

Analýza podnikatelské etiky a odpovědnosti ve vybrané firmě

Michaela Pagáčová

Bakalářská práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Michaela Pagáčová**
Osobní číslo: **M17781**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Analýza podnikatelské etiky a společenské odpovědnosti ve vybrané firmě**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Provedte průzkum literárních pramenů a zpracujte teoretické a metodické poznatky týkající se etiky v podnikání a společenské odpovědnosti.

II. Praktická část

- Charakterizujte vybraný podnik a analyzujte současný stav podnikatelské etiky a společenské odpovědnosti.
- Zhodnoťte výsledky analýz a zpracujte doporučení a návrhy pro zlepšení dané situace v podniku.
- Provedte návrhy na zdokonalení dané situace v podniku.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: **cca 40 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **Tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- DYTRT, Zdeněk. *Manažerská etika v otázkách a odpovědích: jde morálka a úspěch v byznysu dohromady?* Brno: Computer Press, 2011, 200 s. ISBN 978-80-251-3344-6.
- MÁDLOVÁ, Lucie. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. Kanina: OPS, 2010, 189 s. ISBN 978-80-87269-12-1.
- SEKNIČKA, Pavel a Anna PUTNOVÁ. *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha: Grada, 2016, 199 s. ISBN 978-80-247-5545-8.
- ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA a Ivo ROLNÝ. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada, 2012, 192 s. ISBN 978-80-247-4293-9.
- VELASQUEZ, Manuel G. *Business ethics: concepts and cases. Pearson new international edition*. Harlow: Pearson, 2014, 430 s. ISBN 978-1-292-02281-9.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Lucie Tomancová, Ph.D.**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání bakalářské práce: **6. ledna 2020**
Termín odevzdání bakalářské práce: **19. května 2020**

L.S.

doc. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

Ing. Jiří Bejtkovský, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Cílem této bakalářské práce je analyzovat současný stav podnikatelské etiky a odpovědnosti ve společnosti Hajdik, a.s. a vypracovat návrh, který by zlepšil situaci uvnitř podniku.

V první části jsou na základě literární rešerše vymezeny pojmy teoretické i metodické strategie, které jsou zapotřebí při tvorbě praktické části práce.

V druhé části práce je analyzován současný stav podnikové etiky a odpovědnosti. Průzkum byl proveden formou dotazníkového šetření a byly zjištěny vnitropodnikové normy.

Výsledkem této práce bylo navržení etického kodexu pro společnost Hajdik a.s.

Klíčová slova: podnikatelská etika, mravnost, profesní etika, etický kodex, společenská odpovědnost

ABSTRACT

The aim of this bachelor's thesis is to analyse a current state of business ethics and corporate social responsibility at company Hajdik a.s. and make a proposal to improve the current situation.

In first part of the thesis of literature research identified the theoretical and methodological bases, which are needed creating a practical part of the work.

In second part of the thesis is analyzed the current state of business ethics and corporate social responsibility. The survey was conducted in the form of a questionnaire within the company.

The result of this work is to suggest an ethical code for the company Hajdik a.s.

Keywords: business ethics, morals, professional ethics, Ethic code, corporate social responsibility

V první řadě bych chtěla poděkovat personalistce paní Mgr. Markétě Putalové a jejím kolegům za velmi příjemné jednání, ale především za jejich čas a ochotu se mnou spolupracovat při sbírání dat na mou práci.

Paní Ing. Lucii Tomancové Ph.D., za její čas a při začátku za velmi cenné rady a pomoc.

V neposlední řadě také svoji rodině za jejich trpělivost a laskavost, kterou se mnou měli po celou dobu mého studia.

OBSAH

| | |
|---|-----------|
| ÚVOD..... | 9 |
| CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE..... | 11 |
| I TEORETICKÁ ČÁST..... | 12 |
| 1 PODNIKATELSKÁ ETIKA..... | 13 |
| 1.1 ZÁKLADNÍ POJMY..... | 13 |
| 1.2 NÁSTROJE PODNIKOVÉ ETIKY..... | 16 |
| 1.2.1 Tradiční nástroje..... | 16 |
| 1.2.2 Moderní nástroje..... | 17 |
| 2 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST PODNIKU..... | 19 |
| 2.1 DEFINICE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI PODNIKŮ (CSR)..... | 19 |
| 2.2 OBLASTI SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI..... | 19 |
| 2.2.1 Ekonomická oblast..... | 20 |
| 2.2.2 Sociální oblast..... | 21 |
| 2.2.3 Environmentální oblast..... | 21 |
| 3 VYMEZENÍ VZTAHU MEZI ETIKOU A SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOSTÍ..... | 23 |
| 4 PŘÍNOSY PODNIKATELSKÉ ETIKY A SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI..... | 24 |
| 4.1 PŘÍNOSY CSR..... | 24 |
| 4.2 PŘÍNOSY ETIKY..... | 25 |
| II PRAKTICKÁ ČÁST..... | 26 |
| 5 PŘEDSTAVENÍ FIRMY HAJDIK, A.S. | 27 |
| 5.1 VZNIK A CHARAKTERISTIKA PODNIKU..... | 27 |
| 5.2 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA PODNIKU..... | 28 |
| 5.3 HODNOTY A CÍLE, POSLÁNÍ A VIZE..... | 29 |
| 6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PODNIKOVÉ ETIKY A ODPOVĚDNOSTI V PODNIKU..... | 30 |
| 6.1 PRŮZKUM VNITROPODNIKOVÝCH NOREM..... | 30 |
| 6.1.1 Vztahy k majitelům..... | 31 |
| 6.1.2 Vztahy se zákazníky..... | 31 |
| 6.1.3 Vztahy k zaměstnancům..... | 31 |
| 6.1.4 Vztahy s dodavateli..... | 33 |
| 6.1.5 Vztahy vůči životnímu prostředí..... | 33 |
| 6.1.6 Vztahy ke státním orgánům..... | 34 |
| 6.2 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ..... | 34 |
| 6.2.1 Vyhodnocení dotazníku..... | 34 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 7 | DOPORUČENÍ VYPLÝVAJÍCÍ Z ANALÝZY SOUČASNÉHO STAVU PODNIKOVÉ ETIKY A OPOVĚDNOSTI | 45 |
| 8 | NÁVRH ETICKÉHO KODEXU PRO SPOLEČNOST HAJDIK A.S. | 47 |
| 8.1 | ETICKÝ KODEX HAJDIK A.S. | 47 |
| | ZÁVĚR | 50 |
| | SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY | 51 |
| | SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK | 53 |
| | SEZNAM OBRÁZKŮ | 54 |
| | SEZNAM TABULEK | 55 |
| | SEZNAM GRAFŮ | 56 |
| | SEZNAM PŘÍLOH | 57 |

ÚVOD

Etika je součástí života každého z nás už od nepaměti. Každý jsme se v životě museli nějak rozhodnout, záleží však na tom zda naše rozhodnutí bude etické vůči našemu okolí.

V dnešní době je mnoho firem, které mají problémy s etikou ve své společnosti, a to byl také důvod výběru tohoto tématu. Zaměřila jsem se konkrétně na vztahy na pracovišti ve společnosti, která je mi hodně blízká.

Podnikatelská etika sleduje, vztahy mezi jednotlivými stakeholdery. Můžeme ji tedy vnímat, jako zásady slušného jednání, které se potom odráží na vztazích se zákazníky, zaměstnanci a jinými. Ovšem, zásady, které jsou uplatňovány na zákazníky nemusí být totožné na dodavatele a naopak. Proto je velmi důležité, aby měl podnik stanové určité normy, které jim mohou při konkrétních rozhodováních velmi ulehčit situaci. Tyto normy se nazývají například etické kodexy.

Chtěla bych, aby výsledky této práce především vylepšily vztahy na pracovišti, které nejsou zatím na dobré úrovni.

V etickém kodexu jsou vymezeny práva a povinnosti všech zaměstnanců firmy. Etický kodex také obsahuje i vztahy s okolím podniku, např. životní prostředí. Podnik by měl také pracovat jako jeden velký tým, který má více článků, všichni by si měli pomáhat a hlavně spolu spolupracovat, neboť jedině tak může firma fungovat úspěšně. Takže péče o zaměstnance, je opravdu velmi důležitá, protože od toho v jakém prostředí zaměstnanec pracuje se odvíjí i jeho výkonnost.

Společenská odpovědnost a etika spolu velmi úzce souvisí. Ve společenské odpovědnosti se nezaměřujeme jen na ty ekonomické aspekty, ale také na sociální a environmentální aspekty.

Pro kvalitní fungování firmy je také velmi důležité respektování environmentální politiky. Proto je velmi důležité aby se podnik soustředil na to jak investovat do modernějších technologií, které tolik neškodí životnímu prostředí. Důležitou součástí je také třídění odpadů.

V sociálním pilíři bych jako chvályhodné vyzdvihla mimo jiné i sponzoring různých kulturních nebo společenských akcí. Nemusí se jednat jen sponzorování akcí, ale třeba o dlouhodobý sponzoring v oblasti sportovních aktivit (např. požární sport, fotbal, volejbal,

atd.). Myslím si, že podpora okolních neziskových složek je také velmi důležitá, odráží se to na tom vnímání společnosti vůči širokému okolí.

CÍLE A METODY ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Téma této práce je velmi důležité, pro velmi dobré fungování společnosti. Když jsou jasně stanovena pravidla a zásady, je mnohem jednodušší komunikovat s lidmi.

Cílem této práce je navrhnout doporučení, pro zlepšení vztahů na pracovišti a vytvoření etického kodexu.

Bakalářskou práci jsem si rozdělila do následujících dílčích cílů:

1. V teoretické části práce jsem provedla průzkum literárních pramenů a zpracovala jsem teoretické i metodické poznatky týkající se podnikové etiky a společenské odpovědnosti.
2. Zjistit současný stav podnikatelské etiky a odpovědnosti uvnitř společnosti.
3. Pomocí dotazníků, zjistit, jaké jsou vztahy na pracovišti.
4. Zhodnotit výsledky všech analýz.
5. Navrhnout, zdokonalení dané situace v podniku.

Analýza byla provedena ve společnosti Hajdik a.s. v Jablůnce. Na analýze se pracovalo v zimě roku 2019, kdy probíhalo sezení s personálním ředitelem, a v srpnu 2020 bylo sezení ohledně dotazníkového šetření s paní personální.

Metody sběru dat:

1. Analýza vnitropodnikových norem
2. Strukturované rozhovory s personalisty
3. Dotazníkové šetření.

Dotazník byl sestaven jak pro management tak zaměstnance výroby dohromady. Dotazníkové šetření bylo provedeno v srpnu 2020 a také bylo i v tu dobu vyhodnoceno.

Ve společnosti jsem provedla současný stav podnikatelské etiky a odpovědnosti. Na základě sesbíraných dat a analýza byla vyhodnocena.

V poslední řadě bylo navrženo řešení na danou situaci a také vytvořen etický kodex.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PODNIKATELSKÁ ETIKA

1.1 Základní pojmy

Etika

Etika se více prohlubuje do ekonomiky a stala se součástí většiny podniků. Etiku v podnikatelské prostředí můžeme potkat všude. Hledáme různá východiska jak vyřešit běžné problémy týkající se životního prostředí nebo sociálních problémů.

Podnikatelská etika, je u každého autora definovaná jinak, reaguje na změny ve společnosti lidí a na jejich kulturu. Jde využít i tuto základní definici.

Jak uvádí Putnová (2007, s. 14) „Podnikatelská etika je profesní, aplikovaná, normativní etika“

Etika ve společnosti znamená, že si každá společnost sestaví své normy a pravidla, kterými dává najevo svoje názory a taky se nimi řídí, ať je to pozitivní nebo negativní.

„Etické chování není vždy odměňováno a neetické chování není vždy trestáno. Etické chování však může společnosti poskytnout významné konkurenční výhody oproti společnostem, které jsou neetické.“ (Velasquez, 2015, s. 10)

Morálka

„Morálku lze definovat jako standardy, které má jednotlivec nebo skupina o tom, co je správné a co špatné nebo dobré a zlé.“ (Velasquez, 2015, s. 10)

Pár odborníků však rozdíl mezi etikou a morálkou dělá. Rozlišují to, že etika studuje oblasti morálky a morálka že je velmi úzce spjatá s lidským jednáním a jejich hodnotami. (Ševčík, S., 2005, s. 14)

Podle Ševčíka (2005, s. 15) „Za morálku lze považovat jednání člověka, které je v souladu s jeho svědomím a také morálkou společnosti. Morálka se tedy zabývá tím, jak bychom měli jednat, jak bychom se měli chovat. Za etiku lze považovat soubor pravidel jednání, resp. jde o teorii morálky.“

Nejdůležitějším milníkem je zákon morálky. Podle tohoto zákona, má být člověk přirozený, ať už svým chováním nebo jednáním k druhým lidem. Tento zákon je úzce spjat s lidskými pudy a sklony k životu ve společnosti, také jde o jeho dobré chování apod.

Mravnost

„Mrav“ znamená nějaký zvyk, něco co se nám obecně líbí, co je pro nás velmi vhodné. (Putnová, 2007, s. 37)

„V rámci morálky mají velmi důležitou úlohu mravní normy. Rozlišujeme především právní a morální normy. Jejich odlišnost je zejména v oblasti sankcí. Právní normy jsou narušené „povinováním“ je odměněno sociální sankcím, tzn. trestem vnějším. U morální normy mají sankce povahu vnitřní, není to sice povinnost, protože morálka má vnější aspekty.“ (Bohatá, M., rok 2001, s. 10)

Morální normy mají taky své dobré a špatné stránky. Při jednání na kterém se tyto mravní normy porušují, se můžou vyvolat pocity viny, studu, nevole. Kvůli špatnému jednání jsme se dopustili prohřešku vůči společenství. Jestliže jednáme v souladu s mravní normou, tak potom posilujeme svou vlastní autoritu. (Bohatá, 2001, s. 10)

Manažerská etika

„Za manažerskou etiku považujeme takové úsilí pracovníků, které promítá zásady etiky do všech fází rozhodování a řídicí práce. Významným úkolem manažerské etiky je získávání zaměstnance pro plnění podnikových cílů. To v podstatě spočívá ve stimulování pracovní motivace celého pracovního týmu.“ (Bláha, 2003, s. 38-39)

Jak píše Dytrt (2011, s. 50-51) aplikování etiky zásadně souvisí s firemní kulturou tzn. s dobrým jménem firmy. V tomto případě je velmi dobré zjistit, co všechno může ovlivňovat podnikovou kulturu např.:

- manažerská etika (kvalita, všech vztahů)
- etické působení podniku ke stakeholders (uspokojování všech možných potřeb)
- stabilitu podniku (plány dlouhodobé, střednědobé a jejich strategie plnění)
- aj.

Profesní etika

Profesní etika – už z názvu vyplývá že se je o etiku která je přímo z dané profese.

Soustředí se na jejich zásadní problémy. V profesní etice je nutno podotknout že se zavážeme vykonávat profesi k plnění povinnosti dle svého vlastního svědomí. Například může jít o lékaře, ti složili Hippokratovu přísahu. (Kacetl, 2011, s. 20)

„Soubor hodnot, norem, principů a povinností spojených s danou profesí může nabýt písemné podoby, které říkáme etický kodex. Obecně platí, že etický kodex a jeho dodržování zvyšuje prestiž dané profese a pomáhá řešit řadu sporů již v zárodku.“ (Kacetl, 2011, s. 20)

Etický kodex

Etickým kodexem se obecně rozumí systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů, které vymezují a upravují vztahy mezi členy určité skupiny lidí. Vztahují se na veškerou činnost člověka v dané situaci, vymezují obecný požadavek na jeho mravnost.

„Klíčové etické hodnoty podniku jsou základním morálním rámcem pro činnost firmy. Jsou však příliš obecné na to, aby mohly určovat řešení konkrétních problémů. Etický kodex poskytuje detailnější rozpracování, konkretizaci morálních zásad a jejich použití v podnikové praxi.“ (Ševčík, 2007, s. 107)

Společenská odpovědnost podniků

„Při definování společenské odpovědnosti firem – corporate social responsibility (CSR) – se budeme držet definice Evropské komise z roku 2001, která CSR vymezuje jako koncept, pomocí kterého firmy na dobrovolném základě integrují sociální a ekologická hlediska do běžných firemních operací a interakcí se zainteresovanými subjekty (stakeholdery).“ (Zadrazilová, 2010, s. 1- 2)

1.2 Nástroje podnikové etiky

„Cílené zavádění etiky do podnikání je možné jen aplikací etických principů, nástrojů a metod do podnikatelského procesu, tedy vznikem etické infrastruktury podniku. Jedná se zejména o instalaci kodexů etických, etických vzorů, výcviku a vzdělávání v oblasti podnikatelské etiky, etického a sociálního auditu atd.“ (Putnová, A. 2007, s. 68)

Důležité je, aby firma ve, které budeme implementovat všechny principy, nástroje a metody etického jednání, dbala na to, aby tyto záležitosti využívala a nebyly to jen tak vymyšlené věci které nikdo nikdy nepoužije. (Putnová, A. 2007, s. 68)

1.2.1 Tradiční nástroje

„Tradiční nástroje podnikatelské etiky začaly být využívány ve dvacátých letech 20. století a jednalo se o první kodexy etiky. Většinou byly zaváděny jednodušší druhy kodexů - firemní kréda a deklarace hodnot. V třicátých letech 20. století byly kodexy doplněny využitím etických vzorů a výcvikem zaměstnanců k etickému či obchodnímu jednání.“ (Putnová, A. 2007, s. 70)

Etický kodex

Podle Kacetla (2011, s. 50-51) je „etický kodex systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů upravující vzájemné vztahy a zodpovědnost jednotlivých zaměstnanců dané organizace. Avšak teprve v posledních desetiletích vznikají etické kodexy podniků, aby se staly základem podnikové kultury a pevnou součástí našeho profesního života.“

„Tvorba etického kodexu není jednoduchá a přímočará záležitost. Je to skupinová práce kolektivu lidí, kteří úzce spolupracují s vedením podniku. Úspěšné vytvoření, zavedení a následné dodržování etického kodexu vyžaduje podporu vedení. Vždy by to mělo být vedení, které určuje podnikovou kulturu a klíčové hodnoty. Právě jejich určení je zásadní pro následné vytváření podnikového kodexu.“ (Kacetyl, 2011, s. 50-51)

Etické kodexy jsou v porovnání s druhými mnohem ucelenější, prestižnější. Jsou v nich upraveny všechny práva a povinnosti zaměstnanců, zaměstnavatelů, dodavatelů, zákazníků, konkurentů a dalších. Společnost se zaměřuje i na jiné subjekty, s nimiž přijde do styku při podnikání. (Putnová, 2007, s. 77)

Každý kodex etiky musí být srozumitelný, jednoznačný, aby mu porozuměl každý uživatel. Práva a povinnosti jednotlivých participujících skupin nesmí připouštět odlišný výklad, případně pochybnosti o výkladu. Text kodexu musí být na druhé straně výstižný a odborně fundovaný. Kodex by neměl být příliš stručný, i když to zvýrazňuje jeho srozumitelnost, ale neměl by být úplně rozsáhlý, protože pak se stává nepřehledným.

Etický vzor

„Je to konkrétní vzor pro jednání a chování a jsou u něj zpravidla vyzdvíženy ty stránky osobnosti, které jsou v daném společenství nejvíce ceněny, jako například loajalita, tvořivost, čestnost, pracovitost a jiné. Etické vzory poskytují dalším členům kolektivu či komunity motivaci. Měli bychom se vyhýbat fiktivním vzorům a zaobírat se vzory, které zrcadlí základní společenské hodnoty, jež jsou velice často součástí regulativní ideje.“ (Putnová, 2007, s. 81)

Vzdělání a výcvik k etickému jednání

Jedná se vlastně o model cyklického prohlubování znalosti, které se zaměřuje na management a jeho zaměstnance. Po výcviku je samozřejmě i praktická verze, kdy se otestuje schopnost řešit problematické etické situace. Za velmi úspěšné můžeme považovat, vzdělávací programy, při malých skupinkách lidí, kde spolu všichni diskutují. Účelem těchto diskuzí a výcviků je aby se manažeři a zaměstnanci, připravili na řešení etických problémů a dilemat, které mohou potkat v běžné praxi. (Putnová, 2007, s. 82)

1.2.2 Moderní nástroje

Moderními nástroji v etickém řízení jsou ty, které jsme v osmdesátých a devadesátých letech 20. století a doplnily o už existující nástroje.

Etický a sociální audit

„Je to jeden z nejnovějších, ale také nejkomplexnějších nástrojů etického řízení, který se v současnosti používá, ve vyspělých tržních ekonomikách pro implementaci podnikatelské etiky do praxe. Etický a sociální audit zkoumá, jakou cestou bylo dosaženo výsledků podnikatelské činnosti, s přihlédnutím ke komplexitě těchto cílů:

- kontrola řízení,
- transparentnost pro všechny podílející se skupiny v podnikání,
- analýzy sociálního klimatu v podniku“ (Putnová, 2007, s. 84)

Etické výbory

„Jsou to většinou poradní orgány statutárních orgánů ve firmě, tvoří je odborníci na podnikatelskou etiku. Cílem jejich činnosti je dbát na vysokou odbornou úroveň tvorby nástrojů etického řízení a následné implementace do podnikové praxe. Nezbytným předpokladem vlivu etického výboru na zavedení etiky do podnikání je kvalita komunikačního systému. Není možné dosáhnout pozitivní změny v rámci organizace, pokud se příslušné informace nedostanou včas ke kompetentním zaměstnancům. Účinnost komunikace je také závislá na zpětné vazbě, proud informací tedy nesmí být jednostranný.“ (Putnová, 2007, s. 85)

Úřad firemního ombudsmana

Tento úřad může velmi často nahrazovat přímo zástupce zaměstnanců, někdy jde o osobu, které svěřili své pravomoce a mají v ní důvěru, nebo jde přímo o zaměstnaneckého ombudsmana.

„Jedná se o zřízení stále funkce v hierarchii podniku. Firemní ombudsman se zaměřuje na rovnováhu a harmonii zájmů všech skupin, participujících na podnikání. Zvláštní pozornost je věnována řešení kolizních problémů a dilemat v oblasti vztahů zaměstnavatel – zaměstnanec – zákazník.“ (Putnová, 2007, s. 85)

2 SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST PODNIKU

Společensky odpovědné firmy při svém fungování usilují nejen o naplnění tradičních ekonomických cílů, ale zároveň i o naplnění sociálních a environmentálních aspektů své činnosti. Snaží se tak dlouhodobě a co nejpevněji stát na třech základních pilířích, jimiž jsou: ekonomická efektivnost, environmentální zodpovědnost a společenská angažovanost.

2.1 Definice společenské odpovědnosti podniků (CSR)

„Společenská odpovědnost je založena na dobrovolnosti, nemá striktně vymezené hranice a dává tímto prostor jak k široké diskusi, tak i k velmi širokému chápání a interpretaci tohoto komplexního konceptu jednotlivými zájmovými skupinami. Při definování společenské odpovědnosti firem – corporate social responsibility (CSR) – se budeme držet definice Evropské komise z roku 2001, která CSR vymezuje jako koncept, pomocí kterého firmy na dobrovolném základě integrují sociální a ekologická hlediska do běžných firemních operací a interakcí se zainteresovanými subjekty (stakeholdery).“ (Kunz, 2012, s. 14)

V této definici je důležitých hned několik aspektů. V první řadě, by se mělo jednat o dobrovolnou činnost, nikoliv že by byla nařízena vedením firmy.

Za druhé stakeholder – doslovný překlad znamená zainteresované subjekty, někde se může uvádět i jako aktér. Stakeholders tvoří akcionáři, zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé, konkurenti a další. Existuje mezi nimi vztah vzájemnosti. Každý ze stakeholderů, se může aktivně podílet na jednání a ovlivňovat určité problémy jejich agendy. Za další, je fakt, že společenská odpovědnost se snaží integrovat tři nejčastěji zmiňované dimenze – jak ekonomickou (hospodářskou, podnikatelskou, ziskovou), tak i oblast společenskou (sociální) a ekologickou (environmentální). (Šmajš, 2014, s. 149-150)

2.2 Oblasti společenské odpovědnosti

„Společenská odpovědnost firem je moderním konceptem podnikání, který vede k širšímu pohledu na podnikání a je postaven na třech základních pilířích (tzv. „triple-bottom-line“):

- ekonomickém (profit)
- sociálním (people)
- a environmentálním (planet)

Firma, která přijímá koncept společenské odpovědnosti, se snaží při svém podnikání nejen o dosažení zisku, ale její přístup je mnohem komplexnější, neboť bere ohled na všechny tři oblasti a uplatňuje je dobrovolně nad rámec svých legislativních povinností.“ (BusinessInfo.cz, 1997)

2.2.1 Ekonomická oblast

Každý podnik má jako nejpodstatnější cíl podnikání dosažení zisku. Tím pádem, mají firmy na financování aktivit spojitost se společenskou odpovědností. Firma by měla mít na velmi výborné úrovni vztahy s dodavateli, zákazníky a investory.

Jak uvádí Kunz (2012, s. 21) „Můžeme do této oblasti v rámci CSR zahrnout například:

- **Firma a její zaměstnanci se vyhýbají korupci a chovají se eticky** – řada firem má vypracovaný etický kodex nebo podobný dokument, upravující chování firmy
- **Způsob správy a řízení firmy** – organizace přijaly a uplatňují principy dobrého řízení.
- **Organizace jsou věrohodné, transparentní a ochotné kontinuálně poskytovat o sobě informace všem svým stakeholderům.**
- **Vztahy se zákazníky a dodavateli** – firmy dlouhodobě budují a řídí vztahy se svými zákazníky či dodavateli. Jsou například zdůrazňovány a následně i uplatňovány rovné příležitosti výběru dodavatelů. Jedním z jejich hlavních cílů jsou spokojení zákazníci, kterým jsou nabízeny bezpečné a kvalitní výrobky za přijatelnou cenu. To by mělo v konečném důsledku vést ke snížení počtu stížností a reklamací ze strany zákazníků.
- **Chování k vlastníkům, akcionářům** – firmy sledují nejen zájmy svých hlavních vlastníků, ale i dalších investorů, a zároveň dbají o jejich informovanost.
- **Respektování ochrany duševního vlastnictví.**
- **Inovace a udržitelnost.**
- **Respektování pravidel českého konkurenčního boje.“**

2.2.2 Sociální oblast

V této oblasti se zaměřujeme na zaměstnance a jejich pracovní podmínky. Zaměstnance uvnitř podniku při výkonu práce ale i zaměstnance v komunitě lidí. Při různých výzkumech bylo zjištěno, že pokud firma své zaměstnance motivuje a následně je odmění, zvyšuje to jejich výkonnost, snižuje jejich absenci.

Spektrum všech činností v této oblasti je mnoho a odvíjí se to od situace na trhu a v oblasti podnikání.

Podle Kunze (2012, s. 21), „do této oblasti však můžeme zahrnout například:

- zdraví a bezpečnost svých zaměstnanců;
- péče o vzdělání a rekvalifikaci zaměstnanců;
- firemní filantropie a dobrovolnictví;
- dodržování rovných příležitostí (pro ženy, muže a obecně znevýhodněné skupiny);
- rovnost žen a mužů;
- odmítání dětské práce;
- dodržování lidských práv;
- vyváženost pracovního a osobního života;
- rozmanitost na pracovišti (handicapovaní a starší lidé)“ (Kunz, 2012, s 22), (Pavlík, 2010, s. 26)

2.2.3 Environmentální oblast

Firma by v této oblasti měla dávat velký pozor jak uvnitř firmy, tak i v okolí firmy. Může se jednat o hloučnost, emise, odpady, dopravu, vizuální pohled na krajinu a další. Společnost by měla tyto nepříznivé jevy co nejvíce minimalizovat a veřejnost by také často měli pravdivě informovat o svých změnách.

Jak uvádí Pavlík (2010, s. 26) v této oblasti se zaměřujeme především na tyto činnosti:

- firemní politika zaměřena na dobré životní prostředí (recyklace, úspory energií, úspora vody a jiné);
- snižování špatných ohlasů z podnikatelské činnosti na životní prostředí a komunitu lidí;
- produkty a služby co nejšetrnější k životnímu prostředí, ekologická výroba;

- investice do nových kvalitních technologií
- ochrana stávajících i nových přírodních zdrojů;
- návrhy na řešení minimalizace dopravní zátěže

Všechny uvedené principy ze všech oblastí nejsou nutné u každé firmy. Firma si vybere vždy nějaké principy, kterými se bude držet.

3 VYMEZENÍ VZTAHU MEZI ETIKOU A SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOSTÍ

Společenská odpovědnost má velmi blízko k podnikové etice. Avšak podniková etika se zajímá o podnikání a jeho ekonomické aspekty. Pokouší se vyhledat správné, uspokojující chování všech možných subjektů v podnikání aby se snížilo neetické chování. Nástroje na úpravy etického chování mají za cíl eliminování škody, které vznikají při neetickém jednání. Může jít například o stanovení etických kodexů nebo etických výborů či jiných nástrojů.

Společenská odpovědnost se nezajímá jen o ekonomickou oblast podnikání, zajímá se také o sociální a environmentální politiku podnikání. Proto se společenská odpovědnost firem rozděluje na 3 základní pilíře – ekonomická oblast (sestavení kodexů, vztahy s dodavateli, investory), sociální oblast (sponzoring, vztah se zaměstnanci), environmentální oblast (ekologie podniku).

4 PŘÍNOSY PODNIKATELSKÉ ETIKY A SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI

„Společensky odpovědné chování firem má nejen společenský přínos, ale přináší i velké množství výhod firmám samotným. I když tyto výhody a zisky mají pro společensky odpovědné firmy často nefinanční podobu a jejich účinek se neprojeví okamžitě, neznamená to, že jsou méně důležité.“ (Kunz, 2012, s. 33)

4.1 Přínosy CSR

- **Zvyšování hodnoty celé organizace, zvyšování důvěry partnery, navyšování firemních hodnot,**
- **Šetření financí (nákladů)** – spousta činností CSR, potřebuje finance na pokrytí svých investic. Všechny možné činnosti v této struktuře vedou k inovacím a ty by měly zvýšit efektivitu práce a snížit náklady. Jedná se o explicitní náklady, jsou to náklady, které jsou jasně doložené.
- **Zvyšování zisku (z dlouhodobého hlediska)**
- **Spokojení zaměstnanci** – spokojení zaměstnanci se značně podílí na posílení image podniku, který je velice důležitý při obchodní činnosti.
- **Získávání konkurenční výhody a zvyšování kvality vztahů se zákazníky** – díky koncepci CSR, je možné že se spousta zákazníků bude zajímat o výrobky, které jsou vyrobeny v této koncepci. Budou sice dražší než ty bez konceptu CSR, ale o to víc budou třeba ekologičtější.
- **Možnost otevření nových obchodních příležitostí** – koncept CSR otvírá podniku nové obchodní příležitosti.
- **Získání nových potencionálních investorů**
- **Vybudování dobrých dodavatelsko-odběratelských vztahů** – dlouhodobá práce na obchodních vztazích, je velmi důležitým krokem k efektivní výrobě a další podstatně důležitým aspektům které jsou v podnikání důležité
- **Řízení rizik** – předvídatelnost rizik je mnohem jednodušší u firem, která mají přehled o svých zájmech, ví o svém okolním prostředí toho mnoho. Na tyto změny můžeš potom velice rychle reagovat a patřičně s nimi nakládat. (Pavlík, 2010. s. 30-33)

4.2 Přínosy etiky

Jednání v etice podniků, přináší samotným podnikům užitek z jednání. Toto jednání je přínosné pro všechny zainteresované strany. Všechna etická jednání dávají firmě obrovský prospěch.

- zvýšení důvěry mezi zainteresovanými stranami v podniku
- udržitelný rozvoj, který zajišťuje zlepšení životního a sociálního prostředí
- snížení zatížení státních orgánů, je důvodem poklesu hospodářské kriminality
- etické jednání redukuje dodatečné výdaje (Krymláková, 2009, s. 36)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 PŘEDSTAVENÍ FIRMY HAJDIK, A.S.



Obr. 1. Logo firmy (Nelakujemete, 2020)

5.1 Vznik a charakteristika podniku

Hajdik a.s. (dříve jako Lakovna Hajdik s.r.o.), je především českou firmou, která se zabývá kompletní péčí o povrchovou úpravu. Společnost je plně certifikovaným dodavatelem ve svém oboru, díky němuž se také řadí k jejich špičce. Na trhu působí už od roku 1989 a pod rukama jim prošla spousta zvláštních a mnohdy i náročných zakázek, díky kterým mají neocenitelné zkušenosti. Mezi jejich klíčové zákazníky patří zástupci z automotive, rail a leteckého průmyslu, ale nebrání se však i jiným oblastem. Společnost spolupracuje s předními světovými značkami (např. SIEMENS, Škoda, Honda, KIA a další), díky kterým získala taky mnoho užitečných informací. Za více než 30 let existence vyrostli ve společnost, která zaměstnává více než 300 lidí z toho 211 zaměstnanců je kmenových a zbylé jsou z agentur. Ve vedení společnosti je přímo její majitel Filip Hajdík, MSc., MBA, což se sebou přináší velké výhody, a to nejen během veškerých rozhodovacích procesů, ale i dalším úkonům. Důkazem jejich kvalitně odvedené práce je například ocenění Firma roku Zlínského kraje, které získali v roce 2016 nebo ocenění Zaměstnavatel regionu v soutěži Zaměstnavatel roku 2018. Společnost má vlastní oddělení výzkumu a vývoje, díky němuž vyvíjí lakovací systémy na míru a vychází vstříc všem zákazníkům i k jejich specifickým požadavkům. (Nelakujemete, 2020)

5.2 Organizační struktura podniku

V podniku pracuje 211 kmenových zaměstnanců z toho 141 pracovníků je ve výrobě a zbylých 70, jsou zaměstnanci THP.

Následující tabulka Vám znázorňuje organizační strukturu podniku.

Tab. 1. Organizační struktura v podniku [interní zdroje]

| | | |
|---|--|--|
| Hajdik a.s. | Předseda představenstva | |
| | Finanční ředitel | Hlavní finanční účetní, Finanční kontrolor, Provozní účetní, Správce IS a IT |
| | Vedoucí výzkumu a vývoje | Technolog lakování, Chemik a technolog nátěrových systémů, Laborant výzkumu a vývoje, Aplikační technici, Technolog, Procesní inženýr |
| | Obchodní oddělení | Obchodní manažer, Kalkulant - technolog, Key account manager a obchodník, Asistentka, Projektový manažer interních projektů, Vedoucí operativního a strategického nákupu |
| | Personální oddělení | Personalistky, Mzdová účetní, Recepční |
| | Manažer kvality | |
| | Vedoucí projektového managementu | |
| | Marketingový specialista | |
| | Asistentka ředitele a specialista grantových projektů | |
| | Koordinátor sponzoringových a neziskových aktivit | |
| | Výrobní ředitel | Vedoucí robotických provozů |
| | | Vedoucí ručních provozů |
| | | Oddělení nákupu a logistiky + Vedoucí skladového hospodářství |
| | | Vedoucí údržby |
| Průmyslový inženýr, Plánovač výroby ruční, Plánovač výroby - referent logistiky | | |

5.3 Hodnoty a cíle, poslání a vize

Společnost má stanoveny všechny svoje hodnoty, cíle jejich poslání a vize.

Vize

- dynamická a růstově orientovaná firma
- mít dlouhodobého zákazníka
- zakládají si na špičkovém obchodním a výrobním procesu, díky svému rozvoji a bezpečnosti
- kladou důraz na zapálený kolektiv, který je veden zodpovědným managementem

Poslání

- dlouhodobě prospěšná firma pro všechny, kteří ji tvoří
- svou budoucnostlepší jen v případě, že svému zákazníkovi poskytnou služby i produkty, kterélepší i jeho budoucnost

Hodnoty a cíle

Společnost má velmi efektivně určeny své hodnoty a cíle. Následující obrázek, je vlak, který má svůj cíl a svoje hodnoty kterými se neustále posouvá dál.



Obr. 2. Hodnoty a cíle (Nelakujemete, 2020)

6 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU PODNIKOVÉ ETIKY A ODPOVĚDNOSTI V PODNIKU

V této části práce jsem se zaměřila na analýzu současného stavu podnikatelské etiky a odpovědnosti. Tato analýza byla rozdělena do tří kroků. Prvním krokem byla analýza vnitropodnikových norem, kterými se firma zabývá a bližší seznámení s nimi.

V druhém kroku bylo zjištění vztahů ke všem zainteresovaným stranám neboli stakeholders. Třetím krokem bylo dotazníkové šetření u zaměstnanců firmy, které mělo objasnit jejich vztahy na pracovišti a jejich spokojenost.

Na závěr těchto analýz byl vyhodnocen současný stav a navrženo řešení jak danou situaci řešit.

6.1 Průzkum vnitropodnikových norem

Společnost Hajdik a.s. je držitelem čtyř certifikátů, které jim udělila firma TÜV SÜD Czech s.r.o. Prvním certifikátem, který firma má je ISO 14001, který jim byl udělen poprvé v roce 2011. Tato norma se specifikuje na systém environmentálního řízení v organizacích. Zavedení tohoto certifikátu napomáhá ke zlepšení životního prostředí. V rámci podnikání dává tento certifikát větší důvěryhodnost při uzavírání obchodu. V konečném důsledku vyšlo, že firma klade velmi velký důraz na zlepšení životního prostředí.

Druhým certifikátem je mezinárodně uznávaná norma OHSAS 18001 pro systém v managementu v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Principem této normy je zavedení pravidel a plánů pro snižování úrazů a nehod na pracovišti, které jsou podle daných postupů a nástrojů takto zrealizované.

Třetím certifikátem je ISO 9001, jde o certifikát, který se zabývá stanovování cílů a plánu ohledně kvality své produkce, dle předem stanovených procesů. Funkce těchto procesů je postupně kontrolována, aby mohli v každém případě rychle zasáhnout a udělat jakékoliv změny. Společnost Hajdik a.s. klade velmi vysoký důraz na kvalitu svých výrobků.

Posledním certifikátem, kterým společnost disponuje je IATF 16949, tento certifikát rozšiřuje požadavky na systém kvality v automobilovém průmyslu, je téměř stejný jako certifikát ISO 9001.

6.1.1 Vztahy k majitelům

Majitelem firmy Hajdik a.s. je pan Filip Hajdík, MSc., MBA, který se přímo podílí na vedení firmy. Pan majitel, se hodně zajímá i mimo vedení firmy o obchod, dalo by se ho považovat za obchodního ředitele. Společnost, nemá ani valnou hromadu ani dozorčí radu. Majitel firmy se minimálně jednou do měsíce sejde se svým TOP managementem, do kterého patří tito zaměstnanci – finanční ředitel, vedoucí výzkumu a vývoje, personální, manažer kvality, vedoucí projektového managementu, vedoucí robotických a ručních provozů. Plánují a rozhodují o výrobě o nových projektech, investicích apod. S výrobou se schází minimálně jednou za týden, aby projednali plány výroby na každý den.

6.1.2 Vztahy se zákazníky

Firma apeluje a klade důraz na vysokou kvalitu své práce, aby si udržela své dobré jméno. Koncovými zákazníky jsou nejvíce firmy z automobilového průmyslu, vlakového průmyslu a také leteckého průmyslu. Své obchodní aktivity rozšířili i do zahraničí a to zejména do Německa, Rakouska a Slovenska. Zákazníkům nabízí ucelený komplex služeb, které obsahují projektový management, vstřikolisování plastů, povrchová úprava lakováním a galvanizací, eventuální montáž, balení a dopravu.

Výzkum a vývoj

V roce 2006 byl tým výzkumu a vývoje složen z 6 členů, tito členové své znalosti neustále rozšiřovali na odborných seminářích a školeních po dobu jednoho roku. V roce 2020 má 12 členů. Jelikož chce firma poskytnout všem svým zákazníkům co nejkvalitnější služby a zároveň i ušetřit peníze, rozšířili tedy firmu o oddělení výzkumu a vývoje, zde se vyvíjí lakovací systémy na míru.

6.1.3 Vztahy k zaměstnancům

Každý zaměstnanec je přijímám na základě podnikové kultury při dodržení zákoníku práce. Při náboru zaměstnanců je každý seznámen se svým pracovním místem a má v pracovní smlouvě vymezeny svoje práva a povinnosti. V průběhu adaptace mají možnost komunikovat a radit se svými nadřízenými. Pro utužení vztahů na pracovišti, nebo seznámení, je každoročně vedením firmy uskutečněn vánoční večírek, který je pro všechny zaměstnance. Zaměstnanci mají i v případě potřeby a konzultací otevřené dveře i k řediteli firmy.

Jedenkrát do měsíce probíhá setkání zaměstnanců, kde se dozvědí informace o minulé výrobě, čili i hospodářských výsledcích za uplynulý měsíc, dozví se plány na budoucí měsíc, a můžou vše konzultovat.

V roce 2018 byl ve společnosti upraven mzdový systém. Z čehož je nejdůležitější že firma celoplošně navyšovala mzdy. V roce 2019, byly navýšený mzdy pouze pracovníkům THP.

Benefity pro zaměstnance ve výrobě

K velmi oblíbeným benefitům patří příspěvek na dopravu který činí 2,-/km, tento benefit byl ve firmě od roku 2018. K další benefitům patří finanční příspěvek na svůj volný čas (8 000,-Kč), pokud stávající zaměstnanec přivede do firmy nového zaměstnance může za to dostat až 15 000,- Kč. V rámci firmy můžou zaměstnanci získat zvýhodněné mobilní tarify. Nesmíme, zapomenou i na stravenky, které patří k běžným benefitům. Mezi další benefit můžeme zařadit i tzv. „zlepšovák“ ve výrobě. Zaměstnanec dostane nějaký skvělý nápad třeba ke zlepšení efektivity práce apod., tak ho jeho vedoucí navrhne na odměnu a vedení posoudí, zda si zaslouží nějakou speciální odměnu.

Benefity pro zaměstnance v kancelářích

Zaměstnanci, kteří nejsou ve výrobě, ale pracují v kanceláři mají stejné benefity jako ti ve výrobě. Nicméně mají i tyto benefity navíc. Můžou mít pružnou pracovní dobu, dalším výhodným benefitem je i jazyková výuka. K práci v kanceláři dostanou zaměstnanci mobilní telefon a notebook.

Škola lakýrníků

Společnost si vytvořila svoji vlastní školu lakýrníků, která se koná jednou ročně. Tento kurz se skládá z teorie a praxe, trvá obvykle jeden nebo dva víkendy. Tato škola je pro THP zaměstnance, aby si mohli vyzkoušet, jak vlastně celá výroba probíhá. Díky tomu můžou lépe svůj produkt i prodat svému zákazníkovi a budou dobře rozumět celému systému výroby. Samozřejmě škola je i pro stávající lakýrník, aby se mohli neustále zdokonalovat.

Vzdělávání

Mezi již výše zmíněně systémy vzdělání jako jsou kurzy angličtiny pro THP pracovníky, nebo škola lakýrníků, firma provádí i školení první pomoci za účasti odborných pracovníků. Dalším důležitým školením uvnitř firmy je „školení mistrů a předáků“, cílem toho školení je aby se vedoucí naučili řídit své podřízené, aby delegovali svou práci taky, aby dokázali předávat informace od vedení firmy.

Dary a životní jubilea, sponzoring

Vedení firmy si svých zaměstnanců opravdu váží, když má někdo z nich nějaké významné jubileum, dokážete to ocenit a svého zaměstnance obdaruje ať finančně, věcně nebo v podobě poukázek.

Společnost hodně podporuje i různé nadace, sponzoruje různé spolky, nebo konání různých sportovních i kulturních akcí.

6.1.4 Vztahy s dodavateli

Se svými obchodními partnery jednájí na velmi profesionální úrovni. Snaží se udržet velmi dobrou platební morálku a nepoškodit tak své dobré jméno.

6.1.5 Vztahy vůči životnímu prostředí

Společnost je od roku 2010 držitelem certifikátu ISO 14001, tímto se zavázali k plnění požadavků, které budou zabezpečovat životní prostředí. Při navrhování nových výrobních technologiích se dbá na to, aby vše bylo vyrobeno a uděláno v souladu s životním prostředím a aby to nebylo jakkoliv škodlivé. Společnost také ví, jak má třídit a nakládat s odpady. Pro rok 2021 bude mít dokonce firma svoji vlastní čističku odpadních vod. Firma neustále zjišťuje možná rizika, zaznamenává je a průběžně obnovuje environmentální aspekty, které mohou mít vliv na životní prostředí při činnostech (např. emise, VOC a TOC, víření prachu, únik provozních kapalin, zvýšená hlučnost, manipulace a ukládání odpadu). Na základě vyhodnocení všech aspektů se určují každoročně cíle a programy na podporu životního prostředí. Nové investice směřují do modernějších technologií, což zaručí jak zvýšení kvality služeb tak i snížení dopadů na životní prostředí.

6.1.6 Vztahy ke státním orgánům

Společnost je v naprostém souladu se všemi zákony v České republice. Firma je podřízena například obchodnímu zákoníku, zákonu o účetnictví, zákoníku práce a jiných. Společnost se zodpovídá zdravotní pojišťovně, správě sociálního zabezpečení a také finančnímu úřadu, nesmíme zapomenout ani na hygienickou stanici.

6.2 Dotazníkové šetření

Dotazník se skládá z 20 otázek. Z toho 17 otázek je uzavřených s výběrem jedné možnosti a zbylé 3 odpovědi jsou otevřené. Dotazník byl anonymní. Osloveno bylo přibližně 50 zaměstnanců, dotazník vyplnilo 30 zaměstnanců, což považuji za relevantní.

V dotazníku jsem se především zaměřila na zaměstnance, jejich vztahy na pracovišti jak v kolektivu lidí, tak i na jejich vztahy s nadřízenými. Cílem bylo také zjistit, proč si myslí, že je etický kodex důležitý a zda by zaměstnanci o něho vůbec stáli.

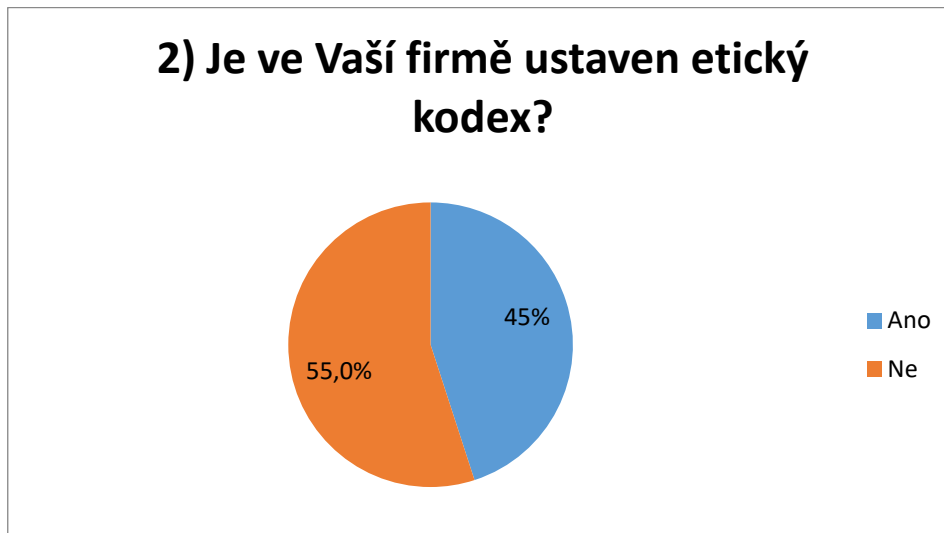
6.2.1 Vyhodnocení dotazníku

Jako první otázku jsem chtěla zjistit zda vůbec zaměstnanci ví co znamená podnikatelská etika. Zjistila jsem, že více než 80% zaměstnanců se s tímto pojmem již setkala.



Graf 1. Seznámení s pojmem podnikatelská etika (vlastní)

Další otázkou bylo, zda zaměstnanci ví, jestli mají ve firmě udaný etický kodex. Každopádně 55% zaměstnanců odpovědělo správně, že nemají ve firmě ustaven etický kodex.



Graf 2. Seznámení s pojmem etický kodex (vlastní)

Další otázkou, která mě zajímala, bylo, jestli si zaměstnanci myslí, že je etický kodex ve firmě důležitý. Většina zaměstnanců odpověděla, že etický kodex je důležitý, což znamená, že většina těchto zaměstnanců bude ráda, až bude etický kodex navržen.



Graf 3. Důležitost etického kodexu (vlastní)

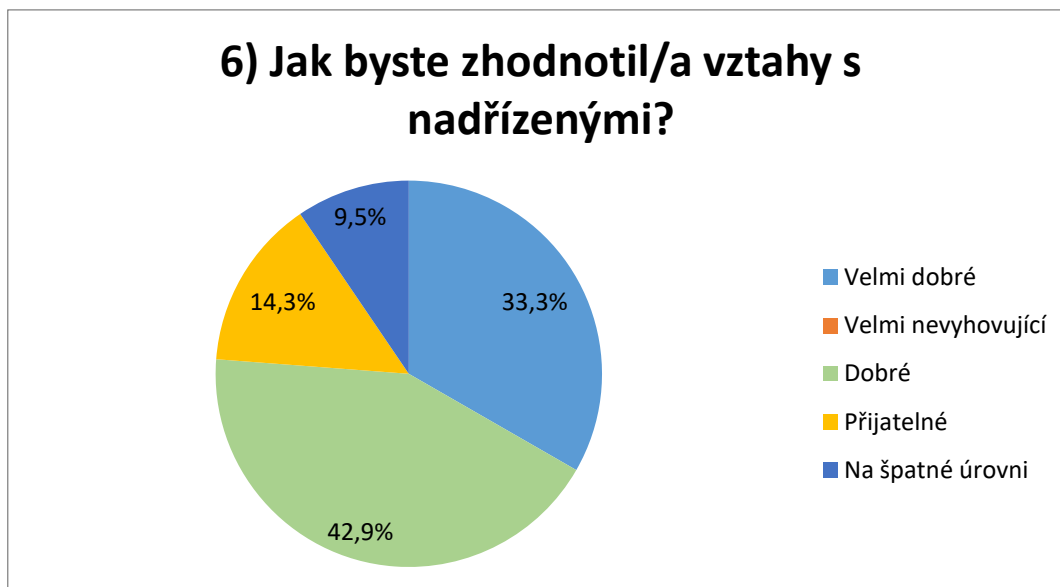
Čtvrtá otázka byla otevřená, ptala jsem se zaměstnanců proč si myslí že je etický kodex důležitý. Většina se shodla na tom, že by měly být stanovena určitá pravidla, která by se díky etickému kodexu měla dodržovat, (např. chování se k životnímu prostředí, k zaměstnancům, dodavatelům) aby společnost věděla kde má své hranice. Další důležitou odpovědí byla image firmy, což je správně, kodex má opravdu velký vliv na image firmy, ať už z pohledu zákazníka, dodavatele nebo široké veřejnosti.

Nejvíce mě tedy zajímaly vztahy na pracovišti, otázka zněla, jak by tyto vztahy zhodnotili. Přibližně 80 % zaměstnanců vychází se svými kolegy v práci. Z toho víc jak 30 % zaměstnanců má přátelské vztahy. Avšak jsou mezi zaměstnanci i lidé, kteří nejsou spokojeni se vztahy se svými kolegy. Na těchto vztazích by společnost určitě měla zapracovat



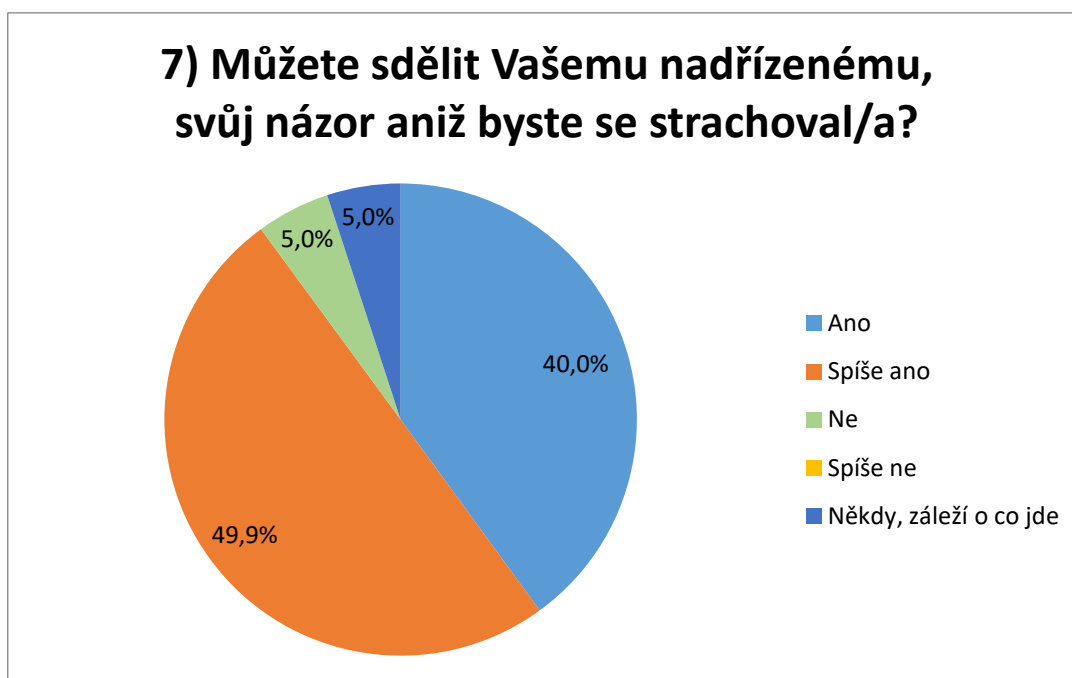
Graf 4. Zhodnocení vztahů na pracovišti (vlastní)

Další informace která mě zajímala, jak by zaměstnanci zhodnotili své vztahy s nadřízenými. Více jak většina zaměstnanců si na vztahy se svými nadřízenými nestěžuje a mají vztahy na vyhovující úrovni. Jsou tady ovšem i takoví zaměstnanci, kteří si vůbec nerozumí se svými nadřízenými. V této oblasti je určitě co pilovat.



Graf 5. Zhodnocení vztahů zaměstnanců s nadřízenými (vlastní)

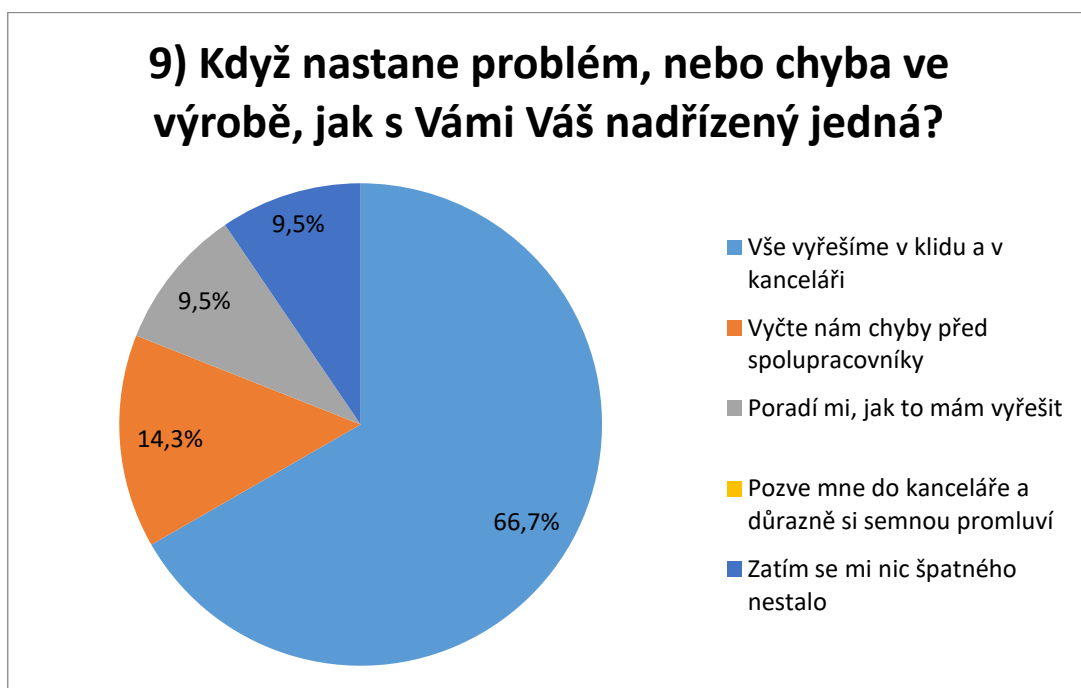
Důležitou součástí dobrých vztahů s nadřízeným je určitě i perfektní komunikace. Otázka číslo 7, zjišťuje, jestli nemají zaměstnanci strach říct svému nadřízenému svůj názor na cokoli. Přibližně 90 % zaměstnanců nemá problém řešit se svým nadřízeným úplně cokoli, a dokáže mu říct svůj názor na jakoukoliv věc. Jen pár lidí nedokáže jednat se svým nadřízeným na rovinu, některým zase záleží na tom, o čem se zrovna baví a co řeší a dle toho se až rozmyslí, jestli může říct svůj názor úplně naplno nebo ne.



Graf 6. Vztahy s nadřízeným (vlastní)

Otázka číslo 8 byla otevřenou formou, ale byla spjatá s otázkou číslo 7. Zajímalo mne tady, v jakém případě se bojí říct nadřízenému svůj názor. I když pár respondentů odpovědělo „Někdy, záleží, o co jde“, tak už dále nezodpověděli na tuto otázku. Je to docela škoda, byl by to velmi produktivní výsledek hodnocení, který bych mohla dále navrhnout do vedení společnosti a implementovat ho v etickém kodexu.

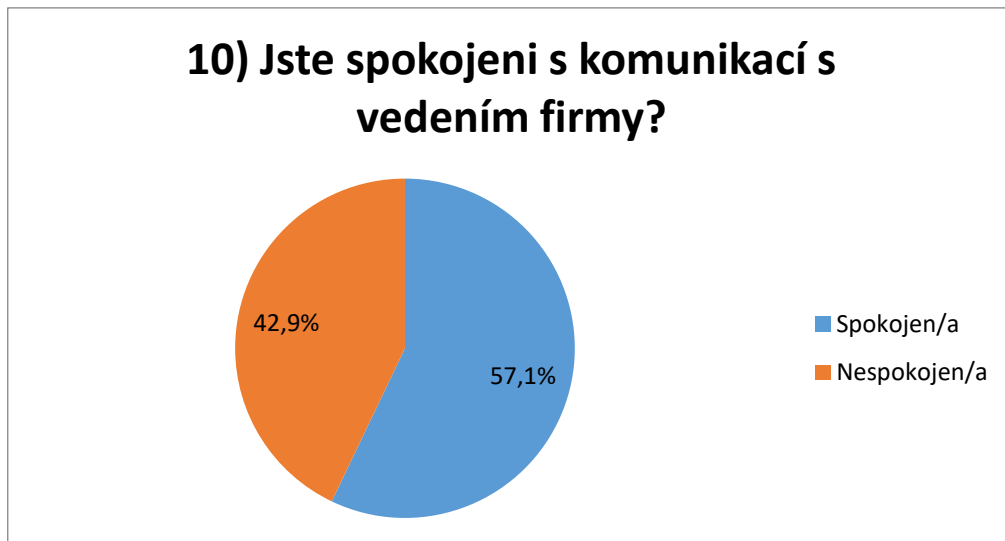
Pokud ve společnosti nastane jakýkoliv problém nebo chyba ve výrobě, tak skoro v 70%, nadřízených vyřeší tyto problémy v klidu v soukromí v jeho kanceláři. Tohle je nejlepší varianta jednání při této situaci, zaměstnanec se aspoň nemusí, cítím zahanbeně, než kdyby ho pokáral přede všemi. Jsou ale i mezi zaměstnanci takoví nadřízení, kteří pokárají zaměstnancem před celým kolektivem. Tady záleží na úhlu pohledu jak se na to podíváme tento způsob může zase vézt k motivaci, aby ostatní už žádné chyby neudělali, ale zase na druhou stranu může zaměstnanec ztratit motivaci k práci.



Graf 7. Jednání s nadřízeným (vlastní)

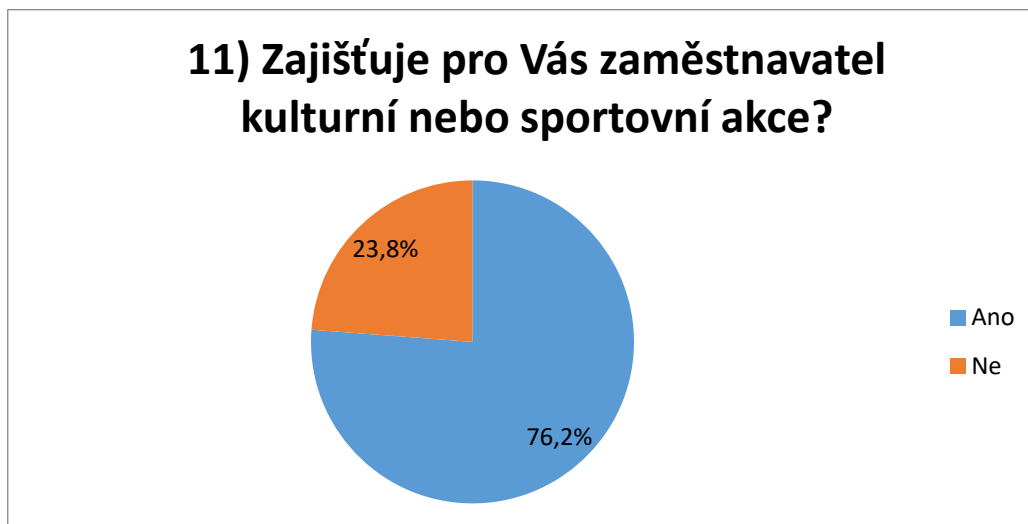
Komunikace ve firmě je velmi důležitá, hlavně předávání informací od vedení firmy. Ve společnosti je skoro 60 % zaměstnanců spokojených s komunikací s vedením firmy.

Samozřejmě management firmy předá informace, vedoucím pracovníkům a někdy se může stát, že tyto informace nebo alespoň část těchto informací už se nedostane dále, tomu by odpovídalo i těch 40% odpovědí, které nejsou spokojeni s informovaností ve firmě.



Graf 8. Spokojenost komunikace s vedením firmy (vlastní)

Utuzování vztahů, zlepšování a způsoby jakými se tyto vztahy zlepšují, jsou v následujících dvou otázkách. První otázkou je jestli zaměstnanci vůbec vědí, že firma pořádá sportovní nebo kulturní akce. Více jak polovina respondentů odpověděla, že zaměstnavatel pro ně dělá různé společenské akce. Těch zbylých víc jak 20%, bych usoudila, že byli špatně informováni, nebo spíše vůbec nejsou informováni .

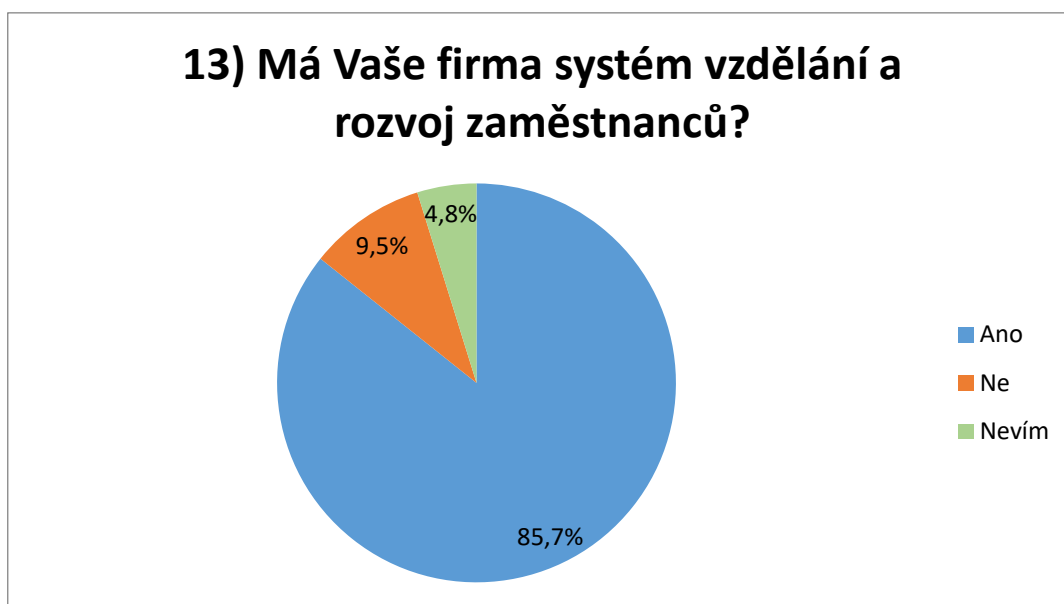


Graf 9. Zajišťování společenských akcí pro zaměstnance (vlastní)

Chtěla jsem vědět přímo i od zaměstnanců jaké akce pro ně zaměstnavatel zajišťuje. Takže tato otázka byla otevřená. Nadřízení nebo přímo majitel společnosti pro zaměstnance dělá různé teambuildingy, dle informací který mi byly, poskytnuty, nejsou ještě úplně

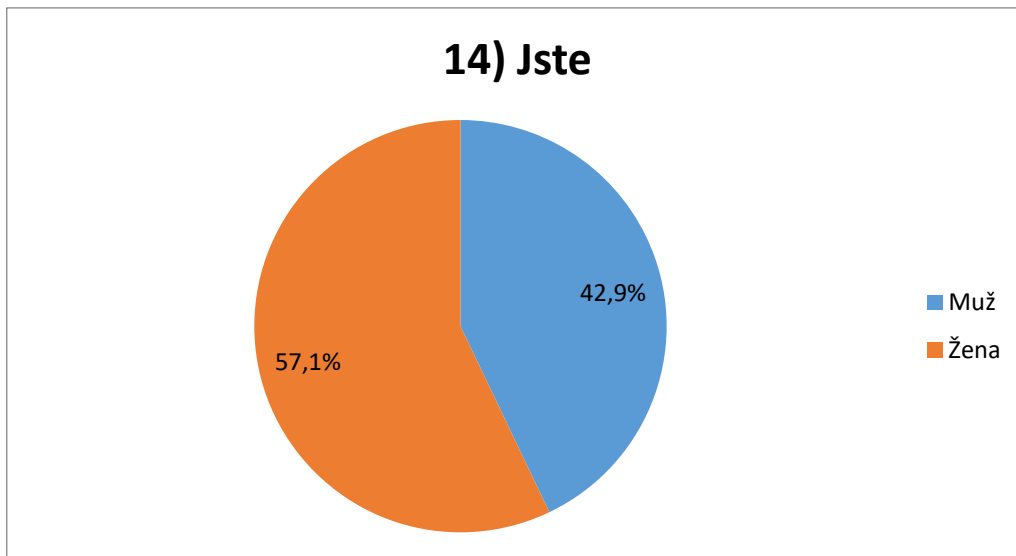
osvědčené, takže se pomalu na nich pracuje, aby bylo možné vše zlepšit. Firma zajišťuje pro všechny zaměstnance každoročně vánoční večírek, myslím, že tyto společensko - kulturní akce jsou velmi důležité pro utužování kolektivu celé firmy. Dalšími skvělými akcemi jsou určitě společná turistika a sportovní aktivity jako je fotbal. Fotbal je týmová hra, takže k utužování vztahů na pracovišti a poznání se třeba lépe je to velmi dobrý nápad.

Systém vzdělání a rozvoje zaměstnanců, více jak 80% odpovědělo, že firma tento systém má, 10%, zaměstnanců si myslí, že firma nijak nepodporuje vzdělání a rozvoje svých zaměstnanců. Což zase svědčí o špatné informovanosti z vedení společnosti.



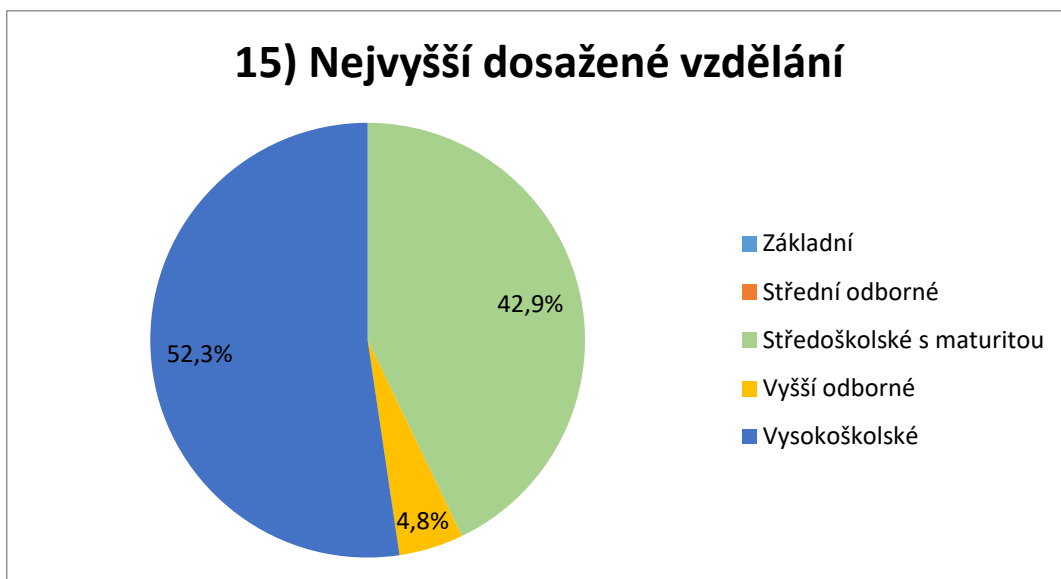
Graf 10. Systém vzdělání a rozvoj zaměstnanců (vlastní)

Více jak polovina zaměstnanců kteří odpověděli, byly ženy. Složení mužů i žen v této společnosti je poměrně vyvážené.



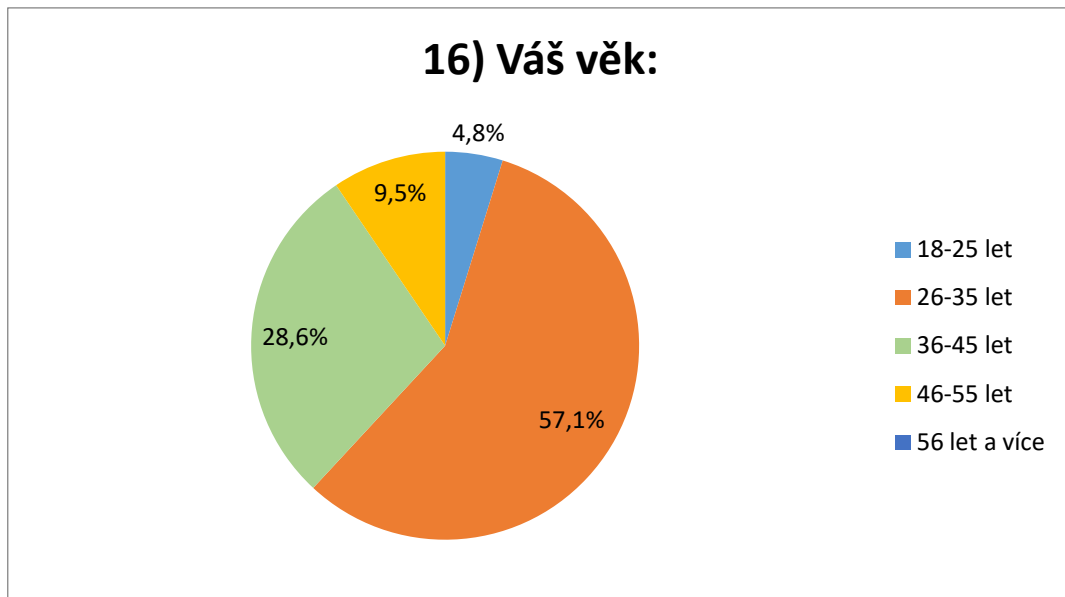
Graf 11. Pohlaví respondentů (vlastní)

Nejvíce respondentů, kteří odpověděli na tento dotazník měli vysokoškolské vzdělání a středoškolské s maturitou. Výsledky by poměrně odpovídaly tomu, že většina respondentů byla z oblasti THP pracovníků.



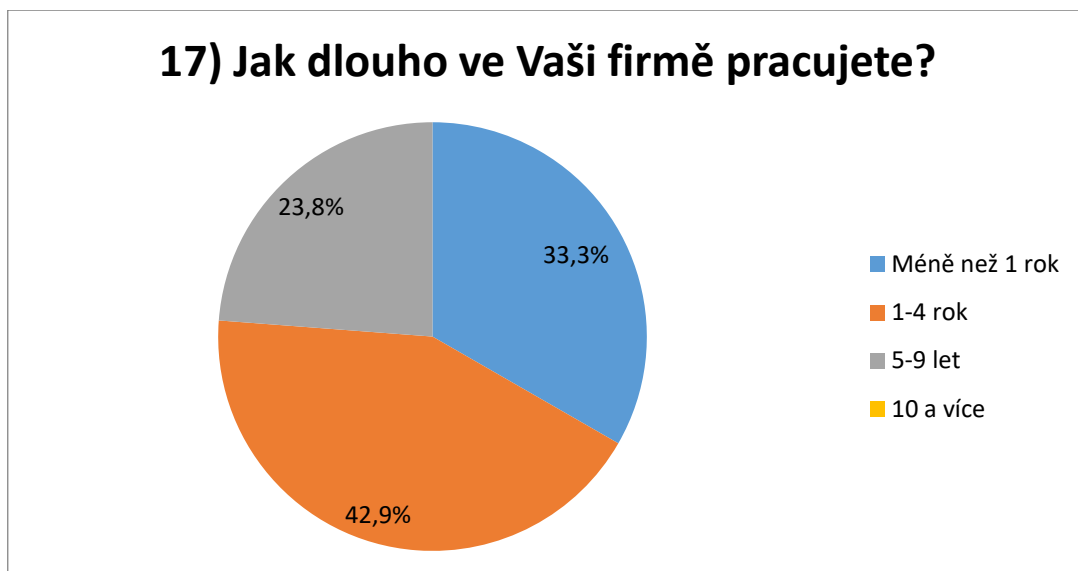
Graf 12. Nejvyšší dosažené vzdělání u respondentů (vlastní)

Dle věkového rozhraní lze říci, že se jedná o firmu, s mladým kolektivem zaměstnanců. Firma má mezi sebou i starší a zkušenější lidi.



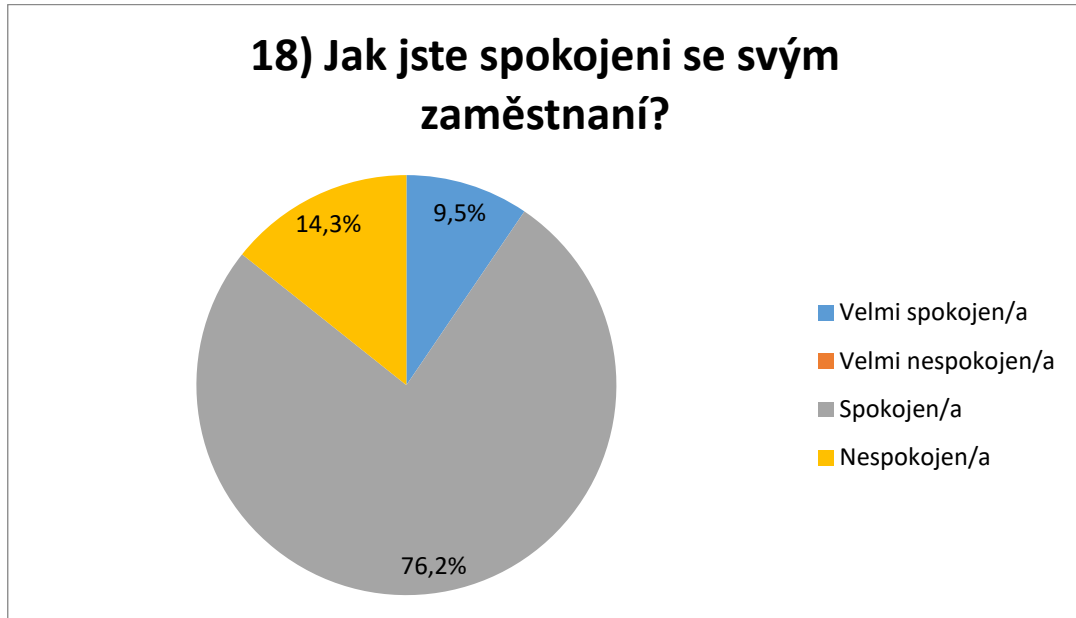
Graf 13. Věková struktura zaměstnanců (vlastní)

Nejvíce zaměstnanců je ve firmě 1-4 roky, je tu i spousta nových lidí kteří v této společnosti nejsou ještě ani jeden rok, pak je tu kolektiv lidí který tady pracuje již delší dobu.



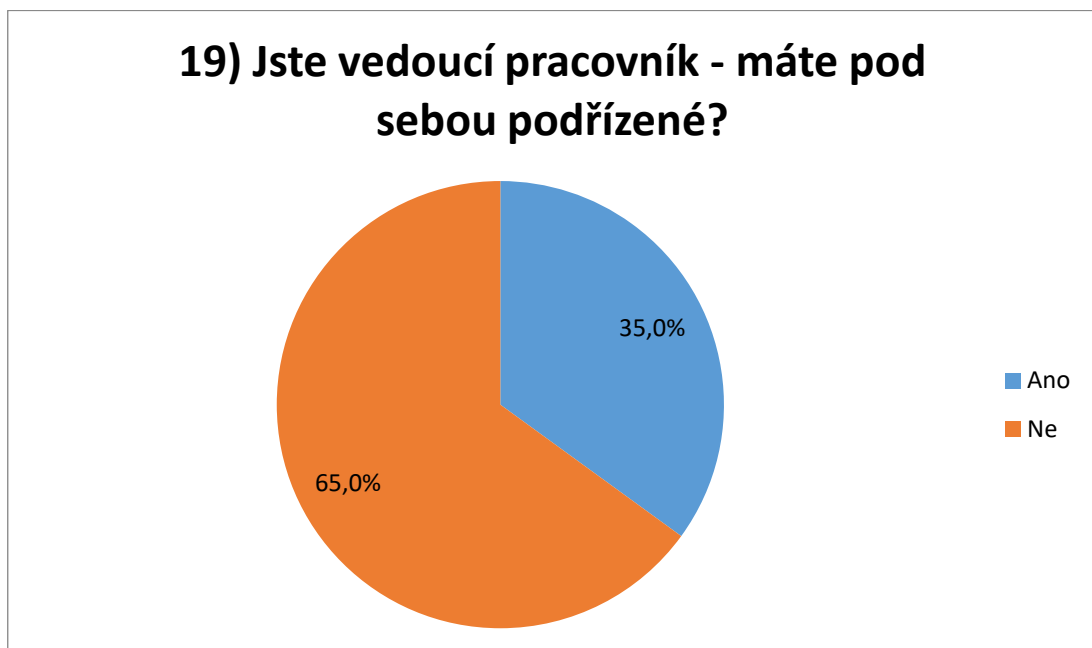
Graf 14. Počet odpracovaných let (vlastní)

Důležitým aspektem je, jestli jsou lidi spokojení se svým zaměstnáním. Skoro 80% zaměstnanců je spokojeno svým zaměstnáním, ale téměř 15% vůbec se svým zaměstnáním spokojena není.



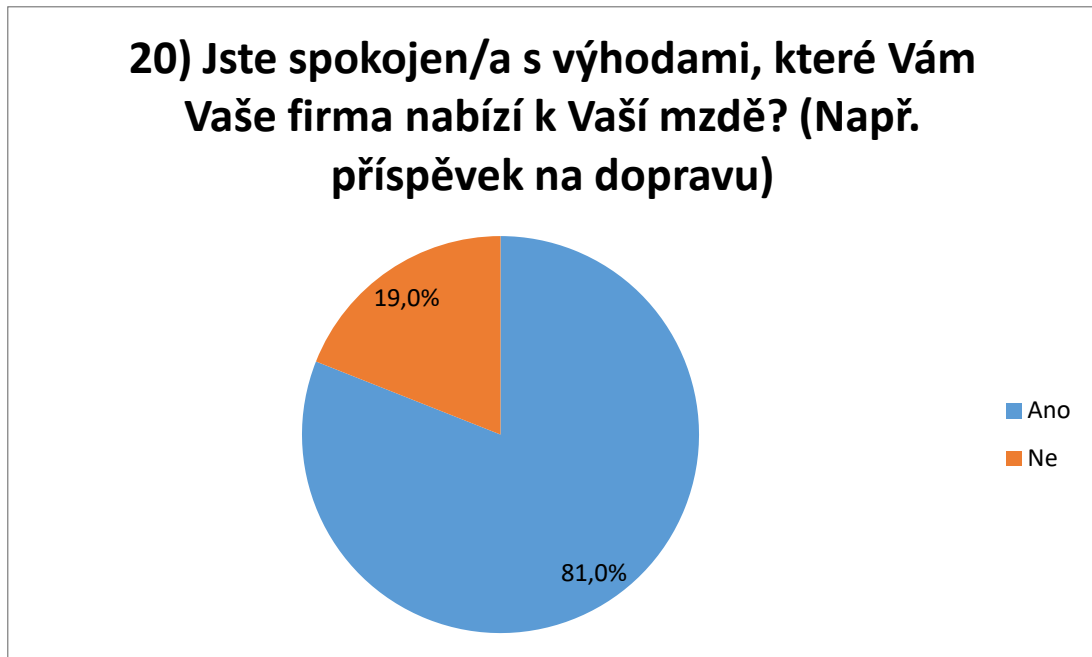
Graf 15. Spokojenost se svým zaměstnáním (vlastní)

Většina respondentů, která odpovídala na tento dotazník nejsou vedoucími pracovníky.



Graf 16. Vedoucí pozice (vlastní)

Poslední otázku, na kterou jsem se zaměřila byla jestli jsou zaměstnanci spokojeni s výhodami které jsou jim poskytnuty ke mzdě. Většina zaměstnanců odpověděla, že spokojeni, ale jsou tady i zaměstnanci, kterým se nabízené benefity nelíbí.



Graf 17 Spokojenost s výhodami ke mzdě (vlastní)

7 DOPORUČENÍ VYPLÝVAJÍCÍ Z ANALÝZY SOUČASNÉHO STAVU PODNIKOVÉ ETIKY A OPOVĚDNOSTI

V této části bych se chtěla zaměřit na odpovědi vyplývající z dotazníkového šetření, které vyplňovali zaměstnanci firmy.

Většina zaměstnanců se již s pojmem, podnikatelská etika a etický kodex setkala. Co ale spousta zaměstnanců neví, nebo si to možná pletou i s něčím jiným je, jestli má firma zaveden etický kodex. Ve firmě zatím etický kodex zaveden není, ale naprosto souhlasím a sem velice ráda že opravdu spousta zaměstnanců souhlasí s tím, že je etický kodex důležitý. Takže bych stoprocentně, zkusila navrhnout etický kodex který by zavedl určitý řád, ve kterém budou jasně stanovena pravidla chování.

Na vztazích jak se svými nadřízeným, ale i se všemi spolupracovníky je potřeba určitě zapracovat. Dle výsledků dotazníků nejsou úplně nejhorší, rozhodně je ale třeba pracovat na zlepšení. Nadřízení by si určitě měli zachovat svůj respekt, ale pokud se jedná o problém ve výrobě nebo nějakou chybu, tak by se měli zachovat klidně, vyřešit vše v soukromí a při nejlepším ještě poradit jak to může napravit, přesně takhle i odpověděla většina zaměstnanců. Skoro 15% zaměstnanců mělo problém se svým nadřízeným, že jim chyby vyčetl před ostatními, nicméně si nemyslím, že je to zrovna výborný přístup ke zlepšení vztahů. Co se týče komunikace s nadřízeným, tak převážná část zaměstnanců nemá problém řešit cokoli se svým nadřízeným. Kdybychom se zaměřili zase na komunikaci s vedením firmy tak přibližně 60% zaměstnanců je spokojeno s informovaností. Potom ale, když si projdu jednotlivé odpovědi, tak jsem zjistila, že největší problém bude v tom předání těch informací.

To že firma zajišťuje svým zaměstnancům sportovní nebo kulturní vyžití ví převážná část zaměstnanců, ta zbývající co odpověděla, že firma žádné akce nezajišťuje je zase jen špatně informovaná. Vedení firmy svým zaměstnancům zajišťuje teambuildingy, sportovní akce (fotbal), vánoční večírek, turistika. Všechny tyto podněty na aktivitu mimo firemní půdu jsou základem pro utužování a vylepšování kolektivu pracovníků.

V systému vzdělávání a rozvoje zaměstnanců odpovědělo 86% zaměstnanců, že ví, že zaměstnavatel je podporuje ve svém dalším vzdělání a rozvoji.

Převážná část zaměstnanců je se svým zaměstnáním spokojena, u zbylé části, která je nespokojena bych zjišťovala informace o tom, proč nejsou spokojeni.

Spousta zaměstnanců odpověděla, že je spokojena s výhodami, které dostává ke mzdě. Objevili se však i jedinci, kteří s tím nejsou spokojeni. Pro bližší zjištění bych se dále zajímala o to, co by chtěli změnit nebo doplnit.

8 NÁVRH ETICKÉHO KODEXU PRO SPOLEČNOST HAJDIK A.S.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že vztah na pracovišti ať už mezi nadřízeným a zaměstnancem, nebo kolektiv zaměstnanců celkově, není na nejlepší úrovni. Tyto vztahy by se mohli zlepšit anebo přinejmenším upravit pomocí etického kodexu.

Etický kodex ocení všichni zaměstnanci včetně vedení firmy, protože díky němu budou mít obecná pravidla chování, jak se zachovat v kterých situacích, co je pro ně správné a co ne.

8.1 Etický kodex Hajdik a.s.

Preambule

Tento kodex byl vytvořen za účelem stanovení jasných pravidel a norem, které všichni zaměstnanci přijímají a respektují. Všichni zaměstnanci si uvědomují a berou na vědomí, že fungování etického kodexu je velmi důležitým krokem ke zlepšení vztahů s dodavateli, zákazníky a vede i k velkému rozvoji této společnosti.

Nejdůležitějším důvodem proč firma požaduje kodex je zlepšení vztahů zaměstnanců uvnitř firmy a hlavně aby měla firma dobrou image.

I. Vztah majitele vůči společnosti

- Bude chránit zdraví a bezpečnost svých zaměstnanců, dodavatelů a zákazníků
- Ke všem stakeholderům se bude chovat s respektem a úctou.
- Zavazuje se chránit dobré jméno a image firmy.
- Bude ochraňovat veškerý majetek firmy.
- O oblasti veřejnosti, bude poskytovat co nejpřesnější a nejpravdivější informace.
- Přijímá odpovědnost za výbornou kvalitu svých výrobků.

II. Vztah zaměstnance vůči společnosti

- Pracovat v souladu se zákoníkem práce a své pracovní smlouvy.
- Pracovníci zodpovídají za svou práci, tak aby neškodili nijak firmě.
- Pracovníci jednají jakýmkoliv způsobem, čestně a férově, tak aby nikdy neublížili dobrému jménu firmy.

III. Vztahy se zákazníky

- Všechny informace od zákazníků jsou důvěrné a nebudou se dále šířit.
- Termín dokončení výroby a kvalita výrobku je vždy důležitá.
- Úroveň úspěšného obchodního jednání, musí být na dobré kvalitě, ke svým zákazníkům se budu chovat slušně, čestně a férově.
- Veškeré informace které se kdekoliv objeví, nebudou klamavé, ale budou úplné a pravdivé.

IV. Vztahy s dodavateli

- Společnost bude, dbát na kvalitní jednání s dodavateli, bude se k nim chovat čestně a férově.
- Výběr dodavatelů je v souladu s pravidly obchodní soutěže.
- Všechny nesrovnalosti, které vzniknou při převzetí zboží bude firma řešit napřímo s dodavatelem.
- Zaměstnanci firmy mohou od svých obchodních partnerů přijímat jen dary, které jsou nakoupeny jako reprezentační dar, nemůžou však přijímat žádné úplatky.
- Firma bude podávat pravdivé informace o svojí ekonomické situaci.

V. Vztahy se zaměstnanci

- Společnost zajistí pro zaměstnance bezpečné pracovní podmínky.
- Vztahy na pracovišti se budou zakládat na férovosti, důvěře a respektu.
- Zaměstnance nebude žádným způsobem diskriminovat.
- Zaměstnance informovat, po každé schůzce vedení.

VI. Vztahy s konkurencí

- Společnost, nikdy nebude poškozovat ani nijak jinak hanebně osočovat konkurenci.
- Ke konkurenci se bude firma chovat s respektem a tolerantně.

VII. Vztahy ke státním orgánům

- Při svém podnikání budeme pravdivě informovat všechny orgány státní správy.

- Společnost je zavázaná držet se zákoníku práce, a jiných zákoníků.
- Firma se zavazuje, že bude pravdivě vést účetnictví.

VIII. Vztahy k životnímu prostředí

- Neustále zlepšování se v recyklaci a třídění odpadů.
- Veřejnosti budeme poskytovat informace o naší environmentální politice.

IX. Sankce

- Jsou určeny při porušení jakéhokoliv bodu z etického kodexu.
- Při prvním porušení kodexu bude mírné pokárání, jestliže se to bude opakovat, tak to bude bráno jako porušení pracovní kázně.

X. Závaznost etického kodexu

- Etickým kodexem se musí řídit všichni zaměstnanci.
- Každý svým podpisem stvrzuje, že je seznámen se všemi podrobnosti a že se zavazuje k jejich dodržování.

ZÁVĚR

Podnikatelská etika a společenská odpovědnost, firem je v poslední době velmi aktuální tématem, které mnohé firmy řeší. Mým cílem, na který jsem se zaměřila, bylo, zjistit vztahy jak uvnitř společnosti, tak i vztahy společnosti ke svému blízkému okolí (dodavatelé, stát, zákazníci nebo životní prostředí).

Na základě všech úspěšně získaných odpovědí, byl sestaven, etický kodex. Etický kodex, je opravdu velmi důležitý dokument, který nám při nejasnostech v podnikání, či určitých rozhodování může hodně pomoci. Proto bych doporučila všem firmám, aby se zaměřili na to vytvořit tento kodex. Etický kodex nesjedná rád jen uvnitř firmy, ale přinese mnoho nových příležitostí i z vnějšku. Mnoho zákazníků, totiž uznává spíše firmy, které již mají zaveden a zaběhnutý etický kodex a je jim jedno že si mnohdy za služby třeba i připlatí.

Se zavedením etického kodexu musí souhlasit všichni zaměstnanci, a je nejlepší když si ho stanovují společně se svým managementem. Aby také etický kodex fungoval správně a měl správný význam, musí, sním vedení společnosti všechny zaměstnance seznámit. Samozřejmě je velmi důležité aby všichni etický kodex dodržovali, motivací k dodržování stanovených pravidel jsou většinou sankce, které jsou uvedeny také v kodexu v případě porušení dokumentu.

Určitě bych i kromě etického kodexu, vyzvala některého ze zaměstnanců, zda by se nechtěl stát firemním ombudsmanem. Pracovníci by svěřili své potřeby a problémy co jich tíží, a on by se po poradě s vedení firmy snažil dané situace vyřešit.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BLÁHA, Jiří a Zdeněk DYTRT. *Manažerská etika*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-084-8.
- BOHATÁ, Marie, Pavel SEKNIČKA a Marián ŠEMRÁK. *Úvod do hospodářské etiky*. Praha: Codex Bohemia, 1997. ISBN 80-85963-40-X.
- DYTRT, Zdeněk. *Manažerská etika v otázkách a odpovědích: jde morálka a úspěch v byznysu dohromady?*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3344-6.
- KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-80-7435-095-5.
- KRYMLÁKOVÁ, Hana. *Etika a odpovědnost organizace*. Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009. ISBN 978-80-248-2092-7.
- KUNZ, Vilém. *Společenská odpovědnost firem*. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3983-0.
- PUTNOVÁ, Anna a Pavel SEKNIČKA. *Etické řízení ve firmě: nástroje a metody: etický a sociální audit*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.
- ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii: metodologické postupy integrace etiky do podnikové strategie*. Vyd. 3., rozš., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing, 2007. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-87071-45-8.
- ŠEVČÍK, Stanislav. *Podnikatelská etika*. Praha: Vysoká škola aplikovaného práva, 2005. ISBN 80-86775-06-2.
- ŠMAJS, Josef, Bohuslav BINKA a Ivo ROLNÝ. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha: Grada, 2012, 192 s. ISBN 978-80-247-4293-9.
- VELASQUEZ, Manuel G. *Business ethics: concepts and cases. Pearson new international edition*. Harlow: Pearson, 2014, 430 s. ISBN 978-1-292-02281-9.

ZADRAŽILOVÁ, Dana. *Společenská odpovědnost podniků: transparentnost a etika podnikání*. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-192-5.

Internetové zdroje:

Nelakujemete.cz. *Nelakujemetě: Hajdik .a.s* [online]. Jablůnka: KHS.digital, © 2020 [cit. 2020-08-10]. Dostupné z: <https://www.nelakujemete.cz>

Hajdik a.s. *Hajdik .a.s* [online]. Jablůnka: Hajdik, © 2020 [cit. 2020-08-10]. Dostupné z: <https://www.hajdik.com/>

BusinessInfo.cz. *BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. Praha: CzechTrade, ©1997 [cit. 2020-08-19]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/spolecenska-odpovednost-firem-pruvodce>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Aj. a jiné

Apod. a podobně

Atd. a tak dále

CSR společenská odpovědnost organizace

Např. například

THP technicko hospodářský pracovník

Tzn. to znamená

Tzv. takzvaně

SEZNAM OBRÁZKŮ

| | |
|--|----|
| Obr. 1. Logo firmy (Nelakujemete, 2020)..... | 27 |
| Obr. 2. Hodnoty a cíle (Nelakujemete, 2020)..... | 29 |

SEZNAM TABULEK

| | |
|--|----|
| Tab. 1. Organizační struktura v podniku [interní zdroje] | 28 |
|--|----|

SEZNAM GRAFŮ

| | |
|--|----|
| Graf 1. Seznámení s pojmem podnikatelská etika (vlastní)..... | 34 |
| Graf 2. Seznámení s pojmem etický kodex (vlastní) | 35 |
| Graf 3. Důležitost etického kodexu (vlastní) | 35 |
| Graf 4. Zhodnocení vztahů na pracovišti (vlastní) | 36 |
| Graf 5. Zhodnocení vztahů zaměstnanců s nadřízenými (vlastní)..... | 37 |
| Graf 6. Vztahy s nadřízeným (vlastní)..... | 37 |
| Graf 7. Jednání s nadřízeným (vlastní) | 38 |
| Graf 8. Spokojenost komunikace s vedením firmy (vlastní) | 39 |
| Graf 9. Zajišťování společenských akcí pro zaměstnance (vlastní) | 39 |
| Graf 10. Systém vzdělání a rozvoj zaměstnanců (vlastní)..... | 40 |
| Graf 11. Pohlaví respondentů (vlastní) | 41 |
| Graf 12. Nejvyšší dosažené vzdělání u respondentů (vlastní) | 41 |
| Graf 13. Věková struktura zaměstnanců (vlastní) | 42 |
| Graf 14. Počet odpracovaných let (vlastní) | 42 |
| Graf 15. Spokojenost se svým zaměstnáním (vlastní)..... | 43 |
| Graf 16. Vedoucí pozice (vlastní)..... | 43 |
| Graf 17 Spokojenost s výhodami ke mzdě (vlastní)..... | 44 |

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: DOTAZNÍK PRO ZAMĚSTNANCE

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK PRO ZAMĚSTNANCE

Vážený pane/paní,

jsem studentkou 3. ročníku Fakulty managementu a ekonomiky na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

V současné době se připravuji na státní závěrečnou zkoušku, jejíž nedílnou součástí je obhajoba bakalářské práce. Ve své bakalářské práci jsem si vybrala téma Analýza podnikatelské etiky a odpovědnosti ve vybrané firmě. Cílem mé práce je prozkoumat současný stav podnikatelské etiky a odpovědnosti ve Vaší firmě.

Obracím se na Vás s prosbou o vyplnění níže uvedeného dotazníku, který mi pomůže vyhodnotit, a navrhnou možná řešení na zlepšení situace ve Vaší firmě.

Dotazník je anonymní a slouží pouze k účelům k vypracování mé bakalářské práce. Vámi zvolené odpovědi zaškrtněte, popř. napište na vyznačené místo. Pokud není uvedeno jinak, zvolte,

prosím, jen jednu odpověď.

Děkuji Vám za Váš čas a ochotu při vyplnění dotazníku.

Michaela Pagáčová

1) Setkal/a jste se někdy s pojmem podnikatelská etika?

a) Ano

b) Ne

2) Je ve Vaší firmě ustaven etický kodex?

a) Ano

b) Ne

3) Domníváte se, že je etický kodex důležitý a proč?

a) Ano

b) ne

4) Pokud jste odpověděli ano, uveďte prosím důvod:.....

5) Jak byste zhodnotil/a vztahy se spolupracovníky na pracovišti.

- a) Velmi přátelské
- b) velmi nevyhovující
- c) dobré
- d) přijatelné
- e) nemohu posoudit

6) Jak byste zhodnotil/a vztahy s nadřízenými.

- a) Velmi dobré
- b) Velmi nevyhovující
- c) dobré
- d) přijatelné
- e) na špatné úrovni

7) Můžete sdělit Vašemu nadřízenému, svůj názor aniž byste se strachoval/a?

- a) Ano
- b) spíše ano
- c) ne
- d) spíše ne
- e) někdy, záleží, o co jde

Pokud jsem odpověděli za e), odpovězte prosím na otázku č. 7, pokud ne na otázku neodpovídejte.

8) V jakém případě byste Vašemu nadřízenému neřekl svůj názor?

Vaše odpověď:.....

9) Když nastane problém, nebo chyba ve výrobě, jak s Vámi Váš nadřízený jedná:

- a) vše vyřešíme v klidu a v kanceláři
- b) vyčte nám chyby před spolupracovníky
- c) poradí mi, jak to mám vyřešit
- d) pozveme mě do kanceláře a razantně si semnou promluvit
- e) zatím se mi nic špatného nestalo

10) Jste spokojeni s komunikací s vedením firmy?

(např. Informovanost ohledně změn, atd.)

- a) spokojen/a
- b) nespokojen/a
- c) jen někdy

11) Zajišťuje pro Vás zaměstnavatel kulturní nebo sportovní akce?

- a) Ano
- b) ne

12) Pokud Vaše otázka byla ano, tak jaké aktivity Vám zaměstnavatel nabízí:

Vaše odpověď:.....

13) Má Vaše firma systém vzdělávání a rozvoje zaměstnanců?

- a) Ano
- b) ne

14) Jste:

- a) muž
- b) žena

15) Nejvyšší dosažené vzdělání:

- a) základní
- b) střední odborné
- c) středoškolské s maturitou
- d) vyšší odborné
- e) vysokoškolské

16) Váš věk:

- a) 18-25 let
- b) 26-35 let
- c) 36-45 let
- d) 46-55 let
- e) 56 a více let

17) Jak dlouho pracujete ve firmě Hajdík a.s.?

- a) Méně než 1 rok
- b) 1-4 roky
- c) 5-9 let
- d) 10 a více let

18) Jak jste spokojeni se svým zaměstnáním:

- a) velmi spokojen/a
- b) velmi nespokojen/a
- c) spokojen/a
- d) nespokojen/a

19) Jste vedoucí pracovník, máte pod sebou podřízené?

a) Ano

b) ne

**20) Jste spokojen/a s výhodami, které Vám Vaše firma nabízí k vaší mzdě?
(např. příspěvek na dopravu)**

a) Ano

b) Ne