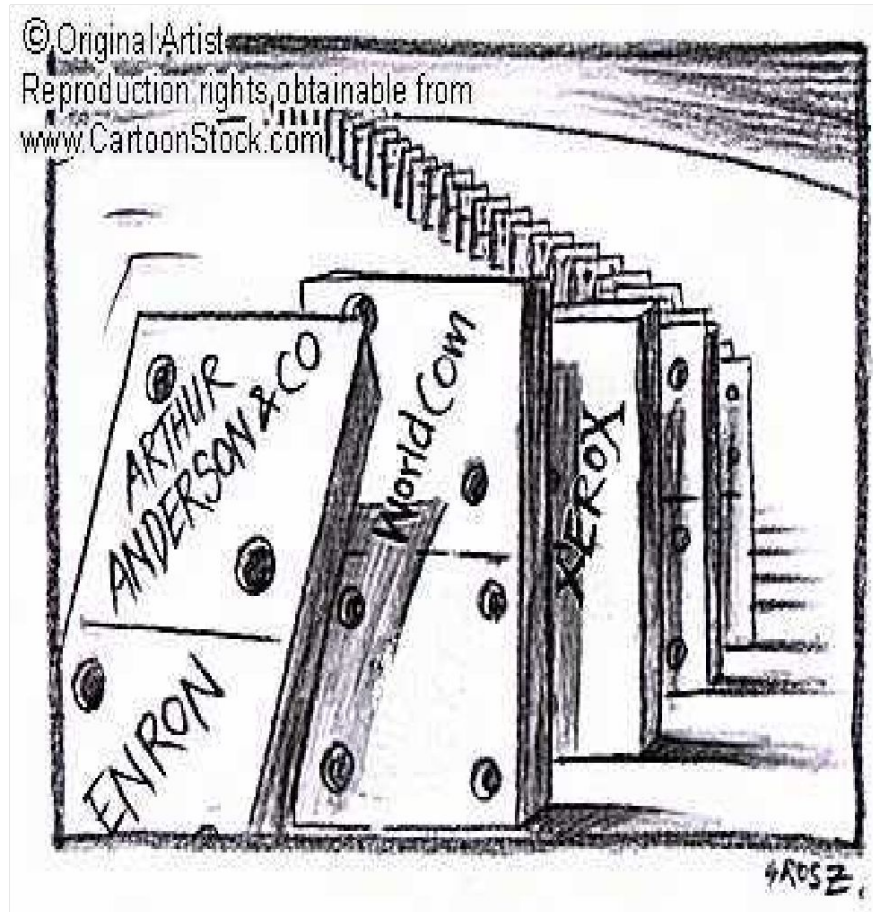


Бизнес етика и корпоративна социална отговорност



Съдържание

◆ Бизнес етика

- Четири преспективи на етиката
- Основни етични ценности в бизнеса
- Защо се отделя голямо внимание днес на бизнес етиката?
- Етика в маркетинга, финансите
- Етика в международния бизнес



Съдържание (2)

- ◆ **Вземане на етични решения и Етичната теория**
 - **Етични принципи в бизнеса**
 - **Етика и лични интереси**
 - **Етичен релативизъм**
 - **Подходи за етична оценка**
 - **Вземане на етични решения**
 - **Етиката като съвършенство**

Съдържание (3)

- ◆ **Корпоративна социална отговорност**
 - **Обхват на корпоративната социална отговорност**
 - **Два модела за корпоративната отговорност**
 - **Отговорност за продукта**
 - **Етични проблеми на ценообразуването и рекламата**
 - **Отговорност за опазване на околната среда**

Съдържание (4)

- ◆ **Етика в международния бизнес**
 - ◆ **Межкултурни етични проблеми**
 - ◆ **Корупцията в международния бизнес**
 - ◆ **Подходи при решаването на межкултурните етични конфликти**
- ◆ **Обобщение**



След тази лекция трябва да:

- ▶ **Разполагате с рамка от критерии за разпознаване на етичното поведение в международния бизнес**
- ◆ **Разбирате значението на етичното поведение за организациите**
- ◆ **Дискутирате перспективите за изучаване на етиката и аргументите за етичен релативизъм и универсализъм**



След тази лекция трябва да:

- ◆ **Разбирате** различните аспекти на корпоративната социална отговорност
- ◆ **Знаете** как етиката влияе върху индивидуалното поведение в организацията
- ◆ **Разполагате** с методи за решаване на межкултурни етични конфликти

Етика

- ◆ **Морални стандарти, които не се управляват със закони и са фокусирани върху последиците от действията на хората**
- ◆ **Всяко поведение, което е съзнателно, свободно избрано, пряко или косвено засяга чужди интереси. Това поведение има етически аспект, независимо от мотивите, които го предизвикват**



Морален избор



- ◆ **Избор на поведение**
- ◆ **Избор на ценности, които се използват като критерии за оценка на поведението**
- ◆ **Морална дилема или морален конфликт**

Обичайна срещу нормативна етика (1)

- ◆ **Обичайна етика:** Морални ценности, принципи, норми и методи за оценка на индивидуалното поведение и обществените ангажименти (*Развива се чрез социокултурни практики и институции*)
- ◆ **Нормативна етика:** Идентифициране, разясняване, обясняване и аргументиране на моралните ценности, принципи, норми и методи, използвани за оценка на индивидуалното поведение и обществените ангажименти

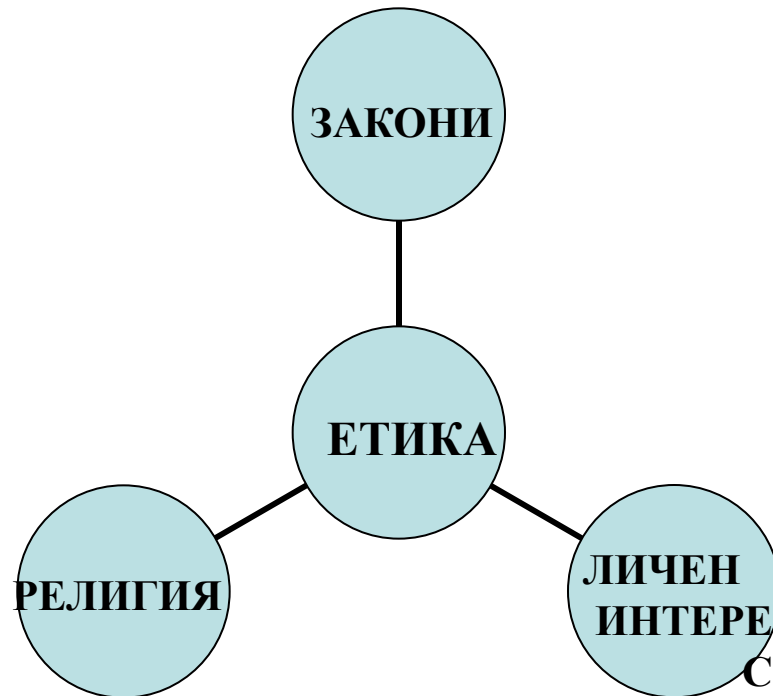
Обичайна срещу нормативна етика (2)

- ◆ **Обичайната етика** обяснява какво ценят обществените групи и индивидите и какви принципи приемат.
- ◆ **Нормативната етика** оценява и се опитва да оправдае определени ценности и принципи за разлика от това, което обичайно е прието и се практикува
- ◆ Разликата между това, което се цени и това, което би трябвало да се цени е разликата между обичайна и нормативна етика

Въпроси на нормативната етика

- ◆ Как трябва да живея?
- ◆ Какъв човек трябва да бъда?
- ◆ Какви принципи трябва да направляват моите действия?
- ◆ Как трябва да работим/живеем заедно в обществото?

Разграничаване на нормативната етика



Бизнес етика

- ◆ **Приложение на общите етични идеи в делови ситуации**
- ◆ **Морални принципи или ценности, които определят поведението на индивида на работното място**
- ◆ **Да правим това, което е правилно**

Защо днес вниманието е насочено към бизнес етиката?

- ◆ **Обществото изисква това**
- ◆ **Счита се, че е добър бизнес да бъдеш етичен**
- ◆ **При нарастващата глобализация бизнесът трябва да осъзнава етичното разнообразие**
- ◆ **Липсата може да провокира скъпо струващи действия на активисти**
- ◆ **Бизнесът не може да си позволи загубата на доверие от страна на инвеститорите и клиентите**

Основни етични ценности в бизнеса

- ◆ Доверие
- ◆ Честност
- ◆ Справедливост
- ◆ Достойнство и уважение към хората
- ◆ Спазване на (легитимните) закони
- ◆ Зачитане на собствеността
- ◆ Автономия и свобода
- ◆ Безпристрастност/обективност
- ◆ Състрадание

Съответни етични принципи

- ◆ Трябва честно да се водят преговорите
- ◆ Трябва да се изпълняват договорите
- ◆ Дайте на всеки зает равен шанс
- ◆ Не работим с доставчици, които използват детски труд
- ◆ Спазвай всички изисквания за опазване на околната среда
- ◆ Уважавайте търговските тайни на конкурентите

Етично ли е бизнес блъфирането?

- ◆ **Никой не очаква покерът да се играе според етичните принципи, проповядвани в църквата. В покера е справедливо да блъфираш приятел, заблудата и прикриването се считат за необходими за успеха в играта, а не любезността и откритото сърце. И никой не гледа с лошо око на покера по тази причина. По същия начин не е редно да осъждаме играта на бизнеса, защото нейните стандарти за правилно и неправилно се различават от традиционните представи за моралното в обществото.**

Алберт Кар

Четири преспективи при изучаването на етиката

1. **Дескриптивен подход:** Използва теории и методи от обществените науки, за да опише защо и как нещо се прави
2. **Концептуален подход:** Насоченост към значението на ключовите идеи в етиката
3. **Нормативен подход:** Конструирание на аргументи в защита на основни морални позиции и предписване на правилното етично поведение
4. **Практически подход:** Разработване на нормативни насоки за преодоляване на конфликти на интереси при подобряване на благодеяствието на обществото

Етика в маркетинга

- ◆ **Права на потребителите - право на сигурност, да бъдат информирани, избор и да бъдат чути**
- ◆ **Етика в рекламата (цигари, алкохол)**
- ◆ **Маркетинг към децата**
- ◆ **Интернет маркетинг (“спам”)**

Етика във финансите

- ◆ **Незаконно е кредиторите да тормозят своите длъжници, без значение колко им дължат.**
- ◆ **Невярно осчетоводяване (надценяване на приходите и подценяване на разходите при публичните дружества, укриване на данъци)**
- ◆ **Енрон: най-големият банкрут в историята на САЩ**

Етика в международния бизнес

- ◆ **Етичен кодекс: Насоки за подпомагане на мениджърите и останалия персонал при вземане на по-добри решения**
- ◆ **Проблеми на корупцията в различни страни (Азия, Латинска америка)**
- ◆ **Проблемът за използване на детски труд**

Критика на бизнес етиката

◆ **Силни страни**

- Насърчава хората да вземат “правилни” решения
- Обединява заетите като група
- Помага да изградим света, в който живеем

◆ **Слабости**

- Трудно се определя, кое е “правилно”
- Не винаги носи позитивни резултати за компанията
- Допуска твърде много интерпретации

Вземане на етични решения

- Прилагане на етични принципи и ценности при конкретни условия за аргументиране на определено решение или начин на действие
- Осъзнаване
- Оценка
- Обмисляне



Вземане на етични решения и етична теория



Етичното решение

- ◆ Не е алгоритмично
- ◆ Често предполага използване на принципи, които не са субективни
- ◆ Не отразява просто личния интерес
- ◆ Може да прилага принципи, които не са обществено или културно релативни
- ◆ Ефективните етични решения се вземат на основата на диалог/обсъждане с другите

Етика и личен интерес

◆ Психологически егоизъм

- Човешките действия/поведение винаги в крайна сметка са мотивирани от удовлетворяването на личния интерес
- Тази теза може да бъде проверена емпирично
- Обичайно се счита, че човешкото поведение може да се определя и от други мотиви, но според психологическия егоизъм това не е вярно

Етичен релативизъм (1)

- ◆ Етичните принципи, ценности, решения или оценки в крайна сметка зависят и се отнасят към собствената култура, обществото или личните чувства
 - **Индивидуален етичен релативизъм** - няма абсолютен принцип за правилно и погрешно при всяка социална ситуация
 - **Културен етичен релативизъм** - кое е правилно или погрешно зависи от собствената култура
 - **Етичен универсализъм** - универсални и обективни етични правила, заложен дълбоко в културата, които се прилагат и в други общества.

Етичен релативизъм (2)

- ◆ Фактът, че етичните проблеми са отвъд абсолютната сигурност и по тях е възможно несъгласие, не означава, че етичните стандарти са просто израз на културни, обществени или лични предпочитания.
- ◆ Съществува широко разпространено съгласие за основни етични ценности по отношение на: малтретиране на деца, мъчения, геноцид, робство и други.

Ценностен подход (Аристотел)

- ◆ Търси съответствие на поведението с ценности и очаквания на общността, към която принадлежи субектът - семейна, професионална, религиозна, съседска, роднинска, приятелска
- ◆ Критерий са добродетелите, мотивите и намеренията на моралния субект, които го приобщават към стандартите и очакванията на неговата среда. Мнението на другите е определящо.

Деонтологичен подход (И.Кант)

- ◆ Гръцки: deon - дълг, logos - логика, наука
- ◆ Анализира принципите и нормите, които трябва да мотивират поведението
- ◆ Не се интересува от резултатите (“Прави каквото трябва, да става каквото ще”)
- ◆ Важни са намеренията и мотивите за поведение

Деонтологичен подход (2)

- ◆ Изборът на правилно поведение е според това, което е дължимо по принцип - добро, справедливост, честност, гарантиране на права, спазване на обещаното.
- ◆ Поведение, което съответства на тези принципи е правилно, независимо от резултатите, и се възприема като задължение на моралния субект.

Конкретни проявления на деонтологичния подход

- ◆ **Естествени човешки права**
- ◆ **Естествен (природен) закон**
- ◆ **Справедливост**
- ◆ **Позоваване на авторитети/заconi**
- ◆ **Религиозни кодекси (“Десетте божии заповеди”)**
- ◆ **Професионални и други кодекси**

Консеквентен подход (Дж.С.Мил)

- ◆ **Анализира резултатите, последствията от действията**
- ◆ **Ако действието е приключило и резултатите са налице, анализът им е полезен**
- ◆ **При анализ на бъдещо поведение се използват и сравняват хипотетични резултати.**
- ◆ **Утилитъризм** - “най-голяма полза за най-голям брой хора”

Консеквентен подход (2)

Действията са превилни доколкото максимизират

добри или полезни последици

Етичен
(собствен интерес)

Утилитъризъм
(благодеяние—обща полза)

хедоничен
(удоволствие)

евдомоничен
(щастие)

предпочитание
(удовлетворено
предпочитание)

Консеквентен подход (3)

- ◆ Критерий за етически правилно е това, което като резултат е (ще бъде) добро или полезно за най-голям брой хора
- ◆ Като помощно средство се използва методът “разходи - ползи”, за да се “калкулират” плюсовете и минусите на многообразните резултати

Кой подход да използваме?

- ◆ Всеки от трите подхода има силни и слаби страни
- ◆ Обективният етически анализ съчетава всички подходи
- ◆ Анализът обхваща поведението като цяло
 - мотивите (цел, намерения)
 - самото поведение (съзнателен и доброволен акт)
 - резултатите (последствията)
 - Комбиниране на подходите за етически анализ

Процес на етически анализ в бизнеса (1)

- 1. Анализ на фактите** - познаване на всички елементи на ситуацията, която се анализира. Открояване, осмисляне и подреждане на значимите факти
- 2. Открояване на етическите проблеми** - конфликти или дилеми в ситуацията и защо са такива, кои от тях са най-важни за решаване
- 3. Посочване на засегнатите страни** в ситуацията - кой и как ще бъде засегнат пряко или косвено, интереси, компромиси

Процес на етически анализ в бизнеса (2)

4. Анализ на последствията от евентуален избор - реални или очаквани резултати за всяка засегнатата страна (консеквентен подход).

- Качествени и количествени сравнения
- Краткосрочен и дългосрочен аспект
- Посланието, с което са свързани последствията (символен аспект)
- Последици от публичното огласяване на резултатите

Процес на етически анализ в бизнеса (3)

- 5. Систематизиране задълженията на участниците - (деонтологичен подход).**
Различни задължения поради различни социални и професионални роли.
Преценяване, кои са основните принципи, норми, ценности, отговорности за всеки според неговото място
- 6. Предположение за очакванията на широката публика - (ценностен подход).** Обществена приемливост на решението

Процес на етически анализ в бизнеса (4)

Ключ за проверка правилността на решението

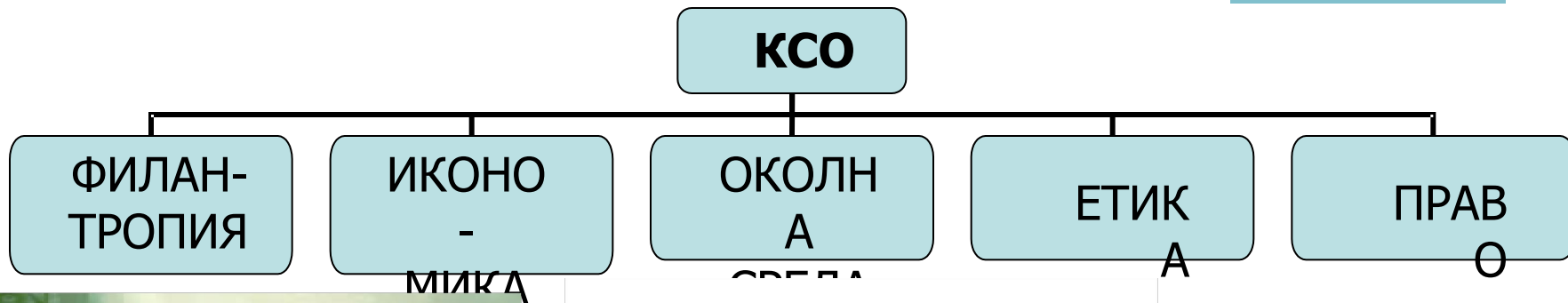
- Правило на разкриването (не прави това, за което не би искал да прочетеш във вестника)
- Морална автоцензура (има ли разлика, дали нещо се прави тайно или публично)

7. Възможни решения - творчески и нестандартни решения. Правилното решение е важно за предстоящо действие или като модел за сравнение при оценка правилността на предприето действие

Процес на етически анализ в бизнеса (5)

- 8. Избор на правилно решение** - от възможните варианти се избира един (и етически най-правилен). Предпочитанието да бъде рационално обосновано и аргументирано. Понякога избираме “по-малкото зло”.
- 9. Допитване до собствената съвест и интуиция** - тест за проверка правилността на решението. Ако нещо ни смущава - търсим ново решение. Моралната интуиция не е достатъчна при ограничен опит.

Корпоративна социална отговорност (КСО)



КСО инициативи:

Устойчива околна среда

Устойчива община

Икономическа устойчивост

<http://www.palco.com>

Две перспективи на корпоративната социална отговорност

- ◆ **Перспектива на ефективността** - задължение на бизнеса да максимизира печалбите за акционерите (stockholder model)
- ◆ **Перспектива на социалната отговорност** - Мениджърите носят фидуциарна отговорност към заинтересованите страни (stakeholder model)

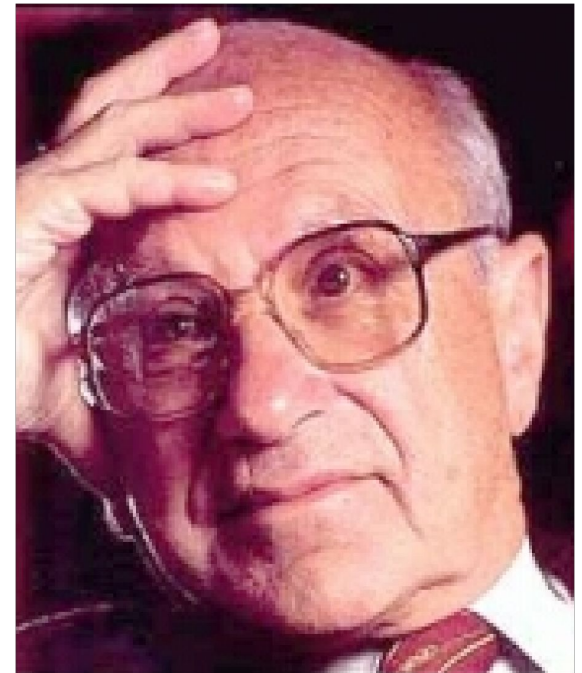
Акционерен модел (М. Фридман)

Носител на Нобелова награда
по икономика (1976)

Капитализъм и свобода (1962)

“Обществената отговорност на
бизнеса е да максимизира
печалбата” (1971)

Свободата на избора (1980)

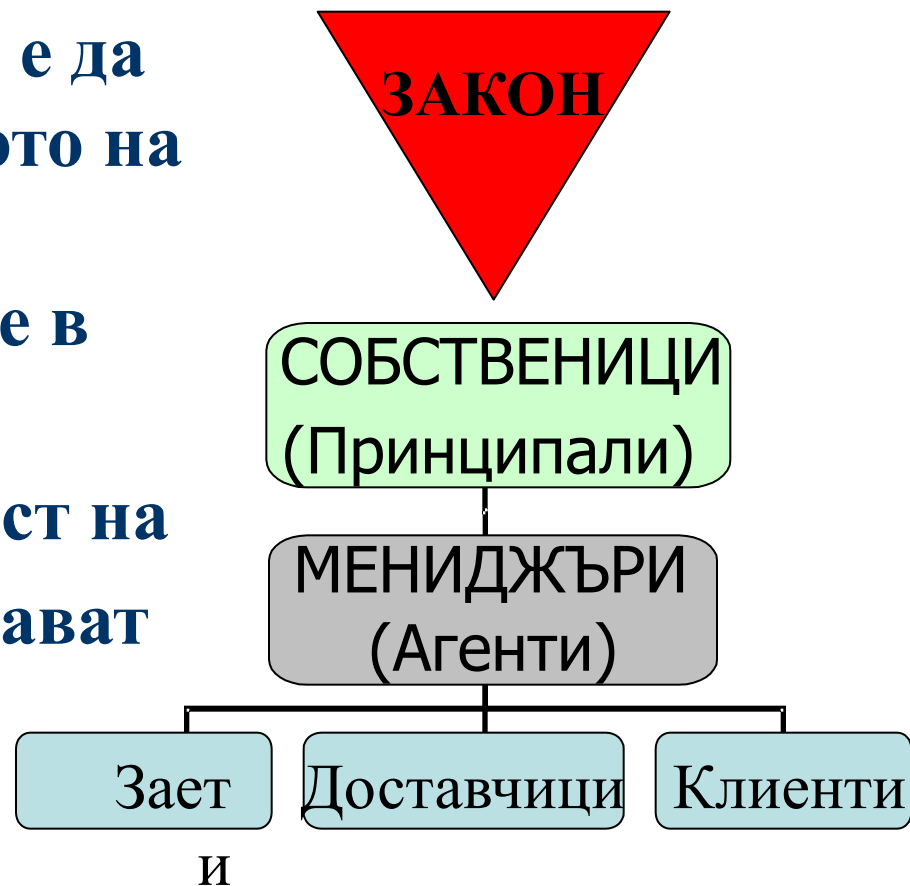


Предположения в акционерния модел

- ◆ Корпорацията има само “изкуствени отговорности”, т.е. само индивидите (собственици, изпълнителни директори и мениджъри) носят морална отговорност
- ◆ Мениджърите са наемници на собствениците
- ◆ Мениджърите и собствениците са в доброволно отношение “принципал-агент”
- ◆ Акционерите са собственици на корпорацията и това им дава етично право на собственост и над печалбите

Акционерен модел

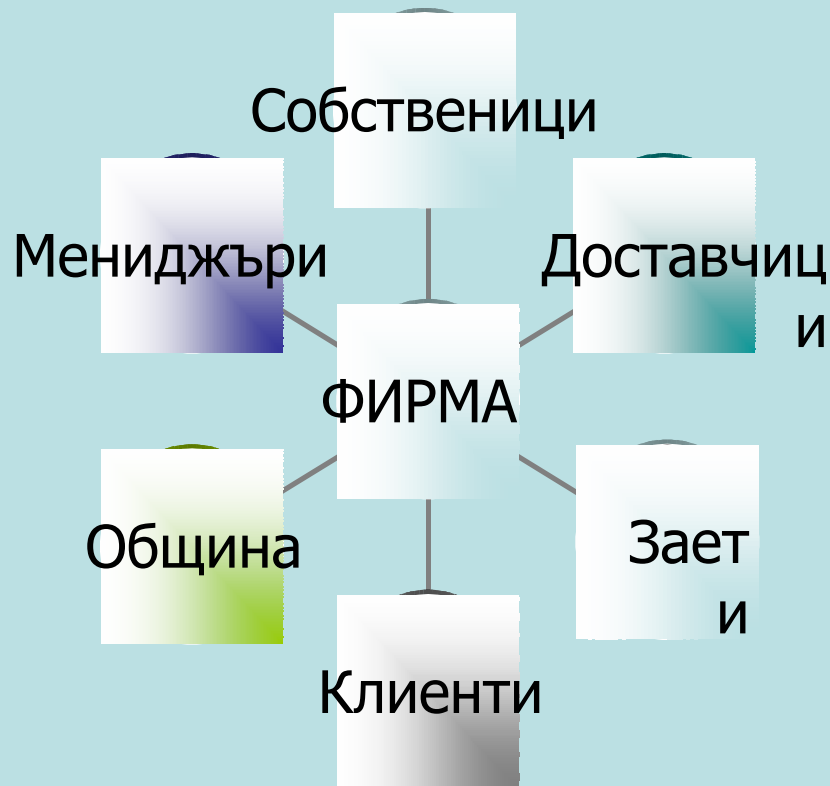
- ◆ Единствената социална отговорност на бизнеса е да максимизира богатството на акционерите, т.е. да максимизира печалбите в рамките на закона
- ◆ Фидуциарна отговорност на мениджърите да защитават интересите на акционерите



Модел на заинтересованите страни (Р.Е.Фрийман)

- ◆ **Заинтересовани** - индивид или група, които са от жизнено значение за оцеляването и успеха на корпорацията
- ◆ Преформулира целите на фирмата - да служи като средство за съгласуване интересите на заинтересованите страни.
- ◆ Чрез фирмата всяка група заинтересовани подобрява своето положение чрез доброволен обмен

Модел на заинтересованите страни



Р.Едуард Фрийман

Принципи на модела на заинтересованите страни

- ◆ **Принцип на корпоративните права** - Корпорацията и нейните мениджъри не трябва да нарушават легитимните права на другите при определяне на своето бъдеще (безопасни и здравословни условия на труд, справедливо третиране, договорно упълномощаване)
- ◆ **Принцип на корпоративните ефекти** - Корпорацията и нейните мениджъри носят отговорност за ефекта от техните действия върху другите

Принципи на модела на заинтересованите страни

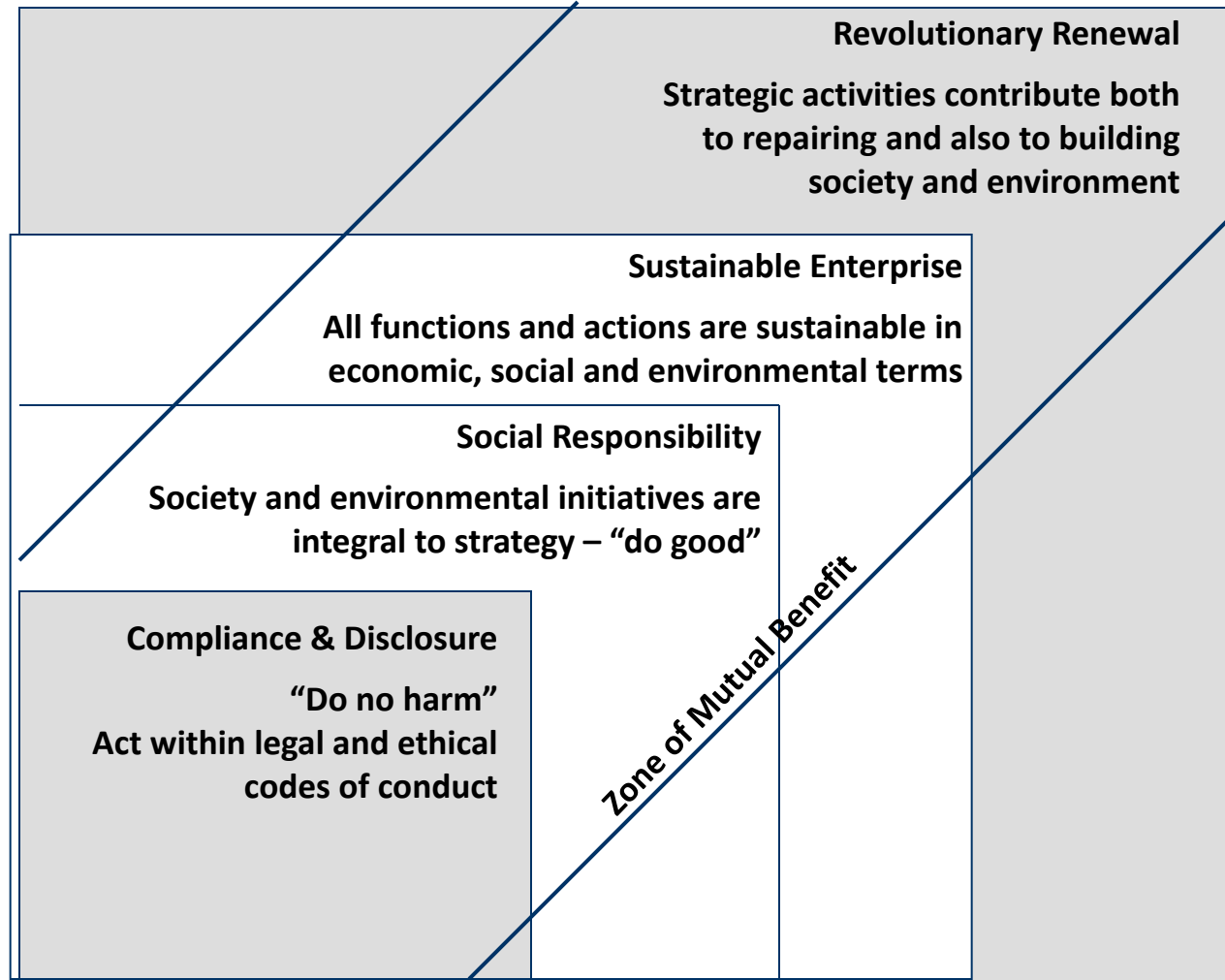
- ◆ **Принцип на корпоративната легитимност** - Корпорацията трябва да бъде управлявана в полза на заинтересованите страни. Тези групи трябва да участват при вземане на решения със съществен ефект върху тяхното благоденствие
- ◆ **Принцип на фидуциарната отговорност към заинтересованите** - Мениджмънтът носи фидуциарна отговорност към заинтересованите и трябва да действа като техен агент

Етапи в развитието на КСО

	Stage 1: Compliant	Stage 2: Engaged	Stage 3: Innovative	Stage 4: Integrated	Stage 5: Transforming
Citizenship Concept	Jobs, Profits & Taxes	Philanthropy, Environmental Protection	Stakeholder Management	Sustainability or Triple Bottom Line	Change the Game: Business in Society
Strategic Intent	Legal Compliance	Reputation	Business case	Value Proposition	Market Creation or Social Change
Leadership	Lip Service, Out of Touch	Supporter, In the Loop	Steward, On Top of It	Champion, In Front of It	Visionary, Ahead of the Pack
Structure	Marginal: Staff driven	Functional Ownership	Cross-Functional Coordination	Organizational Alignment	Mainstream: Business Driven
Issues Management	Defensive	Reactive, Policies	Responsive, Programs	Pro-Active, Systems	Defining
Stakeholder Relationships	Unilateral	Interactive	Mutual Influence	Partnership Alliance	Multi-Organizations
Transparency	Flank Protection	Public Relations	Public Reporting	Assurance	Full Exposure

Еволюция на КСО

**Benefit
to
Society**



Benefit to

Четири измерения на финансовите изгоди от КСО

Growth

- New markets
- New products
- New customers/ market share
- Innovation

- Reputation / differentiation

Return on capital

- Operational efficiency

- Workforce efficiency

- Reputation/price premium

Risk management

- Regulatory risk

- License to operate

- Supply chain/security of supply

- Reputational risk

Management quality

- Leadership development

- Adaptability

- Long-term strategic view

**Beyond Good
Company**

Bradley K. Googins, Philip H. Mirvis, and Steven A. Rochlin

Next Generation
Corporate Citizenship

Bradley Googins, Philip Mirvis, Mary Jo Hatch

Отговорност за продукта

- ◆ Отговорност на корпорацията, за разлика от индивидите, за рисковете и щетите в резултат от използването на продукта.
- ◆ Измерения на отговорността за продукта
 - Причина за вредата
 - Грижа за предотвратяване на вредата
 - Финансова отговорност за вредата

На риск на купувача (caveat emptor)

- ◆ Договор между купувача и продавача, при който купувачът поема всички рискове при нормално използване
- ◆ Правата и отговорностите се дефинират с условията на договора и са резултат от преговорите
- ◆ Предполага липса на измама и манипулиране
- ◆ Приемането от потребителя служи като стандарт за договорно дефинирана корпоративна отговорност

Дължима грижа/небрежност

- ◆ Отговорност за упражняване на разумна грижа (дължима грижа) при производството на продукта, който няма да причини вреди на потребителите при предполагаеми условия
- ◆ Съществуват отговорности за производителя дори, когато не са част от договора с потребителя.
- ◆ Производителят носи отговорност за рисковете при нормалното използване на продукта при предполагаеми условия
- ◆ Знанията и очакванията формират стандарт за отговорност

Стриктна отговорност за продукта

- ◆ Производителите са отговорни за компенсиране на тези, които са понесли вреди при нормално, очаквано използване на продукта.
- ◆ Не е стандарт за вина/грешка
- ◆ Справедливо разпределение на рисковете и разходите при използването на дефектни продукти по очакван начин

Етични проблеми при ценообразуването

- ◆ Ценови измами
- ◆ Фиксиране на цените
- ◆ Контрол над цените (на монополистите)
- ◆ Хищническо ценообразуване
- ◆ Ценообразуване на животоспасяващи стоки

Етични проблеми на рекламата

- ◆ Невярна, подвеждаща или измамна реклама
- ◆ Манипулативни и/или контролирани реклами
- ◆ Реклама, насочена към уязвими сегменти от потребители
- ◆ **Недопустими техники**
 - невярна информация
 - подвеждаща информация
 - преувеличаване
 - въображаеми твърдения
 - създаване на нови интереси и желания
 - забавление
 - точна и обективна инф.

Допустими техники

АВТОНОМИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

- ◆ Способност да направи информиран, рационален и самостоятелен избор.
- ◆ Може ли рекламата да подкопае автономията на потребителя?
- ◆ Контролирана/манипулирана информация
- ◆ Контролирани/манипулирани желания

Чрез създаване на желания някои рекламни техники подкопават автономията на потребителите - етично недопустими

Отговорност за опазване на околната среда

- ◆ **Тесен смисъл** - Корпорациите носят етична отговорност само по отношение спазването на екологичните закони. Не носят отговорност за избягване на вреди отвъд това, което се изисква от закона
- ◆ **Широк смисъл** - Корпорациите носят етична отговорност по отношение спазването на екологичните закони и предприемат стъпки за защита на естествената среда и икономия на ресурси, когато това е технологически и финасово целесъобразно

Тясно разбиране на екологичната отговорност

- ◆ Корпорациите продават продукти и услуги в отговор на пазарното търсене
- ◆ Понякога има търсене за продукти и услуги, които застрашават околната среда
- ◆ Екологичната защита отвъд изискванията на закона намалява конкурентните позиции на компанията
- ◆ Правителствата отговарят за защита на индивидите и обществото като приемат закони. Корпорациите не носят отговорност за вреди, когато това е част от законна дейност на пазара.

Трите стълба на устойчивото развитие

- ◆ **Икономически** - посрещане на материалните потребности на настоящото и бъдещите поколения
- ◆ **Екологичен** - посрещане на материалните потребности на настоящото и бъдещите поколения без увреждане способността на биосферата да поддържа екосистемите и живота
- ◆ **Обществен** - посрещане на материалните потребности на пренебрегнатите, бедните и хората с увреждания

Етични проблеми в международния бизнес

- ◆ Кражба на интелектуална собственост
- ◆ Подкупи и корупция
- ◆ Съзнателна продажба на опасни продукти
- ◆ Замърсяване на околната среда
- ◆ Съзнателно невярно представяне при преговри
- ◆ Детски труд и други

Решаване на межкултурните етични конфликти(1)

- ◆ **Подход на САЩ - трансформиране на етиката в закони**
- ◆ **Глобален подход - ОИСР гледа на корупцията в развиващите се страни като особено вредна за възможностите за икономически растеж**
- ◆ **Конвенция за борба с подкупването на чуждестранни официални лица при международни бизнес операции**

Решаване на межкултурните етически конфликти(2)

◆ Етични кодекси

- Кодифицират поведение, което е неприемливо при определени условия
- Намалява двусмислието при определяне на приемливото поведение

Методи за решаване на етични конфликти (1)

- ◆ **Избягване** - една от страните игнорира или не се занимава с конфликта
- ◆ **Принуда** - едната страна принуждава другата
- ◆ **Обучение/убеждаване** - Едната страна се опитва да промени позицията на другата чрез предоставяне на информация, аргументи или апел към чувствата

Методи за решаване на етични конфликти (2)

- ◆ **Инфилтриране** - Едната страна въвежда своите културни ценности в друго общество с надеждата, че привлекателна идея ще се разпространи
- ◆ **Преговори/компромис** - двете страни отстъпват, за да постигнат договореност
- ◆ **Адаптиране** - едната страна се адаптира към другата
- ◆ **Сътрудничество/решаване на проблема** - двете страни работят за взаимноизгодно решение

Обобщение: Етиката като конкурентно предимство

- ◆ **Етичните способности се отнасят към възприемане на взаимната зависимост, етичното мислене и ефикасния отговор**
- ◆ **Доверието се счита за добродетел сред мултинационалните компании**

Конвергенция или дивергенция?

Конвергенция

- Бюрократична етика
- Международни агенци за регулиране
- Разпространение на пазарната икономика по света

Дивергенция

- Религиозни различия
- Поддържане на националните и етнически култури
- Различни икономически системи и равнища на развитие

Предизвикателства пред мениджърите

- ◆ **Разработване на рамка за оценка на етичните кодекси и определяне на персонална етика**
- ◆ **Да разбират поведението и етиката на други общности**
- ◆ **Да владеят подходите за решаване на межкултурните етични конфликти**