

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Audyt etyczny

Studia przypadków

Prace studentów doradztwa filozoficznego i coachingu Instytutu Filozofii Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach przygotowane na zaliczenie przedmiotu „audyt etyczny”.

Redakcja naukowa dr hab. Tomasz Czakon

Katowice 2018

Spis treści

1. Olga Dajewska-Ćwierk, *Warunki pracy w popularnej sieci fast-food na terenie Polski*
2. Ilona Pęcherek, Karolina Radwan, Kinga Rutkowska, *Łamanie postanowień Kodeksu Etycznego przez firmę Volkswagen oraz oszustwo konsumentów w świetle Afery Dieselgate*
3. Jacek Bielawa, *Analiza treści kodeksu etycznego służby cywilnej w świetle klasyfikacji cnót i sił charakteru C. Petersona i M. Seligmana*
4. Karolina Bąba, *Przestrzeganie zasad etycznych w zawodzie nauczyciela przez pracowników placówki dydaktyczno-wychowawczej w województwie małopolskim*
5. Karolina Słomiany, Aleksandra Twarkowska, Viktoria Haduch, Sonia Gaup, *Przyznawanie certyfikatu „Euro-liść” dla produktów ekologicznych w Polsce. Analiza na podstawie weryfikacji dostępnych dokumentów, literatury oraz magazynów*
6. Marta Linek, Anna Wach, Piotr Kubica, Ryszard Pacer, *Struggling Girl. Dziewczynka walcząca*

Ilona Pęcherek, Karolina Radwan, Kinga Rutkowska

Łamanie postanowień Kodeksu Etycznego przez firmę Volkswagen oraz oszustwo konsumentów w świetle Afery Dieselgate

1. Wstęp
2. Część teoretyczna. O formie audytu etycznego
 - Charakterystyka audytu etycznego
 - Szerokość, głębokość, szczegółowość
 - Podmiot i przedmiot badań
 - Warunki audytu – 12 kryteriów doboru sposobów audytowania
 - Przebieg audytu
 - Metody badań
3. Część praktyczna. Audyt etyczny
 - Charakterystyka audytu etycznego
 - Sytuacja firmy Volkswagen i *Afera Dieselgate*
 - Porównanie zasad etycznych z faktyczną działalnością firmy
 - Konsekwencje *Afery Dieselgate*
 - Proponowane działania mających na celu podnieść standardy etyczne firmy Volkswagen
 - Raport podsumowujący
 - Źródła

1. Wstęp

Niniejsza praca jest próbą przeprowadzenia audytu etycznego Afery Dieselgate oraz oszustwa konsumentów będącego konsekwencją tej afery i stanowi część zaliczenia przedmiotu.

Audyt etyczny to porównanie stanu rzeczywistego ze stanem idealnym, jego celem jest wyciągnięcie wniosków i ocena tego, co należy zrobić, aby przybliżyć się do stanu idealnego. Powodów dla których przeprowadza się audyt jest wiele, od poszukiwań partnera biznesowego, uczciwych i lojalnych pracowników do minimalizowania zagrożenia łamania zasad etycznych¹.

W przypadku niniejszego opracowania oceniana będzie firma Volkswagen. Deklarowane przez organizację wartości etyczne zamieszczone między innymi w Kodeksie Etycznym firmy, zostaną porównane z wybranymi elementami faktycznej działalności.

Część pierwsza niniejszej pracy obejmuje omówienie teorii związanych z pojęciem audytu etycznego. Z kolei druga część jest próbą przeprowadzenia audytu. W kolejnych etapach pracy przedstawione zostaną wybrane punkty kodeksu etycznego koncernu Volkswagen, związane z ochroną środowiska, a także z relacją z klientami firmy, ponieważ to tych aspektów dotyczy afera Dieselgate. Następnie zajmiemy się odniesieniem wybranych podpunktów do działań firmy w kontekście afery Dieselgate oraz przedstawimy konsekwencje łamania zasad przez koncern Volkswagen. W ostatniej części audytu zaprezentujemy jakie działania może podjąć firma, aby zwiększyć standardy etyczne, a tym samym zadbać o swoich klientów.

¹ Ryszard Stocki, *Audyt etyczny organizacji*, w: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, red. Naukowa Wojciech Gasparski, Warszawa 2012, s. 28 – 43; tekst dostępny w Internecie: https://www.researchgate.net/publication/235934137_Audyt_etyczny_organizacji. (Dostęp: 17.12 2017).

2. Część teoretyczna. O formie audytu etycznego

Audyt etyczny, jak już wspomniano we wstępie, jest analizą pozwalającą na ocenę stanu rzeczywistego w organizacji w porównaniu z określonym stanem idealnym. Celem audytu nie musi być podniesienie poziomu etycznego, może być środkiem do osiągnięcia innego celu. Audyt etyczny należy do metod zarządzania zaufaniem. Wiarygodna instytucja, lub osoba, ciesząca się zaufaniem, sprawdza organizację, która cieszy się mniejszym zaufaniem w sprawach etyki, potwierdza wobec określonych interesariuszy etyczność danej organizacji. Audyty etyczne mogą być wewnętrzne, czyli przeprowadzone przez wewnętrzną komórkę instytucji lub zewnętrzne, przeprowadzone przez wiarygodną zewnętrzną instytucję. Instytucje przeprowadzające audyty etyczne zazwyczaj posiadają własne standardy dotyczące ich przeprowadzania, lub korzystają z wybranych zewnętrznych standardów. Przedmiotem audytu mogą być różne problemy wybranych grup, lub grupy, interesariuszy. Wzorce mogą stanowić uznane standardy etyczne lub wewnętrzne dokumenty firmy².

Charakterystyka audytu etycznego

Formę jaką stanowi audyt etyczny opisuje szereg cech i własności omówionych poniżej.

Szerokość, głębokość i szczegółowość:

Szerokość audytu etycznego wiąże się z liczbą grup interesariuszy poddanych badaniu. Najbardziej typowi to: właściciele (udziałowcy), zarząd, pracownicy, dostawcy, odbiorcy, konsumenci, społeczność lokalna, przyszłe pokolenia.

Głębokość audytu wiąże się z wnikliwością badań i analiz, czyli tym, ile problemów poddaje się badaniu.

Szczegółowość audytu wiąże się z oceną w jakim stopniu badana organizacja, firma, instytucja jest etyczna. Im większa szczegółowość, tym więcej wskazanych obszarów, które są odpowiednio ocenione. Im bardziej szczegółowy audyt, tym większy nakład pracy, czasu i innych środków potrzebnych do wiarygodnej oceny.

² Tamże

Podmiot i przedmiot badań:

Podmiotem etyki jest człowiek, audyt etyczny jest zawsze pytaniem o kondycję człowieka, który jest interesariuszem w jakiś sposób związanym z firmą/organizacją. Człowiek powinien móc zawsze uczestniczyć w tym, co go dotyczy, czyli być w stanie zachować swoją podmiotowość. W przypadku audytu etycznego zachowanie podmiotowości człowieka oznacza dobrowolność udziału w badaniach i anonimowość. Można wyróżnić pięć poziomów partycypacji interesariuszy w sposobach prowadzenia audytu etycznego, w których ujawnia się podmiotowość uczestników.

Brak wpływu na formę audytu - zachowane są tylko podstawowe warunki podmiotowości badań: dobrowolność udziału, anonimowość, podstawowe informacje metodzie i procedurze. Decyzja dotycząca podjęcia badań podjęta jest przez zarząd³.

Konsultacje indywidualne – decyzja o audycie zostaje podjęta przez zarząd lub prezesa po wcześniejszych konsultacjach z wybranymi osobami. Zwykle są to dyrektorzy personalni, szefowie związków zawodowych, informatycy, dyrektorzy do spraw jakości.

Konsultacje grupowe – te konsultacje mają charakter bardziej zobowiązujący. Do konsultacji audytu zostaje powołana grupa osób, najczęściej są to przedstawiciele interesariuszy wewnętrznych lub zewnętrznych.

Moderowanie pracy nad narzędziem – nie ma określonego narzędzia audytu, grupa interesariuszy, pod kierownictwem doświadczonego moderatora tworzy narzędzie od podstaw. Treść narzędzia jest wynikiem pracy całej grupy.

Zobligowanie grupy do stworzenia narzędzia – zadaniem grupy jest opracowanie zarówno sposobu przeprowadzenia, jak i treści audytu etycznego⁴.

Warunki audytu – 12 kryteriów doboru sposobu audytowania

W oparciu o badania Vrooma i Jago została przedstawiona klasyfikacja dotycząca sposobów podejmowania decyzji w zespołach:

Nadawanie sensu audytowi etycznemu – Zanim przystąpimy do audytu etycznego warto zapytać zarówno siebie jak i innych pracowników po co właściwie ten audyt ma być, jakie on

³ Tamże

⁴ Tamże

ma dla nas znaczenie. Aby móc skutecznie zachęcić innych do wzięcia w nim udziału, trzeba najpierw dobrze samemu zrozumieć jego sens. Pracownicy na wieść o audycie etycznym mogą stać się podejrzliwi – zaczną obawiać się, że firma jest zagrożona, doszło do kryzysu lub planowane są zwolnienia. Dlatego ważne jest, aby wskazać rzeczywiste uzasadnienie audytu (np. poprawa wizerunku firmy, podniesienie standardów), a tym samym uspokoić pracowników i zachęcić ich do zaangażowania.

Znaczenie zaangażowania interesariuszy dla przeprowadzenia audytu i zmian, jakie z niego wynikają – Im bardziej liczymy na zaangażowanie w audyt etyczny różnych osób, tym większy powinny mieć one wpływ na sam proces powstawania i opracowywania metody oraz przebieg audytu, np. jeżeli wnioski z przeprowadzonego audytu będą brane pod uwagę przez jakiś konkretny dział w firmie, powinien on być zaangażowany od samego początku w proces opracowywania narzędzi audytu.

Kompetencje merytoryczne prowadzącego audyt (konsultant) – Prowadzącym audyt może być zarówno osoba z zewnątrz jak i wewnątrz firmy. W sytuacji, kiedy zespół nie jest doświadczony, zatrudnienie doświadczonego konsultanta może znacznie skrócić ten proces.

Kompetencje facylitacyjne prowadzącego – Kompetencje te dotyczą również samego procesu audytowania. Podczas przeprowadzania audytu, pracując z grupą, mogą pojawić się sytuacje nieprzewidywalne, dlatego ważne jest aby moderator posiadał nie tylko kompetencje merytoryczne, ale także facylitacyjne.

Prawdopodobieństwo zaangażowania jeśli decyzja będzie odgórna – Badania partycypacyjne ze względu na ich szerokość i głębokość są zazwyczaj kosztowne. Osoby podejmujące decyzję o sposobie audytowania stoją przed trudnym dylematem – czy inwestować czas we wspólne podejmowanie decyzji. Na odpowiedź w tej kwestii składa się wiele czynników, np.: prawdopodobieństwo zaangażowania wszystkich zainteresowanych zarówno w audyt jak i wdrażanie wniosków, zaufanie do prowadzącego lub zamawiającego audyt, a także świadomość kosztów partycypacyjnego audytowania. Na audyt silnie kierowany odgórnie mogą zdecydować się młode, niedoświadczone, a z drugiej strony organizacje bardzo doświadczone.

Zgodność celów różnych grup interesów – Audyt etyczny oraz wnioski, które wprowadzane są w życie po jego przeprowadzeniu mogą uderzać w partykularne interesy poszczególnych grup i osób interesariuszy. Mogą oni mieć poczucie, że ich sytuacja w firmie

staje się zagrożona. Z taką sytuacją mamy do czynienia, gdy np. chodzi o działy produkcyjne posługujące się przestarzałymi i szkodliwymi dla środowiska technologiami. Wykrycie takiej szkodliwości lub już samo jej badanie może skutkować zwolnieniami osób, które się do tego przyczyniły. Dlatego też planując i przygotowując audyt etyczny warto uwzględnić taką ewentualność i przygotować na to współpracowników.

Prawdopodobieństwo niezgody w grupie – Niezgoda może dotyczyć nie tylko samego celu, ale także sposobu jego osiągania lub oceny punktu wyjścia. Może zdarzyć się również, że niezgoda wynika z braku kompetencji. W takim przypadku proces uzgadniania może być także procesem kształcenia.

Kompetencje merytoryczne zespołu – Grupa może być mniej lub bardziej przygotowana do zadania przeprowadzania audytu. Jednak użycie narzędzi partycypacyjnych, nie jest zależne od kompetencji członków zespołu, ale od innych czynników, takich jak: znaczenie czasu, zaufanie do prowadzącego, ale także znaczenie rozwoju pracowników w związku z prowadzonym audytem.

Kompetencje w pracy zespołowej – Poszczególni członkowie zespołu mogą być mniej lub bardziej doświadczeni w pracy zespołowej. Podobnie jak w przypadku kompetencji merytorycznych, brak kompetencji może skłaniać do prowadzenia audytu sposobami partycypacyjnymi.

Ograniczenia w możliwości spotkania się zespołu audytującego lub opracowującego audyt – Powodem braku możliwości prowadzenia działań w sposób partycypacyjny może być rozproszenie osób zainteresowanych w terenie i wysokie koszty zgromadzenia ich w jednym miejscu. Choć techniki prowadzenia telekonferencji są obecnie coraz bardziej powszechne, nie sprawdzają się w przypadku sytuacji, z którymi wiąże się wysoki poziom emocji. Wtedy może się okazać, że najlepszym rozwiązaniem jest ograniczenie się wyłącznie do propozycji odgórnych.

Znaczenie czasu – Audyt etyczny nie należy do rutynowych czynności, wymaga dużych nakładów czasu, zwłaszcza gdy organizacja prowadzi audyt po raz pierwszy. Czas jest przy tym jedną z podstawowych wartości w organizacji, jakie powinny być audytowane. Zdarzają się także sytuacje, które wymagają szybkiego przeprowadzania audytu przez wykorzystanie gotowych narzędzi. Najczęściej postępuje się tak w sytuacjach kryzysowych.

Znaczenie rozwoju – Procesy partycypacyjne wprowadza się, jeśli zależy nam na rozwoju osób i nie chodzi tutaj tylko o rozwój zawodowy pracowników. Wiele organizacji skupia się także na rozwoju świadomości konsumenckiej u swoich klientów. Dla każdej etycznie zarządzanej firmie normą powinno być działanie partycypacyjne, które jednak należy ograniczać w przypadku kryzysu przedsiębiorstwa lub konieczności podjęcia szybkich kroków zaradczych.⁵

Przebieg audytu

- Inicjatywa – Inicjatorem audytu etycznego może być każdy. Powszechność, a także dostępność narzędzi audytu pozwala na to, że zarówno grupa świadomych konsumentów jak i pracowników może zainicjować różnego rodzaju działania audytujące. Inicjatywa przeprowadzenia audytu może wyjść również od grup obywateli, konsumentów, a także pracowników. Intencje mogą mieć dwojaki charakter, nie zawsze może chodzić o poprawienie standardów panujących w organizacji. Przeprowadzenie audytu przez powyższe grupy może mieć także na celu zniszczenie reputacji firmy bądź wyłudzenie konkretnych korzyści.
- Powołanie grupy audytującej (komitetu etycznego) – Członkowie grupy audytującej muszą bezwzględnie posiadać przekonanie o znaczeniu audytu, jego sensowności oraz gotowość do zaangażowania się w poprawę poziomu etycznego badanej firmy bądź organizacji. Skład zespołu powinien brać pod uwagę kryteria jakie zostały omówione wcześniej. Ważne jest również to, aby cele audytu były zgodne z celami organizacji.
- Działania zespołu – Punktem wyjścia do przeprowadzenia audytu etycznego jest określenie obszaru działań, głębokości oraz szerokości audytu. Ważne jest także, aby ustalić wcześniej jakie osoby i kiedy będą zaproszone do udziału w audycie oraz jakie dokumenty i informacje będą potrzebne do jego przeprowadzenia. Następnym działaniem zespołu będzie współpraca z zewnętrznymi konsultantami, którzy będą czuwać nad całym procesem. Zespół może także określić jakie metody powinny zostać użyte podczas przeprowadzania audytu etycznego⁶.

⁵ Tamże

⁶ Tamże

Metody badań

- Wywiady: Możemy mieć do czynienia z wywiadem ustrukturyzowanym, prowadzonym w oparciu o wcześniej przygotowany formularz lub z wywiadem otwartym opartym na kilku podstawowych pytaniach, które mają na celu ukazać sytuacje, które związane są z zachowaniami etycznymi.
- Kwestionariusze i ankiety: Są one odpowiednikami wywiadów. Osoba badana podczas przeprowadzania audytu, otrzymuje pytania i odpowiedzi udziela na karcie. Słabym punktem tej metody jest to, fakt, że odpowiadanie na pytania znajdujące się w formularzu trwa dłużej niż wywiad. W audycie etycznym mogą również pojawić się pytania w formie dylematów moralnych.
- Dyskusje grupowe: W dyskusji grupowej także może powstać kwestionariusz, który wykorzystywany jest do audytu grupowego. Jednak, aby taka metoda miała sens uczestnicy biorący udział w badaniu muszą mieć poczucie bezpieczeństwa w grupie, a prowadzący doskonały warsztat. Ważne jest także jasne doprecyzowanie celu badań.
- Analiza dokumentów: Istnieją dwa rodzaje dokumentów, które poddawane są weryfikacji podczas przeprowadzania audytu etycznego. Pierwsza kategoria to deklaracje – są to wszystkie dokumenty, w których deklaruje się jaka ma być organizacja lub jaka chce być. Druga kategoria to wszystkie dokumenty, które „mówią” o tym, jak jest naprawdę. Zaliczamy do nich m.in.: zrealizowane budżety, doniesienia prasowe i medialne na temat organizacji oraz skargi i pozwy przeciwko organizacji.
- Raport końcowy: Raport końcowy w przypadku audytu to najczęściej prezentacja wyników z nagraniem komentarzem w tle. W związku z tym, że coraz trudniej znaleźć czytelników raportu, ta metoda prezentacji wyników pozwala zainteresować większą ilość osób. Jednak mankamentem tego sposobu raportowania jest przywiązanie mniejszej wagi do rygorów formalnych. Ważniejsza jednak od formy raportu jest jego wartość merytoryczna. W raporcie powinien znajdować się: opis metodologii, a także wyniki, najlepiej przedstawione graficznie zawierające komentarz. Najważniejszą częścią raportu są wskazania praktyczne, które przedstawiają jakie działania ma podjąć organizacja w związku z uzyskanymi wynikami, aby poprawić poziom etyczności w firmie.

- Ewaluacja samego audytu: jest ona ostatnim etapem działania. Po pewnym czasie można zadać pytanie interesariuszom, co wniośł przeprowadzony audyt – czy przyniósł korzyści, a jeżeli nie, to co było tego powodem. Ewaluacja samego audytu jest najczęściej wstępem do kolejnego audytu. Warto pamiętać, aby wnioski z ewaluacji zostały zapisane, ponieważ jest to wskazówka do postępowania na przyszłość, aby uniknąć tych samych błędów⁷.

⁷ Tamże

3. Ocena etyczna afery Dieselgate

Charakterystyka audytu etycznego

Szerokość audytu: grupę interesariuszy związanych z Aferą Dieselgate tworzą przede wszystkim zarząd grupy Volkswagen oraz konsumenci. Zaangażowane zostały również takie grupy jak pracownicy, instytucje rządowe, czy firmy współpracujące z marką. W konsekwencji działań firmy powstały również różnego rodzaju fundacje i stowarzyszenia osób poszkodowanych.

Głębokość audytu: Afera Dieselgate polega na szkodliwej dla środowiska działalności firmy Volkswagen. Obejmuje to zarówno oszustwo klientów, wspólników i pracowników, jak i niszczenie środowiska. Zarówno kwestia odpowiedniego postępowania wobec klientów i pracowników, jak i ochrony środowiska, były kwestiami poruszonymi w Kodeksie Etycznym.

Szczegółowość audytu: niniejszy audyt wykazuje niewielką szczegółowość, a jego głównym celem jest sprawdzenie, czy firma działała etycznie.

Metody przeprowadzenia audytu: analiza dokumentów o charakterze programowym (Kodeks Etyczny) w porównaniu do realnych działań firmy (m. in. informacje dotyczące Afery Dieselgate, informacje dotyczące działań firmy, artykuły prasowe), dyskusja grupowa.

Sytuacja firmy Volkswagen i Afera Dieselgate

Firma Volkswagen jest marką samochodów, produkowanych od 1937 roku przez niemiecki koncern Volkswagn AG. Ujawniony we wrześniu 2015 roku proceder zwany aferą „Dieselgate” wstrząsnął branżą samochodową i jest uważany przez wielu za największe oszustwo w historii branży motoryzacyjnej. Afera „Dieselgate” to nie tylko problem kwestii technicznych związanych z silnikami samochodów, ale także problem dotyczący ludzi, klientów, którzy wybierając produkt firmy Volkswagen, obdarzyli ją zaufaniem, które zostało wystawione na próbę. We wrześniu 2015 roku ujawniono, że w milionach pojazdów firmy Volkswagen, Audi, Skoda, Seat oraz Porche zostało zainstalowane oprogramowanie komputerowe, które służyło fałszowaniu wyników i pomiarów emisji tlenków azotu Nox z układu wydechowego do atmosfery. Dzięki niemu samochód rozpoznawał, kiedy znajduje się na rolkach i jest poddawany testom. Komputer pod maską, który otrzymywał sygnał,

że pojazd jest badany, sterował zachowaniem silnika w taki sposób, aby wyniki testów były optymalne. Oprogramowanie to nie zostało ujawnione w dokumentacji technicznej przedstawianej organom regulującym, certyfikującym i kontrolnym żadnym z państw, w którym firma Volkswagen produkuje bądź sprzedaje swoje produkty⁸.

18 września 2015 roku, gdy afra Dieselgate wyszła na jaw, Amerykańska Agencja Ochrony Środowiska (Environmental Protection Agency – EPA) wystosowała notę do niemieckiego koncernu o naruszeniu ustawy o czystym powietrzu (Clean Air Act). Okazało się, że zainstalowane oprogramowanie fałszowało wyniki dotyczące emisji spalin w taki sposób, aby wykazane wartości spełniały amerykańskie normy podczas wymaganych testów kontrolnych. Przeprowadzone dochodzenie wykazało, że wartości te w rzeczywistości były o 40 razy wyższe. Szacuje się, że około 11 milionów samochodów na świecie i pół miliona w Stanach Zjednoczonych wyprodukowanych między rokiem 2009 a 2015, posiadało fałszywe oprogramowanie. Przedstawione powyżej wyniki były efektem przeprowadzonych badań nad rozbieżnościami dotyczącymi emisji spalin pomiędzy europejskimi a amerykańskimi modelami pojazdów. Badania te zlecone zostały w 2014 roku przez Międzynarodową Radę Czystego Transportu (International Council on Clean Transportation). ICCT zakupiła również dane z dwóch innych źródeł. W maju 2014 udostępniła swoje ustalenia kalifornijskiej Agencji ds. Zasobów Powietrza (California Air Resources Board – CARB).

Od tego momentu koncern Volkswagen stał się celem dochodzeń w wielu krajach. Od koncernu zaczęli odwracać się kolejni klienci, a wartość akcji firmy spadła o jedną trzecią już parę dni po wybuchu afery. Szef rozwoju Audi Ulrich Hackenberg oraz szef badań i rozwoju Porsche Wolfgang Hatz zostali zawieszeni. Koncern Volkswagen ogłosił plan naprawy problemów emisji spalin oraz naprawy pojazdów, których ten problem dotyczył, w ramach akcji serwisowej⁹.

Porównanie zasad etycznych z faktyczną działalnością firmy

Afra Dieselgate związana jest z oszustwami dotyczącymi właściwości spalin i ich wpływu na środowisko. Na skutek tych działań firma Volkswagen złamała kilka punktów Kodeksu Etycznego. Punkty przedstawione poniżej są cytataми zaczerpniętymi bezpośrednio

⁸ Ewing J., 2017: *Szybciej, wyżej, dalej. Skandale Volkswagena*. Poznań

⁹ Afra Dieselgate - portal poświęcony tematyce Afery oraz pomocy poszkodowanym. Artykuł dostępny w Internecie: <http://www.dieselgate.com.pl/afra-dieselgate/>

z Kodeksu Etycznego firmy Volkswagen, który jest udostępniany w różnych językach, na stronach Internetowych marki:

- a) „Dzięki naszym produktom przyczyniamy się do tego, aby mobilność była przyjazna dla środowiska, wydajna i bezpieczna. W tym sensie przyszłość zobowiązuje nas do promowania mobilności w interesie dobra ogółu, indywidualnego zapotrzebowania oraz ekologicznych i ekonomicznych wymogów stawianych międzynarodowemu przedsiębiorstwu”.
- b) „Naszym wspólnym celem jest bycie numerem jeden wśród światowych producentów branży motoryzacyjnej oraz stworzenie ludziom na całym świecie możliwości korzystania ze zindywidualizowanej, zrównoważonej i bezpiecznej mobilności w oparciu o najwyższą jakość”.
- c) „Aby osiągnąć nasze cele: działamy odpowiedzialnie dla dobra naszych klientów, akcjonariuszy i Pracowników; przestrzegamy konwencji międzynarodowych, prawa i uregulowań wewnętrznych będących podstawą dla zrównoważonych i skutecznych działań ekonomicznych; działamy w zgodzie z naszymi deklaracjami; bierzemy odpowiedzialność za nasze czyny”.
- d) „Rozwijamy, produkujemy i dystrybuujemy samochody na całym świecie, aby zagwarantować indywidualną mobilność. Odpowiadamy za ciągłe doskonalenie naszych produktów, aby były coraz bardziej przyjazne dla środowiska i zmniejszały obciążenie zasobów naturalnych przy uwzględnieniu aspektów ekonomicznych. Udostępniamy światu zaawansowane i przyjazne dla środowiska technologie oraz wykorzystujemy je w całym cyklu życia naszych produktów. We wszystkich miejscach, w których zlokalizowane są nasze zakłady, jesteśmy partnerem dla społeczności i polityki w konstruowaniu socjalnego oraz proekologicznego trwałego rozwoju. Każdy z naszych pracowników dba o to, aby zasoby naturalne były wykorzystywane w sposób sensowny i oszczędny oraz aby jego działalność jak najmniej szkodziła środowisku”¹⁰.

Dowody na łamanie tych punktów ujawnione zostały wraz z odkryciem Afery Dieselgate. W zasobach mediów istnieje wiele artykułów i programów poświęconych łamaniu zasad, zagadnienia te omówił w swojej książce także Jack Ewing.

¹⁰ *Kodeks Etyczny firmy Volkswagen*: <http://docplayer.pl/5124809-Volkswagen-group-kodeks-postepowania.html>

Przede wszystkim w przytoczonych punktach kodeksu firma Volkswagen zwraca uwagę na zastosowanie technologii przyjaznych środowisku. Jak już wspomniano wcześniej, w aferze Dieseldgate zostało zastosowane oprogramowanie fałszujące wyniki emisji szkodliwych substancji do atmosfery, co jednoznacznie łamie postanowienia o działaniu na rzecz środowiska naturalnego oraz ekonomii użytkowania pojazdów¹¹.

Ewing zwraca również uwagę na to, że oprogramowanie fałszujące wyniki było wykorzystywane już wcześniej, między innymi do badań samochodów Audi, przez co praktyka ta nie budziła zdziwienia wśród pracowników¹².

Nie bez znaczenia jest również zaangażowanie firmy Bosch, która współpracuje ze spółką Volkswagen. Zarząd firmy Bosch nadesłał dokumentację informującą o nielegalności procedury do zarządu spółki Volkswagen, żądając podjęcia kroków prawnych, jednak sprawa została wyciszona. Zarząd Volkswagena zdawał sobie sprawę z nielegalności swoich działań zarówno na terenie Unii Europejskiej jak i Stanów Zjednoczonych, jednak nie zaniechał działań¹³. Tym samym złamał kolejne postanowienie kodeksu etycznego, przedstawione w tej pracy w podpunkcie c), w którym to zadeklarowano działalność zgodną z prawem i konwencjami, zarówno międzynarodowymi, jak i lokalnymi¹⁴.

Co istotne, Ewing zwraca w swojej publikacji uwagę, iż w istniejącym wówczas systemie pracy spółki nie istniała możliwość zgłaszania przez pracowników swoich wątpliwości etycznych, bez lęku o wyciągnięcie wobec nich konsekwencji¹⁵.

Wprowadzenie na rynek silników ze sfalszowanymi wynikami dotyczącymi zanieczyszczeń poprzedzała potężna kampania reklamowa, w której podawano jednoznaczne informacje o znikomym zanieczyszczeniu powodowanym przez te pojazdy. Deklarowano też niezawodność i wydajność, wyjątkową w kontekście produkcji niewielkiej ilości zanieczyszczeń¹⁶. Tak też kampania reklamowa była również niezgodna z rzeczywistością i okazała się wprowadzaniem klientów w błąd.

¹¹ Ewing J., 2017: *Szybciej, wyżej, dalej...*

¹² Tamże

¹³ Tamże

¹⁴ Tamże

¹⁵ Tamże

¹⁶ Tamże

Konsekwencje Afery Dieselgate

W wyniku zaistnienia Afery Dieselgate spółka Volkswagen boryka się z szeregiem negatywnych następstw swoich działań. Analiza materiałów prasowych oraz publikacji stowarzyszeń i fundacji osób poszkodowanych przez firmę, pozwala na wyszczególnienie niektórych konsekwencji Afery Dieselgate.

Stowarzyszenie osób poszkodowanych przez spółki grupy Volkswagen AG szacuje, że koncern poniósł straty rzędu 24,7 mld dolarów.. Według danych MarketWatch w pierwszym kwartale 2017 roku Volkswagen musiał znacząco ciąć koszty i redukować wydatki firmy. Dyrektor finansowy Frank Witter przyznaje, że producent tak łatwo nie wyjdzie na prostą. Kary finansowe nałożone na Volkswagena mogą skutkować odpływem gotówki i to w dziesiątkach miliardów euro w 2017 roku. Koncern musi kontynuować walkę o każdego klienta, a wobec poważnego kryzysu wizerunkowego, stanowi to nie lada wyzwanie¹⁷.

Kryzys wizerunku, który jest bardzo trudną sytuacją dla tak popularnej i cieszącej się zaufaniem konsumentów marki. Jest to koronny przykład, jak jedną decyzją można zniszczyć, to, co budowało się przez lata. Kryzys nie zniszczył marki, ale odbudowa zaufania będzie długą i żmudną pracą. Rządowe agencje regulacyjne prowadzą postępowania wyjaśniające we Francji, Włoszech, Niemczech, Hiszpanii, Holandii, Czechach i Rumunii. Europejski Bank Inwestycyjny (EBI) rozważał cofnięcie kredytów VW i prowadzi własne dochodzenie w tej sprawie¹⁸.

Do dnia 27 września 2015 zostały złożone co najmniej 34 pozwy zbiorowe w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie w imieniu właścicieli Volkswagen i Audi. Pozwy zawierają zarzuty oszustwa i naruszenia umowy, a także zmniejszenia wartości aut z silnikami diesla po naprawach, mających zapewnić spełnienie norm dotyczących emisji zanieczyszczeń, w związku z oczekiwanym spadkiem mocy silników i zwiększonym spalaniem paliwa. Na dzień 30 września 2015 roku co najmniej jeden pozew inwestorski ubiega się o status pozwu zbiorowego dla posiadaczy akcji Volkswagena American Depository Receipts. Został on złożony w Stanach Zjednoczonych, aby walczyć o odszkodowanie za spadek wartości akcji w wyniku skandalu emisyjnego. W dniu 7 października L. A. Times poinformował, że

¹⁷ Stowarzyszenie osób poszkodowanych przez spółki Volkswagen AG, 2017: *Poważne konsekwencje finansowe dla Volkswagena*. Artykuł dostępny w Internecie: <https://www.stopvw.pl/powazne-konsekwencje-finansowe-dla-volkswagena/>

¹⁸ Stowarzyszenie osób poszkodowanych przez spółki Volkswagen AG, 2016: *O Aferze Dieselgate*. Artykuł dostępny w Internecie: <https://www.stopvw.pl/wikipedia-o-aferze-vw-dieselgate/>

liczba złożonych pozwów zbiorowych wzrosła do ponad 230. W dniu 19 listopada 2015 roku ABC News Australia poinformowało, że ponad 90 000 właścicieli VW, Audi i Skoda w silniku diesla wniosło pozew zbiorowy przeciwko VW w sądzie federalnym w tym kraju¹⁹.

Akcje niemieckiego koncernu spadły o kilkadziesiąt procent w przeciągu kilku dni od ujawnienia afery, co spowodowało lawinę dymisji i zwolnień zaczynając od samego CEO koncernu.²⁰ W sprawie Afery ukarany pozbawieniem wolności na 7 lat oraz grzywną o wysokości 400 tysięcy dolarów został między innymi Oliver Schmidt, były menedżer biura Volkswagena do spraw inżynierii i środowiska w Detroit, który to przyznał się do wspomagania koncernu w oszustwach²¹.

Według wyników sprzedaży samochodów w 2015 roku, sprzedaż koncernu spadła w USA aż o 25%, a w Wielkiej Brytanii o 20%, z kolei w Niemczech spadek wynosił 2%. Spadki sprzedaży odnotowano mimo podjęcia przez koncern działań obejmujących między innymi serwis czy znaczne rabaty na wymianę wadliwych modeli. Autor artykułu zwraca również uwagę na negatywny wpływ kryzysu koncernu na gospodarkę całych Niemiec, a głównie Dolnej Saksonii, ze względu na jej 20 procentowy udział w akcjach Volkswagena. Także inne regiony Niemiec, a nawet innych krajów, gdzie koncern ma swoje fabryki i jest poważnym pracodawcą, mogą ucierpieć na skutek Afery²².

Propozycje działań mających na celu podnieść standardy etyczne firmy Volkswagen

Działająca w różnych krajach marka Volkswagen w celu odbudowania swojej reputacji musi podjąć działania mające na celu podniesienie standardów etycznych firmy. Volkswagen podjął już działania takie jak serwisowanie wadliwych pojazdów, rabaty na wymianę modeli samochodów oraz próby polepszenia wizerunku.

¹⁹ Tamże

²⁰ *Oszustwo Volkswagena a kodeks etyki inżyniera*, 2015. Artykuł dostępny w Internecie: <http://news.askengineers.pl/2015/09/30/oszustwo-volkswagena-a-kodeks-etyki-inzyniera/>

²¹ *Dyrektor VW usłyszy wyrok za udział w Dieselgate*, 2017: Artykuł dostępny w Internecie: http://motoryzacja.wnp.pl/dyrektor-vw-uslyszy-wyrok-za-udzial-w-dieselgate,312551_1_0_0.html

²² Poptawski K., 2015: Konsekwencje afery spalinowej Volkswagena. Artykuł dostępny w Internecie: <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2015-12-09/konsekwencje-afery-spalinowej-volkswagena>

W wyniku dyskusji przeprowadzonej w zespole autorów niniejszego audytu, wystosowano propozycje kolejnych działań, które może podjąć marka Volkswagen celem polepszenia swojego wizerunku, lepszego traktowania klientów oraz środowiska. Są to następujące rozwiązania:

- Stworzenie kampanii reklamowej – otwarcie omawiającej aferę, tak by każdy zainteresowany mógł otrzymać rzetelną informację od samej marki
- Dopracowanie silnika, stanowiącego główny problem afery – zaangażowanie w stworzenie modelu faktycznie przyjaznego środowisku i ekonomicznego.
- zmiana profilu produkcyjnego z technologii spalinowych na technologie hybrydowe i elektryczne
- stworzenie sieci baz ładujących dla samochodów elektrycznych i hybrydowych jako wyraz społecznej odpowiedzialności biznesu
- obniżanie kosztów produkcji samochodów oraz emisji zanieczyszczeń dzięki zastosowaniu odnawialnych źródeł energii.

Raport podsumowujący

Afera Dieselgate ujawniła nieetyczne postępowanie firmy Volkswagen, przejawiające się łamaniem licznych postanowień kodeksu etycznego obowiązującego w organizacji.

Firma Volkswagen jest popularną marką, znaną i poważaną na świecie, jest kojarzona z samochodami niezawodnymi i wytrzymałymi. Afera Dieselgate oraz związane z nią oszustwa wpłynęły negatywnie na postrzeganie marki w społeczeństwie. Wskutek łamania zasad etycznych zawartych w kodeksie spółki, firma Volkswagen poniosła i nadal ponosi konsekwencje, poczynając od konsekwencji prawnych w formie grzywien i kar, poprzez utratę zaufania klientów. Aby polepszyć swoją pozycję, spółka powinna bezapelacyjnie stosować się do wytycznych postawionych w międzynarodowym kodeksie etycznym spółki, a także podjąć działania dodatkowe, mające na celu polepszenie jakości środowiska jak i odzyskanie poszanowania klientów.

Źródła:

Literatura

Ewing J., 2017: *Szybciej, wyżej, dalej. Skandale Volkswagena*. Tłum. Szymański M., Poznań 2017

Stocki R.: *Audyt etyczny organizacji* [w:] *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, pod. red. naukową Gasparski W., Warszawa 2012, s. 28 – 43.

Źródła internetowe

Afera Dieselgate - portal poświęcony tematyce Afery oraz pomocy poszkodowanym. Adres dostępny w Internecie: <http://www.dieselgate.com.pl/afera-dieselgate/>

Dyrektor VW usłyszy wyrok za udział w Dieselgate, 2017. Artykuł dostępny w Internecie: http://motoryzacja.wnp.pl/dyrektor-vw-uslyszy-wyrok-za-udzial-w-dieselgate,312551_1_0_0.html

Kodeks Etyczny firmy Volkswagen: <http://docplayer.pl/5124809-Volkswagen-group-kodeks-postepowania.html>

Oszustwo Volkswagena a kodeks etyki inżyniera, 2015. Artykuł dostępny w Internecie: <http://news.askengineers.pl/2015/09/30/oszustwo-volkswagena-a-kodeks-etyki-inzyniera/>

Popławski K., 2015: *Konsekwencje afery spalinowej Volkswagena*. Artykuł dostępny w Internecie: <https://www.osw.waw.pl/pl/publikacje/analizy/2015-12-09/konsekwencje-afery-spalinowej-volkswagena>

Stowarzyszenie osób poszkodowanych przez spółki Volkswagen AG, 2017: *Poważne konsekwencje finansowe dla Volkswagena*. Artykuł dostępny w Internecie: <https://www.stopvw.pl/powazne-konsekwencje-finansowe-dla-volkswagena/>

Stowarzyszenie osób poszkodowanych przez spółki Volkswagen AG, 2016: *O Aferze Dieselgate*. Artykuł dostępny w Internecie: <https://www.stopvw.pl/wikipedia-o-aferze-vw-dieselgate>