

СТОЯН ОГНЯНОВ КИРОВ

УНСС, София

ЕТИКАТА ПРИ ФИРМЕНОТО УПРАВЛЕНИЕ

THE COMPANY MANAGEMENT MORAL

STOYAN FGNIANOV KIROV

UNWE, Sofia

Abstract: The business is not only an economic, but also a social category. The business requires high attention and responsibility from the companies. The companies must keep to the official and nonofficial business principles, connected with their work. The companies must take into consideration the legislation. They must keep to the rules in the ethics code and it must become obligatory for them in their business. Keeping to those rules the management of the companies will improve in long term.

Key words: company culture; ethics behaviour; company management; organizational moral; values of the company

Етичното поведение във фирмените организации се нуждае от управление и мениджърите са тези, които притежават властта да го управляват. Етиката при фирменото управление притежава цяла редица функции в организацията. Съществуват редица начини и подходи на разбиране и осъществяване на организационните ценности. Една от ключовите характеристики на еволюцията на мениджмънта в началото на XXI век е нарастващото внимание към ориентираната към знанията фирмена етика и култура.

Целта на етиката във фирменото управление е да се даде възможност на индивидите(служителите) да направят избор между различни алтернативни типове на поведение. Значението на етиката нараства пропорционално на последиците в резултат на дадено поведение. Етичното поведение във фирмените организации се нуждае от управление, зависи от фирмената култура, структурата, процедурите за подбор и подготовка. Мениджърите са онези, които притежават властта да управляват етичното поведение в организацията. Етичните стандарти се определят от:

✓ моралните норми на бизнес – поведение, придържането към които е

условие за успешна дейност /честност, лоялност, спазване на договорите/;

✓ наличието на закони и спазването им създават необходимата среда за съществуване на бизнес-етиката на практика;

✓ натиска на гражданското общество /сдружения на потребителите, екологични организации, интелектуални сдружения/.

Според Нако Стефанов (Стефанов, 1998) под етика на фирменото управление разбираме “специфичен начин на развитие на взаимоотношенията и взаимодействията в една организация, представени от системата от общовъзприети норми на поведение и действие както във вътрешноорганизационен план, така и по отношение на външната среда”.

Етиката при фирменото управление изпълнява цяла редица функции в организацията, а именно:

✓ играе ролята на макромодел, който разграничава една организация от друга;

✓ формира чувството за идентичност към дадена организация, а оттук и на отговорност към другите и организацията като цяло;

✓ подпомага в сферата на трудовата реализация превъзможването на "Аз"-а

на отделния сътрудник в името на общите организационни цели и интереси;

✓ поддържа социалната стабилност в организацията. Тя е онова “лепило”, което “споява” организацията посредством различните норми, стандарти и подходи за поведение и действие;

✓ изпълнява и функциите на контролен механизъм и ръководство, което формулира позициите и моделира бъдещите начини на действие на сътрудниците;

✓ формира параметрите на трудовия морал.

Системата от общовъзприети норми е съставена от редица начини и подходи на разбиране и осъществяване на организационните ценности, а именно:

✓ индивидуална инициатива – степента на отговорност, свобода и независимост на сътрудника;

✓ рисково толериране – степента, до която сътрудникът е окуражаван да поеме риск и да бъде новатор;

✓ насока – степента, до която организацията създава ясни цели и дейности очаквания;

✓ интеграция – степента, до която звената в организацията са окуражавани да действат координирано помежду си;

✓ управленска поддръжка – равнището на подкрепа от ръководството;

✓ контрол – броя на правилата и ограниченията, както и равнището на прекия надзор по отношение на поведението на сътрудниците;

✓ идентичност – степента, до която сътрудниците се идентифицират с организацията, отколкото с професията си или конкретната област на дейност;

✓ системата за възнаграждения – степента, до която различните видове възнаграждения са основата за оценка на извършената дейност;

✓ толериране на конфликта – степента, до която се позволява на сътрудника да критикува “отдолу”;

✓ модел на комуникиране – степента, до която комуникацията в организацията

е ограничена само до формалната йерархия и канали.

Според А. Ангелов една от ключовите характеристики на еволюцията на мениджмънта в края на XX век е нарастващото внимание към ориентираната към знанията фирмена култура и етика

(Ангелов, 1995). При такава етика и култура, центърът на вниманието е върху познанието като основно средство за растеж. Това преместване на фокуса е резултат на множество недостатъци на класическите подходи в мениджмънта, в условията на съвременната глобализирана, динамична и неопределена бизнес среда. През 80-те години започва да се осъзнава, че самообучението вероятно е ключовият фактор за трайно развитие на бизнес организациите и за постигане на трайно конкурентно предимство. Днес това схващане намира почва не само в средите на теоретичните на стратегическия мениджмънт, но и сред голяма част от предприемачите и индустриалците. Практиката показва, че в наши дни все повече бизнес организациите се стремят да се самообучават в хода на дейността си, за да могат да постигат винаги ясни визия и мисия.

Отчитането на психологическите аспекти на предприемачеството в най-голяма степен доближава всеки бизнес до неговите оптимални параметри и възможности, тъй като те анализират ефективните пътища, по които да протича човешката дейност в съвременната организация и повишаването на нейната производителност; тактиките на взаимодействие между хората в процеса на труда за постигане на поставените цели и влиянието на отделните елементи от управленския процес върху личността, групата или цялостната организация и т. н.

Концептуалните модели на управление са зависимост от това как отделните култури поставят в центъра на

своите ценностни системи индивида или общността, бързият успех, максималната пачалба, далечната перспектива, социалното съгласие и т. н. Например в Америка 50% повече, отколкото във Великобритания и Япония, са хората, които смятат, че усилената работа води до успех. Затова и там опитът да се започне собствен бизнес, дори и да завършва с провал, се смята за белег на добър служител, с възможности, който работи усърдно, проявява творчество, поема рискове и е наясно с механизмите, които движат света.

Днес интересът към самообучаващите се организации е изключително висок. От направено изследване в САЩ резултатите показват, че 94% от анкетираните бизнес организации са отговорили, че за тях е от ключово значение самообучаващата организация, а 90% са окачествили организациите си като самообучаващи се организации. Проучване на 178 големи и средни бизнес организации в САЩ показва, че 75% от тях се считат официално или неофициално за самообучаващи се организации, 78% от анкетираните считат организационната култура, основана на откритост, доверие и обмен на знания като много важен фактор за прехода към самообучаваща се организация, а 74% от тях считат работата за приобичаване на сътрудниците към организационните цели от първостепенно значение. Проучвания на мениджърската практика в САЩ в сферата на индустрията сочат, че извършилите преход към самообучаващи се организации показват следните резултати:

- ✓ повишаване на производителността на сътрудниците – 113%;
- ✓ намаляване на отсъствията от работа – 58%;
- ✓ намаляване на процента на брак – 50%;
- ✓ увеличаване на пазарния дял на компанията – 17-40%;

✓ постигане на 100% доставки навреме.

За съжаление сравнението с дейността на подобни организации у нас не е в полза на българските фирми, които се отличават в голямата си част с ниско ниво на фирмена култура. За този факт способства и слабата държавна подкрепа в тази област.

Такива бизнес организации не само имат значително конкурентно предимство, но съумяват с модерни кадрови политики да привлекат най-качествените човешки ресурси, да сформират перфектни работни екипи и т. нар. “общества на практики” и непрекъснато да насърчават сътрудниците си да се самообучават.

Пределно ясно е, че преходът към самообучаващи се организации води до цялостно преобразяване на организацията по отношение на познанието. Идеята за самообучаваща се организация, независимо от това, че се появява в мениджърската практика през 80-те години, възниква още през 60-те години. За самообучаващата се организация има множество определения, но всички те включват някои ключови компоненти като промяна, саморазвитие, групово участие на сътрудниците, адаптиране на управленските системи и структури, промяна на процеса на делегиране, овластяване на сътрудниците и др. Може да се каже, самообучаващи са тези организации, които постигат конкурентно предимство чрез съвършено и систематизирано колективно самообучаване.

Том Питърс и Робърт Уотърман в книгата си “В търсене на съвършенство във фирмената култура”, твърдят, че не съществува една “правилна култура”, т. е. някакъв определен комплект от характеристики, който ако развиваме, ще получим нужната организационна култура. Но въпреки едно такова мнение, което предупреждава за относителността на всяко едно ценностно разбиране, навярно може да се каже следното:

Етиката на фирменото управление не може да бъде описвана чрез някакви твърди и нединамични термини и вкарвана в "закостенели" правила и негъвкави схеми. Всяка от горните характеристики съществува в множество степени на обогатяване от равнище на слабо присъствие до равнище на изключително силно присъствие. От тук идва и разбирането за т. нар. силна и слаба етика.

Под силна организационна етика разбираме такава, при която ключовите ценности присъстват по един активен начин сред мнозинството от сътрудниците на организацията. Съответно там, където тези ценности не се разграничават от мнозинството сътрудници на организацията, може да се говори за слаба етика. Съществува и антиетика, т. е. присъствие на ключови

ценности с обратен знак, например вместо управленска поддръжка осъществяване на управленско противодействие и т. н. Организации, където възникват елементи на антиетика в условията на силна конкурентна среда, са обречени или на загиване, или на оцеляване с минимален шанс за развитие.

Там където съществува силна етика, нараства постоянството в поведението на сътрудниците. В този смисъл изчезва необходимостта от много писани правила и процедури, т. е. силната етика се явява като заместител на формализацията. Може да се твърди, че там където има силна етика, тя действа като самостоятелен фактор за мотивация и повишаване на равнището на ефективност на организацията.

ЛИТЕРАТУРА

- Александров, К.** 1995. Мениджмънт на организации и предприятия, ИК "Лиа", С.
Ангелов, А. 1995. Основи на мениджмънта, ИК "Илинда", С.
Иванов, И., Г. Георгиев. 1995. Основи на мениджмънта, изд. "Полиграф", Пловдив
Каменов, К. 1998. Мениджмънт, В. Търново
Стефанов, Н. 1998. Управленска етика и естетика, С.