

Prohlášení:

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména §60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečných nákladů.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím práce a konzultantem.

Datum: 11. 5. 2007

Podpis:

LENKA RIGOVÁ

Poděkování:

Ráda bych touto cestou poděkovala všem, kteří mi pomáhali během vypracování mé diplomové práce. Zvláště pak vedoucí práce paní Ing. Jozefíně Simové Ph.D. z Katedry marketingu Hospodářské fakulty Technické univerzity v Liberci za odborné vedení diplomové práce a za cenné rady a připomínky, které mi během jejího zpracovávání poskytla. Dále také děkuji panu Ing. Miroslavu Bartasovi – mému konzultantovi. Dík patří i trpělivým respondentům za jejich čas a ochotu při poskytování rozhovorů.

Děkuji také mým rodičům, přátelům a kantorům, kteří mě podporovali po celou dobu mého studia na vysoké škole.

Resumé:

Cílem této diplomové práce bylo zjistit názory respondentů na etické či neetické chování v podnikové praxi, získat praktické příklady neetického chování a postoje či důvody, které podniky k tomuto vedou.

Diplomová práce obsahuje teoretickou část, která popisuje vývoj podnikatelského prostředí od prvorepublikového Československa po současnost. V teoretické části této práce jsou také vymezeny etické hodnoty a etické konflikty v podnikání. V praktické části je představena analýza etického či neetického chování v praxi.

Analýza vycházela z kvalitativního výzkumu, který byl proveden formou hloubkových rozhovorů s vybranými podnikateli.

Klíčová slova:

podnikatelské prostředí, podnikatelská etika, etické hodnoty, etický konflikt, morálka,

Summary:

Purpose of this diploma work was to find out opinions of respondents on ethical or unethical business behaviour, get practical examples of unethical behaviour and attitudes or reasons which may lead to do so.

Diploma work consists of theoretical part which describes development of business environment from early Czechoslovakia till nowadays. This part also specifies ethical values and ethical conflicts in business. Practical part of work introduces analysis of ethical or unethical behaviour in practice.

Analyses come from quality research which was performed by in-depth interviews with businessmen.

Key words:

corporate environment, business ethics, ethics merits, ethics conflict, morality

Obsah:

1 ÚVOD	11
2 CHARAKTERISTIKA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ	13
2.1 ÚČASTNÍCI MIKROPROSTŘEDÍ	14
2.1.1 Dodavatelé	14
2.1.2 Marketingoví zprostředkovatelé	15
2.1.3 Zákazníci	15
2.1.4 Konkurenti	16
2.1.5 Veřejnost	16
2.2 ÚČASTNÍCI MAKROPROSTŘEDÍ (VNĚJŠÍ OKOLÍ PODNIKU)	17
2.2.1 Geografické okolí	17
2.2.2 Sociální okolí	18
2.2.3 Politické okolí	18
2.2.4 Právní okolí	19
2.2.5 Ekonomické okolí	19
2.2.6 Ekologické okolí	20
2.2.7 Technologické okolí	21
2.2.8 Etické okolí	21
2.2.9 Kulturně historické okolí	21
2.3 VÝVOJ PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ V ČESKÉ REPUBLICE	22
2.3.1 Podnikatelské prostředí v meziválečném prvorepublikovém Československu	22
2.3.2 Ekonomická transformace po roce 1989 – první fáze	25
2.3.3 Druhá fáze transformace – cesta ke vstupu do EU.....	27
3 VYMEZENÍ ETICKÝCH HODNOT A ETICKÝCH KONFLIKTŮ V PODNIKÁNÍ	30
3.1 TERMÍN ETIKA V PODNIKÁNÍ	30
3.2 NENÍ ETIKA JAKO ETIKA	30
3.3 DEFINICE ETIKY	30
3.4 ETIKA A MORÁLKA	31
3.5 SLUČITELNOST ETIKY A PODNIKÁNÍ	34
3.5.1 Kde a v čem se etika v podniku projevuje.....	35
3.5.2 Etické hodnoty v podnikání	36
3.5.3 Vymezení etického konfliktu	37
3.5.4 Etický problém a etické dilema.....	39
4 ANALÝZA ETICKÉ ÚROVNĚ VE VYBRANÝCH PODNICÍCH	42
4.1 CÍL VÝZKUMU	42
4.2 VÝBĚR RESPONDENTŮ	42
4.3 TVORBA DOTAZNÍKU	42
4.4 CHARAKTERISTIKA RESPONDENTŮ	45
4.5 PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ Z HLEDISKA ETIKY	48
4.5.1 Hodnocení úrovně podnikatelské etiky v České Republice.....	50
4.5.2 Vyplatí se v podnikání chovat neeticky v dlouhodobém časovém horizontu?.....	50
4.5.3 Je možné specifikovat oblasti, které jsou více ohrožené neetickým chováním?.....	51
4.5.4 V jaké konkrétní podobě se problémy etického chování projevují ve firmách?.....	52
4.5.5 Který z těchto problémů považujete za nejnebezpečnější?	53
4.5.6 Existují podle Vašeho názoru, nějaké vnitřní a vnější podněty, které nutí firmy k neetickému jednání?.....	54
4.5.7 Je vůbec možné se v současném konkurenčním prostředí chovat podle etických zásad a zároveň tak, aby nebyl poškozen podnik?	55
4.6 DODRŽOVÁNÍ A PORUŠOVÁNÍ ETICKÝCH POSTUPŮ	57
4.6.1 Je možné sladit osobní a morální zásady s cíly a zájmy podniku?	57
4.6.2 Jak hodnotíte soulad mezi podnikatelským a etickým chováním ve Vašem podniku?	57
4.6.3 V jaké situaci byste byl ochoten jednat v rozporu se svými osobními hodnotami (svědomím)? ..	58
4.6.4 Setkal jste se osobně s nějakými nekalými praktikami?.....	59

4. 6. 5 Jaký k těmto praktikám zaujímáte postoj?.....	60
4. 6. 6 Jak byste reagoval, kdyby se okolí podniku, chovalo neeticky vůči Vašemu podniku?	60
4. 6. 7 Byl byste ochoten s takovými partnery spolupracovat?	61
4. 6. 8 Je možné určit nějakou hranici, kdy je lze neetické chování tolerovat a kdy už ne?	62
4. 7 ETIKA PODNIKÁNÍ A VSTUP DO EU; ČLENSTVÍ V PROFESNÍCH ORGANIZACÍCH A MOŽNOSTI ZMĚNY	63
4. 7. 1 Je možné paušálně říci, že neetické chování firem je důsledkem ekonomické transformace z komunistického režimu do kapitalistického systému?	63
4. 7. 2-3 Očekával jste od vstupu do Evropské unie nějaké změny pro podnikání a splnilo se Vaše očekávání?.....	64
4. 7. 4 Myslíte si, že po dobu, kdy jsme členy EU se podmínky pro podnikání změnily?.....	64
4. 7. 5 Je neetické jednání podniků problémem i ostatních zemí Evropské unie?	65
4. 7. 6-7 Přinesl vstup do Evropské unie nějaké zlepšení v chování podniků?	66
4. 7. 8-9 Je Váš podnik členem nějaké profesní organizace, svazu či asociace?	67
4. 7. 10 Firmy, které jsou členy profesních organizací, jsou vázány jednat v souladu s podmínkami členství, a proto se chovají lépe	67
4. 7. 11 Co by se muselo změnit, aby se všechny firmy chovaly eticky?.....	68
4. 7. 12 Mohou k této změně přispět nějakým způsobem sami podnikatelé?	69
4. 8 ZKUŠENOSTI S NEETICKÝM JEDNÁNÍM – PŘÍBĚHY	70
5 POSOUZENÍ STAVU ETIKY V PODNIKÁNÍ	73
6 ZÁVĚR	77
SEZNAM PRAMENŮ A POUŽITÉ LITERATURY	79
SEZNAM TABULEK	80

Seznam použitých zkratk a symbolů:

ČR	Česká republika
ČSOB	Československá obchodní banka
DPH	daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
HDP	hrubý domácí produkt
MSP	malé a střední podniky
NATO	Severoatlantická aliance (Nord Atlantic Treaty Organisation)

1 Úvod

Téma mé diplomové práce – Etika v českém podnikatelském prostředí jsem si zvolila po absolvování volitelného předmětu Podnikatelská etika v evropském kontextu. Téma se mi zdálo nejen zajímavé a netradiční, ale také poslední dobou stále častěji diskutované. S etickým respektive neetickým jednáním se dnes setkáváme na každém kroku. V televizi, v novinách, na internetu tam všude se dozvídáme o všelijakých nekalých praktikách firem, politiků, nadnárodních společností. Proto pro mne bylo toto téma „hozenou rukavicí“.

Hlavním cílem mé práce bylo zjistit názory českých podnikatelů na etické či neetické chování v podnikové praxi, získat praktické příklady neetického chování a postoje či důvody, které podniky k tomuto vedou.

Dalším cílem bylo zmapovat dodržování a porušování etických postupů v podnikání a také získat názory na etiku v podnikání v souvislosti se vstupem do Evropské unie a dále také názory na možnosti změny současného stavu neetického jednání v podnicích.

Nejdůležitější kapitolou práce je čtvrtá kapitola s názvem „Analýza etické úrovně ve vybraných podnicích“. Hlavní částí této analýzy je kvalitativní výzkum, který probíhal formou hloubkových rozhovorů s podnikateli.

Diplomová práce obsahuje teoretickou část, která popisuje vývoj podnikatelského prostředí od prvorepublikového Československa po současnost. V teoretické části této práce jsou vymezeny etické hodnoty a etické konflikty v podnikání. V praktické části bude představena analýza etického či neetického chování v praxi. Otázky budou podloženy úryvky z konkrétních rozhovorů.

V této práci bych chtěla prakticky zúročit své nabyté vědomosti získané během studia oboru Podniková ekonomika na Hospodářské fakultě Technické univerzity v Liberci a zkušenosti získané během studia v praxi ve svém profesním i soukromém životě a zvláště pak při zpracování tématu a plnění cílů této diplomové práce.

Chtěla bych svou prací přispět k zvýšení povědomosti o tomto tématu, být inspirací ostatním studentům a možná i někoho povzbudit k činům v zlepšení a zkvalitnění podmínek k životu i práci.

2 Charakteristika podnikatelského prostředí

Významnou součástí hospodářské politiky každého státu je péče o podnikatelské prostředí. Na kvalitě podnikatelského prostředí ve značné míře závisí ekonomické výsledky. Z dlouholetých zkušeností je možné odvodit, že za kvalitní prostředí pro podnikání je považován stav, kdy:

- stát vhodnými nástroji podporuje podnikání (nestaví umělé překážky),
- existuje jednoduchá a srozumitelná legislativa,
- státní a veřejná správa fungují efektivně.

Jednou z důležitých podmínek pozitivního ekonomického vývoje je stabilita podnikatelského prostředí. Je-li podnikatel vystaven situaci, kdy každé nové volby přinášejí velkou změnu podmínek pro podnikání a nevede-li tato změna k lepšímu, potom se spíše hovoří o nestabilitě. A ta je nepřítelem podnikání. A naopak, trvalá péče o zkvalitňování podnikatelského prostředí, organizovaná a realizovaná ve spolupráci státních institucí s reprezentací podnikatelských asociací a svazů, je nejlepší cestou, jak podpořit podnikatelskou aktivitu a tvořivost.

Vývoj světové ekonomiky vyžaduje urychlit přizpůsobování podnikatelského prostředí a výkonnosti naší ekonomiky požadavkům domácího i světového trhu. To souvisí i s celoživotním prohlubováním odbornosti a etických postojů při hledání nových pracovních metod a postupů v rámci managementu podnikatelské sféry, státní a veřejné správy. Setkáváme se s novým vývojovým trendem v řízení světových ekonomik, jehož význam je stále více zdůrazňován.

Uplatňování etiky v podnikatelském prostředí je pokládáno za prioritu, protože souvisí s dynamickým rozvojem vědy a techniky, který nepřichází jenom se žádoucími a pozitivními přínosy, ale je spojený i s nežádoucími jevy a jejich dopadem především na mezilidské vztahy. To se projevuje častými nedostatky v komunikaci, zvláště mezi podnikatelskou, veřejnou a správní sférou i v jejich působení na tvorbu ekonomického a sociálního okolí, a posléze celého podnikatelského prostředí.

Marketingové prostředí společnosti zahrnuje aktéry a síly, které ovlivňují schopnost firmy rozvíjet se a udržovat úspěšné transakce a vztahy se svými cílovými zákazníky. Je možné rozlišovat **makroprostředí a mikroprostředí**.

Mikroprostředí zahrnuje nejbližší účastníky podniku. Mezi ně patří: společnost, dodavatelé, tržní zprostředkovatelé, zákazníci, konkurenti a veřejnost.

Makroprostředí se skládá z větších společenských sil, které ovlivňují veškeré účastníky v mikroprostředí. Mezi ně patří: geografické, sociální, politické a právní, ekonomické, ekologické, technologické, etické a kulturně historické síly.

2.1 Účastníci mikroprostředí

Prvořadým cílem každé firmy je se ziskem obsluhovat a uspokojovat specifické potřeby zákazníků na zvolených trzích. Aby mohla firma tento úkol plnit, musí se spojit se souborem **dodavatelů a marketingových zprostředkovatelů**.

Řetězec **dodavatelé** → **společnost** → **marketingoví zprostředkovatelé** → **zákazníci**, představuje jádro marketingového systému společnosti. Její úspěch je ještě ovlivňován dvěma dalšími skupinami, a to souborem **konkurentů a veřejnosti**.

2.1.1 Dodavatelé

Dodavatelé jsou obchodní firmy a jednotlivci, kteří zabezpečují potřebné zdroje pro společnost i její konkurenty, aby byli schopni vyrábět zboží nebo poskytovat služby. Dále musí mít k dispozici potřebné pracovníky, výrobní zařízení, palivo, elektřinu, počítače a další výrobní činitele. Nákupní oddělení firmy musí rozhodnout, které zdroje si bude produkovat společnost sama a které nakoupí od dodavatele. Pro rozhodování o koupi musí nákupní oddělení vypracovat specifikace potřebných položek, vyhledat vhodné dodavatele a rozhodnout se pro takové, kteří nabízejí nejvýhodnější kombinaci kvality, spolehlivosti dodávek, platebních podmínek, záruční doby a nízké ceny atd.

Změny v "dodavatelském prostředí" mohou významně ovlivnit marketingové činnosti firmy. Proto marketingoví manažeři musejí pečlivě sledovat cenový vývoj u rozhodujících klíčových vstupů a také se zajímat o dostupnost dodávek.

Nedostatečné dodávky, stávky pracovníků a jiné události mohou způsobit obchodní ztráty, neplnění obchodních kontraktů a dlouhodobou ztrátu svého goodwillu u zákazníků. Proto mnoho firem dává přednost nákupu jednotlivých položek od více dodavatelů. Chtějí se

tak vyvarovat nebezpečné závislosti na jednom dodavateli, který může nepříjemně zvýšit ceny nebo omezit dodávky.

2. 1. 2 Marketingoví zprostředkovatelé

Marketingoví zprostředkovatelé jsou firmy, které pomáhají společnosti při propagaci, prodeji a distribuci zboží k cílovým zákazníkům. Patří mezi ně:

- zprostředkovatelé,
- firmy pro fyzickou distribuci,
- agentury pro obchodní služby,
- a finanční zprostředkovatelé.

Zprostředkovatelé jsou obchodní firmy, které pomáhají najít zákazníky, nebo s nimi uzavírat obchody. Zprostředkovatele lze rozdělit do dvou skupin, a to na zprostředkovatelské agenty a obchodní zprostředkovatele. Zprostředkovatelští agenti, jako například zprostředkovatelé, makléři a firemní zástupci, vyhledávají zákazníky, vyjednávají prodej, nenesou však právní zodpovědnost za prodávané zboží.

2. 1. 3 Zákazníci

Společnost se účelně spojuje s dodavateli a zprostředkovateli, aby mohla dodávat své výrobky a služby na cílové trhy. Cílový trh může být reprezentován jedním nebo více typy z následujících pěti typů spotřebitelských trhů :

- spotřebitelské trhy: jednotlivci a domácnosti, nakupující zboží nebo služby pro osobní spotřebu,
- průmyslové trhy: organizace, které nakupují zboží a služby pro výrobu jiných výrobků nebo pro zajištění jiných služeb za účelem dosažení zisku, nebo dalších cílů,
- překupnické trhy: organizace, které nakupují zboží a služby proto, aby je znovu se ziskem prodaly,
- vládní a nevýdělečné trhy: vládní a nevýdělečné agentury, které nakupují zboží a služby proto, aby mohly zabezpečovat veřejné služby, nebo proto, aby mohly toto zboží či služby poskytnout těm, kteří je potřebují,

- mezinárodní trhy: kupující, kteří se nacházejí v zahraničí a mezi něž patří zahraniční spotřebitelé, výrobci, překupníci a vlády.

2. 1. 4 Konkurenti

Jen výjimečně působí nějaká firma na trhu osamoceně. Obvykle soupeří s velkým množstvím konkurentů. Konkurenční prostředí nezahrnuje pouze další firmy, ale i řadu jiných základních faktorů.

2. 1. 5 Veřejnost

Společnost musí zápasit nejen s konkurencí, při svém úsilí uspokojovat cílový trh, ale musí brát v úvahu i širokou zainteresovanou veřejnost. Veřejnost definujeme následovně :

Veřejnost je skupina, která má skutečný nebo potenciální zájem i vliv na schopnost společnosti dosahovat svých cílů.

Veřejnost může dosahování cílů usnadnit nebo ztížit. Moudrá společnost uskutečňuje konkrétní kroky směřující k vytváření úspěšných vztahů se svou významnou veřejností. Mnoho firem má oddělení pro styk s veřejností, které vytváří plány pro rozvoj dobrých vztahů s různými skupinami veřejnosti, tato oddělení sledují postoje veřejných organizací, rozšiřují informace a sdělení s cílem vytvářet dobrou pověst firmy. V případě vzniku negativní publicity se chovají jako odstraňovači poruch. Nejlepší z nich věnují mnoho času poskytování odborných rad vrcholovému vedení, aby se vyvarovalo sporných praktik, které by ke vzniku negativní publicity mohly vést.

Ačkoliv společnost musí svoje hlavní úsilí zaměřit na řízení a budování efektivních vztahů se svými zákazníky, distributory a dodavateli, jejich celkový úspěch bude také ovlivněn tím, jak na ně a jejich činnost pohlíží ostatní veřejnost. Moudré společnosti věnují čas sledováním veřejnosti, aby poznaly jejich potřeby a názory a mohly je pozitivně ovlivňovat.

2. 2 Účastníci makroprostředí (vnější okolí podniku)

Podnik není izolován, ale je obklopen vnějším světem, okolím. Okolím podniku se rozumí vše, co je za pomyslnými hranicemi podniku jako sociálně ekonomického a technického systému a čím je podnik ovlivňován a co případně sám může ovlivnit. Okolí podniku ho nutí k určitému způsobu chování, především k volbě určitých cílů a způsobů jejich dosahování. Vliv okolí na podnik je zpravidla velmi silný, zatímco možnost podniku ovlivňovat okolí je spíše omezená.¹

Okolí podniku na něj působí jako „svazek“ vnějších sil, faktorů a podmiňování. Mezi nimi existují různé souvislosti. Pokud se však má k okolí podniku přistoupit analyticky, je nutné ho určitým způsobem strukturovat a vymezit jeho jednotlivé prvky:¹

- geografické,
- sociální,
- politické a právní,
- ekonomické,
- ekologické,
- technologické,
- etické,
- kulturně historické.

Některé z prvků jsou „hmotné“, jako například geografické podmínky a zčásti technologické okolí (stroje a zařízení). Mnoho prvků okolí podniků má však nehmotnou povahu, protože jde o právo, hospodářskou politiku, etické principy atd. Tím se ovšem vůbec nezmenšuje intenzita jejich působení.¹

2. 2. 1 Geografické okolí

Na prvním místě jde o geografické okolí. To ovlivňuje podnik především tím, že do značné míry předurčuje jeho logistiku.² V případě stacionární výroby se k vlivu geografického okolí přihlíží při volbě lokalizace podniku.¹ [1]

¹ Synek M.,: Podniková ekonomika, 3. vyd., C.H. BECK, Praha 2002, str. 12 – 19.

² Logistikou se rozumí řízení materiálních a výrobných toků od zdroje k uživateli.

2. 2. 2 Sociální okolí

Značný význam pro podnik má i jeho sociální okolí. Každý podnik by měl zkoumat a zvažovat důsledky své činnosti pro společnost. V ideálním případě by tato činnost měla být prospěšná jak podniku, tak i společnosti. To se ovšem v reálném životě realizuje jen velmi obtížně. Zisková orientace vždy staví do popředí zájmy vlastníků kapitálu a manažerů, které se mohou dostat do příkrého rozporu se sociálními zájmy okolí. I u nás však je možné nalézt příklady právě opačné: Tomáš Baťa vždy spojoval činnost svých závodů s jejich nejširším sociálním zázemím a rozvojem obce. Je to patrné z velkorysé koncepce Zlína, kde vedle závodu vznikaly obytné čtvrti, hotel, obchodní dům, kino a další kulturní zařízení.¹

Ovšem i zájmy zaměstnanců se nemusí shodovat se zájmy sociálního okolí. Stávka železničních zaměstnanců má jistě velmi závažné sociální důsledky.

Většina zásadních podnikatelských rozhodnutí se ve větší či menší míře stává jistým kompromisem mezi „čistou“ ekonomickou racionalitou a sociální odpovědností podniku. Stále více se však prosazuje poznatek, že ohled na sociální důsledky podnikové činnosti nemusí nutně vést k ekonomickým ztrátám, ale že může být buď přímo nebo zprostředkovaně výnosný. Jak ukazují i naše zkušenosti, je sociální smír jedním ze základních předpokladů ekonomického rozvoje společnosti.

Uplatňování sociálních aspektů dalo dokonce vzniknout i tak obecné kategorii, jako je sociální tržní ekonomika. Tato ekonomika se staví proti tzv. svobodné tržní ekonomice neovlivňované státními opatřeními. Sociální tržní ekonomika se opírá o „zákonné státní zásahy do hospodářského vývoje, aby zajišťovaly fungování hospodářské soutěže a odstraňovaly faktory, které by mohly vést k sociálnímu napětí“. Jde zejména o zabraňování kartelizaci ekonomiky a vzniku přílišné příjmové a majetkové nerovnosti i o působení státní hospodářské politiky na vyrovnávání konjunkturálních výkyvů.¹

2. 2. 3 Politické okolí

Politické okolí ovlivňuje podnik především jako souhrn vlivů, jejichž výrazem jsou politické (tj. mocenské) zájmy institucionalizované v politických stranách, koalici, opozici atd. Politické strany mohou vyznávat a prosazovat různou politickou linii, jejíž realizace má významné důsledky pro podnikovou sféru. Z historie jsou známé různé politické linie, které naši společnost poznamenaly na dlouhá léta. Není ovšem správné vidět pouze vliv

„velké“ politiky. Podnik může být ovlivňován i „malou“ komunální politikou, ke které patří postoje a vlivy obecních úřadů atd.¹

2. 2. 4 Právní okolí

Politické vlivy se za normálních podmínek prosazují především prostřednictvím práva. Právo a jeho instituty vytvářejí rámec prakticky pro všechny podnikové činnosti. Právní normy stanoví, jaké chování podniku je přípustné a jaké nikoliv. Nejdůležitější normou týkající se podnikové sféry je obchodní zákoník. Ten mj. vymezuje právní podmínky podnikání jak pro fyzické, tak i pro právnické osoby. Vedle toho ovšem existuje velké spektrum zákonů, které definují možnosti a bariéry podnikání. Sem patří například zákonná úprava činnosti investičních fondů a společností, zákony a nařízení týkající se mezinárodního podnikání (například zabránění dvojímu zdanění), ochrany spotřebitele atd. V řadě případů lze i v hospodářské oblasti použít občanský zákoník.¹

Právní úpravy nemohou být nikdy tak vyčerpávající, aby upravovaly každý jednotlivý případ, který může v praxi nastat. Nedokonalost právních úprav by měla být překonávána uplatňováním etických kritérií.

2. 2. 5 Ekonomické okolí

Ekonomické okolí má pro podnik zásadní význam. Z ekonomického okolí získává podnik výrobní faktory a kapitál, na toto okolí se obrací svými výrobky a službami. Podnik je ve svém rozhodování a chování v rozhodující míře ovlivněn celkovou hospodářskou situací země a její dynamikou. Jde zejména o tyto faktory¹:

- **Dostupnost a ceny výrobních faktorů.** Díky rozvoji logistiky a nových technologií, umožňujících radikální snížení pracnosti a tím i vysokou produktivitu práce, ztrácejí postupně tyto faktory své dominantní postavení. Například Japonsko dokázalo i při své omezené surovinové základně rozvinout materiálově náročný průmysl. V mnoha případech však tyto faktory platí i nadále – za povšimnutí stojí situace našeho bavlnářského a obuvnického průmyslu, který je ohrožen konkurencí asijských výrobců¹.

[1]

- **Daňová zátěž podniků.** Ta ovlivňuje chování podniků jak z hlediska výše daní, tak z hlediska jejich konstrukce. Daňová politika státu u nás hledá cestu mezi dvěma póly. Na jedné straně musí zajistit takový daňový výnos, který by naplnil státní pokladnu, ale současně nezatížil podniky tak, aby ztratily motivaci k podnikání. Sazby daně z přidané hodnoty a spotřební daně působí na rozhodování spotřebitele a tím i na jeho poptávku po výrobcích a službách. Podniky se musí daním buď přizpůsobit a nebo pomínu – li daňové úniky přesunout do zemí, kde je „daňový ráj“¹.

- **Hospodářský růst, měnový a devizový vývoj.** Manévrovací prostor podniku? Inflation ovlivňuje ceny výrobních faktorů, poptávku i koupěschopnost zákazníků. Nelze přehlédnout i její vliv na ekonomické rozhodování podniků, zejména v případech, kdy se jako rozhodující kritérium používá současná hodnota peněz, příp. diskontovaný peněžní tok¹
Devizové kursy, inflace a devalvace mají na podniky významný vliv i pokud jde o rizika, která jsou s tím spojena. To se týká zejména podniků, které jsou zapojeny do mezinárodního obchodu nebo které pracují s devizovým úvěrem.
Hospodářský růst umožňuje zvyšování kupní síly obyvatelstva, což se projevuje v růstu poptávky.¹
K ekonomickému okolí patří také odběratelé, dodavatelé podniku a finanční instituce.

2. 2. 6 Ekologické okolí

Ekologie je faktorem, který musí podniky stále více respektovat. Nečiní – li to ze své vůle, nutí je k tomu nejen státní instituce, ale i velmi aktivní občanská sdružení. Ekologie vytváří na jedné straně podnikání řadu bariér, protože ekologizace řady technologií (dobývání zlata chemickou cestou) i již existujících výrobků (výrobky obsahující azbest a freon) představují pro podniky ekonomickou zátěž. Na druhé straně dává podnikům mnoho šancí, například při výrobě ekologicky nezávadných výrobků, recyklačních obalů atd.¹ [1]

2. 2. 7 Technologické okolí

Technologické okolí a změny technologie jsou zdrojem a motivem technického a technologického pokroku, který umožňuje podniku dosahovat lepších hospodářských výsledků, zvyšovat konkurenční schopnost a humanizovat práci. To může ovšem mít i své stinné stránky, k nimž patří někdy negativní vliv na životní prostředí nebo vznik sociálních problémů.¹

2. 2. 8 Etické okolí

Etika hraje v životě podniků stále významnější úlohu. V obecné poloze se etika zabývá tím, co je a není dobré a jaké postoje by měl člověk, respektive instituce zaujímat, aby jednal v souladu s tím, co se obecně považuje za správné a spravedlivé. V podnikatelském světě znamená dodržování etických principů mj. poskytování pravdivých informací, korektní hospodářské soutěžení a propagační kampaně atd.

Významnou představu o tom, co je a není dobré, vytvářejí média a veřejné mínění. Tam by se měla rodit představa o tom, kdo je nositelem etických hodnot a kdo je systematicky porušuje.¹

2. 2. 9 Kulturně historické okolí

Kulturně historické okolí se vytváří po mnoho let, dokonce staletí. Celková vzdělanostní a kulturní úroveň obyvatelstva je jednou z podmínek ekonomického rozvoje, přechodu ke složitějším technologiím a technického pokroku. Právě v kulturním zázemí je jedna z našich největších nadějí do budoucna.¹ [1]

Uvedená klasifikace prvků okolí je značným zjednodušením skutečnosti. Jednotlivá „okolí“ nepůsobí vedle sebe, ale vzájemně se prolínají a ovlivňují. Také míra jejich vlivu se může případ od případu lišit. Velmi mnoho záleží na druhu, charakteru a rozsahu podnikání. Jinak posuzuje „své“ okolí švec, jinak velkovýrobce obuvi, vyvázející do mnoha zemí.

To vše je komplikováno tím, že některé prvky okolí jsou velmi stabilní a vázané na určitý region nebo skupinu lidí, zatímco jiné mají tendenci se internacionalizovat a globalizovat. Každý podnikatel musí velmi odpovědně zvažovat, co je pro něj v daném konkrétním případě okolí a jaké konkrétní důsledky to pro něj může mít.

2. 3 Vývoj podnikatelského prostředí v České republice

2. 3. 1 Podnikatelské prostředí v meziválečném prvorepublikovém Československu

V historickém povědomí české veřejnosti se období první republiky všeobecně vnímá jako éra politické stability a všeobecného hospodářského rozkvětu. Toto období je do značné míry idealizováno, jako jedna z nešťastnějších etap existence českého politického, společenského a ekonomického života.³

Skutečností však je, že z politického hlediska je období první republiky opravdu úspěšně demokraticky se rozvíjející etapa, zejména v porovnání nejbližším geografickým okolím tehdejší Evropy. I z hlediska hospodářského šlo o historické období, které bylo charakterizováno svobodou podnikání a rozmachem tržního prostředí. Historicky velmi krátká etapa- pouhých 20 let- však měla také své problémy a bojovala s mnohými vnitřními a vnějšími negativními vlivy.³

Československo po první světové válce v podstatě převzalo hospodářský potenciál, který byl vybudován za Rakouska-Uherska. To však znamená, že hospodářská situace nového státu byla značně územně nevyrovnaná. Západní část státu byla poměrně hospodářsky vyspělá, zatímco východní část (především Slovensko a Podkarpatská Rus) byla jednou z nejméně hospodářsky vyspělých oblastí celého tehdejšího kontinentu. Proto se Československo snažilo po celou dobu své existence postupně vyrovnávat hospodářskou úroveň obou částí.³

Dalším limitem Československa bylo národnostní složení kapitálu, neboť se odhaduje, že česká podnikatelská vrstva vlastnila zhruba jen čtvrtinu akciového kapitálu v českých zemích. Většina kapitálu byla v rukou společností se sídlem ve Vídni popřípadě v Budapešti.³

Dalším problémem byla ztráta veškerých zavedených odbytových, ale i dodavatelských svazků bývalé monarchie. V tehdejší době byl mezinárodní obchod omezenější než dnes. Navíc zde působily velmi silné celní bariéry všech tehdejších ekonomik.³ [2]

Úvodní léta po stabilizaci ekonomiky nového státu byly hospodářsky až překvapivě příznivé. Po stabilizaci ekonomiky po první světové válce (zhruba v roce 1921) byly ekonomické podmínky země jedny z nejliberálnějších v tehdejší Evropě a také státní

³ Doc. Ing. Petříček, CSc. V.,: Vývoj podnikatelského prostředí v České republice, Dodona s. r. o., Praha 5, 2006, str. 21 – 29.

zásahy byly minimální. Postupně se rozvíjel i pro Československo velmi důležitý zahraniční obchod, díky poměrně nízké inflaci, která podporuje vývoz. V Evropě zaznamenávaly vyšší hospodářský růst země poznamenávané válkou. Souvisí to nejspíše s tím, že poražené a více zničené země byly nuceny ke komplexní restrukturalizaci ekonomiky i průmyslu.

Fenoménem podnikání v první republice bylo podnikání drobné. Nejobvyklejší organizační formou větších podniků byly akciové společnosti. K jejich založení bylo potřebné povolení státu. Existoval zde také poměrně silný státní sektor, ve kterém stát vystupoval jako podnikatelský subjekt. Státní podniky zaměstnávaly asi 300 tisíc osob a mezi nejznámější patřily Československé státní dráhy, Česká pošta, Česká tabáková režie, Poštovní spořitelna, Státní lesy a statky, báňské podniky.³

Na podzim roku 1929 došlo k náhlému zhroucení kurzů akcií na newyorské burze a poté prošlo celé světové hospodářství dodnes nejhlubší hospodářskou krizí. Krize postihla v podstatě všechny oblasti ekonomického rozvoje a také všechny oblasti světa snad s výjimkou Sovětského svazu, který nebyl součástí světového tržního prostředí. Krize měla za následek několikaleté hospodářské poklesy téměř všech zemí s tržním hospodářstvím, úvěrové a měnové krize řady ekonomicky významných zemí, dosud nevídanou nezaměstnanost, ztrátu důvěry v čistý tržní hospodářský systém a růst státních zásahů do ekonomiky. Dalším z důsledků krize byl i pokles životní úrovně obyvatelstva. Nepřímo měla hospodářská krize podstatný vliv i na podmínky, které vedly ke vzniku druhé světové války, neboť jedním z důsledků krize byla i radikalizace extrémní pravice spojená s nástupem fašistických režimů v řadě zemí.³ [2]

Krize se samozřejmě nevyhnula ani Československu. Specifikem „československé krize“ bylo to, že důsledky krize se proluly s tlakem německé menšiny a s celou závažnou „doutnající“ problematikou sudetské části země. V období hospodářské krize se v Československu prohloubily na jedné straně monopolistické tendence a na druhé straně došlo k obrovskému tlaku na malé živnostníky, kteří rozšiřovali armádu nezaměstnaných. Centralizací kapitálu do větších hospodářských celků se přirozeně zabránilo některým krizovým důsledkům, a tím se v podstatě překonaly nejhorší důsledky krize. Pomohla i postupně sílící zbrojní výroba. Zajímavé je, že se hospodářskou krizi

podařilo překonat bez krachů velkých bank, velkou oporou živnostníků bylo „malé“ bankovníctví a to družstevní záložny, kampeličky apod.³

Reakcí státu na hospodářskou krizi byly jeho zásahy do hospodářství. Snažil se svými zásahy do tržního prostředí o vyrovnání nabídky a poptávky (např. řízeným omezováním výroby a podporou spotřeby), o zmírnění nezaměstnanosti, o ochranu vnitřního trhu proti zahraniční konkurenci.³

V mnohých oborech stát zakazoval zakládat nové podniky. V dovozu se prosazoval protekcionismus (zvyšovaly se některé celní sazby a existoval systém přírážek zejména na zboží, které se v republice vyrábělo). Opakovaně byla devalvována vnitřní měna, stát zavedl státní záruky u řady exportních úvěrů. Poměrně úspěšně organizoval i veřejně prospěšné práce, do celého systému byly zapojeny i orgány místní správy. Díky zavedení státního dozoru v peněžnictví se podařilo odvrátit krachy bank.³

Hospodářskou krizi, ač byla v Československu poměrně dlouhá a hluboká, se podařilo překonat poměrně „elegantně“ bez devastujících sociálních otřesů. Krize byla tlumena státními zásahy, které byly v podstatě slučitelné s pokračováním tržního hospodářství.³

Další historický vývoj však byl pro pokračování společného československého státu limitující. Známé historické události spojené s Mnichovem a okupací české části země ukončily jednu z nejúspěšnějších etap existence českého společenského i hospodářského prostoru.³

Nastává dlouhá historická etapa totalitního státního zřízení, která s malým přerušením v letech 1945-1948, v poněkud jiné podobě přetrvává až do roku 1989. Z hlediska posuzování podnikatelského prostředí je uvedených 40, respektive 50, let fungování totalitních režimů v podstatě nezajímavým obdobím. Neznamená to však, že by se hospodářské prostředí určitým způsobem nevyvíjelo.³ [2]

2. 3. 2 Ekonomická transformace po roce 1989 – první fáze

Zhruba 40 let „socialistického totalismu“ se zcela určitě neblaze podepsalo na několika generacích české populace. V tomto období byla potlačována přirozená „podnikavost“ lidí, byla považována za historický až doslova nebezpečný přežitek nepoužitelný pro danou etapu vývoje. Československo bylo jednou z nejvyspělejších zemí tehdejšího východního bloku. Ekonomický systém byl z vlastnického hlediska založen na „celospolečenském vlastnictví výrobních prostředků“ a veškeré ekonomické procesy byly direktivně určovány. Systém respektoval zásady trhu pouze málo, vědomě deformoval vazby nabídky a poptávky a v důsledku vedl k neefektivní alokaci a využívání zdrojů. Důležitou charakteristikou tehdejší ekonomické situace v Československu byla téměř absolutní neexistence podnikatelského sektoru. Lze říci, že v Československu dosáhla centralizace nejvyššího stupně tzn. že podnikatelská vrstva byla v podstatě zcela zlikvidována. O podnikatelském prostředí se v podstatě nedá hovořit. I proto, po změně politických a ekonomických podmínek, byl v mnoha směrech rozjezd podnikání v českých podmínkách dost problematický. Lidé prostě nebyli zvyklí podnikat a ani „podnikatelsky myslet“.⁴

Po pádu komunistické vlády v listopadu 1989 proběhly úvodní změny politických, ale i ekonomických procesů poměrně rychle a bezkonfliktně. V zemi proběhly na počátku léta 1990 první demokratické volby a v červnu po volbách se mohla začít realizovat ekonomická reforma nebo lépe ekonomická transformace.⁴

V průběhu let 1990 a 1991 byly provedeny základní kroky naší ekonomické transformace. Byly přijaty základní, dosud chybějící legislativní normy tržního systému, jako zákony o soukromém podnikání, obchodních společnostech, státním podniku. Byly zaručeny základní občanské a politické svobody. Tím bylo mimo jiné umožněno svobodné podnikání – byly vytvořeny podmínky pro možnost podnikání. Opakovaně byla devalvována československá koruna, došlo k dílčím cenovým úpravám.⁴ [2]

Ekonomická stránka transformace byla založena na několika základních krocích. Byla to rozsáhlá liberalizace cen, dále se provedla liberalizace zahraničního obchodu na základě odstranění státního monopolu zahraničního obchodu. Postupně bylo nastaveno vnitřní tržiště

⁴ Doc. Ing. Petříček, CSc. V.,: Vývoj podnikatelského prostředí v České republice, Corona s. r. o., Praha 5, 2006, str. 31 – 44.

prostředí. Naprosto klíčovým krokem byla změna vlastnických vztahů, tzn. privatizace. O formě a provedení privatizace se dodnes vede velmi vzrušená debata.⁴

Vlastní realizace kroků ekonomické transformace v podstatě začíná v lednu 1991 liberalizací cen a zahraničního obchodu.

Po volbách, druhá polovina roku 1992, je spojena s řešením tehdejšího rozdělení federace. Řešení ekonomických problémů na určitou dobu ustoupilo politickým prioritám. V tomto období pokračuje tzv. malá privatizace, rozbíhají se restituční procesy a je zahájen proces velké privatizace v podobě první vlny kupónové privatizace.⁴

K 1. 1. 1993 vzniká samostatná Česká republika a počátkem února dochází k plnému oddělení měny mezi oběma novými státy. Česká národní banka si stanovuje jako základní cíl zabezpečení stability české měny a daňovou reformou byl zaveden nový daňový systém, který se již tehdy přibližuje Evropské unii.⁴

Rok 1994 byl ekonomicky poměrně úspěšný. Dochází k značnému ekonomickému oživení a i inflace byla poměrně nízká. Velká privatizace pokračuje již svou druhou vlnou kupónové metody. Současně se však zpomalují dílčí transformační kroky a začínají se také projevovat první příznaky naprosto liberálního přístupu státu k bankovnímu sektoru a absence dohledu centrální banky, a to v podobě počátků bankovní krize.⁴

V roce 1995 vrcholí první úspěšné období ekonomické transformace. Hovoří se o ní (u nás i ve světě) jako o nejkvalitnějším procesu přeměny ekonomiky na tržní systém mezi všemi transformujícími se zeměmi. V tomto roce se udělal také velmi významný krok pro podporu exportu. Vznikla Česká exportní banka a byl přijat zákon o pojišťovnictví a financování vývozu se státní podporou. Je dobré zmínit také to, že zahájila svoji činnost první hypoteční banka, což oživilo zejména bytovou výstavbu.⁴

Rok 1996 a počátek roku 1997 lze označit za ukončení a vyvrcholení první etapy české ekonomické transformace. Toto období je nicméně rozhodující etapou přeměny celé naší společnosti jak v politické, tak zejména v ekonomické sféře. [2]

2. 3. 3 Druhá fáze transformace – cesta ke vstupu do EU

V letech 1997 – 1998 nastává určité vystřízlivění z dosavadního poměrně hladkého průběhu ekonomické transformace. Ekonomické výsledky naznačují ztrátu dynamiky, je patrný určitý nesoulad mezi ekonomickou politikou vlády a centrální banky.⁴

V podstatě poprvé za dobu transformace se jako nový zásadní makroekonomický problém objevuje rostoucí míra nezaměstnanosti. Je to nepříjemný regionální problém – nezaměstnanost se soustřeďuje hlavně na severní Moravu a do severozápadních Čech.⁵ Období před listopadem 1989 tento problém neřešilo a pouze zakonzervovalo.

Rok 1998 je určitou „přechodnou etapou“. V první polovině roku „Tošovského vláda“ stabilizuje makroekonomickou i politickou situaci, po volbách v polovině roku se vlády ujímá první polistopadová sociálnědemokratická vláda. Nastává poměrně dlouhé období, ve kterém státní zásahy do ekonomiky jsou zřetelnější a intenzivnější. Prioritou hospodářské politiky č. 1 se stal vstup do Evropské unie.⁴

V souvislosti se začleněním České republiky do EU jsou iniciovány nutné legislativní a další, zejména institucionální kroky. Jak v prvních letech transformace legislativa pokulhávala za ekonomickými procesy, tak v tomto období naopak společnost do jisté míry svazuje. Legislativa se postupně stává nepřehlednou i pro samotné odborníky, mimořádně zatěžuje i podnikatelské prostředí, prostí podnikatelé se v ní nevyznají. To samozřejmě vyvolává dojem nadměrné byrokratičnosti státního aparátu. Vznikají v různých formách hospodářská, průmyslová, energetická, proexportní, dopravní a další politiky. Vláda si klade za cíl zlepšit podporu malých a středních podniků, výzkumu a vývoje a také investičního prostředí. V této oblasti dosahuje postupně nejlepších výsledků.⁴ [2]

V roce 1999 se Česká republika stává členem NATO, což má i vedlejší účinek minimálně v posílení důvěryhodnosti země především pro vyspělé země „euroatlantického prostoru“. Na konci roku 1999 a v roce 2000 dochází k znovuoživení ekonomického růstu. Z řady legislativních počinů je možno zdůraznit schválení samostatného zákona o investičních

⁵ Mimochodem jde o podobný strukturální problém, který kdysi řešila Anglie a německé Porúří. Jde tudíž o problém rozvoje regionů, které byly historicky přirozeně založeny na těžbě paliv a na navazujícím těžkém průmyslu.

pobídkách, který výrazně ovlivňuje růst přílivu přímých zahraničních investic V těchto letech také vrcholí důležitý proces privatizace dosud polostátních bank jako je ČSOB, Česká spořitelna a Komerční banka. Do bankovního sektoru vstupují renomované zahraniční bankovní ústavy. Nepovedla se pouze privatizace Investiční a poštovní banky.⁴

Relativně pozitivní hospodářský vývoj pokračuje i v letech 2001 a 2002. Každoroční hodnotící zprávy Evropské komise konstatují pokrok Česka v oblasti přibližování legislativy evropskému právu a vytváření standardního právního rámce tržní ekonomiky. Pozitivní vývoj je však postupně stále více doprovázen růstem deficitu veřejných financí. Je to do značné míry zapříčiněno růstem výdajů sociálního charakteru a zřejmě i růstem výdajů státu na vlastní správu.⁴

Rok 2001 znamená také zahájení realizace reformy veřejné a státní správy, v jejímž rámci začaly fungovat nové vyšší územně správní celky – kraje. Kraje se tak stávají rozhodujícím článkem samosprávy v regionech, postupně získávají potřebné kompetence k řízení některých správních, dopravních, a dalších záležitostí na úkor centra. Současně získávají určité, i když omezené finanční zdroje (přesměrování výnosu některých daní na krajskou úroveň). V návaznosti na to, v počátku roku 2003, končí působnost stávajících okresních úřadů a vzniká institut tzv. pověřených obcí, které přebírají některá správní práva a povinnosti bývalých okresů.⁴

Volby v roce 2002 do značné míry opakují volební výsledek z roku 1998, vláda je postavena na koaličním principu se zřetelnou dominancí sociální demokracie. Proklamuje ještě silněji než vláda předešlá svou „proevropskou“ orientaci, jejím základním cílem je dovést zemi ke vstupu do EU. Tento svůj úkol v květnu 2004 naplňuje. Ještě před tím, v létě 2002, se poměrně úspěšně vypořádává s ničivými povodněmi v české části země.⁴[2]

Nadále sílí programová zainteresovanost na tvorbě a realizaci programů podpory průmyslu a podnikání. Jde v první řadě o cílenou podporu malého a středního podnikání, jsou vytvořeny programové a institucionální předpoklady podpory exportu. Naplno se rozvíjí velmi úspěšná politika podpory investování, která přináší značné kapitálové zdroje pro rozvoj ekonomiky a dovádí do země celosvětově renomované investory. Souhrnné

ekonomické výsledky tohoto období jsou charakterizovány poměrně příznivým růstem HDP, průmyslu, postupně roste i export. Lze říci, že se velmi pozvolna přibližuje ekonomická úroveň České republiky k nejméně vyspělým zemím původní „patnáctky“ EU, protože česká ekonomika vykazuje vyšší tempa růstu než průměr původní „patnáctky“ zemí EU.⁴

K radikálnímu řešení výdajových rozpočtových priorit a dalšího směřování fiskální politiky nás nutí vstup do EU a zejména plnění maastrichtských kritérií pro zavedení společné měny EURO. Proto vláda v letech 2003 a 2004 pracuje na reformě veřejných financí, jejímž výsledkem je určitá rozpočtová zdrženlivost.⁴

Dozajista rozhodujícím historickým mezníkem politického, společenského a zejména ekonomického směřování České republiky po roce 1989 je přijetí země za člena Evropské unie. Od počátku přeměny společenských a ekonomických podmínek byl právě „návrat do Evropy“ jakýmsi celospolečenským symbolem znovuzařazení naší země na místo, kam historicky patří. [2]

3 Vymezení etických hodnot a etických konfliktů v podnikání

3.1 Termín etika v podnikání

Základem pro termín etika podnikání nebo také podnikatelská etika používaný v České republice je anglický výraz *business ethics*. V německy mluvících zemích se tento termín z angličtiny nepřekládá a nebo je možné se setkat s výrazy *Wirtschaftsethik* nebo *Unternehmsethik*. Ve Francii se hovoří o *ethique des affaires* nebo o *business ethics*.⁶

3.2 Není etika jako etika

Etika v podnikání se považuje za jednu z „aplikovaných“ etik. Prolíná do nejrůznějších oborů jako je například lékařství, sociální sféra, obchodní oblast, etika společenského chování a tak dále. Je stavěna na podobnou úroveň jako např. lékařská etika nebo etika ve sféře práva. V těchto oborech ale působí lidé s odborným vzděláním a kvalifikací a vykonávají svou práci často na základě zvláštních souhlasů. Jde tedy o osoby označované jako profesionálové. R. C. Salomon poukazuje proto na rozdíl mezi etikou profesionálů a etikou podnikání takto: „Na rozdíl od lékařské etiky nebo etiky ve sféře práva se etika v podnikání nazývá oblastí lidského počínání, jehož účastníci většinou nepožívají statutu profesionálů a jehož motivy jsou pokládány za poněkud méně ušlechtilé“.⁶ [3]

3.3 Definice etiky

Ve světové ale i české literatuře je možné najít desítky méně či více zdařilejších definicí etiky v podnikání. Například američtí autoři Farrell a Friedrich definují etiku takto: „*Etika podnikání zahrnuje morální zásady a normy, které usměrňují chování ve světě podnikání. Zda specifické chování je správné nebo nesprávné, etické nebo neetické, často určuje veřejnost prostřednictvím sdělovacích prostředků, zájmových skupin a podnikatelských organizací a také prostřednictvím osobní morálky a hodnot jedinců*“. Britská autorka Elaine Sternberg definuje etiku takto: „*Etika v podnikání používá etické zdůvodnění specificky pro situace a činnosti v podnikání. Jde o snahu řešit nebo alespoň objasnit takové morální problémy, k nimž v podnikání charakteristicky dochází*“. Česká autorka Marie Bohatá ve své definici uvádí: „*Jde o reflexi etických principů do veškerých*

⁶ Šroněk I.: Etiketa a etika v podnikání, Management Press, Praha 1995, s.173-178.

podnikatelských činností zahrnujících individuální korporativní a společenské normy a hodnoty. Tato reflexe se může týkat základních idejí, rozhodování, ale i specifických oblastí, jako např. marketing, finance, pracovní vztahy, ochrana životního prostředí atd. “⁶

Bylo by možné citovat i další. Podle Akademického slovníku cizích slov znamená etika souhrn norem a pravidel, vyjadřujících 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.

Asi nejlépe zachytil definici etiky A. Rich:

Etika (jako vědní disciplína) se snaží o hledání a nalezení správného jednání; snaží se o nalezení toho, co máme „činit na základě svého rozumového vhledu a tedy v souladu se svým myšlením.“

Podstatné ale je, že u podnikatelské etiky jde o aplikaci obecných principů na podnikání jako takové a na jeho aspekty. Etické hodnoty obvykle přesahují specifické zájmy, ať jde o zájmy národní, kulturní nebo ekonomické a od „podnikatelské etiky se očekává, že poskytne základ pro stanovení a usměrňování všech druhů podnikatelského jednání“.

Úlohou etiky je tedy hledání rovnováhy mezi ekonomickými zisky a společenskými důsledky. Zabývá se otázkou, zda konkrétní podnikatelské praktiky jsou přijatelné, či nikoliv, zda jsou „dobré“ nebo „špatné“, správné nebo nesprávné.

3. 4 Etika a morálka

Morálka a etika neznamenaají totéž, i když se to na první pohled tak může zdát. Stojí za to pochopit rozdílnost těchto pojmů a jejich vzájemný vztah. V žádném případě se nejedná o zbytečné lpění na rozdílnosti těchto pojmů. Jde spíše o jejich oddělení pro lepší pochopení. I slavní filosofové se dodnes nemohou shodnout, zda tyto pojmy vyjadřují odlišné skutečnosti nebo ne. Proto je výklad těchto slov nesmírně obtížný. A tak tato práce vychází z názoru, že morálka a etika nejsou synonyma, ale každé vyjadřují něco jiného.

Existuje řada definic morálky – víceméně však jde vždy o různé slovní obměny téže oblasti reality:

- S. Luknič – „Někteří filozofové rozlišují mezi etikou a morálkou, neboť **morálka se prý vztahuje k lidskému jednání a hodnotám**, zatímco etika se týká studia těchto oblastí.“
- O. C. Ferrell a J. Fraedrich – „Etika je zkoumání povahy a příčin morálky, přičemž **morálka znamená morální soudy, normy a pravidla jednání.**“
- B. Molitor – „**morálka se vztahuje k jednání lidí (resp. k opomenutí určitého jednání)**“.⁷

Zjednodušeně řečeno:

Morálka je skutečný projev individua či většího celku v oblasti morálních soudů, norem a pravidel jednání.

Pojem „**morálka**“ je odvozen od latinského slova „*mós*“ a označuje zvyk, obyčej a mrav, ale také osobní způsob života, smýšlení a charakter osobnosti. Většina lidí chápe morálku intuitivně, tj. zaujímá postoj, kdy složitá rozhodnutí lze učinit na základě nekonkrétních pocitů. Je možné také říci, že je to jednání člověka, které je v souladu s jeho svědomím a také s morálkou společnosti.

V rámci morálky mají velmi důležitou úlohu **mravní normy**. Bylo by bezpochyby dobré, moci se ve svém jednání o něco opřít. O nějaká pravidla, byť nevyslovená, a podle nich se chovat, kritizovat jednání druhých, zdůvodňovat, proč je určité jednání dobré a jiné špatné. Taková pravidla, která objasňují a vymezují lidské jednání, se nazývají **obecně mravní normy**. Jsou nutné tam, kde člověk sám neurčuje, co je dobré nebo pravdivé. Bohužel ve skutečném životě to tak jednoduché není. Zde by se hodilo použít obměněné přísloví – není na světě pravidel těch, aby se zalíbila lidem všem. Jestliže jsou dobrá pro jednoho, nemusí vyhovovat druhému. Proto by si každý měl vytvořit svoje vlastní normy, podle kterých bude žít a řídit se jimi. Má – li se člověk rozhodovat svobodně a

⁷ <http://www.plus-research.cz/clanek.asp?id=c04005>

zodpovědně, nezbyvá mu, než se nad životními pravidly zamyslet, normy si ověřit, a ty s kterými souhlasí, pojmout za své.

Řecké slovo „*éthos*“⁸, z kterého je etika odvozena, znamená mrav, zvyk stejně jako slovo „*mós*“. Tak se tedy od počátku pojí s pojmem „ethos“ význam odkazující na mravní chování, jež se řídí podle toho, co se ve vlastním okruhu bydlení a života stalo obyčejem, tradicí a konvencí, normou, případně zákonem.“ Z tohoto pojetí pak často plyne ono synonymní chápání termínů etiky a morálky. Teprve později však řeckému slovu „ethos“ přibyl další význam, který je pro nás relevantní: „... místo významu konání jen navyklého význam toho, co mám činit na základě svého rozumového vhledu a tedy v souladu se svým myšlením.“⁷

Etika je v současnosti samostatná vědní disciplína filozofického charakteru, která zkoumá morálku a snaží se převést všechno to, co je známé jako mravní povinnosti, ctnosti, pravidla nebo hodnoty na společný základ. Také se zabývá správným uspořádáním lidských skutků na základě rozumových pravidel.

Etika není ničím samozřejmým, ale ani ničím nadbytečným.

Při pohledu na výše uvedené definice se již jasně vyprofiloval rozdíl mezi morálkou a etikou. Termíny etika a morálka jsou na tom vlastně obdobně jako pojmy ekonomie a ekonomika. Stejně jako ekonomie (jako vědní disciplína) zkoumá ekonomiku (jako svou oblast výzkumu), tak etika (jako vědní disciplína) zkoumá oblast morálky (tj. faktický stav jednání/chování ve společnosti). Jde však dál – nejenom, že tento stav popisuje a analyzuje; snaží se taky ukázat:

- ✓ jaká by morálka být měla/neměla (nikoliv však ve smyslu hotových a vypracovaných návodů; spíše ve smyslu kritérií, pomocí kterých lze správné jednání nalézt),
- ✓ proč by taková být měla/neměla,
- ✓ v čem je daná morálka přínosná a jaké slabiny nebo dokonce nebezpečí skýtá.

⁸ Za zmínku určitě stojí fakt, že pojem „ethos“ v původním významu znamenal „obvyklé místo pobytu“, pak místo, v němž se bydlí a v němž člověk zdomácněl. Z toho je možné chápat abstraktní užití slova „ethos“ ve smyslu „zvyku“, „obyčeje“, „tradice“ a nakonec „mravů“.

Neopomenutelné ve vztahu s morálkou je také zlaté pravidlo morálky. Základním pravidlem pro aplikaci etiky je *zlaté pravidlo morálky*, které je prastaré a slouží od dávných dob jako kritérium pro posuzování správného jednání a chování. Zlaté pravidlo se v dějinách etiky objevuje v pozitivní nebo negativní formulaci⁹:

Pozitivní vyjádření pravidla:
*Vše, co chceš, aby jiní dělali tobě,
dělej i ty jim.*

Negativní vyjádření pravidla:
*Co nechceš, aby jiní dělali tobě,
neděj ani ty jim.*

Zlaté pravidlo i v podnikatelské praxi reguluje běžné mezilidské vztahy a umožňuje rozhodovat o jednoduchých situacích⁹. [4]

3. 5 Slučitelnost etiky a podnikání

To zda je etika a podnikání slučitelné, není úplně jednoznačné. Ve středověku panoval názor, že každý druh podnikání je nemorální. Tato představa často přetrvává dodnes a vyskytuje se například v tvrzení, že „etika nemá nic společného s ekonomikou“. Opakem jsou názory velkých amerických korporací přenesené do hesla „vyplatí se chovat eticky“. Slučitelnost a propojenost ekonomiky a etiky je zřejmá v té chvíli, kdy je možné vyslovit názor, že se zabývají týmž, i když odlišně. Podnikatelská činnost s sebou nese rozhodování o ekonomických a technologických procesech – co vyrábět nebo nevyrábět, jak vyrábět, co prodávat nebo neprodávat, jak prodávat, koho a jak zaměstnávat a tak dále. Ve skutečnosti téměř každé podnikatelské rozhodnutí s sebou nese etické prvky.

Podnikatelská etika se dnes nezabývá výhradně kritikou podnikání a podnikatelských praktik. Její cesta od kritiky ziskového motivu vedla ke konstruktivnímu zkoumání pravidel a praktik podnikání. S ohledem na to, že podnikání se považuje za izolované úsilí s hodnotami odlišnými od hodnot okolní společnosti.⁶

⁹ Putnová A., Seknička P., Etické řízení ve firmě, Grada Publishing, a. s., Praha 2007, s. 51.

3. 5. 1 Kde a v čem se etika v podniku projevuje

Etika v podnikání se projevuje na různých úrovních a stupních. Pro zpřehlednění se rozděluje do tří stupňů:

- **mikroúroveň,**
- **makroúroveň,**
- **molární úroveň.**

ad 1) Mikro úroveň zahrnuje pravidla čestných vztahů mezi dvěma partnery zahrnující tradiční etiku (sliby a jiné závazky, úmysly, následky a jiné důsledky jednání jednotlivce). Pro mikroetiku je příznačná myšlenka čestné směny a současně představy čestné mzdy, čestného zacházení apod.¹⁰

ad 2) Makro úroveň obsahuje institucionální pravidla vztahující se na celou společnost. Jde o spravedlnost, zákonnost a charakter společnosti obecně, dále o to, jaký je účel svobodného trhu, zda je tento trh čestný, zda je nejúčinnějším způsobem rozdělování zboží a služeb a ve společnosti, jakou úlohu hraje regulace ze strany vlády apod.¹⁰

ad 3) Molární úroveň se vztahuje k nejvýznamnější organizační jednotce moderního podnikání – ke korporaci. Etika podnikání je zde významná při posuzování společenské odpovědnosti korporace, dále povinnosti korporace vůči akcionářům a zároveň vůči zainteresovaným subjektům (spotřebitelé, komunita) a také odpovědnosti ve vzájemných vztazích zaměstnance a korporace.¹⁰

V různých zdrojích je možné najít různé členění této problematiky. Například paní M. Bohatá¹¹ rozlišuje také tři úrovně, a to **mikroúroveň, mezoúroveň a makroúroveň.**

První se zabývá otázkami etické odpovědnosti jednotlivé osoby, jako zaměstnance, zaměstnavatele, spolupracovníka, manažera, spotřebitele, dodavatele, investora. [5]

Mezoúroveň se zaměřuje na ekonomické organizace, především firmy, ale vedle nich také odbory, svazy spotřebitelů a profesionální asociace, které mají své vlastní cíle a zájmy, jež mohou být v rozporu se zájmy individuálními.

¹⁰ Šroněk I.: Etiketa a etika podnikání str. 181- 184.

¹¹ Bohatá, M.: Etika v podnikání. Politická ekonomie, 1993, č. 1.

Na makroúrovni vystupují do popředí etické otázky ekonomického systému jako celku nebo utváření obecných ekonomických podmínek pro podnikání (hospodářská politika, mezinárodní vztahy atd.).³

Oblasti v nichž se při činnosti firem mohou objevit vážnější etické problémy :

- vztahy vůči spotřebitelům,
- vztahy vůči majitelům a investorům,
- vztahy k zaměstnancům,
- vztahy k obchodním partnerům,
- vztahy vůči státu,
- vztahy vůči konkurenci,
- vztahy vůči společnosti,
- vztah k životnímu prostředí.¹⁰

3. 5. 2 Etické hodnoty v podnikání

Každý člověk si během svého života vytváří určitou stupnici hodnot. Které jsou pro někoho vyšší či nižší, se projevuje až v konkrétních životních situacích. Právě proto, že je člověk obdařen rozumem, může se znovu a znovu rozhodovat mezi různými podněty, čemu dát přednost a co opomenout.

Hodnotou se tedy rozumí vše, co je pokládáno za významné a důležité. Podle toho se rozlišují hodnoty na ty, které tvoří charakter osobnosti (pravdomluvnost, čestnost) tedy osobnostní a ty kterých dosahujeme postupně a programově (vzdělání, výchova) – cílové hodnoty. Tyto hodnoty mohou být ovlivňovány ideály, zaměřením i růstem osobnosti.

Hodnoty, které člověk uznává, mají určité pořadí a jsou seřazeny podle svého významu. Pro ty nejdůležitější se používá označení „priority“^{12, 13}. [6]

¹² z latinského „prior“ = přední

¹³ Příkaský J. V.: Učebnice základů etiky, Karmelitánské nakladatelství, Kostelní Vydří 2000 s. 54.

Tak jako každý člověk tak i každá firma má svůj žebříček hodnot a svoje priority. Pořadí mnohých priorit je stejně jako u lidí individuální. Snažila jsem se vybrat nejzákladnější hodnoty firem:

- ✓ péče o zákazníka,
- ✓ kvalita služeb s vysokou přidanou hodnotou,
- ✓ zodpovědný přístup,
- ✓ vysoká odbornost,
- ✓ ochrana přírody,
- ✓ spolehlivost a etika,
- ✓ spokojenost zaměstnanců,
- ✓ přátelské a korektní vztahy, otevřené jednání,
- ✓ profesionalita,
- ✓ neformálnost a zábava atd.

3. 5. 3 Vymezení etického konfliktu

Etika má své místo v podnikání především v souvislosti s rozhodováním. Jakmile zúčastněné osoby poznají, že vznikl problém, musí se rozhodnout, jak ho řešit. Etický problém je takový, který vyžaduje volbu mezi několika možnostmi. Tuto volbu činí jednotlivec nebo firma a musí při ní rozhodovat, co je a není správné, co je a není etické. Etické problémy vznikají obvykle proto, že dochází ke konfliktu mezi osobní morálkou a hodnotami jednotlivce, hodnotami organizace, v níž jednotlivec pracuje, a také společnosti, v níž žije.¹⁰

Jak bylo již dříve řečeno, etický konflikt (problém) může nastat ve vztahu k zaměstnancům, spotřebitelům, obchodním partnerům, majitelům, životnímu prostředí... atd. Oblasti konfliktu je možné zjednodušit a rozdělit do dvou okruhů:

1. **širší**, který vymezuje vztah: byznys – stát – společnost,
2. **užší**, ten charakterizuje především vztahy uvnitř firmy (např. mezi vlastníky, manažery, zaměstnanci atd.) a vztahy k nejbližšímu okolí firmy (např. zákazníky, dodavateli či konkurenty).¹⁴

[7]

¹⁴ Seknička P. : Úvod do hospodářské etiky, CODEX Bohemia s.r.o, Praha 1997, s.81-84.

Konflikt ve vztahu k byznysu, státu a společnosti

Jedná se o poměrně široký okruh problému. K těm nejčastějším patří:

- dodržování zákonů,
- včasné a správné placení daní,
- vedení účetnictví,
- dodržování předpisů,
- ochrana životního prostředí,
- nepoužívání zvířat k experimentům.¹⁴

Konflikt na úrovni firmy

Za dominantní problémy podnikatelské etiky na úrovni firmy se považuje:

Ve vztahu vůči spotřebitelům:

- odpovědnost za výrobek (jakost, bezpečnost, dodržování předpisů a norem),
- reklama,
- záruční servis,
- zákaz dávat úplatky potenciálním zákazníkům.¹⁴

Vztahy vůči majitelům a investorům:

- zájmy majitelů a investorů,
- poskytování pravdivých informací o hospodaření.¹⁴

Vztahy k zaměstnancům:

- respektování práv osobnosti,
- nediskriminace při zaměstnávání osob,
- pracovní prostředí (bezpečnost, pracovní podmínky),
- spravedlivost při stanovování mezd a jiných odměn,
- právo na informace,
- spoluúčast při rozhodování.¹⁴

Vztahy k obchodním partnerům:

- společné zájmy, důvěra,
- dodržování platebních podmínek a jiných závazků.¹⁴

Vztahy vůči konkurenci:

- dodržování pravidel poctivé soutěže,
- nepoškozování dobrého jména konkurence,
- obstarávání informací o konkurenci pouze legálními prostředky.¹⁴

Etické problémy na mezoúrovni vznikají tam, kde dochází ke konfliktům. Obecně můžeme vymezit čtyři typy konfliktů, a to mezi firmou a:

- zájmy jednotlivce,
- zájmy vnitřních konstituentů firmy,
- zájmy státu jako ekonomického subjektu,
- zájmy společnosti jako celku.

Firma jako celek by měla sdílet určité společensko-podnikatelské poslání, měla by sledovat určitou pospolitou strategii a měla by se držet určité hodnotové orientace a uznávat určitá pravidla. Z toho by měla vycházet při řešení shora uvedených konfliktů v praxi.¹⁴ [7]

3. 5. 4 Etický problém a etické dilema

Je důležité zmínit ještě rozdíl v rozměru etického konfliktu. Rozhodování, jak řešit konflikt může mít podobu:

- „ano – ne“ – konflikt vyřešíme s konečnou platností. To charakterizuje **ETICKÝ PROBLÉM**.

Konflikt vyplývá z celkového situačního kontextu, umíme ho jednoznačně určit a týká se jednotlivce, který má možnost svobodného rozhodnutí.

Příklad etického problému:

Vedoucí projektového oddělení má příští pondělí odevzdat hotový projekt a už ve středu je mu jasné, že bez mimořádné přesčasové práce se ten projekt v termínu neodevzdá. Stojí před rozhodnutím, zda má dokončení projektu věnovat sám celý víkend a nebo bez možnosti přidělení mimořádných odměn nutit ze své pozice vedoucího podřízené, aby na dokončení projektu pracovali po dobu zbývajících dní několik hodin přesčas¹⁵. [8]

¹⁵ Luknič A. S., Štvrtý rozmer podnikania – etika, SAP – Slovak Academic Press, spol. s r. o., Trenčín 1994, s. 62-63.

Druhý typ konfliktu má komplikovanější charakter.

- „buď – nebo“ – alternativní zvažování dopadu rozhodnutí na účastníky konfliktu je

ETICKÉ DILEMA.

Konflikt má komplikovanější charakter, jeho podstatu nelze přímo z dané situace vyselektovat a týká se více subjektů. Subjekt, který rozhodnutí dělá je proto derminován „zvenku“ a volba konečného rozhodnutí nebude záviset pouze na jeho schopnostech, ale také na ochotě dané rozhodnutí přijmout s vědomím jeho dopadu na jednotlivé¹⁵. [8]

Příklad etického dilematu:

Podnik má zavést na trh nový výrobek a na jeho propagaci má vytvořit velkou reklamní kampaň. Průzkum ukázal, že o výrobek bude mezi spotřebiteli velký zájem. Po čase však výsledky detailního laboratorního výzkumu ukázali, že výrobek v některých svých vlastnostech neodpovídá slibovaným parametrům a má vedlejší účinky na životní prostředí. Rozhodování se bude v tomto případě pohybovat v poloze: zavést výrobek na trh a uspokojit ziskové zájmy firmy a spotřebitelské potřeby s vědomím poškození širších společenských zájmů, a nebo upřednostnit zájem ochrany životního prostředí v neprospěch okamžitých zájmů firmy a spotřebitelů, a proto zavedení výrobku odložit¹⁵. [8]

Přehled charakteristik etického problému a etického dilematu je uveden v tabulce. Navazující schéma ukazuje, které faktory ovlivňují výskyt a řešení etických dilemat v organizacích, které chtějí být zodpovědné vůči svým zaměstnancům a okolí v kterém působí.

Tabulka č. 1: Hlavní charakteristiky etického problému a etického dilematu

PROBLÉM	DILEMA
<ul style="list-style-type: none"> • Lze ho snadno pojmenovat • Nezapadá do kontextu, stojí mimo specifickou situaci. • Všeobecně se souhlasí s tím, že problém je etický. • Vyjadřuje nároky jednotlivého stakeholdera. • Vztahuje se na jednu správnou a nesprávnou hodnotu. • Předpokládá, že jednotlivci mohou udělat „správnou věc“, když budou chtít. 	<ul style="list-style-type: none"> • Je obtížné ho pojmenovat. • Je zasazeno do specifické situace. • Není zde shoda názorů na to, zda je daný případ etický. • Vyjadřuje nároky vícero, často si konkurujících stakeholderů. • Vztahuje se na vícero, často si konkurenčních hodnot. • Předpokládá, že jednotlivci chtějí udělat „správnou věc“, ale neví, která to je, nebo nejsou ji schopni udělat.

Zdroj: Luknič A. S., Štvrtý rozmer podnikania – etika, SAP – Slovak Academic Press, spol. s r. o., Trenčín 1994, s.63.

Tabulka č. 2: Faktory působící na vznik a řízení etických dilemat v podnicích

Organizační faktory	Individuální faktory
<ul style="list-style-type: none"> • Politika, pravidla, postupy • Kultura • Systémy • Způsob, jakým jednáme ve svém okolí. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manažerova představa o práci • Požadavky na práci • Explicitní a implicitní role • Dostupnost volby • Závislost/užitečnost práce • Sympatie a antipatie • Osobní pozadí a charakteristiky

Zdroj: Luknič A. S., Štvrtý rozmer podnikania – etika, SAP – Slovak Academic Press, spol. s r. o., Trenčín 1994, s. 63.

4 Analýza etické úrovně ve vybraných podnicích

4.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem tohoto výzkumu bylo zjistit názory českých podnikatelů na etické či neetické chování v podnikové praxi, získat praktické příklady neetického chování a postoje či důvody, které podniky k tomuto vedou.

Dalším cílem bylo zmapovat dodržování a porušování etických postupů v podnikání a také získat názory na etiku v podnikání v souvislosti se vstupem do Evropské unie a dále také názory na možnosti změny současného stavu neetického jednání v podnicích.

4.2 Výběr respondentů

Jako nejvhodnější pro tento výzkum bylo stanoveno kvalitativní šetření formou dotazování. Výzkum je založen na analýze 12-ti individuálních hloubkových rozhovorů s poměrně specifickou skupinou respondentů (viz. kapitola 4. 4 Charakteristika respondentů). Počet získaných hloubkových rozhovorů byl dostatečně uspokojující, neboť informace a názory respondentů se začaly v průběhu výzkumu postupně opakovat, až do té míry že nedocházelo k zjišťování žádných nových, překvapujících ani protichůdných informací. Množství uskutečněných rozhovorů lze považovat za dostačující. Každý rozhovor byl se souhlasem respondenta nahráván na magnetofonový pásek pomocí záznamové techniky (diktafonu). Rozhovory byly poté přepisovány do počítače pro lepší zpracování. Po domluvě s podnikateli nebyly zveřejňovány názvy firem ani jména podnikatelů, proto jsou v tabulce č.1 označeni písmenem R a pořadovým číslem.

4.3 Tvorba dotazníku

V dotazníku převládají otevřené otázky, které ponechávají formulaci odpovědi plně na respondentově rozhodnutí a snaží se je přimět k přirozenému rozhovoru. Při rozhovorech nebylo nutné se striktně držet daných otázek, neboť z odpovědí vyvstávaly i další otázky.

Dotazník – Etika v českém podnikatelském prostředí

1. Úvod

Tento dotazník byl vytvořen pro potřeby kvalitativního výzkumu etického chování v podnikatelské sféře. Výzkum je prováděn v rámci diplomové práce na téma „Etika v českém podnikatelském prostředí“ studentkou 5. ročníku hospodářské fakulty Technické univerzity v Liberci Lenkou Rigovou.

Cílem je získat názory vybraných respondentů na etické či neetické chování v podnikové praxi k jejich následnému zpracování.

Etickým jednáním se v tomto případě rozumí jednání v souladu s nepsanými morálními zásadami, se zákony či s osobními morálními hodnotami (svědomím).

Příkladem neetického jednání může být odvádění nekvalitní práce, korupce, nedodržování smluv a platebních termínů nebo např. nepoctivé praktiky při získávání zakázek.

2. Podnikatelské prostředí z hlediska etiky

2.1 Jak hodnotíte úroveň podnikatelské etiky v České republice?

2.2 Vyplatí se v podnikání chovat neeticky v dlouhodobém časovém horizontu?

2.3 Je možné specifikovat určité oblasti podnikání, které jsou více ohrožené neetickým chováním? Pokud ano, vyjmenujte je. (kde je největší prostor v porušování etiky)

2.4 V jaké konkrétní podobě se problémy etického chování projevují ve firmách?

2.5 Který z těchto problémů považujete za nejnebezpečnější pro české podnikání?

2.6 Existují, podle Vašeho názoru, nějaké vnitřní nebo vnější podněty, které nutí firmy k neetickému chování? Pokud ano, které?

2.7 Je vůbec možné se v současném konkurenčním prostředí chovat podle etických zásad tak, aby nebyl poškozen podnik?

3. Dodržování a porušování etických postupů (osobní hodnoty kontra cíle podniku a způsob jejich dosažení)

3.1 Je možné sladit osobní morální zásady s cíly a zájmy podniku?

3.2 Jak hodnotíte soulad mezi podnikatelským a etickým chováním ve Vašem podniku?

3.3 V jaké situaci byste byl ochoten jednat v rozporu se svými osobními hodnotami (svědomím)?

3. 4 Setkal jste se osobně s nějakými nekalými praktikami?
3. 5 Jaký k nim zaujímáte postoj?
- 3.6 Jak byste reagoval, kdyby se okolí Vašeho podniku (konkurence, dodavatele, zákazníci) chovalo neeticky vůči Vám/Vašemu podniku?
3. 7 Byl byste ochoten s takovými partnery spolupracovat? Pokud ano, za jakých podmínek?
3. 8 Je možné určit nějakou konkrétní hranici, kdy je neetické jednání možné tolerovat a kdy už ne?

4. Etika podnikání a vstup do Evropské unie; možnosti změny současného stavu neetického jednání v podnicích.

4. 1 Je možné paušálně říci, že neetické chování firem je důsledkem ekonomické transformace z komunistického režimu do kapitalistického systému?
4. 2 Očekával jste od vstupu do Evropské unie nějaké změny pro podnikání?
4. 3 Splnil vstup do Evropské unie Vaše očekávání?
4. 4 Myslíte si, že po dobu, kdy jsme členy Evropské unie se podmínky pro podnikání změnilly? Pokud ano, jak?
4. 5 Je neetické jednání podniků problémem i ostatních zemí Evropské unie?
4. 6 Přinesl vstup do Evropské unie nějaké zlepšení v chování podniků?
4. 7 Myslíte si, že by se české podniky mohli od zahraničních naučit chovat se etičtěji?
4. 8 Je Váš podnik členem nějaké profesní organizace, svazu či asociace?
4. 9 Máte důvěru k profesním organizacím?
4. 9 Souhlasíte s názorem: „Firmy, které jsou členy profesních organizací, jsou vázány jednat v souladu s podmínkami členství, a proto se chovají lépe“.
- 4.10 Co by se muselo změnit, aby se všechny firmy chovali eticky?
- 4.11 Mohou k této změně přispět nějakým způsobem sami podnikatelé?

5. Charakteristika firmy

Obor podnikání:

Počet zaměstnanců:

Postavení respondenta ve firmě:

4. 4 Charakteristika respondentů

Cílová skupina respondentů byla v konečné fázi výzkumu zastoupena 12 respondenty. Cílovými osobami byli majitelé nebo spolumajitelé malých a středních podniků, živnostníci nebo jiné osoby pověřené vedením podniku. Výzkum probíhal v Pardubickém kraji převážně ve městě Chrudimi. Oslovení podnikatelé byli vybráni podle vhodnosti a dostupnosti. Firmy, s jejichž zástupci byly rozhovory uskutečněny, se odlišují odvětvím podnikatelských činností – zastoupeno je strojírenství, pohostinství, služby, výpočetní technika, reklama, elektrotechnika a internetové lékárenství, i počtem zaměstnanců. Každé z odvětví je něčím specifické a má i své specifické problémy.

Přes tuto různorodost se ukázalo, že názory respondentů se dělí do určitých skupin v závislosti na znalosti či neznalosti dotazované problematiky, na osobních vlastnostech a individuálních zkušenostech jednotlivců nikoliv v závislosti na jiných charakteristikách. Jednotlivé modely představ o problematice podnikatelské etiky se začaly opakovat a do jisté míry byly závislé na konkrétní respondentově náladě, na jeho politické orientaci, zkušenostech a zajiště i celkovém respondentově naturelu.

Tabulka 3: Seznam firem, které se účastnily výzkumu

Postavení respondenta ve firmě	Obor podnikání	Počet zaměstnanců
R1 - spolumajitel	autodoprava	3
R2 - majitel	služby – nákup, prodej	0
R3 - majitel	reklama	12
R4 - spolumajitel	strojírenství	500
R5 - majitel	pohostinství	9
R6 - majitel	strojírenství	20
R7 - vedoucí obchodu	strojírenství	55
R8 - majitel	elektrotechnika	32
R9 - účetní	internetové lékárenství	50
R10 - jednatel	stravovací služby	48
R11 - majitel	stavebnictví	0
R12 - majitel	výpočetní techniky	8

Zdroj: vlastní zpracování

Rozhovory probíhaly na místě určeném respondentem, převážně v sídlech vybraných firem a často i u respondentů doma.

Ne náhodnou byli jako respondenti vybráni majitelé malých a středních podniků nebo podnikatelé fyzická osoba, protože tato skupina podnikatelů představuje důležitý segment národního hospodářství. Její podíl na HDP a zaměstnanosti také není zanedbatelný.

Podle statistických podkladů ministerstva průmyslu a obchodu se **podíl malých a středních podnikatelských subjektů** (s počtem zaměstnanců 0-249) **na tvorbě HDP** zvýšil z 31,4% v roce 1996 na 40,4% v roce 2000. Malé a střední podniky představovaly v roce 2000 plných 99,8% ekonomicky aktivních podnikatelských subjektů (v tom představovaly registrované subjekty, resp. firmy, 13,4% a samostatně podnikající fyzické osoby 86,4%). Malé a střední podniky se podílely na celkové zaměstnanosti 59,5% (v tom připadalo na registrované subjekty resp. firmy 43,2% a na samostatně podnikající fyzické osoby 16,3%), na celkových výkonech 52,8% (v tom registrované firmy 39,1% a samostatně podnikající fyzické osoby 13,7%), na vytvořené přidané hodnotě 52,6% (v tom registrované firmy 39,2% a samostatně podnikající fyzické osoby 13,4%) a na mzdových nákladech 54,7% (v tom registrované firmy 44,2% a samostatně podnikající fyzické osoby 10,5%). Podíl malých a středních podniků na celkových investicích přitom představoval 40,6% (v tom za registrované firmy 32,6% a samostatně podnikající fyzické osoby 8,0%).⁷

Význam malého a středního podnikání není zanedbatelný ani v současné době (údaje z roku 2005):

- zaměstnávají 62,2 % všech ekonomicky aktivních osob,
- 99,8% podíl počtu malých a středních podniků na celkovém počtu podniků v ČR,
- 35 % na exportu ČR,
- 50 % na dovozu,
- 33 % na HDP⁸,

⁷ http://www.abetinfo.com/modules.php?modul=zajimavosti&what=article_read&id_article=17

⁸ <http://www.sme-union.cz/index.php?p=17>

Tabulka 4: Význam MSP v České republice

TABULKA 2 Význam MSP v České republice					
Odvětví	Procentuální podíl MSP na celku				
	Počet podniků	Počet zaměstnanců	Účetní přidaná hodnota	Mzdové náklady	Investice
Průmysl	99,42	49,96	37,00	43,40	32,65
Stavebnictví	99,93	78,92	69,84	70,51	64,76
Obchod	99,94	77,06	82,41	78,60	72,26
Pohostinství	99,96	88,89	86,29	84,05	93,68
Doprava	99,79	34,95	35,62	27,77	30,24
Peněžnictví	99,82	20,00	14,27	22,59	37,04
Služby	99,95	78,74	85,86	78,98	90,45
Zemědělství	99,92	86,62	84,11	85,03	88,29
MSP celkem	99,85	61,79	53,43	56,01	52,88

Zdroj: Ministerstvo průmyslu a obchodu, údaje za rok 2005.

Analýza je členěna do tří částí podle okruhů otázek v dotazníku. Z odpovědí je vytvořen stručný souhrn, který je vždy podložen konkrétními názory respondentů.

4.5 Podnikatelské prostředí z hlediska etiky

Obecné názory na podnikatelské prostředí v naší republice se různí. Celkově se spíše kloní k názoru, že naše prostředí je pro podnikání nepříznivé.

Největší část problémů vidí oslovení respondenti v legislativních podmínkách podnikání. Legislativa je podle nich zbytečně složitá, nesrozumitelná, nejednoznačná i nedostatečná. Problémem je masivní byrokracie.

R2: *„Tady to vypadá velice špatně, je to dané hlavně zákony. Protože jakmile nejsou nastavené zákony tak, aby na lumpy byli postihy, tak všichni, kdo se v tom umí pohybovat, se budou pohybovat na hraně, aby ještě nesklouzli na spodek, ale aby na ně taky nemohli. Prostě zákony nejsou jasně nastavené.“*

Další „brzdou“ podnikání je pro české podnikatele zvyhodňování zahraničních firem a investorů na našem trhu. Majitelé firem by rádi viděli obdobnou podporu českého podnikání, ta jim zatím připadá velmi nedostatečná. Podporu dostávají podle manažerů především velké a nadnárodní podniky, které jsou také lépe schopné vyrovnat se s administrativními nároky, střední firmy mají situaci velmi komplikovanou – nestojí za nimi velký nebo zahraniční kapitál, úskalími administrativy se musí „probít“ s menším počtem zaměstnanců i zkušeností, takže zatížení vnímají jako větší.

R8: *„Z tohoto pohledu je podnikatelské prostředí o tom, jak se chová stát, který vyhazuje peníze z okna nebo jak se chová k cizím firmám. Protože, když mám teď hodnotit to podnikatelské prostředí pro české firmy, tak to vidím tak, že česká firma je pro ten stát taková nezajímavá. Ty zahraniční firmy dostanou pozemek za korunu, daňové prázdny, které když jim skončí tak odsud utečou...Když vidím ty výhody, tak si myslím, že stát má zájem o cizí firmy a o cizí kapitál. České firmy jsou pro ně jakoby na pokraji zájmu.“*

Dalším problémem pro řadu podnikatelů je vysoké daňové zatížení. Vnímání neúměrnosti tohoto zatížení souvisí také s výše uvedenou podporou zahraničních firem ze strany státu.

Jeden z dotázaných podnikatelů v úvodní části rozhovoru spontánně uvádí, proč si myslí, že podnikatelské prostředí není dobré.

*R6: „ Já si myslím, že to je to proto, že tady vládly socialistické vlády a nevytvořily vizi této země. To znamená, **CO to je Česká Republika**. Kam směřuje, co umíme, kam tu zem dostat, na co se soustředit, co tady především budovat. Protože za socialismu byla ČR strojírenská velmoc. Byli jsme jedni z největších výrobců železa na světě. Byla tady spousta hutí, což dneska už není, protože nemáme železnou rudu. Takže ty minulé vlády, ta socialistická, nevytvořila vizi této zemi. A tak každý podnikatel, který tady je, se zoufale snaží, někde něco chytit a v něčem podnikat. Ta vláda měla po revoluci říct: Ano, v této zemi zrušíme hutě. To je samozřejmé, nemáme koks, nemáme železnou rudu. To zrušíme a postavíme to třeba na tom, že jsme dobří ve strojírenství. A to se prostě nepodrželo, protože vláda nedala priority, nestanovila vizi, a to je hrubá chyba. Já se nedivím. Ve vládě by neměli být politici, ale podnikatelé, kteří něco dokázali. To je první problém.*

Druhý problém. Tady se řeší kooperace, to znamená kooperační výroba pro vyspělou Evropu. Ale tady není žádný výrobek. Pokud někdo má výrobek a montáž, tak určuje cenu. A to většině podnikatelů českých zemí chybí. Tady byly určité výrobky, ale dnes už nejsou např. Transporta pohyblivé schody, podvalníky, vysokozdvizné vozíky a tak dále. Protože když někdo dělá výrobek, tak tam jsou ohromné přidané hodnoty. Přidaná hodnota..., z té stát žije. Kdežto v tomto státě se dělá v průmyslu z kooperačních výkresů, tzn. z podkladů, které sem ten vyspělý svět dá, a my to svaříme, my to opracujeme a jsme rádi, že to máme. Prodáme mu to, jenže on to smontuje, zpracuje a prodá to sem zpátky, ale to už za to platíme jiný sumy. Takže ta přidaná hodnota není tady, ale je tam. Takže to je zásadní problém této země.“

Řadu podnikatelů trápí také nízká vymahatelnost práva. Tento jev je pro podniky významný zejména ve vztahu k vymáhání nezaplacených pohledávek. S problémem vymahatelnosti pohledávek se setkali všichni oslovení a považují to za největší problém.

4. 5. 1 Hodnocení úrovně podnikatelské etiky v České Republice.

V odpovědi, jak podnikatelé hodnotí úroveň podnikatelské etiky v České Republice se ve většině případů shodli na názoru, že úroveň etiky je nízká.

R9: „Ve své podstatě špatně. Podle mého názoru podnikatelská etika probíhá v ČR asi tak na padesát procent. Jsou sice podnikatelé, kteří toto naprosto respektují, ale je spousta podnikatelů, kteří si dělají, co chtějí jenom podle svých zájmů a představ a absolutně nerespektují, že by bylo něco vhodné nebo nevhodné.“

R4: „Je to různé, osobně si myslím, že převládají negativní jevy. Především z pohledu, že se podnikatelé snaží získat okamžité a krátkodobé efekty. Tudiž jsou ochotni porušit zásady slušných vztahů s partnery.“

4. 5. 2 Vyplatí se v podnikání chovat neeticky v dlouhodobém časovém horizontu?

Z dlouhodobého horizontu se firmám neetické podnikání nevyplácí, nebo by se vyplácet nemělo. Většina podnikatelů se shoduje ve víře, že neetické postupy se v dlouhodobém horizontu firmám nevyplácí. Pokud je však firma zaměřená na krátkodobý úspěch (v horizontu let), pak se neetické podnikání vyplácí.

R1: „Určitě ne, takové firmy jsou zralé akorát k zániku.“

R4: „Znám řadu firem, a potvrzuje to můj osobní názor, že se vyplatí z dlouhodobého hlediska chovat ke svým partnerům slušně tzn. eticky i v dobách, kdy se zrovna nedaří, kdy máme finanční problémy. Je lepší tu situaci s partnery projednat, projednat oficiálně změny smluv, změny platebních kalendářů..., ale ty pak dodržovat v každém případě. A na druhou stranu, takovýto přístup umí partneři ocenit.“

V porovnání s výsledky v dalších částech rozhovorů je však třeba komentovat, že v tomto okamžiku dotazovaní podnikatelé často vyjadřovali spíše svojí víru nebo přání než zkušenost.

Také se projevuje vliv společensky akceptovatelných odpovědí, kdy dotazovaný odpovídá tak, jak se domnívá, že je to správné.

R8: „Naprosto jednoznačně jsem o tom přesvědčen. Protože to je jediné to, jak člověk jako jedinec tak i firma může přežít. Když to bude mít firma i jedinec v hlavě srovnané, bude se chovat eticky. A když si člověk uvědomí ten lidský život jako takový, tak si myslím, že by se měl chovat eticky.“

Objevují se i protikladné názory.

R7: „V dlouhodobém horizontu pravděpodobně ne, ale to nikdo nijak zvlášť nesleduje. Takže každý kouká na maximálně rok dopředu. Z dlouhodobého hlediska..., je otázka, co tím je míněno. Třeba 5,10 let. V takovémhle horizontu málokdo.“

R9: „Zatím to v Česku vypadalo, že se to vyplatí, protože ti, co se chovali naprosto neurvale, na tom získali. Zatím se sem tam blýsklo na lepší časy v tom smyslu, že přece jenom některé velké prohřešky se dostávají k soudu, že se v tom někdo snaží něco udělat, ale podle mého názoru to zdaleka nevystihuje to, co se v Čechách dělo posledních patnáct let a co by mělo být vyřešeno a odsouzeno. Takže zatím to vypadá spíš tak, že pokud trochu, teď to řeknu hloupě, „rozumně“ se chová ale neeticky, ale uznává určité hranice, tak mu to určitě prospívá.“

4. 5. 3 Je možné specifikovat oblasti, které jsou více ohrožené neetickým chováním?

Většina respondentů se shodla na názoru, že se ta oblast specifikovat nedá.

R7: „To je obecný nešvar. To není někde míň a někde víc.“

R3: „Podle mého názoru je to otázka jednotlivých podnikatelů a já bych to do jednotlivých kategorií nečlenil.“

Avšak nějaké náměty oblastí padaly, ale spíše jenom proto, aby byla otázka zodpovězena. Většina respondentů se specializuje na svoje odvětví a o ostatních oblastech podnikání se dozvídá spíše jen z médií nebo od známých. Proto posouzení oprávněnosti odpovědí je nasnadě.

R6: „To si myslím, že ne. Spíš se dá říct, že existuje neetika ve vztahu k státním zakázkám a ovlivňování výsledků výběrových řízení. To si myslím, že tam je to hodně špatný. Říká se,

že státní zakázky vždycky vyhrává firma, která je nejdražší a nejnevýhodnější. Protože potom na ty úplatky vydělá.“

R8: „Moje informace o těch velkých prohřešcích jsou vlastně jen z médií. Takže jsou takové jako všech ostatních. Sice se pohybuji v podnikatelské sféře, nicméně jednak ty informace nesbírám a za druhé je řada věcí, který se člověk ani nedozví. Podle mě je to celá sféra pohonných hmot, olejů, nafty, drog, prostituce... To jsou obrovské daňové úniky a nikdo s tím nic nedělá. Nikdo nemá ani odvahu do toho sáhnout, protože nakonec mu může jít o krk. A když se do toho ještě přimyslí, že se na našem území pohybují cizojazyčné mafie, tak to už se dostáváme někam úplně jinam.“

4. 5. 4 V jaké konkrétní podobě se problémy etického chování projevují ve firmách?

Každý z oslovených podnikatelů při této otázce ihned označil jako nejčastěji se vyskytující problém nedodržování smluvených pravidel především ve finanční oblasti. Mnozí z nich se domnívají, že to „neplacení“ nemá nic společného s momentální nesolventností podniku, ale spíše s tím, že podnik má trvalé problémy a uzavře smlouvu, o které už předem ví, že ji není schopen splnit nebo jednoduše platby řeší, až když dojde k nejhoršímu.

R3: „Já nejvíc pociťuji nefér chování v tom, že firmy neplatí za práci, kterou my odvádíme. My jsme dodavatelé, my nejsme odběratelé. A máme problémy s tím, abychom od těch zákazníků tu patřičnou platbu získali.“

R4: „S čím já jsem přišel nejvíc do styku, byla oblast nedodržování smluvených pravidel, především v oblasti finanční. Bohužel ty finance hrají první a poslední roli. A protože ta vzájemná platební neschopnost je vysoká, tak v této oblasti existuje nejvíce problémů. To se třeba uzavře smlouva na odběr zboží a v okamžiku, kdy se smlouva uzavírá, už firmy vědí, že tu smlouvu nezaplatí. Nebo dají zálohu, dostanou zboží, a pak neplatí. A ta neetika není v tom, že ten podnik nemůže zaplatit, protože právě nastal nějaký problém, ale protože on ty problémy má trvalé a smlouvy uzavírá už s tím, že to nějakým způsobem dopadne. To nějak dopadne, když to nezaplatíme ve lhůtě, a pak se nechávají honit různými upomínkami a vznikne řetězec, který je ve firmách dnes provázaný tak, že to zabírá moc času a vyplývá se na to moc energie těch managerů... neúměrná energie.“

R8: „Druhá sféra je sféra třeba platební neschopnosti. Ne neschopnosti, ale neplacení. Oni peníze mají, ale neplatí. Protože nedodržují platební režim. Oni v tu chvíli mají, jak to co získali dodáním prací, služeb výrobků, tak peníze. Oni třeba zaplatí, ale zaplatí za tři čtyři měsíce. Což v žádném případě nezapadá do etického chování podnikatele. Něco jiného je pokud se dostane opravdu do platebních potíží, to se samozřejmě může stát každému, ale pak se sluší, aby se s těmi komu dluží spojil a případně dojednal prodloužení platebních podmínek. To už je o něčem jiném, ale prachsprostě nezaplatit, když ten druhý čeká, že mu peníze přijdou...“

Další podoby neetického chování, které byly zmíněny, jsou například úplatky, nekorektní jednání, přetahování zákazníků, podlézání firmám, upřednostňování známých a tak dále. Tato oblast je velice široká. Jeden ze zajímavých názorů se týkal chování mladých vedoucích, managerů ke starším podřízeným.

R8: „Pokud jde o normální běžnou firmu, tak já osobně vidím největší problém neetického chování v tom, jak se šéfové chovají k zaměstnancům. To znamená mladí šéfové ke starším zaměstnancům. Oni ti mladí šéfové mají představu, že tvrdý přístup je právě to pravé ořechové, co se běžně odehrává ve vyspělém podnikatelském světě. Mám na mysli teď spíš na západě. Ale nepředstavitelně se mýlí a pletou. Protože vyspělý podnikatelský svět na dobře pracujícího zaměstnance, bez ohledu na jeho věk, nedá dopustit.“

4. 5. 5 Který z těchto problémů považujete za nejnebezpečnější?

Za nejnebezpečnější pro české podnikání považují podnikatelé korupci, která jde ruku v ruce s legislativou.

R4: „Asi nejnebezpečnější je korupce. Ta je víc nebezpečná, protože na ty finance je vidět a na ty podniky někdy nějak dojde. Buď se z toho dostanou a zaplatí nebo spadnou do konkurzu, a potom je to vyřešené. Ale ta korupce je horší v tom, že existuje na začátku tzn. když se smlouva uzavírá, uzavře se za špatné peníze, za špatné podmínky, protože někdo dostal zapláceno a to je skryto.“

R7: „...asi nebezpečná bude korupce. Je to problém všech firem.“

R1: „Nejnebezpečnější pro český podnikání je legislativa. Pokud se půjde tímto způsobem, aby nás zdaňovali takovými hroznými procenty, a kdyby se to podnikání mělo dělat doopravdy úplně poctivě, tak se nikdo neuživí.“

Také špatná vymahatelnost pohledávek byla často zmíněna.

R8: „Já za obrovský problém, ale netvrdím, že nejnebezpečnější, považuji to neplacení, z čehož pak plyne druhotná platební neschopnost. Protože kdyby všichni řádně platili, tak by se strašně moc zjednodušilo.“

4. 5. 6 Existují podle Vašeho názoru, nějaké vnitřní a vnější podněty, které nutí firmy k neetickému jednání?

Řada respondentů byla schopna vyjmenovat pouze vnější podněty, většinou špatné zákony, legislativu a také nevymahatelnost práva.

R2: „Zákony! Zákony jim umožňují se takto chovat. Kdyby jim to neumožnily a byly tak vytvořené, aby nebyla žádná cestička vedle, tak by to nedělali.“

R6: „Vnitřní podněty. Ono se tomu říká vznešeně, ale já jsem to zažil. A to je nevymahatelnost práva. To znamená, že ty mafiáni stejně vědí, že se jim nic nestane. Já má příklad, který můžu jmenovat. Založil jednu firmu, fyzickou osobu, v které vykrad tak 50 miliónů. Potom založil společnost s ručením omezeným, kde vytuneloval devadesát miliónů. A dneska má akciovou společnost a pokračuje dál. Policie to ví, že je to ten samý člověk, ale nic s tím nedělá.“

Našlo se i pár názorů, které je možné zařadit pod pojem vnitřní podněty, Bylo z nich možno usoudit, že neetické chování může být důsledkem výchovy, absence morálních hodnot a příkladu ze společnosti.

R9: „Myslím, že to je, z dost podstatné části naprostá absence respektování nějakých morálních hodnot. Ti co se takto chovají a co tohle páchají nemají vůbec potuchy, že existují nějaké morální hodnoty, který je potřeba respektovat. Jen tak někdy možná malilinko, někde kapku, pokud vysloveně někomu neublížím, si ulevit. Tohle ty lidi vůbec neznají. Pro ně neexistují žádné hodnoty. A teď začít tvrdit, že to je výsledek mnohaletého minulého vývoje. Ono to s tím určitě souvisí, ale je to příliš laciné. To souvisí, podle mého názoru s tím, že minimálně padesát možná i víc procent lidí, kteří přicházejí dneska do

práce nebo do zaměstnání, mám na mysli mladých lidí, se po celé své dětství setkávali s tím, že rodiče, ne že nepracovali, oni pracovali, oni chodili do práce, ale že by opravdu pracovali z vnitřního přesvědčení, že je to potřeba. To obrovské procento lidí v sobě z dětských let nemá. A nemám na mysli jen Romy. Toto se vyskytuje i mezi lidmi, kteří nejsou Romové. Kolik lidí je v šoku z toho, že se změnil režim před patnácti lety. Oni pořád čekají na to, že jim něco spadne z nebe, místo toho aby pracovali, tak jak je potřeba a snažili se si vydělat. A to je podle mě víc než padesát procent lidí. A to už jsou minimálně dvě nebo tři generace. S tím souvisí i to, proč se ty podnikatelé chovají neeticky. To jsou lidé ve věku 30, 40 let. Prostě v plném aktivním věku. Ale kdyby oni celý život žili v prostředí, kde se pilně pracuje, tak by se tak nechovali. Jenomže to je podle mne běh na dlouhou trať. To se nedá změnit za pět, deset let. To bude podle mého názoru trvat ještě dlouho.

Protože ovlivňovat psychiku člověka, to je to nejdéletrvající a nejobtížnější. A jestli ten člověk v sobě má zakořeněné, že on pracovat nebude, tak prostě pracovat nebude. A nikdo ho k tomu nedonutí. Ale peníze chce, protože si chce užívat, tak si k nim pomůže jinak. Bude krást. No a ty chytřejší budou krást ve velkém a nikdo jim za to nic neudělá.“

4. 5. 7 Je vůbec možné se v současném konkurenčním prostředí chovat podle etických zásad a zároveň tak, aby nebyl poškozen podnik?

Z odpovědí vyplynulo, že v zásadě to jde, i když ne vždy na sto procent.

R1: „S přimhouřením očí se to dá. Ale říkám, s přimhouřením očí. Některé účetní věci se musí určitě trochu obejít.“

R4: „Znám případy, že ano. Kde se to úsilí věnuje práci s lidmi, chovají se slušně k zaměstnancům, chovají se podle pravidel k okolí, starají se o svůj výrobní program.“

R6: „To je těžká otázka. Já si myslím, že to není možné ze sta procent.“

R9: „Já si myslím, že to jde, protože v takové firmě pracuji, kde se na tohle nesmírně dbá. A přitom ta firma velice prosperuje. A myslím si, že se to vyplácí, ale souvisí to s tím, že se náš ředitel pohyboval ve světě. On strávil část dospělého života jako pracující manažer v Americe a přivezl si spoustu zkušeností. Myslím si, že to jde a že taková firma může prosperovat.“

Samozřejmě našel se i názor absolutně protikladný, avšak většina z oslovených projevila víru v to, že je možné se chovat eticky a zároveň i tak, aby ten podnik nebyl poškozen.

R7: „Vůbec první je definovat, co to jsou etické zásady. Nejsou to pravidla jako je desatero. Každý ty etické zásady vyznává nějaké jiné. Jediné stanovené jsou zákony. A to je otázka, jestli jsou stanoveny eticky. Podle mě se nedá takhle chovat.“

4. 6 Dodržování a porušování etických postupů

4. 6. 1 Je možné sladit osobní a morální zásady s cíly a zájmy podniku?

Většina respondentů se snaží jednat jak v podnikání, tak i v osobním životě podle svých morálních zásad. Jen v situacích, kdy by to mělo nějak výrazně pomoci podniku, tak by byli ochotni ze svých osobních hodnot slevit.

R3: „Někdy to možná úplně nejde, ale že by si to vyloženě odporovalo, to také ne. Já se domnívám, že šikovný obchodník vás dokáže přesvědčit, jak kupujete výhodně, i když sám o tom úplně vnitřně přesvědčený není, a přitom vyloženě nelže. Nějaký rozpor tam být může, ale že by byl úplně zásadní, to ne. V podstatě se to nějak sladit dá a někdo to sladí lépe, někdo hůř.“

Jeden z podnikatelů se právě účastní kurzu, který se nazývá Kompetentní manažer. Kurz pořádaný americkou společností se týká etiky, morálky a dalších věcí, které s podnikáním souvisí. Cílem kurzu je naučit etice nejen majitele firmy, ale docílit toho, aby se eticky chovali i zaměstnanci. Respondent (majitel firmy) je ve funkci firemního etika, která spočívá v tom, že když nastane ve firmě problém, tak by měl s viníkem sjednat nápravu, protože lidé (zaměstnanci) by se měli chovat vůči sobě, firmě i okolí morálně.

R8: „Ano určitě. To souvisí, jak už jsem říkal, se spojením rodiny a firmy. Já jsem vždy měl takové ideály. Že člověk by měl být poctivý, pracovitý, žít v souladu s přírodou a se svým svědomím. A to poslední dobou šlo dost obtížně. A teď díky tomu školení mi to opět jde dohromady. Je to o tom, že když se děje něco neetického v mé firmě, tak je to o mé neetice. To se děje mně, z důvodu, že já mám nějakou neetiku, ať už ve firmě nebo doma v rodině. Nikdy se neděje nic náhodou, ale vždycky to má nějakou příčinu. Naprosto úzce to souvisí.“

4. 6. 2 Jak hodnotíte soulad mezi podnikatelským a etickým chováním ve Vašem podniku?

Většina respondentů zhodnotila soulad mezi podnikatelským a etickým chováním ve svém podniku vcelku kladně, ale v rámci možností.

R3: „Já jsem do podnikání šel s tím, že se budu snažit chovat tak, jak se očekává, a tak jak my zákony umožňují, to je zřejmě taky důležité. A tak já s tím problémem nemám.“

R8: „ Ta etika uvnitř firmy je důležitá, aby byla firma etická i navenek. Firma nemůže být etická navenek, když není etická uvnitř. Ta etika je v tom, že zaměstnanci dostanou včas peníze, že zaměstnavatel dodrží to, co slíbil. Je to o tom, že když ten šéf se chová eticky, tak zaměstnanci se taky tak budou chovat. To je moje cesta.“

Část respondentů však nehodnotí tento soulad tak pozitivně, neboť se domnívají, že podnikatelské a etické chování nelze sladit. Příčinu vidí v tvrdém konkurenčním boji, kde je důležité, aby firma prosperovala a nehledí se na to, jakým způsobem toho docílí.

R10: „Není to žádná sláva. Musíme dělat VŠECHNO proto, abychom přežili.“

4. 6. 3 V jaké situaci byste byl ochoten jednat v rozporu se svými osobními hodnotami (svědomím)?

Dotazovaní podnikatelé se většinou shodují v tom, že se snaží jednat v souladu se svými osobními hodnotami i v podnikání. Přesto přiznávají, že kdyby došlo k situaci, že by byl jejich podnik ohrožen, byli by ochotni respektive nuceni jednat v rozporu s etickým normami.

R1: „Kdyby to mělo podnik hodně poškodit, tak se ty morální zásady musí porušit. To se nedá nic dělat. Ale pokud to není nutné, tak to v žádném případě neděláme. Někdy tě okolnosti přitlačí do situace, že z ní není východisko. A kolikrát to není ani tvoje vina.“

R8: „Asi určitě ano. Ale v budoucnosti se budu snažit zlepšovat, aby těch situací bylo míň a míň. To všechno souvisí s tím dobrým spaním, aby si člověk večer lehl do postele, a řekl si, neudělal jsem nic špatného, za co bych se musel stydět sám před sebou a nebo mít strach, že na to někdo přijde.“

Opět se objevují i významně protikladné názory. Řada podnikatelů se domnívá, že by v rozporu se svými osobními hodnotami nikdy nejednali.

R3: „ Já myslím, že bych těžko hledal nějaký důvod, proč bych měl ty svoje zásady měnit.“

R9: „Nechtěl bych je měnit.“

4. 6. 4 Setkal jste se osobně s nějakými nekalými praktikami?

Nejrozšířenější formou porušování etických zásad je, podle názoru všech respondentů, bezesporu nedodržování platebních podmínek, termínů a neplnění daného slova.

R1: *„Setkali jsme se, ale naštěstí jenom s takovými drobnostmi. Třeba neplacení faktur.“*

R3: *„S neplacením. To se setkáváme dnes a denně.“*

R4: *„Neplnění daného slova. To je mezi podnikateli docela rozšířené, ale je to i nejhůře hodnocené. Naopak podnikatel, který drží slovo, na začátku i třeba negativní v tom smyslu, že odmítne, neslibí nesmyslný termín a uzavře smlouvu na reálný termín a splní ho, tak to se z dlouhodobého hlediska cení a projeví se to pro firmu dobře.“*

R7: *„To jsou běžné věci. Já si myslím, vzhledem k nedokonalosti těch zákonů, který jsou je to běžný. Začíná to už tím neplacením za dodávky zboží, pozdním zaplacením a tak dále. Podle mého názoru je to ve své podstatě běžný denní chléb.“*

Někteří respondenti se stali oběťmi pomluv a udání ze strany konkurence, jiní byli donuceni přistoupit na podmínky, které se nedají splnit a jiní přihlíželi nevymahatelnosti práva při soudní při, kde viník byl očividně jasný, ale soud i policie jednali úplně jinak.

R9: *„Když jsme otevřeli lékárnou, to si nedovedete představit, co nastalo. Kolik hrozných pomluv okolo všeho, koho všeho poslali do té lékárny na kontrolu, co všechno udali.“*

R1: *„Nebo třeba ne vlastní vinou se někde zdržíš nebo nenaložíš a oni už s tím dopředu počítají, už je to záminka a už ti to nezaplatí – naschvál nastaví takové podmínky, které se nedají zvládnout. Už dopředu vědí, že to takhle bude.“*

R6: *„Podnikám od roku 1992 a 18. 5. 1994 jsem se setkal s tím, že se udělal obchod s firmou, která vědomě věděla, že nám to nezaplatí. Vědomě. Dali jsem je do konkurzu, řešili jsme to soudně přes policii, trestní oznámení... Ta firma skončila, ale ti majitelé si vytvořili další firmy a podnikají dál.“*

4. 6. 5 Jaký k těmto praktikám zaujímáte postoj?

Většina respondentů proklamuje, že neetické jednání neschvaluje a nepodílí se na něm.

R1: „K nekalým praktikám mám vždy záporný postoj, protože sám nikomu nedělám to, co nechci, aby dělal někdo mně“

R4: „Špatný, nijaký“

Navzdory vlně odporu vůči neetickému jednání se vyskytlo i několik názorů, které toto vnímají jako něco, s čím není možné bojovat, s čím nelze nic dělat.

4. 6. 6 Jak byste reagoval, kdyby se okolí podniku, chovalo neeticky vůči Vašemu podniku?

Podnikatelé se jednoznačně a logicky shodují v tom, že by se vůči neetickému chování museli bránit. Společný názor mají i na formu (způsob) obrany, a to v rámci zákonných prostředků. Proti některým nehmatatelným věcem, jako například pomluvy a udání, se podle respondentů dá bojovat jedině poctivou prací a snažit se mít všechno v pořádku.

R3: „Těch možností moc není, pokud máte na mysli legální možnosti. Snažíme se vyvíjet tlak na to, aby ti viníci se svými závazky nějak vyrovnali, ale někdy to je účinné a někdy to moc účinné není. Trvá to déle, ale řekl bych, že ve většině případů se to dá řešit v rámci normálních metod.“

R7: „To neetické chování je dnes a denně. Tím, že zákazník nezaplatí fakturu ve sjednaném termínu, tak ve své podstatě porušuje základní pravidla hry. A nikoho to nemrzí. Mrzí to akorát toho, kdo ty peníze chce. Bráním se. Bránit se musím. Je však otázka, jak dalece. Bohužel se to musí kolikrát přetrpět.“

R8: „Rozhodně bych se snažil nějak se tomu bránit, teda jako v rámci té etiky. Nebránit se oko na oko, zub za zub. To ne, určitě ne.“

R9: „Jedině pilně a poctivě pracovat a mít všechno v pořádku.“

4. 6. 7 Byl byste ochoten s takovými partnery spolupracovat?

Odpovědi na tuto otázku byly značně různorodé. Někteří podnikatelé by s partnery, kteří se k nim nechovají úplně fair-play a eticky, okamžitě rozloučili a v další spolupráci nepokračovali, jiní by dále spolupracovali, kdyby z jejich strany viděli nějaké zlepšení a tendenci v nápravě. Další tvrdí, že se s nimi spolupracovat musí, protože když zrovna není práce, tak se bere všechno.

R6: „Tvrdě, nekompromisně. Když za mnou přijdou, tak žádná spolupráce nebude. A měli tu snahu přijít, abychom se vyrovnali. Ne, odmítli jsme.“ (respondent hovoří o špatné zkušenosti s obchodními partnery a jejich následném pokusu o znovu obnovení spolupráce).

R2: „Nebyl. Každý na své špatné chování jednou doplatí. Teď může zbohatnout, ale jednou se mu to všechno vrátí.“

R8: „Kdybych viděl nějakou tendenci k nápravě, tak bych s nimi spolupracoval. Já mám takový pohled na lidi, že každý je z principu dobrý. A pokud se někdo zlepší, tak já bych s ním určitě spolupracoval. Dal mu šanci. On by si třeba uvědomil: „aha, zlepšil jsem se, tak oni jsou zase schopný se mnou spolupracovat.“ Prostě kdyby to mělo nějakou zlepšující se tendenci.“

R1: „Když už není měsíc žádná práce, tak se bere všechno a doufáme, že se nám to jednou zaplatí.“

Podle respondentů lze následným nepříjemnostem předejít i tím, že je možné si zákazníka nebo dodavatele otipovat, a pokud se jim na něm něco nezdá, tak spolupráci s ním ani nezačínat.

R3: „Pokud neodhadneme dopředu, že s tím klientem budou problémy, tak se s tím musíme vyrovnat potom. Ale jinak pokud s těmi klienty nějaké potíže nebo zkušenosti máme, tak se tomu snažíme vyvarovat.“

4. 6. 8 Je možné určit nějakou konkrétní hranici, kdy je lze neetické chování tolerovat a kdy už ne?

Na konkrétní hranici tolerovatelnosti neetického chování se respondenti neshodli. Hlavním důvodem bylo i to, že každý má tu svoji hranici nastavenou jinde. Je to dáno subjektivním nastavením osobních hodnot každého podnikatele. Většina respondentů však tvrdí, že by se nechtěla pohybovat za hranici zákona nebo lidského zdraví.

R1: „Když už to překračuje zákon, kdyby tě za to mohli postihnout nebo už by se ti to pokutou nezaplatilo. Rozhodně do žádného velkého rizika bych nešel nikdy.“

R6: „Já si myslím, že tu hranici má každý jinde. Já už to cítím, když někdo přijde do kanceláře a uhne mi pohledem, tak to znamená pozor. Takže když při jednání cítím nějaký problém, tak do toho nejdu nikdy. Kdyby tam bylo milion zisku, tak do toho nejdu...Takže ta hranice je velice nízká, pokud někdo zalže, tak mi může dávat hroudy zlata, ale já s ním spolupracovat nebudu.“

Celkově z výzkumu vyplývá, že podnikatelé rozlišují neetické chování na „dobré“ – to které zvýhodňuje firmu a „špatné“ – to které ji poškozují. „Dobré“ neetické chování je podnikateli převážně tolerováno a akceptováno, dokud funguje a není odhaleno a zveřejněno. Není nutné jasně stanovit, od koho neetické chování přichází, ale když je „dobré“ a nepoškozují podnik, tak to nevadí.

R4: „Tolerovat to jde do té doby, dokud to v nějakých těch důsledcích nepřinese škodu tomu vlastnímu podniku.“

4. 7 Etika podnikání a vstup do EU; členství v profesních organizacích a možnosti změny

4. 7. 1 Je možné paušálně říci, že neetické chování firem je důsledkem ekonomické transformace z komunistického režimu do kapitalistického systému?

Celkem jednoznačně se názory respondentů shodují v tom, že neetické postupy vycházejí z celkové atmosféry a kultury společnosti. Většina podnikatelů říká, že lidé (nejen zaměstnanci) jsou ovlivněni minulostí, starými zvyklostmi a hodnotami, které mají hluboko zakořeněny (Kdo nekrade, okrádá rodinu). Je stále zvykem vyhledávat vlastní prospěch a uvažovat o něm z hlediska krátkodobého horizontu. K naší kultuře patří tendence k bagatelizování užitečnosti nařízení a předpisů, je pro nás zcela přirozené vyhledávat způsoby, jak nařízení a předpisy obcházet. Zdá se, že jsme v tom velmi úspěšní.

R9: „Já jsem přesvědčen o tom, že to je hlavní příčina, ale souvisí to s tím, co jsem říkal předtím, že to je v lidech. Jak vyrůstali, jak byli vychováváni, co viděli kolem sebe. A pořád tam nejvíc vidím to, že viděli nepřilíš pracující rodiče.“

R4: „Já jsem tam někde používal slovo raný kapitalismus, čili je to začátek. Ty lidi nemají za prvé zkušenosti a především vidí možnost, přijít bezpracně, nekalým způsobem k velkému majetku. A právě ta vidina je toho důsledek.“

R8: „Já si myslím, že to je důsledek toho, co tady bylo předtím. O tom jsem naprosto přesvědčený. Důsledek toho, že ti komunisté nám tady zničili nejen přírodu, ale největší napáchané škody jsou ty morální. Na těch lidech co teď podnikají. Je jim jako mně nebo starší, tak ti vyrostli v tom komunismu. To je ta neúcta k zákonům. To já vidím, jako jednoznačné morální dědictví komunismu. Vždyť znáte to heslo: „kdo nekrade, okrádá rodinu“. A to je v těch lidech, v těch zaměstnancích i v těch podnikatelích. Bude potřeba alespoň 10 generací. Ta jedna generace zmrší tu další, ale o trošku míň. A ta další tu další taky o trošku míň. A pak ty generace postupně vymřou a za 100 let to bude možná už dobrý.“

4. 7. 2-3 Očekával jste od vstupu do Evropské unie nějaké změny pro podnikání a splnilo se Vaše očekávání?

Tato otázka na první pohled nevypadá, že se týká problematiky etického a neetického chování. Umožní však přesun k problematice etického chování v EU.

Při této otázce se názory podnikatelů rozcházejí. Je možné je rozdělit do dvou skupin. První skupina podnikatelů očekávala od vstupu do Evropské unie velké změny. Většinou to byli majitelé podniků, kteří obchodují se zeměmi EU a očekávali změnu v zlepšení podmínek dovozu a vývozu do těchto zemí.

Druhá skupina podnikatelů se zeměmi EU neobchoduje ani nic nedovází, proto jsou jejich názory ovlivněny zprávami z médií.

První skupina respondentů očekávala od vstupu do EU zjednodušení podmínek při dovozu a vývozu zboží přes hranice.

R7: „Já jsem očekával změny. My ani tolik nevyvážíme, ale spíše dovážíme. A tak jsem očekával, že to bude jednodušší, a to se naplnilo. My jsme dováželi ze Slovenska chladiče, a kdybyste viděla to martýrium, než převežete nějaké zboží, těch razítek a toho času. Tak to tedy zlatá EU.“

R9: „Já se přiznám, že jsem očekával změny podstatně negativnější než nastaly. Já osobně jsem byl odjakživa zastáncem do EU nevstupovat. Myslím si, že zatím to ještě vypadá přijatelně. Na rozdíl od mých předchozích představ.“

R4: „Já jsem čekal, že se ty zásady, které tam oni mají o 40 let před námi už zažité, začnou rychleji uplatňovat.“

R6: „Očekával jsem, že bude lepší spolupráce, otevřou se hranice, převezmeme nějaké zkušenosti, jak to tady řídit, jako to organizovat...“

4. 7. 4 Myslíte si, že po dobu, kdy jsme členy EU se podmínky pro podnikání změnilo?

Na tuto otázku nevyvstala žádná jednoznačná odpověď. Většina respondentů tvrdí, že ještě nejsme členy tak dlouho, aby se to dalo objektivně posoudit. Další názory byly spíše negativní, ve smyslu horších podmínek pro určitá odvětví jako je například zemědělství,

vinařství, pivovarnictví, cukrovarnictví. Za další negativní jev podnikatelé považují to, že se se vstupem do EU snížila hranice pro povinné plátcovství DPH.

R3: „*To nevím, možná že firmy, který začaly obchodovat výrazněji vlivem toho, že jsme se stali členy EU. Tak třeba od těch zahraničních partnerů mohly okoukat nějaké chování, způsob chování nebo podobný věci, takže to mohlo mít nějaký pozitivní vliv, ale jinak se domnívám, že to až zas tak velký vliv nemělo.*“

R9: „*...v některých oborech velice a někde v negativním. Mám na mysli např. zemědělství, pivovarnictví, vinařství.... To, že nám zakazují některé produkty, které jsou u nás tradiční. To jsou podle mě naprosté pitomosti. Za trochu negativní jev považují, že po vstupu do EU se snížila hranice pro povinné plátcovství DPH. Tam jsme byli před vstupem na dvou milionech a rázem po vstupu jsme vstoupili na milion, takže těch plátců DPH postupně bude čím dál víc. Ale je to otázka také naší legislativy.*“

Kladně hodnotí změny v podnikání právě ty firmy, které se státy EU obchodují.

R8: „*Z mého pohledu se změnilo, že snadněji nakupujeme z venku. Řekl bych, že se v dobrém změnilo pro cizí firmy, které můžou podnikat tady.*“

4. 7. 5 Je neetické jednání podniků problémem i ostatních zemí Evropské unie?

Vnímání situace v zahraničí je rozporuplné. Podnikatelé mají většinou tendenci vidět podnikatelské prostředí v zahraničí – především v původních zemích Unie – jako etičtější, lepší. Celkově to však není zcela jednoznačné. Je řada respondentů, kteří si myslí, že chování podniků v jiných zemích není o nic lepší než u nás. Uvádějí i vlastní zkušenosti, které to potvrzují.

R2: „*Problém to asi bude všude. Ovšem podle mě jsou státy, které se s tím umí pohotově vyrovnat. Jako že to dokážou silou moci vytříbit rychleji než u nás.*“

R6: „*...čas od času jsou zprávy, že i tam jsou úplatky viz. ten IRON (světový koncern v Americe). Jak nadhodnotili akcie, aby nalákali akcionáře, a pak ten koncern neměl tu hodnotu, všechno krachlo a byl konec. Takže jistě i tam se objevuje nějaké neetické chování, ale určitě je to zlomek toho, co se děje u nás.*“

R9: „Určitě ano. To se určitě najde všude ve světě. Ale myslím si, že v tom vyspělém světě, kde je už všechno zaběhnuté, kde se nedějí takovéhle radikální změny, tak tam ta živná půda pro neetické jednání je mnohem menší, mnohem horší, protože tam je všem, kdo by měli chuť něco takového udělat, jasné, že odrovnají sami sebe. Mám namysli třeba Anglii. Anglie nemá ani účetní zákon, ani nic takového. Jede se podle zvykového práva a nikdo si nedovolí nedělat třeba účetnictví. Protože se ukáže v okolí jenom jednou a končí. Tady pořád ještě trochu funguje, že když se podařilo podnikateli oblafnout stát, tak je hrdina.“

4. 7. 6-7 Přinesl vstup do Evropské unie nějaké zlepšení v chování podniků? Myslíte si, že by se české podniky mohly od zahraničních naučit chovat etičtěji?

Odpovědi respondentů se opět značně liší. Část podnikatelů se domnívá, že se chování podniků po vstupu zlepšilo a od podnikatelů ze zahraničí by se mohli něco z etiky podnikání naučit. Druhá část podnikatelů tvrdí, že je to všude stejné.

R3: „Určitě by mohli, i když zase vím, že i v těch ostatních zemích se vyskytnou případy, že se taky nechovají tak, jak by člověk předpokládal. Ono to taky není tak úplně jednostranné.“

R4: „Ty podniky, které přímo pracují s firmami z EU především německými, rakouskými, francouzskými, tak ty se musí samozřejmě chovat a chovají...tam je ten vliv těch partnerů už daný. Tam to změnu přineslo.“

Asi ano, protože tam je ten tlak na smlouvu, na splnění smlouvy, na splnění závazků finančních a na jakost. Tam ten tlak je daný. To se máme co učit. Je řada firem, které vyrábějí podle cizí třeba německé dokumentace, tak ty si už prošly peklem při přejímkách, bylo jim to vráceno a nebo pak musí tvrdě platit opravu. To udělá jednou, dvakrát a prostě si to už potom rozmyslí.“

R7: „Ta otázka mi připadá jako bezpředmětná, protože tak jako tady jsou neetický postupy, tak u nich je to přesně to samé. Možná ještě daleko markantnější a daleko tvrdší, protože oni v tom prostředí žijí léta a my se ho teprve snažíme nějak vytvořit.“

R8: „V tom pozitivním určitě. My jsme třeba jednali s francouzskou firmou. Ten majitel mi řekl, my jsme si poklepali rukou, a on mi řekl, že tohle je pro něj důležitější než nějaká

smlouva na papíře. Že si podíváme do očí, poklepeme si rukou, že budeme spolu spolupracovat na férový úrovni. A tohle mi řekl francouzský podnikatel, kterému bylo 55 let. Tak to hodnotím, jako pozitivně. A tady? Tady je to jednoznačně na smlouvách a na právnících.“

4. 7. 8-9 Je Váš podnik členem nějaké profesní organizace, svazu či asociace? Máte k těmto organizacím důvěru?

Jistá část dotazovaných firem v profesních či oborových sdruženích působí. Důvěřují jim, přesto k nim mají v určitých věcech výhrady.

R4: „V Pardubicích jsme byli v Společenství mlynářů a to byla z hlediska odběratelů našeho zařízení poměrně uzavřená společnost, kde se všichni znali a kde se cenilo technické řešení, technologické novinky... a tam to fungovalo velice dobře.“

R6: „Já jsem člen Hospodářské komory České republiky.“

R7: „...zatím členy nejsme, ale snažíme se založit něco takového v pardubickém kraji...Byli jsme ve Vídni a tam to funguje a myslím, že to celkově pomáhá. Přispívá k lepšímu fungování těch firem. Ano mám důvěru.“

Někteří respondenti však k profesním organizacím důvěru nemají nebo považují jejich snahy za neefektivní.

R2: „Nejsem členem. Já na to asi koukám ze špatného úhlu, ale je kolem toho spousta lidí, kteří se chtějí okolo toho žít jen pusou.“

4. 7. 10 Souhlasíte s názorem: „Firmy, které jsou členy profesních organizací, jsou vázány jednat v souladu s podmínkami členství, a proto se chovají lépe?“

Názory dotazovaných podnikatelů se dají opět rozdělit do dvou skupin. Na ty, kteří s názorem nesouhlasí a na ty, kteří si myslí, že členství v profesní organizaci může nějakým způsobem ovlivnit etické chování podniku, ale nelze to říci stoprocentně.

R9: „Já bych řekl, že jo. Určitě to neplatí na 100 procent. Určitě nelze tvrdit, že ten kdo je členem nějaké profesní organizace za každých podmínek udělá všechno tak, jak má, to si nemyslím. Ale myslím si, že ta míra toho ovlivnění je tam možná až přes 90 procent. Takže

já osobně si myslím, že profesní organizace mají něco do sebe, ale zase musí to být opravdu na úrovni. Aby to nebylo jenom to, že se tam sešlo hejno chlapů, kteří nechtějí nic dělat a chtějí rádoby vést za tučný peníz.“

R8: „Já si myslím, když někdo nastaví nějaká základní pravidla a mantinely, v kterých musíte hrát, a jenom když ty pravidla má člověk nadefinované, tak už je mu hloupé je přestupovat.“

R7: „Já si myslím, že se chovají stejně. Akorát tím, že jsou v nějaké profesní skupině, tak ti, kteří se mezi sebou v té profesní skupině znají, tak je to vždycky nějaký okruh x lidí, tak se mezi sebou chovají daleko lépe. Není to stoprocentní, ale mají k sobě blíž.“

R6: „Já jsem člen Hospodářské komory České republiky, kterou na jejích srazech kritizují. Protože oni nevytvořili vůbec nic. Oni prostě ty lidi, kteří to vedou jsou takový šedesátiletý zasloužilý důchodci. Oni třeba umí mluvit, jsou inženýři, kandidáti věd, ale oni prostě ten socialismus mají tady (v hlavě). Další problém je ten, že členy Hospodářské komory je pouze zlomek podnikatelů. A to je problém.“

4. 7. 11 Co by se muselo změnit, aby se všechny firmy chovali eticky?

Změny směrem k větší etice jsou otázkou času. Změny je třeba provádět shora i zdola. Inicivace a realizace je jak na výkonných a zákonodárných složkách státu, tak na jednotlivcích, kteří tvoří společnost v naší zemi.

R4: „Já si myslím, že to je souhrn všech možných vazeb celé společnosti, od zákonů až dolů. Dnes se neeticky nechovají jenom podnikatelé. Chovají se tak politici, občané...pro mládež to není žádný dobrý příklad, protože vidí. Takže já si myslím, že je to obraz celé společnosti.“

R6: „ Musí se začít seshora, vytvořit systém, najít vizi státu...“

Je třeba změnit zákony tak, aby byly transparentnější a jednoznačné. Dále je třeba zajistit vymahatelnost práva.

R1: *„Nikdy nemůže být všechno stoprocentní, nikdy to nebude tak, aby všichni byli poctiví. Když se to vezme k té etice, pro nás to placení. Zřejmě by na tom měl být udělaný nějaký lepší zákon, prostě nás., státu musíme zaplatit všechno hned, ale o to jestli nám zaplatí.....Trochu víc se o to starat, dát nějakou vyhlášku, uzákonit to, že to musí být tak a tak. Potom by to bylo všechno jednodušší. Státu když nezaplatíš, okamžitě ti vypisuje penále, ale když tobě někdo dluží, tak to nikoho nezajímá.“*

R7: *„To je asi spíš otázka zákonodárství. Nejdřív postavit zákony alespoň přibližně pro všechny stejné.“*

Zároveň s tím je však třeba vnitřní změna ve společnosti, změna morálky, myšlení a hodnot. A s nimi spojená změna chování jednotlivců. Tato změna nastane jednak díky zvýšené vymahatelnosti práva, jednak díky osobním příkladům eticky postupujících manažerů a firem, dále výchovou a také díky generační výměně.

R9: *„Já pod pojmem etické chování chápu, že se tak člověk chová dobrovolně. Protože se tak chce chovat. Změna řady zákonů, by k tomu určitě přispěla, ale nebylo by to jenom o tom vnitřně dobrovolně z vnitřního přesvědčení se tak chovat.“*

4. 7. 12 Mohou k této změně přispět nějakým způsobem sami podnikatelé?

Oslovení podnikatelé se jednoznačně shodli na tom, že sami podnikatelé mohou ke změně přispět pouze svým osobním příkladem a svojí vůlí chtít něco změnit.

R3: *„To by se museli všichni chovat tak, aby k těmto nenormálním situacím nedocházelo. To je jenom taková abstrakce, takže pak už nenásleduje nic jiného, než že podnikatel musí zjistit, že chování za hranicemi zákona se mu nevyplatí.“*

R1: *„Samozřejmě ke všemu mohou přispět, to je to pravidlo: Ke každému se chovat tak, nebo nedělat mu to, co mně by vadilo.“*

R9: *„Takže si myslím, že to etické chování je o tom, že když se chce, tak se tady eticky podnikat dá a když nechce, tak nedá. Je to o tom, jestli je ten člověk přesvědčen, že to tak má být. Souvisí to s morálkou, výchovou a vnitřním přesvědčením.“*

4. 8 Zkušenosti s neetickým jednáním – příběhy

Při pořizování rozhovorů někteří podnikatelé poskytli zajímavé příběhy a zkušenosti s neetickým jednáním.

První příběh se týká nekalého jednání ze strany konkurence.

„Naše internetová lékárna nesměla do prvního srpna minulého roku prodávat určitý druh nestandardního zboží. I našla se „partnerská“ firma, která si od nás objednala to, co jsme nesměli prodávat. A oni to moc dobře věděli. A protože nikomu z nás nedocvaklo, a byl to úplně první případ, kdy se něco takového odehrálo, že se to zboží nesmí do prvního srpna prodat, tak jsme to prodali. „Partnerská“ firma nás okamžitě dala k soudu, zaplatili jsme obrovský pokuty a to byl od nich vysloveně podraz. Samozřejmě, že jsme v případě tohoto neoprávněného prodeje udělali chybu. To mělo docvaknout těm, co to vydávali, že to je sortiment, který se běžně nevydává. Ale od té firmy to byl na nás pěkný podraz.“

„Nebo když jsme otevřeli kamennou lékárnu. To si nedovedete představit, co se kolem toho z ostatních lékáren dělo. Kolik hrozných pomluv a kolik kontrol na nás poslali, co všechno udali. Jedna naše laborantka byla už čtvrtý den po otevření udána, že vydává léky (laboranti nesmí v lékárnách vydávat léky), přitom to nebyla pravda. V našem městě je 7 lékáren a na Ústav pro kontrolu léčiv přišlo 7 různých udání. A když přišlo to sedmé, tak se tam dožrali na nejvyšší míru, a prostě udělali přepadovou kontrolu. Byli už skoro u nás a 5 minut před příjezdem nám teprve volali, že k nám jedou... Odjeli z kontroly o půlnoci a samozřejmě všechno bylo v naprostém pořádku, protože si všechno hlídáme.“

Další příběh má sice dobrý konec, ale nebýt majitelových zkušeností a obezřetnosti, přišel by asi také o hodně peněz.

„ Co se třeba toho obchodu týče, zkoušeli na mě zákazníci taky různé fígle. Přišli dva. Viděl jsem je poprvé v životě a hned chtěli zboží na fakturu. Že mají stavební firmu, mávali účtem z banky, číslem účtu, živnostenským listem...A prý jestli jim dám na fakturu nějaký stavební nářadí. Já samozřejmě na fakturu dávám, proč by ne. No tak si tam udělali pěknou hromadu. Chtěli čerpadla, vodárny...zboží tak za 80 tisíc, že prý mají rozdělaný nějaký stavby. No já jsem napsal fakturu, tak jim ji dávám s tím, že jim zboží dám, až

fakturu zaplatí. Přece mu nedám zboží a už ho nikdy nevidím. Samozřejmě, že fakturu nezaplatili. Jen odešli, tak jsem to narovnal zpátky do regálu, akorát mě přidělali práci, ale fakturu nezaplatili. To na lidech poznáš...“

Následující příběh vypovídá o neetickém jednání mezi spolumajiteli.

„Já jsem se dostal do sporu se spolumajiteli a došlo to až tak daleko, že jsem z firmy odešel. Tam se jednalo o to, že se přijaly zakázky, na ně se vybrali od těch budoucích odběratelů velké zálohy a ty zálohy se utratily na něco úplně jiného. A v tom okamžiku byly ty obchodní případy odsouzeny k nesplnění. Já jsem měl menší podíl ve firmě, oni mě vždycky přehlasovali, a protože se mi to, co dělali, nelíbilo, tak jsem odešel. Ta firma za čas samozřejmě krachla.“

Příběh o „celním deliktu“. Respondent během odpovídání na otázky vyprávěl úsměvnou historku o celním deliktu a zmínil i naprostou nedůvěru k podnikatelům ze strany státních orgánů.

„Přišla obsílka, dopustili jste se celního deliktu. A hned pokuta 1 milion korun. A celní delikt spočíval v tom, že jsme dovezli hliníkové profily ze Slovenska. A já se svým nejčistším svědomím jsem do toho celního papíru napsal, že to jsou hliníkové profily. Mělo tam být uvedeno ostatní výrobky z hliníku. A za to nám hrozili pokutou milion korun. Tak jsem tam šel, byl jsem vytočený, protože to už je vrchol. A pak přišlo milostivé psaní, že se upouští od dalšího řešení celního deliktu. A to tam teď už určitě mám flastr. Á pozor, tahle firma měla celní delikt, ale nikoho už nezajímá, že se nic nestalo. Prostě jsem delikvent a hotovo. Víte, mně vadí ta naprostá nedůvěra ze strany úřadů. Třeba my máme vývoj, tak jsme chtěli uplatnit odpočet na daních. A okamžitě jsme měli kontrolu. Přitom já jsem řekl účetní, ať to zjistí a ona hned: „Já se toho bojím, bude s tím problém“. Tak jsem šel na finančák sám a tam mi řekli: „na ty peníze si nešáhnete“. Prostě takhle nás z finančáku zrazují. Ten stát dá nějakou výzvu, úlevu... A já jsem řekl, půjdeme do toho. Tady mám prohlášení od ministra Sobotky, tam to je jasný, my všechno splňujeme, tam není nic křivého...tak jsme do toho šli. Nakonec byla kontrola a prošlo to v pohodě, všechno jsme měli v pořádku. A kdyby se člověk toho finančáku bál, tak bychom o ty peníze přišli. My jsme do toho vývoje dali zhruba milion, o to jsme si ponížili daňový základ a do 14 dnů tady byla

*kontrola. A to mě vadí, ta **naprostá nedůvěra**. Nejen nedůvěra, vy jste pro ně hned podvodník, naprosto podezřelý člověk.“*

5 Posouzení stavu etiky v podnikání

Obecný názor na podnikatelské prostředí je velmi rozporuplný. Spíše převažuje názor, že je pro podnikání nepříznivé.

Oslovení podnikatelé se shodují v tom, že současná legislativa je zbytečně složitá, nejednoznačná a podporuje nárůst byrokracie. Malé a střední podniky proto mohou být díky tomu v nevýhodě, neboť se ve složité legislativě, hůře orientují.

K zlepšení podnikatelského prostředí nepřispívá ani zvýhodňování vstupu zahraničních firem a investorů na český trh. Daňové úlevy, investiční pobídky a jiné vstřícné jednání, které stát těmto firmám poskytuje, přijímají české malé a střední podniky s nelibostí, neboť mají dojem, že jsou u státu na pokraji zájmu a ten se jim snaží podnikání jen znepříjemňovat a komplikovat.

Další problém, který trápí řadu podnikatelů, je neúměrné daňové zatížení a vysoké poplatky.

Osobním názorem jednoho z respondentů také bylo, že tento stát nemá od revoluce vytvořenu žádnou vizi a směr, jakým by se měl ubírat, proto ani podnikatelské prostředí není určitým způsobem nasměrováno.

Jako další nevýhodu českého podnikatelského prostředí vidí v tom, že je zde málo původních českých výrobků, které by se zde nejen vyráběly, ale jejich zpracování i prodej by zůstával v režii českých podnikatelů, a proto i přidaná hodnota z těchto výrobků by zůstávala v České republice. Názorem podnikatelů bylo, že opracování a následné odeslání výrobku do zahraničí, snižuje přidanou hodnotu, kterou by tím česká ekonomika získala.

Zlepšení prostředí neprospívá ani nízká vymahatelnost práva. Malé a střední podniky trápí nejvíce vymáhání nezaplacených pohledávek.

Tyto základní nedostatky podnikatelského prostředí v Česku jsou částečně příčinou neetického chování podniků spolu s pasivním přístupem a nechutí nebo nemohoucností s tím něco udělat.

Z dlouhodobého horizontu se firmám neetické jednání nevyplácí nebo by se vyplácet nemělo. Pokud je však firma zaměřena na krátkodobý úspěch, pak se neetické postupy vyplácí.

Nejrozšířenější podobou neetického jednání v České republice je nedodržování smluvených pravidel ze strany obchodních partnerů zejména ve finanční oblasti, čehož následkem je druhotná platební neschopnost, která přináší firmám nemalé problémy. Jedná se tedy o chápání etiky ve smyslu, který se firmám bezprostředně dotýká.

Přesto za nejnebezpečnější problém z hlediska neetického jednání považují čeští podnikatelé korupci, která jde ruku v ruce s legislativou. Za nejnebezpečnější byla zvolena proto, že je účastna vždy na počátku. Jako další výrazný problém vidí i výše zmiňovanou vymahatelnost práva.

Jako podněty k neetickému chování určili respondenti opět špatné zákony, legislativu a nevymahatelnost práva. Oproti tomu vyvstaly i názory, že neetické chování je důsledkem výchovy, absence morálních hodnot a příkladu ze společnosti.

Přes všechny výše zmíněné negativní jevy podnikatelského prostředí vyjádřila řada respondentů víru v to, že se v zásadě dá chovat v podnikání eticky, aniž by tím byl podnik poškozen ve smyslu ztráty konkurenční výhody nebo dokonce zisku oproti neeticky se chovajícím podnikům. Některé názory byly spíše touhou, aby to tak bylo, jiné byly podloženy osobními zkušenostmi.

Většina firem, které se chtějí na trhu uplatnit, musí alespoň do určité míry podnikat kroky, které se s podnikatelskou etikou příliš neslučují. Velikost těchto kroků odpovídá přítomnosti či nepřítomnosti osobních morálních zásad každého člověka a také situaci, ve které se podnik v té dané chvíli nachází.

Neetické jednání je vnímáno rozdílně ve vztahu k profitu firmy. Je možné říci, že je rozdělováno na „dobré“ a „špatné“. „Dobré“ přináší firmě výhody a jako takové je tolerováno a akceptováno. „Špatné“ chování firmu přímo poškozuje převážně finančně, a proto má být přísně trestáno. „Dobré“ neetické jednání souvisí ve většině případů s jednáním uvnitř firmy, takto jednají majitelé, manažeři nebo jiní odpovědní jedinci v zájmu firmy, „špatné“ jednání většinou ohrožuje firmu z venku.

Podle výpovědí respondentů se většina z nich snaží jednat, jak v podnikání tak i v osobním životě, podle svých morálních zásad. Jen v situacích, kdy by byl podnik ohrožen nebo kdyby se jednalo o život člověka, by byli ochotni ze svých osobních hodnot slevit. Tento soulad je těžké hodnotit, neboť každý člověk má svoje morální zásady nastaveny jinak. Přesto podnikatelé zhodnotili soulad mezi podnikatelským a etickým chováním ve svých podnicích veskrze kladně.

Postoj k neetickému jednání ze strany okolí podniku podnikatelé převážně neschvalují a nepodílí se na něm. Vesměs však připouštějí, že neetické jednání je v podnikání běžnou součástí obchodního styku branou víceméně jako fakt, se kterým sami podnikatelé nemohou nebo nejsou ochotni nic dělat. Jistá míra neetického jednání je považována za standard.

S neeticky jednajícími partnery by valná část respondentů vztahy ukončila, přesto připouštějí, že v některých situacích to není až tak úplně jednoduché, a leckteré skutečnosti se prostě musí přejít.

Neetické jednání je dáno celkovou politickou a společenskou atmosférou v České republice, národní kulturou, která je stále ještě ovlivněna chováním lidí za minulého režimu.

Vnímání etického chování zahraničních firem se jeví o trochu lepší, převážně v zemích, kde má podnikání mnohaletou tradici, ale tento názor nezaznívá jednoznačně. Na jedné straně jsou zahraniční podniky vnímány jako nadřazené a arogantní. Na druhé straně je jejich etická úroveň vyšší.

Členství podniku v nějaké profesní organizaci nemusí nutně ovlivnit etické chování podniku, přesto část respondentů uvádí, že nastavená pravidla, mantinely a v některých případech i prestiž plynoucí z takového členství, může dopomoci k lepšímu etickému prostředí ve firmě.

Zlepšení prostředí z hlediska etiky by nejvíce pomohla zjednodušená a dostatečně jasná legislativa, snadnější vymahatelnost práva a změna morálního prostředí ve společnosti. Přesto tyto faktory mohou situaci ovlivnit, pouze když každý jedinec s tím bude chtít něco udělat. Proto většina podnikatelů tvrdí, že dobrý příklad ze strany vedení povede k následování.

6 Závěr

Během posledních sedmnácti let proběhly v České republice veliké změny. Úplnou novinkou byla na začátku devadesátých let i podnikatelská etika. Veřejnost ani média se touto problematikou příliš nezabývaly. Otázky, týkající se podnikatelské etiky a odpovědnosti podnikání, jakoby zapadly ve víru okouzlení z demokracie. V praxi bylo téma podnikatelské etiky poněkud zlehčováno a u ekonomů a manažerů vzbuzovalo spíše rozpaky či pobavení. Až v druhé polovině devadesátých let začalo přibývat učebních textů, zvyšovala se informovanost o podnikatelské etice a začala vznikat různá sdružení zabývající se etikou. Nejdůležitějším mezníkem byl okamžik, kdy se podařilo prosadit výuku podnikatelské etiky na ekonomických fakultách a zařadit se tím mezi standardní vyspělé země. Do nového tisíciletí vstoupila podnikatelská etika v Česku jako rovnocenná vědní disciplína připravená poskytovat podnikatelské sféře stejné služby – vzdělání na vysokých školách, trénink či konzultace, jak je zvykem v rozvinutých zemích. Od roku 2001 se opakovaně tomuto tématu věnuje konference v Parlamentu České Republiky. Podnikatelská etika se stala plnohodnotným tématem ekonomických diskusí.

Přestože se o etice mluví stále více, praxe ukazuje, že je ještě mnoho lidí, kteří nechápou její význam pro podnikání. I výzkum realizovaný v této diplomové práci potvrzuje, že pojem etické chování podnikatelům není neznámý, přesto praxe hovoří jinak. Každý den se v médiích můžeme setkat s praktickými příklady neetického jednání jako jsou korupce, daňové úniky, podvody, neplnění závazků a mnoho dalších příkladů porušování základních pravidel podnikání. Cílem této práce a výzkumu, který byl proveden, bylo zjistit názory respondentů na etické či neetické chování v podnikové praxi, získat praktické příklady neetického chování a postoje či důvody, které podniky k tomuto vedou. Dalším cílem bylo zmapovat dodržování a porušování etických postupů v podnikání, získat názory na etiku v podnikání v souvislosti se vstupem do Evropské unie a dále také názory na možnosti změny současného stavu neetického jednání v podnicích. Celkem bylo osloveno 12 firem. Cílovými osobami byli majitelé nebo spolumajitelé malých a středních podniků, živnostníci nebo jiné osoby pověřené vedením podniku. Výzkum probíhal v Pardubickém kraji převážně ve městě Chrudimi.

Převážná část dotázaných podnikatelů se shodla, že za špatný stav podnikatelského prostředí v České Republice může špatná legislativa, byrokracie, neúměrné daňové zatížení a nízká vymahatelnost práva. Respondenti také uvedli, že aby v tomto nemilosrdném konkurenčním prostředí jejich firma obstála, musí se tomu prostředí přizpůsobit.

Ale podnikatelské prostředí nejsou jen zákony, legislativa a daně. Jeho neopomenutelnou součástí jsou také lidé. Bez konkrétních osob by zákony nevznikly, a zároveň by je neměl kdo porušovat. Proto jsem dospěla k názoru, že za úroveň podnikatelského prostředí odpovídá svým etickým působením každý, kdo do něj vstupuje.

Na změně podnikatelského prostředí se lidé mohou podílet jak aktivně, tak pasivně. Aktivním způsobem boje proti neetice je osvojení si etických zásad a opravdu se podle nich chovat, zakládání nebo využívání již existujících spolků, profesních sdružení k osvětě, k prosazování principů etického chování manažerů a podnikatelů a dále také výchova k etickému chování a k zodpovědnosti za úroveň podnikatelského prostředí. Míra etického chování je z velké části závislá také na osobních vlastnostech a morálním vývoji každého člověka. Nelze proto očekávat, že každý člověk zaujme k neetickému chování aktivní přístup. Proto většina lidí zvolí spíše pasivní přístup, který spočívá v netoleranci neetického chování jiných, přestože se nás přímo netýká a nebo ignorování těch, kteří se neeticky chovají.

Motivace k rozvoji podnikatelského prostředí musí být chápána jako metoda uplatňování etických postojů uvnitř jednotlivých podniků i v rámci celé společnosti.

Seznam pramenů a použité literatury:

Seznam literárních zdrojů:

- [1] Synek, M., kol.: Podniková ekonomika. 4.vyd., Praha, C. H. Beck, 2006, ISBN 80-7179-892-4.
- [2] Petříček, V.: Vývoj podnikatelského prostředí v České republice. 1. vyd., Praha, Corona, 2006, ISBN 80-903363-6-1.
- [3] Šroněk, I.: Etika a etiketa v podnikání. 1.vyd., Praha, Management Press, 1995, ISBN 80-85603-94-2.
- [4] Putnová, A., Seknička, P.: Etické řízení ve firmě. 1.vyd., Praha, Grada Publishing, a. s., 2007, ISBN 978-80-247-1621-3.
- [5] Bohatá, M.:
- [6] Příkaský, J. V.: Učebnice základů etiky. 1.vyd., Kostelní Vydří, Karmelitánské nakladatelství, ISBN 80-7192-505-5.
- [7] Seknička, P., kol.: Úvod do hospodářské etiky. 1.vyd., Praha, CODEX Bohemia, s. r. o., 1997, ISBN 80-85963-40-X.
- [8] Luknič, A. S.: Štvrtý rozmer podnikania – etika, Trenčín, SAP – Slovak Academic Press, spol. s r. o., 1994, ISBN 80-85665-30-1.

Seznam internetových zdrojů:

<http://www.plus-research.cz/clanek.asp?id=c04005>

http://www.abetinfo.com/modules.php?modul=zajimavosti&what=article_read&id_article

<http://www.sme-union.cz/index.php?p=17>

www.transparency.cz

Seznam tabulek:

Tabulka číslo	Název tabulky	Strana
1	Hlavní charakteristiky etického problému a etického dilematu	41
2	Faktory působící na vznik a řízení etických dilemat v podnicích	41
3	Seznam firem, které se účastnily výzkumu	45
4	Význam MSP v České republice	47