

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Bakalářská práce

Etické problémy v profesní odpovědnosti podnikatele

Iva Váňová

© 2013 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra humanitních věd
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Váňová Iva

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Etické problémy v profesní odpovědnosti podnikatele

Anglický název

Ethical problems in business professional responsibility

Cíle práce

Bakalářská práce je tématicky zaměřena na Etické problémy u podnikatele. Cílem je nastínit nejčastější etické prohřešky, kterých se dopouští drobní podnikatelé ve vybrané obci. Empirickému šetření budou podrobeni 3 až 4 podnikatelské subjekty.

Metodika

Metodika řešené problematiky bakalářské práce se v teoretické části opírá o studium odborné literatury. V praktické části bude k dosažení potřebných informací použito kvalitativních metod, přesněji půjde o rozhovory s vybranými podnikateli. Pro rozhovor bude sestavena skupina otázek, pomocí kterých se odkryjí a nastíní nejčastější a nejzávažnější etické prohřešky, kterých se daný podnikatel dopouští a jaký mají dopad na okolí podnikatelského subjektu. Výhodou těchto metod je přímý kontakt s respondentem. Výsledky šetření budou sepsány v závěru bakalářské práce.

Harmonogram zpracování

Harmonogram:

1. Studium literatury - 3-6 měsíců
- Leden – červen 2012
2. Cíl práce a volba empirických metod - 3 měsíce
- Červen – září 2012
3. Vyhotovení zadání práce - Do září 2012
4. Zpracování práce - 6-9 měsíců
- Září – březen
5. Odevzdání práce - Březen 2013

Rozsah textové části

30 - 40 stránek

Klíčová slova

Etika, Podnikatel, Podnikatelská etika, Etický kodex, Podnikání

Doporučené zdroje informací

Remišová, A.: Úvod do podnikatelské etiky. Skriptum EU, Bratislava 1996
Steinmann, H. - Löhr, A.: Základy podnikatelské etiky. Victoria Publishing, Praha 1995
Dytrt Z. A kol. - Etika v podnikatelském prostředí, GRADA Publishing, Praha. 2006
Seknička Pavel, Putnová Anna, Uhlář Pavel :Etické řízení ve firmě:
Eva Wagnerová, Jarmila Šebestová: Podnikání v malé a střední firmě

Vedoucí práce

Hauzer Karel, RNDr., CSc.

Termín odevzdání

březen 2013



prof. PhDr. Ing. Věra Majerová, CSc.

Vedoucí katedry



prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.

Děkan fakulty

V Praze dne 15.1.2013

Čestné prohlášení

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

V Praze, dne 15. března 2013

Poděkování

Ráda bych touto cestou chtěla poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce RNDr. Karlu Hauzerovi, CSc. za odborné vedení práce, za pomoc a rady při jejím zpracování. Dále bych chtěla poděkovat všem účastníkům dotazníkového šetření a rozhovorů za jejich čas a poskytnutí cenných informací.

Iva Váňová

Etické problémy v profesní odpovědnosti podnikatele

Ethical problems in business professional responsibility

Souhrn

Předkládaná bakalářská práce pojednává o stavu a přístupu k etice v podnikání podnikatelů ve Zruči nad Sázavou. Zkoumá, jaké jsou nejčastější etické problémy a také jaké jsou podle dotazovaných nejběžnější etické prohřešky jiných podnikatelů na českém trhu. Práce se pokusí vysvětlit, proč se některých neetických praktik podnikatelé dopouštějí, jaké mají vztahy se zaměstnanci, konkurencí a obchodními partnery. V teoretické části jsou vysvětleny některé důležité pojmy, které se prolínají celou prací. Práce nastíní jednotlivé etické problémy a také příčiny, význam, funkce a předmět podnikatelské etiky. V analytické části jsou interpretovány výsledky z dotazníkového a rozhovorového šetření. Výsledkem je zjištění, že se podnikatelé ve Zruči nad Sázavou chovají spíše eticky, to se týká vztahu k zaměstnancům, životnímu prostředí a zákazníkům.

Klíčová slova:

etika, podnikatelská etika, podnikatel, podnikání, ekonomika, morálka, odpovědnost

Summary

The bachelor thesis deals about condition and attitude to business ethics in Zruč nad Sázavou. Research is focused to find the most common ethical problems in business responsibility and also find the most common ethical problems which have the others entrepreneurs on the Czech market. Thesis is written to explain what is the reason that the czech entrepreneurs use the unethical approaches and why. There are also explain the relations between entrepreneurs and their employees, competitors and business partner. Theoretical parts explain some terms important for understanding of the issues. Thesis contains some ethical problems in business responsibility and also causes, meaning, function and object of business ethics. There are interpreted results in my own research

from survey and interview. According to the results thought, that the entrepreneurs in Zruč nad Sázavou use mostly ethical practices for their business.

Keywords:

ethics, business ethics, entrepreneurs, business, economics, morality, responsibility

Obsah

1.	Úvod.....	9
2.	Cíle práce a metodika	11
3.	Teoretická východiska	14
3.1.	Podnikatelská etika v České republice.....	14
3.2.	Podnikatelská etika jako vědní disciplína.....	14
3.3.	Morální trh podle Adama Smitha	15
3.4.	Definice základních pojmů	16
3.5.	Předmět a funkce podnikatelské etiky	18
3.6.	Slučitelnost etiky a podnikání.....	19
3.7.	Význam podnikatelské etiky.....	23
3.8.	Příčiny neetického chování.....	23
3.9.	Eticky problémové oblasti	24
3.10.	Principy a nástroje etického řízení.....	28
3.11.	Stav etiky v podnikání a morálky v České republice.....	29
3.12.	Realizovaný výzkum mapující etiku v podnikání v ČR.....	29
4.	Analytická část.....	32
4.1.	Charakteristika podnikatelů v České republice	32
4.2.	Návrh a vypracování dotazníku	32
4.3.	Návrh otázek pro rozhovory a průběh rozhovorů.....	33
4.4.	Charakteristika dotazovaných respondentů	34
4.5.	Návrh hypotéz.....	34
5.	Interpretace výsledků z dotazníkového šetření.....	35
6.	Interpretace výsledků z polostandardizovaných rozhovorů.....	39
6.1.	Shrnutí a interpretace výsledků.....	39
6.2.	Širší souvislosti výzkumu	42
6.3.	Zhodnocení hypotéz.....	42
7.	Závěr	43
8.	Seznam použité literatury	44
9.	Přílohy	
	Příloha č. 1: Dotazník	
	Příloha č. 2: Rozhovorové otázky	
	Příloha č. 3: Zpracování dotazníkového šetření	

1. Úvod

Filosofové, sociologové a ekonomové se zabývají otázkou etiky již odnepaměti. Vznikají dokonce obory při vysokých školách, které se zabývají mimo jiné právě podnikatelskou etikou. Z toho vyplývá, že existuje trvalý zájem o řešení této problematiky.

Podnikatelské subjekty v České republice nezaujímají zrovna přívětivou pozici v očích spoluobčanů, neboť média často upozorňují na neetické praktiky právě u této skupiny obyvatel. Z tohoto důvodu česká společnost nahlíží na podnikání poněkud skepticky, jelikož pro většinu lidí je podnikání bráno jako něco sobeckého, kde je hlavním úkolem a cílem dosažení zisku.

Důvodů, proč si společnost myslí, že podnikání je nemorální činnost, ve které jde pouze o to vydělat dostatek peněz, je mnoho. O důvodech a příčinách neetického jednání podnikatelů pojednává kapitola v teoretické části. Již zmíněná média upozorňují na různé kauzy, kde jsou podnikatelé obviňováni z korupce, daňových a jiných podvodů, jedná se také o podvody páchané na spotřebitelích či životním prostředí. Avšak ve většině případů se už společnost nedozví, jak tyto konkrétní kauzy dopadly a kdo byl potrestán.

Výzkumy, které byly zaměřeny na vysvětlení příčin a důvodů neetického jednání podnikatelských subjektů v České republice, ukázaly zajímavé výsledky. O jednom z těchto výzkumů pojednává samostatná kapitola v teoretické části. Jedním z oněch výsledků je, že většina dotázaných podnikatelských subjektů shledává etiku v podnikání spíše jako konkurenční nevýhodu.

Práce nastíní a popíše několik hlavních etických problémů, se kterými se podnikatelské subjekty setkávají. V teoretické části budou pro porozumění textu sepsány a vysvětleny některé důležité pojmy, které se v práci objeví. Mimo jiné se v práci objeví myšlenky Adama Smitha, které se týkají morálky a jeho konceptu neviditelné ruky trhu.

Ve svém výzkumu se pokusím pomocí výzkumných metod zjistit, jak jsou na tom s etikou podnikatelské subjekty ve vybrané obci. Jak vůbec chápou spojení slov etika a podnikání. Pomocí rozhovorů a dotazníků se práce pokusí odpovědět na otázku, zda se podnikatelé

chovají eticky či nikoli a co je hlavním etickým problémem, který je společný a nejčastější pro vybrané podnikatele a jejich firmy. Problematika etiky v podnikání je stále velmi aktuální, proto jsem si vybrala právě toto téma, neboť si myslím, že je důležité se o něj hlouběji zajímat.

2. Cíle práce a metodika

Cíle práce

Cílem práce je nalezení a vysvětlení nejčastějších etických prohřešků a problémů, se kterými se podnikatelé během své podnikatelské činnosti setkávají. Práce se bude snažit porovnat různé podnikatelské subjekty, jejich osobní přístup k řešení jednotlivých etických problémům a také, zda existuje společný názor na danou problematiku.

Dílním cílem práce je, jak jednotliví podnikatelé přistupují k podnikatelské etice, jejich osobní názor na současný stav etiky v podnikání na českém trhu a zda si myslí, je – li v dnešní době vůbec možné podnikat eticky.

Tato práce si neklade za cíl zkoumat morálku či vzdělání podnikatelských subjektů, ale pouze zjistit, zda se na malém městě a v malých firmách podnikatelé setkávají s problematikou etiky v podnikání. Dále jaké jsou konkrétní etické problémy, kterých se podnikatelé dopouštějí, jsou – li pro dané podnikatele některé zmíněné problémy společné a proč tomu tak je.

Metodika

Metodika řešené problematiky bakalářské práce se v teoretické části opírá o studium odborné literatury. V odborné literatuře lze najít mnoho podnětů, ze kterých může analytická část kriticky vycházet. V analytické části bude k dosažení výsledků použito výzkumné šetření, což je závazný postup, během kterého jsou shromažďována, analyzována a posléze interpretována relevantní data.

Ve vlastním výzkumu bude k dosažení potřebných informací použito kvalitativních a kvantitativních výzkumných metod. Technikou sběru dat, která bude v práci využita, jsou polostandardizované rozhovory a dotazník. Respondenty, tedy osobami, kterým jsou kladeny otázky, jsou pro účely bakalářské práce podnikatelé, kteří vlastní malé firmy ve

Zručí nad Sázavou. Tito drobní podnikatelé zaměstnávají ve svých firmách přibližně 5 – 10 zaměstnanců nebo podnikají samostatně.

Kvantitativních výsledků bude dosaženo pomocí dotazníků. Dotazníky budou rozeslány přibližně dvaceti podnikatelům, kteří provozují svou činnost v uvedeném městě. Pro účely práce tento nízký počet poskytnutých dotazníků stačí, neboť jsou potřeba pouze jako podklad pro osobní interview a slouží jen jako náhled do dané problematiky. Pomocí dotazníků chce práce zjistit pouze názor ostatních podnikatelů na otázky etiky v podnikání. Z toho důvodu nízký počet a následné výsledky nelze brát jako statisticky významné.

Dotazník je psán formou uzavřených otázek. Uzavřené otázky nabízejí několik alternativ pro odpovědi, ze kterých si respondent musí jednu vybrat. Tyto alternativy musí být sestaveny tak, aby mohl respondent bez potíží nalézt právě tu svoji vhodnou odpověď. Výhodou uzavřených otázek je, že mohou být snadno porovnávány s odpověďmi jiných respondentů, také jdou snáze analyzovat. Uzavřené otázky jsou pro respondenty také snazší, jelikož stačí jedna odpověď, formulování odpovědí vlastními slovy je náročnější. Nevýhodou může být naopak neschopnost respondenta se rozhodnout nebo velké množství alternativních odpovědí, ze kterých si není schopen vybrat jednu. (Majerová, 2007, str. 41)

Dalším typem otázek, které byly pro dotazník použity, jsou výčtové otázky, které dávají respondentovi možnost vybrat si z více odpovědí. Nenutí respondenta příliš přemýšlet, může pouze vybírat z nabídky. Posledním použitým typem otázek jsou výčtové otázky s uvedením pořadí. V tomto typu otázek dává respondent určitým tématům prioritu. Výhodou těchto otázek je, že respondenta nutí nad tématem přemýšlet a zároveň zjišťuje, co je pro něj důležité a co je méně důležité. (Majerová, 2007, str. 47)

Výhodou dotazníků je značná úspora času, neboť jsou rozeslány najednou několika respondentům. Dotazník si respondent vyplní v klidu doma nebo v práci ve chvíli, kdy se to jemu hodí. Dotazníky byly vytvořeny pomocí internetové aplikace survio.com a odeslány přes e-mailovou poštu, tudíž je zaručena vysoká anonymita při vyplňování. Všichni respondenti byli tázáni stejným způsobem, tudíž je porovnávání odpovědí při konečné analýze usnadněno. Nevýhodou dotazníku může být nedostatek flexibility pro

respondenty, nízká návratnost dotazníků, chybějící zpětná kontrola odpovědí a možné zkreslení vzorku. (Majerová, 2007, str. 88)

Kvalitativní část bude provedena pomocí polostandardizovaného rozhovoru. Rozhovorů se zúčastní čtyři podnikatelé. Rozhovor bude probíhat formou několika pevně stanovených otázek, které budou v průběhu rozhovoru doplněny o další otázky podle konkrétních odpovědí respondentů.

Výhodou rozhovorů je jejich pružnost. Tazatel může používat sondy a jiné pomůcky, aby respondent přesně pochopil otázky. Další výhodou je návratnost, která je bezpochyby větší než u dotazníků. Tazatel může pozorovat nonverbální chování respondenta, může také zaznamenávat spontánní odpovědi. Tazatel může zajistit kompletnost, tzn., že respondent odpoví na všechny otázky. Nevýhodou je poté časová náročnost rozhovoru, nedostatek anonymity a dostupnost respondentů. (Majerová, 2007, str. 112)

Rozhovory budou probíhat přibližně jednu hodinu. Výsledky obou šetření budou sepsány a interpretovány v závěru bakalářské práce. V příloze poté budou zveřejněny jednotlivé grafy, které budou korespondovat s výsledky získaných pomocí dotazníků. Dále budou přílohy obsahovat seznam otázek pro interview.

3. Teoretická východiska

3.1. Podnikatelská etika v České republice

V Československu a později v České republice můžeme mluvit o počátku podnikatelské etiky až na začátku devadesátých let minulého století. Hlavní tématem doby byly otázky týkající se transformace, především privatizace. Otázky, které by se vztahovaly na podnikatelskou etiku a odpovědnost podnikání, nebyly tehdy na pořadu dne. Veřejnost a ani média nevěnovala této problematice přílišnou pozornost. (Putnová, 2007, str. 21)

V roce 1994 vzniklo v České republice důležité uskupení, a to Společnost pro etiku v ekonomice při Národohospodářském ústavu AV v Praze. Postupně díky této společnosti a lidem, kteří stáli u jejího vzniku, spatřily světlo světa první překlady, samostatné práce a studijní texty z oblasti podnikatelské etiky. (Putnová, 2007, str. 21)

V druhé polovině devadesátých let u nás přibývalo učebních textů i monografií, které se zabývaly otázkou podnikatelské etiky. Začala se také mírně zvyšovat informovanost o podnikatelské etice v médiích. Privatizační skandály a podezřelé obchodní transakce způsobily to, že se v roce 1998 podnikatelská etika stala volebním tématem. Projekt „Čisté ruce“ sliboval zlepšení morálky ve sféře podnikání a politiky. V květnu roku 2000 byl ovšem pozastaven, a to z toho důvodu, že na projekt nebyly dostatečné finanční prostředky. (Putnová, 2007, str. 22)

V následujících letech vznikala různá sdružení a fóra, která se zabývala etikou v podnikání. Akademické sféře se podařilo dosáhnout výuky podnikatelské etiky na ekonomických fakultách, tím přispěli k tomu, že se naše země zařadila mezi standardní vyspělé země. (Putnová, 2007, str. 22)

3.2. Podnikatelská etika jako vědní disciplína

Rozvoj podnikatelské etiky jako samostatné disciplíny má ve světě asi třicetiletou tradici. Důvod studie podnikatelské etiky a snaha o vzdělání v této oblasti může být řada ekonomických skandálů a problémy, které jsou v dnešní době na denním pořádku. Hospodářská kriminalita, všudypřítomná korupce a nedodržování základních pravidel

slušného chování je jak tématem diskuzí široké veřejnosti, tak i obsahem politických slibů v naší zemi. (Putnová, 2007, str. 18)

Všechny závažné politické i ekonomické události nového století, ať byly jakkoli znepokojivé, posílily postavení podnikatelské etiky jako vědní disciplíny, která může pomoci v hledání a nalézání konceptů pro rozvoj ekonomických aktivit. (Putnová, 2007, str. 20)

Od svého vzniku se podnikatelská etika neustále vyvíjí. Důkazem tohoto vývoje a rozvoje podnikatelské etiky je existence a fungování mnoha vědeckovýzkumných center a ústavů na vysokých školách v USA, jejichž předmětem jsou eticko-ekonomické problémy. Důsledkem toho pochází právě z USA množství kvalitní literatury vztahující se na toto téma. (Fiala, 2005, str. 67)

3.3. Morální trh podle Adama Smitha

A. Smith zdůrazňoval, že každé tržní hospodářství může fungovat pouze na základě všeobecně platných a uznávaných morálních hodnot. Tato myšlenka tvořila protiváhu jeho teorie o neviditelné ruce trhu. V přístupu, který Smith uplatňoval, můžeme mluvit o vzniku ekonomie a jejího společného působení s etikou. (Tomancová, 2011, str. 17)

Smith ve svém díle „Teorie mravních citů“ uvádí, že základ nečestného, neetického jednání vidí ve vnitřním hlase svědomí. Smith a jeho díla se stala zdrojem inspirace pro řadu generací ekonomů a jiných společenských vědců. (Tomancová, 2011, str. 18)

Adam Smith poukazoval také na to, stejně jako řada dalších autorů, že čím je společnost morálně kultivovanější, čím více se mohou lidé spolehnout na dobré a etické chování svých obchodních partnerů, tím jsou pak nižší náklady na používání trhu, zvyšuje se specializace, je efektivnější výroba a tím je vyšší „bohatství národů“, neboli hrubý domácí produkt. (Tomancová, 2011, str. 39)

3.4. Definice základních pojmů

K celkovému pochopení a srozumitelnosti práce je zapotřebí vysvětlit jednotlivé pojmy, které se v textu objeví.

Etika

Etika je souhrn norem a pravidel, vyjadřující názory společnosti na chování a jednání lidí z hlediska dobra a zla, správnosti a nesprávnosti. Je to nauka o mravnosti, o původu a podstatě morálního vědomí a jednání. (Akademický slovník cizích slov, 1998)

Podnikatelská etika

Etika v podnikání se běžně zaměřuje s dalšími koncepty, jako je například společenská odpovědnost firem. Etika podnikatelů se vztahuje k hodnotám, které zajišťují rovnováhu osobních zájmů se všemi ostatními prvky ekonomiky. Těmito hodnotami jsou například čestnost, spolehlivost, loajalita, pracovitost. (Tomancová, 2011, str. 27 - 29)

Jednou z definic podnikatelské etiky může být, že etika podnikání zahrnuje morální zásady a normy, které usměrňují chování ve světě podnikání. Zda takové chování je správné či nikoli, etické nebo neetické, často určí veřejnost prostřednictvím sdělovacích prostředků nebo zájmových skupin. (Šroněk, 1995, str. 174)

Etické kodexy

Etické kodexy upřesňují pravidla, která jsou závazná pro všechny zaměstnance dané firmy či organizace ve vztahu ke svým konkurentům, dodavatelům a zákazníkům. Obsahuje jak etickou vizi, tak postup, se kterým daná firma či organizace právě tuto vizi realizuje. (Dytrt, 2006, str. 124)

Morálka

Pojem morálky je odvozen od latinského „mós“, což naznačuje zvyk, obyčej a mrav, ale také osobní způsob života, smýšlení a charakter osobnosti. Morálka je soustava pravidel a hodnot lidského chování. (Tomancová, 2011, str. 13)

„Morálka je veřejným kapitálem a vyplatí se do ní investovat. Investujeme tím do lepší spolupráce lidí.“ (Samuelson, 1995)

Je velkou chybou domnívat se, že veškerá ekonomická činnost se obejde bez morálních norem. Prvky morálky musí existovat také v ekonomické sféře. Tam, kde žijí lidé, kde existují vztahy mezi lidmi, musí být přítomna také morálka, aby tato společnost mohla nějakým způsobem fungovat a existovat. Vznik a další vývoj podnikatelské etiky je reakcí na poptávku společnosti po morálních pravidlech, která upravují lidské chování. (Fiala, 2009, str. 54)

Podnikatel

Tento výraz pochází z francouzštiny a ve svém původním středověkém významu znamenal prostředníka či zprostředkovatele. (Veber, 2008, str. 16)

V případě vymezení pojmu „podnikatel“ existuje celá řada definic. Jednou z nich je, že podnikatel je osoba realizující své aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu. Další definicí může být, že podnikatel je osoba, která je schopna rozeznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit k tomu odpovídající rizika. Těchto cílů by však za žádných okolností nemělo být dosaženo neetickým jednáním. (Veber, 2008, str. 16)

Podnik

Dalším pojmem, který souvisí s pojmem podnikatel, je podnik, častěji nahrazován stejným slovem firma. Pro vymezení tohoto pojmu existuje opět řada výkladů, která závisí na úhlu pohledu, podle kterého je interpretován. Pro představu byl vybrán ten nejčastější a nejobecnější. Touto definicí je, že se jedná o subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů ve statky. Je to soubor hmotných, osobních i nehmotných složek podnikání. (Veber, 2008, str. 16)

Podnikání

Existuje několik pojetí, které se týkají definice podnikání. Můžeme jmenovat ekonomické pojetí, které definuje podnikání jako zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.

Za to psychologické pojetí vysvětluje podnikání jako činnost, která potřebuje něco získat pomocí motivace, potřebuje něčeho dosáhnout, vyzkoušet či splnit. V tomto ohledu je podnikání prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, snaha postavit se na vlastní nohy. Naopak sociologické pojetí nahlíží na podnikání jako na snahu o vytvoření blahobytu pro všechny zúčastněné, nalezení cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytváření pracovních míst a příležitostí. Poslední je právnické pojetí, které popisuje podnikání jako soustavnou činnost, která je prováděna samostatně, na vlastní jméno podnikatele, na jeho vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku. (Veber, 2008, str. 15)

3.5. Předmět a funkce podnikatelské etiky

Funkce

Podnikatelskou etiku můžeme chápat jako formu aplikované etiky. V podnikatelské etice jde především o zkoumání ekonomických aktivit na základě hodnot. (Fiala, 2005, str. 65)

Hlavní úlohy podnikatelské etiky:

1. odhalení fungujících etických norem a principů
2. kritická reflexe morálky v ekonomice.
3. srovnání fungujících principů a lidských hodnot
4. zformulování nových etických norem a principů
5. vypracování postupů pro aplikaci těchto norem a principů do ekonomické sféry (Remišová, 2011, str. 56)

Předmět

Předmětem podnikatelské etiky jako aplikované etiky je oblast konfliktů mezi ekonomickou a etickou racionalitou, mezi individuálními a všeobecnými zájmy, mezi principem maximalizace zisku a dobrem. (Remišová, 2011, str. 56)

Podstatu tohoto konfliktu můžeme vidět v dualizmu mezi ekonomickým, racionální světem a světem etické zodpovědnosti, neboli střet hospodářství a morálky. (Remišová, 2011, str. 56)

3.6. Slučitelnost etiky a podnikání

Rozpor v ekonomickém a etickém přístupu můžeme vidět v otázce typu: „*Jak dosahovat zisku a obstát v konkurenci na trhu a být čestný?*“ (Remišová, 2000)

Podstata ekonomie

Ekonomie je společenská věda o dobrovolném rozhodování a volbě lidí o tom, jak a jakými prostředky uspokojit neomezené potřeby pomocí vzácných zdrojů, včetně času. Lionel Robbins definuje ekonomii jako „*vědu, která zkoumá lidské chování týkající se vztahu mezi cíli a vzácnými zdroji, které mají alternativní použití*“ (Chafuen, 2003), naopak například Ludwig von Mises ji definuje jako vědu, která zkoumá lidské chování, které však člověku ukazuje pouze to, co má dělat, aby dosáhl určitého cíle. (Tomancová, 2011, str. 11)

Podle A. Remišové je koncentrace ekonomických problémů představována na třech základních úrovních lidské existence. Jde o úroveň vztahu člověka a přírody, člověka a společnosti a v posledním případě vztah člověka a člověka. Mnozí podnikatelé si bohužel myslí, že ekonomická činnost probíhá bez jakýchkoliv morálních norem. Ekonomická sféra musí obsahovat morální prvky. (Fiala, 2005, str. 65)

Slučitelnost etiky a ekonomie

Definice ekonomie a etiky naznačují rozdíly mezi oběma vědami, které obsahují i jejich omezení a různá praktická využití. Ekonomie popisuje nebo vysvětluje faktory, prostředky k dosažení cíle a důsledky lidského jednání a volby. Na druhé straně etika zdůvodňuje, posuzuje lidské činnosti ve vztahu k žádoucím výsledkům a odpovídá na otázku „*jak se má člověk chovat*“. Ekonomie se nedokáže vyjádřit ke správnosti či nesprávnosti cíle, či k jinému hodnotovému soudu. Naopak etika nedokáže například analyticky vyhodnotit výnosy a náklady dvou různých příležitostí. Z těchto důvodů se ekonomie v teorii prvotně chápe jako pozitivní a etika jako jednoznačně normativní věda. Definice také potvrzují fakt, že ekonomie se primárně zaměřuje na racionální rozhodování člověka, a naopak etika se zaměřuje na emotivní rozhodování. (Tomancová, 2011, str. 12)

V literatuře je akceptováno, že etika a ekonomika se mezi sebou prolínají na třech úrovních. Jedná se o makroúroveň, mezoúroveň a mikroúroveň. (Tomancová, 2011, str. 39)

V makroúrovni jde o etiku ekonomiky jako celku, ve které je subjektem celá společnost. Předmětem je stanovení základního etického rámce na území státu. Hlavní roli zde hraje stát, který vytváří prostor pro etické nebo neetické chování, ať už jednotlivců, firem nebo organizací, prostřednictvím legislativy v ekonomické, finanční, daňové a sociální politice. *Morálka tržního systému zahrnuje svobodu volby, spravedlivé rozdělování, osobní odpovědnost, transparentní tržní systém a důvěru k ekonomickým systémům.* (Tomancová, 2011, str. 40)

Etické problémy na makroúrovni:

- absence etického rámce procesu privatizace
- nedostatečná ochrana soukromého vlastnictví
- korupce
- přijímání, dávání úplatků
- chudoba
- znečištění životního prostředí
- neefektivní nakládání s přírodními zdroji
- sociální nespravedlivost/spravedlivost
- nezaměstnanost
- neplnění daňové povinnosti
- podvody na burze
- mzdová deformace
- nedokonalá legislativa (Remišová, 2011, str. 82)

V mezoúrovni jsou subjektem instituce a firmy bez ohledu na jejich velikost a organizaci. Jde především o vzájemný vztah mezi zaměstnanci a zaměstnavateli, to znamená o vnitřní a vnější vztahy, jako jsou vztahy k zákazníkům, obchodním partnerům, konkurenci, státním institucím a obyvatelům. Na této úrovni se odráží největší a základní problém

podnikatelské etiky, tím je tvorba zisku a morální jednání při jeho tvorbě. (Tomancová, 2011, str. 40)

Etické problémy na mezoúrovni:

- diskriminace v pracovních vztazích
- nespravedlivá mzda
- přijímání pracovníků
- odměňování pracovníků
- pracovní podmínky
- porušování základních lidských práv
- vztahy na pracovišti
- propouštění
- neplacení sociálního pojištění za zaměstnance
- nedodržování technologických předpisů
- zneužívání majetku firmy pro soukromé účely
- odmítání zodpovědnost, přesun zodpovědnosti (Remišová, 2011, 83)

Subjektem na mikroúrovni v ekonomice je jednotlivec, ať už je v roli kupujícího, prodávajícího, manažera či akcionáře. V jednání se propojují jeho hodnoty, postoje, motivy, které se poté odráží ve výchovné a vzdělávací činnosti. Každý podnikatel by měl při podnikání dbát na morální zásady a měl by být schopen předvídat důsledky svého chování. (Tomancová, 2011, str. 40)

Etické problémy na mikroúrovni:

- nízká právní a etická úroveň člověka jako spotřebitele
- nízké sebevědomí zákazníka a spotřebitele
- nespravedlivá mzda
- tolerance nepoctivých praktik v prodeji
- dávání úplatků
- přijímání úplatků
- nízké nároky na kvalitu poskytovaných služeb
- sexuální obtěžování

- nezodpovědný přístup k plnění pracovních povinností
- šikana na pracovišti (Remišová, 2011, str. 84)

Slučitelnost etiky a podnikání

Vyskytují se protichůdné názory na to, zda je etika a podnikání slučitelné. Ve středověku a v raném novověku panoval názor, že jakýkoliv druh podnikání je nemorální, neetický. (Šroněk, 1995, str. 177)

Slučitelnost mezi těmito dvěma termíny můžeme vidět, vezmeme-li na vědomí, že se zabývají týmž, i když odlišně. Podnikatelská činnost s sebou nese rozhodování o ekonomických a technických procesech, které jsou ryze manažerské nebo technokratické, jde především o to, co vyrábět nebo nevyrábět, jak vyrábět, co prodávat nebo neprodávat, koho zaměstnávat atd. Ve skutečnosti s sebou nese každé podnikatelské rozhodnutí etické prvky. (Tomancová, 2011, str. 39)

Vztah etiky a podnikání lze chápat v užším a širším smyslu. V širším smyslu jde o vztah mezi podnikáním, státem a společností. Toto pojetí vychází hlavně z respektování lidských práv a solidarity. V užším smyslu charakterizuje vztahy uvnitř firmy a vztahy k nejbližšímu okolí. (Vojtík, 2009, str. 174)

Každého podnikatele, ať začínajícího či zkušeného, by mělo zajímat hlavně užší pojetí, neboť v něm se jedná o problémy na úrovni firmy. Mezi tyto problémy můžeme zařadit vztahy vůči spotřebitelům, kdy je podnikatel odpovědný za výrobky, služby, záruční a pozáruční servis, povinnost držet náhradní díly, nepoužívat klamavou reklamu, zákaz uplácet potencionální zákazníky či úřady. Další věcí, které by si měl být podnikatel vědom, je vztah k obchodním partnerům a vztahy vůči majitelům a investorům. Jednou z nejdůležitější povinností je potom vztah k zaměstnancům, neboť na nich je do jisté míry závislá prosperita firmy. (Vojtík, 2009, str. 175)

Etika má své místo v podnikání především v souvislosti s rozhodováním. Jakmile podnikatel zjistí, že určitý problém nebo situace zahrnuje etickou stránku, musí se také umět etiky rozhodnout. Etický problém je takový, který zahrnuje několik možností

k řešení. Při takovém rozhodnutí musí podnikatel nebo firma určit co je a není etické. (Šroněk, 1995, str. 184)

3.7. Význam podnikatelské etiky

Podnikatelská etika se stává důležitým faktorem v rozvoji podniku a regionu. Dodržování podnikatelské etiky vytváří image a vzbuzuje důvěru vnějších partnerů i zaměstnanců. Když firma neplní dané sliby nebo u ní spotřebitel špatně nakoupí, už se více neobjeví a navíc ještě firmu pomluví. (Dytrt, 1997, str. 30)

Obchodování nebo podnikání na základě neetických záměrů a metod nepříznivě ovlivňuje úroveň obchodu, ale i vývoj konkurenčního prostředí. Je to způsobeno tím, že podniky často zapomínají nebo si neuvědomují, že se nemohou považovat za izolovaný systém, jelikož jsou součástí sociálního a ekonomického prostředí, které ke svojí vlastní existenci potřebují a v neposlední řadě ho také využívají. Ke své výrobě totiž potřebují vstupy, jako jsou pracovníci, suroviny a ekologické prostředí. Výstupy, produkce, to jsou prostředky, kterými podnikatelé a obchodníci uspokojují své okolí a získávají zdroje nutné ke své existenci. (Dytrt, 2006, str. 15)

3.8. Příčiny neetického chování

Mezi příčiny neetického chování podnikatelů můžeme řadit možnost rychlého obohacení na úkor jiného podnikatelského subjektu nebo zákazníků. Dále pak touha po uznání, bez adekvátních profesních a morálních vlastností. Další příčinou neetického jednání může být i nízký práh etické citlivosti. (Janotová, 2005, str. 85)

Etické problémy vznikají hlavně proto, že dochází ke konfliktu mezi osobní morálkou podnikatele a hodnotami jednotlivce i firmy. (Vojtík, 2009, str. 176)

3.9. Eticky problémové oblasti

Povinnosti podnikatele

Podnikatel musí respektovat práva svých zaměstnanců, dodržovat bezpečnost práce, vyhnout se diskriminaci, spravedlivě stanovovat mzdy a odměny, zaměstnanci mají právo na informace, spoluúčast na rozhodování. Dalším důležitým vztahem, kterého si musí být podnikatel vědom, je vztah ke státu. Jeho povinností je řádné placení daní, vedení řádného účetnictví, dodržování zákonů, vyhlášek a předpisů na všech úrovních. Dalším prvkem, se kterým se podnikatel setkává při své činnosti, je existence konkurence. (Vojtík, 2009, str. 175)

Podnikatel by měl dodržovat principy poctivé soutěže, nepoškozovat dobré jméno konkurence a obstarávat informace o ní pouze legálním způsobem. Je velice důležité, aby výše zmíněné vztahy a problémy, se kterými je podnikatel denně v kontaktu, byly řešeny eticky, a aby se jim podnikatel neustále věnoval. Eticky pracující a vystupující podnikatelé mají daleko lepší možnost získat například bankovní úvěr. (Vojtík, 2009 str. 175)

Další povinností podnikatelů je ochrana zdraví při práci. Práva na uspokojivé pracovní podmínky a ochranu zdraví při práci patří k základním právům, která jsou garantována Ústavou ČR a Listinou základních práv a svobod. (Vojtík, 2009, str. 175)

Ze zákoníku práce vyplývá, že povinností podnikatele je zajistit bezpečnost a ochranu zdraví pro sebe a své zaměstnance. Podnikatel, či zaměstnavatel si musí být vědom pracovního rizika na pracovišti a z tohoto důvodu jim předcházet. (Vojtík, 2009, str. 175)

Eticky problémové oblasti

Vztah ke spotřebitelům

Ve vztahu vůči spotřebitelům se jedná především o odpovědnost za výrobek. Je nutné, aby byla dodržena jakost, bezpečnost, dodržování předpisů a nastolených norem. Odpovědnost za plnění záručních termínů a doprovodného servisu. Je zakázána jakákoliv klamná reklama. (Tomancová, 2011, str. 41)

Vztah k investorům a obchodním partnerům

Ve vztahu k investorům a majitelům z hlediska etiky v podnikání je vyžadována úplnost, pravdivost a komplexnost veškerých údajů, které jsou obsahem podnikové rozvahy a výkazu zisku a ztráty. Základ dobrých vztahů s obchodními partnery spočívá zejména v dodržování platebních a jiných závazků. (Tomancová, 2011, str. 41)

Vztah k životnímu prostředí

V poslední době se mnoho firem snaží co nejméně negativně působit na životní prostředí, nebo ještě lépe působit na jeho zlepšování. Právě starost o životní prostředí je jedním z ukazatelů etického chování firmy a jednotlivce. (Tomancová, 2011, str. 41)

Střet zájmů

Ke střetu zájmu dochází obecně proto, že určitá osoba shledá, že může uskutečňovat konkrétní činnost pouze na úkor činnosti druhé. Situace, kdy dochází ke střetu zájmů, může být například, když osoba pracuje na částečný pracovní úvazek pro konkurenční firmu nebo společníci s kapitálem ve více firmách, které si vzájemně konkurují. (Šroněk, 1995, str. 185)

Sdělení

Další etický problém se týká sdělení. Neetické je předávat neúplné informace, které prodávající, v našem případě podnikatel, nabízí. Jedná se o nabízené statky nebo služby, které se týkají jeho podnikatelské činnosti. (Šroněk, 1995, str. 185)

Korupce

Korupcí rozumíme buď podplácení úředníka, nebo funkcionáře, při výkonu jeho úřední funkce s nabídkou nějaké protislužby. Nebo je to činnost, při níž státní úředník prodává státní majetek s cílem získat pro svou osobu materiální výhody. Korupce je záležitost vysoce neetická s určitým vlivem na ekonomiku země, která je korupcí postižena, ale pro tuto práci není nijak zásadně důležitá, neboť se u malých podnikatelů na malém městě s korupcí neseťkáváme a pokud ano, není její dopad tak zásadní. (Šroněk, 1995, str. 188)

Konkurence

Ve vztahu ke konkurenci je třeba posilovat dobré vztahy vůči ní a také je nezbytně nutné dodržovat pravidla hospodářské soutěže a nepoškozovat dobré jméno konkurence. (Tomancová, 2011, str. 41)

Konkurence je důležitý pojem, který se týká etiky v podnikání. Každý krok, který podnik či podnikatel uskuteční, může ovlivnit jeho konkurenční postavení. Etika v podnikání hraje významnou úlohu v jednání a chování se ke konkurenci. Nejsou jednotné názory na to, co je a co už není etické ve vztahu a jednání s konkurencí. Slušnost nevyžaduje, aby se firma či podnikatel choval ke konkurenci nějak jemně. Ve vztahu ke konkurenci nejsou správné pouze činy, které souvisejí s chováním firmy. Takovými činy jsou lhaní, podvádění, krádeže, fyzické násilí a nezákonné činy. Zcela neetické je potom podávat jakékoliv lživé informace, které se týkají výrobků konkurence nebo o její samotné činnosti. (Šroněk, 1995, str. 189)

Vztah zaměstnavatele k zaměstnancům

Ve vztahu k zaměstnancům by vedení mělo respektovat práva osobnosti, nediskriminovat při zaměstnávání osob a spravedlivě stanovovat mzdy a jiné odměny. Dále je také důležité, aby pracovní prostředí bylo bezpečné a zdravotně nezávadné. (Tomancová, 2011, str. 41)

Vztah mezi zaměstnavatelem a zaměstnancem upravuje pracovní smlouva, ve které je uvedena výše platu, délka dovolené, popis práce, možnost rozvázání pracovního poměru a jiné. Pracovník ji musí obdržet v písemné podobě. Z toho vztahu vyplývají pro obě strany určité povinnosti. (Kacetl, 2011, str. 40)

Zaměstnavatel je především povinen vytvořit důstojné pracovní prostředí, respektovat osobnost a osobitost svých zaměstnanců, zejména potom žen a osob se změněnou pracovní schopností, jako jsou těhotné ženy, jakkoliv znevýhodnění pracovníci, mladiství atd. Zaměstnanci mají naopak povinnost pracovat podle svých nejlepších schopností, přispívat k dobrému jménu firmy, řídit se pokyny svých nadřízených a dodržovat všechny platné předpisy. (Kacetl, 2011, str. 41)

Spravedlivé hodnocení a odměňování za práci

Ve většině vyspělých zemí je samozřejmý nárok každého pracovníka na minimální mzdu, nezávisle na jeho výkonu, pracovního zařazení či platební schopnosti zaměstnavatele. Něčím jiným je spravedlivé odměňování, které závisí do značné míry na historických aspektech, ekonomickém rozvoji a tradicích dané společnosti. (Kacetl, 2011, str. 41)

Z etického hlediska je důležité, aby odměna za práci byla spravedlivá a aby z ní také mohl zaměstnanec důstojně žít. (Kacetl, 2011, str. 41)

Zisk

Zisk, naproti tomu morálka, to je jeden z ústředních problémů podnikatelské etiky. Mnozí podnikatelé považují tento problém za zásadní dilema jejich životní orientace. Pracovní poslání každého podnikatele je tvorba zisku. Zisk je měřítkem a základním kritériem ekonomické úspěšnosti podnikatele. Propojit poslání s principy spravedlnosti a čestnosti, to je pro podnikatele velmi obtížné. Zisk a jeho maximalizace vystupuje jako základní motiv v podnikání. (Fiala, 2009, str. 61)

Zisk jako motiv

V klasické formě popisuje A. Smith pojetí zisku tak, že každý subjekt hospodářského života sleduje svůj vlastní soukromý zájem a tržní systém funguje ve prospěch všech zúčastněných prostřednictvím neviditelné ruky. Je to tedy individuální zájem jednotlivce a jeho snaha o maximalizaci užitku, které jsou hybnou silou tržního hospodářství. (Fiala, 2005, str. 76)

Mnozí lidé pokládají usilování o zisk jako něco sobeckého, neetického. Za tímto postojem stojí nesprávná domněnka, že když člověk jedná ve svůj vlastní prospěch, je toto jednání hodno odsouzení, a to i přesto, že již v roce 1776 Adam Smith ve své práci „Bohatství národů“ jednoznačně vysvětlil princip „neviditelné ruky trhu“, která právě sledováním vlastních zájmů přispívá k obecnému dobru. Zisk plní v tržní ekonomice důležitou funkci, a to motivační, ekonomickou, funkci financování investic a ovlivňuje míru zaměstnanosti. (Putnová, 2007, str. 94)

Zisk jako morální povinnost

Podnikatel by měl dbát při rozdělování zisku na etické motivy. Proces rozdělování zisku je v plné kompetenci právě podnikatele nebo majitele firmy, který musí respektovat příslušné právní předpisy. Etika se orientuje hlavně na proces tvorby zisku. Podnikatelé by při tvorbě zisku neměli používat neetické praktiky. (Putnová, 2007, str. 94)

Podnikatelé by měli mít na paměti, že by prvoplánová motivace neměla být vytváření zisku, nýbrž uspokojení a dobrý pocit, že mohou pomoci nejen dobré věci, myšlence, regionu či vlastní vesnici, ale hlavně lidem, kteří jsou na jejich činnost odkázáni. Je proto velice důležité, aby si etika a ostatní vlastnosti, jako je slušnost, solidnost našly cestu ke každému z nás, aby byly odstraněny všechny negativní jevy, které charakterizují dnešní hektický svět. (Vojtík, 2009, str. 185)

3.10. Principy a nástroje etického řízení

Etika je do podnikatelského procesu zaváděna především pomocí principů, nástrojů a metod etického řízení. V současné době se prosazuje frontální způsob implementace nástrojů a metod etického řízení do praxe. (Tomancová, 2011, str. 59)

Principy etického řízení

Zavedením principů etického řízení do firmy budou vytvořeny příznivé podmínky pro operacionalizace jednotlivých nástrojů etického řízení. Principy etického jednání obsahují v první řadě filozofická východiska, dále vlastní zásady etického jednání a chování podniku. Jedná se tedy o odpovědnost podnikání, ekonomický a sociální vliv na podnikání, podnikatelské chování, respektování pravidel, podpora mezinárodního podnikání, ochrana životního prostředí a vyvarování se nezákonným operacím. (Tomancová, 2011, str. 60)

Nástroje etického řízení

Nástroje, které prosazují principy etiky v podnikání, se dělí na interní a externí. Mezi interní nástroje patří etické kodexy, etické vzory, vzdělávání a výcvik k etickému jednání, etický a sociální audit atd. Externími nástroji jsou potom protikorupční anonymní informační linky, antispamová informační centra a profesní etické kodexy. (Tomancová, 2011, str. 63)

3.11. Stav etiky v podnikání a morálky v České republice

Média se pokoušejí informovat o stupni a stavu morálky například v politice či ekonomice. Stále častěji se hovoří otevřeně na téma morálních problémů, které se ve společnosti vyskytují. V současné době jsou různé názory a pohledy na to, jak se měl člověk chovat. Za znak soudobé morálky můžeme považovat vědomí krize morálky. Krizí morálky nebo také etiky se věnovali etikové odedávna. Naopak soudobá krize morálky a krize etické problematiky nese některé specifické rysy. Jako další znak, který se podílí na utváření současné etiky, jsou pokusy a návrhy, jak takovou krizi morálky a etiky v soudobé společnosti řešit. (Fiala, 2005, str. 44)

Značný podíl na současné úrovni podnikatelské etiky má neinformovanost podnikatelské veřejnosti. Většina podnikatelů si stále neuvědomuje, jak rozsáhlá je problematika podnikatelské etiky. V současné době se jedná o problémy v oblasti dodržování ústních nebo písemných ujednání. Situace je tak dalekosáhlá, že si dlužník často snižuje rozsah svého majetku s úmyslem vyhnout se plnění svých závazků, aniž by ho tížila jakási odpovědnost nebo vlastní čest. Firmy si často přilepšují naprosto neetickým jednáním, jako jsou například opožděné platby dodavatelům, či svévolné prodlužování doby splatnosti. (Vojtík, 2009, str. 183 - 184)

Podnikatelské prostředí se v naší republice pomalu zlepšuje, ale stále ještě není dobré. Podnikat eticky je možné, ale je to těžší než postupovat neeticky, nekorektně. Nepříznivě ovlivňuje naše prostředí legislativa, neboť je z pohledu podnikatele nejednoznačná a obtížně vymahatelná. (Dytrt, 2006, str. 22)

3.12. Realizovaný výzkum mapující etiku v podnikání v ČR

Realizovaný výzkum poslouží k tomu, abychom si mohli udělat obraz o současném stavu etiky v podnikání v České republice a to z hlediska jejího uplatnění.

Výzkum etiky v podnikatelském prostředí v České republice

Tento výzkum byl realizován na podzim roku 2005. Zadavatelem toho výzkumu byl Transparency International – Česká republika, zpracovatel GfK Praha. Metodikou

výzkumu bylo kvantitativní a kvalitativní šetření. Tedy dotazníkové šetření a hloubkové rozhovory. Cílovou skupinou byly osoby na pozici středního managementu z firem s obratem nad 100 mil. Kč ročně. Dotazovaných firem bylo 293 (Tomancová, 2011, str. 82)

Cílem výzkumu bylo zjistit, jak zástupci podnikatelské sféry přistupují k dodržování etických principů. Kvantitativní části se zúčastnilo 254 zástupců českých firem a 39 zástupců britských firem, které působí na českém trhu. Kvalitativní části, tedy individuálních hloubkových rozhovorů se zúčastnilo 50 top manažerů. (Tomancová, 2011, str. 83)

Výzkum se soustředil převážně na oblast podnikatelského prostředí v České republice, dodržování etických pravidel, postoj k neetickému jednání, etické předpisy a kodexy uvnitř firem a další možná etická opatření ve firmách. (Tomancová, 2011, str. 83)

Mezi důležitá zjištění, která vyplývají z tohoto výzkumu, patří zejména to, že tržní prostředí v naší republice není příliš nakloněno etickému podnikání. Současný stav spíše znemožňuje nebo ztěžuje možnost podnikat eticky. (Tomancová, 2011, str. 83)

Dalším zjištěním je fakt, že soukromý sektor je více etický než veřejný sektor. Dále pak z výzkumu vyplývá, že celková úroveň etiky je u nás o něco lepší než dříve a trend by měl být pozitivní. (Tomancová, 2011, str. 83)

Téměř tři čtvrtiny (tj. 72,8 %) respondentů zaregistrovaly v médiích nějakou formu diskuse, která se týkala etiky v podnikání. Většina dotazovaných (83,3 %) potom hodnotí takovou diskusi za užitečnou a také, že je užitečný určitý apel na etiku v podnikání (92,9 %). (Tomancová, 2011, str. 84)

Z dlouhodobého hlediska je podle manažerů firem poměrně nevýhodné spoléhat se na etické postupy v podnikání. Tuto představu má polovina oslovených. Avšak podle dvou pětin respondentů (38,2 %) je neetické chování v podnikání spíše výhodné. Neetické jednání je vnímáno jako konkurenční výhoda. (Tomancová, 2011, str. 84)

59,1 % českých a 82,1 % britských firem má zaveden nějaký vnitřní etický předpis. Firmy, které etické předpisy nemají, ani o jejich zavedení většinou nestojí. (Tomancová, 2011, str. 84)

4. Analytická část

4.1. Charakteristika podnikatelů v České republice

Výzkum se zaměřuje na drobné podnikatele, kteří provozují svou činnost v různých odvětvích. Pro představu doplňuji současný stav podnikatelů v České republice podle věku, pohlaví a vzdělání.

Podle Českého statistického úřadu je typickým českým podnikatelem muž ve věku mezi 25 – 39 lety, je vyučen nebo má středoškolské vzdělání a je občanem České republiky. Typický český podnikatel má zkušenosti v oboru, ve kterém podniká, současně ale nemá osobní zkušenosti s podnikáním. Před založením vlastním firmy pracoval jako zaměstnanec jiné firmy. (ČSÚ, 2007)

Hlavní motivací pro začátek podnikání je stát se svým vlastním pánem, zkusit si něco nového a vydělat více peněz. Největší problémy pro začínající podnikatele jsou se zajištěním financí pro začátek podnikání, kontakty na budoucí klienty a dodavatele a jednání s úřady. (ČSÚ, 2007)

4.2. Návrh a vypracování dotazníku

Za účelem srovnání podnikatelské etiky u drobných podnikatelů ve vybrané obci byl realizován průzkum, který zkoumal postoj podnikatelů k etickým otázkám. Dotazník byl zpracován pomocí statisticko – matematický metod.

Jednotlivé otázky v dotazníku byly pokládány tak, aby každý respondent mohl lehce odpovědět. Většina otázek odrážela skutečnost, se kterou se každý podnikatel v praxi setkává.

Výzkum byl realizován formou elektronického dotazování za využití internetové dotazníkové služby survio.com, která také pomohla sesbírat a následně automatizovaně zpracovat odpovědi respondentů. Internetový odkaz byl odeslán několika podnikatelům,

kteří podnikají ve vybrané obci v různých odvětvích, pomocí e-mailové pošty. Celý dotazník se zněním jednotlivých otázek je uveden v příloze č. 1.

Dotazníku předcházela krátký text, který respondenty informovat o tom, jaké problematiky se dotazník týká a za jakým účelem tento sběr dat probíhá. Text také informoval o tom, že dotazník je plně anonymní. Po vyplnění dotazníku následovalo poděkování za čas, který dotazníku věnovali.

Elektronická forma dotazníku umožnila snadné a rychlé zpracování a také snadné zpracování odpovědí, tím poskytla více času na samotnou analýzu, zhodnocení a interpretaci výsledků a také čas na polostandardizované rozhovory, pro které byl tento dotazník pořízen, aby zjistil názor podnikatelů na problematiku etiky v podnikání.

V dotaznících byly použity otázky, které se týkaly především etických problémů, kterými jsou vztahy k zaměstnancům, obchodním partnerům a konkurenci. Dále se jednalo o vztahy k zákazníkům, s tím spojená kvalita zboží a služeb, které daný podnikatel poskytuje. Dalším bodem byl pak vztah k životnímu prostředí. Prostor byl věnován také pojmu zisk, který je brán jako jeden z největších a nejspornějších etických problémů. Některé otázky byly formulovány jako projekční, kdy respondent hodnotil chování druhých, v tomto případě jiných podnikatelů.

4.3. Návrh otázek pro rozhovory a průběh rozhovorů

Otázky pro rozhovory byly zvoleny tak, aby odkryly co nejvíce sporných míst a společných rysů v oblasti etiky v podnikání. Pevně stanovených otázek bylo celkem 13. Seznam pokládaných otázek je uveden v příloze č. 2.

Podnikatelé postupně odpovídali na kladené otázky. Celé rozhovory byly nahrány na diktafon a posléze přepsány a zpřehledněny pro interpretaci výsledků. Rozhovory průměrně trvaly 35 – 40 minut. Nikdo z dotazovaných respondentů neodmítl odpověď na žádnou z pevně stanovených otázek.

4.4. Charakteristika dotazovaných respondentů

Respondenti dotazníkového šetření nebyli zatěžováni velkým množstvím segmentačních otázek, pro účely výzkumu postačila pouze otázka týkající se pohlaví a také odvětví, ve kterém podnikají. Celkový počet respondentů, kteří odpověděli na dotazník, a jejich odpovědi byly posléze analyzovány, byl 15.

Rozhovorů se zúčastnili čtyři respondenti. Z toho tři muži a jedna žena. Dotazovaní byli ve věku mezi 38 – 52 lety. Rozhovory probíhaly v místě pracoviště konkrétních podnikatelů ve Zruči nad Sázavou. Respondenti podnikají v různých odvětvích, jedná se o maloobchodní prodej, truhlářství, tesařství a stravování.

Všichni tito podnikatelé mají jedno společné, a tím je styk a komunikace se svými spotřebiteli a dodavateli. Uvedení podnikatelé mají alespoň jednoho zaměstnance, maximálně však počet zaměstnanců nepřesáhne 10, jelikož se jedná pouze o drobné podnikatele. Záměrně byly vybrány osoby, které mají zaměstnance, neboť právě vztah k zaměstnancům je jednou z eticky problémových oblastí.

4.5. Návrh hypotéz

Na základě prostudované odborné literatury a částečné znalosti podnikatelského prostředí ve vybrané obci bych si dovolila vznést následující hypotézy:

Hypotéza H1: Drobní podnikatelé se ve většině případů chovají neeticky.

Hypotéza H2: Většina etických prohřešků u podnikatelů se především bude týkat opožděných plateb.

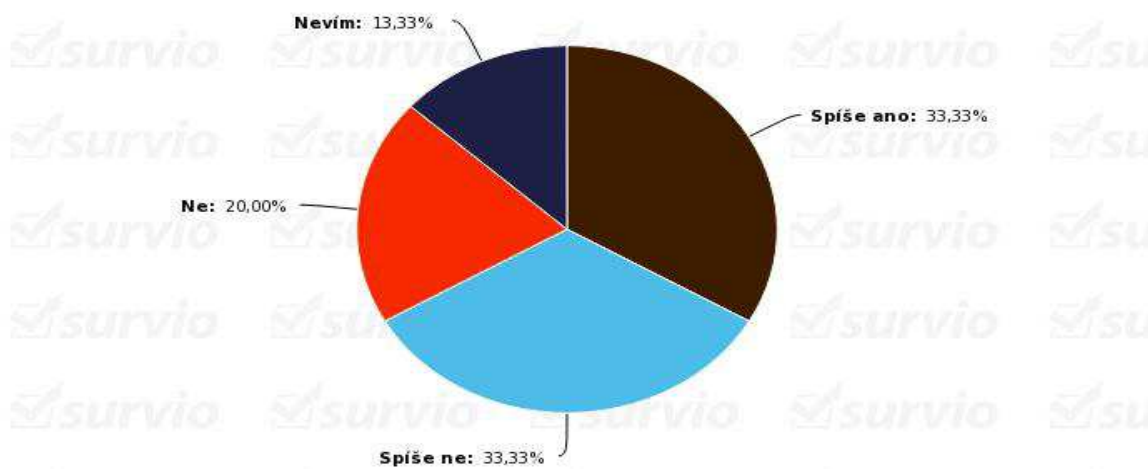
5. Interpretace výsledků z dotazníkového šetření

Nízký počet respondentů, kteří odpověděli na dotazník, je z toho důvodu, že Zruč nad Sázavou je poměrně malé město a nelze tu nalézt dostatečně velký reprezentativní vzorek. Nějaké větší šetření pomocí dotazníků by bylo až cílem diplomové práce, ta by ovšem nemapovala etickou situaci v podnikání na malém městě, ale ve městě poměrně větším a nezaměřovala by se na drobné podnikatele ale na střední a velké firmy. Výsledky z těchto šetření už by mohly být statisticky významné. Jednotlivé grafy a odpovědi na otázky z dotazníkového šetření jsou uvedeny v příloze č. 3.

Na dotazník odpovědělo 15 podnikatelů. Mezi respondenty bylo 80 % mužů a 20 % žen. 53,33 % podnikatelů má firmy, které zaměstnávají do 10 zaměstnanců. Na druhém místě s 33,33 % byli podnikatelé, kteří provozují svou činnost samostatně, 13,33 % respondentů má firmu s více jak 10 zaměstnanci. Pokud jde o oblast podnikání, 40 % respondentů provozuje svou činnost ve stavebnictví, 20 % automobilový průmysl, 13,33 % mají shodně ubytování a stravování, výpočetní technologie a maloobchod.

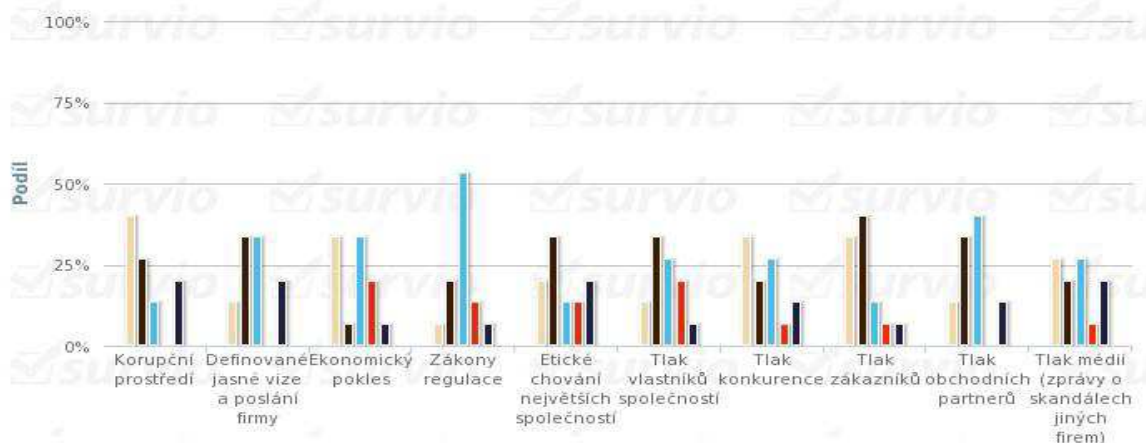
Otázka, zda podnikatelé shledávají etiku v podnikání za důležitou, se 73,33 % respondentů shodlo, že „ano“. Zda má etika pro podnikání význam či přínos opět přinesla shodné odpovědi, že buď „spíše ano“ (33,33 %) a „ano“ (33,33 %), což lze téměř považovat za totožnou odpověď, „spíše ne“ dalo 20 % respondentů a jasné „ne“ 13,33 %. Z odpovědí vyplývá, že otázka etiky v podnikání je důležitá a podnikatelé by se jí měli věnovat. Současně podnikatelé tvrdí, že etické podnikání se vyplácí, což je v souladu s názorem, který vyplynul ze studia literatury.

Domníváte se, že se podnikatelské subjekty v České republice chovají eticky?



Na druhé straně v otázce, která se týkala toho, zda se podnikatelské subjekty v České republice podle jejich názoru chovají eticky, se odpovědi různily. Shody dosáhly odpovědi „spíše ano“ a „spíše ne“ (33,33 %). Jasně „ne“ dalo 20 % respondentů, 13,33 % respondentů neví. Z výsledků vyplývá, že oslovení podnikatelé nemají jednotný názor na danou problematiku.

Jak podle Vašeho názoru ovlivňují následující faktory etické chování firem v ČR?



V otázce, která hledala odpověď na to, do jaké míry faktory, které byly uvedeny v nabídce, ovlivňují etické chování firem ČR, byly za ty, které ovlivňují nejvíce, vybrány korupční prostředí (40 %), tlak zákazníků (33,33 %), tlak konkurence (33,33 %) a ekonomický pokles (33,33 %). Naopak jasně definované cíle firmy (20 %), tlak médií (20 %) a etické

chování největších společností (20 %) nepovažovali respondenti za důležitý faktor, který ovlivňuje etické chování jiných firem.

Za největší etické problémy považují podnikatelé nedodržování platebních podmínek (60 %), finanční podvody (60 %), produkci nekvalitních výrobků či služeb (60 %), korupci a nečestné jednání se zákazníky (60 %). Naopak zneužívání informací (4 %) a nečestné jednání se zaměstnanci (13,33 %) většina respondentů nepovažuje za největší etický problém. Z odpovědí vyplývá, že podnikatelé nepovažují za neetické, když se s jejich zaměstnanci jedná nečestně, což by mělo být spíše naopak. Z výsledků je patrné, že podnikatelé staví na první místo vždy zisk a výdělek z produkce zboží, než je starost o vlastní zaměstnance.

Dotazovaní podnikatelé vybrali jako důležitý předpoklad pro úspěšné podnikání na českém trhu prestiž a známost podniku (66,67 %), kvalitu produkovaných výrobků (66,67 %), síť osobních známostí (33,33 %) a dodržování zákonů (26,67 %). Na druhé straně například nepovažují úzké vztahy s úředníky (26,67 %) či porušování etických pravidel (20 %) za důležitý předpoklad pro podnikání.

Mezi největší přínosy, které s sebou přináší etické podnikání, jsou podle respondentů kvalitní výrobky (80 %), zlepšení image firmy (80 %), růst zisku (60 %) a konkurenceschopnosti (60 %) a také růst prodeje a věrnost zákazníků (60 %). Naopak podle odpovědí není přínosem například snížení podnikatelských rizik (13,33 %) či posílení firemní kultury (13,33 %). Výsledky opět dávají jasný obrázek o tom, co je pro podnikatele dnes důležité.

Další otázky byly směřovány přímo na etické chování jednotlivých podnikatelů. Na otázku, zda poskytují pravdivé informace o svých výrobcích či službách, odpověděli všichni, že „ano“ (66,67 %) nebo „spíše ano“ (33,33 %). Z předchozích odpovědí vyplývá, že podnikatelé považují kvalitní výrobky za důležitý předpoklad pro podnikání a to také potvrdili v odpovědích na tuto otázku. Bez kvalitních výrobků zkrátka úspěšně podnikat nelze.

Naopak v otázce, zda zajišťují včasné placení závazků, odpověděla většina, že „ano“ (46,67 %) nebo „spíše ano“ (40 %), „spíše ne“ odpovědělo 13,33 % respondentů. Výsledky nepotvrdily fenomén poslední let, který právě svévolné prodlužování splatnosti faktur a pozdního placení shledává jako častým problémem v podnikání.

Na otázku, zda se někdy respondenti chovali neeticky vůči konkurenci, odpovědělo 40 % dotázaných, že „ano“, 60 % odpovědělo, že „ne“. Z dotazníků bohužel nelze zjistit, o jaké konkrétní situace se jednalo.

Otázka, zda si podnikatelé myslí, že spravedlivě odměňují své zaměstnance, odpověděli ti, kteří mají zaměstnance, že „spíše ano“ (40 %), zaznělo i jasné „ne“ (6,67 %). Výše odměny pro zaměstnance je v plné kompetenci zaměstnavatele, tudíž pokud podnikatel shledává vyšší platu za dostačující, je naopak možné, že s ním zaměstnanci nebudou souhlasit a budou se cítit podhodnocováni. Zaměstnavatel musí rozhodnout o tom, jaká částka je spravedlivá a dostačující. Právě umění se rozhodnout je jednou z eticky problémových a složitých situací.

V otázce, zda podnikatelé dbají o životní prostředí během své činnosti, rozdělily odpovědi respondenty na ty, kteří odpověděli, že „spíše ano“ (33,33 %) a „ano“ (40 %), zbytek odpověděl „spíše ne“ (20 %) a jeden dokonce, že „ne“ (6,67 %).

Otázka, zda pro dotazované je přednější zisk, než budoucí rozvoj a udržení firmy na trhu, opět rozdělila respondenty na dvě části, kde 40 % odpovědělo, že „ano“ a 60 % dalo „ne“. Odpovědi vypovídají o tom, že menší polovina respondentů podniká jen pro peníze, zatímco větší polovina se spíše snaží o to udržet se na trhu a prosperovat. Dále si 40 % respondentů myslí, že zisk spravedlivě rozděluje.

Otázka, zda podnikatelé vědomě prodali zboží nebo poskytli službu, o které věděli, že není takové kvality, za kterou ji nabízí, odpovědělo 86,67 % dotázaných, že „ne“, zbylých 13,33 % odpovědělo, že „ano“. Zjištění opět vypovídá o faktu, že kvalitní výrobky a služby jsou, nebo by měly být, základem každého podnikání.

6. Interpretace výsledků z polostandardizovaných rozhovorů

6.1. Shrnutí a interpretace výsledků

Tato kapitola se bude snažit popsat výsledky z rozhovorů, které byly provedeny za účelem potvrzení nebo naopak vyvrácení stanovených hypotéz a splnění cílů, které byly pro tuto práci stanoveny. Dále je důležité vědět, že výsledky, kterých bylo dosaženo, nemusejí odpovídat skutečnosti, jsou spíše obrazem toho, jak vnímají etiku v podnikání konkrétní podnikatelé a jak k ní sami přistupují.

Na otázku, zda si podnikatelé myslí, že dbají o dobré jméno a pověst firmy, odpověděli všichni, že spíše ano. Až na jednoho respondenta se ostatní shodují v tom, že nemají přebytečné finanční prostředky na nějakou velkou reklamu pro svoji firmu, tím pádem jsou jedinou jejich reklamou vlastní výrobky a služby, a proto se snaží, aby byly co nejlepší a nebyly žádné zbytečné reklamace. Pokud ovšem nějaké reklamace jsou, snaží se zákazníkům vyjít maximálně vstříc. Pouze jeden z nich má dostatečně velké příjmy a může si dovolit reklamu, jak v podobě inzerátů a vyvěšených plakátů, tak reklamu na internetu. Tato skutečnost mu umožňuje podnikat a poskytovat své výrobky a služby mimo město.

Na otázku, jak podle jejich názoru vypadá ideální etické podnikání, se odpovědi rozcházel. Společnou myšlenkou byla například čestnost jednání a pravdomluvnost. Tyto vlastnosti podle jejich názoru mnohým podnikatelům chybí, což souvisí s otázkou pozdního placení faktur. S tímto neetickým jednáním mají zkušenosti všichni dotazovaní podnikatelé. Oni sami jsou také někdy, v minulosti či dokonce pravidelně, nuceni pozdržet platby, jelikož jim jiní dodavatelé či obchodní partneři platí se zpožděním. Podle jejich názoru bez tohoto přístupu podnikat nelze, dělá to prý každý. Podle názoru dotazovaných by podnikatel měl umět hlavně dobře počítat a být zdravě sebevědomý.

Na otázku, zda je někdy nezbytně nutné použít neetických metod k dosažení určitých záměrů, se většina respondentů shodla, že ano. Konkrétní situaci či zkušenosti pak odmítli rozebírat. Pouze jeden podnikatel odpověděl, že nikdy nic takového neudělal a pravděpodobně v budoucnu ani dělat nebude, ale uvědomuje si, že to většina ostatních praktikuje. Všichni dotázaní podnikatelé si uvědomují, že se od podnikatelů v jejich

profesní odpovědnosti vyžaduje určitá morálka, ale současně tvrdí, že morálka by se měla požadovat od všech, ale je pravda, že podnikatel je jako veřejná osoba více na očích, tím pádem je v případě neetického jednání podroben veřejnému soudu a kritiky.

Otázka, zda si podnikatelé sami o sobě myslí, že se chovají eticky, se odpovědi shodovaly. Všichni odpověděli, že ano a ukazatelem takového etického jednání pak vidí ve svých výrobcích a ve stálých zákaznících, kteří jsou s jejich výstupy spokojeni. Doplňující otázka týkající se toho, zda si myslí, že lze v podmínkách na českém trhu podnikat eticky jednohlasně odpověděli, že asi ne, jelikož se všichni snaží přežít a udržet se na trhu co nejdéle. Podle jejich názoru se spíše, a to hlavně velkým firmám, neetické jednání vyplácí a snáz jim to prochází.

Všichni podnikatelé se během svého podnikání nebo dříve, když byli ještě zaměstnání u jiné firmy, setkali s neetickými praktikami a jednáním. Zazněly odpovědi jako nekalý boj s konkurencí, nedodržování smluv a smluvních podmínek, podplácení dodavatelů.

Otázky, které se týkaly rozdělování zisku a odměňování zaměstnanců, zjistily různé odpovědi. Jeden respondent se přiznal, že si nemyslí, že by spravedlivě odměňoval zaměstnance, vymluvil se na nepřívětivou situaci v ekonomice. Další dva podnikatelé se shodli na tom, že své zaměstnance odměňují spíše spravedlivě, nevidí důvod, aby dostávali víc, ale nikdy by neplatili tak málo, aby se jejich zaměstnanci dostali do finančních potíží, neboť jsou si vědomi toho, že i zaměstnanci mají různé půjčky a úroky, které musí platit, a také samozřejmě rodiny, které musí živit.

Většina podnikatelů se nepřiznala k tomu, že by v minulosti diskriminovala nebo na základě diskriminace odmítla přijmout pracovníka. V odpovědích se ale opakovalo, že většina zaměstnanců jsou buď známí, nebo známí známých či dokonce příbuzní, v čemž vidí jisté nevýhody, neboť příbuzní si myslí, že jsou podhodnocováni, co se týče finančních odměn. Jeden z dotázaných podnikatelů přiznal, že by nikdy nezaměstnal příslušníka jiné národnosti, než české. Obhajoval se tím, že je vysoká nezaměstnanost a čeští lidé potřebují práci více než cizinci.

Na otázku, zda zaměstnavatel dodržuje na pracovišti všechna potřebná a nařízená bezpečnostní opatření, jednohlasně všichni odpověděli, že ano, jelikož jsou různé kontroly bezpečnosti práce, s tím je spojena spousta dokumentace, která musí být řádně vedena.

Otázka týkající se konkurence přinesla různé názory a odpovědi. Zazněla odpověď, že v případě maloobchodu, ve kterém jeden respondent podniká, je pro něj konkurence smrtelná, neboť jsou ve městě dva velké supermarkety, které mají větší množství a výběr zboží a on tak přichází o stále zákazníky, neboť ty si radši zajdou do velkého obchodu a nakoupí vše na jednom místě. Kvůli narůstající konkurenci musel podnikatel už jeden svůj obchod zavřít a hrozí, že druhý dopadne stejně. V tomto případě se s konkurencí nedá nic moc dělat, neboť malý podnikatel proti velkému obchodnímu řetězci nemá moc velkou šanci. Ostatní se víceméně shodli v tom, že boj s konkurencí neřeší, každý dělá to, co umí. Necítí se nijak zvlášť ohroženi konkurencí.

Na otázku, zda podnikatelé spravedlivě uvádějí kvalitu svého zboží a služeb, odpověděli všichni, že ano, jelikož kdyby nabízeli nekvalitní zboží, přišli by o zákazníky a na malém městě by pak jejich firma zkrachovala. Podnikatelé si nemohou dovolit klamat zákazníky, proto se snaží uvádět pravdivě kvalitu a k tomu i přiměřenou cenu svého zboží. Majitel maloobchodu podotknul, že se občas stane, že prodá výrobky s prošlou záruční lhůtou, ale prý je to jen chyba zaměstnanců, když nestihnou prošlé zboží stáhnout z regálů. Pokud zákazník přijde s prošlým zbožím na reklamaci, je mu ihned vyhověno.

Otázka, zda splňují poctivě lhůty splatnosti na fakturách, rozdělila dotazované podnikatele na dvě skupiny. Jedni tvrdili, že nesplňují, a to velice často, neboť se k nim chovají stejně i jiní podnikatelé a dodavatelé. Druzí tento neetický postup odmítají, ale setkali se s ním.

Další otázka se týkala vztahu k životnímu prostředí. Všichni se snaží třídit odpad, ale současně přiznávají, že ne vždy tomu tak je. Pokud jde však o likvidaci nebezpečných látek, vše je děláno tak, jak to vyžadují normy.

Všichni podnikatelé až na jednoho vypověděli, že finančně podporují město, jde především o financování městského plesu a jiných drobných finančních výpomocí například pro

základní školu. Všichni se znají s vedením města, ale nespátřují v tom žádné velké výhody, jen pokud jde o jednání s městským úřadem, tam mají prý jisté zvýhodnění, co se týče stavebních povolení a dalších věcí. Pokud jde o zakázky pro město, jsou vypsána přísná výběrová řízení, která nelze obejít.

6.2. Širší souvislosti výzkumu

V této kapitole bych chtěla vyjádřit svůj vlastní názor na problematiku etiky v podnikání. Pokud podnikatel tvrdí, že se chová eticky a současně přiznává, že se k němu jiní dodavatelé či dokonce konkurence chová neeticky, je toto jeho tvrzení poněkud nevěrohodné. Nedokážu si dost dobře představit, aby měl český podnikatel takovou morální zodpovědnost, aby vůči sobě trpěl nemorální praktiky a přitom sám zůstal naprosto čestný. Pokud bude na českém trhu více firem, které postupují nemorálně, tak podle mého názoru nějaká etická osvěta firem a etické kodexy nepomohou. Odborná literatura tvrdí, že s sebou etické podnikání přináší ekonomický růst a snazší udržení firmy na trhu. Buď se podnikatelé s touto vizí ztotožní, nebo jsou zapotřebí přísnější zákony a opatření, která budou požadovat plnění etických pravidel a norem v podnikání.

6.3. Zhodnocení hypotéz

Na základě realizovaných rozhovorů a výsledků, kterých bylo dosaženo, mohu konstatovat, že se podnikatelské subjekty ve Zruči nad Sázavou chovají spíše eticky, neboť podnikají na malém městě a jsou pod veřejným dohledem místních občanů, kteří by proti sobě netrpěli neetická jednání, jakými jsou diskriminace nebo prodej a zprostředkování nekvalitních výrobků či služeb. Tímto bych vyvrátila hypotézu, že se podnikatelské subjekty chovají neeticky.

Naopak druhá hypotéza, která říkala, že se podnikatelé dopouštějí etických prohřešků, které se týkají opožděných plateb, odpovídá skutečnosti. Všichni dotázaní mají s touto problematikou osobní zkušenosti, a to jak v případě, že sami neplatí nebo jim není naopak včas zapláceno.

7. Závěr

Cílem práce bylo nalézt a popsat nejčastější etické prohřešky podnikatelů na malém městě. Nejčastějším etickým prohřeškem, který vyplynul z rozhovorů, je otázka splatnosti a placení faktur. Zkušenost, ať osobní či zprostředkovanou, mají s tímto problémem všichni dotázaní podnikatelé. Osobní zkušenosti s tímto postupem přiznala během rozhovorů polovina respondentů, neboť by jinak podle jejich slov firma na trhu nepřežila. Podnikatelé nemají dostatečně velké finanční prostředky, aby si mohli dovolit platit včas a současně si nechat platit se zpožděním.

Otázkou zůstává, proč si nechávají podnikatelé platit pohledávky se zpožděním. Odpověď na tuto otázku je asi složitější a potřebovala by detailnější průzkum a čas. Této problematice, především většímu průzkumu v oblasti podnikatelské etiky, by mohla být zaměřena diplomová práce.

Dovolím si však tvrdit, že by se od tohoto fenoménu mohlo upustit, kdyby nedodržování sjednaných plateb bylo trestné. Omluvou pro podnikatele nemůže být tvrzení, že když to dělají jiní, budou to praktikovat také. Naopak sami podnikatelé by si měli být navzájem vzorem, nejen pokud jde o placení závazků.

Společným názorem na danou problematiku poté je, že by etika měla být v podnikání dodržována, současně si myslí, že se etické chování firmám vyplácí. Tento názor na podnikání vyplývá z dotazníků. Na druhou stranu se různí názory na to, zda se podnikatelské subjekty v České republice chovají eticky. Z dotazníků není patrný jednotný názor na tuto otázku.

Závěrem tedy vyplývá, že se na malém městě jako je Zruč nad Sázavou, etika v podnikání spíše dodržuje. Jedná se konkrétně o oblasti vztahů ke konkurenci, zaměstnancům, zákazníkům a životnímu prostředí. Pokud si podnikatelé myslí, že je etika pro podnikání přínosná a současně tvrdí, že sami někdy postupují neeticky, tak si protiřečí, jelikož by jinak jejich firma přeci neprosperovala. Podnikat eticky je možné, ale stojí to větší úsilí než postupovat neeticky.

8. Seznam použité literatury

- Akademický slovník cizích slov*. 1. vydání. Praha: Academie, 1998. 834 s. ISBN 80-200-0607-9
- DYTRT, Zdeněk. *Dobré jméno firmy*. 1. vydání. Praha: Alfa Publishing, 2006. 137 s. ISBN 80-86851-45-1
- DYTRT, Zdeněk a kol. *Etika v podnikání a veřejné správy*. 1. vydání. Praha: Vuste Envis, 1997. 120 s.
- FIALA, Bohumil. *Podnikatelská etika*. 1. vydání. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci - Filosofická fakulta, 2005. 220 s. ISBN 80-244-1241-1
- FIALA, Bohumil. *Etika*. 1. vydání. Karviná: Slezská univerzita v Opavě - Obchodně podnikatelská fakulta, 2009. 238 s. ISBN 80-7248-138-X
- CHAUFUEN, A. *Faith and Liberty: The Economic Thought of the Late Scholastics*. 2. vydání. Lanham: Lexington Books, 2003. 176 s. ISBN 978-0739-105-41
- JANOTOVÁ, Helena a kol. *Profesní etika*. 1. vydání. Praha: Eurolex Bohemia, s. r. o., 2005. 95 s. ISBN 80-86861-42-2
- KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. 1. vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. 98 s. ISBN 978-807435-095-5
- MAJEROVÁ, V., MAJER E. *Empirický výzkum v sociologii venkova a zemědělství – část II*. 1. vydání. Praha: Česká zemědělská univerzita – Provozně ekonomická fakulta, 2007. 277 s. ISBN 978-80-213-1698-0
- PUTNOVÁ, Anna a kol. *Etické řízení ve firmě*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. 166 s. ISBN 978-80-247-1621-3
- REMIŠOVÁ, Anna. *Etika a ekonomika*. 1. vydání. Bratislava: Ekonóm, 2000. 238 s. ISBN 978-8022-5125-96
- REMIŠOVÁ, Anna. *Etika a ekonomika*. 3. vydání. Bratislava: Kalligram, 2011. 238 s. ISBN 978-80-8101-402-4
- SAMUELSON, Paul. *Ekonomika*. 2. vydání. Praha: Svoboda, 1995. 1011 s. ISBN 80-205-0494-X
- ŠRONĚK, Ivan. *Etika a etiketa v podnikání*. 1. vydání. Praha: Management Press, 1995. 212 s. ISBN 80-85603-94-2
- TOMANCOVÁ, Lucie. *Etika v podnikání*. 1. vydání. Žilina: Georg, 2011. 159 s. ISBN 978-80-89401-57-4

VEBER, Jaromír a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, a. s., 2008. 320 s. ISBN 978-80-247-2409-6

VOJTÍK, Vladimír. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3

Internetové zdroje:

ČSÚ. *Faktory ovlivňující úspěšnost podnikání* [on-line]. Praha: Český statistický úřad, 2007-10-08 [citováno 2013-02-14]. (PDF). Dostupný z WWW: <[https://www.czso.cz/csu/2007edicniplan.nsf/t/6E0038EFB2/\\$File/1152-07-4.pdf](https://www.czso.cz/csu/2007edicniplan.nsf/t/6E0038EFB2/$File/1152-07-4.pdf)>

9. Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

18.2.13

Etika v podnikání | Dotazníky zdarma | Survio.com

Etika v podnikání

Dobrý den,

prosím o vyplnění tohoto dotazníku, který má za cíl zmapovat podnikatelské prostředí ve vybrané obci z hlediska etiky a jejího uplatnění v podnikání.

Předem děkuji za Váš čas a ujistuji Vás, že poskytnuté informace nebudou nijak zneužity a slouží pouze ke studijním a výzkumným účelům.

1. Jste?

- Muž
- Žena

2. Kolik zaměstnanců má Vaše firma?

- Podnikám samostatně, bez zaměstnanců
- 1-10
- 11-50
- Více než 50

3. V jakém odvětví podnikáte?

- Stavebnictví
- Ubytování a stravování
- Strojrenství
- Zemědělství
- Automobilový průmysl
- Maloobchod, velkoobchod
- Výpočetní technika
- Jiná

4. Považujete za důležité zabývat se otázkou etiky v podnikání?

- Ano
- Ne

5. Domníváte se, zda se podnikatelské subjekty v České republice chovají eticky?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím

6. Myslíte si, že má etika pro podnikání přínos, význam?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím

7. Jak podle Vašeho názoru ovlivňují následující faktory etické chování firem v ČR?

1 - hodně ovlivňuje, 5 - neovlivňuje

---	1	2	3	4	5
Korupční prostředí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Definované jasné vize a poslání firmy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekonomický pokles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zákony regulace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etické chování největších společností	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tlak vlastníků společnosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tlak konkurence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tlak zákazníků	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tlak obchodních partnerů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tlak médií (zprávy o skandálech jiných firem)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Co jsou podle Vás největší etické problémy v ČR?

Vyberte max. 5 možností

- Diskriminace
- Nedodržování obchodních podmínek
- Finanční podvody
- Konflikt zájmů
- Majetková zpronevěra
- Zneužívání informací
- Produkce nekvalitních či nebezpečných výrobků
- Korupce, úplatky
- Podvodné účetní praktiky

- Nečestné jednání se zákazníky
- Nečestné zacházení se zaměstnanci
- Podvodné marketingové a obchodní praktiky

9. Do jaké míry považujete následující faktory jako důležitý předpoklad pro podnikání v ČR?

1 - hodně důležité, 5 - nedůležité

---	1	2	3	4	5
Prestíž a známost podniku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvalita produktů a služeb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osobní síť kontaktů a známých	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dodržování zákonů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Úzké kontakty s úředníky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inovace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odpovědnost managementu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jasná firemní strategie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porušování etických pravidel podnikání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ztotožnění zaměstnanců s firemní kulturou	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Vyberte největší přínosy, které podle Vás s sebou přináší etické podnikání.

Max. 5 možností

- Růst zisku
- Růst produktivity a kvality zboží a služeb
- Snížení podnikatelských rizik
- Zlepšení image a pověsti firmy
- Lepší přístup k financím
- Snížení nákladů, zvýšení efektivnosti
- Zvýšení transparentnosti
- Konkurenceschopnost a odbyt
- Růst prodeje a věrnost zákazníků
- Posílení firemní kultury
- Nemohu hodnotit, nejsem přesvědčen (a) o přínosech etického jednání v podnikání

11. Poskytujete přesné a pravdivé informace o Vašich výrobcích nebo službách?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne

- Ne

12. Zajišťujete včasné placení závazků?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

13. Zachovali jste se někdy neeticky vůči konkurenci?

- Ano
- Ne

14. Odměňujete spravedlivě své zaměstnance?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Ne, nemám zaměstnance

15. Dbáte při svém podnikání o životní prostředí?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

16. Je pro Vás, Vaši firmu přednější zisk než samotný rozvoj firmy?

- Ano
- Ne

17. Přerozdělujete spravedlivě zisk?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

18. Prodal (a) jste výrobek nebo poskytl (a) jste někdy službu o které jste věděli, že není takové kvality, za jakou ji nabízíte?

18.2.13

Etika v podnikání | Dotazníky zdarma | Survio.com

- Ano
- Ne

Odeslat dotazník

Příloha č. 2: Rozhovorové otázky

Dbáte o dobré jméno firmy?

Jak by podle Vás mělo vypadat etické podnikání?

Je někdy nezbytně nutné použít neetických metod k dosažení určitých záměrů či cílů?

Chová se podle Vašeho názoru Vaše firma eticky?

Setkali jsme se v minulosti s neetickým jednáním v podnikání?

Odměňujete spravedlivě své zaměstnance?

Podle jakého kritéria vybíráte, nebo jste vybíral své zaměstnance?

Dodržujete na pracovišti všechna potřebná a nařízená bezpečnostní opatření?

Jaký je Váš vztah ke konkurenci?

Uvádíte pravdivě kvalitu svého zboží a služeb?

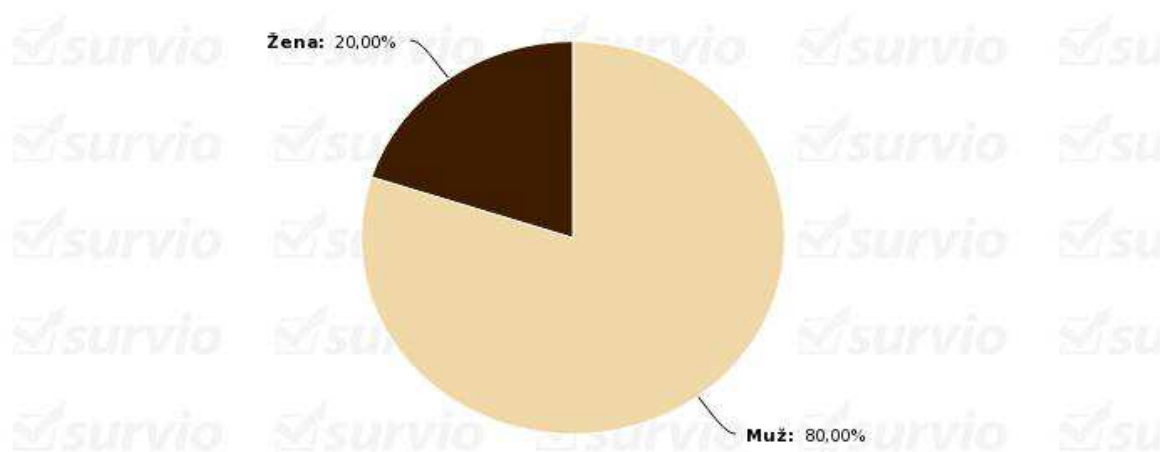
Splňujete poctivě lhůty splatnosti na fakturách?

Dbáte při svém podnikání o životní prostředí?

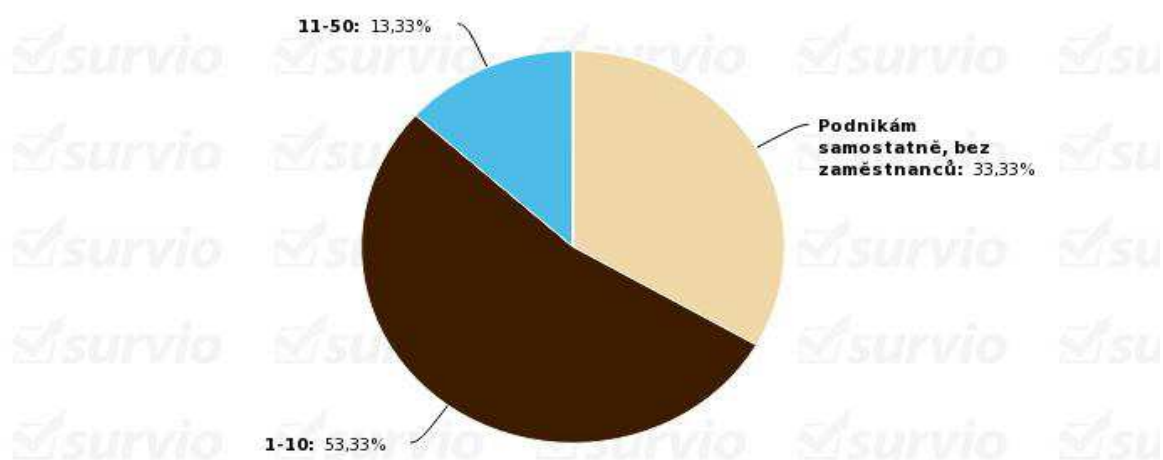
Podporujete finančně město, ve kterém podnikáte?

Příloha č. 3: Zpracování dotazníkového šetření

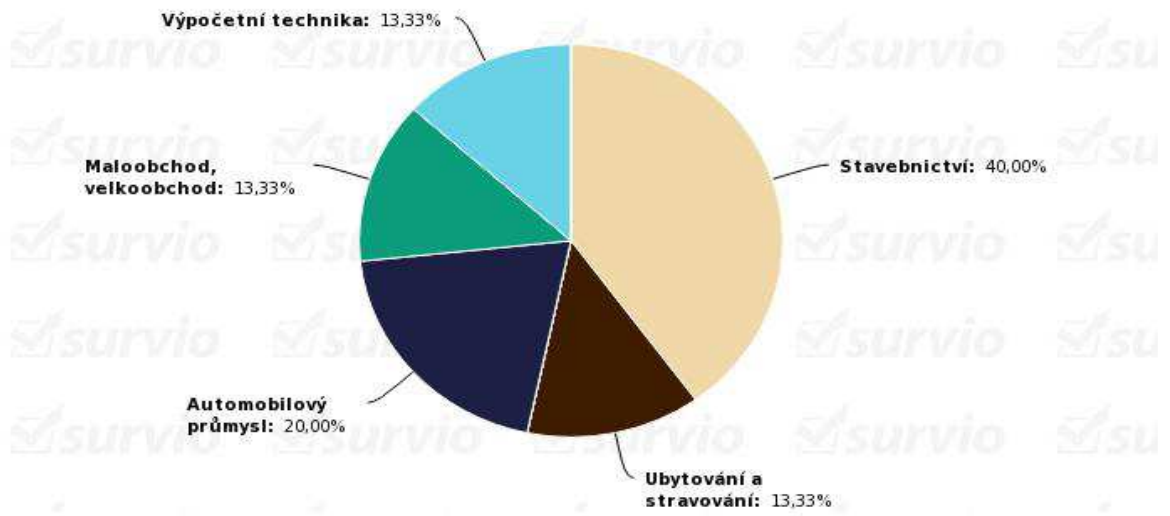
Jste?



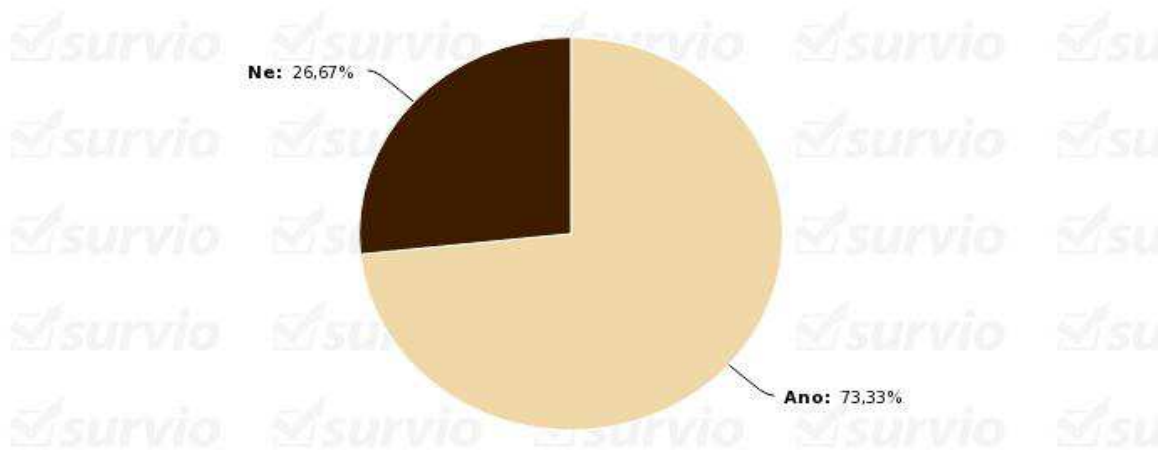
Kolik zaměstnanců má Vaše firma?



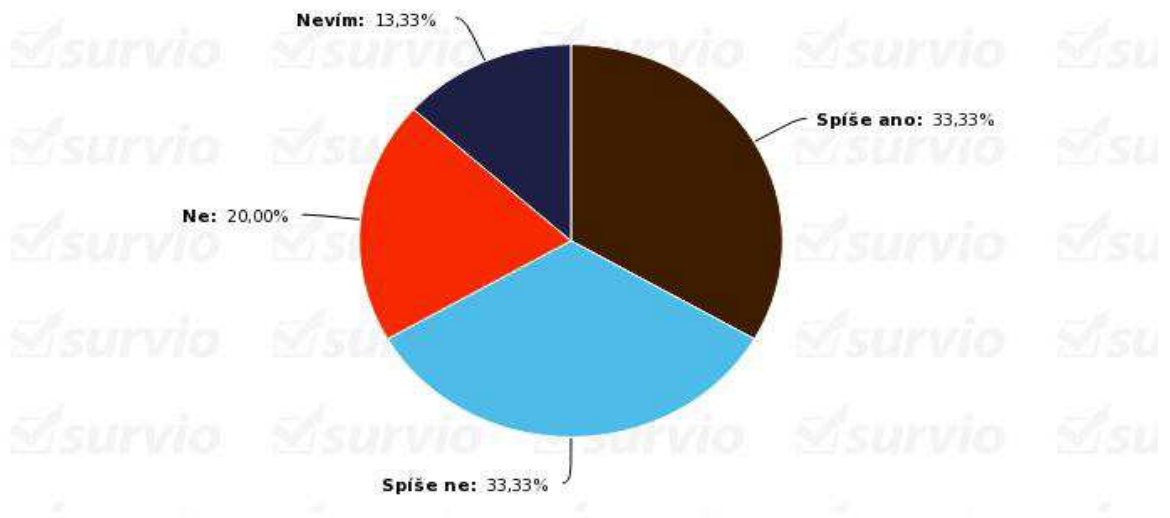
V jakém odvětví podnikáte?



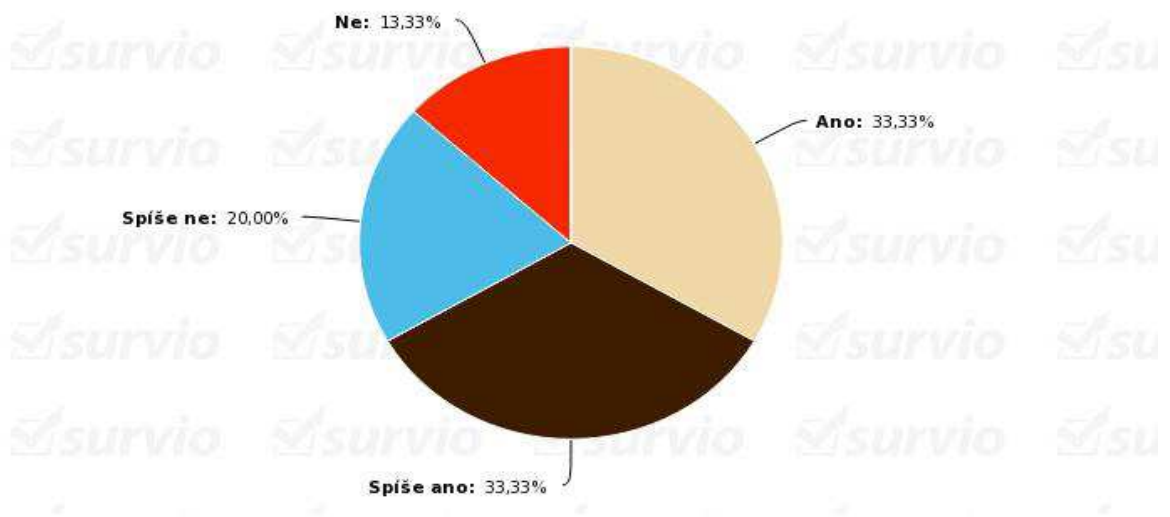
Považujete za důležité zabývat se otázkou etiky v podnikání?



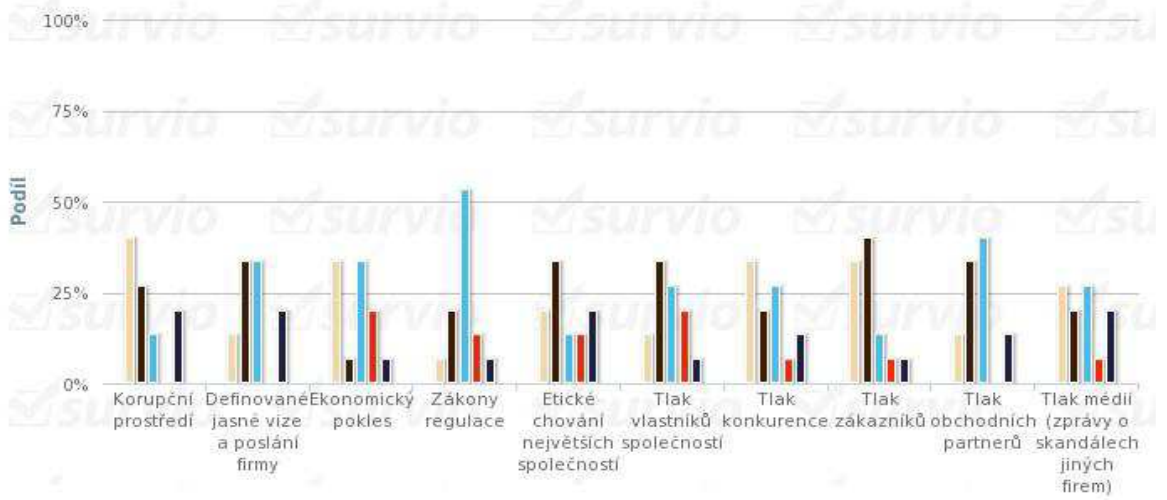
Domníváte se, zda se podnikatelské subjekty v České republice chovají eticky?



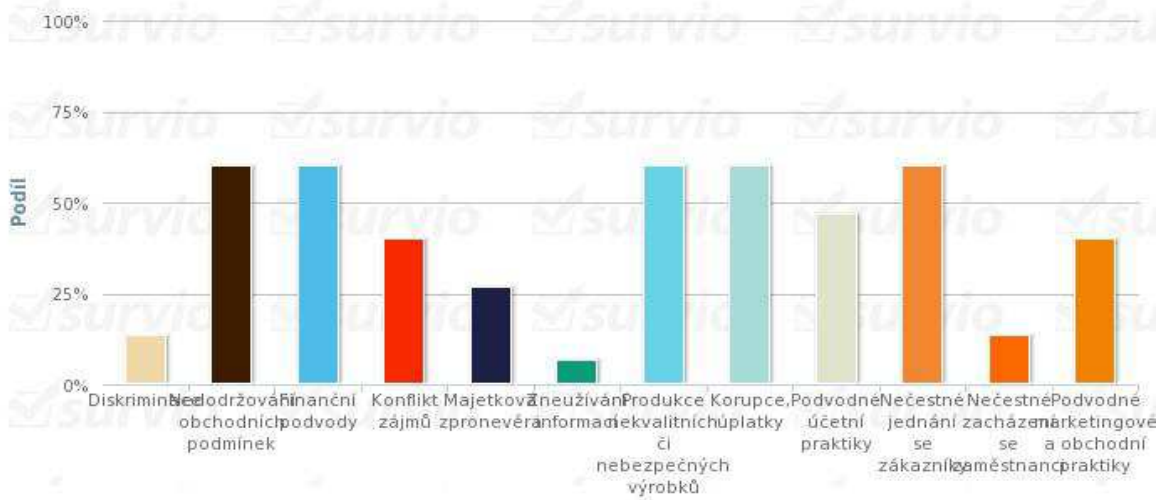
Myslíte si, že má etika pro podnikání přínos, význam?



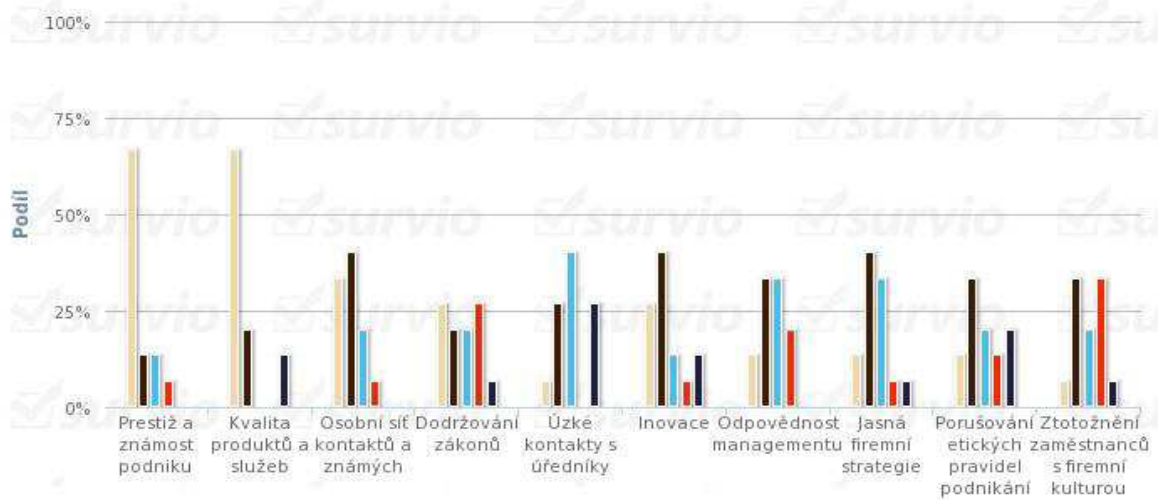
Jak podle Vašeho názoru ovlivňují následující faktory etické chování firem v ČR?



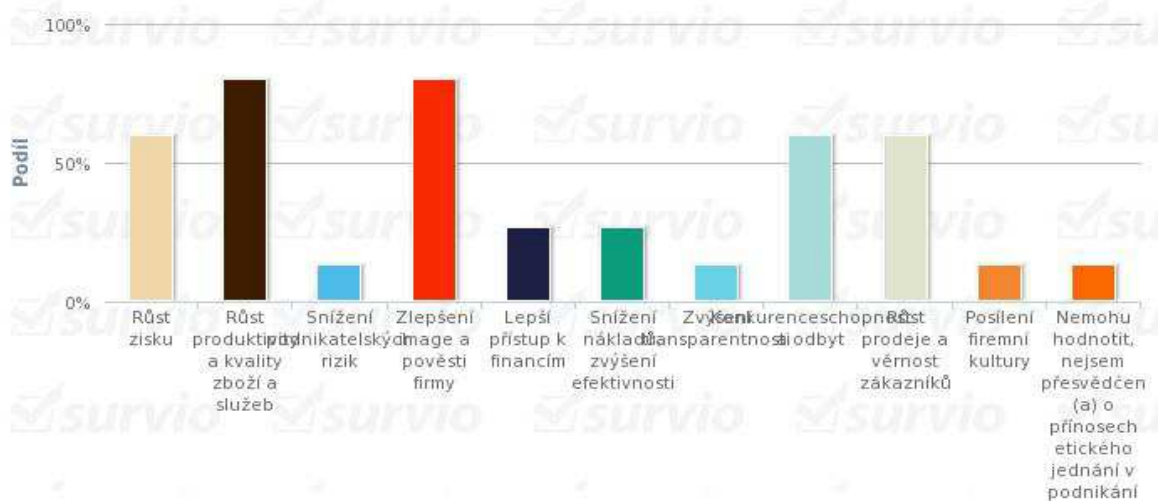
Co jsou podle Vás největší etické problémy v ČR?



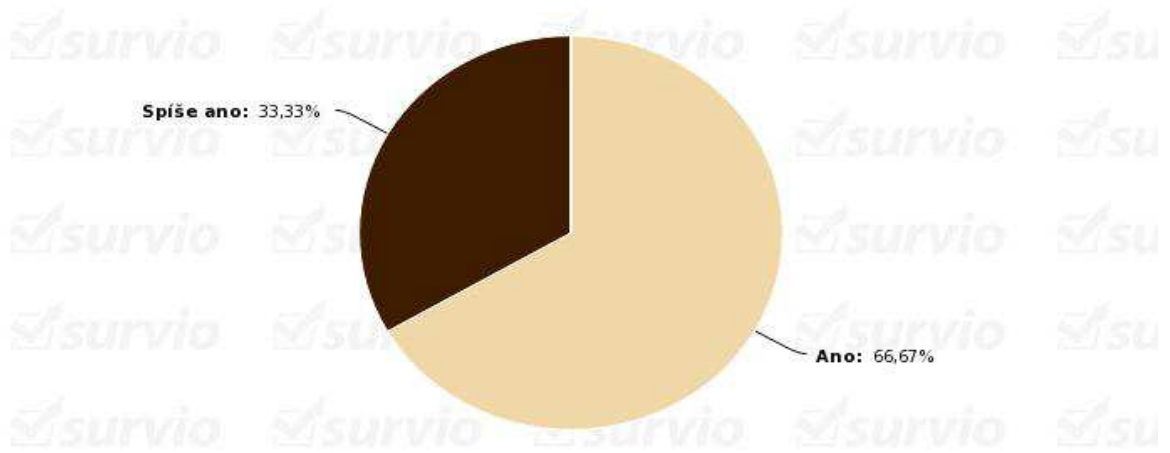
Do jaké míry považujete následující faktory jako důležitý předpoklad pro podnikání v ČR?



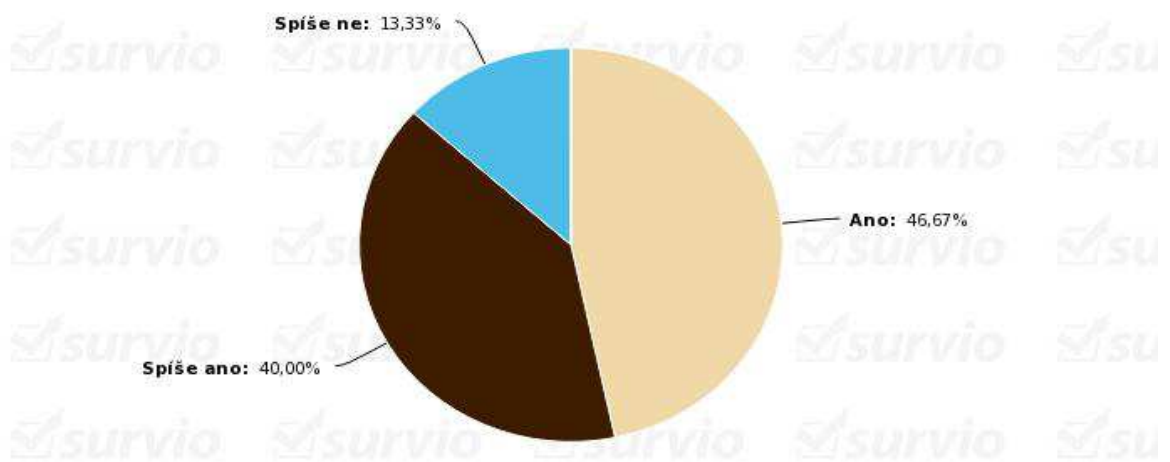
Vyberte největší přínosy, které podle Vás s sebou přináší etické podnikání.



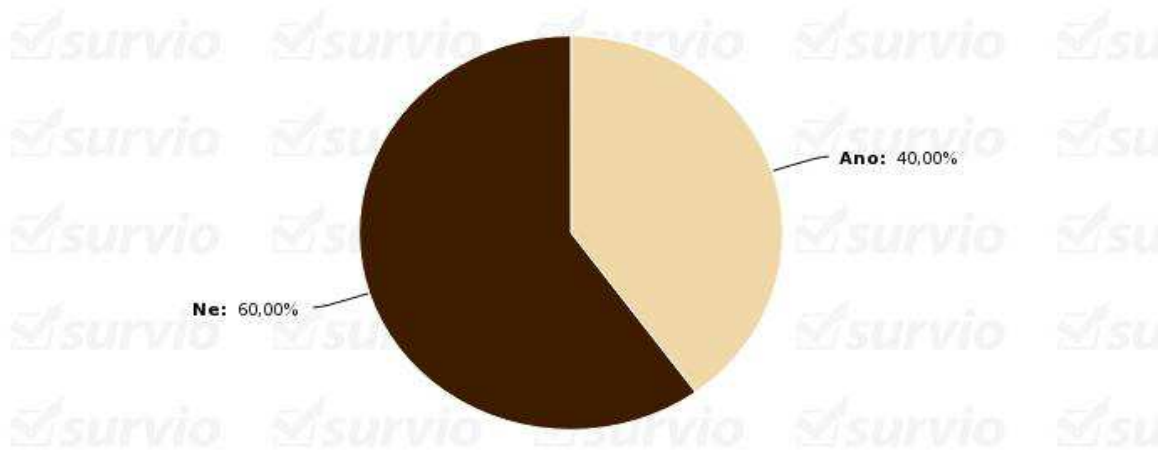
Poskytujete přesné a pravdivé informace o Vašich výrobcích nebo službách?



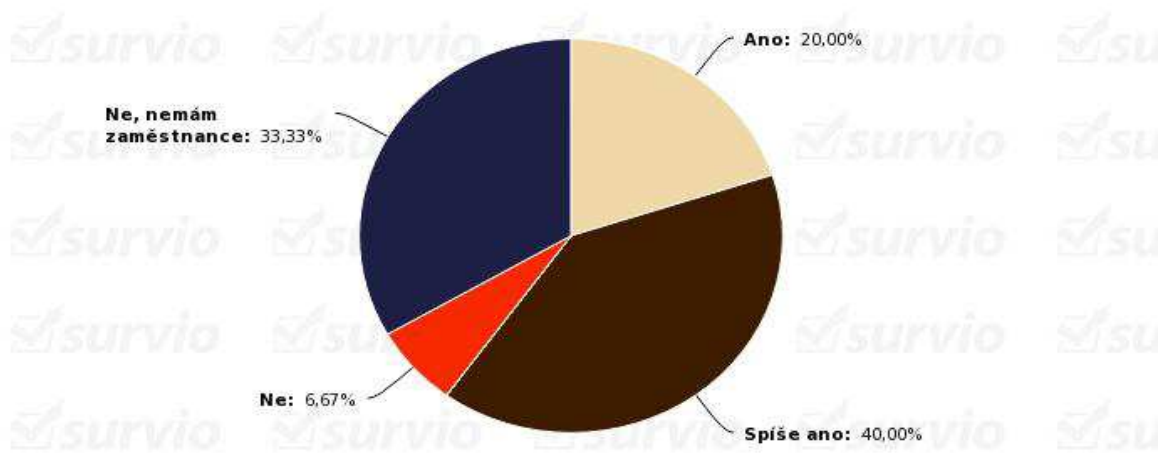
Zajišťujete včasné placení závazků?



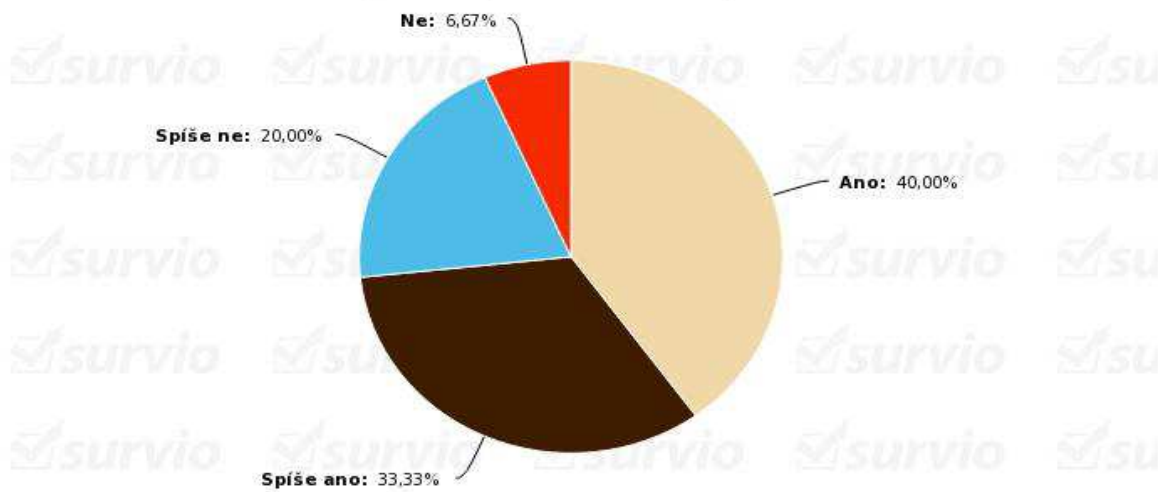
Zachovali jste se někdy neeticky vůči konkurenci?



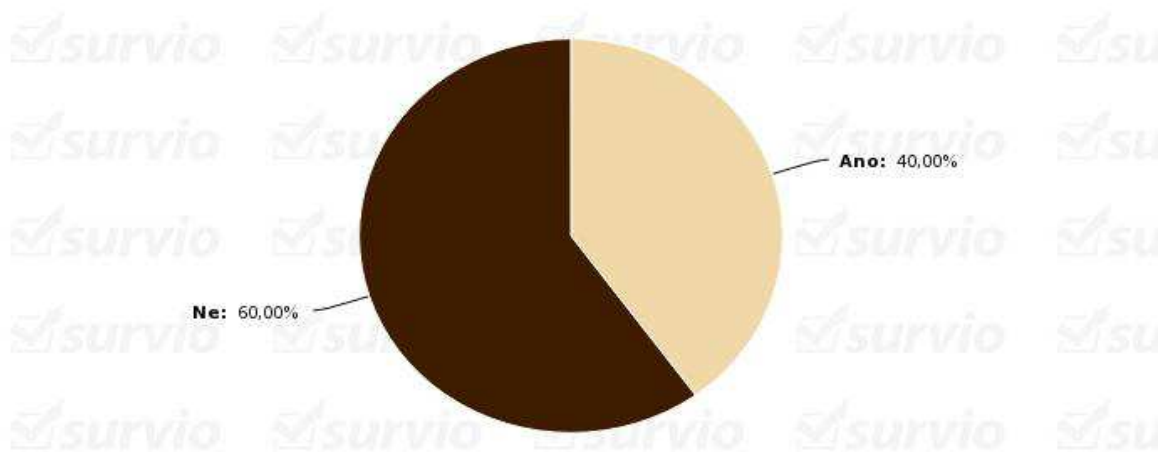
Odměňujete spravedlivě své zaměstnance?



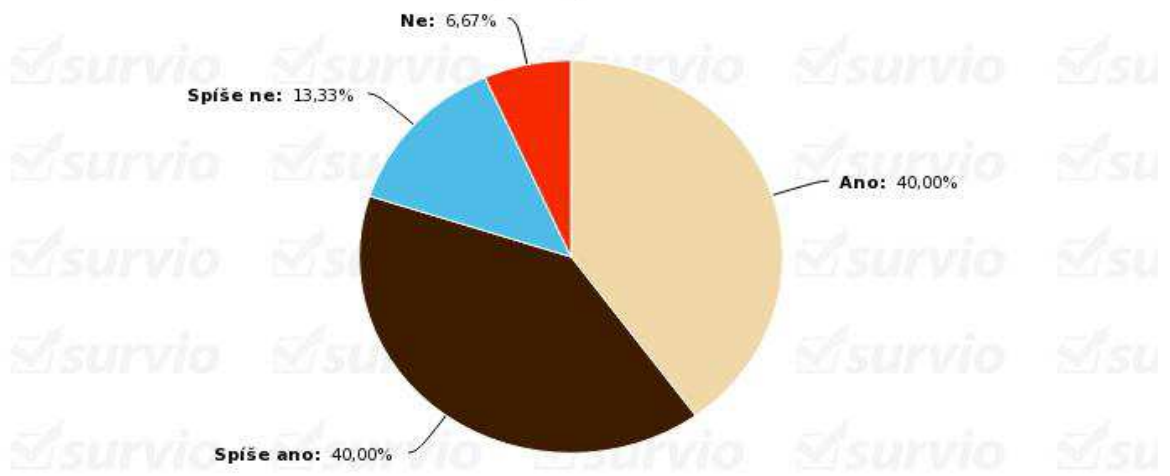
Dbáte při svém podnikání o životní prostředí?



Je pro Vás, Vaši firmu přednější zisk než samotný rozvoj firmy?



Přerozdělujete spravedlivě zisk?



! výrobek nebo poskytl (a) jste někdy službu o které jste věděli, že není takové kvality, za jakou

