

# Az etika vállalati intézményesítése

## Bevezetés

Az üzleti etika egyik legnagyobb kihívásaként jelenik meg, hogy hogyan lehet az etika filozófiai elméletét a gyakorlatra lefordítani, az etikai alapelveket az üzleti, vállalati élet mindennapjaiba integrálni, és valódi, pozitív hatást elérni. Ezt a folyamatot nevezzük az etika intézményesítésének. Azt mutatja, hogy a szervezet milyen mértékben építette be az etikai szempontokat közvetlenül vagy közvetett módon a döntéshozatali folyamataiba. Közvetlen eszköz lehet például az elvárt etikai normák írott etikai kódexbe foglalása, közvetett eszköz lehet a vezetők értékrendje vagy az etikus viselkedést támogató vállalati kultúra.

### Előnyök

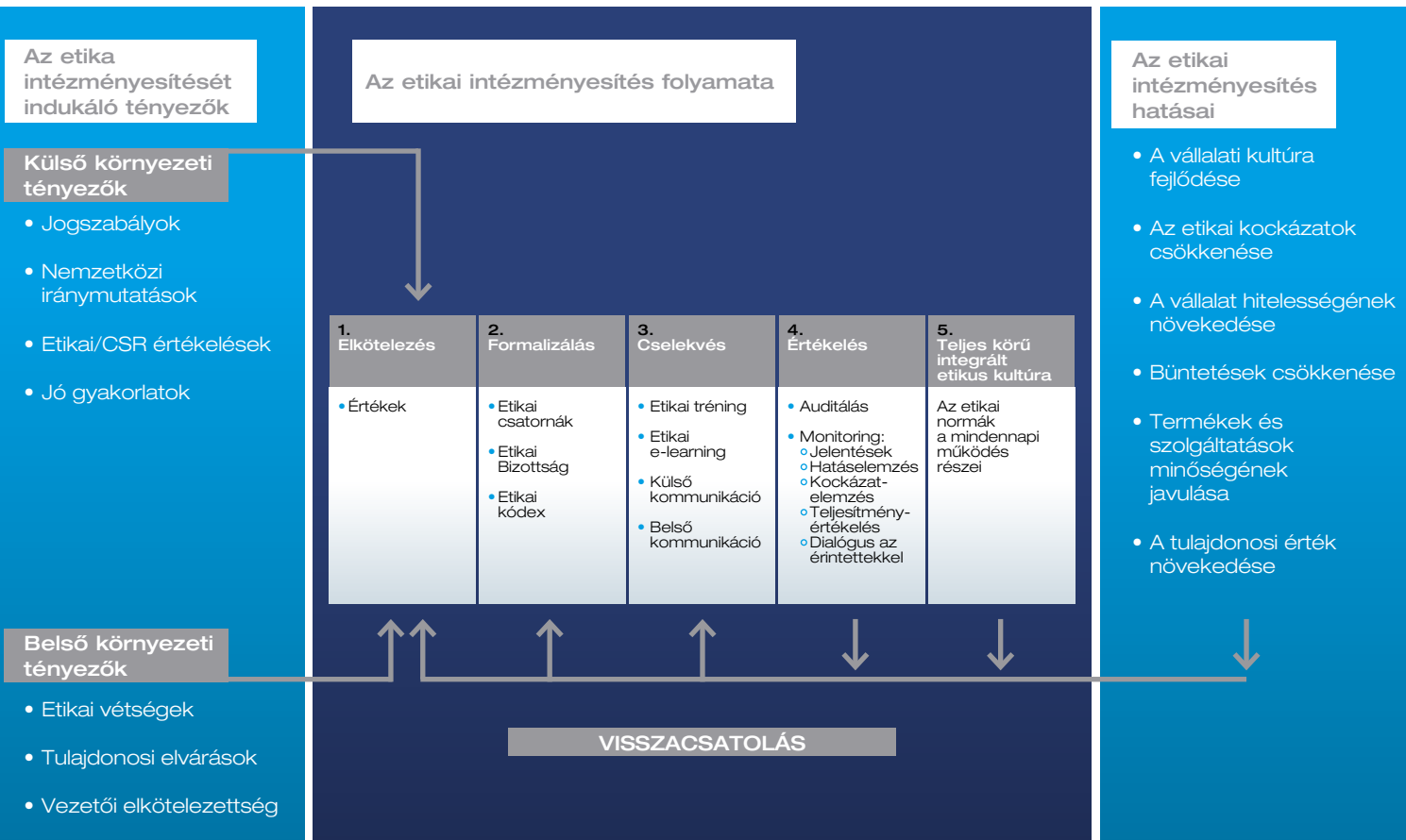
- nő a munkatársak etikai tudatossága
- fejlődik a vállalati kultúra
- csökkennek az etikai kockázatok
- növekszik a vállalat hitelessége
- pozitív hatást vált ki a piaci kapcsolatokban és a tulajdonosi értékben is

### Kihívások

- ne látszatintézkedésekről, hanem valódi szándékról legyen szó
- a vállalati környezet is értékelje és elvárja a vállalatok etikus viselkedését
- a bejelentési rendszereknek nincs kultúrája
- elégtelen kommunikáció az etikai normákról, és az etikus viselkedés fontosságáról

## Az etika intézményesítésének modellje

Az etika intézményesítési folyamatának kiindulópontja számos külső környezeti tényező vagy belső vállalati tényező lehet. Ezek hatására a vállalatok megfogalmazzák azokat az értékeket, amelyeket fontosnak tartanak. Következő lépésként ezek írásba foglalására kerülhet sor, majd azoknak a szervezeteknek a kialakítására, amelyek elősegítik az értékeknek megfelelő viselkedést, tudatosítják az elvárt etikai normákat, és ellenőrzik ezek betartását.



## Törvényi háttér

A jogszabályok és a nemzetközi iránymutatások elősegítik az etika intézményesítését. Például az Amerikai Egyesült Államokban 1977-ben létrehozott Foreign Corrupt Practices Act célja a korrupció visszaszorítása volt, vagy az 1991-ben bevezetett Federal Sentencing Guidelines hatékony compliance program bevezetésére ösztönözte a vállalatokat. Az ENSZ számos irányelvet alkotott (pl. Global Compact), melyek szintén

etikus magatartásra ösztönzik a vállalatokat. A nagy vállalati botrányok egyik következményeként 2002-ben létrejött SOX törvény (Sarbanes-Oxley Act) növeli az amerikai tőzsdén bejegyzett vállalatok átláthatóságát, megbízhatóságát és a vezetés elszámoltathatóságát. A Londoni tőzsdén bejegyzett vállalatokra vonatkozó, a Combined Code on Corporate Governance tartalmaz például vállalati bejelentésekre

vonatkozó rendelkezést. Az Egyesült Királyságban 2010-ben elfogadott Bribery Act bármilyen, az Egyesült Királyság területén üzleti tevékenységet folytató vállalat globális tevékenységére vonatkozik. Vesztegetés esetén szigorú, akár 10 év börtönbüntetést, korlátlan pénzbeli büntetést és vagyonekobzást tesz lehetővé. A korrupció megelőzésére a vállalatoknak megfelelő eljárásokat kell alkalmazni.

## Személyes tapasztalat

A MOL-csoport belső intranet rendszerében és a honlapján megjelenő integrált éves jelentésében is nyilvánosságra hozza az Etikai Tanácshoz érkező bejelentések témáit, az etikai vétséggel járó esetek anonim leírását, valamint a vétségek következményeit. A cél ezzel az etikai normák tudatosítása és az etikus magatartás elősegítése. Mind a belső, mind a külső érintettéktől pozitív visszajelzést kapunk ezzel a kezdeményezéssel kapcsolatban. - Dr. Szegedi Krisztina, MOL Csoport Etikai Tanács elnök

A Telenor célja, hogy példát mutasson, és népszerűsítse az átláthatóságot és a korrupcióellenességet mind a cégek, mind a lakosság körében. Programjának fő elemei - Hosszú távú megállapodás a Transparency International Magyarországgal. - A Telenor Etikus Vállalat Díj alapítása. - Korrupcióellenes melléklet és cikksorozat támogatása a Magyar Narancsban és a hvg.hu-n. - A TI „Átláccó” Fesztiváljának támogatása. - A „KKV Kurácsi” - korrupcióellenes elektronikus tananyag bemutatása. - Jánosa Barbara, Telenor Magyarország

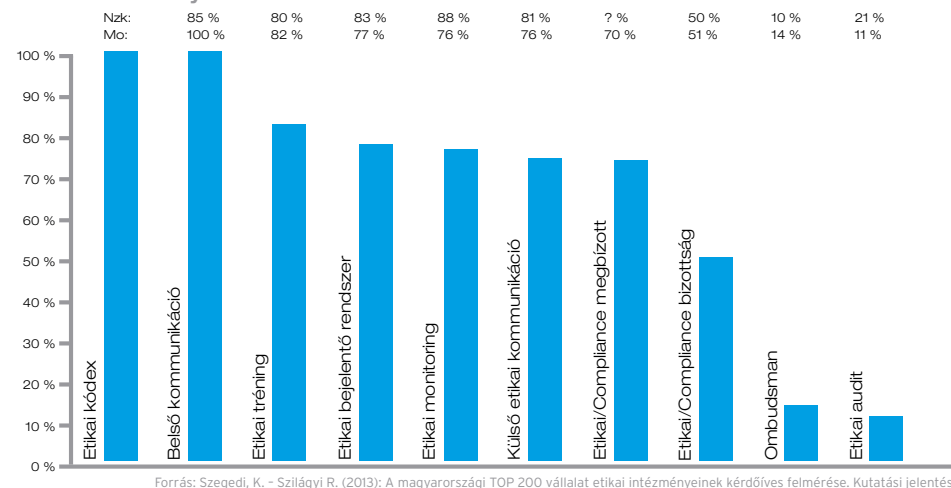
Az etika nem luxus, nem függ attól milyen méretű a vállalkozás vagy mennyire ismert. Minden közösség alapját a közös értékek jelentik, enélkül nincs bizalom, csapatmunka, eredmény. Meggyőződésem, hogy a hosszútávú üzleti siker csak olyan térben jöhet létre, amelyet kitölt az „e-részecske” áthatva a gondolatokat és a kapcsolatokat. A Kotányi ennek kereteit egy Etikai Kódexben rögzítette, a felmerülő egyedi kérdéseket egy Dialógus Csoportban oldja meg. Mert „e” nélkül nem megy. - Bárány Tamás, Kotányi Hungária Kft.

## Trendek

A világ 200 legnagyobb vállalata közül 1990-ben még csak 14 % rendelkezett etikai kódexszel, 2007-ben ez az arány már 86 % volt. Észak-Amerikában a legnagyobb vállalatok körében az etikai kódexszel rendelkezők aránya 100%, Európában 80%, Ázsiában 50 %. (KPMG, 2008).

A hazai nagyvállalatok körében az elmúlt 5-9 évben volt jelentős fejlődés az etika intézményesítésében. A legelterjedtebb etikai intézmény az etikai kódex. A kódexszel rendelkező vállalatok mindegyike rendszeresen kommunikálja etikai normáit a vállalaton belül, és bevezettek más etikai intézményeket is, mint a tréning, a bejelentő rendszer, az etikai/compliance megbízott, és az etikai/compliance bizottság. Kevésbé elterjedt a vállalatától független ombudsman és a külső audit. A magyar nagyvállalatok körében az etikai bejelentések és vétségek leggyakoribb témái az összeférhetlenség (36%), a vállalati eszközök használata, illetve az azokkal való visszaélés

### Etikai intézmények a kódexszel rendelkezőknél



Forrás: Szegedi, K. - Szilágyi R. (2013): A magyarországi TOP 200 vállalat etikai intézményeinek kérdőíves felmérése. Kutatási jelentés.

(29%), a diszkrimináció (18%), az ajándékok, szórakozás (19%), megvesztegetés és korrupció (16%) és a zaklatás (14%).

Az etikai kódexet bevezető nagyvállalatok 95 százaléka szerint pozitív hatása van az etikai vállalati intézményesítésének (Szegedi-Szilágyi, 2013).

## Referenciák

Hungarian Business Leaders Forum

KPMG (2008): Business Code of the Global 200: Their Prevalence, Content and Embedding.

Singhapakdi, A.-Vitell, S.J. (2007): Institutionalization of ethics and its consequences: a survey of marketing professionals. Journal of Academic Marketing Science.

Szegedi, K. - Szilágyi R. (2013): A magyarországi TOP 200 vállalat etikai intézményeinek kérdőíves felmérése. Kutatási jelentés.

## Hasznos linkek

[www.hblf.hu](http://www.hblf.hu)

[www.unglobalcompact.org/TheTenPrinciples](http://www.unglobalcompact.org/TheTenPrinciples)

[www.oecd.org/guidelinesformultinationallenterprises](http://www.oecd.org/guidelinesformultinationallenterprises)

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.mol.hu/evesjelentés2012](http://www.mol.hu/evesjelentés2012)

[www.telenor.hu/tisztességes-vallalati-magatartas](http://www.telenor.hu/tisztességes-vallalati-magatartas)

[www.transparency.hu](http://www.transparency.hu)

## Milyen témák jelennek meg a kódexben?



Forrás: Szegedi, K. - Szilágyi R. (2013): A magyarországi TOP 200 vállalat etikai intézményeinek kérdőíves felmérése. Kutatási jelentés.