

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Etika a korektnost v podnikání**

**Ethics and correctness in business**

David Táborský

Plzeň 2013

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2012/2013

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **David TÁBORSKÝ**  
Osobní číslo: **K09B0336P**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management obchodních činností**  
Název tématu: **Etika a korektnost v podnikání**  
Zadávající katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

### Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Zpracujte teoretický základ zkoumané problematiky.
2. Formulujte hlavní problémy v etice a korektnosti na trhu B-B.
3. Analyzujte situaci v oblasti etiky a platební morálky v ČR.
4. Charakterizujte evropskou zkušenost a úpravu dané problematiky.
5. Formulujte závěry.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 60**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- **DYTRT, Zdeněk.** *Dobré jméno firmy. 1. vyd. Praha: Alfa Publishing, 2006, 137 s. ISBN 80-86851-45-1.*
- **ROLNÝ, Ivo, Lacina, Lubor.** *Globalizace-etika-ekonomika. 2. roz. vyd. Věrovany: Jan Piszkiwicz, 2004, 298 s. ISBN 80-86768-04-X.*
- **THOMSON, Mel.** *Přehled etiky. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, 167 s. ISBN 80-7178-806-6.*
- **VANĚK, Jiří.** *Obecná, ekonomická a informační etika. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, 252 s. ISBN 7357-504-5.*

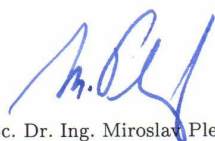
Vedoucí bakalářské práce:

**Doc. Ing. Petr Cimler, CSc.**

Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: **31. října 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **3. května 2013**



Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný  
děkan



Doc. Ing. Petr Cimler, CSc.  
vedoucí katedry

V Plzni dne 31. října 2012

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma:

*„Etika a korektnost v podnikání“*

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne .....

.....

podpis autora

## Obsah

|  |    |
|--|----|
| Úvod .....   | 7  |
| 1 Výsledky průzkumu ČSOB Faktoring .....                                     | 9  |
| 2 Etika .....  | 11 |
| 2.1 Význam slova etika .....   | 11 |
| 2.2 Základní přístupy etiky .....  | 11 |
| 3 Morálka .....  | 13 |
| 3.1 Charakteristika morálky .....  | 13 |
| 3.2 Mravní normy .....   | 14 |
| 3.2.1 Morálka a právo .....  | 14 |
| 3.3 Korektnost .....   | 15 |
| 4 Podnikatelská etika .....  | 16 |
| 4.1 Charakteristika podnikatelské etiky .....                                | 16 |
| 4.2 Klíčové hodnoty pro tržní ekonomiku .....                                | 17 |
| 4.2.1 Svoboda .....  | 19 |
| 4.2.2 Spravedlnost .....   | 19 |
| 4.2.3 Odpovědnost .....  | 20 |
| 4.2.4 Pokrok .....   | 21 |
| 4.3 Ekonomické důvody naplňování podnikatelské etiky v tržní ekonomice ..... | 21 |
| 5 Hlavní problémy podnikatelské etiky .....                                  | 24 |
| 5.1 B2B trh .....  | 24 |
| 5.1.1 Vztahy k obchodním partnerům .....                                     | 24 |
| 5.1.2 Vztahy vůči konkurenci .....   | 26 |
| 5.2 B2C trh .....  | 28 |
| 5.2.1 Reklama .....  | 28 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 5.3   | B2E.....  | 29 |
| 5.3.1 | Diskriminace.....   | 31 |
| 5.4   | B2G.....  | 34 |
| 5.4.1 | Korupce .....   | 34 |
| 5.5   | Shrnutí etických problémů podnikatelské etiky .....                 | 35 |
| 6     | Řízení pohledávek .....   | 37 |
| 7     | Právní rámec pozdě placených faktur.....                            | 39 |
| 7.1   | Směrnice 2000/35/ES .....   | 39 |
| 7.2   | Směrnice 200/35/ES v českém obchodním zákoníku .....                | 39 |
| 7.3   | Nová směrnice 2011/7/EU a novela českého obchodního zákoníku.....   | 41 |
| 8     | Dotazníkové šetření – platební morálka severočeských firem .....    | 42 |
| 8.1   | Způsob provedení a výchozí parametry .....                          | 42 |
| 8.2   | Dotazník – výsledky jednotlivých otázek.....                        | 44 |
| 8.3   | Závěry dotazníkového šetření.....                                   | 50 |
| 9     | Dotazníkové šetření – vnímání podnikatelské etiky studenty FEK..... | 52 |
| 9.1   | Způsob provedení a výsledky jednotlivých otázek.....                | 52 |
| 9.2   | Shrnutí výsledků dotazníkového šetření mezi studenty .....          | 57 |
| 10    | Závěr.....  | 59 |
|       | Seznam obrázků.....   | 60 |
|       | Seznam tabulek.....   | 62 |
|       | Seznam použitých zkratk .....                                       | 63 |
|       | Seznam použitých zdrojů.....  | 64 |

## Úvod

*„Jestli je člověk ředitelem společnosti, která nevyrábí žádné výrobky, nemá žádné zaměstnance, neprodukuje žádný odpad, tak v tom případě se tento člověk nemusí zabývat žádnými základními morálními standardy, tak jako podnikatelskou etikou.“ [20, s. 56]*

Být ředitelem takovéto společnosti by bylo bezesporu krásné. V takový moment svojí podnikatelskou činností neovlivňujete prakticky nikoho a jakékoliv morální standardy či dokonce etické ideály vás nemusí zajímat. Být ředitelem této společnosti se nikomu nepoštěstí. Lidé žijí ve společnosti jiných lidí, protože zjistili, že to přináší řadu výhod. Mezi tu největší patří bezesporu výhoda ekonomická, kdy se pomocí dělby práce lidé specializují na výrobu různých statků dle svých osobních dispozic. Ševce bude dělat zručný člověk, kováře „silák“. Švec ale ke svému povolání potřebuje mimo jiné nástroje, které je schopen vyrobit jen kovář. A kovář jistě bude chtít chodit v botách. V tento moment se oba zúčastnění setkávají a ovlivňují jeden druhého. Je zapotřebí najít pravidla, která zjednoduší celý proces a podnikatelská etika je jen logickým vyústěním tohoto procesu. [12]

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zmapování etiky v podnikání s návazností na platební morálku firem. Mezi další cíle patří zmapování vnímání podnikatelské etiky studenty Fakulty ekonomické na ZČU, tj. budoucí generace manažerů, ekonomů, podnikatelů a zaměstnanců, kteří budou tvořit budoucí podnikatelské prostředí.

První kapitola pojednává o průzkumu platební morálky českých firem a je v něm možné vidět zhoršující se trend v této oblasti.

Druhá a třetí kapitola obsahuje základní pojmy, které souvisí s etikou, korektností a morálkou.

Čtvrtá a pátá kapitola pojednává o podnikatelské etice, o jejím vnímání v různých kulturách, o ekonomických důvodech naplňování podnikatelské etiky v tržní ekonomice včetně jejích hlavních problémů.

Šestá kapitola obsahuje teoretické základy řízení pohledávek, jejich výhod a nevýhod.

Sedmá kapitola je věnována evropské zkušenosti s pozdě placenými fakturami a právnímu rámci takto placených závazků na území České republiky.

Poslední dvě kapitoly jsou věnovány dotazníkovým průzkumům. První dotazníkové šetření probíhalo mezi severočeskými firmami a zjišťovalo jejich současné vnímání platební morálky. Druhé dotazníkové šetření probíhalo mezi studenty Fakulty ekonomické na Západočeské univerzitě v Plzni a zjišťovalo vnímání podnikatelské etiky a její užitečnosti mezi danou skupinou.



## 1 Výsledky průzkumu ČSOB Faktoring

V srpnu 2012 společnost ČSOB Faktoring publikovala na svých internetových stránkách výsledky svých analýz ohledně platební morálky českých firem včetně výsledků platební morálky jejich nejčastějších exportních partnerů. Tento průzkum byl hlavním důvodem pro napsání této bakalářské práce, jež si klade za cíl zmapování etiky v podnikání s návazností na platební morálku firem.

**Tab. č. 1: Platební morálka v rámci Evropské unie (údaje jsou uvedeny ve dnech)**

|           | Průměrná návratnost pohledávek od vystavení faktury |           |           | Průměrná doba placení pohledávek po dni splatnosti |           |           |
|-----------|---|-----------|-----------|--|-----------|-----------|
|           | 6/2012  | 2011      | 2010      | 6/2012   | 2011      | 2010      |
| Německo   | 39  | 39        | 40        | -3   | -1        | 6         |
| Slovensko | 70  | 72        | 76        | 8  | 8         | 8         |
| <b>ČR</b> | <b>75</b>   | <b>71</b> | <b>70</b> | <b>15</b>  | <b>14</b> | <b>14</b> |
| Francie   | 63  | 62        | 62        | 4  | 0         | 0         |
| Rakousko  | 61  | 58        | 59        | 4  | 3         | 3         |
| Polsko    | 114   | 102       | 94        | 24   | 15        | 9         |

Zdroj: Průzkum ČSOB Faktoring, [30]

Z tabulky č. 1 vyplývá, že průměrná doba návratnosti pohledávek se v České republice prodlužuje. Pro české dodavatele to znamená, že v průměru obdrží platbu za zboží či služby za 75 dní od vystavení faktury. Přitom ještě v roce 2011 to bylo o čtyři dny méně a v roce 2010 dokonce o pět dní méně. Průměrná doba placení pohledávek po dni splatnosti dle tohoto výzkumu je 15 dnů. V průměru je to o jeden den více než v roce 2011. [30]

Z tabulky č. 1 je dále možné vyčíst průměrnou dobu návratnosti pohledávek největších exportních partnerů českých firem. Obecně se dá říci, že lepší platební morálka je v západoevropských zemích než v zemích střední Evropy. Nejlepší platební morálku vykazuje Německo, kde firmy platí v průměru o tři dny dříve než je datum splatnosti. V Německu je též nejkratší průměrná doba obdržení platby za zboží či služby od vystavení faktury. V průměru to je za 39 dní. Naopak nejhorší platební morálku z nejčastějších exportních partnerů má Polsko, kde průměrná návratnost pohledávky od vystavení faktury činí 114 dní. Za povšimnutí stojí též Slovensko, které vykazuje lepší výsledky než Česká republika a průměrná doba návratnosti pohledávky od vystavení faktury je o pět dní menší než v ČR, přesněji 70 dní. [30]

Průzkum ČSOB Faktoring se dále zaměřil na jednotlivá odvětví národního sektoru.

**Tab. č. 2: Přehled vybraných oborů (údaje uvedeny jsou uvedeny ve dnech)**

| Odvětví                      | Reálná doba návratnosti pohl. |      |      | Doba po splatnosti pohl. |      |      |
|------------------------------|-------------------------------|------|------|--------------------------|------|------|
|                              | 6/2012                        | 2011 | 2010 | 6/2012                   | 2011 | 2010 |
| Maloobchod                   | 81                            | 76   | 72   | 19                       | 17   | 17   |
| Doprava                      | 65                            | 63   | 63   | 14                       | 11   | 8    |
| Stavebnictví                 | 80                            | 78   | 75   | 24                       | 22   | 19   |
| Zdravotní péče               | 104                           | 108  | 98   | 32                       | 39   | 30   |
| Potravinářství               | 79                            | 69   | 74   | 26                       | 21   | 27   |
| Strojírenství                | 86                            | 78   | 73   | 11                       | 10   | 7    |
| Výroba dopravních prostředků | 57                            | 44   | 51   | 4                        | -2   | -2   |

Zdroj: Průzkum ČSOB Faktoring, [30]

V tabulce č. 2 je možné vidět srovnání reálných dob návratnosti pohledávek mezi jednotlivými odvětvími včetně průměrné doby placení pohledávek českými firmami po době splatnosti. Dále je patrný negativní trend, a to zvyšování dní návratnosti pohledávek.

Mezi nejvíce problematické sektory ohledně platební morálky se dlouhodobě řadí stavebnictví, maloobchod a zdravotní péče. [30]

Průzkum ČSOB Faktoring ukazuje, že reálná doba návratnosti pohledávek ve stavebnictví je 80 dní a v maloobchodu o den více neboli 81 dní. Zdravotní péče vykazuje nejpomalejší tempo placení závazků, v průměru uplyne 104 dní mezi vystavením faktury a přijetím platby. [30]

Naopak nejlépe je na tom v Česku výroba dopravních prostředků, především firmy v automobilovém průmyslu, které ještě minulý rok platily svým dodavatelům dříve, než musely, a to v průměru dva dny před dobou splatnosti pohledávky. [30]

Ředitel společnosti ČSOB Faktoring se domnívá, že „...je to způsobeno tím, že velké automobilky jsou samozřejmě silnými subjekty, které jsou schopny zajistit dostatek financí pro své aktivity a mají zájem, aby bezporuchově fungovaly i jejich dodavatelé,“ a dále dodává: „Změna dodavatele v automobilovém průmyslu je velice problematická a to všechno vede k celkovému zájmu, aby jak finanční, tak logistické toky v automobilovém průmyslu fungovaly naprosto hladce.“ [33]

## 2 Etika

### 2.1 Význam slova etika

Definice pro objasnění slova etika a čím se tato disciplína zabývá, existuje velké množství, a proto je její objasnění obtížné. Thomson definuje etiku takto:

*„Etika se zabývá tím, co je správné a co nesprávné; zkoumá mravní rozhodnutí lidí a způsoby, kterými se je snaží odůvodnit.“* [17, s. 11]

Tato definice však neobsahuje další důležitý aspekt etiky, a to je zamyšlení se nad tím, jak má člověk jednat, aby jeho chování bylo správné. Definice od Motyčky je v tomto ohledu výstižnější.

*„Etika studuje lidskou činnost z hlediska mravního dobra nebo zla. Snaží se odpovědět na otázku, jak má člověk jednat, aby toto jednání bylo dobré. Když už pak člověk jednal, je úkolem etiky posoudit, zda toto jednání bylo dobré nebo zlé.“* [13, s. 4]

Pro úplnost dané problematiky definice od Vaňka, v níž poukazuje na lidskou jedinečnost a tím upozorňuje, že chápat člověka jako věc nelze. Naopak je zapotřebí jej vnímat jako partnera v životě.

*„Etiku chápeme jako nauku o lidských záměrech, jednáních a vztazích z hlediska jejich dobrých nebo zlých důsledků pro člověka jako jedinečnou osobnost, pro společnost jako celek i pro veškerou skutečnost, s níž je člověk v kontaktu.“* [18, s. 9]

V této definici jsou jasně patrné vlivy Immanuela Kanta, přesněji jeho praktického imperativu, který říká, „že nemáme vnímat člověka jako prostředek k dosažení cíle, ale jako účel sám o sobě.“ Na této základní myšlence stojí samotná podnikatelská etika. Toto téma bude dále rozvíjeno v kapitole 4 zabývající se podnikatelskou etikou. [6]

### 2.2 Základní přístupy etiky

Etika je velmi obsáhlou vědou a proto ji Thomson rozděluje na čtyři směry:

- 1) Deskriptivní etika
- 2) Normativní etika
- 3) Metaetika
- 4) Aplikovaná etika

**Deskriptivní etika** popisuje morální hodnoty, které zastává daná společnost (např. některá společenství povolují polygamií, trest smrti, eutanazii, potraty, zatímco pro některá společenství jsou tyto věci naprostá tabu). Díky tomuto přístupu je možné nejen popisovat, co lidé dělají, ale též popsat, jak svá rozhodnutí či postoje zdůvodňují. Je zřejmé, že deskriptivní etika je zčásti sociologií a zčásti psychologií morálky. Důležitým rysem je však skutečnost, že tento přístup se nesnaží zjišťovat, co je správné či co je špatné. Je pouze popisem situace. [17]

**Normativní etika** zkoumá normy, díky kterým lidé odlišují správné od nesprávného. Jejím úkolem je ptát se: „Je správné toto dělat?“ Deskriptivní etika by např. uvedla statistiku potratů, ale normativní položí otázku: „Je vůbec správné jít na potrat?“ [17]

**Metaetika** v sobě zahrnuje rozbor etických pojmů a výroků vzhledem k jejich logické struktuře, což znamená, že zkoumá především jazyk morálky. [14]

**Aplikovaná etika** patří mezi nejdůležitější a nejnaléhavější oblasti etiky. Lidé by se o etiku nezajímali, kdyby neexistovaly problémy, které v sobě nesou morální rozhodnutí a lidské hodnoty. Mezi nejdůležitější oblasti aplikované etiky patří etika života a smrti, lékařská etika, bioetika (otázky ohledně genetiky), právní etika a podnikatelská etika. [17]

### 3 Morálka

#### 3.1 Charakteristika morálky

*„Morálka je vlastním obsahem etiky, historickým souborem hodnot a pravidel určujících nároky daného společenství či sociální skupiny na své členy. Základ tohoto slova pochází z latinského mos, což je vůle uložená člověku autoritou; mrav, obyčej, předpis, zákon, vlastnost, chování, vnitřní představa.“ [5, s. 10]*

Neboli, pojem morálka představuje soubor pravidel, která jsou vyžadována uvnitř určitého společenství a kterými se řídí lidé uvnitř tohoto společenství. [5]

*„Morálka je soustava pravidel, hodnot a mravních citů lidského jednání. Morálka je skutečnost, tedy to, co „je“. Existence člověka je podřízená nejen času, prostoru a kauzalitě, ale zároveň odráží přirozené vztahy člověka k člověku. Člověk je jedinečný a nenahraditelný, je ohniskem postojů a stavů, které označujeme jako láska, štěstí, odpovědnost, ale také výčitky svědomí. Morálka plní především funkci životního vodítka, které má většinou podobu rozumného dialogu.“ [14, s. 36]*

Tato definice posouvá význam slova morálka od Kacetlovy definice, neboť se v ní zaměřoval pouze na společnost a její pravidla. V definici od Putnové a Sekničky se morálka vysvětluje na jednom člověku a jeho vnitřních normách. Je zřejmé, že pravda bude někde „uprostřed“, to znamená, že morálka je soubor pravidel, jimiž se řídí určité společenství, tak jako to je soubor pravidel, kterým podléhá jednotlivec.

Základem morálky je morální zákon, který říká, jak se má člověk chovat, aby byl v harmonii se svou přirozeností a ohlížel se též na své pudy a sklony. Člověk si sám určuje svoje cíle a očekává se, že bude jednat cílevědomě s těsnou návazností na svou přirozenost. V tomto procesu má velkou úlohu rozum, který též pomáhá k rozpoznání dobra, ale i zla. [14]

Dobrým člověkem je ten, kdo koná dobré skutky a jedná přirozeně. Konat dobré skutky pouze z podstaty, i když je to od něj očekáváno, nestačí. Přirozeně znamená, že to vychází z člověka, tak jako přirozenost jednat ve shodě s jeho pudy a sklony. Přirozený mravní zákon není možné měnit, neboť vychází z podstaty našeho lidství a tvoří základ humanity člověka. Tento základ je však nutné doplňovat výchovou, vzděláním a životními zkušenostmi. [14]

## 3.2 Mravní normy

Důležitou součástí morálky jsou mravní normy, které mají podobu pravidel chování. A tyto pravidla poznáme podle toho, že se v nich říká, jak se má nebo jak se musí jednat, popř. že tak se chovat nemá či nesmí. [16]

Nejdůležitější roli zastávají právní a morální normy. Odlišují se od sebe hlavně sankcemi. V případě porušení právní normy bude následovat sociální sankce, tj. trest chápaný také jako sankce vnější. Na druhé straně porušením morální normy má sankce povahu vnitřní, např. výčitky svědomí. U podnikatelských subjektů toto neplatí vždy, protože při překročení morální normy může být případná sankce vnějším trestem. Tím bude negativní veřejné mínění na neetické praktiky podniku. [16]

Morální normy jsou svázány s pojmy dobra a zla. Jednání, které je v rozporu s mravními normami, vyvolává mravní city nevole, viny a studu. Špatné jednání je jednáním pro základům společenství, s nímž se ten, kdo reaguje citem, identifikuje. Naopak v případě jednání ve shodě s mravní normou člověk posiluje svou vlastní hodnotu. [16]

### 3.2.1 Morálka a právo

Závislost morálky a práva je velmi důležitá, jelikož tvoří hranice mezi formální a neformální regulací ve společnosti. [14]

*„Právo upravuje nutné minimum vztahů mezi osobami a skupinami osob. Formuluje vzájemné povinnosti, vymezuje a zajišťuje minimální míru spořádaného chování mezi lidmi.“* [16, s. 11]

Úlohou práva je zajišťovat mír uvnitř společenství, zaoblování třecích ploch s ohledem na rozmanitost jednotlivých zájmů a řešení konfliktů, které mohou nastat mezi osobou a veřejným zájmem. [16]

*„Právo musíme chápat jako součást rozsáhlého mravního a morálního řádu společnosti.“* [16, s. 11]

Celou danou problematiku nejlépe vystihuje věta:

*„Morálka právo inspiruje – říkáme, že právo je minimum morálky.“* [14, s. 38]

Z této věty vyplývá, že právo je pouze základem a morálka nadstavbou. Je nutné si uvědomit, že to co není v rozporu s právem, může být v rozporu s morálkou. [14]

S ohledem na podnikatelskou etiku je důležité vysvětlení liberálního postoje k tržní ekonomice. Liberalismus odděluje legalitu a moralitu. Právo v něm zajišťuje pouze nutný vnější řád a morálka je věcí individuálního způsobu života a stát by do ní neměl zasahovat. Jinými slovy stát by měl zakazovat pouze to, co společnosti vyloženě škodí a neměl by se stavět do role strážce mravů. Svobodný právní stát nemůže zasahovat do soukromé sféry občanů. [16]

### **3.3 Korektnost**

Slovní spojení „korektní jednání“ je možné chápat jako chování, které dbá zásad slušného vztahu mezi lidmi či společensky nezávadné chování. Korektní tím pádem znamená, že není v rozporu se společenskými pravidly. [38]

V České republice existuje sdružení Korektní podnikání, které má za cíl oddělit poctivé a seriózní podnikatele či firmy od těch subjektů na trhu, které poškozují pověst podnikatelů a firem v České republice. [26]

Slovo korektnost má velmi blízko k etickému jednání, a tato slova budou v této práci brány jako synonyma.

## 4 Podnikatelská etika

### 4.1 Charakteristika podnikatelské etiky

Podnikatelská etika (dále i jako etika v podnikání) řeší konflikt mezi individuálním zájmem a zájmy ostatních lidí spojovaný s podnikatelskou činností. [16]

Podnikatelská etika jako vědní disciplína vznikla v sedmdesátých letech v USA jako reakce na různé sociální otřesy v letech šedesátých. V České republice začal rozvoj podnikatelské etiky až na začátku devadesátých let. [20] [16]

Existují dvě speciální podmínky, které odlišují etiku od etiky v podnikání. Za prvé, pro své přežití musí podnik generovat zisk. Za druhé, podnik musí vyvažovat svou touhu po zisku s potřebami a přáními společnosti. [2]

Co to přesně podnikatelská etika je, se nedá jednoznačně určit. První těžkost se nachází v tom, že tato věda je v podstatě velmi mladá, jak bylo psáno výše. Druhou těžkostí je slovní nejednoznačnost jednotlivých pojmů. Například podnikatelská etika v českém prostředí využívá pojmy obchodní etika, etika byznysu, etika v podnikání. Někdy se zaměňuje též za etiku v hospodářství, což je posunutí etiky z úrovně podnikové na makroúroveň. [14]

Třetí a zřejmě největší problém podnikatelské etiky je to, že v každém státě jsou odlišné normy chování, tak jako je odlišné nazírání lidí na jejich případné porušování. Pro ilustraci uveďme dvě zahraniční definice podnikatelské etiky. První definice pochází od amerického autora Ferrella a jeho kolegů a druhá definice byla napsána ruskými autory Petruninem a Borisovem [14]

*„Podnikatelská etika obsahuje principy, hodnoty, standardy, které usměřňují chování ve světě podnikání. ... Investoři, zaměstnanci, zákazníci, zainteresované strany a společenství často rozlišují, jestli určité jednání je správné či nesprávné, etické nebo neetické. Naneštěstí všechny výše zmiňované skupiny nemusí být vždy právy ve svém rozhodnutí, ale jejich úsudek ovlivňuje společenské přijetí či odmítnutí podniku včetně jeho aktivit.“*  
[2, s. 8]

*„Etika v podnikání je vědeckou disciplínou, která zkoumá užití etických principů v obchodních situacích. Při takovém přístupu etika v podnikání obsahuje syntézu teorie*



*etiky a tradičních ekonomických nauk jako jsou ekonomie, strategické plánování, finance....“ [20, s. 58]*

Tyto definice jsou si velmi podobné v začátcích, nicméně dále se od sebe velmi odlišují, tak jako je rozdílný americký a evropský, popřípadě ruský přístup k podnikatelské etice. Americké vnímání se liší od evropského tím, že dbá na osobní zodpovědnost jedince v rámci organizace a výuka podnikatelské etiky je orientovaná více na praxi než na teorii. V evropském vnímání podnikatelské etiky převládá více ekonomické zdůvodnění, proč se zabývat podnikatelskou etikou a její výuka je teoretičtější a vědecktější. [14]

Firma jako celek by měla sdílet určité společensko-podnikatelské poslání, měla by sledovat určitou společenskou strategii a měla by mít určitou hodnotovou orientaci a uznávat určitá pravidla, protože výzev a problémů, před kterými stojí dnešní firmy, je bezpočet. Jmenujme např. nebezpečné produkty škodící zdraví nebo životnímu prostředí, zanedbávání bezpečnosti práce, klamání zákazníků ohledně ceny a jakosti či domluvy poškozující jiné osoby nebo podniky. Kapitola 5 hlavní problémy podnikatelské etiky rozebírá tyto problémy více. [16]

Podle Sekničky se proto nelze divit sílícím tlakům vrátit morálku do ekonomického života. Tak jako cenové či marketingové strategie se do popředí dostává zavádění etiky do strategie podniku. Je důležité podotknout, že zavádění etiky do společnosti je nepřetržitý proces. Nestačí pouze vytyčit dobrý záměr, ale vytrvat při něm a pravidelně hodnotit, čeho se dosahuje. [16]

Zavádění etiky v podniku probíhá za pomoci nástrojů etického řízení. Škála těchto nástrojů je obsáhlá. Mezi nejčastější nástroje etického řízení patří etický kodex. Dalšími jsou etický a sociální audit či úřad firemního ombudsmana. Avšak detailní rozdělení nástrojů etického řízení není obsahem této práce. [14]

### **4.2 Klíčové hodnoty pro tržní ekonomiku**

Základním pravidlem pro aplikaci etiky v podnikání je „zlaté“ pravidlo morálky, které je prastaré a slouží jako kritérium pro posuzování správného jednání či chování. Objevuje se v pozitivní nebo negativní formulaci: [14]

Pozitivní formulace:

*„Vše, co chceš, aby jiní dělali tobě, dělej i ty jim.“ [14, s. 51]*

Negativní formulace:

„*Co nechceš, aby jiní dělali tobě, nedělej ani ty jim.*“ [14, s. 51]

Pro úplnost uvedme, že od zlatého pravidla morálky je už jen krůček ke kategorickému imperativu, který zní:

„*Jednej jen podle té maximy, od níž můžeš zároveň chtít, aby se stala obecným zákonem.*“ [6, s. 81]

Zlaté pravidlo morálky reguluje běžné mezilidské vztahy a umožňuje jednat v jednoduchých situacích. Pro řešení komplexnějších etických problémů se používá celý systém principů a hodnot. V ekonomické a podnikatelské oblasti aplikujeme tzv. euroamerický systém hodnot pro ekonomickou praxi. Dle Putnové a Sekničky do tohoto systému patří především tyto hodnoty: [14]

- *Svoboda*
- *Spravedlnost*
- *Odpovědnost*
- *Důvěra*
- *Pokrok*
- *Prosperita*
- *Racionalita* [14, s. 51 - 52]

Výše uvedené hodnoty Putnová a Seknička rozdělují do tří segmentů. První obsahuje svobodu a spravedlnost, což jsou základní kameny demokratické společnosti otevřené pro podnikání. V podnikání je třeba udržovat soulad mezi spravedlností a harmonií. Naprostý soulad těchto hodnot je součástí ideálu demokracie. [14]

Druhý segment v sobě zahrnuje odpovědnost a důvěru, což jsou klíčové hodnoty pro existenci tržní ekonomiky. Právě tyto hodnoty jsou základem všech smluvních vztahů v tržní ekonomice. Dodavatelé dodávají svým odběratelům a důvěřují jim, že dostojí svým závazkům a budou nést odpovědnost za to, na čem se ve smlouvě obě strany domluvily. V případě, že se tak nestane a odběratelé nezaplatí z důvodu touhy získání výhod tzv. levného cizího financování, je toto chování neetické a ničí dobré podnikatelské klima.

Problematika odkládání či brzdění plateb s jejich důsledky pro ekonomické subjekty bude dále rozebrána v kapitole 6 Řízení pohledávek. [14] [7]

Třetí a poslední segment se skládá z etických hodnot významných pro dynamiku růstu a rozvoje ekonomiky – pokrok, prosperitu a racionalitu. Cílem vyspělých ekonomik je zajištění trvale udržitelného rozvoje. Tento cíl klade vysoké nároky na konkurenceschopnost firem, které musí dosahovat tohoto rozvoje s povinností vůči svému okolí, přesněji dbát o sociální a ekologickou odpovědnost. Zvláštní odpovědnost v trvale udržitelném rozvoji hraje pokrok, který souvisí s inovací. [14]

### 4.2.1 Svoboda

Svoboda patří mezi klíčovou hodnotu praktické činnosti člověka. V současnosti je svoboda vymezována v pozitivním nebo negativním smyslu. Pozitivní vymezení vychází z přání individua být svým vlastním pánem. Negativní chápání spočívá v tom, že ostatní lidé nám nebrání ve volbě toho, co děláme. [14]

Putnová a Seknička rozeznávají čtyři typy svobody:

- *Občanská*
- *Osobní*
- *Ekonomická*
- *Politická* [14, s. 54]

Podnikatelská etika věnuje pozornost ekonomické svobodě a její podmnožinou je svoboda podnikání. Svobodná ekonomika je klíčem k vysoké výkonnosti, efektivnímu řízení ale také k udržitelné míře růstu. [14] [16]

### 4.2.2 Spravedlnost

Spravedlnost je chápána jako rovnost a je jedním ze základních pojmů pro uspořádání lidských vztahů. Je zde důležitý princip „dovolání se spravedlnosti“, který očekává běžný občan od kvalitního právního řádu. Z pohledu organizace či podniku je spravedlnost brána jako poskytování stejných příležitostí lidem, dle jejich zásluh a uplatňování spravedlivého systému odměňování.[10] [14]

### 4.2.3 Odpovědnost

Odpovědnost má značný vliv na každodenní rozhodování, respektive na jednání a chování člověka, neboť za jakékoliv naše rozhodnutí musíme nést následky z něho vyplývající. V případě etiky podnikání Putnovou a Sekničku nejvíce zajímá odpovědnost morální a etická. [14]

Tato odpovědnost vzniká i jednáním osob či organizací, jejichž jednání nebylo v rozporu s právní normou. Přesto jejich jednáním došlo k narušení etických norem a hodnot. Bohužel v podmínkách našeho státu je nízká úroveň morálního řádu. Mravní odpovědnost zde splývá s právní odpovědností. Nicméně je zde vidět posun, kdy v současné Nečasově vládě odstoupilo či bylo odvoláno velké množství ministrů a to většinou kvůli morálnímu pochybení. [14] [34]

V tržní ekonomice převládají dobrovolné transakce mezi aktéry trhu. To znamená, že nikdo účastníky těchto transakcí k ničemu nenutil, ale je patrné, že z těchto operací vznikají povinnosti a jasně se definuje i odpovědnost těchto subjektů. Tyto subjekty mohou mít podobu jednotlivců, skupin či organizací a jsou to představitelé základní moci v ekonomice. Je nutné brát zřetel na to, že s rostoucí mocí roste odpovědnost, i když se velmi často mění její povaha. [14]

Moc by měla sledovat „obecné dobro“ neboli etický ideál. Je velká škoda, že v českém podnikatelském prostředí je málo vyvinutý přirozený cit pro individuální odpovědnost. Mnozí tak získávají nová práva a prosazují své zájmy bez přijímání odpovědnosti, která z těchto práv jednoznačně vyplývá. [14]

Nicméně s rostoucí významností a velikostí moci jednotlivých ekonomických subjektů by měl být vyvíjen tlak, i samy subjekty by měly cítit, že nejsou stvořeny pro maximalizaci zisku bez přihlídnutí ke svému okolí. [14]

Odpovědnost je spjata s důvěrou. Důvěra je pozitivní vztah toho, kdo věří, v dobrou vůli a spolehlivost toho, komu věří. [14]

Právě proto patří odpovědnost a důvěra mezi klíčové hodnoty v tržním hospodářství. Bez existence těchto hodnot nelze uzavírat jakékoliv typy smluvních vztahů (pracovní smlouva, kupní smlouva, smlouvy o pronájmu atd.). Každý konsensus je založen na podmíněné důvěře a odpovědnosti zúčastněných stran. [14]

### 4.2.4 Pokrok

Pokrok je základní hodnotou pro ekonomický růst a rozvoj jak na úrovni národohospodářské, tak též na úrovni podnikohospodářské. Z pohledu dynamiky je současná ekonomika založena na procesu podnikatelského objevování, které je nejpatrnější v oblasti inovací. Pozitivem tržních ekonomik je nahrazování méně produktivní činnosti účinnějšími možnostmi, a to hlavně díky konkurenčním tlakům, které nedovolují „usnout na vavřínech“. [14]

Pokrok se pojí s ekonomickou prosperitou, která vyjadřuje vztah hospodářské úspěšnosti a všeobecného prospěchu. Důležitý je vztah úspěchu a prospěchu, jestliže tato vazba existuje v prosperitě, tak jí nemůžeme považovat za závadnou jen v případě, že probíhá na bázi legality a mravnosti. V současnosti má prosperita úzkou vazbu na racionalitu, obzvláště v podmínkách znalostní ekonomiky. [14]

### 4.3 Ekonomické důvody naplňování podnikatelské etiky v tržní ekonomice

Ekonomové si často kladou otázky typu: „Vyplatí se firmě chovat eticky? Neznamená to dobrovolné omezení a tím pádem ztrátu konkurenceschopnosti?“ Bohužel tyto otázky nejsou úplně etické, protože se za nimi skrývá hledání zisku či nějaké výhody, nikoliv však aspirování na nějaký ideál. Firmě, která chce dlouhodobě působit na jakémkoliv trhu, se vyplatí chovat eticky, neboť všechny výhody, které plynou z etického chování, se projevují v delším časovém horizontu. Mnoho autorů udává různé výhody etického chování, např. Putnová a Seknička ve své knize Etické řízení ve firmě a Čaník a kol. v Metodách a nástrojích podnikatelské etiky uvádí tyto výhody:

- **Snížení transakčních nákladů.** Jde o náklady spojené s provozem ekonomického systému či „náklady na používání trhu“. Do těchto nákladů spadají náklady na obchodní soudní pře a obecně na vymáhání plnění smluv a dohod. Dále zahrnují náklady na kontrolní mechanismy či ochranu osob a majetku. Výdaje spojené s transakčními náklady se promítají do ceny výrobků, a ovlivňují tak konkurenceschopnost podniku. Tyto náklady jsou důsledkem všudypřítomného oportunistu lidského jednání. [1]
- **Snížení korupce.** Z důvodů vyšší transparentnosti, která je jedním z kritérií etického řízení, dochází ke zefektivnění chodu státní sféry a potažmo celého

hospodářství. Pro firmu to znamená, že nemusí část svých financí vynakládat k úplatkářství. [1]

- **Posílení loajality zaměstnanců.** Důvodem usilování o loajální zaměstnance je snížení jejich fluktuace, která se projevuje snižováním nákladů na vyhledávání nových pracovníků a jejich zapracovávání. Dále zvýšená loajalita přispívá k příznivému sociálnímu klimatu, které posiluje dlouhodobé vazby mezi zaměstnanci a zaměstnavateli a zvyšuje důvěru zaměstnanců ke společnosti. [14]
- **Vytváření a posilování image firmy.** Důležité pro pozitivní vnímání firmy jsou transparentnost a dostatečná informovanost všech zainteresovaných stran. Renomované konzultantské firmy (Patria Finance) posuzující bonitu firmy udávají jako jedno z kritérií dostupnost informací a transparentnost. [14]
- **Posilování spokojenosti zákazníků.** Výsledkem podnikatelského snažení je spokojený zákazník, který se k firmě vrací. Nejhorší situací, která může firmu potkat, je zákaznický bojkot. Například firma Shell ho dvakrát pocítila, poprvé kvůli nesouhlasu s její environmentální politikou a podruhé kvůli své podpoře nedemokratického politického systému v Nigerii. Zákazníci upřednostňují firmy, které dodržují deklarovaná etická pravidla. Ve vyspělých zemích přibývá zákazníků, které zajímá pozadí výroby včetně distribuce, prodeje a následné likvidace. Pro většinu Čechů je důležitým nákupním kritériem cena, nicméně v této oblasti již dochází k pomalé změně. [14] [8]
- **Přístup na nové trhy.** Jedná se o možnost získání nových zákazníků, kteří jsou odpovědní k životnímu a sociálnímu prostředí. [14]
- **Přispívá k loajalitě investorů.** Předvídatelné prostředí a dobré reference jsou důležitým vodítkem pro rozhodování investorů. Spokojení zákazníci i zaměstnanci představují silnou stránku společnosti usilující o dlouhodobé investice. [14]
- **Kultivace podnikatelského prostředí.** Ekonomika je hodnocena makroekonomickými ukazateli, které však jsou ovlivňovány též faktory

typu: podnikatelské klima země, běžné praktiky v obchodním styku, praktiky managementu, obchodní právo a jeho vymahatelnost. Je téměř nemožné vyčíslit, jak se tyto faktory přesně podílejí na prosperitě země. Nicméně je jasné, že nerespektování těchto faktorů má za následek například nedůvěru investorů, ale též i občanů v ekonomickou stabilitu země. Firma je producentem i konzumentem podnikatelské etiky a svojí činností ovlivňuje podnikatelské klima v zemi, kde následně realizuje svoji činnost.[14]

## 5 Hlavní problémy podnikatelské etiky

Hlavní etické problémy, s nimiž se firma potýká, můžeme rozdělit podle oblastí, ve kterých se firma pohybuje. Jedná se především o B2B (business to business), B2C (business to customer), B2E (business to employee) a B2G (business to government). [41]

### 5.1 B2B trh

B2B trh (trh organizací, firemní trh) se skládá ze všech firem, které nakupují zboží či služby, jichž je využíváno k tvorbě jiných výrobků nebo služeb. Následně jsou prodávány, pronajímány nebo dodávány dalším subjektům. Mluvíme-li o B2B trzích, máme především na mysli odvětví typu zemědělství, lesnictví, těžební průmysl, stavebnictví, doprava, komunikace a bankovníctví. B2B trhy jsou charakteristické především menším počtem větších odběratelů, těsným vztahem dodavatele a odběratele či též profesionálním přístupem k nákupu. [9]

Etické problémy na B2B trhu rozděluje Seknička do dvou hlavních kategorií:

- *Vztahy k obchodním partnerům*
  - *společné zájmy, důvěra,*
  - *korupce,*
  - *dodržování platebních a jiných závazků.*
- *Vztahy vůči konkurenci*
  - *dodržování pravidel poctivé soutěže,*
  - *nepoškozování dobrého jména konkurenta,*
  - *obstarávání informací o konkurenci pouze legálními prostředky. [16, s. 82-83]*

#### 5.1.1 Vztahy k obchodním partnerům

**Korupce** má mnoho podob, většina populace si pod tímto pojmem představí korupci, která probíhá v politice a veřejné správě. A to z několika důvodů. Především je mediálně známější a většinou jsou její důsledky společensky závažnější, neboť korupčního jednání se dopouštějí politici, kterým byla svěřena důvěra ve volbách. O tomto druhu korupci více



v kapitole 5.4. Avšak v pozadí zůstává korupce uvnitř soukromého sektoru, jež ovlivňuje chování podnikatelských subjektů vůči sobě navzájem. [11]

Prostor pro korupci se nachází hlavně v obchodním styku v oblasti nákupu a prodeje zboží a služeb, tudíž tam, kde jde o vytváření, udržování a upevňování osobních kontaktů. Je problém rozhodnout, zda malé dary či pozvání na večeři jsou projevem korupce či budování dobrého obchodního vztahu. [11]

Z výzkumu Transparency International na téma „Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí“ vyplynulo, že existuje dvojí nazírání na korupci uvnitř soukromého sektoru. Rozlišují „špatnou“ a „dobrou“ korupci. Pokud neetické jednání firmu poškozuje, měl by z toho být podle 96,1 % dotázaných vyvozen postih. Na druhé straně, 35,8 % respondentů je proti jakémukoliv postihu vůči zaměstnancům, z jejichž korupčního jednání získá firma určitou výhodu. [22]

Důsledky takového jednání v soukromém sektoru mohou být negativní: narušení hospodářské soutěže, ztráta obchodních příležitostí, snížení efektivity investic a možné poškození spotřebitele. Z pohledu podniku, který uplácí, může být korupce pozitivní: zajištění si provedení obchodní operace, jež byla před tímto činem nejistá. Následkem toho může dojít k upevnění firemní pozice na trhu a zvýšení její prosperity. [11]

Hrozbou odhalení nekalé obchodní praktiky pro podnikatelský subjekt může být trestní stíhání a ztráta dobré pověsti podniku. [22]

**Smlouvy a závazky** patří do běžných smluvních vztahů. Vaněk smlouvu definuje jako „*Vzájemná dohoda týkající se převodu práv.*“ [18, s. 166] Obecně přijímaná právní definice zní: „*Dohoda dělat či nedělat jednotlivou věc za dostačující náhradu.*“ [18, s. 166]. Tyto definice neodporují jedna druhé, ale pomáhají vysvětlit jedna druhou. [18]

V každé smlouvě rozlišujeme smluvní strany, předmět smlouvy a vzájemnou dohodu. Pro platnost smlouvy jsou zapotřebí tři podmínky: [18]

1. *Smluvní strany musí být kompetentními osobami.*
2. *Předmět musí být pro smlouvu vhodný.*
3. *Souhlas musí být vzájemný, svobodný a musí mít patřičnou formu.* [18, s. 167]

Předmět smlouvy má být možný, jasně vymezený a morálně přípustný. Zločinná smlouva by měla být považována za neplatnou. Komplikace nastávají, jakmile došlo k jejímu naplnění a zločin byl dokonán. Nejrozšířenější názor tvrdí, že taková smlouva se již svým zlým úmyslem stala neplatnou. [18]

Podmínkou etického chování je, že prodávající musí prodávaný předmět vlastnit. Jeho povinností je poukázat na jeho skryté vady a na podstatné věci má upozornit bez předchozího tázání. Kupující nemusí prodávajícímu sdělovat, k jakému účelu věc kupuje či jaký z ní bude mít zisk. Nabízí se však otázka, jak stanovit „správnou cenu“. Zřejmě se bude jednat spíše o posouzení, zda se cena pohybuje v rámci přípustného rozpětí, tzn. zda hodnota není nepřiměřeně nadsazena. Nadsadit cenu může především monopolní majitel zboží. Monopol definujeme jako výlučnou kontrolu nad trhem a je ospravedlnitelný pouze tehdy, nežívá-li svého postavení proti veřejnému bohatství. [18]

Názor moderní etiky ohledně **úroku** se liší od stanoviska Aristotela. Ten považoval půjčování peněz na úrok za lichvu, což pro něj představovalo vrchol nepřirozeného a morálně odsouzeného. Aristoteles vycházel z toho, že peníze jsou sterilní, což znamená, že jsou jen oběživem sloužícím ke spotřebě a ve směně se nemohou zvětšovat. Jak by tedy bylo možné, aby dlužník vrátil větší obnos, než si vypůjčil? [4] [18]

Aristoteles se však mýlil a dnes již víme proč. Nedokázal totiž rozlišit mezi penězi a kapitálem. Dlužník si často nepůjčuje peníze proto, aby je používal ve směně jako oběživo, ale proto, aby je investoval. Nepůjčuje si oběživo, ale kapitál. Kapitál není sterilní, ale produktivní. Navíc ten, kdo půjčuje peníze, se vzdává možnosti tuto částku investovat a dosáhnout tak případného zisku. Úrok pak vnímáme jako určitou kompenzaci za nemožnost dosáhnout zisku vhodnou investicí. Poskytování půjček je ekonomickou službou a jako taková má svou hodnotu stejně jako jiné služby. [4] [18]

### 5.1.2 Vztahy vůči konkurenci

Tyto etické problémy vznikají v hospodářské soutěži a právní řád České republiky je upravuje pomocí zákonů. Nejdříve je nutné vysvětlit pojem hospodářská soutěž. Dle Dolečka není tento pojem v právním řádu České republiky definován, avšak z jednotlivých ustanovení upravujících pravidla hospodářské soutěže je možné dovodit, že *spočívá v rozvíjení soutěžní činnosti v rámci dosažení hospodářského prospěchu*. [24] Podstatou hospodářské soutěže je zlepšování pozice jednotlivými soutěžiteli pomocí nejrůznějších prostředků. Soutěžitelé by mohli být v pokušení využívat pro zlepšování své současné tržní

pozice mnoho metod neetického jednání. Právě proto je hospodářská soutěž ohraničena právními předpisy. [24]

Hlavními oblastmi limitujícími neetické nebo nekorektní jednání jsou protisoutěžní a nekalosoutěžní jednání. **Nekalosoutěžní jednání (nekalá soutěž)** se odehrává v mezích hospodářské soutěže a spočívá hlavně v získání neoprávněné přednosti toho, kdo by ji při poctivém jednání nezískal. **Protisoutěžní jednání** se přičí soutěži jako takové a většinou spočívá ve vyloučení některých soutěžitelů ze soutěže jinými soutěžiteli v důsledku hospodářské síly. [24]

Právo proti omezování hospodářské soutěže je upraveno zvláštním zákonem č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů, Nekalosoutěžní jednání (nekalá soutěž) je upravena v § 44 až v § 55 obchodního zákoníku č. 513/1991 Sb. [24]

**Generální klauzule** obsažená v § 44 odst. 1 obchodního zákoníku vymezuje nekalou soutěž jako jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům. [49]

V § 44 odst. 2 obchodního zákoníku následuje výčet nekalosoutěžních praktik:

- a) *klamavá reklama,*
- b) *klamavé označování zboží a služeb,*
- c) *vyvolávání nebezpečí záměny,*
- d) *parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele,*
- e) *podplácení,*
- f) *zlehčování,*
- g) *srovnávací reklama,*
- h) *porušování obchodního tajemství,*
- i) *ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí.* [49]

Legislativa České republiky upravuje vztahy na trhu B2B, které Seknička vidí jako možný zdroj problémů podnikatelské etiky. Navzdory tomu stále existuje prostor pro neetické a protiprávní jednání firem. V této oblasti je proto nutné uplatňování etických principů a hodnot popsané v kapitole 4.2 Klíčové hodnoty pro tržní ekonomiku. [16]

## 5.2 B2C trh

B2C trh (spotřební trh) je tvořen konečnými spotřebiteli z řad domácností. Typický pro tento trh je velký počet spotřebitelů kupujících menší množství zboží a spontánnější nákupy, na nákupním chování se podílí menší počet rozhodovatelů. [9]

Etickými problémy spojené s trhem B2C podle Sekničky jsou:

- *Odpovědnost za výrobek (jakost, bezpečnost, dodržování předpisů a norem),*
- *reklama,*
- *záruční servis,*
- *zákaz dávat úplatky potencionálním zákazníkům. [16, s. 82 - 83]*

### 5.2.1 Reklama

Problematika etičnosti či neetičnosti tvorby a prezentace reklamy je dnes považována za zvlášť závažnou. I když tento jev není vůbec jevem novým. Aktuálnost tohoto fenoménu vyvolává míra rozšíření a časté agresivní povahy reklamy. Vaněk reklamu definuje jako „*veřejné doporučení s cílem vyvolat zájem (zejména o koupi výrobků a služeb).*“ [18, s. 219] Je patrné, že definicí reklam existuje více, ale tato nejlépe vystihuje podstatu věci. [18]

V prostředí tržního hospodářství reklama často rozhoduje o populárnosti daného produktu. Je samozřejmé, že k rozhodnutí o koupi určitého produktu přispívají otázky ceny, kvality, obalu a mnoho dalších. Ale o tom, jak se bude určitý produkt prodávat při relativně shodných parametrech ze stran různých výrobců či poskytovatelů, rozhoduje právě reklama. [3]

Vaněk rozlišuje přinejmenším tři základní problémové okruhy existence reklamy:

1. *problém ospravedlnění existence reklamy vůbec*
2. *problematičnost obsahu reklam*
3. *otázky způsobu jejich prezentace [18, s. 219]*

**Otázka ospravedlnění existence reklamy** je důležitým stupínkem pro zkoumání její etičnosti či neetičnosti. Základním neduhem reklamy je její všudypřítomnost a fakt, že neustále oslovuje člověka jako spotřebitele. Z celé možné škály lidské aktivity a myšlenkového zaměření reklama podsouvá jen jedinou roli – životní úlohu zájemce o

zboží, nakupujícího. Reklama je souborem všech možných stereotypů a polopravd o světě a lidech kolem nás. Učí nás, jak se máme chovat v konzumní společnosti, a nabízí lidem společenský model: kupuji, tedy jsem. Čím více se modelu přibližujeme, tím větší měrou ztělesňujeme souhrn moderní úspěšnosti, který nám reklama vnucuje. [18]

Zastánci reklam argumentují svobodnou možností člověka reklamu nevnímat, rádio či televizi vypnout. Dalším argumentem hovořícím pro zachování reklam, je její pozitivní úloha v ekonomickém životě. Reklama informuje spotřebitele o novinkách či inovacích na trhu a pomáhá jim seznamovat se s přednostmi a užitečností jednotlivých produktů. [3]

**Problematičnost obsahu reklam:** V diskuzích na téma etičnost reklam na jedné straně vystupuje argument práva na informace, na straně druhé je protiargumentem poukázáno na skutečnost, že v reklamě jde o propagaci za účelem zisku. [18]

Velmi problematickým jevem je využívání dětí, zvířat či sexuálních narážek, popřípadě sexismů na upoutání pozornosti diváka. Obzvláště poslední zmiňované v tomto výčtu a na to navazující stereotypní představy o rolích muže a ženy ve společnosti je velmi zavádějící. Sexy idolů u výrobků, které s nimi vůbec nesouvisí, je využíváno jen pro zaujmutí pozornosti diváka, budoucího spotřebitele. [18] [35]

V otázce **způsobu prezentace reklam** je etickým problémem přílišná agresivita reklamního sdělení. Reklama je přítomná na každém kroku, na ulicích, silnicích i ve vysílání masmédií. V knize *Obecná, ekonomická a informační etika* Vaněk uvádí, že reklama by měla být sdělována „*ohleduplným způsobem, ... jako „balíček“, jenž si najde a otevře jen ten, kdo má o něj zájem.*“ [18, s. 224] [18]

### 5.3 B2E

Na trhu B2E jde o vztah mezi firmou a zaměstnancem. Cílem tohoto vztahu pro podnik jsou všechny aktivity, kterými se snaží přilákat chtěné zaměstnance a následně si je udržet. U již získaných zaměstnanců se firma snaží o zvyšování motivace, produktivity a informovanosti. To nejčastěji probíhá formou zaměstnaneckých výhod, mezi něž patří např. možnost dalšího vzdělávání, pružná pracovní doba a delegování pravomocí. [43] [41]

Dle Sekničky etika a korektnost na trhu B2E se zaměřuje především na oblasti:

- *respektování práv osobnosti*
- *nediskriminace při zaměstnávání osob*
- *pracovní prostředí (bezpečnost, pracovní podmínky)*
- *spravedlnosti při stanovování mezd a jiných odměn*
- *právo na informace*
- *spoluúčast při rozhodování* [16, s. 83]

Lidská práce patří mezi nejdůležitější ekonomický faktor. Z morálního hlediska by měl člověk vykonávající určitou práci být za tuto práci spravedlivě odměněn, aby z této mzdy (odměny) mohl žít na důstojné úrovni. [3]

Otázky práce, mezd a pracovních podmínek patří k nejdůležitějším otázkám ekonomie, etiky a práva. Způsob řešení spravedlivých mezd a otázka nezaměstnanosti podmiňují ve vysoké míře sociální stabilitu země. [3]

Etická hodnota práce spočívá v tom, že ten, kdo pracuje, je člověk, tedy vědomý a svobodný subjekt. Hlavním cílem výrobního procesu je zhotovení výrobku nebo poskytnutí služby. Nakládání s lidskými bytostmi jako s pouhými výrobními nástroji je neetické. [18]

U problematiky zaměstnání se nabízí etická otázka: Má člověk právo na práci, tj. na stálé pracovní místo? Argumentace této otázky je jednoduchá: Má-li člověk právo na život a může-li se uživit pouze prací, pak má i právo na práci. Logika zdůvodnění je dokonalá, nicméně druhá část, že se člověk může uživit pouze prací, je sice běžnou a obecnou, avšak nikoli univerzální pravdou. [18]

Etickým ideálem by mělo být, že zaměstnavatelé jsou povinni pomoci překonat krátké období hospodářské recese a nezbavovat se svých zaměstnanců příliš rychle. Hospodářské ztráty stejně jako zisky jsou totiž součástí jejich podnikatelského rizika. Nicméně je absurdní se domnívat, že mají povinnost nechat běžet svůj podnik se ztrátou do nekonečna. Kdyby se pokoušeli zaměstnat příliš mnoho lidí, brzy by nebyli schopni zaměstnávat nikoho. [18]

Na druhé straně i zaměstnanci jsou vázáni určitými pravidly chování. Každá firma má právo požadovat po svých zaměstnancích výkon, který odpovídá jejich schopnostem. Pracovník je povinen dodržovat pracovní řád a disciplínu na pracovišti. Většina společností požaduje po svých zaměstnancích loajalitu vůči ní. Loajalitu je možné vysvětlit jako požadavek ze strany zaměstnavatele jednat a pracovat v zájmu firmy. [3]

### 5.3.1 Diskriminace

Významným problémem na trhu práce je diskriminace, což je jakákoliv situace, v rámci které se s určitým člověkem zachází jinak než s ostatními lidmi. Důvodem jiného zacházení může být příslušnost k národu, rase, pohlaví či snížená pracovní schopnost. Diskriminace se obvykle vyskytuje ve skryté podobě, protože otevřená diskriminace uchazečů o práci je trestná. [3] [28]

#### Pracovní diskriminace žen

Pracovní diskriminace žen na trhu práce má mnoho podob. Gender Studies, o. p. s. ve své publikaci *Diskriminace a právo* rozlišuje dvě nejproblematictější oblasti diskriminace žen na trhu práce: [28]

1. diskriminace v přístupu k zaměstnání,
2. diskriminace v odměňování.

K **diskriminaci v přístupu k zaměstnání** nejvíce dochází v inzerci o hledání nového pracovníka a během přijímacích pohovorů. Inzeráty dle platných právních předpisů nesmí neodůvodněně obsahovat na určité pracovní místo osobu určitého pohlaví, ale i věku (hledáme skladníka, přijmeme prodavačku...). Při přijímacích pohovorech se nesmí zaměstnavatel mimo jiné ptát na tyto otázky: [28]

- *Budete se vdávat?*
- *Máte v plánu založit rodinu? Kdy?*
- *Jak často jsou nemocné Vaše děti?*
- *V případě, že budou Vaše děti nemocné, jak budete zajišťovat péči o ně?*
- *Kde je Váš partner/manžel zaměstnán?* [36]

Takovéto otázky za strany zaměstnavatelů jsou porušením zákoníku práce, neboť ten jasně definuje, na jaké otázky je možné se ptát během pohovoru.

*„Zaměstnavatel smí vyžadovat v souvislosti s jednáním před vznikem pracovního poměru od fyzické osoby, která se u něj uchází o práci nebo od jiných osob jen údaje, které bezprostředně souvisejí s uzavřením pracovní smlouvy.“* [48, Zákoník práce, § 30, odst. 2]

Když se mají personalisté či zaměstnavatelé rozhodnout, zda z uchazečů o zaměstnání přijmou mladého muže či ženu se stejným stupněm kvalifikace a předpokladů pro danou práci, rozhodnou se většinou pro muže. Tento krok je zdůvodňován předpokladem, že mladá žena bude chtít založit rodinu. Takový postup má svoji logiku, ale tato logika je chybná vzhledem k celospolečenskému kontextu a postavení ženy ve společnosti, též je i silně nemorální. Je zapotřebí, aby ženy i muži měli stejné příležitosti a společnosti či podniky by měly počítat se společenskou úlohou ženy a vytvořit takové podmínky a mechanismy podpory, aby ji mohla plnit bez obav z diskriminace v přístupu k zaměstnání. [3]

V těžších podmínkách přístupu žen k zaměstnání se v českých médiích objevila 14. listopadu 2012 zpráva o tom, že byla přijata Evropskou komisí nová směrnice, která zajistí, aby ve vedení velkých evropských firem působilo minimálně 40% žen. [21]

Cíl 40 % podílu žen se týká nevýkonných členů řídicích orgánů společností (dozorčí rady), tedy nikoli výkonných ředitelů, generálních ředitelů a podobně. [47]

Zvýšení podílu žen má podle směrnice nastat do roku 2020 a bude se týkat velkých firem, které jsou obchodovatelné na burze. A to jak soukromých, tak státních. V případě neplnění oněch 40 % bude následovat sankce, o jejíž povaze budou rozhodovat jednotlivé národní státy. [21]

Eurokomisařka pro spravedlnost Viviane Redingová o přijetí této směrnice prohlásila: *„Je to historický den pro genderovou rovnováhu a pro rovnost. Po desetiletích prázdných slibů a neúspěšných pokusů o seberegulaci, stále máme 85 % mužů ve správních radách největších evropských společností. Ženy tvoří jen 15 %. Je to mrhání talentem, když pomyslíte, že 60 % lidí s univerzitním vzděláním jsou ženy. A proto komise přistoupila k činu.“* [projev Viviane Redingové, pronesený 14. listopadu v Bruselu]

Protiargumentem této směrnice je, že kvóty, které připomínají plánované hospodářství, nejsou na místě. Ženy ve vedení firem jsou a jejich počet se bude nepochybně zvyšovat díky jejich schopnostem a změnami, které probíhají ve společnosti. [21]



Druhým, již zmiňovaným negativním jevem je **diskriminace žen v odměňování** na trhu práce. S rovností odměn za odvedenou práci souvisí i rovnost žen a mužů v oblasti sociálního zabezpečení. Např. při ztrátě zaměstnání se podpora v nezaměstnanosti vypočítává z průměrného čistého výdělku. Výše měsíčního výdělku se též odrazí ve výši starobního důchodu. [28]

V českém právním řádu je odměňování zaměstnanců upraveno v zákoníku práce. „*Za vykonanou práci přísluší zaměstnanci mzda, plat nebo odměna z dohody za podmínek stanovených tímto zákonem, nestanoví-li tento zákon nebo zvláštní právní předpis jinak.*“ [48, Zákoník práce, § 109, odst. 1]

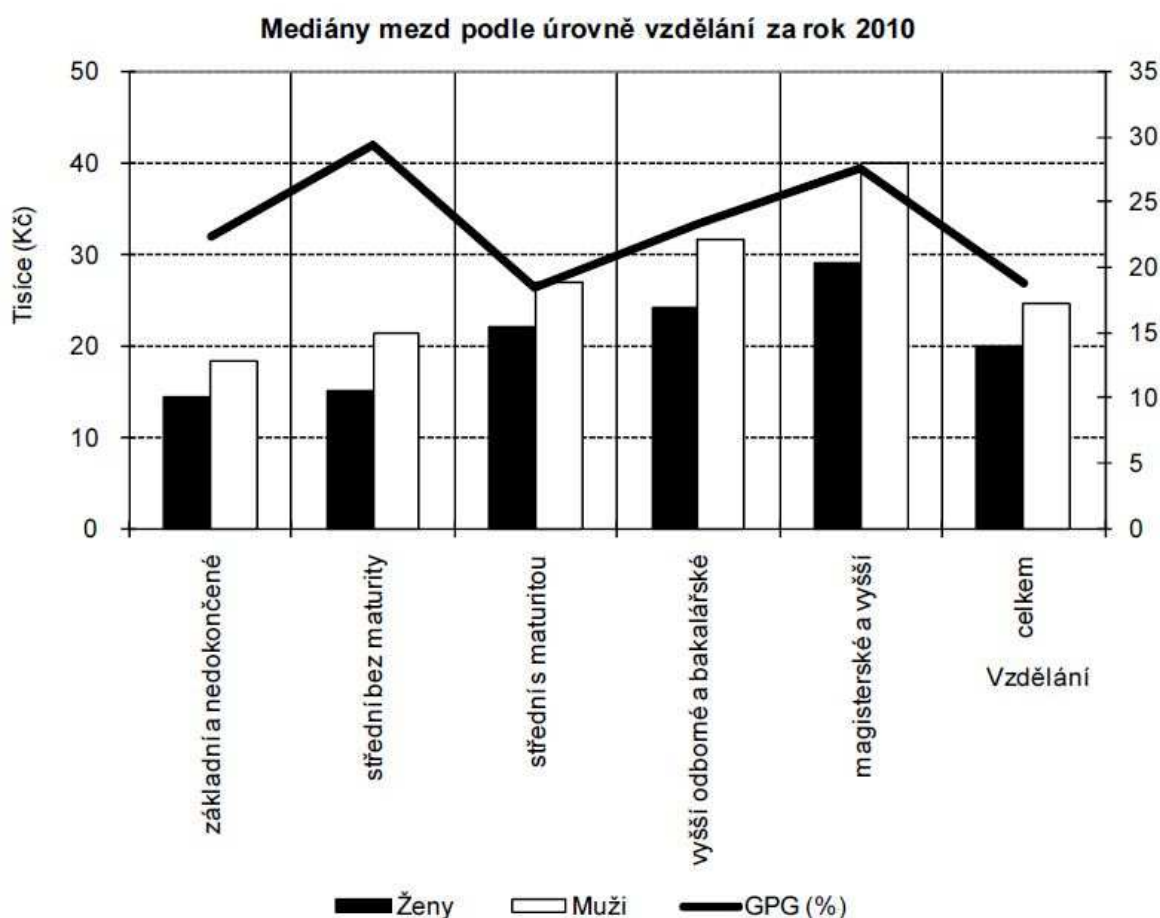
Odstavec 4 v §109 zákoníku doplňuje obecnou zásadu pro určení mzdy či platu konkrétního zaměstnance. „*Mzda a plat se poskytují podle složitosti, odpovědnosti a namáhavosti práce, podle obtížnosti pracovních podmínek, podle pracovní výkonnosti a dosahovaných pracovních výsledků.*“ [48, Zákoník práce, § 109, odst. 4]

Následující paragraf definuje jednotnou míru finančního ohodnocení pro všechny zaměstnance: „*Za stejnou práci nebo za práci stejné hodnoty přísluší všem zaměstnancům u zaměstnavatele stejná mzda, plat nebo odměna z dohody.*“ [48, Zákoník práce, § 110, odst. 1]

Právní legislativa upravující odměňování je jasná a neměly by tudíž existovat žádné rozdíly ve výši měsíčních výdělků mužů a žen při stejné pracovní náplni, avšak toto není pravdou. Na obrázku č. 1 je možné vidět medián hrubých mezd za rok 2010 rozdělený podle mužů a žen dle úrovně vzdělání. Medián je prostřední hodnota zkoumaného souboru. Jeho výhodou na rozdíl od průměru je to, že není zkreslen extrémními hodnotami. Na tomto obrázku je možné vidět nejenom mediány hrubých mezd rozdělených podle pohlaví, ale též GPG – Gender Pay Gap – ten je počítán jako relativní rozdíl mediánu mzdy mužů a žen, následně vztážený k mediánu mužů a vyjadřuje se v procentech. [50]

Dle tohoto obrázku je možné konstatovat, že výše mezd roste úměrně s dosaženým vzděláním a ženy vydělávají méně než muži, a to bez ohledu na úroveň vzdělání. Mediánová mzda českých žen v roce 2010 dosahovala pouze 80,2 % mediánové mzdy mužů (GPG = 18,7 %). Největší rozdíly panují u středoškoláků bez maturity (GPG = 29,4 %) a u vysokoškoláků s magisterským či vyšším vzděláním (GPG = 27,5 %). Nejmenší rozdíly ve velikosti mediánu výplat je možné vidět u středoškoláků s maturitou (GPG = 18,4 %). [50]

Obr. č. 1: Mediány mezd podle úrovně vzdělání za rok 2010



Zdroj: ČSÚ [50]

## 5.4 B2G

Termín B2G (Business to government) označuje obchodní vztah mezi soukromým a státním sektorem. Nepoužívá se pouze pro specifikaci obchodního vztahu s vládou, ale též s orgány státní správy, úřady nebo vládními organizacemi.[41]

### 5.4.1 Korupce

Problém korupce není jen čistě záležitostí B2G trhu, též se dotýká trhu B2B (více o korupci na B2B trzích v kapitole 5.1. Korupce na úrovni B2G je však mediálně známější a většinou jsou její důsledky společensky závažnější, neboť korupčního jednání se dopouštějí politici, kterým byla svěřena důvěra ve volbách. Korupce je považována za nemoc společenského systému. [10]

V mnoha zemích je korupční chování kvalifikováno jako trestný čin, který nastává, když jednatel nebo skupina chce získat neoprávněnou výhodu, a to nelegitímním a protiprávním jednáním (využívání známostí, politického vlivu nebo úplatku). [10]

Zvrácená podoba korupce nastává, když občané jsou motivováni ke korupčnímu jednání nikoli z důvodu získání nějaké výhody či zvýhodnění, ale pro získání věci či služby, na níž mají zákonný, resp. legitimní nárok. [10]

České trestní právo rozeznává tři skutkové podstaty korupčního jednání:

Přijímání úplatku, podplácení a nepřímé úplatkářství. (Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník )

K problematice korupce se váží pojmy, které s ní úzce souvisejí, jde především o střet zájmů, lobbying, nepotismus, klientelismus a dar. [10]

V českých zemích má slovo lobbying velmi negativní zvuk, přitom jde o legitimní součást ovlivňování rozhodnutí veřejných činitelů. Toto ovlivňování má probíhat na rovině argumentační a vysvětlovací. Přesvědčovacím prostředky nejsou peníze, ale argumenty. [10]

Nepotismus je takový typ korupčního jednání, kdy osoba ve veřejném postavení zvýhodňuje určité osoby na základě příbuzenských vztahů. V dnešní době se obsah pojmu nepotismus rozšířil od pokrevní příbuznosti až po jiné spřízněné osoby, jmenujme přátele, spolužáky, milence či milenky. [10]

O nebezpečí korupce a jejích negativech bylo napsáno již mnohé. Jde hlavně o dopady v oblasti sociální, ekonomické, politické a morální. Z hlediska etického se můžeme bavit především o posledních dvou zmiňovaných. Korupce diskredituje demokracii, oslabuje důvěru ve stát, demotivuje řadové občany a napomáhá šířit falešnou morálku. [10]

### **5.5 Shrnutí etických problémů podnikatelské etiky**

Etických problémů existuje ve světě celá řada. Je dobré, když se lidé zaobírají důsledky svého jednání, které má dopady na jiné osoby či na životní prostředí. Podnikatelská etika reaguje na problémy, které vznikají podnikatelskou činností a snaží se najít nejlepší cesty pro jejich řešení.

Je pochopitelné, že v této kapitole nebyly vyjmenovány všechny etické problémy, které s danou problematikou souvisejí. Tak jako nebyly vyčerpávajícím způsobem vysvětleny jednotlivé problémy, které byly uvedeny výše.

Drtivá většina zde popsaných problémů podnikatelské etiky má svoji oporu v právu, tudíž by se mohlo zdát, že tyto problémy jsou právního charakteru. Avšak toto není pravdou. Během přijímacího pohovoru jsou právně zakázané některé otázky, viz. kapitola 5.3 např. na počet dětí, které uchazečka či uchazeč o zaměstnání mají. Na druhou stranu je právně v pořádku takovou otázku obejít jinou otázkou „V případě firemního benefitu letních táborů pro děti, měl/a byste o tento druh zaměstnanecké výhody zájem?“ Otázka je právně v pořádku, ale slouží ke zjištění údajů, které nemají k výkonu zaměstnání žádný vztah a mohly by diskriminovat uchazeče/ku, je tudíž neetická.

Těchto právních klíčků, které jsou na hraně podnikatelské etiky, existuje v praxi více. Určitě není možné je napravit „mávnutím kouzelného proutku“ Záleží na postojích a hodnotovém žebříčku každého podnikatele či vedení firem.

Společnost nelze změnit, ale lze působit na její jednotlivé subjekty. I malí podnikatelé, kteří si myslí, že mají jen nepatrný vliv na dodržování etických principů v podnikání, mohou přispět ke zlepšení podnikatelského prostředí. Je nutné, aby sami byli přesvědčeni o správnosti etického chování a snažili se přesvědčit i své partnery (odběratele, dodavatele, zákazníky). V případě firem, u kterých etické jednání má na svědomí více lidí, je vhodné zavádět do daného podniku etické nástroje, pomocí kterých lze zlepšit etiku v podnikání jak ve firmě samotné, tak i mimo ni. [27]

## 6 Řízení pohledávek

V širokém spektru oborů hrají pohledávky za zákazníky důležitou úlohu. Pohledávky byly významným tématem českého hospodářství v průběhu 90. let, a to z důvodů změny systému z centrálně plánované na tržní ekonomiku. V dnešní době se toto téma opět vrátilo na pořad dne přičiněním hospodářské krize. Velkým problémem dneška je špatná platební morálka firem. Díky ní má mnoho podniků problémy se svoji likviditou. [7]

Tento problém však nelze vyřešit rozhodnutím nemít žádné pohledávky. Kislingerová rozlišuje dva základní motivy pro existenci pohledávek. Prvním motivem je, že splacení celé částky již při plnění je ve většině případů obtížně realizovatelné z důvodu technických i organizačních, neboť při předávání velkých objemů finanční hotovosti se vyskytnou problémy kontroly částky a její bezpečnosti. V neposlední řadě pak hotovostní platba vyvolává otazníky nad legalitou této transakce. Navíc dle zákona o omezení plateb v hotovosti č. 254/2004 Sb. je hotovostní platba nad 15 tisíc EUR až na výjimky nezákonná. Druhým motivem je, že odběratelé po svých dodavatelích požadují financování zásob a výroby, a tak se delší odklady splatnosti mohou stát konkurenční výhodou. Pohledávky však znamenají riziko nedobytných pohledávek nebo pohledávek placených se zpožděním. [7]

Při rozhodování o tom, zda prodat „na fakturu“ či nikoliv, je třeba zvážit argumenty pro i proti s přihlédnutím k pozitivům a negativům pohledávek. Kislingerová rozeznává tato základní pozitiva a negativa tohoto způsobu platby:

### **Pozitiva pohledávek:**

- *Platební podmínky jsou součástí obchodní nabídky. Obecně lze čekat vyšší prodej při poskytování dodavatelského úvěru než při prodeji výhradně za hotové.*
- *Délka odkladu splatnosti se může stát konkurenční výhodou v boji o podíl na trhu.*
- *Dodavatelský úvěr je zdrojem financování pro odběratele, čímž mu dodavatel umožní rozvoj a sobě zajistí odbytky výrobků. [7, s. 425]*

**Negativa pohledávek:**

- *Vždy existuje riziko nezaplacení. Ztráta z nezaplacení přitom není pouze v hodnotě výrobků, ale i v DPH, které se musí odvést státu, v ušlé marži a zaplacené dani z příjmů. Na druhou stranu, o hodnotu nedobytných pohledávek lze při splnění určitých podmínek snížit základ daně z příjmů.*
- *Dodavatelský úvěr musí dodavatel nějak financovat, což pro něj znamená zvýšené finanční náklady (pokud sám nedostává dostatečný úvěr od svého dodavatele).*
- *Ne vždy odběratel poskytnutým úvěrem nutně financuje svůj rozvoj. Někdy se ukáže, že takto získané zdroje použije na financování jiných podnikatelských nebo soukromých aktivit. [7, s. 425-426]*

Řízení platební schopnosti podniku patří mezi strategické úkoly finančního managementu. Jak uvádí Režňáková, pouze podnik, který je schopný hradit své závazky včas, vytváří předpoklady pro trvalou existenci. Aby toho byl podnik schopný, musí mít část svých prostředků vázanou na bankovním účtu či v jiných likvidních formách majetku. Tyto prostředky nejsou efektivně využívány, nesou jen minimální výnos a snižují rentabilitu. [15]

Pohledávky placené ve lhůtě splatnosti lze označit za dobré. Jako špatné označuje Kislíngrová pohledávky nedobytné a pohledávky hrazené se zpožděním. Nedobytné pohledávky jsou takové, které nejsou zaplacený vůbec, nebo je pro jejich proplacení nutno vyvinout úsilí a případně i dodatečné náklady, např. formou soudních poplatků. Pohledávky hrazené se zpožděním zvyšují náklady na financování daného obchodního případu, ale navíc se zpožděním narušuje cash flow dodavatele. [7]

Dopadem pozdě hrazených „faktur“ je nutnost vykrytí finanční prodlevy a to buď vlastními zdroji, nebo cizím kapitálem. Cizí kapitál má nejčastěji formu krátkodobého úvěru nebo kontokorentu. Za využití úvěru však dodavatel platí bance úroky a touto situací se částečně snižuje daňový štít. MSP mají složitější přístup k úvěrovým zdrojům od bank, kterými by kryly pozdní platby. V případě neschválení půjčky se podnik dostává do druhotné platební neschopnosti. Tento stav může nabourat důvěru a dobré vztahy podniku s jeho dodavateli, se zaměstnanci, se státními úřady či dalšími partnery. [7]

## 7 Právní rámec pozdě placených faktur

### 7.1 Směrnice 2000/35/ES

Pozdní platby jsou nešvarem nejenom České republiky, ale též celé Evropské unie. Toho jsou si vědomy i evropské instituce, které se snaží danou problematiku řešit. Směrnice 2000/35/ES o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích ze dne 29. června 2000, lze považovat za první „vlastovku“. Jedním z hlavních důvodů vydání této směrnice byla snaha o pomoc MSP, které jsou zatíženy značnými administrativními a finančními břemeny, jenž s sebou nesou nepřiměřeně dlouhé platební lhůty a opožděné platby. [23]

### 7.2 Směrnice 200/35/ES v českém obchodním zákoníku

Implementace směrnice byla provedena v § 369a obchodního zákoníku s účinností od 1. 1. 2005. Podle ustanovení tohoto paragrafu platí, že pokud není mezi stranami dohodnuto jinak, je splatnost faktury 30 dní ode dne jejího doručení. Jestliže nelze určit den obdržení faktury, je lhůta stanovena na 30 dní od obdržení zboží či služby. V případě doručení faktury i zboží či služby se 30 denní lhůta odvíjí od toho kroku, který nastal později. Dále tento paragraf stanovuje: nedojde-li k zaplacení v uvedené lhůtě, začnou bez jakékoliv další výzvy nebo upomínání nabíhat úroky z prodlení. [23] [31]

§ 369a obchodního zákoníku má však dle magistra Klega i několik nedostatků a nejasností. Dle odst. 3: „*Věřitel má právo požadovat úroky z prodlení jenom v míře, v jaké splnil své zákonné a smluvní povinnosti a jestliže neobdržel dlužnou částku v době její splatnosti, ledaže dlužník není odpovědný za prodlení.*“ [49, § 369a odst. 3] Není totiž jasné, proč je tento text v zákoně obsažen, jelikož se jeví jako duplicitní, protože § 369 odst. 1 obchodního zákoníku stanovuje, že: „*Je-li dlužník v prodlení se splněním peněžitého závazku nebo jeho části a není smluvena sazba úroků z prodlení, je dlužník povinen platit z nezaplacené částky úroky z prodlení určené ve smlouvě.*“ [49, § 369a odst 1] Další nedokonalost Kleg spatřuje ve formulaci „...*ledaže dlužník není odpovědný za prodlení.*“ [X, § 369a odst. 3] V českém právním řádu, jak v režimu občanského práva, tak i práva obchodního, dlužník odpovídá za prodlení vždy. Navíc § 263 odst. 1 obchodního zákoníku odkazuje na § 369a odst. 4 až 7, ale tento paragraf má jen pět odstavců. [31]

Problém pozdního placení je v této práci často skloňovaným pojmem. V tabulce č. 1 Přehled vybraných oborů, v kapitole 1, jsou údaje o průměrné návratnosti pohledávek ode

dne vystavení faktury do dne zaplacení tak vysoké, že v jistých odvětvích se pozdní platby považují za normální stav, který je mnohými subjekty považován za **obchodní zvyklost**. [46]

Obchodní zvyklostí se rozumí takové pravidlo chování, které je dodržováno mezi účastníky smluvních vztahů. Obchodní zvyklost není písemně zachycena, ani není formulována právními předpisy, ale je všeobecně dodržována v rámci určitého odvětví, teritoria nebo trhu. Obchodní zvyklosti vznikají spontánně a jsou výsledkem dlouholetých pozitivních zkušeností mezi smluvními stranami. [46]

Z dlouhodobého hlediska má nejhorší platební morálku zdravotnictví. Fakultní nemocnice Brno žalovala Nemocnici Milosrdných bratří, příspěvkovou organizaci. Spor se točil okolo pozdě splacené faktury, u které žalovaný chtěl uplatňovat úroky z prodlení. [42] [23]

Dne 12. října 2006 Městský soud v Brně vydal rozsudek, že je: „... *obchodní zvyklostí nežadat majetkové sankce za prodlení s úhradou za dodané zboží, která byla respektována obecně mezi zdravotnickými zařízeními....Žalobkyně nebyla oprávněna požadovat plnění závazku ve lhůtě splatnosti uvedené ve fakturách a žalovaná (strana) nebyla povinna závazky v takto určené (lhůtě) splatnosti splnit...*“ [42]

Případ se dostal až před Nejvyšší soud, který 22 března 2011 ve spisové složce 32 Cdo 4932/2009 rozhodl, že: „...*pravidlo chování, které je v rozporu se zákonem či smluvní úpravou, není způsobilé nabýt formu obchodní zvyklosti.*“ [42] Touto větou Nejvyšší soud přiznal žalující straně právo vyžadovat úroky z prodlení a jasně definoval, že pozdní placení pohledávek není obchodní zvyklostí. [23] [42]

Česká legislativa i rozhodovací praxe českých soudů jsou na straně poškozených dodavatelů. Nicméně to stávající situaci nějak nemění. Většina dodavatelů přetrpí menší či větší zpoždění platby. Je pravdou, že soud rozhodne ve prospěch dodavatele, ale soudní líčení bude časově náročné, nemluvě o snaze nepoškodit si vztahy s významnými odběrateli. [23]

Podobnými slovy hodnotí podnikatelské prostředí podnikatel, který si nepřeje být jmenován. „*Je lepší počkat měsíc či dva na zaplacení než jít k soudu. Soud sice rozhodne ve tvůj prospěch, ale bude to trvat rok, dva.*“ [projev plzeňského podnikatele, pronesený dne 24.10.2012 v Plzni] )



### 7.3 Nová směrnice 2011/7/EU a novela českého obchodního zákoníku

Dne 16. února 2011 Evropský parlament a rada přijaly novou směrnicí 2011/7/EU o postupu proti opožděným platbám v obchodních transakcích. Koncem června 2012 schválila vláda České republiky návrh novely obchodního zákoníku, do kterého byla směrnice 2011/7/EU promítnuta. Mezi nejdůležitější opatření patří **lhůta splatnosti** pro případ nedohodnutí se obou stran, má být i nadále 30 dní. Avšak **dobu splatnosti delší než 60 dní** bude možné sjednat jen tehdy, není-li to vůči věřiteli hrubě nespravedlivé. Nově bude stanovena i **maximální doba přejímky zboží** či služeb, a to na 30 dní. Překročit lhůtu 30 dní je možné, ale opět jen pokud to není vůči věřiteli hrubě nespravedlivé. **Dohoda vylučující úrok z prodlení** bude vždy hrubě nespravedlivá a tedy právně napadnutelná. Věřitel má vedle úroku z prodlení i **nárok na úhradu** minimální výše **nákladů** spojených s uplatněním své pohledávky. Paušální sazba by měla činit 1200,- Kč. Rozsah a podmínky by měla stanovit doprovodná novela nařízení vlády. Účinnost plánované novely je stanovena na 1. březen 2013 a pozice věřitelů by se měla danou novelou zlepšit. Tedy aspoň dle zákona. [23]

## 8 Dotazníkové šetření – platební morálka severočeských firem

### 8.1 Způsob provedení a výchozí parametry

Účelem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaká je úroveň etiky v podnikání severočeských malých a středních podniků (dále jen MSP) se zaměřením na jejich platební morálku.

Veber považuje MSP za páteř ekonomiky každého státu. Dle Zprávy o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2009 vypracované Ministerstvem průmyslu a obchodu vyplývá, že k 31. 12. 2009 vykazovalo v České republice podnikatelskou činnost 989 568 MSP. Ty tvoří 99,83 % všech ekonomicky aktivních subjektů a podílí se z 62,33 % na zaměstnanosti a tvorbou hrubého domácího produktu přispívají ze 36,22 %.[19] [40]

Malé a střední podniky se na doporučení Evropské komise dle nařízení č. 800/2008 v příloze I ze dne 6. srpna 2008 třídí podle následujících kritérií: počet zaměstnanců, roční tržby, hodnota aktiv a nezávislosti. Dle tohoto doporučení existují: [39]

*Mikropodniky* zaměstnávají méně než 10 osob a jejich roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 2 miliony EUR.

*Malým podnikem* je podnik, který zaměstnává méně než 50 osob a jeho roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 10 milionů EUR.

*Střední firmy* jsou podniky, které zaměstnávají méně než 250 osob a jejichž roční obrat nepřesahuje 50 milionů EUR, nebo jejichž bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 milionů EUR. [39]

Jak bylo napsáno výše, kritérií pro zařazení určitého podniku do jednotlivé skupiny je více, ale pro účely tohoto dotazníkového šetření považujeme za klíčový parametr průměrný stálý počet zaměstnanců v roce.

Veber připojuje, že MSP dávají podnikatelům dostatek prostoru pro vlastní seberealizaci a iniciativu. Podnikatelské rozhodování silně ovlivňuje zodpovědnost, jelikož jakékoliv špatné rozhodnutí či omyl může znamenat pro podnikatele značné ztráty. Zejména malý podnik nemá kam uniknout před těmito dopady, poněvadž vlastník podniká a zpravidla i bydlí ve stejném regionu. Výhodou a zároveň slabinou těchto podniků je jejich velikost. Výhodou je, že tyto podniky netrpí zkosnatělostí a pružně reagují na trh a jeho potřeby včetně schopnosti rychlé realizace inovací. Nevýhoda MSP spočívá v horším přístupu k cizímu kapitálu, především formou bankovních úvěrů. [19]

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/7/EU ze dne 16. února 2011 poukazuje na to, že mnohé platby v obchodních transakcích za zboží a služby jsou v prodlení, i když zboží bylo řádně dodáno nebo služba poskytnuta. Takto opožděné platby mají negativní dopad na likviditu a ztěžují finanční řízení podniků. Mají též negativní vliv na konkurenceschopnost a ziskovost v případech, kdy věřitel potřebuje kvůli opožděné platbě získat cizí financování. Rizika takovýchto nepříznivých jevů a jejich následné negativní dopady se výrazně zvyšují v dobách hospodářských krizí, kdy je přístup k financování obtížnější. [45] Směrnice EU

*Opožděná platba představuje porušení smlouvy, které je v mnoha členských státech pro dlužníky finančně přitažlivé vzhledem k nízkým nebo žádným úrokům z prodlení nebo pomalému řízení dosažení nápravy.* [45, s. 2] Směrnice EU

Nyní bych rád zdůvodnil, proč jsem si pro dotazníkové šetření vybral právě severočeský region. Severní Čechy patří mezi specifické regiony. Tato specifikace je dána smíšením sociálních problémů jako je vysoká nezaměstnanost a netolerance obyvatel majority k minoritě, ale i netolerance minority k majoritě žijící na tomto území. Na druhé straně severní Čechy sousedí se Německem, přesněji se Svobodným státem Sasko, a tak by bylo možné očekávat obchodní propojenost německých a českých firem včetně požadavků německých partnerů na etiku v podnikání v severních Čechách.

Dotazníkové šetření bylo prováděno ve dvou regionech:

1. Okres Most (dále jen Most)
2. Region Poohří (dále jen Poohří)

V Mostě probíhalo dotazníkové šetření v listopadu 2011 ve spolupráci s Okresní hospodářskou komorou Most. Elektronickou formou bylo rozesláno 250 dotazníků členům hospodářské komory v Mostě. Návratnost byla 6%, neboli patnáct oslovených vyplnilo a poslalo dotazník. Toto nízké číslo je zapříčiněno vysokou mírou různých jiných dotazníkových šetření a celkovou zaneprázdněností podnikatelů či podniků.

Druhý region, jenž byl zmapován ohledně platební morálky, je region Poohří. Poohří v sobě zahrnuje okresy Sokolov a Karlovy Vary. Dotazníkové šetření zaštitila Regionální hospodářská komora Poohří. Daný průzkum probíhal v únoru 2012 a osloveno bylo okolo 120 firem. Návratnost dotazníků činila 10%, což znamená zapojení dvanácti firem. Procentuální nárůst, byl zapříčiněn využitím služby Google Documents, čímž se

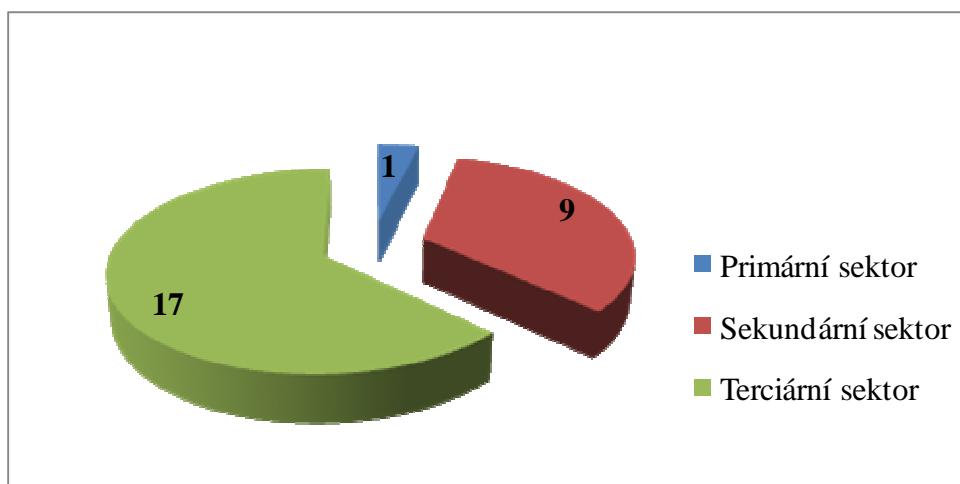
zjednodušil sběr vyplněných dotazníků a dále vstřícným přístupem ze strany vedení Regionální hospodářské komory Poohří.

## 8.2 Dotazník – výsledky jednotlivých otázek

Výsledky, které zde budou uvedeny, jsou sjednocením obou regionů, kde dotazníkové šetření probíhalo.

Podle počtu firem, které se účastnily dotazníkového šetření, sedmnáct podniků podniká v terciárním sektoru, devět v sekundárním a jeden v primárním sektoru, jak je možné vidět na obrázku č. 2.

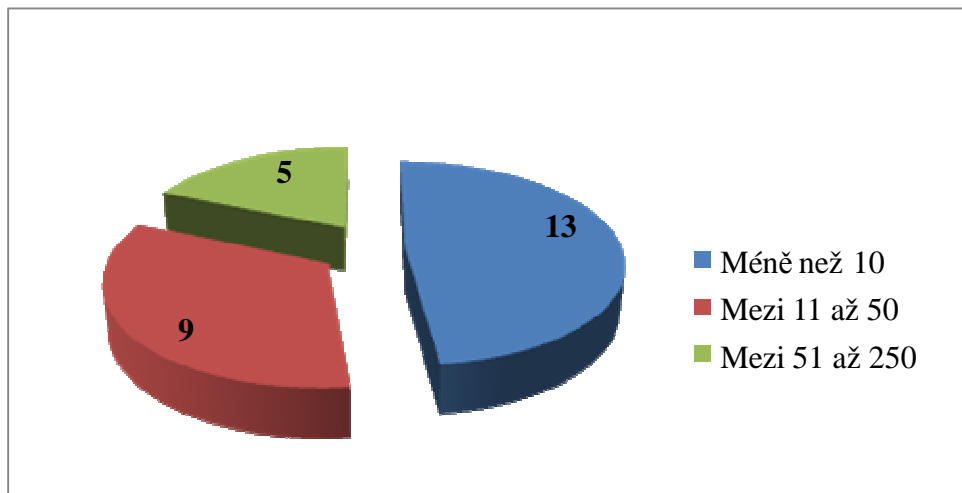
**Obr. č. 2: V jakém sektoru národního hospodářství Vaše firma podniká?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Dle velikosti podniků, třináct respondentů patří mezi mikropodniky, devět mezi malé podniky a pět bylo středních podniků (obrázek č. 3).

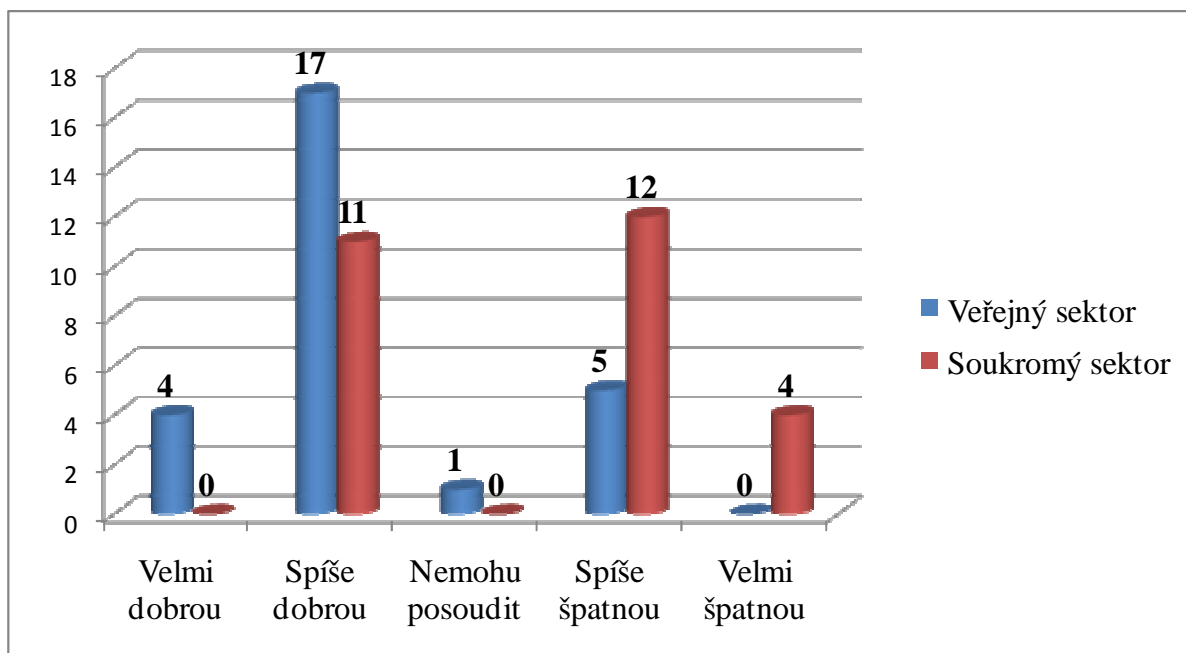
**Obr. č. 3: Kolik má Vaše firma stálých zaměstnanců?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Na obrázku č. 4 jsou zachyceny odpovědi na otázku, která zjišťovala, zda-li firmy vnímají rozdílnou platební morálku veřejného a soukromého sektoru a jakou s ní mají zkušenost.

**Obr. č. 4: Jakou máte zkušenost s platební morálkou veřejného (úřady, instituce státu,...) a soukromého sektoru?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

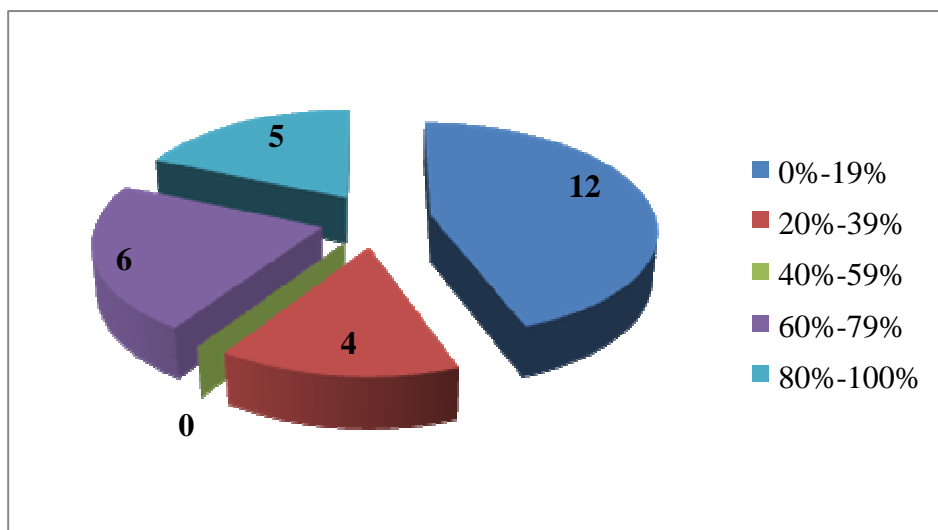
Výsledky osobních zkušeností podniků s platební morálkou veřejného sektoru jsou překvapivé. Dle zprávy Českého rozhlasu ze dne 10. 9. 2010 právě státní úřady jsou největším dlužníkem, který platí za zboží či služby s velkým zpožděním. [44]

Jednadvacet ze sedmadvaceti oslovených severočeských podniků uvedlo, že mají velmi dobrou či spíše dobrou zkušenost s platební morálkou veřejného sektoru.

Naproti tomu oslovené firmy vnímají hůře platební morálku soukromého sektoru, kdy šestnáct podniků uvedlo, že mají spíše špatnou či velmi špatnou zkušenost s platební morálkou, která panuje na B2B trhu.

Obrázek č. 5. zachycuje procentuální část faktur, které mají oslovené firmy po době splatnosti. Hodnoty na daném obrázku ukazují počty firem a intervaly označují procenta pozdě splatných pohledávek, které mají jednotlivé firmy.

**Obr. č. 5: Jaká je zhruba procentuální část Vašich faktur splacená po době splatnosti?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

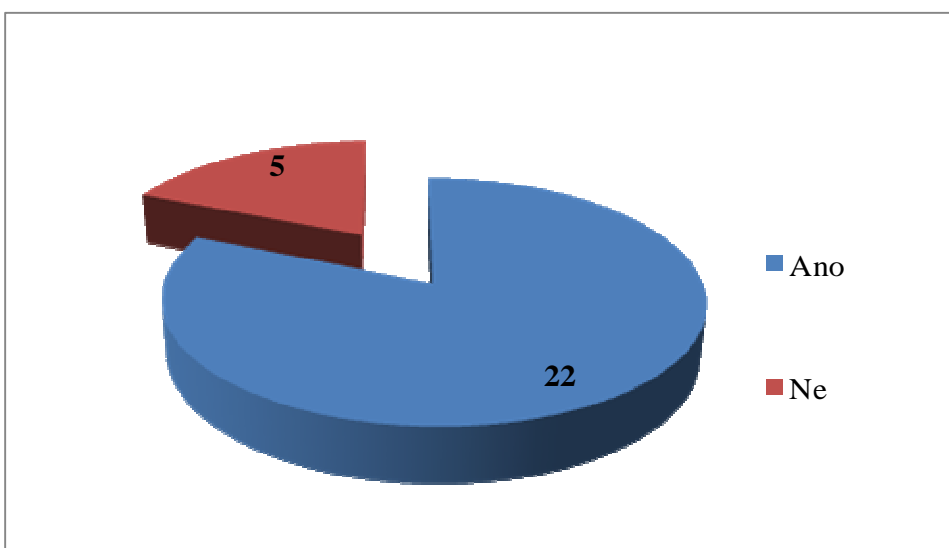
Z dotazovaných firem jen dvě uvedly hodnotu 0 %, to znamená, že nemají problémy s daty splatnosti jimi vydaných faktur a jejich obchodní partneři nejsou v prodlení s platbami. Avšak čtyři podniky v dotazníkovém šetření uvedly, že jim jejich obchodní partneři platí v 90 % případů se zpožděním.

Platební morálka firem se stává neúnosným problémem, jak již bylo poukázáno na výsledcích výzkumu ČSOB Faktoring v kapitole 1. Podle tohoto průzkumu si české firmy platí za 75 dní. Toto číslo vyjadřuje průměrnou návratnost pohledávek od vystavení

faktury a od začátku krize v roce 2008 neustále roste. Průměrná doba placení pohledávek po dni splatnosti se zvýšila na 15 dnů. [30]

Většina firem, jak je možné vyčíst z obrázku č. 6, je opatrná a prověřuje si solventnost či bonitu obchodních partnerů. Naprostá většina (dvaadvacet) oslovených firem aktivně vyhledává informace o svých obchodních partnerech. Jen pět firem uvedlo, že platební schopnost svých odběratelů nesledují. Z toho dvě firmy v předchozí otázce uvedly, že podíl pozdě splatných pohledávek mají přibližně 90 %.

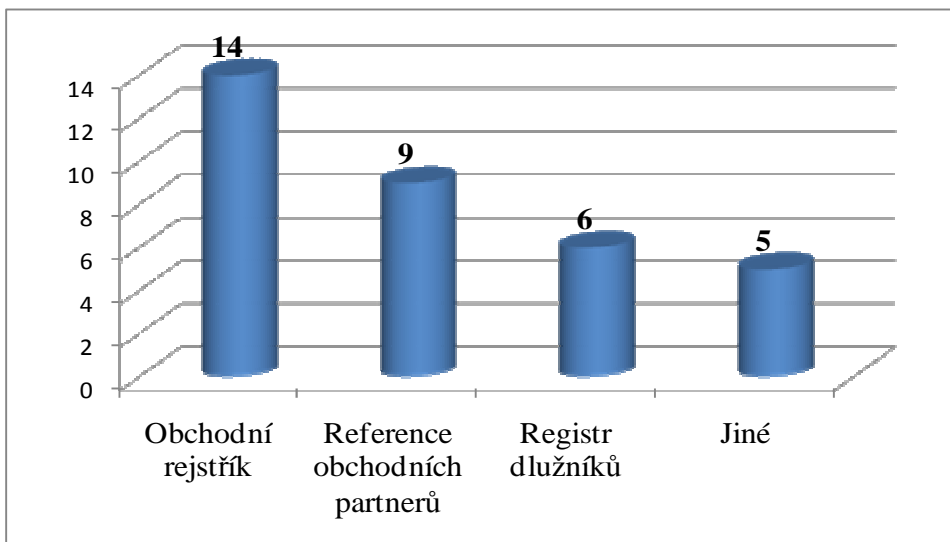
**Obr. č. 6: Zjišťujete si bonitu či solventnost obchodního partnera před uzavřením kontraktu?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Následující otázka přímo navazovala na předešlou a odpovídaly na ní jen firmy, které přetím odpověděly kladně. V této otázce bylo možné označit více správných odpovědí.

**Obr. č. 7: Pokud si zjišťujete bonitu či solventnost obchodního partnera, jakým způsobem?**

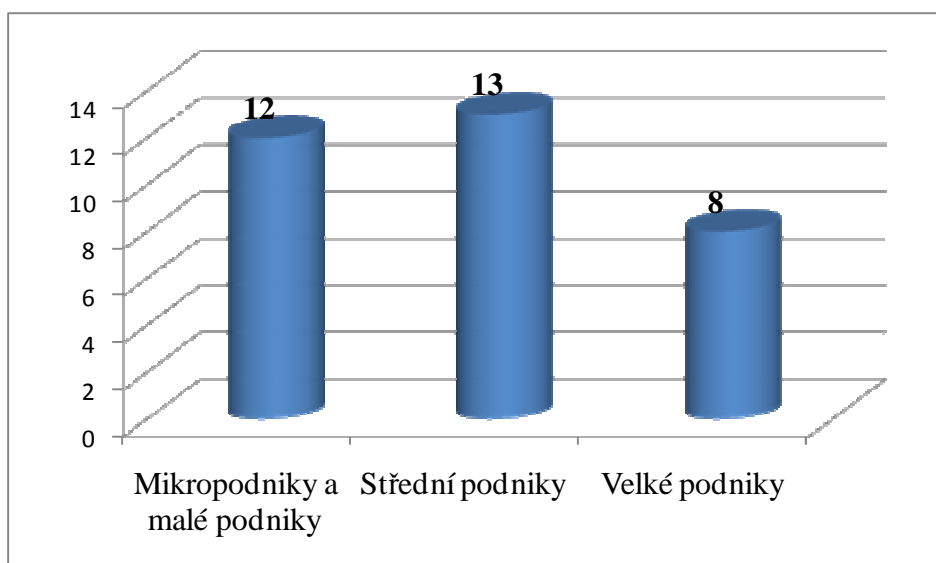


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Nejčastějším informačním kanálem, na něhož firmy spoléhají při hledání informací o finanční výkonnosti obchodního partnera, je obchodní rejstřík, jak je patrné z obrázku č. 7. Druhým nejčastějším zdrojem jsou reference od stávajících obchodních partnerů.

Co se týká platební morálky, oslovené podniky lépe vnímají mikropodniky, malé a střední podniky než podniky velké, jak je ukazuje obrázek č. 8. V této otázce bylo možné označit více „správných“ odpovědí.

**Obr. č. 8 Jakým způsobem byste ohodnotili platební morálku firem dle jejich velikosti? (Pozitivně)**



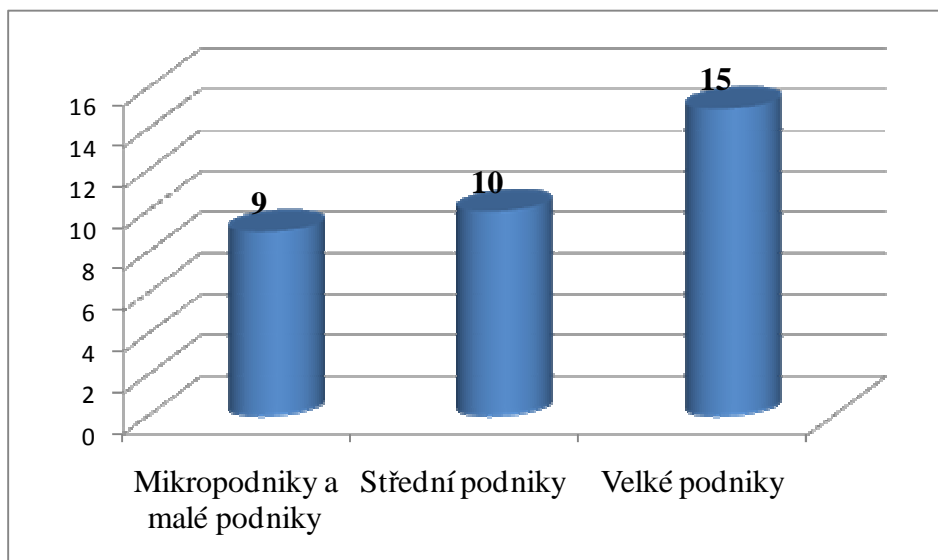
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012



Z obrázku č. 9 je patrná negativní zkušenost MSP s velkými podniky. Toto zjištění je překvapivé, protože dle teorie popsané v kapitole 6 Řízení pohledávek, mají velké podniky lepší přístup k cizím zdrojům, než střední či malé podniky. A tak by měly být schopné dostát svým závazkům. Avšak jak hovoří zpráva publikovaná v Českém rozhlase, velcí odběratelé se chovají neeticky, zneužívají své síly a svého postavení na trhu a menším dodavatelům platí čím dál později. A přenášejí tak své financování na bedra MPS. Pro odběratele je finančně výhodné platit své závazky později. Dodavatelé de facto úvěrují své odběratele, kteří si nemusejí vzít půjčku od banky, za kterou by museli platit úroky. [29]

Oslovení opět mohli označit více odpovědí v závislosti na svých zkušenostech s platební morálkou firem dle jejich velikosti.

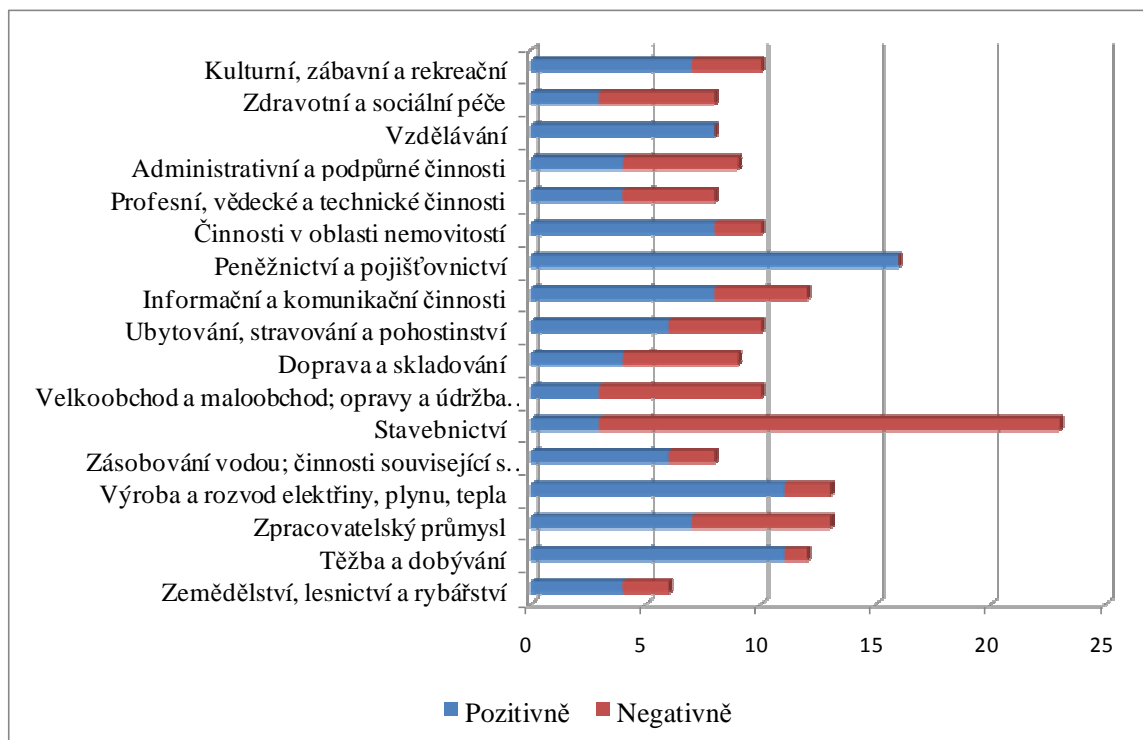
**Obr. č. 9: Jakým způsobem byste ohodnotili platební morálku firem dle jejich velikosti? (Negativně)**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Jak vyplývá z obr. č. 10, nejlépe respondenti hodnotí sektor peněžnictví a pojišťovnictví (šestnáctkrát označeno), následovaly sektory těžby a dobývání, výroby a rozvodu elektřiny, plynu a tepla (oba byly označeny jedenáctkrát). Mezi pozitivně vnímané oblasti je též možno zařadit informační a komunikační činnosti či činnosti v oblasti nemovitostí (obě shodně označeny osmkrát).

**Obr. č. 10: Jaká odvětví národního hospodářství hodnotíte pozitivně a negativně co se týká platební morálky?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Nejhůře je vnímán sektor stavebnictví, jak je patrné z obrázku č. 10. Negativně ho ohodnotilo 20 firem z 27, které se zúčastnily dotazníkového šetření. Velkoobchod a maloobchod negativně hodnotí sedm respondentů a zpracovatelský průmysl hodnotí negativně šest firem. Dalším sektorem, který je velmi problematický ohledně rychlosti plateb je zdravotnictví, které bylo označeno pěti firmami. Platby od zdravotnických zařízení jsou obecně v dlouhém prodlení, viz tabulka č. 1 v kapitole 1. Výsledky průzkumu ČSOB Faktoring. Výhoda zdravotnických zařízení spočívá v téměř stoprocentní jistotě úhrady za zboží či služby, ale za dlouhý časový úsek.

### 8.3 Závěry dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření se neseťkalo s velkým ohlasem ze stran dotazovaných podniků a to i navzdory tomu, že šetření probíhalo vždy ve spolupráci s hospodářskými komorami jednotlivých regionů. Celkový počet zúčastněných subjektů je velmi malý. Avšak většina získaných dat odpovídá zhoršujícímu se trendu platební morálky, který byl zjištěn jinými šetřeními různých firem zabývajících se správou pohledávek, jmenujme např. ČSOB Faktoring, jehož šetření bylo popsáno v kapitole 1 či společnost Intrum Justita.

Z daného dotazníkové šetření vyplynuly tyto závěry:

- Úroveň podnikatelské etiky a na ní navazující platební morálka je neuspokojivá.
- Platební morálka veřejného sektoru je vnímána pozitivněji než soukromého sektoru.
- Průměrné procentuální vyjádření splacených faktur po době splatnosti mají dotázaní přes 38 %
- Severočeské firmy vnímají pozitivněji malé a střední podniky než velké společnosti.
- Dle platební morálky je nejlépe hodnocen sektor peněžnictví a pojišťovnictví, těžba a dobývání, výroba a rozvod elektřiny, plynu a tepla.
- Negativně je nahlíženo na sektor stavebnictví, velkoobchod a maloobchod a zpracovatelský průmysl.

## 9 Dotazníkové šetření – vnímání podnikatelské etiky studenty FEK

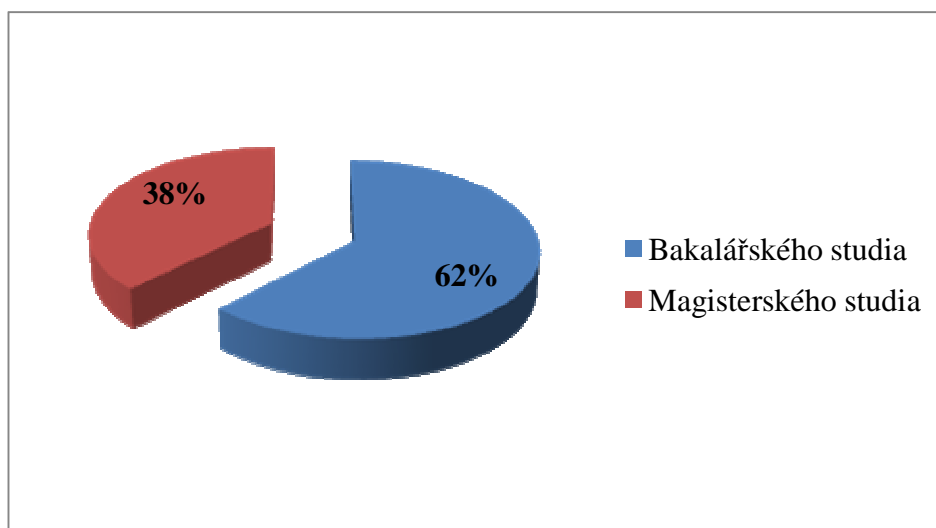
### 9.1 Způsob provedení a výsledky jednotlivých otázek

Dotazníkové šetření probíhalo v říjnu 2012. Osloveni byli studenti Fakulty ekonomické na Západočeské univerzitě v Plzni (dále i ZČU v Plzni). Dotazník měl elektronickou podobu a byl šířen prostřednictvím sociálních sítí. Obsahoval 10 otázek, z čehož první dvě se týkaly zjištění pohlaví a ročníku, ve kterém se studenti nacházejí. Celkový počet respondentů byl 101 studentů.

Účelem šetření bylo zjistit, jak vnímají podnikatelskou etiku studenti Fakulty ekonomické. Neboť právě oni, jakožto budoucí manažeři, obchodní zástupci či podnikatelé budou vytvářet podnikatelské prostředí, do kterého budou vnášet svoji morálku, hodnoty a představu dobra a zla.

Dotazník celkem vyplnilo 101 respondentů, jak již bylo řečeno výše, z toho bylo 21 mužů a 80 žen. Na obrázku č. 11 je zachyceno rozložení respondentů dle stupně vysokoškolského studia.

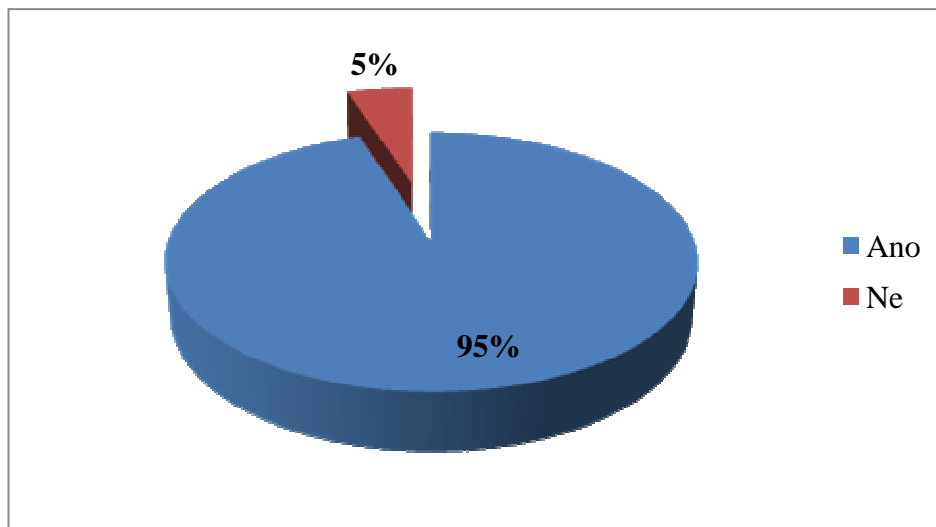
**Obr. č. 11: Jste studentem**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Cílem první otázky bylo zjistit, zda oslovení znají pojem „podnikatelská etika“, na niž je výzkum zaměřen (viz. obrázek č. 12). Pojem zná 95 % oslovených. Následovala otázka, na niž odpovídali pouze ti, kteří pojem znají.

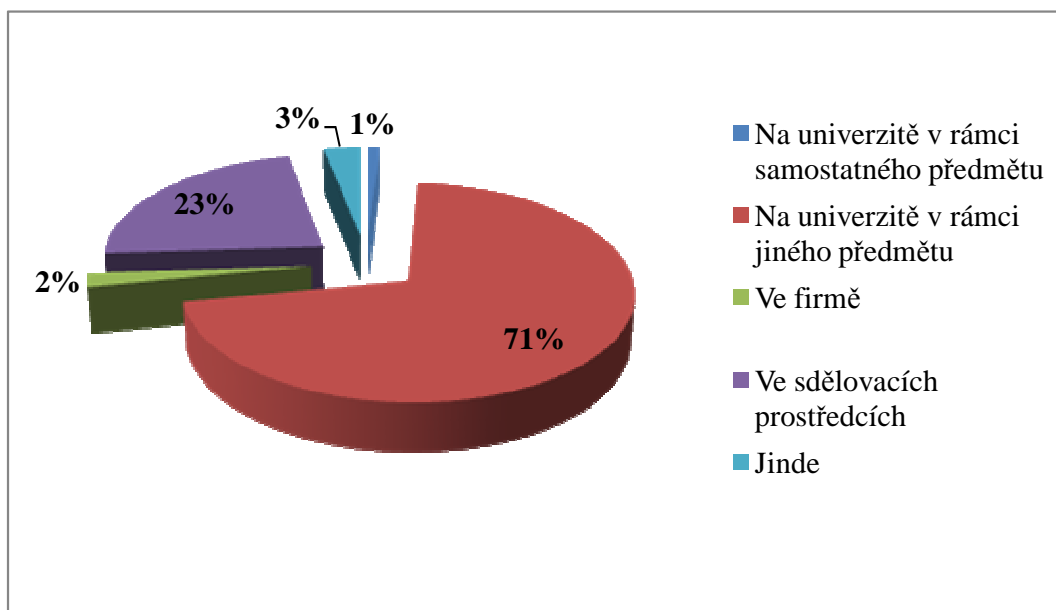
**Obr. č. 12: Slyšel/a jste někdy pojem podnikatelská etika (etika v podnikání, manažerská etika)**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Z obrázku č. 13 vyplývá, že většina respondentů slyšela o podnikatelské etice na univerzitě v rámci jiného předmětu, přesněji 71 % z nich. V rámci jiného předmětu se myslí, v rámci povinného či povinně volitelného předmětu. Například mojí zkušeností je, že o podnikatelské etice se mluvilo v rámci předmětu Organizace a řízení obchodu a Management podniků a destinací ČR. Dalším nejčastějším zdrojem, díky němuž studenti znají tento pojem, jsou sdělovací prostředky, a to ve 23 % případů.

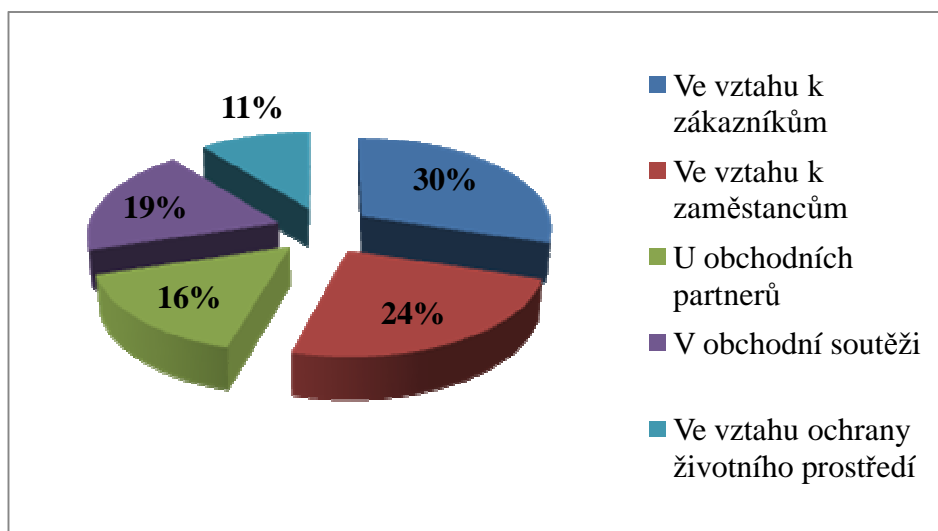
**Obr. č. 13 Pokud ano, kde jste daný pojem slyšel/a?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Jako nejvíce problematická oblast podnikatelské etiky v současné době je studenty vnímán vztah k zákazníkům (30 % respondentů) a vztah k zaměstnancům (24 % respondentů), jak je patrné dle obrázku č. 14. Za nejméně problematický je považován vztah k životnímu prostředí (11 % respondentů). Při výběru oblastí mohli respondenti označit více odpovědí.

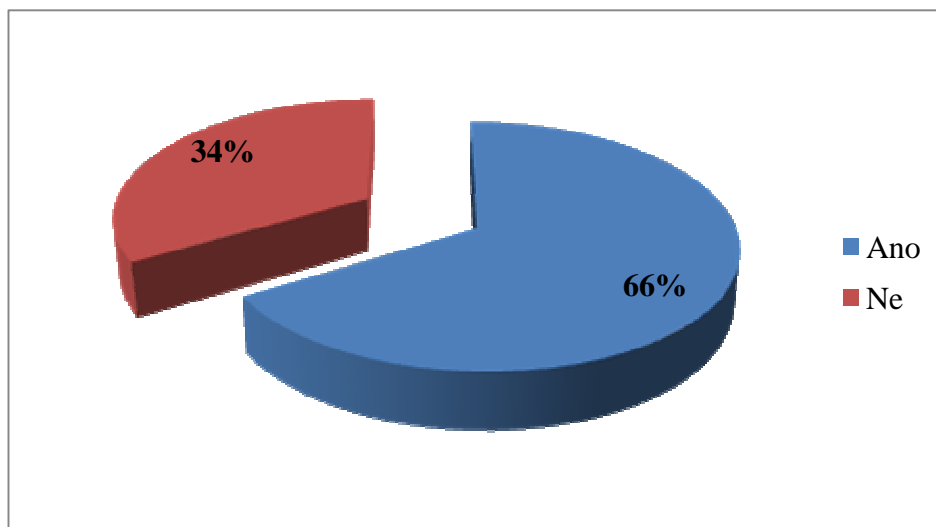
**Obr. č. 14: V jakých oblastech je podle Vás, v dnešní době a v podmínkách České republiky, etika v podnikání nejnaléhavější?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Etické chování je podle respondentů z 66 % považováno za konkurenční výhodu (obrázek č. 15). Putnová a Seknička považují etické chování podniku za výhodné, ale pouze z dlouhodobého hlediska. Pokud bychom uvažovali o maximalizaci zisku v krátkém časovém období, bylo by etické jednání brzdou těmto snahám. [14]

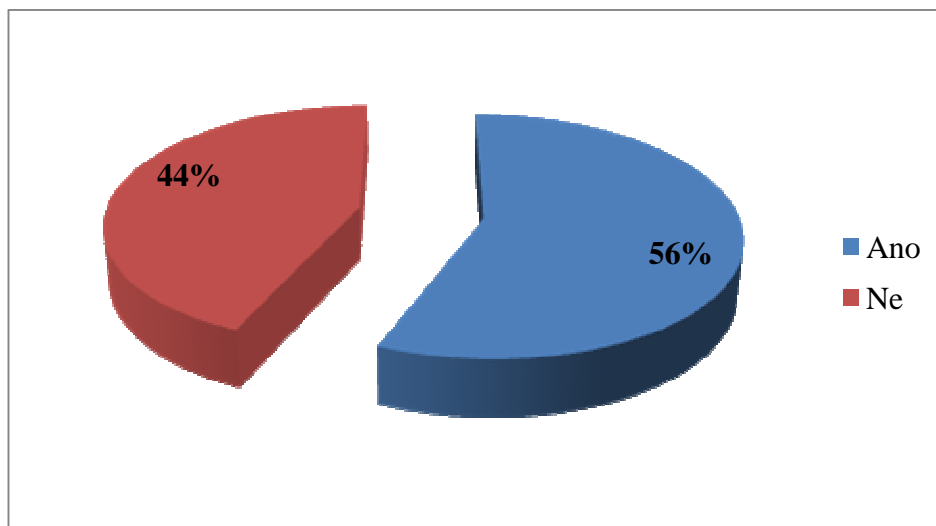
**Obr. č. 15: Považujete etické chování v podnikání za konkurenční výhodu?**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

56 % oslovených studentů by se ve svém budoucím zaměstnání chovalo eticky, i když by to pro ně mohlo být do jisté míry překážkou například v kariérním postupu, viz. obrázek č.16.

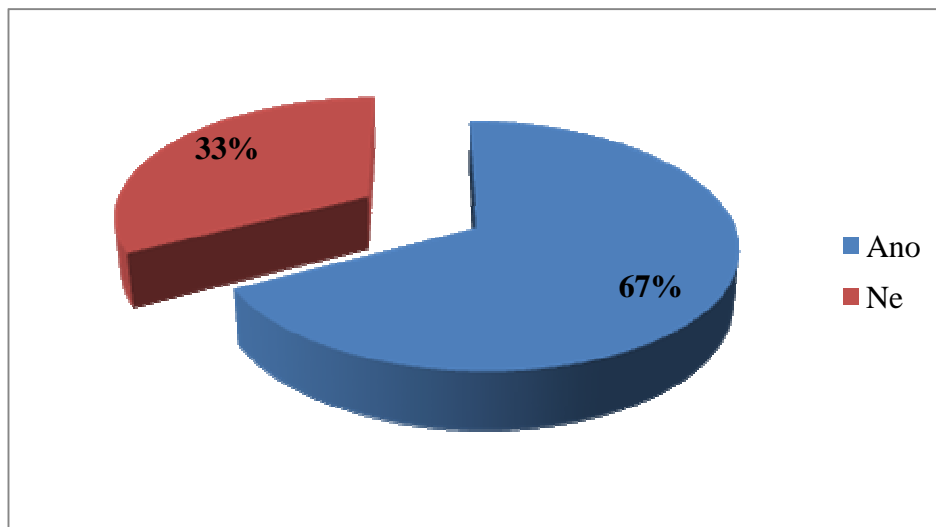
**Obr. č. 16: V roli manažera/podnikatele/zaměstnance – choval/a byste se ze všech okolností eticky? I přes to, že by to pro Vás mohlo být nevýhodné? (zpomalení kariérního růstu, finanční postih)**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Většina z dotazovaných (67 %) uvedla, že by se snažila dostát svým obchodním závazkům a platila by včas přijaté faktury (obrázek č. 17). Samozřejmě pouze v případě, že by sami nebyli v druhotné platební neschopnosti.

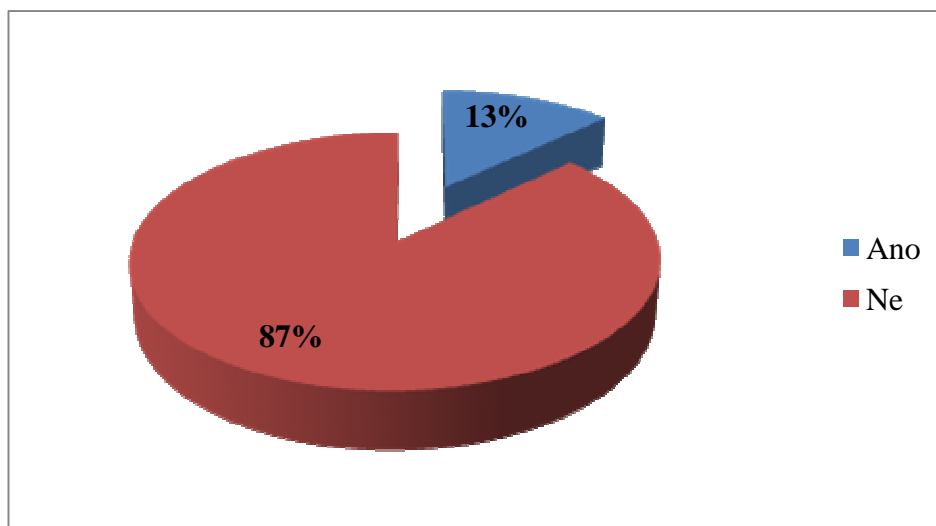
**Obr. č. 17: Platil/a byste ve lhůtě splatnosti Vaše obchodní závazky i když víte, že pozdržením platby získáváte cizí financování bez nutnosti platit úroky.**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

Respondenti by nechtěli v 87 % případů pracovat ve společnostech, které by se chovaly neeticky (obrázek č. 18). Je pozitivní, že studenti jsou plní ideálu a většina by nechtěla trávit svůj čas ve firmě s nízkým etickým kreditem.

**Obr. č. 18: Pracoval/a byste u společnosti, která se chová neeticky? (nekorektní jednání k zákazníkům, schválně pozdě placené faktury?)**



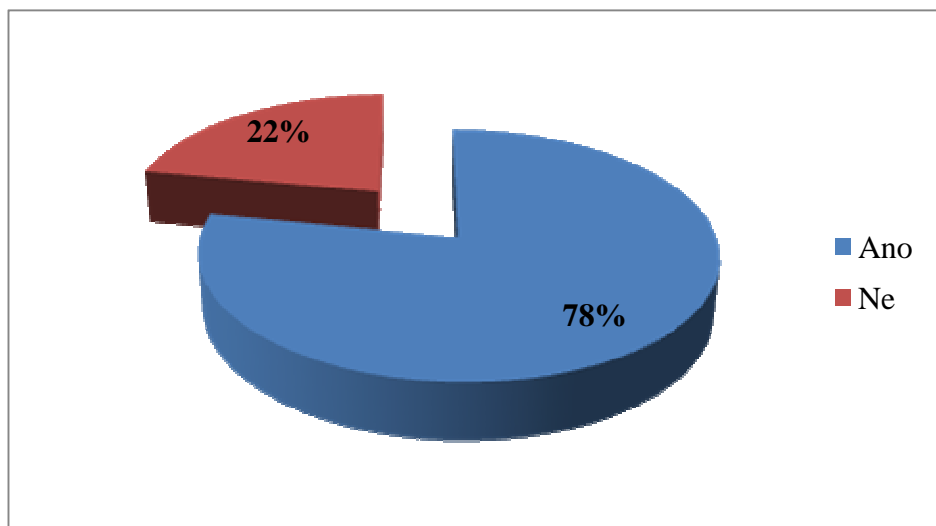
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

U 78 % dotazovaných by při nákupu hrálo roli, jak se určitá společnost chová ke svému okolí, viz. obrázek č. 19. Zákazníci mohou též prostřednictvím koupě respektive nekoupě



vyjadřovat svůj nesouhlas s chováním firmy. Jak již bylo napsáno výše, zákazníci svým bojkotem dokázali přinutit firmu Shell k opuštění svých neetických činností. [8]

**Obr. č. 19: Ovlivnilo by Vaše nákupní chování určité značky, kdybyste se dozvěděl/a, že tato společnost se chová neeticky? (využívání dětské práce, ničení životního prostředí...)**



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření, Plzeň 2012

## 9.2 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření mezi studenty

Z dotazníkového šetření vplynuly tyto závěry:

- Drtivá většina studentů zná pojem podnikatelská etika a nejčastěji se s tímto pojmem setkali na univerzitě, ale v rámci výuky jiného povinného či povinně volitelného předmětu.
- Nejvíce aktuální oblastí uplatňování podnikatelské etiky je podle studentů vztah k zákazníkům a k zaměstnancům.
- Etické chování společností je dotazovanými vnímáno jako konkurenční výhoda.
- Nadpoloviční většina respondentů by se chovala eticky ve svém zaměstnání i v případě možných negativních dopadů (např. zpomalení kariérního růstu).
- Většina studentů by chtěla platit své obchodní závazky včas, ale jen v případě, že sami nebudou v druhotné platební neschopnosti.

- Naprostá většina by také nechtěla pracovat ve společnostech, o kterých budou vědět, že se chovají neeticky a nechtěla by být ani zákazníkem takovýchto podniků.

Dotazování studentů bylo provedeno formou dotazníkového šetření, jak již bylo napsáno výše. U tohoto způsobu získávání informací existuje riziko nepravdivosti uvedených odpovědí. Dotazovaní mohou často něco jiného říkat a dělat. S dotazníkem dokážeme měřit názory a postoje, ale nikoliv skutečné chování. [25]

Právě tímto mohou být výsledky ovlivněny. Lidé mají tendence dělat se lepšími, než ve skutečnosti jsou. Dalším faktorem, který může zahrát v neprospěch etického jednání respondentů je kondice ekonomiky v době, kdy absolvují a budou hledat své budoucí zaměstnání. Během růstu a prosperity bude určitě lehčí najít zaměstnání ve firmě, která se chová více eticky než v dobách hospodářské stagnace.

Osobně vidím nedostatek v tom, že na Fakultě ekonomické na ZČU v Plzni není vyučován žádný předmět podnikatelská etika nebo předmět s podobným obsahem. Tento předmět by bezesporu přispěl k úrovni budoucích absolventů po lidské stránce. Nelze jen budoucí absolventy vybavit řadou vědomostí a znalostí, ale též ukázat možnosti cest, jak tyto znalosti používat ve prospěch společnosti. S rostoucí mocí roste i odpovědnost, jak bylo napsáno v kapitole 4.2.3, vědomosti a znalosti jsou v dnešní znalostní ekonomice mocnou zbraní.

Předmět podnikatelská etika by měl být zařazen v rámci povinných předmětů. Univerzity a vysoké školy by měly být místem přípravy univerzálně vzdělaných lidí s kultivovaným a tvůrčím myšlením, ne pouze místem získání vysokoškolského vzdělání. Posláním vysokých škol a univerzit by podle autora měla být snaha o zvýšení úrovně společnosti jako celku.

## 10 Závěr

Podnikatelská etika je velmi složitým tématem, protože předmětem jejího zkoumání je chování člověka v podnikatelských vztazích. Na prostoru bakalářské práce není možné vystihnout podnikatelskou etiku do všech oblastí.

Všeobecný názor je, že chovat se eticky se vyplácí. Avšak existuje otázka: „Jak by vypadala společnost, která by se chovala pouze eticky?“ V merkantilistické éře se na ní pokusil zodpovědět Bernard de Mandeville, který napsal satirické dílo Bajka o včelách, neboli soukromé neřesti a veřejné blaho. V této bajce si včely stěžují a říkají, že ve spravedlivé a eticky chovající se společnosti by se jim žilo lépe. Včelí Bůh promění všechny včely v poctivé jedince. Místo vysněné prosperity dochází k úpadku tohoto společenství. Mnoho včel přichází o své zaměstnání v důsledku ctnostného chování. Ve společnosti, která se chová ctnostně, již nejsou potřeba právníci, soudci, policisté ani kováři vyrábějící mříže do vězení a mnoho dalších profesí již není potřeba. Včelí úl postupně vymírá. Nabízí se otázka, je to pravda? Pokud ano, jak velká může existovat míra neetičnosti ve společnosti? Jaké by byli důsledky výhradně neetického chování daného společenství? [4] [32]

Svět je velmi komplexní a nikdy nebudeme znát všechno, naše smysly a náš rozum nejsou s to vše obsáhnout. Svět je nesmírně velký a pestrý. Pro naše potřeby si ho všichni zjednodušujeme, mimo jiné zobecňujeme a generalizujeme. [37]

Na to navazuje i tato bakalářská práce, která objasňovala pojem podnikatelská etika, do kterého se snažila nahlížet z jiných perspektiv. Práce ukázala současný stav vnímání podnikatelské etiky, jak mezi podnikateli prostřednictvím zkoumání platební morálky, tak též mezi studenty vysoké školy s ekonomickým zaměřením.

Budoucnost fenoménu podnikatelská etika je podle autora mlhavá. Ve společnosti panují přesvědčení, že podnikatelskou etikou má cenu se zabývat jen v dobách hospodářského růstu, kdy si tento „luxus“ může firma dovolit. Avšak opak by měl být pravdou. Firmy budou jistě využívat nástroje etického řízení. Otázkou zůstává, jak tyto snahy budou brány vážně, jak samotným managementem, tak zaměstnanci.

Nejdůležitější myšlenkou podnikatelské etiky by podle autora mělo být „zlaté“ pravidlo etiky: „*Vše, co chceš, aby jiní dělali tobě, dělej i ty jim.*“ [14, s. 51]

## Seznam obrázků

|  |    |
|--|----|
| Obr. č. 1: Mediány mezd podle úrovně vzdělání za rok 2010.....   | 34 |
| Obr. č. 2: V jakém sektoru národního hospodářství Vaše firma podniká?.....   | 44 |
| Obr. č. 3: Kolik má Vaše firma stálých zaměstnanců?.....   | 45 |
| Obr. č. 4: Jakou máte zkušenost s platební morálkou veřejného (úřady, instituce státu,...) a soukromého sektoru?.....  | 45 |
| Obr. č. 5: Jaká je zhruba procentuální část Vašich faktur splacená po době splatnosti?.....  | 46 |
| Obr. č. 6: Zjišťujete si bonitu či solventnost obchodního partnera před uzavřením kontraktu?.....  | 47 |
| Obr. č. 7: Pokud si zjišťujete bonitu či solventnost obchodního partnera, jakým způsobem? .....  | 48 |
| Obr. č. 8 Jakým způsobem byste ohodnotili platební morálku firem dle jejich velikosti? (Pozitivně) .....   | 48 |
| Obr. č. 9: Jakým způsobem byste ohodnotili platební morálku firem dle jejich velikosti? (Negativně).....   | 49 |
| Obr. č. 10: Jaká odvětví národního hospodářství hodnotíte pozitivně a negativně co se týká platební morálky? .....   | 50 |
| Obr. č. 11: Jste studentem.....  | 52 |
| Obr. č. 12: Slyšel/a jste někdy pojem podnikatelská etika (etika v podnikání, manažerská etika).....   | 53 |
| Obr. č. 13 Pokud ano, kde jste daný pojem slyšel/a? .....  | 53 |
| Obr. č. 14: V jakých oblastech je podle Vás, v dnešní době a v podmínkách České republiky, etika v podnikání nejnaléhavější? .....   | 54 |
| Obr. č. 15: Považujete etické chování v podnikání za konkurenční výhodu?.....  | 55 |
| Obr. č. 16: V roli manažera/podnikatele/zaměstnance – choval/a byste se ze všech okolností eticky? I přes to, že by to pro Vás mohlo být nevýhodné? (zpomalení kariérního růstu, finanční postih)..... | 55 |

|  |    |
|--|----|
| Obr. č. 17: Platil/a byste ve lhůtě splatnosti Vaše obchodní závazky i když víte, že pozdržením platby získáváte cizí financování bez nutnosti platit úroky.....                   | 56 |
| Obr. č. 18: Pracoval/a byste u společnosti, která se chová neeticky? (nekorektní jednání k zákazníkům, schválně pozdě placené faktury?) .....                                      | 56 |
| Obr. č. 19: Ovlivnilo by Vaše nákupní chování určité značky, kdybyste se dozvěděl/a, že tato společnost se chová neeticky? (využívání dětské práce, ničení životního prostředí...) | 57 |

## **Seznam tabulek**

Tab. č. 1 Platební morálka v rámci Evropské unie (údaje jsou uvedeny ve dnech).....9

Tab. č. 2: Přehled vybraných oborů (údaje jsou uvedeny ve dnech).....10

## **Seznam použitých zkratk**

|      |                               |
|------|-------------------------------|
| GPG  | Gender Pay Gap                |
| ČSOB | Československá obchodní banka |
| ČR   | Česká republika               |
| MSP  | Malé a střední podniky        |
| ZČU  | Západočeská univerzita        |

## Seznam použitých zdrojů

### Odborné publikace

- [1] ČANÍK, Petr., ŘEZBOVÁ, Libuše., ZAVREL, van Tomas. *Metody a nástroje podnikatelské etiky*, 2., přeprac. vyd, Praha: Oeconomica, 2006, 123 s., ISBN 80-245-1143-6
- [2] FERRELL, O. C., FRAEDRICH, John., FERRELL, Linda., *Business Ethics: Decision Making and Cases*. 9. vydání, Mason: South-Western College Publishing, 2012, 560 s., ISBN 13: 978-1-111-82516-4
- [3] FIALA, Bohumil. *Podnikatelská etika*, 1. vydání, Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2005, 200 s., ISBN 80-244-1241-1
- [4] HOLMAN, Robert. a kol. *Dějiny ekonomického myšlení*, 3. vydání, Praha: C. H. Beck, 2005, 539 s., ISBN 80-7179-380-9
- [5] KACETL, Jaroslav. *Obchodní a podnikatelská etika*. 1. vydání, Hradec Králové: GAUDEAMUS, 2011, 99. s., ISBN 978-80-7435-095-5
- [6] KANT, Immanuel. *Groundwork for the Metaphysics of Morals*. 1. vydání, Mississauga: Broadview Press Ltd., 2005, 209 s, ISBN 1-55111-539-5
- [7] KISLINGEROVÁ, Eva. *Manažerské finance*. 2. vydání, Praha: C. H. Beck, 2007, 745 s., ISBN 978-80-7179-903-0
- [8] KLEIN, Naomi. *Bez loga*, 1. vydání, České Budějovice: Dokořán, 2005, 512 s., ISBN 80-7363-010-9
- [9] KOTLER, Philips., KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*, 12. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2007, 792 s., ISBN 978-80-247-1359-5
- [10] KRYMLÁKOVÁ, Hana. a kol. *Etika a odpovědnost organizace*, 1. vydání, Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2009, 238 s., ISBN 978-80-248-2092-7
- [11] KUNEŠOVÁ, Hana. *Vybrané otázky korupce v soukromém sektoru*. 1. vydání, CIMLER, Petr. (ed.). *Chování podnikatelských subjektů na trhu a jeho dopad na celospolečenské klima v ČR*. Plzeň: Západočeská univerzita, 2011. kap. 4, s. 47-52, ISBN 978-80-261-0055-3



- [12] MACÁKOVÁ, Libuše. a kol. *Mikroekonomie: Základní kurz*, 10. vydání, Slaný: Melandrium, 2007, 275 s., ISBN 978-80-86175-56-0
- [13] MOTYČKA, Jan, *Etika*. 1. vydání, Plzeň: Ediční středisko ZČU, 1992, 85 s., ISBN 80-7043-042-7
- [14] PUTNOVÁ, Anna., SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2007, 168 s., ISBN 978-80247-1621-3
- [15] REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Řízení platební schopnosti podniku*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2010, 192 s., ISBN 978-80-247-3441-5
- [16] SEKNIČKA, Pavel. a kol. *Úvod do hospodářské etiky*. 1. vydání, Praha: CODEX Bohemia, s. r. o., 1997, 192 s., ISBN 80-85963-40-X
- [17] THOMSON, Mel. *Přehled etiky*. 1. vydání, Praha: Portál, s. r. o., 2004, 167 s., ISBN 80-7178-806-6
- [18] VANĚK, Jiří. *Obecná, ekonomická a informační etika*. 1. vydání, Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, 252 s., ISBN 978-80-7357-504-5
- [19] VEBER, Jaromír., SRPOVÁ, Jitka., a kol. *Podnikání malé a střední podniky firmy*, 2. aktualizované a rozšířené vyd., Praha: Grada Publishing, a. s., 2008, 320 s., ISBN 978-80-247-2409-6
- [20] ПЕТРУНИН, Юрий Юрьевич., БОРИСОВ, Владимир Константинович. *Этика бизнеса*. Москва: Издательство „Дело“, 1. vydání. 2000, 280 s., ISBN 5-7749-0199-8

### **Internetové zdroje**

- [21] *40 procent žen ve vedení firem – konec mužské dominance?* [online] ČT24.cz, 2012, [cit. 29.11.2012] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/203496-40-procent-zen-ve-vedeni-firem-konec-muzske-dominance>
- [22] ČANÍK, Petr., ČANÍKOVÁ, Petra. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí*. [online] Transparency international – Česká republika, 2006, [cit. 15. 10.2012] Dostupné z: [http://www.transparency.cz/doc/ve\\_amanpe.pdf](http://www.transparency.cz/doc/ve_amanpe.pdf)

- [23] DOBEŠ, Petr. *Pozdní platby za faktury podnikatelé považují za nutné zlo, brzy se to má změnit* [online] Podnikatel.cz, 2012, [cit. 10.10.2012] Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/pozdni-platby-za-faktury-podnikatele-povazuji-za-nutne-zlo-brzy-se-to-ma-zmenit/>
- [24] DOLEČEK, Marek. *Nekalá soutěž* [online] BusinessInfo.cz, 2010, [cit. 10.11.2012] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nekala-soutez-opu-4633.html#b1>
- [25] *Dotazníkový průzkum* [online] Vyzkumy.knihovna.cz, [cit. 29.10.2012] Dostupné z: <http://vyzkumy.knihovna.cz/ucebnice/dotaznikovy-pruzkum>
- [26] DVOŘÁK, Rostislav. *Korektní podnikání* [online] Korektní podnikání, [cit. 30.10.2012] Dostupné z: <http://korektnipodnikani.cz/>
- [27] *Etika v podnikání – má ještě vůbec své místo pod sluncem?* [online] ipodnikatel.cz, 2011, [cit. 1.11.2012] Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani-obecne/etika-v-podnikani-ma-jeste-vubec-sve-misto-pod-sluncem.html>
- [28] FIALOVÁ, Eva. a kol. *Diskriminace a právo* [online] Gender Studies, o. p. s., 2007, [cit. 05.10.2012] Dostupné z: <http://www.feminismus.cz/download/diskriminace%20a%20pravo.pdf> ISBN: 978-80-86520-20-9
- [29] HANŽLOVÁ, Jitka., HROMÁDKA, Jitka. *Platební morálka českých firem je nejhorší od krize v roce 2009* [online] zpravy.rozhlas.cz, 2012 [cit. 30.10.2012] Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/\\_zprava/1075000](http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/_zprava/1075000)
- [30] HORÁK, Jindřich. *Návratnost pohledávek se prodlužuje* [online] csobfactoring.cz, [cit. 25.9.2012]. Dostupné z: <http://www.csobfactoring.cz/o-nas/tiskove-zpravy/tiskova-konference/>
- [31] KLEGA, Lukáš. *K opomíjenému ustanovení o splatnosti ceny a úrocích z prodlení* [online] Bulletin advokacie [cit. 20.11.2012] ISSN: 1210-6348 Dostupné z: [http://www.cak.cz/files/2291/BA\\_08\\_09.pdf](http://www.cak.cz/files/2291/BA_08_09.pdf)
- [32] KLUSOŇ, Václav. *Počestní darebové v ekonomické transformaci* [online] Listy.cz [cit. 29.10.2012] Dostupné z: <http://www.listy.cz/archiv.php?cislo=033&clanek=030314>

- [33] MEDEK, Tomáš. *Platební morálka českých firem se mírně zlepšila, platí o tři dny dříve* [online] Zpravy.rozhlas.cz, 2011, [cit. 14.10.2012] Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/\\_zprava/947613](http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/_zprava/947613)
- [34] *Ministr obrany Vondra rezignoval* [online] Novinky.cz, 2012, [cit. 29.11.2012] Dostupné z: <http://www.novinky.cz/domaci/286113-ministr-obrany-vondra-rezignoval.html>
- [35] *Najděte další Sexistické prasátečko, soutěž začala* [online] Aktuálně.cz, 2011, [cit. 14.10.2012] Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=700412>
- [36] *Otázky, které by Vám neměly být položeny* [online] Monster.cz, [cit. 19.11.2012] Dostupné z: <http://rady-a-tipy.monster.cz/pohovor/otazky-na-pohovoru/otazky-ktere-jsou-nevhodne/article.aspx>
- [37] PLATZNEROVÁ, Andrea. *Lidé nejsou šachové figurky* [online] psychologie.cz, 2011, [cit. 1.12.2012] Dostupné z: <http://psychologie.cz/lide-nejsou-sachove-figurky/>
- [38] *Pojem korektní* [online] ABZ.cz: slovník cizích slov, [cit. 30.10.2012] Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/korektni>
- [39] *Pomůcka pro určení velikosti podniku* [online] Fondy v Praze, 2009, Aktualizace 30.12.2009, [cit. 9.11.2012] Dostupné z: [http://www.prahafondy.eu/cz/oppa/pro-prijemce/325\\_pomucka-pro-urceni-velikosti-podniku.html](http://www.prahafondy.eu/cz/oppa/pro-prijemce/325_pomucka-pro-urceni-velikosti-podniku.html)
- [40] POSPÍŠIL, Pavel. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2009* [online] Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010 [cit. 2.11.2012] Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument76280.html>
- [41] ROSTECKÝ, Jiří. *B2B, B2C, B2G a další zapeklité značky, které neznají nic, ale vlastně všechno....* [online]. Mladýpodnikatel.cz, 2012, [cit. 19.9.2012] Dostupné z: <http://mladypodnikatel.cz/b2b-b2c-b2g-c2b-b2a-b2e-b2r-c2c-c2g-g2b-g2c-g2g-t950>
- [42] *Rozhodnutí NS 32 Cdo 4932/2009* [online] Nejvyšší soud České republiky, 2011, [cit. 20.11.2012] Dostupné z: [http://www.nsoud.cz/Judikatura/judikatura\\_ns.nsf/WebSearch/2EC4D2A820E9792](http://www.nsoud.cz/Judikatura/judikatura_ns.nsf/WebSearch/2EC4D2A820E9792)

9C1257A4E0068E3A3?openDocument&Highlight=0,pravidlo,chov%C3%A1n%C3%AD,,kter%C3%A9,je,v,rozpu,s,obsahem,smlouvy,nebo,se,z%C3%A1konem,,nen%C3%AD,zp%C5%AFsobil%C3

- [43] ŘÍHA, Petr. KLAŠKA, Luboš. *B2E, Business-to-Employee*. [online] světsítí.cz, [cit. 21.9.2012]. Dostupné z: <http://www.svetsiti.cz/slovník.asp?hid=B2E-Business-to-Employee>
- [44] SKALICKÝ, Jaroslav. *České firmy jsou rády za snahu EU zlepšit platební morálku úřadů*. [online]. Zpravy.rozhlas.cz, 2010 [cit. 19.9.2012] Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/\\_zprava/800715](http://www.rozhlas.cz/zpravy/domaciekonomika/_zprava/800715)
- [45] *Směrnice evropského parlamentu a rady 2011/7/EU* [online] EUR-LEX přístup k právu Evropské unie [cit. 10.9.2012] Dostupné z [http://eur-lex.europa.eu/Result.do?T1=V3&T2=2011&T3=7&RechType=RECH\\_naturel&Submit=Hledat](http://eur-lex.europa.eu/Result.do?T1=V3&T2=2011&T3=7&RechType=RECH_naturel&Submit=Hledat)
- [46] ULOVEC, Libor. *Nedodržování smlouvy obchodní zvyklostí?* [online] .cz, 2012, [cit. 30.11.2012] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nedodrzovani-smlouvy-obchodni-zvyklosti-7759.html>
- [47] *Ve vedení firem povinně 40% žen. Brusel přijal směrnici* [online] Týden.cz, 2012, [cit. 29.11.2012] Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/svet/ve-vedeni-firem-povinne-40-zen-brusel-prijal-smernici\\_252188.html](http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/svet/ve-vedeni-firem-povinne-40-zen-brusel-prijal-smernici_252188.html)
- [48] *Zákon č. 262/2006 sb., zákoník práce* [online] Business.center.cz [cit. 19.11.2012] Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zakonik-prace/>
- [49] *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník* [online] Business.center.cz [cit. 20.11.2012] Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>
- [50] *Ženy a muži v datech: Práce a mzdy* [online] Český statistický úřad, 2011, [cit. 30.11.2012] Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/66002DE64D/\\$File/141711k4.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/66002DE64D/$File/141711k4.pdf)

## **Abstrakt**

TÁBORSKÝ, David. Etika a korektnost v podnikání. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická Západočeská univerzita v Plzni, 68 s., 2013

**Klíčová slova:** etika, morálka, podnikatelská etika, platební morálka

Předložená práce je zaměřena na etiku a korektnost v podnikání. Hlavním cílem práce bylo zmapování úrovně podnikatelské etiky severočeských firem prostřednictvím jejich platební morálky. Dalším cílem práce byl průzkum vnímání podnikatelské etiky studenty Fakulty ekonomické na Západočeské univerzitě. V úvodní teoretické části jsou vysvětleny pojmy, jež souvisí s danou problematikou. Praktická část obsahuje výsledky dvou dotazníkových šetření.

## **Abstract**

TÁBORSKÝ, David. Ethics and correctness in business. Bachelor thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia in Pilsen, 68 p., 2013

**Keywords:** ethics, morals, business ethics, credit history

The presented work is focused on ethics and morality in business. The chief goal of this paper was to map the level of business ethics in Northern Bohemian companies in view of their credit history. Another goal of this work has been to survey the perceptions of business ethics by economics students at University of West Bohemia. Terms related to this problematic are explained in the introductory theoretical part. Practical part contains results of two surveys.