

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Diplomová práce

Etické principy v ekonomice podniku

Bc. Aneta Horáková

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Aneta Horáková

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Etické principy v ekonomice podniku

Název anglicky

Ethical principles in business economics

Cíle práce

Cílem diplomové práce je popsat a zhodnotit vliv uplatňování principů etického řízení na chod a ekonomiku podniku. V první části diplomové práce je cílem zpracovat teorii týkající se etiky, podniku a vlivu etického chování na chod a ekonomiku podniku, v druhé části práce provést dotazníkové šetření a pozorování v konkrétní firmě, zpracovat a zhodnotit výsledky. Z výsledků následně vyvodit závěr a doporučit návrhy na zlepšení etického prostředí, které by přispěly k větší efektivnosti v podniku.

Metodika

Práce je zpracována na základě kompilace a komparace poznatků, čerpaných z odborných publikací zaměřených na etiku v podniku a etiku v ekonomice. Vlastní praktická část je zpracována na základě sběru informací v konkrétním podniku. Sběr informací je prováděn sledováním dění v podniku a formou strukturovaného dotazníku. V závěrečné části práce je grafické vyhodnocení a zpracování výsledků.

Doporučený rozsah práce

60 – 80

Klíčová slova

Etika, mrav, etika v zaměstnání, podnik, etické chování, pracovní prostředí, motivace zaměstnanců

Doporučené zdroje informací

DYTRT, Z. *Dobré jméno firmy*. Praha: Alfa Publishing, 2006. ISBN 80-86851-45-1.

DYTRT, Z. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1589-9.

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

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

SOKOL, J. *Etika, život, instituce : pokus o praktickou filosofii*. Praha: Vyšehrad, 2014. ISBN 978-80-7429-223-1.

TROJAN, S. J. *Etické vztahy v ekonomice*. Praha: Oikoyomenh, 2012. ISBN 978-80-7298-480-0

Předběžný termín obhajoby

2017/18 LS – PEF

Vedoucí práce

Mgr. Jan Brabec, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 26. 10. 2017

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 1. 11. 2017

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 26. 03. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci "Etické principy v ekonomice podniku" vypracovala samostatně s použitím zdrojů uvedených v seznamu použité literatury.

V Praze dne 26.3.2018

Poděkování

Touto cestou bych velmi ráda poděkovala Mgr. Janu Brabcovi, Ph.D. za vedení mé diplomové práce a především za ochotu, cenné rady a věcné připomínky. Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření za jejich ochotu a věnovaný čas.

Souhrn

Diplomová práce se zabývá etickými principy v ekonomice podniku. Literární rešerše poskytuje teoretické poznatky o etice, etice v podnikání a o vztahu etiky a ekonomiky. Součástí diplomové práce je praktická část zaměřena na analýzu odpovědí z dotazníkového šetření. Šetření bylo zaměřeno na dodržování etických principů v konkrétní firmě a na názory respondentů na etiku v podnikání jako celku. V závěru práce jsou okomentovány výsledky šetření a doporučeny návrhy na zlepšení etického prostředí.

Klíčová slova: Etika, mrav, etika v podniku, podnik, etické chování, pracovní prostředí, zaměstnanci, korupce.

Summary

The diploma thesis deals with ethical principles in the economy of a company. The literary research provides theoretical knowledge of ethics, ethics in business, and the relationship between ethics and economics. Part of the diploma thesis focuses on the analysis of questionnaire responses. The questionnaire focused on the adherence to ethical standards in a selected company as well as the respondents' views on ethics in business as a whole. At the end of the paper, the results of the questionnaire are commented on and suggestions for improving the ethical environment are recommended.

Keywords: Ethics, moral, ethics in the business, business, ethical behaviour, working environment, employee, corruption.

Obsah

1 Úvod	10
2 Cíl práce a metodika.....	11
2.1. Cíl práce	11
2.2. Metodika.....	11
3 Rešerše	12
3.1 Etika	12
3.1.1. Morálka, mrav	13
3.1.2. Odpovědnost a rozhodování	14
3.1.3. Spravedlnost	15
3.1.4. Svoboda, etnost a blahobyt v ekonomice	17
3.1.4.1. Ekonomická svoboda	17
3.1.5. Dobro a zlo	18
3.1.6. Etická hodnota	19
3.2. Vysvětlení základních pojmů týkajících se podniku.....	21
3.2.1. Podnik, podnikatel, podnikání	21
3.2.2. Ekonomika a cíle podniku	23
3.2.3. Trh a tržní mechanismus.....	23
3.2.4. Ekonomické procesy.....	24
3.3. Etika a ekonomie	25
3.3.1. Etické principy v ekonomice	25
3.3.1.1. Prosazení principů etického řízení do praxe	26
3.3.2. Vztah etiky a ekonomie	27
3.3.2.1. Vztah etického a ekonomického chování	27
3.3.2.2. Sedm pravidel etického chování v podnikání	28
3.3.3. Etika v ekonomickém kontextu	29
3.3.3.1. Integrace etiky do podnikání.....	29
3.3.3.2. Studie souvislosti mezi etikou a ekonomickým úspěchem.....	30
3.3.3.3. Ziskovost a etika, výhody etického chování	31
3.3.4. Podnikatelské prostředí.....	32
3.3.4.1. Odpovědnost za podnikatelské prostředí	33
3.3.4.2. Vývoj podnikatelského prostředí v České republice	34
3.3.4.3. Současná situace podnikatelského prostředí v České republice	34
3.3.4.4. Výzkum etiky podnikatelského prostředí v České republice.....	35
3.3.5. Firemní kultura	36
3.3.6. Podnikatelská etika	37

3.3.6.1. Předmět podnikatelské etiky	38
3.3.6.2. Vývoj podnikatelské etiky	39
3.3.7. Etika a zaměstnanci	40
3.3.8. Etika v podnikatelském prostředí ve vztahu zaměstnavatele k zaměstnanci.	40
3.3.9. Konkurence a etika	41
3.3.10. Etika ve vnitřní komunikaci podniku	41
3.3.11. Společenská a sociální odpovědnost firem	42
3.3.11.1. Odpovědnost firem vůči zákazníkům	44
3.3.12. Nástroje etického řízení	45
3.3.12.1. Tradiční nástroje a metody etického řízení	45
3.3.12.2. Moderní nástroje a metody etického řízení	49
3.4. Závěr teoretické části	50
4. Praktická část	51
4.1. Úvod k praktické části	51
4.2. Charakteristika zkoumané společnosti	51
4.3. Cíl praktické části	52
4.4. Charakteristika sbětu dat	52
4.5. Charakteristika pozorovaných a dotazovaných osob	53
4.6. Vyhodnocení dotazníku	53
4.7. Diskuse a doporučení	67
5. Závěr	69
6. Bibliografie	70
6.1. Literatura	70
6.2. Internetové zdroje	72
7. Seznamy	74
7.1. Seznam obrázků	74
7.2. Seznam grafů	74

1 Úvod

Podnikatelská etika bývá velmi často diskutovaným tématem. Již od minulosti sebou nese podnikání určitou dávku morálních zásad. Lidé vždy věděli že existuje “dobré a špatné” chování, avšak ne všichni tyto pravidla vždy dodržovali. Vzhledem k soudobým složitým vztahům v podnicích byl vytvořen legislativní rámec opatření, který má vést k zabraňování nemorálního chování.

K tomu, aby bylo etické a morální chování dodržováno, mají důvod především majitelé a investoři firem, kteří si uvědomují, že etické chování podniku je úzce spjato se ziskem. Dalším důvodem pro etické chování je společenská odpovědnost firem, a to zejména vůči svým zaměstnancům a svému okolí. Pokud se firma chová společensky odpovědně, vzbuzuje tím svou důvěryhodnost, což má pozitivní dopad na zaměstnance, dodavatele, a především na zákazníky.

Ke zlepšení etického chování zavádějí podniky etické principy, a to pomocí etických nástrojů, mezi nejčastěji používané nástroje patří etický kodex a vzdělávání zaměstnanců. Tyto nástroje motivují zaměstnance, přinášejí jim určitý návod na to, jak správně řešit morální problémy, a především jak etickým či morálním problémům předcházet. Etické nástroje zvyšují konkurenceschopnost firmy a tím přispívají ke zvýšení ekonomické aktivity firmy.

Jelikož je toto téma komplexní záležitostí, budou v této práci nejprve obecně vysvětleny základní etické pojmy čerpané z odborné literatury. Podrobně pak bude popsána důležitost a přínosnost etiky v podnikatelském prostředí, zejména zavádění etických principů do chodu a řízení podniku.

Praktická část práce bude zaměřena na vyhodnocení dotazníkového šetření zaměřeného na dodržování etických principů v konkrétním podniku a na názory respondentů na ekonomiku ve firmách v České republice obecně. Ze zjištěných informací bude zpracován závěr a doporučeny návrhy na zlepšení etického prostředí v podniku.

2 Cíl práce a metodika

2.1. Cíl práce

Cílem diplomové práce je popsat a zhodnotit vliv uplatňování etických principů na řízení, chod a ekonomiku podniku. Tento cíl bude dosažen několika dílčími cíli.

V první části diplomové práce je cílem zpracovat teorii týkající se především etiky, jako celku, dále pojmy týkající se podnikání a v neposlední řadě zpracovat teorii, jenž poukazuje na důležitost a vliv etiky v podnikání a dodržování etických principů.

Ve druhé části práce je cílem provést dotazníkové šetření a pozorování v konkrétní firmě, zaměřené v první části na názory a dodržování etických principů ve firmě a na zjištění, zdali jsou ve vybrané firmě tyto principy dodržovány. Druhá část dotazníku je zaměřena na názory respondentů ohledně dodržování etických principů obecně v podnikatelském prostředí. Na základě sondy poté zpracovat a zhodnotit výsledky. Z výsledků následně vyvodit závěr a doporučit návrhy na zlepšení etického prostředí, které by přispělo k větší efektivnosti vybraného podniku.

2.2. Metodika

Práce je rozdělena na dvě hlavní části, a to na teoretickou a praktickou. Teoretická část je zpracována na základě kompilace a komparace poznatků, čerpaných z odborných internetových i knižních publikací, zaměřených nejdříve na etiku obecně a také na problematiku etiky v podniku. Dále je popsána důležitost etických principů v ekonomice a v neposlední řadě je zde v teoretické části charakterizováno podnikatelské prostředí a nástroje etického řízení.

Praktická část je složena z dotazníkového šetření a jeho vyhodnocení. Sběr informací je prováděn zúčastněným pozorováním v podniku a formou strukturovaného dotazníku. Dotazníkové šetření proběhlo na půdě firmy, kde také byly sledovány bezprostřední reakce na podávané otázky. V závěru práce jsou porovnány teoretické poznatky s výsledky z dotazníkového šetření a na jejich základě navrženy vhodné opatření ke zlepšení podnikatelské etiky v podniku a dodržování etických principů.

3 Rešerše

V běžné mezilidské komunikaci se setkáváme s některými termíny, jimiž se zabývá etická věda. Aby však nedošlo k nedorozumění je přínosné vysvětlit a definovat základní pojmy, které budou v této části diplomové práce vysvětleny. Etika v podnikání je součástí mnoha děl českých i zahraničních autorů a jejich implementace je součástí této kapitoly.

3.1 Etika

„Za zrod etiky jako vědy, která popisuje chování lidí k sobě navzájem, lidstvo vděčí řecké kultuře. Podle Sókrata je etika naukou o tom, co máme činit a co svým rozumem považujeme za patřičné a náležité“ (Trojan, 2012 str. 13).

Slovo etika se odvozuje od řeckého éthos, znamenající způsob života upravující nějaký řád, pravidlo, podle něhož by se měli lidé chovat. Etika je filosofická disciplína, ve které jde o zkoumání lidského chování a jednání v oblasti morálních vztahů.

Etické rozhodování se opírá o to, co má člověk dělat, aby to bylo správné, naproti tomu stojí situace, kdy se člověk rozhoduje, co je pro něj výhodné a co mu přinese užitek. Při rozlišení těchto dvou motivů, jenž nás doprovází při našem rozhodování, přicházíme na to, co je předmětem etického zkoumání (Sokol, 2014).

Jak uvádí Sokol (Sokol, 2014), hovoříme-li o etice, je důležité předpokládat, že se jednání člověka odlišuje od nehodnotitelných reakcí behavioristické psychologie (behaviorální psychologie se zabývá psychologí chování). Důležitý je předpoklad, že člověk ví, co je možné si dovolit a co ne, a také si musí umět přiznat, že v minulosti mohl jednat jinak, než jednal. Člověk se může nacházet ve složitých situacích, ve kterých jedná spontánně bez většího uvažování, ale také se ocitá v situacích, kdy si své chování pečlivě rozmýšlí. Podle Sokola nás etické principy ovlivňují v každodenním životě a každý den zasahují do našeho počínání. Etika zasahuje také krom běžného života, do některých vědních disciplín, zasahujících do chodu společnosti. Jedná se zejména o zvýšenou pozornost veřejnosti o veřejnou správu, upřenou na neetické chování úředníků, což se nejčastěji týká korupce a podvodů, jež mohou mít dopad na celou společnost.

Azenbacher (Azenbacher, 1994) vykládá etiku jako míru humanity, případně jako samostatný fenomén.

3.1.1. Morálka, mrav

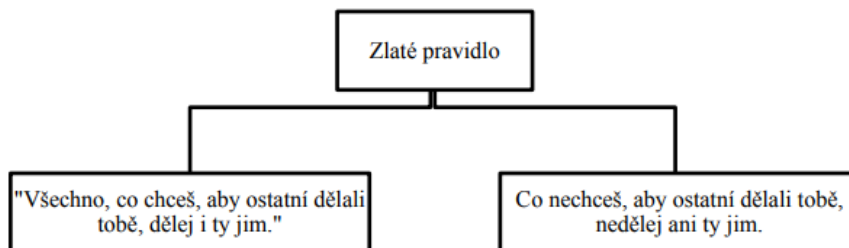
„Mravní rozhodování patří do oblasti, kterou nazýváme mravností, morálkou. Mezi oběma pojmy je jemný rozdíl. Hovoříme-li o morálním či mravním stavu společnosti, máme na mysli způsob, jímž lidé ve svých vzájemných vztazích naplňují mravní, morální pravidla, či jak se proti nim naopak prohřešují. Pokud máme na mysli úroveň a projevy morálních vztahů mezi lidmi, tedy jakousi bilanci chování lidí, občanů a sobě navzájem, pak hovoříme o morálce dané společnosti. Pokud se zaměřujeme spíše na normy mravního chování a jejich zdůvodnění, okruh jejich platnosti apod., pak je na místě mluvit o mravnost“ (Trojan, 2012 str. 14).

Janotová (Janotová, 2005) vykládá původní význam slova morálka jako vůli, která je dána člověku určitou autoritou. Při posuzování lidí se využívají různé kategorie etiky. Každý si může vyložit význam morálky jinak, neboť každý považuje za dobré a špatné něco jiného. V morálce se setkáváme s pojmem „Zlaté pravidlo“ jenž vychází z přesvědčení, že by člověk neměl dělat druhému to, co nechce aby druhý dělal jemu. Morálka je považována za regulátor chování. Bez ohledu na původ morálky, se dá říci, že je to jev v mezilidských vztazích, kterým se řídí chování lidí, jako živých bytostí k jiným lidem k okolí i k sobě samým (Janotová, 2005).

Podle Trojana (Trojan, 2012) je dnes morálka chápána především v souvislosti s osobním životem, charakterem a chováním jednotlivce. Mrav chápe jako pravidlo, zásadu morálního uvažování a jednání, které vyjadřuje základní principy etického systému. Oproti tomu Sokol (Sokol, 2014) nazírá na mrav, jako na soubor naučených kulturních vzorců. Říkají nám, jak se správně chovat a jednat s ohledem na to, jak jsme k tomu vedeni společností. Slovní formulaci mravu pak uvádí takto - „*dělej všechno tak, jak „se“ to dělá, jednej tak, jak jednají ostatní. Ne všichni, nýbrž ty správné vzory, učí, jak se to má dělat.*“ (Sokol, 2014 stránky 69-70).

Mezi mravností a morálkou však existuje rozdíl, jak pojednává ve své knize Jakub S. Trojan (Trojan, 2012), hovoříme-li o morálním neboli mravním stavu společnosti, máme tím na mysli způsob, při němž lidé ve svých vzájemných interakcích naplňují mravní, morální

pravidla nebo se proti nim prohřešují. Pokud se zabýváme morálními vztahy a jejich úrovní, tak hovoříme o morálce dané společnosti. Pokud se ale zaměříme na normy chování a okruh jejich platnosti, mluvíme o mravnosti.



Obrázek 1- Zlaté pravidlo (Hanuláková, 1997)

3.1.2. Odpovědnost a rozhodování

Odpovědnost

Jak uvádí Sokol (Sokol, 2014) ve své knize *Etika, Život, Instituce*, odpovědnost je široký etický pojem, označující ručení osoby za nějaké jednání či věc. Jedná se o komplikovaný vztah, zahrnující tři prvky, *kdo, za co a komu* odpovídá. Rozlišujeme odpovědnost retrospektivní neboli odpovědnost za to, co se již stalo a odpovědnost prospektivní, jež dává osobě nějakou odpovědnost do budoucnosti. Odpovědnost je nezbytná pro fungování společnosti, neboť se lidé musejí na sebe vzájemně spoléhat. Odpovědné osoby dělíme na ty, co mají nedělenou odpovědnost a ty, s vymezenou smluvní odpovědností. O nedělené odpovědnosti hovoříme jako o odpovědnosti jednotlivého člověka jako osoby. S vymezenou smluvní odpovědností se setkáváme například u zaměstnance vůči zaměstnavateli.

Lidé pracují na všech hladinách podniku a za úspěch či neúspěch jsou plně zodpovědní. Odpovědnost pracovníků je velice důležitá, jedinci jsou v organizaci odpovědni za vlastní chování a rozhodování. Při objektivním hodnocení působnosti institucí musíme uvádět pracovníka a jeho odpovědnost, aby bylo jasné, kdo je za svou práci odpovědný. Odpovědnost za vedení zaměstnanců vede k celoživotnímu vzdělávání, rozvíjení etických postojů a identity ke svému pracovišti (Sokol, 2014).

Rozhodování

Podle Sokola (Sokol, 2014) charakterizuje člověka to, že jedná a rozhoduje v trojím časovém vztahu a to *budoucím* – rozhoduje o budoucím, nebo se k rozhodnutí chystá, *přítomném* – právě teď jedná a rozhoduje a v čase *minulém* – zpětně hodnotí minulé rozhodování. Aby člověk mohl správně rozhodovat je třeba ujasnit si čeho chceme rozhodnutím dosáhnout. Pokud rozhodujeme v organizaci, napomáhá rozhodnutí psaný projekt nebo záměr který navazuje na studii proveditelnosti. Tento jakýsi rámec, kterého se musíme držet nám značně ulehčí rozhodování, byť se může zdát, že je různě podmíněné.

V knize Sekničky a Putnové (Seknička, a další, 2007) se můžeme dočíst, že v podniku je řízení a rozhodování prací manažerů. Teorie rozhodování je zaměřena na formálně-logickou stránku rozhodování. Z toto pohledu vyplývají tři základní přístupy:

- teorie užitku
- sociálně psychologické teorie
- kvantitativní teorie

Zabýváme-li se podnikovou etikou jsou pro nás důležité především sociálně psychologické koncepce a kvantitativní teorie, jelikož každý podnik si klade za cíl maximalizovat zisk. V etickém rozhodování je však nutné rozlišit řadu dilemat a problémů. Při rozlišování je nutné provést důkladnou analýzu etického hlediska což přispívá ke spravedlivějšímu rozhodnutí (Seknička, a další, 2007).

3.1.3. Spravedlnost

„Zákony platí bez výjimky pro všechny občany, neuznávají se žádné výsady jednotlivce nebo společenské vrstvy. Se spravedlivým jednáním je spojen požadavek, aby lidé obdrželi to, co si zaslouží“ (Trojan, 2012 str. 63).

Jak pojednává kapitola *mrav a morálka* a také Jan Sokol (Sokol, 2014) ve své knize, mrav a morálka regulují jednání z hlediska jednající osoby. Na tuto problematiku se lze dívat také z pohledu třetí osoby a zde se setkáváme s pojmem spravedlnost. Pojem spravedlnost se prolíná

všemi etickými teoriemi. Tento pojem je velice často spojován s rovností. Historické hledisko spravedlnosti lze hledat v náboženských a filozofických dílech. Učení o spravedlnosti se do podvědomí lidí dostalo prostřednictvím římského práva. I v dnešní době je spravedlnost spojována spíše s právem, jemuž předchází ale má i rozšířenější význam. První zkušenost, kdy se člověk se spravedlností setká, bývá většinou zkušenost s nespravedlností. Nejčastější otázka spojená se spravedlností je, *co je a co není spravedlivé?*

Spravedlnost bývá považována za základní požadavek v jednání mezi lidmi, ale to není dostatečná podmínka proto, aby mezi nimi vznikl dobrý vztah. Spravedlnost bývá často spojována s férovým jednáním, což znamená, že při jednání bychom neměli svým partnerům podsouvat nečisté úmysly. Férově bychom se měli chovat ke svým spoluzaměstnancům i podřízeným. K nespravedlnosti a neférovosti dochází tehdy, když je na stejné chování uplatňováno různé měřítko. Férovost zdůrazňuje nestrannost a důslednost což patří k charakteristikám spravedlnosti. (Sokol, 2014), (Trojan, 2012).

Retributivní a distributivní spravedlnost

Sokol (Sokol, 2014) uvádí, že retributivní, neboli korekční spravedlnost se zabývá hodnocením vztahu mezi dvěma stranami. Má napravit vzniklou křivdu. Jakmile je porušena rovnováha mezi nimi, je třeba ji obnovit, například pokud jeden dluží druhému, měla by se rovnováha obnovit vymáháním nesplněného závazku. Na retributivní spravedlnosti se zakládá trestní i soukromé právo.

Distributivní neboli rozdělovací spravedlnost je o poznání složitější. Distributivní spravedlnost řídí chování toho, kdo něco rozděluje. Není však lehké vždy vše spravedlivě rozdělit. Aristoteles to označuje za aritmetickou rovnost, což také v praxi bývá nejčastější, ale není možné si s ní všude vystačit, neboť nejde brát „kus jako kus“. Proto Aristoteles zavedl ještě geometrickou rovnost, která zohledňuje zásluhy jednotlivce, což znamená že například lepší pracovník si zaslouží větší odměnu. Geometrickou rovnost lze však chápat i opačně a to tak, že je potřeba vyrovnávat různá znevýhodnění a handicap (Sokol, 2014).

3.1.4. Svoboda, ctnost a blahobyt v ekonomice

- Svoboda je schopnost i možnost volit, jednat a rozhodovat podle svého uvážení.
- Ctnost je etická či morální dominanta, tvořící dominantní celek, který ovlivňuje činy, bytí a motivaci.
- Blahobyt obecně označuje bohatství a hojnost. Hovoříme-li o čistém ekonomickém blahobytu, máme na mysli ukazatel korigující hrubý domácí produkt.

Jak píše Sandel (Sandel, 2015) ve svém díle, hovoříme-li o svobodě, ctnosti a blahobytu v ekonomice, musíme mít na mysli, že nejde pouze o to, jak by se k sobě měli jednotlivci chovat, ale především, jak by měl být formulován zákon, podle něhož by se měla společnost řídit. Zde se opět setkáváme s otázkami spravedlnosti. Trh zvyšuje blahobyt společnosti a tím dává lidem podnět k tomu, aby o něj dále usilovali. Trh respektuje osobní svobodu, znamená to, že nechává na lidech, aby se sami rozhodli, co budou vyměňovat a za jakou hodnotu. Vysoké ceny vyvolávající větší nabídku zboží a větší nabídku je třeba poměřovat se zátěží, která zatěžuje ty, kteří si nemohou dovolit je zaplatit. Ve středověku filozofové a teologové věřili, že směna zboží se má dít za „spravedlivou cenu“, vyplývající z hodnoty věci. Ekonomové se však domnívají, že cenu určuje nabídka a poptávka po věci, nic takového jako „spravedlivá cena“ podle nich neexistuje.

Trh se stává „nesvobodným“ pokud jsou kupující při koupi pod tlakem a jejich nákup nezbytných statků je vynucený, zde se jedná například o bezpečné ubytování během stavu nouze. Lidé se chovají neeticky, převládne jejich chamtivost a vydělávají na zoufalství druhých. Na druhé straně se setkáváme s hněvem z nespravedlnosti, lidé jsou pobouřeni z toho, že někdo má prospěch na jejich utrpení (Sandel, 2015).

3.1.4.1. Ekonomická svoboda

Ekonomická svoboda je chápána především jako právo každého člověka nakládat se svým majetkem, podnikat na volném trhu, mít možnost pracovat a nakládat s výsledky své práce podle svého uvážení. V ekonomicky svobodné společnosti nestojí lidem vláda v cestě. Vláda by měla zasahovat pouze v případech ochrany práv a svobody samé.

Ekonomická svoboda přináší naplnění společenských i hospodářských cílů, což lze změřit na základě několika parametrů jako je: otevřenost ekonomiky, omezená moc vlády, efektivita regulace, nebo vláda práva (Bartas, 2016).

3.1.5. Dobro a zlo

Mravní dobro lze charakterizovat jako to, co je shodné se svědomím, mravní zlo jako to, co svědomí odporuje (Azenbacher, 1994).

Otázkami dobra a zla se lidé zabývají již od nepaměti. Význam těchto slov je však stále těžko uchopitelný. Obecně lze říci, že zla a dobra se dopouštějí jen lidé, v říši zvířat se s těmito pojmy nesetkáváme. Člověk je za své činy a rozhodování zodpovědný. V běžném životě bereme dobro jako situace přinášející potěšení či spokojenost, naopak zlo je vnímáno jako situace spojená s bolestí a smutkem. Dobro a zlo jsou tedy dva odlišné pojmy, které souvisejí s emocionálním kritériem.

Na problematiku dobra a zla nazírá z historického hlediska (Trojan, 2012) , který sestavil osu, na níž je zobrazeno osm myšlenkových proudů, lišících se v názorech na konání dobra a zla.

Mezi nejvíce pochybovačný názor patří jednoznačně *Kantův*. Kant považuje za morální pouze čin, který není odměněn. Veškeré činy tedy musí být provedeny bez záměru či vidiny zisku, nýbrž pouze z čisté povinnosti. Názoru Kanta se nejvíce přibližují *stoikové*, kteří sice neodmítají odměnu za provedený čin, ale odměna nesmí být hlavním motivem daného činu. Nezáměr o užitek mají také *křesťané*. U křesťanů je však rozdíl v nazírání na čin, hřích shledávají i v myšlenkách. Dalším směrem na Trojanově ose je *hebrejské učení*, což je směr, který je nastaven pro maximalizaci vlastního užitku a má jasně nastavena pravidla. *Utilitarismus* naopak uvažuje ve prospěch a v maximalizaci zisku ve prospěch celku. *Epikurejci* jsou považováni za největší rivaly stoiků. Tolerují veškeré zlo konané za nějakým účelem. Mrav činů hodnotí podle toho, jakého užitku dosáhli. I přes tolerování zla je zde snaha o jeho minimalizaci. *Klasičtí ekonomové* představují směr, který zcela vyvrací utilitaristické myšlení. Jedinec neodpovídá za užitek celé společnosti, maximalizuje pouze svou potřebu užitku. Na posledním místě se nachází *Mandeville*. Zde je morálka bezcenný pojem. Tento směr představuje nejextrémnější směr z pohledu ekonomie a etiky. Řídí se heslem, které říká, že

pokud bude jedinec nepoctivý a bude se chovat neeticky, tím lépe se mu bude dařit (Sedláček, 2009) (Trojan, 2012).

3.1.6. Etická hodnota

„Hodnoty, normy a účely jednání jsou etická pravidla, která můžeme chápat jako standardy společnosti, které mohou vést nejen k imperativní sebekontrolě aktérů, ale i k tomu, že členové společnosti, kteří poruší určité normy, jsou za to ostatními členy společnosti sankcionováni“ (Seknička, a další, 2016 str. 44).

Seknička a Putová (Seknička, a další, 2016) si ve své knize *Etika v podnikání a hodnoty trhu* pokládají otázku co je hodnota. Z jejich knihy vyplývá, že tento pojem je velice problémovým a diskutovaným termínem. Etické hodnoty jsou standardy, jimiž jedinci určují, co je dobré a důležité. Hodnoty nestojí samostatně ale tvoří systém hodnot, v němž má každá hodnota svoji pozici. Mezi základní prvek hodnotového systému patří boj dobra a zla, spravedlnost a od ní odvozená svoboda.

Kondrla (Kondrla, a další, 2013) ve své knize zmiňuje, že pojem „hodnota“ který se poprvé objevil v politické ekonomii a matematice nahradil původní termín ctnost. Jelikož byl pojem převzat z ekonomie, byly hledány souvislosti s ekonomickou hodnotou, cenou. V moderní etice je „hodnota“ brána jako něco důležitého pro jednání a rozhodování, s čím souvisí i řetězec – *hodnota-rozhodnutí-čin*. Hodnoty rozvíjejí osobnost, klíčové jsou zejména hodnoty rozvíjející charakter osobnosti, tyto hodnoty se postupně vyvíjejí a je jich dosahováno postupně například vzděláváním a výchovou. Ovlivňují růst a zaměření osobnosti (Kondrla, a další, 2013).

Etické a kulturní hodnoty jsou vztahovány především k hlavním otázkám dobra a zla, spravedlnosti a nespravedlnosti. Pojem „hodnota“ souvisí s etickým hodnocením a morálním vědomím, které úzce souvisí s jednáním a rozhodováním (Seknička, a další, 2016).

3.1.7. Etika smýšlení

Jak píše Trojan (Trojan, 2012) ve své knize, základ pro etiku smýšlení položil filosof Immanuel Kant. Tato etika pozoruje vnitřní motivaci odpovědných činů. Právě motivace je pro etiku smýšlení rozhodující. Kant chtěl založit mravní jednání především na tom, že jedná pouze z povinnosti a nesleduje vnější účel. Kantovo základní pravidlo zní: *Jednej tak, aby maxima tvé vůle mohla být zároveň obecně platným principem*. Tuto formulaci lze nalézt v mnoha obměnách, avšak všechny vedou k vyjádření obecné platnosti mravního příkazu. Ta má platit za každých okolností, bez ohledu na podmínky, v níž osoby jednají a rozhodují. Jde tedy o stanovení takového pravidla, které by bylo přijato všemi lidmi a platilo by jako všeobecně přijímaná norma mravního rozhodování.

3.1.8. Společenské normy

V každé společnosti existují pravidla, která regulují chování. Každá skupina má určité normy, podle kterých se mají členové skupiny řídit. Společenské normy vznikají na základě uvědomělých rozhodnutí, převzetím norem od jiné společnosti, přenášení norem mezi skupinami nebo náhodou. Tyto normy jsou spojovány s cíli společnosti a potřebami lidí.

Coleman (Coleman, 1990) definuje společenské normy jako pravidla chování. Dodržování norem je odměňováno, a naopak nedodržování je trestáno sankcemi. Valná většina ekonomů tvrdí, že společenské normy mají značný vliv na ekonomiku podniku. Mezi tyto ekonomy patří například Akerlof, Lindbeck, nebo North.

3.2. Vysvětlení základních pojmů týkajících se podniku

Tato část diplomové práce je věnována poznatkům v oblasti podniku obecně. České právo vymezuje slovo podnik jako předmět právních vztahů, v ekonomické oblasti je tento pojem používán k označení ekonomického subjektu, kde jako hlavní činnosti převládají výrobní či produkční kapacity.

3.2.1. Podnik, podnikatel, podnikání

Podnik

“ Podnikem je každý subjekt, který vykonává hospodářskou činnost bez ohledu na jeho právní formu, je základním prvkem národního hospodářství” (Vochozka, a další, 2012 str. 35).

Jak uvádí Vochozka (Vochozka, a další, 2012), podnik se skládá z hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání. Mezi hlavní funkce podniku patří funkce výrobní, dodavatelská, vědeckotechnická, ekonomická, politická, sociální a v neposlední řadě také bezpečnostní a společenská odpovědnost.

V historii i evropském prostoru existuje několik různých definic pojmu podnik, což uvádí ve své knize také Lesák (Lasák, 2013). Jedna z mnoha definic říká, že podnik je výsledkem podnikatelské myšlenky podnikatele. Je předmětem právních vztahů se smíšenou povahou, avšak jeho podstatou je nehmotný prvek. Dle zákona je podnik chápán jako soubor hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání. K podniku náleží práva, věci a majetkové hodnoty, které slouží k provozování podniku, nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit. V právu je podnik považován za věc hromadnou.

Jak uvádějí Srpová a Řehoř (Srpová, a další, 2010) ve svém díle *Základy podnikání*, v podniku dochází k přeměně vstupů na výstupy. Podnik je samostatná právní jednotka, jež je založena za účelem podnikání. Tato jednotka je ekonomicky samostatná s čímž souvisí i odpovědnost vlastníků za konkrétní výsledky v podnikání. Mezi všeobecné znaky podniku patří zejména výrobní faktory práce, půda, kapitál. Podnikem je jednotka, která tyto faktory účelně kombinuje. Podnik se řídí principem hospodárnosti, snaží se o maximalizaci výstupu, minimalizaci vstupu a optimalizaci vztahu mezi vstupy a výstupy (Srpová, a další, 2010).

Jelikož jsou podniky v určitém místě a lokalitě, působí na ně mnoho faktorů. Nejčastějšími faktory působící na podnik jsou místní či regionální politika a také konkurence. Každý podnik usiluje o co nejlepší postavení na trhu a o získání vzácných zdrojů (Dvořáček, a další, 2012).

Podnikatel

Nový občanský zákoník definuje podnikatele takto:

„Podnikatelem je ten, kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“ (ipodnikatel.cz, 2014)

Dle Samuelsona (Samuelson, a další, 1995) je podnikatelem osoba organizující výrobu, obsahem její činnosti je řízení prací v podniku. Je nutné, rozlišovat slova podnikatel, manažer a vlastník podniku. Podnikatel vkládá do podniku vlastní prostředky, vlastník podniku nese riziko podnikání, manažer do podniku investuje svoji práci a je v podniku ve smluvním vztahu.

Podnikatel musí mít jednu velice důležitou vlastnost a tou je podnikavost, jedná se o soubor objektivních a subjektivních předpokladů k podnikání. Podnikavost rozlišujeme vnitřní a vnější. Vnější je zaměřena na rozvoj vztahů ve svém okolí, a to se zákazníky, bankami, státní a veřejnou správou. Vnitřní podnikavost je chápána jako schopnost záměrně vytvářet podnikatelské příležitosti na trhu (Samuelson, a další, 1995).

Podnikání

Podle Srpové (Srpová, a další, 2010) je podnikání považováno za základ rozvoje civilizace, jeho smyslem je vytvoření něčeho nového, nové přidané hodnoty. Tato hodnota může mít finanční či například sociální formu. Podnikání jako přístup je charakterizováno také jako snaha vytvořit něco navíc, samostatné vyhledávání příležitostí k realizaci cíle či v neposlední řadě jako přebírání vlastní odpovědnosti a nesení rizik plynoucích z podnikání.

3.2.2. Ekonomika a cíle podniku

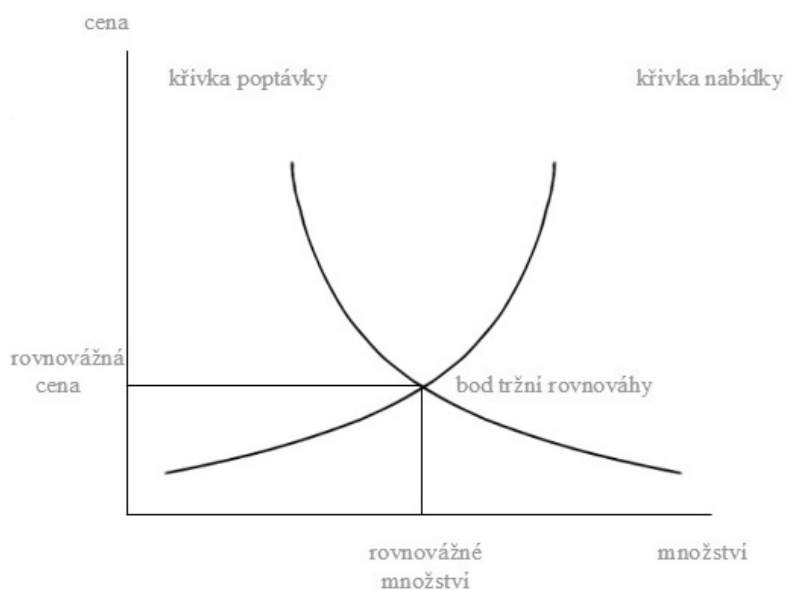
Dle Vochozky (Vochozka, a další, 2012) se podniková ekonomika zabývá především podnikem a jeho cíli, řízením, funkcemi a životními fázemi podniku. V podnikové ekonomice je hlavní jednotkou podnik. Pokud podnik vyrábí své výrobky a při tom efektivně kombinuje výrobní faktory, hovoříme o efektivnosti a hospodárnosti podniku.

Hlavním cílem podniku je dosažení zisku, pokud jej podnik dosahuje, roste i jeho tržní hodnota. Podnik dosahuje zisku v případě, že jsou výnosy větší než náklady (Vochozka, a další, 2012).

3.2.3. Trh a tržní mechanismus

Trh je místo, kde se střetává nabídka s poptávkou, jinak řečeno prostor, kde se v určitém čase střetávají kupující a poptávající. V tomto prostoru dochází ke směně statků nebo financí. Zatímco obchod mohou tvořit pouze dva subjekty, trh musí tvořit alespoň subjekty tři, aby mohla vzniknout konkurence. Existují různé druhy trhů, například trh se zákazníky, investory či dodavateli (Wilmington, 2016).

Tržní mechanismus je systém, pomocí něhož vstupuje kupující a prodávající do styku, výsledkem je určení množství a ceny směňovaného zboží. Reguluje tedy množství vyráběného a spotřebovaného zboží v národním hospodářství. Mezi faktor ovlivňující výslednou cenu patří množství nabízeného množství. Na druhé straně pak stojí množství poptávajících ochotno koupit výrobek či službu za danou cenu. Pokud obě strany akceptují cenu, dochází na trhu k rovnováze. Tržní mechanismus má tu vlastnost, že po vychýlení z rovnováhy na trhu, se mechanismus snaží dosáhnout opětovně rovnovážný stav. Pomocí státních zásahů vede k hospodárnému rozdělování statků a služeb ve společnosti. Základními prvky tržního mechanismu jsou nabídka, poptávka a cena (Holman, 2002).



Obrázek 2 - Tržní mechanismus, rovnováha na trhu (Vlastní zpracování)

3.2.4. Ekonomické procesy

Jak zmiňuje Trojan (Trojan, 2012) ve svém díle, již od dob A. Smitha a D. Ricarda panuje představa, že hospodářské procesy jsou zákonité povahy. Podobnost s přírodní zákonitostí vyvolalo představu, že podobné zákonitosti se projevují i v oblasti lidských činností. Tyto lidské činnosti, které mají celospolečenský dosah, mají stále stoupající tendenci. Od 17. století se začínají zaobírat rozvojem hospodářství.

Podle klasických ekonomů platí, že každý sleduje pouze svůj účel, avšak protože se vše děje v konkurenčním prostředí ve výsledku dochází k prospěchu všech účastníků na trhu. Tímto se naplňuje obecný princip ekonomických procesů, jenž platí jako všeobecný účel hospodářství. Tímto principem je prodat vyrobené zboží či nabízené služby za co nejvýhodnějších podmínek.

Hospodářské aktivity a vztahy neleze řídit shora z jednoho centrálního místa. Jednalo by se o velmi nákladnou a deformující snahu, jak ostatně ukazuje i fakt z minulosti, kdy vládl systém, který mocensky zasahoval do všech sfér soukromého života. A. Smith pochopil že nelze ponechat hospodářský život bez zákonů a pravidel.

V hospodářství je tedy důležité, aby se našel vyvážený poměr mezi krajním ekonomismem, který vytěsňuje mravní hlediska a mezi moralismem, který nedbá na efektivnost hospodářství (Trojan, 2012).

3.3. Etika a ekonomie

V souvislosti s problematikou etiky v podnikání je v této části diplomové práce nastíněna důležitost etiky v ekonomice a existence podnikové kultury jako celku.

3.3.1. Etické principy v ekonomice

Etické principy představují klíčové zásady pro implementaci etiky do každodenních činností podniku. Podniková etika a její rozvoj závisejí na srozumitelném vymezení etických principů a na jejich správném zavedení do praxe. Společně s klíčovými etickými hodnotami a tradicemi podniku vytvářejí principy stupnici nové podnikové kultury.

Principy etického chování jsou rozděleny do tří kategorií. První se zabývá filosofickými východisky, které usilují o společné dobro a respektování nezbytných zákonitostí. Další dimenze se zabývá vlastní zásadou etického jednání podniku a ve třetí dimenzi jsou popsány principy jednání podílejících se skupin na úrovni podniku. Třetí část bývá obsažena v kodexu firmy či v pravidlech etického jednání (Seknička, a další, 2007).

Jak uvádí Jakubíková (Jakubíková, 2012) ve své knize, mezi etické principy patří morálka, etika, mravnost a kultura. Pilířem podnikatelské etiky jsou takové zásady, které vyžadují dodržování základních hodnot, bez kterých by podnikání nemohlo fungovat. Etické principy jsou základní ideou etického řízení, jsou klíčové pro zavedení etiky do každodenní činnosti podniku. Tyto principy by se měli zavést do strategických cílů podniku. Firmy při zavádění základních morálních principů uplatňují různé postupy, a to například pomocí nástrojů etického řízení. Etické nástroje s principy úzce souvisí. K zavedení principů a nástrojů do praxe je využíváno metod etického řízení. Najde se ale i mnoho firem, kde spoléhají na vrozenou čestnost svých zaměstnanců.

Mezi základní principy etického jednání v podnikání se řadí především odpovědnost podnikání, zásady podnikatelského chování, čestnost, respektování pravidel či ochrana životního prostředí (Jakubíková, 2012).

3.3.1.1. Prosazení principů etického řízení do praxe

Pro prosazení etických principů řízení do praxe je podle Sekničky a Putnové (Seknička, a další, 2007) zapotřebí devět kroků.

Ztotožnění – vlastníci podniku a manažeři se musejí ztotožnit s principy etického řízení a se zásadami obchodní etiky. Pokud se vlastníci a manažeři podniku s principy neztotožní, je velice mizivá šance, že se etické principy v podniku prosadí.

Vypracování – podnik musí mít jasně vypracovány principy etického řízení, nebo zásady podnikové etiky.

Podpora a kontrola – pro zavedení etických principů musí být jednoznačná podpora od vedení podniku a od statutárních orgánů. Management musí dohlížet a kontrolovat zavádění principů do infrastruktury podniku.

Hledání chyb – je třeba sledovat a odhalovat chyby a problémy vzniklé při implementaci etických principů.

Volba teoretického modelu – nejlepší pro implementaci etických principů je zvolit již osvědčený teoretický model, většinou je tímto modelem teorie participujících skupin.

Vytvoření pravidel chování nebo etického kodexu – tyto pravidla by měla mít jasně danou formální podobu. Zaměstnanci by měli mít povědomí o existenci těchto pravidel.

Prověření – je nutné prověřit dodržování etických principů v praxi.

Propagace pravidel – důležité je, aby se pravidla stala známými, a to nejen pro zaměstnance ale i pro dodavatele, zákazníky, investory a věřitelé. Pravidla by měla být veřejně přístupná a měla by pokrývat celé spektrum činností podniku.

Etický kodex na všech stupních řízení – etický kodex podporovaný vedením se musí dostat na všechny stupně řízení (Seknička, a další, 2007).

3.3.2. Vztah etiky a ekonomie

Při nahlížení na etiku a ekonomiku se může zdát, že tyto dva pojmy jsou zcela nesourodé a nezávislé. Etika se řadí mezi normativní obory, formulující pravidla našeho jednání, kdežto ekonomika je považována za vědu pozitivní, jež popisuje naše skutečné jednání.

Tyto dva pojmy však mají mezi sebou spojitost a jsou na sobě závislé. Etika i ekonomika se zabývají lidským a společenským jednáním. V ekonomickém jednání je obsažen vztah jednání k druhému a s druhými bývá často potíže se vypořádat.

Názory ekonomů na souvislost a propojení etiky a ekonomiky se liší. Například Adam Smith (Smith, 2001) ve svém díle *Pojednání o původu a podstatě bohatství národu*, uvádí, co vedlo ke vzniku mechanického pojetí trhu, na němž se setkávají jednotlivci sledující své zájmy vedené neviditelnou rukou dokonalé konkurence. Mají za úkol maximalizaci vlastního užitku a také celkový blahobyt pro společnost. Skloubení vlastního a společenského zájmu je spojeno s dodržováním podmínek dokonalé konkurence.

Dle Trojana (Trojan, 2012) existuje v české společnosti mýtus, který říká, že podniková sféra a ekonomika stojí mimo dobro a zlo. Pokud se podnikatel nebo i zaměstnanec chová nečestně, lže a podvádí, může jeho jednání vést ke špatným vztahům, a to jak v podniku, tak i ve vztahu s ostatními podniky. V krajním případě může toto chování vést k ukončení kariéry. Dalším problémem, který dlouhodobě zatěžuje podnikatelskou sféru je zaměstnanec, který je až příliš přizpůsobivý a bezmyšlenkovitě vykonává všechny požadavky, které jsou na něho kladené. Často kopíruje chování ostatních a chová se anonymně. To pak vede k jeho apatii vůči rozhodování a při mravním tlaku pak neví, jak se zachovat, což může ovlivnit chod podniku.

3.3.2.1. Vztah etického a ekonomického chování

Petr Gonda (Gonda, 2008) ve své knize uvádí jako základní společný znak mezi ekonomikou a etikou dobrovolné jednání člověka. Je-li respektována podstata člověka ve společnosti, pak je možno vymezit východiska vztahu etiky a ekonomiky takto:

1. Individualita člověka a jeho jedinečnost

2. Nedokonalost, rozumové omezení, omylnost člověka

Tyto východiska jsou velice důležitá k pochopení vztahu etiky a ekonomiky.

Vztahem etického a ekonomického chování se také zabývá ve svém díle Amartya Sen (Sen, 2002). Hovoří o přínosu etiky a ekonomie. Zabývá se etickými a logickými zdroji v ekonomice. Etický zdroj klade důraz na etické úvahy, jenž definují lidské chování.

3.3.2.2. Sedm pravidel etického chování v podnikání

Trojan (Trojan, 2012) vymezil sedm pravidel etického chování v podnikání.

1. Pamatuj na dobro lidí

Toto pravidlo se vztahuje i na lidi, kteří nejsou přímými účastníky trhu. V tomto pravidlu jde především o to, pamatovat si, že naše činy mohou mít dopad na okolí.

2. Pamatuj na to, že jsi členem komunity

Člověk si musí uvědomit, že podnikání má svá pravidla. Dodržování etických principů není pouze zdvořilostí. Cílem je, aby si jedinec uvědomil, že se tato pravidla musí dodržovat i pokud dojde k neshodám.

3. Respektuj zákony

Respektování zákonů je základním předpokladem pro to, aby podnikatelské prostředí fungovalo tak, jak má. Ne vše je ošetřeno zákonem. Nutné je také zamítnout způsoby, které nejsou protizákonné, ale jsou v rozporu s etickým chováním.

4. Respektuj mravní zásady

Toto pravidlo se odráží od Kantova kategorického imperativu, který platí bez výjimek, pro každého a za každé situace.

5. Mysli objektivně

Pravidla platí objektivně a jsou pro všechny stejná.

6. Jednej jako osobnost

Ethos, od kterého je slovo etika odvozeno, lze přeložit také jako charakter. Při veškerém jednání jedná každý jedinec jako osobnost, která má mravní kredit, váží si sama sebe a dbá na svoji dobrou pověst.

7. Respektuj zvyky druhých

Zvyky a obyčeje druhých je třeba respektovat, avšak nikoli na svůj úkor mravnosti. V podnikání dochází často ke střetu dvou mravních výzev. V takových situacích je třeba dojít ke kompromisu, aby ani jedna ze zúčastněných stran neutrpěla újmu (Trojan, 2012).

3.3.3. Etika v ekonomickém kontextu

Holubová (Holubová, 2009) uvádí, že etika a mravnost jsou v podnikání upraveny právními normami, ty mají být akceptovány a dodržovány všemi zúčastněnými stranami.

Hovoříme-li v ekonomické sféře o etice, jedná se především o podnikatelskou kulturu, o dodržování etického chování a rozhodování. Etiku pak lze chápat jako dodržování slušného chování ve vztahu k obchodním partnerům nebo ve vztahu s dodavateli. Podniky zahrnují etické principy a nástroje do podnikatelské činnosti, za nadstandardní se pak považuje vzorový „etický kodex pro podnikatele“, ten začleňují podnikatelé v členských státech EU do směrnic a nařízení ve svých podnicích. „Etický kodex pro podnikatele“ obsahuje například priority týkající se ochrany životního prostředí, odpovědnosti za ekologicky šetrné prostředí, trvalého budování firemní kultury, zlepšování profilu firmy a mnoho dalších (Holubová, 2009).

3.3.3.1. Integrace etiky do podnikání

Jak se můžeme dočíst v knize *Etické řízení ve firmě* (Seknička, a další, 2007), zavedení etiky do podnikání není jednorázový proces. Pokud má podniková etika fungovat, musí existovat důvody, které zavedení etiky podpoří. Důvodů proč zavést etické principy do podnikání je mnoho, rozlišují se důvody obecné, jenž přispívají ke zvýšení kvality života a důvody specifické, ty přispívají například k lepšímu postavení podniku na trhu. Při integraci etiky do podnikání je velice důležité, aby podnik dodržoval nutné principy. Jde především o cílevědomost, což znamená, že podnik musí mít jasný plán. Z tohoto plánu by mělo být zcela

jasné, kam bude podnik směřovat a jaké nástroje a metody k tomu budou použity. Dodržování etického chování ve společnosti přispívá ke snižování nepříznivých dopadů na hospodářství podniku.

Při aplikaci etických nástrojů v konkrétním podniku je nutné hledět na společenská, politická a ekonomická specifika v daném regionu. V zemi, kde je delší tradice zavádění etiky do ekonomiky a propracovaný legislativní rámec, vnímáme spíše společenskou odpovědnost podniků. Naopak v regionech s vysokou mírou korupce, jako je východní Evropa či Afrika, jsou zaváděny programy na potlačování a represi negativních jevů, a především na boj proti korupci (Seknička, a další, 2007).

3.3.3.2. Studie souvislosti mezi etikou a ekonomickým úspěchem

Dle Zhenzhonga (Zhenzhong, 2009) došlo v posledních letech k posunu klíčových oblastí ve zkoumání etiky. K podnikatelské etice, do níž spadá etické rozhodování, přibyla etická problematika odrážející se od teorie stakeholders¹ a zkoumání dopadu společenské odpovědnosti firem na chování zákazníků.

Dle Strobel (Strobel, a další, 2010) přicházejí výzkumné organizace i jednotlivci stále častěji k výsledkům, které ukazují že etika a ekonomický úspěch spolu souvisí. Existují výzkumy, které napovídají pozitivnímu propojení mezi etickým vedením a ekonomickými ukazateli podniku. Z výsledků jasně vyplývá, že podniky, které mají zavedeny etické principy do systému řízení jsou z dlouhodobého hlediska úspěšnější. Další studie poukazují na důležitost „image“ firmy, coby společensky odpovědného podniku v rámci nábory nových zaměstnanců. Pro uchazeče o práci je otázka image firmy jedním z klíčových kritérií. Pokud se firma chová společensky odpovědně ke svým zaměstnancům, snižuje tak fluktuaci zaměstnanců a přispívá ke zvyšování loajality zaměstnance vůči zaměstnavateli (Strobel, a další, 2010).

¹ Teorie Stakeholder je odezva na předcházející klasický pohled a přirozený vývoj v podniku. Podle této teorie by měla být firma vyňata z požadavku na morální odpovědnost (Seknička, a další, 2016).

3.3.3.3. Ziskovost a etika, výhody etického chování

A. Smith je považován za zakladatele moderní ekonomie, mimo jiné také popisuje provázanost etických přístupů a ziskovosti. V jeho díle se můžeme dočíst, že při dosažení zisku z podnikání nastává mnoho otázek, mezi něž patří, co s výtěžkem. Etické principy se tedy uplatňují již při procesu vytváření zisku. V protestantských zemích se nacházejí podniky, jejichž řízení je poznamenáno protestantskou morálkou, což klade důraz především na kumulaci zisku a omezení spotřeby. Pokud vycházíme z pozice maximalizovat zisk, najdeme mnoho důvodů k etickému chování. Zavedení etického řízení má vliv na celý tržní systém a na hospodářské výsledky podniku, dále na zlepšení míry korupce, zvyšování produktivity, snižování nákladů, snižování hospodářské kriminality a v neposlední řadě také k lepší konkurenceschopnosti, jenž zvyšuje atraktivitu pro investory (Smith, 2001).

Seknička (Seknička, a další, 2007) a Mallya (Mallya, 2007) ve svých publikacích uvádějí, že zavádění podnikatelské etiky může vést k finančním úsporám v oblasti bezpečnosti, ochrany majetku a v kontrolních mechanismech. Zavedením podnikatelské etiky dochází k posilování vazeb mezi zaměstnavateli a zaměstnanci, posiluje se tak jejich loajalita a výkonnost. Zákazníky stále častěji zajímají podmínky, v nichž byl daný výrobek vyroben a také celkové vystupování a chování podniku. Dobrá pověst je lákavá pro nové investory, a tak má podnik dostatečný objem prostředků pro další růst. Mezi další výhody etického chování patří dobrá reputace, prohlubující se dobré vztahy s dodavateli, vytváření důvěry a udržovat vysoce kvalitní zaměstnance. V neposlední řadě se podnik etickým chováním vyhne pokutám, penále a právním nákladům.

Pokud se eticky chová celá společnost, jsou přínosy vždy pozitivní. Vytvářejí se trvalé předpoklady pro efektivní a produktivní fungování hospodářství, což se odráží ve všech dimenzích společnosti. (Seknička, a další, 2007) (Mallya, 2007).

3.3.4. Podnikatelské prostředí

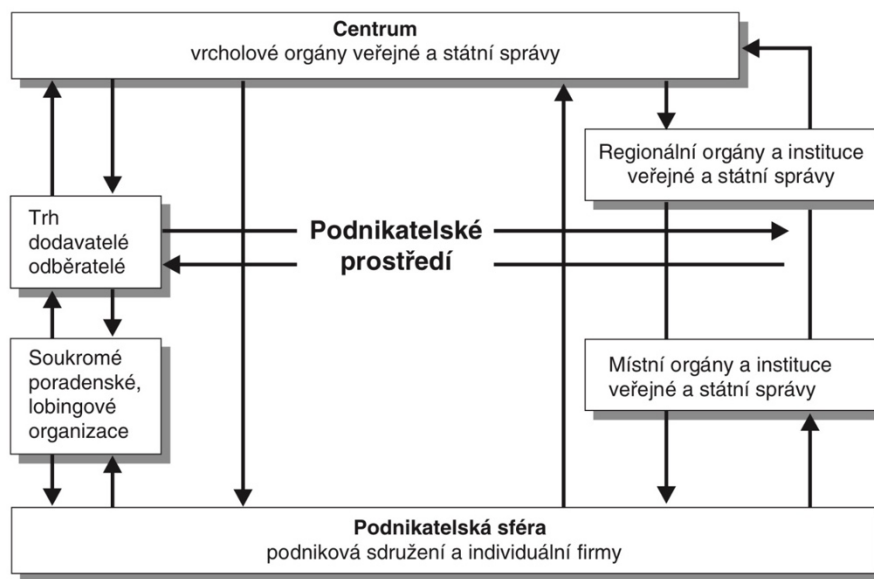
Podnikatelské prostředí je souhrn vnějších vlivů, ovlivňujících výkonnost a konkurenceschopnost podnikatelských subjektů. Podnikatelské výsledky se odrážejí od toho, v jak kvalitním prostředí se podnik nachází. Toto prostředí je dáno především legislativními a ekonomickými podmínkami země. Prostedí působí na podnikatele a zároveň podnikatelé určují charakter podnikatelského prostředí. Zejména malé a střední podniky jsou velmi citlivé na kvalitu podnikatelského prostředí.

Podnikatelské prostředí formují především makroekonomické faktory, jež jsou ovlivňovány výší úrokových sazeb, kupní a pracovní silou, inflací nebo konkurenceschopností na národním trhu v globálním měřítku. Dále jej ovlivňuje situace ve finančnictví, ovlivňující přístup podniků ke kapitálu. Podnikatelé v České republice stále častěji čelí zvyšování nákladů a ostřejšímu konkurenčnímu boji (ipodnikatel.cz, 2011).

Dytrt (Dytrt, 2006) říká, že trend světové ekonomiky vyžaduje urychlení přizpůsobení podnikatelského prostředí a výkonnosti ekonomiky jak z hlediska světového, tak i domácího trhu. S tím souvisí prohlubování etických postojů a postupů. Dodržování etiky je v podnikatelském prostředí prioritou, úzce souvisí s rozvojem vědy a techniky.

Podnikatelské prostředí se stále rozvíjí v závislosti na rozvoji ekonomiky, politiky a etických postojů jednotlivců. Při tvorbě podnikatelského prostředí hraje etika důležitou roli, jelikož ovlivňuje intenzitu vnímání potřeb. Míra etiky určuje úroveň a úspěšnost spolupráce, která se dále rozvíjí v partnerství. Za hlavní metodu spolupráce z etického hlediska je považována metoda win-win, neboli vítěz-vítěz, tato metoda spočívá v tom, že každá zúčastněná strana musí být ve výsledku považována za vítěze.

Dytrt uvádí jako předpoklad k vybudování etického podnikatelského prostředí společenskou shodu na formulaci strategického cíle, pravidlech a jejich dodržování (Dytrt, 2006).



Obrázek 3 - Nástin podnikatelského prostředí – prostor ovlivňování působením lidí (Dytrt, 2006)

3.3.4.1. Odpovědnost za podnikatelské prostředí

Jak uvádí Dytrt (Dytrt, 2006) ve své knize *Etika v podnikatelském prostředí*, lidé svými počiny vytvářejí jméno firmy a pocit spokojenosti či nespokojenosti ve svém okolí. Především pak jednotliví pracovníci jsou plně odpovědní za úspěchy i neúspěchy firmy. Hodnotíme-li činnost podniku, setkáváme se s anonymní odpovědností. Odpovědnost ve firmě je snadněji formulovatelná, než je tomu v organizacích veřejné správy kde na zaměstnance působí mnoho vlivů především z politického okolí. Proto by manažeři měli více apelovat na zaměstnance, aby se rozvíjeli, vzdělávali jak v odbornosti, tak i v etických postojích a k odpovědnosti za svoji práci. Priorita k vedení lidí je najít účinné metody stimulace a tím zajistit dostatečné motivování pracovníků k zodpovědnosti a ke svědomitému plnění pracovních úkolů. Pro stabilitu pracovního kolektivu je velice podstatné informovat pracovníky o podnikové strategii a možnosti kariérního růstu, k čemuž pomáhají etické vztahy mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci (Dytrt, 2006).

3.3.4.2. Vývoj podnikatelského prostředí v České republice

Dostál (Dostál, 2017) říká, že novou dobu podnikatelského vývoje odstartoval rok 1989. Po čtyřiceti letech socialismu však nebylo postavení ani práva zaměstnanců taková, jak se předpokládalo. Právo v socialistických zemích bylo na úrovni kapitalistických zemí ve 20. letech 20. století. Jedním z komunistických pilířů byly zaměstnanecké odbory, ty však neměli příliš valnou pověst a zaměstnanci z nich v polovině devadesátých let hromadně vystupovali.

První polovina devadesátých let byla ve znamení privatizace. Období po pádu komunismu charakterizuje výrok, který říká, že *co nebylo povoleno, bylo zakázáno, v realitě volného trhu, co není zakázáno, je povoleno*.

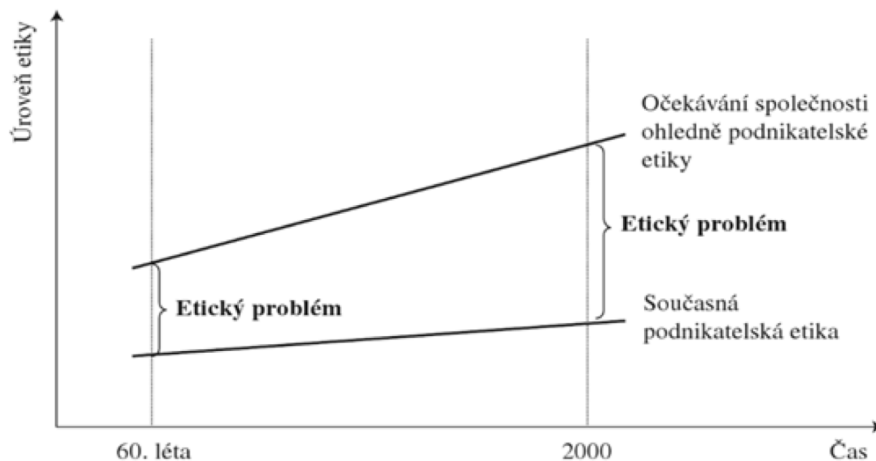
Důležitost podnikatelského prostředí se dostávala do povědomí až ve druhé polovině devadesátých let, neboť po několika skandálech z porevolučních let se lidé dožadovali „čistějšího“ podnikatelského prostředí (Dostál, 2017).

3.3.4.3. Současná situace podnikatelského prostředí v České republice

Podniky si stále více uvědomují důležitost zavádění etických principů do správného fungování podniku, a také že společenská odpovědnost firem není jen otázkou image společnosti, ale také ekonomickou nutností.

Značný vliv na zlepšování etického prostředí mají bezesporu zahraniční firmy na českém trhu, nadnárodní společnosti více prosazují zavádění a aplikaci etických kodexů.

Podle žebříčku Světové banky Doing Business 2017 došlo v České republice ke zlepšení téměř ve všech sledovaných ukazatelích (BusinessInfo.cz, 2016).



Obrázek 4 - Vývoj podnikatelské etiky (Zadražilová, 2010)

3.3.4.4. Výzkum etiky podnikatelského prostředí v České republice

V roce 2005 byl proveden firmou GfK výzkum, jehož cílem bylo zjistit postavení zástupců podnikatelské sféry, jak se stavějí k dodržování etických principů. Výzkumu se zúčastnilo 254 zástupců českých firem. Výzkum byl zaměřen především na podnikatelské prostředí v ČR, na dodržování etických pravidel, postoj k neetickému jednání, etické předpisy, kodexy a jejich dodržování a na další etické opatření ve firmách.

Z výzkumu firmy GfK vyplynulo, že podnikatelské prostředí v ČR není nakloněno etickému podnikání. Bylo zjištěno, že soukromý sektor je považován za etičtější nežli sektor veřejný. Úroveň etiky se však lepší a ve srovnání s ostatními zeměmi se naše země nachází na pomyslném žebříčku uprostřed, mezi zeměmi vnímaných jako země vyspělé. Etický kodex je zaveden v 51,9 % dotázaných firem. Dle výzkumu hodnotí většina dotázaných etické kodexy a jejich dodržování jako prospěšné (Čaník, a další, 2006).

3.3.5. Firemní kultura

Firemní kultura dle Vysekalové (Vysekalová, a další, 2009) vyjadřuje charakter firmy, celkovou atmosféru a vnitřní život ovlivňující chování a myšlení spolupracovníků ve firmě. Patří sem zvyklosti, rituály a hodnoty, jež ovlivňují chování všech pracovníků. Je to tedy soubor pravidel a vzorců chování, pracovních hodnot, norem a postupů. Firemní kultura je pro každý podnik specifická, ovlivňuje jeho strategii a měla by přispívat k dosažení firemních cílů (Vysekalová, a další, 2009).

Umlaufová a Preifer (Preifer, a další, 1993) popisují firemní kulturu jako souhrn přístupů, hodnot a představ v podniku, jež jsou trvale udržovány a trvale sdíleny. Podle nich jde ve firemní kultuře především o to, že se jedná o produkt myšlení lidí spojeným s charakterem provozované činnosti. Firemní kultura je kvalitativní veličina, a tak je složité ji měřit, lze ji však dle viditelných projevů poznat a pracovat s ní.

Zikmund (Zikmund, 2010) poukazuje na to, že firemní kultura má určité přínosy, a to například z pohledu zákazníka nebo obchodních partnerů, kdy díky ní tuší, co mohou od firmy očekávat. Nejzásadnější význam má pro stávající či potenciální zaměstnance firmy. Může fungovat jako klíčový prvek při získávání kvalitních zaměstnanců. Lidé dají přednost pracovišti s dobrou atmosférou na úkor menší mzdy. Pro stávající zaměstnance je důležitá jistota práce a vědomí, jak by firma postupovala v nestandardních situacích, které by zaměstnance mohli potkat, jako je například nemoc či úmrtí v rodině.

Aby se dala firemní kultura dobře řídit, je dobré ji tvořit vždy “odshora”. Nejdříve je však dobré mít nějakou strategii a poslání. Důležité je, aby firemní kultura byla dodržována všemi vedoucími a manažery na 100 %, budou tak příkladem zaměstnancům. Velice důležitým prvkem je zpětná vazba od zaměstnanců, protože jsou to především oni, kdo firemní kulturu rozvíjejí (Zikmund, 2010).

Základní prvky firemní kultury:

Symboly – patří sem různé znaky, zkratky, způsob oblékání, slang a různé další symboly, známé pouze členům organizace.

Hrdinové – jsou skuteční či imaginární lidé. Chování hrdinů slouží jako model a vzor ideálního chování zaměstnance. Jsou také nositeli tradice.

Rituály – jsou to společensky nezbytné činnosti a projevy. Patří sem neformální a formální schůze, oslavy a v neposlední řadě také informační a kontrolní systémy.

Hodnoty – představují nejhlubší úroveň kultury. Hodnoty představují obecné vědomí toho, co je normální a co není. Prolínají se s pracovní morálkou. Cílem je, aby byly dodržovány a sdíleny všemi pracovníky a zaměstnanci především ve vedoucí pozici (Vysekalová, a další, 2009).

3.3.6. Podnikatelská etika

„Podnikatelská etika zahrnuje morální normy a hodnoty, které upřesňují jednání a chování v ekonomice. Do popředí vystupuje hodnocení specifického jednání – zda je správné či nesprávné, etické či neetické. Jde především o aplikaci etických principů v podnikatelském procesu, kde základním úkolem hospodářské etiky je hledání rovnováhy mezi ekonomickými zisky a společenskými důsledky“ (Seknička, 2001 str. 161).

Jak uvádí Trojan (Trojan, 2012) ve své knize *Etické vztahy v ekonomice*, podnikatelská etika je zaměřena na obor lidské činnosti a je spojena s každodenním životem. Jde především o mravní vztahy mezi podnikateli a mravní otázky, které si klade sám podnikatel. Zaměřuje se na oblast podnikání a pomocí nástrojů se snaží přenést etické principy do podnikatelské praxe. Zaměřuje se na vztahy zaměstnanců mezi sebou, kvalitu výrobků, slušnost a dodržování smluv a zákonů.

Podle Riegla (Riegel, a další, 2006) si podnikatelé dobře uvědomují, jaké výhody jim přináší osvojení etických pravidel v podnikání. Zabýváme-li se podnikatelskou etikou jako aplikovaným vědním oborem, je důležité rozlišovat mezi aktéry, kteří do ekonomického života vstupují a těmi, jenž jsou vykonavateli etického a neetického chování ve firmě. Rozlišujeme

tak majitele, podnikatele, manažera a zaměstnance. Rozdíl mezi chováním jednotlivců lze sledovat. Majitel poskytuje kapitál a je vlastníkem zdroje, jeho rozhodnutí je ovlivněno okolím, společností. Podnikatel přináší vizi, kterou se snaží realizovat, zde se setkáváme s etickými momenty například zdali je předmět podnikatelské činnosti společensky prospěšný. Manažer podnikatelskou vizi realizuje a řídí konkrétní zaměstnance. Rozhodování manažerů se opírá o etické chování v případě rozhodování ovlivňujícího činnost firmy, produktivitu firmy, konkurenceschopnost, rozhodnutí ve směru k zaměstnancům firmy. Zaměstnanec se nachází v hierarchii firmy na nejnižší pozici, je vykonavatelem podnikatelské činnosti. Jeho role je z etického pohledu klíčová (Riegel, a další, 2006)

3.3.6.1. Předmět podnikatelské etiky

Bedrnová (Bedrnová, a další, 2002) sestavila základní okruh problémů, kterými se podniková etika zabývá:

3. *Bezpečnost a kvalita výrobků*
4. *Slušnost a věrnost zákonů*
5. *Konflikty zájmů a jejich řešení*
6. *Uzavírání pracovních smluv*
7. *Poctivost v obchodních praktikách*
8. *Vztahy k dodavatelům*
9. *Vztahy se zákazníky*
10. *Ochrana životního prostředí*
11. *Úplatky při získávání informací*
12. *Stanovení cen a zacházení s vnitřními ekonomickými informacemi*

3.3.6.2. Vývoj podnikatelské etiky

Podle Putnové a Sekničky (Seknička, a další, 2007) se lze s podnikatelskou etikou setkat již na začátku 20. století, zrod je spojen především s kapitalistickým podnikáním. Po druhé světové válce byla snaha prosazovat sociální aspekty, jako jsou například práva zákazníků a spotřebitelů.

Klíčovým rokem se stal pro podnikatelskou etiku rok 1974, ve kterém proběhla konference na níž byl vydán sborník o etice v podnikání. V roce 1979 založil Thomas Donaldson Society for Business Ethics v USA. V průběhu 70. let vznikla na amerických univerzitách centra zabývající se podnikatelskou etikou.

K rozvoji etiky jako interdisciplinární vědy došlo v 80. letech. V této době vznikla zásadní díla, jenž jsou používána dodnes. Mezi nejznámější se řadí kniha *On Ethics and Economics*, kterou napsal Amartya Sen. V knize popisuje dva přístupy a to etický a inženýrský. V prvním zdůrazňuje etické souvislosti, ve druhém upřednostňuje technické postupy.

V 90. letech vznikla světová organizace CRT sdružující podnikatele manažery a důležité osobnosti. Tato organizace se zaměřuje na význam globální firemní odpovědnost a na naplnění etických norem v mezinárodním obchodě. Prvním českým členem této společnosti se stal Jan Mühlfeit.

Devadesátá léta jsou označována za dobu institucionalizace podnikatelské etiky. Rostl počet publikací na téma etiky v podnikání. Tomuto tématu se také začaly věnovat kurzy a semináře na ekonomických fakultách. V roce 1999 podepsali státy Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj komplexní dokument, který se zabýval vztahy mezi vedením společnosti, akcionáři a zainteresovanými subjekty. Dále se dokument zaobíral tím, jak jsou cíle společnosti dosahovány. Klade důraz především na etickou, environmentální a sociální politiku firem.

V novém tisíciletí došlo k rozvoji nástrojů podnikatelské etiky. V roce 2002 byly Americkým kongresem přijaty mechanismy zaměřené na transparentnost finančních výkazů a účetnictví. Všechny společnosti, které jsou kotované na newyorské akciové burze musí mít v roce 2000 etický kodex.

Můžeme říci, že je v České republice podnikatelská etika na světové úrovni. K této skutečnosti přispívá fakt, že vznikl institut veřejného ochránce práv. Podnikatelská etika je tak plnohodnotnou disciplínou, kterou se zabývají odborníci i veřejnost (Seknička, a další, 2007).

3.3.7. Etika a zaměstnanci

Podle Stýbla (Stýblo, 2000) jsou jednou ze základních kapitol etiky hodnoty a jejich dodržování. Ne všichni zaměstnanci sdílejí stejné hodnoty jako jejich zaměstnavatelé, a proto u mnoha firem jsou zaměstnanci při vstupu do zaměstnání seznámeni se souborem pravidel či s etickým kodexem společnosti.

Firemní pravidla mohou mít různou podobu. Většinou se týkají toho, jak má zaměstnanec vystupovat, jak se má správně chovat k zákazníkům, jak jednat se spolupracovníky apod. Důležité je správně a srozumitelně tyto pravidla zformulovat, nejednotnost a nesrozumitelnost terminologie bývá klíčový problém (Stýblo, 2000).

3.3.8. Etika v podnikatelském prostředí ve vztahu zaměstnavatele k zaměstnanci

Zaměstnavatelé by měli dodržovat etická pravidla, chovat se podle nich a tím jít zaměstnancům příkladem. Dále by podle Dyrtra (Dytrt, 2006) měli vychovávat pracovníky, o nichž si myslí, že se ztotožňují s cíli firmy, budou zdravým jádrem podniku a budou ovlivňovat další pracovníky. Právě těmto zaměstnancům by měli zaměstnavatelé dávat najevo, jak si jejich práce cení a že jsou pro podnik potřební. V případě, že je zaměstnanec spokojen, podává v práci lepší výkon. Lepší výkon zaměstnance má vliv na prospěch ekonomiky podniku. V opačném případě, kdy zaměstnanci ve firmě nejsou spokojeni, vede tato situace k fluktuaci v podniku. Fluktuace v podniku je nežádoucí jev, vyžaduje značné náklady a to nejen ze strany zaměstnavatelů a zaměstnanců ale hlavně ze strany státu. Při budování dobrého jména podniku je velice důležité vytvořit produktivní a sehraný kolektiv. Podnik musí sledovat co zapříčiňuje fluktuaci a udělat taková opatření které nežádoucí fluktuaci sníží.

Fluktuace poukazuje na špatnou úroveň personální práce zaměstnavatelů, týkající se především motivace a výchovy zaměstnanců. V personální práci jsou zanedbávány především hmotné formy stimulace, jenž vedou zaměstnance i zaměstnavatele k rozvíjení etických postojů. Fluktuace má dopad na celé podnikatelské prostředí (Dytrt, 2006).

3.3.9. Konkurence a etika

Konkurence může etické principy v podnikání utlačovat nebo je naopak vyzdvihovat, tento jev pak nazýváme konkurenčním bojem. Pokud konkurence využívá nemorálních praktik, poškozují tím i ostatní firmy, ty se pak stěží dovedou udržet na trhu, aniž by se neuchýlili k podobným praktikám. Firmy omlouvají své neetické chování ekonomickou krizí a snahou udržení se na trhu, zde je třeba si uvědomit, že dodržování etických principů v podnikání je dobré nejen v době prosperity.

Konkurenční boj může být velice důležitý, v poslední době se stále více začíná hovořit o důležitosti zásad společenské odpovědnosti firem. Následky se týkají především ekologie. Spotřebitelé začali vyžadovat etické zásady v podnikání od firem, u kterých nakupují, což značně přispívá k jejich dodržování (ipodnikatel.cz, 2011).

3.3.10. Etika ve vnitřní komunikaci podniku

Jak zmiňuje Dytrt (Dytrt, 2006) ve své knize, dosažení cíle podniku závisí ze značné části také na komunikaci mezi lidmi, ať už mezi zaměstnanci nebo i mezi dodavateli a zákazníky. Úspěch firmy záleží také na tom, jak jsou zaměstnanci informováni o cílech a záměrech. Informovanost zaměstnanců vede k jejich větší motivaci při výkonu své práce, k jejich tvořivosti a snaze dosáhnout firemního cíle. Informovanost zaměstnanců vede k větší loajalitě a přispívá k lepšímu pracovnímu prostředí a firemní kultuře jako celku.

Informovat zaměstnance je práce především managementu, ten by při správném fungování měl vytvořit systém přenášení informací. Systém, který by umožňoval aktivní zapojení zaměstnanců do chodu podniku a tím zabránil vzniku nepravdivých informací, které vznikají tam, kde přednost informací správně nefunguje.

Nejdůležitější informací pro zaměstnance je cíl firmy a dále prioritní hodnoty podniku. S těmito hodnotami podniku by měli být zaměstnanci seznámeni aby se mohli zapojit do jejich plnění a ztotožnit se s nimi. Ke správné komunikaci a přenosu informací v podniku přispívají i vnitřní směrnice, etický kodex firmy, firemní tiskoviny a firemní porady.

Potřebným prvkem správné komunikace v podniku je úroveň komunikace mezi lidmi. Je třeba rozvíjet manažerské dovednosti a schopnosti aby uměli definovat a sdělovat své názory a postoje. K dobré komunikaci patří umění správně vést porady a představovat a prezentovat cíle firmy tak, aby byly všem srozumitelné a mohli je tak přijmout za své. Ke kvalitní komunikaci ve firmě přispívá zpětná vazba. Manažer získá zpětnou vazbu od zaměstnanců tím, že jim dá možnost řešit s ním různé dotazy a probrat náměty na zkvalitnění práce. Tímto se manažer sblíží se zaměstnancem, což se také ke kvalitnímu přenosu informací žádoucí. Zaměstnanci jsou pak také ochotni v případě potřeby pomoci i s činnostmi jenž není v náplni jejich práce.

Do oblasti vnitřní komunikace je vkládáno značné množství finančních prostředků a tak je potřebné prošetřovat jejich účinnost, v praxi se tato účinnost zjišťuje interními průzkumy. Výsledky jsou zpětnou vazbou, která ukazuje zda bylo informacím správně porozuměno a do jaké míry se shodují zájmy zaměstnanců s cíli firmy (Přikrylová, a další, 2010) (Dytrt, 2006).

3.3.11. Společenská a sociální odpovědnost firem

Dle Dytrta si veřejnost spojuje podnikání zejména s honbou za ziskem, bez ohledu na důsledky jejich jednání. Většina podniků se však snaží o korektní podnikání, ohleduplné vůči zainteresovaným stranám a životnímu prostředí. V poslední době se objevují různá doporučení etického jednání firem zaměřená na vnější i vnitřní prostředí firem. A právě jednotící pojem, který formuluje segment managementu se nazývá společenská odpovědnost firem (Dytrt, 2006).

Pojem společenská odpovědnost firem jinak známý pod zkratkou CSR, zahrnuje společensky odpovědné aktivity, realizaci veřejně prospěšných projektů a zapojování se v komunitě. Jsou to aktivity firmy nad rámec etických ale i zákonných a komerčních očekávání. CSR je závazek firem přijímat nové rozhodnutí a postupy. V praxi se jedná o koncept, jehož cílem je integrování sociálních a ekologických hledisek do chodu firmy, což se týká především etiky podnikání, pracovního a životního prostředí.

Základem u odpovědnosti firem je skloubit etiku a morálku s podnikáním, již v historii lze nalézt celou řadu „osvícených“ zakladatelů firem, kteří sledovali kromě ekonomické stránky také prospěch pro společnost. Nejvýznamnějším představitelem je Tomáš Baťa.

Rozhodování firem nevychází pouze ze zájmů a představ zákazníků, byť zákazníci patří mezi nejvýznamnější „stakeholdery“ (pojem stakeholder označuje držitele peněz či majetku, používá se v managementu a marketingu a má úzký vztah s etikou). Zájmy je důležité vyvažovat dle zájmů i ostatních stakeholderů a zájmů firmy. Důležitou roli zde hraje i to, aby se firma dlouhodobě nacházela v rovnovážném stavu a to z různých úhlů a typů společenské odpovědnosti (ManagementMania.com, 2015).

V podnikání lze narazit na dva druhy společenské a sociální odpovědnosti, a to právní a morální. Chce-li osoba podnikat, musí splňovat určitá kritéria stanovená zákonem, pokud se jedná o podnikání, pak zejména v obchodním zákoníku či v živnostenském zákoně. Za správné uvedení údajů je podnikatel odpovědný příslušným státním úřadům. Dále je podnikatel odpovědný za dodržování technických i právních norem, které upravují odvětví, ve kterém podniká. Pokud by podnikatel předpisy porušil, bude mu ve správním řízení uložena sankce. (Jelínek, 2008).



Obrázek 5 - Pyramida sociální odpovědnosti firem (Zadrazilová, 2010)

3.3.11.1. Odpovědnost firem vůči zákazníkům

Podle Zdražilové (Zdražilová, 2010) se postavení zákazníků mění v závislosti na rozvoji ekonomiky a sociálně tržních strukturách. V dnešní době hovoříme o trhu s převažující nabídkou, jenž by měl zajistit zákazníkům silné postavení na trhu. Zákazník rozhoduje o tom, kdo bude neúspěšnější na trhu, jelikož právě na zákaznících záleží, do jakého produktu vloží své prostředky. Právě proto jsou zákazníci jedni z nejvýznamnějších zainteresovaných stran hovoříme-li o etických principech v ekonomice.

Postavení zákazníka je ovlivněno mnoha faktory a to například informační asymetrií, což znamená, že jedna ze stran komunikace má k dispozici jiné množství a kvalitu informací než ostatní strany (technik – zákazník), dále může být postavení zákazníka ovlivněno ekonomickou silou velkých firem. Stát poté vytváří tlak v podobě různých opatření k vyrovnání a posílení zákazníků, čemuž se říká politika ze strany spotřebitele. Politika ochrany spotřebitele je jednou z exogenních faktorů firmy a zákazníka (Zdražilová, 2010).

Podle Dytrta (Dytrt, 2006) ovlivňují dobré jméno firmy nejen vztahy mezi pracovníky ale především chování vůči zákazníkům a celkově etická stránka podnikání. Špatná pověst zapříčiňuje upadající poptávku po produktu podniku a také má vliv na rozhodování potenciálních uchazečů o nabídku zaměstnání.

Zde je třeba uvědomit si, co přispívá k dobré pověsti firmy. Firma by se měla kromě toho jak maximalizovat svůj zisk zaobýrat tím, co zákazníci a zaměstnanci chtějí. Pokud se tímto podnik bude zabývat, ušetří to rozhodování o tom, co nabízet za účelem zvýšení atraktivity podniku.

Nejlepší propagaci podniku dělají sami spokojení pracovníci. V zahraničí je zcela běžné, že se i malé firmy snaží mít pozitivní ohlasy. Vlastníci či řídící pracovníci často sami přispívají svými příspěvky do odborných publikací a vyhledávají rozhovory s novináři. Vždy se snaží vyzdvihovat kladné informace o podniku a poukazovat na pozitiva, která podnik přináší jak pro společnost tak i v péči o zaměstnance (Dytrt, 2006).

3.3.12. Nástroje etického řízení

Jak uvádí Seknička (Seknička, a další, 2007), zavádění etiky do podnikání a řízení je složitou a komplexní záležitostí. K prosazování etiky do praxe se používají principy, nástroje a metody etického řízení. Prvním krokem je zavést etické principy, které jsou součástí filozofie podniku. Druhým krokem je zavedení nástrojů, podle kterých budeme ve firmě etiku uplatňovat. Nástroje tvoří základ etického systému v podniku. Nástroje dělíme na tradiční a moderní.

Tradiční nástroje začali být využívány již ve dvacátých letech minulého století a jednalo se především o etický kodex. Byly používány zejména jednodušší formy etického kodexu, například ve formě firemního kréda. Později byly tyto kodexy doplněny o vzdělávání zaměstnanců v oblasti etiky. Etické kodexy a vzdělávání zaměstnanců představují klíčové nástroje v řízení dodnes.

Moderní nástroje byly v praxi poprvé využity na přelomu devadesátých let minulého století. Mezi tyto nástroje řadíme ombudsmana pro etiku, etické výbory a etický a sociální audit. Tyto nástroje jsou využívány především velkými zahraničními firmami.

V České republice stále nejvíce převládají z tradičních nástrojů etické kodexy a z moderních nástrojů se začíná pomalu prosazovat etický a sociální audit (Seknička, a další, 2007).

3.3.12.1. Tradiční nástroje a metody etického řízení

Etický kodex

V knize Sekničky (Seknička, a další, 2007) se můžeme dočíst, že etické kodexy stanovují určité principy a zásady jednání, jsou důležitými nástroji etického řízení. Hlavní důvod pro jeho zavedení je podle Urbana (Urban, 2013) jasně určit pravidla etického chování a jednání zaměstnanců. V současnosti jsou firemní etické kodexy používány zejména ve Velké Británii a v USA, kde má etický kodex zpracováno až 93 % velkých firem. V České republice

má etický kodex zavedeno pouze 20 % firem, přestože požadavky na etické chování firem a jejich zaměstnanců stále narůstají. K zavedení etického kodexu dochází především v případě určité změny ve firmě, například vstupuje-li do firmy nový vlastník, nebo při náročné obchodní operaci, kde jsou kladeny vysoké nároky na podnikovou kulturu.

Kodex etiky je sestavován na základě znalostí podnikatelské etiky a znalostí fungování konkrétního podniku. Při tvorbě etického kodexu je velice důležitý výběr těch, kteří se budou na jeho tvorbě podílet. Do jeho přípravy by se měli zapojit zejména ti, kterých se bude týkat. Kodex by měl tvořit jeden ucelený celek a firma by jej měla zavést ve vhodném období. Lze jej prosadit různými formami, jako je například školením zaměstnanců. Funkční etický kodex lze zhodnotit až za střednědobý či dlouhodobý časový úsek.

Etický kodex by měl přispět ke snížení míry korupce, ke zvýšení důvěry v podnikání v konkrétním odvětví a v neposlední řadě k dodržování práva (Seknička, a další, 2007), (Urban, 2013).

Etický kodex malých a středních podniků

Cílem Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP, 2014) je prosazování zájmů malých a středních podniků, přispívání k tomu, aby činnosti těchto firem byly v souladu s právem a etickými zásadami podnikání. Dalším cílem AMSP ČR je dodržovat předepsané chování jak mezi členy, tak i v jejich každodenní praxi.

Etický kodex AMSP ČR je morálním závazkem pro jeho členy, členové se zavazují dodržovat určitou formu chování ve vztazích mezi sebou a také ve vztazích s obchodními partnery a subjekty vytvářející podnikatelské prostředí.

Členové asociace se zavazují pravidly chování a to v oblasti vytváření podnikatelského prostředí, v oblasti naplňování požadavků právního řádu jako minima etiky, v kvalitě produkce a environmentálním dosahování cílů, ve vztahu k akcionářům a společníkům, ve vztahu k zaměstnancům a v oblasti protikorupčních opatření (AMSP, 2014).

Etické vzory

„Etický vzor je konkrétním vzorem pro jednání a chování a jsou u něj zpravidla vyzdvíženy ty stránky osobnosti, které jsou v daném společenství nejvíce ceněny, jako například loajalita, tvořivost, čestnost, pracovitost apod.“ (Seknička, a další, 2007 str. 81).

Etickými vzory jsou manažeři či významné osoby, jež jsou morálními autoritami pro své okolí. Může jít o veřejně známé osobnosti, dále o osobnosti, které jsou známi široké veřejnosti, či o řídicí zaměstnance a manažery, kteří mají důvěru u ostatních zaměstnanců. Ti manažeři, kteří jsou vzorem pro zaměstnance, jsou jim také vzorem ve správném etickém chování. Svými znalostmi a dovednostmi vedou zaměstnance k dodržování etických principů (Tetřevová, a další, 2017).

Putnová a Seknička (Seknička, a další, 2007) uvádějí, že v současnosti je v oblasti podnikání málo etických vzorů, neboť se domnívají, že podnikání má v České republice převážně neetický charakter a úspěšných podnikatelů jednajících podle etických principů je poskromnu.

Výcvik a vzdělávání zaměstnanců

Hlavním cílem firem je především dosahování peněžních výnosů, je proto nutné nejprve investovat do lidského kapitálu, díky kterému výnosů dosáhnou. Lidský kapitál je považován za zdroj příjmu a představuje bohatství ekonomiky. Investice do lidského kapitálu zvyšují jednotlivcům vědomosti a dovednosti, tím zkvalitňují lidské zdroje a zvyšují finanční příjmy. Na tvorbu lidského kapitálu mají značný vliv dědičné dispozice a prostředí, ve kterém se jedinec pohybuje.

Mezi důležité investice do lidského kapitálu se počítají investice do vzdělávání. Tyto investice přinášejí různý efekt. Mezi cíli těchto investic je zvýšení odborných schopností a odbornosti lidí, tím růst efektivity zaměstnanců, a tak i k růst celkové ekonomiky (Vodák, a další, 2011).

Jak uvádí Tetřevová (Tetřevová, a další, 2017), výcvik a vzdělávání zaměstnanců je jednou z významných společensky odpovědných aktivit. Tato aktivita vede především k tomu, aby zaměstnanci věděli, jak zvládat určitá morální dilemata a aby si uvědomili, jaké etické problémy mohou nastat a jak je mají správně řešit.

Pokud chce podnik efektivně vzdělávat své zaměstnance, je třeba si nejdříve zodpovědět mnoho otázek, například:

- Jakých cílů chceme vzděláním zaměstnanců dosáhnout?
- Jaké přínosy bude mít vzdělávání pro zaměstnance?
- Kdo bude vzdělávání zajišťovat a kdo jej povede?
- Pro jaké zaměstnance bude vzdělávání určeno?
- Jakým způsobem budeme vzdělávání probíhat?

Po zodpovězení těchto otázek je možné začít s kvalitním vzděláváním svých zaměstnanců (Tetřevová, a další, 2017).

Vzdělávání moderních manažerů a zaměstnanců je celoživotní proces. Moderním manažerům nestačí pouze vysokoškolské vzdělání a tradiční formy studia. Manažeři by se podle Dytrta (Dytrt, 2006) měli vzdělávat kontinuálně neboli “vždy a všude”. Putnová a Seknička (Seknička, a další, 2007) uvádějí, že manažeři mají značný vliv na chování zaměstnanců, a tak je jim svěřen jejich výcvik. Manažeři musí jít svým zaměstnancům příkladem, a to i v oblasti vzdělávání.

V posledních letech jsou nahrazovány klasické metody vzdělávání jako jsou přednášky a školení novými metodami. Mezi moderní metody patří například “Learning by doing”, což je založeno na osvojování znalostí v rámci pracovní činnosti. Tato metoda se používá především u nových zaměstnanců. Další velice využívanou metodou je e-Learning, který je založen na řízeném samostudiu. Samostudium probíhá on-line, účastníci získávají znalosti pomocí připravených multimediálních materiálů. Jediné, co je pro e-Learning zapotřebí, je připojení k internetu (Dytrt, 2006).

3.3.12.2. Moderní nástroje a metody etického řízení

Etický a sociální audit

Etický a sociální audit je nejčastěji používaným moderním nástrojem etického řízení. Etický a sociální audit se podle Sekničky (Seknička, a další, 2016) od sebe liší. Sociální audit dokáže pojmout úroveň etického chování podniku. Pokud však podnik má za cíl uplatňovat etické řízení, doporučuje se zavést audit etický. Etický audit je orientován na prověřování etických standardů a systematické hodnocení etického programu v podniku. Umožňuje jednoznačnost výkladu etických pravidel a zajišťuje jednotnost v řízení. Etický a sociální audit dává podniku zpětnou vazbu a dohlíží na kontrolu klimatu v podniku.

Úřad ombudsmana pro etiku ve firmě

Úřad ombudsmana pro etiku ve firmě je odpovědnou aktivitou, která zajišťuje fungování etických norem v podniku. Spočívá ve jmenování ombudsmana neboli důvěryhodné osoby, která má důvěru zaměstnanců a ti se na ni mohou obrátit s etickým problémem. Ombudsman poskytuje rady a pomoc při zvládnání a řešení etických problémů. Výhoda firemního ombudsmana spočívá v tom, že pomáhá řešit vzniklé problémy uvnitř podniku, které by jinak mohly vést až k soudnímu sporu (Seknička, a další, 2007).

Etický výbor a etická komise

Tyto dva nástroje plní podobnou funkci jako firemní ombudsman. Jsou zaváděny především ve velkých nadnárodních firmách. Etický výbor je tvořen odborníky na podnikatelskou etiku, představuje orgán podniku, jenž má za úkol radit statutárnímu orgánu, dbát na kvalitu etických nástrojů a jejich využití (Seknička, a další, 2007).

Etická linka

Tento nástroj moderního řízení lze nalézt v praxi také pod označením etická infolinka, etická schránka aj. Jedná se především o anonymní telefonní linku, na kterou lze zpravidla zdarma zavolat a ohlásit neetické chování. Volající se může dovolat buď na záznamník, nebo rozhovor probíhá aktivně s operátorem. Firma nemusí zřizovat a vést linku sama, ale může se obrátit i na specializované společnosti. V České republice je například skupina PPF, která je diverzifikovanou společností a byla založena za účelem umožnění oznámit neetické chování které je v rozporu s Etickým kodexem skupiny PPF (Group, 2017).

3.4. Závěr teoretické části

V teoretické části diplomové práce jsou shrnuty základní poznatky především z podnikatelské etiky, etických principů a firemní kultury. Část teoretické části byla věnována podniku, ekonomice a podnikatelskému prostředí. Poslední část byla věnována konkrétním nástrojům, které umožňují implementaci etiky do běžného chodu firem.

Ze zjištěných poznatků je evidentní, že v České republice i přes pozitivní trend není na tuto problematiku kladen dostatečně velký důraz. Bylo by tedy dobré, aby se dodržování etických principů v ekonomice dostalo do širšího povědomí lidí a tím se zvýšil důraz na zkoumání etických aspektů v podnikání. Neboť ze zjištěných poznatků je jasné, že dodržování etických principů v podniku má značný vliv na chod a ekonomiku podniku.

4. Praktická část

4.1. Úvod k praktické části

Etické principy v ekonomice se v České republice začínají pomalu dostávat do veřejného povědomí i do chodu podniků. Jsme však stále na počátku dlouhé cesty.

Jak již bylo zmíněno v teoretické části, v zemích s rozvinutou ekonomikou kladou podniky větší důraz na etické principy v ekonomice a v kombinaci s dostupnými výzkumy lze dojít k hlavní domněnce a to že **zavádění etických principů do chodu podniku má pozitivní dopad na ekonomiku a celkový chod podniku.**

Při bližším nahlížení do této oblasti lze nabýt dojmů, že image firmy je pro podniky velice důležitá. Podniky se proto chovají společensky odpovědně, neboť je toto chování na trhu žádoucí. Jsou to ale často pouze hesla na webových stránkách, kterými se firmy snaží reprezentovat a realita se často liší.

4.2. Charakteristika zkoumané společnosti

Společnost PUR-IZOLACE s.r.o. byla dne 31.12.1991 zapsána do Obchodního rejstříku Krajským soudem v Ústí nad Labem. Společnost byla založena společenskou smlouvou dne 13.12.1991 a v současnosti disponuje základním kapitálem ve výši 2 724 000,- Kč. Hlavním předmětem její činnosti je izolátérství. Společnost PUR-IZOLACE s.r.o. je plátcem DPH a v současnosti má 23 zaměstnanců.

Společnost PUR-IZOLACE s.r.o sídlí v Litoměřicích a má zřízeny zahraniční pobočky PUR IZOLACE Sp. z o.o. Opole se sídlem v Polsku, PUR IZOLÁCIE Slovakia, s.r.o. sídlící ve Slovenské Republice a PUR IZOLÁCIÓ k.f.t., Hungary se sídlem v Maďarsku.

V oblasti izolátérství se společnost PUR-IZOLACE s.r.o. zabývá zejména tepelnou a vodotěsnou izolací střech nástřikem tvrdé polyuretanové pěny. Objekty izolací bývají často střechy rodinných a bytových domů, průmyslových i zemědělských objektů, ale také kulturní

či správní objekty – např. plavecké bazény, kulturní domy, úřady, hotely a další. Z oblasti tepelných izolací lze jmenovat izolaci potrubí, armatur a nádrží – např. pивní nádrže nebo sila.

4.3. Cíl praktické části

Sonda je zaměřena na komplexní zachycení pohledu na problematiku etických principů ve firmě PUR izolace s.r.o. Kromě komplexního zachycení tohoto problému, se sonda zaměřuje také na zavádění etických principů ve firmě a jejich dopad na zaměstnance, zejména pak na jejich celkové vnímání etických principů a procesů ve firmě.

Ve zkoumané oblasti je možno použít celou škálu otázek, pro tuto diplomovou práci byly vybrány pouze některé z nich. Cílem bylo zúžit okruh otázek, které umožní pohled na problematiku a případná úskalí zavádění etických principů do řízení a chodu firmy a také na ty otázky, které vystihnou postoje zaměstnanců k tomuto tématu.

4.4. Charakteristika sbětu dat

Sběr dat pro praktickou část diplomové práce probíhal od listopadu 2017 do ledna 2018. Všechny dotazníky byly rozdány a vyplněny na půdě společnosti PUR izolace s.r.o v Litoměřicích. Veškeré informace získané z dotazníků byly písemně zpracovány.

Vzhledem k tomu, že byla autorka v dané společnosti na praxi a stala se tak objektem působení etických principů ve firmě, měla také možnost zúčastněného pozorování. Tuto informaci ostatním kolegům nezatajovala, a tak lze říci, že byla v roli pozorovatele.

Použité metody

- **Dotazníkové šetření** – pracovníci byli požádáni o vyplnění dotazníku. V dotazníku jsou uzavřené i polo uzavřené otázky, které umožňují respondentovi volně vyjádřit svůj názor. Dotazník je rozdělen na dvě části, v první části jsou otázky zaměřené na etické principy v konkrétním podniku a druhá část je zaměřena na etické principy v podnikatelském prostředí jako celku.

- **Pozorování** dotazovaných zaměstnanců při výkonu jejich práce, v interakci s ostatními kolegy, nadřízenými a se zákazníky. Pozorování bylo také zaměřeno na bezprostřední reagování na dotazníkové otázky.

4.5. Charakteristika pozorovaných a dotazovaných osob

Do sondy bylo zapojeno osmnáct zaměstnanců firmy, kteří se aktivně podílejí na etických principech ve společnosti, jejich dodržování a zavádění do každodenní činnosti. Pracovní náplň osmi zaměstnanců spočívá v chodu a řízení firmy a organizování provozu. Deset z dotazovaných respondentů pracuje přímo na výrobě izolační pěny anebo vykonává nástřík zateplovací pěny.

4.6. Vyhodnocení dotazníku

První část dotazníku je zaměřena na etické principy ve firmě, ve které respondenti pracují. Otázky se převážně týkají dodržování etických principů na pracovišti mezi kolegy a dodržování etiky při výkonu jejich práce.

Druhá část dotazníku je zaměřena na názory respondentů na dodržování etických principů v podnicích v České republice celkově.

Dotazník se shodnými položkami byl položen osmnácti zaměstnancům stejné firmy. Vzor je přiložen v příloze. Grafické znázornění odpovědí u jednotlivých otázek je vyjádřeno v procentech.

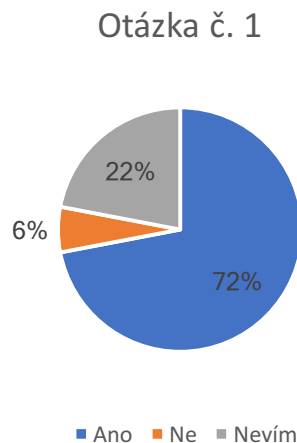
Hodnocení odpovědí na jednotlivé otázky

1. část dotazníku

1. *Existují ve firmě, ve které pracujete, pravidla etického charakteru? Pokud ANO, jaká?*

Na první otázku odpovědělo nejvíce respondentů, konkrétně 72 %, že etická pravidla ve firmě jsou, zbytek dotazovaných odpověděli, že nevědí či uvedli jako svoji odpověď NE. Tyto odpovědi poukazují na neznalost a nedostatečnou informovanost zaměstnanců v oblasti vnitřních směrnic.

Mezi nejčastější odpovědi na podotázku „*Jaká pravidla*“ bylo nejčastěji uvedeno *nepsaná firemní pravidla* či *etický kodex zaměstnanců*. Tato otázka byla položena z důvodu zjištění, zdali si jsou respondenti vědomi, že existují nějaká pravidla etického charakteru v podniku.



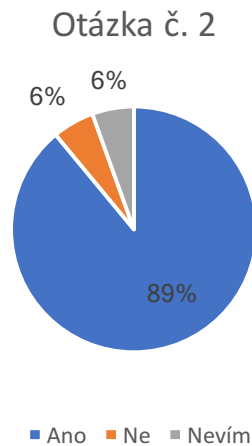
Graf 1 - Existují ve firmě, ve které pracujete, pravidla etického charakteru?

Zdroj: vlastní zpracování

2. *Jsou podle Vás dodržovány etické principy ve Vaší firmě?*

Tato otázka je zaměřena na dodržování etických principů a na etické chování v konkrétní firmě. 89 % dotázaných uvedlo, že etické principy jsou ve firmě dodržovány. Jeden dotázaný uvedl jako odpověď „*nevím*“ a také pouze jeden respondent uvedl, že etické principy ve firmě dodržovány nejsou. Tento názor však může vycházet ze špatné osobní zkušenosti. Ze získaných

odpovědí lze obecně říci, že ve firmě jsou etické principy dodržovány, a zaměstnanci si jsou této skutečnosti vědomi.



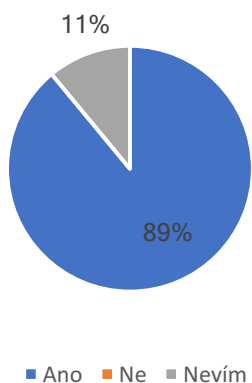
Graf 2 - Jsou podle Vás dodržovány etické principy ve Vaší firmě?

Zdroj: vlastní zpracování

3. Promítají se etické principy do Vaší každodenní práce?

Na tuto otázku odpovědělo 89 % dotazovaných, že se etické principy promítají do jejich každodenní práce, což zcela jistě souvisí s tím, že náplní většiny dotazovaných je práce a jednání se zákazníky a v neposlední řadě také se svými kolegy, kde dodržování etických principů přispívá k rychlejšímu a efektivnějšímu výsledku jednání. Zbytek respondentů odpověděli „nevím“.

Otázka č. 3



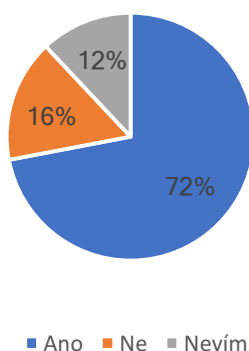
Graf 3 - Promítají se etické principy do Vaší každodenní práce?

Zdroj: vlastní zpracování

4. Je ve Vaší firmě bráno etické chování jako součást strategie firmy?

Na tuto otázku odpovědělo 72 % dotázaných kladně, 16 % uvedlo jako svoji odpověď „nevím“ a zbytek dotázaných uvedli zápornou odpověď. Z těchto odpovědí vyplývá, že většina dotázaných si je vědoma toho, že je etika ve firmě brána jako součást strategie a image firmy. Je dobře, že si respondenti uvědomují důležitost etického chování ve firmě, jelikož, jak již bylo zmíněno v teoretické části práce, etické aspekty se promítají do všech oborů podnikání a firmě etické chování v podnikání jen prospěje.

Otázka č. 4

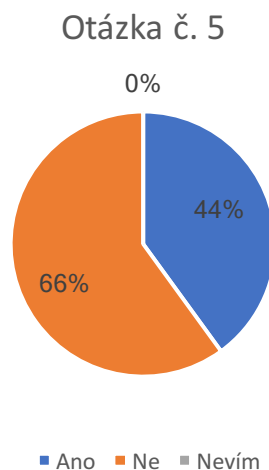


Graf 4 - Je ve Vaší firmě bráno etické chování jako součást strategie firmy?

Zdroj: vlastní zpracování

5. *Dostal/a jste někdy, v rámci výkonu Vaší práce k řešení úkol, který nešel řešit 100 % morálně?*

Z dotazovaných, uvedlo 66 %, že se do situace, kdy by museli řešit nějaký úkol nemorálně nedostali. Očividně jim jejich postavení ve firmě nedovoluje mít žádné morální přestupky. Zbytek dotazovaných se s nemorálními úkoly setkali, avšak z bezprostředních reakcí bylo vidět, že většinou pouze jednou či zřídka.



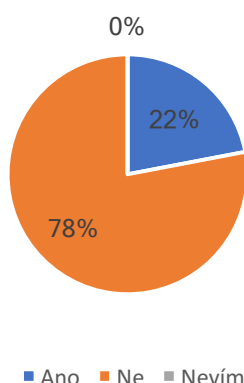
Graf 5 - Dostal/a jste někdy, v rámci výkonu Vaší práce k řešení úkol, který nešel řešit 100 % morálně?

Zdroj: vlastní zpracování

6. *Vykonal/a jste někdy úkol, o kterém jste dopředu věděl/a, že není morálně správný, ale že firmě prospěje?*

Na tuto otázku odpovědělo 22 % dotázaných ANO, z čehož vyplývá, že úkol, který nebyl úplně v souladu s morálkou dotazovaný vykonal, jelikož jednal v dobré víře a s přesvědčením že výkon tohoto úkolu prospěje firmě. 78 % odpovědělo NE.

Otázka č. 6



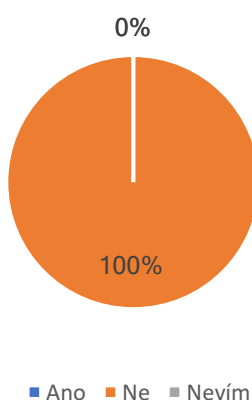
Graf 6 - Vykonal/a jste někdy úkol, o kterém jste dopředu věděl/a, že není morálně správný, ale že firmě prospěje?

Zdroj: vlastní zpracování

7. *Zadáváte někdy svým podřízených či kolegům úkoly, které nejsou zcela v souladu s etickými principy?*

Jelikož na tuto otázku odpovědělo 100 % dotazovaných, že nezadávají úkoly, které by byly v rozporu s etickými principy, lze říci, že respondenti se vůči svým kolegům či podřízených chovají morálně. Mohlo by se ovšem zdát, že tyto odpovědi jsou v rozporu s pátou otázkou. Je však možné, že pokud někdo na otázku číslo 5. odpověděl kladně, nebyl nemorální úkol zadán ze strany kolegy či nadřízeného, ale třeba ze strany zákazníka.

Otázka č. 7

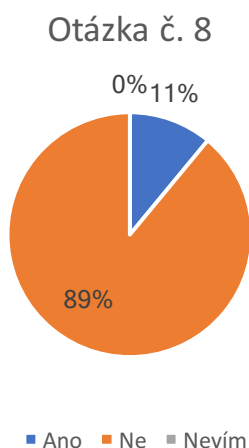


Graf 7 - Zadáváte někdy svým podřízených či kolegům úkoly, které nejsou zcela v souladu s etickými principy?

Zdroj: vlastní zpracování

8. *Setkali jste se s porušováním dobrých mravů u Vašich nadřízených?*

Více jak polovina, konkrétně 89 % dotázaných se s porušováním dobrých mravů od nadřízených neseťkali. 11 % dotázaných uvedlo, že se setkali s nějakým porušením mravů ze strany nadřízených a 5 % uvedlo jako svoji odpověď „nevím“. Zde je však nutné brát v potaz, že respondenti odpovídali na otázky na půdě firmy, a tak mohou být jejich odpovědi lehce ovlivněny.



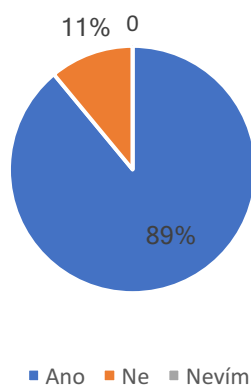
Graf 8 - Setkali jste se s porušováním dobrých mravů u Vašich nadřízených?

Zdroj: vlastní zpracování

9. *Máte zastání a podporu u svého nadřízeného?*

Na tuto otázku odpověděli pouze dva dotazovaní neboli 11 % záporně, zbytek dotazovaných uvedli jako svoji odpověď ANO. Z těchto odpovědí jasně vyplývá, že zaměstnanci vědí, že mají ve svém nadřízeném oporu a nemají tak problém se na nadřízeného vždy obrátit a svěřit se mu se svými starostmi. Z vlastního pozorování lze říci, že ve firmě je mezi zaměstnanci a nadřízenými přátelský vztah.

Otázka č. 9



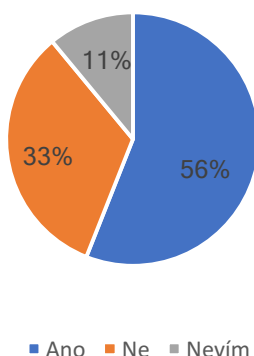
Graf 9 - Máte zastání a podporu u svého nadřízeného?

Zdroj: vlastní zpracování

10. Jsou nově přijímaní pracovníci při nástupu do Vaší firmy poučeni o pravidlech etického jednání?

55 % dotázaných odpovědělo, že nově přijímaní pracovníci jsou při nástupu poučeni o pravidlech etického jednání, 33 % uvedlo jako svoji odpověď ne a zbytek dotazovaných uvedli jako svoji odpověď „nevím“. Rozdílnost v odpovědích může být zapříčiněna buď tím, že o přijímání pracovníků do provozu rozhodují jiní lidé než ti, kteří byli dotazováni, a tudíž nevědí, jestli jsou nově přijímaní pracovníci poučeni, nebo jsou respondenti u firmy dlouho, a tudíž si nepamatují, zda byli poučeni o pravidlech etického chování při nástupu do firmy.

Otázka č. 10



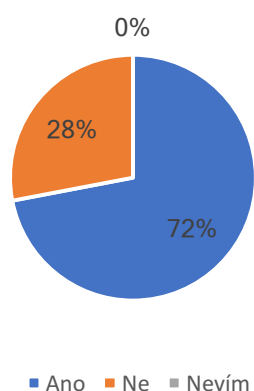
Graf 10 - Jsou nově přijímaní pracovníci při nástupu do Vaší firmy poučeni o pravidlech etického jednání?

Zdroj: vlastní zpracování

11. Existuje u Vás ve firmě možnost anonymně upozornit na neetické jednání?

Na otázku číslo 11. Odpovědělo 72 % dotázaných, že je u nich ve firmě možnost anonymně upozornit na etické jednání. Zbýlých 28 % uvedlo zápornou odpověď což poukazuje na jejich nevědomost o “schránce důvěry”, která se nachází ve firmě a zaměstnanci mají možnost do ní anonymně vkládat svá upozornění, přání, stížnosti a dotazy. Tato schránka je pravidelně kontrolována a případná přání či stížnosti jsou projednávány na poradě.

Otázka č. 11



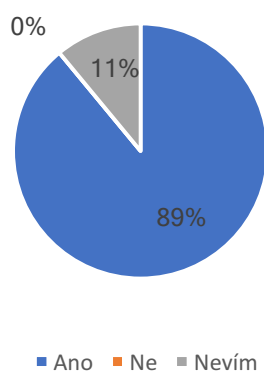
Graf 11 - Existuje u Vás ve firmě možnost anonymně upozornit na neetické jednání?

Zdroj: vlastní zpracování

12. Eviduje a řeší Vaše firma stížnosti na zaměstnance ohledně etického chování od zákazníků, dodavatelů a obchodních partnerů? Pokud ano, čeho se stížnosti týkali?

Firma eviduje a řeší stížnosti na zaměstnance ohledně etického chování a z uvedených odpovědí vyplývá, že zaměstnanci si jsou toho vědomi, jelikož 89 % dotázaných odpovědělo kladně. Stížnosti se vyskytují především ze stran zákazníků, avšak většinou se jedná jen o drobné připomínky, či návrhy na zlepšení či zefektivnění práce. Evidence stížností tak pomáhá firmě v úspěšném rozvoji.

Otázka č. 12



Graf 12 - Eviduje a řeší Vaše firma stížnosti na zaměstnance ohledně etického chování od zákazníků, dodavatelů a obchodních partnerů?

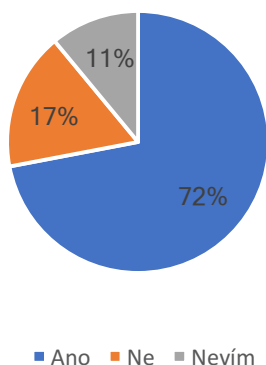
Zdroj: vlastní zpracování

2. část dotazníku

1. Myslíte si, že etické chování v podnikání má nějaký přínos?

U této otázky jsou následující odpovědi: 72 % uvedlo jako odpověď ANO, což znamená, že etické chování má podle dotazovaných určitý přínos. 17 % respondentů uvedlo "nevím" a zbytek, 11 %, uvedlo NE. Rozdílnost v odpovědích může být zapříčiněna různými profesemi dotazovaných. Je však velice dobře, že většina dotazovaných si je vědoma přínosu etického chování v podnikání, jelikož, jak již bylo zmíněno v teoretické části práce, etické chování má značný vliv na podnikání, a to především na zisk. Pokud si tuto skutečnost zaměstnanci uvědomí, a podle pravidel etického chování se budou chovat, jistě se tato skutečnost projeví i na jejich osobním ohodnocení.

Otázka č. 1



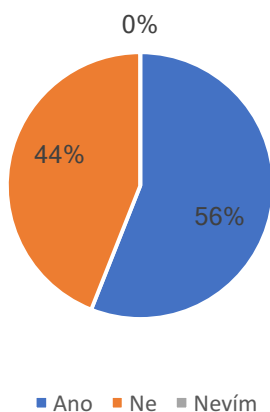
Graf 13 - Myslíte si, že etické chování v podnikání má nějaký přínos?

Zdroj: vlastní zpracování

2. Domníváte se, že podniky v ČR jednají podle etických principů?

Z dotazovaných uvedlo 56 % jako svoji odpověď ANO, z čehož vyplývá, že více jak polovina dotazovaných vnímá podniky v ČR jako podniky, které dodržují etické principy. 44 % dotázaných uvedlo jako svoji odpověď NE, tyto odpovědi mohou být zapříčiněny špatnou osobní zkušeností.

Otázka č. 2

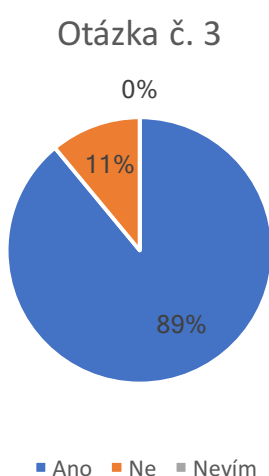


Graf 14 - Domníváte se, že podniky v ČR jednají podle etických principů?

Zdroj: vlastní zpracování

3. Domníváte se, že zavedení a následné užívání etického kodexu, je pro firmy prospěšné?

89 % dotázaných se domnívá, že by zavedení a následné užívání etického kodexu bylo pro firmy prospěšné. Zbýlých 11 % má opačný názor. Z odpovědí a z bezprostředních reakcí na tuto otázku vyplývá, že by bylo dobré, kdyby firmy měli zavedený etický kodex a zaměstnanci by věděli podle čeho se přesně řídit a jak se v určitých situacích chovat. Etické kodexy jsou zavedeny především ve velkých či zahraničních firmách, ovšem v dnešní době je vidět i v Česku v podnicích střední velikosti snaha o zavedení a užívání etického kodexu.



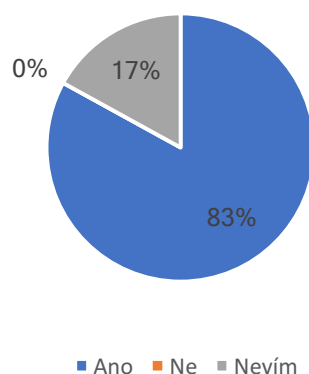
Graf 15 - Domníváte se, že zavedení a následné užívání etického kodexu, je pro firmy prospěšné?

Zdroj: vlastní zpracování

4. Měli by být zaměstnanci firmy, kteří se dopustili neetického jednání sankciováni?

83 % dotázaných uvedlo jako svoji odpověď ANO, z čehož vyplývá, že respondenti chtějí aby byli zaměstnanci firmy, kteří se dopustili neetického chování sankciováni. Zbýlých 17 % uvedlo jako svoji odpověď "nevím". Z pozorování ve firmě bylo vidět, že by měla být dána jasná pravidla a jasně dané sankce, které plynou z neetického jednání.

Otázka č. 4



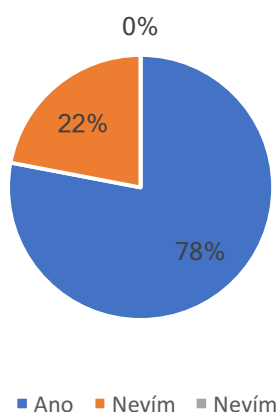
Graf 16 - Měli by být zaměstnanci firmy, kteří se dopustili neetického jednání sankciováni?

Zdroj: vlastní zpracování

5. Měli by být sankciováni i ti, kteří se dopustili neetického chování, které bylo ve prospěch firmy?

78 % dotázaných odpovědělo ANO, což znamená, že by podle nich měli být za neetické chování potrestáni i ti, jejichž neetické chování vedlo ku prospěchu firmy, zbytek respondentů se domnívá, že pokud by neetické chování vedlo k prospěchu firmy, není nutné dotyčného sankciovat.

Otázka č. 5

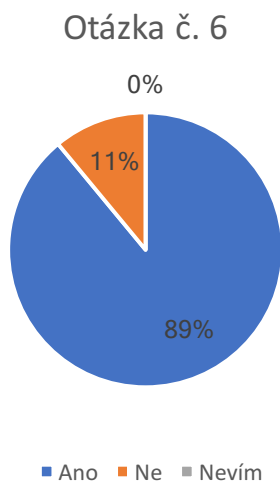


Graf 17 - Měli by být sankciováni i ti, kteří se dopustili neetického chování, které bylo ve prospěch firmy?

Zdroj: vlastní zpracování

6. *Myslíte si, že za etické podnikání je odpovědný každý jedinec?*

Je zajímavé, že 89 % dotazovaných se shoduje na tom, že za etické podnikání je odpovědný každý jedinec, jenž se v podnikatelském prostředí pohybuje. Z pozorování bylo vidět, že většina respondentů ví, že každý by měl s etickým chováním začít nejprve sám, neboť každý jedinec může k etickému chování přispět svým chováním.



Graf 18 - Myslíte si, že za etické podnikání je odpovědný každý jedinec?

Zdroj: vlastní zpracování

4.7. Diskuse a doporučení

Etické principy v ekonomice jsou stále diskutovanějším tématem. Každý podnik by měl sledovat jaké trendy se v tomto oboru vyskytují a uvědomit si přínosy zavádění etických principů do ekonomiky. Tato diplomová práce se zaměřuje na dodržování etických principů v konkrétním podniku a na to, jak je vnímáno etické prostředí v České republice.

Předtím, než budou navrženy firmě doporučení, bylo třeba provést sondu, která nám poskytla výsledky. Existuje mnoho druhů šetření, která bychom mohli využít. V této práci byla použita dotazníková metoda, dotazníky byly předány osobně a tak mohlo být k dosažení cíle práce přihlédnuto i k zúčastněnému pozorování ve firmě.

Provedená sonda v podniku nám poskytla údaje o zavádění etických principů do chodu a řízení podniku. I přesto že si zaměstnanci uvědomují důležitost dodržování těchto principů, důležitější je, aby si tuto skutečnost uvědomili také řídicí pracovníci a vlastníci podniku. I když by se mohlo zdát, že izolátorství není zrovna oborem, ve kterém jsou etická pravidla nějak zvláště dodržována, opak je pravdou. Právě v tomto oboru je dodržování etických principů vyžadováno, neboť izolátorství vyžaduje práci s chemickými látkami a služby musí být prováděny podle norem a předpisů. Firma PUR Izolace s.r.o., ve které byla sonda provedena je toho důkazem. Skutečnost, že zákazníci žádají společnost o certifikáty, přispívá k tomu, aby se firma chovala eticky.

Firma má svoje interní etická pravidla, z dotazníku však vyplynulo, že ne všichni zaměstnanci o těchto pravidlech ví. Bylo by tedy dobré, aby vedení firmy seznámilo svoje zaměstnance s touto skutečností a tyto pravidla byly dostupné kdykoli všem. Jednou z možností by mohlo být umístění těchto pravidel na firemním webu, kde si je budou moci přečíst nejen zaměstnanci ale i třeba potenciální zákazníci. Pokud budou zákazníci vědět, že firma stanovuje jasná etická pravidla svým zaměstnancům, jistě bude mít tako skutečnost pozitivní vliv i na zákazníky.

Ve firmě je velice nízká fluktuace zaměstnanců a vztahy mezi nimi jsou dlouholeté, velmi přátelské a za roky spolupráce tvoří sehraný tým, nebylo by však od věci uvažovat nad zavedením etického kodexu ve firmě. Ten by přesně upravoval chování zaměstnanců při

výkonu jejich práce. Jak ostatně vyplývá z odpovědí zaměstnanců z dotazníku, většina považuje etický kodex ve firmě za prospěšný.

5. Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo popsat a zhodnotit vliv uplatňování etických principů na řízení, chod a ekonomiku podniku. Realizace praktické části je postavena na získaných teoretických znalostech, obsažených v první části práce. Tyto poznatky jsou ověřeny vlastní sondou ve vybraném podniku.

V první části práce je charakterizována etika jako vědní obor, dále ekonomika a podnik a v neposlední řadě důležitost propojení těchto vědních disciplín. Pro zhodnocení vlivu uplatňování etických principů na řízení, chod a ekonomiku podniku bylo použito kompilace a komparace poznatků, získaných z odborných publikací. Další metodou bylo dotazníkové šetření, jehož součástí bylo i zúčastněné pozorování tazatele v podniku. Dotazník obsahoval v první části otázky týkající se dodržování morálních zásad, znalost interních předpisů, dále obsahoval otázky zaměřené na osobní zkušenosti zaměstnanců s etickým chováním v podniku. Druhá část dotazníku byla zaměřena na názory respondentů na dodržování etiky v podnikatelském prostředí celkově.

Z teoretických poznatků a především z výsledků dotazníkového šetření je zřejmé, že dodržování etických principů v podniku má značný vliv na chod a ekonomiku podniku. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že lidé jsou si vědomi důležitosti dodržování morálních a etických zásad na pracovišti. Respondenti si jsou vědomi, že etické prostředí ovlivňuje každý jedinec, který se v tomto prostředí nachází. V případě neetického chování by většina dotázaných navrhla pro dotyčného, který se tohoto chování dopustil vhodný trest a to i za předpokladu, že by jednal ve prospěch firmy.

Zjištěné výsledky dopadly pro firmu velice kladně. I přestože pouze 72 % dotázaných si uvědomuje existenci etických pravidel ve firmě, zaměstnanci se mezi sebou chovají navzájem eticky, etická pravidla jsou dodržována a promítají se do každodenní činnosti zaměstnanců. Tyto zjištěné skutečnosti mají pozitivní dopad na zákazníky a tím i na ekonomiku podniku. Respondenti také uvedli, že mají zastání u svých zaměstnanců, kteří se snaží jít svým zaměstnancům příkladem, což má pozitivní dopad na řízení a celkový chod podniku.

6. Bibliografie

6.1. Literatura

- Coleman, James. 1990.** *Foundation of social theory*. Cambridge : Belknap Press of Harvard University Press, 1990. ISBN 0-674-31226-0.
- Azenbacher, Arno. 1994.** *Úvod do etiky*. Praha : Zvon, 1994. ISBN 80-7113-111-3.
- Bedrnová, Eva a Nový, Ivan. 2002.** *Psychologie a sociologie řízení*. Praha : Management Press, 2002. ISBN 80-7261-064-3.
- Dvořáček, Jiří a Slunčík, Peter. 2012.** *Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí*. Praha : C.H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-224-3.
- Dytrt, Zdeněk. 2006.** *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha : Grada Publishing a.s., 2006. ISBN 978-80-247-6311-8.
- Grinc, Jaroslav. 2010.** *Právo pro politology*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2921-3
- Hartman, Laura. 2002.** *Perspectives in Business Ethics*. Boston : McGraw-Hill, 2002. ISBN 978-0072314052.
- Holman, R. 2002.** *Ekonomie*. Praha : C.H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-681-6.
- Huntington, Samuel P. 2001.** *Střet civilizací*. Praha : Rybka Publishers, 2001. ISBN 80-86182-49-5.
- Jakubíková, Dagmar. 2012.** *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualizované a rozšířené vydání. Praha : Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- Janotová, Helena. 2005.** *Profesní etika*. Praha : Eurolex Bohemia s.r.o., 2005. ISBN 80-86861-43-0.
- Kondrła, Peter, a další. 2013.** *Tri aspekty skúmania hodnôt*. Ľubľana : KUD Apokalipsa Ľubľana, 2013. ISBN 9789616894296.
- Lasák, Jan. 2013.** *Zákon o obchodních korporacích, obchodní zákoník: srovnávací texty*. Praha : Wolters Kluwer Česká republika, 2013. ISBN 978-80-7357-346-1.
- Madar, Zdeněk. 1999.** *Slovník českého práva*. Praha : Linde, 1999. ISBN 80-7201-150-2.
- Mallya, Thaddeus. 2007.** *Základy strategického řízení a rozhodování*. Praha : Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1911-5.

- Preifer, Luděk a Umlaufová, Miloslava. 1993.** *Firemní kultura: Konkurenční síla sdílených cílů, hodnot a priorit.* Praha : Grada, 1993. ISNB 80-7169-018-x..
- Příkrylová, Jana a Jahodová, Hana. 2010.** *Moderní marketingová komunikace.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2010. ISNB 978-80-247-3622-8.
- Riegel, Karel a Janoušek, Jaromír. 2006.** *Etika a psychologie v podnikání.* Praha : Univerzita Karlova v Praze - Nakladatelství Karolinum, 2006. ISNB 80-246-1118-X.
- Samuelson, P. A. a Nordhaus, W. D. 1995.** *Ekonomie.* Praha : Nakladatelství Svoboda, 1995. ISNB 80-205-0494-X.
- Sandel, Michal. 2015.** *Spravedlnost: Co je správné dělat.* Praha : Nakladatelství Karolinum, 2015. ISNB 978-80-246-3069-4.
- Seknička, Pavel a Putnová, Anna. 2007.** *Etické řízení ve firmě.* Praha : Grada Publishing, 2007. ISNB 978-80-247-1621-3.
- Seknička, Pavel a Putnová, Anna. 2016.** *Etika v podnikání a hodnoty trhu.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2016. ISNB 978-80-271-9147-5.
- Seknička, Pavel. 2001.** *Úvod do hospodářské etiky.* Praha : ASPI, 2001. ISNB 80-85963-40-X .
- Selucká, Markéta. 2008.** *Ochrana spotřebitele v soukromém právu.* Praha : C. H. Beck, 2008. ISNB 9788074000379.
- Sedláček, Tomáš. 2009.** *Ekonomie dobra a zla: po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi.* 1. vyd. Praha: 65. pole. ISBN 978-80-903944-3-8.
- Sen, Amartya Kumar. 2002.** *Etika a ekonomie.* Praha : Vyšehrad, 2002. ISNB 80-7021-549-6.
- Smith, Adam. 2001.** *Pojednání o podstatě a původu bohatství národů.* Praha : Liberální institut, 2001. ISNB 80-86389-15-4.
- Sokol, Jan. 2014.** *Etika, život, instituce.* Praha : Vyšehrad, 2014. ISNB 978-80-7429-223-1.
- Srpová, Jitka a Řehoř, Václav. 2010.** *Základy podnikání.* Praha : Grada Publishing, a.s, 2010. ISNB 987-80-247-3339-5.
- Strobel, Maria, Tumasjan, Andranik a Welpel, Isabell. 2010.** *Do Business Ethics Pay Off? The Influence of Ethical Leadership on Organizational Attractiveness.* místo neznámé : Hogrefe Publishing, 2010. Journal of Psychology. DOI 10.1027/0044-3409/a000031..
- Tetřevová, Liběna, a další. 2017.** *Společenská odpovědnost firem citlivých odvětví.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2017. ISNB 978-80-271-6.
- Trojan, Jakub S. 2012.** *Etické vztahy v ekonomice.* Praha : Oikoyhmenh, 2012. ISNB 978-80-7298-480-0.

- Vochozka, Marek a Mulač, Petr a kol. 2012.** *Podniková ekonomika*. Praha : Grada Publishing a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4372-1.
- Vodák, Josef a Kuchařová, Alžběta. 2011.** *Efektivní vzdělávání zaměstnanců*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-7340-7.
- Vysekalová, Jitka a Mikeš, Jiří. 2009.** *Image a firemní identita*. Praha : Grada Publishing a.s., 2009. ISBN 978-80-247-2790-5.
- Zadrazilová, Dana a kol. 2010.** *Společenská odpovědnost podniků*. Praha : C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-192-5.
- Zavrel, Tomas, Čaník, Petr a Řezbová, Libuše. 2005.** *Metody a nástroje podnikatelské etiky*. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2005. ISBN 80-245-1143-6.

6.2. Internetové zdroje

- Transparency International Czech Republic. 2006.** *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí*. [Online] 2006. [Citace: 17. Červenec 2017.] Dostupné z: http://transint.xred.cz/doc/ve_amanpe.pdf.
- AMSP, ČR. 2014.** *Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR*. [Online] 13. Listopad 2014. [Citace: 27. Červenec 2017.] Dostupné z: www.amspace.cz/eticky-kodex.
- Bartas, David. 2016.** *Ekonomická svoboda. Ekonomická svoboda*. [Online] 2016. [Citace: 16. Září 2017.] Dostupné z: <http://www.ekonomickasvoboda.cz/autor/>.
- BusinessInfo.cz. 2016.** *BusinessInfo.cz. Světová banka: Podnikatelské prostředí v ČR se zlepšuje*. [Online] 28. Říjen 2016. [Citace: 25. Červenec 2017.] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/svetova-banka-podnikatelske-prostredi-v-cr-se-zlepsuje-83504.html>.
- Čaník, Petr a Čaníková, Petra. 2006.** *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém prostředí*. [Online] 2006. [Citace: 20. Srpen 2017.] http://transint.xred.cz/doc/ve_amanpe.pdf.
- Dostál, Dalibor. 2017.** *BusinessInfo.cz. Vývoj podnikatelského prostředí v oblasti pracovně-právních vztahů v Česku za posledních 25 let*. [Online] 5. Březen 2017. [Citace: 24. Červenec 2017.] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/vyvoj-podnikatelskeho-prostredi-v-oblasti-pracovne-pravnich-vztahu-v-cesku-za-poslednich-25-let-87463.html>.

- Gonda, Peter. 2008.** *Ekonomické a etické základy slobodnej spoločnosti: východiská manažérskej etiky.* [Online] 2008. [Citace: 19. Srpen 2017.] Dostupné z: http://www.petergonda.sk/upload/pdf/Gonda_ekonomia_etika_def.pdf.
- Group, PPF. 2017.** Etická linka. *PPF.* [Online] 2017. [Citace: 5. Zář 2018.] Dostupné z: <https://etickalinka.ppf.eu>.
- Holubová, N. 2009.** Bosston. *Etický kodex a etika podnikání.* [Online] 12. Ř 2009. [Citace: 19. Červenec 2017.] Dostupné z: <http://bosston.cz/clanek/eticky-kodex-etika-podnikani>.
- Ipodnikatel.cz. 2011.** ipodnikatel.cz. *Etika v podnikání – má ještě vůbec své místo pod sluncem?* [Online] 18. Srpen 2011. [Citace: 20. Srpen 2017.] Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani/etika-v-podnikani-ma-jeste-vubec-sve-misto-pod-sluncem.html>.
- Ipodnikatel.cz, 2014.** ipodnikatel.cz. *Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání.* [Online] 22. Leden 2014. [Citace: 23. Zář 2017.] Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html>.
- Jelínek, Jiří. 2008.** Ministerstvo vnitra České republiky. *mvcr.cz.* [Online] Leden 2008. [Citace: 18. Zář 2017.] Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/trestni-odpovednost-pravnickych-osob-jako-predmet-zkoumani.aspx>.
- ManagementMania.com. 2015.** Společenská odpovědnost firem. *ManagementMania.com.* [Online] 9. Prosinec 2015. [Citace: 22. Srpen 2017.] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/csr>.
- Stýblo, Jiří. 2000.** Idnes.cz. *Proč patří etika do řízení podniku.* [Online] 3. Ř 2000. [Citace: 21. Srpen 2017.] Dostupné z: <https://finance.idnes.cz/proc-patri-etika-do-rizeni-podniku-d55-/podnikani.aspx?c=2000M230Z01A>.
- Urban, Jan. 2013.** byznys.ihned.cz. *Hospodářské noviny.* [Online] 12. Červenec 2013. [Citace: 26. Červenec 2017.] Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/podnikani/lide-a-personalni-rizeni-zamestnanci/c1-60178710-jak-vytvorit-eticky-kodex-firmy-usijte-si-ho-na-miru>.
- Wilmington. 2016.** Market (trh). *ManagementMania.com.* [Online] 24. Prosinec 2016. [Citace: 18. Červenec 2017.] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/trh>.
- Zhenzhong, Ma. 2009.** Springer link. *The Status of Contemporary Business Ethics Research: Present and Future.* [Online] Prosinec 2009. [Citace: 24. Červenec 2017.] Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-010-0420-6>.

Zikmund, Martin. 2010. businessvize.cz. *businessvize.cz*. [Online] 7. Říjen 2010. [Citace: 17. Listopad 2017.] Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/rozvoj/firemni-kultura-aneb-nicnerikajici-zaklinadlo-velkych-korporaci>

7. Seznamy

7.1. Seznam obrázků

Obrázek 1- Zlaté pravidlo (Hanuláková, 1997)	14
Obrázek 2 - Tržní mechanismus, rovnováha na trhu (Vlastní zpracování)	24
Obrázek 3 - Nástin podnikatelského prostředí – prostor ovlivňování působením lidí (Dytrt, 2006)	33
Obrázek 4 - Vývoj podnikatelské etiky (Zadrazilová, 2010).....	35
Obrázek 5 - Pyramida sociální odpovědnosti firem (Zadrazilová, 2010).....	43

7.2. Seznam grafů

Graf 1 - Existují ve firmě, ve které pracujete, pravidla etického charakteru?	54
Graf 2 - Jsou podle Vás dodržovány etické principy ve Vaší firmě?	55
Graf 3 - Promítají se etické principy do Vaší každodenní práce?.....	56
Graf 4 - Je ve Vaší firmě bráno etické chování jako součást strategie firmy?.....	56
Graf 5 - Dostal/a jste někdy, v rámci výkonu Vaší práce k řešení úkol, který nešel řešit 100 % morálně?.....	57
Graf 6 - Vykonal/a jste někdy úkol, o kterém jste dopředu věděl/a, že není morálně správný, ale že firmě prospěje?	58
Graf 7 - Zadáváte někdy svým podřízených či kolegům úkoly, které nejsou zcela v souladu s etickými principy?	58
Graf 8 - Setkali jste se s porušováním dobrých mravů u Vašich nadřízených?.....	59
Graf 9 - Máte zastání a podporu u svého nadřízeného?.....	60
Graf 10 - Jsou nově přijímaní pracovníci při nástupu do Vaší firmy poučeni o pravidlech etického jednání?	61
Graf 11 - Existuje u Vás ve firmě možnost anonymně upozornit na neetické jednání?	61
Graf 12 - Eviduje a řeší Vaše firma stížnosti na zaměstnance ohledně etického chování od zákazníků, dodavatelů a obchodních partnerů?	62
Graf 13 - Myslíte si, že etické chování v podnikání má nějaký přínos?.....	63
Graf 14 - Domníváte se, že podniky v ČR jednají podle etických principů?	63
Graf 15 - Domníváte se, že zavedení a následné užívání etického kodexu, je pro firmy prospěšné?.....	64
Graf 16 - Měli by být zaměstnanci firmy, kteří se dopustili neetického jednání sankciováni?.....	65
Graf 17 - Měli by být sankciováni i ti, kteří se dopustili neetického chování, které bylo ve prospěch firmy?	65
Graf 18 - Myslíte si, že za etické podnikání je odpovědný každý jedinec?.....	66

Přílohy

DOTAZNÍK

1. část

1. Existují ve firmě, ve které pracujete, pravidla etického charakteru? Pokud ano jaká?

- Ano
- Ne
- Nevím

Pokud jste na tuto otázku odpověděli ANO, jaká pravidla podle Vás ve firmě existují?

.....

2. Jsou podle Vás dodržovány etické principy ve Vaší firmě?

- Ano
- Ne
- Nevím

3. Promítají se etické principy do Vaší každodenní práce?

- Ano
- Ne
- Nevím

4. Je ve Vaší firmě bráno etické chování jako součást strategie firmy?

- Ano
- Ne
- Nevím

- 5. Dostal/a jste někdy, v rámci výkonu Vaší práce k řešení úkol, který nešel řešit 100 % morálně?**
- Ano
 - Ne
 - Nevím
- 6. Vykonal/a jste někdy úkol, o kterém jste dopředu věděl/a, že není morálně správný, ale že firmě prospěje?**
- Ano
 - Ne
 - Nevím
- 7. Zadáváte někdy svým podřízených či kolegům úkoly, které nejsou zcela v souladu s etickými principy?**
- Ano
 - Ne
 - Nevím
- 8. Setkali jste se s porušováním dobrých mravů u Vašich nadřízených?**
- Ano
 - Ne
 - Nevím
- 9. Máte zastání a podporu u svého nadřízeného?**
- Ano
 - Ne
 - Nevím
- 10. Jsou nově přijímaní pracovníci při nástupu do Vaší firmy poučeni o pravidlech etického jednání?**
- Ano
 - Ne
 - Nevím

11. Existuje u Vás ve firmě možnost anonymně upozornit na neetické jednání?

- Ano
- Ne
- Nevím

12. Eviduje a řeší Vaše firma stížnosti na zaměstnance ohledně etického chování od zákazníků, dodavatelů a obchodních partnerů? Pokud ano, čeho se stížnosti týkali?

- Ano
- Ne
- Nevím

Pokud jste na tuto otázku odpověděli ANO, čeho se stížnosti týkali?

.....

2. část

1. Myslíte si, že etické chování v podnikání má nějaký přínos?

- Ano
- Ne
- Nevím

2. Domníváte se, že podniky v ČR jednají podle etických principů?

- Ano
- Ne
- Nevím

3. Domníváte se, že zavedení a následné užívání etického kodexu, je pro firmy prospěšné?

- Ano
- Ne
- Nevím

4. Měli by být zaměstnanci firmy, kteří se dopustili neetického jednání sankciováni?

- Ano
- Ne
- Nevím

5. Měli by být sankciováni i ti, kteří se dopustili neetického chování, které bylo ve prospěch firmy?

- Ano
- Ne
- Nevím

6. Myslíte si, že za etické podnikání je odpovědný každý jedinec?

- Ano
- Ne
- Nevím