

УДК 334.028

О. Е. Ракоч

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: olya.rakoch@yandex.ru

И. А. Рыбина

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: inarybina@fa.ru

В. Д. Тимонина

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: timonina.victoria2004@yandex.ru

ДЕЛИКТЫ ЭТИКИ БИЗНЕСА И СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА НИХ

Ключевые слова: этика бизнеса, деликты, мошенничество, недобросовестная конкуренция, неэтичная реклама, коррупция.

В статье рассматриваются основные виды деликтов бизнес-этики, такие как коррупция, ложная реклама, злоупотребление должностным положением, обман потребителей, финансовые манипуляции, экологическая безответственность и другие, а также анализируются причины, которые привели к данным нарушениям. Особое внимание в статье уделялось методам воздействия на них, включая внутренние корпоративные меры, образовательные программы для сотрудников и роль государственные регуляторные меры соблюдения этических норм ведения бизнеса. Рассматривались подходы к их устранению, как на уровне отдельных компаний, так и на уровне государства, включая анализ законодательных и правовых механизмов. Эффективное противодействие деликтам этики в бизнесе требует комплексного подхода, в котором участвуют не только компании, но и широкий круг заинтересованных сторон, включая государственные органы, потребителей и общественные организации.

О. Е. Rakoch

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: olya.rakoch@yandex.ru

I. A. Rybina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: inarybina@fa.ru

V. D. Timonina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: timonina.victoria2004@yandex.ru

BUSINESS ETHICS TORTS AND HOW TO INFLUENCE THEM

Keywords: business ethics, torts, fraud, unfair competition, unethical advertising, corruption.

The article examines the main types of business ethics torts, such as corruption, false advertising, abuse of office, consumer deception, financial manipulation, environmental irresponsibility and others, and analyzes the reasons that led to these violations. Special attention was paid in the article to methods of influencing them, including internal corporate measures, educational programs for employees and the role of government regulatory measures to comply with ethical business standards. Approaches to their elimination were considered, both at the level of individual companies and at the state level, including an analysis of legislative and legal mechanisms. Effective counteraction to ethical torts in business requires an integrated approach involving not only companies, but also a wide range of stakeholders, including government agencies, consumers and public organizations.

Введение

Современные реалии ставят перед бизнесом задачи и проблемы, когда именно этичность поступков компаний определяет дальнейший успех, долгосрочность взаи-

модействия, степень доверия между контрагентами, а также сплоченность в коллективе, что в целом определяет его устойчивое развитие. Несмотря на то, что приоритетом для бизнеса остаются прибыль, эффектив-

ность и развитие, этическая деятельность имеет решающее значение для укрепления доверия, привлечения клиентов и создания положительного имиджа для общества [4]. Однако, наряду с этим и нарушения бизнес-этики становятся все более заметной и актуальной проблемой на сегодня. В условиях глобализации и усиления конкуренции компании сталкиваются с множеством вызовов, которые могут побудить их идти на компромиссы с моральными принципами. Коррупция, манипуляции с финансовыми отчетами, экологическая безответственность и обман потребителей – это лишь некоторые примеры, когда этика бизнеса, да и сам бизнес оказывается под угрозой. Такие действия не только подрывают доверие общества, но и наносят ущерб долгосрочной стабильности и репутации компаний, что в свою очередь приводит к ухудшению экономики в целом [10].

В целом вопрос этической стороны ведения бизнеса рассматривается на протяжении существования самого предпринимательства. Естественно, что этика бизнеса – это часть философского понятия о том, «что должно быть» [7]. Начиная с Аристотеля и Платона вопросы этического поведения волновали умы человечества [2, 12]. Множество трудов, как отечественных, так и зарубежных исследовали проблемы этики бизнеса, среди них можно выделить таких ученых, как Т. Дональдсон [13], Д. Фритцше [11], М.П. Лучко [6], Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов [8], В.А. Канке [5], А.К. Семенов, Е.Л. Маслова [10] и другие, которые внесли свой вклад в развитие и популяризацию морали в сфере деловых отношений. Однако, проблема нарушения этического поведения как компаний, так и отдельных субъектов бизнеса, по-прежнему остается одной из самых актуальных и дискуссионных.

Для эффективного решения данной проблемы необходимо учитывать множество факторов, включая внутреннюю корпоративную культуру, законодательные инициативы и активное вовлечение государственных и общественных институтов. Важно понимать, что нарушение этических норм в бизнесе редко бывает случайным; часто это следствие системных проблем в управлении и культуре организации. Поэтому разработка комплексных мер воздействия на эти нарушения требует вовлечения всех заинтересованных сторон, включая руководителей компаний, сотрудников,

государственных регуляторов и потребителей, клиентов, контрагентов и общества в целом.

Целью данного исследования является выявление ключевых факторов, способствующих нарушениям бизнес-этики, и предложение эффективных мер воздействия на эти проблемы.

Материалы и методы исследования

Исследование использует методологию, которая объединяет теоретические и эмпирические методологии. Основой данной работы является анализирование научных произведений, которые рассматривают теоретические аспекты деловой этики, а также изучение конкретных случаев нарушения этических стандартов в реальных ситуациях: фирмы-гиганты, испытывавшие репутационные кризисы и правовые последствия в результате неэтичной деятельности. В методы анализа включены как первичный, так и вторичный анализ данных.

Официальные отчеты компаний, судебные решения, средства массовой информации и независимые исследования, включая рейтинги компаний, оценивающие их приверженность этическим нормам, такие как предоставленные Transparency International и Ethisphere, являются основными источниками первичных данных. Вторичный анализ охватывает статистические данные о последствиях этических нарушений, включая снижение доверия потребителей, а также финансовые и юридические потери для предприятий, кроме того, изучение того, как соблюдение этических кодексов и политик влияет на репутацию и финансовые показатели компании. В заключении исследования был проведен анализ влияния на предприятия, включая изменение доверия клиентов, снижение рыночной капитализации, судебные иски и принятие новых корпоративных стратегий. Соответственно, были приведены примеры успешных и противоположных им принятых мер, реализованных самими рассмотренными компаниями, а также варианты, предложенные авторами статьи.

Результаты исследования и их обсуждение

Этику бизнеса можно представить как вид деловой этики, которая строится на таких общечеловеческих и моральных качествах, как честность, открытость, от-

ветственность справедливость, верность данному слову, способность эффективно функционировать на рынке в соответствии с действующим законодательством, установленными правилами и традициями [6].

Так, некоторые компании строят свою деятельность исходя из следующего постулата: высокий моральный дух менеджера – достаточное условие для создания этических деловых отношений. На самом деле, создание качественных взаимоотношений на всех уровнях процессов позитивно воздействует на увеличение производительности труда, удовлетворение сотрудников и повышение конкурентоспособности фирмы. Кроме того, сам руководитель организации должен заниматься внедрением этических норм, пропагандировать справедливое отношение к коллегам, непосредственным потребителям и обществу в целом, то есть выступать идейным лидером в формировании этической модели бизнеса.

Компании с высокими этическими стандартами, как правило, имеют более низкую текучесть кадров, в них формируется благоприятный психологический климат. Кроме того, соблюдение деловой этики помогает избежать правовых рисков и финансовых потерь, связанных с мошенничеством и недобросовестными практиками [4]. В условиях глобализации этические нормы становятся важным элементом стратегии бизнеса, защищая его репутацию и способствуя устойчивому развитию.

Формулировка чётких принципов не устраняет риск появления этических проблем в компании, можно выделить самые частые нарушения в данной сфере: коррупция, дискриминация, клевета, ложная реклама, задержка низкая платежная дисциплина, недобросовестная конкуренция, нарушения конфиденциальности, действия, ухудшающие экологию и другие. Выполнение этических норм и правил также снижает риск взаимодействия со стейкхолдерами на всех этапах управления компанией и проектами, это относится практически ко всем сферам [1].

Существуют различные меры воздействия на данные нарушения, но необходимо понимать, что важно не просто внедрение политики этического поведения в деятельность фирмы, но и последующий анализ и мониторинг введённых изменений. Соединение правильного поведения с корпоративной культурой, может способствовать более лёгкому обучению сотрудников в сфере повышения этичности поведения в компании.

Большинство из этих проблем часто встречаются не только в Российской Федерации, но и во всем мире. Например, для анализа частоты коррупции с 1995 г. даже используют Индекс восприятия коррупции (англ. Corruption Perceptions Index, CPI) – составляемый международной неправительственной организацией Transparency International показатель с целью отражения оценки уровня восприятий коррупции экспертами и предпринимателями по стобалльной шкале.

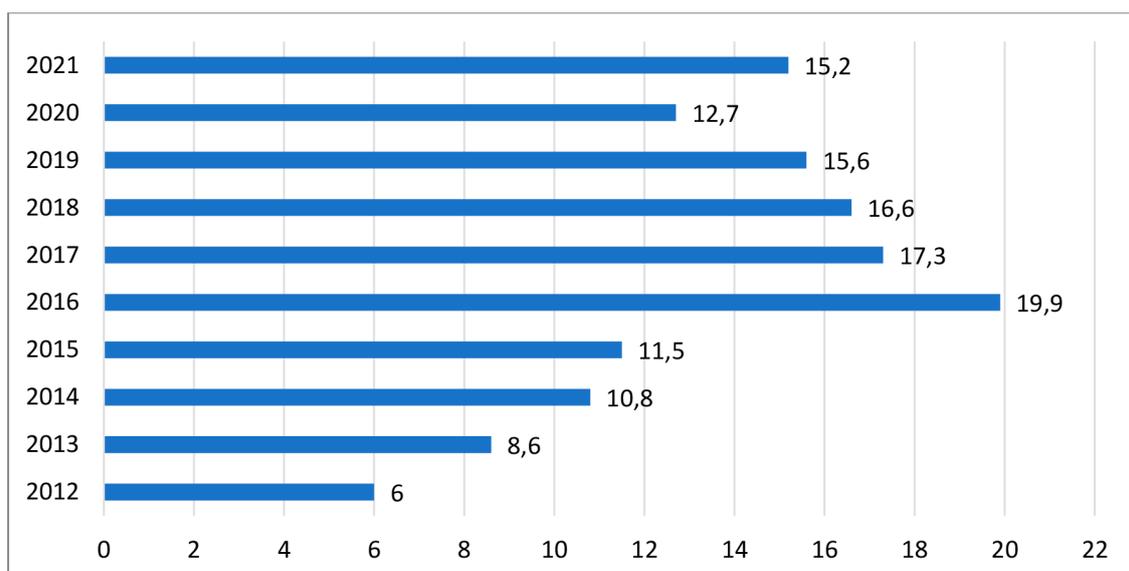


Рис. 2. Число зарегистрированных преступлений по ст. 290 УК РФ (получение взятки) [16]

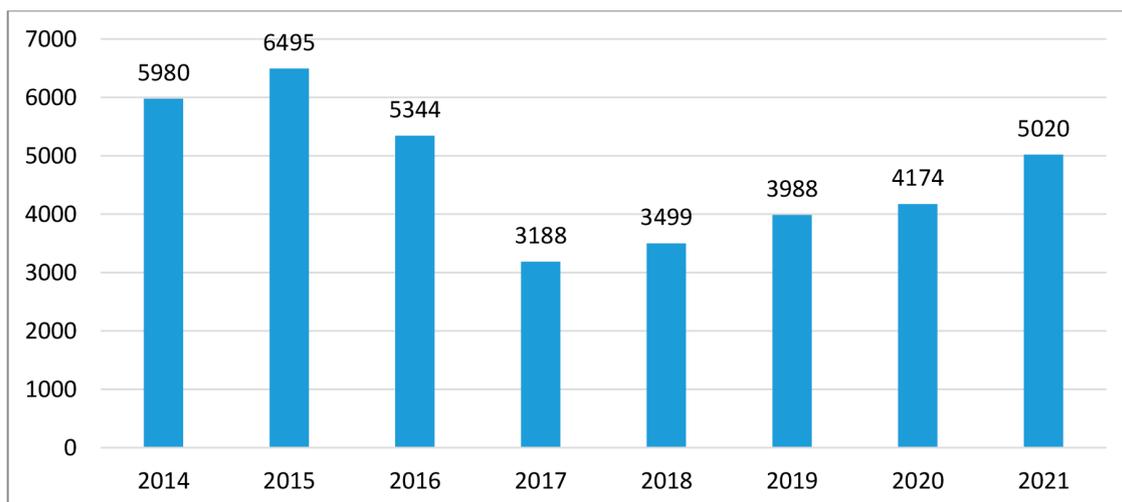


Рис. 1. Количество обвинительных приговоров, выносимых по всем коррупционным делам (тыс.) [16]

Таблица 1

Примеры отдельных деликтов этики бизнеса

Форма деликта	Нормативно-правовой акт	Пример деликта	Наказание
Коррупция	Уголовный кодекс РФ (ст.290.5) Получение взятки в крупном размере	Начальник отдела по туризму региона съездил отдохнуть с семьёй в Европейские страны. Путёвки на сумму в 450 000 рублей были оплачены туристической фирмой, включенной в программу бюджетного финансирования регионального экотуризма	Штраф на сумму от 70 до 90 тысяч рублей или лишение свободы на срок от 12 лет, с лишением права занимать определённые должности
Кража имущества	Уголовный кодекс РФ (ст.158) Кража	Кладовщик задержан при попытке вынести со склада коробки с товаром	Применение мер дисциплинарного взыскания, включая увольнение
Недобросовестная конкуренция	КоАП РФ (ст.14.33) Недобросовестная конкуренция	Три строительные организации города «не пускают» на строительный рынок организацию, предлагающую услуги по более низким ценам	Штраф от 12 до 20 тысяч рублей для ИП и от 100 до 500 тысяч рублей – для организаций

По сведениям от МВД, в 2021 году в России было зарегистрировано порядка 35 тысяч преступлений коррупционной направленности, что на 14% больше, чем в 2020 году (рисунок 1) [16]. На 2023 год российским компаниям присваивается рейтинг 26, что позволяет нашему государству находится на 141 месте среди 182 анализируемых стран. При этом частота принятия взяток в РФ с каждым годом растёт (рисунок 2) [14].

Нарушение этического поведения в компании – это не только ухудшение репутации и морального облика, на законодательном уровне также присутствуют определённые меры, которые способны их предотвращать.

Примеры нарушений и регулирующих их законодательных актов представлены в таблице 1 [8, 9].

Однако кроме распространённых проблем деловой этики, существуют практически примеры, встречающиеся реже, но при этом не менее важные для современного общества. К одним из таких примеров относится ложная реклама, существенно влияющая на репутацию компании и доверие потребителей. С ситуацией потери репутации после подобного типа рекламы в 2011 году столкнулась Pepsi, рекламная кампания которой была признана обманом потребителей в рамках инициативы Refresh Project [18].

Pepsi запустила рекламную кампанию, в которой утверждала, что покупка их продукции дает шанс на выигрыш. Однако условия розыгрыша были расплывчатыми, и шансы на выигрыш по подсчётам аналитиков оказались крайне низкими. Это привело к массовым жалобам потребителей, которые чувствовали себя обманутыми. Общественное недовольство возросло ещё больше, когда стало известно, что компания не смогла предоставить четкие и прозрачные условия розыгрыша. Например, житель Петербурга подал жалобу в Роспотребнадзор, так как в списке победителей с подозрительной частотой встречались редкие фамилии. В компании Pepsi при этом перестали отвечать на звонки и электронные письма, а позже опровергли абсолютно все обвинения, но пообещали провести дополнительное расследование.

В результате многие потребители начали бойкотировать продукцию Pepsi. Общественное недовольство выражалось в виде негативных отзывов в социальных сетях и различных платформах. Многие пользователи делились своими впечатлениями о том, как они чувствуют себя обманутыми, что еще больше ухудшало репутацию компании. Ситуация привела к следующим серьёзным последствиям:

1. Снижение доверия – клиенты стали переходить к компаниям-конкурентам, одним из которых выступала Coca-Cola;

2. Юридические последствия – компания столкнулась с судебными исками и штрафами за нарушение законодательства о рекламе. Это подтверждается словами Джеффри Честер, исполнительного директора Центра цифровой демократии, одной из организа-

ций, подавших жалобу на Pepsi. По его словам, организация нарушила раздел 5 Закона Федеральной торговой комиссии, запрещающий ложную рекламу;

3. Отрицательное воздействие на продажи – вместо ожидаемого увеличения прибыли после успешно проведённой акции, Pepsi понесла убытки, в том числе на судебные разбирательства и возврат доверия потребителей. Результаты проведенной рекламной кампании Pepsi в 2011 году отражены на рисунке 3 [19]. Из него видно, что продажи организации и доверие клиентов упали соответственно на 10% и 20%, а количество жалоб возросло в 6 раз.

Так, пример Pepsi показывает, как быстро может измениться общественное мнение и как важно быть честным и прозрачным в своих рекламных offerтах. Этические нормы в рекламе не только защищают интересы потребителей, но и способствуют долгосрочному успеху бизнеса.

В российской же практике очень часто встречаются нарушения в области экологии. Компания «Русал», занимающаяся производством алюминия, в 2010-х годах понесла обвинения в загрязнении окружающей среды. Утилизация отходов их производства вызвала множество споров у экологов и местных жителей, в связи с чем произошло судебное разбирательство. По мнению учёных, предприятие загрязняло близлежащие реки и водоёмы, пагубно воздействовало на природу через утечку токсичных веществ. Фирма практически всегда игнорировала обращения общественности, из-за чего впоследствии сильно ухудшилась и её репутация. По завершению дела активисты добились компенсации за причинённый ущерб.

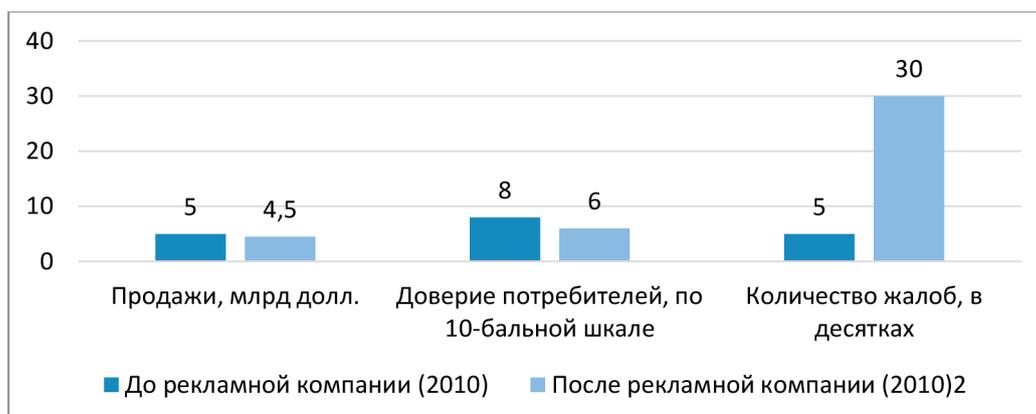


Рис. 3. Изменение показателей Pepsi после рекламы 2011 год [18]

Несмотря на то, что «Русал» в итоге начал проводить дополнительные экологические процедуры, репутация и доверие к фирме значительно упали, а также стоимость акций понизилась на 50%. Кроме того, иностранные инвесторы после случившегося вывели большую часть активов компании, из-за чего затруднилось привлечение нового финансирования. Ситуация усугубилась тем, что корпорации пришлось выплатить десятки миллионов долларов штрафов и компенсаций.

На сегодняшний день данная компания среди своих корпоративных ценностей позиционирует «ответственное ведение бизнеса, соблюдение прав человека, этических правил и экологических стандартов». Компания сокращает воздействие на окружающую среду и является участником различных международных климатических и природоохранных инициатив, в том числе сооснователем Российского партнерства за сохранение климата [17].

Другим примером нарушения этических норм бизнеса может служить промышленное предприятие «Юкос», которое в 2000-х годах скандально прославилось обвинениями в нарушениях корпоративного управления и налогового законодательства. Рассматривая ситуацию более под-

робно, можно сказать, что управленческий аппарат был обвинён в уклонении от уплаты налогов в крупном размере, а также в хищении средств и других экономических преступлениях. Данная ситуация популяризировалась на международном уровне из-за нарушения прав акционеров. Вмешательство российских властей вызвало слухи о том, что директор организации подвергся аресту из-за активного участия в политике, а точнее – критики действий правительства. Активы компании были проданы, и она была объявлена банкротом в результате спора, соответственно, рыночная стоимость организации понизилась практически до нуля.

По причине провала компании «Юкос», иностранные инвестиции значительно сократились, так как инвесторы посчитали опасным сотрудничество с Российскими организациями. Такая ситуация свидетельствует о том, что соблюдение этических норм и правил или их отсутствие может повлиять не только на внутреннюю обстановку в какой-то конкретной фирме, но и на общую ситуацию на мировом рынке, а конкретнее – на отношение других стран к корпорациям в нашей стране, что напрямую влияет на инвестиционный и деловой климат России.



Рис. 4. Статистика внедрения этических принципов в деятельность компаний с 2020 по 2022 гг. [14]

Таблица 2

Способы предотвращения некоторых деликтов этики бизнеса

Нарушение	Суть нарушения	Способ воздействия	Суть способа
Конфликт интересов	Возникает, когда личные интересы работника противоречат интересам компании или клиентов	Разработка регламента выполнения должностных обязанностей работника	Установление четких критериев выполнения, касающихся конфликтов интересов: обязательное декларирование личных интересов и участие в независимых оценках
		Создание этических комитетов, разработка этических кодексов компании	Формирование внутренних комитетов, состоящих из сотрудников разных уровней, для обеспечения объективности в рассмотрении случаев конфликта интересов
		Анонимные каналы отчетности	Обеспечение анонимных способов для персонала, чтобы его члены могли сообщать о конфликтах без страха перед репрессиями
Защита данных	Подразумевает нарушения в области личной информации клиентов	Регулярные аудиты и проверки	Проведение регулярных аудитов систем безопасности данных для выявления уязвимости и предотвращения утечек
		Обучение и информирование	Обучение сотрудников по вопросам обработки и защиты данных, а также информирование их о последствиях несанкционированного доступа к данным
		Внедрение строгих политик безопасности	Установление строгих критериев по доступу к данным и их обработке, а также применение технологий шифрования и защиты информации
Ложная реклама	Неправдивая рекламная компания, которая может существенно повредить репутации компании	Регулирование и надзор	Создание и соблюдение регулирующих норм, которые определяют, что такое ложная реклама, и устанавливают наказания за её применение
		Образование потребителей	Проведение кампаний по повышению осведомленности потребителей о том, что обещается в рекламе
		Прозрачность и честность	Формирование корпоративной культуры, основанной на честности и прозрачности в маркетинге, для избежания соблазна дачи ложных обещаний

Таблица 3

Антикоррупционная борьба в Госкорпорации «Росатом»

Внедрённые изменения	Последствия
Управленческий персонал стал обязан декларировать свои личные интересы в рамках политики компании.	Уменьшилась авторитарная власть административного отдела.
Разработана система независимого аудита сделок.	Легализовано участие заинтересованные стороны.
Создана анонимная горячая линия.	Сотрудники получили возможность предотвращать потенциальные конфликты.

Важность продвижения моральных принципов ведения бизнеса в целях устойчивого развития доказывает наличие международной организации Ethisphere, занимающейся созданием и распространением лучших стандартов бизнес-этики, корпоративной социальной ответственности, антикоррупционной политики. Она известна своими рейтингами и исследованиями, которые помогают компаниям улучшать свою репутацию [19].

На основе опросов в 2020 и 2022 годах в компании Ethisphere установили, что

корпоративная культура и ответственность в бизнесе за эти два года значительно выросла (рисунок 4) [14].

Зависимость делового успеха от соблюдения этических норм данная организация фиксирует в рейтинге самых этических компаний. Институт оценивает качество соблюдения этических норм, опираясь на шесть элементов, по которым и был сделан анализ.

Для рассмотренных примеров можно предложить некоторые меры, благодаря ко-

торым можно предотвратить некоторые нарушения (деликты) этики бизнеса. Подобные способы представлены в таблице 2.

Эффективность мер этической профилактики подтверждается их практическим применением, что благоприятно сказывается на финансовой устойчивости бизнеса и корпоративной культуре.

Примером успешной реализации антикоррупционных мер являются действия Госкорпорации «Росатом» в 2015 году [17]. Ситуация подробно описана в таблице 3.

Результаты внедрённых в «Росатом» изменений стало:

1. Случаи конфликтов из-за различающихся интересов снизились на 37% за 2 года;
2. Доверие сотрудников возросло на 25%;
3. Вовлеченность сотрудников повысилась до 78%;
4. По итогам 2017 года фирма поднялась с 27-го на 3-е место в рейтинге лучших работодателей HeadHunter и завоевала около десяти наград и рейтингов в области управления персоналом [3];
5. Увеличилось количество заключения новых контрактов на мировом рынке.

Еще одним примером служит подход МТС к обеспечению открытости рекламных сообщений. Руководство компании реализовало ряд мероприятий по повышению доверия потребителей к маркетинговым материалам, из-за роста числа жалоб потребителей на неполноту рекламных обещаний.

Были установлены дополнительные требования к ясности формулировок рекламных предложений, внедрена программа информирования клиентов о деталях рекламируемых услуг и продуктов, введен механизм обязательной юридической проверки всех рекламных материалов перед их публикацией. По сведениям от Роскомнадзора, по результатам нововведений, количество жалоб снизилось до 4% (в 2015 году [15] на МТС приходилось более 50% всех жалоб Роскомнадзора на операторов мобильной связи), а уровень удовлетворенности клиентов вырос, что увеличило доход на 8%.

Как видно из приведенных примеров, принятие тщательных мер по предотвращению нарушений деловой этики не только помогает повысить доверие сотрудников и клиентов, но и приносит пользу операционной и финансовой деятельности компании.

Кроме того, анализ мирового опыта показывает, что промышленно развитые экономики уделяют много внимания корпоративным этическим вопросам и ввели законодательные рамки, призванные сдерживать нарушения и способствовать большей открытости бизнеса (таблица 4).

Международный опыт показывает, что индустриально развитые страны полагаются на жесткое правовое регулирование, создание автономных систем этического контроля и развитие открытой корпоративной культуры.

Таблица 4

Регулирование вопросов корпоративной этики на международной арене

Стратегии	Страны	Суть
Закон о борьбе с коррупцией (FCPA)	США, ЕС, Великобритания	Запрет американским корпорациям давать взятки иностранным властям
Организации обязаны проводить обучение своих сотрудников корпоративной этике	США	Обязательно создание анонимных каналов для оповещений о нарушениях.
Система независимых этических правил	США	Рассмотрение сложных ситуаций нарушения корпоративных этических правил.
Закон Сарбейнса-Оксли (SOX)	США	Произошло ужесточение правил внутреннего аудита и защиты интересов акционеров.
Директива ЕС об отчетности по корпоративной устойчивости (CSRD)	ЕС	Этот документ обязывает крупные компании сообщать информацию о своей социальной ответственности, защите окружающей среды и инициативах корпоративной этики.
Директива о защите осведомителей	ЕС	Обязательно предоставление каналов для анонимных жалоб в крупных фирмах
Принципы «соблюдай или объясни»	Великобритания	Не придерживающиеся стандартов компании обязаны объяснить причины несоблюдения правил.
Закон о взяточничестве	Великобритания	Антикоррупционное обучение.

В отличие от международных традиций, нормы корпоративной этики в российском бизнесе по-прежнему носят рекомендательный характер, а наказания за нарушения менее категоричны.

Теоретически в России могут быть реализованы следующие международные практики:

1. Развитие законодательной базы: принятие более строгих норм, аналогичных FCPA или UK Bribery Act, для борьбы с коррупцией и другими деликтами;

2. Внедрение механизмов защиты осведомителей: создание анонимных каналов сообщений о нарушениях с обязательными гарантиями защиты информаторов;

3. Усиление этических стандартов в корпоративном управлении: развитие программ комплаенс-контроля, обязательных для крупных организаций;

4. Развитие корпоративной социальной ответственности (КСО): повышение прозрачности бизнеса и учет этических факторов в стратегии развития компаний;

Совершенно очевидно, что этика бизнеса – одно из основных условий долгосрочного успеха и устойчивого развития компании, отрасли и государства. В условиях, когда быстро меняются технологии, внедряются инновации, а скорость изменений очень высока, все заинтересованные стороны бизнеса стали больше ценить честность, и ответственное отношение к окружающему миру. Поэтому актуальность работы с нарушениями этики бизнес требует комплексного подхода и сочетания различных мер и инструментов. Важно не только разработать эффективную корпоративную политику и процедуры в сфере этического ведения бизнеса, но и создать культуру этического поведения, в которой сотрудники будут осознавать важность соблюдения этических и моральных норм. Образование, ответственность и открытость в организации могут значительно снизить количество случаев деликтов деловой этики, способствуя созданию более доверительных и устойчивых отношений внутри компании, а также с внешними стейкхолдерами. Формируя образ этичной компании, фирма может существенно укрепить свое положение на рынке и получить дополнительные конкурентные преимущества.

Заключение

Нарушения бизнес-этики остаются серьезной проблемой для компаний по всему миру. Такие деликты, как коррупция, ложная реклама, недобросовестная конкуренция, экологическая безответственность, подрывают репутацию компаний, приводят к юридическим последствиям и экономическим потерям. Создание и соблюдение этических стандартов в бизнесе является не только вопросом моральных принципов, но и важным фактором для успешного устойчивого долгосрочного развития.

Компании с высокими этическими стандартами, как правило, имеют более низкую текучесть кадров, избегают юридических и административных рисков, создают доверительные отношения со своими стейкхолдерами. Этические нарушения, такие как коррупция или ложная реклама, могут привести к серьезным последствиям, включая снижение доверия потребителей, финансовые убытки и даже судебные иски. Пример с рекламной кампанией Pepsi в 2011 году наглядно показал, как ложная реклама может повлиять на репутацию и финансовые результаты компании.

Эффективное предотвращение деликтов деловой этики требует внедрения четких принципов этического поведения в компании, проведения регулярных аудитов, создания этических комитетов и обеспечения прозрачности в корпоративной деятельности. Экологическая безопасность, соблюдение принципов этики бизнеса, защита данных, соблюдение честности в рекламе должны быть приоритетными целями деятельности для всех организаций. Важно не только разработать этический кодекс, но и создать корпоративную культуру, в которой сотрудники понимают важность соблюдения этических норм. Инвестиции в этическое поведение не только защищают компанию от негативных последствий, но и способствуют ее конкурентоспособности на рынке.

Таким образом, соблюдение этических норм в бизнесе становится неотъемлемой частью успешной и эффективной деятельности организации, формирует положительный корпоративный имидж, укрепляет деловую репутацию и способствует устойчивому развитию фирмы и общества в целом.

Библиографический список

1. Антипин А.Д., Рыбина И.А. Анализ взаимодействия со стейкхолдерами в процессе подготовки и проведения детских спортивных соревнований // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2024. № 4-1. С. 5-11.
2. Гадамер Г.Г. Диалектическая этика Платона (Феноменолог. интерпретация «Филеба») / Пер. с нем. и предисл. О.А. Коваль. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. 252 с.
3. Галкина Ю.Е., Головкин И.В. Статистический обзор результатов деятельности Госкорпорации «Росатом» по управлению трудовыми ресурсами для эффективного их использования // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2018. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2018/10/16214> (дата обращения: 29.10.2024).
4. Журавлева О.В., Рыбина И.А., Цельковская А.А., Ломакин С.С., Никонович С.Л. О развитии малого предпринимательства в субъектах Российской Федерации (финансово-правовой аспект) // Аудиторские ведомости. 2019. № 4. С. 134–142.
5. Канке В.А. Бизнес-этика: учебник. М.: ИНФРА-М, 2023. 236 с.
6. Лучко М.Л. Этика бизнеса – фактор успеха. М.: Эксмо, 2006. 317 с.
7. Кант И. Лекции по этике / редактор, составитель, автор вступительной статьи А.А. Гусейнов, перевод с немецкого: А.К. Судаков, В.В. Крылова. М.: Республика, 2005. 431 с.
8. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: учебник. 4-е изд. М.: ТК Велби, Проспект, 2010. 352 с.
9. Рачок О.Е., Тимонина В.Д. Роль фондов социального обеспечения в осуществлении налоговых правоотношений в государстве // Вестник Евразийской науки. 2024. Т 16, № s5. URL: <https://esj.today/PDF/22FAVN524.pdf> (дата обращения: 12.11.2024).
10. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента: учебное пособие. 9-е изд., стер. М.: Дашков и К, 2022. 270 с.
11. Фитцше Д.Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива. М.: ЗАО Олимп-Бизнес, 2002. 327 с.
12. Аристотель. Этика / пер. Н.В. Брагинской, Т.А. Миллер. М.: АСТ, 2002. 494 с.
13. Donaldson T., Dunfee T.W. Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics. Harvard Business School Press, Boston, MA, 1999.
14. Бизнес лавирует между этикой и эстетикой // Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5902068> (дата обращения: 30.10.2024).
15. В Роскомнадзор в 2015 году больше всего жалоб поступило на МТС. Главные и последние новости дня на iz.ru // [Электронный ресурс]. Известия. URL: <https://iz.ru/news/623029> (дата обращения: 12.11.2024).
16. Коррупция в России и мире – в шести графиках // Коммерсантъ: последние новости России и мира. 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5708590> (дата обращения: 28.10.2024).
17. Официальный сайт Русал [Электронный ресурс]. URL: <https://rusal.ru/?ysclid=m4llty2ad3364074150> (дата обращения: 25.10.2024).
18. Рекламная кампания Pepsi привела к смертельным беспорядкам // Маркетинг на vc.ru. vc.ru – бизнес, технологии, идеи, модели роста, стартапы. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/134575-reklamnaya-kampaniya-pepsi-privela-k-smertelnym-besporjadkam> (дата обращения: 28.10.2024).
19. Equifax заявила о краже персональных данных 143 млн американцев – BBC News Русская служба // BBC Home – Breaking News, World News, US News, Sports, Business, Innovation, Climate, Culture, Travel, Video & Audio. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/41196803> (дата обращения: 28.10.2024).
20. Ethisphere Общественные и некоммерческие структуры // TADVISER Государство. Бизнес. Технологии. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Ethisphere> (дата обращения: 30.10.2024).