

Философско-Этические основы бизнеса

12+

Виктор Козлов

Виктор Козлов

**Философско-этические
основы бизнеса**

«ЛитРес: Самиздат»

2019

Козлов В. В.

Философско-этические основы бизнеса / В. В. Козлов —
«ЛитРес: Самиздат», 2019

ISBN 978-5-5320-9621-9

Тема корпоративной социальной ответственности бизнеса актуальна в дискуссиях о путях развития общества. Однако беседы автора с руководителями ряда крупных российских компаний и частных банков показали, что они считают понятие КСО nonsensом, полагая, что он отражает стремление государства «переложить» социальную ответственность на плечи частного капитала. В монографии сделана попытка осмыслить аспекты природы предпринимательства, философско-этических основ бизнеса и проблемы ответственности организации перед обществом. В оформлении обложки использованы картинки с сайта depositphotos по лицензии CC0.

ISBN 978-5-5320-9621-9

© Козлов В. В., 2019
© ЛитРес: Самиздат, 2019

Содержание

Предисловие	6
Глава 1. Философия бизнеса	7
1.1. Природа предпринимательства	8
1.2. Философско-этические основы бизнеса	10
1.2.1. Ответственность организации перед обществом	12
1.2.2. Виды ответственности, влияющие на работу компаний	12
1.2.3. Действия компаний в случае возникновения социальных дилемм	13
1.2.4. Управление этикой и социальной ответственностью компании	14
1.2.5. Этика и революция в менеджменте	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Об авторе: В. В. Козлов – д. э. н., профессор, член диссертационного совета РЭУ им. Г. В. Плеханова, автор около 50 научных трудов, в том числе монографий, статей, учебников и учебных пособий, ветеран атомной энергетики. С 1990 по 1998 гг. возглавлял «Атомэнерго-экспорт», в 1998–2003 гг. – гендиректор «Атомстройэкспорт». С 2005 г. – профессор РЭА им. Г. В. Плеханова.

Предисловие

Тема корпоративной социальной ответственности бизнеса – актуальная тема в дискуссиях о путях развития общества.

Вместе с тем далеко не все российские бизнесмены согласны с идеей корпоративной социальной ответственности. Беседы автора с руководителями ряда крупных российских компаний и частных банков показали, что они считают понятие КСО нонсенсом, полагая, что оно отражает стремление государства «переложить» социальную ответственность на плечи частного капитала. По мнению некоторых из них, «наша задача – увеличивать прибыль и платить налоги, после этого у нас нет долгов перед государством и обществом».

После своего переизбрания на пост президента страны в марте 2018 года Путин заговорил о необходимости прорывного развития России. Свой майский указ после вступления в должность Путин посвятил именно прорывному развитию страны.

В частности, глава государства пояснял, что речь идет не только лишь об увеличении объема внутреннего валового продукта, а скорее о том, что экономика России должна перейти в новое качество, «войти в другую лигу экономик».

Кроме того, Путин уже упоминал, что крупнейшие российские государственные корпорации обязательно будут задействованы в реализации проектов прорывного развития. Собственно, для этого данные корпорации и создавались.

В декабре 2018 года Президент Российской Федерации Владимир Путин заявил, что роль крупного российского бизнеса в реализации национальных проектов развития является ключевой. Об этом глава государства сказал на встрече с представителями российского бизнеса в Кремле.

По мнению Путина, российское общество рассчитывает на сопричастность отечественных предпринимателей к достижению того прорыва в развитии, который необходим нынешней России.

«Безусловно, важнейшим направлением работы является реализация национальных проектов. В этой большой работе одно из ключевых мест принадлежит бизнесу, без этого трудно себе представить развитие экономики вообще», – сказал президент России.

Российский лидер уверен, что общество видит в предпринимателях ответственных и деятельных партнеров. Кроме того, Путин напомнил представителям бизнеса, что работа по реализации национальных проектов начнется уже в первом квартале 2019 года.

Также Путин обозначил основные направления сотрудничества государства и бизнеса в деле реализации национальных проектов. В первую очередь речь идет о подготовке профессиональных кадров, постоянном повышении компетенции людей, занятых в экономике страны. Немаловажным является рост производительности труда, а также обновление производств за счет современных, более эффективных технологий.

«Все эти задачи требуют совместных усилий государства и бизнеса», – подчеркнул президент России.

В монографии сделана попытка осмыслить аспекты природы предпринимательства, философско-этических основ бизнеса, а также проблемы ответственности организации перед обществом.

Глава 1. Философия бизнеса

Всякий бизнес – общественное явление, не стоит думать о нем как о частной собственности.

Коносукэ Мацусита, основатель Matsushita Electric, создатель брендов Panasonic, Technics, National

Мацусита полагал, что любая организация, стремясь к успеху, использует общественные ресурсы: землю, деньги, оборудование, человеческий труд и талант. В силу этого она ответственна перед обществом за то, что делает. В этом смысле организация – это общественное явление. Вам не следует думать, что вы можете делать с бизнесом все, что вам взбредет в голову, просто потому, что вы его владелец.

С этой точки зрения, философия бизнеса – это группа вопросов, связанных с общественно-философскими и социально-культурологическими, этическими нормами, которые являются составляющими частями экономического предпринимательства.

Суть этой философии – определить и рассмотреть причины экономического образа действий предпринимателя, попробовать найти ответ на вопрос: почему и для чего он становится субъектом экономической деятельности?

Основная задача философии бизнеса – познать сущность экономической деятельности в самом широком смысле этого явления и выявить основные принципы делового общения, которые формировались веками и применяются большей частью мирового сообщества.

Другими словами, философия бизнеса – это свод определенных правил, в соответствии с которыми организации строят работу с партнерами, чтобы достичь намеченных целей.

1.1. Природа предпринимательства

Хотя деловая активность и управленческая деятельность возникли одновременно с человеческим обществом, возникновение товарного производства фактически является исходным пунктом предпринимательства в современном смысле этого слова. Экономическая природа неразрывно связана с рыночным хозяйством.

Как свойство хозяйственной деятельности предпринимательство проявляется в стремлении извлечь дополнительную выгоду в процессе обмена, удовлетворяя общественные потребности. Между тем сам по себе обмен еще не является источником предпринимательства. Обмен становится таковым, когда превращается в составное звено единого хозяйственного оборота, а производство для обмена становится определяющей функцией хозяйствующего субъекта.

Экономическую природу предпринимательства характеризует ряд признаков:

- инициатива;
- коммерческий риск и хозяйственная ответственность;
- способность к инновациям.

Таким образом, предпринимательство – это стремление к реализации возможностей, предоставляемых самим процессом рыночного обмена, который осуществляется к взаимной выгоде участников этого процесса.

Активность проявления предпринимательской инициативы обусловлена границами ее экономической свободы.

Когда степень регламентации предпринимательской деятельности слишком высока, ее активность падает. Таким образом, ключевой задачей развития предпринимательства является устранение препятствий для инициативной деятельности хозяйственных субъектов.

Для понимания природы предпринимательства многое сделали [Людвиг фон Мизес](#) (1881–1973), [Фридрих Август фон Хайек](#) (1899–1992) и другие представители [австрийской школы](#) экономистов. Они рассматривали предпринимательство в качестве одного из основных ресурсов (факторов) экономики наряду с природными – землей, трудом, капиталом, информацией и временем. Предпринимательство обычно нацеливает на экономию времени и расходов за счет снижения [издержек](#) на всем пути – от возникновения идеи до реализации товара.

Американский экономист [Йозеф Шумпетер](#) (1883–1950) дал определение: «Предприниматель – это человек, пытающийся превратить новую идею или [изобретение](#) в успешную [инновацию](#). В частности, предпринимательство представляет собой силу [креативного разрушения](#), действующую на рынках и в производстве, одновременно создавая новые продукты и модели бизнеса. Креативное разрушение обеспечивает динамичный и долгосрочный [экономический рост](#)».

[Фрэнк Найт](#) (1885–1972) и [Питер Друкер](#) (1909–2005), рассматривая [риск](#) как неотъемлемый атрибут предпринимательства, выделяли следующие его типы:

- статистический риск;
- неопределенность, которую нельзя рассчитать статистически.

За всю историю человечества выработаны две основные системы управления хозяйственной деятельностью: административно-командная и рыночная.

Административно-командная система – это механизм, в котором государство посредством жесткого централизованного планирования достигает баланса по всем народнохозяйственным позициям. Рыночные инструменты в таких условиях практически не действуют.

Механизм рыночной системы основан на полной хозяйственной самостоятельности производителей и свободе выбора потребителей. Многообразие предпринимательской деятельно-

сти и их правовых форм связано с различием форм собственности, на базе которых действуют предприниматели.

В российской экономике, согласно Конституции 1993 г., существуют различные формы собственности.

В рыночном хозяйстве функции государства и предпринимательской деятельности разграничены. В сфере государственного регулирования находятся общие условия воспроизводства, экономическая среда деятельности предприятий, но не сама эта деятельность.

Главные задачи государства:

- всемерное стимулирование активности в сфере производства;
- создание благоприятных условий для предпринимательства;
- обеспечение максимальной занятости населения;
- социальная опека наименее обеспеченных членов общества;
- обеспечение своим гражданам достойного уровня жизни.

Все это государство может делать за счет поступления в казну налогов, основное бремя уплаты которых лежит на предпринимателях.

Таким образом, рыночная хозяйственная система ставит человека (как предпринимателя, так и работника) в положение, когда он несет полную ответственность за свои действия и свое благосостояние, что связано с неизбежной долей риска и высокой ответственностью.

Итак, предпринимательство является стержнем любой социально-экономической системы, основанной на началах частной собственности и конкуренции.

Предприниматель-собственник, как мы увидели, – центральное действующее лицо рынка, оказывает большое влияние на стабильность гражданского общества. Предприниматель не только организует производство товаров, он организует движение товара и доводит его, при посредстве рынка, до конечного потребителя, связывая таким образом экономическую жизнь общества в единое целое.

Наряду с производством товаров он приводит в движение финансовые и фондовые рынки, мобилизует интеллектуальный потенциал общества для развития науки и создания новых технологий, создавая тем самым предпосылки для ускорения научно-технического прогресса.

Это означает, что именно предпринимательская деятельность позволяет государству обеспечить своим гражданам гарантированные материальный и образовательный уровни, соответствующее медицинское обслуживание, выплату пенсий и пособий.

Очевидно, что чем активней происходит эта деятельность, чем меньше связывается и ограничивается разными искусственными мерами энергия предпринимателя, чем больше возможностей для проявления свободной инициативы предоставляют ему правовые нормы, законодательство, тем выше уровень жизни и социальной защищенности граждан.

Таким образом, мы видим, что предпринимательство, без сомнения, занимает значительное место в современном обществе.

1.2. Философско-этические основы бизнеса

Успех – это не более чем несколько простых правил, соблюдаемых ежедневно, а неудача – это просто несколько ошибок, повторяемых ежедневно.

Джим Рон, ведущий американский философ бизнеса

Существуют две основные точки зрения на соотношение общечеловеческих этических принципов и этики бизнеса.

В соответствии с первой точкой зрения, правила обычной морали к бизнесу не относятся или относятся в меньшей степени. Эта точка зрения соответствует концепции так называемого этического релятивизма, согласно которой для каждой референтной группы (т. е. группы людей, на мнение которых о своем поведении ориентируется данный субъект) характерны свои особые этические нормы.¹

В соответствии со второй точкой зрения, этика бизнеса основана на всеобщих универсальных этических нормах (быть честным, не причинять вреда, держать слово и т. п.), которые конкретизируются с учетом социальной роли бизнеса в обществе.

Система норм и правил, принятая в настоящее время в мировом бизнесе, складывалась на протяжении длительного исторического периода, по мере развития цивилизации, на основе следования людей определенным традициям и обычаям.

Большинство постулатов и норм, лежащих в основе современной этической культуры хозяйствования, современного морального отношения к труду и коммерческой деятельности, сформированы в период Реформации. Тогда западноевропейские страны пережили важный духовный переворот, сущность которого состояла в новом осмыслении труда и богатства. Один из лидеров Реформации, Мартин Лютер², утверждал, что цель труда – приобретение и умножение богатства, накопление собственности, стремление к прибыли.

Именно в бюргерской среде складывается положительное отношение к труду и к собственности, и, как следствие этого, происходит забвение евангельских заповедей, труд и собственность отрицающих. Этот процесс превращения труда из божественного наказания (за грех Адама) в божественное призвание нашел свое завершение в протестантизме.³

Переосмысление роли труда наряду с установкой на максимальную прибыль, финансовый успех привели и к новой оценке роли собственности и богатства в жизни человека. В протестантской этике собственность важна как основа и фундамент свободы личности.

Понимание связи свободы, независимости, самостоятельности личности с богатством привело к формулированию одного из фундаментальных принципов современного буржуазного общества: принципа неприкосновенности частной собственности. Частная собственность оказалась стимулятором деловой и трудовой активности человека, динамичного развития общественного производства. Ценными качествами стали признаваться индивидуальная инициатива, способность к разумному риску, готовность самостоятельно принимать решения и отвечать за свои действия. На первое место среди принципов ведения бизнеса вышли строгое соблюдение всех договоренностей с партнером, высокое качество работы.

Конкуренция обеспечивает выживание прежде всего тем, кто умеет трудиться в соответствии с лучшими достижениями профессиональной трудовой культуры, от чего выигрывает и все общество в целом. Однако частная собственность обеспечивает этот эффект лишь в усло-

¹ Эта точка зрения доминировала в России в так называемые лихие 90-е годы.

² Мартин Лютер, Martin Luther (нем.), родился 10 ноября 1483 года в Эйслебене; умер 18 февраля 1546 года там же.

³ Опубликовано в журнале «Партнер» (Дортмунд) № 6 (105), 2005 г. www.maranat.de

виях правового государства, в котором закон жестко соблюдается и при этом не может быть произволом управляющей государством группы. Только при законодательной поддержке этические нормы начинают играть роль единых для всех ограничителей.

Безусловно, и принципы, на которых построено законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность, и этические нормы, господствующие в предпринимательской среде, в различных странах имеют свои особенности, связанные как с экономическими моделями развития, так и с исторически сформировавшимся мировоззрением.

В сфере отношений организации и общества формируется корпорация нового типа. Провозглашаются принципы ее моральной и экономической ответственности как перед людьми, которые в ней работают, так и перед теми, кто оказывается в сфере ее деятельности. Важными признаются следующие принципы, носящие по существу этический характер:

- объему власти, которой обладает бизнес, должен соответствовать объем социальной ответственности;
- бизнес должен действовать как открытая система, которая получает от общества необходимую информацию и предоставляет обществу объективные сведения о своих операциях;
- в пределах своей компетенции бизнес должен помогать обществу решать социальные проблемы;
- учет социальных затрат и доходов должен служить одним из решающих факторов в процессе принятия решений;
- потребитель должен оплачивать все затраты на производство продукции, оказание услуг и т. п., включая социальные расходы.

В современной истории в сфере отношений государства и бизнеса сформировалась так называемая система партнерства, которая предусматривает совместное решение целого ряда проблем:

- проблем получения и соединения трудовых и сырьевых ресурсов с целью их оптимизации;
- проблем налогообложения;
- проблем формирования, размещения и реализации общественных (государственных) заказов;
- проблем стандартизации и тестирования (контроля);
- проблем охраны окружающей среды;
- юридических проблем регулирования бизнеса;
- проблем осуществления капиталовложений с целью стимулирования притока капиталов в отрасли, особо необходимые всему обществу.

Безусловно, и принципы, на которых построено законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность, и этические нормы, господствующие в предпринимательской среде, в различных странах имеют свои особенности, связанные как с экономическими моделями развития, так и с исторически сформировавшимся мировоззрением.

В сфере отношений организации и общества формируется корпорация нового типа. Провозглашаются принципы ее моральной и экономической ответственности как перед людьми, которые в ней работают, так и перед теми, кто оказывается в сфере ее деятельности. Важными признаются следующие принципы, носящие, по существу, этический характер:

- бизнес должен действовать как открытая система, которая получает от общества необходимую информацию и предоставляет обществу объективные сведения о своих операциях;
- в пределах своей компетенции бизнес должен помогать обществу решать социальные проблемы;
- учет социальных затрат и доходов должен служить одним из решающих факторов в процессе принятия решений;

- потребитель должен оплачивать все затраты на производство продукции, оказание услуг и т. п., включая социальные расходы.
- объему власти, которой обладает бизнес, должен соответствовать объем социальной ответственности.

1.2.1. Ответственность организации перед обществом

На первый взгляд концепция ответственности компании перед обществом, как и понятие этики, проста: она означает, что компания должна отличать плохое от хорошего и поступать в соответствии с принятыми в обществе моральными нормами.

Формальное определение социальной ответственности предполагает обязанность руководства организации принимать решения и осуществлять действия, которые увеличивают уровень благосостояния и отвечают интересам как общества, так и самой компании.

Идея предельно ясна, но как воплотить ее на практике, если каждый человек по-своему определяет приемлемость для общества действий корпорации?

Более того, персонифицированное понятие социальной ответственности включает в себя далеко не однозначное понимание, что есть добро, а что – зло.

Обратим внимание на компании, ведущие ожесточенную конкурентную борьбу. Несет ли более сильная из них социальную ответственность за то, что вторая может обанкротиться?

Многие компании объявляют себя банкротами (причем с юридической точки зрения их действия совершенно законны), чтобы избежать исполнения финансовых обязательств перед поставщиками или клиентами.

Наиболее яркий пример: заявление ряда туристических компаний, до последнего дня продававших туристические услуги, о своей финансовой несостоятельности.

Этот пример наглядно показывает, что определить реальное социально ответственное поведение очень сложно.

1.2.2. Виды ответственности, влияющие на работу компаний

С деятельностью любой компании связаны различные виды ответственности. Рассмотрим основные из них.

Экономическая ответственность

Коммерческая организация прежде всего является основной экономической ячейкой общества, которая несет ответственность за производство необходимых ему товаров и услуг и максимизацию прибыли акционеров. По мнению некоторых теоретиков, экономическая ответственность фирмы сводится исключительно к максимизации прибыли.

Данную концепцию предложил и разрабатывал нобелевский лауреат, экономист Милтон Фридман. Согласно М. Фридману, деятельность компании должна быть подчинена получению прибыли, а ее единственная миссия заключается в повышении прибыли и уплате налогов (до тех пор пока действия организации не выходят за рамки закона).

Однако во многих странах, в том числе в Европе и США, подобные воззрения подвергаются критике. Указывается, что практическое следование тезису о том, что получение экономической выгоды – единственная обязанность компании перед обществом, чревато крайне негативными последствиями для фирмы. В качестве примера можно привести печально известную Salomon Brothers, попытавшуюся спекулировать на рынке казначейских обязательств. Жадность компании вылилась в ряд ошибочных решений и штраф на сумму в \$ 280 млн.

Юридическая ответственность

Жизнедеятельность любого современного общества регулируется правилами, законами и ограничениями, которым обязаны следовать и коммерческие организации. Под юридической ответственностью понимается необходимость для организации следовать установленным обществом правилам, достижение ее экономических целей в рамках закона.

К сожалению, есть организации, сознательно нарушающие закон (намеренные поставки имеющего дефекты товара, выставление клиенту счета за непроизведенную работу и т. д.).

Этическая ответственность

Этически ответственное поведение компании означает общественно полезные действия, которые не предусмотрены законами либо не отвечают прямым ее экономическим интересам. Мы говорили, что для того чтобы поведение организации было этическим, ее менеджеры должны придерживаться принципов равенства, честности и непредвзятости, соблюдать права сотрудников. Как неэтичные оцениваются решения, позволяющие человеку или всей организации получать выгоды за счет общества.

Принятая на себя ответственность

Принятие на себя ответственности носит для корпорации исключительно добровольный характер и связано с желанием компании внести свой вклад в развитие общества, к которому ее не обязывают ни экономические мотивы, ни законы. Как правило, имеются в виду различные действия филантропического характера, которых никто не требует и которые не приносят компании ощутимой выгоды.

1.2.3. Действия компаний в случае возникновения социальных дилемм

Что делать компании, когда она сталкивается с каким-либо проявлением социальных потребностей? Если заинтересованная группа, скажем, местные органы власти, предъявляет к компании новые требования, какие действия ей следует предпринять?

В теории менеджмента разработан набор ответных действий, к которым прибегают компании в подобных ситуациях. Действия эти могут иметь препятствующий, оборонительный, приспособленческий и активный характер.

Обструкция означает отказ компании от всех обязанностей, заявления о том, что так называемые доказательства их проступков – обман, подлог и всяческие препятствия расследованию (если таковое проводится).

Тактика защиты предполагает, что организация принимает на себя ответственность за некоторые ошибки и упущения, но никак не препятствует возможным расследованиям. Менеджеры, склонные к подобной реакции, считают, что «такие вещи случаются, но в них никто не виноват».

Приспособление компании означает, что менеджмент принимает социальную ответственность за действия организации, хотя, возможно, делает он это, уступая внешнему давлению. Придерживающиеся этой тактики компании стремятся выполнять свои экономические, юридические и этические обязанности, и в случае давления на них внешних сил сворачивают подвергнутую критике деятельность.

Активные действия предполагают, что компания берет на себя инициативу в социальных вопросах, самостоятельно идентифицирует общественные интересы и действует, не дожидаясь указаний или давления со стороны заинтересованных групп.

Правомерно провести параллели между этими четырьмя категориями действий и критериями социальной ответственности. Тактики обструкции обычно придерживаются фирмы, деятельность которых основана исключительно на экономических соображениях.

Защищающиеся организации согласны идти на уступки в рамках закона. Приспосабливающиеся в полной мере реагируют на этическое давление со стороны.

Активные компании принимают на себя дополнительные обязательства и способствуют повышению благосостояния общества.

1.2.4. Управление этикой и социальной ответственностью компании

Американская ассоциация высших руководителей 250 корпораций «Круглый стол бизнеса» опубликовала отчет об этической политике и о том, что по силе воздействия ничто не может сравниться с решительными действиями менеджмента.

Директор и старшие менеджеры компании должны открыто и уверенно поддерживать нормы этического поведения, выступать инициаторами обновления этических ценностей организации. Приверженность этическим ценностям необходимо декларировать во время выступлений, в директивах, внутрифирменных публикациях.

Но особую роль играют действия менеджмента. Если руководство приносит этику в жертву сиюминутным интересам, в компании мгновенно распространяются слухи об этом. Последующие клятвы в приверженности этическим идеалам бесполезны. Таким образом, поведение руководителей задает тон всей организации.

Следует отметить роль так называемого Морального кодекса, в последние годы активно внедряемого во внутренние документы многих компаний.

Моральный кодекс – это формальное изложение этических и социальных ценностей организации; он призван донести до сотрудников принципы, которых придерживается компания. Как правило, моральный кодекс фирмы базируется на заявленных принципах организации либо в нем излагается ее политика.

Заявленные принципы определяют ценности компании и в общих чертах описывают ее обязанности, качество продукции, отношение к работникам.

Заявленная политика – это описание (опять же довольно общее) порядка действий компании и ее сотрудников в конкретных, затрагивающих вопросы этики и морали ситуациях (рыночная практика, конфликты интересов, соблюдение законов, патентная практика, подарки сотрудникам, предоставление им равных возможностей).

В моральном кодексе компании, как правило, формулируются ценности или образцы поведения сотрудников (как допустимые и желаемые, так и неприемлемые) и возможная реакция менеджмента.

По оценке журнала Fortune, сегодня 450 из 500 лучших американских компаний и почти 50 % остальных имеют моральные кодексы. Если кодекс получает реальную поддержку со стороны менеджеров, неукоснительно соблюдающих его правила и несущих наказания в случае их нарушения, в компании складывается положительный этический климат. В отсутствие поддержки руководства положения кодекса так и остаются на бумаге.

1.2.5. Этика и революция в менеджменте

Сегодня многие передовые компании понимают, что результаты их деятельности измеряются не только финансовыми показателями.

Проблемы этики, влияния социальных мероприятий на экономические показатели компании волнуют как менеджеров, так и ученых; вокруг этой темы ведутся оживленные дебаты.

Наиболее остро стоит вопрос о том, не повредит ли «прилежное поведение» фирмы результатам ее деятельности, ведь, в конце концов, этические программы стоят денег. Этой проблеме было посвящено несколько исследований в Европе и США.

Полученные учеными результаты неоднозначны, однако они подтверждают, что между социальной ответственностью и финансовыми показателями существует небольшая, но позитивная взаимосвязь.

Данный тезис подтверждается и опытом таких компаний, как Hewlett-Packard, Digital Equipment Corporation и Silicon Graphics, удостоенных в США премии в области деловой этики. Передовые фирмы понимают, что честность и доверие очень важны для сохранения успешного, прибыльного бизнеса.

В краткосрочной перспективе общественно полезная деятельность, возможно, сопряжена с дополнительными издержками, однако только она способна установить доверительные отношения между компанией и обществом, которые, как известно, нельзя купить ни за какие деньги. В конечном итоге, добрые дела так или иначе идут на пользу компании.

Итак, мы видим, что соблюдение этических принципов и социально ответственная деятельность ни в коей мере не наносят ущерба организациям. Напротив, менеджеры и их компании могут внести свой вклад в улучшение жизни общества и одновременно добиться повышения экономических показателей. Люди устали от неэтичных и социально безответственных поступков многих коммерческих фирм.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.