Философия бизнеса

Предмет курса -философские аспекты (основания, принципы, ценности) деловой практики бизнеса

Цель курса – осмыслить мировоззренческие основания бизнеса, сконструировать его «практическую философию» как теорию и идею

Философия как стратегия предприятия

1. **Анализ истории предприятия, его будущий образ**
2. **Философия бренда**
3. **Этические кодекс предприятия**
4. **Социальная ответственность фирмы**
5. **Роль предприятия в достижении процветания страны, укрепления её имиджа**
6. **Вклад предприятия в экологию и решение глобальных проблем**
7. **Взаимоотношениями с религией, политикой**

Основные принципы руководства бизнесмена

1. В деловых взаимоотношениях проявлять уважение, терпимость, деликатность, тактичность, доверять не только себе, но и своим партнерам.
2. Быть убежденным в том, что честь превыше прибыли.
3. Признавать неизбежность конкуренции, понимая необходимость сотрудничества.
4. Ценить не только свободу своих коммерческих действий, но и свободу действий своих конкурентов.
5. Не бояться рисковать и брать на себя ответственность за все принимаемые решения.

Миссия и ценности компании – помогают сплотить команду, довести до сведения каждого сотрудника стратегические цели и идеи, сделать работу эффективной, интересной

Говоря о производственном процессе в целом, Г. Форд отмечал, что производственный продукту – это не просто реализованная «деловая теория», а нечто большее – теория, цель которой создать из мира вещей источник радости.

«За» и «против» социальной ответственности

Аргументы в пользу социальной ответственности бизнеса:

1. Долгосрочные перспективы для компании
2. Изменение потребностей и ожиданий общества
3. Наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем
4. Моральное обязательство перед обществом
5. Патриотизм

Этика бизнеса

совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику.

адаптированные к практическим нуждам бизнесмена сведения об этических понятиях, о моральных требованиях к стилю работы и внешнему виду делового человека.

Наряду с понятием «этика бизнеса» как тождественные употребляют понятия «деловая этика», «экономическая этика», «предпринимательская этика»

Этика в современном менеджменте

- Предметом бизнес-этики являются принципы, ценности, идеалы определяющие правильные и неправильные подходы к деятельности.
- Опросы общественного мнения показали, что общество убеждено в снижении уровня стандартов этики бизнеса в условиях кризиса.
- Для решения этой проблемы организации предпринимают самые разные шаги: составляют морально-этические кодексы, занимаются этическим мониторингом, приводят тренинги по этике и философии бизнеса

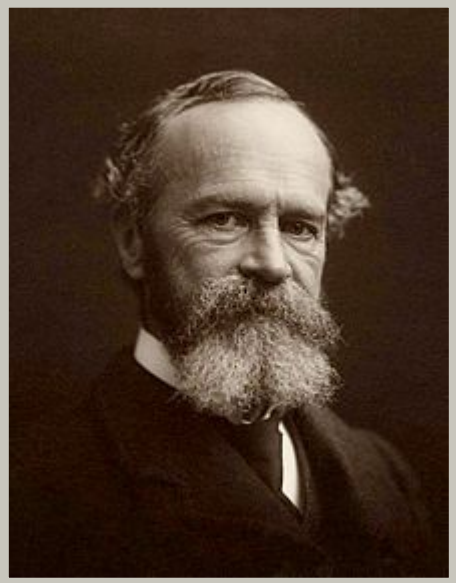
Объективные причины к философствованию в бизнесе

проблемы:

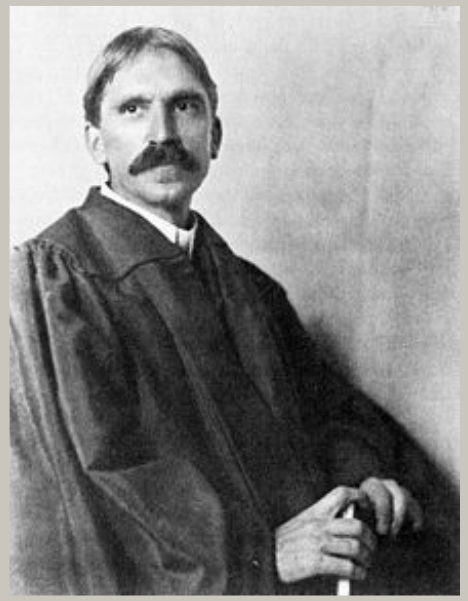
1. Слабая управляемость и предсказуемость
2. Отсутствие реальных мировых денег
3. Потребность в философских основаниях появляется лишь на стадии развитого предприятия
4. До 90% начинающих бизнесменов разоряется за первые год, два
5. Формирование корпоративного мышления

Прагматизм («Сделано в США») Философия дела и успеха

Основоположники:



William James



John Dewey

Charles Sanders Peirce

Основания прагматизма

- Истина то, что полезно и работает.
- Знание эволюционирует от сомнения к уверенности
- Главное- решение проблем

Принцип Пирса: практически проверить на истинность все суждения, где понятие подлежащие

Пример:

Алмаз самый твердый в природе.
Значит им можно поцарапать на практике любое другое природное вещество

Роль бизнеса в социальном прогрессе

В XX веке возникла доктрина бизнес благотворительности, согласно которой преуспевающие организации обязаны жертвовать часть своих средств на благо общества.

«Большинство согласится с тем, что когда г-н Абрамович и его компании тратят $2,5 млрд на ремонт домов, школ, больниц, церквей и инфраструктуру Чукотки, которая когда-то была одним из самых безнадежных регионов страны, а сейчас стала одним из самых быстрорастущих регионов, это как раз то, что называется «делать добро», которое присуще нашей духовной атмосфере»

Две точки зрения на отношение компании к социальной среде

- Первая точка зрения заключается в том, что организация является социально ответственной, если работает с максимальной прибылью и при этом не нарушает законы.
- Сторонником этой теории является лауреат Нобелевской премии М. Фридман, по мнению которого: «роль бизнеса заключается в использовании ресурсов и энергии в видах деятельности, предназначенных для увеличения прибыли, и в соблюдении при этом правил игры… а также в участии в честной конкурентной борьбе без мошенничества и обмана».

Две точки зрения на отношение компании к социальной среде

Согласно второй точке зрения организация, кроме обязательств чисто экономического характера, обязана учитывать человеческие и социокультурные аспекты влияния ее деятельности на сотрудников, потребителей и местные сообщества и вносить позитивный вклад в решение социальных проблем в силу своих возможностей в области защиты окружающей среды, здравоохранения, защиты потребителей и т.д.

.

Данный подход также подразумевает, что общество ожидает от бизнеса не только высоких экономических показателей, но и работы в социальных направлениях.

М. Вебер доказывает что "честность" - это капитал, приносящий прибыль

М. Вебер и современность

М. Вебер утверждал что "честность" - это капитал, приносящий прибыль

В США оштрафовали «Голдман Сакс» на $22 миллиона за неудачи при попытках предотвратить умышленно вредные советы аналитиков-исследователей, даваемые привилегированным клиентам по изменениям на рынках.

Бизнес и религия

Более 50 % верующих людей хотели бы иметь собственный бизнес

«Вера в духовность человека — не основание отказываться от предпринимательства. Более того, религия дает ответ на вопрос, как верующему человеку вести бизнес, зарабатывать деньги, и расширяться, не нарушая Божьих и человеческих законов» (Иваненко С.)

Экономика цивилизации и предприниматели

Суть проблемы:

- **Нестабильность,**
- **Волатильность,**
- **Политическое давление,**
- **Экологические проблемы**
- **Влияние религии**

Мировой кризис как долгосрочный фон мировой экономики

Хрематистика как негативное постоянное явление

Хремастика (от др.-греч. χρηματιστική — обогащение) — термин, которым Аристотель обозначал науку об обогащении, искусство накапливать деньги и имущество, накопление богатства как самоцель, как сверхзадача, как поклонение прибыли

Цель экономики – естественное богатство, вещи для жизни.

Цель хрематистики – неестественное богатство, накопление в денежной форме, обладание деньгами.

Этика запрещает в деятельности фирмы

- использование информации полученной в доверительной беседе
- выплата соучастнику части незаконно полученных денег
- противоправное поведение ради интересов фирмы
- незаконные выплаты политическим организациям
- раскрытие секретов компании
- Вымогательство, взятки, подарки
- конфликт на почве столкновения интересов
- нарушение закона в целом

Автор идеи и составитель
К. филос. н, доцент (ВАК РК)

Степанов А.В.