

## **The Problem of Evil in Business: A Philosophical Perspective**

KEYWORDS: Business, Ethics, Philosophy, Free Will, Evil, Law, Moral Dilemma, Myth, Risk, Crisis, Management, Deontology

### **1. The Intersection of Evil, Free Will and Thrill**

The problem of evil challenges belief in God’s omnipotence, omniscience and benevolence. In response, people either reject belief in God or revise their understanding of those attributes:

1. If God exists, He possesses benevolence, omnipotence and omniscience.
2. If God is omnipotent (all-powerful), He can eliminate all evil.
3. If God is omniscient (all-knowing), He is aware of the existence of evil.
4. If God is benevolent (all-good), He desires to eliminate all evil.<sup>1</sup>

Assuming God exists and holds all three qualities, the persistence of evil becomes puzzling. How ‘evil’ is defined is central to the debate. Todd Calder offers a broad definition of evil: “any and all pain and suffering.”<sup>2</sup> By contrast, a narrower definition focuses on moral condemnation, recognising that people can make independent choices and act accordingly.

Marcus George Singer (1926–2016), the American philosopher, argued that “if something is truly evil, it cannot be

necessary; and if it is truly necessary, it cannot be evil.”<sup>3</sup> The framers of constitutional law relied on a comparable principle:<sup>4</sup> an individual’s freedom ends where it threatens another’s freedom,<sup>5</sup> which thereby constitutes evil for the latter. Theodicy, the study of the problem of evil, underpins how people ought to exercise free will for personal and collective good.

Evil is commonly divided into two types: moral and natural.<sup>6</sup> Moral evil denotes deliberate cruelty; natural evil denotes events such as earthquakes, floods, hurricanes, tsunamis, tornadoes, volcanic eruptions and disease. Natural evil arises from natural causes, although human action, through incompetence, negligence or other factors, can exacerbate its effects.

Why does evil exist if God is all-knowing, all-powerful and all-good? An omniscient God would know of evil; an omnipotent God could prevent it; and a benevolent God would not wish it to continue. One reply is that evil can lead to greater moral goods.<sup>7</sup> A second is the “artistic analogy.”<sup>8</sup> The third, the “free-will defence,”<sup>9</sup> accounts for moral evil but does not explain natural evil.

The existence of evil is among the most serious challenges to belief in God. Three accounts of natural evil follow:

1. In Judeo-Christian doctrine, humanity is responsible for all forms of evil, including natural evil, as a consequence of the Fall.
2. Some scholars maintain that natural evil is an unfortunate by-product of the laws of nature, which yield substantial overall benefits despite occasional disasters.<sup>10</sup>
3. Alvin Plantinga, an American philosopher, argues that the coexistence of God and natural evil can be explained by positing non-human agents (for example, Satan and demons) as responsible for natural evil.<sup>11</sup>

A wider philosophical view suggests that “business” – understood philosophically – may itself contribute to the emergence of evil in the world, a theme reflected in biblical narratives, myths and ancient legends. Examples clarify this complex claim.

In the Bible, the first episode of evil occurs in Genesis 3, when the serpent tempts Eve to eat from the Tree of Knowledge, precipitating the Fall.<sup>12</sup> Theologically, this is often read as the origin of original sin: Adam and Eve’s disobedience imparts a fallen nature and propensity to sin to their descendants. The story also stresses free will:<sup>13</sup> God gave Adam and Eve the power to choose, implying that genuine love and obedience require freedom, even if that freedom can lead to disobedience.

Some theological readings hold that evil results from the misuse of free will, and thus was not directly created by God.<sup>14</sup> The first humans erred and suffered grievously. In this respect Adam and Eve resemble unfortunate sole proprietors expelled from their premises when the Archangel Gabriel expels them from Eden. The pain of losing their home is profound, and Christians sometimes characterise death as a return home – whether to heaven or to hell – before an all-forgiving Heavenly Father.

Given that God provided humanity with His only Son and, through Christ, offers forgiveness for original sin, I now turn from the biblical theology of evil to its business dimensions.

## **2. The Concept of Evil in Business Ethics**

What exactly is business, and how are its ethics<sup>15</sup> connected to the problem of evil? In an academic context, “business” denotes an organisation or entity that produces goods or supplies services for

the purpose of generating profit. Businesses take diverse legal and organisational forms, including sole proprietorships, partnerships, corporations, and cooperatives.<sup>16</sup>

The story of Adam and Eve evokes a modern couple seeking rapid profit without fully weighing the attendant risks. They received warnings from God, whom they had every reason to trust, since he had created them and provided for their needs; yet they chose to follow the dubious counsel of an unfamiliar creature, thereby jeopardising all they possessed. The Fall of Adam and Eve thus exemplifies the interplay between free will and moral consequence. This notion implies that evil may arise from human choices, and it underscores the importance of ethical frameworks in confronting the theological and philosophical problems posed by evil, problems that bear directly on business ethics. Contemporary businesses often present similar cases in which inexperienced decision-makers go bankrupt because of poor choices.

Businesses operate through distinct functions (marketing, finance, operations, human resources and management), each of which plays a crucial role in attaining organisational objectives.<sup>17</sup> If we examine Adam and Eve's actions in the context of original sin, we can metaphorically map aspects of the narrative onto these business functions.

The serpent's persuasive discourse with Eve resonates with certain marketing tactics that entice consumers. Just as the serpent presented the forbidden fruit as desirable, organisations sometimes deploy marketing strategies designed to manufacture demand; at their worst, such strategies shade into ethically dubious practices, for example, misleading advertising. Adam and Eve's choice to eat the forbidden fruit mirrors the risk-taking inherent in financial decision-making. Their action brought grave consequences, much as financial mismanagement can lead to

ruinous outcomes for a business. The temptation to overreach – comparable to the aspiration to know good and evil – can precipitate financial catastrophe if not subject to careful deliberation.

After their disobedience, Adam and Eve faced a markedly altered environment, much like a business confronting operational difficulties resulting from flawed choices. The narrative illustrates how inadequate operational judgments can create inefficiencies and dysfunction; similarly, a company may suffer when its processes are poorly conceived or executed.

The loss of innocence and the mutual blame-shifting between Adam and Eve reflect human resource challenges such as conflict resolution and accountability within teams.<sup>18</sup> Their reluctance to accept responsibility highlights the necessity of cultivating a workplace culture in which individuals are accountable and ethical conduct is the norm.

Finally, the dynamics among Adam, Eve and God can be read as a commentary on management. Faulty decision-making at the highest levels can reverberate throughout an organisation. Effective leadership should nurture a culture that supports ethical deliberation and responsible choices. In this respect, the Fall functions as a cautionary tale, emphasising the salience of ethical considerations across the spectrum of business activity.

The couple's pursuit of swift gain, induced by misleading counsel, mirrors the perennial ethical dilemmas faced by contemporary corporations. As moral transgression in the story produces profound ramifications, so too can imprudent corporate decisions precipitate financial collapse or operational breakdown. Viewing business within a wider philosophical and theological horizon – and drawing parallels with this biblical narrative – reinforces the imperative to foster accountability and ethical

behaviour within organisations if they are to achieve sustainable success.

### **3. Imbalance of Curiosity and Risk in Decision-Making**

The Bible is not the only source that vividly illustrates the problem of evil as it intersects with business ethics. The myth of Pandora<sup>19</sup> from Greek and Roman tradition similarly illuminates the complex relationship between curiosity and risk in commercial practice. In the tale, Pandora personifies curiosity: she opens a box and, thereby, releases myriad evils into the world, leaving only hope confined within.

Her decision to open the box in pursuit of the unknown parallels the ways companies entice consumers with novel products. Rigorous risk assessment must accompany such experimentation. When firms make impulsive financial decisions without thorough analysis, they may encounter unforeseen difficulties: budget overruns, operational inefficiencies, reputational damage, mounting debt or consumer backlash. Pandora's reckless act thus mirrors corporate impulses that, unchecked, can unleash financial and strategic chaos.

The chaos depicted in the myth serves as a metaphor for the operational challenges that can arise within a business. Just as the evils from the box created disorder, ineffective operational processes can lead to disruptions and inefficiencies, emphasising the importance of effective management and contingency planning.

Pandora's poor choice also symbolises the consequences of ineffective human-resource practices. Failures in communication or conflict resolution can produce a toxic workplace environment, analogous to the turmoil that followed her action. Cultivating a

supportive and accountable culture is therefore essential to minimise adverse outcomes.

Moreover, opening the box can be read as a commentary on managerial decision-making. Curiosity fuels innovation, but leaders must balance exploration with comprehensive risk management to preserve organisational sustainability. Curiosity may bring novel opportunities, yet without adequate oversight, it can produce problems instead of solutions. This tension between curiosity and caution encapsulates the complexities of business operations. Ultimately, the myth of Pandora is a powerful reminder that managerial choices profoundly affect the health and success of an organisation.

#### **4. The Dark Side of Competition: Seth and Osiris**

The Egyptian myth of Seth's murder of Osiris<sup>20</sup> exemplifies themes of competition, decision-making and ethics relevant to business. Seth personifies chaos and destructive ambition; Osiris represents order and prosperity. Their rivalry mirrors corporate competition, where unethical practices can arise in pursuit of power.

Seth's killing of Osiris disrupts cosmic order much as harmful elements unsettle organisational harmony. Just as Seth destroyed Osiris to seize power, firms may use unscrupulous tactics to undermine rivals, revealing the darker side of competition. Leaders face moral dilemmas similar to those embodied by Seth and must navigate the boundary between honesty and deceit. Mapping the Seth-Osiris dynamic onto business functions offers useful insights into organisational behaviour.

In management, leaders must mediate conflict and preserve organisational cohesion to sustain a productive workplace. In marketing, aggressive strategies can echo Seth's destructive drive to eliminate competition, raising ethical concerns about advertising and competitive practice; firms must weigh short-term advantage against long-term trust. In finance, reckless risk-taking parallels Seth's chaotic impulses, since imprudent decisions can imperil stability; financial leaders therefore require prudence and sound judgement. In human resources, resolving disputes comparable to the Seth-Osiris struggle demands effective mediation skills to prevent toxicity and to nurture cooperation and respect among staff.

These parallels underscore the necessity of ethical reflection and competent management in addressing organisational challenges. Understanding such dynamics enables firms to pursue growth without permitting destructive forces to subvert their aims. The myth thus functions as a cautionary tale about the consequences of moral decline within organisations, highlighting the importance of deontological principles in fostering a healthy corporate culture and securing long-term success.

## **5. The Ethical Dilemmas of Deceit in Business**

The Norse (Scandinavian) cosmogony contains a strikingly similar episode in which Loki<sup>21</sup> embodies mischief and deceit. Motivated by jealousy and malice, he engineers the death of Baldur, who symbolises goodness and light. Hidden motives can rupture harmony and produce devastating consequences. This narrative functions as an allegory for the destructive potential of betrayal within business practices, where unethical conduct can sow chaos throughout an organisation.

Mapping Loki's conduct onto discrete business functions reveals several pertinent parallels. Effective management depends on transparency and trust; Loki's deceit exemplifies how concealed agendas can generate organisational disorder. Leaders must deliberately cultivate a culture of honesty to forestall betrayal and to sustain cohesion and reliability within teams.

Loki's shape-changing trickery can be likened to manipulative marketing tactics that seek to deceive consumers. Just as Loki employed deception to attain his ends, firms may engage in misleading advertising. Ethical marketing is therefore essential to preserve credibility and to nurture long-term customer relationships. The advent of AI amplifies these risks, since programme outputs lack intrinsic moral understanding; business leaders must therefore apply rigorous ethical (deontological) filters to technological deployment.

Loki's capacity to manipulate events also highlights the dangers of risk-taking that disregards ethical constraints. Circumventing standards for short-term gain can produce severe legal, financial and reputational consequences. Financial practices should accordingly be aligned with ethical norms to avoid systemic damage.

The betrayal at the heart of Loki's actions underlines the centrality of conflict resolution and trust in human resources. Managing interpersonal disputes with transparency and integrity is critical; permitting deceit to flourish creates a toxic workplace and undermines organisational effectiveness.

The myth of Loki and Baldur thus underscores the necessity of integrity and ethical behaviour in maintaining healthy organisational dynamics. By prioritising transparency and ethical safeguards, organisations can avert the destructive consequences of "Loki-like" conduct and thereby preserve stability and long-term flourishing.

## 6. Lessons on Leadership and Ethics from Frey's Betrayal

The three tales I have analysed show disasters caused by error, malice or self-interest, often undertaken without adequate foresight. In the *Völsunga Saga*,<sup>22</sup> Frey, a potent deity of fertility, prosperity and fair weather, precipitates chaos when he sacrifices his magical sword Skofnung in order to win the love of a giantess.<sup>23</sup> This action highlights the perils of privileging personal desire over incumbent responsibilities. Although his motive may initially be love, Frey's choice can be understood as a dereliction of duty, leaving him exposed at Ragnarök, the end of the world in which the gods meet destruction.<sup>24</sup>

The concept of evil in this episode can be usefully examined through business functions, revealing how destructive outcomes often arise from human ambition. Leadership in the saga exemplifies poor judgement, producing turmoil and conflict. Decisions driven by jealousy and the quest for power foster destructive leadership behaviour similar to inept management, thereby destabilising organisations. Business leaders must therefore navigate moral dilemmas and avoid self-regarding choices that harm teams and strategic objectives.

Frey's story also illustrates how manipulation and greed – reminiscent of exploitative marketing practices – erode trust and ethical norms. The saga's deceitful figures parallel the ways in which misleading marketing undermines consumer confidence; ethical marketing is essential to sustain a responsible reputation. Likewise, financial decisions motivated by avarice, as in Frey's desires, can inflict lasting harm on an organisation; firms should prioritise ethical financial stewardship over short-term gain.

Betrayal and internal rivalry in the tale expose the darker side of interpersonal dynamics. Left unchecked, such rivalries foster toxic workplaces; accordingly, robust conflict resolution

and a collaborative culture are indispensable to mitigate the harms of malice and vengeance.

Viewed across business functions, the saga's depiction of evil underscores the centrality of ethical practice, transparency and principled leadership. The *Völsunga Saga*, therefore, imparts salient lessons for cultivating healthier organisational environments amid ambition and rivalry. A prudent individual, one who aspires to succeed in business, learns from others' errors, studying the chaos they engender in order to protect themselves and their enterprises.

Our ancestors fashioned these myths for reasons deeper than mere entertainment, as did the authors of the Bible; their texts encode allegorical wisdom that merits careful application. Speaking of wisdom, we now turn to Asia and will analyse examples from India and China.

## **7. The Cost of Desire: Insights from the Ramayana**

The *Ramayana*<sup>25</sup> presents Ravana – the abductor of Sita – as a figure of moral corruption whose actions dramatise the conflict between dharma (righteousness) and adharma (unrighteousness).<sup>26</sup> Ravana's motivators (desire, pride and an insatiable quest for power) offer a cautionary exemplar of the harms that follow when destructive impulses shape decision-making. The abduction of Sita symbolises not only personal greed but also the disturbance of moral order, thereby illustrating the perils of permitting such motives to govern choices.

Ravana personifies the risks of authoritarian, self-serving leadership. In managerial contexts, comparable behaviour cultivates a toxic organisational culture in which manipulation displaces ethical standards. Effective leaders must instead

encourage collaboration and principled decision-making to prevent moral corrosion within their organisations.

His deceitful efforts to secure Sita's favour parallel unethical marketing practices that exploit consumer emotions and erode trust. Firms that capitalise on emotional responses for short-term gain risk damaging long-term credibility; ethical marketing founded on honesty and transparency is therefore essential to sustain consumer confidence. Similarly, the narrative warns against financial choices driven by avarice, urging businesses to align profitability with social responsibility.

The encounter between Ravana and Lord Rama also highlights the importance of sound conflict resolution in human resources. When personal animosities or individual ambition predominate, workplace dysfunction ensues; HR practitioners should implement measures that promote respect, cooperation and effective dispute resolution to reduce rivalry and discord.

Across management, marketing, finance and HR, the Ramayana thus supplies enduring lessons: embedding ethical practices across all business functions and cultivating a culture of mutual respect help organisations avoid the moral pitfalls the epic exposes.

## **8. Leadership Lessons on Order and Chaos in Business**

In Chinese mythology,<sup>27</sup> Nüwa<sup>28</sup> creates humanity and repairs Heaven after the devastation wrought by the malevolent dragon Gonggong.<sup>29</sup> Gonggong personifies chaos, disrupting the natural order and inflicting widespread harm, while Nüwa embodies creation, restoration and order. This mythic conflict mirrors the persistent tension between unethical conduct and ethical practice within organisations. Effective leadership, therefore, requires

cultivating a culture of integrity and actively addressing the forces that generate organisational disorder.

Nüwa's commitment to repairing Heaven underscores social responsibility: businesses must recognise their impact on society and adopt practices that advance public welfare. The narrative also highlights the primacy of innovation and adaptability; by embracing creative solutions, organisations can navigate shocks, adapt to changing conditions, and seize emergent opportunities. Moreover, the myth emphasises the necessity of conflict-resolution mechanisms to foster collaboration and preserve productivity. By prioritising ethical leadership and these operational priorities, firms can resist destructive influences and nurture a stable, flourishing work environment.

The act of repairing Heaven functions as an emblem of social responsibility in practice. Organisations should acknowledge their civic role and the externalities of their actions; socially responsible policies can both mitigate disorder and enhance long-term legitimacy. The creation of humanity in the myth signals the importance of innovation and organisational adaptability when confronting adversity. Businesses that encourage creative problem-solving and flexible structures are better equipped to confront disruptions caused by unethical behaviour or turbulent markets. As Nüwa restores balance, so too must leaders employ effective dispute-resolution strategies to prevent discord from undermining collaboration and operational efficiency.

Viewed through the scope of business functions, the story delivers concrete implications. Management must exemplify moral purpose and model behaviour that discourages short-term opportunism; human resources should cultivate psychological safety and clear channels for grievance and remediation; operations must embed resilience through contingency planning;

and marketing and finance should align strategic ambition with transparency and accountability. Together, these practices form a systemic defence against the kind of havoc Gonggong represents.

The Nüwa-Gonggong narrative offers a broader reflection on the nature of evil and institutional fragility. Promoting ethical leadership, fostering a constructive corporate culture, committing to social responsibility and sustaining innovation are complementary requirements for containing destructive tendencies and securing organisational health. This approach not only enables companies to prosper but also contributes to a more stable and ethically attuned business ecosystem.

Nearly every culture preserves a memory or aspiration for a lost Golden Age.<sup>30</sup> Most people will recognise the catastrophic consequences that follow from the struggle between order and chaos, good and evil – precisely the phenomenon this research examines. Many have endured unethical treatment; others have perpetrated harms that degrade dignity and trust. As Confucius observed, the critical task is not never to fall, but to rise swiftly when one does. A wry anecdote from Georgian stagecraft captures this spirit: when the eminent dancer Nino Ramishvili slipped on stage, her husband Iliko Sukhishvili quipped, “So, you fell, but what a comeback it was!”

What if Gonggong were to wreak havoc once more and bring down Heaven again? The myth offers no final safeguard against recurrence; instead, it depicts Nüwa repeatedly restoring order. That cyclical pattern suggests the struggle between ethical and unethical leadership is perennial: vigilance and restorative action must be ongoing. The Chinese tale thus functions as an enduring allegory for business leadership, illuminating duties of morality, responsibility and prudent governance.

Finally, the mythic register invites a theological aside: if one accepts a transcendent moral witness who observes human

choices, then leaders ought to weigh their decisions against a higher standard. As the Georgian poet Galaktion Tabidze put it, “life is a slow game” – perhaps a reminder that moral and institutional progress often advances only gradually.

## **9. The Ancient Roots of Business Ethics**

What conclusions can we draw from the samples analysed? The concept of evil, deeply embedded in diverse mythologies and religious narratives, manifests the perennial struggle between good and evil across cultures. Accounts from the Bible and the Greek, Roman, Egyptian, Scandinavian, Germanic, Indian, and Chinese traditions show how societies have long moralised human conduct, repeatedly framing economic and political behaviour in ethical terms.

Concepts of evil are as old as human social organisation, and commercial activity has long carried ethical implications. In the Genesis account, Adam and Eve in the Garden of Eden symbolise the origins of enterprise and gesture toward early concerns about choice, responsibility and the stewardship of resources, even if the text does not depict commerce in the modern sense. Biblical texts also record exchanges between rulers and neighbouring polities, for example, the trade in gold, silver and ivory<sup>31</sup> associated with Solomon, signalling an appreciation of organised commerce,<sup>32</sup> its political reach and moral dimensions.

Turning to Mesopotamia and Sumerian cosmogony directs us to some of the earliest documented links between religion, law and commerce. Inanna,<sup>33</sup> the Sumerian goddess associated with love, war and prosperity, is also a patron of trade. Her mythic presence in commercial contexts attests to the cultural integration

of commerce with ritual life alongside the moral expectations placed on economic actors.

Archaeological and textual evidence from ancient Mesopotamia documents organised commercial activity by c. 3000 BCE.<sup>34</sup> Temples and ziggurats<sup>35</sup> functioned as centres of production and redistribution; commodities such as barley, textiles and crafts circulated through institutional networks. The invention of cuneiform permitted the recording of transactions and formal contracts, specifying obligations and sanctioning breaches. These written records institutionalised expectations of honesty and accountability, provided legal mechanisms for disputes and thus encouraged trustworthy behaviour.

Reputation was therefore essential: even the suspicion of deceit could damage a merchant's standing and commercial prospects.<sup>36</sup> Mesopotamian cosmology reinforced ethical conduct by situating economic activity within a religious framework: deities were believed to observe and judge commercial behaviour, so dishonesty could attract both social censure and divine punishment. Practices such as fair pricing and standardised weights and measures further institutionalise honest dealing and restrained opportunistic exploitation in markets.

While scholars commonly identify ancient Mesopotamia as the crucible of organised commerce, the confluence of Inanna's trade associations and biblical injunctions on stewardship and fair dealing illuminates how moral discourse accompanied economic practice from an early stage. These traditions show that commerce was never merely technical or instrumental: it was suffused with ethical meanings, legal norms and religious sanctions. The ancient sources surveyed deepen our understanding of the historical roots of business ethics. They reveal persistent themes – the regulation of exchange, the moral significance of reputation, the role of law and ritual in constraining opportunism, and the interweaving of

economic practice with broader cosmological and social orders – all of which continue to inform contemporary debates about corporate responsibility and ethical governance.

## 10. From Babylonian Law to Modern Dilemmas

The first codified legal framework emerged in ancient Babylon in Mesopotamia (present-day Iraq). Around 1754 BCE, King Hammurabi promulgated a code regulating trade, contracts and conduct, emphasising fair dealing, consumer protection and sanctions for fraud and unethical practices. The Code required merchants to provide accurate descriptions of goods to prevent deception and thereby supported the integrity of commercial exchange.

Many contemporary ethical challenges – corruption, exploitation, fraud, environmental damage and consumer manipulation – resonate with the problems the Code sought to address. Given persistent failures of corporate responsibility and ethical problems in business, some commentators call for renewed attention to the principles embodied in the Code of Hammurabi.<sup>37</sup>

Contemporary ethical concerns in business include:

1. **Corruption:** Bribery and dishonest practices to secure an advantage undermine trust and fairness.
2. **Exploitation:** Taking advantage of vulnerable populations through unfair labour practices or predatory pricing raises serious moral objections.
3. **Fraud:** Deceptive financial reporting or misleading advertising damages stakeholders and erodes public confidence.

4. **Environmental harm:** Commercial activities that degrade ecosystems and harm communities pose ethical and legal obligations.
5. **Consumer manipulation:** Misleading advertising and aggressive marketing strategies that exploit consumer vulnerabilities present clear ethical issues.
6. **Lack of transparency:** Withholding material information from stakeholders generates mistrust and accountability problems.
7. **Negligence:** Ignoring safety standards or regulations to reduce costs can endanger employees and consumers.

These parallels demonstrate that commerce has long required normative frameworks to regulate behaviour. The Code of Hammurabi illustrates an early attempt to align economic activity with social expectations and sanctions. Modern dilemmas, though technologically and institutionally more complex, still turn on the same basic tensions: how to balance private gain with communal welfare, enforce honesty, and sanction abuse. Revisiting Babylonian precedents can thus illuminate enduring principles (fairness, transparency, accountability) that remain central to contemporary debates about corporate ethics and governance.

## 11. Ethical Business in a Competitive World

Philosophy prompts a critical appraisal of business ethics and the perennial tension between good and evil. I employ the concept of evil to illuminate the dilemmas that arise in commercial life and to interrogate foundational questions about ethical conduct in business. Yet business is not merely analytic; it is practical. Without profit, survival and competitive viability, philosophical

positions risk irrelevance. This generates a central question: can ethical enterprises prosper and outperform rivals that flout moral constraints?

Profit is necessary, but ethical firms can succeed without abandoning their principles. Success ultimately depends on choices – recalling Adam and Eve’s failure to exercise wise judgement. For contemporary organisations to prosper while maintaining integrity, success rests on five foundational principles:<sup>38</sup>

1. **Building trust and loyalty:** Ethical firms cultivate strong relationships with customers, employees and stakeholders; trust delivers loyalty and sustained competitive advantage.
2. **Ensuring long-term sustainability:** Ethical practice favours sustainable business models; prioritising long-term outcomes over short-term gain reduces legal, reputational and operational risk.
3. **Attracting talent:** A strong ethical culture draws values-aligned staff, increasing job satisfaction, retention, productivity, and innovation.
4. **Maintaining a positive brand image:** Ethical conduct enhances public perception and customer engagement, especially as consumers grow more attuned to corporate social responsibility.
5. **Differentiation in the market:** High ethical standards enable firms to occupy distinct market niches – environmentally conscious or fair-trade consumers, for example.

Operationalising prosperity rests on four essential pillars<sup>39</sup> – analogous to mythic elephants supporting the world – that enable organisations to achieve success while preserving integrity:

1. **Transparency:** Open communication about practices and policies fosters trust and supports ethical decision-making.
2. **Corporate social responsibility (CSR):** Meaningful CSR commitments demonstrate societal concern, strengthening brand loyalty and legitimacy.
3. **Ethical leadership:** Leaders who embody and promote ethical values shape organisational culture, as they guide choices and reinforce integrity.
4. **Adaptability to change:** Ethically grounded organisations that adapt to regulatory shifts, technological innovation and evolving consumer preferences sustain relevance and resilience.

In a competitive landscape, upholding ethical standards provides a strategic advantage: integrity and success can coexist. Prioritising sustainability, social responsibility, and principled leadership enables firms to create long-lasting value without compromising moral commitments.

Arthur Pigou's analysis of economic welfare<sup>40</sup> complicates the picture: improvements in one dimension of welfare may coincide with declines in another, making net effects uncertain. Pigou highlights factors – attitudes to work and savings, technological change – that are often omitted yet materially affect welfare distribution. Understanding how frequently such trade-offs arise – mythic instances of order confronting chaos – matters for practical policy and managerial choices.

The philosophical concept of evil in business has persisted and likely will continue to do so. Nonetheless, there is no moral or pragmatic justification for abandoning business deontology in pursuit of profit, rapid growth or fear-driven decisions. Though difficult, an ethical enterprise can be a marker of success in the contemporary market. By acknowledging the complexities of

economic welfare and committing to principled practice, organisations can attain sustainable prosperity that benefits a broad set of stakeholders.

## ლიტერატურა □ References

1. Harrison, Gerald (2023). Sterba's Problem of Evil and a Penal Colony Theodicy. *Religions*, 14(9), 1196. <https://doi.org/10.3390/rel14091196>
2. Calder, Todd (2015). Evil and Its Opposite. *J Value Inquiry* 49, 113–130. <https://doi.org/10.1007/s10790-014-9456-7>
3. Singer, Marcus G. (2004). The concept of evil. *Philosophy* 79 (2):185-214. <https://doi.org/10.1017/S0031819104000233>
4. Murray, John Courtney, S.J. (1955, October 15). *Freedom, responsibility, and the law*. Georgetown University Library. Retrieved from <<https://library.georgetown.edu/woodstock/murray/1956b>> [This principle is prominently reflected in the U.S. Constitution, especially within the Bill of Rights. It emphasises individual liberties while also establishing a framework for limiting those freedoms to prevent harm to others.]
5. Luban, David (2011). Lawyering and philosophy: A reflection on the rule of law. *Hastings Law Journal*, 62(5), 1357-1378.
6. Leibniz, G.W. (1710). *Essays on the Goodness of God, the Freedom of Man and the Origin of Evil* <<https://www.gutenberg.org/files/17147/17147-h/17147-h.htm>>
7. Hick, John (2010). *Evil and the God of Love*. Palgrave Macmillan.
8. Hick, John (1989). *An Interpretation of Religion: Human Responses to the Transcendent*. Palgrave Macmillan.
9. Kane, Robert (2005). *A Contemporary Introduction to Free Will*. 1st Edition, Oxford University Press.
10. Hick, John H. (1989). *Philosophy of Religion* (4th Edition). Pearson.
11. Plantinga, Alvin (1974). *God, Freedom, and Evil*. William B Eerdmans Publishing Co.

12. New King James Version. (1982). *Genesis 3*. In *The Holy Bible*. Thomas Nelson. Retrieved from <<https://www.biblegateway.com/passage/?search=Genesis%203&version=NKJV>>
13. Fischer, John Martin, Robert Kane, Derk Pereboom, and Manuel Vargas (2024). *Four Views on Free Will* (Great Debates in Philosophy). Second Edition, Wiley Blackwell.
14. Cain, James (2004). Free Will and the Problem of Evil. *Religious Studies*, 40(4), 437–456. <http://www.jstor.org/stable/20008555>
15. Nadare, Maia (2021). *Deontology through the international media law*. Tbilisi: Publishing House Universal, pp. 14-19 (In Georgian).
16. Dlabay, Les R., and James L. Burrow, Brad A. Kleindl (2017). *Principles of Business*. Boston, MA: Cengage Learning, pp. 106-111.
17. Slack, Nigel, and Stuart Chambers, Christine Harland, Alan Harrison, Robert Johnston (1995) *Operations Management*. 9th ed. London: Pitman Publishing.
18. Liddle, David (2017). *Managing Conflict: A practical guide to resolution in the workplace* (1st Edition). London: Kogan Page.
19. Graves, Robert (2017). *The Greek Myths: The Complete and Definitive Edition* (1st Edition). London: Penguin Books, pp. 143-148.
20. Pinch, Geraldine (2004). *Egyptian Mythology: A Guide to the Gods, Goddesses, and Traditions of Ancient Egypt* (1st Edition). Oxford University Press, p. 178-180, 191-194.
21. Gaiman, Neil (2018). *Norse Mythology*. London: W. W. Norton & Company, pp. 229-258.
22. Morris, William (Translator) (1967). *Volsunga Saga: The Story of the Volsungs and Niblungs*. London: Collier Books.
23. Gaiman, Neil (2018). *Norse Mythology*. London: W. W. Norton & Company, pp. 199-210.
24. Gaiman, Neil (2018). *Norse Mythology*. London: W. W. Norton & Company, pp. 267-281.
25. Charan, Chaitanya (2018). *Wisdom from the Ramayana: On Live and Relationships*. New Delhi: Fingerprint! Publishing.
26. Bhattacharya, Abhedha Nanda (1992). *Dharma-Adharma and morality in Mahābhārata*. SS Publisher.

27. Liu, Tao Tao (2023). *The Chinese Myths: A Guide to the Gods and Legends*. Thames & Hudson.
28. Dehai, Huang, and Xiang Jing, Zhang Dinghao (2018). *Illustrated Myths & Legends of China: The Ages of Chaos and Heroes*. Translated by Tony Blishen, Shanghai Press.
29. Yang, Lihui, and Deming An, with Jessica Anderson Turner (2005). *Handbook of Chinese Mythology* (World Mythology). New York: Oxford University Press.
30. Nadare, Maia (2020). From Concept to Creation: Founding BRAMS (Editorial). *BRAMS*, 1(1), 5-22.
31. The Holy Bible, New International Version (2011). 1 Kings 9:26; 10:22. Retrieved from <<https://www.biblegateway.com>>
32. Bar-Ilan, Meir (2015). King Solomon's trade. *ARAM*, 27(1-2), 125-137.
33. Wolkstein, Diane, and Samuel Noah Kramer (1983). *Inanna, Queen of Heaven and Earth: Her Stories and Hymns from Sumer*. Harper Perennial.
34. Postgate, Nicholas (1994). *Early Mesopotamia: Society and Economy at the Dawn of History* (1st Edition). Routledge.
35. Ziggurats (from Akkadian *ziqurratu*) – In ancient Mesopotamia, a rectangular stepped tower, sometimes surmounted by a temple. Ziggurats are first attested in the late 3rd millennium BC and, probably, inspired the biblical story of the Tower of Babel (Gen. 11:1–9).
36. Nemet-Nejat, Karen Rhea (1998). *Daily Life in Ancient Mesopotamia*. Greenwood.
37. The *Code of Hammurabi* consists of 248 laws that highlight key principles such as justice, equity, and accountability. These laws emphasise the concept of proportional justice in both business transactions and personal interactions. In: Handcock, Percy, M.A. (1920). *The Code of Hammurabi*. Texts for students, No. 15. New York: The Macmillan Company. Retrieved from <<https://dn790001.ca.archive.org/0/items/codeofhammurabi00hammrich/codeofhammurabi00hammrich.pdf>>
38. Laasch, Oliver (2021). *Principles of management: Practicing ethics, responsibility, sustainability* (2nd ed.). SAGE Publications Ltd. // Strydom, J., Kiley, J., de Beer, A., Holtzhausen, M., Steenkamp, R.,

- Rudansky-Kloppers, S., Nieuwenhuizen, C., & Kara, M. (2011). *Principles of business management* (2nd ed.). OUP Southern Africa. // Preda, Steve, and Gregory Cleary (2022). *Pinnacle: Five principles that take your business to the top of the mountain*. Amershire Publishing.
39. Rasche, Andreas (Ed.), Mette Morsing (Ed.), and Jeremy Moon (Ed.) (2017). *Corporate social responsibility: Strategy, communication, governance* (Kindle ed.). Cambridge University Press. Retrieved from [https://assets.cambridge.org/97811071/14876/frontmatter/9781107114876\\_frontmatter.pdf](https://assets.cambridge.org/97811071/14876/frontmatter/9781107114876_frontmatter.pdf)
40. Pigou, A.C. (1932). *The Economics of Welfare* (4th ed.). London: Macmillan. Retrieved from [https://oll-resources.s3.us-east-2.amazonaws.com/oll3/store/titles/1410/Pigou\\_0316\\_EBk\\_v6.0.pdf](https://oll-resources.s3.us-east-2.amazonaws.com/oll3/store/titles/1410/Pigou_0316_EBk_v6.0.pdf)

ბიზნესში ბოროტების პრობლემის  
ფილოსოფიური გააზრება  
(ანოტაცია)

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესი, ეთიკა, ფილოსოფია, თავისუფალი  
ნება, ბოროტება, კანონი, მორალური დილე-  
მა, მითი, რისკი, კრიზისი, მენეჯმენტი, დეონ-  
ტოლოგია

ბოროტების პრობლემა ეჭვქვეშ აყენებს ღმერთის  
ყოვლისშემძლეობის, ყოვლისმცოდნეობისა და  
კეთილშობილების რწმენას. ვინაიდან ღმერთი არსებობს,  
მას სამივე თვისება უნდა ჰქონდეს, რაც კითხვებს ბადებს  
ბოროტების არსებობასთან დაკავშირებით. ბოროტების  
განმარტებები განსხვავებულია და მოიცავს როგორც  
მორალურ ბოროტებას (განზრახ დანაშაული), ასევე  
ბუნებრივ ბოროტებას (კატასტროფები). ფილოსოფოსები,  
როგორცაა ამერიკელი მარკუს ჯორჯ სინგერი (1926-  
2016), ამტკიცებენ, რომ ჭეშმარიტი ბოროტების  
აუცილებლობა შეუძლებელია, რაც ართულებს  
თეოდიცეას – ღმერთის დაცვას ბოროტების  
არსებობისგან. მოცემულ სტატიაში განვიხილავ  
სხვადასხვა ახსნას, მათ შორის, თავისუფალი ნების  
როლსა და ბოროტების პოტენციურ სარგებელს.

ბიბლიური ამბები, განსაკუთრებით, ადამისა და  
ევას ცოდვა, ასახავს თავისუფალ ნებასა და მორალურ  
შედეგებს შორის ურთიერთქმედებას. ეს კონცეფცია  
ვარაუდობს, რომ ბოროტება ადამიანისგან იღებს  
სათავეს, რაც წარმოაჩენს ეთიკური ჩარჩოების  
მნიშვნელობას ბოროტებასთან დაკავშირებული როგორც

თეოლოგიური, ასევე, ფილოსოფიური დილემების და მისი ბიზნესეთიკაზე გავლენის გადასაჭრელად.

ადამისა და ევას ალეგორიის მეშვეობით, შევეცადე, მეპოვა შეხების წერტილები ბიზნესეთიკასა და ბოროტების პრობლემას შორის. ბიზნესი განისაზღვრება, როგორც მოგებაზე ორიენტირებული იურიდიული პირი და მოქმედებს მარკეტინგის, ფინანსებისა და ადამიანური რესურსების მართვის საფუძველზე. ბიბლიური ბიზნესურთიერთობები (რადგან რაიმეს მოგებაზე ორიენტირებული ქმედება, ეს, გარკვეულწილად, საქმისწარმოება ანუ ბიზნესია) გამაფრთხილებელ არაკსწავას გადაწყვეტილების მიღებისას, რასაც აუცილებლად მოსდევს ამ გადაწყვეტილებიდან გამომდინარე შედეგები. ედემის ბაღში უზრუნველად მცხოვრები წყვილის მიერ შეცდომაში შემყვანი რჩევების გავლენით გაკეთებული არჩევანი, თანამედროვე ბიზნესის წინაშე მდგარ ეთიკურ გამოწვევებს ასახავს. ისევე, როგორც მათმა დაუმორჩილებლობამ კატასტროფული შედეგები მოუტანა კაცობრიობას, კორპორატიულმა არასწორმა გადაწყვეტილებებმა, შესაძლოა, გამოიწვიოს ფინანსური კრაზი ან, უკიდურეს შემთხვევაში, დროებითი წარუმატებლობა. ამიტომ, ბიზნესის ფილოსოფიური, ფართე გაგებით გააზრება და ბიბლიურ არაკთან პარალელის პოვნა, სტერეოტიპულად (ანუ მარტივ კონტურებში) წარმოაჩენს ორგანიზაციებში ანგარიშგაღებულებისა და ეთიკური ქცევის ხელშეწყობის აუცილებლობას მდგრადი განვითარების მისაღწევად.

ბერძნულ-რომაული მითი პანდორას ყუთზე ცნობისმოყვარეობასა და რისკს შორის გამავალ ბეწვის ხიდს წააგავს ნებისმიერი ბიზნესმენისათვის. პანდორას დაუოკებელი სურვილი, გაეგო, თუ რა იყო ჩაკეტილი ყუთში, ერთი ერთში წააგავს იმ მომხმარებლებს, რომლებსაც თავიანთი ახალი პროდუქციის მაცდური იდუმალებით იზიდავს ბიზნესები. თუმცა, საფრთხე მხოლოდ მომხმარებელს არ ეხება. პანდორასავით,

კომპანიებიც ქაოსს აწყდებიან, თუ საკუთარი საქმიანი ნაბიჯით გამოწვეული შედეგების შეფასებისას წინასწარ ზუსტად ვერ გათვალეს მოსალოდნელი რისკი. ამან შეიძლება მოუტანოთ მნიშვნელოვანი ფინანსური პრობლემები, მაგალითად, ბიუჯეტის გადახარჯვა ანდა ოპერაციული წარუმატებლობა. ეს ნამდვილად ჰგავს პანდორას ყუთიდან გამოსული ყველა უბედურებით გამოწვეულ ქაოსს რომელიმე სვეუბედური კომპანიის შემთხვევაში.

კომუნიკაციასა და კონფლიქტთან დაკავშირებულმა არასწორმა მენეჯმენტმა შეიძლება შექმნას ტოქსიკური სამუშაო გარემო, ისევე როგორც პანდორას ქმედებებმა გამოიწვია კონფლიქტი მსოფლიოში. საბოლოო ჯამში, მიუხედავად იმისა, რომ ცნობისმოყვარეობა ხელს უწყობს სიახლეს (ინოვაციას), ბისნესმენმა უნდა იპოვოს ბალანსი სიახლის დანერგვასა და რისკის მართვას (მენეჯმენტს) შორის. მხოლოდ ასე შეძლებს ორგანიზაციის მდგრადობის შენარჩუნებას.

ეგვიპტური მითი, რომელშიც სეთი ოსირისს კლავს, ასახავს კონკურენციის, გადაწყვეტილების მიღებისა და ეთიკის თემებს საქმისწარმოების ანუ ბიზნესის კონტექსტში. თავის დამანგრეველ ამბიციას აყოლილ სეთს, ქაოსი მოაქვს. კონტრასტულია ოსირისი, რომელიც წესრიგსა და კეთილდღეობას განასახიერებს. მათი მეტოქეობა კორპორატიულ სამყაროში არსებულ კონკრეტულ დინამიკას ჰგავს, სადაც ძალაუფლებისკენ სწრაფვისას, შეიძლება, არაეთიკური საქციელი ჩაიდინოს ბიზნესმენმა, რადგან იგი სეთის წინაშე დამდგარი არჩევანის მსგავს მორალურ დილემას აწყდება: პატიოსნებასა და თაღლითობას შორის ბალანსს. ეს განსაზღვრავს ბიზნესის სხვადასხვა ფუნქციას: მენეჯმენტმა უნდა მოაგვაროს კონფლიქტები პოზიტიური სამუშაო გარემოს შესაქმნელად, მარკეტინგულმა სტრატეგიებმა უნდა აგვაცილოს თავიდან აგრესიული ტაქტიკა, რომელიც ძირს უთხრის ნდობას, ხოლო ფინანსებმა უნდა მიანიჭოს უპირატესობა გონივრულ

განსჯას სტაბილურობის შესანარჩუნებლად. სეთის ამბავი გამაფრთხილებელი შესხენებაა ეთიკის მნიშვნელობის თაობაზე: კომპანიის მესვეურმა ჯანსაღ კორპორატიულ კულტურას უნდა შეუწყოს ხელი, რაც, თავის მხრივ, გრძელვადიან წარმატებას უზრუნველყოფს საქმეში.

თითქმის, ეგვიპტურის იდენტური სიტუაციაა სკანდინავიურ მითში ლოკის შესახებ. ბოროტებისა და სიცრუის ეს განსახიერება სიკეთის სიმბოლოს – ბაღდურის სიკვდილს აწყობს. ლოკის საქციელი ბიზნესპრაქტიკაში დაღაბის დამანგრეველი პოტენციალის აღგვორიას წარმოადგენს. პროტაგონისტის მზაკვრობა იმის ნათელი ნიმუშია, თუ როგორ არღვევს ფარული მოტივები ჰარმონიას. სწორედ ამის მსგავსად, არაეთიკურ ქცევას შეუძლია ორგანიზაციებში ქაოსის გამოწვევა. ეფექტური მენეჯმენტი გამჭვირვალობასა და ნდობას საჭიროებს, მანიპულაციური მარკეტინგული ტაქტიკა კი პოტენციურად დააზიანებს ხანგრძლივ ურთიერთობებს. მოგების მიზნით ეთიკური ნორმების უგულვებელყოფამ, შეიძლება, სერიოზული ზიანი მიაყენოს ფინანსებს. ლოკისა და ბაღდურის ამბავი სწორედ ეთიკური ქცევისა და ინტეგრაციის აუცილებლობას გახაზავს ჯანსაღი ორგანიზაციული დინამიკის ხელშესაწყობად.

ჩემს მიერ განხილულ სამ ნიმუშში დაუფიქრებლობის ან სასურველის მიღწევის კინით შეცდომისა თუ ბოროტების ჩადენის შედეგად დამღვარი კატასტროფაა აღწერილი. გერმანულ საგაში ფრეი ნაყოფიერებისა და კეთილდღეობის ღვთაებაა. ეს დადებითი არსება ქაოსში უნებლიედ აღმოჩნდება, როცა თავის ჯადოსნურ ხმაღს გოლიათი ქალის სიყვარულის გამო დათმობს. ერთი შეხედვით, ცუდი არაფერი ჩაუდენია შეყვარებულ ღმერთკაცს. თუმცა, მისი საქციელი დანაშაულია, რადგან ფრეიმ პირადი სურვილები საკუთარ ღვთაებრივ პასუხისმგებლობებზე მაღლა დააყენა. ამ დაუფიქრებელი ნაბიჯის გამო,

სრულიად დაუცველი აღმოჩნდა იმ საფრთხეების წინაშე, რაც რაგნაროკის დროს წარმოიშვა. შედეგად, ფრეი და მის გამო, დანარჩენი ღმერთებიც, წარმოქმნილ რისკ-ფაქტორს საიმედო დაცვის (ფრეის ჯადოსნური ხმალი) გარეშე დაუპირისპირდნენ.

გერმანულ საგანში ნახვენებია, როგორ შეიძლება გააკეთებინოს ამბიციამ და შურმა ლიდერს დამანგრეველი (დესტრუქციული) არჩევანი. ღვთაების ქცევა წააგავს სუსტ მენეჯმენტურ გადაწყვეტილებებს, რომელთაც დესტაბილიზაცია მოაქვს ორგანიზაციებისთვის. ფრეის ისტორია იმასაც გახაზავს, რომ მანიპულირება და სიხარბე, რაც ექსპლუატაციურ მარკეტინგულ ტაქტიკას ჰგავს, ძირს უთხრის ნდობასა და ეთიკურ ქმედებებს. ეს საგა ამბიციისა და მეტოქეობის ფონზე ჯანსაღი სამუშაო გარემოს ხელშეწყობაზე ზრუნვის აუცილებლობას გვიჩვენებს. გონიერი ადამიანი (და, ცხადია წარმატებული ბიზნესმენი ან არის, ან მინიმუმ ამბიცია აქვს გონიერებაზე) სხვის (აქ, ფრეის) შეცდომებზე სწავლობს და აანალიზებს სხვის კატასტროფას, საკუთარი თავი და კომპანია რომ წინასწარ დააზღვიოს. გასართობად არც მთელი ეს მითოლოგია შეუქმნიათ ჩვენს მრავალეროვნულ წინაპრებს და არც ბიბლია დაუწერიათ დროის მოკვლის მიზნით წასაკითხად. მათში თავმოყრილი სიბრძნის აღგორიულობის სწორად აღქმა და მართებულად გამოყენება გვმართებს. სიბრძნეზე გამახსენდა და, მოდით, აზიაში გადავინაცვლოთ ინდური და ჩინური ნიმუშების გასაანალიზებლად.

პოემა „რამაიანაში“ რავანა სიტას იტაცებს. ეს ანტაგონისტი მორალური მანიკერებისა და დჰარმასა (სიმართლე) და ადჰარმას (უსამართლობა) შორის კონფლიქტის ცოცხალი განსახიერებაა. მას ბოროტი მოტივების ამოძრავებს: ვნება, ამპარტავენება და ძალაუფლებისადმი დაუოკებელი სწრაფვა. ეს ინდური არაკი იმ სავალალო შედეგების შესახებ გვაფრთხილებს, რაც მოაქვს გადაწყვეტილებების მიღებას ვინმეს ცუდი,

ნეგატიური ზეგავლენის ქვეშ. რავანას ავტორიტარული ლიდერობა ტოქსიკურ ორგანიზაციულ გარემოს წარმოშობს, სადაც ეთიკური საქციელი ჩანაცვლებულია მანიპულირებით. ანალოგიურად, მისი მატყუარა ტაქტიკა არაეთიკურ მარკეტინგულ სვლას ჰგავს, რომლის დროსაც მომხმარებლის ემოციებზე ზემოქმედება ხდება, რასაც მისი ნდობის დაკარგვა შეიძლება მოჰყვეს. ეს მხოლოდ იმაზეა დამოკიდებული, ფანდს მიხედება თუ ვერა კლიენტი, ან როდის გაიაზრებს, რომ გაასულელეს მარკეტოლოგებმა. პოემის ფაბულა სიხარბის მიზეზით მიღებული, დაუფიქრებელი ფინანსური გადაწყვეტილებების წინააღმდეგია. ეს კი გულისხმობს, რომ ბიზნესებმა წარმატება სოციალურ პასუხისმგებლობასთან უნდა დააკავშირონ. რავანასა და უფალ რამას შორის კონფლიქტი ააშკარავებს ადამიანური რესურსების სფეროში კონფლიქტების ეფექტური მოგვარების აუცილებლობას. ბიზნესის ყველა ასპექტში ეთიკური ქცევის ნორმათა დანერგვით, ორგანიზაციები შეძლებენ თანამშრომლობისა და პატივისცემის გაღრმავებას. ამგვარად გადაურჩებიან „რამაიანაში“ ასახულ მორალურ „შავ ხერხელებში“ გადავარდნას/ჩავარდნას.

ჩინურ მითოლოგიაში მოთხრობილია ნუვას შესახებ, რომელმაც კაცობრიობა შექმნა და ბოროტი დრაკონის, გონგონის, მიერ საკუთარი სიბრაზის უკონტროლობის შედეგად მობრეცილი ზეცა შეაკეთა. მითი არაფრს ამბობს, რა დაუშლის ქაოსისმომტან სხვა არსებას, ხელმეორედ დააზიანოს ნუვას შექმნილ-აღდგენილი ზეცა. იქნებ, ეს დაუსრულებელი ამბავი იმაზე მიანიშნებს, რომ ბოროტსა და კეთილს შორის, უზნეოსა და ზნეობრივ გამირებს შორის ბრძოლა მარადიულია და არც არასდროს დამთავრდება. ვფიქრობ, ძველჩინური ზღაპარი ბიზნესლიდერობის ალეგორიაა. გონგონი ქაოსისა და ნგრევის სიმბოლოა, ნუვა კი წესრიგის, შექმნისა და აღდგენის. ისინი განასახიერებენ მრავალ ორგანიზაციაში არსებულ ბრძოლას ეთიკურ და არაეთიკურ საქციელს

შორის. ეფექტური ლიდერობა გულისხმობს ინტეგრაციის კულტურის დანერგვას და გონგონისეული ქაოსის მოგვარებას. ნუვას მიერ ზეცის აღდგენაზე ზრუნვა სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობას უტოლდება. დიდი ბიზნესები სწორედ ნუვასავით უნდა მოიქცნენ: საზოგადოებრივი პასუხისმგებლობა აიღონ და ხელი შეუწყონ საყოველთაო კეთილდღეობას.

ჩინური ზღაპარი ასევე გამოკვეთს სიახლის (ინოვაციის) და ადაპტაციის მნიშვნელობას, რაც ორგანიზაციებს ეხმარება გამოწვევების გადალახვასა და შესაძლებლობების გამოყენებაში. კონფლიქტების მოგვარების სტრატეგიის განხორციელება თანამშრომლობისა და პროდუქტიულობის ზრდასაც უზრუნველყოფს. ეთიკური პოზიციის დაჭერა და მათი პრიორიტეტულობის აღიარება, ბიზნესს ეხმარება დესტრუქციულ ძალებთან დაპირისპირებისას და აყალიბებს სტაბილურ, წარმატებულ სამუშაო გარემოს.

აბსოლუტურად ყველა ერსა თუ ქვეყანას გააჩნია ოცნება ან მოგონება „ოქროს ხანაზე“, რომელსაც შენატრის, მიელტვის თუ მისტირის. ნებისმიერ ადამიანს აქვს განცდილი ბოროტებისა და სიკეთის დაპირისპირების კატასტროფული შედეგი (სწორედ ესაა ჩემს ნიმუშებში გაანალიზებული მითოლოგიური ქაოსი), გული სტკენია არაეთიკური მოპყრობის გამო ან სხვისთვის უწყენინებია მორალის ნორმათა დაიგნორებით. როგორც კონფუციუს უთქვამს, მთავარი ის კი არაა, წუმპეში არ წავიქცეთ, არამედ, რაც შეიძლება მაღე ამოვიდეთ იქიდან. ქართული იუმორის ბრწყინვალე ნიმუშიც ხომ ჩინელი ბრძენის პერიფრაზია, ილიკო სუხიშვილმა რომ უთხრა სცენაზე შემთხვევით წაფორხილებულ ნინო რამიშვილს: მერე რა, რომ წაიქცეო; სამაგიეროდ, როგორ ადექო. გონ-გონმა, იქნებ, ისევ მოაწყოს ქაოსი და ჩამოაქციოს ზეცა, მაგრამ ნუვა მას კვლავ აღადგენს. ღმერთი მუდამ იქნება ზევით და თითოეული ადამიანის არჩევანს დაელოდება: ბიზნესსა თუ ნებისმიერ სხვა სფეროში, მის რჩევას გავიხსენებთ,

თუ უცხო ხილის ხიბლი ისევ გაგვაბრძოლებს. გალაკტიონს უთქვამს, ცხოვრება ნელი თამაშიაო და კაცობრიობის პროგრესიც, ალბათ, ამიტომ მილოდავს კუს ნაბიჯით.

რა შეგვიძლია დავასკვნათ გაანალიზებული ნიმუშების შედეგად? ბოროტების კონცეფცია ღრმად არის ფესვგადგმული მითოლოგიასა და რელიგიურ ამბებში. კეთილსა და ბოროტს შორის მარადიული ბრძოლა სხვადასხვა კულტურაში ფიქსირდება.

ადამისა და ევას ცხოვრება ედემის ბაღში სიმბოლურად გამოხატავს ადამიანური მეწარმეობის საწყისებს. ბიბლიაში ასახულია ადრეული რესურსების მართვა და ეკონომიკური აქტივობა. სოლომონ ბრძენი ვაჭრობისა და კომერციის მნიშვნელობას გახაზავს სავაჭრო გზების დაარსებით. სიყვარულისა და ომის შუმერული ქაღალმერთი ინანა განასახიერებს ადრეულ ბიზნესპრაქტიკასა და სავაჭრო შეთანხმებების დამყარებას. ძველი მესოპოტამიის დოკუმენტირებული ბიზნესები, მათ შორის, სავაჭრო ცენტრების ფუნქციის შემსრულებელი ტაძრები, ნათელყოფენ ორგანიზებული კომერციის მნიშვნელობას. ლურსმული დამწერლობის შემოღებამ ხელი შეუწყო ტრანზაქციებისა და ფორმალური კონტრაქტების აღრიცხვას, რაც, თავის მხრივ, ესმარებოდა ვაჭრობაში ეთიკური ნორმების დაცვას. სოციალურმა და რელიგიურმა წესებმა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა ბიზნესეთიკაზე, რაც ვაჭრებს შორის რეპუტაციისა და ნდობის (მაგ., სიტყვის მიცემა) მნიშვნელობას ამყარებდა. სამართლიანი ფასები და სტანდარტიზებული პრაქტიკა სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი იყო სამართლიანი გარიგებების უზრუნველყოფისა და საზოგადოების მთლიანობის შენარჩუნებისათვის.

ბაბილონის მეფე ხამურაბმა, დაახლ. ძვ.წ. 1754 წელს შექმნა ერთ-ერთი უძველესი სამართლებრივი დოკუმენტი, რომელიც ვაჭრობის, კონტრაქტებისა და ეთიკური ბიზნესქცევის წესებსაც ასახავდა. ხამურაბის

კანონები ნერგავდა სამართლიან სავაჭრო პრაქტიკას, მომხმარებლის დაცვასა და თაღლითობისთვის დასჯას. ინანას კაცშირი ვაჭრობასთან, ბიბლიურ ამბებთან ერთად, კიდევ უფრო გამოკვეთს ადრეულ ბიზნესკონცეფციებს. დღეს თანამედროვე საკითხები, როგორცაა კორუფცია, ექსპლუატაცია, თაღლითობა, გარემოს დაზიანება და მომხმარებელთა მანიპულირება, ეჭვქვეშ აყენებს ბიზნესურთიერთობებში ეთიკური პასუხისმგებლობის არსებობას. თუმცა, კიდევ უფრო მძლავრად ააშკარავებს ამ უძველესი პრინციპების მუდმივ აქტუალობას.

ფილოსოფია ხელს უწყობს ბიზნესში ეთიკის კრიტიკულ შესწავლას და მარადიულად აანალიზებს სიკეთესა და ბოროტებას შორის მუდმივ ბრძოლას. მიუხედავად იმისა, რომ მოგება აუცილებელია, ეთიკურ ბიზნესს შეუძლია აყვავდეს მორალური პრინციპების დათმობის გარეშე. ბიზნესწარმატება ხუთ ფუნდამენტურ პრინციპზეა დამოკიდებული: ნდობისა და ღირსების ჩამოყალიბება, გრძელვადიანი მდგრადობის უზრუნველყოფა, ნიჭიერი ადამიანების მოზიდვა, ბრენდის დადებითი იმიჯის შენარჩუნება და ბაზარზე დიფერენციაცია. ამ პრინციპებს ოთხი საყრდენი უჭერს მხარს: გამჭვირვალობა, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, ეთიკური ლიდერობა და ადაპტირება. კონკურენტულ გარემოში ეთიკური სტანდარტების დაცვა მნიშვნელოვან უპირატესობას იძლევა, რაც ადასტურებს, რომ ინტეგრაცია და წარმატება შეიძლება თანაარსებობდეს, გამოწვევების პირობებშიც კი. ბოროტების კონცეფცია კვლავაც აქტუალურია და კიდევ უფრო გამოკვეთს ეთიკური ქცევის აუცილებლობას ხანგრძლივი პირადი თუ ბიზნესკეთილდღეობის მისაღწევად.