

Чернышева Ольга Александровна, студентка,
Пензенский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Пенза

Танина Мария Алексеевна, к.э.н., доцент,
доцент кафедры «Менеджмент, информатика и общегуманитарные науки»,
Пензенский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации», г. Пенза

**РОЛЬ СОТРУДНИЧЕСТВА БИЗНЕСА С ОБЩЕСТВЕННЫМИ
ОРГАНИЗАЦИЯМИ ПРИ РАСПРОСТРАНЕНИИ
ЭТИЧЕСКИХ СТАНДАРТОВ И ИНИЦИАТИВ
THE ROLE OF BUSINESS COOPERATION WITH
PUBLIC ORGANIZATIONS IN THE DISSEMINATION
OF ETHICAL STANDARDS AND INITIATIVES**

Аннотация: В статье исследуются механизмы взаимодействия между коммерческими структурами и некоммерческими объединениями, показывается, как такое партнерство помогает формировать этику бизнеса, способствуя повышению доверия среди потребителей и участников рынка.

Abstract: The article examines the mechanisms of interaction between commercial structures and non-profit associations, shows how such a partnership helps to shape business ethics, contributing to increased trust among consumers and market participants.

Ключевые слова: сотрудничество бизнеса, общественные организации, этические стандарты, социальная ответственность, этика.

Keywords: business cooperation, public organizations, ethical standards, social responsibility, ethics.

В условиях современного мира, где социальная ответственность и устойчивое развитие становятся важными аспектами функционирования бизнеса, сотрудничество с общественными организациями играет ключевую роль в распространении этических стандартов и инициатив, вопросы этики и социальной ответственности становятся все более актуальными. Взаимодействие между организациями, государственными органами и общественными структурами играет ключевую роль в формировании и распространении этических стандартов, а также продвижении лучших практик ответственного ведения бизнеса.

Этика бизнеса – это совокупность моральных принципов и ценностей, которые характеризуют поведение как отдельного человека, так и группы лиц при ведении деятельности организации в той или иной сфере, а также положительные и отрицательные оценки их действий при определении и достижении поставленных перед компанией целей. В условиях глобализации и увеличения конкуренции этические стандарты становятся важным фактором, определяющим репутацию компании и ее развитие.

Этические стандарты представляют собой набор принципов и норм, которые регулируют поведение организаций и их сотрудников. Они включают в себя такие основные пункты: честность и открытость в ведении бизнеса, уважение прав потребителей, социальная ответственность перед обществом., охрана окружающей среды и другие. Эти стандарты помогают предотвратить коррупцию, мошенничество и другие негативные практики, способствуя созданию справедливой и устойчивой экономической среды. Значение



соблюдения данных принципов нельзя недооценивать. Следование этическим нормам повышает репутацию организации и укрепляет доверие клиентов и партнеров, что демонстрирует стремление компании быть ответственным корпоративным субъектом.

Также этические практики, такие как экологичность и забота о сотрудниках, дают компаниям конкурентные преимущества. Они привлекают талантливых специалистов и экологически сознательных потребителей. Этические инициативы стимулируют инновации в продуктах, услугах и бизнес-моделях, компании, внедряющие этические стандарты, часто опережают конкурентов. Следование этическим аспектам повышает долгосрочную жизнеспособность бизнеса. Это снижает риски, сокращает издержки и способствует стабильному развитию.

Одной из сторон, взаимодействие с которой бизнесу необходимо налаживать, это государственные органы. Они играют важную роль в установлении и поддержании этических стандартов. Они разрабатывают законодательство, регулирующее деятельность организаций, также создают механизмы контроля за соблюдением этих норм. Немало важным является поддержание инициативы по повышению уровня этики в бизнесе через программы обучения и информирования.

Кроме того, ассоциации потребителей также являются важными партнерами в распространении этических стандартов. Их деятельность включает: защиту прав потребителей, проведение исследований и анализов на предмет соблюдения этических норм, информирование общественности о добросовестных практиках компаний. Сотрудничество с ассоциациями позволяет организациям лучше понимать потребности и ожидания своих клиентов, а также адаптировать свои практики к требованиям рынка.

Партнерство с ассоциациями потребителей способствует возможностям компании повысить прозрачность своей деятельности и продемонстрировать соответствие этическим стандартам. Ассоциации потребителей предоставляют ценную обратную связь, помогающую компаниям улучшать качество продукции и услуг в соответствии с ожиданиями клиентов. Также компании и потребительские объединения могут реализовывать совместные образовательные и просветительские программы по вопросам ответственного потребления.

Еще одной стороной взаимодействия с бизнесом можно считать профессиональные объединения малого и среднего бизнеса. Профессиональные ассоциации малого и среднего предпринимательства играют ключевую роль в выявлении и распространении этических практик среди своих членов. Они проводят обучение, обмен опытом и демонстрируют успешные кейсы. Ассоциации МСП объединяют интересы своих членов, в том числе по вопросам этического ведения бизнеса. Они помогают преодолевать барьеры и создают благоприятную среду для реализации этических инициатив. Данные объединения проводят информационные кампании, призванные повысить осведомленность предпринимателей об этических стандартах и их преимуществах для бизнеса.

Волонтерство играет немалую роль в этическом становлении бизнеса любой страны. Сотрудничество с организациями добровольческого движения поможет компаниям развиваться в сфере социальной ответственности. Компании могут реализовывать благотворительные и волонтерские программы в партнерстве с некоммерческими организациями. Бизнес и некоммерческие организации могут разрабатывать совместные программы и продукты, направленные на решение социальных и экологических проблем. Кроме того, организации, ведущие успешную деятельность в сфере социальной ответственности, могут делиться своим опытом с бизнесом. Это помогает компаниям внедрять более эффективные этические практики.

Работа в партнерстве с государством, потребительскими ассоциациями, профессиональными объединениями позволяет эффективно распространять этические



практики среди предпринимателей, что помогает в целом улучшать социальную обстановку и повышать социальную ответственность бизнеса. Обучение, обмен опытом и демонстрация успешных кейсов помогают повысить осведомленность и мотивацию предпринимателей к внедрению этических подходов. А признание, присуждение наград и премий за этическое ведение бизнеса стимулирует других предпринимателей следовать примеру лидеров.

Следование этическим нормам в бизнесе приносит множество преимуществ как для самих организаций, так и для общества в целом. К ним можно отнести повышение доверия и репутации, положительный имидж, устойчивый рост и конкурентные преимущества, улучшение отношений с партнерами, снижение конфликтов, привлечение и удержание талантов, снижение юридических рисков, а также долгосрочную прибыльность.

Сотрудничество организаций с государственными органами, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и другими общественными организациями является важным элементом в распространении этических стандартов. Это взаимодействие не только способствует улучшению репутации компаний, но и создает более справедливую экономическую среду, где интересы всех сторон учитываются. Важно продолжать развивать такие партнерства для достижения устойчивого развития общества в целом.

Список литературы:

1. Спивак, В. А. Деловая этика: учебник и практикум для вузов / В. А. Спивак. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 463 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11895-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536388> (дата обращения: 05.11.2024).

2. Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений: учебник и практикум для вузов / Н. Ю. Родыгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 380 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-19387-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/556400> (дата обращения: 05.11.2024).

3. Смирнова И. Л., Соловьева М. В. Бизнес-этика как приоритетный вектор современного развития организаций // Вестник ВУиТ. – 2021. – №1 (47). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-etika-kak-prioritetnyy-vektor-sovremennogo-razvitiya-organizatsiy> (дата обращения: 07.11.2024).

