

РОЛЯ НА БИЗНЕС ЕТИКАТА И СПРАВЕДЛИВОСТТА В БИЗНЕСА

Ключови думи: бизнес, етика, морал, справедливост, оценъчна функция, оценъчно-регулативна функция, формираща функция, бизнес-права, бизнес-загължения

I. Същност на бизнес етиката

Нарастващата роля на бизнеса в съвременния живот и усилията за рационализиране на обществените отношения пораждат бизнес етиката. Тя е предизвикателство както за бизнеса, така и за теорията. Бизнес етиката не противопоставя бизнеса на обществото, а напротив, като отчита особеностите на бизнеса, се опитва да го адаптира към обществото за постигане на баланс, който е еднакво важен за развитието и на бизнеса, и на обществото. Бизнес етиката се основава на специфично ценностно отношение към икономическата сфера и по-специално към бизнеса – визира ги не сами по себе си, а от гледна точка на социалното им значение. В същото време тя се занимава с ценностите в бизнеса анализира мястото и ролята им, систематизира ги и изследва възможностите за усилване на влиянието им в интерес на бизнеса и на обществото. С широкото си социално приложение и значение справедливостта е основна ценност за бизнес етиката и често дори се идентифицира с морала. Тя е критерий за оценка в бизнеса и регулативен механизъм на отношенията между бизнес агентите, независимо дали са хора, или институции.

Естествено, че става дума за прилагането на етиката към специфичната сфера на бизнеса. Бизнесът е начин, по който съществува съвременната икономика и е основна нейна характеристика. Той изразява икономическата активност на обществото. Днес бизнесът се е наложил като една от най-важните сфери на социалния живот. Поради голямото му значение, влиянието му се разпростира изключително широко и все повече социални сфери и области придобиват негови характерни черти и особености.

Понятието етика е не по-малко познато от понятието бизнес. Етиката е теоретичен модел за това, което е добро и правилно за хората в обществото или в определена негова сфера. Задачата на етиката е да постигне истината за морала като регулатор на обществения живот. Етиката е теория за това, което трябва да бъде, за да се постигне максималната възможна хармония в обществения живот. Тя оптимизира моралните ценности, норми и критерии, разбира се, без да ги цензурира. Подчертано приложният аспект на етиката,

насочен към оптимизиране на моралната регулация в обществото и във всяка негова сфера, е причината да се говори за приложна етика. Тя поставя акцент върху целите и механизмите, които етиката използва при прилагането си в различни области на социалния живот. Всяка обществена сфера има свои особености и цели, които обуславят различията в моралните ценности и механизми, които я регулират. Когато се прилага към определена социална област, етиката анализира и систематизира установилите се в нея морални ценности и норми, като същевременно се опитва да им оказва целенасочено въздействие. По този начин приложната етика фактически рационализира и оптимизира действащия в дадена сфера морал.

Бизнес етиката не е просто една от професионалните етики, защото бизнесът е съвкупност от множество професии и самият е особена и значима социална сфера. Бизнес етиката е насочена към анализ на общото, което свързва всички тези професии и ги прави бизнес, от една страна, а от друга – към изследване и оптимизиране на отношенията в специфичната сфера на бизнеса. В контекста на значението на понятията *бизнес* и *етика* става ясно, че се разкрива като една приложна етика с изключително значение за съвременното общество, където бизнесът е изразител на икономиката. Големият интерес към бизнес етиката в наши дни се дължи на необходимостта от рационализиране на човешкото поведение и отношения в най-важните обществени сфери, към които безспорно принадлежи и бизнесът.

Съчетанието *бизнес етика* на пръв поглед изглежда странно, защото двете му съставни части принадлежат към различни сфери. Бизнесът има ярко изразен икономически смисъл. Там основната насоченост е към печалба, конкуренция, грижа за себе си, постигане на собствения интерес. В същото време етиката, както и моралът, се отнасят към съвсем различни ценности, свързани предимно с духовно извисяване, правене на добро, съгласуване на интересите, грижа за другите. Това обаче не означава, че етиката няма отношение към бизнеса. Моралът в бизнеса е адаптиран към неговите особености и може да се каже, че бизнесът има свой морал, със свои основни ценности, принципи и модели на поведение. Именно с тях на теоретично равнище се занимава бизнес етиката. Тя систематизира най-адекватните морални норми, които спонтанно са се установили и наложили в бизнеса, както и тези, които би трябвало да действат в него, за да бъде той по-ефективен и обществено приет. Бизнес етиката е това специално и адаптирано приложение на общочовешки морални стандарти и етически концепции към особената сфера на бизнеса. Тя фиксира, анализира и предлага решения на проблемите, от аксиологичен и морален характер, които възникват в бизнеса.

Съществува мнение, че понятията бизнес и етика са толкова различни и несъвместими, че тяхното съчетаване води до непреодолимо противоречие. Те имат различна насоченост, бизнесът към печалба, а етиката към правене

на добро. Тезата за несъвместимостта между бизнеса и морала е резултат от неправилен подход при тяхното сравняване, защото се акцентира единствено в различията. Между тях съществуват и общи неща, най-значимото измежду които е необходимостта и в двете сфери да се съчетават индивидуалните и общите интереси. Обществото е потребител на бизнеса и затова той насочва усилията си към него. Ако субектите на бизнеса преследват единствено собствените си интереси за печалба и не се съобразяват с обществените интереси, те не биха могли да осъществяват нито печалба, нито бизнес. В този смисъл бизнесът има много общо с целта, която и моралът преследва – съгласуване с общественият интерес. Зависимостта на бизнеса от обществото и необходимостта от съответствие между егоистичната цел за печалба в бизнеса и обществените интереси са предпоставки, върху които се изгражда идеята за социалната отговорност на бизнеса. Бизнес етиката от своя страна се основава на социалната отговорност на бизнеса и на приложението на справедливостта в него.

Възникването на бизнес етиката е резултат от развитието на бизнеса и от осмислянето на икономическата среда. Обособяването на бизнес етиката като част от приложната етика се отнася към 70-те години на XX век, когато започва издаването на материали от научни конференции, посветени на тези проблеми. Логично възниква въпросът защо толкова късно, едва в наши дни, се появява тази приложна етика. Отговорът може да се потърси в две посоки. От една страна, причината е в развитието на самият бизнес – днес той е явление с изключителна важност за съвременното общество. От друга страна, възникването на бизнес етиката е естествен резултат от осмислянето на икономическата реалност най-вече в икономическата теория. Проблемите на бизнеса се превръщат в социално значими, защото вече не занимават само икономическите субекти, които го осъществяват, а цялото общество. Това обяснява стремежа на обществото да влияе допълнително върху развитието му в желаното направление. Целта е да се постига по-голяма икономическа ефективност, като едновременно се защитават социалните интереси и ценности. В много случаи обществото оценява бизнеса като сфера на несправедливост. Но заедно с това се появява и стремежът той да се превърне в по-справедлив. Такава промяна естествено не може да се осъществи от само себе си, а изисква допълнителни, съзнателни и целенасочени човешки усилия. През 70-те години на XX век мениджмънтът на бизнеса узрява за идеите да се използва бизнес етиката като средство за постигане на целите. Бизнес етиката се насочва към увеличаване на общественото благо чрез усъвършенстване на бизнеса. Тя изисква използването на взаимоприемливи за всички хора в обществото средства при постигането на икономическите цели в бизнеса. Понятието „справедливост“ в бизнеса започва да става приоритет най-вече на бизнес етиката. В него се срещат твърде различни изисквания и интереси: на собствениците на бизнеса, на неговите управители, на трудовата сила, на потреби-

телите, на обществото като цяло. Всички те имат права, които трябва да бъдат гарантирани. Втората посока, в която трябва да се търсят предпоставките за възникването на бизнес етиката, е свързана с теоретичното осмисляне на икономиката и на бизнеса като реалност. В голяма степен бизнес етиката е резултат от развитието на икономическото мислене, което анализира бизнеса и неговото място в обществото.

Бизнес етиката се основава и на механизмите и критериите на справедливостта, като търси възможности за нейното прилагане и реализиране в икономическата сфера. Отнесена към бизнеса, справедливостта добива нови измерения. Тя не е само синхрон между продавача и купувача, а означава цялостно хармонизиране на интересите, от една страна, вътре в бизнеса, а от друга – между бизнеса и обществото. Основните принципи на новия управленски модел са свързани с предоставянето на самостоятелност, възможности за творческа изява и демократично управление в бизнеса. Това изисква делегиране на доверие от страна на мениджърите към работниците, за да могат те да се включат мотивирано в постигането на икономическите цели на организацията. И тъй като доверието невинаги е институционализирано като акт, тези отношения не могат да се регулират юридически в цялата им дълбочина, многообразие и сложност. Моралът е най-добрият начин за постигане на баланс в посочените отношения. Моралът в бизнеса се стреми да стимулира моралните заложби, които са налице у всеки човек. Той разчита особено много на привързаността на хората към значими цели и на амбицията за постигането им, на чувството за дълг към обществото и към собствената бизнес общност, на творчеството и самостоятелността при избора на поведение и на готовността за поемане на отговорност, на човешкия стремеж към съвършенство и добро. Бизнес етиката анализира и доразвива съществуващите достижения на морала в бизнес практиката и чрез теоретични изводи и предписания допринася за насочването и усилването на неговото въздействие в бизнеса.

II. Бизнес етиката и справедливост в бизнеса

Бизнес етиката има отношение към целия бизнес. Но нейната роля и значение са различни, когато той се разглежда в макро и в микроплан. Това произтича от различните възможности за влияние, които моралът има в различните сфери на обществения живот и засяга най-вече възможностите за прилагане на *оценяването* и *регулирането*, които са същността на моралното действие в обществото. И тъй като бизнес етиката анализира, систематизира и насочва от теоретична гледна точка морала, това обуславя различното ѝ въздействие върху бизнеса на макро- и микроравнище.

Моралът *оценява* социалните факти като ги сравнява с моралните ценности и норми. Когато те им съответстват, оценката е положителна и тези факти се оценяват като добри, правилни или справедливи. Оценката не само

показва отношението на моралните субекти към действителността от гледна точка на значението ѝ за човека и обществото. Тя същевременно се превръща в мотиватор на поведението за промяна на съществуващото в определена посока – към постигане на по-голямо съответствие с основните морални параметри. Чрез естественото преминаване на оценките в морални норми, те се трансформират и в регулатор на човешкото поведение. Моралът *регулира* отношенията и поведението в обществото като ги подчинява на установени ценности и норми. Тези две основни функции на морала – оценяване и регулиране – са свързани една с друга. Така оценяването предизвиква регулиране, а регулирането от своя страна се опира на оценяването.

За разлика от широката приложимост на оценяването, регулативната функция на морала има по-тясно и комплицирано приложение. Тя не може винаги да се прилага директно и непосредствено. Моралът регулира пряко само човешкото поведение и отношенията между хората. По отношение на обществените явления регулирането е предимно опосредствано. То става възможно най-вече чрез индивидуалното поведение на моралните субекти или чрез институциите на други регулативни системи – правото и политиката.

III. Роля на бизнес етиката и справедливостта за бизнеса на макроравнище

Когато бизнесът се разглежда на макроравнище, се има предвид макрорамката на цялата икономическа система и мястото на бизнеса в нея. Включват се всички основни елементи на икономическата система, които изразяват нейната същност и я правят това, което фактически тя е. Това засяга изобщо ролята на човешкото поведение в цялостната икономическа система, а също и възможностите, които то има да влияе в нея – от една страна, като я изгражда и я прави да функционира, а от друга – като се опитва да я променя чрез съзнателно въздействие.

На макроравнище моралът присъства най-вече с *оценъчната си функция*. Всички факти в икономическата система подлежат на морална оценка най-често от позициите на справедливостта. Същността на справедливостта, като хармония, гарантиране на права и съответствие, намира оптималното си приложение в макрорамката на икономиката.

На макроравнище от позициите на справедливостта се оценяват както установените принципи, на които се базират всички тези съответствия, така и реалните възможности, които конкретната икономическа система предоставя за фактическото им приложение.

Моралната оценка засяга всички компоненти на икономическата система (като най-значима за обществения живот изобщо) и изразява морално заинтересованото отношение на хората към нея. Оценката е съобразена не само с абстрактни морални ценности и принципи, но и с реалните особености

на икономическата сфера, които тя се опитва да съчетае с идеалния модел на съвършените обществени отношения. Това налага изработването на специфични критерии за морална оценка в икономическата сфера. Те са съобразени с основните икономически изисквания за ефективност, развитие, печалба.

Когато определени елементи от икономическата макрорамка се оценяват положително от позициите на морала, в обществото се формира стремеж за тяхното съхраняване и развитие. И обратно – отрицателната морална оценка е сигурен знак, че тези икономически формирания подлежат на промяна. Но промяната не зависи единствено от доброто желание и дори от съзнателните усилия на хората. Необходими са също и обективни условия за нейното осъществяване. Дори когато някои елементи от икономическата среда са крайно неприемливи от морална гледна точка, тяхното премахване е невъзможно, тъй като те са част от обективната икономическа даденост или начин, по който системата съществува (например конкуренцията). Затова те се приемат като формална справедливост – нещо, което характеризира икономическата система откъм нейната същност и затова е неотделимо от нея или нещо, което е условие за нейното съществуване.

Идеалната справедливост се оказва недостижим обществен идеал най-вече по отношение на икономиката. Затова човечеството приема като даденост съществуването на икономически системи, които съдържат елементи на несправедливост. Невъзможността на макроравнище да бъде прилаган принципът на равенството, като основен принцип на справедливостта, най-често става причина за оценяването на икономическите факти като несправедливи. Икономическото неравенство, което води до задълбочаване на социалното неравенство изобщо, има своите дълбоки корени и основания в икономическата структура на обществото и в нейното съществуване и развитие. Равенството на това равнище се разбира по-скоро като равенство на възможностите, които икономическите субекти имат по принцип. Затова икономическата справедливост допуска съществуването на неравенство, но изисква то да бъде, първо, разумно използвано в интерес на всички хора и второ, да дава равни възможности за всички хора.

Поради посочените особености на икономическата система, регулативната функция на морала е значително по-слабо застъпена на макроикономическо равнище. Не само логиката, но и историята доказват, че човешкото желание да се променя икономическата система единствено с механизмите на морала е утопия. Значението на моралните оценки обаче е голямо, защото те помагат да се разбере и осмисли икономическата макрорамка като цяло от позициите на човешките ценности, идеали и цели. Именно това е изходната точка, от която разумно могат да се преценят възможностите за съзнателно въздействие на човека в икономическата среда.

IV. Роля на бизнес етиката и на справедливостта за бизнеса на микроравнище

На микроравнище се фокусират детайлите на голямата макроикономическа рамка. Акцентът се поставя върху поведението на отделните икономически агенти – индивиди, фирми, корпорации, правителствени и други институции, които фактически са компоненти на икономиката. На микроравнище бизнесът всъщност е практиката на взаимоотношенията между икономическите субекти. Това е реализацията на принципите на икономическата система в конкретно време и място и от конкретни хора.

Именно защото икономическото поведение на отделните субекти е основното съдържание на микроикономическото равнище, моралът има ярко присъствие и влияние в него. Тук той най-пълно се изявява цялостно с оценъчно-регулативните си функции, като и оценката, и регулирането са изключително силно представени и взаимно се обуславят.

На микроравнище моралът присъства с *оценъчната си функция*. Всяко поведение на икономическите субекти се оценява като справедливо или несправедливо в зависимост от това дали допринася за поддържане на установения икономически баланс и дали се вписва в общата икономическа макрорамка. Оценканият анализ включва също съответствието на поведението с формалната справедливост, т.е. с установените в икономическата система, в действащото право и в морала: принципи за справедливост, критерии за разпределение, установени еквиваленти за съизмерване, начини за коригиране на нарушения баланс, механизми за възмездяване и компенсиране на причинени щети и пропуснати ползи и т.н. На микроравнище оценката за справедливост се основава и на степента, в която се спазва договореното между икономическите субекти.

Моралната оценка на микроравнище засяга цялостното икономическо поведение на отделните агенти и всички отношения, в които те влизат помежду си при осъществяване на конкретната си дейност. Характерно за бизнеса е, че оценката обикновено се отнася главно *към резултатите* от дейността. Но тя засяга също *начина*, по който се осъществява дейността и *принципите*, на които се подчиняват отношенията с другите икономически агенти. За разлика от останалите обществени сфери, на морална оценка обикновено не подлежат мотивите за икономическа дейност. Това се налага от факта, че те „по определение“ са мотиви за печалба – всяка икономическа дейност, поведение или постъпка е насочена към печалба и се извършва заради нея. В този смисъл е нелогично да се търсят, изискват или налагат морални ценности като мотиватори на икономическото поведение. Ако едно поведение се обуславя от моралните мотиви за допринасяне на добро или грижа за другите, то вече не е строго икономическо поведение, а по-скоро е свързано с благотворителност. Не случайно в ежедневието се казва, че в бизнеса се правят пари, а в морала – добро и на базата на тези техни особености те се противопоставят.

Това, разбира се, не означава, че в бизнеса не се прави нищо добро и, че в него няма място за морални критерии. Моралът е приложим в бизнеса с опита си да балансира интересите, които се срещат в него. Въпреки че моралната оценка не засяга мотивите за бизнес, тя се прилага към неговите резултати и изразява доколко те удовлетворяват, от една страна, интересите за печалба на хората в бизнеса, а от друга – интересите за задоволяване на определени потребности на обществото, като потребител на бизнеса. Отнесена към бизнеса на микроравнище, оценката за справедливост не се интересува от това, че бизнесът е мотивиран от егоистична (неморална) цел за печалба. За нея определящо е *значението на постигнатите резултати* както за хората в бизнеса, така и за обществото.

Моралната оценка не засяга само основната цел на бизнеса да печели и да бъде ефективен. Тя се отнася и към *средствата*, които той използва за постигането ѝ. Така всеки отделен акт в бизнеса подлежи на оценка, защото се разглежда като средство за постигането на основната цел – печалба. От морална гледна точка е недопустимо използването на всякакви средства в името на достигането на целта. Средствата трябва да са адекватни на целта, но същевременно да съответстват на основните ценности в обществото и да са взаимно приемливи за всички страни, които имат отношение към бизнеса. При тази необходимост за съотнасяне с ценностите, с целите, с желаните резултати и т.н., най-приложима е моралната оценка, свързана със справедливостта, защото тя съдържа адекватни критерии за подобно съизмерване. Именно чрез справедливостта целите и средствата в бизнеса не само се съизмерват и оценяват, но и се съгласуват. По този начин оценъчната функция на морала подпомага бизнеса, защото допълва чисто икономическите критерии за оценка, свързани с ефективността, растежа, развитието.

Освен че оценява икономическите параметри, моралът присъства на микроравнище и с *регулативната си функция*. Това е разбираемо, тъй като става въпрос за *поведението* на множество икономически агенти, които си поставят определени цели, подбират средства за постигането им, извършват избор, постигат определени резултати, непрестанно влизат във взаимоотношения едни с други. Моралът, със специфичните си механизми, е един от най-адекватните начини за регулиране на поведението. Причините са две – моралът е предпочитан начин за поведенческо регулиране от самите икономически субекти, а освен това на прилагането му държи и обществото, в което (и заради което) се развива бизнесът.

Икономическите субекти имат подчертан интерес от установяването на справедливи отношения помежду си. И не само заради това, че всички те са хора (или групи от хора) и като такива са съпричастни към моралните ценности и цели. От чисто прагматичната гледна точка на икономическото мислене това улеснява стопанските взаимоотношения и допринася за

постигането на баланс и по-голяма ефективност. Моралът е рационален начин за допълнителна съзнателна намеса в икономическите отношения и същевременно има предимството, че борави с познати за всички хора механизми и средства. Той осигурява в сферата на бизнеса нещо, което никоя друга регулативна система не може да осигури – *добросъвестността*, с която се извършват всички дейности. Нищо друго не е в състояние да принуди човека в бизнеса да дава всичко от себе си и да извършва нещата по най-добрия възможен начин, освен ако той сам, като морален субект, не се самопринуди за това. Моралните механизми се установяват като надеждно средство за координиране на икономическите отношения на микроравнище. Разбира се, в сферата на бизнеса те придобиват определена специфика, защото по необходимост трябва да съответстват на неговата същност и на основните му цели.

Моралът въздейства в бизнеса на микроравнище чрез използването на двете си основни функции – оценъчно-регулативна и формираща. С *оценъчно-регулативната функция* моралът допринася за постигането на баланс вътре в бизнеса и между бизнеса и обществото. Както беше посочено, тази функция е еднакво важна и за хората в бизнеса, и за цялото общество. Въпреки че като го регулира, моралът налага определени ограничения върху бизнеса, той не е пречка за ефективността. Ограниченията благоприятстват развитието на бизнеса и му осигуряват адекватно приемане в обществото. Именно затова съвременният мениджмънт гледа на морала като на средство за постигане на икономическа ефективност и активно го използва в управлението за оценка и регулиране на поведението. Вторият начин за въздействие на морала в бизнеса е свързан с неговата *формираща функция*. Моралът формира у хората в бизнеса известни ценности, качества, умения, убеждения, навици и способности, които допринасят за увеличаване ефективността на икономическата им дейност.

Обществото като цяло също се опитва да оказва регулиращо въздействие върху бизнеса не само с икономическите механизми на платежоспособното търсене, но и със средствата на морала. То приема бизнеса като общественополезен и важен социален факт и затова се опитва да го моделира в определена посока и да защити своите интереси. За обществото бизнесът е не само средство за задоволяване на потребностите му, но и носител на морална отговорност за избора на конкретните начини, по които постига това. Към него се предявяват редица изисквания и задължения и само изпълнението им осигурява приемането на всеки отделен бизнес от страна на обществото. Непрестанният социален контрол, който се упражнява върху бизнеса, на пръв поглед го ограничава, фактически обаче повишените изисквания на обществото за по-добро качество на производството и услугите, за адекватен подбор на средствата в бизнеса, за опазване на природната среда, за икономично изразходване на суровините и т.н. стимулират неговото развитие.

Съвременното бизнес-управление също се базира на морала заради двустранния интерес към него като оценъчно-регулативна система – от страна на хората в бизнеса и от страна на обществото. Критериите на справедливостта се превръщат в ефикасно средство за мениджмънта. Те се използват в стратегическото планиране, във взимането на всяко управленско решение, в качествените анализи на целите и получените резултати, в налагането на положителна представа за бизнеса в обществото. Тези критерии стават основа на маркетинга, който преследва постигането на максимална ефективност в бизнеса. Чрез тях се предотвратяват или разрешават възникващи конфликтни ситуации. Справедливостта засяга отношенията на всички нива и между всички субекти в бизнеса – както вътрешноорганизационните отношения и съпровождащите ги проблеми, така и отношенията с всички останали субекти в бизнеса.

Освен че действа като неразделна част от морала в бизнеса, справедливостта усилва своето приложение и като се налага чрез юридическите закони, предназначени да санкционират отношенията в тази сфера.

Чрез правото най-осезателно се проявяват усилията за допълнителна съзнателна намеса и влияние върху бизнеса от страна на човека и в полза на обществения интерес. В основата на законите се полагат широко възприети обществени ценности, критерии, идеали, основни човешки и граждански права. По този начин съзнателно и целенасочено в бизнеса се „внедрява“ определено разбиране за социална справедливост и то става задължителен критерий за регулиране на отношенията в тази сфера. Отговорността за изработването и спазването на законите поема държавата и в този смисъл тя се очертава като един от влиятелните икономически агенти.

За бизнес етиката справедливостта означава всичко онова, което, от една страна, балансира отношенията в бизнеса, а от друга – отношенията между бизнеса и обществото. И тъй като балансът се постига главно със средствата на правото и морала, тя включва в себе си изискването за зачитане както на съществуващите закони, така и на основните морални норми и ценности, приложими към бизнеса. Да се постъпва справедливо в бизнеса означава да се спазват и законите, и моралните норми. Справедливостта включва също съответствие на бизнеса с основните ценности, цели и идеали на обществото. Справедливостта е свързана и със зачитането на човешки права. Това означава зачитане в еднаква степен правата на всички, имащи отношение към бизнеса – правата на всеки в бизнеса за свободна инициатива и печалба; правата на трудовата сила за достойно съществуване, заплащане и развитие; правата на цялото общество за живот, свободен избор, задоволяване на потребностите. Справедливостта в бизнеса все повече се свързва с организационният хуманизъм, с демократизма на управлението, със зачитане и стимулиране на човешките стремежи за развитие и самореализация. Справедливостта се отнася и към всички форми на разпределение, които изграждат

бизнеса – разпределение на трудовите задължения, на отговорностите, на пазарите, на печалбата. Пропорционалното равенство е най-често използваният принцип на справедливостта в бизнеса, уточнен от критериите „според заслугите“ и „според потребностите“. Освен с разпределение, справедливостта в бизнеса е свързана и с преразпределение на средства, продукти, фондове и пазари, което се осъществява най-вече от държавата. Държавата влияе в макроикономическата среда, следвайки определени принципи и използвайки закони и морални механизми за реализацията на своята икономическа политика. Концентрирайки се върху справедливостта в бизнеса и неговата социална отговорност, бизнес етиката разкрива своята полезност – качество, което особено се цени в обществото. Чрез нея в бизнеса навлизат изисквания от страна на обществото, които защитават неговите интереси и права. Затова от позициите на обществото съществуването на бизнес етиката, с нейните нормативни и ценностни ограничения за бизнеса, е справедливост. Но тъй като задачата на бизнес етиката не е единствено да хармонизира бизнеса с обществените интереси, а и да го направи по-ефективен, тя се цени и от модерното бизнес управление. Добрият мениджмънт разчита на нея и я предпочита по чисто прагматични съображения. Тя прави бизнеса по-ефективен чрез взаимното зачитане на интересите, което налага като справедливост.

Основно нейно предимство в аспекта на полезност е, че е най-евтиният регулатор, който може да се използва в бизнеса. Тя е лесно усвоима от хората, като икономически агенти и прилагането ѝ е въпрос на техен личен свободен избор. В този смисъл е важно те да са убедени в нейната полезност. Тя не притежава институциите и задължителността на правото, но именно това позволява да се пестят време и пари, които съпровождат дългите правни процедури. Затова мениджмънтът е убеден, че приложимостта на етиката в бизнеса трябва да се стимулира и да се ослани най-вече на изграждането на традиции. Добрите професионалисти в бизнеса прибегват до възможностите на бизнес етиката за решаването на много възникнали проблеми и конфликти и особено за тяхното предотвратяване. Много се цени превантивната насоченост на бизнес етиката – спазването на нейните правила позволява предотвратяване на конфликтите, които иначе изключително затормозяват бизнеса и му вредят. Друго предимство на бизнес етиката е, че нейното присъствие в бизнеса осигурява предсказуемост на икономическото поведение, което е много важно за дългосрочното планиране, вземането на управленски решения и икономическата сигурност. Освен това тя внася „човешка“ атмосфера на общуване в бизнеса, защото адаптира и налага общочовешки ценности в него. Това е важно, защото в бизнеса икономическите интереси непрекъснато противопоставят и разделят хората, което затруднява общуването. Бизнес етиката има обединяваща роля за икономическите субекти и защото помага да се преодолява противопоставянето между тях, базирано на различните

културни традиции и морални ценности, с които те са свързани като хора. Тя се налага като общ код на поведение, който е едно специфично рационално и взаимноприемливо „споразумение“, валидно за хората в бизнеса и преодоляващо културните им различия. Това им позволява при икономическото общуване да се издигнат над своите национални, религиозни и личностни морални различия и да използват еднакви ценности и критерии. В съвременното плуралистично общество, където трудно се постига единомислие по въпроса, кое е добро и зло, и при нарастващата глобализация на бизнеса, това е особено ценно. Бизнес етиката се опитва да замени конфронтацията в бизнеса с диалог и модели на сътрудничество.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. **Месконе М., Майкъл Алберт, Франклин Хедоури.** Основи на мениджмънта. Москва: Дело, 1999.
2. **Станчева, А.** Основи на управлението. Варна: Стено, 2003.
3. **Александров, К.** Стратегическо управление на организации и фирми. София: Тракия-М, 2005.
4. **Тофлър, А.** Трусове във властта. София: Народна култура, 1996.
5. **Ненов, Т.** Стратегически мениджмънт. София: ИК “Тедина”, 1996.
6. **Ангелов, Ан.** Основи на мениджмънта. София: Тракия-М, 1998.