

# Etika v podnikaní: mýtus alebo realita? Ethics in business: myth or reality?

Gabriela Sopková

Katedra medzinárodného obchodu, EU, Bratislava

## Abstrakt:

Etické správanie je zákonmi nevynútiteľné, no azda nikto nemôže pochybovať o tom, že je to jeden z kľúčových aspektov úspechu firmy na trhu. Avšak platí toto konštatovanie aj v čase takého turbulentného ekonomického obdobia ako je to dnešné? Cieľom príspevku je analyzovať etické správanie podnikateľských subjektov na Slovensku s dôrazom na vzťah medzi etikou a úspechom v časoch ekonomickej krízy a recesie. Príspevok zodpovedá otázku, či etika v podnikaní na Slovensku reálne existuje, alebo sa jedná čisto o akademické úvahy.

## Kľúčové slová:

etika, ekonomická kríza, etické správanie, morálne zodpovednosť.

## Abstract:

Ethics behaviour is not enforced through laws, but nobody can doubt that it is one of the crucial aspects of achievement of particular company on the market. However, is this statement valid also in time of so turbulent economic era as it is today? The goal of this article is to analyse etic behaviour of business entities in Slovakia with emphasis on relationship between etics and success in the time of economic crisis and recession. The article gives answer on question, if etics in business in Slovakia is the reality, or if we talk about it only in academic field.

## Key words:

ethics, economic crisis, etic behaviour, moral responsibility.

## Úvod

Pojem Etika pochádza z gréckeho slova éthos a môžeme ho vysvetľovať buď ako spoločenské pravidlá, týkajúce sa viditeľného správania sa ľudí alebo ako myslenie, vôľu, cítenie či charakter konkrétneho človeka. Tento pojem zaviedol už Aristoteles, v dobe, kde etika bola postavená pred úlohu odpovedať aj na ekonomické otázky. No od kedy spájame pojem etika s pojmom podnikanie? Viacerí významní ekonómovia sa zhodujú, že odpoveďou na túto otázku je dielo, zakladateľa ekonómie, Adama Smitha *Bohatstvo národov*. V tomto diele A. Smith obhajuje myšlienku, podľa ktorej má byť život v štáte organizovaný tak, aby jednotlivci mohli sledovať svoje vlastné záujmy, pričom z celkového hľadiska vznikajú výhody pre všetkých. „*Múdre zákony musia zaručiť, aby aj tí, ktorí nemajú morálne zmýšľanie, v ekonomickej oblasti konali mravne a spravodlivo.*“ No platí tento citát aj na súčasnú ekonomickú situáciu na Slovensku? Môžeme s istotou povedať, že podnikateľské subjekty na Slovensku dodržiavajú etické zásady aj v čase finančnej krízy? Odpovede na tieto otázky sú súčasťou autorkinho výskumu v tomto článku. (2)

## 1 Vzťah etiky a podnikania

Názory na vzťah etiky a podnikania sa vyvíjali postupne. Ako už bolo spomenuté v úvode, prvý základ skúmania týchto vzťahov načrtnol Adam Smith vo svojom diele *Bohatstvo národov*. Jeho filozofia ovplyvňovala ekonomické myslenie celého 18. storočia. Avšak históriu úvah o etike vzťahujúcej sa na samotné podnikanie môžeme pozorovať až na začiatku 20. storočia. V USA môžeme sledovať záujem o štúdium podnikateľskej etiky od 70. rokov. (6) Hoci začiatky hnutia podnikateľskej etiky nastali už o desaťročie skôr a to hlavne v presadzovaní práv spotrebiteľov. Predovšetkým sa s týmto obdobím spomína kniha Ralpha Nadera *Unsafe at Any Speed* (Nebezpečné pri akejkoľvek rýchlosti) vydaná v roku 1965, ktorá vystavuje kritike giganta General Motors kvôli tomu, že sa podľa autora knihy zameriava len na zisk a nie na bezpečnosť spotrebiteľa. (4) Čo sa týka Západnej a Východnej Európy, tak najväčší prelom v oblasti etického konania podnikateľských subjektov

predstavoval Lisabonský summit Európskej rady v roku 2000, ktorého záverom bolo vyzvanie firiem k sociálne zodpovednému podnikaniu. Na medzinárodnej úrovni bol taktiež v roku 2000 prijatý dokument s názvom Globálna dohoda, ktorý má za cieľ prehĺbiť sociálne zodpovedné správanie sa firiem. (3) Generálny tajomník OSN, Ban Ki-moon, hovorí o tejto dohode ako o prostriedku, ktorý „zabezpečuje od firiem dodržiavanie univerzálnych pravidiel a spoluprácu so Spojenými národmi.“ (7) O tom, že táto iniciatíva je v celku úspešná svedčí aj fakt, že sa k nej pripojilo doteraz vyše 6000 spoločností a inštitúcií zo 120 krajín sveta. V súčasnosti môžeme túto iniciatívu s jej princípmi (ktoré sú odvodené z nasledovných dokumentov: Všeobecná deklarácia ľudských práv, Vyhlásenie o zásadách a základných právach pri práci, Deklarácia z RIA o životnom prostredí a rozvoji a Dohovor OSN o boji proti korupcii) považovať za stabilný medzinárodný pilier zahŕňania etických zásad do podnikateľského prostredia. (1)

Avšak nie všetky názory od ekonómov či organizácií boli a sú za dodržiavanie etických princípov v podnikaní. Asi najznámejší príklad vice versa prístupu môžeme uviesť myšlienky jedného z najvýznamnejších ekonómov 20. storočia, nositeľa Nobelovej ceny a zástancu kapitalizmu, Milтона Friedmana. Jeho často citovaný výrok „Jediná etická zodpovednosť podnikateľského subjektu je zvyšovanie svojho vlastného profitu.“ (8) vysvetľuje poukázaním na, podľa neho zrejmy, fakt, že etická zodpovednosť firiem bráni skutočnému podnikateľskému zámeru a správne mu priebehu voľného trhu. Friedman však upozorňuje na rozpoznávanie pojmov do dôsledkov. Podľa neho je rozdiel, či hodnotíme niekoho ako riaditeľa nadnárodnej korporácie a od neho vyžadujeme dodržiavanie etických zásad alebo niekoho hodnotíme ako riaditeľa vlastnej firmy. V prvom prípade je zväčša pravidlom, že zisky nadnárodnej spoločnosti sú pre riaditeľa dôležitejšie ako spoločenská zodpovednosť samotnej spoločnosti tzn. tvrdo uplatňuje zásady kapitalizmu. Avšak v druhom prípade by bolo v určitých prípadoch samo-deštruktívne, keby riaditeľ svojej vlastnej firmy do okolia (na spotrebiteľov) vystupoval ako človek, ktorí sa neriadi etickými zásadami a tým by každopádne utrpel aj jeho zisk. (8)

## 2 Etický kódex

V súčasnosti je najvyužívanejším a najspôhlivejším identifikátorom, či firmy sú spoločensky zodpovedné resp. či uplatňujú etické princípy v podnikaní alebo nie používanie tzv. etického kódexu. Etický kódex podniku je v podstate všetko to, čo podnik vyžaduje od svojich zamestnancov a zároveň aj vyhlásenie smerom k okoliu, aké etické princípy bude dodržiavať smerom k spotrebiteľom. (3) V slovenských podmienkach obyčajne podpisuje etický kódex zamestnanec hneď pri vstupe do zamestnania. Zároveň väčšina firiem (nielen na Slovensku) prezentuje svoje etické kódexy formou masmediálnej komunikácie – predovšetkým na svojej web stránke. Ciele etického kódexu môžeme rozdeliť do dvoch veľkých kategórií (3):

- etický kódex vytvára návod podľa ktorého sa každý zamestnanec oboznámi so základnými princípmi spoločnosti a pravidlami interného správania sa,
- kódexom, resp. jeho obsahom sa firma snaží prezentovať ako sociálne zodpovedný subjekt.

Vytvoreniu kódexu by mala predbiehať diskusia v rámci vedenia spoločnosti, aké základné ciele a zásady budú propagované v rámci spoločnosti a zároveň smerom k verejnosti (nielen spotrebiteľom). Zároveň je potrebné podotknúť, že správny kódex by mal mať jasnú štruktúru a zrozumiteľnosť, aby nedošlo k zamieňaniu pojmov. Takmer neodmysliteľnou súčasťou je aj jasné vysvetlenie sankcií, ktoré hrozia za nedodržanie stanovených zásad a princípov. (5) Etické kódexy sa vo firmách líšia, no základ by mal zostať nasledovný:

- základné princípy a smerovanie spoločnosti,
- ochrana zdravia a bezpečnosti na pracovisku,
- finančné vzťahy,
- styk s okolím,
- vystupovanie za spoločnosť,
- verejné prezentovanie spoločnosti,
- využívanie tajných informácií,
- sankcie za nedodržanie etického kódexu.

## 3 Slovensko a etika v podnikaní

Slovenská republika je členom vyššie spomenutej iniciatívy tzv. Globálnej dohody. Zakladajúcimi členmi jej slovenskej siete sú (1):

- Business Leaders Forum Slovakia
- Dexia banka Slovensko, a. s. (teraz už Prima banka)
- Microsoft Slovakia s. r. o.
- OMV Slovensko, s. r. o.

- Ekonomická univerzita v Bratislave  
- a iné

Všetky firmy na zozname sa zaviazali dodržiavať princípy iniciatívy (tzv. Globálnej dohody), čo znamená, že firmy prijali, podporili a integrovali do svojej sféry vplyvu súbor základných hodnôt v oblasti ľudských práv, pracovných noriem, životného prostredia a anti-korupcie. Zo zoznamu firiem je zrejmé, že sa jedná o veľké spoločnosti (či univerzitu alebo fórum) a nie o menších lokálnych hráčov. No odpovedzme si na otázku – neskladá sa Slovensko práve z tisícok malých podnikateľských subjektov? Tzn. obraz toho, ako je to na Slovensku s etikou v podnikaní a či je to naozaj len mýtus alebo skutočná realita musíme teda hľadať niekde inde ako u týchto spoločností.

Autorka článku uskutočnila vo februári 2013 reprezentatívny prieskum práve medzi takými malými lokálnymi podnikateľmi (zameriavajúc sa na Trenčiansky a Žilinský samosprávny kraj). Cieľom prieskumu bolo identifikovať u týchto podnikateľov vzťah medzi etikou a dosahovaním úspechu práve v tomto turbulentnom ekonomickom období tzv. v období označenom hospodárskou a finančnou krízou. V nasledujúcom texte sa pokúsime analyzovať výsledky dotazníkového prieskumu.

#### Tabuľka 1 Základné informácie k prieskumu

Názov prieskumu: Prieskum zameraný na analýzu vzťahu etika – úspech v podnikaní v súčasnom turbulentnom období.
Časové obdobie prieskumu: Február 2013
Počet dotazovaných podnikateľských subjektov v každom kraji: 30
Úspešnosť návratnosti dotazníkov: 90%, tzn. 54 subjektov vrátilo dotazník
<b>Kritéria na dotazované subjekty:</b>
1. životnosť podnikateľského subjektu: 2-7 rokov
2. počet zamestnancov: 10-40
3. vlastníctvo: slovenský zamestnávateľ

*Vlastné spracovanie*

V rámci prieskumu sme ako výberovú skupinu oslovili 60 podnikateľských subjektov. Za skúmanú oblasť si autorka vybrala Trenčiansky a Žilinský samosprávny kraj. Opýtaní hodnotili v predloženom dotazníku 8 základných stanovísk:

- Etika v podnikaní je pre nás dôležitý faktor úspechu, ktorý sa snažíme dodržiavať.
- Etický kódex je súčasťou našej corporate culture.
- Dodržiavanie etiky v podnikaní je pre nás minimálne také dôležité ako dosiahnutie zisku (mimo krízy).
- V krízovom období sa ohľadne dodržiavania etických princípov v našej spoločnosti nič nezmenilo.
- Etické správanie v krízovom období považujeme za bezpredmetné a nepodstatné.
- V časoch ekonomickej krízy pre nás existuje jediný relevantný cieľ – dosiahnuť zisk.
- Dodržiavanie etického kódexu vyžadujeme od našich zamestnancov aj v čase finančnej krízy.
- Súčasná hospodárska a finančná kríza ovplyvnila naše vnímanie etiky a jej princípov v podnikaní.

Okrem pridelenia známky každému stanovisku 1-4 každému stanovisku (1 – úplne sa stotožňujem so stanoviskom, 2 – stotožňujem sa so stanoviskom čiastočne (viď poznámky), 3 – úplne sa nestotožňujem so stanoviskom, 4 – takouto otázkou sa vo firme nezaobráame) mohol respondent uviesť svoje pripomienky, postrehy, prípadne poznámky.

#### Tabuľka 2 Výsledky prieskumu

Stanovisko/Známky	1 (súhlasím)	2 (súhlasím čiastočne)	3 (nesúhlasím úplne)	4 (otázkou sa nezaobráam)
1. stanovisko	34	10	2	8
2. stanovisko	40	0	2	12
3. stanovisko	32	10	12	0
4. stanovisko	20	2	30	2
5. stanovisko	10	3	38	3
6. stanovisko	45	3	6	0
7. stanovisko	40	0	2	12
8. stanovisko	47	0	5	2

*Vlastné spracovanie*

Z výsledku prieskumu môžeme vidieť, že až 44 podnikateľských subjektov (t.j. viac ako polovica zo vzorky) v týchto krajoch vedia, čo znamená etika v podnikaní a podľa všetkého sa ju snažia aj dodržiavať. Zároveň veľké pozitívum vidíme aj v implementácii etického kódexu do firemnej kultúry u viac ako 40 dotazovaných subjektov. Dodržiavanie etiky v podnikaní je pre 42 subjektov minimálne také dôležité ako dosiahnutie zisku. Tu však musíme upozorniť na fakt, že firmy sa vyjadrovali k stavu mimo krízy. Pretože ako vidíme ďalej, tak bohužiaľ, už v krízovom období sa stanovisko k dodržiavaniu etických princípov zmenilo u 30 dotazovaných firiem. Dokonca 13 firiem v krízovom období považuje etické správanie za bezpredmetné a nepodstatné. Až 45 firiem v časoch ekonomickej krízy sleduje iba jediný cieľ a to zvyšovanie zisku. Zároveň sa však 40 firiem hlási k vyžadovaniu etického kódexu od zamestnancov aj v krízovom období. Jednou vetou môžeme zhrnúť, že súčasná hospodárska a finančná kríza ovplyvnila vnímanie etiky a jej princípov v podnikaní až u 47 subjektov.

## Záver

Už asi neexistuje podnikateľský subjekt v medzinárodnom prostredí, ktorý by nepovažoval etické princípy v podnikaní za relevantné a dokonca veľmi potrebné. Existujú viaceré iniciatívy, ktoré tento fakt podporujú a zúčastňuje sa na nich veľké množstvo štátov. Výnimkou nie je ani Slovensko. Svoje základné kroky k spoločenskej zodpovednosti firiem a etických princípov môžeme na Slovensku datovať od pripojenia sa k celosvetovej iniciatíve – Globálnej dohode. Slovensko sa touto iniciatívou zaviazalo dodržiavať základné etické princípy a dokumenty podporujúce spoločenskú zodpovednosť firiem.

No musíme zároveň upozorniť na fakt, že aj keď Slovensko je spájané s touto iniciatívou, to ešte neznamená, že jej princípy aj naozaj dodržiava a vyžaduje dodržiavať od svojich podnikateľských subjektov. Toto stanovisko platí ešte viac v tomto období – v čase hospodárskej a finančnej krízy. Z autorkinho prieskumu vyplýva fakt (aj keď prieskum sa obmedzuje iba na 2 samosprávne kraje a firmy do 40 zamestnancov), že až 47 podnikateľských subjektov z Trenčianskeho a Žilinského samosprávneho kraja ovplyvnila kríza v oblasti vnímania etiky a dokonca 13 subjektov považuje dodržiavanie etických pravidiel v čase finančnej krízy za bezpredmetné a irelevantné. Záverom teda môžeme konštatovať, že firmy na Slovensku (myslia sa tým menšie podniky s menej ako 40 zamestnancami) síce vedia, čo je to etika v podnikaní a aj ju dodržiujú, no zároveň pri búrlivejšom období (kríza, recesia) sa stáva táto problematika u niektorých subjektov iba akýmsi mýtusom a nie realitou.

## Literatúra

1. EKOLOGIKA. *Global impact* [online]. Dostupné na: <http://www.ekologika.sk/global-compact.html> [cit. 2013-03-18].
2. ETHICS SAGE. *The Morality of Adam Smith's Free Market Economics* [online]. Dostupné na: <http://www.ethicsage.com/2010/09/the-morality-of-adam-smiths-free-market-economics.html> [cit. 2013-03-18].
3. EUROEKONOM. *Teoretické východiská etiky podnikania* [online]. Dostupné na: <http://www.euroekonom.sk/download2/diplomovka-teoria-ekonomia/Teoria-Diplomova-praca-Etika-podnikania.pdf> [cit. 2013-03-21].
4. NNDB. *Ralph Nader* [online]. Dostupné na: <http://www.nndb.com/people/788/000023719/> [cit. 2013-03-19].
5. THE TIMES 100. *Ethical business practices* [online]. Dostupné na: <http://businesscasestudies.co.uk/cadbury-schweppes/ethical-business-practices/the-importance-of-ethics-in-business.html#axzz2OHAthGav> [cit. 2013-03-19].
6. TRANSPARENCY. *Podnikanie verzus korupcia na Slovensku* [online]. Dostupné na: <http://www.transparency.sk/wp-content/uploads/2010/01/podni.pdf> [cit. 2013-03-21].
7. UNITED NATIONS. *Global impact* [online]. Dostupné na: <http://www.unglobalcompact.org/> [cit. 2013-03-20].
8. WOOD, J. 1990. *Milton Friedman: critical assessments* [online]. Routledge, 1990. 427 p. Dostupné na: [http://books.google.sk/books?id=\\_juHqHUKJAMC&pg=PA376&lpg=PA376&dq=Milton+Friedman+critical+assessment+ethics&source=bl&ots=BdRbZZzV1X&sig=nzGxZAvaM60RIF9YmIcoHWAZyzQ](http://books.google.sk/books?id=_juHqHUKJAMC&pg=PA376&lpg=PA376&dq=Milton+Friedman+critical+assessment+ethics&source=bl&ots=BdRbZZzV1X&sig=nzGxZAvaM60RIF9YmIcoHWAZyzQ)

<https://www.google.com/search?hl=sk&sa=X&ei=Dj5LUZz4G8Tusgb2wICwBQ&ved=0CGYQ6AEwBQ#v=onepage&q=Milton%20Friedman%20critical%20assessment%20ethics&f=false> [cit. 2013-03-20].

**Kontakt:**

Gabriela Sopková, Ing.  
Obchodná fakulta  
Katedra medzinárodné obchodu  
Dolnozemska cesta 1  
852 35 Bratislava  
[gabika.sopkova@gmail.com](mailto:gabika.sopkova@gmail.com)