

Korupcja w sektorze prywatnym – Badanie TI

Przez kolejne tygodnie września i października 2012 roku Transparency International stopniowo publikowała wyniki badania „Putting corruption out of business” dotyczącego opinii sektora prywatnego na temat korupcji.

Ankietowani przedsiębiorcy i pracownicy firm różnych branż i rozmiarów odpowiadali nie tylko na pytania dotyczące *łapownictwa* w biznesowych praktykach, ale również roli sektora prywatnego w zwalczaniu tego zjawiska oraz skuteczności obecnie stosowanych rozwiązań.

Pytania zadawane ankietowanym podzielono na 7 grup tematycznych. Najpierw zapytano przedsiębiorców o ich doświadczenia *korupcyjne* z ostatnich 12 miesięcy. Drugi zestaw pytań dotyczył przeszkód w skutecznym zapobieganiu *korupcji* w sektorze prywatnym. Respondenci mieli również ustosunkować się do pytania o poczucie moralnego obowiązku przeciwdziałania tego typu zjawiskom. W czwartej grupie pytań autorzy zainteresowali się gotowością zaangażowania się przedsiębiorców w *walkę z korupcją*. Następne 2 grupy poruszały kwestię funkcjonujących rozwiązań prewencyjnych w przedsiębiorstwach oraz potencjalnych, możliwych do wdrożenia praktyk. Ostatnie pytanie odnosiło się do oceny efektywności zewnętrznych inicjatyw *antykorupcyjnych* w sektorze prywatnym.

Zdaniem 27 procent ankietowanych, ich firmy przegrały rywalizację biznesową z powodu *korupcji*. Za główne przeszkody w walce z tą patologią respondenci postrzegali powszechną dla niej tolerancję oraz brak ścigania przez odpowiednie organy. Niemal 80 procent uważa, iż ich firma ma moralny obowiązek *walki z korupcją*, natomiast najpopularniejszym rozwiązaniem *antykorupcyjnym* jest przyjęcie kodeksu etyki pracownika. Audyt, w opinii największej liczby respondentów, jest najskuteczniejszym wewnętrznym rozwiązaniem przeciwdziałającym *korupcji*, natomiast dziennikarstwo śledcze uznane zostało za najskuteczniejszy środek zewnętrzny.

W przypadku Polski, nieco więcej, gdyż 32 procent respondentów spotkało się z *korupcją*. Za największą przeszkodę w zapobieganiu jej uznano zbytne pobłażanie tego typu zjawiskom ze strony

samego sektora prywatnego. Ponadprzeciętny w stosunku do wszystkich ankietowanych odsetek badanych uważa, że ich pracodawca jest moralnie zobligowany do działań *antykorypcyjnych* oraz samemu wyraża wolę działania. Polskie przedsiębiorstwa gorzej wypadają w kategorii funkcjonujących rozwiązań *antykorypcyjnych*. W tej części jedynie odsetek firm, w których funkcjonuje zakaz płatności mających ułatwiać kontakty biznesowe (tzw. facilitation payments), jest na poziomie zbliżonym do tego, który deklarowany jest przez inne badane państwa. Jest to zarazem najpopularniejsze rozwiązanie prewencyjne. Podobnie, jak odpowiadali respondenci z innych krajów, również w Polsce uznano, że najlepiej w ujawnianiu *korupcji* przez podmioty zewnętrzne, sprawdzi się dziennikarstwo śledcze. Jednakże za najbardziej pożądany środek wewnętrzny, odmiennie niż na świecie, uznano politykę *antykorypcyjną* firmy.

Badanie przeprowadzone zostało od maja do lipca 2011 roku. Wzięły w nim udział ponad 3 tysiące respondentów z 30 państw. Polskę reprezentowała grupa 100 przedsiębiorców z różnych sektorów.

[Zobacz raport](#)

