

КАПИТАЛИЗАЦИЯ МОРАЛИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ: ВОЗМОЖНОСТЬ ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Прокаева Елена Геннадьевна,
*аспирант кафедры философии и гуманитарных наук
Новосибирского государственного университета
экономики и управления – «НИНХ»,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
ORCID: 0000-0003-4790-7454
SPIN-код: 3993-4488
elenapro@ngs.ru*

Аннотация

Современность предъявила новый вызов капитализму, ответом на который может стать появление «морального капитала». С конца XX века корпорации убедились в важности сильной идеологии и необходимости разработанной осмысленной корпоративной этики, основанной на ценностях, понимаемых и принимаемых всеми членами компании. Преувеличенное значение личной выгоды в западной философии со времен Адама Смита и Иеремии Бентама привели к формированию «экономического человека», рассматривающего окружающий мир через призму индивидуального материального интереса. Жизненное кредо такого человека – «мне хорошо, значит, и всем хорошо» – стало настоящей угрозой обществу, делая невозможным существование адекватных форм коллективов. В настоящей статье мы исследуем крупные корпорации, так как они наиболее репрезентативны в качестве представителей современного капиталистического общества. Анализ деятельности корпораций и их реакций на кризисы показал, что компании, сумевшие пережить критическую ситуацию, как правило, через 2–3 года вносят изменения в корпоративную этику, осуществив некоторую рефлексию. Конкурентная среда, требования общества, государства и международных организаций способствуют проявлению большей социальной ответственности, осмысления и фиксации этих изменений. Все типы капитализма, как их увидел Макс Вебер: «грабительский», «авантюристический» и «рациональный», одновременно сосуществуют и в настоящий момент. Сумеет ли капитализм преобразоваться в свою более моральную форму, или мы будем наблюдать возникновение нового общественного строя, покажет время. Если транснациональные корпорации сумеют преодолеть естественную жажду наживы и преобразовать ее в желание «приносить наибольшее счастье наибольшему числу людей», расширяя это «наибольшее число» до планетарного масштаба, ответ будет

положительным. То, как некоторые из этих компаний преодолевают свои собственные кризисы, вселяет надежду. Время перемен прекрасно тем, что каждый может внести свою лепту в текущие изменения, действуя в соответствии с человеческими нормами морали.

Ключевые слова: корпоративные ценности, корпоративная культура, социальная ответственность, рациональный капитализм, моральный капитал, человек экономический.

Библиографическое описание для цитирования:

Прокаева Е.Г. Капитализация морали в деятельности современных корпораций: возможность или необходимость? // Идеи и идеалы. – 2023. – Т. 15, № 2, ч. 2. – С. 377–390. – DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-377-390.

Наилучшим действием является то, которое приносит наибольшее счастье наибольшему числу людей.

Перемия Бентам

Первоначально корпорации возникли из потребности людей объединиться на основании общих целей, интересов, идей. Как правило, это были профессиональные союзы. Вступая в корпорацию, люди получали защиту, доход, профессиональное признание, при этом они делали имущественные или денежные вклады и/или передавали часть своих прав. В корпорации происходило обучение и воспитание младших членов, обеспечивалась возможность профессионального и социального роста. В целом, корпорация являлась и является саморегулируемым экономическим сообществом. Важный этап в развитии корпораций произошел во второй половине XIX века, когда в Англии, Франции и других европейских странах, а затем и в США законодательно уравнили людей и корпорации в правах, признав за последними право на неприкосновенность имущества и дохода. «Эпоха, когда на уровне законодательства корпорации были для людей, закончилась. Началась эпоха, когда уже люди были для корпораций» [8, с. 253]. К началу XX века акционерные общества стали главной организационной формой капиталистических предприятий. С правами на неприкосновенность имущества и дохода для корпораций открылась возможность безграничного роста. В настоящий момент мы наблюдаем транснациональные корпорации планетарного масштаба, соперничающие в силу своего влияния с государствами.

Макс Вебер выделял три типа капитализма: «грабительский», «авантюристический», «рациональный»; все три типа сосуществуют и в настоящее время. Стремление к наживе, не ограниченное социальными обязательствами и моралью, делает возможным использование любых средств.

В англосаксонском типе корпораций собственники-акционеры и сотрудники, как правило, не обладают инструментами контроля над управляющими топ-менеджерами. Корпорации, стремясь к снижению издержек, располагают производство в странах с дешевой рабочей силой, даже с использованием детского труда, менее требовательным законодательством в вопросах сохранения экологии. Капитализм, в рамках которого предприятия действуют с полным отсутствием этических норм, Вебер называл «грабительским»; его основной мотив – поживиться за счет «слабых». Он был распространен в период колонизаций, но встречается довольно часто и сейчас. Череда скандалов с 2016 по 2019 год, связанных с использованием детского труда компаниями Apple, Samsung, Sony, Victoria's Secret, Nike, Zara, Adidas, Tommy, H&M, Puma в Египте, Узбекистане, Пакистане, Индии, Бангладеш, Таиланде и Китае, показывает, что «грабительский» капитализм прекрасно себя чувствует и в наше время [10].

«Авантюристический», иррационально-спекулятивный капитализм движим страстью к риску ради риска, с пренебрежительным отношением к этическим рамкам. К нему можно отнести современных биржевых спекулянтов и экономико-политических игроков. Вебер определял: «Капитализм грюндеров, крупных спекулянтов, колонизаторов и финансистов часто сохраняет ряд подобных черт и в современной действительности Запада даже в мирное время; особенно же близок к нему капитализм, ориентированный на войну. Отдельные – лишь отдельные – черты крупной международной торговли в наши дни, как, впрочем, и в прошлом, также родственны авантюристическому капитализму» [2, с. 51].

Наряду с «авантюристическим» и «грабительским» существует и «рациональный» капитализм. «“Капиталистическим” мы здесь будем называть такое ведение хозяйства, которое основано на ожидании прибыли посредством использования возможностей обмена, то есть мирного (формально) приобретательства», – писал Вебер [2, с. 48]. Конечность территориального распространения, конкуренция, юридическая ответственность и усиление требований со стороны государств, общества и международных объединений заставляет корпорации двигаться к более этичному поведению, к поиску новых инструментов для самосовершенствования, индивидуализации и даже рефлексии. Соблюдение принципов ESG, участие в репутационных рейтингах, благотворительность и другие социально-ответственные действия является положительной реакцией транснациональных корпораций на вызов глобального общества.

Рациональная этика лучшей формы современного капитализма основана в какой-то мере на протестантизме, из которого «Бог» ушел (или умер, как сказал Ницше), а его место заняла выгода. Но, как пишет Ван Сяоси,

«рациональный капитал нуждается в морали и неразрывно с нею связан» [11, с. 9]. Человеку хочется верить во что-то лучшее, чем он сам, и чувствовать себя частью чего-то большего, чем он сам. Поэтому корпорации большими буквами пишут свои масштабные цели, создают великие миссии, пытаются предвидеть свою компанию в далеком будущем и тщательно прописывают этические кодексы на основании выбранных ими корпоративных ценностей.

В каком-то смысле корпорации пытаются создать свои религии, если вслед за Дюркгеймом понимать под религией всякую систему верований, не требующую доказательств, или систему «конечных ценностей» [4]. В качестве примера можно привести слова Джима Фарли, генерального директора Ford Motor Company: «Мы все каждый день приходим на работу, чтобы служить чему-то большему, чем мы сами. Наша цель определяет то, как мы служим нашим клиентам, нашим сообществам и друг другу. Она объединяет нас, и я так горжусь тем, как наша команда воплощает ее в жизнь каждый день» [15]. Или слова Джехун Чанга, президента компании Hyundai Motor Company: «Одна вещь останется неизменной и неизблемой: философия управления Hyundai Motor Company, которая ставит гуманность выше всех остальных соображений. Основываясь на этом непреложном убеждении, мы возьмем на себя инициативу по созданию устойчивого будущего, в котором всё человечество сможет жить в безопасности и здоровье, наслаждаясь свободой передвижения и уникальными предложениями нашей жизни» [16].

Том Питерс еще в конце 1980-х годов провел исследование 62 крупнейших американских компаний и сделал вывод, что компании с сильной идеологией более успешны в осуществлении своей экономической деятельности и что «хорошие руководители не только занимаются зарабатыванием денег, но и помогают своим людям обрести смысл» [7, с. 68]. Эти примеры показывают, что современные компании, наиболее чувствительные к инновациям, начинают переходить к социально-ответственному ведению бизнеса, всё больше уделяя внимание не краткосрочным выгодам, а долгосрочному устойчивому развитию, поскольку понимают необходимость баланса между ожиданиями бизнеса и общества. Набирает популярность модель «всеобщего выигрыша», которая ориентирована на гармоничное соединение стремления компании к прибыли и устойчивости с социальной ответственностью.

Если вспомнить слова Иеремии Бентама: «Наилучшим действием является то, которое приносит наибольшее счастье наибольшему числу людей», то можно сказать, что всё новое – это хорошо забытое старое. Но утилитаризм, родоначальником которого был Бентам, призывал в первую очередь к достижению личного преуспеяния, увеличивающего об-

щую сумму счастья с помощью правильного расчета, подчинив мораль индивидуальному интересу, причем под «интересом» скорее понималась выгода. Как и его предшественник Адам Смит, он провозглашал принцип, согласно которому тот, кто заботится сам о себе, приносит тем самым пользу всему обществу. Подобная ориентация на свое собственное счастье, которое виделось в достижении пользы, выгоды, удовольствия и добра, привела к формированию «экономического человека». Как пишет Кристиан Лаваль в своей работе «Человек экономический», «то, что до сих пор понималось как темная сторона человечества, настоящая угроза всякой социальной группе, – то есть превалирование индивидуальных ценностей над коллективными, жажда приобретений, нежелание делиться с другими, отсутствие благодарности, – становится элементарной данностью, на основе которой утверждается новый человеческий порядок, понимаемый как более естественный, более благоприятный, словом, настолько очевидный, что становится немыслимым предположить, что общества прошлого и общества современные, которые еще полностью не осовременились, подчинялись бы иной логике, чем господствующая логика утилитаризма... Невозможно, ну или почти невозможно, представить себе общество, организованное по модели, регулируемой такими человеческими отношениями, которые поддерживались бы ради них самих; кажется невозможным, чтобы человек мог представлять себя и самоопределяться прежде всего по отношению к тому, какое место он занимает в общественных отношениях; кажется невозможным, чтобы для него было бы “очевидно”, что социальная группа, к которой он принадлежит, обладала бы онтологической ценностью и моралью более высокого порядка, чем его собственная» [5, с. 18]. Преобладание «экономических людей» в обществе делает невозможным само существование общества, поскольку сумма частей не образует чего-то большего, чем они сами.

Принятие решений в корпорации с ракурса «экономического человека» приводит к кризисам из-за нарушения этических норм, ущемления интересов компании и интересов общества. Именно поэтому корпорации развернулись в сторону морали и стали разрабатывать внутренние этические правила, создавать корпоративные кодексы, оглашать ценности, миссию и видение будущего своей компании. Рассмотрим проявление деятельности «экономического человека» на примере немецкого автомобильного концерна Volkswagen AG. Крупнейший за столетие скандал в автомобильной промышленности, связанный с Volkswagen Group, произошел в 2015 году и получил даже собственное название – «Дизельгейт». Использование программного обеспечения, предназначенного для тестовых автомобилей, а не для автомобилей, продаваемых населению, привело к занижению показателей расхода топлива и вредных вы-

бросов. Это было обнаружено Агентством по охране окружающей среды США (EPA) в сентябре 2015 года. Впоследствии компания признала, что более 11 млн автомобилей в Европе и США оснащены некорректным оборудованием [13]. В 2016 году акционеры выставили иск к компании на 4 млрд долларов. В 2020 году владельцам автомобилей было выплачено 9,8 млрд долларов компенсаций. Экс-главу автоконцерна Мартина Винтеркорна обязали выплатить более 11 млн евро, а бывшего топ-менеджера Audi Руперта Штадлера – 4,1 млн евро [1]. Еще несколько топ-менеджеров автоконцерна покинули свои посты. Потери Volkswagen AG к 2021 году составили свыше 35 млрд долларов.

«Дизельгейт» привел к ужесточению требований к дизелям, закрытию спортивных программ, многотысячным отзывам автомобилей Volkswagen и появлению целых кладбищ дизельных автомобилей. Последовала цепная реакция проверок дизельных автомобилей компаний Daimler, BMW, Toyota, Fiat Chrysler Automobiles, Renault, Peugeot, Citroen. Винтеркорн сам попросил наблюдательный совет концерна освободить его от занимаемой должности. Глава VW объяснил, что как руководитель предприятия он берет на себя ответственность за вскрывшиеся нарушения: «Я делаю это в интересах концерна, хотя и не считаю, что делал что-то неправильно» [9]. Оправдывает Винтеркорн свои действия желанием привести компанию к росту и процветанию, зная при этом, что и другие компании занижают показатели выхлопов автомобилей. Сложно оценить, какую прибыль компании принесет соблюдение этических норм, но в данном случае можно увидеть, сколько убытков принесло их несоблюдение.

В современной версии корпоративного кодекса VW от октября 2022 года и на обновленном сайте компании объявлено, что ключевым элементом корпоративной стратегии компания сделала честность и соблюдение нормативных требований и что эти требования касаются всех. Разработан последовательный план внедрения с 2022 по 2025 год программы Together4Integrity (T4I) для закрепления мер по обеспечению добросовестности и соблюдения нормативных требований во всей компании. В основание обновленной корпоративной культуры Volkswagen Group выбрала 7 главных ценностей: ответственность, искренность, храбрость, разнообразие, гордость своим делом, сплоченность, надежность [17]. В 2013 году базовыми принципами компании объявлялись: высокая производительность, образцовое руководство, активное участие, социальная ответственность [6]. Как мы видим, после «Дизельгейта» Volkswagen Group более тщательно подошла к разработке этических норм, поставив во главу деятельности всех членов компании честность.

В Южной Корее многие национальные корпорации принадлежат одной семье многие поколения, такая форма финансово-промышленной группы называется «чеболь». Около 50 % всех продаж в промышленности Южной Кореи приходится на компании, принадлежащие примерно 30 семьям-чеболям. За их деятельностью пристально следит общественность и СМИ. Нарушение этики членами семьи или корпорацией отражается на ее финансовых показателях. Обвинения в 2006 году топ-менеджеров компании Hyundai в подкупе государственных чиновников кроме смещения с должностей первых руководителей и юридических последствий для самой компании закончились публичным извинением ее руководства. Представители семьи Чун, находящиеся на высших постах Hyundai и Kia, выделили из личных средств на благотворительность 1 млрд долларов, чтобы загладить свою вину перед обществом [12].

В Южной Корее вопрос об этическом поведении чеболей стоит достаточно остро. В данной ситуации владельцы компании значительно больше влияют на принятие решений, чем независимые директора. Общество же, в свою очередь, создает различные комитеты (например, FTC – комиссию по добросовестной торговле) и пытается ограничить деятельность чеболей с помощью ужесточения правил. Срачивание личных интересов и интересов компании делает разрешение этических вопросов более сложным. Наличие возможности и желание использовать все имеющиеся ресурсы ставит представителей семейных корпораций перед практически постоянным моральным выбором. Регулярные скандалы показывают, что этот выбор далеко не всегда этичен, но общество неустанно призывает представителей крупного бизнеса Южной Кореи к ответственному поведению.

Нарушение этических норм людьми, обладающими влиянием и властью, происходит вследствие их уверенности в безнаказанности и низкой ответственности перед обществом. На примере 3-го и 4-го поколений чеболей Южной Кореи можно наблюдать интересный феномен взаимозависимости экономики целой страны и деятельности 30–40 семей. После Корейской войны 1950–1953 годов государство обеспечивало эти предприятия заказами и поддержкой, но обязывало тратить полученную прибыль не на личное потребление, а на инвестиции. Признавая их заслуги в развитии экономики, общественность Южной Кореи всё больше разочаровывается в чеболях из-за злоупотребления властью, коррупции и непрозрачности, однако не может обойтись без этих конгломератов. Выход в сложившейся ситуации – осознание важности соблюдения этики и морально ответственного поведения представителями чеболей, чтобы повысить рейтинг компаний в обществе или их моральный капитал.

Скорее всего, структурные изменения в экономике Кореи в пользу молодых многомиллиардных стартапов – «единорогов» – заставят чеболи обратить внимание на улучшение своей привлекательности как работодателей и как социально ответственного бизнеса. Можно отметить, что кризис 2006 года повлиял на корпоративную этику Hyundai. В 2008 году был создан новый этический кодекс компании. Обновление корпоративной этики в 2021 году можно связать с последствиями отзыва 2,3 млн моделей Hyundai и 1,8 млн Kia из-за гибели более 100 человек при самовозгорании автомобилей в 2019 году. Сейчас на сайте компании на отдельной странице написано о необходимости этического управления и о том, что компания исправляет иррациональные практики и, в частности, стремится к предотвращению коррупции. Также делается акцент на важности прозрачной, справедливой и разумной работы, стремлении к устойчивому росту, а не к краткосрочной прибыли. Безопасность клиентов объявлена приоритетной задачей [16].

Самым распространенным поведением «экономического человека» является достижение своей личной выгоды путем использования любых доступных ресурсов. Среди множества подобных примеров выберем один, кажущийся наиболее эксцентричным. Топ-менеджеры австралийского подразделения Fiat Chrysler Клайд Кэмпбелл (управляющий с декабря 2010-го по май 2013 года) и его преемница Вероника Джонс (с мая 2013-го по октябрь 2014 года) потратили 30 млн долларов из средств компании на личные нужды. Впрочем, 1 млн ушел на организацию празднования Нового года, подарки сотрудникам в виде сумок Louis Vuitton, покупку яхты (в качестве рекламного хода) и аналогичные экстравагантные поступки. При этом операционный убыток Ghrysler Group к 2007 году составил 1,5 млрд долларов, и каждый шестой сотрудник компании, т. е. 13 000 человек, попали под сокращение. К 2009 году компания выживала за счет кредита от правительства США в размере 4 млрд долларов, а головной офис был занят предотвращением банкротства и слиянием с итальянской компанией Fiat.

Клайд Кэмпбелл занимался продвижением компании на австралийский рынок и достиг определенных успехов: продажи увеличились с 8000 до 34 000 автомобилей в год. Удаленность от главного офиса, оптимистичные отчеты и отсутствие контроля сделали возможным подобное поведение топ-менеджеров. История получила огласку лишь в 2015 году, когда новый глава отделения Пэт Догерт провел проверку и обнаружил махинации [14]. Несмотря на то что в правилах компании были прописаны лимиты расходования средств на различные нужды, ограничение сумм на командировки и уровень сервиса, топ-менеджеры воспользовались ситуацией и превысили свои полномочия. Налицо

превалирование индивидуальных ценностей над коллективными, жажда приобретений и ощущение, что всё сойдет с рук. Эта история показывает, что при отсутствии внутренних моральных ограничений доступ к деньгам и власти дезориентирует человека. Руководитель компании и высшее руководство должны являться моральным примером для своих сотрудников, или, в терминах античных философов, быть «добродетельными мужами».

Поиски способов построения справедливого общества занимали умы великих мужей и во времена Конфуция, и в Античности, и в современности. Обратит внимание на мораль в период расцвета потребительского общества, «экономического человечества», превалирования материального над духовным очень непросто. Интересным решением, привлекающим всё больше внимания, оказалось использование понятия морального капитала. Доказать «экономическому человеку», главным ориентиром которого является личный материальный интерес, что соблюдать этические нормы *выгодно*, т. е. рассчитать «моральный капитал» компании, стало новым вызовом современности. Китайский специалист в области этики Ван Сяоси предлагает оценивать моральный капитал по четырем аспектам.

Первый – это концепция корпоративной этики, т. е. степень понимания корпоративной этики и ее включения в идеологию предприятия.

Второй аспект – системная трансформация корпоративной этики в систему заботы и внимания к заинтересованным сторонам, включая интересы всех связанных лиц, внедрение системы чистого производства и т. д.

Третий – нравственное сознание субъектов предприятия. Речь про моральное сознание лояльности, заботы и честности, воплощенное руководителями, сотрудниками и партнерами вне предприятия.

И четвертый аспект – моральная ответственность предприятия перед потребителями в процессе производственно-хозяйственной деятельности [11, с. 226].

Очевидно, что движение в сторону усиления этичности поведения бизнеса происходит как на Западе, так и на Востоке. Повсеместно разрабатываются инструменты для «очеловечивания» капитализма. Но говорить о начале перехода от индивидуалистического подхода к солидарному и об изменении самого «духа капитализма» еще рано. Так же как и понять, выдержит ли современный рациональный капитализм переход к более этичной форме спокойно и мирно, либо этот вызов приведет к разрушению старой социально-экономической системы. Сможем ли мы по-новому определить счастье, желая своими действиями принести его наибольшему числу людей, не ограничивая его материальной выгодой, а расширяя до Блага, раскрытого в красоте, справедливости, стремлении к истине?

Литература

1. *Александров Д.* От Tesla до дизельгейта: 5 скандалов в автопроме в 2021 году // *Autonews*. – 2022, 7 января. – URL: <https://www.autonews.ru/news/61b71b159a79473422c74ef2> (дата обращения: 24.05.2023).
2. *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 44. – ISBN 5-01-001584-6.
3. *Донских О.А.* Человек разумный экономический // *ЭКО*. – 2016. – № 4 (502). – С. 117–132.
4. *Кустарев А.* Капитализм в XXI веке: минус протестантская этика плюс конфуцианство // *Неприкосновенный запас*. – 2011. – № 5 – URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2011/5/kapitalizm-v-xxi-veke-minus-protestantskaya-etika-plyus-konfucianstvo.html> (дата обращения: 24.05.2023).
5. *Лаваль К.* Человек экономический. Эссе о происхождении неолитерализма / пер. с фр. С. Рындина. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 432 с. – ISBN 978-5-86793-822-2.
6. *Латышев И.О., Гадиева М.Б.* Особенности корпоративных культур ведущих автопроизводителей // *Интернет-журнал «Науковедение»*. – 2015. – Т. 7, № 2 (27). – С. 46. – DOI: 10.15862/20EVN215.
7. *Питерс Т.Дж., Уотерман Р.Х.* В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки. – М.: Вильямс, 2005. – 560 с. – ISBN 5-8459-0738-1.
8. *Плетнев Д.А.* Эволюция исторических форм и социально-экономических отношений в корпорации // *Вестник Челябинского государственного университета*. – 2020. – № 2 (436). – С. 250–257.
9. *Позднякова Н., Кауфман Д.* Кто виновен в «дизельгейте»? Начался суд над менеджерами VW // *Deutsche Welle*. – 2021, 16 сентября. – URL: <https://www.dw.com/ru/kto-vinoven-v-dizelgejte-nachalsja-sud-nad-menedzherami-vw/a-59199806> (дата обращения: 28.03.2023).
10. *Пономаренко М.* Детей нанимают из-за маленьких пальцев // *Lenta.ru*. – URL: <https://lenta.ru/articles/2020/11/24/fashionslaves/> (дата обращения: 24.05.2023).
11. *Сяоци В.* Моральный капитал. – М.: Шанс, 2023. – 240 с. – ISBN 978-5-907584-36-5.
12. *Хвостик Е.* Кризис в Hyundai Motor оказался структурным // *Коммерсантъ*. – 2006, 24 апреля. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/669236> (дата обращения: 24.05.2023).
13. Дело Volkswagen // *Википедия*. – URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=6007767&oldid=123520946> (дата обращения: 24.05.2023).
14. *Hawthorne M.* Fiat Chrysler boss Clyde Campbell crashes to ground // *The Sydney Morning Herald*. – 2015, June 6. – URL: <https://www.smh.com.au/business/fiat-chrysler-boss-clyde-campbell-crashes-to-ground-20150605-ghh9rq.html> (accessed: 24.05.2023).

15. Ford Motor Company official website. – URL: <https://corporate.ford.com/about/purpose.html> (accessed: 24.05.2023).
16. Hyundai official website. – URL: <https://www.hyundaiwelding.com/rus/hdp/sus/normsList1%20Hyundai> (accessed: 28.03.2023).
17. Volkswagen group official website. – URL: <https://www.volkswagenag.com/de/group/together4integrity.html> (accessed: 24.05.2023).

Статья поступила в редакцию 02.03.2023.

Статья прошла рецензирование 14.03.2023.

CAPITALIZATION OF MORALITY IN THE ACTIVITIES OF MODERN CORPORATIONS: OPPORTUNITY OR NECESSITY

Prokaeva, Elena,

Postgraduate student of the Philosophy and Humanities Department,

Novosibirsk State University of Economics and Management,

56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation

SPIN: 3993-4488

ORCID: 0000-0003-4790-7454

elenapro@ngs.ru

Abstract

Modernity has presented a new challenge to capitalism, the answer to which may be the emergence of ‘moral capital’. Since the end of the 20th century, corporations have become convinced of the importance of a strong ideology and the need for developed meaningful corporate ethics based on values understood and accepted by all members of the company. The exaggerated importance of personal gain in Western philosophy since the time of Adam Smith and Jeremy Bentham has led to the formation of an ‘economic man’ who views the world around him through the prism of individual material interest. The life credo of such a person is “I feel good, so everyone feels good.” has become a real threat to society, making it impossible for adequate forms of collectives to exist. In this article we study large corporations as they are the most visible as representatives of modern capitalist society. An analysis of the activities of corporations and their reactions to crises has shown that companies that have managed to survive a critical situation, as a rule, make changes to corporate ethics 2-3 years later, having undergone some reflection. The competitive environment, the requirements of society, the state and international organizations contribute to the manifestation of greater social responsibility to comprehend and fix these changes. All types of capitalism, as Max Weber saw them: ‘predatory’, ‘adventurous’ and ‘rational’ simultaneously coexist in the present time. Time will tell whether capitalism is able to transform into its more moral form or whether we observe the emergence of a new social order. If multinational corporations manage to overcome their natural thirst for profit and transform it into a desire to ‘bring the greatest happiness to the greatest number of people’, expanding this ‘greatest number’ to a planetary scale, the answer will be positive. The way some of these companies are overcoming their own crises is encouraging. The time of change is wonderful because everyone can contribute to the current changes by acting in accordance with human standards of morality.

Keywords: corporate values, corporate culture, social responsibility, rational capitalism, moral capital, economic man.

Bibliographic description for citation:

Prokaeva E. Capitalization of Morality in the Activities of Modern Corporations: Opportunity or Necessity. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2023, vol. 15, iss. 2, pt. 2, pp. 377–390. DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-377-390.

References

1. Aleksandrov D. Ot Tesla do dizel'geita: 5 skandalov v avtoprome v 2021 godu [From Tesla to dieselgate: 5 scandals in the automotive industry in 2021]. *Autonews*, 2022, 7 January. (In Russian). Available at: <https://www.autonews.ru/news/61b71b159a79473422c74ef2> (accessed 24.05.2023).
2. Weber M. Protestantskaya etika i dukh kapitalizma [The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism]. Weber M. *Izbrannye proizvedeniya* [Selected Works]. Moscow, Progress Publ., 1990, p. 44. ISBN 5-01-001584-6. (In Russian).
3. Donskikh O.A. Chelovek razumnyi ekonomicheskii [Homo Sapiens Oeconomicus]. *EKO = ECO*, 2016, no. 4 (502), pp. 117–132.
4. Kustarev A. Kapitalizm v XXI veke: minus protestantskaya etika plyus Konfutsianstvo [Capitalism in the XXI Century: minus Protestant Ethics plus Confucianism]. *Neprikosnovennyi zapas. Debaty o politike i kul'ture = Debates on politics and culture*, 2011, no. 5. Available at: <https://magazines.gorky.media/nz/2011/5/kapitalizm-v-xxi-veke-minus-protestantskaya-etika-plyus-konfucianstvo.html> (accessed 24.05.2023).
5. Laval C. *L'homme économique. Essai sur les racines du néolibéralisme*. Paris, Éditions Gallimard, 2007 (Russ. ed.: Laval' K. *Chelovek ekonomicheskii: esse o proiskhozhdenii neoliberalizma*. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2010. 432 p. ISBN 978-5-86793-822-2).
6. Latyshev I.O., Gadieva M.B. Osobennosti korporativnykh kul'tur vedushchikh avtoproizvoditelei [Features of the leading corporate cultures automakers]. *Internet-zhurnal «Naukovedenie»*, 2015, vol. 7, no. 2 (27), p. 46. DOI: 10.15862/20EVN215. (In Russian).
7. Peters T.J., Waterman R.H. *V poiskakh sovershenstva. Uroki samykh uspekhnykh kompanii Ameriki* [In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies]. Moscow, Izdatel'ski Vil'yams Publ., 2005. 560 p. ISBN 5-8459-0738-1. (In Russian).
8. Pletnev D.A. Evolyutsiya istoricheskikh form i sotsial'no-ekonomicheskikh ot-noshenii v korporatsii [Evolution of historical forms and socio-economic relations in the corporation]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2020, no. 2 (436), pp. 250–257.
9. Pozdnyakova N., Kaufman D. Kto vinoven v «dizel'geite»? Nachalsya sud nad menedzherami VW [Who is guilty of “dieselgate”? The trial of VW managers has begun]. *Deutsche Welle*, 2021, 16 September. (In Russian). Available at: <https://www.dw.com/ru/kto-vinoven-v-dizelgeite-nachalsya-sud-nad-menedzherami-vw/a-59199806> (accessed 28.03.2023).
10. Ponomarenko M. Detei nanimayut iz-za malen'kikh pal'tsev [Children are hired because of small fingers]. *Lenta.ru*. (In Russian). Available at: <https://lenta.ru/articles/2020/11/24/fashionslaves/> (accessed 24.05.2023).

11. Syaosi V. *Moral'nyi kapital* [Moral capital]. Moscow, Shans Publ., 2023. 240 p. ISBN 978-5-907584-36-5.
12. Khvostik E. Krizis v Hyundai Motor okazalsya strukturnym [The crisis in Hyundai Motor turned out to be structural]. *Kommersant*, 2006, 24 April. (In Russian). Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/669236> (accessed 24.05.2023).
13. Delo Volkswagen [Volkswagen emissions scandal]. *Wikipedia.org*. (In Russian). Available at: <https://ru.wikipedia.org/?curid=6007767&oldid=123520946> (accessed 24.05.2023).
14. Hawthorne M. Fiat Chrysler boss Clyde Campbell crashes to ground. *The Sydney Morning Herald*, 2015, June 6. Available at: <https://www.smh.com.au/business/flat-chrysler-boss-clyde-campbell-crashes-to-ground-20150605-ghh9rq.html> (accessed 24.05.2023).
15. *Ford Motor Company official website*. Available at: <https://corporate.ford.com/about/purpose.html> (accessed 24.05.2023).
16. *Hyundai official website*. Available at: <https://www.hyundaiwelding.com/rus/hdp/sus/normsList1%20Hyundai> (accessed 28.03.2023).
17. *Volkswagen group official website*. Available at: <https://www.volkswagenag.com/de/group/together4integrity.html> (accessed 24.05.2023).

The article was received on 02.03.2023.

The article was reviewed on 14.03.2023.