**ETICKÝ KODEX**

*(čerpáno z článku J. Urbana v HN)*

**1. PROČ MÍT ETICKÝ KODEX?**

Hlavním důvodem k vytvoření etického kodexu je jasně stanovit principy a pravidla etického jednání zaměstnanců, ať již navenek organizace nebo vůči sobě navzájem. K dalším důvodům patří zakotvit důležité zásady profesionálního postupu, posílit profesní identitu a odpovědnost zaměstnanců a nastavit normy sloužící k hodnocení osob.

Význam etického kodexu organizace tak zdaleka není jen vnější, resp. marketingový. Dodržování principů etického chování činí práci v jakékoli organizaci příjemnější, a tím i produktivnější. Usnadňuje i získání a udržení kvalitních zaměstnanců, kteří bývají vůči dodržování etických norem ze strany firmy citlivější.

**2. KODEX JE TŘEBA "ŠÍT ORGANIZACI NA TĚLO"**

Etický kodex organizace má však smysl především tehdy, jde-li nad rámec obecných etických zásad a je "šitý na tělo" konkrétním potřebám firmy. Měl by stanovovat nejen etické zásady týkající se typických pracovních situací nebo specifických profesních skupin podniku, ale cíleně identifikovat klíčové etické otázky či dilemata, se kterými se zaměstnanci podniku setkávají, a formulovat zásady, případně návody, jak v těchto případech postupovat.

**3. NEZAMĚŇUJTE HO S JINÝMI DOKUMENTY ORGANIZACE**

Cílem etického kodexu je poskytnout zaměstnancům zásady či návod k správnému řešení konkrétních eticky exponovaných nebo komplikovaných situací. Etický kodex by proto neměl být zaměňován s jinými dokumenty organizace, například s jejími hodnotami, posláním nebo misí na straně jedné (jejichž problémem bývá nekonkrétnost a značná podobnost mezi různými organizacemi navzájem) ani s podrobnými pravidly pracovního chování či dokonce pracovním řádem organizace.

Ve své obecné části může etický kodex shrnovat hlavní pravidla či principy jednání, kterým organizace věří či jejichž dodržování od svých příslušníků vyžaduje (konstatovat např., že firma usiluje o nejvyšší standardy osobního a profesionálního jednání, které jí umožňují zasloužit si důvěru klientů). V konkrétní části kodexu by však měly být tyto principy promítnuty do hlavních oblastí, které jsou pro podnik důležité.

**4. HLAVNÍ OBLASTI, NA KTERÉ SE ZAMĚŘIT**

Etické principy či normy, které etický kodex organizace zakotvuje, by se měly vztahovat ke třem hlavním oblastem. Prvá se dotýká chování firmy jako takové. Stanoví hlavní zásady jednání organizace vůči jejím partnerům, tj. zaměstnancům, zákazníkům, vlastníkům (akcionářům, investorům apod.), dodavatelům i společenskému okolí (podniková odpovědnost). Příkladem mohou být pravidla dotýkající se obchodního jednání (například dávání darů), marketingových aktivit podniku (nezveřejňování zavádějících informací) nebo snahy omezit dopad podnikových činností na znečišťování prostředí.

Druhá skupina zásad se týká chování zaměstnanců vůči firmě. Upravuje otázky vztahující se k možnému výskytu konfliktů a zájmů řešení (například přijímání darů), využívání firemních informací, vykonávání vedlejších činností, politických aktivit apod. Třetí oblast pak tvoří etické normy v oblasti řízení lidských zdrojů.

 **5. NEZAPOMEŇTE:**

Při tvorbě etického kodexu je vhodné dodržovat několik pravidel:

>Etický kodex by měl identifikovat klíčové etické otázky či dilemata, se kterými se zaměstnanci mohou dostat do kontaktu, a poskytovat návody na jejich řešení.

>Neměl by být příliš obecný ani suplovat jiné dokumenty firmy, měl by se symetricky dotýkat jak vztahu firmy k jejím partnerům včetně zaměstnanců, tak i zaměstnanců k firmě. Specifickou pozornost by měl kodex věnovat řízení lidských zdrojů.

>Důležitý je i proces tvorby kodexu a způsob jeho implementace, které mohou být důležitější než kodex samotný.

.