

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

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕСА: КАК КОМПАНИИ МОГУТ БЫТЬ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫМИ ETHICAL ASPECTS OF BUSINESS: HOW CAN COMPANIES BE SOCIALLY RESPONSIBLE

Аннотация: В статье рассматриваются принципы социальной ответственности бизнеса, как компании могут интегрировать данные принципы в свою деятельность и стратегию и какую роль играют этические ценности в их повседневной практике.

Abstract: The article examines the principles of business social responsibility, how companies can integrate these principles into their activities and strategies, and what role ethical values play in their daily practice.

Ключевые слова: социальная ответственность, этика бизнеса, принципы этики, этические ценности.

Keywords: social responsibility, business ethics, principles of ethics, ethical values.

В современном бизнес-окружении понятие социальной ответственности приобретает все большую значимость. Компании больше не могут ограничиваться лишь стремлением к прибыли, они должны учитывать влияние своей деятельности на общество и природу. Этические аспекты бизнеса становятся ключевыми факторами в формировании ценностей и репутации организаций. Ответственное ведение бизнеса включает в себя не только соблюдение законов и норм, но и активную позицию в решении социальных, экологических и экономических проблем.

Социальная ответственность бизнеса основывается на ряде принципов, которые помогают компаниям эффективно интегрировать этические, социальные и экологические аспекты в свою деятельность.

Одним из главных принципов является прозрачность: компании должны поддерживать прозрачность в своей деятельности, предоставляя честную, проверяемую и доступную информацию о своих операциях, финансовых результатах, а также о воздействии на общество и окружающую среду. Прозрачность способствует формированию доверия со стороны клиентов, акционеров и общества в целом.

Основа социальной ответственности – это соблюдение высоких этических стандартов в бизнесе. Компании должны действовать добросовестно, уважать права всех заинтересованных сторон и придерживаться принципов честности в своих деловых практиках. Бизнес должен уважать и защищать права человека, как в своей внутренней политике, так и во взаимодействии с поставщиками и партнерами. Это включает в себя борьбу с дискриминацией, принудительным трудом и эксплуатацией, а также обеспечение безопасности и достойных условий труда для сотрудников.



Также компании обязаны стремиться к минимизации негативного воздействия своей деятельности на окружающую среду. Это может включать в себя использование устойчивых ресурсов, снижение выбросов и отходов, а также внедрение технологий, способствующих охране природы. Бизнес должен активно участвовать в жизни общества, стремясь решать социальные проблемы и делать вклад в развитие местных сообществ. Это может проявляться в виде благотворительных инициатив, волонтерства, поддержки образовательных программ и других социальных проектов.

Еще одним принципом является то, что компании должны учитывать интересы всех заинтересованных сторон – клиентов, сотрудников, акционеров, местных сообществ и поставщиков. Важно выстраивать диалог и сотрудничество, чтобы находить баланс интересов и учитывать мнения различных групп. Кроме того, бизнес должен быть открытым к новым идеям и подходам, которые помогут повышать эффективность и снижать негативное воздействие на общество и природу. Это может включать в себя разработку инновационных продуктов, услуг и бизнес-моделей.

Социально ответственные компании должны инвестировать в обучение и развитие своих сотрудников, создавая условия для их профессионального и личностного роста [1]. Это способствует повышению уровня компетенции, мотивации и удовлетворенности работников, что в свою очередь положительно сказывается на производительности бизнеса.

Эти принципы социальной ответственности бизнеса являются основой для создания устойчивых и этически ориентированных организаций. Они не только помогают строить положительную репутацию и укреплять доверие со стороны всех заинтересованных сторон, но и способствуют долгосрочному успеху компаний в условиях современного конкурентного рынка.

Интеграция принципов социальной ответственности бизнеса в деятельность и стратегии компании требует комплексного подхода и систематического внедрения. Вот несколько способов, как компании могут это сделать:

1. Разработка корпоративной стратегии социального развития бизнеса – создание четкой стратегии, отражающей философию компании в области социальной ответственности. Это может включать в себя миссию, видение и ценности, направленные на достижение социальной и экологической устойчивости.

2. Установление измеримых целей – разработка конкретных, измеримых целей и показателей для реализации принципов СРБ. Эти цели могут включать снижение углеродного следа, улучшение условий труда, увеличение вклада в местные сообщества и т. д. Регулярный мониторинг и отчетность о прогрессе поможет в достижении этих целей.

3. Внедрение устойчивых практик – проведение анализа цепочки поставок для выявления возможностей снижения негативного воздействия на окружающую среду и повышения социальной ответственности поставщиков. Необходимо внедрение устойчивых методов производства и использования ресурсов, таких как переработка, минимизация отходов и использование возобновляемых источников энергии.

4. Создание культуры ответственности – обучение сотрудников основам социальной ответственности и вовлечение их в процессы принятия решений. Это может быть реализовано через тренинги, семинары и внутренние кампании. Поощрение инициатив сотрудников по улучшению социальных и экологических аспектов бизнеса, например, через программы поощрения или внутренние конкурсы.

5. Установление партнерств и сотрудничества – сотрудничество с некоммерческими организациями, местными сообществами и другими компаниями для реализации совместных проектов по социальной ответственности. Такие партнерства могут усилить организационные усилия и способствовать более значительным изменениям [2].



6. Прозрачная отчетность – публикация регулярных отчетов о социальной ответственности, в которых указаны инициативы, достижения и вызовы. Это помогает установить доверие и укрепить репутацию компании.

7. Внедрение этического кода – разработка и внедрение этического кодекса, который будет служить руководством для поведения сотрудников на всех уровнях. Кодекс должен охватывать вопросы прав человека, соблюдение законов, антикоррупционные меры и другие этические аспекты.

8. Информационные технологии и инновации – использование современных технологий для мониторинга, анализа и управления воздействием бизнеса на общество и окружающую среду. Это может быть достигнуто через применение систем управления качеством, программного обеспечения для отслеживания углеродного следа и др. Эффективна разработка инновационных продуктов и услуг, которые имеют положительное социальное и экологическое воздействие.

Интеграция принципов социальной ответственности требует не только системного подхода, но и инициативы на всех уровнях организации. Только через активные действия и готовность к изменениям компании могут стать по-настоящему социально ответственными и устойчивыми [3].

Этические ценности играют ключевую роль в повседневной практике социально ответственных компаний, формируя их стратегию, корпоративную культуру и взаимоотношения с заинтересованными сторонами. Они не только направляют принятие решений, но и способствуют созданию доверия среди клиентов, сотрудников и партнеров. В условиях глобализации и растущей конкуренции компании, ориентированные на этические нормы, способны выделяться на рынке, привлекая лояльных потребителей и талантливых сотрудников. Более того, соблюдение этических стандартов способствует устойчивому развитию, минимизируя негативное воздействие на общество и окружающую среду. В итоге, интеграция этических ценностей в бизнес-практику не только улучшает репутацию компании, но и создает значимую ценность для общества в целом, способствуя более справедливому и устойчивому будущему.

Список литературы:

1. 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: 24.09.2024).

2. Алексина, Т. А. Деловая этика: учебник для вузов / Т. А. Алексина. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 384 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06659-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/536119> (дата обращения: 24.09.2024).

3. 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: 25.09.2024).

