

ETIKAI INTÉZMÉNYEK

ETHICS INSTITUTIONS

Dr. Szegedi Krisztina*

ABSTRACT

One of the challenges the evolution of business ethics has had to respond to in the past few years is how to apply the philosophical theory of ethics in practice, how to integrate ethical principles into everyday business life and achieve real and favourable effects. An instrument called ethical institutionalization has emerged to promote this process. Applying this instrument, companies show their intentions to provide a proper framework for ethics development, establish different ethics institutions and, in addition, introduce them and operate them.

BEVEZETÉS

Az elmúlt évtizedekben az üzleti etika fejlődésének egyik legnagyobb kihívásaként jelent meg az a kérdés, hogyan lehet az etika filozófiai elméletét a gyakorlatra lefordítani, az etikai alapelveket az üzleti élet mindennapjaiba integrálni, és valódi, pozitív hatást elérni. Ennek eszközeként jelent meg az etikai intézményesítés, amely egyrészt azt jelenti, hogy a vállalatok formalizálják az etikai fejlesztésre vonatkozó szándékukat, azaz, különböző etikai intézményeket hoznak létre, másrészt bevezetik és működtetik ezeket az intézményeket.

1. ETIKA, ÜZLETI ETIKA

Az etika filozófiai tudományág, amelynek tárgya az emberek viselkedése és cselekedetei. Erkölctant jelent, a helyes, illetve a jó viselkedést tanulmányozza. Fő témái: Hogyan tehetünk különbséget helyes és helytelen, illetve jó és rossz viselkedés között? Mik az igazságos együttélés feltételei? Mikor cselekszünk erkölcsösen? [1] Az etika egyrészt vizsgálja a kialakult szokásokat, viselkedési módokat, azaz leíró jellegű, másrészt nemcsak tükrözi az erkölcsöt, hanem kritikailag értékeli és megfogalmazza az erkölcs javítási lehetőségeit, azaz egyben normatív tudomány [2]. Viselkedésünket olyan etikai értékek irányíthatják, mint például a tisztelet, a becsületesség, a felelősség, az igazságosság, ezek jelen-

nek meg az élet különböző területén alkalmazott etikai alapelvekben.

Az üzleti élet kapcsán időnként megkérdőjelezzük az etikai szempontok figyelembevételének létjogosultságát. Az egyik legrégebbi, ehhez kapcsolódó szólás *"pecunia non olet"*, Vespasianus római császár nevéhez fűződik, aki a nyilvános illemhelyek megadóztatását bírálóknak azt válaszolta, hogy „a pénznek nincs szaga”. Pedig az erkölcs és a gazdaság nem állnak messze egymástól, a közgazdaságtan csak a XVIII. században vált önállóvá, addig a morálfilozófia része volt. A gazdaság sajátos törvényszerűségeit hangsúlyozva az a vélemény vált általánossá, hogy a közgazdaságtudomány nem tartalmazhat értékijelentéseket és normatív tételeket. A változás eredményeként kettévált a gazdasági racionalitással jellemzett „tisztá” gazdaságtan és az irracionális moralitással jellemzett etika [3], ami az üzleti gyakorlatra is hatással volt.

Az 1960-as évektől kezdődően azonban az ökológiai problémák felszínre kerülése, a társadalmi mozgalmak, az üzleti életben sűrűsödő botrányok, megvesztegetés, kenőpénzek-hatására egyre inkább nőtt az érdeklődés az üzleti élet etikai kérdései iránt, és fokozódott az etikus üzlet iránti elvárás. Az üzleti etika, mint önálló diszciplína az Amerikai Egyesült Államokban jött létre az 1970-es években. Ebben az időszakban jelent meg a vállalatok morális státuszára vonatkozó kérdéskör, amely azt vizsgálja, hogy morálisan felelőssé tehető-e a vállalatok vagy a felelősség csak az egyének sajátossága. Az üzleti etikán belül vizsgálták többek között a gazdaságban fellépő szerepkonfliktusokat, a vállalati bűnöket, vagy a diszkrimináció kérdéskörét [4]. Az 1990-es évek végétől az üzleti világ nemzetközivé válása magával hozta az üzleti etika nemzetközivé válását is, integrálva olyan kérdésköröket, mint a globalizáció etikai problémái és a multinacionális vállalatok etikai felelőssége. A kezdeti lépések után az elmúlt évtizedekben az üzleti etika egyre növekvő területté vált, számos témakört átfogva, az olyan etikai alapfogalmak, mint az erények és a köteleességek üzleti életre történő alkalmazásából kiindulva egészen a vállalati legitimitás vagy a vállalati kormányzás témájáig [5].

Az üzleti etika lényeges sajátossága a stakeholder megközelítés, amely szerint a vállalatnak arra kell törekednie, hogy optimális eredményt nyújtson minden érintett számára, ahelyett, hogy maximális eredményt

* egyetemi docens, Miskolci Egyetem, Gazdálkodástani Intézet

nyújtana egyetlen stakeholder csoport, a stockholder-ek számára. A stakeholder-elmélet alapján álló gyakorlatot a stratégiai management egy új – hatékonyabb – módszereként értelmezhetjük. Fontos azonban, hogy nem csak jogi kötelezettség vagy a társadalmi nyomás miatt kell figyelembe venni az érintetteket, ugyanis a vállalatok működésének társadalmi legitimitása csak akkor biztosítható, ha a vállalatok az érintett-csoportokra jellemző belső értékeket figyelembe veszik. Ebben a megvilágításban a stakeholder-szemlélet már nem csupán a stratégiai vezetés hatékony eszköze, hanem inkább a vállalati menedzserek morális kötelessége [6]. Az elmélet ellenére az üzleti etika sokszor megáll a jogszabályoknak való megfelelés szintjén, így a szakemberek felhívják a figyelmet arra, hogy ideje bevezetni az ezen túlmutató, értékorientált, ún. „business ethics 2.0” megközelítést [7].

2. AZ ETIKA INTÉZMÉNYESÍTÉSE

Az elmúlt évtizedekben az üzleti etika fejlődésének egyik legnagyobb kihívásaként jelent meg az a kérdés, hogyan lehet az etika filozófiai elméletét a gyakorlatra lefordítani, az etikai alapelveket az üzleti élet mindennapjaiba integrálni, és valódi, pozitív hatást elérni. Ennek eszközeként jelent meg az etikai intézményesítés, amely egyrészt azt jelenti, hogy a vállalatok formalizálják az etikai fejlesztésre vonatkozó szándékukat, azaz, különböző etikai intézményeket hoznak létre, másrészt bevezetik és működtetik ezeket az intézményeket. Az etikai intézmények bevezetése gyakran egy etikai program részét képezte. A tapasztalatok azt mutatták, hogy nem elég egy programot megvalósítani, hanem rendszeresen kell megfelelő intézkedéseket hozni ahhoz, hogy pozitív irányba változzon a vállalati kultúra. Másrészt viszont nem elegendő csak a kulturális, azaz a soft elemekre koncentrálni, hanem a szervezeti struktúrában és folyamatokban is megfelelő változásokat kell létrehozni, például a munkaerő- és a beszállító-kiválasztás területén vagy az ösztönzési rendszerben.

Az átfogó megközelítés iránti igény az etika menedzsment koncepciójában testesül meg, amely nemcsak az etikai intézmények mechanikus bevezetését jelenti, hanem egy átgondolt, komplex megközelítést ad. Ez a tevékenységek szisztematikus és következetes fejlesztését, intézkedések bevezetését jelenti, annak érdekében, hogy az érintettek alapvető, és indokolt elvárásait teljesítsük, és a stakeholderek egymással konfliktusban lévő elvárásait egyensúlyba hozzuk [8]. Az etika menedzsment magába foglalja a vállalat jelenre vonatkozó etikai diagnózist, a jövőbeni célok kijelölését, azoknak a módszereknek és eszközöknek a meghatározását, és alkalmazását, amelyek hozzájárulhatnak a vállalat etikai fejlődéséhez [8].

Az etikai intézményrendszer, amely, jellemzően formális politikák, struktúrák és tevékenységek összességét jelenti [9], a következő fő elemekből áll:

Etikai kódex

Az etikai normák, alapelvek, magatartási szabályok írásba foglalását jelenti. Hozzájárul annak tisztázásához, hogy a vállalat üzleti hétköznapjaiban mit tekintenek legitímnek és felelősségteljesnek. Az első etikai kódexek már az 1920-as években megjelentek [10], és egyre inkább elterjedtek. A világ 200 legnagyobb vállalata közül 1990-ben még csak 14 % rendelkezett etikai kódex-szel, 2007-ben ez az arány már 86% volt [11]. Az etikai kódexek hatékonyságával foglalkozó csaknem 80 tanulmányból 35% pozitívan értékelt, azaz hatékonynak találta az etikai kódexeket, 16 % szerint gyenge kapcsolat van, 33 % szerint nincs szignifikáns kapcsolat a kódexek léte és a vállalat etikussága között, 14 % kevert eredményeket mutatott, és csak egy esetben mutatták ki, hogy a kódex ellenkező hatást váltott ki [12].

Etikai bizottság, etikai megbízott, ombuds személy

Az etikai bizottságok gyakorlatban megfigyelhető fő funkciói a vállalat etikai irányelveinek kifejlesztése, ezek betartásának figyelése és a dolgozók segítése, hogy a konkrét egyedi esetekben be tudják tartani az irányelveket [13]. Az etikai megbízott etikai koordinátorként és kontrollerként működik, feladata többek között a konfliktusok megoldása. Csaknem 20 éve működik egy nemzetközi szervezet, az etikai megbízottak hálózata, amely több mint 30 országban, 1200 taggal rendelkezik, segítve a tagok munkáját [14]. Az ombuds személy hasonló funkciót tölthet be, mint az etikai megbízott, lényeges különbség azonban, hogy előbbi minden esetben független.

Etikai tréning, kommunikáció

Az etikai képzés és kommunikáció célja az etikai normák megismertetése, tudatosítása, etikai dilemmák megvitatása, és megoldási lehetőségek keresése. Kutatások szerint az etikai tréningek jelentősen formálják a szervezetek etikai kultúráját [15]. A 200 legnagyobb vállalat több mint 80%-ában alkalmaznak etikai e-learning-et, a vállalatok 56%-ánál a munkavállalók két harmada részt vett szóbeli etikai tréningen az elmúlt két évben. Az etikai kommunikációnak számos formája létezik, az e-mail-ben küldött információtól a belső intranet oldalon át, a vállalati magazin cikkekig vagy a különböző vállalati rendezvényeken történő kommunikációig. Érdemes minél innovatívabb megoldást választani [11].

Forró drót

Az etikai forródrót lehet vállalaton belüli, illetve lehetővé teheti a vállalaton kívüli érintettek számára is etikai jellegű problémáik felvetését. Nemcsak bejelentési lehetőséget takar, hanem a segítségkérést is lehetővé teszi. Az USA Szövetségi Ítélezési Iránymutatása szerint a belső jelentési rendszereknél biztosítani kell az anonimitást, a bizalmas kezelést és a megtorlás elkerülését [12]. A legnagyobb 200 vállalat esetén a kódexszel rendelkezők 83%-a működtet forródrótot és rendelkezik a bejelentésekre vonatkozó szabályzattal [11].

Etikai monitoring

Az etikai monitoring éppolyan fontos, mint az évenkénti pénzügyi ellenőrzés, mivel segít annak megítélésében, hogy a szervezet alapértékei és az etikai kódexekben lefektetett magatartási szabályok mennyiben jelennek meg a mindennapokban. Az etikai teljesítmény értékelése lehetővé teszi a jövőre vonatkozó tervezést és irányítást is [16]. A 200 legnagyobb vállalat közül a kódexszel rendelkezők 88%-a figyeli a kódex betartását, 66 százalékuk rendszeresen készít etikai beszámolókat [11].

Etikai audit

Az etikai audit az etikailag érzékeny területekhez kötődő vállalati tevékenységek elemzésének és mérésének folyamata [17]. A külső szakemberek által végzett etikai auditálás növeli a vállalat etikai jellegű erőfeszítéseinek eredményességét és hitelességét. Az etikai auditálás egyik eszköze lehet egy etikai szabvány bevezetése. Az 1997-ben létrehozott Social Accountability 8000 szabvány kritériumai a munkavállalókra vonatkoznak, ezek a gyermekmunka tilalma, a biztonságos és egészséges munkahely iránti igény figyelembe vétele, a szervezkedési és gyülekezési szabadság, a faji, nemi, vallási, politikai diszkrimináció tilalma, a munkaidő korlátozása és a minimálbérre vonatkozó előírás. Jelenleg mintegy 2150 tanúsított létesítmény van a világ 60 országában, ami 67 iparágat és körülbelül 1,2 millió munkavállalót érint [18]. Egy másik kezdeményezés, az AccountAbility's AA1000-es szabványok célja a szervezetek elszámoltathatóságának, felelősségvállalásának és fenntarthatóságának elősegítése. A minden érintetthez kiterjedő szabványok egy multi-stakeholder egyeztetési folyamat eredményeként jöttek létre 2008-ban [19]. További példa a Német Gazdaságetika Hálózat Értékmenedzsment rendszere, amely speciálisan a német és az európai kultúrához igazított szabvány, célja a vállalatok átfogó biztosítása minden menedzsment területen egy tisztességre és teljesítményre épülő vállalati kultúra kiépítésével és megtartásával [20]. A 200 legnagyobb

vállalat közül a kódexszel rendelkezők 40 százaléka készít külső etikai jelentéseket is [11].

3. ÖSSZEFOGLALÁS

A felsorolt etikai intézmények egyenként is bevezethetők, de részei lehetnek egy széleskörű vállalati etikai programnak is. A felsorolt elemek kiegészíthetők például az ösztönzési és büntetési folyamatokkal, azaz az etikátlan magatartás szankcionálásával és az etikus magatartás jutalmazásával [21]. Az empirikus kutatások szerint az etikai intézmények mindegyike pozitív hatással van az etikus vállalati kultúrára [12].

„A bemutatott kutató munka a TÁMOP-4.2.1.B-10/2/KONV-2010-0001 jelű projekt részeként az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg”

4. IRODALOM

- [1] Enderle, G., Homann K., Honecker, M., Kerber, W., Steinmann, H.(1993): Lexikon der Wirtschaftsethik. Herder. Freiburg, Basel, Wien. ISBN 3-451-22336-8
- [2] Hársing, L. (1995): Bevezetés az etikába. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- [3] Ulrich, P.- Büscher, M.-Matthiesen, Sarasin C.(1996): Ethik in Wirtschaft und Gesellschaft. Verlag Sauerlander, Aarau/Switzerland.
- [4] De George, Richard T. (1987) : The Status of Business Ethics: Past and Future. Journal of Business Ethics 6.
- [5] Griseri, P.-Seppala, N. (2010): Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Cengage Learning EMEA, United Kingdom. ISBN 978-1-4080-0743-3.
- [6] Evan, W. M.-Freeman, R. E. (1988): A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism. In: Boda-Radácsi (1996): Vállalati etika. BKE Vezetőképző Intézet.
- [7] Gorrell, P. (2010): Business Ethics 2.0. Performance Management, December 2010. http://talentmgt.com/performance_management/2010/December/1397/index.php Letöltve: 2011. január 15.
- [8] Kaptein, M. (1998): Ethics Management – Auditing and Development the Ethical Content of Organizations. Kluwer Academic Publisher. P. 44.
- [9] Sharon Watson, S. - Weaver, G. R.: How internationalization affects corporate ethics: formal structures and informal management behaviour. Journal of International Management 9 (2003) 75–93.
- [10] Krumm, J.R. – Greenhill, R. H. (1972): The Extent of Industry Self-regulation Through Trade Association Codes of Ethics. 17 Antitrust Bull. 379 (1972).

- <http://heinonline.org/HOL/LandingPage?collection=journals&handle=hein.journals/antibull17&div=16&id=&page=> Letöltve: 2011. január 15.
- [11] KPMG (2008): Business Code of the Global 200: Their Prevalence, Content and Embedding (KPMG, Amsterdam).http://www.kpmg.com/CN/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/business_codes_global_200_O_0804.pdf Letöltve: 2011. január 15.
- [12] Kaptein, M. – Schwartz, M. S. (2008): The Effectiveness of Business Codes: A Critical Examination of Existing Studies and the Development of an Integrated Research Model. *Journal of Business Ethics* (2008) 77:111–127.
- [13] Wittmann, S. (1995): Ethik-Kodex und Ethik-Kommission. Ansätze zur Institutionalisierung von Unternehmensethik. *St. Galler Berichte und Beiträge* Nr. 69.
- [14] Ethics and Compliance Officer Association: ECOA Global Network—Serving Members Worldwide. http://www.theecoa.org/imis15/ECOAPublic/ABOUT_THE_ECOA/EOA_Global_Network/ECOAPublic/AboutContent/Global_Network.aspx. Letöltve: 2011. január 15.
- [15] LeClair, D. T. – Ferrell, L. (2000): Innovation in Experiential Business Ethics Training', *Journal of Business Ethics* 28, 223–232.
- [16] Ulrich, P. - Lunau, Y. - Weber, T. (1996): Ethik-massnahmen in der Praxis, *Berichte und Beiträge* Nr. 73, Institut für Wirtschaftsethik, St. Gallen.
- [17] Hoffman, W. M. (1995): A Blueprint for Corporate Ethical Development. In: Hoffman, W. M. – Frederick, R. E. (eds.) (1995): *Business Ethics*. McGraw-Hill Co.
- [18] <http://www.sa-intl.org/> Letöltve: 2011. január 15.
- [19] <http://www.accountability.org/standards/index.html> Letöltve: 2011. január 15.
- [20] <http://www.dnwe.de/wertemanagement.html> Letöltve: 2011. január 15.
- [21] Weaver, G. R., L. K. Treviño and P. L. Cochran (1999): 'Corporate Ethics Programs as Control Systems: Influences of Executive Commitment and Environmental Factors', *Academy of Management Journal* 42, 41–57.