěryhodné a transparentní účetní záznamy, ze kterých jsou patrné transakce společnosti. Všichni zaměstnanci musí znát a chápat právní a regulační zásady i pravidla a etické požadavky, které se vztahují na jejich činnost, a musí je dodržovat. Správná rozhodnutí Skupiny AGC závisejí na řádném výkaznictví. Zaměstnanci nesmí s daty a záznamy manipulovat. Nesmí být zatajovány či zkreslovány nepříznivé informace.

Jako poslední příklad lze uvést požadavek OECD na řešení vztahu vůči zákazníkům. Vztah vůči zákazníkům představuje respektování práv zákazníků, pravdivé informování zákazníků, odpovědnost za výrobek (jakost, bezpečnost, dodržování předpisů a norem) a zákaz dávat úplatky potencionálním zákazníkům. Výše uvedenými vztahy jsou obsaženy v Etickém kodex zejména v části č. 1 (soulad s právními předpisy a zásadami společnosti a korektní obchodní jednání), v části č. 2 (dodržování pravidel hospodářské soutěže a antimonopolních zákonů) a v části č. 6 (bezpečnost a kvalita výrobků).

4.3.4 Udržování etických pravidel v povědomí zaměstnanců – formy a způsoby proškolení

Každý zaměstnanec AGC Flat Glass Czech převzal Etický kodex ve formě brožury a byl seznámen s jeho postupy a pravidly. Jednotliví zaměstnanci však důležitost morálních a etických pravidel vidí v odlišném měřítku, a pokud se jim tato pravidla nepřipomínají a neudržují v paměti, může dojít velice rychle k jejich opomenutí.

Etičtí manažeři pravidelně (přibližně jednou ročně) plánují školení jak pro manažerské, tak dělnické profese. Během těchto školení jsou vysvětlovány body Etického kodexu a na konkrétních případech je uvedeno, jak se zachovat v dané reálné situaci. Jedná se o interaktivní školení, při kterém se školitel snaží, aby si posluchači co nejvíce osvojili obsah Etického kodexu a v budoucnu se podle něj chovali. V případě potřeby jsou

organizována i specifická školení určená pouze určitému okruhu zaměstnanců. Jedná se například o obchodní zástupce a ostatní pracovníky, kteří se mohou dostat do styku se zákazníky a s konkurencí. Ti musí absolvovat školení na dodržování pravidel hospodářské soutěže a antimonopolních zákonů.

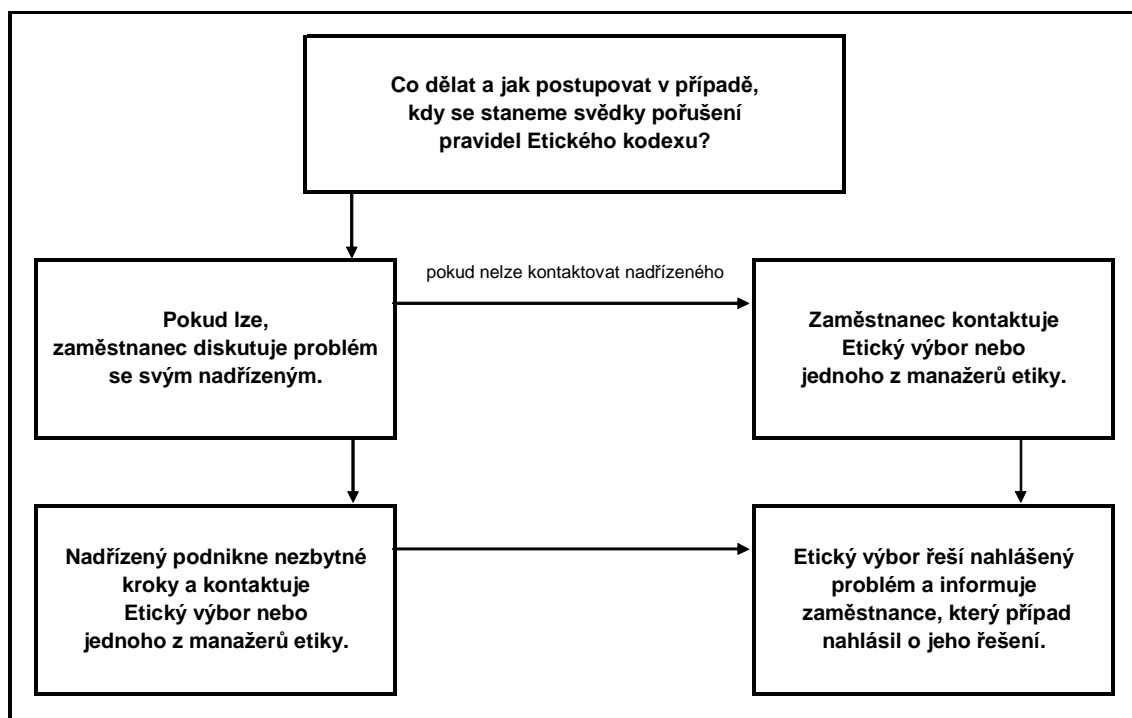
Jednou ročně jsou také všichni zaměstnanci (na pozici „technicko hospodářský pracovník“) proškoleni v oblasti firemní etiky formou on-line školení. Poctivý přístup k vykazování nákladů a výdajů, problémy se střety zájmů a důvěrnost informací jsou tři klíčová témata etické politiky AGC, kterým je věnována maximální pozornost. Toto školení je povinné pro všechny vedoucí pracovníky a ostatní zaměstnance AGC Glass Europe a jejich dceřiné společnosti. Školení trvá asi 40 minut, je možné ho absolvovat v několika etapách a vždy navázat tam, kde zaměstnanec přestal, jelikož příslušné údaje se průběžně ukládají. Školení se tak dá odložit na klidnější období, protože na jeho absolvování je vyhrazeno 30 dnů. Školicí modul umožňuje přístup k různým prostředkům souvisejícím s firemní etickou politikou. Mezi ně patří Etický kodex, asistenční linka (pracovníci odpovědní za dodržování předpisů) i různé interní postupy, které upravují dodržování pravidel soutěže, bezpečnosti IT a postupu pro ohlašování neshod. Po úspěšném absolvování on-line školení získá každý jeho účastník potvrzení o absolvování ve formě certifikátu.

V souvislosti s požadavkem na přístupnost etických kodexů všem zainteresovaným subjektům se jako jedna z nejvhodnějších forem jeví možnost zveřejnění těchto etických prohlášení na internetu. Skupina AGC chce, aby její zákazníci a externí partneři věděli o tom, že se jim snaží dopomoci k úspěchu etickým chováním, je Etický kodex již od jeho vzniku zveřejněn a je přístupný na internetových stránkách www.agc-flatglass.com. Pro zaměstnance je přístupný v elektronické podobě na firemním intranetu. Zaměstnanci si tak můžou kdykoliv ověřit obsah Kodexu a navíc takováto širší dostupnost kodexů na internetu obecně demonstruje oddanost firmy etickým principům (nezveřejňování etických kodexů budí dojem, že podniky chtějí něco skrývat).

4.3.5 Postup při oznamování nedodržení pravidel společnosti, problematika anonymity, falešná obvinění

Zásadou společnosti je přistupovat k řešení zpráv o porušení etického kodexu vážně, rychle a zachovat přitom nejvyšší míru důvěrnosti. Zaměstnanci se v brožuře kodexu vyzývají, aby problémy s dodržováním pravidel oznamovali nejprve řádnými cestami, zejména prostřednictvím svých nadřízených nebo interních auditorů (viz obrázek č. 1). Pokud to nepovažují za vhodné, mohou tak učinit prostřednictvím zřízené asistenční linky (etičtí manažeři/referenti na telefonním čísle nebo přes e-mailovou schránku), která slouží zaměstnancům k dobrovolnému předávání takových oznámení a k jejich zpracování.

Obrázek 3 Postup při oznamování nedodržení pravidel společnosti (porušení pravidel Etického kodexu).



Zdroj: Interní materiály společnosti AGC Flat Glass Czech, vlastní zpracování

Prostřednictvím asistenční linky lze hlásit problémy týkající se účetnictví, vnitřních účetních kontrol, auditů, úplatků, bankovní a finanční kriminality a jiných závažných skutečností (včetně případného nedodržení psaných interních pravidel společnosti), při nichž jsou ohroženy zájmy firmy.

Při nahlašování porušení firemních etických pravidel platí interní zásady a postupy, které jsou doplněny obecnými právními předpisy. Etičtí manažeři musí zachovávat přísnou důvěrnost oznámení o problémech. Informace týkající se oznámení se poskytuje osobám z jiných společností skupiny AGC pouze tehdy, je-li to nezbytné pro vyšetřování. Poskytnuté informace se v maximálním možném rozsahu zabezpečí tak, aby byla chráněna identita zaměstnance, který oznámení zaslal (oznamující zaměstnanec). Pokud obdrží oznámení nadřízený zaměstnanec, oznámí to manažerovi etiky ve své zemi (v našem případě manažerem etiky v ČR) nebo v domovské společnosti nebo kterémukoli referentovi etiky. Manažer nebo referent etiky o tom ihned informuje úřadujícího vedoucího etického výboru (výbor je společný pro všechny územní oblasti, kde firma působí).

Výše uvedené osoby poté s přihlédnutím ke všem nezbytným zdrojům provedou první posouzení, které by se mělo zabývat následujícími pravidly:

- obeznámit právního zástupce firmy s problémem;
- zaručit důvěrnost;
- vyloučit odvetné kroky;
- vyloučit případný střet zájmů u manažera etiky;
- případně informovat zaměstnance podezřelého z oznámeného chování (nahlášený zaměstnanec) o vyšetřování zahájeném Etickým výborem;
- zajistit vhodnou ochranu dat;
- vést dokumentaci a veškeré záznamy v souvislosti s vyšetřováním.

Po dokončení prvního posouzení zajistí předseda Etického výboru a výkonný referent etiky v součinnosti s odpovědným manažerem etiky provedení rychlého a co nejdůkladnějšího vyšetřování problému. Rozhodnou o vedoucím a personálním obsazení vyšetřování. Po skončení vyšetřování zajistí Etický výbor v součinnosti s odpovědným manažerem/referentem etiky vypracování závěrů z šetření, včetně konstatování, zda došlo k porušení Etického kodexu a souvisejících pravidel. Poté v koordinaci s příslušným manažerem rozhodne o tom, jaká opatření mají být přijata pro uzavření problému, a zajistí jejich přijetí, včetně případné komunikace v rámci firmy. Jako poslední krok v procesu řešení problému sdělí Etický výbor a příslušný

management v rozumném rozsahu tyto informace osobě, která podala oznámení, a informují ji, jak byl problém vyřešen.

Pokud se nejedná o údaje týkající se podezření z trestného činu nebo správního přestupku (na něž se vztahuje následující odstavec), nebudou shromažďovány, ukládány, používány ani zpracovávány údaje o rasovém nebo etnickém původu, politických názorech, náboženském nebo filozofickém přesvědčení, členství v odborech, zdravotním stavu nebo sexuální orientaci (tzv. citlivé údaje).

Pokud oznámení obsahují osobní údaje, které souvisejí s podezřením z trestného činu nebo správního přestupku, budou takové osobní údaje zpracovány pouze tehdy, je-li to přípustné podle místních právních předpisů vztahujících se na nahlášenou osobu nebo je-li to nezbytné pro přípravu Skupiny AGC nebo příslušné Společnosti na soudní spor v této věci. Osobní údaje týkající se trestného činu nebo správních přestupků musí být ihned odstraněny, není-li Skupina AGC schopna v přiměřené době prokázat jejich správnost.

Lidé mají při nahlásování porušení etických pravidel samozřejmě strach z toho, že jejich nahlášení nezůstane anonymní a spolupracovníci zjistí, že k takovému nahlášení došlo. Na druhou stranu se může stát, že zaměstnanec se záměrně snaží poškodit jiného pracovníka falešným obviněním nebo jiným škodlivým chováním. Zaměstnanci, kteří oznámí problém v dobré vůli, nebudou potrestáni nebo stíhaní. Naopak falešná obvinění by se měla řešit a viník by měl být postižen.

V dnešní době existuje mnoho různých sporů a falešného obviňování je mezi lidmi nepřeberné množství. Může se stát, že nějaký zaměstnanec podá falešné obvinění i bez toho, aby se zakládalo na pravdě a jen proto, aby dosáhl svého cíle. Z jakého důvodu to však člověk může udělat a co tím sleduje? Může se jednat o závist, žárlivost, vztek na druhého, vyřizování účtů, odvetnou akci. Cílem je zajisté poškodit jiného zaměstnance, popřípadě ho nátlakem v pracovní pozici úplně znemožnit. Jedna osoba sdělí o jiné osobě nepravdivý údaj spojený s porušením pravidel a zásad společnosti. Taková nepravdivá informace může značnou měrou ohrozit vážnost dané osoby u kolegů a celkově jí poškodit v zaměstnání, narušit rodinné vztahy nebo způsobit jinou vážnou újmu.

Řešení jakýchkoliv problémů a mezilidských vztahů by si lidé měli snažit vyřešit sami mezi sebou, popřípadě s pomocí vedoucího pracovníka nebo personálního oddělení. Nepravdivá obvinění však nejsou tím správným řešením a naopak člověku, který takové obvinění nahlásí, to může spíše uškodit.

Do takové situace se může dostat každý z nás. Už jen samotný fakt, že člověk musí falešné obvinění detailně vysvětlit a vyvrátit, může působit nemotivačně a narušit normální mezilidské vztahy a morální zásady. Doufejme, že etická pravidla a jejich implementace ve firmách bude efektivní a bude působit i proti takovému nečestnému jednání jakým je falešné obvinění.

5 Závěr

Etika v podnikové praxi významně ovlivňuje ekonomickou činnost v tržní ekonomice. Abychom pochopili vliv etiky na podnikatelské prostředí, je nutné si uvědomit vzájemné působení a souvztažnost trhu, práva a etiky. Situace na trhu je stanovena tvorbou poptávky a nabídky a jejich vzájemnou interakcí. Trh ovlivňují i další aspekty jako je konkurence, inovace, podnikavost. To ale není vše, trh musí respektovat i pravidla daná právem a etikou. To lze zajistit neformální regulací ve formě tvorby principů podnikatelské etiky a etického řízení.⁵⁶

Podnikatelské prostředí kolem nás nezůstává stejné, ze dne na den se mění. Jaké byly souvislosti a proč AGC Flat Glass Czech postupně implementovala etické zásady do své činnosti? Bylo to ovlivněno historickým a politickým vývojem v ČR, zavedením zahraničního kapitálu a mezinárodním obchodováním, přirozeným vývojem etických hodnot v podnikání na území Evropy a úsilím o dobré jméno společnosti.

Ve snaze splnit společenská očekávání v tomto měnícím se prostředí a zároveň dosahovat svých podnikatelských cílů byly ve společnosti AGC Flat Glass Czech přijaty za vzor chování hodnoty obsažené v Etickém kodexu.

První pracovní otázka uvedená v úvodu se týká přínosů etického chování firem. Na etické chování firem je nutné nahlížet jako provázaný celek, který tvoří implementace etických pravidel například formou etických kodexů a odpovědné podnikání, tedy společenská odpovědnost firem. Jak vyplývá z praktické části práce, zavedení etických pravidel a realizace odpovědného podnikání přináší mnoho pozitivních stránek. Mezi základní patří vyšší transparentnost, zvýšení důvěry ve společnost, zlepšení reputace firmy, posílení možnosti získat a udržet si zahraniční kapitál, zvýšení loajality zaměstnanců, posílení konkurenceschopnosti, snížení hospodářské kriminality a zlepšení životního a sociálního prostředí. Firmy sice musí vynakládat finanční prostředky na vytváření etického prostředí a společenskou odpovědnost podniku, ve výsledku však vytváří podmínky pro její lepší fungování a pro fungování celého hospodářství.

⁵⁶ PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. (2007). *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. Praha: Grada Publishing, str. 35.

Na druhou pracovní otázku, jestli jsou za současné situace v České republice vhodné podmínky pro integraci etiky do podnikové sféry, jsme získali odpověď ve třetí kapitole. Vzhledem k rozvoji a ekonomickému vývoji po vzoru západních ekonomik, vzhledem ke vstupu do EU a přílivem zahraničních investorů si současná situace přímo vyžaduje, aby společnosti do své firemní kultury zabudovaly morální a etická pravidla.

Třetí a poslední otázka, do jaké míry implementovala společnost AGC Flat Glass Czech etické hodnoty a zdali je to tak dostačující nalezneme odpověď v praktické části práce.

Skupina AGC a v rámci ní společnost AGC Flat Glass Czech klade velký důraz na etické hodnoty a společenskou odpovědnost podniku. Byl zaveden již svůj druhý Etický kodex, který splňuje požadované náležitosti a zabývá se oblastmi, které doporučuje OECD a autoři zabývající se problematikou etiky.

Etický kodex byl správně představen všem zaměstnancům formou školení, jehož součástí byly také konkrétní případy, jak se mají zachovat v určitých situacích dle etických pravidel. Každý zaměstnanec dostal Etický kodex v podobě papírové brožury, kde bylo vše znovu detailně vysvětleno a popsáno. Obchodní zástupci a všichni zaměstnanci, kteří se mohli dostat do styku s konkurencí, museli absolvovat speciální školení, jehož předmětem byla definice pravidel styku s konkurencí a přenos citlivých dat (např. zákaz diskuze o cenách a uzavírání cenových dohod). Součástí Kodexu je také postup při oznamování nedodržení pravidel společnosti, jehož smyslem je přistupovat k řešení případů porušení etického kodexu vážně, rychle a zachovat přitom nejvyšší míru důvěrnosti. Porušení Kodexu mohou zaměstnanci nahlásit na asistenční linku a to anonymně, 24 hodin denně a ve svém rodném jazyce.

Obsah etického kodexu je dostačující a forma jeho prezentace zaměstnancům, zavedení a následná aplikace se zdá být efektivní. Naprosté dodržování pravidel je klíčové pro udržování podnikatelského prostředí, které nám umožňuje získávat nové dovednosti a kvalifikaci pro další růst.

Dále pak firma vyvíjí aktivity v oblasti společenské odpovědnosti podniku a to jak na ekonomické, sociální, tak environmentální úrovni. Firma je držitelem souboru certifikátů k integrovanému systému managementu jakosti, ochrany životního prostředí a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Mimo to firma v roce 2011 získala certifikát

k implementaci systému řízení společenské odpovědnosti dle mezinárodního standardu SA8000:2008, kladoucího důraz na společenskou odpovědnost z pohledu základních lidských práv v rámci pracovních podmínek a důraz na pracovní právní podmínky zaměstnanců v celém dodavatelsko odběratelském řetězci. Certifikace tak garantuje prokazatelný závazek společnosti AGC Flat Glass Czech k sociálně odpovědnému a etickému podnikání.

Z výše uvedeného vyplývá, že systémy morálních a etických hodnot jsou zavedeny a že se v této oblasti firma snaží neustále rozvíjet. Což je také věc, v které by měla firma nadále pokračovat. Právní předpisy a pravidla jsou jasně vymezeny, etika se neustále vyvíjí a směřuje ke stále vyššímu zájmu všech ekonomických subjektů. Skutečně etický přístup vyžaduje ale určitou volnost, příklad osobností, vzájemně dobré vztahy a součinnost všech zainteresovaných subjektů. Nositeli etického pokroku jsou ve firmě hlavně morálně a znalostně vyspělí manažeři, kteří by měli být ostatním zaměstnancům příkladem (tzv. „tone at the top“).

Za zmínění stojí to, že i když má firma Etický výbor, jehož úkolem je mimo jiné vyšetřit porušení kodexu a stanovit nápravná opatření, sankce při porušení pravidel jako takové však nejsou v kodexu stanoveny. V této oblasti lze nalézt možné zlepšení a bylo by vhodné sankční opatření definovat alespoň obecně při různém porušení kodexu, popřípadě do kodexu doplnit. Firma by se v budoucnu dále mohla soustředit na udržování etických pravidel v povědomí zaměstnanců. Tímto způsobem si zaměstnanci častěji připomenou pravidla, která je nutné dodržovat a postupem času je budou brát jako automatické. Můžeme doufat, že tak bude méně docházet k podvodnému jednání v obchodním styku a porušování etických a morálních pravidel.

Zavedení etických pravidel a zásad ve společnosti AGC Flat Glass Czech a.s. bylo v práci analyzováno a zhodnoceno. Body firemního Etického kodexy byly porovnány s obecně doporučenou strukturou, respektive s doporučením autorů zabývajících se problematikou etiky a s doporučením vycházejícího ze Směrnice OECD pro nadnárodní společnosti. Na základě výsledku rozboru etických hodnot ve společnosti a jejich následného zhodnocení byl doporučen další postup v oblasti implementace, udržování v povědomí a dodržování etického kodexu. Tím byl splněn i cíl práce.

Bylo by možné se dále detailněji zabývat otázkami rozdílnosti etických kodexů a odlišnými důvody jejich vzniku ve Spojených státech amerických, Evropě a České republice, porovnat jednotlivé typy etických kodexů v ČR dle oboru, ale tato problematika a její analýza by přesahovala rámec této práce a její cíl.

Literatura

Bibliografie

ANZENBACHER, A. *Úvod do etiky*. První vydání. Praha: Zvon, 1994. 292 stran. ISBN 80-7113-111-3.

BĚLČÍK, M., PAVLÍK, M. *Společenská odpovědnost organizace – CSR v praxi a jak s ním dál*. První vydání. Praha: Grada publishing, 2010. 176 stran. ISBN 978-80-247-3157-5.

BLÁHA, J., DYTRT, Z. *Manažerská etika*. První vydání. Praha: Management Press, 2003. 155 stran. ISBN 80-7261-084-8.

BOHATÁ, M. *Základy hospodářské etiky*. První vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1997. 126 stran. ISBN 80-7079-428-3.

CEJTHAMR, V. *Management a organizační chování*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 340 stran. ISBN 80-247-1300-4.

ČANÍK, P., ŘEZBOVÁ, L., ZAVREL, T. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. První vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2006. 121 stran. ISBN 80-245-1143-6.

DĚDINA, J., CEJTHAMR, V. *Management a organizační chování*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 340 stran. ISBN 80-247-1300-4.

KACELT, J. *Obchodní podnikatelská etika*. První vydání. Praha: Gaudeamus, 2011. 98 stran. ISBN 978-80-7435-095-5.

LORENZOVÁ, H., ROHLÍKOVÁ, P. *Základy psychologie a sociologie pro ekonomy*. První vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2009. 194 stran. ISBN 978-80-86730-45-5.

NĚMEC, O., BUCMAN, P., ŠIKÝŘ, M. *Personální management*. První vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2008. 369 stran. ISBN 978-80-86730-45-5.

PUTNOVÁ, A., SEKNIČKA, P. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody, etický a sociální audit*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2007. 168 stran. ISBN 978-80-247-1621-3.

ROLNÝ, I. *Etika v podnikové strategii*. 3. Rozšíření vydání. Ostrava: KEY Publishing, 2007. 111 stran. ISBN 978-80-87071-45-8.

ŠTRACH, P. *Principy managementu*. První vydání. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2008. 157 stran. ISBN 978-80-86730-32-5.

Podnikové materiály

Interní informace společnosti AGC Flat Glass Czech: Etický kodex, ISO a SA8000 dokumentace, interní podnikové procedury, prezentace, reporty a dokumenty týkající se etiky a společenské odpovědnosti podniku.

Internetové zdroje

Business.center.cz (oficiální portál pro podnikání): *Stakeholders* [online]. Dostupné z www: <http://business.center.cz/business/pojmy/p1984-stakeholders.aspx> [cit. 2011-08-19].

ČANÍK, P., ČANÍKOVÁ, P. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí - studie* [online]. Praha, TRANSPARENCY INTERNATIONAL, 2006 [cit. 2011-08-20]. Dostupné z www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf.

Fotbalový klub Teplice: *Propagační materiály projektu „V Teplicích je budoucnost“* [online]. Dostupné z www: <http://www.teplice-budoucnost.cz> [cit. 2011-08-30].

Ministerstvo financí České republiky: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD)* [online]. Dostupné z www: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mezinarodni_organizace_12146.html [cit. 2011-08-22].

Ministerstvo financí České republiky. *Řízení konfliktu zájmů ve veřejném sektoru* [online]. Praha, Ministerstvo financí České republiky, 2006 [cit. 2011-08-20]. ISBN 80-239-6191-8. Dostupné z www: http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf.

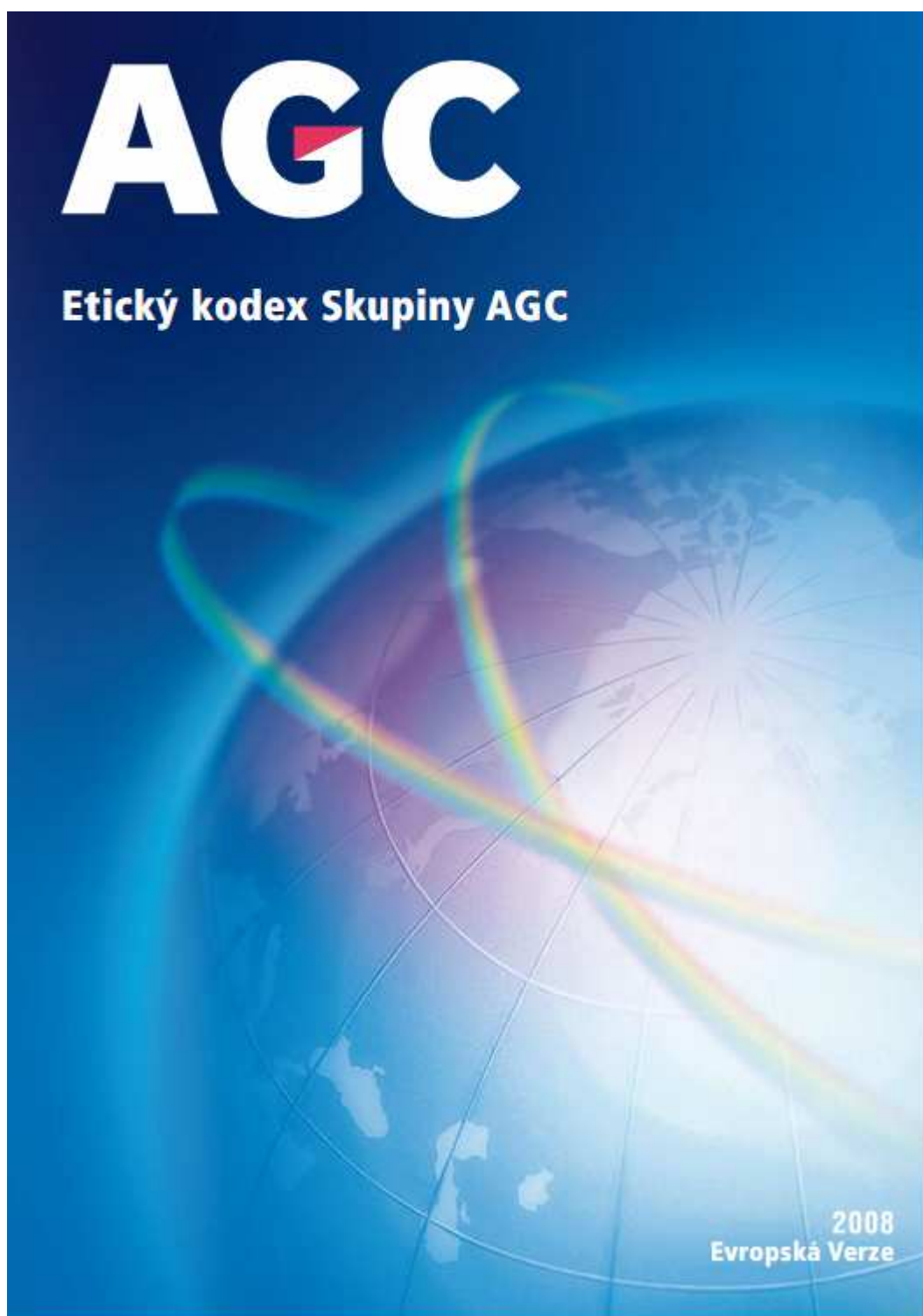
Portál Evropské unie: *Sociální odpovědnost podniků* [online]. Dostupné z www: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=cs> [cit. 2011-08-21].

Přílohy

Příloha 1 Etický kodex Skupiny AGC

Příloha 2 Certifikáty AGC Flat Glass Czech k integrovanému systému managementu jakosti podle normy ISO 9001:2008, ochrany životního prostředí ISO 14001:2004 a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci OHSAS 18001:2007

Příloha 3 Certifikát standardu SA8000:2008





Etický kodex Skupiny AGC

Pro hrdost na rozvoj a růst naší Skupiny

Všem členům Skupiny AGC,

Podnikatelské prostředí kolem nás nezůstává stejné, ze dne na den se mění. Ve snaze splnit společenská očekávání v tomto měnícím se prostředí a zároveň dosahovat svých podnikatelských cílů jsme v naší Skupině za vzor chování přijali čtyři hodnoty obsažené ve vizi **Look Beyond**.

„Integrita“, jedna z těchto hodnot, je pro nás vizi nejen důležitá, ale dokonce naprosto nepostupovatelná. Očekávám, že každý zaměstnanec si bude plně vědom toho, že dodržování pravidel (právních předpisů, podnikatelské etiky a podnikových pravidel) je základem integrity a že nikdy nesmíme připustit žádné výjimky nebo ústupky.

Po svém nástupu do funkce prezidenta Skupiny AGC jsem za strategické řízení Skupiny prohlásil slogan **Grow Beyond**. Naprosté dodržování pravidel je klíčové pro udržování podnikatelského prostředí, které nám umožňuje získávat nové dovednosti a kvalifikaci pro váš vlastní růst a Skupině zaručuje další růst do budoucna.

Skupina AGC již dlouho prosazuje zásadu dodržování pravidel prostřednictvím etických kodexů ve svých společnostech a geografických oblastech, ve kterých působí. Věřím, že díky tomuto úsilí v oblasti dodržování pravidel si již každý osvojil požadavky těchto zásad, a Skupina tak položila solidní základ vlastních aktivit v oblasti dodržování pravidel.

Nedávno bych chtěl Etický kodex Skupiny AGC, který je platný pro celou Skupinu a má společně dosažení ještě vyšší úrovně dodržování pravidel. Obsahuje konkrétní ustanovení týkající se dodržování právních předpisů, etických norem a zásad, které platí pro vaši každodenní práci. Jsem přesvědčen, že sdělení těchto Etického kodexu všem členům Skupiny po celém světě upevní kulturu dodržování pravidel.

Očekáváme, že si tuto brožuru přečtete a budete se k ní vracet s cílem posilovat svou znalost etických pravidel i s odhodláním je dodržovat a že při hodnocení svých každodenních činností na pracovišti budete sledovat, zda nedochází k porušení těchto pravidel. V případě jakéhokoli znepokojení nebo pochybností z vaší strany očekáváme, že budete jednat, ať již formou konzultace se svým nadřízeným nebo příslušným pracovníkem managementu odpovědným za oblast, které se problém týká, nebo oznámením záležitosti na Asistenční linku.

Upřímně věřím, že všichni členové Skupiny AGC budou společně pracovat na tom, aby naše Skupina získala důvěru zákazníků i společenskou důvěru a abychom díky oceňované práci byli všichni hrdi na to, že jsme součástí Skupiny AGC.

K. Ishimura
K. ISHIMURA
AGC President & COO

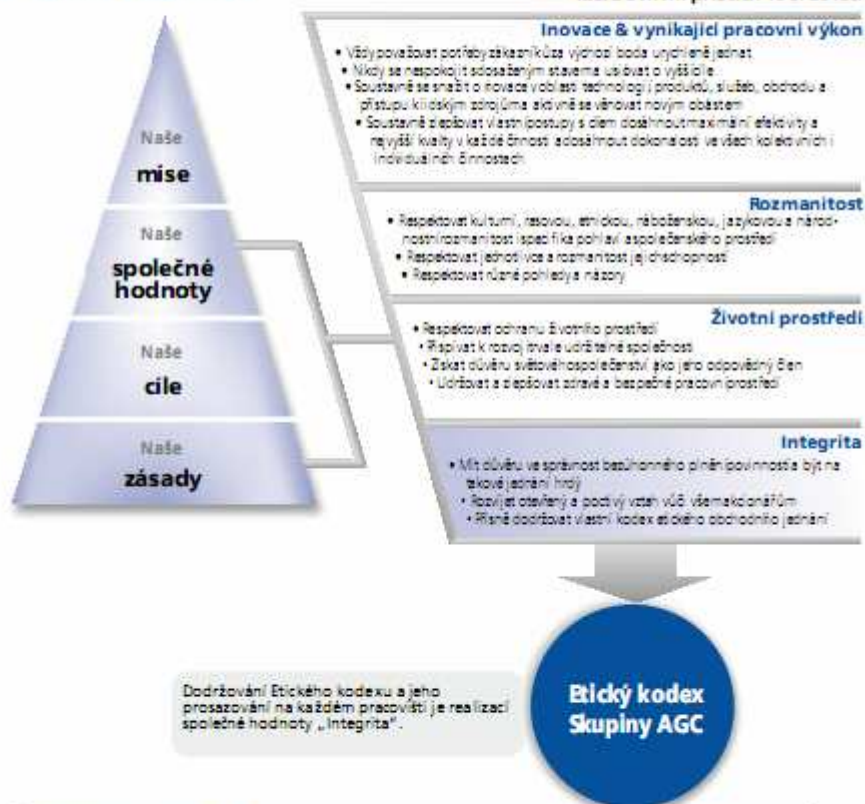
Obsah

Poselství od Kazuhiko ISHIMURA, Presidenta & COO AGC	1
Co je Etický kodex Skupiny?	3
Organizační složky pro dozor nad dodržováním pravidel	4
Postup při porušení Etického kodexu Skupiny	4
Otázky, znepokojení, oznamování	4
Přijetí a zavedení Etického kodexu Skupiny	4
Organizační složky v Evropě	5
Postup	5
Zásady nepostižitelnosti	5
Etický kodex Skupiny AGC	7
1. Soulad s právními předpisy a zásadami společnosti a korektní obchodní jednání	8
2. Dodržování pravidel hospodářské soutěže a antimonopolních zákonů ..	9
3. Ochrana zdraví a bezpečnost při práci	11
4. Ochrana životního prostředí	12
5. Respektování lidských práv	13
6. Bezpečnost a kvalita výrobků	14
7. Transparentní finanční výkaznictví	15
8. Zákaz nedovoleného obchodování	16
9. Řádné nakládání s majetkem společnosti a respektování druhých osob	17
10. Zásady při střetu zájmů	19
11. Korektní postoj k pohostění a darům	20
12. Kontakty s politiky a veřejnými činiteli	21
13. Regulace mezinárodního obchodu	22
Asistenční linka – seznam 2008	23

Co je Etický kodex Skupiny?

Etický kodex Skupiny je promítnutím naší společné hodnoty, kterou je INTEGRITA, do vize Skupiny AGC *“Look Beyond”*. Stanoví požadavky na všechny společnosti a zaměstnance Skupiny AGC s cílem zajistit soulad jejich obchodního jednání s právními předpisy, zásadami společnosti AGC, včetně interních pravidel a obchodní etiky.

Vize skupiny AGC *“Look Beyond”*



Dodržování pravidel:

Dodržováním pravidel se rozumí dodržování právních předpisů, dodržování společenských pravidel, včetně různých vnitropodnikových pravidel, při vykonávání povinností v podniku, a různých pravidel naší společnosti, které se týkají obchodní etiky při firemních činnostech.

Organizační složky pro dozor nad dodržováním pravidel

Skupina AGC zřídila funkci vedoucího dozoru nad dodržováním pravidel (Global compliance leader) (výkonná organizační složka při etickém výboru pro Japonsko a Asii) podřízenou hlavnímu manažeru etiky (prezident společnosti Asahi Glass Co.), v jejímž rámci manažer odpovídá za plánování, zavádění a monitorování celosvětových aktivit pro zajištění souladu s pravidly. Do pravomoci vedoucího dozoru nad dodržováním pravidel spadají regionální etické výbory pro Japonsko a Asii, Evropu a Severní Ameriku.



Postup při porušení Etického kodexu Skupiny

Proti zaměstnanci, který poruší Etický kodex Skupiny, může být vedeno disciplinární řízení v souladu s právními předpisy nebo pravidly společnosti. V souladu s příslušnými právními předpisy a předpisy společnosti může být vedeno řízení proti ředitelům a vedoucím pracovníkům.

Otázky, znepokojení, oznamování

Máte-li nějaké otázky, jste-li něčím znepokojeni nebo chcete-li podat informace týkající se dodržování pravidel, obraťte se na svého nadřízeného nebo použijte Asistenční linku. Skupina nepodnikne proti zaměstnanci, který v dobré víře oznámil podezření na porušení pravidel Etického kodexu Skupiny, žádné odvetné kroky. (Viz zásady použití Asistenční linky na straně 23 zásady ohledně nepodniknutí odvetných opatření dále).

Přijetí a zavedení Etického kodexu Skupiny

Etický kodex Skupiny vydal hlavní manažer etiky Skupiny AGC. Obsahuje globální požadavky a regionální dodatky, které mají rovnocennou závaznost. Nahrazuje všechny dosavadní etické kodexy společnosti, které měly dočasnou platnost.

Tento Etický kodex je určen pro všechny manažery a zaměstnance Skupiny ve všech zemích a v rámci všech aktivit. Skupina vhodným způsobem informuje zaměstnance o tomto kodexu, pomáhá jim seznámit se s jeho obsahem a vhodnými způsoby prohlubuje jejich znalost Kodexu. Etický kodex může být v případě potřeby rozšířen i mimo Skupinu.

Organizační složky v Evropě

Mezi úlohy etického výboru pro Evropu patří:

- seznámení všech zaměstnanců Skupiny s Etickým kodexem, jeho pravidly a postupy,
- jmenování, organizace a podpora sítě manažerů etiky,
- řešení problémů přednesených manažery etiky a provedení nezbytných šetření,
- podpora činnosti hlavního manažera etiky Skupiny AGC
- monitorování důsledného používání Etického kodexu,
- soustředění návrhů a námětů pro dodatky k Etickému kodexu a jejich ověřování,
- formulace pokynů týkajících se externí a interní komunikace ve spojitosti s Etickým kodexem a etickými otázkami,
- rozhodnutí o případných opatřeních ve spolupráci s personálním oddělením.

Mandát manažerů etiky spočívá v těchto činnostech:

- odpovídat na otázky zaměstnanců ohledně problémů týkajících se aplikace Etického kodexu,
- navrhnout dodatky ke Kodexu,
- upozorňovat etický výbor na důležité otázky či problémy týkající se Etického kodexu,
- požadovat informace od etického výboru.

Postup

Viz Zásady a postupy při oznamování nedodržení pravidel společnosti.

Dodržování pravidel je velmi důležitým principem Skupiny. Skupina AGC očekává od svých zaměstnanců, že budou dodržovat Etický kodex a v případě potřeby budou postupovat podle Zásad a postupů při oznamování nedodržení pravidel společnosti. Oznamování porušení pravidel je důležitým principem a Skupina AGC nebude ze zásady podnikat žádné odvetné kroky.

Zásady nepostížitelnosti

Skupina nebude proti zaměstnanci, který informoval o možném porušení etického kodexu, podnikat žádné odvetné kroky. To znamená, že jej nepropustí ani jej nebude nijak jinak diskriminovat, neboť zaměstnanec informoval o možných porušeních pravidel. Toto se netýká osob, které vznesou vědomě falešné obvinění či záměrně poskytnou chybné informace.



Etický kodex Skupiny AGC

1. Soulad s právními předpisy a zásadami společnosti a korektní obchodní jednání

Skupina AGC očekává od svých obchodníků a zaměstnanců důsledné dodržování všech relevantních právních předpisů a zásad společnosti, včetně Pravidel, a korektní vedení obchodních jednání.

Fakta a další informace, které mají být předmětem zpráv, budeme řádně zveřejňovat.

JINTEGRITA® je jednou ze čtyř společných hodnot Skupiny AGC, které jsou definovány v její vizi „Look Beyond“. Pokud tuto hodnotu nebudeme zachovávat, ztratíme společenskou důvěru.

První ustanovení definuje celkovou působnost Etického kodexu Skupiny a ve zbývajících částech jsou rozpracovány jeho hlavní požadavky.

Všichni zaměstnanci musí znát a chápat právní a regulační zásady i pravidla a etické požadavky, které se vztahují na jejich činnost, a musí je dodržovat. Správná rozhodnutí Skupiny AGC závisí na řádném výkaznictví. Zaměstnanci nesmí s daty a záznamy manipulovat. Nesmí být zatajovány či zkrášlovány nepřiznivé informace.

V případě pochyb o dodržování právních předpisů, zásad a pravidel společnosti se obraťte na svého nadřízeného nebo na Asistenční linku.

2. Dodržování pravidel hospodářské soutěže a antimonopolních zákonů

Svobodné a poctivé jednání při obchodních aktivitách a hospodářské soutěži podporujeme dodržováním všech příslušných antimonopolních zákonů a „Pravidel Skupiny AGC pro dodržování antimonopolních zákonů“.

Podnikáme v řadě zemí celého světa a ve většině z nich platí antimonopolní zákony na ochranu hospodářské soutěže.

Vynucování antimonopolního práva a sankce proti kartelovým aktivitám se neustále zpřísňují, přičemž v EU hrozí vysoké pokuty a v USA vězení. Kromě toho antimonopolní zákony zavedla také řada asijských zemí včetně Číny. Porušení antimonopolních zákonů je nyní v řadě právních států trestným činem.

Zaměstnanci Skupiny AGC musí mít na paměti, že porušení takových zákonů (včetně antimonopolních zákonů a nařízení) by mohlo mít pro Společnost vážné následky. Naši zaměstnanci s nimi tedy musí být dobře obeznámeni a musí je při svých každodenních činnostech dodržovat.

Zaměstnanec Skupiny AGC nesmí NIKDY vyvíjet žádné kartelové aktivity, jimiž může být jednání o výměně informací s konkurencí nebo obchodními společnostmi o zvýšení nebo jiném ustálení prodejních cen apod., uzavírání smluv o nabídkách (jednání s konkurencí či obchodními společnostmi o cenových nabídkách nebo o tom, kdo bude úspěšným účastníkem soutěže apod.) nebo jiné nezákonné obchodní praktiky kladoucí překážky svobodné a rovné hospodářské soutěži.

■ Zásady dodržování zákona na ochranu hospodářské soutěže

U všech společností Skupiny Asahi v Evropě je požadováno a zakotveno přísné dodržování pravidel na ochranu hospodářské soutěže, neboť jejich nedodržení může vystavit společnosti AGC a jejich pobočky v Evropě vysokým pokutám, ztrátě smluv, náhradám škod a rovněž negativním následkům ve smyslu ztráty image a pověsti. Nedodržením pravidel na ochranu hospodářské soutěže se mohou zaměstnanci v některých evropských právních řádech osobně vystavit trestní odpovědnosti, disciplinárnímu řízení nebo ztrátě zaměstnání a povinnosti zaplatit třetím stranám nebo za zaměstnavatelům vysoké náhrady škod. Každý zaměstnanec společnosti AGC je zodpovědný společnosti a všem svým kolegům za své obchodní chování a za dodržování pravidel na ochranu hospodářské soutěže a společnosti AGC v Evropě zásadně a v žádném případě netolerují porušování pravidel hospodářské soutěže svými vedoucími pracovníky, manažery a ostatními zaměstnanci (dále jen zaměstnanci).

Skupina a výkonné výbory jsou si vědomy, že je pro zaměstnance někdy obtížné rozumět požadavkům pravidel na ochranu hospodářské soutěže. Proto se všichni zaměstnanci vyzývají, aby se s konkrétními otázkami týkajícími se pravidel hospodářské soutěže obraceli na právní oddělení společnosti AGC Evropy.

Každý zaměstnanec, který se dostane nebo může dostat do styku s konkurencí, by měl především pamatovat na následující zásady: Nežli přistoupíme k výkladu chování podle pravidel na ochranu hospodářské soutěže, je třeba si uvědomit, že podle Zásad společnosti pro dodržování pravidel na ochranu hospodářské soutěže nesmí být žádné jednání s konkurencí o jakémkoli tématu zahájeno bez předchozího písemného souhlasu právního oddělení.

1. S konkurencí se nikdy nesmí vést rozhovory o následujících tématech:

- Ceny jednotlivých podniků nebo ceny voboru, změnycen, podmínky prodeje, rozdíly cen, zvýšení cen, slevy apod.
- Výrobní náklady nebo náklady na distribuci, způsob kalkulace nákladů, metody výpočtu cen.
- Velikost dodávek vstupů, nákladů, výroby apod. pro jednotlivé společnosti.
- Informace o plánech jednotlivých společností do budoucna, pokud jde o technologii, výrobu nebo marketing apod.
- Zásaditosti týkající se jednotlivých dodavatelů a/nebo zákazníků.

2. Zásaditosti, o nichž si lze s konkurencí vyměňovat informace, jsou omezeny výhradně na obchodní aktivity:

- informace týkající se prodeje nebo nákupu produktů, včetně dohodnutých cen, za podmínky, že jsou dodrženy výše uvedené principy a informace jsou doloženy prostřednictvím objednávek, potvrzení objednávek, příslušných dokladů, faktur a platebních dokumentů a že v případě vyhnutelného ústního jednání takových prodejch je jeho obsah ihned písemně potvrzen e-mailem nebo faxem;
- zásaditosti týkající se licencí (konkrétní licenční dohoda za předpokladu projednání s právním oddělením či zaslání informací skutečně nezbytných pro placení licenčních poplatků v rámci licenčních dohod);
- výměna informací na zasedání správních rad společných podniků s konkurencí (za předpokladu, že byly společné podniky schváleny výkonným výborem společnosti); nebo
- výměna informací z jiných důvodů podobných výše uvedeným za předpokladu, že je předem ohlášen právnímu oddělení a je jím schválena.

3. Zasedání sdružení obchodních společností: Pokyny pro účast ve sdruženích obchodních společností:

1. PŘEDCHOZÍ SOUHLAS MANAGEMENTU: bez PŘEDCHOZÍHO souhlasu managementu je účast ve sdružení obchodních společností nebo ve výborech pro sklářský průmysl zakázána.
2. PŘEDCHOZÍ INFORMOVÁNÍ PRÁVNÍHO ODDĚLENÍ: před účastí na zasedání musí každý zaměstnanec společnosti AGC informovat první oddělení ve své zemi (v případě Španělska, Itálie, Nizozemí, Velké Británie je to první oddělení v Bruselu) a poaze zasedání (a předložit písemný program jednání zasláný předem všem účastníkům).
3. PŘÍTOMNOST EXTERNÍHO PRÁVNÍKA: na zasedáních sdružení obchodních organizací, které určí první oddělení, včetně zasedání správní rady a pracovních skupin, musí být přítomen externí právník. V případě nepřítomnosti externího právníka musí účastník zasedání opustit.
4. ZÁKAZ ÚČASTI NA ZÁKAZ ÚČASTI NA SNÍDANÍCH, OBĚDECH A VEČERÍCH před takovými schůzemi nebo zasedáními a po nich.
5. ZÁKAZ VÝMĚNY INFORMACÍ ČI DISKUSÍ O OBCHODNĚ CITLIVÝCH ZÁLEŽNOSTECH před, při a po schůzích a zasedáních – např. informací o nákladech, jednotlivých nákladových položkách, investicích, výnosech, výrobcích, vývojových programech, pohledávkách vůči zákazníkům, vztazích se zákazníky, rozpočtu, plánování apod.
6. OSOBNÍ POZNÁMKY: každý zaměstnanec společnosti AGC si musí vést osobní poznámky o všech diskutovaných tématech a uchovávat tyto poznámky jako důkaz absence nezákonné diskuse/ nezákonného jednání.
7. OFICIÁLNÍ ZÁPIS: každý zaměstnanec společnosti AGC musí na všech schůzích a zasedáních požadovat, aby řádně jmenovaný zapisovatel vedl zápis z jednání.
8. UCHOVÁNÍ POZNÁMEK A OFICIÁLNÍCH ZÁPSŮ: každý zaměstnanec společnosti AGC musí uchovávat kopii oficiálních zápisů ze všech jednání a přiložit je k osobním poznámkám. Musí si pro ně vyhradit zvláštní pořadač (obsahující všechny takové zápisy a osobní poznámky), který musí mít společnost k dispozici.
9. OPUŠTĚNÍ JEDNÁNÍ: pokud se diskuse na zasedání nebo schůzi týká nebo může týkat nezákonných témat, musí každý zaměstnanec společnosti AGC proti tomu vznést námitky a okamžitě opustit jednání, přičemž požádá zapisovatele, aby jeho námitky a odchod zaznamenal.
10. OZNÁMENÍ UDÁLOSTÍ: každý zaměstnanec společnosti AGC musí informovat první oddělení nebo své nadřízené (a v kopii první oddělení v Bruselu) o událostech, ke kterým došlo na těchto zasedáních a které nebyly v souladu s výše uvedenými pokyny nebo mohou být pro společnost nebezpečné z hlediska zákonnů na ochranu hospodářské soutěže.

4. Citlivé informace získané od zákazníků

Může se stát, že zákazníci ve snaze tláčit na naše ceny a podmínky prodeje sdělí zaměstnancům AGC důvěrné nebo jiné citlivé obchodní informace od konkurence (např. cena konkurence).

Nezapomínejte, že tento druh informací nemůžete od našich zákazníků nebo od jakýchkoli třetích stran NIKDY požadovat, protože by to mohlo naplňovat znaky nezákonné výměny informací, přestože nedošlo k přímému kontaktu mezi konkurencí.

Negativně však nezákonné tento druh informací shromažďovat, pokud nám budou zpřístupněny v rámci obvyklého obchodního styku.

Pokud zaměstnanci AGC obdrží tento druh informací, je třeba, aby:

- informovali svého nadřízeného,
- na obdržené dokumenty jasně vyznačili, kdo jim tuto informaci poskytl a kdy, a
- zařadili dokumenty do vyznačeného souboru.

Management zdůrazňuje, že tyto pokyny nejsou úplné a každý zaměstnanec, který má sebemenší pochybnosti o legálnosti jednání nebo kontaktu s konkurencí, by se měl obrátit na první oddělení v Bruselu (Michel Charles – hlavní regionální právní poradce společnosti AGC Europe: +32 (0)2 674 33 65; nebo paní Martine De Greef – tajemnice hlavního regionálního poradce společnosti AGC Europe: +32 (0)2 674 34 95).

3. Ochrana zdraví a bezpečnost při práci

Dodržujeme všechny zákony, zásady a pravidla společnosti o ochraně zdraví a bezpečnosti při práci

Usilujeme o trvalé zlepšování bezpečnosti a zdravého pracovního prostředí ve všech našich závodech.

Naše společná hodnota „ŽIVOTNÍ A PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ“ ve vizi Skupiny AGC „Look Beyond“ obsahuje trvalé zlepšování bezpečného a zdravého pracovního prostředí.

Skupina AGC ve svém dokumentu „Základní zásady Skupiny AGC pro ochranu zdraví a bezpečnost při práci“ vysvětluje přístup Skupiny AGC k vytváření zdravého a bezpečného pracovního prostředí. Dodržováním těchto zásad by měli všichni zaměstnanci takové pracovní prostředí udržovat a zlepšovat.

V dokumentu „Základní zásady Skupiny AGC při zajištění bezpečnosti průmyslového provozu“ (AGC Group Industrial Safety and Security Basic Policy) vyzývá Skupina AGC k aktivitám směřujícím k zabránění škod, vedená principem, podle kterého je bezpečnost závodu součástí odpovědnosti k místní komunitě, kterou je třeba považovat za člena korporace.

Výrobní závody Skupiny AGC nesmí ohrožovat bezpečnost obyvatel v okolí. Mimořádným událostem je třeba předcházet prováděním prohlídek a údržby podle zásad a postupů společnosti a podle příslušných právních předpisů.

Při řešení mimořádných událostí má nejvyšší prioritu záchrana lidských životů. Dále je třeba přijmout okamžitá opatření pro odvrácení a omezení zranění a kontaktovat nadřízeného nebo zodpovědného pracovníka, podle pravidel společnosti.

■ Reference

Odkaz se týká veškerých postupů a metod různých divízi a společností Skupiny AGC ohledně ochrany zdraví (při práci), bezpečnosti a bezpečnosti práce.

■ Základní zásady Skupiny AGC pro ochranu zdraví a bezpečnost při práci

Filosofii Skupiny AGC je důraz na všechny aspekty ochrany zdraví a bezpečnosti na pracovišti. Skupina AGC se snaží, aby všichni zaměstnanci tuto filosofii pochopili, sdíleli a spolupracovali na vytváření prostředí, které tyto hodnoty podporuje. Aktivity v oblasti ochrany zdraví a bezpečnosti při práci se aktivně zaměřují na podporu následujících tří pilířů fungování a trvalého zlepšování ochrany zdraví a bezpečnosti při práci:

- 1. Komunikace o zásadách ochrany zdraví a bezpečnosti při práci směrem od vedení k zaměstnancům**
(vytvoření motivace k přednostňování otázky ochrany zdraví a bezpečnosti při práci)
- 2. Komplexní péče o záležitosti ochrany zdraví a bezpečnosti při práci u všech výrobních linek**
(zajištění, aby u výrobních aktivit byla kvalita a produktivita v rovnováze s ochranou zdraví a bezpečnosti práce)
- 3. Dobrovolná účast všech zaměstnanců na aktivitách v rámci ochrany zdraví a bezpečnosti při práci**
(zajištění dobrovolné účasti všech zaměstnanců na aktivitách v rámci ochrany zdraví a bezpečnosti při práci)

4. Ochrana životního prostředí

Zavazujeme se dodržovat všechny předpisy na ochranu životního prostředí.

Při všech činnostech společnosti, včetně vývoje technologií, plánování, projekce, výroby, prodeje a nakládání s výrobky, chráníme životní prostředí.

„ŽIVOTNÍ A PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ“ je jednou ze čtyř společných hodnot Skupiny AGC definovaných ve vizi „Look Beyond“. K její realizaci vypracovala Skupina „Základní zásady Skupiny AGC při ochraně životního a pracovního prostředí“ (AGC Group Basic Environmental Policy).

Všechny podniky Skupiny AGC žádají své zaměstnance, aby se jako odpovědní občané zapojili do utváření lepšího životního prostředí.

■ Reference

Odkaz se týká veškerých postupů a metod z různých divízií společnosti Skupiny AGC ohledně základní ochrany životního prostředí.

5. Respektování lidských práv

Všichni neseme zodpovědnost za to, aby nedocházelo k diskriminaci z rasových, etnických, náboženských nebo národnostních důvodů či na základě pohlaví nebo postižení.

Nedopouštíme se sexuálního nebo jiného obtěžování.

„Odlíšnost“ je další ze čtyř společných hodnot Skupiny AGC definovaných ve vizi „Look Beyond“.

Každý zaměstnanec musí respektovat lidská práva ostatních zaměstnanců a usilovat o pracovní prostředí, ve kterém neexistuje diskriminace a nejsou porušována lidská práva.

Sexuální a jiné obtěžování je nežádoucím chováním, které narušuje integritu vztahů mezi zaměstnanci a není slučitelné s korektním pracovním prostředím.

■ Reference

Odkaz se týká veškerých postupů a metod různých divízi a společností Skupiny AGC ohledně ochrany proti mravnímu a sexuálnímu obtěžování.

6. Bezpečnost a kvalita výrobků

Bezpečnosti našich výrobků a služeb věnujeme patřičnou pozornost.

Dodržujeme kvalitativní ukazatele dohodnuté se zákazníky a nefalšujeme, neměníme ani nezkreslujeme výsledky kontroly jakosti či analytické údaje.

Má-li zákazník obdržet bezpečné a spolehlivé výrobky, musí být kladen důraz na jejich bezpečnost v každé fázi jejich životnosti.

Máte-li pochybnosti o bezpečnosti výrobku, oznámte to a/nebo kontaktujte obchodníky Skupiny AGC, kteří s výrobkem obchodují.

Při přípravě pokynů nebo příruček k výrobkům nezapomeňte uvést vhodná bezpečnostní upozornění zabraňující nevhodnému použití výrobku a uveďte bezpečný a řádný způsob jeho užívání.

Kvalitativní specifikace dohodnuté se zákazníkem musí být dodrženy. Zaměstnanci nesmí zkreslovat data, která jsou podkladem pro kvalitativní specifikace výrobku. Pokud musí společnost kupříkladu v mimořádných případech expedovat výrobky, které nesplňují kvalitativní specifikace dohodnuté se zákazníkem, například pro nouzové účely, lze tak učinit obchodně přiměřeným způsobem, například po obdržení souhlasu od zákazníka.

Při zjištění, že některé výrobky nebo služby Skupiny AGC mohou ohrozit zdraví nebo majetek zákazníků, musí být prioritně přijata okamžitá opatření k odpovědnému vyřešení problému a k opětovnému získání důvěry dotýčených zákazníků. Kromě toho je třeba zjištěním příčin a zavedením nápravných opatření zabránit opakování problému.

■ Reference

Obkaz se týká veškerých postupů a metod různých divizí a společností Skupiny AGC ohledně zásad managementu kvality.

7. Transparentní finanční výkaznictví

Dodržujeme finanční, účetní a daňové zákony i účetní zásady a pravidla společnosti.

Vedeme a předkládáme důvěryhodné a transparentní účetní záznamy, ze kterých jsou patrné transakce společnosti.

Společnosti Skupiny AGC jsou povinny dodržovat finanční, účetní a daňové zákony a účetní standardy pro přípravu a vydávání správných finančních záznamů.

Řádné vedení záznamů o transakcích je nezbytné pro plnění požadavků finančního výkaznictví Skupiny AGC a pro přijímání vhodných řídicích rozhodnutí. Zaměstnanci jsou povinni dodržovat všechna pravidla Skupiny AGC o vedení záznamů týkajících se například nákupů, inventurních kontrol a kontrol prodeje, které musí odpovídat skutečnosti. Žádná společnost AGC ani její zaměstnanec nesmějí odstranit nebo zlikvidovat libovolné finanční, účetní nebo jiné záznamy, pokud by to bylo proti příslušným předpisům nebo pravidlům společnosti.

Je přísně zakázáno uzavírat fiktivní obchody s neexistujícími nákupy, prodeji, zásobami apod. a připravovat nebo fašovat dokumenty k takovým obchodům.

Finanční informace musí být pečlivě kontrolovány a smějí být uvolněny pouze oprávněnými osobami.

Zaměstnanci Skupiny AGC budou poskytovat veškeré nezbytné informace a přiměřenou součinnost interním a externím auditorům při vykonávání jejich povinností.

■ Reference

Odkaz se týká veškerých postupů a metod různých divizí a společností Skupiny AGC ohledně účetních zásad skupiny.

8. Zákaz nedovoleného obchodování

Neobchodujeme s akciami společností AGC nebo jiných společností, pokud by takové obchodování porušovalo předpisy o nedovoleném obchodování.

Nákup nebo prodej veřejně obchodovaných akcií na základě důležitých interních informací o společnosti AGC nebo jiných společnostech (např. společnostech, zákaznících nebo dodavatelů), které mohou ovlivnit cenu akcií, doporučování takových obchodů jiným osobám nebo zveřejnění neveřejných informací je téměř vždy považováno za nelegální a nepřipustné obchodování.

Interní informace společnosti Skupiny AGC, které dosud nebyly zveřejněny, včetně finančních informací, informací o výzkumu a vývoji nových výrobků i služeb a informace o slučování, akvizicích, rozdělení nebo nových obchodních operacích mohou mít velký vliv na ceny akcií. Proto musí zaměstnanci, kteří odpovídají za nakládání s takovými materiály (nebo přicházejí s takovými informacemi do styku v rámci svých pracovních povinností), zvláště opát na jejich utajení.

9. Řádné nakládání s majetkem společnosti a respektování druhých osob

Řádně spravujeme, užíváme a chráníme hmotný a nehmotný majetek společnosti.

Důvěrné informace a další duševní vlastnictví jsou cenným majetkem, který chráníme.

Nesnažíme se nepřipustně získávat důvěrné informace a respektujeme duševní vlastnictví druhých.

Všichni zaměstnanci by si měli být vědomi, že hmotný a nehmotný majetek, například zařízení, stroje, počítače, síťové systémy, obchodní informace a duševní vlastnictví (technologie, patenty, značky, autorská práva apod.), používaný pro podnikání, patří společnosti. Tento majetek je tedy třeba řádně spravovat, užívat a chránit.

Je přísně zakázáno neoprávněně nebo nezákonně sdělovat důvěrné informace společnosti jiným osobám.

Důvěrné informace musí být chráněny například omezením přístupu nebo uložením v uzamčených prostorách, aby nedošlo k jejich odcizení nebo nežádoucímu úniku.

Nebudeme nepřipustně získávat, sdělovat nebo používat důvěrné informace od jiných osob. Neoprávněné kopírování softwaru a neoprávněné kopírování, upravování či distribuce písemností jiných osob na internetu může být porušením autorských práv. Zneužití takového nehmotného majetku jiných osob by mohlo společnost vystavit značné odpovědnosti.

■ Pravidla zabezpečení IT ve společnosti AGC Europe (AGC European IT Security Rules) (celý text je dostupný na intranetu)

Zabezpečení IT se zaměřuje především na předcházení únikům podnikových informací ve prospěch třetí strany. Nezáleží na tom, zda informace unikají ze systému nebo zda někdo vstupuje do systému a získává přístup k našim datům. Zaměřuje se také na prevenci proti zavlečení virů nebo jiných elementů vedoucích ke zničení dat důležitých pro společnost.

Jedná se o základní koncepci zabezpečení a zná ji většina uživatelů. Zabezpečení IT je však širší záležitostí. Zaměřuje se také na prevenci čehokoli, co by mohlo bránit aktivitám společnosti, brzdit je nebo dokonce částečně či zcela zastavit.

Druhý aspekt zabezpečení IT je méně známý, ale stejně důležitý. Lze jej ozřejmit na některých příkladech:

- řada lidí neví, že zaslání e-mailů s velkými přílohami (například s obrázky) zatíží systém elektronické pošty několika megabajty. V okamžiku, kdy je e-mail odeslán současně velkému počtu osob, se velikost v megabajtech násobí počtem adresátů, což může přetížít síť a vést až k jejímu zablokování.
- Pokud bude v tomtéž okamžiku poslouchat 40 osob hudbu z internetu, další připojení k internetu nebude možné.

Tyto dva aspekty jsou zmíněny ve vypracovaných pokynech přiložených k tomuto dokumentu.

Úvodem zmíníme několik poznámek, které vyjasní cíle těchto pokynů.

Kromě řady pravidel, která je třeba dodržovat, platí zejména absolutní zákaz používání nástrojů IT pro osobní účely. Mohli bychom být překvapeni tímto zákazem, jeho absolutní povahou, a divit se, proč se týká zabezpečení IT, jak je uvedeno výše.

Předchozí dva příklady také vysvětlují následující zákaz: Oba popsané znepokojivé případy chování se vlastně většinou týkají používání elektronické pošty pro soukromé účely. Při znalosti důsledků takového užívání se (v dobrém úmyslu) ukázalo nezbytným postupovat v této záležitosti mimořádně přísně.

Navzdory tomu, že toto pravidlo musí být aplikováno a bude uplatňováno s tolerancí, je třeba ho na pravo jasné stanovit, protože je téměř nemožné v pravidlech absolutně přesně vymezit, kde tolerance začíná a kde končí. Vskutku se jedná o holou skutečnost.

Kromě toho je třeba vědět, že cílem není sledování osob, které používají nástroje IT pro osobní účely, ani jejich trestání. Cílem je pouze chránit ekonomické zájmy Skupiny AGC.

Pokud má zaměstnavatel přístup k datům, která pracovník uložil do nástrojů IT, jež mu byly dány k dispozici, nesmí porušovat jeho soukromí.

Smyslem takového přístupu ve skutečnosti není odhalení potenciálně soukromých údajů, nýbrž odhalení dat, která mohou poškodit Skupinu AGC.

Proto jsou takovými občasnými kontrolami spojeny dvě důležité pojistky:

1. Kontrolu v případě možné hrozby poškození Skupiny AGC lze provést pouze po předchozím souhlasu vedoucího regionálního zastoupení a personálního vedoucího regionálního zastoupení.
2. Zaměstnanec oddělení IT, který kontrolu provede, nesmí nikomu sdělit informace soukromé povahy, které při kontrole případně zjistí. Existuje jediná výjimka z tohoto zákazu: mohou-li informace i přes svoji soukromou povahu poškodit ekonomické zájmy Skupiny AGC, což se stává velmi zřídka.

Skupina AGC bude přísně dbát na tato pravidla ochrany soukromí.

Rádi bychom na konec upozornili na skutečnost, že většina nežádoucích situací a škod, které se společnosti přihodí v souvislosti s prostředky IT, je způsobena lidským chováním (nehovoříme o záměrném zlovolném jednání).

Toto chování je většinou neúmyslné a vyplývá z neznalosti důsledků, které může mít.

Jedním z důležitých cílů, které Skupina AGC vydáním těchto pokynů sleduje, je informovat zaměstnance, aby si každý uvědomil význam dodržování těchto pokynů.

10. Zásady při střetu zájmů

Usilujeme o to, aby nedocházelo ke střetu našich osobních zájmů a zájmů společnosti AGC.

Jakýkoliv možný střet zájmů oznamujeme nadřízeným.

Při jednání se stávajícími nebo potenciálními zákazníky, dodavateli, veřejnými činiteli, zhotoviteli a konkurenty nesmí zaměstnanci jednat ve svém vlastním zájmu.

Každý zaměstnanec musí případný střet zájmů ihned a podrobně hlásit nadřízeným. Jedná se například o situaci, kdy příbuzný nebo přítel zaměstnance obchoduje nebo hodlá obchodovat se společností AGC nebo má významný podíl ve společnosti dodavatele.

Je zakázáno zastávat funkci člena správní rady či poradce, případně jinou vlivnou pozici u konkurence, dodavatele či zákazníka Skupiny AGC, pokud by tato pozice mohla mít vliv na obchodní rozhodnutí.

■ Zásady společnosti AGC Europe při střetu zájmů

Zaměstnanci se musí vyhýbat situacím, v jejichž rámci by mohlo docházet ke střetu mezi jejich osobními zájmy a zájmy Skupiny. Při jednání s aktuálními a potenciálními zákazníky, dodavateli, veřejnými činiteli, investory a konkurenty musí zaměstnanci vystupovat v nejlépeším zájmu společnosti, bez ohledu na své osobní výhody. Každý zaměstnanec musí urychleně a podrobně písemnou formou informovat vedení o jakékoliv situaci, při níž by mohlo dojít ke střetu zájmů.

V případě pochyb nebo pocitu, že jste se ocitli v zhoulostivé situaci, informujte nadřízeného.

11. Korektní postoj k pohoštění a darům

Nenabízíme ani neposkytujeme nepřiměřené pohoštění či dary.

Nepřijímáme ani nepožadujeme přímé ani nepřímé peněžní či jiné osobní výhody, které mohou ovlivnit loajalitu ke Společnosti.

Nepřiměřené pohoštění nebude tolerováno, protože může zkresit normální obchodní jednání a ohrozit průhlednost transakcí.

Zaměstnanci nesmějí požadovat ani přijímat pohoštění či dary, ať již za výhody třetí straně nebo výhody, které nejsou v zájmu Společnosti.

■ Zásady Skupiny AGC Europe ohledně darů a pohoštění

Zaměstnanci nesmějí poskytovat žádným osobám či organizacím, které jsou se Skupinou v obchodním vztahu (jako zákazník či dodavatel), případně konkurentům Skupiny nebo součástí Skupiny, žádné dary, platby, odměny, služby, dovolené či pohoštění, ani je žádat či přijímat, s výjimkou případů uvedených níže.

- Dary a pohoštění mohou být poskytnuty či přijaty pouze tehdy, jsou-li poskytnuty výjimečně a souvisí-li s pracovní náplní zúčastněných osob.

Zvláště kritické jsou vztahy s dodavateli, zákazníky a agenty: diskuse a výběr zboží či služeb musí probíhat pouze na základě konkurenčních podmínek kvality, ceny a služeb a musí být pro Skupinu výhodné.

V případě pochyb si o situaci otevřeně promluvíte se svým nadřízeným.

Rada:

- V případě pochyb o legitimitě daru se zeptejte sami sebe: Byl/byla bych ochoten/ochotna o tom říci svým přátelům, kolegům nebo nadřízenému?

12. Kontakty s politiky a veřejnými činiteli

Neposkytujeme nepatřičné finanční prostředky nebo cokoli jiného politikům, politickým stranám či veřejným činitelům.

Ve většině zemí (pokud ne ve všech) nesmějí být politikům, politickým stranám či veřejným činitelům poskytovány příspěvky s cílem ovlivnit jejich jednání. Při obchodních aktivitách, při nichž dochází ke styku s politiky nebo veřejnými činiteli, je třeba postupovat velmi obezřetně.



Ve výjimečných případech jsou přípustné drobné platby usnadňující výkon funkce veřejného činitele, je-li to nezbytné vzhledem k obchodní praxi v některých zemích nebo oblastech a je-li to posouzeno a schváleno managementem. Odkaz: OECD Convention on Combating Bribery of Foreign Public Officials in International Business Transactions, 1999 (Úmluva OECD proti podplácení zahraničních veřejných činitelů v mezinárodních podnikatelských transakcích, 1999).

13. Regulace mezinárodního obchodu

Dodržujeme zákony týkající se mezinárodního obchodu.

Přivývozu nebo dovozu materiálů či výrobků a pod
musíme dodržovat zákony týkající se obchodo-
vání.

Asistenční linka 2008

Obecné dodržování pravidel - emailová schránka: codeofconduct.box@agceurope.com

Členové výboru pro dodržování pravidel:

<u>Emmanuel Hazard, předseda</u>	<u>+32 2 674 32 86</u>
<u>Ann Harkin</u>	<u>+44 1253 861 843</u>
<u>Pierre Cambier</u>	<u>+32 2 674 33 52</u>
<u>Michel Charles</u>	<u>+32 2 674 33 65</u>
<u>Alain Crouzillas</u>	<u>+32 15 78 03 21</u>
<u>Thierry Devliegher</u>	<u>+32 64 230 266</u>
<u>Jean-François Heris</u>	<u>+32 2 674 33 43</u>
<u>Jean-Marc Meunier</u>	<u>+32 64 230 231</u>
<u>Stepan Popovic</u>	<u>+420 417 50 21 00</u>
<u>Peter van Rhede</u>	<u>+32 2 674 34 27</u>

Management dodržování pravidel:

Belgie

Roger Vantilt +32 2 674 34 62
Thierry Lagasse +32 2 674 34 72

Francie

Jean-Michel Dupuis +33 3 2769 4049
Philippe Lallement +33 1 57 58 30 12

Nizozemí

Sinus Wolters +31 344 679 550
Raymond Foudraïne +31 344 679 510

Španělsko

Josep-Lluís Muñoz +34 93 467 07 51
Ricardo de Montserrat +34 93 467 07 61

Česká republika

Libor Sehnal +420 417 50 20 32
Martin Kubat +420 417 81 43 21

Itálie

Pier-Luigi Palmigiani +39 0171 340 357
Luca Beltritti +39 0171 340 291

Rusko

Konstantin Kolupaev +7 495 411 65 65
Vladimir Shigaev +7 495 411 65 60
Pavel Sokolov +7 910 395 11 33

Maďarsko

Mihaly Giber +36 34 887 210

V každém případě:

Pro AGC Flat Glass Europe

Denis Didriche +32 2 674 31 91

Pro AGC Automotive Europe

Eric Spilborghs +32 64 230 297

Pro AGC Europe

Isabelle Dehalu +32 2 674 31 35

AGC EUROPE (Evropský úřad pro dodržování pravidel)

Chaussée de La Hulpe 166
B - 1170 BRUSSELS
BELGIUM
Tel: +32 (0)2 674 31 11

AGC FLAT GLASS EUROPE

Chaussée de La Hulpe 166
B - 1170 BRUSSELS
BELGIUM
Tel: +32 (0)2 674 31 11

AGC AUTOMOTIVE EUROPE

Parc Industriel de Senefve - Zone C
B - 7180 SENEFFE
BELGIUM
Tel: +32 (0)64 230 211

AGC CHEMICALS EUROPE

PO Box 4, York House, Hillhouse International,
GB - Thornton Cleveleys, Lancashire FY5 4QD
GREAT BRITAIN
Tel: +44 (0) 1253 86 19 63



Zdroj: Interní materiály společnosti AGC Flat Glass Czech

Příloha 2 Certifikáty AGC Flat Glass Czech k integrovanému systému managementu jakosti podle normy ISO 9001:2008, ochrany životního prostředí ISO 14001:2004 a bezpečnosti a ochrany zdraví při práci OHSAS 18001:2007

BUREAU VERITAS
Certification



Certifikát

udělený organizaci

AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group
Sídlo společnosti: Skiářská 450, 416 74 Teplice

Lokalita
Servisní středisko společnosti AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group,
Skiářská 450, Teplice
a závody
Řetenice, Skiářská 450, Teplice
AGC Coating Teplice, Skiářská 450, Teplice
Barevka, Mírová 144, Dubí
Kryry, Tovární ulice, Kryry
Oloví, Skiářská 300, Oloví
Česká republika

Bureau Veritas tímto osvědčuje, že systém managementu výše uvedené organizace byl posouzen a sledován ve shodě s požadavky následující systémové normy:

Norma

ČSN EN ISO 9001:2009

Oblast certifikace

VÝROBA, NÁKUP, PRODEJ A DODÁVÁNÍ PLOCHÉHO SKLA A VÝROBKŮ Z NĚHO, JAKO JSOU SKLO FLOAT, VRSTVENÉ BEZPEČNOSTNÍ SKLO, NÍZKOEMISIVNÍ SKLO, ORNAMENTNÍ SKLO, DRÁTOSKLO, CHEMICKY MATOVANÉ SKLO, ZRGADLA, PROTIPOŽÁRNÍ SKLO A DALŠÍ SPECIÁLNÍ VÝROBKY Z NICH. INSTALACE INTERIÉROVÉHO SKLA.

Dátum počátečního schválení: 9. ÚNORA 1996

Tento certifikát platí – za předpokladu náležitého uplatnění – udržování funkčnosti systému managementu do: **22. KVĚTNA 2014**

Pro ověření platnosti certifikátu volejte: +420 210 088 215

Změna výše uvedeného rozsahu certifikace může být provedena pouze na základě žádosti.



Datum: **27. KVĚTNA 2011**

Číslo certifikátu: **11000255**



ISSUING OFFICE: BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC spol. s r.o., Chvástková 5, 140 00 Praha 4, Czech Republic
ISSUING OFFICE ADDRESS: BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC spol. s r.o., Chvástková 5, 140 00 Praha 4, Czech Republic

BUREAU VERITAS
Certification



Certifikát

udělený organizaci

AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group

Sídlo společnosti: Sklářská 450, 416 74 Teplice

Lokality

Servisní středisko společnosti AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group,
Sklářská 450, Teplice

a závody

Řetenice, Sklářská 450, Teplice
AGC Coating Teplice, Sklářská 450, Teplice
Barevka, Mírová 144, Dubí
Kryry, Tovární ulice, Kryry
Olomí, Sklářská 300, Olomí
Česká republika

Bureau Veritas tímto osvědčuje, že systém managementu výše uvedené organizace byl posouzen a shledán ve shodě s požadavky následující systémové normy:

Norma

ČSN EN ISO 14001:2005

Oblast certifikace

VÝROBA, NÁKUP, PRODEJ A DODÁVÁNÍ PLOCHÉHO SKLA
A VÝROBKŮ Z NĚHO, JAKO JSOU SKLO FLOAT, VRSTVENÉ
BEZPEČNOSTNÍ SKLO, NÍZKOEMISIVNÍ SKLO, ORNAMENTNÍ SKLO,
DRÁTOSKLO, CHEMICKY MATOVANÉ SKLO, ZRCADLA,
PROTIPOŽÁRNÍ SKLO A DALŠÍ SPECIÁLNÍ VÝROBKY Z NICH.
INSTALACE INTERIÉROVÉHO SKLA.

Datum počátečního schválení 23. KVĚTNA 2002

Tento certifikát platí – za předpokladu následujícího úspěšného udržování funkčnosti systému managementu
do 22. KVĚTNA 2014

Pro změnu platnosti certifikátu volejte: +420 210 088 215

Změna vlivě uvedeného rozsahu certifikace může být provedena pouze na základě žádosti.


Datum: 27. KVĚTNA 2011

Číslo certifikátu: 11000256



NAZNAČENÝ ÚŘEČNÍ BUREAU VERITAS PŘEDSTAVITELSTVÍ VEŘEJNÝCH, spol. s r.o., Obchodní C. 1460, Praha 4, Česká Republika
BUREAU VERITAS CERTIFICATION, spol. s r.o., Obchodní C. 1460, Praha 4, Česká Republika

BUREAU VERITAS
Certification



Certifikát

udělený organizaci

AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group

Sídlo společnosti: Sklářská 450, 416 74 Teplice

Lokalita

Servisní středisko společnosti AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group,
Sklářská 450, Teplice

a závody

Retenice, Sklářská 450, Teplice

AGC Coating Teplice, Sklářská 450, Teplice

Barvka, Mirová 144, Dubí

Kryry, Tovární ulice, Kryry

Oloví, Sklářská 300, Oloví

Česká republika

Bureau Veritas tímto osvědčuje, že systém managementu výše uvedené organizace byl posouzen a sledán ve shodě s požadavky následující systémové normy:

Norma

ČSN OHSAS 18001:2008

Oblast certifikace

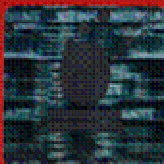
VÝROBA, NÁKUP, PRODEJ A DODÁVÁNÍ PLOCHÉHO SKLA
A VÝROBKŮ Z NĚHO, JAKO JSOU SKLO FLOAT, VRSTVENÉ
BEZPEČNOSTNÍ SKLO, NÍZKOEMISIVNÍ SKLO, ORNAMENTNÍ SKLO,
DRÁTOSKLO, CHEMICKY MATOVANÉ SKLO, ZRCADLA,
PROTIPOŽÁRNÍ SKLO A DALŠÍ SPECIÁLNÍ VÝROBKY Z NICH.
INSTALACE INTERIÉROVÉHO SKLA.

Datum počátečního schválení: 23. KVĚTNA 2002

Tento certifikát platí – za předpokladu následného uspokojivého udržování funkčnosti systému managementu
do 22. KVĚTNA 2014

Pro ověření platnosti certifikátu volat: +420 210 088 215

Změna výše uvedeného rozsahu certifikace může být provedena pouze na základě žádosti.



Datum: 27. KVĚTNA 2011

Číslo certifikátu: 11000253



REGISTRATION CENTER BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC, spol. s r.o., Opatovská 1, 140 00 Praha 4, Česká republika
REG. NO. OFFICE ADDRESS BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC, spol. s r.o., Opatovská 1, 140 00 Praha 4, Česká republika

Zdroj: Interní materiály společnosti AGC Flat Glass Czech



BUREAU VERITAS
Certification

BUREAU VERITAS
1828

Certifikát

udělený organizaci

AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group
Sídlo společnosti: Sklářská 450, 416 74 Teplice

Lokalita
Servisní středisko společnosti AGC Flat Glass Czech a.s., člen AGC Group,
Sklářská 450, Teplice
a závody
Retenice, Sklářská 450, Teplice
AGC Coating Teplice, Sklářská 450, Teplice
Barevka, Mírová 144, Dubí
Kryry, Továrni ulice, Kryry
Oloví, Sklářská 300, Oloví
Česká republika

Bureau Veritas tímto osvědčuje, že systém managementu výše uvedené organizace byl posouzen a sledán ve shodě s požadavky následující systémové normy:

Norma

ČSN OHSAS 18001:2008

Oblast certifikace

**VÝROBA, NÁKUP, PRODEJ A DODÁVÁNÍ PLOCHÉHO SKLA
A VÝROBKŮ Z NĚHO, JAKO JSOU SKLO FLOAT, VRSTVENÉ
BEZPEČNOSTNÍ SKLO, NÍZKOEMISIVNÍ SKLO, ORNAMENTNÍ SKLO,
DRÁTOSKLO, CHEMICKY MATOVANÉ SKLO, ZRCADLA,
PROTIPOŽÁRNÍ SKLO A DALŠÍ SPECIÁLNÍ VÝROBKY Z NICH.
INSTALACE INTERIÉROVÉHO SKLA.**

Datum počátečního schválení: 23. KVĚTNA 2002

Tento certifikát platí – za předpokladů následného uplatnění udržování funkčnosti systému managementu
do: 22. KVĚTNA 2014

Pro certifikaci platí: certifikátní váleček: +420 210 088 215

Změna výše uvedeného rozsahu certifikace může být provedena pouze na základě žádosti.



Datum: 27. KVĚTNA 2011

Číslo certifikátu: 11000253



S 3100

INSTITUTION CERTIFIED: BUREAU VERITAS CERTIFICATION, spol. s r.o., Opatovská 1, 14010 Praha 4, Česká Republika
CERTIFYING OFFICE ADDRESS: BUREAU VERITAS (CZECH REPUBLIC), spol. s r.o., Opatovská 1, 14010 Praha 4, Česká Republika



Zdroj: Interní materiály společnosti AGC Flat Glass Czech