

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2011 – 2013

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Zuzana Zatloukalová

**Aktualizovaný Etický kodex ve společnosti AstraZeneca
Czech Republic s.r.o.- jeho vnímání zaměstnanci a lékaři**

Praha 2013

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Pavel Beňo

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER PART TIME STUDIES

2011 – 2013

DIPLOMA THESIS

Zuzana Zatloukalová

**Updated Ethical Code in AstraZeneca Czech Republic s.r.o. –
its perception by employees and physicians**

Prague 2013

The Diploma Thesis Work Supervisor: PhDr. Pavel Beňo

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a uvádím v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autorky

Anotace

Diplomová práce se zabývá aktualizovanými částmi Etického kodexu originální farmaceutické společnosti AstraZeneca Czech Republic s.r.o. a tím, jak je vnímají její zaměstnanci a lékaři. Zejména se jedná o podmínky účasti lékařů na mezinárodních kongresech, podmínky poskytování darů a propagačních předmětů. Dále rozebírá etiku a etické kodexy obecně, jejich výhody a nevýhody a zda je pro firmu přínosné zavedení etického kodexu.

Klíčové pojmy

Aktualizovaný Etický kodex, diplomové práce, dotazníková šetření, etika, etické chování, etické kodexy, farmaceutický průmysl, poskytování darů, poskytování propagačních předmětů, účast na mezinárodních kongresech, vnímání etického kodexu zaměstnanci a lékaři.

Annotation

The Diploma thesis deals with updated Code of conduct in original pharmaceutical company AstraZeneca Czech Republic s.r.o. It analyses how are the updated parts perceived by its employees and physicians. The updated parts concern especially the conditions under which can physicians visit international congresses, conditions of providing donations and promotional items. It further deals with ethics and Codes of conduct in general and if it is contributing to implement one in the company.

Key words

Code of conduct, Code of conduct perceptiveness by employees and physicians, diploma thesis, ethics, ethical behaviour, international congress attendance, pharmaceutical industry, providing donations, providing promotional items, questionnaire investigation, updated Code of conduct.

OBSAH

ÚVOD

TEORETICKÁ ČÁST

1. Termín etika a základní dělení etiky	11
1.1 Vztah etiky a morálky.....	12
1.2 Etika a náboženství.....	13
2. Etika ve firmách	15
2.1 Etické chování manažerů ve firmách.....	15
2.2 Kodex manažera České manažerské asociace.....	16
3. Etické kodexy	19
3.1 Výhody a nevýhody etických kodexů.....	20
3.2 Etické kodexy ve farmaceutickém průmyslu.....	21
4. Etický kodex společnosti AstraZeneca Czech Republic – základní části	24
4.1 Porovnání všeobecně platných kritérií etických kodexů a Etického kodexu společnosti AstraZeneca.....	27
5. Aktualizovaný Etický kodex společnosti AstraZeneca Czech Republic	31
6. Aktualizovaný Etický kodex AIFP	45

PRAKTICKÁ ČÁST

7. Vymezení výzkumných cílů	48
7.1 Empirický výzkum zaměřený na lékaře.....	50
7.2 Empirický výzkum zaměřený na zaměstnance.....	70

ZÁVĚR

TEORETICKÁ ČÁST

Úvod

Téma této diplomové práce je v současné době aktuální, protože se zabývá možnostmi, jak eliminovat protikorupční prostředí ve farmaceutickém průmyslu. Jelikož společnost AstraZeneca patří k jedné z mála firem, které mají nastavena velmi přísná etická pravidla, je přínosné informovat čtenáře o této skutečnosti právě prostřednictvím seznámení se s etickým kodexem konkrétní farmaceutické společnosti.

Teoretická část diplomové práce provede čtenáře nejprve obecnými, avšak klíčovými pojmy, jako jsou etika a morálka. Dále se zabývá tématy, jaký přínos má etika pro firmy, obecnou úroveň etických kodexů a v neposlední řadě podrobným seznámením se s aktualizovanými částmi Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Praktická část je zaměřena jednak na lékaře a jednak na zaměstnance společnosti AstraZeneca v České republice. V obou případech zkoumá, zda respondenti považují aktualizovaný Etický kodex za přínosný a nápomocný v oblasti podpory protikorupčního prostředí či zda by respondenti preferovali zavedení stejného etického kodexu ve všech farmaceutických firmách. Navíc v případě lékařů zjišťuje, jakým způsobem Etický kodex společnosti AstraZeneca lékaři vnímají, a v případě zaměstnanců odhaluje, co považují za negativní přínos. Pro oba průzkumy byla použita kvantitativní metoda, technika dotazníkového šetření.

Je nutné uvést, že s Etickým kodexem společnosti AstraZeneca měl čtenář možnost se seznámit již v mé bakalářské práci. Téma etiky ve farmaceutickém průmyslu považuji za zajímavé a důležité, a to jednak z všeobecného pohledu - jakým způsobem jsou zde nastavená etická pravidla a co je podle nich správné. Dále pak z pohledu jedince – lékaře. Konkrétně jaké jednání je povolené a jaké vlivy působí na lékaře při volbě léčby pro pacienta. Dalším důvodem, proč jsem si zvolila toto téma, je mé profesní působení v této oblasti.

Diplomová práce se zabývá aktualizacemi klíčových částí Etického kodexu a začleněním zcela nových pravidel do něj. A to je právě cílem této diplomové práce - seznámit čtenáře s aktualizovanými částmi Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Prakticky lze konstatovat, že všechny aktualizace, které byly do Etického kodexu přidány, znamenají zpřísnění již existujících a už i tak, na poli farmaceutického průmyslu, přísných pravidel. Mezi tři důležité oblasti, kterých se aktualizace týká

a které podporují protikorupční prostředí, patří sponzorování lékařů na mezinárodních či lokálních kongresech, kdy AstraZeneca formu této spolupráce mezi ní a lékařem přímo nepodporuje. Je však možná při splnění několika podmínek, jako je uzavření smluvního vztahu mezi lékařem a společností AstraZeneca, vypracování přednášky z kongresu a uvedení této skutečnosti do databáze Asociace inovativního farmaceutického průmyslu. Za druhé je to poskytování propagačních předmětů, kdy AstraZeneca tyto předměty lékařům neposkytuje. Třetí klíčovou oblastí, která podporuje protikorupční prostředí a také byla nově do Etického kodexu společnosti AstraZeneca doplněna, je poskytování darů společnosti, kdy žadatel musí dodržet přesný postup, který je uveden na webových stránkách společnosti AstraZeneca. Tyto tři oblasti jsou v diplomové práci podrobně popsány. V obecnější úrovni je cílem této diplomové práce objasnit, proč je pro zaměstnavatele zavedení etického kodexu přínosné a výhodné.

Můžeme si položit otázku, proč společnost AstraZeneca zavedla takto přísná etická pravidla. Odpověď je srozumitelná, což je také způsob, jakým chce AstraZeneca působit na veřejnost (odbornou i laickou) – chce jít příkladem ostatním farmaceutickým firmám a díky dodržování striktních etických pravidel bojovat proti korupci a podporovat tak transparentnost prostředí farmaceutického průmyslu. Etický kodex společnosti AstraZeneca můžeme označit jako souhrn doporučení pro zaměstnance i pro externí spolupracovníky. Jde o doporučení, jakým způsobem mají jednat při plnění svých každodenních pracovních úkolů. Dodržování Etického kodexu je pro zaměstnance společnosti AstraZeneca povinné a v případě, že dojde k jeho porušení, je jeho součástí i doporučení, jakým způsobem postupovat.

Přínosem této diplomové práce je rozšíření obzorů čtenáře v oblasti vnímání etiky konkrétní farmaceutickou firmou a poznání, jakým způsobem lékaři vnímají etická pravidla nastavená ve farmaceutických firmách, konkrétně ve společnosti AstraZeneca. Dále pak možnost zamyšlení, nechá-li se lékař ovlivnit možnostmi, které mu farmaceutické firmy přinášejí, například v podobě propagačního předmětu či účasti na mezinárodním kongresu. Čtenář se může také zamyslet nad tím, zda například rozhodnutí jeho ošetřujícího lékaře o léčbě mohlo být ovlivněno nějakou pobídkou, protože pravděpodobně každý jedinec se v životě již dostal do role pacienta. V neposlední řadě je tato diplomová práce přínosem pro mou osobu ve smyslu důkladného nastudování změn v Etickém kodexu společnosti AstraZeneca, lepší

orientací na globálních webových stránkách a obohacení vědomostí ve filosofické disciplíně etiky.

1. Termín etika a základní dělení etiky

Na začátku je nutné rozvést termín etika a definovat, co činí její podstatu. Slovo etika vzniklo z řeckého slova ethos, což znamená mrav, a v minulosti se jím označovalo například bydliště, způsob života a v neposlední řadě vyjadřovalo mravnost nebo postoj člověka v jeho životě. Nutno však dodat, že záleželo na konkrétním společenství, jaký význam mu připisovalo. Pojem Etika pochází od Aristotela a můžeme ho chápat ve dvou rovinách, jelikož má jak objektivní, tak subjektivní význam. Objektivní význam představuje zvyk, mrav či obyčej a subjektivní význam chápe etiku jako způsob myšlení, smýšlení, postoje. Aristoteles etiku chápal nejen jako nutnost odlišit dobré od zlého, ale také se podle toho chovat (Weischedel, 1999, s. 13). Další dva přední představitelé antického období, kteří se etikou zabývali, ji chápali následovně: Sokrates mluvil o ctnosti a morálce. Thompson (2004, s. 54) uvádí „*ctnost je poznání: vědět, co je správné, znamená dělat, co je správné.*“ Platón považoval ideu dobra za zdroj všech hodnot - pokud člověk porozumí této ideji, stává se vládcem, tato idea je absolutní pravdou, kterou může být všechno posuzováno (Thompson, 2004, s. 62).

Etiku chápeme jako filosofickou disciplínu, která zkoumá lidské chování a postoje člověka, a to jak na individuální úrovni, tak na úrovni společenské. Etika si klade za úkol dávat návod k tomu, jakým způsobem se má člověk chovat, tzn. jaké vhodné chování má člověk zaujmout a jakému chování se má vyvarovat.

Podstatou etiky jsou hodnoty, morálka a mravní chování. Etika zkoumá morálku a principy lidského chování a jednání, kdy toto chování a jednání vychází ze svobodné vůle jedince a právě etika ho hodnotí, zda bylo dobré či špatné. Pojem etika je úzce spjat s pojmem morálky. Etika usiluje o nalezení obecně platných pravidel, na kterých by morálka stála. Fiala (2005, s. 16) říká: „*Etika není pouze naučnou a výukovou disciplínou, ale oborem, který zkoumá stav a vývojové tendence morálního chování jedinců, všímá si motivů tohoto chování a pokouší se analyzovat příčiny poruch v chování.*“

V etice existuje mnoho přístupů. Ty základní však můžeme rozdělit takto: deskriptivní etika, normativní etika, metaetika a aplikovaná etika. Deskriptivní etika se zabývá mravními hodnotami a soudy, které panují ve společnosti, to znamená, že nehodnotí stávající stav, ale pouze ho konstatuje. Normativní etika hledá odpověď na

otázku, zda je určité jednání morálně správné či ne, dále co by měl člověk dělat a co utváří dobrý život. Metaetika neboli analytická etika zkoumá jazyk, kterým etické výroky pronášíme. A nakonec aplikovaná etika se vztahuje k různým oborům a z nich vyplývajících praktickým otázkám, které se týkají etických rozhodnutí. Patří sem například lékařská etika, žurnalistická etika apod. (Thompson, 2004, s. 11).

1.1 Vztah etiky, morálky a svědomí

Pojem etiky je rozveden v předchozí podkapitole. Morálku můžeme rozdělit na morálku povinnosti a morálku aspirace. Ta první určuje pravidla, bez kterých nemůže stávající společnost dosáhnout konkrétních cílů. Fuller (1998, s. 13) definuje morálku aspirace jako „*morálku dobrého života, výtečnosti a nejplnějšího uplatnění schopností člověka.*“

Svědomí můžeme definovat jako samozřejmý předpoklad lidí o rozpoznání dobra a zla (Anzenbacher, 2001, s. 14).

Tyto tři pojmy spolu úzce souvisí. Mají společný základ. V první řadě je to shoda na určitých hodnotách, na nichž stojí jednání a chování celé společnosti, a v druhé řadě jde o to, toto jednání a chování usměrňovat.

Uveďme si příklad. Pokud člověk se svobodnou vůlí stojí před rozhodnutím, zda si má nechat nalezený větší obnos peněz, existuje hned v počátku apel na jeho morálku a svědomí, aby nález ohlásil na policii, protože právě díky povědomí o etických hodnotách má v sobě většina lidí nastavenou představu o tom, co by se v takovéto situaci mělo udělat a co by bylo správné udělat. Z toho se dá odvodit, že cílem etiky je nastavit obecně platná pravidla, na kterých je postavena morálka.

Avšak je etické chování automaticky zakotveno v lidské přirozenosti? Jsou lidé ve své podstatě dobří nebo špatní? Robinson a Garrat (2004, s. 11) zmiňují „*Úvahy o etice často začínají u předpokladů o lidské přirozenosti, kladných i záporných. Například křesťanská představa prvotního hříchu vychází z názoru, že naše přirozenost je narušená a svou podstatou špatná. Je-li tomu tak, pak nás k mravnosti nutí naše sociální prostředí a jeho trestní řády. Důvodem ale není obava z policejního postihu, nýbrž přesvědčení, že je to špatné.*“ S tímto předpokladem můžeme buď souhlasit, či

nikoliv. Pokud má však člověk v sobě zakódováno, co je špatné, z jakého důvodu se špatného chování vůbec dopouští? Odpovědí je zřejmě prospěch, který tímto svým chováním získá. Ten musí převyšovat pocity ze špatného svědomí, jinak by se takového chování člověk nedopouštěl.

O neetickém chování můžeme říci, že nastává v okamžiku, kdy jedinec nehodnotí své jednání podle toho, jak se na ně dívají ostatní lidé, stává se něčím vnitřním, a tudíž dochází ke změně vnímání morálních a etických hodnot (Sokol, 2010, s. 125).

Etika se prakticky zabývá stavem, který by měl být, jakou by lidé měli mít morálku a svědomí a podrobuje lidské chování kritickému zkoumání. Oproti tomu morálka je stav, který je. Není pochyb, že morální a tudíž i etické chování a jednání člověka je ovlivněno socializací jedince. Giddens označuje socializaci jako proces vývoje jedince, a to od bezmocného novorozence až po plně uvědomělou bytost, která se orientuje v kultuře, ve které žije. Dále však uvádí, že v tomto procesu dítě nehraje jen pasivní roli příjemce vlivů, které na něj působí, ale je jeho aktivním činitelem. Za celý život projde člověk nespočetným množstvím interakcí s jinými lidmi, což má nesporně vliv na utváření jeho osobnosti. To znamená i na jeho morálku a chování, ať už etické či nikoliv. Socializace dále zásadně ovlivňuje proces sebeuvědomování a schopnost samostatně myslet a jednat (Giddens, 2000, s. 39).

1.2 Etika a náboženství

Podívejme se nyní na fenomén, který ovlivňuje chování miliard lidí po celém světě, a tím je náboženství, které se zpravidla zabývá mravním usměrňováním člověka a jeho postavením ve světě. Takřka ve všech náboženstvích existuje nějaký druh autority, například v podobě Boha, proroka Mohameda či Buddha, a ten tvoří základ pro mravní chování svých příslušníků.

Vztah mezi náboženstvím a morálkou můžeme rozdělit na tři typy. Za prvé jde o autonomní vztah, kdy je morálka na náboženství nezávislá a pokud můžeme samotné náboženství odůvodnit rozumem nebo zkušeností. Za druhé může být vztah mezi

morálkou a náboženstvím heteronomní, pokud je morálka závislá na náboženských přesvědčeních, myšlenkách a hodnotách a ne jenom na rozumu a zkušenosti. Za třetí jde o teonormní vztah a to je situace, kdy morálka i náboženství vycházejí ze stejného zdroje. Například podle věřících vychází z chápání Boha a nezávisí přitom na církvi (Thomson, 2004, s. 143).

Všechny výše vyjmenované druhy vztahů mezi morálkou a náboženstvím mají své výhody a nevýhody. Bezesporu však můžeme říci, že etika má vliv na náboženství a naopak. Etika je ovlivněna náboženstvími, protože ta se celá staletí zabývala definováním pojmů dobra a mravnosti a v křesťanském náboženství pojmem hřích, který prakticky znamená provinění se proti všeobecně platným normám správného chování ve společnosti.

2. Etika ve firmách

Ve většině mezinárodních firem se setkáme se sepsanými etickými pravidly chování, s etickými kodexy. Prakticky platí, že když člověk sežene zaměstnání ve firmě, která se řídí určitými etickými pravidly, je automatické, že tato pravidla přijme i on a bude se podle nich chovat. Pokud by je nepřijal, dlouho by s největší pravděpodobností ve firmě nepobyl. Z hlediska etiky by bylo zajímavé sledovat, kam až by jedinec ve svém chování zašel, když by náplní jeho práce bylo podávat testovací lék lidem, kteří by po jeho požití měli bolesti. Tento zaměstnanec by svou práci prováděl na základě toho, co od něj firma očekává a což by také odpovídalo jejím etickým pravidlům. Kam by však dospělo chování zaměstnance a jak by reagovalo jeho svědomí, pokud by firma přitvrdila a jeho náplní práce by bylo podávat takový testovací lék, po kterém by lidé vyloženě trpěli? Průzkum, jež uskutečnil Stanley Milgram naznačil, že mnoho lidí se podrobí autoritě a bude jednat krutě vůči jiným, pokud jim to někdo přikáže (Giddens, 2000, s. 524).

Můžeme tedy odvodit, že pokud by zaměstnavatel, ať už přímo či nepřímo vyžadoval po zaměstnanci neetické chování, například v podobě nabízení úplatků, a v případě farmaceutického průmyslu peněz či výhod za každého nového pacienta užívajícího produkt konkrétní farmaceutické firmy, je pravděpodobné, že někteří zaměstnanci by takovéto chování přijali a praktikovali.

2.1 Etické chování manažerů ve firmách

Eticky chovající se manažery ve firmách můžeme chápat jako lidské zdroje, které působí v managementu a aplikují etické, tzn. správné chování a jednání při vykonávání svých pracovních povinností. Manažeři, jak vyplývá z jejich pozice, řídí lidi pod sebou, své podřízené. Máme zde tedy aplikovanou etiku, kterou můžeme označit za manažerskou etiku. Jejím cílem by mělo být zavedení etického jednání do všech oblastí, z kterých vzejde jakékoli rozhodnutí. Konkrétní lidé pak jednají eticky a záleží na jejich individuální morálce, jak dané požadavky implementují. Ve společnostech, které mají celosvětovou působnost, existuje systém, kdy společnost v každé zemi dodržuje stejná

etická pravidla s ohledem na místní zákony. To pak usnadňuje práci manažerům, kteří tato pravidla předají zaměstnancům, a to na všech úrovních. V dnešní době ve firmách probíhají školení etického chování a jeho následné testování, a to převážně v elektronické podobě. V praxi to vypadá tak, že každému zaměstnanci ve všech pobočkách na světě přijde e-mail s informacemi o školení a o testu, který musí do určitého data splnit. Veškerá data se pak vyhodnocují a zaměstnanci dostávají zpětnou vazbu.

Avšak žádný test nedokáže prověřit skutečné manažerské schopnosti a etické chování ve smyslu spravedlivě, objektivně a čestně se rozhodnout v konkrétní situaci. Ta může nastat, pokud jde o problémy na osobní úrovni, například v kolektivu nebo v oblasti ryze obchodního rozhodnutí, například při jednání s dodavateli. Proto je nutné manažerskou etiku aplikovat tak, aby příslušní zaměstnanci (manažeři?) byli připraveni v rozhodující okamžik zvolit správný způsob jednání a chování a tím šli příkladem svým podřízeným.

2.2 Kodex manažera České manažerské asociace

V souvislosti s etickým chováním v českých firmách stojí za zmínku Kodex manažera České manažerské asociace. Přibližme si nyní stručně, jakým způsobem je tento kodex pojatý. Na jeho začátku je definováno, kdo je členem České manažerské asociace – jde o manažery, kteří působí v českých firmách. *Kodex manažera* [online]. Duben 1998 [cit. 2012-10-1] s. 1 dále uvádí „*manažeři jsou si plně vědomi své vysoké společenské zodpovědnosti za vývoj české ekonomiky a tím také životní úroveň české společnosti.*“

Dále obsahuje důvod, proč se Kodex manažera vydal a komu je určen – jsou to manažeři, jejichž posláním je vytváření nejlepších podmínek pro vysoký pracovní výkon svých spolupracovníků. Následují kompetence, které by měl manažer mít – technické, humanitní a koncepční - a vyjmenování rolí, do kterých při plnění svých pracovních povinností může manažer vstoupit (role jsou vyjmenovány a popsány – např. rozhodčí, který řeší konflikty a spory mezi svými podřízenými či obětní beránek, který na sebe bere odpovědnost v případě, že se jeho podřízení dopustili chyb a omylů

a další). Dále je nutné, aby manažer ve své pozici vystupoval současně jako manažer stratég a manažer politik. Oba dva tyto přístupy jsou v Kodexu popsány.

Na dalších stránkách Kodexu manažera je uvedeno mnoho definic pojmů. Zmiňme z nich ty nejpodstatnější:

- hodnotová orientace manažera – tzn. že manažer má respektovat cílové hodnoty demokratické společnosti, usilovat o získání mocenské pozice ve firmě, uplatňovat svůj osobní vliv a při získávání a hodnocení informací i racionální přístup, měl by být tolerantní vůči změnám a zvládat stresové situace a komunikaci se svými podřízenými;
- vztah ke spolupracovníkům – pracovní úspěchy manažera jsou hodnoceny podle výsledků pracovního kolektivu, který vede, manažer je tolerantní vůči individuální odlišnosti svých podřízených, usiluje o zvyšování jejich odborné kvalifikace, dostatečně je informuje o případných změnách ve firmě;
- vztah k vlastníkům – manažer reprezentuje zájmy vlastníků firmy, přispívá k naplnění cílů vlastnické strategie firmy a za to je také zodpovědný;
- vztah k zákazníkům – manažer si musí uvědomovat, že úspěchů firma dosahuje díky zájmu zákazníků o nabízené zboží a služby. Proto jim vychází vstříc kvalitou a cenou, musí umět odhadnout vývoj zákaznické poptávky, nezkresleně informovat a snažit se o trvalou inovaci;
- vztah k ostatním zájmovým skupinám – manažeři usilují o přátelsky partnerské vztahy s představiteli regionální správy a budou podle možností firmy sponzorovat příslušný region;
- příslušnost k manažerské obci – manažer musí cítit profesionální hrdost na vykonávanou práci a osobně se angažovat, udržovat a rozvíjet vztahy s ostatními manažery, musí celoživotně usilovat o vlastní sebezdokonalování a při posuzování dopadu svého rozhodnutí se řídit odpověďmi na celou škálu otázek jako např. jaký skutečný cíl rozhodnutím sleduje, může jím být někdo poškozen atp.

Kodex manažera [online]. Duben 1998 [cit. 2012-10-2] s. 4-8.

Kodex manažera České manažerské asociace vyšel v dubnu 1998 a lze ho stále považovat za aktuální. Je jisté, že jeho dodržováním by ve společnosti nedocházelo ke korupčnímu jednání a neetickému chování a že jeho smyslem a posláním, stejně tak jako všech ostatních etických kodexů, je zajistit správné chování a jednání, které manažer uplatňuje při rozhodování a při řízení lidí, tzn. při vykonávání své každodenní pracovní činnosti.

3. Etické kodexy

Etické kodexy vznikají sepsáním pravidel o správném a čestném jednání. Postupem času vznikne ucelený předpis pod názvem etický kodex, který slouží k tomu, aby si tato pravidla vykládali všichni zaměstnanci ve firmě stejně a nikoliv každý podle svého. Tento předpis dostává název Etický kodex, což je dokument, který stanovuje základní principy etického chování dané firmy. Etické kodexy mohou být buď závazné, jejichž dodržování přímo souvisí s udržením pracovního poměru v organizaci, či nezávazné, jejichž dodržování je dobrovolné. Je však nutné si uvědomit, jak uvádí Nytrová (2007, s. 136), že „*kodexy samozřejmě nemohou vyřešit všechny problémy, které vyvstanou v rámci vztahů uvnitř organizací a podniků i mezi nimi. Objevuje se zde i otázka jejich právní závaznosti.*“

Existence etických kodexů, a to nejen ve velkých firmách je nezbytná, jelikož etické jednání zaměstnanců přímo ovlivňuje pověst a dobré jméno organizace a také má zásadní vliv na rozhodnutí obchodních partnerů, se kterými společnost spolupracuje. A nejen to, přímo ovlivňuje i vztahy a jednání uvnitř firmy. V případě, že by manažer po svém podřízeném vyžadoval neetické chování a podřízený by takového jednání odmítal, vznikla by složitá situace, kdy by podřízený buď šel proti svému morálnímu přesvědčení, nebo by ze společnosti odešel.

Dne 15.6.2012 vyšel zajímavý článek v deníku E15 s nadpisem *Firmy nebo kolegy poškozují na 40 % zaměstnanců*. Ve zkratce říká, že zaměstnanci v českých firmách porušují etické chování buď zneužíváním firemních prostředků (např. užíváním mobilních telefonů, služebních vozů, kopírováním pro soukromé účely atp.), anebo jejich neetické chování poškozují firmu či kolegu, pokud z toho oni sami mají nějaký osobní prospěch (např. manažeři vydávají nápady svých podřízených za své). Článek nevyznívá pro české zaměstnance nijak příznivě, protože dále uvádí: *ČTK. Firmy nebo kolegy poškozují na 40 % zaměstnanců [online]. 15.6. 2012 [cit. 2012-10-15] „Češi mají na neetické jednání dvojí metr. Pokud pravidla poruší někdo jiný, snadno ho odsoudí, ale když se sami zachovají stejně, tak si pro sebe najdou omluvu a rozumové zdůvodnění“*, vysvětlil ředitel *Zaměstnanci.com* Filip Brodan.

Atmosféra v českých firmách neetice svědčí. „V české mentalitě přetrvává názor, že kdo na nějaké nefér chování upozorní, je 'práskač'. Kolegové a bohužel často i manažeři poklesky ostatních raději přehlížejí, aby je nemuseli řešit a náhodou se nedostali do konfliktu. Pokud jsou kompetentní osoby vůči neetickému jednání netečné, v očích ostatních ho vlastně schvalují, a to se pak stává běžnou normou,“ uzavřel Brodan.

Poslední výše zmíněná věta v článku by mohla představovat a v některých firmách již představuje problém. Avšak řešením by mohlo být zavedení etického kodexu a dodržování pravidel v něm uvedených, včetně postihnutelnosti podobného chování, kdy by zaměstnanec, který upozorní na jeho výskyt, nebyl potrestán. Nahlášení takovýchto případů by muselo být zcela anonymní, aby právě nedocházelo k tomu, že by někdo měl pověst „práskače“.

3.1 Výhody a nevýhody zavedení etického kodexu ve firmě

Nyní si ukážeme, jaké klady a zápory pro firmu představuje zavedení etického kodexu. Obecně lze konstatovat, že jeho zavedení je pro firmu přínosné, tzn. že výhody převažují nevýhody.

Výhody zavedení etického kodexu ve firmě:

- etický kodex se zavádí jako soubor doporučení, jako určitý návod, jakým způsobem se mají zaměstnanci chovat. Nejde tedy o přísně zavedené vynucované zákony - to by působilo kontraproduktivně;
- jeho zavedením zlepšuje společnost svou pověst, a to jak u svých obchodních partnerů, tak u zákazníků;
- je návodem, usměrňuje a navrhuje možná řešení problémových situací;
- podporuje etické jednání a chování manažerů, které zabraňuje požadavkům na neetické jednání jejich podřízených;
- navrhuje řešení konfliktních situací;

- v případě reorganizačních změn a zavádění inovací pomáhá vzniklé situace řešit;
- zabraňuje vzniku nelegálního jednání a podporuje jeho odhalování;
- popisuje přípustné a nepřípustné jednání a dále pak firemní politiku;
- zabraňuje manažerům zneužívat své postavení vůči svým podřízeným a definuje jejich chování;
- má pozitivní vliv na cítění zaměstnanců o jejich příslušnosti k firmě, podporuje jejich vzájemnou identifikaci. Jeho úkolem je, aby zaměstnanci znali své místo a roli ve firmě, podporuje tak jejich pocit bezpečnosti a ochrany firmou;

Nevýhody zavedení etického kodexu ve firmě:

- v některých firmách se stává, že etický kodex je psán obecnou formou a nevztahuje se příliš k praxi;
- použité formulace mohou být nesrozumitelné a zaměstnanec pak nevidí, co je důvodem pro zavedení etického kodexu;
- někteří zaměstnanci neuznávají pravidla sepsaná v etickém kodexu jako dostatečně autoritativní a proto ho nedodržují;
- etický kodex může fungovat jako zástěrka a obranný mechanismus pro vlastní odpovědnost a pochybení;
- v případě větší rozsáhlosti kodexu si lze vykládat etický kodex různě a mnohoznačně a zaměstnanci se v něm pak neorientují.

(Seknička, Bohatá, Šemrák, 1997, s.59)

3.2 Etické kodexy ve farmaceutickém průmyslu

Zavedení etických pravidel v obchodním prostředí vyvolala potřeba etického chování, a to jak uvnitř firem – sem patří například profesionální a korektní jednání na úrovni nadřízený a podřízený, tak i směrem k veřejnosti. Sem můžeme zařadit

sponzorování, jednání s dodavateli a prakticky veškerou komunikaci, kterou se firma prezentuje navenek. Ve farmaceutickém průmyslu se etické chování považuje za nejvyšší prioritu o to víc, jelikož zdraví je pro většinu lidí jedna z nejdůležitějších věcí v životě. Fakt, že se musí dodržovat přísná etická pravidla související s kvalitní péčí o pacienty, a to především v oblastech účinnosti, kvality a bezpečnosti léků, je samozřejmostí. Avšak požadavek na etické chování neplatí jen v ryze obchodním prostředí farmaceutických firem, ale je požadováno i ze strany lékařů. Pro některé z nich je v dnešní době těžké se rozhodnout pro správné a tudíž i etické chování, když je při vykonávání jejich každodenní činnosti obklopují atraktivní možnosti jak trávit čas či jak získat nějaký dárek v podobě propagačního předmětu. Ovlivňuje tento fakt jejich rozhodnutí o nasazené léčbě? Uvítali by, kdyby stejná etická pravidla dodržovaly všechny farmaceutické společnosti působící na trhu? To jsou otázky, na které hledá tato diplomová práce odpověď.

Ve farmaceutickém průmyslu vedle sebe působí jednak originální farmaceutické společnosti a jednak generické farmaceutické společnosti. Rozdíl mezi těmito dvěma společnostmi je ten, že originální farmaceutické firmy mají vlastní výzkum a vývoj léčiv, do kterého ročně investují několik miliard dolarů, v případě společnosti AstraZeneca je to pět miliard dolarů ročně. Když lék úspěšně projde všemi fázemi klinického hodnocení a dostane se na trh, má na jeho prodej originální farmaceutická firma několik let patent. Po uplynutí tohoto patentu vstupují na trh farmaceutického průmyslu generické firmy, které z původního léku použijí účinnou látku, sníží jeho cenu a prodávají ho pod jiným názvem.

Originální farmaceutické společnosti jsou členy Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP). Všechny členské firmy AIFP se musí řídit jejím etickým kodexem. Generické farmaceutické společnosti mají také svůj etický kodex, který se jmenuje Etický kodex České asociace farmaceutických firem. Oba dva etické kodexy jsou si podobné, avšak v Etickém kodexu AIFP proběhla v březnu 2012 aktualizace, kterou se od Etického kodexu České asociace farmaceutických firem liší. Tato aktualizace je podrobněji rozebrána v kapitole č. 6.

K podpoře protikorupčního jednání a prostředí je ještě nutné doplnit, že Ministerstvo zdravotnictví vydalo Příkaz ministra č.12/2012 týkající se *Protikorupční*

strategie Ministerstva zdravotnictví České republiky pro přímo řízené organizace, který se vyjadřuje k pravidlům vztahů mezi dodavateli a organizacemi přímo řízenými Ministerstvem zdravotnictví ČR v oblasti obchodně závazkových vztahů a zní následovně [online]. 25.1.2013 [cit. 2013-02-01]: „Přímo řízená organizace ministerstva nesmí přijímat sponzorské dary, účelově vázané na konkrétní oddělení a osobu ve formě úhrady pracovní cesty, či úhrady nákladů spojených s účastí na odborných akcích apod., a to od právnických, či fyzických osob, které jsou zároveň uchazeči, či dodavateli veřejných zakázek touto organizací realizovaných. Výjimkou jsou dary do zvlášť zřízených fondů na podporu vzdělávání zaměstnanců, spravovaných vedením příspěvkové organizace.“

Ministerstvo zdravotnictví také ukládá přímo řízeným organizacím povinnost zveřejnit veškeré sponzorské dary na svých webových stránkách.

4. Etický kodex společnosti AstraZeneca Czech Republic s.r.o. – základní části

Jelikož je Etický kodex podrobně rozebrán v mé bakalářské práci, která se jím zabývala, na následujících stránkách je uvedena pouze jeho obecná struktura.

Na začátku je nutné si v krátkosti společnost AstraZeneca představit. (Zatloukalová, 2011, s. 16) *„Jedná se o jednu z předních světových farmaceutických společností. Její hlavní náplní je výzkum, vývoj, výroba a prodej humánních léčiv a nabídka služeb v oblasti zdravotní péče. Zaměřuje se především na oblasti léčby respiračních, onkologických, kardiovaskulárních, infekčních onemocnění, onemocnění centrální nervové soustavy a lokální anestézie. Vznikla v roce 1999 sloučením společností Astra a Zeneca. Nutné je také zmínit hodnoty, které AstraZeneca vyznává, jsou to: poctivost, vysoké etické standardy, respektování jednotlivce a různorodosti, spolupráce, otevřenost, čestnost, důvěra, vzájemná podpora a jít příkladem na všech úrovních.“*

Ještě před samotným úvodem obsahuje Etický kodex společnosti AstraZeneca výzvu všem zaměstnancům a představenstvu, aby dodržovali vysoké standardy poctivosti a čestnosti a jednali ve všech pracovních aktivitách s řádnou péčí, snahou a spravedlivostí. Dále pak povinnost se tímto Kodexem řídit.

- úvod obsahuje předmluvu generálního ředitele o tom, co přináší a přinese společnosti AstraZeneca dodržování tohoto Etického kodexu;
- kapitola s názvem Bezpečnost a prospěch pacientů uvádí všechny postupy, které musí být dodržovány u produktů, z hlediska jejich bezpečnosti, účinnosti a kvality;
- Etika výzkumu a vývoje se věnuje dodržování nejpřísnějších mezinárodních standardů v této oblasti;
- Poskytování informací o produktech společnosti AstraZeneca uvádí, že je mnoho způsobů, kterými lze komunikovat (obchodní zástupci, tiskové materiály, internet atd.);

- kapitola o propagaci přípravků společnosti AstraZeneca, jak už název napovídá, rozvádí, co se jí rozumí a jakými předpisy se musí řídit;
- další bod se týká prodejních návštěv a jejich přesnou definici;
- kapitola s názvem Vzorky léčivých přípravků jako propagační materiál obsahuje definici, co to vzorky jsou a jak se s nimi může nakládat;
- Poskytování darů odborníkům ve zdravotnictví definuje, co jsou dary a za jakých podmínek smí a nesmí být poskytovány
- kapitola Styky se zdravotníky a zdravotnickými organizacemi se řídí přísnými pravidly - jejich cílem musí být zajištění efektivního používání léků společnosti AstraZeneca a zlepšení péče o pacienty;
- kapitola o sponzorování účasti lékařů na vědeckých kongresech (neorganizovaných společností AstraZeneca) uvádí podmínky, za kterých se lékař může takového setkání účastnit;
- kapitola s názvem Setkání pořádaná společností AstraZeneca vysvětluje, co přesně se jimi myslí, jakou mohou mít podobu, podmínky odměňování za přednášení a kde smí být pořádány;
- kapitola Předcházení úplatkářství a korupce obsahuje povinnost zaměstnanců společnosti AstraZeneca chovat se odpovídajícím způsobem, když jednají jejím jménem – prakticky platí zákaz přijímat, dávat či nabízet peníze případně cokoli jiného za žádoucí chování;
- kapitola o Zásadách zaměstnání popisuje povinnost společnosti AstraZeneca šířit a pěstovat vzájemný respekt a shodné příležitosti pro zaměstnance, dále oceňuje různorodost a umožňuje rozvoj potenciálu a talentu zaměstnanců. Dále pak obsahuje informace jak postupovat, pokud dochází k obtěžování a nezákonné diskriminaci;
- Bezpečnost, zdraví a životní prostředí se týká odpovědného způsobu chování společnosti AstraZeneca k životnímu prostředí a podpory bezpečného a zdravého pracoviště pro její zaměstnance;

- kapitola Veřejný život a politické aktivity se týká povinností zaměstnanců, kteří jednají jménem společnosti AstraZeneca v oblasti politického a veřejného života;
- Podpora obcí, darování produktů a podpora patientských skupin se týká závazku společnosti AstraZeneca zapojit se do charity a sponzorování obce, ve které působí;
- kapitola o Darování definuje, co je jím myšleno a uvádí kritéria, která musí být splněna pro poskytnutí daru;
- Společenská odpovědnost firem obsahuje závazek společnosti AstraZeneca k odpovědnému chování vůči životnímu prostředí a společnosti jako celku, ve které působí;
- kapitola Sponzoring uvádí, co je jím myšleno, a obsahuje kritéria, která musí být splněna pro jeho poskytnutí;
- Práce se skupinami pacientů definuje, jakou podporu lze skupinám pacientů poskytovat;
- Ochrana osobních údajů - AstraZeneca dodržuje Zákony na ochranu dat, které upravují shromažďování, ukládání, používání a zveřejňování osobních údajů jednotlivců;
- kapitola o Předcházení konfliktu zájmů obsahuje, co se míní konfliktem zájmů a povinnost zaměstnance takovou situaci oznámit;
- Ochrana majetku zdrojů společnosti zavazuje zaměstnance ochraňovat informační systémy, majetek a zdroje před odcizením, zpronevěrou, zveřejněním, neoprávněným použitím a poškozením;
- kapitola o komunikaci, zveřejňování informací a dokumentů uvádí, jakým způsobem musí komunikace ve společnosti AstraZeneca probíhat;
- kapitola s názvem Zneužívání zasvěcených informací v obchodním styku a důvěrné informace obsahuje zákaz pro zaměstnance používat interní informace

o společnosti nebo jiných společnostech, které se dozvěděli při vykonávání své pracovní činnosti;

- Protimonopolní zákony a zákony na ochranu hospodářské soutěže se týkají povinnosti dodržování zákonných prostředků při podnikání a dosahování konkurenční výhody;
- kapitola o obchodních kontrolách uvádí povinnost dodržování obchodních předpisů platných ve Velké Británii, Švédsku a dále předpisů schválených národními a mezinárodními autoritami;
- V závěru Etického kodexu jsou sepsána telefonní čísla, kam má každý zaměstnanec možnost zavolat s dotazy týkajícími se problematiky etiky. Dále pak zde jsou uvedeny vysvětlivky pojmů, které se v Etickém kodexu používají. (Zatloukalová, 2011, s. 19-29)

Code of Conduct [online]. [cit. 2012-09-15]

4.1 Porovnání všeobecně platných kritérií etických kodexů a Etického kodexu společnosti AstraZeneca

V této části diplomové práce se budeme zabývat porovnáním Etického kodexu společnosti AstraZeneca s všeobecně platnými kritérii etických kodexů, ve smyslu, jaké chování je dobré a správné a zda je toto chování obsaženo i v Etickém kodexu společnosti AstraZeneca, a to v následujících oblastech:

- etické chování vůči společnosti jako celku;
- etické chování zaměstnavatele vůči svým zaměstnancům;
- etické chování zaměstnanců vůči svému zaměstnavateli;
- etické chování vůči klientům;
- etické chování směrem ke konkurenci;
- etické chování směrem k akcionářům;
- etické chování směrem k obchodním partnerům;
- etické chování ve specifickém prostředí farmaceutického průmyslu.

Co se týká etického chování vůči společnosti jako celku jde především o dodržování základních lidských práv a dodržování všeobecného veřejného blaha ve smyslu bezpečnosti a prospěchu společnosti jako celku. Na poli farmaceutického průmyslu jde hlavně o blaho pacientů, které má vždy přednost před prospěchem a ziskem konkrétní farmaceutické firmy. Společnost AstraZeneca dbá na dodržování všech výše uvedených aktivit. Jednou z jejích hodnot je jít příkladem ve všech svých činnostech, a to nejen firmám ve farmaceutickém průmyslu, ale i v podnikání obecně.

Každý etický kodex by měl obsahovat pravidla týkající se vztahu zaměstnavatel – zaměstnanec, kdy zaměstnavatel respektuje práva zaměstnanců, stará se o to, aby byli dostatečně informováni a měli potřebné prostředky pro výkon své práce, stejně jako spoluúčast na rozhodování. Za obecně dobré a správné chování se dále považuje nediskriminovat jedince, spravedlivě odměňovat zaměstnance za vykonanou práci, a to jak v podobě měsíční mzdy, tak i jiných odměn (benefitů, bonusů). V této oblasti lze potvrdit, že AstraZeneca dodržuje všechny výše uvedené zásady a uzavírá se zaměstnancem smlouvu, kde jsou definována práva a povinnosti jak ze strany zaměstnance, tak ze strany zaměstnavatele.

Jak již bylo výše uvedeno, vztah mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem je ve většině případů uzavřen smluvně. Nutno však dodat, že bez vzájemné důvěry, ochrany zájmů zaměstnavatele ze strany zaměstnance, přijetí odpovědnosti za vykonávanou práci a reprezentování jeho dobrého jména, patří k pracovní etice taktéž. Tyto oblasti závisí z části na individuálním chápání každého zaměstnance, avšak jakmile by zaměstnanec neprosazoval zájmy zaměstnavatele či poškozoval jeho dobré jméno, byl by s ním pracovní poměr rozváznán. To můžeme považovat za všeobecně správné jednání, a pokud by ve společnosti AstraZeneca k něčemu podobnému docházelo, zachovala by se podobným způsobem.

Dále zde máme etické chování vůči klientům. Každý klient by podle všeobecně platných etických pravidel měl mít zaručeno, že dostane takové produkty, služby či informace, které jsou kvalitní a bezpečné a firma, která je poskytuje, za ně je zodpovědná. Ve farmaceutickém průmyslu platí označení klient především pro pacienty. Bezpečnost pacientů je zde na prvním místě. Každý produkt - léčivý přípravek musí splňovat přísné normy při jeho výrobě, aktuální příbalovou informaci

a musí být zajištěna jeho distribuce do lékáren a potažmo k pacientům. V této oblasti lze potvrdit, že společnost AstraZeneca zohledňuje právě především blaho, prospěch, zdraví a bezpečnost pacientů.

Mezi jeden z nejdůležitějších etických přístupů v této oblasti patří nepoškozování dobrého jména konkurence, dodržování pravidel poctivé hospodářské soutěže a v neposlední řadě zjišťování informací o konkurenci pouze legálními prostředky. Pokud by firma opačné jednání praktikovala, v závěru by to poškozovalo její jméno. Můžeme označit za výhodu, že jedním z prostředků, kterým by se dalo poškozovat dobré jméno konkurence, je reklama, kterou ve farmaceutickém průmyslu reguluje Zákon o regulaci reklamy č. 40/1995 Sb. Za jeho porušení (například používáním srovnávací reklamy, že léčivý přípravek x je účinnější než léčivý přípravek y) hrozí iniciátorovi vysoké sankce. Pro společnost AstraZeneca je etické jednání v této oblasti samozřejmostí, tudíž koresponduje s všeobecně správným chováním.

Další oblastí je etické chování vůči akcionářům, potažmo majitelům firmy. Sem patří jednak doporučené vhodné a žádoucí chování akcionářů směrem k firmě, dále pak ochrana jejich zájmů na straně jedné a na druhé straně povinnost zaměstnanců a vedení firmy poskytovat pravdivé informace. Můžeme sem zahrnout i pravidlo – povinnost zaměstnanců hlásit porušení etického chování ve firmě. Jelikož je společnost AstraZeneca mezinárodní společnost, která zaměstnává více než šedesát tisíc lidí po celém světě, je těžké určit, z pohledu řadového zaměstnance, zda je toto jednání dodržováno. Je však možné potvrdit, že zaměstnanci ve společnosti AstraZeneca jsou povinni nahlásit jakýkoliv výskyt jednání, které by bylo v rozporu s jejím Etickým kodexem. Pro tyto případy existuje ve společnosti AstraZeneca Standardní pracovní postup při šetření a řešení nenadálých událostí, který je popsán v podkapitole č. 5.10.

Co se týká etického chování v oblasti vztahů s obchodními partnery, sem můžeme zařadit především dodržování závazků a plateb, které jsou spojené s dodáváním služeb a zboží, které jsou nutné pro vykonávání hlavního cíle firmy. AstraZeneca již několik let používá elektronický systém plateb, takže se stává jen zřídka, aby došlo k nedodržení závazku, v podobě pozdní platby za zboží či za službu.

Etické chování v oblasti farmaceutického průmyslu je specifické především tím, že se jedná o zdraví pacientů, dále pak velikostí trhu, na kterém působí. Je nutné konstatovat, že v této oblasti je stále velký prostor pro korupci a netransparentní

chování, protože všechny subjekty zde působící se neřídí stejnými etickými pravidly. Stejná pravidla pro všechny farmaceutické firmy by bylo vhodné zahrnout do zákona, který by obsahoval přísné sankce. Zde je možné potvrdit, že společnost AstraZeneca má nastaven přísný Etický kodex, a doporučit, aby byl předlohou pro všechny farmaceutické firmy.

Jak je vidět, etická pravidla dodržovaná společností AstraZeneca ve většině případech korespondují s všeobecně platnými etickými kritérii v podnikatelské sféře. Je nutné podotknout, že pro přední farmaceutickou společnost s mezinárodní působností by bylo nemožné, kdyby výše vyjmenovaná pravidla nedodržovala, protože by to mělo přímý vliv na její pověst, a to jak ze strany zaměstnanců, tak ze strany zákazníků a veřejnosti a potenciálních akcionářů.

5. Aktualizovaný Etický kodex společnosti AstraZeneca Czech Republic s.r.o.

V současné době se společnost AstraZeneca řídí Etickým kodexem, který byl zaktualizován o oblasti, kterým se věnuje tato práce. Etický kodex je určen jak zaměstnancům společnosti AstraZeneca, kteří se zapojují do vnějších interakcí, tak třetím stranám, které společnost AstraZeneca zapojuje do svých činností. V neposlední řadě je určen smluvním partnerům, kteří potvrdí, že budou dodržovat zásady tohoto Etického kodexu. Jde například o dodavatele, licenční partnery, partnery ve výzkumu atd. Oblasti, které jsou uvedené v této diplomové práci a kterých se aktualizace týká, zahrnují: poskytování darů, informace o produktech a propagace, propagační materiály, nepropagační komunikace týkající se produktů, setkání lékařů na vědeckých kongresech a s nimi spojená pohostinnost, lokalita, místo konání a pohoštění, kontinuální medicínské vzdělávání lékařů, reklamní vzorky, darování, granty, sponzorování a partnerství.

Etický kodex vychází z předpisů platných na globální úrovni společnosti AstraZeneca, mezi které patří mimo jiné Protiúplatkářská a protikorupční globální politika, Globální standard o poskytování darů či Globální standard o poskytování vzorků lékařům.

Poskytování darů lékařům, zdravotnickým organizacím, plátcům a veřejným představitelům státní správy

Mezi hlavní principy této části Etického kodexu patří povinnost společnosti AstraZeneca zajistit, že její veškeré aktivity respektují nezávislost lékařů, zdravotnických organizací, poskytovatelů služeb z řad lékařů, plátců a veřejných představitelů, ať pracují kdekoli a v jakémkoliv rozsahu. Společnost AstraZeneca se zavazuje, že nebude usilovat o to, aby tyto skupiny nevhodným způsobem ovlivňovala nebo odměňovala.

Stávající platnou verzi Etického kodexu lze shrnout takto (Zatloukalová, 2011, s. 21): „*Jedná se o propagační předměty a předměty lékařské potřeby (musí mít přínos*

pro poskytování lékařské péče) se vztahem k odborné praxi nebo propagaci přípravku a osobní dary, které v zásadě nesmí být poskytovány. Pouze jako zdvořilostní dary – k narozeninám, kulturním výročí atd. Hodnota všech darů se řídí přesnými finančními limity. Ani jeden z darů nelze poskytovat výměnou za předepisování léčivých přípravků společnosti AstraZeneca. Nesmí být poskytována hotovost či její obdoba. AstraZeneca se řídí mezinárodními protikorupčními zákony (Anti-Bribery/Anti Corruption Laws), které zakazují nabízení či rozdávání darů komukoliv jako odměnu za předepisování, podávání, doporučování, nákup, úhradu, hrazení, schvalování nebo dodávání jakéhokoliv produktu nebo služby prodávané nebo poskytované společností AstraZeneca. Veškeré dary podléhají schvalovacímu procesu na základě interních předpisů společnosti AstraZeneca. Schvalování probíhá elektronicky, je z pravidla dvou nebo třístupeňové a vše se archivuje, jak elektronicky, tak v papírové podobě.“

Aktualizace této oblasti je následující: Nesmí být nabízeno, přislíbeno nebo dáno nic, co má určitou hodnotu, a nikdo nesmí být oprávněn cokoli takového nabízet, slibovat nebo dávat lékařům, zdravotnickým organizacím, poskytovatelům služeb z řad lékařů, plátcům a veřejným představitelům, a to za žádných okolností přímo ani nepřímo. Jsou zde však některé výjimky, mezi které patří:

- vyrovnání za povolené služby, což zahrnuje zejména: poskytování rad a informací od poradců nebo konzultantů, účast v poradních sborech nebo v praktické výuce zaměstnanců společnosti AstraZeneca ve výukových fakultních centrech, dále přednášková činnost na setkáních s lékaři, se zdravotnickými organizacemi, s poskytovateli služeb z řad lékařů, plátců a veřejných představitelů a v rámci jiných projektů propagačního charakteru. Dále je možné poskytovat vyrovnání za činnost jako zkoušející v klinických studiích a za výuku zaměstnanců společnosti AstraZeneca;
- poskytnutí skromného občerstvení jako součást povoleného obchodního jednání nebo vzdělávacích setkání a zajištění základní pozemní přepravy související s účastí na těchto setkáních;
- poskytování reklamních vzorků;

- povolené a zákonné platby vládním organizacím, pokud to zákon vyžaduje a pokud je to v souladu s Etickým kodexem společnosti AstraZeneca;
- poskytování předmětů lékařské potřeby nepatrné hodnoty a osobních darů nepatrné hodnoty dle detailních ustanovení uvedených v Globální politice o poskytování darů zdravotnickým organizacím, poskytovatelům služeb z řad lékařů, plátcům a veřejným představitelům. Veškeré takto darované předměty musí být zdokumentovány.

AstraZeneca Global Policy Community Support [online]. [cit. 2012-10-20]

Žádné jiné dary jakéhokoliv druhu nesmí AstraZeneca poskytovat. Dále je nutno uvést, že bez ohledu na to, zda se jedná o výše uvedenou výjimku, AstraZeneca nesmí nabízet, přislíbit nebo darovat cokoli hodnotného. Dále nesmí přímo či nepřímo pověřit někoho dalšího, aby nabízel, přislíbil nebo daroval cokoli hodnotného, například veřejnému představiteli státní správy ve snaze ovlivnit jeho rozhodování, nebo aby získal nějakou výhodu ve prospěch společnosti AstraZeneca. To se vztahuje na kohokoliv, koho by tento dar přiměl vykonávat jeho činnost nesprávně. Nic hodnotného nemůže AstraZeneca nabídnout, přislíbit nebo dát lékařům za jejich minulou, současnou nebo budoucí ochotu předepisovat, podávat nebo doporučovat jakýkoliv produkt nebo službu, kterou AstraZeneca poskytuje.

V praxi to vypadá tak, že organizace, která žádá o poskytnutí daru, musí dodržet přesný postup, který je uvedený na webových stránkách společnosti AstraZeneca. Základem je vyplnění žádosti o dar. Tyto žádosti pak jednou měsíčně projednává komise, která rozhoduje, zda bude dar poskytnut či nikoliv. Dále pak doložení výpisu z Obchodního rejstříku, stanov nebo zakládající listiny. Výroční zprávy za minulý rok a další doplňují materiály, jako například kalkulace či detailního popisu využití prostředků, které byly poskytnuté v minulosti. Důležité je také zmínit, že AstraZeneca se opravňuje zveřejnit údaje o financování, včetně jména příjemce daru, účelu financování a poskytnuté částky či povahy poskytnutého věcného daru.

Informace o produktech a propagace

Nejprve si vymežeme pojmy propagace a propagační činnost. Jedná se o jakoukoliv aktivitu prováděnou, organizovanou nebo sponzorovanou společností AstraZeneca nebo jejím jménem, jejímž účelem je podpořit předepisování, doporučení, dodávání, podávání, prodej nebo spotřebu produktů nebo služeb AstraZeneca, a to prostřednictvím všech médií.

Důležité je si uvědomit, že hlavní součástí podnikání společnosti AstraZeneca, je poskytovat informace o produktech a tam, kde je to vhodné, i podporovat jejich užívání. Je však nezbytné, aby tyto informace byly vždy přesné, pravdivé a vyvážené (například informace o poměru mezi výhodami a riziky daného produktu). Dále je nutné, aby si lékař udělal vlastní objektivní představu o terapeutické hodnotě daného produktu, a to především v zájmu péče o pacienta. Propagační aktivity společnosti AstraZeneca tedy nesmí omezovat nezávislost rozhodování lékařů.

Stávající Etický kodex k této problematice uvádí (Zatloukalová, 2011, s. 20), „že AstraZeneca používá mnoho komunikačních způsobů. Od obchodních zástupců denně navštěvujících lékaře, přes publikace v odborných časopisech, konferenční materiály, po sdílení informací na internetu. Všechny informace musí být sdělovány osobou, která k tomu má oprávnění, a to přesně, efektivně a etickým způsobem. Musí být podpořeny vědeckými důkazy, které byly schváleny kontrolními a schvalovacími postupy společnosti AstraZeneca. Tyto schvalovací postupy jsou dvou nebo třístupňové a probíhají elektronicky. Archivují se v papírové podobě a podléhají auditu.

Propagací se rozumí jakákoliv aktivita podnikaná, organizovaná nebo sponzorovaná společností AstraZenec, zaměřená na lékaře, se záměrem zvýšit předepisování, dodávání, prodej, výdej nebo spotřebu léčivých přípravků. Definice je převzata ze Zákona o reklamě číslo 40/1995 Sb., novela leden 2006.

Propagace léčivých přípravků musí být v souladu s právními a regulačními normami České republiky. Nesmí být propagován léčivý přípravek bez řádného registračního rozhodnutí. Veškerá komunikace o léčivých přípravcích směrem ze společnosti AstraZeneca musí být označena názvem a musí být jasná, přesná, pravdivá a kompletní. Nesmí obsahovat obecná tvrzení typu přípravek je bezpečný, nemá vedlejší účinky či rizika předávkování atp. Propagace musí být podložena Souhrnem údajů o přípravku

nebo vědeckými informacemi, které podporují použití v rozsahu registračního rozhodnutí.“

Doplnění dle nového předpisu uvádí, že obchodní zástupci, kteří vlastní propagaci produktů provádějí, nesmí vyvíjet žádnou aktivitu vůči lékařům, která by se týkala možného využití léku, který ještě nebyl zaregistrován. Avšak třetí strany nebo vědečtí pracovníci AstraZeneca (což výslovně vylučuje kohokoliv, kdo se zabývá prodejem, marketingem nebo jinými obchodními úkoly) mohou tuto aktivitu provádět ještě před ukončením registračního řízení lékařského přípravku.

Je samozřejmostí, že veškerá reklama musí být v souladu s registračním rozhodnutím, tj. se Souhrnem údajů o přípravku. Je také nutné, aby veškeré propagační činnosti byly zaměřeny na ty lékaře, kteří se věnují léčbě pacientů v oboru medicíny, pro který je příslušný produkt určen.

AstraZeneca Global Policy Providing information about our productst [online].
[cit. 2012-10-22]

Pokud nastane situace, že si lékař vyžádá informaci o produktu, který ještě neprošel registračním rozhodnutím, musí být tento dotaz předán k vyřízení specializovaným vědeckým pracovníkům společnosti AstraZeneca. Odpovědi na tyto dotazy pak podávají lékařům tito vědečtí pracovníci, nikoliv obchodní zástupci.

Propagační materiály a propagační předměty

Zde platí, že veškeré propagační materiály a další informace o produktech společnosti AstraZeneca musí být před jejich použitím schváleny v souladu s interním schvalovacím procesem. Tento schvalovací proces je dvou nebo třístupňový a probíhá v elektronické podobě. Pokud dojde k nějakým úpravám v materiálech, které již byly schváleny, musí se nejprve zkontrolovat a pak znovu schválit, a to vždy před jejich použitím. Všechny takto schválené materiály mají nastaveno datum expirace schválení, které je buď obnoveno, nebo vyprší. V takovém případě pak nelze tyto materiály používat, stejně jako jiné, neschválené propagační materiály.

Každý, kdo se ve společnosti AstraZeneca zabývá šířením propagačních materiálů, podstupuje speciální školení, na kterém získá medicínské znalosti, aby mohl

podávat přesné informace o produktech společnosti.

Za zmínku stojí, že v případě, že je na trh uváděn nový produkt, nesmí být školení vztahující se k tomuto produktu zahájeno dříve než 60 dnů před předpokládaným datem registrace.

Co se týká propagačních předmětů, AstraZeneca si nenechává žádné vyrábět, právě pro účely poskytování těchto předmětů lékařům (například propisek, drobných dárků s logem společnosti apod.)

Nepropagační komunikace týkající se produktů společnosti

Tato problematika je do Etického kodexu nově doplněná. Nepropagační komunikace o produktech společnosti AstraZeneca má mnoho podob - od informací o produktech na letácích, přes informace vyjmuté z obchodní komunikace, po informace jako reakce na dotazy široké laické veřejnosti (tzn. ne lékařům).

V zásadě platí, že zatímco veřejnosti společnost AstraZeneca nemůže poskytovat odborné lékařské rady, může poskytovat vědecké informace a nepropagační vzdělávání všude tam, kde je to vhodné a kde to umožňují zákony platné v České republice. Je samozřejmostí, že veškeré poskytované informace musí být přesné a pravdivé, nesmí být zavádějící a musí podporovat spolupráci mezi lékařem a pacientem.

Informace, které AstraZeneca poskytuje laické veřejnosti, musí být schváleny interním schvalovacím systémem společnosti a podávají je pouze specializovaní pracovníci s medicínským vzděláním. To tedy vylučuje kolegy pracující v marketingu.

AstraZeneca Global Policy Communications [online]. [cit. 2012-10-22]

Setkání pořádaná společností AstraZeneca

Tato kapitola popisuje, že (Zatloukalová, 2011, s. 23) „jde o setkání, jichž se účastní dva a více lékařů a jeden a více zaměstnanců společnosti AstraZeneca. Tato setkání mohou mít formu pozvánek na odborná sympózia, setkání s externím řečníkem a setkání vedená obchodním zástupcem společnosti AstraZeneca. Opět je nelze nabízet odborníkům za předepisování či jiné zvýhodňování společnosti AstraZeneca a tato setkání nesmí mít čistě společenskou povahu. Účastníci nesmí být odměňováni za účast na

těchto setkání, pakliže neposkytují službu společnosti AstraZeneca (například formou odborné přednášky). Za vytváření a přednášení odborného programu jsou lékaři placeni podle přesných limitů. Všechny přednášky vytvořené externími pracovníky, jsou schvalovány z hlediska propagace příslušným pracovníkem společnosti AstraZeneca. Co se týče místa konání a pohostinnosti, platí níže uvedená pravidla, která se této problematice věnují. Jak sponzorování účasti lékaře na vědeckém kongrese, tak setkání pořádaná společností AstraZeneca se zadávají do elektronického systému, ve kterém dochází k jejich schválení.“

Dle nově doplněné části Etického kodexu chápe společnost AstraZeneca setkání lékařů na vědeckých kongresech jako setkání, které navštíví jeden nebo více lékařů, zdravotnických organizací, poskytovatelů služeb z řad lékařů, plátců a veřejných představitelů, které společnost organizuje a sponzoruje nebo které organizuje jiná organizace (např. Lékařská společnost). Jde o setkání, která jsou organizována buď místně, nebo mezinárodně a zahrnují například samostatné schůzky, kongresy, setkání s externími přednášejícími, schůzky vedené obchodními zástupci a další. Tato setkání mohou mít propagační nebo nepropagační charakter, avšak všechna musí být schválena v interním schvalovacím procesu společnosti AstraZeneca. Tento schvalovací proces je tří stupňový. První v systému vystupuje zadavatel, který do něj příslušnou akci zadá. Druhý je člověk, jehož pozice se nazývá Medical reviewer, schvaluje takováto setkání příslušné terapeutické linie, kterou má na starosti (např. kardio, respiro atd.) Třetí osobou je Nominated signatory, který všechny akce zastřešuje a schvaluje. Podle toho, kdo akci do systému zadává, může ještě jít na schválení k řediteli medicínského oddělení.

Tato setkání musí mít vždy průkazný obchodní nebo medicínsky vzdělávací účel, který je objektivně prokazatelný. Místo konání a občerstvení musí být vždy skromné a odpovídat jejich účelu. Účast na těchto setkáních nesmí být prezentována jako odměna, ovlivňování nebo pobídka pro lékaře, aby se společností AstraZeneca obchodovali a jakkoliv ji obchodně zvýhodňovali.

Společnost AstraZeneca nesmí organizovat, financovat nebo spolufinancovat setkání, která jsou čistě nebo převážně společenského charakteru nebo zahrnují jakoukoliv zábavu, rekreaci, volnočasové nebo sportovní aktivity, které by byly organizované nebo placené společností (s výjimkou přiměřeného pohoštění).

Za žádných okolností těmito setkáními není možné podněcovat nebo odměňovat minulou, současnou nebo budoucí ochotu předepisovat, poskytovat, doporučovat, platit, hradit, opravňovat, schvalovat nebo používat jakýkoliv produkt nebo službu prodávanou nebo poskytovanou společností AstraZeneca nebo získat obchodní příležitost či jiné obchodní výhody.

AstraZeneca Global Policy External Interactions [online]. [cit. 2012-10-25]

Co se tedy konkrétně změní pro obchodního zástupce, který se setká s lékařem, a ten bude vyžadovat svou účast na nějaké zahraniční či lokální akci, protože společnost AstraZeneca mu každoročně hradila náklady spojené s jeho účastí na těchto vědeckých setkáních? Obchodní zástupce by nejprve měl lékaře informovat o přijetí nového předpisu ve společnosti AstraZeneca, jehož opěrným bodem je změna přístupu a podporování protikorupčního prostředí. Po té mu konkrétně vysvětlit, za jakých podmínek je možné se kongresu zúčastnit. Ty jsou uvedené níže.

Lokalita, místo konání a pohoštění

Informace, které se týkají této problematiky, jsou do Etického kodexu nově doplněné. Stávající Etický kodex uvádí kapitolu s názvem Setkání lékařů na vědeckých kongresech a s nimi spojená pohostinnost, která se zabývá (Zatloukalová, 2011, s. 23) „*setkáními lékařů, která neorganizuje společnost AstraZeneca. Tyto kongresy musí mít jednoznačně lékařskou nebo vědeckou povahu, obsah setkání je rozhodující pro odbornou praxi lékaře a účast na kongresu nesmí být poskytována lékaři jako odměna za předepisování či jiné zvýhodňování společnosti AstraZeneca. Etický kodex také stanovuje počet kongresů a přesný počet hodin, kolika se může lékař za rok zúčastnit a dále pak finanční limity týkající se nákladů na dopravu, ubytování a stravování v průběhu kongresu. Nesmí se poskytovat nebo proplácet letenky první třídy, luxusní hotely, luxusní občerstvení a strava. Akce se může konat v místě, kde jsou ceny za pohostinnost a ubytování přijatelné. Konkrétní ceny za tyto služby upravují přesné limity, které jsou součástí Etického kodexu prodeje a marketingu společnosti AstraZeneca. AstraZeneca sponzoruje účasti lékařů pouze na takových kongresech, které mají vědeckou a lékařskou povahu a jejich cílem je získávání nových poznatků, které pomohou zlepšit další vykonávání praxe lékařů a tím potažmo i péči o pacienty.*“

Setkání se musí konat pouze na místech, která odpovídají jejich účelu. Nesmí se konat v místech, která by vyvolávala dojem, že výměna vědeckých a odborných informací je druhotná, vzhledem k jiným aktivitám spojeným s tímto místem (např. hotel u golfového hřiště, exotické země atd.) Rovněž jídlo a občerstvení poskytované na těchto setkáních, musí být skromné a vedlejší k hlavnímu účelu.

AstraZeneca Global Policy External Interactions [online]. [cit. 2012-10-25]

Společnost AstraZeneca se zavazuje, že nebude sponzorovat účast na setkáních žádného lékaře, který s ní není ve smluvním vztahu a který jí neposkytuje službu, která přímo s tímto setkáním souvisí. V praxi to tedy vypadá tak, že lékařům bez uzavřené smlouvy AstraZeneca nebude hradit dopravu, občerstvení ani účast na těchto setkáních. Smlouva, která se v těchto situacích uzavírá se jmenuje Smlouva o poskytování služeb a obsahuje mimo jiné prohlášení vyslaného delegáta na kongres, že se seznámil s příslušnými předpisy společnosti AstraZeneca, souhlas delegáta se zveřejněním svého jména v souvislosti s informováním o odměňování zdravotnických odborníků, a to v rozsahu jména, výše odměny a související aktivity a přesného popisu služeb (ve většině případů jde o vypracování přednášky z kongresu), odměn a náhrady cestovních nákladů. V praxi to vypadá tak, že veškeré vedlejší vzniklé náklady, které nejsou ve smlouvě zahrnuty, nejsou delegátovi proplaceny. Veškeré náklady, které AstraZeneca hradí, musí být v rozumné výši a souviset s poskytovanou službou. Za žádných okolností nesmí být náklady lékařům hrazeny v hotovosti. Všechny platby musí být prováděny prostřednictvím schváleného systému finančních plateb společnosti AstraZeneca, a to bezhotovostně. U této aktivity nastala výrazná změna oproti minulé verzi Etického kodexu, kdy se smlouva mezi společností AstraZeneca a vyslaným delegátem na kongres neuzavírala a lékaři nemuseli vypracovávat přednášku.

Kontinuální medicínské vzdělávání lékařů

Etický kodex je o tuto oblast nově doplněn. Prakticky se jedná o vzdělání určené lékařům, které musí sloužit k pochopení výhod medicínského výzkumu, vědy a klinické praxe a které by lékařům pomohlo v poskytování pacientům optimální zdravotnické péče. Je nutné podotknout, že toto vzdělávání neslouží k propagaci produktů společnosti AstraZeneca.

Zde opět platí, že takovéto vzdělání nesmí být poskytováno jako protislužba za nějakou aktivitu a peníze na realizaci vzdělávacích služeb lze poskytnout jen bezhotovostně. Musí být podepsaná smlouva mezi společností AstraZeneca a subjektem, který službu (vzdělání) poskytuje. Vše opět musí být schválené v interním schvalovacím procesu společnosti.

AstraZeneca Global Policy External Interactions [online]. [cit. 2012-10-25]

Reklamní vzorky

Etický kodex k tomuto tématu uvádí (Zatloukalová, 2011, s. 21): „*Reklamní vzorky jsou léčivé přípravky, které nejsou určeny k prodeji. Každý takovýto vzorek je označen nálepkou „neprodejný vzorek“. Vzorky lze dávat pouze lékařům, kteří jsou oprávnění k jejich předepisování, a to za účelem získání zkušenosti s lékem, nebo na vyžádání. Nesmí být nabízeny jako odměna za předepisování či získání jakékoliv jiné výhody pro společnost AstraZeneca. Etický kodex stanovuje přesné limity počtu vzorků na jednoho pacienta za určité časové období. Všechny vzorky musí být monitorovány a je možné poskytnout jen nejmenší dostupné balení léčivého přípravku, které je prodáváno na trhu.*“

Aktualizace Etického kodexu uvádí, že reklamním vzorkem se rozumí farmaceutický produkt, který není na prodej, ale je lékařům poskytován zdarma proto, aby jim bylo umožněno zjistit, jak je tento produkt účinný a jak ho snáší vhodný pacient. Výklad pojmu reklamní vzorek lze chápat i z druhé strany – reklamní vzorek umožňuje pacientům seznámit se s produkty společnosti AstraZeneca.

Je samozřejmé, že reklamní vzorek AstraZeneca se za žádných okolností nepoužívá na získání jakékoliv výhody, která by z jeho poskytnutí mohla plynout. Vzorky mohou být poskytnuty pouze lékařům oprávněným k předepisování a musí být označeny textem reklamní vzorek či neprodejný vzorek, aby bylo jasné, že je takovýto vzorek poskytován zdarma, a to z důvodu propagace produktu. Lékař musí ke každému reklamnímu vzorku vyplnit protokol.

AstraZeneca Global Policy External Interactions [online]. [cit. 2012-10-25]

Co se týká počtu poskytovaných vzorků, mohou být reklamní vzorky poskytnuty lékařům v omezeném počtu nejvýše na jeden kalendářní rok, a to nejmenší uvedené balení na trh. Tuto oblast upravuje Nový Etický kodex Asociace inovativního farmaceutického průmyslu, platný od 1.1.2012, následujícím způsobem Etický kodex AIFP [online]. 24.9.2012 [cit. 2012-10-26] s. 18: *“Vzorky léčivých přípravků smějí být dodávány zdravotnickým odborníkům oprávněným tyto léčivé přípravky předepisovat pouze pro účely obeznámení se s léčivých přípravkem a získání zkušenosti s jeho použitím. Žádný zdravotnický odborník by neměl ročně dostat více než 4 vzorky konkrétního, nového léčivého přípravku, který je oprávněn předepisovat. Vzorkování konkrétního léčivého přípravku je povoleno pouze po dobu dvou (2) let poté, co první zdravotnický odborník požádal o vzorky daného léčivého přípravku („pravidlo 4x2“).“*

Lékař se nesmí těmito vzorky předzásobit a pokaždé musí vyplnit písemnou žádost. Toto je předpis, podle kterého se chovají všechny členské farmaceutické společnosti Asociace inovativního farmaceutického průmyslu.

Zde je tedy zásadní změna oproti pravidlům platným v minulosti – reklamní vzorky se již nerozdávají při běžných návštěvách obchodních zástupců v ordinacích, ale lze je vydat jen na písemnou žádost lékaře.

Darování, granty, sponzorování a partnerství

Kapitola týkající se problematiky darování s názvem Poskytování darů odborníkům ve zdravotnictví je rozebrána v podkapitole 5.1 Avšak tato kapitola byla ještě doplněna o předpis s názvem Darování, granty, sponzorování a partnerství. Nejdříve si definujme, co tyto čtyři uvedené pojmy pro společnost AstraZeneca znamenají. Darováním se rozumí peněžní nebo materiální prostředky předané charitě či neziskovým organizacím, za něž společnost AstraZeneca nevyžaduje žádnou protislužbu. Grant pak znamená dar věnovaný na účel, který určí AstraZeneca. U sponzorování jde o poskytnutí finančních nebo nefinančních zdrojů na nějakou činnost, se kterou je spojeno jméno společnosti AstraZeneca. A konečně partnerstvím se rozumí dohoda, kdy společnost uzavírá partnerství s jinou organizací za účelem docílit konkrétního měřitelného výsledku, který je zaměřen na zlepšení prospěchu pacienta.

U čtyř výše jmenovaných aktivit jde především o přispívání na prospěch

lokálního společenství a podporu práce ostatních subjektů ve zdravotnictví prostřednictvím převážně finančních příspěvků určených pro charitu, neziskové organizace a podobné subjekty. Tyto aktivity jsou součástí Společenské odpovědnosti firem (Corporate Social Responsibility) a kromě pozitivního přínosu pro místní komunitu ovlivňují i pověst společnosti AstraZeneca.

V zásadě platí, že veškeré příspěvky, které AstraZeneca poskytuje, musí být vždy transparentní a nesmí jakýmkoliv způsobem ovlivňovat subjekty, kterých se tyto aktivity týkají, stejně jako nesmí být poskytovány jako pobídka nebo odměna za předepisování a doporučování produktů společnosti AstraZeneca.

Veškerá takováto spolupráce musí být schválena a zaznamenána v elektronickém systému společnosti AstraZeneca v České republice a poté také musí být reportována do globální databáze. Takto vynaložené prostředky lze poskytnout jen v bezhotovostní formě.

V praxi existuje ve společnosti AstraZeneca přesný postup, jak o dar žádat. Ten je popsán výše v bodu 5.1 Důležité je ještě doplnit, že podání žádosti neznamena, že tato žádost bude kladně vyřízená a dar poskytnut. O tom rozhoduje speciálně sestavená komise, která za určité období projednává všechny žádosti o dar, které došly na e-mailovou adresu uvedenou v postupu na webových stránkách.

Ke sponzoringu ještě doplníme, že může být poskytnutý pouze těm institucím, které pracují v oblasti zdravotní péče, a to na konkrétní, předem stanovené iniciativy a činnosti, které mají vědecký nebo vzdělávací účel. Tyto činnosti se musí vztahovat k praxi, užívání léků nebo musí zlepšovat péči o pacienty.

Dále je nutné zmínit, že společnost AstraZeneca neposkytuje sponzorské dary jednotlivým lékařům nebo společným lékařským praxím. Tím se rozumí například skupiny lékařů, které sdílejí stejnou budovu. V neposlední řadě platí, že tyto sponzorské dary AstraZeneca neposkytuje na lékařské nebo vzdělávací služby pro jednotlivé praxe lékařů – například na odměňování zdravotních sester a jiného personálu za zpětné hodnocení léčby.

Na závěr zmiňme, že společnost AstraZeneca veškeré tyto aktivity – darování, granty, sponzorování a partnerství zaznamenává, schvaluje a uchovává v elektronickém systému, přičemž v průběhu těchto procesů dodržuje jasná a transparentní pravidla. Ve

všech případech se uzavírá smlouva, která je součástí elektronického schvalovacího systému a všechny dary je možné historicky dohledat.

AstraZeneca Global Policy Community support, including patient group interactions [online]. [cit. 2012-10-25]

AstraZeneca Global Policy Anti-Bribery and Anti Corruption [online]. [cit. 2012-10-26]

Standardní pracovní postup při šetření a řešení nenadálých událostí

S novou firemní politikou vzešel v platnost výše uvedený postup. Jedná se o proces, který zajistí nahlášení případného porušení Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Dále vyšetření tohoto porušení a zajišťuje, že výsledky šetření budou zaznamenány a budou provedena nutná nápravná opatření.

Tento postup dále umožňuje zaměstnancům či dodavatelům AstraZeneca vyjádřit své obavy a ohlásit podezření z porušení Etického kodexu, a to prostřednictvím bezplatného telefonického hovoru, e-mailem nebo poštou. Případná konkrétní porušení Etického kodexu by byla řešena disciplinárně či nějakým jiným nápravným způsobem.

Závěr

Aktualizovaný Etický kodex společnosti AstraZeneca se dále zabývá například pravidly pro zajištění shody se třetími stranami, pravidly pro investigátory sponzorovaných studií a neintervenčních studií, pravidly pro průzkum trhu, pravidly pro podporu skupin pacientů a dalšími oblastmi.

Za největší změnu a zpřísnění existujících pravidel můžeme označit přístup ke sponzorování účasti lékařů na kongresech. Navzdory skutečnosti, že konkrétně v České republice místní zákony povolují zvat lékaře na kongresy a dávat jim drobné propagační předměty, AstraZeneca se tímto novým předpisem zavázala, že v převážné většině případů takovéto aktivity podporovat nebude.

Otázkou zůstává, kdo je zodpovědný za to, že vůbec nastala situace, kdy se lékař chce zúčastnit vědeckého kongresu a očekává, že mu sponzor, v našem případě farmaceutická firma, uhradí veškeré náklady – od dopravy, přes ubytování a registraci

na kongres až po stravu. Pokud byla první nabídka, což je pravděpodobnější, je jasné, že si lékař na takovouto situaci rychle zvykl a nadále ji bude očekávat. Dokud však za takovýmto chováním neudělají všechny farmaceutické firmy tlustou čáru, tzn. dokud nepřestanou takovéto nabídky dávat, situace se nezlepší a tím ani prostor pro úplatky a korupci. Z toho plyne, že AstraZeneca má poměrně těžké postavení, jelikož to, co nenabídne lékařům ona, jim nabídnou jiné farmaceutické firmy.

Je nutné, aby lékaři tuto změnu nevnímali pouze jako zákaz, že jim AstraZeneca nebude běžně platit účasti na kongresech, ale aby změnil celý svůj přístup a posunuli se ve vnímání této skutečnosti dopředu. To může vést jen k pozitivnímu přínosu jak pro lékaře, jeho svědomí, tak pro společnost jako celek. Společnost AstraZeneca přináší lékařům informaci nejen o tomto svém novém přístupu, ale také o přínosu pro jeho práci, který je prakticky stejný jako pro ni, a to podpora protikorupčního jednání a transparentního prostředí na poli farmaceutického průmyslu a ve společnosti jako celku. Dále pak fakt, že bude vnímána jako společnost, která dodržuje přísné etické zásady, a že je příkladem ostatním farmaceutickým společnostem. V neposlední řadě také změnu ve vnímání farmaceutických firem veřejností k lepšímu.

6. Aktualizovaný Etický kodex AIFP

Poslední aktualizace Etického kodexu Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP) proběhly s platností od 27. března 2012. Do této Asociace se řadí originální farmaceutické společnosti s vlastním výzkumem a vývojem inovativních léčiv, nikoliv farmaceutické společnosti generické, které nemají vlastní výzkum a vývoj léčivých přípravků a které přebírají obsah a množství účinné látky po uplynutí patentu léků vyvinutých originálními farmaceutickými firmami.

Pojďme se teď podívat, jak na problematiku sponzorování lékařů na kongresech nahlíží Etický kodex AIFP. V zásadě platí obecná pravidla, podle nichž je možné následující:

- možnost propagovat na těchto setkáních jen registrované léky;
- pohoštění musí být v přiměřené míře;
- lze hradit cestovní náklady, ubytování i stravu;
- setkání jsou určena pouze pro odborníky ve zdravotnictví, tzn. lékaře;
- cestovní výdaje lze hradit jen bezhotovostním způsobem;
- účel setkání musí být odborný a vědecký;
- sponzoři musí být zveřejněni v materiálech, které se setkání týkají.

Co naopak není možné:

- sponzorství nesmí být rozšířeno na rodinu nebo spolucestující;
- nesmí být spojeno s předepisováním léků nebo jejich prodáním množstvím;
- tuzemská zasedání nesmí trvat déle než 3 dny včetně cesty;
- v neposlední řadě pak musí být nejméně 75 % pracovní doby vyplněno vědeckým programem.

Oproti minulé verzi Etického kodexu AIFP jsou v současnosti členské organizace povinné hlásit do Databáze světových lékařských kongresů názvy těch kongresů, na kterých členské organizace AIFP sponzorují lékaře. To se týká kongresů, které organizují třetí strany (jako např. mezinárodní kongresy či lokální sympózia), nikoliv které organizují členské společnosti AIFP.

Etický kodex AIFP [online]. 27.3.2012 [cit. 2012-10-26] s. 18.

Oficiální text o důvodu vzniku této Databáze uvádí [online]. 2011 [cit. 2012-10-26]:
„Účast českých lékařů na zahraničních kongresech bývá často tématem veřejné diskuse.

Mnohdy je zpochybňován význam této důležité formy vzdělávání a odborná úroveň prezentovaných poznatků. Je nutné zdůraznit, že účast lékařů na kongresech, pořádaných ve velké části případů renomovanými odbornými společnostmi, je naprosto legitimní a má pro odborníky a jejich pacienty neoddiskutovatelný přínos. Lékaři na těchto vědeckých akcích získávají cenné znalosti a zkušenosti, které mohou uplatnit v české medicíně. Tyto informace přitom nejsou k dispozici ani v odborných publikacích, ani ve veřejně dostupných zdrojích, např. na internetu. Zároveň jsou v kontaktu se špičkovými odborníky různých specializací, s nimiž mohou diskutovat odbornou problematiku.

Účast na těchto mezinárodních akcích by měla být přirozenou součástí vzdělávání mladých lékařů i jejich zkušenějších kolegů.“

Je jisté, že tato Databáze světových lékařských kongresů poskytuje přehled, na kterých kongresech zajišťují originální farmaceutické firmy účast lékařům. Bylo by však přínosnější, kdyby se zde uváděla i jména lékařů, nebo alespoň počet lékařů, kteří byli sponzorováni a jejich místo působitě. Pokud by tento návrh, spolu s přísnými podmínkami sponzorování účasti lékařů na kongresech, jak je uvedeno výše, byl zpracován do zákona, a to jak pro originální, tak pro generické farmaceutické společnosti, byla by tato problematika transparentní a zřejmě by nedocházelo ke sponzorování lékařů například v luxusních letoviscích apod.

PRAKTICKÁ ČÁST

7. Vymezení výzkumných cílů

Praktická část této diplomové práce se zabývá empirickým výzkumem, který má dvě části. První část je zaměřena na lékaře a zabývá se jejich povědomím a znalostí aktualizovaného Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Ta druhá je zaměřena na zaměstnance a na to, do jaké míry tento Etický kodex shledávají efektivní. Obě části se pak zabývají souvislostmi mezi existencí Etického kodexu ve společnosti AstraZeneca a korupčním prostředím ve farmaceutickém průmyslu.

Dále praktická část zkoumá, jakým způsobem na problematiku nahlíží AstraZeneca a jaká je skutečnost podle výsledků průzkumu zaměřeného na lékaře. Například u otevřené otázky o možných negativech Etického kodexu je pozitivní, že uváděné odpovědi nebyly pouze v podobě strohého ano/ne, ale jednalo se o rozvinuté a takřka shodné reakce, kdy lékaři uváděli, že Etický kodex společnosti AstraZeneca je nedostatečný právě tím, že spíše nepodporuje účast na vzdělávacích akcích (kongresech). U průzkumu zaměřeného na zaměstnance došlo k tomu, že kolegové z terénu na některé otázky odpověděli zcela opačně než kolegové z kanceláře.

Cílem praktické části diplomové práce je vyvrácení či potvrzení hypotéz, které jsou jejím předmětem. Mimo jiné se zaměřují na zjištění, zda lékař zaznamenal zpřísnění Etického kodexu AstraZeneca, například ve smyslu menší možnosti účastnit se mezinárodních kongresech či obdržení propagačního předmětu. Dále zda si myslí, že tato opatření jsou efektivní ve smyslu podporování protikorupčního prostředí, zda by lékař zvažoval svou účast na kongrese i v případě, že by musel vypracovat přednášku a v neposlední řadě, zda jeho rozhodování o volbě léčebného přípravku ovlivňuje právě možnost se nějakého mezinárodního kongresu zúčastnit. Průzkum zaměřený na zaměstnance konkrétně zjišťuje, zda se dotazovaní domnívají, že současný Etický kodex podporuje protikorupční prostředí, zda je ve své stávající podobě efektivní či zda je dotazovaný hrdý na to, že ve společnosti AstraZeneca pracuje, a další oblasti.

Pro obě části empirického výzkumu byla zvolena kvantitativní metoda, technika dotazníkového šetření a u metody výběru vzorku šlo pak o náhodný výběr, konkrétně pak o náhodný stratifikovaný výběr. (Huk, 2007, s. 15, 16) Tento postup byl použit jak na průzkum zaměřený na lékaře, tak na průzkum zaměřený na zaměstnance společnosti AstraZeneca.

V minulosti již vyšlo mnoho článků v médiích o tom, že farmaceutické firmy uplácejí lékaře a ti pak předepisují pacientům léky, z kterých mají nějaký prospěch – nejčastěji právě v podobě účasti na kongresech, propagačních předmětů či peněz. Stále se mluví o tom, že takovéto chování, ze strany farmaceutických firem je nepřijatelné. Dne 25.12. 2012 prošla prvním čtením novela zákona o regulaci reklamy, jejíž součástí byla i úprava reklamy na humánní léčivé přípravky zaměřené právě na lékaře. Tato novela navrhuje zákaz návštěv obchodních zástupců v ordinacích lékařů během jejich pracovní doby. Je to však řešení, které by podpořilo protikorupční prostředí na poli farmaceutického průmyslu? V praxi se stává, že obchodní zástupci farmaceutických firem zvou lékaře na oběd. Není i toto možné označit jako korupční jednání, které by se tímto zákonem ještě zmnožilo? Toto jsou otázky, na které přinese odpověď praxe, pokud bude příslušný zákon schválený.

Ze strany lékařů existuje na jedné straně poptávka po účasti na kongresech – po vzdělání, které si ve většině případů nemohou ze svého platu dovolit sami financovat. Na druhé straně mají farmaceutické firmy tuto poptávku možnost uspokojit. Aby nedocházelo ke korupčnímu jednání, v tom smyslu, že pokud lékař nasadí na konkrétní produkt nové pacienty, firma mu zaplatí účast na kongrese, musely by veškeré nabídky na účast na kongresech probíhat bez jakéhokoliv příslibu zvýhodnění produktu dané firmy. A to je z podstaty věci složitá situace, protože jedním z cílů farmaceutických firem, stejně jako i jiných firem je generování zisku. Řešení této problematiky není a v blízké budoucnosti zřejmě ani nebude jednoduché a definitivní.

Co se týká teoretických východisek praktické části této práce, jak již bylo výše zmíněno, v médiích se objevilo velké množství článků buď o konkrétním uplácení konkrétního lékaře, většinou fiktivním obchodním zástupcem farmaceutické firmy nebo článků, které se zabývají touto problematikou teoreticky. Při sběru podkladů a potřebných dat pro tuto práci jsem však nenarazila na statistické údaje, které by se zabývaly právě tím, kolik lékařů se nechá ovlivnit nějakou nabídkou farmaceutické firmy. Následující průzkum seznamuje čtenáře s touto problematikou v podobě odpovědí zkoumaného vzorku respondentů.

7.1 Empirický výzkum zaměřený na lékaře

Stanovení hypotézy výzkumu zaměřeného na lékaře

Jak již bylo zmíněno výše, smyslem průzkumu zaměřeného na lékaře je seznámit čtenáře s tím, jakým způsobem vnímá lékař aktuální Etický kodex společnosti AstraZeneca.

Zaměříme se nyní na hypotézy, které byly podkladem vzniku dotazníkového šetření určeného pro lékaře.

Hypotéza č. 1

Lékaři mají povědomí o existenci aktuálního Etického kodexu společnosti AstraZeneca.

Hypotéza č. 2

Lékaři Etický kodex společnosti AstraZeneca hodnotí pozitivně, protože podporuje protikorupční prostředí.

Hypotéza č. 3

Lékaři zaznamenali zpřísnění Etického kodexu společnosti AstraZeneca ve smyslu menší možnosti účasti na mezinárodních kongresech či obdržení drobného propagačního předmětu.

Hypotéza č. 4

Lékaři považují tato opatření za efektivní.

Hypotéza č. 5

Etický kodex společnosti AstraZeneca je přísnější než etický kodex jiných farmaceutických firem.

Hypotéza č. 6

Lékaři vnímají společnost AstraZeneca jako společnost, která dodržuje přísná etická pravidla.

Hypotéza č. 7

Lékaři by uvítali možnost, že by stejně přísný etický kodex dodržovaly všechny farmaceutické firmy.

Hypotéza č. 8

Lékaři by zvažovali účast na mezinárodním kongrese sponzorovanou společností AstraZeneca pod podmínkou uzavření smlouvy a vypracování přednášky z kongresu.

Hypotéza č. 9

Lékaři neshledávají na Etickém kodexu společnosti AstraZeneca žádná negativa.

Hypotéza č. 10

Lékaři vnímají spolupráci se společností AstraZeneca z hlediska jejího etického přístupu pozitivněji než spolupráci s ostatními farmaceutickými firmami.

Hypotéza č. 11

Lékařovo rozhodnutí o volbě léčivého přípravku neovlivňuje možnost zúčastnit se kongresu či získání propagačního předmětu.

Definování pojmů:

Etický kodex – je dokument, který upravuje chování a jednání zaměstnanců určité společnosti, v případě této diplomové práce se jedná o Etický kodex společnosti AstraZeneca, který je podrobně rozebrán v kapitole č. 5.

Protikorupční prostředí – je prostředí, které se vyznačuje poctivým chováním a jednáním bez ziskových cílů.

Mezinárodní kongres – vzdělávací akce pro lékaře organizovaná v zahraničí.

Propagační předmět – drobný předmět (např. propiska, hrnek, oblečení) s logem léčivého produktu či farmaceutické firmy.

Výzkumný vzorek výzkumu zaměřeného na lékaře

- ve výzkumu bylo osloveno 104 lékařů
- z toho 54 mužů a 50 žen
- průměrný věk mužů je 53 let
- průměrný věk žen je 51 let
- průměrný věk všech respondentů je 52 let
- průměrná délka praxe mužů je 26 let
- průměrná délka praxe žen je 22 let

- průměrná délka praxe všech respondentů je 24 let
- oslovení lékaři léčí pacienty s respiračními chorobami

Tabulka č. 1: Popis výzkumného vzorku výzkumu zaměřeného na lékaře

	Muži	Ženy	Všichni respondenti
Počet respondentů	54	50	104
Průměrný věk	53	51	52
Průměrná délka praxe	26	22	24

Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Výzkumná metodika a časová organizace výzkumu zaměřeného na lékaře

V této části empirického výzkumu zaměřeného na lékaře byla zvolena kvantitativní metoda, technika dotazníkového šetření. Viz příloha č. 1. U metody výběru vzorku byl zvolen náhodný (pravděpodobnostní) výběr, konkrétně náhodný stratifikovaný výběr. (Huk, 2007, s. 17). U sedmi otázek z jedenácti měli respondenti na výběr ze škály dvou uzavřených odpovědí.

U otázky číslo 2 měli lékaři možnost výběru ze tří možných odpovědí. Otázka se ptala na názor lékaře na Etický kodex AstraZeneca. Otázka číslo 9 byla otevřená, takže u ní respondenti měli možnost odpovědět svými slovy, konkrétně se jednalo o uvedení negativ Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Zbývající dvě otázky měly na výběr ze sudé škály možností.

Součtem všech vrácených dotazníků jsme získali konečné číslo respondentů, kteří na začátku dotazníku vyplnili pohlaví, věk a délku praxe. Aritmetickým průměrem jsme pak došli k průměrnému věku mužů – lékařů a k průměrnému věku žen – lékařek a k celkovému průměrnému věku všech respondentů. Stejným způsobem jsme dospěli k údajům týkajícím se délky praxe.

Dalším postupem bylo sečtení odpovědí na jednotlivé otázky od všech respondentů. Následně došlo ke grafickému zobrazení sečtených odpovědí a posléze

k vyvrácení či potvrzení hypotéz. Výsledky, ke kterým tento empirický výzkum dospěl, jsou popsány v následující kapitole.

Časová organizace výzkumu proběhla ve třech fázích. V první fázi byl vyhotoven formulář dotazníkového šetření. Otázky byly voleny tak, aby přímo korespondovaly s tématem této diplomové práce. Dne 26. 10. 2012 byl v druhé fázi dotazník rozdán devíti kolegům – obchodním zástupcům (tazatelům), kteří každý den přichází do kontaktu s lékaři. Všechny dotazníky se od tazatelů k vyhodnocení vrátily dne 13. 12. 2012. V období od 21. 12. 2012 do 29. 12. 2012 probíhala třetí, vyhodnocovací fáze a následně pak interpretace výsledků.

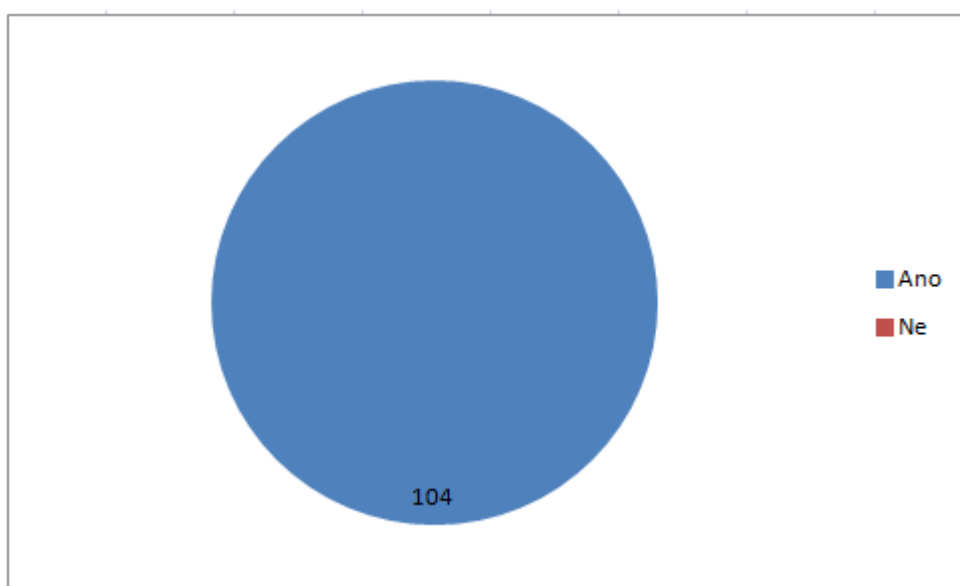
Výsledky výzkumu zaměřeného na lékaře

Následující vyhodnocení empirického výzkumu je rozčleněno podle jednotlivých otázek, kdy odpovědi na ně jsou znázorněny graficky. Graf znázorňuje vždy podíl jednotlivých odpovědí z celkového počtu 104 a pro přehlednost je vždy uveden na samostatné stránce. Potvrzení či vyloučení hypotéz je uvedeno v samostatném bodu níže.

Otázka č. 1

Máte povědomí o existenci aktuálního Etického kodexu společnosti AstraZeneca Czech Republic s.r.o.?

Graf 1: Povědomí lékařů o existenci aktuálního Etického kodexu společnosti AstraZeneca



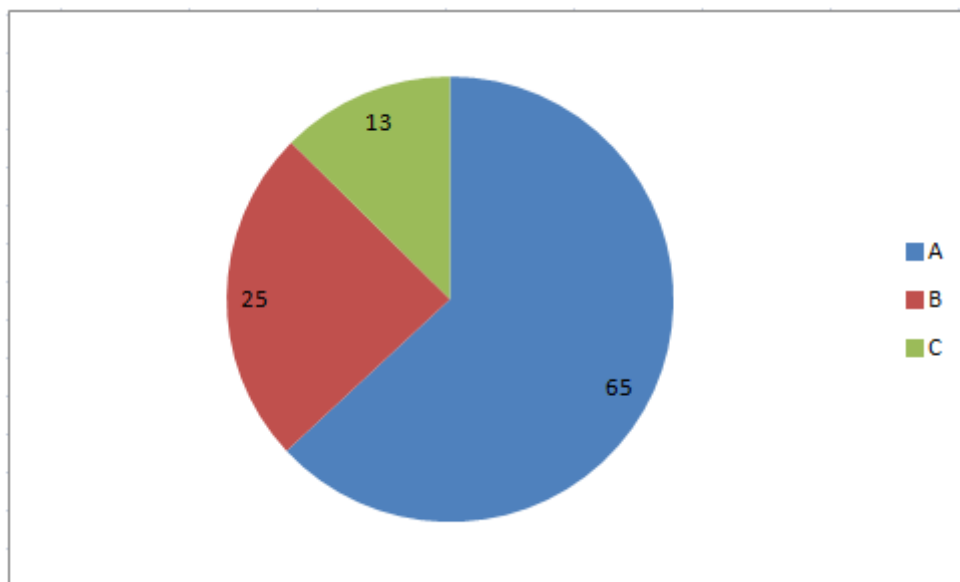
Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 2

Pokud jste odpověděl/a v předchozí otázce kladně, jaký je Váš názor na tento Etický kodex?

- a) Hodnotím ho negativně, protože omezuje mé potřeby (např. účast na mezinárodních kongresech, možnost získání propagačních předmětů atd.)
- b) Hodnotím ho pozitivně, protože podporuje protikorupční prostředí
- c) Nemám názor

Graf 2: Názor lékařů na Etický kodex na základě tří výše uvedených možností

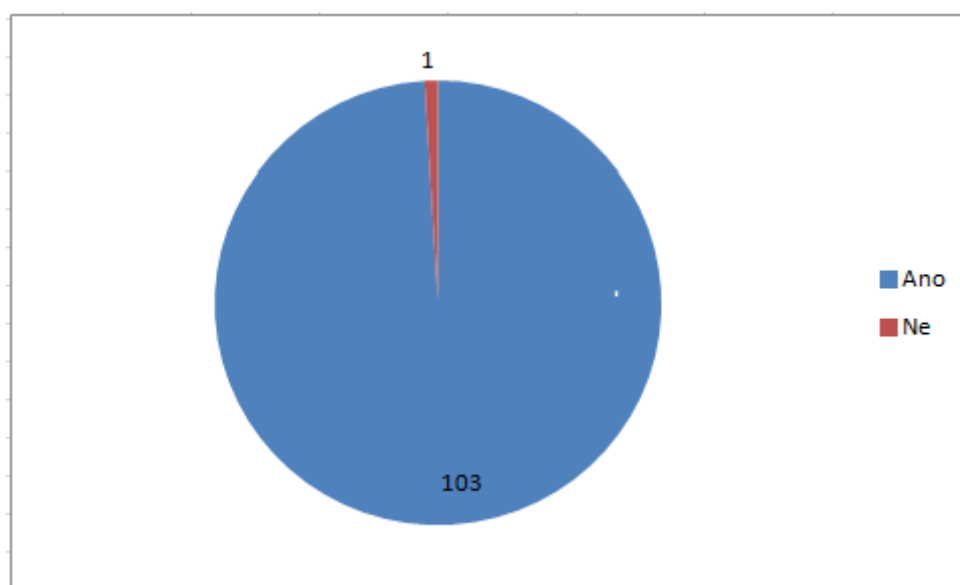


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 3

Zaznamenal/a jste jeho zpřísnění například ve smyslu menší možnosti účasti na mezinárodních kongresech či obdržení drobného propagačního předmětu?

Graf 3: Počet lékařů, kteří zaznamenali zpřísnění Etického kodexu ve smyslu menší možnosti účasti na mezinárodních kongresech či obdržení drobného propagačního předmětu

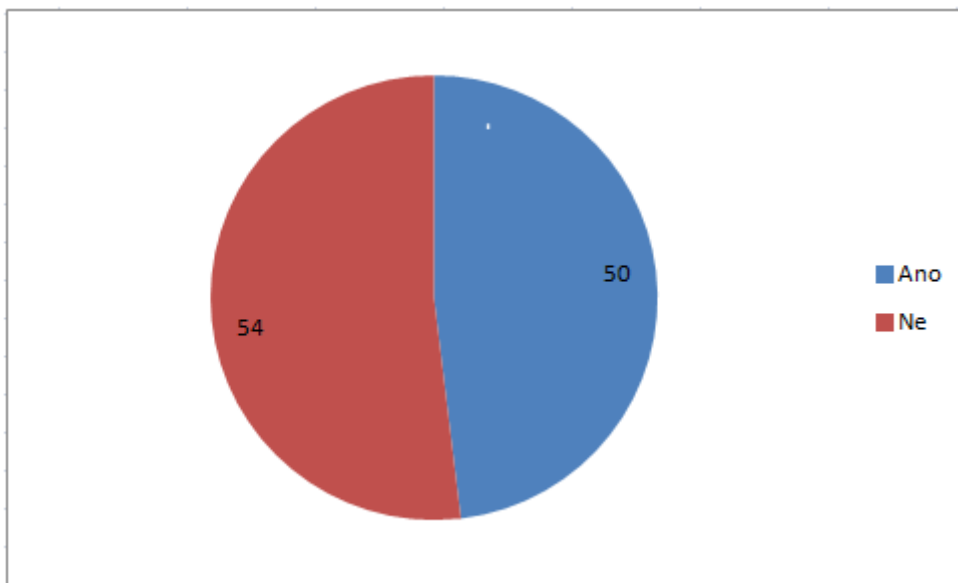


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 4

Jsou tato opatření (například účast na kongresech, propagační předměty) podle Vašeho mínění efektivní ve smyslu podpory protikorupčního prostředí?

Graf 4: Názor lékařů na efektivnost opatření (například účast na kongresech, propagační předměty) z hlediska podporování protikorupčního prostředí

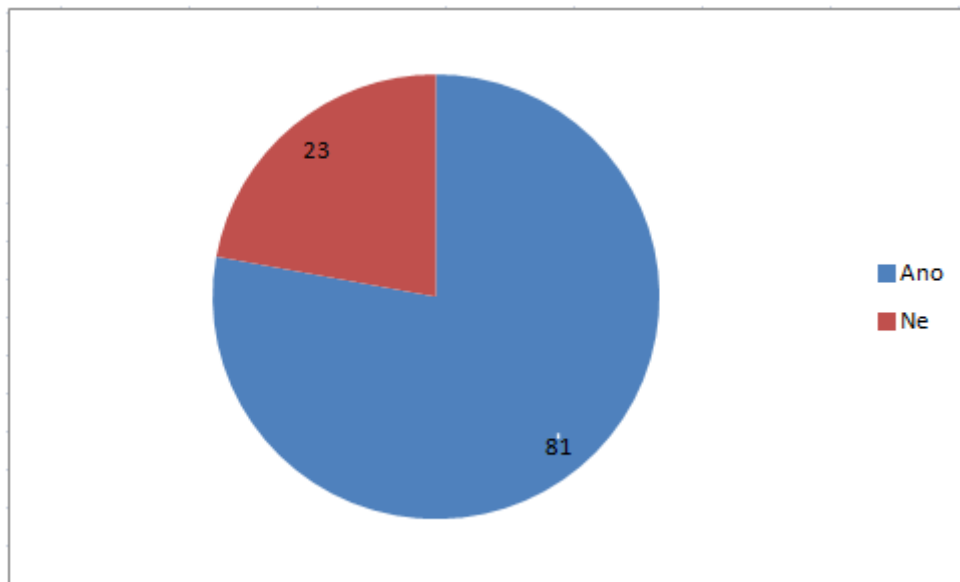


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 5

Je podle Vás Etický kodex společnosti AstraZeneca přísnější než etický kodex jiných farmaceutických firem?

Graf 5: Způsob, jakým lékaři vnímají Etický kodex společnosti AstraZeneca z hlediska jeho přísnosti

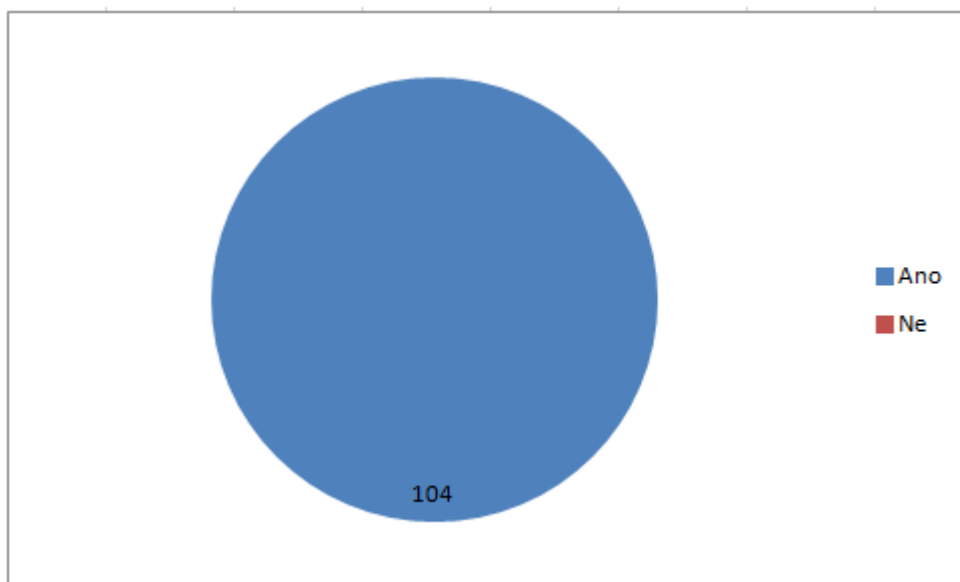


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 6

Vnímáte společnost AstraZeneca jako společnost, která dodržuje přísná etická pravidla?

Graf 6: Názor lékařů na společnost AstraZeneca jako na společnost, která dodržuje přísná etická pravidla

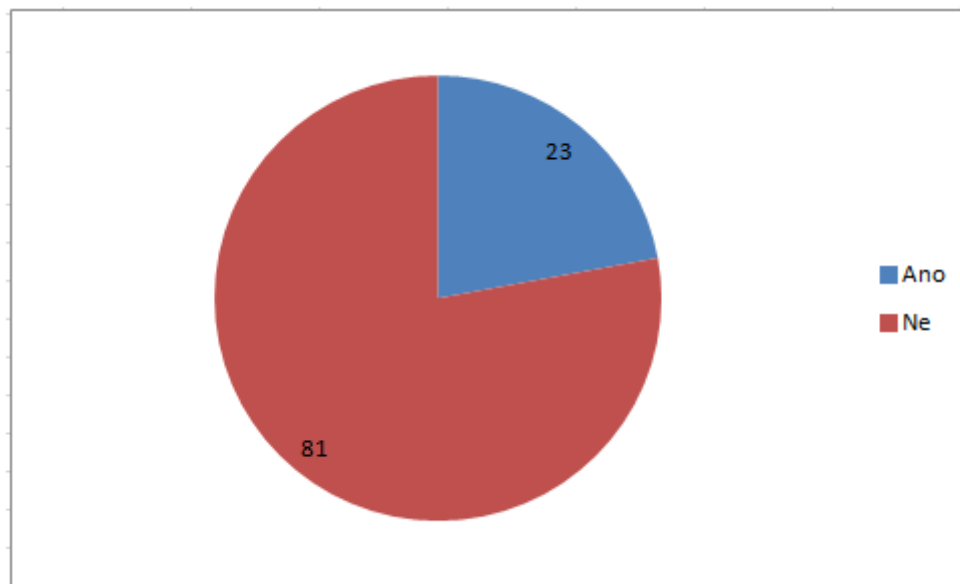


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 7

Uvítal/a byste možnost, kdyby stejně přísný etický kodex dodržovaly všechny farmaceutické firmy?

Graf 7: Názor lékařů na zavedení stejně přísného etického kodexu ve všech farmaceutických firmách

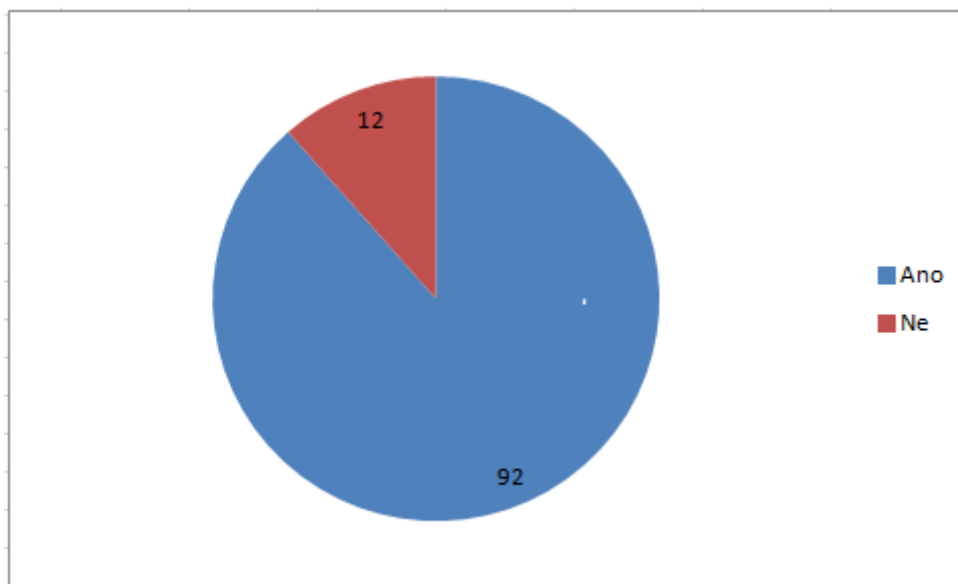


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 8

Podmínkou účasti na mezinárodním kongrese (na pozvání společnosti AstraZeneca) je uzavření smlouvy a vypracování přednášky z kongresu. Zvažoval/a byste za takových podmínek svou účast na kongrese?

Graf 8: Lékaři, kteří by zvažovali možnost účasti na kongrese na základě uzavření smlouvy a vypracování přednášky z kongresu

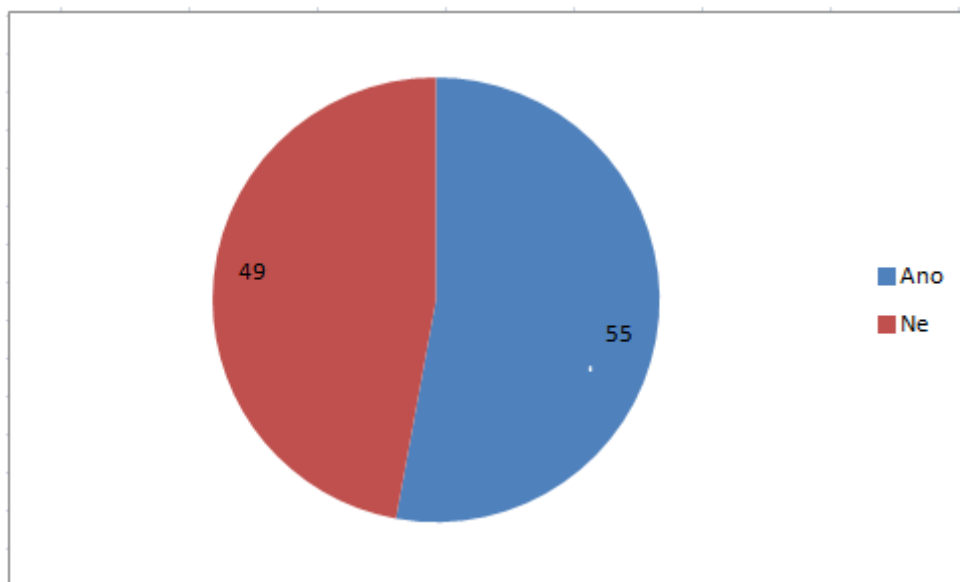


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 9

Napadají Vás nějaká negativa Etického kodexu platného ve společnosti AstraZeneca?

Graf 9: Negativa Etického kodexu společnosti AstraZeneca, na základě výpovědi lékařů *



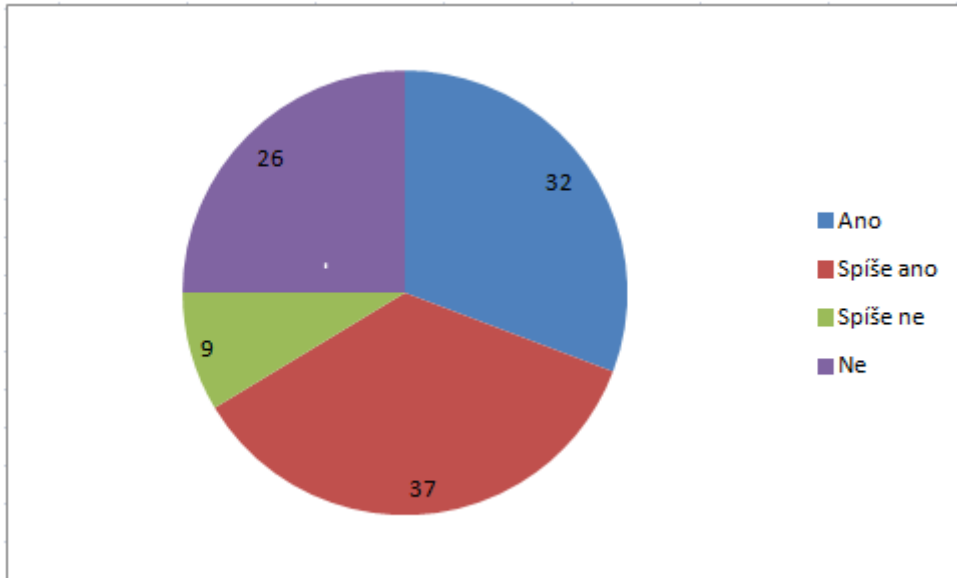
Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

* U odpovědi ano měli lékaři možnost uvést konkrétní negativa Etického kodexu. Ty jsou rozvedeny v diskusi v následující kapitole.

Otázka č. 10

Vnímáte spolupráci se společností AstraZeneca z hlediska jejího etického přístupu pozitivněji než s ostatními farmaceutickými firmami?

Graf 10: Vnímání spolupráce lékařů se společností AstraZeneca z hlediska jejího etického přístupu versus s ostatními farmaceutickými firmami

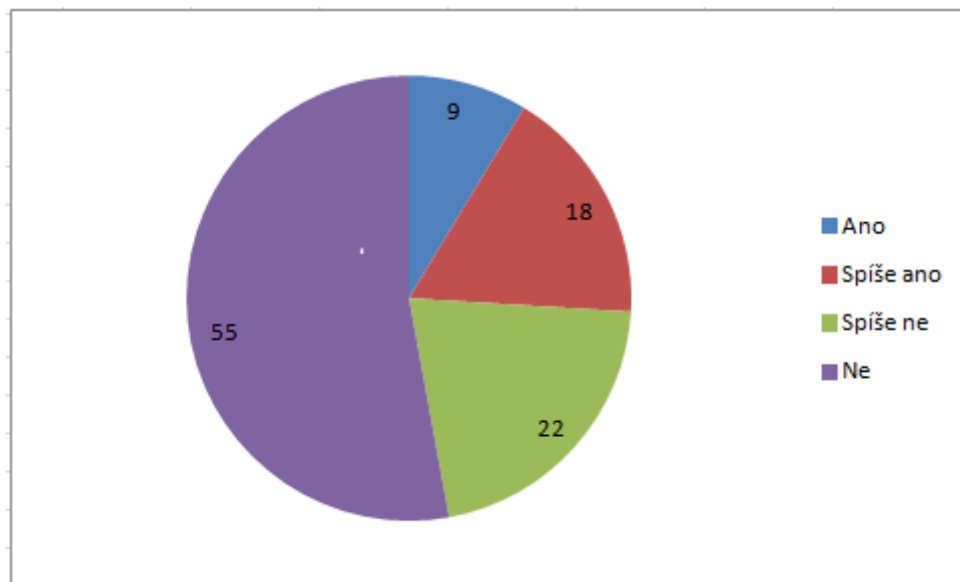


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 11

Ovlivňuje Vaše rozhodování o volbě léčivého přípravku možnost zúčastnit se kongresu či získání propagačního předmětu?

Graf 11: Vliv nabídky účasti na kongresu či propagačního předmětu na rozhodnutí lékaře o volbě léčivého přípravku



Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Interpretace a diskuse výsledků výzkumu zaměřeného na lékaře

Hypotéza č. 1

Lékaři mají povědomí o existenci aktuálního Etického kodexu společnosti AstraZeneca.

Diskuse

Výsledky výzkumu ukázaly, že hypotézu číslo 1 lze potvrdit, jelikož všichni respondenti v průzkumu odpověděli, že ví o existenci aktuálního Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Hypotéza byla stanovena především na základě praktického dopadu nových pravidel Etického kodexu na lékaře, a to zejména na oblasti sponzorování účasti na mezinárodních kongresech, kdy AstraZeneca tyto aktivity výrazně omezila.

Hypotéza č. 2

Lékaři Etický kodex společnosti AstraZeneca hodnotí pozitivně, protože podporuje protikorupční prostředí.

Diskuse

Tuto hypotézu nelze potvrdit, ale spíše vyvrátit, i když interpretace výsledků není jednoznačná. Většina lékařů vybrala negativní možnost odpovědi, protože Etický kodex společnosti AstraZeneca omezuje jejich potřeby v oblasti vzdělávání či finanční podpory účasti na kongresech. Hypotéza byla stanovena na základě jednoho z cílů, který si aktualizace Etického kodexu pokládá, a to podporovat protikorupční prostředí ve farmaceutickém průmyslu.

Hypotéza č. 3

Lékaři zaznamenali zpřísnění Etického kodexu společnosti AstraZeneca ve smyslu menší možnosti účasti na mezinárodních kongresech či obdržení drobného propagačního předmětu.

Diskuse

Tuto hypotézu lze potvrdit, jelikož respondenti na otázku ve výzkumu reagovali, až na jednoho lékaře, kladně. Teoretická část této práce se zabývá právě změnami, které nová aktualizace Etického kodexu společnosti AstraZeneca přinesla. Z výzkumu je tedy znát,

že tato aktualizace má praktický dopad na vnímání takto postaveného Etického kodexu společnosti AstraZeneca lékaři.

Hypotéza č. 4

Lékaři považují tato opatření za efektivní.

Diskuse

Hypotézu číslo 4 nelze z dat potvrdit ani vyloučit. Zhruba můžeme říct, že půlka respondentů považuje takto postavený Etický kodex společnosti AstraZeneca za efektivní a druhá půlka nikoliv. Hypotéza byla stanovena na základě cíle zavedení aktualizace do Etického kodexu, což souvisí s podporou transparentního a protikorupčního prostředí.

Hypotéza č. 5

Etický kodex společnosti AstraZeneca je přísnější než etický kodex jiných farmaceutických firem.

Diskuse

Tuto hypotézu můžeme na základě výše uvedených výsledků z výzkumu spíše potvrdit. Což je zajímavé, protože z předchozích výsledků výzkumu by mělo vyplynout jednoznačně a s převahou, že lékaři považují Etický kodex společnosti AstraZeneca za přísnější než etický kodex jiných farmaceutických firem. To podporují výsledky z otázky číslo 3, kdy lékaři považují takovýto etický kodex za příliš přísný. Viz graf č. 3.

Hypotéza č. 6

Lékaři vnímají společnost AstraZeneca jako společnost, která dodržuje přísná etická pravidla.

Diskuse

Tuto hypotézu lze jednoznačně potvrdit, jelikož všichni oslovení lékaři reagovali na položenou otázku kladně. Hypotéza je také shodná s cílem teoretické části této diplomové práce, a to že Etický kodex společnosti AstraZeneca je ve farmaceutickém průmyslu považován za přísný.

Hypotéza č. 7

Lékaři by uvítali možnost, že by stejně přísný etický kodex dodržovaly všechny farmaceutické firmy.

Diskuse

Tuto hypotézu lze spíše vyloučit, což je závěr, ke kterému výzkum logicky dospěl, protože podle výsledů otázky číslo dvě, většina lékařů vnímá Etický kodex společnosti AstraZeneca spíše negativně protože omezuje jejich potřeby (po možnostech vzdělání v podobě kongresů, či propagačních předmětů).

Hypotéza č. 8

Lékaři by zvažovali sponzorovanou účast společností AstraZeneca na mezinárodním kongrese pod podmínkou uzavření smlouvy a vypracování přednášky z kongresu.

Diskuse

Výsledky ukázaly, že na základě dat lze hypotézu číslo 8 spíše potvrdit, protože většina lékařů by smlouvu uzavřela a přednášku vypracovala. Hypotéza byla stanovena na základě toho, že lékaři mají zájem být sponzorováni na kongresech.

Hypotéza č. 9

Lékaři neshledávají na Etickém kodexu společnosti AstraZeneca žádná negativa.

Diskuse

Tuto hypotézu nelze jednoznačně potvrdit ani vyloučit. Více než polovina lékařů shledává na Etickém kodexu společnosti AstraZeneca negativa, konkrétně šlo o 55 odpovědí a u 46 z nich lékaři doplnili komentář, jelikož šlo o otázku s možností otevřené odpovědi. Všechny tyto komentáře se vztahovaly k možnosti sponzorování účasti na lékařských kongresech, a to z důvodu finanční pomoci se zaplacením registračního poplatku, ubytování či z důvodu rozšíření vzdělání.

Hypotéza č. 10

Lékaři vnímají spolupráci se společností AstraZeneca z hlediska jejího etického přístupu pozitivněji než spolupráci s ostatními farmaceutickými firmami.

Diskuse

Na základě sesbíraných dat lze říci, že lékaři vnímají spolupráci se společností AstraZeneca spíše pozitivně. To znamená, že hypotézu č. 10 můžeme spíše potvrdit. Zde opět dochází k zajímavému výsledku, protože i když lékaři vnímají Etický kodex spíše negativně z hlediska jeho přísnosti, tak i přes to vnímají spolupráci se společností AstraZeneca spíše pozitivně. Hypotéza byla stanovena na základě toho, že lékaři chtějí podporovat protikorupční prostředí, což sebou Etický kodex společnosti AstraZeneca nesporně nese. To bylo důvodem, proč by lékaři měli vnímat spolupráci s AstraZeneca pozitivněji než s ostatními firmami.

Hypotéza č. 11

Rozhodnutí o volbě léčivého přípravku neovlivňuje možnost zúčastnit se kongresu či získat propagační předmět.

Diskuse

Hypotézu číslo 11 lze spíše potvrdit. Hypotéza byla prakticky stanovena na základě obecně platné lékařské etiky, kdy na prvním místě je pacientovo zdraví a blaho a nadřazení jeho bezpečnosti nad vlastní prospěch (Munzarová, 2005, s. 59). Je tedy smutné, že výsledky k této otázce výzkumu nebyly jednoznačné ve smyslu, že žádná pobídka neovlivňuje lékařovo rozhodnutí o nasazené léčbě pro pacienta.

Dílčí závěr z empirického výzkumu zaměřeného na lékaře

Z výzkumu vyplynulo, že lékaři vnímají společnost AstraZeneca jako společnost, která dodržuje přísná etická pravidla, což je jedním z jejích hlavních cílů. Avšak ne vždy je aktualizace Etického kodexu vnímána pozitivně. Konkrétně jde o případy podporování účasti lékařů na kongresech, kdy tato opatření vnímají lékaři jako omezení jejich možnosti vzdělávání. Navíc se také potvrdilo, že způsob, jakým má AstraZeneca svůj Etický kodex postavený, vnímají lékaři jako přísný, což potvrzují stanovené hypotézy ve výzkumu zaměřeného na lékaře. Všechny hypotézy ve výzkumu byly stanovené na základě toho, jak by společnost AstraZeneca chtěla být vnímána lékaři – chtěla by být vnímána jako společnost, která dodržuje přísná etická pravidla,

podporuje protikorupční prostředí a svým chováním tak dává příklad ostatním firmám působícím ve stejné oblasti podnikání. Zůstává však otázkou, zda společnost AstraZeneca chce být společností, kterou lékaři vnímají jako společnost, která omezuje jejich potřeby po vzdělání, a které mohou získat na kongresech.

Z průzkumu také vyplynulo, že v lékařské profesi se objevuje korupce ve smyslu ovlivnění rozhodnutí lékařů o nasazené léčbě v podobě nabídky účasti na kongresu či získání propagačního předmětu. Je zřejmé, že dokud ze strany farmaceutických firem bude existovat nabídka nějakého prospěchu za nově nasazené pacienty na konkrétní produkt, nepůjde korupci zcela vymýtit.

7.2 Empirický výzkum zaměřený na zaměstnance

Hypotézy výzkumu zaměřeného na zaměstnance

Smyslem průzkumu zaměřeného na zaměstnance je seznámit čtenáře s tím, jakým způsobem vnímají aktuálně platný Etický kodex společnosti AstraZeneca. Nyní si stanovme hypotézy, které byly podkladem pro vypracování dotazníkového šetření zaměřeného na zaměstnance.

Hypotéza č. 1

Zaměstnanci vnímají aktuální Etický kodex společnosti AstraZeneca pozitivně.

Hypotéza č. 2

Zaměstnanci považují nově doplněná pravidla do Etického kodexu jako efektivní, ve smyslu jejich vnímání lékaři a veřejností.

Hypotéza č. 3

Zaměstnanci souhlasí s tím, že Etický kodex podporuje protikorupční prostředí a transparentnost jednání ve farmaceutickém průmyslu.

Hypotéza č. 4

Zaměstnanci by považovali za přínosné zavedení stejného etického kodexu do všech farmaceutických firem.

Hypotéza č. 5

Zaměstnanci neshledávají na Etickém kodexu společnosti AstraZeneca žádná negativa.

Hypotéza č. 6

Zaměstnanci jsou hrdí na to, že pracují ve společnosti AstraZeneca.

Definování pojmů:

Etický kodex – je dokument, který upravuje chování a jednání zaměstnanců určité

společnosti, v případě této diplomové práce se jedná o Etický kodex společnosti AstraZeneca, který je podrobně rozebrán v kapitole č. 5.

Protikorupční prostředí – je prostředí, které se vyznačuje nepoctivým chováním a jednáním, vedeným zištnými cíli.

Farmaceutický průmysl – společnosti, které podnikají v oblasti farmaceutického průmyslu.

Výzkumný vzorek výzkumu zaměřeného na zaměstnance

- ve výzkumu bylo oslovenou 51 zaměstnanců
- z toho 24 žen a 27 mužů
- průměrný věk mužů je 38 let
- průměrný věk žen je 36 let
- průměrný věk všech respondentů je 37 let
- průměrná délka pracovního poměru ve společnosti AstraZeneca mužů je 8 let
- průměrná délka pracovního poměru ve společnosti AstraZeneca žen je 8 let
- průměrná délka pracovního poměru všech respondentů je 8 let
- oslovení zaměstnanci působí ve společnosti AstraZeneca na různých pozicích – od managementu po řadové zaměstnance
- oslovení zaměstnanci pracují jednak v kanceláři a jednak v terénu (obchodní zástupci)

Tabulka č. 2: Popis výzkumného vzorku výzkumu zaměřeného na zaměstnance

	Muži	Ženy	Všichni respondenti
Počet	27	24	51
Průměrný věk	38	36	37
Průměrná délka pracovního poměru	8	8	8

Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Výzkumná metodika a časová organizace výzkumu zaměřeného na zaměstnance

V této části empirického výzkumu, podobně jako u výzkumu zaměřeného na lékaře, byla zvolena kvantitativní metoda, technika dotazníkového šetření. Viz příloha č. 2. U metody výběru vzorku byl zvolen náhodný (pravděpodobnostní) výběr, konkrétně náhodný stratifikovaný výběr. (Huk, 2007, s. 17) Zaměstnanci odpovídali celkem na šest otázek. U pěti z nich měli na výběr ze sudé škály možných odpovědí. U jedné, která se týkala možných negativ stávajícího Etického kodexu, měli zaměstnanci možnost uvést otevřenou odpověď.

Součtem všech vrácených dotazníků, jsme získali konečné číslo respondentů, kteří v hlavičce dotazníku vyplnili věk, pohlaví a délku pracovního poměru ve společnosti AstraZeneca.

Aritmetický průměr nám pak ukázal průměrný věk zaměstnanců – mužů a průměrný věk zaměstnankyň – žen. Další aritmetický průměr pak průměrný věk všech respondentů bez ohledu na pohlaví. Stejným způsobem se dospělo k údajům týkajících se délky pracovního poměru respondentů ve společnosti AstraZeneca.

Následoval další postup, a to sečtení odpovědí na jednotlivé otázky od všech respondentů. Následně došlo ke grafickému zobrazení sečtených odpovědí a posléze k vyvrácení či potvrzení na začátku stanovených hypotéz. Výsledky, ke kterým tato část empirického výzkumu dospěla, jsou popsány v další kapitole.

Časová organizace výzkumu zaměřeného na zaměstnance, stejně jako výzkumu zaměřeného na lékaře měla tři fáze. Za první šlo o vyhotovení formuláře dotazníkového šetření, kdy otázky byly voleny tak, aby odpovídaly tématu a cíli této diplomové práce. Za druhé došlo k rozdáni dotazníku zaměstnancům. Tato aktivita proběhla dne 25. 10. 2012, kdy proběhlo hromadné setkání většiny zaměstnanců ve společnosti AstraZeneca. To umožnilo dotazník rozdat jak kolegům, kteří pracují v kanceláři, tak kolegům, kteří pracují v terénu jako obchodní zástupci a navštěvují lékaře na denní bázi. Dotazníky byly v ten samý den vybrány od respondentů zpátky. Třetí, vyhodnocovací fáze a následná interpretace výsledků pak probíhala v období 2. 11. – 9. 11. 2012.

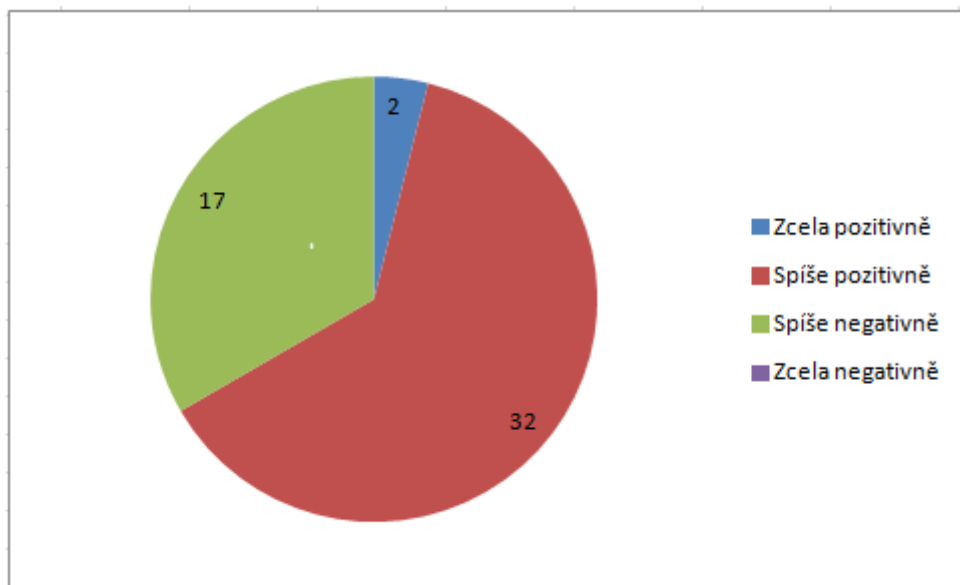
Výsledky výzkumu zaměřeného na zaměstnance

Tato kapitola se zabývá vyhodnocením empirického výzkumu zaměřeného na zaměstnance společnosti AstraZeneca v České republice. Odpovědi na jednotlivé otázky jsou znázorněny graficky. Každý graf ukazuje podíl jednotlivých odpovědí z celkového počtu 51 vrácených formulářů dotazníkového šetření a pro přehlednost je uveden na samostatné stránce. Potvrzení či vyvrácení hypotéz je uvedeno níže.

Otázka č. 1

Jak vnímáte novou aktualizaci stávajícího Etického kodexu společnosti AstraZeneca?

Graf 12: Vnímání zaměstnanců nové aktualizace Etického kodexu

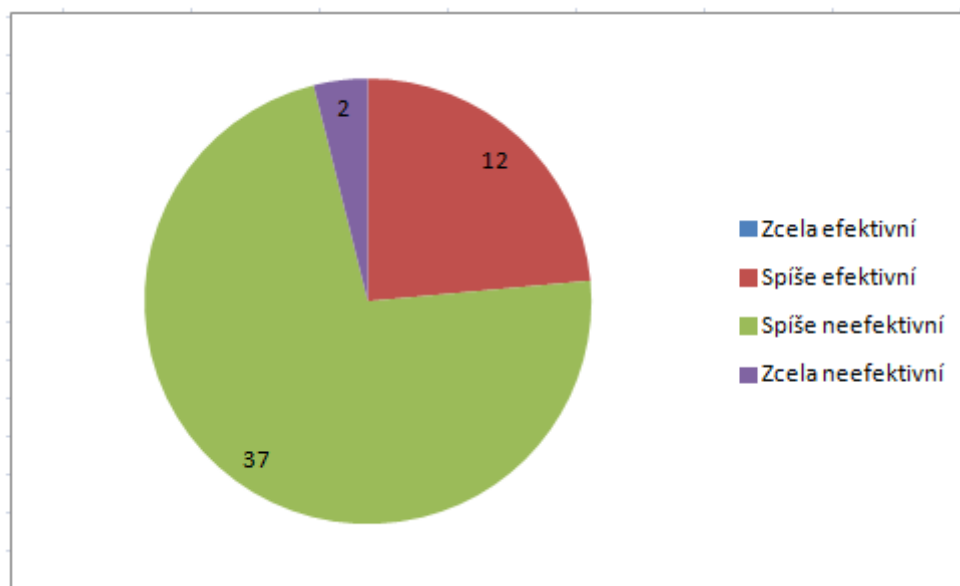


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 2

Myslíte si, že tato aktualizace je efektivní ve smyslu vnímání společnosti AstraZeneca lékaři a veřejností?

Graf 13: Názor zaměstnanců na efektivnost Etického kodexu (ve smyslu jeho vnímání lékaři a veřejností)

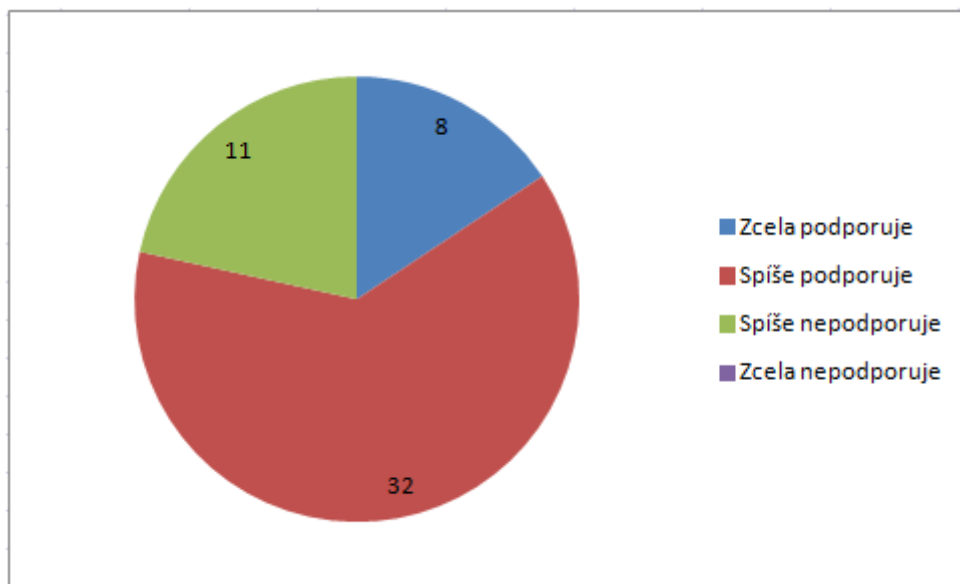


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 3

Domníváte se, že v současnosti platný Etický kodex společnosti AstraZeneca podporuje protikorupční prostředí a transparentnost jednání ve farmaceutickém průmyslu?

Graf 14: Názor zaměstnanců na to, zda Etický kodex podporuje protikorupční prostředí a transparentnost jednání ve farmaceutickém průmyslu

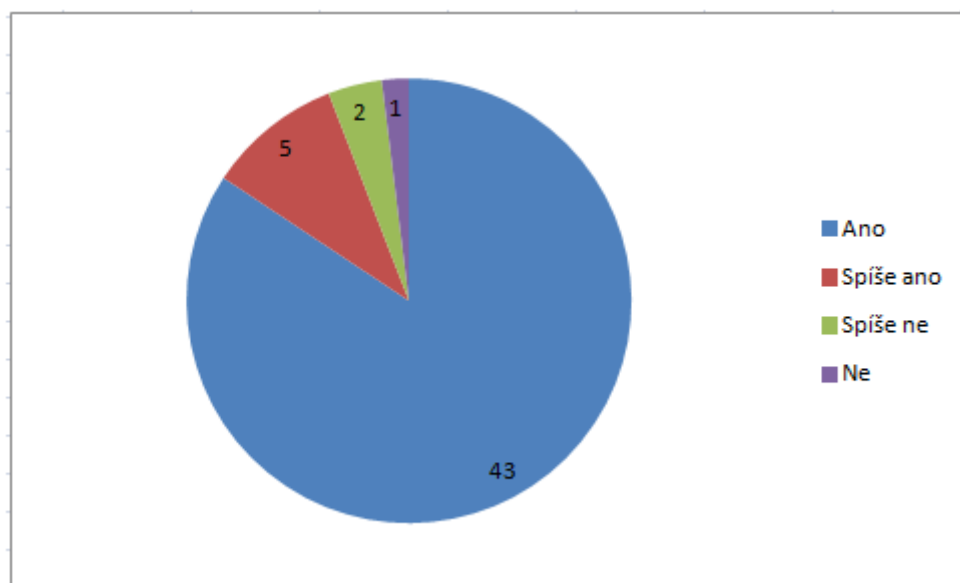


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 4

Vnímal/a byste jako přínos zavedení stejného etického kodexu do všech farmaceutických firem?

Graf 15: Vnímání přínosu zavedení stejného etického kodexu do všech farmaceutických firem

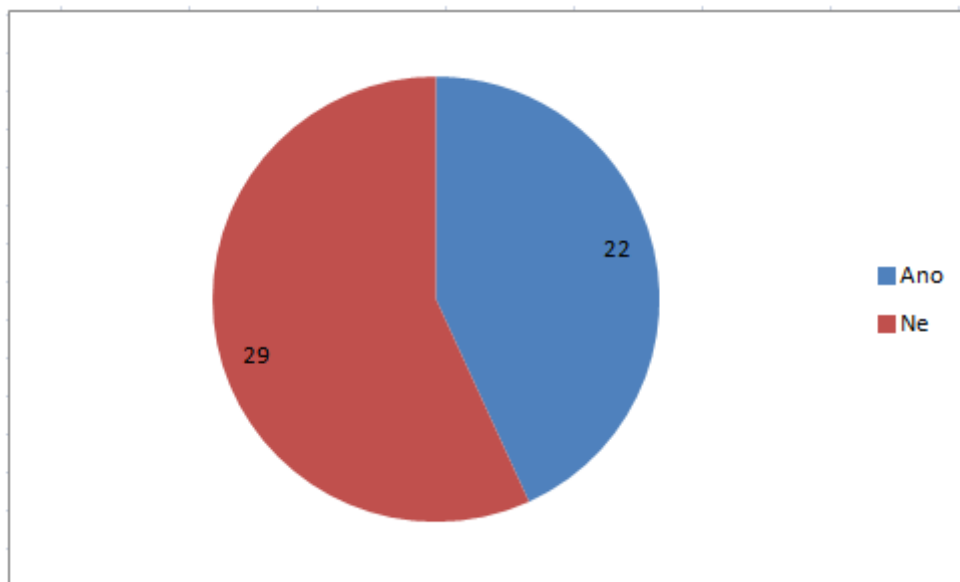


Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Otázka č. 5

Napadají Vás nějaká negativa platného Etického kodexu ve společnosti AstraZeneca?

Graf 16: Znázornění negativ Etického kodexu společnosti AstraZeneca, na základě výpovědi zaměstnanců *



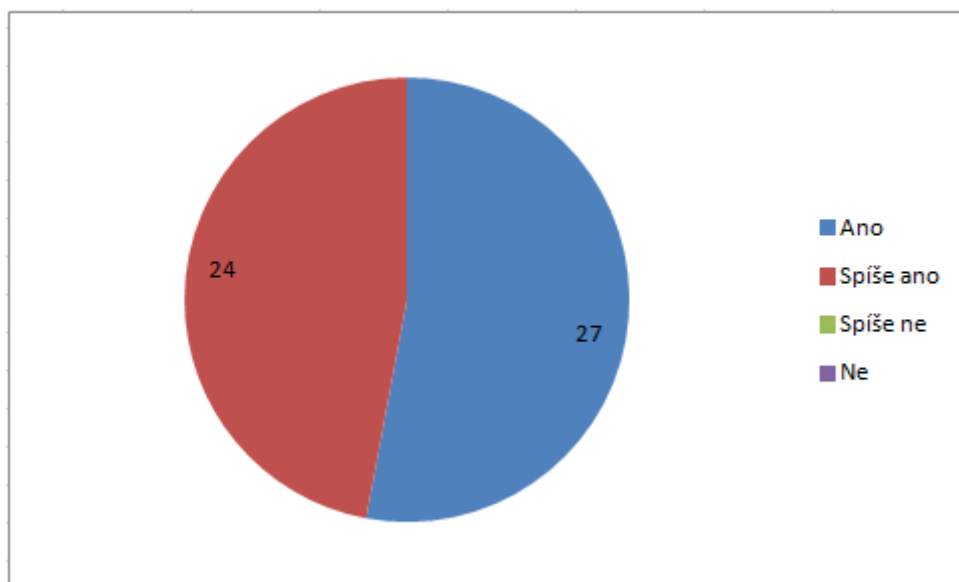
Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

* U odpovědi ano měli zaměstnanci možnost uvést konkrétní negativa Etického kodexu. Ty jsou rozvedeny v diskusi v následující kapitole.

Otázka č. 6

Jste hrdí na to, že pracujete ve společnosti AstraZeneca z hlediska jejího přístupu k etice?

Graf 17: Zaměstnanci, kteří jsou hrdí na to, že pracují ve společnosti AstraZeneca



Zdroj: autorka práce (vlastní šetření)

Interpretace a diskuse výsledků výzkumu zaměřeného na zaměstnance

Hypotéza č. 1

Zaměstnanci vnímají aktuální Etický kodex společnosti AstraZeneca pozitivně.

Diskuse

Výsledky výzkumu ukázaly, že tuto hypotézu nelze jednoznačně potvrdit ani vyloučit. Hypotéza byla stanovena na základě toho, co společnost AstraZeneca očekává od zavedení nových přísných pravidel do Etického kodexu – tím je pozitivní reakce a přijetí Etického kodexu jak ze strany svých zaměstnanců, tak ze strany laické a odborné veřejnosti.

Hypotéza č. 2

Zaměstnanci považují nově doplněná pravidla do Etického kodexu jako efektivní, ve smyslu jejich vnímání lékaři a veřejností.

Diskuse

Tuto hypotézu na základě sesbíraných dat nelze potvrdit. Většina zaměstnanců považuje aktualizaci Etického kodexu za neefektivní. Tato otázka v dotazníku souvisí s otázkou číslo 5, která se ptá na negativa platného Etického kodexu AstraZeneca. Respondenti uvedli, že mezi ně patří přílišná přísnost Etického kodexu a dále pak, že ve farmaceutickém průmyslu tak pro společnost AstraZeneca znamená konkurenční nevýhodu. Což je opak toho, co bylo cílem zavedení těchto aktualizací Etického kodexu – totiž prezentovat tuto přísnost a dodržování těch nejpřísnějších etických standardů jako přednost společnosti AstraZeneca.

Hypotéza č. 3

Zaměstnanci souhlasí s tím, že Etický kodex podporuje protikorupční prostředí a transparentnost jednání ve farmaceutickém průmyslu.

Diskuse

Hypotézu č. 3 můžeme spíše potvrdit, jelikož na základě odpovědí zaměstnanců téměř všichni respondenti reagovali kladně. Jedním z cílů teoretické části této diplomové

práce je seznámit čtenáře s tím, jak by stejný nebo podobný etický kodex podporoval protikorupční jednání na poli farmaceutických firem. Tato hypotéza tedy dokazuje, že většina zaměstnanců si myslí a věří, že Etický kodex AstraZeneca tento cíl naplňuje.

Hypotéza č. 4

Zaměstnanci by považovali za přínosné zavedení stejného etického kodexu do všech farmaceutických firem.

Diskuse

Tuto hypotézu můžeme potvrdit. Hypotéza č. 4 byla stanovena na základě vnímání řadového zaměstnance spravedlnosti podnikání ve farmaceutickém průmyslu, kdy by měly platit stejné podmínky pro všechny subjekty, které v tomto oboru podnikají.

Hypotéza č. 5

Zaměstnanci neshledávají na Etickém kodexu společnosti AstraZeneca žádná negativa.

Diskuse

Hypotézu č. 5 nelze potvrdit ani vyvrátit. U této otázky měli respondenti možnost odpovědět otevřeně. Celkem 22 zaměstnanců odpovědělo, že vidí negativa v současnosti platném Etickém kodexu AstraZeneca. Devět z nich uvedlo komentář, že vidí negativa v přílišné přísnosti Etického kodexu a to pak potažmo jako její konkurenční nevýhodu

Hypotéza č. 6

Zaměstnanci jsou hrdí na to, že pracují ve společnosti AstraZeneca.

Diskuse

Tato hypotéza může být potvrzena. Výsledek výzkumu lze považovat pro společnost AstraZeneca jako pro zaměstnavatele za přínosný. Můžeme se domnívat, že jednoznačně kladný výsledek souvisí, alespoň z části, s dodržováním přísných etických pravidel.

Dílčí závěr z empirického výzkumu zaměřeného na zaměstnance

Pokud bychom shrnuli výsledky výzkumu zaměřeného na zaměstnance, můžeme říci, že i když si většina respondentů myslí, že aktualizace Etického kodexu společnosti AstraZeneca není zcela efektivní, je vnímána pozitivně a podporuje protikorupční prostředí a transparentnost jednání ve farmaceutickém průmyslu. Tyto tři body mohou souviset s tím, že všichni zaměstnanci, kteří se výzkumu účastnili, jsou hrdí na to, že pracují pro společnost AstraZeneca. Dále se můžeme domnívat, že i když zaměstnanci shledávají na Etickém kodexu negativa, je to tím, že se jedná o příliš přísný předpis, který společnost AstraZeneca staví do konkurenční nevýhody vůči ostatním farmaceutickým firmám.

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo seznámit čtenáře s aktualizovanými částmi Etického kodexu společnosti AstraZeneca. Především se jednalo o oblasti sponzorování účasti lékařů na mezinárodních kongresech, poskytování propagačních předmětů a poskytování darů. Dalším cílem pak bylo ukázat, jak tuto aktualizaci vnímají lékaři a jak zaměstnanci společnosti AstraZeneca. Tyto dva hlavní cíle byly splněny. Mimo tyto cíle čtenář také mohl zjistit, že pro jakoukoliv společnost působící v podnikatelské sféře je zavedení etického kodexu výhodné. Dále také v práci našel konkrétní oblasti, které se mohou změnit k lepšímu, právě díky zavedení etického kodexu, ať už se jedná o podporu etického jednání mezi kolegy na pracovišti, zlepšení vnímání dobrého jména společnosti či fakt, že zaměstnanci jsou hrdí na svého zaměstnavatele, protože dodržuje etické a tudíž i správné chování při vykonávání své podnikatelské činnosti. Důkazem toho je i společnost AstraZeneca, kdy podle výsledků průzkumu v praktické části této diplomové práce zaměstnanci uvedli, že jsou hrdí na to, že pro ni pracují.

Etický kodex společnosti AstraZeneca bez aktualizací, kterými se tato diplomová práce zabývá, by se dal označit za poměrně přísný a dostačující. S přijatými novými aktualizacemi však dochází k minimalizaci až eliminaci jakéhokoliv protikorupčního jednání. Nejen, že to přímo Etický kodex nařizuje, ale spolu s ním došlo k zavedení propracovaného kontrolního systému – ať už elektronického, který je popsán výše, či personálního, kdy na návštěvy s obchodními zástupci jezdí pravidelně jejich nadřízený, který dohlíží na korektnost jednání mezi lékařem a obchodním zástupcem dle platných etických pravidel společnosti AstraZeneca.

Takto striktní pravidla ve farmaceutickém průmyslu na českém trhu mají nastaveny zhruba tři farmaceutické společnosti, z nichž jednou je právě AstraZeneca. Na svém poli působnosti tak jde příkladem ostatním farmaceutickým firmám, což ji ale staví v konkurenčním boji do nevýhody. Můžeme uvést jednoduchý příklad z praxe, kdy jiné farmaceutické společnosti mohou nabízet lékařům sponzorování účasti na kongresech, bez toho aniž by po nich chtěly uzavřít smlouvu či vypracovat přednášku podobně, jak má pravidla týkající se sponzorování účasti na kongresech nastavená společnost AstraZeneca. Ta takovýmto jednáním může lékařům nabídnout pouze svůj etický přístup a tím i podporu transparentního jednání a protikorupčního prostředí.

Průzkum zaměřený na lékaře však ukázal, že lékaři neshledávají tento přístup jednoznačně efektivním a spíše hodnotí Etický kodex společnosti AstraZeneca negativně, protože jim neumožňuje rozšiřovat vzdělávání v podobě účasti na kongresech. To potvrzuje i fakt, že většina z respondentů v průzkumu zaměřeného na lékaře uvedla, že by neuvítala zavedení stejně přísného etického kodexu v ostatních farmaceutických firmách.

Je zajímavé, že co se efektivnosti Etického kodexu společnosti AstraZeneca týká, domnívá se většina zaměstnanců podle průzkumu v této diplomové práci, že je tento předpis spíše neefektivní ve smyslu podporování protikorupčního prostředí ve farmaceutickém průmyslu. Bylo by zajímavé rozšířit podobný průzkum na mezinárodní úroveň a na základě výsledků vypracovat nové, efektivnější předpisy, které by však musely být stále ve stejné míře etické.

Z mého pohledu je ve farmaceutickém průmyslu problematickou oblastí dodržování stejně přísných pravidel ve všech společnostech zde působících. Dokud se všechny farmaceutické firmy nebudou chovat stejně eticky a nebudou pro ně na trhu farmaceutického průmyslu shodné podmínky, bude s největší pravděpodobností stále docházet k ovlivňování lékařů farmaceutickými firmami v otázce preskripce léků. Zde vyvstává problém, že lékař by se měl rozhodovat podle toho, jaký lék je pro pacienta nejlepší. To je však natolik individuální, že je nemožné zajistit, aby všechna rozhodnutí ohledně léčby pacientů byla správná a etická ve smyslu použití toho nejvhodnějšího léčivého přípravku pro daného pacienta. Zde již záleží pouze a jenom na konkrétní osobě lékaře, jak se zachová, potažmo na jeho svědomí. Řešení, které by tuto problematiku mohlo zlepšit, je v uzákonění stejných podmínek pro veškeré farmaceutické společnosti včetně vysokých pokut za neetické, a tudíž i protizákonné chování v této oblasti.

K ucelenému pohledu čtenáře přispěje informace, že ve farmaceutickém průmyslu vedle sebe působí jednak originální a jednak generické firmy. Originální farmaceutické firmy se zabývají výzkumem nových léčiv. Léky, které jsou tímto způsobem vyvinuty, mají patentovou ochranu a po určité době nesmí být vyráběny jejich kopie. Po uplynutí této patentové ochrany vstupují na trh generické farmaceutické společnosti, které použijí účinnou látku z původního léku, dají mu jiný název a tento lék prodávají. Z hlediska etiky jsou originální farmaceutické firmy členy Asociace

inovativního farmaceutického průmyslu a generické firmy České asociace farmaceutických firem. Obě tyto asociace mají své etické kodexy, které jejich členové musí dodržovat. Mezi oběma kodexy existují rozdíly z hlediska přísnosti, kdy při jejich porovnání je ten pro originální farmaceutické společnosti podstatně přísnější. Zásadní rozdíl je pak mezi etickým kodexem AstraZeneca a jinou generickou farmaceutickou společností, a to například ve třech výše zmíněných oblastech – účasti na mezinárodních kongresech, poskytování propagačních předmětů či poskytování darů.

Dalším důležitým cílem, ke kterému tato diplomová práce dospěla, bylo i poznání, že příkladným a etickým chováním a jednáním musí jít především sám zaměstnavatel, což je kritérium, které společnost AstraZeneca splňuje. Příkladem musí být i pracovníci ve vedoucích pozicích, protože pokud se oni dopouští neetického jednání, s největší pravděpodobností takovéto jednání budou praktikovat i řadoví zaměstnanci. To však záleží na osobnosti každého jednotlivce, který vedoucí pozici vykonává. Etický kodex ve společnosti AstraZeneca přináší inspiraci a vede zaměstnance k tomu, aby v jejich každodenním pracovním životě nedocházelo k neetickému chování. Dále je možné potvrdit, že Etický kodex společnosti AstraZeneca funguje jako opěrný bod, který dodává jejím zaměstnancům odvalu chovat se morálně, správně. Je nutné si uvědomit, že etické kodexy obecně předpokládají existenci disciplinovanosti zaměstnanců, určují, jaké chování se od nich vyžaduje a budují jejich povědomí o tom, jaké jednání je správné a jaké nikoliv. Etický kodex společnosti AstraZeneca je návodem, jakým způsobem se chovat při pracovních činnostech, do kterých se zaměstnanec při výkonu své práce dostává. Nejde tedy o teoretický, nestravitelný předpis, nýbrž o praktický popis jakým způsobem postupovat při poskytování darů, neprodejných vzorků, zvaní lékařů na mezinárodní kongresy, poskytování (v případě společnosti AstraZeneca spíše neposkytování) propagačních předmětů atd. V neposlední řadě popisuje rady v případě výskytu etických dilemat. Etický kodex společnosti AstraZeneca má přímý vliv na chování zaměstnanců a tím i na její pověst a dobré jméno. To pak ovlivňuje, jakým způsobem ji vnímá veřejnost, klienti, obchodní partneři, její zaměstnanci a akcionáři.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BOHATÁ M., P. SEKNIČKA a M. ŠEMRÁK. *Úvod do hospodářské etiky*. 1. Vyd. Praha: Codex Bohemia, 1997, 188 s. ISBN 80-85963-40-X

FIALA, B. *Podnikatelská etika*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005, 200 s. ISBN 80-2441-241-1.

HUK, J. *Mediální publikum a výzkum veřejného mínění*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola Jana Amose Komenského s.r.o., 2007, 112 s. ISBN 978-80-86723-24-2

MUNZAROVÁ, M. *Lékařská etika od A do Z*. 1. vyd. Praha : Grada, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1024-2.

NYTROVÁ, O. a M. PIKÁLKOVÁ. *Etika a logika v komunikaci*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola Jana Amose Komenského s.r.o., 2007, 340 s. ISBN 978-80-86723-45-7

SOKOL, J. *Etika a život*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2010, 239 s. ISBN 978-80-7429-063-3

Seznam použitých zahraničních zdrojů

ANZENBACHER, A.. *Úvod do etiky*. 2. vyd. Praha : Academia, 2001, 292 s. ISBN 80-2000-917-5.

FULLER, L. *Morálka práva*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 1998, 229 s. ISBN 80-86005-65-8

GIDDENS, A. *Sociologie*. 1. vyd. Praha: Agro, 2000, 595 s. ISBN 80-7203-124-4

ROBINSON, Dave.: GARRATT, Chris. *Etika*. 1.vyd. Praha : Portál, 2004, 175 s, ISBN 80-7178-941-0

THOMPSON, M. *Přehled etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, 168 s. ISBN 80-7178-806-6.

WEISCHEDEL, W. *Skeptická etika*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 1999, 166 s. ISBN 80-86005-84-4

Seznam ostatních zdrojů

ZATLOUKALOVÁ, Z. *Etický kodex ve společnosti AstraZeneca Czech Republic s. r.o. – možnosti a meze jeho využití*. Bakalářská práce. Univerzita Jana Amose Komenského, 2011, 51 s.

Seznam použitých internetových zdrojů

ASOCIACE INOVATIVNÍHO FARMACEUTICKÉHO PRŮMYSLU. *Databáze světových lékařských kongresů*. [online]. 2011 [cit. 2012-10-26]. Dostupné z:

<http://lekarskekongresy.cz/>

ASOCIACE INOVATIVNÍHO FARMACEUTICKÉHO PRŮMYSLU. *Etický kodex*. [online]. 27.3.2012 [cit. 2012-10-26]. Dostupné z:

<http://www.aifp.cz/cz/clanky.php?kat=3>

AstraZeneca Global Policy, Anti-Bribery and Anti Corruption. [online]. 2012 [cit. 2012-10-26]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=MDT-Type&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DExternal-interactions.pdf&blobheadervalue2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285620978967&ssbinary=true>

AstraZeneca Global Policy, Communications. [online]. 2012 [cit. 2012-10-22]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=MDT-Type&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DCommunications.pdf&blobheadervalue2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285631985664&ssbinary=true>

AstraZeneca Global Policy, Community Support. [online]. 2012 [cit. 2012-09-15]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadertype=Content-Disposition&blobheadertype2=MDT-Type&blobheadertype1=inline%3B+filename%3DCommunity-support%2C-including-patient-group-interactions.pdf&blobheadertype2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285620406155&ssbinary=true>

AstraZeneca Global Policy, Community support, including patient group interactions. [online]. 2012 [cit. 2012-10-25]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadertype=Content-Disposition&blobheadertype2=MDT-Type&blobheadertype1=inline%3B+filename%3DCommunity-support%2C-including-patient-group-interactions.pdf&blobheadertype2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285620406155&ssbinary=true>

AstraZeneca Global Policy, External Interactions. [online]. 2012 [cit. 2012-10-25]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadertype=Content-Disposition&blobheadertype2=MDT-Type&blobheadertype1=inline%3B+filename%3DExternal-interactions.pdf&blobheadertype2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285620978967&ssbinary=true>

AstraZeneca Global Policy, Providing information about our products. [online]. 2012 [cit. 2012-10-22]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadertype=Content-Disposition&blobheadertype2=MDT-Type&blobheadertype1=inline%3B+filename%3DProviding-information-about-our-products.pdf&blobheadertype2=abinary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285620406428&ssbinary=true>

Code of Conduct. [online]. 2012 [cit. 2012-09-15]. Dostupné z:

<http://www.astrazeneca.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2F>

[pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=MDT-Type&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DEnglish.pdf&blobheadervalue2=binary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285635922569&ssbinary=true](http://www.cma.cz/Upload/Documents/dokumenty/CMA_kodex.pdf?blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=MDT-Type&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DEnglish.pdf&blobheadervalue2=binary%3B+charset%3DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1285635922569&ssbinary=true)

ČESKÁ MANAŽERSKÁ ASOCIACE. *Kodex manažera*. [online]. 04-1998 [cit. 2012-10-01]. Dostupné z:

http://www.cma.cz/Upload/Documents/dokumenty/CMA_kodex.pdf

ČTK. *Firmy nebo kolegy poškozují na 40% zaměstnanců*. [online]. 15.6. 2012 [cit. 2012-10-15]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/ekonomika/firmy-nebo-kolegy-poskozuj-na-40-procent-zamestnancu-774214>

MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ. *Protikorupční strategie Ministerstva zdravotnictví České republiky pro přímo řízené organizace*. [online]. 25.1.2013 [cit. 2013-02-01]. Dostupné z:

http://mzcr.cz/obsah/protikorupcni-opatrenive-zdravotnictvi_846_1.html

SEZNAM GRAFŮ a TABULEK

Seznam grafů

Graf 1: Povědomí lékařů o existenci aktuálního Etického kodexu společnosti AstraZeneca	54
Graf 2: Názor lékařů na Etický kodex na základě tří výše uvedených možností	55
Graf 3: Počet lékařů, kteří zaznamenali zpřísnění Etického kodexu ve smyslu menší možnosti účasti na mezinárodních kongresech či obdržení drobného propagačního předmětu	56
Graf 4: Názor lékařů na efektivnost opatření (například účast na kongresech, propagační předměty) z hlediska podporování protikorupčního prostředí	57
Graf 5: Způsob, jakým lékaři vnímají Etický kodex společnosti AstraZeneca z hlediska jeho přísnosti	58
Graf 6: Názor lékařů na společnost AstraZeneca jako na společnost, která dodržuje přísná etická pravidla	59
Graf 7: Názor lékařů na zavedení stejně přísného etického kodexu ve všech farmaceutických firmách	60
Graf 8: Lékaři, kteří by zvažovali možnost účasti na kongrese na základě uzavření smlouvy a vypracování přednášky z kongresu	61
Graf 9: Negativa Etického kodexu společnosti AstraZeneca, na základě výpovědi lékařů	62
Graf 10: Vnímání spolupráce lékařů se společnostmi AstraZeneca z hlediska jejího etického přístupu versus s ostatními farmaceutickými firmami	63
Graf 11: Vliv nabídky účasti na kongresu či propagačního předmětu na rozhodnutí lékaře o volbě léčivého přípravku	64
Graf 12: Vnímání zaměstnanců nové aktualizace Etického kodexu	73
Graf 13: Názor zaměstnanců na efektivnost Etického kodexu (ve smyslu jeho vnímání lékaři a veřejností)	74
Graf 14: Názor zaměstnanců na to, zda Etický kodex podporuje protikorupční prostředí a transparentnost jednání ve farmaceutickém průmyslu	75
Graf 15: Vnímání přínosu zavedení stejného etického kodexu do všech farmaceutických firem	76

Graf 16: Znázornění negativ Etického kodexu společnosti AstraZeneca, na základě výpovědi zaměstnanců	77
Graf 17: Zaměstnanci, kteří jsou hrdí na to, že pracují ve společnosti AstraZeneca	78

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1: Popis výzkumného vzorku výzkumu zaměřeného na lékaře	52
Tabulka č. 2: Popis výzkumného vzorku výzkumu zaměřeného na zaměstnance	71

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Dotazník – průzkum zaměřený na lékaře	I
Příloha B – Dotazník – průzkum zaměřený na zaměstnance.....	II

Průzkum zaměřený na lékaře

Věk Pohlaví Délka praxe

1. Máte povědomí o existenci Etické kodexu společnosti AstraZeneca Czech Republic s.r.o.?

Ano Ne

2. Pokud jste odpověděl/a v předchozí otázce kladně, jaký je Váš názor na tento Etický kodex?

- Hodnotím ho negativně, protože omezuje mé potřeby (např. po účasti na mezinárodních kongresech, po propagačních předmětech atd.)
- Hodnotím ho pozitivně, protože podporuje protikorupční prostředí
- Nemám názor

3. Zaznamenal/a jste jeho zpřísnění například ve smyslu menší možnosti účasti na mezinárodních kongresech či obdržení drobného propagačního předmětu?

Ano Ne

4. Jsou tato opatření (například účast na kongresech, propagační předměty) podle Vašeho mínění efektivní ve smyslu podpory protikorupčního prostředí?

Ano Ne

5. Je podle Vás Etický kodex společnosti AstraZeneca přísnější než etický kodex jiných farmaceutických firem?

Ano Ne

6. Vnímáte společnost AstraZeneca jako společnost, která dodržuje přísná etická pravidla?

Ano Ne

7. Uvítal/a byste možnost, kdyby stejně přísný etický kodex dodržovaly všechny farmaceutické firmy?

Ano Ne

8. Podmínkou účasti na mezinárodním kongresu (na pozvání společnosti AstraZeneca) je uzavření smlouvy a vypracování přednášky z kongresu. Zvažoval/a byste za takových podmínek svou účast na kongrese?

Ano Ne

9. Napadají Vás nějaká negativa Etického kodexu platného ve společnosti AstraZeneca?

Pokud ano, uveďte prosím jaká Ne

10. Vnímáte spolupráci se společností AstraZeneca z hlediska jejího etického přístupu pozitivněji než s ostatními farmaceutickými firmami?

Ano Spíše ano Spíše ne Ne

11. Ovlivňuje Vaše rozhodování o volbě léčivého přípravku možnost zúčastnit se kongresu či získání propagačního předmětu?

Ano Spíše ano Spíše ne Ne

Průzkum zaměřený na zaměstnance

Věk Pohlaví Délka pracovního poměru v AstraZeneca

1. Jak vnímáte novou aktualizaci stávajícího etického kodexu společnosti AstraZeneca?

Zcela pozitivně Spíše pozitivně Spíše negativně Zcela negativně

2. Myslíte si, že tato aktualizace je efektivní ve smyslu vnímání společnosti AstraZeneca lékaři a veřejností?

Zcela efektivní Spíše efektivní Spíše neefektivní Zcela neefektivní

3. Domníváte se, že v současnosti platný Etický kodex společnosti AstraZeneca podporuje protikorupční prostředí ve farmaceutickém průmyslu?

Zcela podporuje Spíše podporuje Spíše nepodporuje Zcela nepodporuje

4. Vnímá/a byste jako přínos zavedení stejného etického kodexu do všech farmaceutických firem?

Ano Spíše ano Spíše ne Ne

5. Napadají Vás nějaká negativa platného Etického kodexu ve společnosti AstraZeneca?

Pokud ano, uveďte prosím jaká Ne

6. Jste hrdí na to, že pracujete ve společnosti AstraZeneca z hlediska jejího přístupu k etice?

Ano Spíše ano Spíše ne Ne

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Zuzana Zatloukalová

Obor: Mediální a komunikační studia

Forma studia: Magisterské kombinované studium

Název práce: Aktualizovaný Etický kodex ve společnosti AstraZeneca Czech Republic s.r.o.- jeho vnímání zaměstnanci a lékaři

Rok: 2013

Počet stran textu bez příloh: 84

Celkový počet stran příloh: 3

Počet titulů českých použitých zdrojů: 6

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 6

Počet internetových zdrojů: 12

Počet ostatních zdrojů: 1

Vedoucí práce: PhDr. Pavel Beňo