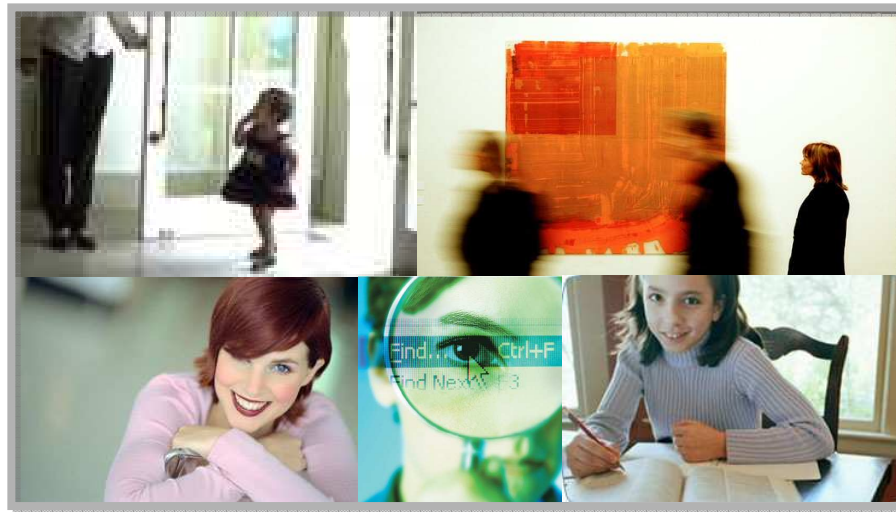


Etyka w relacjach inwestorskich oraz PR korporacyjnym



Maksymilian Pawłowski
Polski Instytut Relacji Inwestorskich

Warszawa, czerwiec 2005

Czym jest etyka?

- Zespół norm i ocen moralnych charakterystyczny dla danej zbiorowości społecznej np. grupy zawodowej
- Etyka z greckiego oznacza zwyczajny, obyczaj, zwyczaj
- Etyka biznesu jest poczuciem odpowiedzialności menedżerów i pracowników za zgodność sposobów i rezultatów działania przedsiębiorstwa z obowiązującymi w danym społeczeństwie normami etycznymi
- Prawo ogranicza przedsiębiorstwo od zewnątrz natomiast etyka od wewnątrz



Czym jest etyka?

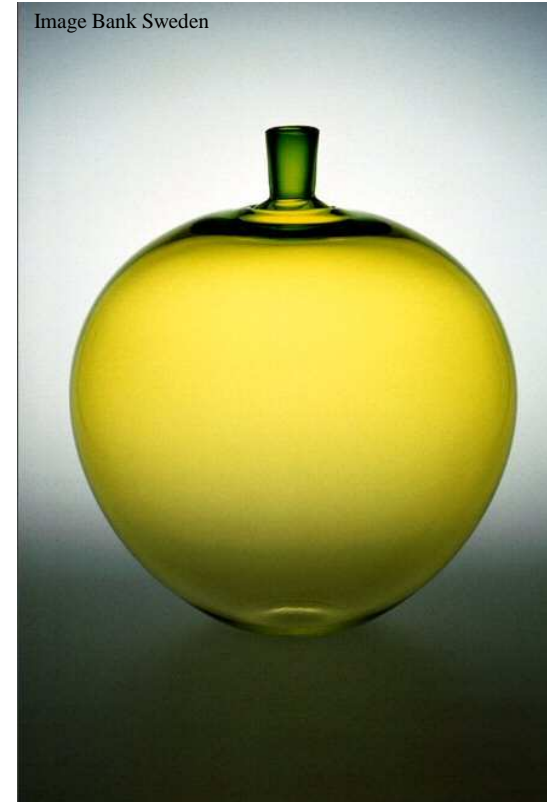
- Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw oznacza obowiązek wprowadzenia społecznych kryteriów do procesów podejmowania decyzji oraz ich realizowania, zapewniając kojarzenie szeroko rozumianych korzyści zewnętrznego oraz wewnętrznego środowiska z interesem własnym jednostek gospodarczych
- Etyka wymaga jednoznacznej oceny, co jest dobre, o co złe w świetle wartości wyznawanych przez przedsiębiorstwo, menadżerów, pracowników oraz interesariuszy



Image Bank Sweden

Czym są Relacje Inwestorskie?

- Relacje inwestorskie mają chronić społeczeństwo przed nadużyciami w emisji i obrocie papierami wartościowymi
- Jest to próba zniwelowania luki pomiędzy tym, jak jest firma postrzegana, a rzeczywistym obrazem - zagwarantowanie, że akcje osiągną właściwą cenę rynkową (nie za niską ani nie za wysoką)
- Konieczne jest zachęcanie do nabywania, utrzymywania walorów firmy i ogólne przekonywanie do zainteresowania się walorami firmy



Czym są Relacje Inwestorskie?

- Realizacja celów kierownictwa wymaga silnego oparcia w inwestorach - wysokiego kursu akcji (np. w celu zagwarantowania płynności finansowej dla inwestycji)
- Spółki są zobligowane do publicznego informowania o swoich wynikach, które to informacje mogą wywrzeć różny wpływ na decyzje inwestorów
- Konieczne jest podawanie tylko istotnych informacji, które mogą wpłynąć na decyzje inwestycyjne



Czym jest etyka?

- Etyka biznesu, a tym samym działania departamentów IR i CPR wymagają:
 - **Moralnego postępowania**
 - **Lojalności**
 - **Uczciwości**
 - **Rzetelności**
 - **Partnerstwa**
 - **Profesjonalizmu**

- Działania tych departamentów szczególnie powinny podlegać regulacji kodeksów etycznych, ponieważ istnieją wysokie możliwości manipulacji oraz silna pokusa łamania norm prawnych i moralnych



Kto, gdzie, kiedy...i po co etyka ???

Najczęściej wykorzystywane akty do budowania korporacyjnych kodeksów etycznych, kodeksów postępowania oraz dobrych zasad:

- Międzynarodowa Karta Praw Człowieka
- Karta Rzymska
- Europejska Karta Socjalna
- Traktat Amsterdamski
- Karta Podstawowych Praw Unii Europejskiej z 2000 roku.
- Deklaracja o Prawach Człowieka z 1991 roku
- Inne...



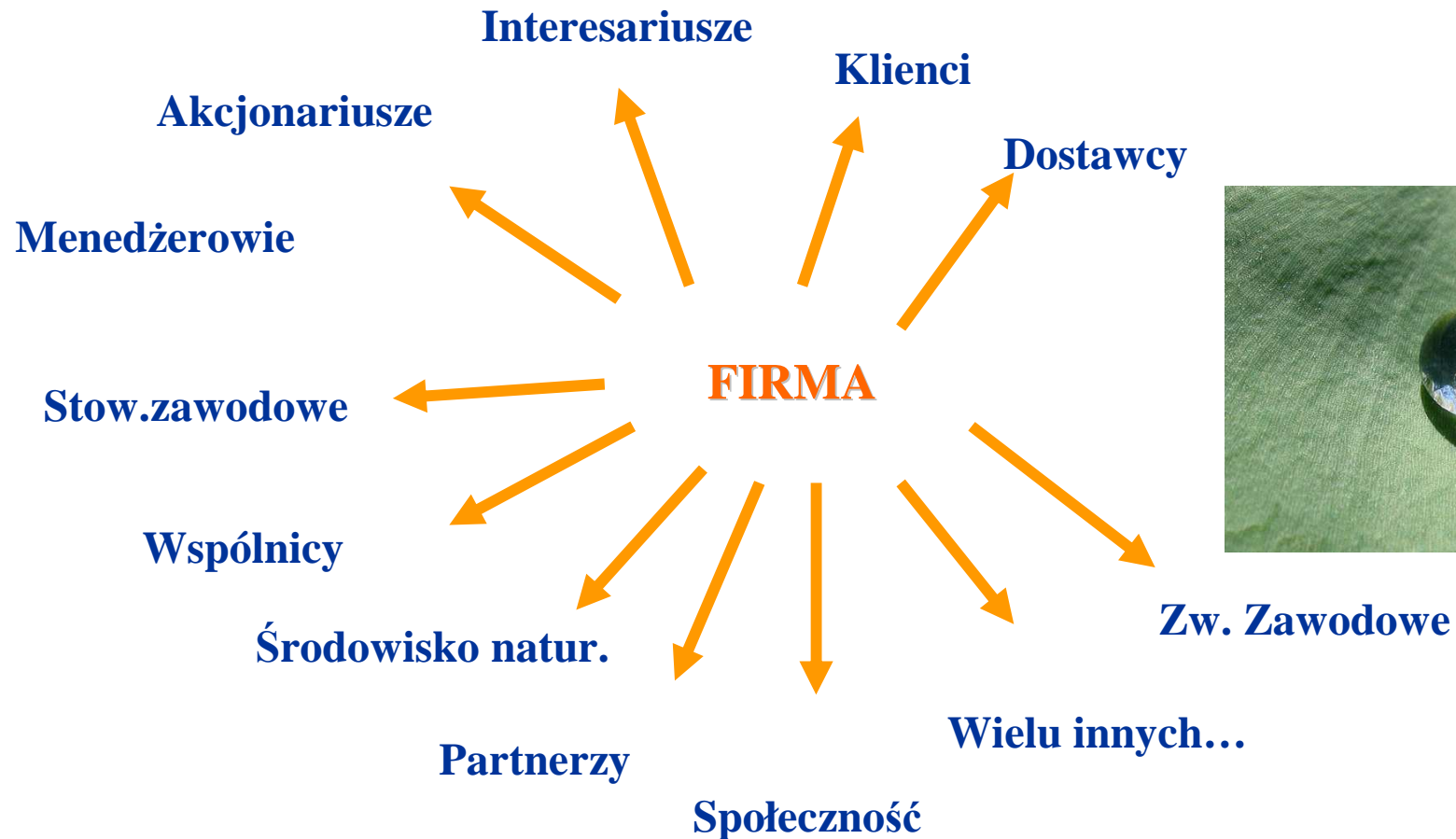
Kto, gdzie, kiedy...i po co etyka ???

Najczęściej wykorzystywane zbiory dokumentów przedsiębiorstw regulujące obszary etyczne:

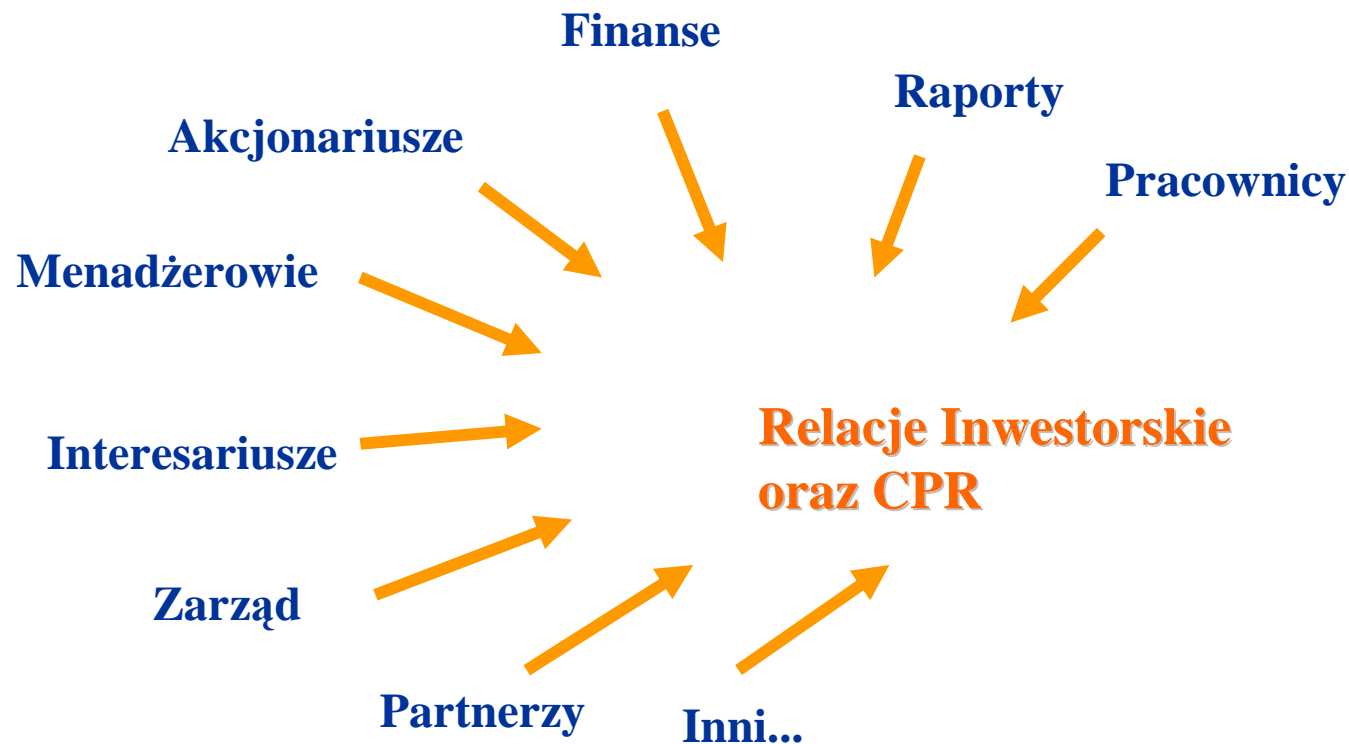
- Korporacyjny Kodeks Etyki
- Kodeks postępowania (Code of Conduct)
- Ład Korporacyjny
- Deklaracja Zrównoważonego Rozwoju (CSR)
- Karta Zdrowia i Bezpieczeństwa
- Odpowiedzialność informacyjna
- Oraz dokumenty pod innymi nazwami regulujące podobne obszary jak wyżej wymienione



Kto, gdzie, kiedy...i po co etyka ???



Elementy przedsiębiorstwa, z którymi ma styczność IR, a w kontaktach z którymi niezbędne jest szczególne zachowanie zasad etyki...



Etyka w zakresie relacji inwestorskich oraz PR korporacyjnego występować powinna w 3 wymiarach, które powinny zostać uregulowane odpowiednimi kodeksami oraz wsparte ogólnonarodową edukacją

**ETYKA
PRACOWNIKA**

**ETYKA
PRZEDSIĘBIO
RSTWA**

**ETYKA W
SKALI
NARODOWEJ**



**Wewnętrzne wartości,
edukacja, kodeksy etyki
zawodowej**

(Etyka pracowników jest
odzwierciedleniem etyki
społeczeństwa)



**Kultura oraz
filozofia
organizacji,
regulaminy, dobre
pratyki, kodeks
etyczny**



**Edukacja,
rozwiązania
popierające etyczne
działania, regulacje,
sugestie itp.**

Wymiary etyki...



Image Bank Sweden

**Dobry kodeks
etyczny
przyczynia się
do zmniejszenia
kosztów i
zwiększenia
zysków...**

Działania nieetyczne...

■ Michael Milken, Martin Armstrong to przykłady osób, które w latach 90-tych w sposób nieetyczny posłużyły się informacjami - nielegalnie zdobywali je od pracowników organizacji/spółek wykorzystując do obrotu akcjami

■ Sprawa amerykańskiego przedsiębiorstwa ENRON, zaistniała ponieważ zostały przekroczone normy etyczne i prawne

■ Wiele innych - mających miejsce w Polsce i na świecie...



Etyka pracownika

- Charakter pracy działu IR oraz CPR powoduje, że istnieje pokusa wykorzystywania posiadanych informacji dla prywatnych celów
- Polityka informacyjna wymaga balansu pomiędzy uczciwością, rzetelnością a wymogami prawnymi – Należy mówić wyłącznie prawdę, ale nie zawsze wszędzie trzeba mówić wszystko
- Profesjonalizm – rzetelność, dokładność oraz terminowość są elementami krytycznymi w pracy departamentów IR
- Równorzędność wszystkich akcjonariuszy i interesariuszy musi stać ponad emocjami pracowników i kadry zarządzającej

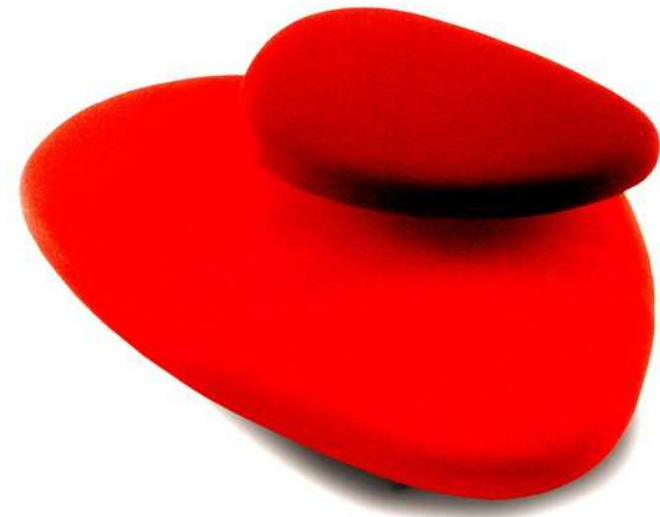


Image Bank Sweden

Etyka pracownika

- Ujawnianie informacji w najszerszy możliwy sposób, aby umożliwić jednakowy dostęp do informacji - a przecież są możliwości wybiórczego informowania inwestorów np. podczas wideo konferencji
- Powstaje również problem prognoz i odpowiedzialności z tytułu wprowadzania opinii publicznej i inwestorów w błąd
- Indywidualne spotkania mogą sprzyjać nieuczciwej konkurencji inwestorów instytucjonalnych wobec indywidualnych



Etyka pracownika



- Problem korupcji, przekupstwa oraz wartościowych prezentów występuje w dziale relacji inwestorskich, ponieważ informacje posiadane przez ten dział mają ogromne znaczenie dla inwestorów (problem wartości prezentów...)
- Problem precyzyjnego komunikowania wyników finansowych oraz sytuacji kryzysowej w przedsiębiorstwie, a także złych wyników finansowych – zawsze istnieje możliwość manipulacji niezgodnej z przyjętymi powszechnie zasadami etyki
- Przygotowywanie raportów oraz materiałów do raportów może również podlegać manipulacji – przestrzeganie regulacji prawnych, a także kodeksów wewnętrznych jest niezbędne

Etyka pracownika

- Departament IR posiada informację z całej spółki – pojawia się problem monopolizacji i centralizacji posiadanych informacji, a co za tym idzie możliwości wykorzystania informacji do realizacji własnych celów w przedsiębiorstwie – np. awanse. Występuje możliwość zachwiania równowagi w przedsiębiorstwie oraz burzenia zasady partnerstwa i kooperacji pracowników
- Ujawnianie wewnętrznych tajemnic zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz przedsiębiorstwa jest istotnym zagadnieniem w przypadku IR
- Ochrona danych, szczególnie w kontekście elektronicznych kanałów informacyjnych



Pracownik IR i CPR powinien być zobowiązany do zachowania szczególnej staranności, rzetelności i uczciwości w pracy zawodowej wobec adresatów swoich działań ...

Aby zachować szczególną staranność, rzetelność i uczciwość pracownik IR i CPR zobowiązany jest do przestrzegania zasad prawdomówności, a w szczególności do relacjonowania faktów w ich właściwym kontekście i bez zniekształceń...

Pracownik IR i CPR powinien być zobowiązany do nie rozpowszechniania tych informacji, które zgodnie z jego wiedzą i doświadczeniem, są nieprawdziwe, nieścisłe lub mogą wprowadzać w błąd odbiorcę...

Etyka pracownika...propozycja

Pracownik IR i CPR nie może reprezentować sprzecznych lub konkurencyjnych interesów, chyba, że zainteresowane strony, po przedstawieniu im wszystkich faktów wyrażą na to zgodę...

Pracownik IR i CPR jest zobowiązany do ochrony dóbr osobistych człowieka, a w szczególności do ochrony prywatności, czci i godności osobistej swoich pracodawców, współpracowników i adresatów swoich działań informacyjnych...

Pracownik IR i CPR jest zobowiązany do ochrony tajemnic aktualnych i byłych pracodawców i nie może podejmować działań wymagających ujawnienia tych tajemnic, chyba, że osoby których tajemnica dotyczy lub które je powierzyły wyrażą na to zgodę...

Pracownik IR i CPR nie może angażować się w żadną działalność, która zmierza do korumpowania środków masowego przekazu...

Informacje przekazywane środkom masowego przekazu powinny być dostarczone do publikacji i wykorzystania bez opłat i ukrytych korzyści majątkowych bądź osobistych oferowanych odbiorcom...

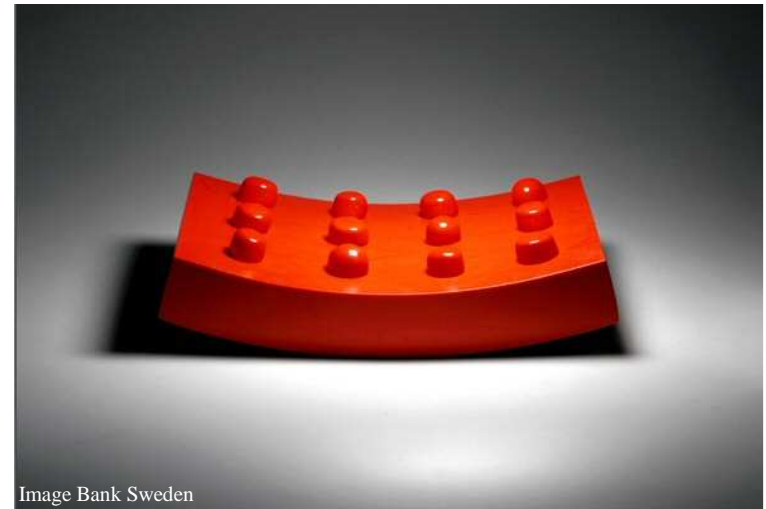
Jeśli konieczne jest utrzymanie inicjatywy i kontroli rozpowszechniania informacji, pracownik IR i CPR ma prawo wykupu miejsca lub czasu emisyjnego zgodnie z obowiązującym prawem odnoszącej się do działalności reklamowej ...

Pracownik IR i CPR nie może nieuczciwie konkurować z innym pracownikiem IR i CPR i szkodzić jego reputacji...

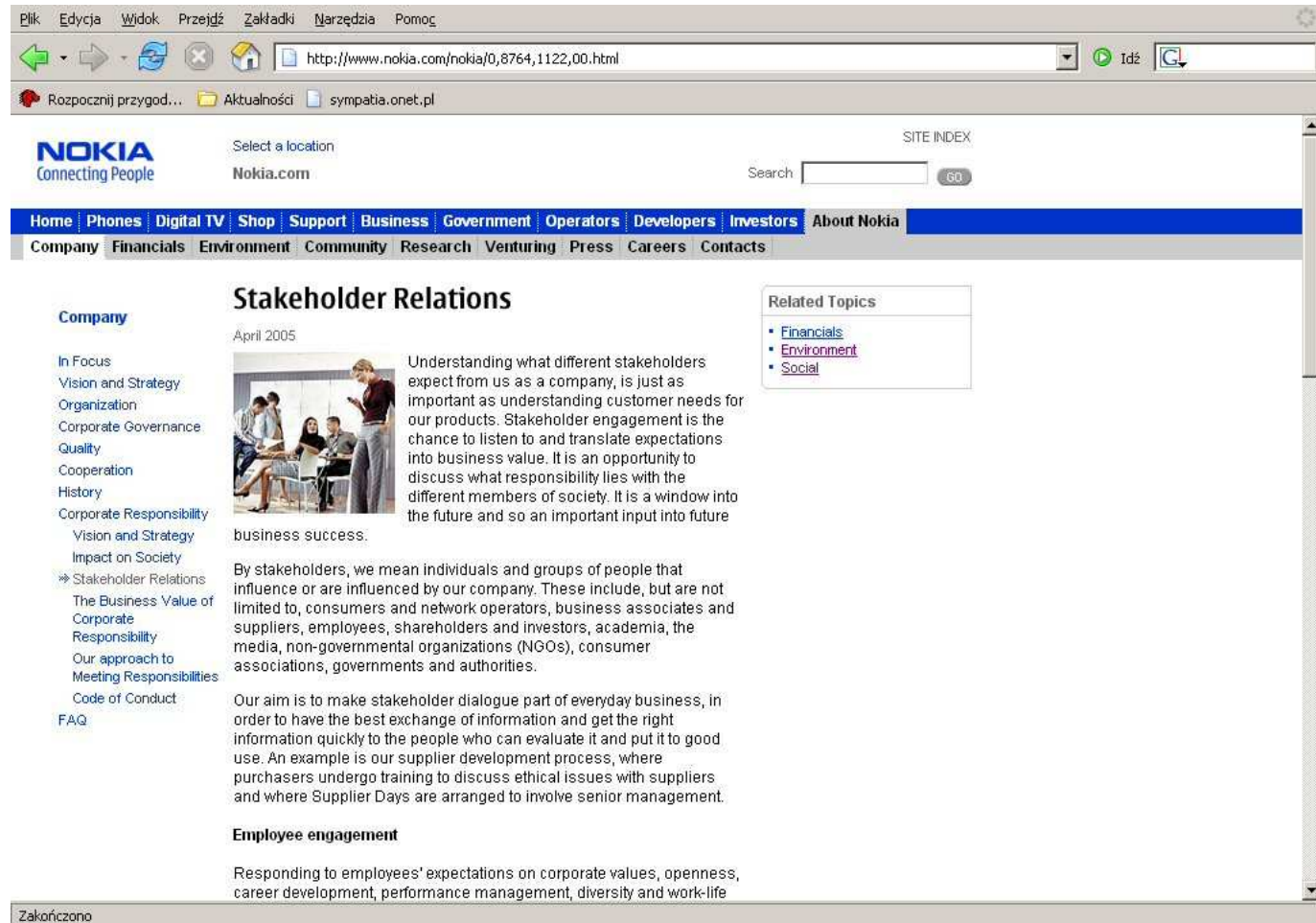
Pracownik IR i CPR powinien zbierać oraz selekcjonować informacje z poszanowaniem jednostek oraz grup społecznych...

- Pokusa do przejawiania faktów pozytywnych, a dyskretne komunikowanie negatywnych zdarzeń w celu osiągnięcia korzyści zarówno finansowych jak i wizerunkowych
- Manipulacja danymi finansowymi (przypadek ENRON) w celu ukrycia rzeczywistej kondycji finansowej spółki
- Wytyczne Zarządu spółki dla departamentu IR będące niezgodne z zasadami etycznymi oraz odpowiedzialnego biznesu
- Brak terminowości w raportowaniu wyników finansowych
- Przedmiotowe a nie podmiotowe traktowanie inwestorów i interesariuszy – brak dialogu

Etyka firmy



■ Przykład rozbudowanej sekcji poświęconej zagadnieniom etyki oraz odpowiedzialnego biznesu. Spółki skandynawskie oraz amerykańskie przykładają szczególną uwagę do etyki oraz swojej roli w społeczeństwie i społeczności biznesowej




The screenshot shows a web browser window displaying the Nokia website. The address bar shows the URL <http://www.nokia.com/nokia/0,8764,1122,00.html>. The page features the Nokia logo and navigation menus. The main content area is titled "Stakeholder Relations" and includes a date "April 2005", a photograph of a meeting, and several paragraphs of text explaining the importance of stakeholder engagement. A sidebar on the left lists various company topics, and a "Related Topics" box on the right suggests links to "Financials", "Environment", and "Social".

Company

- In Focus
- Vision and Strategy
- Organization
- Corporate Governance
- Quality
- Cooperation
- History
- Corporate Responsibility
 - Vision and Strategy
 - Impact on Society
- ⇒ Stakeholder Relations
 - The Business Value of Corporate Responsibility
 - Our approach to Meeting Responsibilities
 - Code of Conduct
 - FAQ

Stakeholder Relations

April 2005



Understanding what different stakeholders expect from us as a company, is just as important as understanding customer needs for our products. Stakeholder engagement is the chance to listen to and translate expectations into business value. It is an opportunity to discuss what responsibility lies with the different members of society. It is a window into the future and so an important input into future business success.

By stakeholders, we mean individuals and groups of people that influence or are influenced by our company. These include, but are not limited to, consumers and network operators, business associates and suppliers, employees, shareholders and investors, academia, the media, non-governmental organizations (NGOs), consumer associations, governments and authorities.

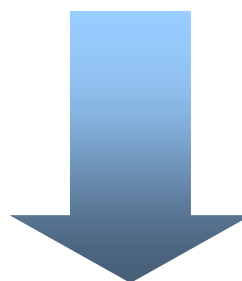
Our aim is to make stakeholder dialogue part of everyday business, in order to have the best exchange of information and get the right information quickly to the people who can evaluate it and put it to good use. An example is our supplier development process, where purchasers undergo training to discuss ethical issues with suppliers and where Supplier Days are arranged to involve senior management.

Employee engagement

Responding to employees' expectations on corporate values, openness, career development, performance management, diversity and work-life

Zakończono

Okolo 85% amerykańskich przedsiębiorstw posiada wewnętrzne kodeksy etyczne, w europie średnia jest o połowę niższa...



Przyczyna? Amerykańskie Federal Sentencing Guidelines – łagodniejsze orzekanie w sprawach przeciwko firmom posiadającym wdrożone kodeksy etyczne...

Wymiary etyki...etyka firmy

Environment
June 2004
Nokia is engaged in a continuous dialogue with its external stakeholders to stay abreast of issues they see as important now and in the future, as well as better understand what is expected of Nokia and how this can be achieved.

Consumers
With customers, this includes comprehensive regional and worldwide brand surveys and related focus groups. Plans exist for holding new focus group discussions specifically on environmental and social issues.

Corporate Customers
Account teams of the business groups conduct customer-specific discussions with trade customers and carry out customer satisfaction surveys. An extranet information service for even more interaction with telecom operators has been set up.

Investors
In investor relations, our focus is sustainable shareholder value. To underline this commitment, Nokia has successfully sought inclusion of its share in indexes that are based on evaluating our performance against various criteria of sustainable operations. In 2002, Nokia's shares were listed on the Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI and DJSI STOXX) and on the FTSE4Good index series.

Case Study
[A Safe Home for Malaysian Orang-utans](#)

Case Study
[Supporting Effective Environmental Legislation](#)

Case Study
[Electronics Manufacturers Take Responsibility](#)

Memberships
Nokia plays an active role in a large number of industry associations and initiatives, such as:
▪ [European Information Communications and Consumer Electronics Technology Industry Association \(EICTA\)](#)
▪ [Cellular Telecommunications Industry Association \(CTIA\)](#)
▪ [Electronics Industry Alliance \(EIA\)](#)
▪ [American Engineering Association \(AEA\)](#)
▪ [Mobile Manufacturers Forum \(MMF\)](#)

■ Przedsiębiorstwa skandynawskie prześlągnięte są kulturą partnerstwa i etyki praktycznie na styku każdej z dziedzin

■ Wdrażanie zasad etyki jest uwarunkowane kulturowo...

■ Traktują siebie jako kolektywnych obywateli społeczności lokalnej jak i międzynarodowej

Kodeksy postępowania w przedsiębiorstwach wprowadza się, aby:

- Zwiększyć zaufanie społeczeństwa
- Zmniejszyć falę regulacji (istnieją uzasadnione nadzieje, że kodeksy wewnętrzne będą działać samoregulacyjnie)
- Doskonalić działania wewnętrzne, zwiększać ich jednolitość oraz zarazem wydajność (spójne wewnętrzne zasady postępowania)
- Jest to reakcja na zachowania niepożądane występujące w przedsiębiorstwie

Etyka firmy – po co kodeksy?



Coraz trudniej jest o dokładność, szczególnie w kontekście zwiększających się obowiązków raportowych spółek. Im więcej danych jest w nich zawartych, tym większe prawdopodobieństwo pomyłki i nieświadomego wprowadzania opinii w błąd

Paradoksalnie, może technologia będzie mogła wesprzeć moralność i etykę poprzez zautomatyzowanie raportowania np. wykorzystując w przedsiębiorstwach XBRL (Extensible Business Reporting Language). Niwelowanie możliwości manipulacji poprzez restrykcję dostępu i łatwość udowodnienia pochodzenia nieścisłości oraz automatyzacja procesu...

Etyka firmy – po co kodeksy?



Image Bank Sweden



Konieczność zabezpieczenie społeczeństwa przed działaniami nieetycznymi przedsiębiorstw, bądź przez regulacje prawne bądź poprzez aktywnie wspieranie tworzenia kodeksów etycznych przedsiębiorstw

Jasne kryteria oceny zachowań oraz komunikowanie przedsiębiorstwom kar za postępowanie nieetyczne wobec społeczeństwa, interesariuszy firmy oraz akcjonariuszy

Zachowania podlegające ocenie z punktu widzenia etyki występujące w polityce i kręgach władzy, mają bezpośrednie przełożenie na zachowania etyczne biznesu

Państwo czy przedsiębiorstwa na straży etyki?



Image Bank Sweden

Wymiary etyki...etyka narodowa

The screenshot shows a web browser window displaying the Ericsson website. The address bar shows the URL: http://www.ericsson.com/about/code_business_ethics/index.shtml. The page title is "Code of business ethics and conduct". The navigation menu includes: Home, Products, Services, Technologies, Support, About Ericsson. The breadcrumb trail is: About Ericsson > Corporate social responsibility > Code of business ethics and conduct. The main content area is titled "Introduction" and contains the following text: "The Code of Business Ethics and Conduct is an overview of fundamental Group policies and directives guiding our relationships to each other and to our stakeholders. Further details and additional rules are found in the Group Policies and Group Directives as well as in local instructions. Ericsson's Code of Business Ethics and Conduct contains rules regarding individual and peer responsibilities, as well as responsibilities to our employees, customers, suppliers, shareholders and other stakeholders and includes:" followed by a bulleted list of seven items: "Compliance with laws, rules and regulations (including insider trading laws)", "Protecting Ericsson's confidential and other proprietary information and that of our customers' and vendors'", "Protection and proper use of company assets", "Treating Ericsson's employees with respect", "Dealing with conflicts of interest", "Promoting full, fair, accurate, timely, and understandable disclosure in financial reports and other public communications", "Protecting the environment", and "Encouraging the reporting of any unlawful or unethical behavior". The left sidebar contains a navigation menu with categories: About Ericsson, Board of directors, Management, Organization, Corporate social responsibility (with sub-items: Code of business ethics and conduct, Corporate citizenship, Sustainability and environment, Health and safety), Company facts, Publications, and Additional (with sub-item: Glossary). The status bar at the bottom left indicates "Zakończono".

■ Drugi przykład przedsiębiorstwa skandynawskiego o rozbudowanych standardach etycznych oraz rozbudowanej sekcji odpowiedzialnej za komunikację tych standardów

■ Etyka narodowa ma bezpośrednie przełożenie na standardy etyczne przedsiębiorstw

Wymiary etyki...etyka narodowa

The screenshot shows the IKEA Group corporate website. The browser address bar displays <http://www.ikea-group.ikea.com/corporate/responsible/index.html>. The page features a navigation menu with links for 'home', 'about us', 'press room', 'our responsibility', and 'work with us'. A yellow banner contains links for 'intro read our brochure the IKEA code of conduct' and 'we use resources wisely projects we support'. The main content area is titled 'low price but not at any price' and includes text about IKEA's commitment to low prices and responsible sourcing. A large image shows a family in an IKEA store. Below this is a green box with the heading 'our responsibility' and text stating 'IKEA wants its products to have the minimum possible impact on the environment. And for these products to be manufactured in a socially responsible manner.' At the bottom, there are two sections: 'the IKEA code of conduct' with a photo of a woman and text about the code of conduct, and 'we use resources wisely' with a graphic of blue spheres and text about minimizing environmental impact.

■ Przykład strony korporacyjnej firmy IKEA, która działając w skali globalnej ma poszanowanie zarówno dla lokalnych dostawców jak i klientów...etyka narodowa promieniuje w skali globalnej właśnie poprzez manifestowanie poprawności etyczno-biznesowej...

Wymiary etyki...etyka narodowa



The screenshot shows a web browser window with the URL http://www.ikea-group.ikea.com/corporate/press/press_releases.html. The page features the IKEA logo and navigation links such as 'about us', 'press room', 'intro', 'press releases', 'press contacts', 'our responsibility', and 'work with us'. The main content area is titled 'IKEA press release' and contains a section for 'POSSIBLE CHOKING HAZARD' dated 2004-10-15. The text of the release states: 'IKEA recalls FÄRGGLAD children's chair. IKEA requests customers to return FÄRGGLAD children's chair (article number 400.548.40) to the local IKEA store. The plastic feet may come off and could present a choking hazard to children. No accident or incident has been reported. A check in one of our warehouses indicated that the red plastic feet on some FÄRGGLAD children's chairs were not securely fixed to the legs. This was confirmed by additional testing. No incident or accident has been reported, but if detached the red plastic feet could present a choking hazard. Children's safety is a top priority and, as a precautionary measure, IKEA has decided to recall all FÄRGGLAD children's chairs. FÄRGGLAD children's chair is intended for children age 3 years and older, but children under 3 years may use or be exposed to the product. FÄRGGLAD children's chair is sold on all IKEA markets and was launched in May 2003. To prevent this from happening again we will change the design of the plastic feet and improve our routines for production, testing and follow-up at the supplier. IKEA requests all concerned customers to return FÄRGGLAD children's chair to their local store where they will get a refund. For further information, please contact Press Officer Charlotte Lindgren, tel. +46 42 26 71 35'. There is also a 'printer friendly version' link. The footer includes a 'link to global site', 'privacy policy', and copyright information: '© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2004'.

■ Uczciwa komunikacja, zarówno w sytuacjach korzystnych jak niekorzystnych (kryzysowych) jest moralnym obowiązkiem przedsiębiorstwa, w którym swoje udziały posiada otoczenie

■ Odwaga komunikacyjna zazwyczaj przynosi więcej korzyści wizerunkowych niż reklamy ukierunkowane na ten cel

■ Twórzmy kodeksy, regulacje i standardy etyczne w Polsce dla relacji inwestorskich i komunikacji korporacyjnej, ale również zachęcajmy polskie przedsiębiorstwa do rozwijania tego obszaru, bo jak pokazują amerykańskie badania „...**dobra etyka nadaje biznesowi dobrego znaczenia....**”



Image Bank Sweden

Dziękuję za uwagę !

**Pozostaję do dyspozycji w przypadku dodatkowych pytań:
maksymilian.pawlowski@home.se**