

Научная статья

Original article

УДК 005(075.8)

doi: 10.55186/2413046X_2023_9_2_103

**ЭТИКА И МОРАЛЬ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ: АКТУАЛЬНОСТЬ
И ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

**ETHICS AND MORALITY IN MODERN BUSINESS: IMPORTANCE AND
HISTORICAL ASPECT**



Гунин Андрей Игоревич, финансовый эксперт, предприниматель, Финансово-консалтинговая компания ООО «ВАЛНЕТ-ЦЕНТР», Москва, E-mail: andrei_gunin@yahoo.com

Gunin Andrey Igorevich, Financial expert, entrepreneur, Financial and consulting company “VALNET CENTER Ltd”, Moscow, E-mail: andrei_gunin@yahoo.com

Аннотация. В данной статье автор размышляет о применении принципов этики в бизнес-среде, начав с определения бизнес-этики и рассмотрения подходов различных школ мысли к наличию этической составляющей предпринимательской деятельности. Автор приводит широкий перечень аргументов в противовес взгляду на то, что целями бизнеса должны быть прежде всего рост и прибыль и что этические принципы предпринимательской деятельности вторичны или нерелевантны. В статье проводится исторический обзор развития философско-этической мысли в этом направлении и в частности кратко формулируются ключевые воззрения на эту тему древнегреческих философов Платона и Аристотеля, средневекового философа Фомы Аквинского, меркантилистов 17 века, Бернарда Мандевиля и Адама Смита в 18 веке, Джона Кейнса в первой

половине 20 века, а также некоторых современных авторой и деятелей. В заключение автор констатирует сильное увеличение роли моральных оценок и этических формулировок в бизнесе в настоящее время и формулирует мысль о том, что этическая сторона деятельности компании начинает по важности приближаться к классическим факторам производства. Однако автор задается вопросом об искренности размышлений об этике бизнеса в современном обществе.

Abstract. In this article the author reflects on the application of ethical principles in the business environment, starting with the definition of business ethics and considering the approaches of various schools of thought to the presence of an ethical component in the entrepreneurial activity. The author provides a wide range of arguments against the view that the goals of business should be primarily growth and profit and that ethical principles of business are secondary or irrelevant. The article provides a historical overview of the development of philosophical and ethical thought in this regard and, in particular, briefly formulates the key views on this topic of the ancient Greek philosophers Plato and Aristotle, the medieval philosopher Thomas Aquinas, the mercantilists of the 17th century, Bernard Mandeville and Adam Smith in the 18th century, John Keynes in the first half of the 20th century, as well as some modern authors and figures. In conclusion, the author states a strong increase in the role of moral assessments and ethical formulations in business at the present time and formulates the idea that the ethical side of a company's activities is beginning to approach the classical factors of production in importance. However, the author questions the sincerity of thinking about business ethics in modern society.

Ключевые слова: этика, мораль, нравственность, бизнес, предпринимательская деятельность, общество, богатство

Keywords: ethics, morality, business, entrepreneurship, society, wealth

В 2004 году, закончив одну из лучших американских бизнес школ, я вернулся в Россию, экономика которой в те годы переживала настоящий бум, и приступил к работе в должности финансового директора крупнейшего продавца автомобилей в России – Группы компаний Рольф. Имея за спиной красный диплом одного из ведущих экономических вузов страны, американскую степень MBA, опыт работы в международной и российской компании, я был уверен, что обладаю всем спектром необходимых профессиональных знаний, которые смогу применить на благо новой компании. Каково же было мое удивление, когда генеральный директор, а затем и акционер, сказали мне, что все мои профессиональные знания и компетенции это прекрасно, но моя работа как руководителя финансовой функции в компании состоит не в том, чтобы считать бюджеты, составлять отчеты и добывать финансирование. Это конечно же от меня все ожидается по умолчанию, но делать это должен не я, а финансовая команда, которую я должен создать, сплотить, развивать и направлять. «Восемьдесят процентов твоего времени ты должен проводить, общаясь с сотрудниками, - говорил мне мой ирландский босс, развалившись в кресле в своем кабинете с огромными окнами и собственным выходом на крышу офиса компании, - а твоими главными решениями должны быть решения, связанные с подчиненными, коллегами и партнерами, и многие из этих решений будут представлять из себя тяжелейший моральный выбор. Этический выбор должен быть всегда в фокусе твоего внимания». Как же он был прав! И если 20 лет назад это еще могло показаться причудой и оригинальным взглядом на жизнь топ-менеджера крупной компании, то за это время проблемы морали и этики, очевидно, превратились в актуальный вызов, который беспокоит руководителей любого большого бизнеса. И речь идет уже не просто о правилах личного общения или, например, о недопустимости сексуальных домогательств на рабочем месте, что было в фокусе внимания как раз лет двадцать тому назад. Сейчас этические соображения уже

пронизывают обсуждения корпоративной стратегии, бизнес-проекты и маркетинговую активность компании на рынке. Вот лишь несколько последних событий из российской и западной практики, которые вызвали бурное общественное обсуждение и серьезно повлияли на показатели работы компаний и кошельки акционеров:

– После крупного разлива дизельного топлива на одной из дочерних компаний ПАО «ГМК «Норильский Никель» в мае 2020 года в окружающую среду попало более 21 тыс. куб. м нефтепродуктов, а площадь загрязнения превысила 180 тыс. кв. м. Как установили следственные органы, предприятие сбрасывало неочищенные сточные воды в реку в течение нескольких лет, причем многие на предприятии и в контролирующих органах знали об этом, но предпочитали ничего не замечать. Все это вызвало резкую критику со стороны общественности и привело к падению котировок акций компании на 10 процентов.

– После использования образов однополрой пары в своей рекламе летом 2020 года сеть магазинов «Вкусвилл» столкнулась с резкой критикой со стороны своей аудитории, доходившей до инициатив по бойкотированию магазинов сети, и оперативно удалила материал, чем в свою очередь разозлила либерально настроенную публику, которая тоже начала призывать своих сторонников к бойкоту;

– Скандал вокруг компании Фейсбук, которая несанкционированно передавала данные о своих пользователях английской компании Cambridge Analytica, оказывавшей политические консалтинговые услуги и обвиненной в использовании персональных данных для того, чтобы повлиять на исход президентских выборов в США.

Торговые войны, геополитическая напряженность, санкции и экспортные ограничения, недавняя пандемия, политическая нестабильность и культурные войны в странах Запада, влияющие на весь остальной мир – все это приводит к сложным этическим вопросам и дилеммам, которые стоят

перед топ-менеджером практически любой компании. После глобального финансового кризиса 2007-2008 годов бизнес стал испытывать значительно более серьезное давление в отношении своей социальной и экологической ответственности, а также практик корпоративного управления. Переход центра внимания и коммуникаций людей из оффлайн-среды в интернет сделал такое давление особенно чувствительным и потенциально особенно разрушительным – информацию стало трудно утаить и не всегда понятно, какая именно новость о вашей компании вдруг разнесется по всему миру с миллионами просмотров и комментариев. При этом то, что считалось нормальным вчера, сегодня может оказаться неприемлемым. А если в игру вступит крупная социальная сеть, то попадание в фокус такого общественного внимания может оказать разрушительное влияние на бизнес в течение буквально пары дней, а руководители таких компаний могут лишиться карьеры навсегда.

Этика предпринимательства стала практически новым фактором производства, наряду с привычными и традиционными трудом, капиталом, предпринимательской активностью и информацией. В связи с этим интересно было бы более внимательно отнестись к этой теме и проследить ее развитие и актуальное состояние в общественной жизни и экономической теории.

Под этикой бизнеса или деловой этикой понимается исследование этических вопросов в сфере предпринимательства и управления бизнесом. Тут можно различать два различных аспекта. Во-первых, моральное поведение отдельного человека в своей профессиональной деятельности – как он принимает решения; относится ли он уважительно и справедливо к коллегам, партнерам, клиентам; учитывает ли он моральные соображения в своих действиях. Во-вторых, более абстрактное понятие этики бизнеса как такового – в чьих интересах должны действовать компании; какие конкурентные практики являются неправильными, даже если они не

противоречат закону; должен ли бизнес быть подотчетен обществу. Несмотря на универсальность понятий этики как философской науки, все-таки существуют особенности того, как этические принципы преломляются в бизнес-среде. Тут существуют цели и решаются задачи, которые люди не ставят перед собой в семейной, личной, культурной или духовной жизни. Как быть, если «правильный» поступок будет стоить твоей компании доли на рынке, а тебе лично – зарплаты или повышения по службе? Что делать, если твой близкий друг и коллега по отделу подворовывает у компании? Можно ли принять сомнительное этическое решение, если оно может означать спасение компании в критической ситуации и сохранение сотен или тысяч рабочих мест? Как принимать решения, если норма закона противоречит понятиям справедливости? Как устоять перед соблазном ввести в заблуждение клиента или партнера, когда начальство и корпоративная культура требуют результатов?

В то же время существует и другая точка зрения – как среди малых предпринимателей, так и в большом бизнесе - которая вообще отрицает актуальность этики в бизнесе. Это такой ультрарыночный подход, жертвой которого стали миллионы людей в нашей стране в начале рыночных реформ девяностых – стремление к прибыли это главное, компании должны производить нужные обществу товары и услуги максимально эффективным способом, а рынок потом сам уберет тех, кто не приносит социальной пользы или нарушает правила морали. Так что для сторонников такого подхода общепринятые в других сферах нашей жизни этические нормы в бизнесе не применимы, так как тут на первом месте стоят иные ориентиры – рост, прибыльность, эффективность, результат и т.д. Что можно им возразить? Во-первых, чтобы такая логика работала, требуется высокая степень конкуренции. Но большинство рынков не являются абсолютно конкурентными. Напротив, некоторые исследования экономистов показывают, что рынки естественным образом стремятся к олигополизации,

и именно такая динамика наблюдается во многих отраслях. Поэтому многие огрехи или неподобающие практики оказываются безнаказанными. Во-вторых, не обязательно все шаги, направленные на то, чтобы увеличить прибыль, являются полезными для потребителей и желаемыми обществом. Например – загрязнение окружающей среды, недобросовестная реклама, уклонение от уплаты налогов, навязывание услуг – все это может играть на руку отдельной компании, но не одобряется обществом в целом. В-третьих, такие аргументы предполагают, что компания работает на всех членов общества. Но подобная ситуация встречается крайне редко – всегда есть большая часть общества, которой данный товар не нужен, либо эти потребители не могут себе его позволить. Например, с подачи эко-активистов в Европе сейчас считается, что частный самолет – это аморально: он загрязнет окружающую среду и удовлетворяет потребности премиального перемещения только одного пассажира и его гостей. Для 99% населения этот товар вообще не нужен и скорее всего представляется неоправданным злом. Однако для производителей таких самолетов и для тонкой прослойки самых обеспеченных жителей планеты частные самолеты кажутся совершенно необходимыми. Для них работа этой отрасли не кажется аморальной, и они спокойно прилетают на своих бизнес-джетах на международные форумы бизнес-лидеров или на конференции по устойчивому развитию и мерам по предотвращению изменения климата.

По мнению сторонников такого ультра-либерального подхода, если встает этическая проблема, то сотрудник, а уж тем более директор компании, должен руководствоваться не личными моральными соображениями, а интересами компании. Лояльность прежде всего! Если заменить слово «сотрудник» на слово «солдат», а слово «компания» – на «правительство», то мы получим аргумент защиты, который использовали нацистские офицеры во время судов над ними после войны – я ни в чем не виноват, я просто исполнял приказ. Так они защищали свое право на участие в убийстве 30 млн

граждан СССР и 6 млн евреев по всей Европе. Кроме того, такой довод сомнителен по нескольким другим соображениям. Во-первых, по не понятной никому причине правило, что надо быть моральным, подменяется правилом, что надо быть лояльным. Откуда оно взялось? Кто его установил? В трудовом контракте генерального директора или обычного сотрудника никогда не будет написано – в случае моральной дилеммы, вы как сотрудник должны вместо морали выбрать лояльность. То есть требование такой лояльности – это такое же неписанное правило, как и требование соблюдать моральные принципы (которые кстати все чаще и чаще прописываются в контрактах и корпоративных кодексах). Во-вторых, взывание к лояльности – это зачастую просто удобная возможность оправдать собственный сомнительный выбор. Вы ведь не сделаете все что угодно из чувства лояльности? Если ваш работодатель попросит вас не ввести в заблуждение контрагента или продать залежалый товар под видом свежего, а, например, прийти на работу в голом виде, вы согласитесь? Есть, конечно, люди, которые согласятся и на это. Примером тому может служить рекламная акция Евросети Евгения Чичваркина в 2006 году, когда раздевшимся догола клиентам давали в подарок телефон. Но все же в большинстве случаев наступает предел, за которым человек не готов проявлять лояльность и говорит, что он не будет выполнять того или иного пожелания своего работодателя. Наконец, последний аргумент против морали – апелляция к закону – можно делать все, что не запрещено законом. Но суть морали как раз и состоит не в соблюдении закона, а в наших усилиях сверх него. Не все отношения и ситуации регулируются законом, а иногда и следование его букве в каких-то особых условиях оказывается аморальным. К тому же время меняется, и многое из того, что было законным вчера, может перестать быть таковым завтра. В 18 веке всерьез обсуждался вопрос – кто из рабовладельцев более нравственен – тот, который нарушает принятый порядок обращения с рабами, наняв доктора и преподавателя грамоты для

своих рабов или тот, кто ничего этого не делает и просто заставляет их работать по 18 часов в сутки. Моральный рабовладелец. Смешно? Но само рабовладение было абсолютно законным. А тогда законно и этично ли содержать так называемых «гастарбайтеров» в маленьких подмосковных квартирах по дюжине человек, отбирая у них паспорта и платя минимум, достаточный разве что для пропитания? А ведь так практически вся строительная отрасль в России работала много лет, а хитроумные юристы обкладывались документами и на бумаге вроде ничего и не нарушали.

Размышления об этике в бизнесе это не дань сегодняшней моде. Они, как правило, следовали в фарватере развития этического учения философской науки на протяжении многих веков. В рамках античных воззрений экономика была всегда подчинена этике. В учениях древнегреческих философов составляющие богатства сопоставлялись с ценностями высшего порядка, к которым относятся разные духовные способности и добродетели. Древнегреческие философы низводили материальное богатство до маловажного и недостойного ума занятия, и стремление к его достижению, по их мнению, несовместимо с добродетелью и нравственной чистотой. Добродетель как раз и состоит в умении обходиться без богатства. Платон в своем труде «Государство», посвященном проблеме идеального устройства общества, предлагает положить конец возрастанию богатства. Он разработал меры, которые должны сдерживать страсть к приобретению, поскольку она не имеет пределов и грозит благополучию государства. Любовь к приобретению и стремление к росту личного благосостояния – корень всех несправедливостей и пороков. Целью идеального платоновского государства должно было стать изгнание страсти к наживе, так как излишек порождает праздность, лень и жадность.

Аристотель также отрицательно относился к деятельности, направленной на накопление богатства. Он называл такую деятельность «хрематистикой», в отличие от «экономики», которая удовлетворяла естественные потребности

человека и государства. Средством и целью осуществления «хрематистики» являются деньги. Аристотель отмечал, что в этом никогда не бывает предела, поскольку все стремятся увеличить свое богатство до бесконечности, а с его точки зрения цели и средства хозяйствования должны быть ограничены. По его мнению люди, стремящиеся накопить богатство, превышающее их потребности, игнорируют требования нравственности и преступают закон природы. Аристотель считал «хрематистику» противоестественной деятельностью, но в то же время с сожалением отмечал, что она неизбежно вырастает из экономики. Целью жизни по Аристотелю должно быть размышление и созерцание истины, стремление к абсолютному совершенству. Взгляды Аристотеля и Платона схожи, однако в их практической реализации философы расходятся кардинально. В отличие от своего предшественника Аристотель признает бессилие борьбы с экономическими явлениями, не создает идеал государства, уравнивающего всех, распределяющего труд и богатство. Он не требует принятия запретительных законов, но взывает к отдельной личности, предоставляя ей самой осознать, в чем заключается истинное счастье.

Философы средних веков также разделяли эту позицию. Фома Аквинский (13 век) делит богатство на естественное (продукты натурального хозяйства) и искусственное (золото и серебро). Искусственное богатство не делает человека счастливым, и его приобретение не должно быть целью. Если приобретение справедливое, то это не грех, но все равно не есть настоящая цель. Цель жизни человека - нравственное усовершенствование. Христианская идеология подчиняла экономическую деятельность спасению души. В средневековой схоластике существовало убеждение, что стать очень богатым, оставаясь добродетельным, невозможно. На тот момент это скорее всего соответствовало действительности, поскольку в условиях рутинного простого производства и традиционной деятельности существовали лишь несправедливые пути резкого увеличения материального состояния.

Средневековая философия не признавала экономическую деятельность, которая не была бы связана с моральной целью, поэтому существовало множество запретов и ограничений. Но экономические интересы людей развивались, и в XVI веке, который получил название эпохи Великих географических открытий или эпохи первоначального накопления капитала, такая философия уже не могла оказывать мощного влияния на политику. Более того, сами философские взгляды на экономику менялись. Образовывались крупные государства, которые воевали друг с другом, а это требовало больших затрат. Монархи тратили огромные средства на дворцовую роскошь, которая была еще одним способом показать свое превосходство над другими. Все это привело к возникновению политической экономии, которая строилась на материальных интересах. Возникла первая экономическая школа – меркантилизм, последователи которой отделяли этику от экономики. Меркантилисты считали, что богатство государства – это золотая и серебряная монета. Накопление богатства происходило в ходе внешней торговли и добычи драгоценных металлов. Так, изменения в экономической науке привели к изменению этических взглядов. Например, до XVII века ростовщическая деятельность не только периодически запрещалась властями, но и была не раз осуждена римскими папами. Изменение взглядов на этот вопрос относится к периоду, когда прибыльное вложение капитала стало широко распространенным явлением. Меркантилисты не только допускали свободное движение ссудного процента, но также считали торговлю одним из основных источников прибыли для капиталистической экономики. Серьезные перемены произошли и во взглядах на договор. Аристотель и Фома Аквинский считали, что договор должен заключаться не только свободно, но и на основании «справедливой цены». Капитализм уже не ставит вопрос о справедливой цене договора, каждый фактически заключенный договор считается справедливым. Английский философ Томас Гоббс (1588 – 1679) считал, что

согласованная цена какой-нибудь вещи есть та стоимость, которая прописана в соглашении участников договора. Моральный подход не имеет смысла, договоры рассматриваются лишь с точки зрения соответствия закону.

В XVIII веке философы, в частности Бернард Мандевиль (1670 – 1733), рассматривали экономику через призму механистической картины мира. Механистический взгляд заключался в том, что человеческие потребности (как и все природные и общественные явления) как движущие силы бесконечны, они никогда не достигают насыщения. Но это ведет к социальному благу – росту общественного благосостояния и повышению эффективности хозяйствования. Мандевиль в своей работе «Басня о пчелах. Исследование о природе общества» выдвинул тезис: «частные пороки – общественные выгоды». По мнению философа, безнравственные мотивы имеют позитивное воздействие на рыночную систему хозяйствования, богатые бездельники необходимы обществу, поскольку их потребности порождают спрос на всевозможные товары и услуги, обеспечивая рабочие места беднякам и стимулируя их производительность. Мандевиль считал, что отсутствие спроса, порожденного пороками, губительно для общества: «те, кто хотел бы возродить Золотой век, должны быть готовы не только стать честными, но и питаться желудями».

Затем наступило время промышленной революции, научно-технического прогресса, накопления капитала, научных открытий. Мораль в бизнесе стала уходить еще дальше на задний план и все больше заменяться апелляцией к закону. Если законно, то можно. А закон в свою очередь не всегда поспевал за новыми формами общественных отношений, за изменениями в обществе, связанными с переселением людей в города, с новой организацией труда на фабриках, с повышением роли капитала в обществе. И это приводило к ужасным последствиям для жизни огромных масс людей – можно почитать Драйзера, чтобы это почувствовать. Принципы права в эпоху формирования рыночной экономики отражали концепцию «естественного права», что

означало свободу и равенство всех граждан и свободу распоряжения своим имуществом. Это означало свободу экономической деятельности, которую человек всегда использует для реализации своих интересов. Классические экономисты считали, что преследование собственных интересов приводит к общественному благу. А если так, то государство не должно вмешиваться в экономические процессы, ведь деятельность каждого ведет к общему процветанию. Адам Смит видел три обязанности государства: оно должно ограждать общество от насилия и вторжения других государств, ограждать каждого члена общества от несправедливости и угнетения со стороны других членов общества, и наконец, государство должно создавать и содержать общественные учреждения, которые производят так называемые общественные блага и которые невыгодно содержать отдельным гражданам или группам граждан.

Известный экономист XX столетия Джон Кейнс (1883 – 1946) стремился вернуть этические принципы в экономику. Он считал, что экономические решения не являются независимыми от нравственных установок. Цель экономического развития по Кейнсу – экономически эффективное и справедливое общество, в котором экономические и нравственные мотивы сбалансированы. Кейнс предлагал принимать конечный экономический результат не как должное, а оценивать его как результат взаимодействия различных сил и анализировать его значение для общества. Он допускал, что участники экономических отношений могут действовать разумно и рационально, но это не гарантирует получения рационального экономического результата во всей экономической системе.

Классические экономисты 19-20 веков считают, что любое человеческое поведение, включая альтруизм, мотивировано исключительно эгоистическими интересами, люди делают выбор на основе холодного расчета. Но современные социологи и экономисты обнаружили, что мы не только менее рациональны, но и более нравственны, чем думаем. «Являются

ли мужчины и женщины неким подобием особых калькуляторов, каждый из которых максимизирует свое собственное благосостояние? ... Или мы в основном стараемся делать и то, что приятно, и то, что справедливо, но часто попадаем в конфликтную ситуацию, когда моральные ценности и счастье несовместимы?» – так начинается книга американского социолога Amitai Etzioni «The Moral Dimension. Toward a new Economy» (1990). Автор отмечает, что несмотря на повсеместное господство представления о рациональной основе человеческого поведения, в повседневной жизни люди ведут себя нерационально и часто неэгоистично: они курят, не пристегивают ремни безопасности, покупают дорогие и неудобные товары, нанимают дорогих консультантов для бесполезных советов. На нас в большой степени влияет окружение человека, принадлежность к определенной социальной группе. Поэтому даже экономическое поведение не складывается лишь из рыночного взаимодействия индивидов, преследующих только свои собственные интересы. Индивид и общество творят друг друга. Современная политэкономия слишком математизирована, справедливо замечает Этциони, но не потому, что это верный способ объяснения явлений, а только лишь потому, что на формулы, модели и абстрактные конструкции проще опираться, они даются легче, чем непосредственное наблюдение за поведением людей. В экономических отношениях необходимо доверие. На самом деле контракты выполняются не только из страха наказания, а налоги часто платят из чувства долга. Процветающее общество невозможно без высокого уровня доверия и наличия общепризнанных моральных норм в экономической деятельности.

С одной стороны эти наблюдения кажутся очень верными и в последние пару десятков лет мы действительно видим невероятное увеличение роли моральных оценок и этических формулировок в бизнесе, в нормотворчестве и в СМИ. Грета Тунберг, зеленая повестка, инклюзивность, социальная ответственность – все это стало влиять на бизнес примерно в том же

масштабе, что и другие факторы производства. Однако чем дальше, тем чаще у многих наблюдателей возникает сомнение – насколько это действительно искреннее обращение к вопросам этики, а насколько тонкий инструмент экономической конкуренции или достижения других, совсем не этических целей.

Список источников

1. Гулиус Н.С. Этика деловых отношений. Учебно-методическое пособие - Томск, издательство Томского государственного университета, 2012
2. Завьялова Е.Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей / Е.Б.Завьялова // Финансовый бизнес. — 2018. — №2 (193). — С. 26-31.
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. – М., АСТ, 2017
4. Матвеев П.Е. Этика. Основы общей теории морали. Курс лекций. - Владимир, 2006 [Электронный ресурс] – URL: <https://dspace.www1.vlsu.ru/bitstream/123456789/1294/3/00325.pdf> (дата обращения: 01.12.2023)
5. Модель принятия этических решений PMI (EDMF) [Электронный ресурс] – URL: https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/ethics/ethical-decision-making-framework.pdf?rev=f1cd0adaeaae485998a2a5df39dbfc6f&sc_lang_temp=ru-RU (дата обращения: 01.12.2023)
6. Наступил ли момент истины для этики и социальной ответственности бизнеса? Глобальное исследование в области соблюдения принципов деловой этики. 2020 год. EY Форензик. [Электронный ресурс] – URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/topics/forensic-integrity-services/ey-global-integrity-report-rus.pdf (дата обращения: 01.12.2023)
7. Сарна А. Я. Технологии воздействия на аудиторию в современном медиа-пространстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. Вып. 2. С. 218–235. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.207>

8. Сторчевой М.А. Нормативная этика бизнеса: проблемы теории//Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.8 Вып.2 , 2009 – С.142-163
9. Чичовачки П. Призрачное здание «истинной морали» Канта//Этическая мысль. Выпуск 7. РАН, Институт Философии – М., 2006.
10. Этика бизнеса: Учебное пособие для вузов и бизнес-школ./ Под общ. ред. П.А. Кальницкой – М., 2012
11. Bowen S. A Practical Model for Ethical Decision Making in Issues Management and Public Relations//Journal of Public Relations July 2005 [Электронный ресурс] – URL: https://www.researchgate.net/publication/287216766_A_Practical_Model_for_Ethical_Decision_Making_in_Issues_Management_and_Public_Relations (дата обращения: 01.12.2023)
12. Business ethics//OpenStax, Rice University, 2018 [Электронный ресурс] – URL: <https://openstax.org/details/books/business-ethics> (дата обращения: 01.12.2023)
13. Carrol A. A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices//The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility (pp.19-46). [Электронный ресурс] – URL: https://www.researchgate.net/publication/282746355_A_History_of_Corporate_Social_Responsibility_Concepts_and_Practices (дата обращения: 01.12.2023)
14. Enderle G. Business Ethics in the Intercultural and Global Context: A Conceptual Framework [Электронный ресурс] – URL: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/34728/ssoar-zfwu-2000-3-enderle-Business_ethics_in_the_intercultural.pdf?sequence=1 (дата обращения: 01.12.2023)
15. Etzioni A. The Moral Dimension. Toward A New Economy. – Free press, 1990
16. Pohl R. F. (ed.) Cognitive illusions: Intriguing phenomena in judgement, thinking and memory. Psychology Press, 2016

17. Trevino L., Nelson K. Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right. – Wiley, 6th edition, 2013

18. Velasquez M. Business Ethics: Concepts and Cases – Pearson, 8th edition, 2017

References

1. Gulius N.S. E`tika delovy`x otnoshenij. Uchebno-metodicheskoe posobie - Tomsk, izdatel`stvo Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, 2012

2. Zav`yalova E.B. Korporativnaya social`naya otvetstvennost`: evolyuciya podxodov i idej / E.B.Zav`yalova // Finansovy`j biznes. — 2018. — №2 (193). — P. 26-31.

3. Kaneman D. Dumaj medlenno... reshaj bystro. – M., AST., 2017

4. Matveev P.E. E`tika. Osnovy obshhej teorii morali. Kurs lekcij. - Vladimir 2006 [Electronic resource] – URL: <https://dspace.www1.vlsu.ru/bitstream/123456789/1294/3/00325.pdf> (last access: 01.12.2023)

5. Model` prinyatiya e`ticheskix reshenij PMI (EDMF) [Electronic resource] – URL: https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/ethics/ethical-decision-making-framework.pdf?rev=f1cd0adaeaae485998a2a5df39dbfc6f&sc_lang_temp=ru-RU (last access: 01.12.2023)

6. Nastupil li moment istiny` dlya etiki i social`noj otvetstvennosti biznesa? Global`noe issledovanie v oblasti soblyudeniya principov delovoj etiki. 2020. EY Forensic [Electronic resource] – URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/topics/forensic-integrity-services/ey-global-integrity-report-rus.pdf (last access: 01.12.2023)

7. Sarna A. Ya. Texnologii vozdejstviya na auditoriyu v sovremennom media-prostranstve // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya. 2020. V. 13. Issue. 2. P. 218–235. , <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.207>

8. Storchevoj M.A. Normativnaya e`tika biznesa: problemy` teorii//Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser.8 Issue.2 , 2009 – P.142-163
9. Chichovachki P. Prizrachnoe zdanie «istinnoj morali» Kanta//Eticheskaya mysl`. Vypusk 7. RAN, Institut Filosofii – M., 2006.
10. Etika biznesa: Uchebnoe posobie dlya vuzov i biznes-shkol./ Pod obshh. red. P.A. Kal`niczkoy – M., 2012
11. Bowen S. A Practical Model for Ethical Decision Making in Issues Management and Public Relations//Journal of Public Relations July 2005 [Electronic resource] – URL: https://www.researchgate.net/publication/287216766_A_Practical_Model_for_Ethical_Decision_Making_in_Issues_Management_and_Public_Relations (last access: 01.12.2023)
12. Business ethics//OpenStax, Rice University, 2018 [Electronic resource] – URL: <https://openstax.org/details/books/business-ethics> (last access: 01.12.2023)
13. Carrol A. A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices//The Oxford handbook of Corporate Social Responsibility (pp.19-46). [Electronic resource] – URL: https://www.researchgate.net/publication/282746355_A_History_of_Corporate_Social_Responsibility_Concepts_and_Practices (last access: 01.12.2023)
14. Enderle G. Business Ethics in the Intercultural and Global Context: A Conceptual Framework [Electronic resource] – URL: https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/34728/ssoar-zfwu-2000-3-enderle-Business_ethics_in_the_intercultural.pdf?sequence=1 (last access: 01.12.2023)
15. Etzioni A. The Moral Dimension. Toward A New Economy. – Free press, 1990
16. Pohl R. F. (ed.) Cognitive illusions: Intriguing phenomena in judgement, thinking and memory. Psychology Press, 2016
17. Trevino L., Nelson K. Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right. – Wiley, 6th edition, 2013

18. Velasquez M. Business Ethics: Concepts and Cases – Pearson, 8th edition, 2017

© Гунин А.И., 2024. *Московский экономический журнал, 2024, № 2.*