

Analýza rozvoja podnikateľskej etiky v podnikoch v slovenskom podnikateľskom prostredí³

Analysis of the development of business ethics in enterprises in the Slovak business environment

Anna Remišová, Iveta Stankovičová

Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, Odbojárov 10, 820 05 Bratislava, Slovenská republika

Comenius University in Bratislava, Faculty of Management, Odbojárov 10, 820 05 Bratislava, Slovak Republic

anna.remisova@fm.uniba.sk, iveta.stankovicova@fm.uniba.sk

Abstrakt: Cieľom danej štúdie je odhaliť stav podnikateľskej etiky v podnikoch pôsobiacich v slovenskom podnikateľskom prostredí na základe štatistickej analýzy jednej časti reprezentatívneho empirického výskumu uskutočneného na Slovensku v roku 2019. Hlavné zistenia: (1) podnikateľská etika sa začala v slovenskom podnikateľskom prostredí rozvíjať, ale celkovo je jej stav ešte na nízkej úrovni, (2) najrozšírenejšími implementovanými etickými prvkami v slovenskom podnikateľskom prostredí sú overovanie spoľahlivosti obchodného partnera a etický kódex, (3) veľkosť firmy je faktor, ktorý vplýva na implementáciu etiky do organizácie a (4) členstvo v profesijnej organizácii je faktor, ktorý pozitívne vplýva na zavádzanie etiky do organizácie.

Abstract: The aim of this study is to uncover the state of business ethics in the Slovak business environment. The results are based on a statistical analysis of a part of the representative empirical research carried out in Slovakia in 2019. Main findings: (1) the development of business ethics in the Slovak business environment started but its level is low; (2) checks of the accountability of business partners and code of ethics are the most widespread ethical elements in the Slovak business environment; (3) the size of a company is a factor that influences the implementation of ethics in an organization; and (4) membership in a professional organization is a factor that influences the implementation of ethics in the organization.

Kľúčové slová: podnikateľská etika, etický program, veľkosť podniku, profesionálne asociácie, Slovensko

Key words: business ethics, ethics program, company size, professional association, Slovakia

1 Úvod

V odbornom diskurze v našich kultúrnych podmienkach je skúmanie problematiky podnikateľskej etiky a integrácie ekonomiky a etiky vzácnym

³ Článok je rozšírenou verziou článku Remišová, A., Stankovičová, I. & Procházková, L. (2021). Specifics of ethics program application: company-size based analysis: On the example of Slovakia. *Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship*, s. 152-171. DOI 10.24182/2073-6258-2021-20-1-152-1

artiklom. Absentuje široká odborná diskusia nielen o teoretických otázkach integrácie etiky a ekonomiky resp. etiky a ekonómie, ale aj empirické výskumy, ktoré by prezentovali stav rozvoja podnikateľskej etiky na jednotlivých úrovniach ekonomického systému.

Cieľom danej štúdie je zistiť, aký je stav rozvoja podnikateľskej etiky v podnikoch v slovenskom podnikateľskom prostredí 30 rokov po ekonomickej a politickej transformácii spoločnosti. Na splnenie tohto cieľa si autorky zvolili analýzu jednej z otázok reprezentatívneho empirického výskumu, ktorý sa realizoval na Fakulte managementu Univerzity Komenského v roku 2019 na vzorke 1295 respondentov. Otázka sa týkala aplikácie hlavných formálnych prvkov etického programu do organizačnej štruktúry. Etický program sa v teórii i v praxi považuje za jeden z najvýznamnejších nástrojov etickej samoregulácie organizácií. Výskyt jednotlivých prvkov etického programu v slovenských podnikoch je relevantným zdrojom informácií o tom, v akej miere, a či vôbec, sa presadzuje normatívna regulácia v organizáciách.

Prínos štúdie vidíme v niekoľkých rovinách: (1) článok prináša nové poznatky o stave podnikateľskej etiky v jednej z postsocialistických krajín strednej a východnej Európy; (2) prispieva k teoretickému diskurzu o dynamickej a pluralistickej podstate etického programu; (3) dokazuje, že veľkosť firmy má vplyv na etický rozvoj organizácie; (4) odкрýva skutočnosť, že členstvo firmy v profesijnej organizácii má pozitívny vplyv na zavádzanie etiky.

Štruktúra článku je nasledovná: prvá časť približuje teoretické východiská výskumu – mnohoúrovňovú analýzu podnikateľskej etiky a etický program, druhá časť sa venuje metódam empirického výskumu a opisu vzorky respondentov, tretia časť prináša štatisticky spracované výsledky výskumu a štvrtá časť je venovaná diskusii k výsledkom výskumu.

2 Teoretické východiská

Viacúrovňová analýza podnikateľskej etiky je prvým teoretickým východiskom našich skúmaní (Goodpaster, 1992; Enderle 1993, 1996, 1997; Ulrich, 1997; Remišová, 2011). Podnikateľskou etikou rozumieme normatívnu spoločenskovednú disciplínu, ktorá skúma integráciu etiky a ekonomiky na všetkých úrovniach ekonomického systému (Remišová, 2015, s. 20).

Hovoriť o etike, hodnotách, záujmoch či zodpovednosti v súvislosti s ekonomickou činnosťou nie je možné paušálne, pretože majú vždy svojho nositeľa. Na mikroúrovni podnikateľskej etiky je centrálnym subjektom individuum, na mezoúrovni organizácie a na makroúrovni štát s jeho výkonnými a zákonodarnými a orgánmi. **Mikroúroveň** v podnikateľskej etike predstavuje jednotlivca ako reálne existujúci a pôsobiaci subjekt vo sfére ekonomiky, ktorý

môže vystupovať ako zamestnanec, klient, konzument, podnikateľ, akcionár či manažér. Podnikateľská etika na mikroúrovni sa teda nevzťahuje len na manažéra či podnikateľa. Na **mezoúrovni** každá organizácia, ktorá má svoje vlastné ciele a víziu, je konkrétnym morálnym agentom (*moral agents*) (Enderle, 1997). Je nositeľom hodnôt, vedomých rozhodnutí, ale aj zodpovednosti organizácie za správanie v ekonomickej sfére. Rešpektovanie mezoúrovne v podnikateľskej etike a myšlienka, že podnikateľské subjekty sú zodpovedné za svoje konanie tak po legislatívnej, ako aj morálnej stránke, sú výsledkom dlhej diskusie v americkom akademickom prostredí o tom, či podnik má alebo nemá svedomie (Goodpaster a Matthews, 1982). Lakmusovým papierom rozvoja podnikateľskej etiky v praxi je organizačná kultúra, pretože v nej sa odhaľujú hodnoty organizácie, normy, tradície, ale aj riadenie implementácie etiky prostredníctvom etického programu. Na **makroúrovni** je podnikateľská etika spätá s činnosťou vládnych a zákonodarných orgánov a súdnictvom. Štát svojimi aktivitami, opatreniami a zákonmi vytvára rámec, v ktorom sa uskutočňuje hospodárska, finančná a daňová politika, sociálna politika, stanovujú sa medzinárodné hospodárske stratégie. Predovšetkým prostredníctvom legislatívy štát vytvára sociálny priestor na proetické alebo neetické správanie organizácií a jednotlivcov. Pre rozvoj podnikateľskej etiky v štáte sú nevyhnutné všetky tri úrovne. Každá úroveň má relatívnu autonómiu. Zároveň sa všetky tri úrovne vzájomne prelínajú a ovplyvňujú. Z hľadiska dlhodobého rozvoja etiky je každá úroveň nevyhnutná a nezastupiteľná. Goodpaster nazýva túto analýzu „*the subject-matter of business ethics*“ (Goodpaster, 1992, s. 112).

V danej štúdii sa zameriavame na pôsobenie podnikateľskej etiky na mezoúrovni, kde je hlavným subjektom etickej sebaregulácie podnikateľský subjekt. Naším cieľom bolo zistiť, do akej miery tento ekonomicky kľúčový aktér cieľavedome rozvíja podnikateľskú etiku prostredníctvom etického programu, o ktorom existuje dostatok teoretických aj empirických poznatkov. Včlenenie prvkov etického programu do organizačnej kultúry znamená, že subjekt prijíma svoju zodpovednosť za hodnotové a etické otázky v jeho firme.

Pojmom **eticný program organizácie** rozumieme cielenú, dlhodobú a systematickú implementáciu podnikateľskej etiky do všetkých oblastí organizácie (Remišová, 2015, s. 70). Dlhé roky autori, ktorých zámerom bolo vytvoriť koncepciu etického programu, kládli dôraz len na vyčíslenie jeho prvkov. Prototypom takéhoto uchopenia etického programu je definícia S. Brennera, ktorý definuje etický program nasledovne: „Etický program tvoria hodnoty, postupy a činnosti, ktoré ovplyvňujú správnosť organizačného správania.“ (Brenner, 1992, s. 393). S Brennerom sa spája aj rozdelenie prvkov etického programu na *explicitné* (štruktúrne a formálne) a *implicitné* (behaviorálne

a neformálne), ktoré na dlhé roky vnieslo neistotu, čo je/má byť kostrou etického programu v praxi. K explicitným prvkom Brenner zaradil etický kódex, manuály, etické tréningy, semináre, rozhodnutia, systém interných kontrol. Za *implicitné prvky* považoval organizačnú kultúru, oceňované správanie, vzory manažérskeho správania, štýly vedenia ľudí a systém odmeňovania. Neskôr sa presadil názor, že etický program tvoria len formálne prvky, v ich počte sa však autori odlišovali. Uznávaní teoretici z podnikateľskej etiky Weaver a Treviño definujú etický program ako „*formálny a hmatateľný organizačný kontrolný systém vytvorený s cieľom zabrániť neetickému správaniu zamestnancov, ktorý obsahuje šesť základných elementov: formálne etické kódexy, etické výbory, etické komunikačné systémy, manažérov pre etiku alebo ombudsmanov, etické vzdelávacie programy a disciplinárny proces riešenia neetického správania*“ (Weaver a Treviño, 1999, s. 41–42). V tejto línii pokračuje jeden zo súčasných najvplyvnejších vedcov v oblasti podnikateľskej etiky – M. Kaptein, podľa ktorého etický program zahŕňa len konkrétne, formálne, explicitné opatrenia a nástroje, ktoré organizácie prijímajú na riadenie etiky. Kaptein definoval osem prvkov etického programu: etický kódex, tréning a komunikácia, manuály zodpovedností, monitoring a audit, vyšetrovacie a nápravné postupy, manažér pre etiku, etické linky pre nahlasovanie, motivačné politiky (Kaptein, 2015).

Celkove je diskusia o etickom programe EP rozmanitá, široká, často protirečivá, spravidla sa koncentruje na zdôvodňovanie a opis štrukturálnych prvkov etického programu (Brenner, 1992; Majluf a Navarette, 2011; Navran, 1997; Weaver a Treviño, 1999; Belak et al., 2010; Kaptein, 2009, 2015; Warren et al., 2014; Martineau et al., 2017). V tomto období prevažuje tzv. *statický* prístup ku skúmaniu etického programu, ktorý kladie dôraz viac na stavbu „konštrukcie“ etického programu ako na riadenie zmien. Dnes sa do popredia dostáva nový prístup ku skúmaniu etického programu, *dynamický*, ktorý sa vyznačuje tým, že etický program sa vníma ako proces, v ktorom sa jednotlivé prvky neustále ovplyvňujú a ktorý sa musí v organizácii riadiť (Svensson et al., 2010; Hoekstra a Kaptein, 2020). K hlavným zástancom dynamického prístupu v súčasnosti sú Hoekstra a Kaptein (2020), ktorí začlenili pôvodný Kapteinov model s ôsmimi formálnymi prvkami do dynamiky v rámci procesov manažmentu etiky. Aby boli etické elementy efektívnejšie, navrhujú, aby bol etický program *pluralistický a dynamický*.

V nami rozvíjanej koncepcii podnikateľskej etiky je dynamický charakter EP už roky prítomný. Etický program chápeme ako cieľavedomý a systematický proces, ktorý je synonymom dlhodobého riadeného rozvoja etiky v organizácii. Podľa nášho názoru, etický program (1) je nevyhnutnou súčasťou procesu riadenia etiky v organizácii a všetky jeho zložky prechádzajú funkciami manažmentu ako

plánovanie, organizovanie, vedenie, kontrola; (2) je integrovaný pluralistický systém, v ktorom sa spájajú a prepájajú rozmanité formálne štrukturálne prvky.

Základné štrukturálne prvky etického programu. Etický program je integrovaný mechanizmus zložený z *formálnych* prvkov rôzneho charakteru (Weaver a Treviño, 1999; Treviño et al., 2008; Kaptein, 2015). Tvorba etického programu je kreatívna vec. Každá organizácia vytvára etický program na svoj obraz a podľa podmienok, v ktorých sa nachádza, čo sa spätne prejavuje aj v narastaní nových prvkov etického programu. V etickom programe rozlišujeme tri základné štrukturálne zložky, z ktorých každá má svoju funkciu a je reprezentovaná rôznymi konkrétnymi prvkami (tabuľka 1).

Tab.1 Prehľad troch základných zložiek etického programu a im relevantných formálnych prvkov (Zdroj: Remišová, 2015)

3 úrovne EP	Konkrétny formálny prvok etického programu
I. Vízia, hodnoty, normy	Etický kódex (Etické kódexy pred dodávateľov, Etický kódex pre manažérov)
II. Infraštruktúra	Etické vzdelávanie (semináre, tréningy, e-learning) Linky na nahlasovanie porušení etického kódexu (boxy, maily, sociálne médiá) Subjekty zodpovedné za riadenie etického programu (riaditeľ pre etiku, etická komisia, ombudsman, pracovník zodpovedný za etiku (ethics officer)) Kontrola (prieskumy, dotazníky, hodnotenie)
III. Nastavenie procesov	Postupy riešenia a objasňovania porušenia EK Nastavenie procesov (v HRM, marketingu, výrobe, predaji a nákupe ai.) Tvorba špeciálnych politík (politika hodnotenia etického správania, odmeňovanie) Tvorba špeciálnych programov (compliance program, program ochrany whistleblowerov, program overovania spoľahlivosti obchodného partnera) Tvorba stratégií (stratégia spoločenskej zodpovednosti podnikov)

Prvá zložka etického programu predstavuje **konzistentný súhrn hodnôt a noriem** preferovaných organizáciou a vyjadrených vo vízii organizácie. Jej základnou funkciou je sformovať hodnotovú stratégiu organizácie. Kľúčovým prvkom tejto zložky je etický kódex, ktorý predstavuje konkretizáciu hodnotového smerovania organizácie. Druhú zložku v etickom programe tvorí tzv. **etická infraštruktúra**. Jej hlavným poslaním je vytvoriť nosné inštitúcie – piliere na podporu prvej zložky. Etickú infraštruktúru tvoria štyri základné kategórie: etické vzdelávanie, linky nahlasovania neetickej alebo nelegálnej činnosti, subjekty a orgány riadenia etického programu a mechanizmy kontroly. Treťou zložkou etického programu sú **aktivity súvisiace s realizáciou fungovania formálnych prvkov** v prvej a druhej zložke a aplikáciou etiky do všetkých organizačných procesov. Do tejto zložky patria postupy komunikácie o etickom programe, smernice, procedúry, nastavenia procesov v jednotlivých

oddeleniach, prípadne čiastkové doplnkové programy (Remišová, 2015). V praxi každý subjekt vystupuje pri tvorbe etického programu ako autonómny subjekt, preto **je každý etický program originálnym systémom regulácie správania organizácie.**

Za metódu, ako sa dozvedieť, aký je stav v rozvoji podnikateľskej etiky zo strany podnikateľských subjektov, sme zvolili otestovanie vybraných formálnych prvkov etického programu organizácie, ktoré prezentujeme a definujeme v tabuľke 2. Uvedomujeme si, že je mnoho spôsobov, akými by sa dal zisťovať stav rozvoja podnikateľskej etiky, a nami zvolený prístup je len jedným z nich.

Tab. 2 Stručná charakteristika vybraných prvkov etického programu (Zdroj: Remišová, 2015)

Názov prvku EP	Charakteristika
1. Etický kódex	Normatívny interný dokument zásadného významu. Sú v ňom stanovené základné etické požiadavky na správanie pre všetkých, ktorí pracujú vo firme alebo vystupujú v jej mene. Je konkretizáciou hodnôt organizácie.
2. Interné / externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík	Komunikačný systém, prostredníctvom ktorého majú zamestnanci možnosť (aj anonymne) nahlasovať porušenie etického kódexu alebo nezákonné konanie v organizácii.
3. Etická komisia	Kvalifikovaný kolektívny orgán, ktorý zodpovedá za rozvoj etiky v organizácii. Spravidla je poradným orgánom najvyššieho predstaviteľa organizácie. V jeho kompetencii je rozhodovať, či došlo k porušeniu etického kódexu.
4. Špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky	Manažér pre etiku (ethics officer) je subjekt, ktorý zodpovedá za manažovanie etických aktivít a udržiavanie etickej infraštruktúry v organizácii.
5. Etické vzdelávanie	Súhrn vzdelávacích a tréningových aktivít zameraných na podporu etického kódexu, získavanie zručností na riešenie etických dilem a etického zdokonaľovania.
6. Kontrola a audit etického správania zamestnancov	Súhrn monitorovacích a kontrolných systémov, ktoré slúžia na vyhodnocovanie fungovania etického programu.
7. Program ochrany oznamovateľov	Prepracovaný postup, ktorého cieľom je ochrániť zamestnanca, ktorý nahlásil protispoločenskú činnosť v organizácii, pred sankciami zo strany jeho nadriadeného alebo vedenia organizácie.
8. Program dodržiavania zákonov (tzv. compliance program ⁴)	Systém noriem, postupov a procedúr, ktorých cieľom je dosiahnuť dodržiavanie zákonov, včasné odhaľovanie nezákonného konania a prevencia pred ním.
9. Jasné postupy riešenia objasňovania neetického správania	Smernice, ktoré poskytujú postup pre tých, ktorým bolo nahlásené, že došlo k porušeniu etického kódexu. Obsahujú návod na preskúmanie, či skutočne došlo k porušeniu etického kódexu.
10. Overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov (tzv. Due Diligence)	Smernice, ktoré poskytujú presné návody ako postupovať pri overovaní dôveryhodnosti obchodného partnera.

⁴ Pozri aj Bohinská (2018).

3 Metodológia a údaje

Tento článok predstavuje len jednu časť výsledkov rozsiahleho kvantitatívneho výskumu v oblasti podnikateľskej etiky na Slovensku uskutočneného v roku 2019 s počtom respondentov 1 295. Údaje boli získané prostredníctvom dotazníka, ktorého obsah bol vyšpecifikovaný na základe výsledkov testovania v štyroch fókusových skupín (29 respondentov z 20 podnikateľských subjektov a 7 profesijných združení a asociácií). Po spracovaní kvalitatívnych údajov bol zostavený zoznam prvkov etického programu, ktoré sú známe v slovenskom podnikateľskom prostredí. Pilotnú verziu dotazníka testovalo 32 manažérov z rôznych podnikov a na rôznych pozíciách.

V danej štúdii sa podrobne venujeme analýze odpovedí na jednu z otázok v dotazníku (ďalej skúmaná otázka – SO), pomocou ktorej sme chceli zistiť, či sa v podniku rozvíja podnikateľská etika prostredníctvom implementovania desiatich zložiek etického programu. Predpokladali sme, že takto postavená otázka by mala minimalizovať nechotu respondentov hovoriť o etike, ako aj tendenciu vylepšiť si svoj obraz. SO znela: *Vo Vašej firme máte už v rozvíjaní etiky zavedené?*. Respondenti sa museli povinne vyjadriť ku každému prvku a podľa inštrukcií odpovedali na štvorbodovej škále: 0 = neviem, 1 = nie, 2 = čiastočne, 3 = áno. Nasledovalo desať prvkov etického programu, uvedených v tabuľke 2.

V súvislosti s analýzou odpovedí na SO sme si stanovili nasledovné výskumné otázky (VO):

- **VO1:** *Aký je stav v rozvoji podnikateľskej etiky v podnikoch z hľadiska implementovaných prvkov etického programu v slovenskom podnikateľskom prostredí?*
- **VO2:** *Má veľkosť podniku vplyv na zavádzanie prvkov EP?*
- **VO3:** *Má členstvo podniku v nejakom profesionálnom združení alebo asociácii vplyv na počet zavádzaných prvkov etického programu EP?*

3.1 Tvorba a popis vzorky

Na tvorbu reprezentatívnej vzorky sme zvolili metódu stratifikovaného náhodného výberu z populácie firiem SR pomocou proporčionej alokácie, pretože podobné zisťovanie ešte nebolo na Slovensku robené. Ako stratifikačné premenné sme použili: 1. veľkosť firmy⁵ (4 kategórie veľkosti podnikov: 1 – mikro (1–9 zamestnancov), 2 – malý (10–49 zamestnancov), 3 – stredný (50– 249 zamestnancov) a 4 – veľký (250 a viac zamestnancov)) a 2. región SR podľa

⁵ Klasifikácia premennej „veľkosť spoločnosti“ bola založená na počte zamestnancov podľa Odporúčania Komisie 2003/361/ES.

klasifikácie NUTS2 (4 regióny SR: Bratislavský kraj, západné Slovensko, stredné Slovensko, východné Slovensko).⁶

Veľkosť populácie, z ktorej sme vychádzali pri stanovení rozsahu výskumnej vzorky, bola 313 231 podnikov. Informácie o populácii sme získali zo Štatistického úradu SR (Infostat), ktorý spravuje Register organizácií SR (RO – Databáza ekonomických subjektov SR). Na základe vzorcov (napr. Cochran, 1977; Bartlett, Kotrlík a Higgins, 2001) sme vypočítali minimálny rozsah výskumnej vzorky v počte 1 022 podnikov (Stankovičová a Frankovič, 2020).

Získavanie údajov od respondentov trvalo šesť mesiacov, od januára do júna 2019. Údaje sa zbierali hlavne prostredníctvom elektronického dotazníka. Členovia výskumného tímu oslovili potenciálnych respondentov prostredníctvom e-mailových adries zahrnutých do databázy slovenských spoločností poskytovanej spoločnosťami FinStat a Cribis. Dotazník bol súčasne distribuovaný aj v tlačenej podobe na ôsmich konferenciách pre profesionálov z oblasti podnikania a obchodu.

Celkove sme získali 1 295 odpovedí od respondentov ($n = 1\,295$, 46,3 % žien a 53,7 % mužov). Väčšina respondentov (30,4 %) bola z vekovej kategórie 41–50 rokov, 26,2 % bolo vo veku 51–60 rokov a 23 % bolo v kategórii 31–40 rokov. Väčšinu účastníkov tvorili vlastníci/riaditelia spoločností (41,5 %) a vrcholoví manažéri (24,7 %). Vzorka je reprezentatívna podľa veľkosti spoločnosti a regiónu. Konkrétne, 26,6 % boli mikropodniky, 31,9 % malé spoločnosti, 22,7 % stredné podniky a 18,8 % vzorky tvorili veľké spoločnosti. Spoločnosti z Bratislavského kraja predstavovali 32,6 % zo vzorky, 28,5 % spoločností pochádzalo z regiónu západného Slovenska, 20,2 % spoločností bolo zo stredoslovenského regiónu a 18,8 % zo vzorky tvorili spoločnosti z regiónu východného Slovenska.

Výsledky analýzy spoľahlivosti ukazujú, že všetky položky dotazníka boli vhodné na ďalšiu štatistickú analýzu. Na základe popisných štatistík sme vyhodnotili odpovede respondentov na SO. Testovali sme rozdiely v odpovediach respondentov pre jednotlivé prvky etického programu (spolu 10 prvkov) podľa vybraných faktorov (veľkosť podniku a členstvo v profesijnom združení). Na tieto účely sme použili frekvenčné a kontingenčné tabuľky, Pearsonov χ^2 -test na asociáciu a neparametrickú ANOVA metódu. Na všetky výpočty bol použitý profesionálny štatistický softvér SAS Enterprise Guide, verzia 7.1 (ďalej SAS EG) a MS Excel.

⁶ NUTS je spoločná štatistická klasifikácia územných jednotiek na základe Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 1059/2003 z 26. mája 2003.

4 Dosiahnuté výsledky

Cieľom **VO1** bolo zistiť, aký je reálny stav rozvoja podnikateľskej etiky v podnikoch v slovenskom podnikateľskom prostredí z hľadiska aplikácie individuálnych prvkov etického programu. Na základe popisnej štatistiky jednotlivých prvkov (tabuľka 3) je zrejmé, že v podnikoch v SR sa na 1. miesto v zavádzaní radí prvok *overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov* (s priemernou hodnotou odpovedí 1,99). Na poslednom mieste sa nachádza prvok *špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky, napr. ombudsman* (priemer len 1,10). Medián rovný 2 (tzn. odpoveď čiastočne = 2) dosiahli len tri prvky EP: *etický kódex, jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania a overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov*. Znamená to, že až 50% respondentov sa vyjadrilo, že tieto tri prvky etického programu sú v podnikateľskom prostredí SR zavedené čiastočne, vôbec, alebo nevedia odpovedať. Pri ostatných prvkoch je medián 1, čo predstavuje ešte horší stav, lebo až 50% respondentov sa vyjadrilo, že týchto sedem prvkov etického programu nie je v podnikateľskom prostredí SR zavedených vôbec, alebo nevedia odpovedať.

Tab.3 Popisná štatistika odpovedí pre 10 prvkov EP (n = 1295) (Zdroj: vlastné spracovanie v SAS EG)

Poradie	Vo Vašej firme máte už v rozvíjaní etiky zavedené:	Aritm. priemer	Štand. odchýlka	Min	Max	Medián
2	1. Etický kódex	1,87	0,92	0	3	2
5	2. Interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík	1,57	0,91	0	3	1
9	3. Etická komisia	1,18	0,69	0	3	1
10	4. Špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky, napr. ombudsman	1,10	0,62	0	3	1
6	5. Etické vzdelávanie	1,42	0,79	0	3	1
8	6. Kontrola a audit etického správania zamestnancov	1,33	0,77	0	3	1
7	7. Program ochrany oznamovateľa	1,38	0,89	0	3	1
4	8. Program dodržiavania zákonov (tzv. compliance program)	1,60	0,91	0	3	1
3	9. Jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania	1,70	0,91	0	3	2
1	10. Overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov	1,99	0,92	0	3	2

V tabuľke 4 uvádzame prehľad početností odpovedí „Nie = 1“ a „Áno = 3“ v skúmanej vzorke. Tieto výsledky len dokresľujú vyššie uvedené skutočnosti.

Tab. 4 Výskyt odpovedí zavedenia 10 prvkov etického programu (n = 1295) (Zdroj: vlastné spracovanie v SAS EG a MS Excel)

Poradie	Vo Vašej firme máte už v rozvíjaní etiky zavedené:	Nie	Nie %	Áno	Áno %
2	1. Etický kódex	491	37,92%	429	33,13%
5	2. Interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík	725	55,98%	306	23,63%
9	3. Etická komisia	977	75,44%	116	8,96%
10	4. Špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky, napr. ombudsman	1029	79,46%	82	6,33%
6	5. Etické vzdelávanie	768	59,31%	167	12,90%
8	6. Kontrola a audit etického správania zamestnancov	802	61,93%	136	10,50%
7	7. Program ochrany oznamovateľa	756	58,38%	222	17,14%
4	8. Program dodržiavania zákonov (tzv. compliance program)	635	49,03%	293	22,63%
3	9. Jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania	550	42,47%	323	24,94%
1	10. Overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov	307	23,71%	453	34,98%

Tab. 5: Výsledky χ^2 -testov závislosti odpovedí na skúmanú otázku a veľkosti podnikov (zoradené zostupne podľa hodnoty χ^2 -štatistiky) (Zdroj: vlastné spracovanie na základe výpočtov v SAS EG)

Poradie	Vo Vašej firme máte už v rozvíjaní etiky zavedené:	DF	χ^2	p	výz.	Cramerovo V	sila asociácie
1	2. Interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík	9	303,63	<0,0001	**	0,2796	stredná
2	1. Etický kódex	9	207,20	<0,0001	**	0,2309	stredná
3	7. Program ochrany oznamovateľa	9	167,31	<0,0001	**	0,2075	stredná
4	4. Špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky, napr. ombudsman	9	158,73	<0,0001	**	0,2021	stredná
5	3. Etická komisia	9	139,87	<0,0001	**	0,1897	slabá
6	8. Program dodržiavania zákonov (tzv. compliance program)	9	130,45	<0,0001	**	0,1832	slabá
7	5. Etické vzdelávanie	9	86,95	<0,0001	**	0,1496	veľ. slabá
8	6. Kontrola a audit etického správania zamestnancov	9	65,85	<0,0001	**	0,1302	veľ. slabá
9	10. Overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov	9	46,51	<0,0001	**	0,1094	veľ. slabá
10	9. Jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania	9	44,56	<0,0001	**	0,1071	veľ. slabá

Vysvetlivky: DF – počet stupňov voľnosti, χ^2 – hodnota výslednej chí-kvadrát štatistiky, p – p-hodnota, výz. – symbol ** označuje významnosť asociácie na hladine významnosti 5 %, Cramerovo V – miera sily asociácie.

VO2 bola zameraná na zistenie, či *aplikovanie základných prvkov etického programu súvisí s veľkosťou podniku*. Odpoveď na otázku dostávame v tabuľke 5, kde uvádzame výsledky Pearsonových χ^2 -testov pre 10 prvkov etického programu. Týmto testom sme testovali hypotézu nezávislosti odpovedí o zavedení prvku etického programu od veľkosti podniku. Pre všetkých 10 prvkov zamietame nulovú hypotézu o nezávislosti a prijímame alternatívnu hypotézu. Úroveň zavedenia prvkov etického programu v praxi štatisticky významne závisí od veľkosti podniku. V tabuľke sú jednotlivé prvky zoradené zostupne podľa hodnoty χ^2 -štatistiky. Na základe dosiahnutých hodnôt ukazovateľa Cramerovo V (t.j. miera sily asociácie, ktorá nadobúda hodnoty z intervalu 0 až 1), ale môžeme hodnotiť túto závislosť ako veľmi slabú až strednú.

Rozdiel medzi odpoveďami respondentov z malých a stredných podnikov (MSP) a veľkých podnikov (VP) v implementácii 10 prvkov etického programu názorne prezentujú popisné štatistiky graficky znázornené na krabicových grafoch (príloha). Priemer odpovedí u MSP sa pohybuje v intervale 1,03 až 1,98. Medián 2 dosiahli odpovede len na dva prvky, konkrétne *etický kódex* a *overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov*. Ostatné prvky dosiahli medián odpovedí len 1. Typická odpoveď respondentov z MSP na zavedenie prvkov *etická komisia* a *špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky*, je nie = 1. Priemer odpovedí vo veľkých podnikoch sa pohybuje vyššie, v intervale od 1,40 do 2,44. Medián a horný kvartil rovný až 3 (áno) dosiahli odpovede na dva prvky: *etický kódex* a *interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík*. Medián rovný len 1 dosiahli odpovede na tri prvky: *etická komisia*, *špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky* a *kontrola a audit etického správania zamestnancov*.

Tab. 6 Kontingenčná tabuľka podľa veľkosti podniku a členstva v PA (v % z veľkostnej kategórie, n = 1295) (Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výpočtov v SAS EG.)

Je Vaša organizácia členom nejakého podnikateľského zväzu, združenia, resp. asociácie podnikov?						
Odpoveď	Veľkosť podniku					
	1-Mikro	2-Malý	3-Stredný	Spolu MSP	VP	Spolu
Neviem	4,06%	6,05%	14,97%	7,89%	18,93%	9,96%
Nie	72,46%	57,63%	43,88%	58,65%	17,70%	50,97%
Áno	23,48%	36,32%	41,16%	33,46%	63,37%	39,07%
Spolu	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Zámerom **VO3** bolo zistiť, či *aplikovanie základných prvkov etického programu súvisí s členstvom v nejakej profesijnej asociácii (PA)*. Najskôr sme analyzovali členstvo organizácie v profesijnej asociácii podľa veľkostnej kategórie podnikov. Z výsledkov v nasledujúcich tabuľkách sme zistili, že podiel organizácií

v profesijných asociáciách narastá s veľkosťou podniku (tabuľka 6). Kým z mikropodnikov len 23,48 % je v nejakom profesijnej asociácii, tak u veľkých podnikov je to až 63,37 %.

Na základe neparametrickej ANOVA metódy sme ďalej overili hypotézu, či v MSP, ktoré sú členmi profesijnej asociácie, je významne vyššie zavedenie jednotlivých prvkov etického programu než v MSP, ktoré nie sú členmi profesijnej asociácie. Táto hypotéza sa ukázala ako štatisticky významná pre všetkých 10 prvkov etického programu (tabuľka 7). Zavedenie do praxe bolo významne vyššie v MSP s členstvom v profesijnej asociácii. Malé a stredné podniky. Členstvo v profesijnej asociácii je faktorom, ktorý motivuje podniky k zavádzaniu etického programu.

Tab.7 Výsledky neparametrickej ANOVA metódy pre porovnanie rozdielov medzi odpoveďami na SO u MSP (PA = Nie, n = 617 vs. PA = Áno, n = 352) (Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výpočtov v SAS EG.)

Vo Vašej firme máte už v rozvíjaní etiky zavedené:	DF	χ^2	p	výz.	Priem. skóre PA = Nie	Priem. skóre PA = Áno
1. Etický kódex	1	27,53	<0,0001	**	451,7	543,4
2. Interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík	1	20,78	<0,0001	**	458,8	530,9
3. Etická komisia	1	11,16	0,0008	**	469,8	511,6
4. Špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky, napr. ombudsman	1	7,12	0,0076	**	474,1	504,1
5. Etické vzdelávanie	1	20,20	<0,0001	**	459,1	530,5
6. Kontrola a audit etického správania zamestnancov	1	4,15	0,0418	**	473,5	505,2
7. Program ochrany oznamovateľa	1	5,78	0,0162	**	471,2	509,1
8. Program dodržiavania zákonov (tzv. compliance program)	1	19,54	<0,0001	**	458,0	532,3
9. Jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania	1	5,63	0,0177	**	470,0	511,4
10. Overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov	1	13,52	0,0002	**	461,4	526,4

Vysvetlivky: DF – počet stupňov voľnosti, χ^2 – hodnota výslednej chí-kvadrát štatistiky Kruskal-Wallisovho testu (KW), p – p-hodnota pre KW test, výz. – symbol ** označuje významnosť jednotlivých rozdielov na hladine významnosti 5 %, Priem. skóre – dosiahnutá hodnota priemerného Wilcoxonovho skóre.

Podobným spôsobom sme overili aj hypotézu, či je rozdiel v zavádzaní prvkov etického programu do praxe medzi veľkými podnikmi členmi profesijnej asociácie a nečlenmi. Táto hypotéza sa ukázala ako štatisticky významná len u 2 prvkov ($\alpha = 0,05$): *interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík* a *overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov*

(tabuľka 8). Zavedenie do praxe týchto 2 prvkov bolo vyššie vo veľkých podnikoch s členstvom v profesijnej asociácii. Pri zvýšení hladiny významnosti testu ($\alpha = 0,10$) sa ukazuje ešte u troch prvkov signifikantne vyššie zavedenie u členov v profesijnej asociácii: *etické vzdelávanie, compliance program a jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania*.

Tab. 8 Výsledky neparametrickej ANOVA metódy pre porovnanie rozdielov medzi odpoveďami na SO u veľkých podnikov (PA = Nie, n = 43 vs. PA = Áno, n = 154) (Zdroj: Vlastné spracovanie na základe výpočtov v SAS EG.)

Vo Vašej firme máte už v rozvíjaní etiky zavedené:	DF	χ^2	p	výz.	Priem. skóre PA = Nie	Priem. skóre PA = Áno
1. Etický kódex	1	1,03	0,3107		92,8	100,8
2. Interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík	1	4,86	0,0275	**	84,2	103,1
3. Etická komisia	1	1,11	0,2925		91,6	101,1
4. Špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky, napr. ombudsman	1	2,45	0,1174		88,1	102,0
5. Etické vzdelávanie	1	2,95	0,0860	*	86,5	102,5
6. Kontrola a audit etického správania zamestnancov	1	0,19	0,6665		95,9	99,9
7. Program ochrany oznamovateľa	1	0,08	0,7839		97,0	99,6
8. Program dodržiavania zákonov (tzv. compliance program)	1	3,31	0,0687	*	85,9	102,7
9. Jasné postupy riešenia a objasňovania neetického správania	1	3,62	0,0571	*	85,0	102,9
10. Overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov	1	5,25	0,0219	**	82,4	103,6

Vysvetlivky: V stĺpci výz. symboly * a ** označujú významnosť jednotlivých rozdielov na hladine významnosti 10 a 5 %.

5 Diskusia

VO1: Aký je stav v rozvoji podnikateľskej etiky v podnikoch z hľadiska implementovaných prvkov etického programu v slovenskom podnikateľskom prostredí?

Výsledky tabuľky 3 ukazujú, že priemerné hodnoty odpovedí respondentov pre každý prvok sa nachádzali v rozmedzí od 1,10 do 1,99. Takýto stav zavádzania podnikateľskej etiky považujeme za nie veľmi dobrý, pretože podnikateľské subjekty na Slovensku, 30 rokov od transformácie spoločnosti, majú už dostatočnú bázu teoretických i metodologických poznatkov a praktických manuálov pre aplikáciu a rozvoj podnikateľskej etiky vo svojich organizáciách. Aj keď na makroúrovni stále absentuje systematická podpora rozvoja etiky v podnikaní, nepretržite sa zvyšuje podpora z iných spoločenských skupín, a to tak zo strany akademických inštitúcií, ako aj zo strany mimovládnych

profesionálnych združení, ktoré podnikom poskytujú príklady dobrej praxe (*best practices*) od domácich i zahraničných podnikateľských subjektov.

Ako vidno v tabuľke 4, prvé miesto v implementácii prvkov etického programu patrí *overovaniu spoľahlivosti obchodných partnerov* (34,98 %). Tento stav je signifikantný, pretože už dlhé roky sa podnikatelia na Slovensku stretávajú s problémom nedodržiavania obchodných zmlúv a neplatením faktúr. Neplatičstvo bolo v roku 2019 označené za najčastejšie vyskytujúcu sa neetickú praktiku (Remišová et al., 2021), preto je pre podnik dôležité disponovať smernicami, ako sa presvedčiť o dôveryhodnosti a serióznych úmysloch obchodného partnera. K podobným výsledkom sa dospelo v prieskume vykonanom združením Slovak Compliance Circle v roku 2016, keď až 89 % opýtaných uviedlo, že si v nejakej forme overujú svojho obchodného partnera (SCC, 2016). Druhé miesto patrí *etickému kódexu*, ktorý má zavedený 33,13 % spoločností, pričom rozdiel medzi prvým a druhým prvkom je veľmi malý. Tento výsledok hovorí o nedostatočnom pochopení významu etického kódexu zo strany podnikateľských subjektov, lebo etický kódex sa považuje za najdôležitejší prvok etického programu a hlavný nástroj etickej samoregulácie, ktorou podnikateľský subjekt vnáša do svojho ekonomického pôsobenia etické normy. Bolo by teoreticky i prakticky potrebné, porovnať výskyt etického kódexu u nás s inými domácimi alebo zahraničnými výskumami. Problém však spočíva v tom, že takéto porovnania by boli len orientačné, pretože buď ide o len o prieskumy, alebo sú výskumy zamerané na veľké podniky. Špecifikom slovenského podnikateľského prostredia je, že v ňom pôsobí až 99,9 % MSP (SBA, 2019, s. 28).

Jeden z najprekvapivejších negatívnych výsledkov výskumu súvisí s etickým vzdelávaním. Len 12,90 % respondentov uviedlo, že má zavedené *etické vzdelávanie* (napr. prednášky, semináre, tréningy, e-laerning, workshopy). Nedocenenie významu etického vzdelávania môže mať nepriaznivé následky nielen na ekonomické výsledky firiem (mikroúroveň), ale z dlhodobého hľadiska aj na podnikateľské prostredie (mezoúroveň) a celú spoločnosť (makroúroveň). Cieľom etického vzdelávania je podporiť integritu osobnosti, rešpektovanie zákonov a interných pravidiel (compliance) a vytvárať atmosféru vzájomnej úcty. Výskumy ukazujú, že aj ľudia, ktorí majú vysoké morálne zásady sa môžu za určitých okolností dopustiť neetického a nelegálneho konania (Kish-Gephart, 2010), čomu sa dá predísť tým, že firmy budú vytvárať proetické prostredie, súčasťou ktorého je etické vzdelávanie.

Záver k VO1: Výsledky empirického výskumu nás vedú k záveru, že rozvoj podnikateľskej etiky formou aplikácie prvkov etického programu v slovenskom podnikateľskom prostredí sa začal, ale v súčasnosti je ešte na nízkej až strednej

úrovni. Najrozšírenejšími prvkami etického programu sú **overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov a etický kódex**.

VO2: *Má veľkosť podniku vplyv na zavádzanie prvkov etického programu?* Odpoveď nachádzame vo výsledkoch tabuľky 5, ktoré jednoznačne potvrdzujú, že existuje súvislosť medzi veľkosťou podnikov a zavádzaním prvkov etického programu. Významná asociácia medzi počtom prvkov EP a veľkosťou firmy sa ukázala pri každom skúmanom elemente, aj keď s rôznou silou. Strednú úroveň asociácia dosiahla pri štyroch prvkoch: *etický kódex, interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík, program ochrany oznamovateľa (tzv. compliance program) a špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky*. Pri ostatných prvkoch ju hodnotíme ako slabú až veľmi slabú.

MSP majú iný vzťah k etickému programu, preto nás zaujímali zvláštnosti medzi aplikovaním prvkov etického programu medzi MSP (n = 1 052) a veľkými podnikmi (n = 243). Rozdiel medzi odpoveďami respondentov z MSP a veľkými podnikmi v implementácii 10 prvkov etického programu názorne prezentujú krabicové grafy (pozri prílohu). V MSP sa najviac uplatňuje *overovanie spoľahlivosti obchodných partnerov*, čomu zodpovedá skutočnosť, že v slovenskom podnikateľskom prostredí existuje silná nedôvera voči obchodným partnerom. *Etický kódex* sa v MSP nachádza na druhom mieste, ale priemer/medián odpovedí považujeme za nízky (1,74 / čiastočne = 2). Ukazuje to, že vlastníci-manažéri v MSP nepotrebujú inštitucionalizované normy, ale preberajú na seba funkciu nositeľov hodnôt a etických noriem. To, že prvky *etická komisia* a *špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky* majú najnižšie priemerné hodnoty odpovedí (1,10 a 1,03; nie = 1), pokladáme za prirodzené, lebo MSP nemajú dostatok financií a personálu na vytváranie špeciálneho pracovného miesta či orgánu. Ich funkcie preberá vlastník-manažér.

Pri veľkých podnikoch neprekvapuje prvé miesto *etického kódexu*, vyplýva to z merita vecí. Veľké podniky ašpirujú na kompletný etický program, kostrou ktorého je *etický kódex*. Podobne neprekvapuje vysoký medián odpovedí (3 = áno) pri prvku *interné alebo externé linky na nahlasovanie neetických a nezákonných praktík*. Na jednej strane je to spojené s povinnosťou dodržiavať etický kódex, na druhej strane v SR existuje zo zákona povinnosť pre organizácie s viac ako 250 zamestnancami zriadiť kanály/linky na nahlasovanie protispoločenskej činnosti.⁷ Niekedy firmy majú vytvorené tieto linky oddelene, ale často fungujú spoločne, to sme však vo výskume nesledovali. Pomerne nízka priemerná hodnota odpovedí (1,4) a medián 1 prvku *špecializovaná pracovná*

⁷ Zákon č. 307/2014 Z.z. o niektorých opatreniach súvisiacich s oznamovaním protispoločenskej činnosti a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

pozícia pre oblasť etiky je prekvapujúci, pretože vo veľkých podnikoch je etika súčasťou riadenia organizácie, za ktorú by mal niekto niešť zodpovednosť.

Naše výsledky potvrdzujú skúmania zahraničných autorov, ktorí vychádzajú z predpokladu, že veľkosť firmy vplyva na rozvoj etiky (Spence, 1999; Tilley, 2000; Enderle, 2004; Lahdesmaki, 2005; Moore a Spence, 2006; Perrini, 2006; Jenkins 2004, 2006; Lepoutre a Heene, 2006. Fernández a Camacho, 2016). MSP majú špecifický vzťah k uplatňovaniu etiky vo svojich organizáciách a metodologicky nie je správne vnímať malé firmy ako „malé veľké firmy“. Kľúčovú úlohu v rozvoji etiky v MSP zohráva vlastník-manažér (Spence, 1999). Jeho hodnoty sa konkretizujú vo všetkých aktivitách firmy (Hammann et al., 2009). MSP sú však často vystavené „pokušeniu“ znížiť svoje etické hodnoty, keď im ide o prežitie (Arend, 2013; Fassin, 2005). Inštitucionalizované normy v etickom programe sú brzdou takémuto konaniu. Nízka miera výskytu prvkov etického programu v MSP môže vypovedať o tom, že MSP na Slovensku sú často vystavené boju o prežitie, a tým aj riziku odklonenia sa od svojich hodnôt a etických noriem (Remišová a Lašáková, 2019).

Záver k VO2: Výsledky empirického výskumu svedčia o tom, že veľkosť firmy je faktorom, ktorý vplyva na aplikovanie jednotlivých prvkov EP do organizačnej kultúry.

VO3 *Má členstvo podniku v nejakom profesionálnom združení alebo asociácii vplyv na zavádzanie prvkov etického programu?* bola odozvou na názory rozšírené v odbornej literatúre, podľa ktorých účasť MSP v profesijnej, odvetvovej či podnikateľskej asociácii je významným faktorom, ktorý aktívne podporuje etický rozvoj a zdokonaľovanie organizácie (Enderle, 2004; Lepoutre a Heene, 2006). Výsledky nášho výskumu jednoznačne potvrdzujú tieto názory. Tabuľka 7 demonštruje, že členstvo MSP v nejakej profesijnej asociácii je faktorom, ktorý podporuje zavádzanie prvkov etického programu do organizačnej kultúry. Pre MSP sa stáva členstvo v profesijnej asociácii jedným z dôležitých faktorov, ktoré podporujú rozvoj podnikateľskej etiky v podniku. Výsledky v tabuľke 8 dokazujú, že členstvo v profesijnej asociácii má vplyv na zavádzanie prvkov etického programu aj vo veľkých podnikoch. Pri všetkých prvkoch majú členovia profesijnej asociácie väčší počet prvkov etického programu než nečlenovia, avšak štatisticky významný rozdiel na hladine významnosti 5 % sa potvrdil len u dvoch z desiatich prvkov a pri vyššej hladine významnosti 1 % ešte pri piatich prvkoch. Neprejavil sa však pri takých bazálnych prvkoch etického programu ako *etický kódex, etická komisia, špecializovaná pracovná pozícia pre oblasť etiky a kontrola a audit etického správania zamestnancov*. Etický program sa tradične spája s veľkými podnikmi, najmä nadnárodnými korporáciami, ktoré majú dostatok finančných a personálnych

zdrojov na vybudovanie integrovaného etického programu. **Dominantný impulz pre rozvoj etiky prichádza z vnútra firmy a nie z vonka. Za kľúčového aktéra rozvoja etiky v organizácii sa považuje etické vrcholové vedenie** (Treviño a Weaver, 2003).

Záver k VO3: Výsledky výskumu svedčia o tom, že účasť firmy v nejakej profesijnej asociácii (resp. podnikateľskom združení) je faktorom, ktorý pozitívne vplýva na aplikovanie podnikom jednotlivých prvkov etického programu do organizačnej kultúry. Jednoznačne kladný vzťah je medzi členstvom MSP v profesijnej asociácii a počtom aplikovaných prvkov etického programu.

6 Záver

Cieľom danej štúdie bolo odhaliť stav v rozvoji podnikateľskej etiky v podnikoch v slovenskom podnikateľskom prostredí. Analýza sa končovala na reálny stav v implementovaní etického programu jednotlivými podnikmi. Autorky vychádzajú z výsledkov štatistickej analýzy jednej časti reprezentatívneho empirického výskumu ($n = 1\,295$) uskutočneného na Slovensku v roku 2019. Kľúčovým zdrojom informácií sú odpovede respondentov na otázku, aké prvky etického programu už majú zavedené vo svojich organizáciách. Výsledky výskumu odhalili niekoľko nových zistení, ktoré možno stručne zhrnúť do nasledovných bodov: 1) rozvoj podnikateľskej etiky ako normatívnej sebaregulácia podnikateľských subjektov v SR je už realitou, avšak z hľadiska uplatňovania jednotlivých prvkov etického programu možno tento rozvoj považovať za nízky alebo stredný; 2) preukázala sa súvislosť medzi veľkosťou podniku a počtom zavádzaných prvkov etického programu, 3) preukázala sa korelácia medzi členstvom podniku v profesijnej asociácii a počtom aplikovaných prvkov etického programu. Pozitívny vplyv členstva v profesijnej asociácii na aplikáciu prvkov etického programu sa jednoznačne potvrdil pre MSP.

Hlavný prínos článku vidíme v tom, že rozširuje vedomosti o aplikovaní podnikateľskej etiky v podnikoch v jednej z krajín strednej a východnej Európy, ale aj v tom, že jeho výsledky sú ihneď aplikovateľné v praxi.

Autorky si uvedomujú, že daná štúdia má určité limity: prvým a hlavným z nich je skutočnosť, že počet prvkov etického programu v organizácii negarantuje etické správanie podniku. Druhým limitom je nemožnosť uskutočniť relevantné porovnania s inými výskumami. A tretím limitom je, že pri skúmaní etických záležitostí existuje riziko, že respondent bude vylepšovať svoj obraz a nebude odpovedať podľa reality.

7 Literatúra

- Arend, R. J. (2013). Ethics-focused dynamic capabilities: A small business perspective. *Small Business Economics*, 41(1), 1–24.
- Bartlett, J. E., Kotrlik, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43–50.
- Belak, J., Duh, M., Mulej, M. Ž., & Štrukelj, T. Š. (2010). Requisitely holistic ethics planning as pre-condition for enterprise ethical behavior. *Kybernetes*, 39(1), 19–36.
- Bohinská, A. (2018). Role of a compliance program in an organization. In T. Klieštík (Ed.), *Globalization and its Socio-Economic Consequences* (pp. 476–483). University of Žilina.
- Bohinská A. (2019). Compliance program and ethics program: Does an organization need both? *Journal of Human Resource Management*, 22(2), 1–9.
- Brenner, S. N. (1992). Ethics programs and their dimensions. *Journal of Business Ethics*, 11(5,6), 391–399.
- Collins, D. (2015). Operational best practices in business ethics: A practical and systematic benchmarking tool. *Business and Society Review*, 120(2), 303–327.
- Commission. (2003). *Commission recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises (2003/361/EC)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EN>
- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92–117.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*, 3rd Edition (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Enderle, G. (1993). *Handlungsorientierte Wirtschaftsethik. Grundlagen und Anwendungen*. Haupt.
- Enderle, G. (1996). Towards business ethics as an academic discipline. *Business Ethics Quarterly*, 6(1), 43–65.
- Enderle, G. (1997). In search of a common ethical ground: Corporate environmental responsibility from the perspective of Christian environmental stewardship. *Journal of Business Ethics*, 16(2), 173–181.
- Enderle, G. (2004). Global competition and corporate responsibilities of small and medium-sized enterprises. *Business Ethics: A European Review*, 13(1), 51–63.
- Fassin, Y. (2005). The reasons behind non-ethical behaviour in business and entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 265–279.
- Fernández, J. L., & Camacho, J. (2016). Effective elements in establish an ethical infrastructure: An exploratory study of SMEs in the Madrid region. *Journal of Business Ethics*, 138(1), 113–131.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & Colle, D. S. (2010). *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Cambridge University Press.
- Goodpaster, K. E., & Matthews, J. B., Jr. (1982). Can a corporation have a conscience? *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/1982/01/can-a-corporation-have-a-conscience>
- Goodpaster K. E. (1992). Business ethics. In L. Becker, & C. Becker (Eds.), *Encyclopedia of Ethics* (pp. 11–115). Garland Publishing.

- Hammann, E.-M., Habisch, A., & Pechlaner, H. (2009). Values that create value: Socially responsible business in SMEs – empirical evidence from Germany. *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 37–51.
- Hoekstra, A., & Kaptein, M. (2020). Ethics management: A pluralistic and dynamic perspective. In C. L. Jurkiewicz (Ed.), *Global Corruption and Ethics Management: Translating Theory into Action* (pp. 109-118). Rowman & Littlefield Publishers.
- Jenkins, H. (2004). A critique of conventional CSR theory: An SME perspective. *Journal of General Management*, 29(4), 37–57.
- Jenkins, H. (2006). Small business champions for corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 241–256.
- Kaptein, M. (2004). Business codes of multinational firms: What do they say? *Journal of Business Ethics*, 50(1), 13–31.
- Kaptein, M. (2009). Ethics program and ethical culture: A next step in unraveling their multifaced relationship. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 261–281.
- Kaptein, M. (2015). The effectiveness of ethics program: The role of scope, composition, and sequence. *Journal of Business Ethics*, 132(2), 415–431.
- Kish-Gephart, J. J., Harrison D. A., & Treviño, L. K. (2010). Bad apples, bad cases, and bad barrels: Meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 1–31.
- Lahdesmaki, M. (2005). When ethics matters – interpreting the ethical discourse of small naturebased entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 55–68.
- Lepoutre, J., & Heene, A. (2006). Investigating the impact of firm size on small business social responsibility: A critical review. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 257–273.
- Majluf, N. S., & Navarette, C. (2011). A two-component compliance and ethics program model: An empirical application to Chilean corporations. *Journal of Business Ethics*, 100(4), 567–579.
- Martineau, J. T., Johnson, K. J., & Pauchant, T. C. (2017). The pluralistic theory of ethics programs orientations and ideologies: An empirical study anchored in requisite variety. *Journal of Business Ethics*, 142(4), 791–815.
- Moore, G., & Spence, L. (2006). Editorial: Responsibility and small business. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 219–226.
- Navran, F. (1997). 12 steps to building a best-practices ethics program. *Workforce*, 76(9), 117–122.
- Perrini, F. (2006). SMEs and CSR Theory: Evidence and implications from an Italian perspective. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 305–316.
- Perrini, F., Russo, A., & Tencati, A. (2007). CSR strategies of SMEs and large firms. Evidence from Italy. *Journal of Business Ethics*, 74(3), 285–300.
- Peterson, E. A. (2013). Compliance and ethics programs: Competitive advantage through the law. *Journal of Management & Governance*, 17(4), 1027–1045.
- Remišová, A. (2011). *Etika a ekonomika*. (3. vyd.). Kalligram.
- Remišová, A. (2015). *Súčasný trendy v podnikateľskej etike*. Wolters Kluwer.

- Remišová, A. (2021). *Integrovaný model dlhodobého rozvoja podnikateľskej etiky v slovenskom podnikateľskom prostredí*. Detail.
- Remišová, A. & Lašáková, A. (2017). Theoretical foundations of the Bratislava school of business ethics. *Ethics & Bioethics (in Central Europe)*, 7(3–4), 177–186.
- Remišová, A., Lašáková, A., & Kirchmayer, Z. (2019). Influence of formal ethics program components on managerial ethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 160(1), 151–166.
- Remišová, A., Lašáková, A., Rudy, J., Sulíková, R., Kirchmayer, Z., & Fratričová, J. (2015). *Etické vedenie ľudí v slovenskom podnikateľskom prostredí*. Wolters Kluwer.
- Remišová, A., Lašáková, A., Stankovičová, I., & Stachová, P. (2021). Unethical practices in the Slovak business environment. *Ekonomický časopis*, 69(1), 59–87.
- Remišová, A., Stankovičová, I. & Procházková, L. (2021). Specifics of ethics program application: company-size based analysis: On the example of Slovakia. *Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship*, 20(1), s. 152-171. DOI 10.24182/2073-6258-2021-20-1-152-1
- SBA. (2019). *Správa o stave malého a stredného podnikania v Slovenskej republike v roku 2018*. http://www.sbagency.sk/sites/default/files/sprava_o_stave_msp_2018_aktualizovane.pdf
- Slovak Compliance Circle. (2016). *Poznáte svojho obchodného partnera?* Dostupné na: <https://www.slovakcompliancecircle.sk/public/media/0433/prieskum-scc-poznate-svojho-obchodneho-partnera.pdf>
- Spence, L. J. (1999). Does size matter? The state of art in small business ethics. *Business Ethics: A European Review*, 8(3), 163–174.
- Spence, L. J., & Perrini, F. (2009). Practice and politics: Ethics and social responsibility in SMEs in the European Union. *African Journal of Business Ethics*, 4(2), 20–31.
- Spiller, R. (2000). Ethical business and investment: A model for business and society. *Journal of Business Ethics*, 27(1/2), 149–160.
- Stankovičová, I., & Frankovič, B. (2020). Určenie veľkosti vzorky pre aplikovaný výskum. *Forum Statisticum Slovacum*, 16(1), 57–70.
- Svensson, G., Wood, G., & Callaghan, M. (2010). A corporate model of sustainable business practices: An ethical perspective. *Journal of World Business*, 45(4), 336–345.
- Tilley, F. (2000). Small firm environmental ethics: How deep do they go? *Business Ethics: A European Review*, (9)1, 31–41.
- Treviño, L. K., & Brown, M. E. (2004). Managing to be ethical: Debunking five business ethics myths. *Academy of Management Executive*, 18(2), 69–81.
- Treviño, L. K., Hartman, L. P. & Brown, M. (2000). Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership. *California Management Review*, 42(4), 128–142.
- Treviño, L. K., & Weaver, G. R. (2003). *Managing ethics in business organizations. Social scientific perspectives*. Stanford University Press.
- Treviño, L. K., Weaver, G. R., & Brown, M. E. (2008). It's lovely at the top: Hierarchical levels, identities, and perceptions of organizational ethics. *Business Ethics Quarterly*, 18(2), 233–252.

Ulrich P. *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*. Bern: Haupt, 1997. ISBN 3-258-05610-2.

Warren, D. E., Gaspar, J. P., & Laufer, W. S. (2014). Is formal ethics training merely cosmetic? A study of ethics training and ethical organizational culture. *Business Ethics Quarterly*, 24(1), 85–117.

Weaver, G. R., & Treviño, L. K. (1999). Compliance and values oriented ethics programs: Influences on employees' attitudes and behaviour. *Business Ethics Quarterly*, 9(2), 315–335.

Weaver, G. R., Treviño, L. K., & P. L. Cochran, P. L. (1999). Corporate ethics programs as control systems: Influences of executive commitment and environmental factors. *Academy of Management Journal*, 42(1), 41–57.

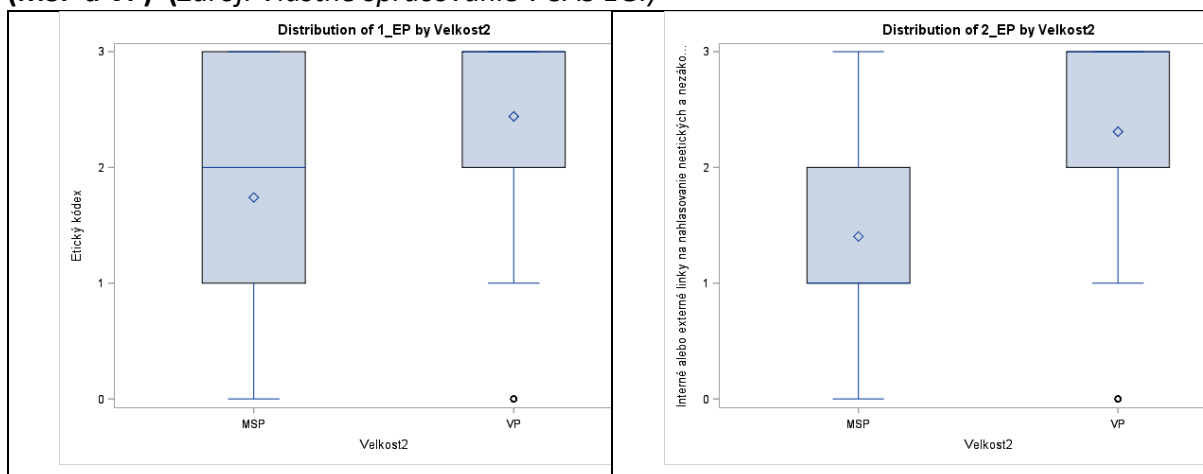
Weltzien Hoivik, von H., & Mele, D. (2009) Can an SME become a global corporate citizen? Evidence from a case study, *Journal of Business Ethics*, 88(3), 551–563.

8 Poďakovanie

Táto práca bola podporená Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-16-0091.

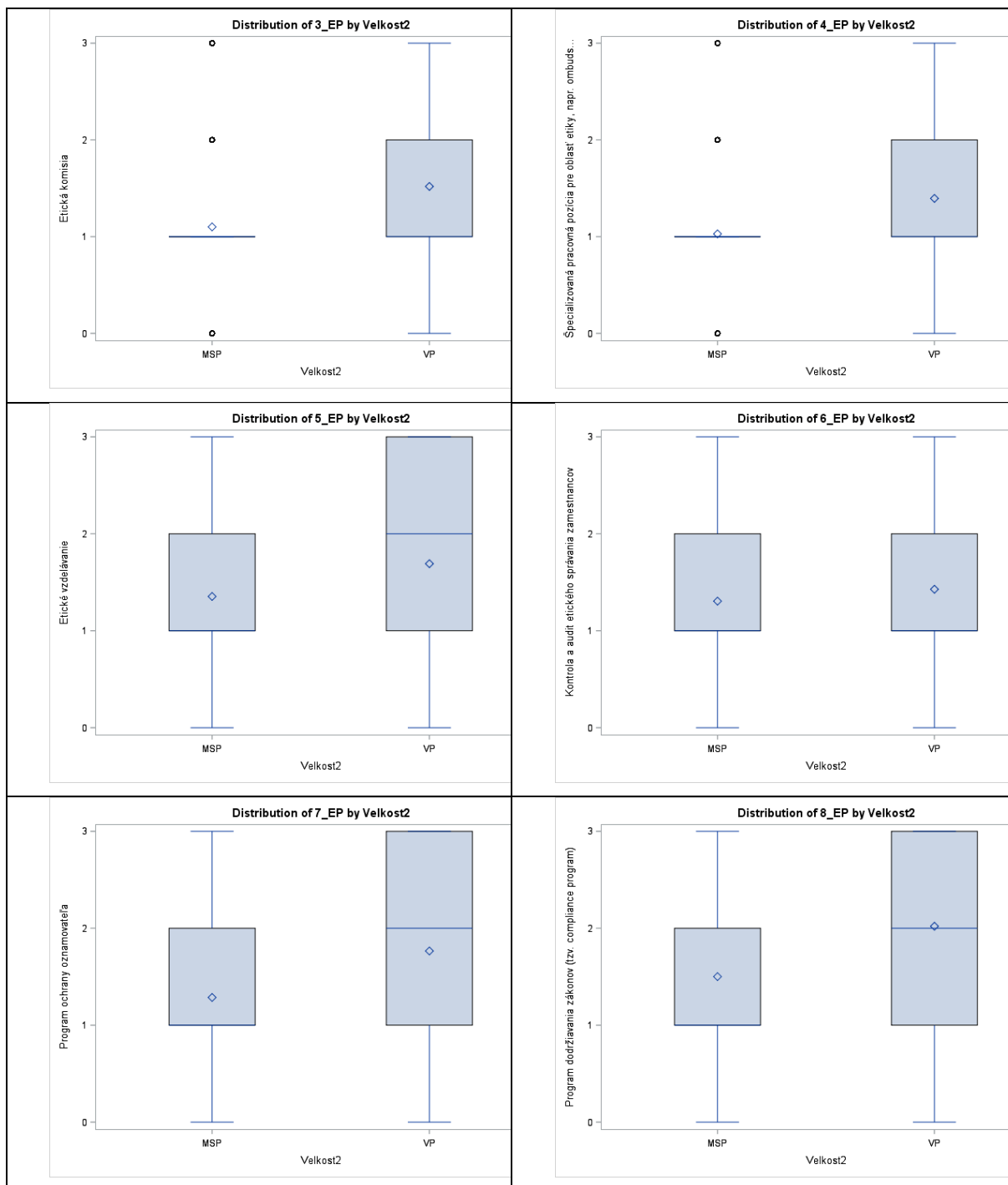
PRÍLOHA

Krabicové grafy odpovedí respondentov na zavedenie 10 prvkov EP podľa veľkosti podniku (MSP a VP) (Zdroj: Vlastné spracovanie v SAS EG.)



Príloha pokračuje na ďalšej strane

Pokračovanie prílohy z predošlej strany



Príloha pokračuje na ďalšej strane

Pokračovanie prílohy z predošlej strany

