

Ing. Katarína Heretiková, PhD.  
Katedra humanitných vied  
Stavebná fakulta  
Slovenská technická univerzita v Bratislave

Ing. Ctibor Pilch, PhD.  
Katedra bankovníctva a medzinárodných financií  
Národohospodárskej fakulty  
Ekonomickej univerzity v Bratislave

## **K etickým kódexom vo finančných inštitúciách.**

Pravdepodobne najvýznamnejším a najznámejším spôsobom implementácie a inštitucionalizácie etiky do podnikania sú etické kódexy firmy. Prostredníctvom etického kódexu firma dáva na vedomie svojim pracovníkom i okoliu, že etika je dôležitou súčasťou jej činnosti.

Etické kódexy finančných inštitúcií predstavujú skupinové etické normy, ktoré by mali usmerňovať každého člena skupiny. Pomocou nich firmy deklarujú svoje stanovisko k morálnym problémom v podnikaní a súčasne inštitucionalizujú etiku do svojej činnosti. Hlavnou funkciou etického kódexu je regulácia správania jednotlivca alebo skupiny v súlade s určitými skupinovými etickými normami.

Kódex zároveň rozširuje súbor nástrojov na riadenie ľudí. Takisto pomáha riešiť konfliktné situácie, uľahčuje pracovníkovi rozhodnutie v situáciách, keď mu chýba orientácia medzi správnym a nesprávnym. Súčasne pomáha jednotlivcovi alebo skupine formovať návyky hodnotiť svoje správanie v súlade s etickými normami.

Etické kódexy sa spravidla rozlišujú podľa obsahu a typu inštitúcie, pre ktoré sa vypracovávajú.

V literatúre sa spravidla rozlišujú tieto typy<sup>1</sup> :

1./ podľa obsahu

a/ ašpiračný kódex, ktorý vyjadruje ideál, ku ktorému by konanie ľudí malo smerovať

b/ výchovný kódex, ktorý obsahuje presne určené pokyny s presnou interpretáciou a opisom

c/ regulačný kódex, v ktorom sa nachádzajú podrobne rozpracované morálne

---

<sup>1</sup> Remišová, A.: Etické kódexy, 1998, Ekonóm, s. 15

požiadavky.

2./Podľa subjektu, pre ktorý je kódex vypracovaný, rozlišujeme

- profesijné kódexy
- odvetvové kódexy
- firemné kódexy

**Profesijné etické kódexy** spravidla požadujú vyšší morálny štandard od svojich členov. Vo všeobecnosti sú v takýchto kódexoch vyjadrené morálne normy, ktoré sú vyššie, ako normy platiace pre verejnosť. Keďže spoločnosť poskytuje konkrétnej profesii istú autonómiu, nárokuje si požadovať od členov profesie aj plnenie vyšších noriem, než platia pre iných. Takýto kódex ochraňuje záujmy slúžiace profesii ako celku, ale spravidla ochraňuje aj verejné záujmy. Ak kódex nemá byť samoučelný, požiadavky nesmú byť všeobecné, ale naopak adresné. Pravidlá musia byť kontrolovateľné a kontrolované.

**Odvetvové etické kódexy** sa snažia korigovať možné neférové konanie, ktoré by sa mohlo vyskytnúť v snahe získať konkurenčnú výhodu. Nebezpečenstvo takéhoto konania je stále veľké (nekvalitné služby, ohováranie konkurenta, korupcia, zavádzajúce praktiky, klamlivá reklama atď.)

**Firemné etické kódexy** sú veľmi rôznorodé.

Niektoré jednoducho špecifikujú legálne požiadavky na svojich zamestnancov.

Iné zasa slúžia ako „sprievodca“ praxou vo vnútri finančnej inštitúcie.

Aj keď všetky kódexy majú určité ohraničené pôsobenie, je vždy lepšie mať takýto kódex, ako ho nemať. I keď samotná existencia etického kódexu nezaručuje, že firma nepoškodí jednotlivca, či verejnosť, existuje mnoho dôvodov, aby tieto kódexy existovali.

Literatúra uvádza najmä tieto výhody, pre ktoré je dobré etické kódexy vo firmách používať:

1. Pomáha novoprijatým zamestnancom pri formovaní ich rozhodnutí a konkrétneho správania.

2. Môže byť použitý ako dokument, na ktorý sa môžu zamestnanci /alebo firma/

FOR FIN, Odborný mesačník pre financie a investovanie, Bratislava,  
Fin Star 2016, ISSN 1339-5416, Máj 2016

- odvolať, ak sa od nich požaduje určité konanie.
3. Núti zamýšľať sa mnohých zamestnancov nad ich povinnosťami a poslaním, ktoré majú ako jednotlivci alebo ako skupina, k firme, ku klientom i k spoločnosti ako celku.
  4. Motivuje ľudí konať rovnakým morálnym spôsobom.
  5. Vzhľadom na to, že ľudia nie sú vždy objektívni vo svojich rozhodnutiach, majú sklony k zľahčovaniu a zjednodušovaniu, kódex ich môže permanentne usmerňovať.
  6. V prípade, že je zamestnanec navádzaný svojim nadriadeným na neetické konanie, môže svoje odmietnutie takto konať vysvetliť práve existenciou etického kódexu firmy.
  7. Existujúci kódex môže slúžiť ako podklad pre ďalšiu diskusiu i prípadnú modifikáciu.
  8. Existencia a rozvoj etických kódexov sú dôležité v záujme samotného podnikania. Znižuje sa totiž nutnosť prijímania mnohých administratívnych a striktných nariadení vo finančnej sfére.
  9. Etický kódex má možnosť presvedčiť a ubezpečiť klientov i celú spoločnosť, že firma koná podľa etických princípov a že prípadné „odchýlky“ sú kontrolované i regulované práve pomocou morálneho kódexu.
  10. Etické kódexy môžu výrazne napomôcť presnejšiemu definovaniu spoločenskej zodpovednosti podnikania, ale i samotnej spoločenskej zodpovednosti ako takej.

Ako zostaviť etický kódex – na to nie je všeobecne platný návod. Predpokladá sa však dodržanie istej postupnosti krokov:

FOR FIN, Odborný mesačník pre financie a investovanie, Bratislava,  
Fin Star 2016, ISSN 1339-5416, Máj 2016

## **1.Stanovanie cieľa.**

Vedenie firmy by si malo vopred ujasniť, čo od kódexu konkrétne očakáva. Nie je možné od neho očakávať, že bude univerzálnym prostriedkom na automatickú zmenu správania a že určite nenahradí ďalšie formy pôsobenia na ľudí.

## **2.Rozbor etickej situácie v podniku.**

Etický kódex by mal reagovať na konkrétne etické problémy, ktoré sa vo firme vyskytujú. Preto je potrebná podrobná znalosť situácie a atmosféry vo firme. Preto je vhodné uskutočniť vo firme etický audit. Najlepšie je, keď je realizovaný nezávislou inštitúciou.

## **3.Spôsob prípravy etického kódexu.**

Samozrejme, že rozhodujúcu úlohu pri zavádzaní etického kódexu má vedenie firmy, ktoré rozhodne o tom, či kódex bude sformovaný ako výsledok konsenzu medzi zamestnancami, vedením a ostatnými zainteresovanými stranami, alebo to bude vyjadrenie názoru vedenia firmy.

Ak má byť kódex účinný, mal by byť výsledkom diskusie vo firme.

V opačnom prípade hrozí, že zamestnanci ho nebudú schopní, či ochotní akceptovať a nestotožnia sa s ním.

Samozrejme, že kódex má byť aj výrazom základných cieľov vlastníkov firmy, výrazom ich chápania vzťahu etiky a podnikania.

## **4.Spôsob implementácie kódexu.**

Taký spôsob zavedenia kódexu, kde zamestnanci podpisom potvrdia, že kódex čítali a boli s ním oboznámení, je nepostačujúci. A už vôbec nie je vhodné iba jeho vyvesenie niekde na vývesnú tabuľu či iné miesto. Pri jeho zavádzaní by mali zohrať dôležitú úlohu metódy diskusie a konzultácií so zamestnancami. Tu dvojnásobne platí, že byrokratické metódy sú nevhodné.

## **5. Kontrola dodržiavania pravidiel etického kódexu.**

Už pri jeho zavedení je vhodné definovať pravidlá kontroly ako napr.spôsob kontroly, obdobie, sankcie v prípade porušenia a podobne.

Dobré je, keď nielen riadiaci pracovníci, ale aj ostatní zamestnanci majú možnosť upozorniť na porušovanie kódexu iným pracovníkom vrátane členov vedenia firmy. Firma však musí pre to vytvoriť vhodné podmienky

a informačné kanály. Niekde je to podnikový časopis, inde horúce linky, či schránka dôvery a pod.

Aby etický kódex plnil všetko to, čo sa od neho očakáva, musí byť predovšetkým:

- realistický
- zrozumiteľný a jednoznačný
- kontrolovaný a sankcionovaný

### **Použitá literatúra:**

Klopper, M.: Etikapodnikania, Bratislava, SPN 1995

Luknič, A.S.: Štvrtý rozmer podnikania – etika., Bratislava,  
Slovak Academic Press 1994

Remišová, A.: Etické kódexy, Bratislava, Ekonóm 1998

Remišová, A.: Podnikateľská etika, Bratislava, Ekonóm 1997

Remišová, A.: Etika a ekonomika, Bratislava, Ekonóm 2004

Liška, V., Lachkovič, R., Nováková, J., Zumrová, J.: Kolektívni investování,  
Praha: Bankovní institut, 1998

Anzenbacher, A.: Úvod do etiky, Praha, Zvon 1994