

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC



Michal Urban

Cesty zlepšování etického chování organizace

**The Methodology of Improving Ethical Behaviour of
Organizations**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: RNDr. Ing. M. Rössler, CSc. , MBA

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jen uvedené informační zdroje.

Olomouc.....

vlastnoruční podpis

Chtěl bych poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce RNDr.Ing.M.Rösslerovi, CSc.,MBA za jeho odbornou pomoc, konzultace, rady při korektuře a trpělivost.

Obsah

1	Úvod.....	5
1.1	<i>Vztah etiky a ekonomiky.....</i>	6
1.2	<i>Co je to etické chování?.....</i>	9
1.3	<i>Právní a morální rovina podnikání.....</i>	10
1.4	<i>Co je to etika?.....</i>	12
1.5	<i>Co je to firemní kultura?.....</i>	14
1.6	<i>Výhody etického chování.....</i>	15
2	Aplikace etiky do organizace	17
2.1	<i>Co je to etický kodex</i>	17
2.2	<i>Jak napsat dobrý etický kodex</i>	18
2.3	<i>Etický problém vs. Etické dilema.....</i>	21
2.4	<i>Příklady etických kodexů</i>	23
2.5	<i>Průzkum aplikace etických kodexů</i>	27
3	Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility).....	30
3.1	<i>Definice CSR.....</i>	30
3.2	<i>Tři pilíře CSR.....</i>	31
3.3	<i>„Přehled modelů pro měření a reportování CSR“</i>	33
4	Závěr	35
4.1	<i>Doporučené elektronické zdroje informací o BE a CSR.....</i>	38
	Anotace.....	40
	Literatura a Prameny	42
	Seznam obrázků a tabulek.....	44

1 Úvod.

Toto téma jsem si vybral, protože mi připadne velice zajímavé, poněkud opomíjené a hlavně aktuální v dnešní hektické, rychle se měnící době. Dnes, kdy vidíme obrovský nárůst globalizace, vzájemně střetávající se firmy z celého světa, z různých kultur, je nutné najít nějaký společný jazyk pro řešení každodenních problémů. V dnešní obrovské konkurenci a nasycenosti trhu roste tlak spotřebitelů na morální odpovědnost, společenskou odpovědnost a dodržování etických standardů jednotlivých firem. Odpovědný přístup k okolí se stává důležitou součástí hodnoty služby nebo výrobku. Také věda a výzkum, které se rozvíjejí velice rychle, vyžadují stanovení nějakého etického rámce, protože ne ve všech případech jde jen o žádoucí a pozitivní přínosy, ale jsou spojeny i s nežádoucími jevy a jejich dopadem na lidi a přírodu. U nás v České republice po společenských změnách v listopadu 1989, kdy začalo vznikat soukromé podnikání, nebylo výjimkou, že podnikatel, který neplatí závazky dodavatelům a kterému se za to nic nestane, nebyl považován za podvodníka, ale naopak za šikovného obchodníka, který v tom umí chodit. Také placení daní probíhalo často formou, kdo nekrade, okrádá rodinu. Tyto časy jsou už naštěstí pryč, ale dědictví čtyřicetileté totality, kdy jak podnikání, tak etické, férové chování bylo potlačeno, je ještě stále cítit. Proto si myslím, že Česká republika má ještě stále co dohánět. Dodržování určitých formálních i neformálních pravidel ve firmách (odděleních) je nezbytné. Tato pravidla mají být respektována a mají ovlivňovat postupy provádění všech manažerských funkcí. Současný management ve stále větší míře zdůrazňuje sociální zodpovědnost vedoucích pracovníků, etiku a kulturu jejich jednání. Američané často používají slogan „good ethik, good bussines“, a vědí o čem mluví. Solidnost a serióznost v obchodování se jim musí vyplatit! Poctivé vztahy mezi obchodními partnery snižují riziko podnikání a to pro všechny zúčastněné strany. Výdaje na případné upomínky, vymáhání dluhů, urgency, arbitráže i další právní a soudní úkony zvyšují takzvané transakční náklady a ty pak logicky snižují ziskovost firmy. Na rozdíl od jiných institucí byznys nemá vytvořeny žádné formální, obecně uznané, kontrolované a vymahatelné etické standardy. Není tedy pochyb, že do současného podnikání, ať už celosvětového, nebo toho Českého je nutné vnést podstatně více etiky.

1.1 Vztah etiky a ekonomiky

Etika v podnikání je častým předmětem diskusí ekonomů, filosofů, manažerů, podnikatelů a v poslední době dokonce i politiků. Současně je ale diskutován i smysl těchto diskusí. Otázka vztahu ekonomiky a etiky není vůbec nová. Morální otázky byly v ekonomii přítomny vždy. Obchodníci ve všech dobách byli odkazováni na své etické závazky. V učebnici církevního práva z 12. století píše Gratianus: “Homo mercator numquam aut vix potest Deo placere“, neboli obchodník se nikdy nemůže líbit Bohu, nebo jenom stěží. Studium souvislostí mezi ekonomickým a etickým chováním se dostalo do popředí zájmů ekonomů i filosofů v 80. letech nejprve v USA a později také v Evropě. V roce 1988 vydal Amitai Etzioni¹, profesor ekonomie a sociologie na Harvard Business School své zásadní dílo *The Moral Dimension: Toward a New Economics*. V něm se snaží ukázat možnosti integrace ekonomie do širšího etického rámce. Vyjadřuje přesvědčení, že moc hraje klíčovou roli ve vytváření a stabilizování ekonomických systémů. Cena zboží pak odráží nejen náklady, ale i relevantní ekonomickou moc výrobců ve vztahu k uživatelům a dalším stranám. Pro morální společnost je pak největší výzvou udržet pod kontrolou prvek moci v cenové rovnici: náklady + moc = cena. Dnes už je klasické dílo Francise Fukuyamy - *The End of History and the Last Man* (vydané v roce 1993)², ve kterém se zabývá otázkou svobody a rovnosti jak ekonomické tak politické v moderní společnosti. Ve své další knize *Trust The Social Virtues and the Creation of Prosperity* (1995)³, rozebírá Fukuyama význam tržního ekonomického systému. Vidí ho ve výkonnosti, která je určena schopností pracovat pro společný cíl. Spolupráce ale vyžaduje schopnost sdílet stejné hodnoty, z nichž nejdůležitější je důvěra. Firma, ve které neexistuje důvěra má větší transakční náklady spojené s detailními smlouvami a kontrolními mechanismy. Amartya Sen⁴, držitel Nobelovy ceny za ekonomii v roce 1998 také usiluje o integraci etiky a ekonomie. Rozeznává dva odlišné přístupy k ekonomii: 1. přístup etický-bere v úvahu etické souvislosti. Zahrnuje problémy motivace, sociální problémy a klade si otázku, jak máme žít, co je to spravedlivá společnost a podobně. Etika v tomto případě není chápána jako něco vnějšího, ale jako součást vnitřního systému, který ovlivňuje

¹ srov. Etzioni, A. (1988): *Moral Dimension: Toward a New Economics*, 314s, ISBN: 00290999013.

² srov. Fukuyama, F. (1993): *The End of History and the Last Man*, 448s, ISBN-10: 0380720027.

³ srov. Fukuyama, F. (1996): *Trust the Social Virtuos and the Creation of Prosperity*, 480s, ISBN-10: 0684825250

⁴ srov. Sen, A. (2002): *Etika a ekonomie*, 119s, ISBN: 80-7021-549-6

chování celé organizace. 2. přístup-inženýrský (někdy bývá uváděn jako přístup technický) se zrodil až s rozvojem průmyslové éry. Klade důraz na logické, matematické či technické postupy. Etické otázky pro něj nejsou důležité. Ústředním problémem zůstává otázka v hledání prostředků, jimiž lze dosahovat cíle. Sen tvrdí, že oba přístupy mají význam na formování ekonomických aktivit. Žádný ekonomický směr či škola se ovšem nevyvíjely v čisté podobě. Jestliže porovnáme tyto dva přístupy, pak lze najít rovinu, ve které se tyto přístupy významně odlišují. Je to rovina motivace. Motivace k maximalizaci užitku nebo maximalizaci vlastního zájmu. V současných ekonomikách převládá pojetí maximalizace vlastního zájmu, které souvisí s nedoceněním role etiky v podnikání. Někteří autoři, např. Šikula vidí souvislost s časovým obdobím, které nutí firmy přijímat normy své doby.

1.2 Co je to etické chování?

Než se hlouběji ponoříme do problematiky etického chování firem, bylo by dobré definovat, co to vlastně etické chování je a co si pod tím představujeme. Provedl jsem malý průzkum mezi manažery a vůbec lidmi v mém okolí a zjistil jsem několik zajímavých věcí. Vím, že průzkum mezi cca 40-ti lidmi nemá vypovídající statistickou hodnotu, ale napoví něco o názorech na dané téma. Věcí, která mě zarazila je, že mezi lidmi stále přetrvává spousta mýtů o etickém chování firem, etických kodexech i podnikatelské etice jako takové. Hlavní a nejčastěji opakující se názory bych shrnul do několika bodů:

1. Podnikatelská etika je spíše jakousi odnoží východního náboženství, než disciplínou pro manažery.
2. Zaměstnanci naší firmy se chovají eticky a my žádnou podnikatelskou etiku nepotřebujeme.

A konečně třetí nejčastější odpověď: Naše organizace nemá žádné problémy se zákonem, takže se chová eticky. To jsou zhruba základní formy odpovědi mnou dotázaných manažerů. Etické chování manažerů předpokládá dodržovat určité, v dané komunitě obecně uznané normy jednání. Takové chování je v úzké vazbě na sociálně zodpovědné jednání manažerů. Některé normy jednání může určovat:

- a) písemná podoba (některé zákony, ústava, základní lidská práva, přípustné nebo nepřípustné postupy konkurenčního soutěžení);
- b) nepsaná pravidla (morálka, takt, slušnost vůči starým lidem)

Psané etické normy bere moderní management jako pevně dané, nepsaná pravidla jsou chápána různě. Vedoucí pracovníci mají obvykle za povinnost věnovat stálou pozornost dodržování specifických etických pravidel kolektivem svých spolupracovníků. A protože sami čelí mnohem vyšším nárokům než kolegové, rozhodně by měli provádět neformální kontroly a využívat informace svých důvěryhodných spolupracovníků. V Německu je rozšířený názor, že nejlepší pákou na dodržování manažerské etiky je pozornost nadřízených vedoucích pracovníků věnovaná manažerům na nižších stupních.⁵

⁵Odposlechnuto na kurzu efektivní manažerské komunikace, 11. 12. 2009

1.3 Právní a morální rovina podnikání

Na základě mého „výzkumu“ bych rád rozlišil právní a mravní rovinu podnikání. U řady vedoucích pracovníků totiž stále přetrvává názor, že dodržování práva znamená totéž co etické chování. Právní řád ale nemůže a ani nechce postihnout všechny možnosti, jak reagovat na reálnou skutečnost a vytváří pouze mantinely pro beztestné chování. Morálka bude vždycky postavena nad zákon. A tak pojďme rozebrat tyto dvě roviny podrobněji.

Náš právní řád pamatuje na dobré mravy v podnikání. Novelizace občanského zákoníku s účinností od 1. 1. 1992 zavádí opět do občanského práva pojem dobrých mravů (§ 3, ods. 1 Občanského zák.).

Proti dobrým mravům je jednání, které sice přímo neodporuje zákonu ani ustanovení, ale je v rozporu s tím co se při uskutečňování právních úkonů považuje z morálního hlediska za přípustné. Fakt, že se nějaký právní úkon přičí dobrým mravům, musí být soudem zjištěn vždy nezávisle na vůli soudu a jeho účastníků, v daném čase, na daném místě a za daných okolností.

S pojmem dobré mravy operuje obchodní zákoník v rámci úpravy nekalé soutěže. Podle generální klausule je nekalou soutěží jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy a je způsobilé přivodit újmu jiným účastníkům soutěže, jakož i spotřebitelům. Jednání proti dobrým mravům si ponechává mravní rozměr, avšak vzhledem k tomu, že je zásada dobrých mravů zakotvena v zákoně, nabývá i rozměr právní a stává se kategorií právní.

Je třeba říci, že většina vedoucích pracovníků si přeje zlepšení etického chování a shodli se na tom, že nejúčinnějším nástrojem implementace etiky do organizace je etický kodex. Ale i proti němu existují námitky, které bych rozdělil do dvou kategorií: První typ námitky je ten, že jde o mrhání časem i energií a průmyslová výroba je regulována zákonem. Ten tvoří dostačující rámec pro jakékoliv podnikání. Tvrdí, že etické kodexy jsou jen jakýmsi cvičením v public relations a mají malý praktický dopad na změnu chování podniku.

Druhá skupina námitek tvrdí, že etické kodexy jsou až druhou nejlepší možností jak zajistit morální integritu podnikání. Chování jednotlivců, ať už ve vedení podniku, nebo na nižších úrovních je určováno hodnotami osvojovanými si od dětství, ne

psanými kodexy. Námitky vypadají na první pohled přijatelně. Argument, že postačí zákony, spoléhá na to, že normy lidského chování i obchodních mohou být ponechány na vůli státu. Jenže právní řád poskytuje zaměstnavatelům jen slabé vodítko, jak řešit konflikty zájmů mezi různými zájmovými skupinami, které jsou součástí každodenní podnikatelské praxe. Zákon nemůže a ani by se neměl pokoušet řešit všechny detaily etického chování. Obecnou zkušeností je, že intence zákona mohou být překroucené šikovnými a bezostyšnými manipulátory, jak už jsme to v naší historii několikrát zažili (např. kauza lehké topné oleje). Druhá nejčastější námitka tvrdí, že vedení se může spolehnout na své zaměstnance. Na to, že se budou chovat za všech okolností eticky. Toto očekávání je sice pěkné, nicméně naivní. Ne vždy se můžeme spolehnout, že rodina a školní výchova naučila lidi morálnímu jednání, které budou dodržovat za všech okolností. Při hlubším pronikání do problému jsem začal poznávat, že význam etiky je obtížné přesně definovat a pohled většiny laické veřejnosti na etiku není příliš jasný. Hodně lidí klade rovnítko mezi etiku a své pocity. Ale být etický není totéž co následování svých pocitů. Pocity se můžou od toho co je etické odchýlit. Hodně lidí také spojuje etiku s náboženstvím. Ano, většina náboženství obsahuje a dokonce vyzdvihuje etické normy. Pokud bychom však spojili etiku pouze s náboženstvím, pak bychom ji mohli aplikovat jen na věřící. Víra stanovuje vysoce etické normy a může být silným stimulem pro etické chování. Etika však platí pro chování ateistů stejně jako pro chování věřících. Proto nemůžeme spojovat etiku jenom s náboženstvím, nebo ji pokládat za totéž. Být etický také není totéž, co dodržovat zákony. Právní řád i zákony často obsahují etické normy, ke kterým se lidé hlásí. Někdy se ale právo, stejně jako náboženství odchýlí od toho co je etické (např. apartheid v JAR). Být etický také není totéž, jako dělat to, co společnost akceptuje. Někdy se totiž celá společnost může stát eticky korumpovanou. Vzpomeňme si například na nacistické Německo, nebo čtyřicet let totality u nás. Co tedy můžeme považovat za etiku?

1.4 Co je to etika?

„Etika jsou dvě věci:

1. Etika se vztahuje k normám toho co je správné a co naopak špatné, popisující, co by lidé měli dělat obvykle formou zákonů, povinností, závazků, užitku pro společnost, čestnosti a dalších specifických ctností. Etika například zahrnuje ty normy, které vymezují přirozené povinnosti bránící loupeži, násilí, krádeži, urážkám, pomluvám, nebo podvodům. Etické normy také zahrnují standardy vztahující se k právům, jako je právo na život, právo na soukromí, nebo právo na nápravu těžké křivdy. Takové normy jsou adekvátními normami etiky, neboť jsou podporovány pevnými a oprávněnými důvody.
2. Etika se vztahuje ke studiu a rozvoji etických norem každého. Pocity, právo a společenské normy se mohou od toho, co je etické odchylovat. Proto je nezbytné neustále přezkoumávat normy každého z nás a ověřovat si zda jsou oprávněné a odůvodněné. Etika také znamená neustálou snahu posilovat naše vlastní morální přesvědčení, morální chování a také úsilí zajistit, abychom my sami a instituce, které pomáháme utvářet, žili na bázi norem, které jsou slušné, přiměřené a pevné.“⁶

Definicí etiky je obrovské množství a já si vybral tuto, protože to cítím podobně. Myslím, že absolutní většina lidí ví, co to etika je, jen to nedokáže uchopit a popsat. To by vůbec nevadilo v případě, že by se tak všichni chovali. Skutečnost je bohužel jiná.

Teď, když už zhruba víme co je to etika a etické chování, zbývá nám ještě definovat, co to je etika podnikatelská.⁷

„Podnikatelská etika se snaží o nalezení správného, ve skutečnosti přiměřeného chování podnikatelského subjektu. Zabývá se skutečností přiměřeným chováním podnikatelského subjektu v oblastech, na něž má jeho podnikání dosah. Především se jedná o oblast sociálního a životního prostředí. Jde o hledání odpovědí na otázky, zda

⁶http://www.bestpractices.cz/praktika.php?PRK_ID=6

⁷ŠRONĚK, I. (1995): *Etiketa a etika v podnikání*. Praha: Management Press, (EAN: 9788085603941 ISBN: 80-85603-94-2)

konkrétní podnikatelské praktiky jsou přijatelné, či nikoliv. Zda jsou dobré, či špatné, zda jsou správné, nebo nesprávné.“

„Podnikatelskou etiku chápeme jako aplikovanou normativní etiku integrující moderní poznatky příslušného oboru a poznání reality s etickými standardy a zásadami s cílem zlepšení podnikatelské praxe ve veškerých aktivitách.“⁸

Definicí podnikatelské etiky je také obrovské množství. Vybral jsem dvě, které mi připadnou jasné, stručné a logické. Podnikatelská etika je dnes rozšířený a celosvětově používaný pojem. Jako samostatná vědní disciplína se rozvíjí v USA od 70. let a od 80. let i v Evropě. V západní Evropě i USA prodělává tato disciplína značný boom. V roce 1987 vznikla z mezinárodní iniciativy instituce EBEN (European Business Ethics Network), za podpory European Foundation for Management v Bruselu, která sdružuje teoretiky i praktiky z oblasti filosofie a ekonomie. Celkem má EBEN 600 členů. Její ambicí je spojit sílu ze sféry podnikatelského i akademického světa za účelem budování lepší Evropy. Tato organizace pořádá každoročně konference, podílí se na organizaci setkání výzkumných center a publikační činnosti. V Londýně působí do roku 1996 the Institute of Business Ethics, který se zaměřuje na řešení současných morálních otázek podnikání. Ve Švýcarsku je poměrně známý The Institute of Business Ethics of University of St. Gallen. Evropské ekonomické fakulty mají Business ethics zakotvenou v curricula svých fakult. V USA působí Society for Business Ethics, který velmi blízce spolupracuje s podnikateli, pravidelně pořádá konference a vydává časopis Business Ethics Quarterly. V roce 1989 byla založena v Kansas City International Society of Business, Economics and Ethics (ISBEE). Jejím posláním je usnadnit navazování a upevňování kontaktů s těmi, kdo se zajímají o etické dimenze podnikání. V roce 1992 uspořádala ISBEE spolu s Council for Ethics in Economics první světový summit o etice podnikání v globálním světě. Vedle těchto institucí, které vznikly z iniciativy akademické obce existuje i řada mezinárodních iniciativ podnikatelské sféry. Jsou to např. Social Venture Network, Business Leader Forum, Council for Ethics in Economics, Business Community a další.

V České republice se etice v podnikání systematicky věnuje Národohospodářský ústav AV v Praze a to od začátku devadesátých let. Při tomto ústavu vznikla také Společnost pro etiku v ekonomii, která se snaží od počátku devadesátých let rozšiřovat informace, literaturu, pořádá semináře a konference s tematikou podnikatelské etiky.

⁸Bláha, J. (2001): *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. – VŠB-TU Ostrava, (ISBN 80-248-0008-X)

V systému vzdělávání si našla podnikatelská etika také svoje pevné místo na většině ekonomických fakultách v ČR. Vyučuje se i na naší Moravské vysoké škole Olomouc, kde je jí věnována velká pozornost.

Podnikatelská etika jako vědní disciplína je mladá a rychle se vyvíjející. Dá se předpokládat, že nové, ekonomické a politické jevy, jako je mezinárodní ekonomická krize a globalizace, budou znovu klást otázku po smyslu a účelu podnikání. Z tohoto pohledu se jeví tato disciplína jako důležitá součást formování nových ekonomických přístupů k podnikání, ne jen jako módní vlna, která za nějakou dobu zmizí.

1.5 Co je to firemní kultura?

Již víme co je to etika jako taková a co je to podnikatelská etika. Nyní zbývá jen zaměřit se na hodně používaný termín, který úzce souvisí s podnikatelskou etikou a etickým chováním a tím je firemní kultura (culture of a firm, culture of organization, organization climat). Česky někdy také firemní nebo organizační klima. Jedná se o hodně používaný termín, který je ale velmi různorodě a rozdílně vymezovaný. Nejčastější společné rysy, které jsem vyčetl bych shrnul do následujících bodů:

1. Firemní kultura jsou všechna sdílená přesvědčení, chování a názory týkající se firmy a toho o co firma usiluje.
2. Firemní kultura je převažující atmosféra a klima v organizaci, úroveň morálky, pocit sounáležitosti, stav vzájemné důvěry, podpory mezi zaměstnanci uvnitř firmy i navenek.
3. Podnikovou kulturu tvoří sdílené názory a uznávaná pravidla chování v „podnikové rodině“.

Firmy si také tvoří své vlastní identické znaky. Například neformální oblečení manažerů firmy Google, uniformy a hvězdy u zaměstnanců McDonalds apod. Kulturu organizace ale netvoří jen oblečení, nebo sdílené hodnoty. V dnešní době se do popředí dostávají firmy s více typickými charakteristickými znaky firemní kultury. Mezi tyto znaky patří i etické chování organizace. M. Paston definoval již v roce 1986 čtyři základní principy vysoce etických organizací:

1. Interakce mezi různými interními a externími zainteresovanými skupinami je pokojná a klidná. Tyto organizace považují dobro zainteresovaných skupin za část svého vlastního dobra.

2. Tyto organizace jsou přímo posedlé čestností, zdůrazňují, že zájmy jiných osob jsou stejně důležité jako vlastní zájmy.
3. Odpovědnost v těchto organizacích není kolektivní, ale individuální. Jednotlivci jsou osobně zodpovědní za aktivity organizace.

Tyto aktivity vidí organizace ve smyslu účelu poslání. Určili cestu působení, kterou spojuje organizaci s prostředím a kterou členové organizace vysoce hodnotí. “⁹

1.6 Výhody etického chování

Je více než zřejmé, že etické chování se firmám vyplatí. Zavádění a dodržování etických programů ale nesmí být v rozporu s ekonomii a také ho nelze zredukovat pouze na respektování práva. Než si řekneme, jak etické programy do firmy zavádět a jaké jsou k tomu nástroje, shrňme si ještě výhody etického chování organizací:

- pozornost věnovaná etice, zlepšuje organizaci jako takovou.
- lepší se komunikace ve firmě
- zredukuje se rizika a náklady
- etické programy chrání firmu před nelegálním a sankciovaným jednáním
- posilují výjimečnost a konkurenceschopnost organizace
- zvyšují možnost získat a udržet si zahraniční kapitál
- přinášejí větší loajalitu zákazníků, dodavatelů i zaměstnanců
- posilují ochranu dobrého jména firmy
- etické programy pomáhají udržet morálku a směr podniku v dobách krize a v časech velkých změn
- kultivují týmovou práci a produktivitu
- podporují růst, samostatnost a význam zaměstnanců
- zvyšují image firmy na veřejnosti
- pomáhají řídit hodnoty spojené s řízením kvality a strategickým plánováním
- odlišují firmu od konkurence a to znamená větší potenciál rozlišení značky spotřebitelem

⁹Pastin, M.,(1986): Gajning the ethics edge,
www.bestpractices.cz/..V.../etika_v_podnikani_prezentace.ppt, 10.10.2009.

- zvyšují možnost přilákat a udržet kvalitní zaměstnance, kteří se ztotožňují s etickým programem

2 Aplikace etiky do organizace

2.1 Co je to etický kodex

To jsou jen některé výhody spojené s etickým chováním organizace. Z výše uvedeného vyplývá, že etické a zodpovědné chování firem přináší pro podnik pozitivní výsledky a proto je dobré etické standardy zavádět. Nyní si ukážeme jak na to.

Jak jsem již zmínil, nejčastějším a nejpoužívanějším nástrojem aplikace etického chování je etický kodex. Co to etický kodex vlastně je?

Nejdříve definice:

„Pod termínem etický kodex (code of ethics, code of conduct) rozumíme systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů, který vymezuje a upravuje vztahy mezi členy určité komunity. Etický kodex poskytuje detailnější rozpracování, konkretizaci morálních zásad a jejich použití v podnikové praxi. Etické kodexy a jim podobné dokumenty slouží ke kultivaci podnikového klimatu, podnikové kultury.“¹⁰

Tolik definice. Co dál lze o etickém kodexu napsat? Jedná se o souhrn pravidel firmy, nebo subjektů působících v oboru, který není podložený legislativou a většinou ho nejde vynutit právními normami. Kodex by měl být určitou formou společenské smlouvy, jejíž plnění je vymahatelné pomocí sociálních tlaků ve firmě. Etický kodex nemá a ani nemůže nahradit individuální morální hodnoty. Měl by ale pomoci minimalizovat nejistotu v morálních úsudcích ve vyhrocených situacích.

Protože, pokud nemá firma dostatečně jasně definovanou realizovanou politiku, může být mezera vyplněna vlastním pojetím. Dobrý kodex by měl dávat jasné vodítko pro každodenní rozhodování. Měl by vymezovat hranice žádoucího chování jak pro zaměstnance, tak pro organizaci. Vymezením žádoucího chování se také jasně stanoví hranice, která neumožní zaměstnancům odůvodnit si případné neetické chování jako přijatelné. Dodržování či nedodržování etického kodexu může být kritériem, podle

¹⁰studie transparency international: aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v Českém podnikatelském prostředí . <http://www.transparency.cz/index.php?lan=cz&id=2848>, 24.10.2009

kterého je zaměstnanec posuzován. Vytvoření a zavedení etického kodexu představuje konkrétní uplatnění etických hodnot v kultuře podniku. Přijetím etického kodexu podnik ujišťuje veřejnost, spotřebitele a stakeholdery¹¹, že dodržuje principy morálky. Už jen proces utváření kodexu nutí management k zamyšlení nad tím, jakým způsobem podnik funguje, v jakém je vztahu ke svému okolí a jak dbá na hodnoty uznávané v dané společnosti. Ve vyspělých ekonomikách se etické kodexy staly standardní součástí firemní politiky a představují osvědčený nástroj pro zlepšování profesní a firemní etiky. Lze je využívat ve firemních tréninkových programech k posilování etického povědomí zaměstnanců.

2.2 Jak napsat dobrý etický kodex

To jsou jen některé vlastnosti a výhody etického kodexu. Nyní si řekneme, jak etický kodex napsat a jak ho implementovat do firmy.

Jak jsem napsal výše, vytvoření etického kodexu představuje konkrétní uplatnění etických hodnot v podnikové kultuře. Vypracovaný etický kodex má formu písemného dokumentu a vytváří a definuje základní principy etického chování pro celou firmu. Principy deklarované etickým kodexem by měly být v organizaci sdílené, ne jen deklarované, dobrovolně uznané a ne vnucené. Pokud se s etickým kodexem zaměstnanci neztotožní a nebudou jej dodržovat a uplatňovat, ztrácí etický kodex svůj smysl a stane se z něj jen zbytečný dokument.

Firemní etické kodexy většinou připravují manažeři firmy ve spolupráci se zaměstnanci. Základem úspěchu při psaní a následném uvedení etického kodexu do života firmy je najít podporu u vedení společnosti. Management má v otázkách formování etických norem ve firmě jedinečnou a nezastupitelnou roli. Je nositelem nejenom odbornosti, ale je také vzorem chování pro ostatní skupiny zaměstnanců firmy. Tak jako platí zásada odpovědnosti vedení firmy za její prosperitu, platí rovněž zásada odpovědnosti za chování firmy dovnitř, vůči svým zaměstnancům.

Někteří autoři hovoří dokonce o „ethical excellence“ požadavku kladeném na vrcholný management. Existuje značný posun v chápání této role a to převážně

¹¹Stakeholders jsou zákazníci, dodavatelé, vlastníci, zaměstnanci a místní komunita. Do češtiny je tento výraz překládán jako „podílníci“

v amerických firmách. Americká společnost je od počátku devadesátých let připravena a odhodlána respektovat a podporovat v podnikání morálku a lidskost. Na management jsou v tomto směru kladeny maximální morální požadavky. Nosnou myšlenkou tohoto postoje je představa takového managementu firmy, vůdců, kteří slouží. V jejich postoji je zabudován princip morální autority. V této souvislosti se hovoří o roli vůdčího hráče. Ta se přenáší do celkového klimatu firmy. Zvyšuje se důvěra uvnitř firmy i navenek a zmenšují se transakční náklady spojené s bezpečnostními systémy, zabezpečením, ale také výdaje na soudní procesy. Stojí-li v čele firmy morální autorita, síla charakteru vyvolává důvěru a kultivuje prostředí již sama o sobě.

Poté co získáme podporu managementu je potřeba zjistit hlavní problémy v organizaci. Ty můžeme zjistit třeba rozesláním jednoduchého dotazníku a nechat zaměstnance se k němu vyjádřit. Dále je nutné si ujasnit, co by měl etický kodex podporovat a čemu by měl předcházet. To znamená, že nejdříve je třeba zvážit jaký je účel nově vytvářeného etického kodexu a jaká bude jeho forma. Chceme poukázat a pojmenovat základní hodnoty firmy, nebo chceme vytvořit společně sdílenou vizi? Chceme poskytnout návod, jak se rozhodovat a postupovat v každodenních situacích, nebo sestavit soubor závazných pravidel a závazných nařízení? Dobrý kodex by měl podporovat vysoké a důsledné normy chování, poctivost, úctu, zodpovědnost, týmovou práci a kolegiální. Po zvážení formy je potřeba zamyslet se nad tím, koho a jak zapojíme do vytváření kodexu. Jestli sestavíme jen malou pracovní skupinu, nebo zapojíme všechny, kterých se to bude týkat. Dalším krokem je zvážit, jakou podobu bude výsledný dokument mít, jak ho zveřejníme a uvedeme ve známost. Bude vytištěný jako příloha pracovní smlouvy, rozešleme ho zaměstnancům e-mailem, vyvěsíme na veřejné tabuli? Další krok: Bude mít porušení zásad obsažených v kodexu nějaký následek, nebo postih? Jaký? Protože forma prosazování kodexu a následky jeho porušení by měly být obsaženy přímo v dokumentu. Další důležitou věcí je, jak budeme sledovat dodržování vyhlášeného kodexu, kdo bude posuzovat a řešit sporné otázky. Jakým způsobem a komu bude možné hlásit případné porušení kodexu.

Dobrý etický kodex by se měl zaměřit především na tyto oblasti:

1. Etické chování podniku na celospolečenské úrovni tzn. dodržování základních lidských práv, práv menšin, respektování práv ostatních podnikatelských subjektů
2. Vztahy vůči státu tzn. včasné a správné zaplacení daní, vedení transparentního účetnictví, dodržování zákonů.
3. Vztahy vůči majitelům a investorům. Jedná se hlavně o poskytování pravdivých informací o hospodaření, plnění povinností vůči majitelům .
4. Vztahy k zaměstnancům. Respektování práv osobnosti, spravedlnost při odměňování, informace, spoluúčast zaměstnanců při rozhodování. Měl by jasně stanovit pracovní pravidla, práva a odpovědnost zaměstnanců, ale i odpovědnost firmy vůči zaměstnancům.
5. Vztahy vůči zákazníkům, respektování práv zákazníků, pravdivé informování zákazníků, odpovědnost za výrobu nebo službu, jakost, bezpečnost a dodržování norem.
6. Vztahy k obchodním partnerům. Společné zájmy, důvěra, plnění závazků.
7. Vztahy vůči konkurenci. Dodržování pravidel poctivé soutěže, nepoškozování dobrého jména konkurence, obstarávání informací o konkurenci pouze legálními prostředky.
8. Vztahy k životnímu prostředí. Respektování ekologických norem, zveřejňování informací o enviromentálních programech firmy.
9. V případě mezinárodního obchodu: respekt ke kultuře partnerské země, k jejich tradicím a zákonům.

To by byla hlavní témata, na které by se měl dobrý etický kodex soustředit. Když jsme si ujasnili, co bude kodex obsahovat a jakou bude mít formu, můžeme konečně přistoupit ke psaní. Při psaní by měla být dodržena zásada od obecného ke konkrétnímu.

Krok první: Preambule. Na úvod by měl být jasně a stručně vymezen závazek podniku k etickému chování a také mravní hodnoty, které chce podnik naplňovat a dodržovat. Například ochrana dobrého jména firmy, dodržování nejvyšších etických standardů při všech činnostech, nepřipustnost a neomluvitelnost korupce atd. Potom rozpracujeme body 1 až 8, případně 9 podle konkrétní situace a zaměření firmy.

2.3 Etický problém vs. Etické dilema

Hodně etických kodexů které jsem našel na internetu obsahovalo ještě na závěr několik jednoduchých a stručných otázek k vyřešení etického problému. Zde by asi bylo na místě vysvětlit rozdíl mezi etickým problémem a etickým dilematem. (Tab. 2.)

Etický problém (týká se jednotlivce, odpověď jednoduchá - ano/ne, existuje 1 správné řešení) etické dilema (složitější, neexistuje 1 optimální řešení, rozhodování mezi menším zlem, týká se více osob)

Etický problém	Etické dilema
Je možné jej lehce pojmenovat. Nezapadá do kontextu, stojí mimo specifickou situaci.	Je obtížné jej pojmenovat. Je zasazen do specifické situace.
Existuje všeobecná shoda, že problém je etický.	Neexistuje názorová shoda na to, zda případ je nebo není etického charakteru.
Vyjadřuje nároky jednotlivého stakeholdera.	Vyjadřuje nároky více - často si konkurujících - stakeholderů.
Vztahuje se na jednu správnou a nesprávnou hodnotu.	Vztahuje se na více - často si konkurujících - hodnot.
Předpokládá, že jednotlivci, když chtějí, mohou udělat „správnou věc“.	Předpokládá, že jednotlivci chtějí udělat „správnou věc“, ale nevědí, která to je, nebo tuto správnou věc nejsou schopni udělat.

(Tab. 2: Srovnání etického problému a etického dilematu)¹²

Například společnost Papirius má na závěr svého etického kodexu formulováno několik jednoduchých otázek pro rychlé etické rozhodování.

„RYCHLÝ NÁVOD PRO SPRÁVNÉ ROZHODOVÁNÍ¹³

- Je daná věc v souladu s etickým kodexem PAPIRIUSU?
- Máš pocit, že je to správné?
- Je to zákonné?

¹²http://www.governance.cz/data/files/etika_pro_transparency_int_web_leden2007.pdf, 6.11.2009.

¹³<http://www.canik.cz/downloads/30-papirius-eticky-kodex.pdf>, 23.10.2009.

- Pokud by se o Tvém jednání někdo dozvěděl, neodrazí se to negativně na Tvé pověsti nebo na pověsti PAPIRIUSU?
- Cítil/a by ses nepříjemně, kdyby jiní věděli, že jsi se rozhodl/a takto jednat?
- Existuje jiný, eticky přijatelnější způsob řešení?
- Jaký bys měl/a pocit, kdyby ses o svém jednání dočetl/a v novinách?
- Poradil/a ses s ostatními kolegy?
- Obrátil/a ses na personálního manažera nebo jednatele PAPIRIUSU jestliže si nejsi jistý/jistá svým rozhodnutím?¹⁴

Na závěr by měl kodex obsahovat sankce za nedodržení pravidel v něm uvedených, kontakt na osobu zodpovědnou za hlídání dodržování, vyšetřování a postihy neetického chování. Na někoho komu je možné hlásit porušení kodexu, případně připomínky k již napsanému. Některé větší organizace mají speciální anonymní telefonní linku, kde je možné hlásit korupční a neetické chování. Na úplný závěr by měla být nějaká forma prohlášení zaměstnance o pochopení a závazku dodržování etického kodexu. Zde je malý příklad:

„Prohlášení o etické odpovědnosti (kopie pro zaměstnance) ¹⁴

Obdržel/a jsem Kodex chování organizace, zúčastnil/a jsem se vstupního školení Programu obchodní etiky a jejího dodržování dne. Porozuměl/a jsem obsahu Kodexu a přijal/a jsem veškeré závazky a odpovědnost s cílem zachovat vysoký standard etického chování. Svoji odpovědnost a závazky budu dodržovat.

Jméno:

Podpis:

Oddělení/Odbor:

Místo:

(+ kopie pro založení do složky HR) “

Dobrý etický kodex ale musí splňovat ještě jedno základní pravidlo, musí se o něm vědět. Řada asociací a firem má etické kodexy, ale téměř nikdo o nich neví. Není nutné rozdávat tištěný kodex každému zákazníkovi, ale umístění např. na internetových stránkách firmy a informace v propagačních a informačních materiálech by měly být samozřejmostí. Už jenom vzhledem k energii, kterou manažeři vložili do vypracování a aplikace kodexu.

¹⁴<http://www.canik.cz/downloads/30-papirius-eticky-kodex.pdf>, 23.10.2009.

2.4 Příklady etických kodexů

Zde jsou čtyři příklady etických kodexů-nejstarší, nejznámější, nejsrozumitelnější konkrétní etický kodex organizace, tak jak se s ním můžeme setkat v běžné praxi. Za nejstarší etický kodex je považována Hippokratova přísaha (460-380 př. n. l.)¹⁵

Zde je její plné znění:

„Přisáhám a volám Apollóna lékaře a Asképie a Hygieu a Panakín a všechny bohy a bohyně za svědky, že budu tuto smlouvu a přísahu dle svých možností a dle svého svědomí dodržovat Toho, kdo mě naučil umění lékařskému, budu si ho vážit, jako svých rodičů a budu ho ze svého zajištění podporovat. Když se dostane do nouze, dám mu ze svého, stejně jako i jeho potomkům dám a budou stejní jako moji bratři. Pokud znalosti tohoto umění (lékařského) zatouží, budu je vyučovat zdarma a bez smlouvy.

Seznámím své syny a syny svého učitele a všechny ustanovené a na lékařský mrav přísahající s předpisy, přednáškami a se všemi ostatními radami. Jinak však s nimi neseznámím nikoho dalšího. Lékařské úkony budu konat v zájmu a ve prospěch nemocného, dle svých schopností a svého úsudku. Vystříhám se všeho, co by bylo ke škodě a co by nebylo správné. Nepodám nikomu smrtící prostředek, ani kdyby mne o to kdokoli požádal a nikomu také nebudu radit jak zemřít. Žádné ženě nedám prostředek k abortu. Svůj život uchovám v čistotě a bohohojnosti, stejně tak i své lékařské umění. Nebudu (lidské tělo) řezat, ani ty, co trpí kameny a tento zákrok přenechám mužům, kteří takovéto řemeslo provádějí. Do všech domů, kam vstoupím budu vstupovat ve prospěch nemocného, zbaven každého vědomého bezpráví a každého zlého činu. Zvláště se vystříhám pohlavního zneužití žen i mužů, svobodných i otroků. Cokoli, co při léčbě i mimo svou praxi ve styku s lidmi uvidím a uslyším, co nesmí se sdělit, to zamlčím a uchovám v tajnosti.

Když tuto přísahu dodržím a neporuším, nechť ve svém životě i ve svém umění skromně dopředu postoupím. Tak získám si vážnost všech lidí po všechny ty časy. Když ale zákazy přestoupím a přísahu poruším, nechť stane se pravý opak. “

¹⁵http://www.zbynekmlcoch.cz/info/administrativa/hipokratova_prisaha_kompletni_text.html, 2.2.2010.

Zde je asi nejrozšířenější a nejznámější etický kodex-desatero božích přikázání:¹⁶

- V jednoho Boha věřit budeš
- Nevezmeš jména Božího nadarmo.
- Pomni, abys den sváteční světil.
- Cti otce svého a matku svou, abys dlouho živ byl a dobře ti bylo na zemi.
- Nezabiješ.
- Nezesmilníš.
- Nepokradeš.
- Nepromluvíš křivého svědectví proti bližnímu svému.
- Nepožádáš manželky bližního svého.
- Aniž požádáš statku bližního svého.

A tady je asi nejsrozumitelnější etický kodex od Roberta Fulghuma:¹⁷

- „o všechno se rozděl
- hraj fér
- nikoho nebij
- vracej věci tam kde jsi je našel
- uklízej po sobě
- neber nic co ti nepatří
- když někomu ublížíš řekni „promiň“
- před jídlem si umyj ruce
- splachuj“

To by byl jeden jasný, stručný a praktický kodex na odlehčení, teď ještě poslední, z praxe-dle mého názoru výborně napsaný, jasný a srozumitelný etický kodex:

¹⁶http://www.isidorus.net/show/modlitewnik,34,Desatero_Bozich_prikazani, 4.5.2010

¹⁷Fulghum, R. (2007): Všechno, co opravdu potřebuju znát, jsem se naučil v mateřské školce, EAN:9788072039357, ISBN: 80-7203-935-0, Argo

„ETICKÝ KODEX¹⁸

je soubor pravidel chování zaměstnanců Sociálních služeb města Pardubic, kterými se řídí ve styku s uživateli a veřejností při výkonu poskytování služeb sociální péče.

Etický kodex je základním dokumentem principu morálky, pracovního chování a zaměstnanecké kultury v organizaci.

1. Etické zásady

Zaměstnanec při výkonu práce je povinen dodržovat lidská práva u skupin a jednotlivců, která jsou zakotvena ve Všeobecné deklaraci lidských práv, v Listině základních práv a svobod, která je součástí Ústavy ČR a dalších mezinárodních deklarací a úmluv zaměstnanec respektuje jedinečnost každého uživatele bez ohledu na jeho původ, etnickou příslušnost, rasu či barvu pleti, věk, zdravotní stav, ekonomickou situaci, náboženství a politické přesvědčení a bez ohledu na to, jak se podílí na životě celé společnosti zaměstnanec respektuje právo každého uživatele na seberealizaci v takové míře, aby současně nedocházelo k omezení stejného práva druhých uživatelů zaměstnanec pomáhá uživatelům svými znalostmi, dovednostmi a zkušenostmi při dosahování stanovených cílů uživatelem zaměstnanec musí dávat přednost profesionální odpovědnosti před svými soukromými zájmy zaměstnanec rozvíjí důvěru veřejnosti v sociální služby

1. a) ve vztahu k uživatelům

zaměstnanec podporuje nezávislost uživatelů a pomáhá jim chápat a naplňovat jejich práva, vede je k vědomí vlastní odpovědnosti zaměstnanec respektuje individuální názory a přání uživatelů zaměstnanec uznává, že uživatel má dle svého rozhodnutí právo podstoupit riziko vlastní volby. Současně mu však pomáhá rozeznat možná nebo akutní nebezpečí pro něho nebo ostatní. Postupuje podle stanovených pravidel pro posuzování, zda chování uživatele neškodí jemu nebo druhým zaměstnanec pomáhá všem uživatelům bez jakékoliv formy diskriminace zaměstnanec chrání právo na soukromí uživatelů a důvěrnost jeho sdělení, data a informace požaduje v rozsahu potřebném pro zajištění služby uživateli a jasně vysvětlí postup organizace při nakládání s nimi, informace o uživateli neposkytuje bez jeho souhlasu pomoc zaměstnance spočívá v poskytnutí podpory uživateli a v jeho zplnomocnění k vlastnímu řešení jeho problémů a naplnění vlastních cílů zaměstnanec nesmí

¹⁸<http://www.helphomepardubice.cz/eticky.pdf>, 6.12.2009.

zanedbávat či poškozovat uživatele, navazovat s ním intimní a jiné neprofesionální osobní vztahy, nezákonně či nespravedlivě diskriminovat nebo se na diskriminaci uživatelů podílet, chovat se v průběhu výkonu činnosti i mimo něj způsobem zpochybňujícím způsobilost pracovat v sociálních službách

1. b) ve vztahu ke svému zaměstnavateli

zaměstnanec odpovědně plní své povinnosti vyplývající ze závazků ke svému zaměstnavateli, podílí se na vytváření dobrých pracovních vztahů v organizaci zaměstnanec zodpovídá za kvalitu své práce a je zodpovědný za udržování a zvyšování svých znalostí a dovedností, které získává rámci celoživotního vzdělávání zaměstnanec v maximální míře jedná tak, aby nebylo poškozeno dobré jméno organizace zaměstnanec se podílí na zdokonalování stanovených pracovních postupů tak, aby vedly k vyšší úrovni poskytovaných služeb zaměstnanec, který poskytuje informace uživatelům, zájemcům službu, jejich zákonným zástupcům či oprávněným institucím v zákonném rozsahu, musí být úplné, nezkrácené, pravdivé a srozumitelné, nesmí uvádět v omyl uživatele, spolupracovníky ani veřejnost zaměstnanec ve veřejném vystupování dbá zájmu organizace a zařízení; k podání informací veřejným sdělovacím prostředkům jsou určeny kompetentní osoby, kterými jsou vedoucí jednotlivých zařízení za činnost zařízení, ředitel SSmP za činnost organizace zaměstnanec nevyžaduje ani nepřijímá dary, úsluhy, laskavosti ani žádná jiná zvýhodnění, která by mohla ovlivnit i zdánlivě rozhodování či poskytování služby uživatelům či zájemcům o služby. Zaměstnanec má právo vyžadovat na zaměstnavateli, aby vytvářel podmínky, které umožní přijmout a uplatňovat závazky z toho kodexu.

1. c) ve vztahu ke svým spolupracovníkům

Zaměstnanec respektuje znalosti a zkušenosti svých spolupracovníků a odborných zaměstnanců, spolupracuje s nimi, což přispívá ke zvyšování kvality poskytovaných služeb zaměstnanec respektuje názory svých kolegů, kritické připomínky k nim vyjadřuje na vhodném místě, vhodným způsobem, po dohodě s pracovním týmem

1. d) ve vztahu ke svému povolání a odbornosti

Zaměstnanec dbá o udržení a zvyšování prestiže svého povolání pracuje jako člen týmu s právem vyžadovat podporu a poskytovat podporu druhým spolupracovníkům

1. e) ve vztahu ke společnosti

Působí na rozšíření možností a příležitostí ke zlepšení kvality života uživatelů v jednotlivých zařízeních, podporuje uživatele a jeho rodinu v jejich přirozeném

prostředí zaměstnanec přispívá k zajištění plnohodnotné účasti uživatelů na společenském životě

2. Závaznost etického kodexu

Zaměstnanci se ve svých svěřených kompetencích řídí tímto etickým kodexem a dalšími dokumenty, kterými jsou:

- etický kodex české asociace sester
- etický kodex sociálních pracovníků ČR
- práva duševně postižených
- etický kodex práv pacientů
- práva tělesně postižených

Kodex je součástí vnitřních norem Sociálních služeb města Pardubic a je pro všechny zaměstnance závazný. Vydáním Etického kodexu vzniká všem vedoucím zaměstnancům povinnost prokazatelně seznámit své podřízené zaměstnance s tímto Etickým kodexem. Tato vnitřní norma ředitele Sociálních služeb města Pardubic k zásadám chování a jednání zaměstnanců jednotlivých zařízení SSmP nabývá účinnosti dnem 01. 07. 2007.

V Pardubicích dne 29. června 2007

Hana V i č í k o v á

ředitelka

Sociální služby města Pardubic

2.5 Průzkum aplikace etických kodexů¹⁹

„V rámci dlouhodobě probíhající spolupráce organizace Transparency International - Česká republika (TIC) s Vysokou školou ekonomickou v Praze (VŠE) provedli studenti kurzu zaměřeného na etiku podnikání opakovaný průzkum aplikace etických kodexů ve společnostech působících na českém trhu. Cílem tohoto průzkumu bylo zjistit, do jaké míry společnosti zpřístupňují informace v oblasti odpovědného chování, a zjistit současnou míru aplikace konkrétního nástroje podnikatelské etiky – etického kodexu.

¹⁹<http://www.transparency.cz/pdf/publikace/ve%20amanpe.pdf>, 12.1.2010.

Na základě informací na webových stránkách firem zjišťovali studenti, zda má firma zaveden etický kodex, popřípadě jiný dokument, který vymezuje a upravuje hodnoty a zásady chování organizace a jejich zaměstnanců. Dále zjišťovali, zda je tento dokument k dispozici na webových stránkách, zda firmy zveřejňují i další informace související s etickým kodexem, popřípadě jiné informace o odpovědném chování.

V prvním pololetí roku 2006 proběhl průzkum v období únor - květen na celkovém počtu 1240 společností. Předchozí průzkum, ve druhém pololetí roku 2005, proběhl v období říjen - prosinec na vzorku 574 společností. Rozdíl mezi zkoumanými obdobími je příliš krátký na provedení srovnání v čase, podobnost výsledků však potvrdila kvalitu dat a relevanci výstupů. Hlavní výstupy z průzkumu:

Pouze 8, 4 % ze zkoumaných společností má zaveden etický kodex.

Existuje silná závislost mezi velikostí firmy a přítomností etického kodexu; čím větší Existuje také závislost mezi původem firmy a přítomností etického kodexu; vyšší procentuální zastoupení firem s etickým kodexem je u firem zahraničních.

Z celkového vzorku 1240 firem zkoumaných v prvním pololetí 2006 mělo etický kodex, popřípadě jiný dokument, který vymezuje a upravuje hodnoty a zásady chování organizace a jejich zaměstnanců, zavedeno 104 společností, což představuje 8, 4 %. Ve druhém pololetí 2005 byla situace podobná, z 574 společností jich mělo etický kodex 59, což je 10, 3 %.

Z výše uvedeného vidíme, že je stále co dohánět a že všechny zainteresované strany-manažeři, státní instituce, příspěvkové organizace, soudy atd. mají před sebou ještě obrovský kus práce, abychom se alespoň přiblížili vyspělým demokraciím. Ponořit se hlouběji to této problematice v celé její šíři by přesáhlo obsah a možnosti této bakalářské práce. Myslím, že každému kdo se o tuto problematiku zajímá, dala moje práce vodítko, relevantní informace k tématu jsou v příloze. Je jasné, že zavedením etického kodexu se okamžitě nezlepší etické chování firmy. O etických kodexech se často mluví a některé firmy a asociace doprovázejí přijetí etických kodexů velkou publicitou. Všichni se přitom snaží vytvořit představu, že přijetím etického kodexu jsou vyřešeny všechny problémy možného neetického chování a téma vztahů, ať už k zákazníkům, dodavatelům, nebo třeba zaměstnancům už není třeba otevírat. To ale nedokáže ani přísný a vymahatelný etický kodex, tím méně to, co se často za etické kodexy vydává. To, že se nějaký dokument jmenuje "etický

kodex", ještě neznamená, že jeho dodržování povede k nějaké změně. Některé kodexy, pouze jinými slovy přepisují zákonné povinnosti firem.

Seznam povinností je tak sice čitelnější než čtení jednotlivých paragrafů v zákoně, ale pro klienty a zákazníky se nic nelepší. Každý ví, že porušování pravidel není správné, mimo jiné i proto, že pokud vás někdo chytí, budete potrestáni. Jak vážně by ale společnost brala zákony, za jejichž porušování by nebyla stanovena žádná sankce? Stejný problém přitom často stojí před autory etických kodexů v Čechách. Zatímco při porušení některých kodexů může být udělena pokuta, provinilec může být sankciován, nebo dokonce vyhozen a vše může být dokonce zveřejněno, v jiných případech se nestane vůbec nic. Členové asociace se totiž dohodli, že se porušení jejich etického kodexu nebude nijak trestat. Ve světě je přitom dodržování etických kodexů a samoregulační sankce považováno za často lepší nástroj regulace trhu než zákroky dozorového orgánu, protože většina účastníků trhu chápe, že dlouhodobě mohou být úspěšní jen na trhu, na kterém klienti institucím a firmám věří. Tolik tedy k asi nejrozšířenějšímu a neúčinnějšímu nástroji pro zavádění etiky do podnikání.

3 Společenská odpovědnost firem (Corporate Social Responsibility)

Další významnou kapitolou související s etickým chováním firem je dnes často používaný termín: Společenská odpovědnost firem, anglicky corporate social responsibility. Společenská odpovědnost firem představuje nový pohled na úlohu podnikání ve společnosti. Přechází se od výhradního kritéria ziskovosti („profitu“) k tomu, že existují ještě další aspekty (enviromentální, sociální apod.) . Zdůrazňují se 3 P (profit, planet, people).

3.1 Definice CSR

Na úvod opět definice: „Společenská odpovědnost firem neboli Corporate Social Responsibility (CSR) představuje dobrovolný závazek firem chovat se v rámci svého fungování odpovědně k prostředí i společnosti, ve které podnikají. V praxi to znamená, že firmy, které přijaly CSR za své, si dobrovolně stanovují vysoké etické standardy, snaží se minimalizovat negativní dopady na životní prostředí, pěstují dobré vztahy se svými zaměstnanci a podporují region, ve kterém působí. Takové firmy jsou nositeli pozitivních trendů a pomáhají měnit podnikatelské prostředí jako celek, odlišují se od konkurence, stávají se žádaným partnerem podobně smýšlejících firem a organizací a atraktivním zaměstnavatelem. Společensky odpovědné aktivity firem jsou čistě dobrovolné a charakteristické tím, že jdou nad rámec povinností daných zákonem.“²⁰

Evropská komise má svou definici již od roku 2001: „CSR dobrovolně integruje sociální a ekologické ohledy do podnikatelských činností firmy, a to ve spolupráci se zainteresovanými stranami podniku (tzv. stakeholdery, mezi které se řadí jak zákazníci, tak i zaměstnanci, akcionáři, dodavatelé, obchodní partneři apod.)“²¹

²⁰<http://www.csr-online.cz/List.aspx>, 4.3.2010.

²¹<http://www.podnikatel.cz/clanky/spolecenska-odpovednost-se-musi-dostat-pod-kuzi/>, 6.3.2010.

3.2 Tři pilíře CSR

Uvedené definice jsou záměrně málo konkrétní tak, aby dávaly prostor k co nejširšímu uplatnění, to bylo pravděpodobně i cílem organizací, které je tvořily. Pojato trochu konkrétněji, CSR v podstatě stojí na třech pilířích – (tzv. triple-bottom-line) - ekonomickém, sociálním a enviromentálním.

CSR v ekonomické oblasti:

- kodex podnikatelského chování firmy (příp. etický kodex)
- transparentnost
- uplatňování principů dobrého řízení (corporate governance)
- odmítnutí korupce
- vztahy s akcionáři
- chování k zákazníkům / spotřebitelům
- chování k dodavatelům
- chování k investorům
- ochrana duševního vlastnictví

CSR v sociální oblasti:

- firemní filantropie
- dialog s tzv. stakeholders (definice stakeholders viz.: poznámka 7, kapitola 2)
- zdraví a bezpečnost zaměstnanců
- rozvoj lidského kapitálu
- dodržování pracovních standardů, zákaz dětské práce
- vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců (work-life balance)
- rovné příležitosti (pro ženy a muže a ostatní znevýhodněné skupiny obecně)
- rozmanitost na pracovišti (etnické minority, handicapovaní a starší lidé)
- zajištění rekvalifikace propouštěných zaměstnanců pro jejich další uplatnění
- jistota zaměstnání, lidská práva

CSR v enviromentální oblasti:

- omezování negativních dopadů své činnosti na komunitu

- ekologická výroba
- produkty a služby přátelské k životnímu prostředí
- úsporné zacházení s přírodními zdroji a jejich ochrana
- investice do čistých technologií
- šetrná firemní kultura (recyklace, úspory energií apod.)

To jsou základní okruhy společenské odpovědnosti firem. Zodpovědné podnikání v praxi zahrnuje také opatření k integraci sociálních a ekologických problémů do obchodních operací. Kromě obchodních vztahů je ale třeba rozvíjet i dobré sousedské vztahy, vztahy s různými skupinami v obci a veřejnými orgány. Menším společnostem zpravidla není pěstování těchto vztahů cizí, protože jejich podnikání je nedílnou a viditelnou součástí života regionu, ve kterém působí. Projevem společenské odpovědnosti firmy je nepochybně také přijímání a realizace opatření na ochranu životního prostředí. Efektivní využívání energie, prevence znečišťování, minimalizace odpadu, recyklace. Tyto opatření mohou přinést úsporu nákladů, a tím přispět k ziskovosti podniku. Navíc mohou přispět i ke zlepšení vztahů s obcí, vládními orgány a nejrůznějšími institucemi či spolky. Mohou rovněž otevírat dveře k novým obchodním příležitostem u zákazníků, kteří hledají enviromentálně se chovající dodavatele. Tento trend ekologicky uvažujících zákazníků je čím dál výraznější a firma která má v tomto směru co nabídnout bude mít konkurenční výhodu. Může být účelné spolupracovat s jinými podnikatelskými subjekty a organizacemi při propagaci zodpovědných obchodních přístupů. Podnikatelský subjekt se například může stát součástí širšího schématu iniciovaného vládními nebo místními orgány nebo může vstoupit do asociace, která podporuje zájem firem o zodpovědné chování a současně zodpovědné chování firem propaguje. Účinné může být zejména spojení úsilí podnikatele s úsilím jiných podnikatelských subjektů, například dodavatelů. Výše uvedené vztahy a postupy nebudou vyžadovat větší náklady, v řadě případů nemusí podnikatelský subjekt finančně zatížit vůbec. I tak návratnost případně vzniklých nákladů může firmě zajistit pečlivé zaměření reklamní kampaně. Realizace opatření sama o sobě může vést k přínosům v podobě účinné reklamy, zvýšené morálky zaměstnanců, zlepšené reputace společnosti a přístupu k novým trhům. Firmy nefungují izolovaně od okolního světa, jsou jeho součástí.

Fenomén CSR se v posledních letech celosvětově velmi dynamicky rozvíjí a to s sebou samozřejmě nese i celou řadu problémů a otázek, na které je třeba hledat

odpovědi. Na straně jedné se v praxi setkáváme s čistě marketingovým vytěžováním popularity konceptu CSR, na straně druhé pak kupříkladu sílí tlaky, například ze strany některých odborových svazů, po nějaké formě jeho přímé regulace a vynutitelnosti, což ovšem zcela popírá zásadu dobrovolnosti, na které CSR od počátku staví. Děje se tak vedle ideologických rozepří zejména v souvislosti s nekalými praktikami některých firem, které se v zájmu svého úspěchu v tvrdém konkurenčním prostředí snižují k nedodržování či obcházení předpisů, upravujících požadavky na pracovní podmínky, či porušování předpisů ochrany životního prostředí apod. Zde je ovšem opět nutno zdůraznit klíčový význam dobrovolnosti konceptu CSR a jasně jej odlišit od zákony předepsaných povinností a standardů. Naproti tomu probíhá diskuze o tom, zda je potřebná určitá standardizace v teoretické i praktické rovině. To znamená nějaké přesné vymezení pojmu CSR a jeho následná certifikace. V současnosti patří k nejznámějším certifikátům standard SA 8000, který by měl poskytnout rámec požadavků z oblasti CSR. Implementací standardu SA 8000 a jeho následnou certifikací firma prokazuje svým zákazníkům a dalším zainteresovaným stranám, že zavedla přístupy k ochraně práv svých pracovníků, zajistila dodržování etických zásad podnikání apod. Efektivní a úspěšné projekty firemního dárcovství přinášejí benefity jak firmám, tak společnosti. Z komerčního hlediska se firma, která chce do veřejně prospěšného projektu investovat efektivně, bude zajímat, jaký vliv má projekt na její reputaci, na loajalitu zaměstnanců, na to, jak její angažovanost vnímají zákazníci a zaměstnanci, na to kolik stakeholderů o něm ví a konečně jestli mělo odpovědné chování firmy vliv na zvýšení prodeje.

3.3 „Přehled modelů pro měření a reportování CSR“

V oblasti odpovědného chování existuje celá řada iniciativ. Tématem odpovědného chování se zabývají neziskové a veřejně prospěšné organizace, stát, ale také firmy samotné. Standardů pro měření a reportování CSR je také obrovské množství. Zde je přehled alespoň nejpoužívanějších z nich:²²

²²<http://www.standard-lbg.org/mereni-corporate-social-responsibility-C54/>

„OECD Guidelines for Multinational Enterprises

AA 1000 AccountAbility/Assurance Standard

Social Audit Network

ETHIBEL

EFQM

SA 8000 – Social Accountability International

ISO 26000, ISO 8000, ISO 9000, ISO 14000

IASE 3000

Global Reporting Initiative (GRI)

London Benchmarking Group (Standard odpovědná firma v České republice)

Corporate Responsibility Index

Corporate Giving Standard

Corporate Community Involvement Index

Dow Jones Sustainability Index

Společnosti, které integrovaly principy CSR do svých strategií, většinou používají kombinaci těchto nebo dalších standardů. Žádný z nich totiž není plnohodnotným standardem v oblasti měření CSR. Rozdíly mezi jednotlivými standardy často spočívají v cílových skupinách či v rozsahu jejich metodiky. Například GRI a OECD směrnice se shodně zaměřují na ekonomické, sociální a environmentální problémy a reflektují názory svých stakeholderů, ale liší se jejich cílové skupiny. Zatímco GRI směrnice mohou používat veškeré organizace, OECD směrnice jsou určeny pouze pro mezinárodní společnosti. Pouze některé ze směrnic navíc nabízejí nezávislý audit a certifikaci. Z modelu London Benchmarking Group (LBG) vychází tzv. Corporate Responsibility Index, který zavedla britská organizace Business in the Community a

který je jedním z hlavních indexů odpovědného firemního podnikání ve Velké Británii a Austrálii. Dow Jones Sustainability Index je pak jedním z prvních globálně uznávaných indexů sledujících finanční řízení sociálně odpovědných firem. FTSE4GOOD je index vlastněný Londýnskou burzou cenných papírů a Financial Times. Jeho kritéria pro životní prostředí a etiku jsou poměrně přísná. Model Dow Jones Sustainability Index a FTSE4GOOD jsou investiční indexy, které nejsou kvalifikovány jako manažerské nástroje. Měření Standard odpovědná firma (ve zkratce SOF) vychází z metodiky London Benchmarking Group (LBG). Projekt SOF je v České republice realizován ve spolupráci s britskou společností Corporate Citizenship Company, která je zakladatelem a vlastníkem metodiky LBG. Metodika SOF slouží pro ověřování dat do žebříčku TOP Firemní Filantrop v ČR a na Slovensku, pro Giving List ve Velké Británii a také pro reportování o celkových CSR aktivitách firmy. V zahraničí je to např. Corporate Responsibility Index, který používá Business in the Community (100 firem) nebo Global Reporting Initiative. “

Závažnost problematiky CSR dovedla řídicí struktury ISO k přípravě samostatné mezinárodní normy ISO 26 000. První český překlad pracovní verze této normy je již hotový. S vydáním normy se počítá do konce roku 2010. Vedle těchto norem existují i další iniciativy zabývající se sjednocováním reportingu a certifikace.

4 Závěr

Zastánci a propagátoři společenské odpovědnosti firem vidí v CSR moderní formu strategického managementu firmy a hnací motor konkurenceschopnosti. Jedním z jejich základních argumentů je rozvoj a naplnění potenciálu zaměstnanců ve firmách, kde převládá důvěra, soudržnost a otevřené, transparentní prostředí. Často nadužívaný či zneužívaný pojem CSR ovšem přirozeně vyvolává také řadu negativních či přinejmenším skeptických reakcí-podobně jako etické kodexy. Mnozí jej vnímají jen jako umělou, idealistickou a příliš akademickou vizi, která pouze nazývá staré věci novými jmény. Jiní v něm vidí skrytou snahu o potlačení liberálních tržních principů. Často se CSR zaměňuje s prostým donátorstvím. Tak či onak, je zřejmé, že i v případě CSR je zásadní jasné vymezení pojmů a jejich správná interpretace. Na úrovni EU působí od roku 2004 tzv. evropské multipartnerské fórum o CSR. Jedno z jasných doporučení, vzešlých z fóra zní, aby veřejné orgány ve spolupráci s dalšími aktéry

usilovaly o zvýšení informovanosti o CSR a věnovaly zvláštní pozornost tomu, co CSR znamená pro malé a střední podniky, protože způsob, jakým malé a středně velké společnosti CSR aplikují, a výhody, které jim CSR přináší, se někdy značně liší od zkušeností velkých firem, které dnes zcela běžně publikují vedle své výroční zprávy o hospodářských výsledcích též zprávu o aplikaci principů CSR a jejich přínosech pro každodenní chod firmy novým trhům. Hlavní myšlenkou projektu je odpovědné podnikání a tím získání dlouhodobé konkurenční výhody.

Společenská odpovědnost se tedy může jevit jako samozřejmost, kterou firmy dodržují, aniž by si toho byly vědomy, ale určitě je dobře, že se Evropská unie snaží princip společenské odpovědnosti zviditelňovat. Díky jejím projektům (u nás je projekt CSR realizován hospodářskou komorou ČR) se alespoň potenciální zákazníci mohou více dozvědět o tom, jak daná firma spolupracuje s okolím, jak ovlivňuje životní prostředí a zda jí mohou důvěřovat. Jinak by tyto činnosti mohly lehce uniknout pozornosti. Velké firmy již zjistily, že společenská odpovědnost má něco do sebe a začaly na sobě pracovat. Nějakou dobu potrvá, než se tato problematika stane „normou“ všech subjektů nacházejících se v podnikatelském prostředí, ale určitě se tak dřív nebo později stane. A malé a střední podniky nezůstanou pozadu. Vždyť pomocí CSR si v dnešní hyperkonkurenci mohou vybudovat dobré jméno na trhu a to jim zajistí dostatek kvalitních pracovníků, dodavatelů i odběratelů a nevyhnutelně i tolik potřebnou reklamu.

Společenská odpovědnost firem není ukotvena v žádném zákoně, její naplňování je čistě dobrovolnou činností. Jde o vytvoření harmonického vztahu mezi veřejnou a soukromou sférou a i mezi jednotlivými subjekty soukromé sféry (mezi zákazníky, investory, zaměstnanci apod.). Jedná se i o vytvoření pozitivního vlivu na životní prostředí, kdy mohou ekologické postupy často přinést snížení nákladů. Není důležité jen zajistit zisk, ale zároveň také implementovat sociální a ekologické aspekty podnikání. Společenská odpovědnost firem je čím dál důležitějším aspektem strategického chování firem. Navíc je CSR jednou z priorit zemí Evropské unie.

Společenská odpovědnost vlastně znamená udržení si ekonomického úspěchu a získání konkurenční výhody tím, že firma buduje svou dobrou pověst a získává důvěru lidí, kteří v ní pracují či žijí v komunitě, kde firma podniká. Stále více firem si uvědomuje, že orientovat se pouze na okamžité zisky a krátkodobé, ryze komerční cíle není v současné době udržitelné, navíc všechny výzkumy ukazují, že firmy, které respektují koncept CSR mají lepší reputaci ve společnosti což se odráží i v jejich

ziscích. Např. výzkum CSR Europe dokládá, že“ 70% západoevropských spotřebitelů považuje reputaci firmy za velmi důležitou a 44% z nich je ochotno zaplatit více za výrobky takovýchto firem. Kromě toho je zajímavý fakt, že 78% zaměstnanců dává přednost práci pro eticky se chovající a respektovanou firmu a to převážně mladí a perspektivní zaměstnanci, s velmi vysokým vzděláním. “²³ I u nás v české republice již existuje několik výzkumů, které se zabývají tématem podnikatelské etiky a společenské odpovědnosti firem. Zadavateli těchto výzkumů byly Transparency International Česká republika, Business Leaders Forum a Philips Moorris.

K nejdůležitějším zjištěním těchto výzkumů patří:

1. stále přetrvává nízké povědomí veřejnosti o všech možnostech (a přednostech) podnikatelské etiky a CSR
2. téma etického a odpovědného chování je bráno spíše intuitivně
3. z nástrojů implementace etiky do podnikání je znám především etický kodex
4. zřizování specializovaných organizačních struktur, nebo alespoň týmů zabývajících se etikou je stále považováno za zbytečné a nákladné
5. zvyšuje se zájem o kvalitní informace o podnikatelské etice a CSR
6. firmy souhlasí s dlouhodobou výhodností etického podnikání

Možnosti uplatnění společenské odpovědnosti jsou široké, záleží na prostředí, ve kterém organizace působí. Například v některých kulturách se zdůrazňuje či hledá společenská odpovědnost v regionálním rozvoji či v charitě (Španělsko), v jiné kultuře (např. ve Skandinávii) se dbá na zaměstnanost, na tvorbu pracovních míst. V USA je to dárcovství a podpory různých zájmových sdružení. Vědomí společenské odpovědnosti existuje u podnikatelských subjektů, které vycházejí z určitých pozitivních hodnot, jež vyznávají a prosazují uvnitř i navenek firmy. Z etického hlediska představují tyto podnikatelské subjekty vysoký stupeň, k němuž lze postupným vývojem firmy časem dospět. Tím přispívají ke zkvalitňování podnikatelského standartu na národní a mezinárodní úrovni. Závěrem bych citoval ing. Petra Čaníka, který vyučuje podnikatelskou etiku na Vysoké škole ekonomické v Praze:“ Nemyslím si, že je dnes většina firem tak odpovědných a férových, jak to řada z nich o sobě prezentuje. Leckteré firmy se pouze daly na dráhu toho, co se v cizí

²³<http://www.hest.cz/csr/main.php?lang=cz&id=1>, 9.4.2010.

literatuře označuje jako „pinkwashing“ nebo „greenwashing“; tedy vytváření dojmu společensky odpovědné firmy. Vypadá to pěkně, zakrývá to i jiné problémy a navíc je to levnější. V žádném případě nejde o trend, kterého se drží všechny firmy. Má tedy smysl se vůbec zabývat podnikatelskou etikou či konceptem společenské odpovědnosti firem? Určitě má. Je to oblast, která je pro firmy důležitá. I navzdory tomu, kolik „potěmkinových vesniček“ a libozvučných „pinkwashingových“ tiskových zpráv firmy ještě vydají. Důležitost podnikatelské etiky a CSR bude i nadále narůstat se zvyšující se potřebou podniků po kvalitním lidském kapitálu. Ten se v současné ekonomice stává čím dál tím více důležitějším faktorem podnikového úspěchu. ²⁴

4.1 Doporučené elektronické zdroje informací o BE a CSR

Webové stránky Evropské komise (Generální ředitelství pro podnikání a průmysl) věnované problematice CSR - ec.europa.eu/enterprise/csr

CSR Europe - www.csreurope.org

Business Europe - www.buinessurope.eu

Global Reporting Initiative (GRI) - www.globalreporting.org

International Business Leaders Forum (IBLF) - www.iblf.org

Webové stránky Business Leaders Forum (BLF) věnované problematice CSR v českém jazyce - www.csr-online.cz

Webové stránky SOF v českém jazyce - www.sof.cz

Fórum dárců - www.donorsforum.cz

Webové stránky Hospodářské komory České republiky - www.komora.cz

www.eben.org – European Business Ethics Network

www.uscib.org – U. S. International Council for Business

www.nobribes.org – Anti - Corruption Network for Transition Economics

www.wcoomd.org – World Customs Organization

²⁴<http://www.canik.cz/2007/09/18/kde-zacina-a-konci-spolecenska-odpovednost-firem/>, 18.3.2010

www.oecd.org/fatf

<http://www.cir.cz/spolecenska-odpovednost-firem>

- **Accountability** (www.accountability.org.uk)
 - Organizace se sekretariátem ve Velké Británii a s mezinárodní členskou základnou. Členové se zavazují posilovat odpovědné občanství a etické chování v podnikatelském i neziskovém sektoru. Standard AA1000 byl vytvořen v listopadu 1999 a je založen na hodnocení kvality řízení podniku z hlediska zapojení a zohlednění jeho zájmových skupin. Připravuje se aktualizovaná verze - standard AA2000 – Accountability Management.
- **Good Cooperation** ([www. goodcooperation. com](http://www.goodcooperation.com))
 - Společnost založená skupinou bývalých zaměstnanců KPMG. Nabízí vytvoření etického systému „šitého na míru“ každému podniku a pravidelné audity jeho funkčnosti a dodržování. Podniky, které vyhoví všem požadavkům, mohou používat logo GoodCorporation, které by se mělo stát nezávislou garancí etického chování firmy. Etický systém by měl dodržovat zásady uvedené v Chartě připravené ve spolupráci s Institutem podnikatelské etiky. Charta vymezuje způsoby chování podniku vůči zaměstnancům, zákazníkům, dodavatelům, komunitě a životnímu prostředí a akcionářům.
- **Social Accountability – SA8000** ([www. cepaa. org/SA8000/SA8000. html](http://www.cepaa.org/SA8000/SA8000.html))
 - Standard zaměřený na etickou politiku v oblasti zaměstnávání (zákaz využívání dětské pracovní síly, otázky bezpečnosti práce, závazek placení vyšší než minimální mzdy atd.). Sestaven na podobných principech jako normy ISO 9000.
- **Investors in People** ([www. iipuk. co. uk](http://www.iipuk.co.uk))
 - Britský standard stanovující zásady v oblasti školení a rozvíjení zaměstnanců. Ve Velké Británii existuje od roku 1991. Cílem je zvyšovat výkonnost podniků prostřednictvím správných investic do zaměstnanců, se zaměřením na plánovitý proces stanovování podnikatelských cílů a rozvíjení schopností zaměstnanců tak, aby těchto cílů bylo dosahováno.

Anotace

Příjmení a Jméno:	Michal Urban
Název školy:	Moravská vysoká škola Olomouc
Název bakalářské práce:	Cesty zlepšování etického chování organizace
Theme of bachelor thesis:	The Methodology of Improving the Ethical Behaviour of Organizations
Jméno a příjmení vedoucího práce:	RNDr.Ing.M.Rössler,CSc.,MBA
Počet stran:	44
Rok obhajoby:	2011

Klíčová slova: Etika, Podnikatelská etika, Morálka, Kultura, Etické rozhodnutí, Etický kodex, Společenská odpovědnost firem, Etické dilema

Key words: Ethics, Business Ethics, Moral, Ethic Decision, Corporate Social Responsibility, Ethics dilemma

Stručná anotační charakteristika:

Bakalářská práce je zaměřena na problematiku aplikace etiky ve firmách a vůbec v podnikatelském prostředí. Úvodní teoretická část objasňuje základní terminologii podnikatelské etiky. Charakterizovány jsou jednotlivé metody a nástroje, které je možné využít při implementaci etiky ve firmě. Další kapitoly se zabývají zejména nástroji a metodami etického řízení a způsoby jeho aplikace do podnikatelské činnosti. Zvláště je rozpracováno téma etických kodexů, jako nejpoužívanějšího nástroje aplikace etiky do organizace. Smyslem této práce je mimo jiné poukázat na fakt, že zavedení etických standardů do podnikání představuje pro firmu v dlouhodobém horizontu přínos.

Short anotation:

Bachelor thesis is oriented on problems connected with application of ethics in organizations and in business environment. Introduction explains basic terminology of business ethics. Methods and tools for integration of ethics in a company are characterized. Following chapters deal with methods and tools of ethic management and means of its application to business activity. Especially elaborated theme of ethical codex as a most used tool of application of ethics into organization is presented

here. This thesis also wants to accent that integration of ethical standards into business represents benefit for company in long term horizon.

Literatura a Prameny

1. srov. Etzioni, A. (1988): *Moral Dimension: Toward a New Economics*, 314s, ISBN: 00290999013.
2. srov. Fukuyama, F.(1993): *The End of History and the Last Man*, 448s, ISBN-10: 0380720027.
3. srov. Fukuyama, F. (1993): *Trust the Social virtuos and the Creation of Prosperity*, 480s, ISBN-10: 0684825250
4. srov. Sen, A. (2002): *Etika a ekonomie*, 119s, ISBN: 80-7021-549-6
5. http://www.google.cz/url?sa=t&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CBYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fpodfuck.net%2Fdokumenty%2Fstazeni_souboru%2F2738%2FSOEP_studijni_material.doc&ei=C9LJTP2LJ4fNswarp92WDg&usg=AFQjCNFEkNTmBFemJfhsevwMNAWU8JLITw, 14.6.2010.
6. Odposlechnuto na kurzu efektivní manažerské komunikace, 11. 12. 2009
7. http://www.bestpractices.cz/praktika.php?PRK_ID=6
8. ŠRONĚK, I. (1995): *Etiketa a etika v podnikání*,. Praha: Management Press, (EAN: 9788085603941 ISBN: 80-85603-94-2)
9. Bláha, J. (2001): *Podnikatelská etika – předpoklad úspěšného rozvoje organizace*. – VŠB-TU Ostrava, (ISBN 80–248–0008-X)
10. Pastin, M.,(1986): *Gajning the ethics edge*, (ISBN: 65-5642-51-2)
www.bestpractices.cz/..V.../etika_v_podnikani_prezentace.ppt, 10.10.2009.
11. studie transparency international: aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v Českém podnikatelském prostředí . <http://www.transparency.cz/index.php?lan=cz&id=2848>, 24.10.2009
12. stakeholders jsou zákazníci, dodavatelé, vlastníci, zaměstnanci a místní komunita. Do češtiny je tento výraz překládán jako „podílníci“
13. http://www.governance.cz/data/files/etika_pro_transparency_int_web_leden2007.pdf, 6.11.2009.
14. <http://www.canik.cz/downloads/30-papirius-eticky-kodex.pdf>, 23.10.2009.
15. <http://www.canik.cz/downloads/30-papirius-eticky-kodex.pdf>, 23.10.2009.
16. http://www.zbynekmlcoch.cz/info/administrativa/hipokratova_prisaha_kompletni_text.html, 2.2.2010.
17. <http://www.isidorus.net/show/modlitewnik>, 34, Desatero_Bozich_prikazani
18. Fulghum, R. (2007): *Všechno, co opravdu potřebuju znát, jsem se naučil v mateřské školce*, EAN:9788072039357, ISBN: 80-7203-935-0, Argo
19. <http://www.helphomepardubice.cz/eticky.pdf>, 6.12.2009.
20. <http://www.transparency.cz/pdf/publikace/ve%20amanpe.pdf>, 12.1.2010.
21. <http://www.csr-online.cz/List.aspx>, 4.3.2010.
22. <http://www.podnikatel.cz/clanky/spolecenska-odpovednost-se-musi-dostat-pod-kuzi/>, 6.3.2010.
23. <http://www.standard-lbg.org/mereni-corporate-social-responsibility-C54/>
24. <http://www.hest.cz/csr/main.php?lang=cz&id=1>, 9.4.2010.

25. <http://www.canik.cz/2007/09/18/kde-zacina-a-konci-spolecenska-odpovednost-firem/>, 18.3.2010

Seznam obrázků a tabulek

Seznam tabulek:

Tab. 1 – Historické éry managementu.....	8
Tab. 2 – Srovnání etického problému a etického dilematu.....	21