

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra řízení**



**Bakalářská práce**

**Etika v podnikání**

**Dinh Thi Thuy Huong**

© 2017 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Thi Thuy Huong Dinh

Podnikání a administrativa

Název práce

Etika v podnikání

Název anglicky

Ethics in business

---

### Cíle práce

Bakalářská práce je věnována problematice etiky podnikání v zahraničním obchodu. Cílem práce je zhodnocení oblasti etiky v podnikání, její problémům a způsobům mezinárodní regulaci v současné době. Na základě toho navrhnout doporučení.

### Metodika

Základní metodou řešení práce je analýza a syntéza. K získání podkladu pro analýzu využít techniky dotazování, pozorování, apod. Analýza etiky podnikání je provedena na příkladech korporativních a národních kodexů etiky, a také na základě mezinárodních standardů obchodního chování vypracovaných vládními i nevládními organizacemi.

Rámcová osnova: 1. Úvod. 2. Cíl práce a metodika. 3. Literární přehled. 4. Vlastní řešení. 5. Návrh doporučení. 6. Závěr. 7. Seznam použité literatury.

Cíl práce a metodika: Září 2016

Literární přehled: Listopad 2016

Vlastní řešení: Leden 2017

Návrh řešení: Březen 2017

Doporučený rozsah práce  
30-40

Klíčová slova

Podnikání, podnik, podniková kultura, etika, etický kodex.

---

Doporučené zdroje informací

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

RIEGEL, K. *Ekonomická psychologie*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1185-0.

ŠRONĚK, I. – AUBRECHT, K. *Etiketa a etika v podnikání*. Praha: Management Press, 1995. ISBN 80-85603-94-2.

ŠRONĚK, I. *Etiketa v obchodě a podnikání*. Praha: Management Press, 1992. ISBN 80-85603-08-.

ŠRONĚK, I. *Kultura v mezinárodním podnikání*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0012-3.

---

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

doc. Ing. Jaromír Štůsek, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 23. 9. 2016

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 01. 12. 2017

---

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Etika v podnikání" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29.11.2017

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Jaromíru Štůskovi, CSc. za ochotu a čas, věcné připomínky a cenné rady.

Taky bych chtěla poděkovat kolegyním a kolegům z firmy AAA, se kterými jsem měla možnost toto téma konzultovat.

# **Etika v podnikání**

## **Souhrn**

Tato bakalářská práce se zabývá etikou a etickým chováním zvolené společnosti. Zahrnuje důležité pojmy jako morálka, etika, etická hodnota, podnikatelská etika a etické zásady chování v podnikání.

Jejím cílem je zhodnotit současný stav podnikatelské etiky vybrané společnosti na základě provedených analýz a poté navrhnout doporučení pro zlepšení podnikatelské etiky této společnosti.

## **Klíčová slova:**

Etika

Morálka

Etická hodnota

Mezinárodní podnikatelská etika

Etické chování

Etické rozhodování

Podniková etika

# **Ethics in business**

## **Summary**

This bachelor thesis deals with ethics and ethical behavior of the company. It includes important concepts such as morality, ethics, ethical value, business ethics, and ethical principles for business.

The aim of this thesis is to evaluate the current state of the business ethics of the selected company on the basis of the analyzes and to propose recommendations for improving the business ethics this company.

## **Keywords:**

Ethic

Morality

Ethical value

International business ethics

Ethical behaviour

Ethical decision making

Business ethics

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>9</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>10</b>
<b>3 Literární přehled.....</b>	<b>11</b>
3.1 Základní pojmy .....	11
3.1.1 Morálka .....	11
3.1.2 Etika .....	12
3.1.3 Mravnost .....	14
3.1.4 Etická hodnota .....	14
3.2 Etika v podnikání .....	16
3.2.1 Mezinárodní podnikatelská etika .....	17
3.2.2 Východiska podnikatelské etiky .....	19
3.2.3 Modely etického rozhodování v podnikatelské činnosti.....	23
<b>4 Vlastní práce .....</b>	<b>25</b>
4.1 Charakteristika vybrané společnosti .....	25
4.1.1 Dotazníkové šetření .....	27
4.1.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	27
4.1.3 Shrnutí dotazníkového šetření .....	49
<b>5 Návrh doporučení pro firmu.....</b>	<b>50</b>
<b>6 Závěr.....</b>	<b>52</b>
<b>7 Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>54</b>
<b>8 Přílohy .....</b>	<b>55</b>



# 1 Úvod

Současné dění ve světě je spojeno s celou řadou očekávání v nejrůznějších oblastech. Globální ekonomika přináší nejen nové možnosti a výzvy, ale také nové podoby nelegálního jednání, které se dosud nevyskytovaly. V hospodářské činnosti, podnikání, obchodu veřejnost očekává, že aktéři těchto jednání a rozhodování budou zachovávat základní pravidla fair play a chovat se eticky. To je předpokladem k tomu, aby obchod i hospodářství země mohly fungovat.

Na významu tím pádem nabývá i etika v podnikání. Tento pojem může být charakterizován různým způsobem, avšak vždy bude vycházet z etických pravidel, zejména hodnot, norem a principů, které jsou založeny na dobrovolnosti a sebekontrolě. Klíčový význam pro řešení jednotlivých etických dilemat a problémů v ekonomické praxi mají, podle mého názoru, právě etické ctnosti a hodnoty, jež vnímáme jako vodítko a směrník jednání a chování.

Ideový základ etiky v podnikání spočívá zejména na ctnostech a hodnotách. Je nutné si plně uvědomit, že kromě ideové a teoretické báze má etika v podnikání také instrumentální podstatu. Ta je založena zejména na tradičních a moderních nástrojích a metodách. Společně poté utváří komplexní etickou infrastrukturu v ekonomické činnosti.

Transformační proces naší ekonomiky nastolil nové podmínky a kritéria pro úspěšnost a prosperitu podniků. Stále více firem si uvědomuje, že jejich podnikatelské záměry a jejich realizace jsou podstatnou měrou limitovány nejen ekonomickými možnostmi, ale i limity morálního charakteru. Renomované firmy zemí s vyspělou tržní ekonomikou si velice záhy uvědomily, že etika v podnikání je velmi důležitým výchozím předpokladem dlouhodobě úspěšného podnikání.

Přináší prospěch podniku i celé společnosti. Snižuje náklady, zefektivňuje komunikaci a z dlouhodobého hlediska přináší trvalá nehmotná aktiva s konkrétními ekonomickými efekty. Etické chování podniku je tak praktickou, komparativní výhodou na trhu. Cílem této práce je proto objasnit základní východiska podnikatelské etiky.

## **2 Cíl práce a metodika**

Předmětem řešení bakalářské práce je problematika etiky. Hlavním cílem je navrhnout doporučení pro zlepšení etiky ve zvoleném objektu zkoumání. Dílčím cílem bakalářské práce je zhodnocení současného stavu etiky na základě provedených analýz.

Základní metodou řešení bakalářské práce je metoda analýzy a syntézy. Pro zpracování analýzy a syntézy byla využita primární a sekundární data. Primární data byla získávána dotazníkovým šetřením. Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit názor respondentů na etiku ve zvolené obchodní společnosti.

Výběr respondentů byl nahodilý v rámci společnosti (dotazník viz příloha č. 1). Výsledky dotazníkového šetření byly statisticky a graficky zpracovány. Sekundární data byla získávána z odborné literatury a z interních dokumentů firmy. Na základě výsledků analýz bylo navrženo doporučení pro zlepšení daného stavu.

## 3 Literární přehled

### 3.1 Základní pojmy

Úvodní kapitola této bakalářské práce je věnována základním pojmům, které souvisejí s tématem „Etika v podnikání“. Zaměří se zejména na pojmy jako morálka, etika, mravnost a etická hodnota. Pojmy morálka, etika a mravnost jsou v běžném životě používané velmi často synonymně. Ale z pohledu morální či praktické filozofie nebo etiky se zejména jedná o velmi rozdílné pojmy, které je nutné pečlivým způsobem rozlišit, a to zejména z hlediska odbornosti, odborných termínů.

#### 3.1.1 Morálka

Morálku můžeme charakterizovat jako pojem, který byl odvozen z latinského slova *mós*, což v překladu znamená zvyk, nebo také obyčej či mrav. Morálka se z klasického filozofického pohledu zaměřuje zejména na hledání základních příčin lidského jednání a chování. Jde zejména o proces složitého významu a to z toho důvodu, že má celostní neboli jinak řečeno komplexní povahu s vícedimenzionálním charakterem.<sup>1</sup>

V tradičním pojetí morálka vždy měla povinnost plnit autorskou vůli, to znamená například panovníků, boha, apod., a to zejména za pomoci různých norem, hodnot, standardů, ale i zákonů, bylo povinností jednat dle tradičního zvyku a obyčeje. Hlavní cíl morálky spočívá v harmonizaci jednání a chování lidí s jednotlivými normami, hodnotami, ale také pravidly a mravy.

Morálku tedy je možné charakterizovat jako *„soubor specifických zvyklostí, norem, standardů, etických a kulturních pravidel a vzorců, které jsou požadovány a očekávány od jedince, který se ve společnosti identifikuje průběžně, to je v čase, identifikuje jako dobrý člověk.“*<sup>2</sup>

Ve výše uvedené definici je kladen důraz zejména na morálku z hlediska dynamiky a jejího vývoje, který je možné pochopit jako pohyb v rámci humanity.

---

<sup>1</sup> Seknička, P., Bohatá, M., Šemrák, M.: Úvod do hospodářské etiky. Praha, 2001, s. 9

<sup>2</sup> Seknička, P., Putnová, A.: Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha, 2016, s. 14

Morálka je jednou z nejvýznamnějších forem vědomí společenského nebo sociálního charakteru a je založena zejména na rozumu, citech nebo také jinak řečeno emocích a vůli jedince.

### 3.1.2 Etika

Název Etika je odvozen z řeckého slova ethós, což v překladu znamená zvyk, obyčej či mrav. Jedná se o samostatnou vědní disciplínu charakteru filozofického, hlavním předmětem je reflexe morálky. Etika je také označována jako mravní vůle, která *„není jen nějakou mechanickou záležitostí jako brzda. Člověk, který svěřuje své nutkavé tužby pod kontrolu této mravní vůli, postupuje od toho, co je v něm okrajové, k tomu, co je ústřední a co je ve skutečnosti v samotném centru.“*<sup>3</sup>

Etiku je možné vymezit buď v širším slova smyslu, a to ji v takovém případě můžeme charakterizovat jako míra humanity, anebo v užším slova smyslu. V tomto momentě je chápána jako věda zkoumající mravní relevantní jednání a chování jedince. V případě širšího pojetí dochází k výraznému omezení etického normativního charakteru.

Etika nám poskytuje odpovědi na dvě jednoduché a základní otázky, kterými jsou považovány následující:

- Co je dobré?
- Co je spravedlivé?

Etiku je možné členit na normativní etiku a pozitivní etiku. Pozitivní etika se zaměřuje na analýzu toho „co je“, a tím dochází k odhlížení od normativních přístupů. Normativní etika se zaměřuje nejenom na analýzu toho „co je“, ale také na predikci toho, co by mělo být a tím dochází k aplikaci normativního přístupu.

---

<sup>3</sup> Babbit, I.: Demokracie a vůdčovství. Praha, 2003, s. 22

Etiku rozdělujeme do čtyř základních oblastí:

- **Individuální etika** – jedná se o vztah člověka k sobě samému. Můžeme tuto situaci nazvat také jako sebevztah, neboli jinak řečeno Já vs. Já. Základem této etiky je jedinec svébytného charakteru, který umí žít v rámci specifického vztahu k sobě samému. Tento jedinec dokáže do tohoto vztahu nejenom vstoupit, ale umí taktéž tento vztah určitým způsobem reflektovat. <sup>4</sup>
- **Personální etika** – základem personální etiky je sestavení vztahu ve stylu Já vs. Ty. Jde o vztah, který se vytváří mezi jednotlivými osobami, které jsou v rámci nejužšího společenství rodiny a též mezi přáteli. Personální etika se zaměřuje zejména na oblast vztahů v rodinné oblasti, ve které převažují zejména osobní stránky. <sup>5</sup>
- **Sociální etika** – jedná se o typ vztahu My, Vy : Ono. Jsou to vztahy mezi lidmi společenského charakteru. Nejedná se o individuální ani personální etiku. Velký význam a postavení zde mají instituce vykonávající především zprostředkující roli a vstupují do vzájemných vztahů jednotlivých funkcí a rolí, nikoliv lidí. <sup>6</sup>
- **Ekologická etika** – vztah My, Vy : To. Jde o vztahy lidí k přírodnímu a životnímu prostředí v tom nejobecnějším pojetí. Toto prostředí je ve většině případů poznamenáno společným působením člověka a organizací, ve kterých lidé působí. Příroda se stává oblastí, kde dochází k mravnímu jednání, ale také rozhodování lidí.

7

Všechny výše uvedené oblasti, které se zaměřují na etické zkoumání, bývají nedílnou součástí komplexity reflektující vztahy v globálním světě.

---

<sup>4</sup> Rich, A.: Etika hospodářství. Praha, 1994, s. 26

<sup>5</sup> dtto, s. 27

<sup>6</sup> dtto, s. 27

<sup>7</sup> dtto, s. 28

### 3.1.3 Mravnost

Jedná se o pojem, který má původ ve staroslovanském základu a z toho také tím pádem vychází i dnešní pojmy jako zvyk, obyčej a mrav. Hlavním posláním tohoto pojetí bylo, aby chování a jednání člověka bylo v rámci norem a určených pravidel a také, aby se ostatním líbilo.

V současné době je možné mravnost představit si jako určitou závaznost vyplývající z norem a pravidel pro člověka, který toto vše respektuje v rámci svého praktického chování a jednání. Jde o nárok všeobecného pojetí s racionální podstatou a související s apelem na rozum lidí. Stranou ale nezůstávají ani emoce, ani vůle. S mravností často spojujeme také kvalitu osobnosti určitého člověka, který se orientuje k dobru a pomůže rozlišovat mezi dobrem a zlem.

Morálka a mravnost bývají v české oblasti velmi často používána jako synonyma. Významnější snaha o rozlišení těchto jednotlivých pojmů se poprvé začala objevovat zejména v období německé klasické filozofie, která bývá nejvíce spojována s hlavním představitelem, kterým byl Georg Wilhelm Friedrich Hegel.<sup>8</sup>

Rozpoznání výše uvedených pojmů souvisí zejména se zvláštním využitím mravnosti s rámci systému německé klasické filozofie. Můžeme tedy konstatovat, že mravnost má své specifické postavení jako odborný termín v určitém konkrétním filozofickém systému příslušné školy, a proto je zapotřebí tento pojem odlišovat a to pečlivě od základního a obecného pojmu morálka. Morální jednání je takovým jednáním, které bývá v souladu s normami platné morálky a také s vlastním svědomím. Kdežto mravnost nemusí být vlastním svědomím vůbec reflektována.

### 3.1.4 Etická hodnota

Hodnotu je možné považovat za jeden z nejproblémovějších, ale také z nejdiskutovanějších termínů, a to nejenom v rámci etiky, filozofie, ale také sociologie a psychologie. Obecný a

---

<sup>8</sup> Seknička, P., Putnová, A.: Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha, 2016, s. 39

východí koncept pro zkoumání hodnot je hodnotová etika a filozofie hodnot. V rámci tohoto pohledu se nabízí otázka Co je to hodnota? Původ slova hodnota pochází z řeckého pojmu *timé*, což v překladu znamená něco jako odměna, cena nebo pocta, ale může mít svůj základ také ve slově *axia*, což je důstojnost či právě hodnota.<sup>9</sup>

Původně se pojem hodnota objevil ve vědách jako je matematika a politická ekonomie. Na přelomu 18. a 19. století se přenesl z ekonomického myšlení do morální filozofie a etiky, kde nahradil původní termín *ctnost*. Skutečnost, že pojem hodnota je převzat z lidské ekonomie, mnohdy sváděla k tomu, že byly hledány konotace s ekonomickou hodnotou, respektive s cenou. Moderní etika však hodnotu velmi záhy definovala jako něco významného a důležitého pro jednání a rozhodování. Zároveň je v jednání reflektován kauzální řetězec *hodnota – rozhodnutí – čin*.<sup>10</sup>

**Hodnoty** – moderní *ctnosti*. Klíčový význam mají zejména ty hodnoty tvořící a rozvíjející morální charakter člověka a jeho osobnosti. Tyto hodnoty jsou většinou označovány jako osobnostní a cílové. Vyvíjejí se a je jich dosahováno postupnou formou a programově neboli cíleně, to znamená například v rámci výchovy a vzdělávání se. Důležitý faktor zde také hraje působení zpětných vazeb, které se vztahují k činům příslušného aktéra. Osobnostní a cílové hodnoty ovlivňují jak růst, tak také zaměření příslušné osobnosti.

Hodnoty je možné definovat jako „*koncepty toho, co je žádoucí... nejsou totéž, co normy chování. Hodnoty jsou standardy toho, co je žádoucí, nezávislé na žádoucích situacích. Jediná hodnota může být referenčním bodem dalších specifických norem, jediná specifická norma může představovat současné použití několika různých hodnot.*“<sup>11</sup>

Hodnoty je možné dělit podle nejrůznějších kritérií a to zejména z těchto nejvýznamnějších hledisek:

---

<sup>9</sup> Guardini, R: *Ctnosti. Meditace o podobách mravního života*. Praha, 2015, s. 9

<sup>10</sup> Seknička, P., Putnová, A.: *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha, 2016, s. 43

<sup>11</sup> Uhlíř, P., Seknička, P.: *Psychologie hodnot: Odpovědnost a důvěra jako klíčová interní pravidla pro rozhodování v tržní ekonomice*. In: Ballová Mikušková E., Čajová, V. (eds): *Rozhodování v kontexte kognice, osobnosti a emocí IV. Současné trendy v rozhodování*, Bratislava, 2014, s. 156 – 160

- Hodnoty podle nositele
  - individuální
  - skupinové
  - univerzální
  
- Hodnoty dle původu
  - institucionální
  - individuální
  
- Hodnoty podle podstaty
  - normativní standardy chování
  - hodnoty, které směřují k naplnění existence.

Hodnoty je možné strukturovat dle různých hledisek. Velmi důležité postavení a význam má zejména tvorba jednotlivých hodnotových škál, a to zejména podle empirických výzkumů. Z velkého množství je dobré uvést tři základní příklady hodnotových škál:

- hodnoty z pohledu filozofie a náboženských systémů – moudrost, vědění, odvaha, láska a lidskost, spravedlnost, střídmost, apod.
  
- hodnoty každodenního života – pravda, štěstí, odvaha, naplnění, svoboda, umírněnost, láska, mír, apod.
  
- hodnoty ekonomické činnosti – svoboda, spravedlnost, odpovědnost, důvěra, pokrok, atd. <sup>12</sup>

### **3.2 Etika v podnikání**

Pro základní definici etiky v podnikání jsou důležité dva základní pojmy a to podnikání a podnikavost. Druhý uvedený pojem je specifickým pojmem zejména pro ekonomii, do

---

<sup>12</sup> Seknička, P., Putnová, A.: Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha, 2016, s. 45



které byl tento pojem zaveden začátkem 20. století významným ekonomem **Josefem A. Schumpeterem**. Následně došlo k rozvinutí tohoto pojmu a o to se postaral **Ronald H. Coase**, což je zakladatel nové institucionální ekonomie.

Podnikavost můžeme charakterizovat jako souhrn předpokladů objektivního a subjektivního charakteru a také jednotlivých schopností pro úspěch v podnikání. Podnikavost členíme zejména na:

- *„podnikavost vnitřní – jedná se zejména o aktivní, iniciativní, tvůrčí nacházení a efektivní využívání vnitropodnikových příležitostí, také se může dotýkat libovolných oblastí v podnikových organizacích, klade důraz na tvůrčí aktivity, zlepšovatelství, soutěživost, racionalizaci práce, atd.,*
- *podnikavost vnější – se zaměřuje na odhalení, objevení, ale také záměrné vytvoření určitých příležitostí, které lze následně efektivně využívat a které podnikatelskému subjektu vznikají z aktivní interakce s okolím, zejména s trhem.“<sup>13</sup>*

Etika v podnikání je označována jako reflexe etického principu, souhrn pravidel, ale také standardů v podnikatelské činnosti, respektive v podnikání jako takovém. V popředí se v posledním období drží podnikatelská činnost zejména jako ekonomická aktivita. Podnikatelská etika se taktéž orientuje na etické principy a podnikatelské činnosti, na jejich vzájemné sladění, velmi důležitou roli v této oblasti představují zejména etické hodnoty. Podnikatelská etika se zaměřuje zejména na vyřešení nejrůznějších etických problémů, ve kterých se odráží vztahová různorodost v oblasti podnikání a obchodu.

### **3.2.1 Mezinárodní podnikatelská etika**

Podnikatelská etika jako teorie vědou interdisciplinárního pojetí zabývající se zkoumáním a působením jednotlivých etických standardů a principů v rámci ekonomického mechanismu. V praktické rovině se jedná o hodnotící kategorii vyjadřující morální kvalitu

---

<sup>13</sup> Seknička, P., Putnová, A.: Etika v podnikání a hodnoty trhu. Praha, 2016, s. 131

jednotlivých tržních subjektů a zaměřuje se na hodnocení chování a charakter jejich vztahů a vazeb v rámci provedení podnikatelského záměru.

Mezinárodní podnikatelská etika se zaměřuje na studium vlivů etických hodnot, principů a standardů a to nejen u konkrétních národních ekonomik, ale se snaží zmapovat a zhodnotit zejména situace, kdy dochází k vzájemnému konfrontování. Tradice, mravy, zvyky, obyčeje, to vše se podílí na vytvoření společenské identity a dochází tím k ovlivnění jednání a chování každého z obchodníků a také dochází k ovlivnění podnikové kultury jednotlivých firem. Na mezinárodních trzích v rámci obchodní činnosti se v podnikatelské etice doporučuje dodržovat několik prověřených zásad, která v momentě, kdy jsou dodržována, zajistí lepší komunikaci mezi jednotlivými partnery.

V rámci mezinárodní podnikatelské etiky jsou platná dvě tak zvaná zlatá pravidla v mezinárodním obchodu. Tato pravidla jsou obecně respektována a ctěna. První pravidlo říká, že prodávající se přizpůsobuje kupujícímu a respektuje jej. Druhé vyjadřuje zásadu, že ten, kdo je v obchodním styku v dané zemi cizincem, musí respektovat místní tradice, zvyklosti, hodnoty a obyčeje. Doslova a do písmene to ale neznamená, že je platné staré přísloví: Jsi-li v Římě, chovej se jako Římané. Druhé pravidlo směřuje více k požadavkům aktivního naslouchání.<sup>14</sup>

*„Podnikatelskou etiku v rámci mezinárodního obchodu se snaží nejen monitorovat, ale i prosazovat Světová obchodní organizace (WTO).<sup>15</sup> Mezi další významné mezinárodní organizace, které se zaměřují na dodržování etických standardů a norem je Mezinárodní obchodní komora (ICC), která sdružuje téměř 7 000 společností ze 130 zemí světa. Mezi její členy patří například IBM, McDonald, Motorola, Baťa, Nestlé, Toyota, Visa, a celá řada dalších, renomovaných mezinárodních společností.*

ICC se zaměřuje zejména na to, aby v co nejvyšší míře hájila zájmy svých členů jak na národní úrovni, tak i na úrovni mezinárodní. Zajišťuje zprostředkovanou formou styk

---

<sup>14</sup> Rolný, I.: Etika v podnikatelské strategii, Brno, 2007, s. 104

<sup>15</sup> dtto, s. 106

s politiky, zaměřuje se na poradenství, v jejich odborných komisích pracuje více než 500 expertů. Komora byla založena již v roce 1919 a její dlouhověkost de facto zaručuje její efektivitu.

Také v České republice se podnikatelské etice a její problematice věnuje stále větší a větší pozornost. Mezi významné kroky v tomto směru dozajista patří vytvoření Kodexu správy a řízení společností.

### 3.2.2 Východiska podnikatelské etiky

Podle William L. LaCroix je možné nalézt hlavní zdroj konfliktů mravního charakteru zejména v podnikatelské oblasti a to ve vzájemném tlaku dvou základních oblastí se zaměřením na etické myšlení, jedná se zejména o:

- **Individuální etiku** – jde o osobní mravnost lidského charakteru, dochází k omezení našeho konání, zaměřuje se na seberegulaci, ale dochází také k situacím, že každý jednotlivec prožívá stejné situace různým způsobem.
- **Sociální etiku** – jde o prospěšnost celku omezující typy jednotlivých aktivit, které ovlivňují společenský život pouze na ty osoby, které bývají přínosem pro společnost.

Vztah mezi jednotlivcem a společností, stejně tak případná shoda či střet jejich zájmů, bývá považován jako základní hledisko v rámci posouzení konfliktů a dilemat v podnikatelské činnosti. Ať už jde o jednotlivce, firmu, společenskou organizaci či instituci nebo třeba i ekonomický systém – jmenované součástky jakékoliv ekonomiky mají na jednotlivé úrovni určité charakteristické zájmy ovlivňující etickou míru jejich chování.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Zadražilová, D. a kol.: Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika podnikání, Praha, 2010 s. 87

Podnikatelská etika se zaměřením na ekonomiku má následující strukturu, skládá se z etiky jednotlivců, podnikové etiky, etiky organizací a institucí, etiky systému a globální etiky.

**Etika jednotlivců** – tím je myšlena etika zaměstnanců, manažerů, individuálních podnikatelů je zaměřena na hodnoty zajišťující rovnováhu osobního zájmu s dalšími prvky ekonomické struktury, které jsou zasazené do obecných rámců v globální etice. Těmito hodnotami jsou myšleny například čestnost, loajalita, pracovitost, spolehlivost, apod.<sup>17</sup>

**Podniková etika** – obsahuje nejenom obecné mravní hodnoty, ale musí také být nositelkou především etické odpovědnosti a to zejména v jejich záměrech a také v uskutečňování a zajištění ekonomického cíle podniku, a to jak uvnitř, tak i vně organizace.<sup>18</sup>

**Etika organizací a institucí** – jejím hlavním úkolem je splnění funkce mravního garanta v ekonomickém prostředí a to zejména ve smyslu zabezpečení spravedlivého přístupu ke všem členům, kteří se v podnikání pohybují. Má za povinnost zaručit těmto členům jejich práva a také koordinaci komplexních ekonomických zájmů. V širším slova smyslu musí zajistit harmonizaci i se zájmy společenskými a politickými.<sup>19</sup>

Všechny uvedené subjekty – firma, instituce, jednotlivec, vytváří svými jednotlivými zájmy a také způsoby realizace určitý komplexní rámcový systém, například můžeme hovořit o tržní ekonomice.

**Etika systému** obsahuje obecné a základní principy mravního charakteru (vztahy mezi lidskými právy, demokracií, svobodou, apod.), čímž dochází k vytvoření charakteru a určení obecného rázu jednotlivých podnikatelských aktivit komplexně v rámci celého systému.<sup>20</sup>

**Globální etika** – je vytvořena a také určitým způsobem zformována danou mírou celospolečenského konsenzu. Obsahuje všechny složky společenské kultury. Objevuje se

---

<sup>17</sup> Rolný, I.: Etika v podnikatelské strategii, Brno, 2007, s. 18

<sup>18</sup> Rolný, I.: Etika v podnikatelské strategii, Brno, 2007, s. 18

<sup>19</sup> dtto, s. 18

<sup>20</sup> dtto, s. 18

nejenom v ekonomice, promítne se také ve vědě, umění, náboženství. Jde o nejobecnější pravidla jednotlivých interakcí uvnitř společnosti jako takové, ale také vyjadřuje vztah člověka k přírodě.<sup>21</sup>

*„Etika jednotlivců, podniků, organizací a institucí, systému, to vše v korelaci s globální etikou nám umožňuje vyspecifikovat konkrétní zaměření podnikatelské etiky obecně. Ta tkví v morálních principech a standardech, které určují a řídí chování všech účastníků ekonomické činnosti na všech úrovních ekonomického systému.“<sup>22</sup>*

Základním zájmem v každé společnosti ve vztahu k organizaci bývají požadavky společensky odpovědného chování. Základním kritériem takového chování jsou ve většině případů shody obecného zájmu ve společnosti (jde zejména o psychické a fyzické zdraví občanů, bezpečnost lidstva, životní prostředí a jeho ochrana, apod.) s jednotlivými podnikatelskými záměry a aktivitami dané organizace. Podnik tak bývá ve svých rozhodováních determinována a také ovlivňována celou řadou vnitřních a vnějších faktorů.

Veškerá činnost podnikatelů a s tím související činnost podnikatelské etiky je založena na základních okruzích lidských práv, mezi které řadíme zejména:

- **Smluvní práva** – práva vycházející z odlišných typů smluv a dohod mezi jednotlivými subjekty a ostatními stranami.
- **Práva na ocenění** – jedná se o práva, která pramení ze zásluh
- **Pozitivní práva** – vyjadřující ochotu uvést v oficiální platnost požadavků svých členů vůči ostatním
- **Práva na důstojnost** – jde o všechna práva vyjadřující požadavek na respektování lidské důstojnosti v jakékoliv situaci a zejména v jakékoliv době.

Podnikatelská etika z výše uvedených okruhů lidských práv, které se vztahují přímo k ekonomické sféře lidských činností, rozpracovává do podoby obecného charakteru

---

<sup>21</sup> dtto, s. 18

<sup>22</sup> dtto, s. 18

základní práva a povinnosti zaměstnance a zaměstnavatele, jejichž dodržování a respektování vnese do vzájemného vnitropodnikového vztahu morální, pozitivní řád.

### **Morální práva a povinnosti zaměstnanců**

1. Právo na odpovídající pracovní vytížení.
2. Spravedlivá odměna.
3. Možnost volného, svobodného sdružování v odborových organizacích, stávky.
4. Právo na normální rodinný život, soukromí.
5. Svoboda svědomí a svoboda projevu.
6. Právo na zákonné, čestné a otevřené jednání.
7. Právo na participaci.
8. Právo na bezpečnost a ochranu zdraví při práci.
9. Přidělování smysluplné práce, která přinese uspokojení.
10. Povinnost respektovat a dodržovat pracovní smlouvu.
11. Loajálnost k organizaci.
12. Jednat podle etických norem a platných zákonů.

### **Morální práva a povinnosti zaměstnavatelů**

1. Právo požadovat aktivní přístup k přidělované práci.
2. Právo požadovat loajálnost.
3. Právo na čestné, korektní jednání zaměstnance na pracovišti.
4. Povinnost řídit se při výběru či propouštění pracovníků nediskriminačním hlediskem.
5. Povinnost kompenzovat určitá znevýhodnění, která vzniknou výkonem při určité pracovní činnosti.
6. Povinnost respektovat odborové organizace.
7. Povinnost stanovení pravidel v rámci pracovněprávních vztahů.
8. Akceptovat kritiku pracovníků.
9. Řešit pracovní spory dle platných právních předpisů.
10. Povinnost informovat zaměstnance s rozhodujícími záměry organizace.
11. Povinnost garantovat všechny dohody s pracovníky a nést za ně odpovědnost.

## 12. Povinnost neustále zlepšovat pracovní podmínky.

Veškerá práva a povinnosti jsou sestavena s určitou logickou provázaností tak, aby došlo k dosažení maximální funkčnosti vzájemných vztahů mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem. Není možné, aby jednotlivá ustanovení ochromovala ekonomickou činnost, ale naopak poskytovala jim právní rámec, apod.

Již prvním pohledem je zřejmé, že existuje určitý nepoměr mezi právem pracovníků a zaměstnavatelů (9:3) a jejich povinnostmi (3:9). Tímto se potvrzuje současný trend u lidských práv a svobod, kdy je hájeno zejména postavení jednotlivců v nejrůznějších strukturách společnosti. Proto je i tím pádem od organizací požadována mnohem vyšší míra určité morální odpovědnosti než po zaměstnancích.

Za základní východiska podnikatelské etiky můžeme považovat dva základní zdroje:

- **Podnikatelské prostředí** – které zahrnuje kompletně zájmy, vztahy a vazby jednotlivých aktérů, dochází k vyvolání potřeby legality a mravnosti
- **Obecný rámec lidských práv a svobod** – tento rámec vychází z pozice globální etiky a vyjadřuje na základě celospolečenského konsenzu požadavek jeho naplňování na jednotlivých úrovních společenských struktur a v rámci veškeré lidské činnosti.<sup>23</sup>

### 3.2.3 Modely etického rozhodování v podnikatelské činnosti

Od 60. let minulého století se problematikou etické volby subjektů v rozhodovacích procesech zabývá ekonomická teorie. Řada jevů ekonomické sféry bývá přímo závislá na rozhodnutí ekonomicko-pragmatického charakteru, ale také na rozhodování morálních povah. Existuje šest hlavní příčin porušení norem etického chování jednotlivcem ve vnitropodnikové sféře:

---

<sup>23</sup> Rolný, I.: Etika v podnikatelské strategii, Brno, 2007, s. 23

- *„Neznalost etických norem nebo podceňování jejich důležitosti*
- *Silné situační tlaky na neetické chování jednotlivců*
- *Nerozhodnost a nevýkonnost přímých nadřízených*
- *Neetické chování bezprostředních spolupracovníků na pracovišti*
- *Ignorace nebo neřešení etických prohřešků vedením podniku (vyvoláním atmosféry tichého souhlasu)*
- *Enormní orientace jednotlivců výhradně na osobní prospěch.“*<sup>24</sup>

Tyto příčiny ukazují na možné nátlaky, které mohou být vnitřního i vnějšího pojetí a tím pádem, které ztěžují jednotlivcovo rozhodování.

---

<sup>24</sup> dtto, s. 24



## **4 Vlastní práce**

Společnost, která bude hodnocena v rámci empirické části bakalářské práce, podnikají v potravinářské oblasti v rámci sítě obchodních řetězců v Jihomoravském regionu. Jedná se o velmi podobné organizace, které mají hodně podobný koncept v oblasti podnikání a řízení. Můžeme je označit za největší konkurenty v oblasti své působnosti a to tedy z místního hlediska a hlediska zákazníka. Organizace jsou pro tuto bakalářskou práci pojmenovány jako AAA a XXX.

### **4.1 Charakteristika vybrané společnosti**

#### **Společnost AAA**

Je to česká dceřiná společnost nadnárodní společnosti, jejímž sídlem je nizozemský Amsterdam. Tato organizace byla založena jako akciová společnost již v roce 1990 a o dva roky později otevřela svoji pobočku i v České republice. Společnost provozující super a hyper markety zaměstnává v současné době cca 14 tisíc pracovníků. Své zastoupení má po celé ČR. Řetězec, který bude analyzován v rámci této bakalářské práce, patří mezi hypermarkety – velká prodejna. Ve společnosti je zaveden etický kodex. Povinností všech pracovníků organizace je se tímto etickým kodexem řídit a dodržovat jej bez ohledu na skutečnost, jestli jde o pracovníky na centrále nebo na prodejně. Cílem tohoto etického kodexu je stanovení základních pravidel v oblasti chování a jednání se zákazníky.

#### **Etický kodex společnosti AAA**

Etický kodex má společnost zpracován jako jeden ze svých standardů, ale není obecně závazným právním předpisem, ani vnitřním předpisem společnosti.

Preambule:

- Představenstvo společnosti přijímá tento etický kodex jako soubor základních hodnot a přístupu k podnikání, kterým se řídí při výkonu své podnikatelské činnosti.
-

#### Vztahy k zaměstnancům

- Společnost vytváří pro práci svých zaměstnanců příznivé a bezpečné pracovní podmínky
- Společnost vyžaduje, aby zaměstnanci dbali zásad bezpečné práce, dodržování a řádné využívání stanovené pracovní doby

#### Vztahy s dodavateli

- Výběr dodavatelů realizuje společnost výhradně v souladu s pravidly obchodní soutěže v návaznosti na platné právní úpravy a v souladu s vnitřními pravidly společnosti
- Jakékoliv korupční praktiky považuje společnost za nepřijatelné
- Společnost respektuje všechna smluvní ujednání vč. dodržování platební morálky
- Veškeré informace o vztazích se svými dodavateli považuje společnost za důvěrné

#### Životní prostředí

- Společnost má trvalý zájem na zlepšování kvality životního prostředí
- Společnost využívá ve své podnikatelské činnosti přednostně výrobky, které splňují všechny ekologické požadavky

#### Vztahy s konkurencí

- Společnost vystupuje vůči své konkurenci v oboru čestně, ale rázně, nepoškozuje pověst konkurence ani jejich představitelů
- Společnost dbá, aby zaměstnanci ve styku s konkurencí respektovali důvěrnost obchodních či jiných informací

#### Vztahy k odběratelům – klientům

- Společnost dbá důsledně na plnění svých povinností vyplývajících z realizovaných služeb ve stanovených nebo dohodnutých termínech
- Společnost považuje korupční praktiky jakéhokoliv druhu za nepřijatelné a sama používá při nabídce nebo prodeji svých služeb pouze legitimní metody

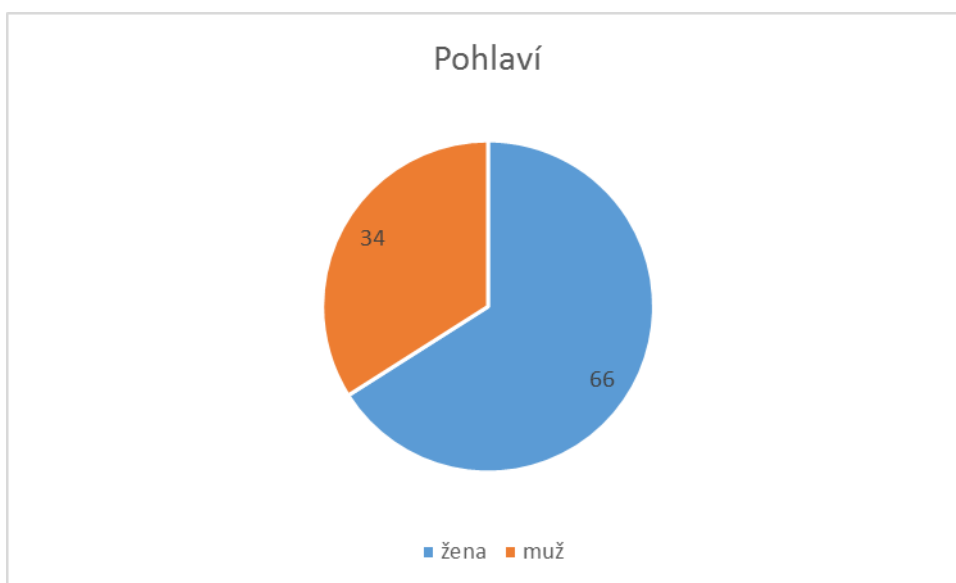
#### 4.1.1 Dotazníkové šetření

Ve společnosti AAA bylo osloveno celkem 150 respondentů k vyplnění dotazníku. Z celkového počtu dotazníku bylo vyplněno 100 respondentů, což představuje 66 %. V dotazníku je uvedeno celkem 22 otázek, které jsou zaměřeny zejména na etické jednání společnosti a kulturu organizace.

#### 4.1.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

##### otázka č. 1 Jakého jste pohlaví

Pohlaví	Absolutní četnost	Relativní četnost
Žena	66	66 %
Muž	34	34 %



Úvodní otázka dotazníkového šetření v bakalářské práci byla zaměřena na zjištění, kolik je v organizaci zaměstnáno žen a kolik mužů. Dvě třetiny pracovníků tvoří ženy – celkem 66 % a zbývající jednu třetinu (34 %) muži.

**otázka č. 2 - Jaké máte dosažené vzdělání?**

<b>Dosažené vzdělání</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
Základní vzdělání	15	15 %
Střední vzdělání s výučním listem	35	35 %
Střední vzdělání s maturitní zkouškou	30	30 %
Vysokoškolské vzdělání	20	20 %
Jiné	0	0 %



Společnost AAA má v pracovním poměru zaměstnance se základním vzděláním (15 %), středoškolským vzděláním s výučním listem (35 %), s maturitní zkouškou (30 %) a také 20 % vysokoškoláků.

### otázka č. 3 – Jaká je Vaše pracovní pozice ve firmě?

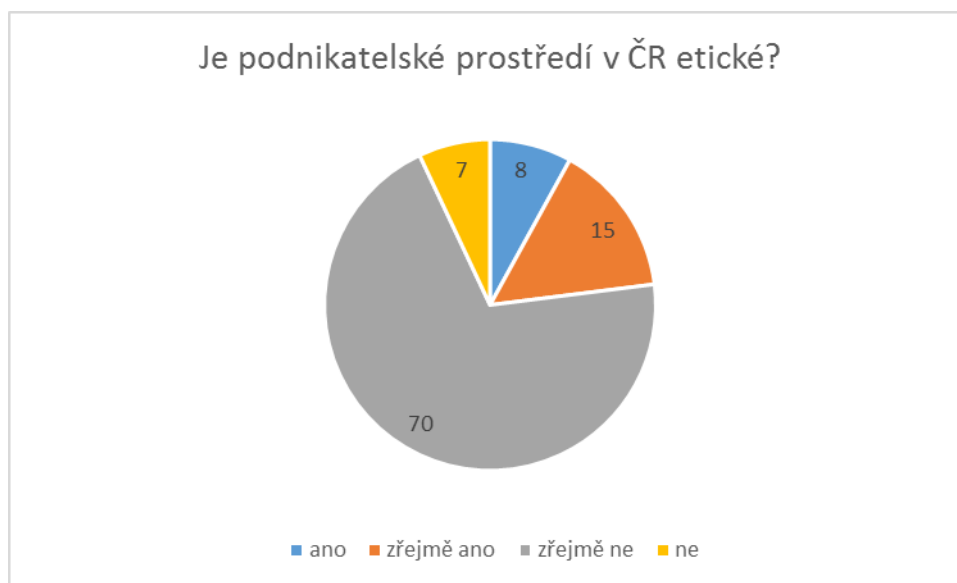
Pracovní pozice	Absolutní četnost	Relativní četnost
Manuální, dělnické profese	85	85 %
Úroveň nižšího managementu	7	7 %
Úroveň středního managementu	5	5 %
TOP management	3	3 %



Ve společnosti AAA jsou v drtivé většině zaměstnaní pracovníci na dělnických, manuálních profesích, celkem 85 % dotázaných. Zbytek tvoří zaměstnanci z oblasti managementu – nižší (7 %), střední (5 %) a TOP management (3 %).

**otázka č. 4 – Jaký je Váš názor na podnikatelské prostředí v ČR, je dostatečně etické?**

<b>Dodržování etiky v podnikatelském prostředí</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	8	8 %
zřejmě ano	15	15 %
zřejmě ne	70	70 %
ne	7	7 %



Celkem 77 % dotázaných se kloní k názoru, že podnikatelské prostředí na území České republiky není etické. Zbývajících 23 % (15 % zřejmě ano, 8 % ano) se přiklání k názoru, že máme v naší republice etické podnikatelské prostředí

**otázka č. 5 – Jste spokojen se vztahy mezi zaměstnanci na vašem pracovišti?**

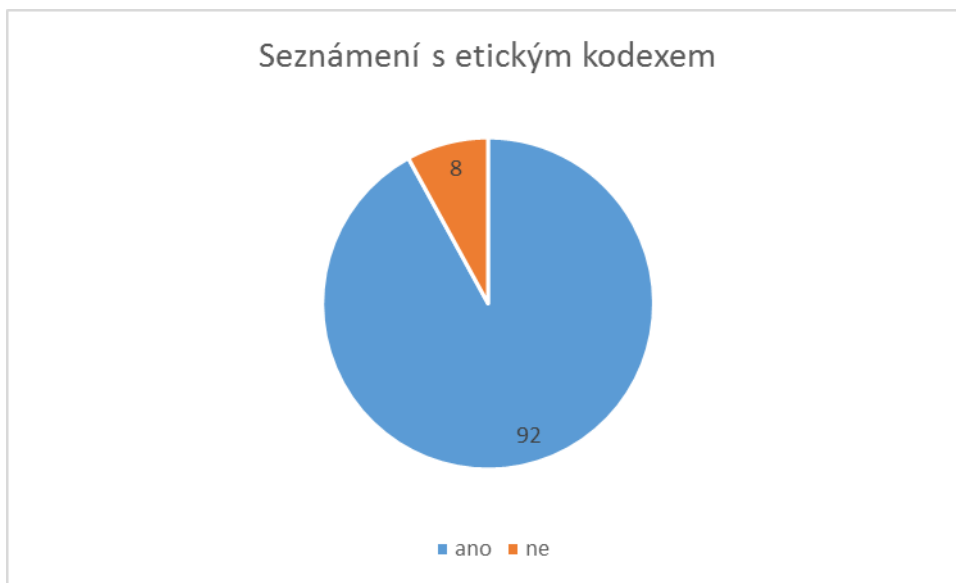
Vztahy na pracovišti mezi zaměstnanci	Absolutní četnost	Relativní četnost
ano	58	58 %
spíše ano	12	12 %
spíše ne	12	12 %
ne	18	18 %



Více jak polovina dotázaných je spokojena se vztahy mezi zaměstnanci na jejich pracovišti, celkem 58 % odpovědělo ano. Pokud k tomu připočteme ještě 12 % spíše ano, máme celkově 70 % dotázaných spokojených se vztahy. Necelá třetina dotázaných (18 % ne, 12 % spíše ne) je se vztahy mezi zaměstnanci na jejich pracovišti nespokojena.

**otázka č. 6 – Seznámilo Vás vedení firmy s jejím etickým kodexem?**

<b>Seznámení s etickým kodexem</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	92	92 %
ne	8	8 %

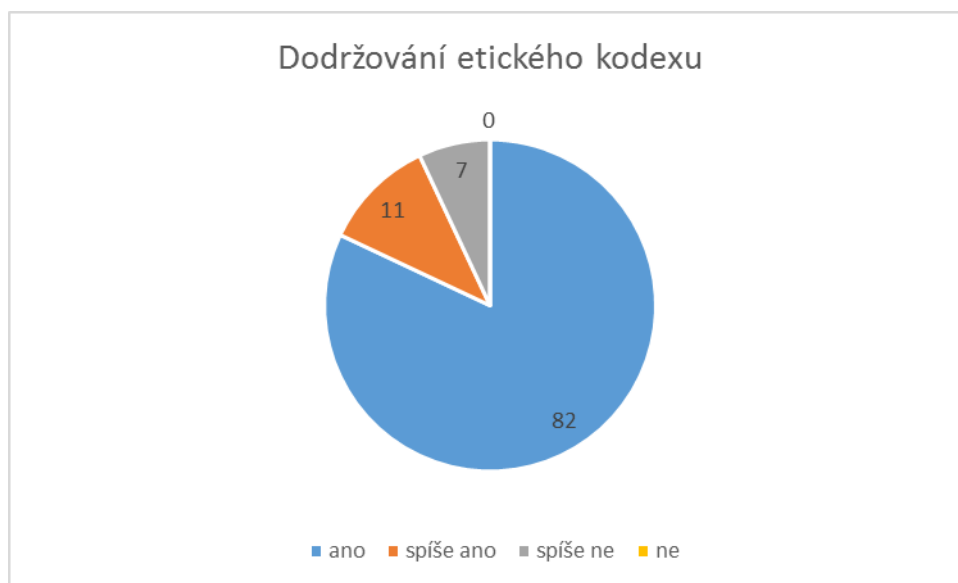


I když se v této otázce jedná o naprosto drtivou převahu kladných odpovědí, přece jen i těch zbývajících 8 % je trochu překvapivým číslem. Přece jen s etickým kodexem by měli být seznámeni všichni pracovníci.



**otázka č. 7 – Je v organizaci etický kodex dodržován?**

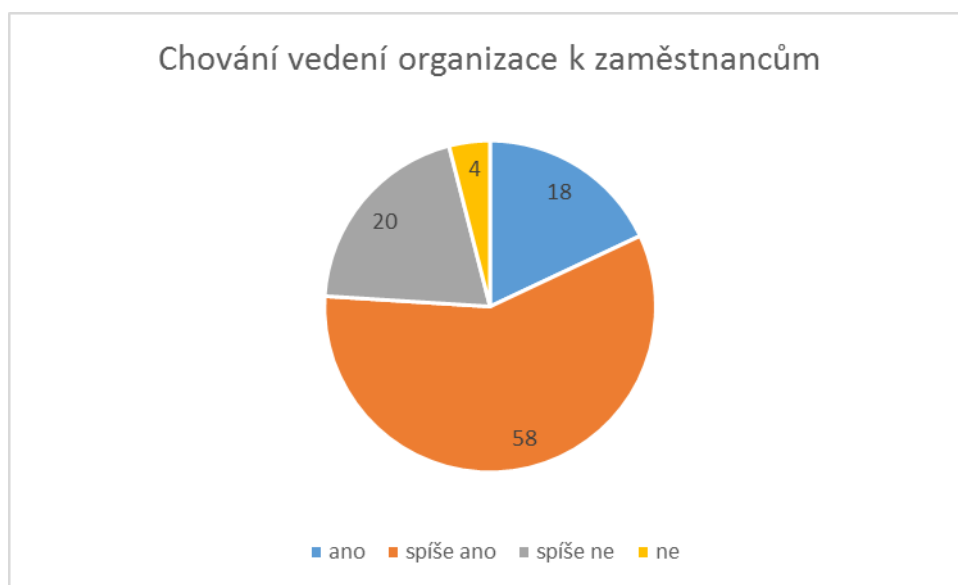
<b>Dodržování etického kodexu</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	82	82 %
spíše ano	11	11 %
spíše ne	7	7 %
ne	0	0 %



Podle drtivé většiny pracovníků jsou zásady etického kodexu v organizaci dodržovány, celkem 93 % dotázaných je o této záležitosti přesvědčeno. 7 % si myslí, že spíše se zásady etického kodexu nedodržují.

**otázka č. 8 – Chová se vedení organizace ke svým pracovníkům eticky?**

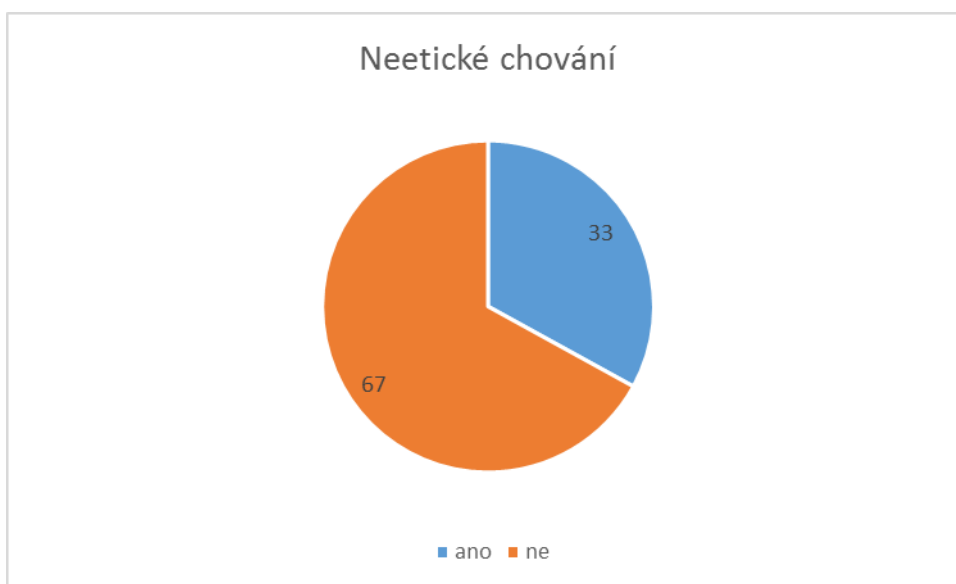
<b>Chování vedení organizace</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	18	18 %
spíše ano	58	58 %
spíše ne	20	20 %
ne	4	4 %



76 % dotázaných pracovníků firmy AAA je přesvědčeno, že se k nim vedení organizace chová v souladu s etickými pravidly a etickými zásadami. V protipólu je 24 % dotázaných, přestože je drtivá většina na straně vedení firmy, tak si myslím, že by i toto číslo 24 % mělo být pro vedení organizace určitým alarmem.

**otázka č. 9 – Setkal jste se někdy s neetickým chováním – například diskriminací – na pracovišti?**

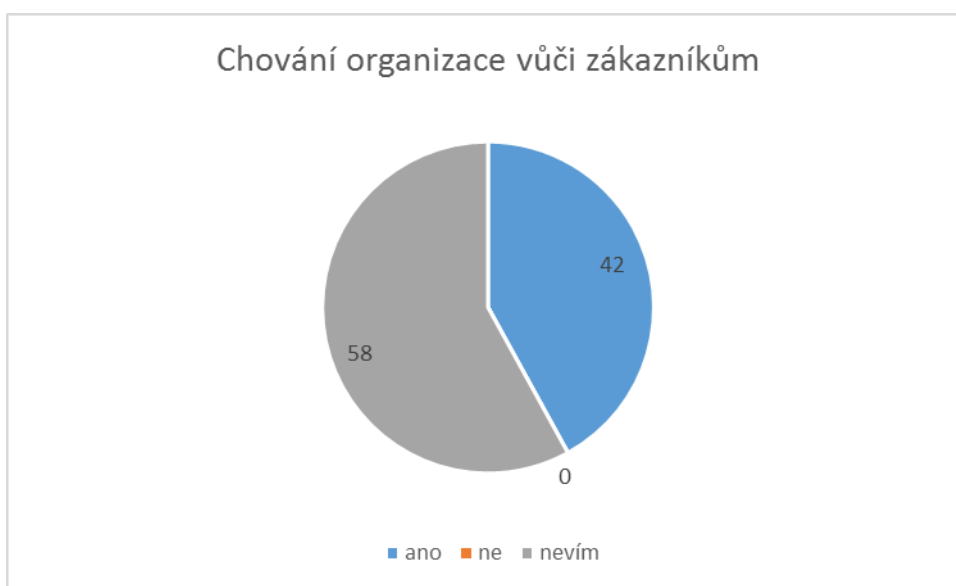
<b>Neetické chování ze strany organizace</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	33	33 %
ne	67	67 %



Celkem vysoké procentní vyjádření zaměstnanců, kteří se setkali s neetickým jednáním ze strany vedení organizace vůči pracovníkům firmy. Celkem 33 % dotázaných se s takovýmto jednáním již někdy na pracovišti setkalo, a protože se jedná o plnou třetinu zaměstnanců, mělo by dojít ze strany vedení organizace k určité analýze.

**otázka č. 10 – Je chování organizace etické vůči zákazníkům?**

<b>Chování organizace vůči zákazníkům</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	42	42 %
ne	0	0 %
nevím	58	58 %



komentář k otázce č. 10 bude společný s otázkami 11 a 12

**otázka č. 11 – Je chování organizace etické k životnímu prostředí?**

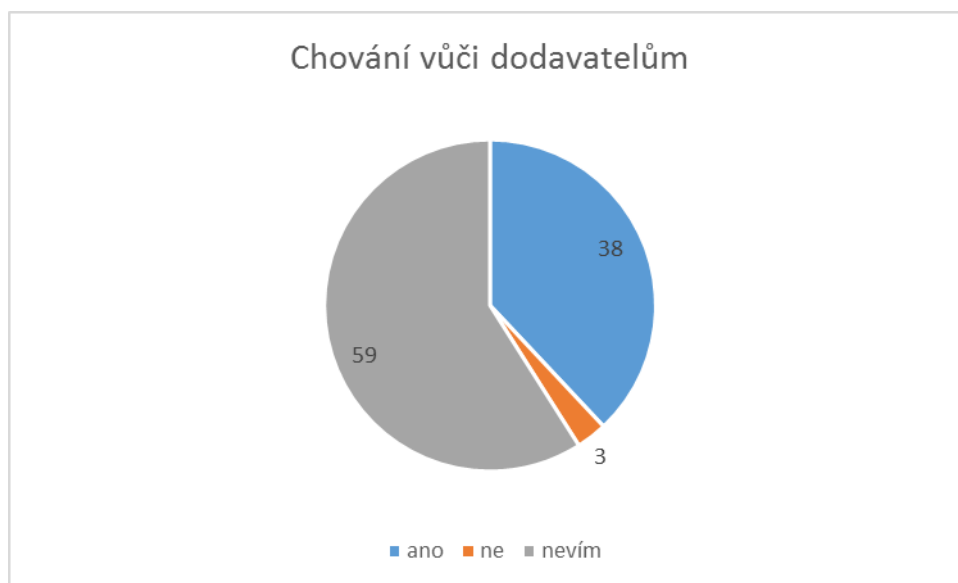
<b>Chování organizace vůči životnímu prostředí</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	37	37 %
ne	0	0 %
nevím	63	63 %



komentář k otázkám 10 – 12 bude společný, viz následující strana

**otázka č. 12 – Je chování organizace etické vůči dodavatelům?**

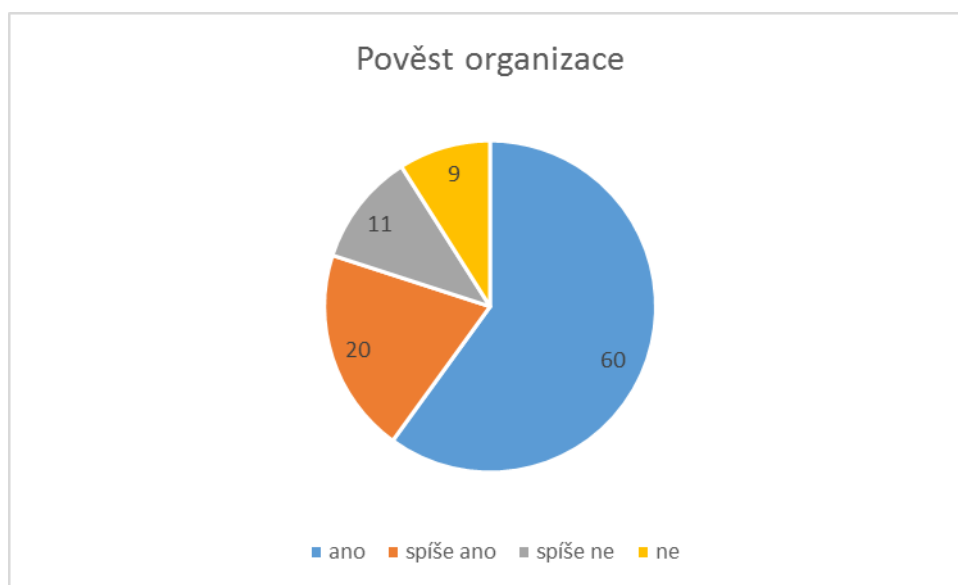
<b>Chování organizace vůči dodavatelům</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	38	38 %
ne	3	3 %
nevím	59	59 %



Cílem otázek č. 10 – 12 bylo zjistit, jakým způsobem podnik jedná a komunikuje, jak se chová k zákazníkům, dodavatelům, ale také vůči životnímu prostředí. Všechny tři uvedené otázky dopadly vesměs stejným způsobem, cca 40 % respondentů je přesvědčeno, že se organizace chová etickým způsobem jak k životnímu prostředí, tak k dodavatelům, ale také k zákazníkům. Zbytek respondentů uvedlo, že k těmto otázkám nemá jasnou odpověď, že neví, jaké je chování organizace a v případě otázky č. 12 Zda je chování organizace etické vůči dodavatelům – odpověděly 3 % respondentů negativně, že chování organizace etické není. To byl jediný negativní ohlas z otázek č. 10 – 12. Možná se čekalo vyšší procento u kladných odpovědí, alespoň víc jak polovina dotázaných mohla odpovědět kladným způsobem.

**otázka č. 13 – Má podle Vašeho názoru podnik dobrou pověst v okolí?**

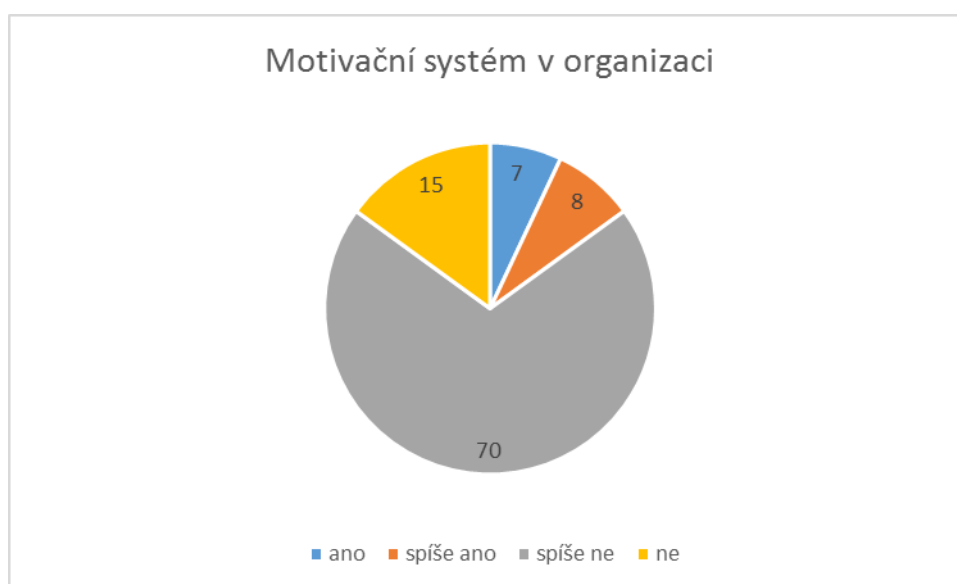
<b>Pověst podniku v okolí</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	60	60 %
spíše ano	20	20 %
spíše ne	11	11 %
ne	9	9 %



Dle vyjádření zaměstnanců má organizace ve svém okolí, tj. mezi zákazníky, velmi dobrou pověst. 80 % dotázaných se v tomto směru takto vyjádřilo. Zákazník je s řetězcem spokojen, i dodavatelům se s organizací velmi dobře spolupracuje.

otázka č. 14 – Jste spokojeni, jak v organizaci funguje motivační systém zaměstnanců (např. poskytování benefitů, apod.)

Motivační systém	Absolutní četnost	Relativní četnost
ano	7	7 %
spíše ano	8	8 %
spíše ne	70	70 %
ne	15	15 %

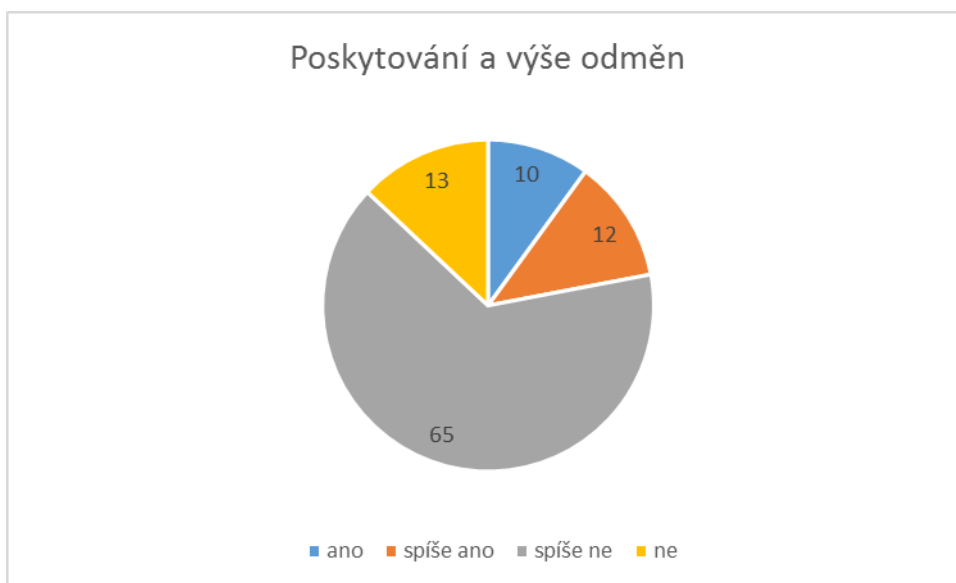


Předposlední otázka dotazníkového šetření byla zaměřena na motivační systém v organizaci, poskytování benefitů, apod. Po sečtení dvou uvedených negativních možností, je celkem 85 % dotázaných s motivačním systémem více či méně nespokojeno.



**otázka č. 15 – Jste spokojeni s odměnami, které firma zaměstnancům dává (pravidelnost, výše odměn, apod.)?**

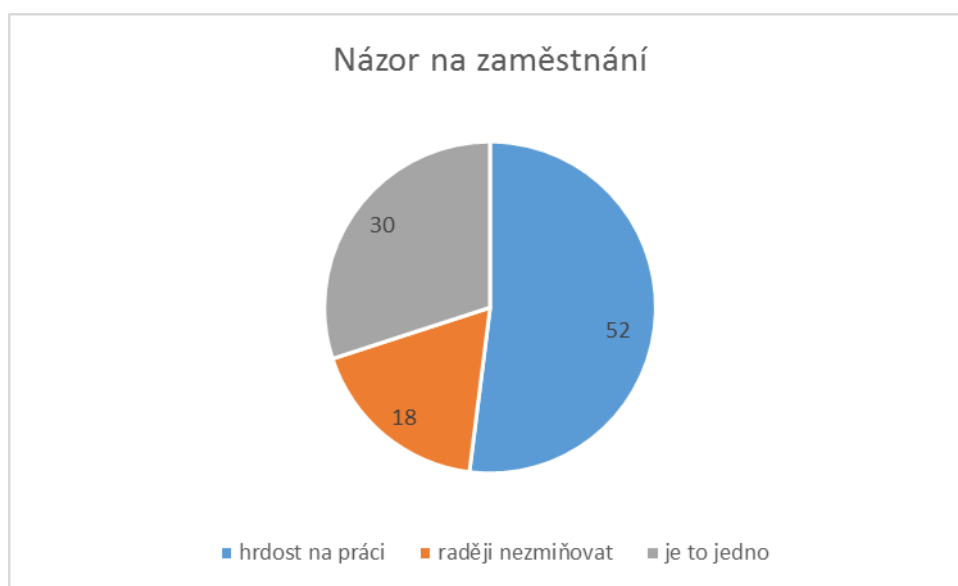
<b>Motivační systém</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ano	10	10 %
spíše ano	12	12 %
spíše ne	65	65 %
ne	13	13 %



Nejenom s motivačním systémem, ale i s poskytovanými odměnami, konkrétně s jejich pravidelností a výší, jsou zaměstnanci v 78 % nespokojeni. Zbývajících 22 % je více či méně spokojeno.

**otázka č. 16 – Jaký je Váš názor na to, že jste zaměstnán v této organizaci?**

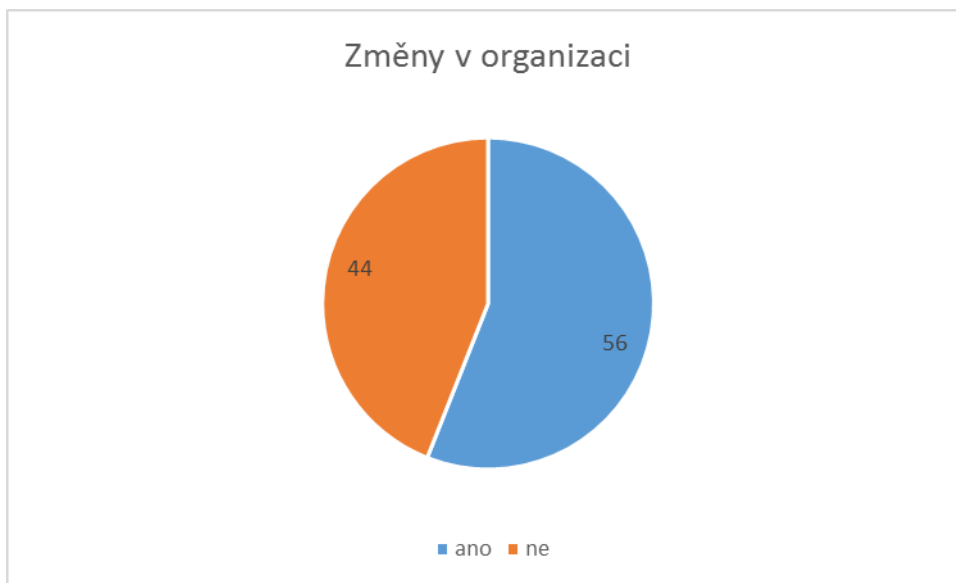
<b>Názory zaměstnanců na jejich zaměstnání</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
jsem hrdý na to, kde pracuji	52	52 %
raději se nezmiňuji	18	18 %
je mi to celkem jedno	30	30 %



Více jak polovina oslovených respondentů je na zaměstnání ve své organizaci hrdá, pyšná. Třetině je to celkem jedno a 18 % se raději o svém zaměstnání, respektive o svém zaměstnavateli pro jistotu vůbec nezmiňuje.

**otázka č. 17 – Chcete něco změnit ve své organizaci?**

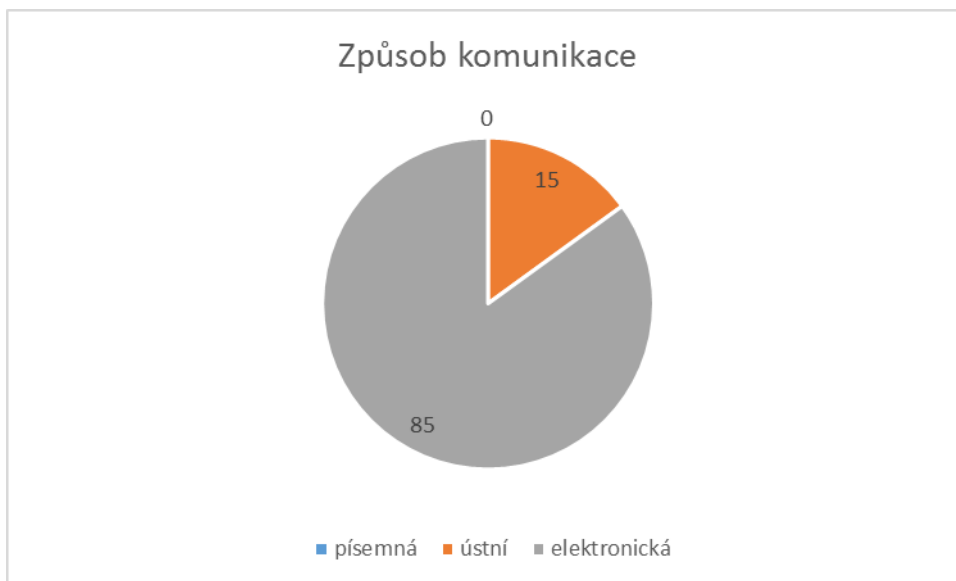
<b>Změny v organizaci</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
Ano	56	56 %
Ne	44	44 %



V rámci 17. otázky mohli zaměstnanci vyjádřit svůj názor na oblast, co by chtěli změnit ve své organizaci. Z grafické uspořádání je patrné, že odpovědi byly téměř ve shodných hodnotách, 56 % dotázaných by rádo něco ve své firmě změnilo, 44 % nikoliv. Mimo dotazníkové šetření se na konkrétní dotaz, co by chtěli zaměstnanci změnit, nejčastěji objevovala záležitost týkající se chování a komunikace mezi nadřízenými a ostatními pracovníky. Dále také změny v oblasti informační a komunikační technologie. Zbývajících 44 % je ve firmě spokojena se vším, co v organizaci probíhá, s tím, jak funguje jejich pracovní pozice.

**otázka č. 18 – Jaký typ komunikace je ve Vaší firmě používán nejčastěji?**

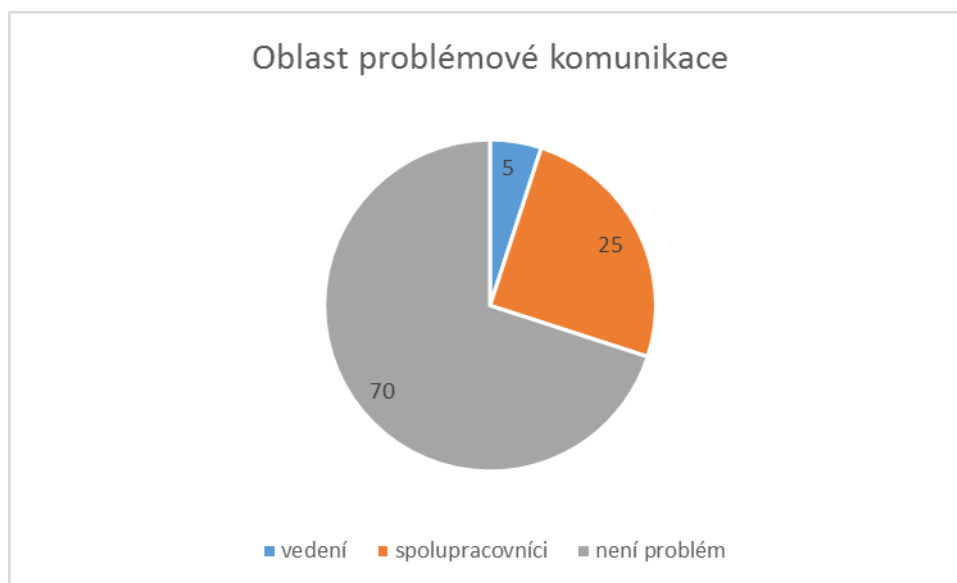
<b>Komunikace v organizaci</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
Písemná	0	0 %
Ústní	15	15 %
Elektronická	85	85 %



Organizace AAA používá v drtivé většině případů elektronický způsob komunikace se svými zaměstnanci. Organizace by se mohla více zaměřit na ústní styl komunikace se svými pracovníky, přeci přímý, ústní kontakt je pro zaměstnance přijatelnější než e-mailový způsob jednání.

**otázka č. 19 – V které oblasti jsou největší problémy v komunikaci v organizaci?**

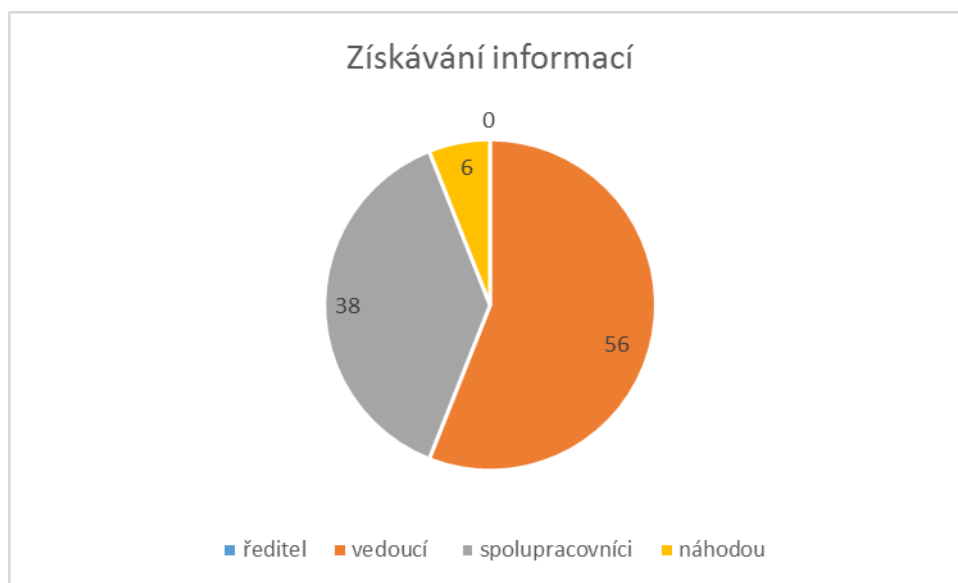
<b>Komunikace v organizaci</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
s vedením organizace	5	5 %
mezi spolupracovníky	25	25 %
není problém v komunikaci	70	70 %



V dotazníkovém šetření v otázce č. 19, uvedlo celkem 70 % dotázaných pracovníků, že neexistují žádné problémy v komunikaci ve firmě AAA, ať už s vedením organizace nebo mezi spolupracovníky navzájem. Čtvrtina dotázaných vidí problém v komunikaci mezi jednotlivými zaměstnanci a 5 % má problém v komunikaci s vedením organizace.

**otázka č. 20 – Informace o změnách v organizaci získávám nejčastěji od...**

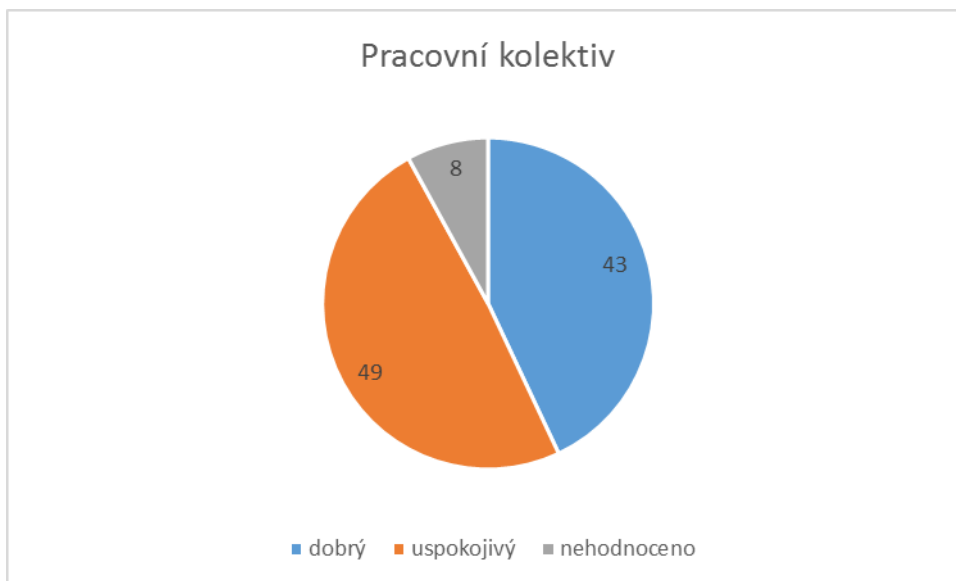
<b>Získávání informací</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
ředitele	0	0 %
vedoucího	56	56 %
spolupracovníků	38	38 %
nejsou poskytovány, jen tak náhodou	6	6 %



Nejvíce informací získávají zaměstnanci organizaci od svého přímého nadřízeného, tedy od vedoucího daného úseku. Více jak třetina zaměstnanců si informace vyměňuje mezi sebou a 6 % dotázaných se dozvídá o novinkách a změnách ve firmě jen tak náhodou.

**otázka č. 21 – Kolektiv zaměstnanců považují za**

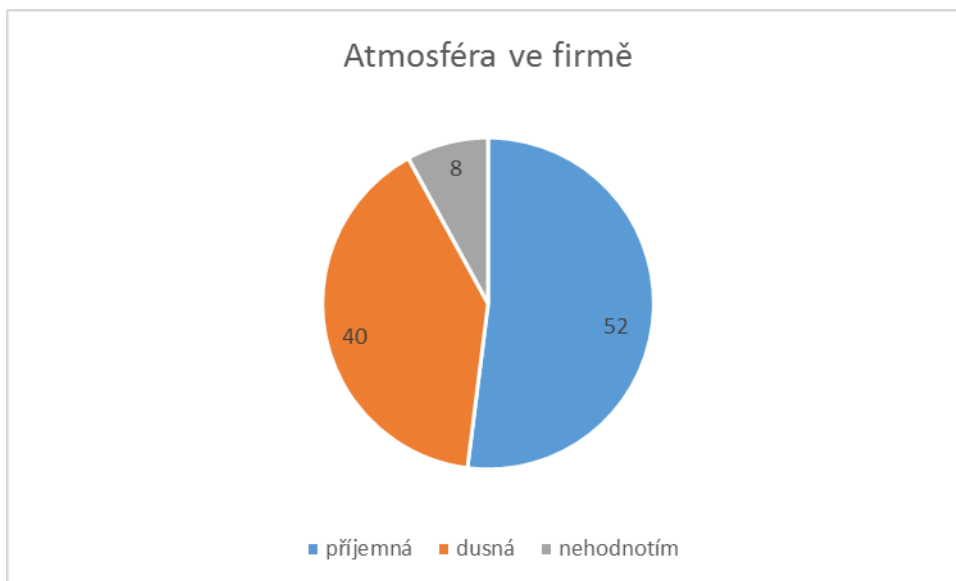
<b>Získávání informací</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
dobrý, přátelského charakteru	43	43 %
uspokojivý	49	49 %
nehodnotím, je mi to jedno	8	8 %



Pracovní kolektiv organizace AAA hodnotí zaměstnanci organizace v hodnocení jako dobrý, přátelského charakteru až uspokojivý. 8 % dotázaných pracovní kolektiv nehodnotí.

**otázka č. 22 – Atmosféru ve firmě je možné hodnotit jako**

<b>Získávání informací</b>	<b>Absolutní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
příjemná	52	52 %
dusná, nepříjemná	40	40 %
nehodnotím, je mi to jedno	8	8 %



Pracovní atmosféru v organizaci AAA hodnotí polovina dotázaných respondentů jako příjemnou, která dobře motivuje k práci. 40 % dotázaných ale také hodnotí atmosféru jako dusnou, nepříjemnou. Vzhledem k předchozím odpovědím se jedná o celkem vysoké procento dotázaných, 8 dotázaných se o atmosféru v organizaci, stejně jako v předchozí otázce, nezajímá.



### **4.1.3 Shrnutí dotazníkového šetření**

Dotazníkového šetření u organizace AAA se zúčastnilo celkem 100 zaměstnanců, ze 150 dotázaných, celkem tedy byla návratnost dotazníků cca 66 %. V organizaci je zaměstnáno více žen než mužů, většina zaměstnanců (65 %) má střední vzdělání buď s výučním listem, nebo s maturitní zkouškou.

Nejvíce jsou v organizaci zastoupené tak zvané dělnické, manuální profese. I když podle zákulisních informací nejsou vztahy na pracovištích mezi jednotlivými pracovníky zcela ideální a dost často dochází mezi zaměstnanci ke konfliktům, podle vyjádření samotných pracovníků jsou vztahy na pracovišti dobrého rázu (70 % ano nebo spíše ano, 30 % negativnější odpovědi).

Organizace má zaveden etický kodex, se kterým jsou seznámeni všichni zaměstnanci, tento kodex a jeho zásady jsou ve firmě jak pracovníky, tak i vedením organizace dodržovány. Firma je dle všeho oblíbená ve svém okolí jak mezi zákazníky, tak i ve vztahu vůči dodavatelům, jinak řečeno má dobré jméno.

Jediným negativním prvkem, který lze podle názorů zaměstnanců organizaci vyčíst, je motivační systém včetně poskytování odměn, nejen v její výši, ale také i v pravidelnosti, jakou jsou odměny vypláceny. V tomto bodě by měla organizace ve spolupráci třeba i se zaměstnanci vytvořit nový motivační systém, například zavedením teambuildingových akcí, možností poskytování slev pro zaměstnance přímo v organizaci, apod. včetně poskytování odměn.

## 5 Návrh doporučení pro firmu

V této kapitole budou nejdříve zmíněny oblasti, ve kterých nejsou vůči společnosti AAA nějaké výhrady a to zejména v oblasti podnikové kultury a podnikové etiky. V podnikové etice nejsou ke společnosti výhrady, firma má zaveden etický kodex organizace, se kterým jsou zaměstnanci při nástupu do zaměstnání seznamováni a upozorňováni na jeho dodržování. Mezi svými zákazníky má firma velmi dobré jméno, stejně tak i v rámci spolupráce s dodavateli.

Nyní budou více rozebrány oblasti, ve kterých má společnost AAA dle mého názoru nejviditelnější nedostatky a na kterých je nutné zapracovat, aby zejména oblast podnikové kultury byla v takovém stavu, v jakém by v každé organizaci měla být, to znamená zcela ucelená a kompletní.

Mezi největší problémy v organizaci se jeví zejména komunikace, získávání informací, apod. Komunikace mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci je podle mého názoru na dosti slabé úrovni. Zlepšit stav komunikace mezi vedením firmy a jejich pracovníky by mohlo zavedení nástěnky pro sdělování důležitých informací, protože v současnosti žádné takové místo s nástěnkou ve firmě není. Bylo by dobré ji umístit tam, kde mají přístup vesměs všichni zaměstnanci firmy. Dále by mohlo zlepšit úroveň komunikace ve firmě zavedení pravidelných porad na úsekové úrovni, aby byli zaměstnanci informováni prostřednictvím svého vedoucího pracovníka o veškerých novinkách, změnách a všech důležitých informacích. Zavedení úsekových porad navrhuji z toho důvodu, že v momentě, kdy dojde k selhání osobní komunikace, nemají zaměstnanci žádnou jinou možnost, jak přijít k informacím. Tím by se mohly minimalizovat situace, kdy zaměstnanci nemají dostatečné informace o tom, co podnik zamýšlí a jaké má plány a nedocházelo by k nedorozumění popřípadě nejasnostem.

Další oblastí, na kterou by se firma AAA měla zaměřit, je motivační systém pro zaměstnance, včetně poskytování odměn, apod. Motivace pracovníků by nikdy v žádné organizaci neměla být opomíjená, lze ji změnit různými formami odměňování pracovníků v organizaci. Může se jednat například o slevové karty, stravenky, různé dárky nebo pozornosti ze strany organizace, jako je například vánoční dárek, finanční odměna navíc a to třeba v momentě, kdy se firmě velmi dobře daří, nebo ve vánočním období. Je důležité, aby firma dokázala využít potenciál svých pracovníků, které má ve firmě. Tito zaměstnanci totiž mohou být organizaci velice prospěšní, a proto musí vedení jejich schopností a potenciálu využít. V případě, že se tento postoj změní, firmě to velmi pomůže.

## 6 Závěr

Podnikatelská etika se jako interdisciplinární věda v teoretické rovině zabývá zkoumáním působení etických principů a standardů, a to zejména v rámci ekonomického mechanismu. V oblasti praxe se projevuje zejména jako hodnotící kategorie, které vyjadřují morální kvalitu jednotlivých subjektů na trhu a hodnotí chování a charakter jejich vztahů a vazeb.

Podniková kultura se zaměřuje zejména určité hodnoty, dále na normu chování a to zejména uvnitř organizace, ale také vně firmy, které jsou sdíleny pracovníky firmy a považují se z morálního hlediska za závazné. Hlavní místo v oblasti podnikové kultury mají zejména etické a morální hodnoty. Komunikace uvnitř organizace by měla být takového charakteru, která umožní komplexní informování pracovníků o tom, jaké má firma cíle, jaké vyznává hodnoty.

Hlavní cíl této práce spočívá ve zhodnocení současného stavu podnikatelské etiky organizace ve vybrané obchodní společnosti, která byla pro účely této práce pojmenována jako organizace AAA. Na základě zjištění, které vzešlo z dotazníkového šetření a po zjištění, jaký je aktuální stav v dané organizaci, bylo hlavním cílem dát námět pro zlepšení organizace v konkrétní oblasti.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol, přičemž první tři jsou teoretické, poslední čtvrtá je již zakomponována do části praktické. V úvodu této práce jsem se zabývala základními pojmy, které se vztahují k tématu bakalářské práce, jako je morálka, etika, mravnost a etická hodnota. Druhá kapitola je zaměřena přímo na etiku v podnikání, podnikatelskou etiku a závěrečná kapitola teoretické části bakalářské práce seznamuje čtenáře s mezinárodní podnikatelskou etikou.

Čtvrtá kapitola bakalářské práce je věnována praktické části. Na jejím počátku je stručně charakterizována společnost, která bude zkoumanou pro tuto práci. Jelikož si organizace nepřála v této práci uvést své pravé jméno, má pro tuto práci označení AAA. Výzkum v praktické části bakalářské práce je proveden formou dotazníkového šetření, které bylo rozdáno mezi 150 zaměstnanců firmy. Návratnost byla cca 66 %, přesně se vrátilo 100 vyplněných dotazníků. Samotný dotazník je přílohou č. 1 bakalářské práce. Podle

dosaženého výsledku bylo v závěru provedeno celkové hodnocení fungování organizace z pohledu podnikatelské etiky.

V poslední kapitole této práce je přednesen návrh na doporučení pro organizaci, aby došlo k minimalizaci nedostatků, které se ve firmě objevují, zejména se zaměřením na komunikaci mezi vedením firmy a zaměstnanci a také na motivaci pracovníků v organizaci.

## 7 Seznam použitých zdrojů

BABBITT, I.: *Demokracie a vůdcovství*. Praha, Občanský institut, 2012, 297 s., ISBN 80-8622-807

GUARDINI, R.: *Ctnosti. Meditace o podobách mravního života*. Praha, Triáda, 2015, 160 s.

RICH, A.: *Etika hospodářství*. Praha, Oikoymenh, 1994, 500 s., ISBN 80-85241-61-7

ROLNÝ, I.: *Etika v podnikatelské strategii*. Brno, KEY Publishing, 2007, 111 s., ISBN 978-80-87071-45-8

SEKNIČKA, P., BOHATÁ, M., ŠEMRÁK, M.: *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: ASPI Publishing, 2001, 188 s., ISBN 80-85963-40-X

SEKNIČKA, P., PUTNOVÁ, A.: *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2016, 200 s., ISBN 978-80-247-5545-8

UHLÁŘ, P., SEKNIČKA, P.: *Psychologie hodnot: Odpovědnost a důvěra jako klíčová interní pravidla pro rozhodování v tržní ekonomice*. In: Ballová Mikušková E., Čajová, V. (eds): *Rozhodovanie v kontexte kognície, osobnosti a emócií IV. Současné trendy v rozhodování*, Bratislava, ÚEP SAV, 2014, 199 s.

ZADRAŽILOVÁ, D.: *Společenská odpovědnost podniků. Transparentnost a etika podnikání*. Praha, C. H. Beck, 2010, 192 s., ISBN 978-80-7400-192-5

## 8 Přílohy

příloha č. 1

### Dotazník

1. Jakého jste pohlaví?

- a) žena
- b) muž

2. Jaké máte dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) střední vzdělání s výučním listem
- c) střední vzdělání s maturitní zkouškou
- d) vysokoškolské
- e) jiné

3. Jaká je Vaše pracovní pozice ve firmě?

- a) manuální, dělníka
- b) Úroveň nižšího managementu
- c) Úroveň středního managementu
- d) TOP management

4. Jaký je Váš názor na podnikatelské prostředí v ČR, je dostatečně etické?

- a) ano
- b) zřejmě ano
- c) zřejmě ne
- d) ne

5. Jste spokojen se vztahy mezi zaměstnanci na vašem pracovišti?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

6. Seznámilo Vás vedení firmy s jejím etickým kodexem?

a) ano

b) ne

7. Je v organizaci etický kodex dodržován?

a) ano

b) ne

8. Chová se vedení organizace ke svým pracovníkům eticky?

a) ano

b) spíše ano

c) spíše ne

d) ne

9. Setkal jste se někdy s neetickým chováním – například diskriminací – na pracovišti?

a) ano

b) ne

10. Je chování organizace etické vůči zákazníkům?

a) ano

b) ne

c) nevím

11. Je chování organizace etické k životnímu prostředí?

a) ano

b) ne

c) nevím

12. Je chování organizace etické vůči dodavatelům?

a) ano

b) ne

c) nevím



13. Má podle Vašeho názoru podnik dobrou pověst v okolí?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

14. Jste spokojeni, jak v organizaci funguje motivační systém zaměstnanců? (např. poskytování benefitů, apod.)

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

15. Jste spokojeni s odměnami, které firma zaměstnancům dává (pravidelnost, výše odměn, apod.)?

- a) ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) ne

16. Jaký je Váš názor na to, že jste zaměstnán v této organizaci?

- a) jsem hrdý na to, kde pracuji
- b) raději se nezmiňuji
- c) je mi to celkem jedno

17. Chcete něco změnit ve své organizaci?

- a) ano
- b) ne

18. Jaký typ komunikace je ve Vaší firmě používán nejčastěji?

- a) písemná
- b) ústní
- c) elektronická

19. V které oblasti jsou největší problémy v komunikaci v organizaci?

- a) s vedením organizace
- b) mezi spolupracovníky
- c) není problém

20. Informace o změnách v organizaci získávám nejčastěji od...

- a) ředitele
- b) vedoucího
- c) spolupracovníků
- d) nejsou poskytovány, jen tak náhodou

21. Kolektiv zaměstnanců považuji za

- a) dobrý, přátelského charakteru
- b) uspokojivý
- c) nehodnotím

22. Atmosféru ve firmě je možné hodnotit jako

- a) příjemná
- b) dusná
- c) nehodnotím, je mi to jedno