

ОТЗИВИ

ПОЛЕЗНА КНИГА ЗА СЪВРЕМЕННАТА БИЗНЕС-ЕТИКА

Наскоро излезе от печат книга по бизнес-етика¹ на доц. д-р Даниела Сотирова, водещ преподавател, търсен консултант от бизнеса и автор на редица публикации в страната по бизнес-етика. Тя е продиктувана от потребностите на времето. От една страна, развиващият се български бизнес предлага противоречиви примери – поводи за етичен анализ. В същото време академичният интерес в България към нови сфери на приложната етика като етика на Интернет-комуникациите, на ПР, на социалните грижи и др. породил потребността от по-задълбочен анализ на взаимовръзката между бизнес-етика и професионална етика. От друга страна, през тези години в международен план бизнес-етиката търпи изменение в много прагматична посока. Промените в глобалната бизнес-култура, намерили отражение в публикациите и консултантския опит по бизнес-етика, са наложили включването в последното засега издание на книгата на нови понятия, параграфи и цели глави, както и отпадането на някои примери и подробности.

Глобалната финансова, икономическа и социална криза през последните години неусетно, но бързо наложи преоценка на понятия и възгледи за пазара, бизнеса и парите. Световни политически и бизнес-лидери от двете страни на Атлантика заговориха за нова връзка между пазара и морала. Появиха се и се развиха самостоятелно нови подходи и стандарти за етичен бизнес, за социалноотговорен бизнес и за *духовност в бизнеса*. В този смисъл книгата е много актуална. Нейната значимост е още по-голяма, защото авторът, който е философ по образование, може би най-успешно сред другите колеги в страната ни успява да адаптира материята към спецификата на бизнеса, с което предизвиква оправдан интерес в икономическите среди към трудовете си.

В книгата са предложени разнообразни подходи за търсене на отговор на въпроси от бизнес-етиката. Защо етичните измерения на бизнес-отношенията днес се превръщат в стратегически императив за големия бизнес? Как действат етичните стандарти в специфичната за бизнеса социална и корпоративна среда? Как в нея се определят границите на морално допустимото поведение? Това е постигнато чрез анализ на съвременните принципи и понятия, предлагани в изследванията, преподаването и консултирането от доц. Сотирова по бизнес-етика. Основно внимание е отделено

¹ Даниела Сотирова. Бизнес етика. Луксът, който си заслужава, без да струва много. С.: Издателство на Нов български университет, 2009, 544 с. Книгата е четвъртото издание на първия български учебник по бизнес-етика от същия автор (Бизнес етика. С.: "Индустри идея", 1995).

на микро- и мезоетичните проблеми. Те са свързани с моралния избор и вземането на етични решения – индивидуални или групови в бизнес-организациите, в ситуации на нравствени дилеми в отношенията с клиенти, партньори, конкуренти, акционери, инвеститори, колеги или мениджъри. Положителна страна на книгата също е, че в нея се предлага богат практически ориентиран материал (case studies) по данни от специализирани издания и текущото ежедневие. Те имат за цел да култивират способности за аналитично и критично възприемане на конфликтите в бизнеса като етични дилеми и да развият умения за морална аргументация при избор на нравственоприемливо поведение.

В книгата са разгледани водещите традиции за етичен анализ и тяхната пригодност за осмисляне на характерни морални ситуации в областта на бизнеса. Така е аргументирана тезата, че бизнес-етиката не се изчерпва с бизнес-етикета, с външните прояви на учтивост и добро възпитание. Прибързано е и категоричното мнение, че поуките на бизнес-етиката се свеждат до десетина азбучни истини от рода на “личността трябва да се уважава” и “клиентът винаги е прав (цар)”. Всъщност в книгата се предлага отговор на въпроса кога да се доверим на тези истини, защо често е трудно да се ръководим от тях и кога е по-добре да загърбим подобни максими.

Представени са резултатите от най-новите проучвания и теоретични търсения на европейските и северноамериканските специалисти по проблема. Бизнес-етиката е обхваната в нейната разнопосочност, практическа ориентираност и интердисциплинен характер: в аспектите ѝ на *делова, трудова, организационна, професионална и мениджърска, кроскултурна етика*.

Основното определение на доц. Сотирова за бизнес-етиката е като “особена сфера на приложната етика, която изследва възможностите за прилагане на етичните стандарти в икономическата, деловата, организационната, търговската, професионалната и мениджърската сфера. Тя конкретизира разбиранията за морално правилно и неправилно, допустимо и недопустимо поведение в тях. Бизнес-етиката се фокусира около главния въпрос: *какви са и как е възможно да се прилагат етичните стандарти в институциите, политиките, индивидуалното и груповото поведение в сферата на бизнеса*” (с. 85). Бизнес-етиката помага да се формулират моралните въпроси, да се разберат алтернативите в търсенето на отговори и дори да се подпомогне вземането на собствено аргументирано решение. Тя търси възможно интегриране на нормативното, теоретичното и фактическото.

Книгата е структурно оформена в 20 глави, разделени в две части, разглеждащи съответно въпроси от теоретичен и приложен характер. В *първата част*, посветена на теоретичните въпроси около бизнес-етиката, най-напред е описано нейното формиране като нова научна и практическа област (за “рожден” месец се посочва ноември 1974 г. в САЩ). През последните три-четири десетилетия бизнес-етиката се разви като академична

област, обществена критика на бизнеса и социална институция. Авторът дефинира бизнес-етиката като “съвкупност от бизнес етични експертизи и инициативи за разбиране и оптимизиране на деловото поведение”. Механизмите за регулиране на етичните стандарти на бизнеса са форма на различна принуда (натиск), оказвани от обществото и общественото мнение.

Бизнес-етиката е по същество клон на приложната етика. Специфично за приложната етика е, че прилага класически или каквито и да е други етични теории и принципи към практиката на експертни, рискови, професионални, обществени дейности. Теоретичният анализ при нея няма за отправна точка търсенето на нещо безусловно и универсално, а крайната перспектива на конкретния случай. Тя се интересува от отклоненията и “частните случаи”.

Отделено е известно място на различията в бизнес-етиката в различните култури. Културният релативизъм и моралният (етически) релативизъм са два възгледа в хуманитарното знание, които подчертават относителния, изменчив характер на културните и моралните норми и дискутират тяхната несъпоставимост. В днешните времена на глобален бизнес и глобализация културните разлики се минимизират. С основание авторът подчертава, че в този културен контекст стават още по-важни уеднаквените, разбираеми и приемани от всички етични стандарти.

Моралът е дефиниран като съвкупност от принципи, които ориентират нашите съждения и поведение на основата на правилата, задълженията и ценностите. Те са наложени на индивидуалното и груповото съзнание като основаващи се на императива на доброто и правилното. Моралът е многомерно понятие, в което има три взаимозависими аспекта: мислене, поведение и емоции. Няма пряка връзка между моралните съждения и моралното поведение. Способността за морални съждения и морално поведение се развива в индивида, като тези въпроси са засегнати и в спецификата на аспекта мъже-жени.

Етичните принципи са едни от най-сложните и дискутирани проблеми на моралната философия. В книгата са разгледани три от тях – утилитаризъм, универсализъм (формализъм) и справедливост. Те като екстракт на теоретичното познание дават възможност за избор между полюсите на етиката на крайните резултати (добрите последици) или етика на добрите намерения и етика на индивидуалните ценности (свободата, либерализма) или етика на зачитане на общностните традиционни ценности (сигурност, комуникативност). Заслужено място в книгата намират въпросите за моралната отговорност в бизнеса, вкл. традиционните и новите представи за социалноотговорния бизнес, като се изтъква, че моралната и социалната отговорност са винаги труден избор.

Особен интерес представлява темата за корпоративната отговорност и международна бизнес-етика. Близък до тези въпроси е и този за морал-

ната и социалната отговорност на бизнеса към неговия потребител и клиент. Друг важен въпрос на бизнес-етиката е за пазара и конкуренцията на бизнеса. Според автора търсенето на оптимално съчетаване на икономическата изгода и изгодата на обществото е стратегия на етичния и социалноотговорния бизнес. Промяната в пазара и бизнес-средата води до появата на нови примери и разбирания за отговорно и безотговорно бизнес-поведение.

Втората част на книгата е посветена на конкретни теми, свързани с дейността на бизнеса: етика на парите, като се прави разлика между етиката на “правене на пари” и етиката на харченето на парите; моралните конфликти, при което е отделено внимание на социологическите, психологическите и мениджърските теории на конфликтите и е подчертано, че липсата на конфликти може да е признак на апатия и незаинтересуваност, а конфликтите насърчават промените в организацията; организационната етика – особености и фактори за етично поведение в организацията; професионалната етика като “еталон” за бизнес-етиката, защото поведението на професионалистите би трябвало да е ролеви модел (пример за подражание) в организацията. Правилно е отчетено, че в разнообразните трудови професии съществува несъвпадение и разминаване между търговската цена на професионалната услуга и качествено ѝ изпълнение съобразно професионалния идеал.

Разгледана е спецификата на академичната етика и е отбелязано, че деинтелектуализацията на академичната общност най-често за съжаление е и едновременно процес на деморализация на тази общност. Професията става “беззащитна” от некомпетентността на отделните си представители, което прави специфична връзката между отговорността на професионалната общност и отговорността на индивида в академичната етика. При етиката в обслужването се подчертава, че изграждането на доверителни отношения с потребителите е в основата на маркетинговото развитие на всеки бизнес днес.

Разгледани са също въпросите на етиката в консултирането, рекламата и т.н. Заслужено място намират проблемите за етичните кодекси, в които е фокусирана видимата част на бизнес-етиката. Етичният кодекс е писмен документ, от което произтичат неговите предимства и недостатъци като регулатор на професионални, делови, организационни и бизнес-отношения. Съдържанието и предназначението на етичните кодекси в бизнеса днес е многообразно и тясно обвързано с мисията, визията и стратегията на бизнес-организацията. Логично при въпросите на бизнес- и организационната етика се тълкуват понятията “лоялност”, “автономност” и “патернализъм”. За тях обаче липсва същностна характеристика като типове отношения в професионалната етика. Дадените определения за лоялност като: “един от синонимите на бизнес- и организационната етика”, “важно качество на живота в една бизнес-организация” и “израз на определено

отношение към нещо, което човек възприема и нарича “мое” или “наше” (с. 436) и “белег на организационния живот” (с. 437) са около същността му и в този смисъл непрецизирани. Засегнати са и въпросите на културната идентичност и бизнес-етикета, вкл. бизнес-етикет и кроскултурно общуване, културна специфика на деловото поведение на българина.

Особена актуалност създава интересът на автора към въпроса в условията на глобална икономическа криза днес има ли “етична рецесия” (с. 514). Анализът на глобалната криза дава пряко или косвено идеи за бизнес-етиката на микро- и мезоравнище, в т. ч. организационната и мениджърската етика. Доц. Сотирова констатира с основание, че етиката се оказва неработеща и поради доминиране на застинали представи, предизвикващи организационно загиване. Мисловните конструкции, които са били препятствие за организационната етика, според нея са такива като: краткосрочна ориентация на поведението; манталитет на сервилност, страх и сплашване на работното място; търсене на анонимни решения в работата; голяма толерантност към дребните лъжи в офиса; висока резистентност към отвращаващи действия на висшестоящи и др. Кризата налага преобразуването им от *“система за съгласителство и забрани” в система от ценности*. Усилията за промяна на тези мисловни конструкции, смята авторът, биха неутрализирали фундаментални причини за етичната рецесия.

Накрая е приложен кратък терминологичен речник по бизнес-етика. В него се обяснява значението на широко използвани в международната практика етични понятия, които са станали естествена съставка от езика на глобалния бизнес. Това спомага за по-лесното усвояване на материята и систематизиране на знанията.

Книгата представлява задълбочено, богато по съдържание и много полезно четиво за всеки изкушен в материята на бизнес-етиката и е предназначена както за студентите по икономическите и мениджърските специалности, така и за учени, хора в управлението на различни йерархични нива, специалисти и за всеки начинаещ или преуспял в бизнеса и кариерата си човек.

Ст. н. с. д-р ик. н. Росица Рангелова