

## چرا اخلاق تجاری مهم است؟



سیستمی از باورهای وجدانی و اخلاقی که ارزش‌ها، رفتارها و تصمیمات یک سازمان تجاری و افراد درون آن سازمان را هدایت می‌کند، به عنوان اخلاق تجاری شناخته می‌شود.

برخی از الزامات اخلاقی برای مشاغل در قانون مدون شده است. مقررات زیست‌محیطی، حداقل دستمزد، و محدودیت‌ها علیه تجارت داخلی و ساخت و پاخت، همگی نمونه‌هایی از تعیین حداقل استانداردهای دولت برای اخلاق تجاری هستند. شرایط اخلاق تجاری در طول زمان تغییر کرده است و حوزه‌های مختلف اخلاق برای هر تجارت مهم است.

### نکات کلیدی

- اخلاق تجاری شامل یک استاندارد راهنما برای ارزش‌ها، رفتارها و تصمیم‌گیری است.
- اخلاق برای تجارت در طول زمان تغییر کرده است، اما برای همه‌ی شرکت‌ها اهمیت دارد.
- اداره یک تجارت با اصول اخلاقی از بالا به پایین برای یکپارچگی شرکت ضروری است.
- رفتار به شیوه‌ای اخلاقی ثابت می‌تواند شهرت قوی و پاداش‌های مالی بلندمدت را برای شرکت‌ها ایجاد کند.
- کارمندان تمایل دارند به شرکتی با استانداردهای اخلاقی بالا وفادار بمانند و عملکرد مؤثرتری برای آنها داشته باشند.

## اخلاق در رهبری

یک تیم مدیریتی نحوه عملکرد روزانه یک شرکت را تعیین می‌کند. زمانی که فلسفه مدیریتی غالب بر رفتار و شیوه‌های اخلاقی استوار است، رهبران یک سازمان می‌توانند کارکنان را با مثال هدایت کنند. آنها می‌توانند کارکنان را در تصمیم‌گیری‌هایی که برای آنها به عنوان افراد و برای کل سازمان مفید است راهنمایی کنند. رفتار اخلاقی به ایجاد اثرات مثبت طولانی مدت برای یک شرکت کمک می‌کند. یکی از این تأثیرات، توانایی جذب و حفظ افراد بسیار با استعداد است. دیگری شهرت مثبت در جامعه است.

اداره یک کسب و کار به شیوه‌ای اخلاقی از بالا به پایین، پیوندهای قوی‌تری را بین افراد در تیم مدیریت ایجاد می‌کند. بنابراین، این باعث ایجاد ثبات بیشتر در شرکت می‌شود.

## اخلاق کارکنان

هنگامی که مدیریت یک سازمان را به شیوه‌ای اخلاقی رهبری می‌کند، کارمندان نیز آن راه را دنبال می‌کنند. زمانی که اخلاق تجاری یک اصل راهنما است، کارمندان در زمان کمتری تصمیمات بهتری می‌گیرند. این باعث افزایش بهره‌وری و روحیه کلی کارکنان می‌شود. وقتی کارمندان به گونه‌ای کار می‌کنند که مبتنی بر صداقت و درستی باشد، کل سازمان سود می‌برد. کارمندانی که برای شرکتی کار می‌کنند که استانداردهای بالایی از اخلاق تجاری را در تمام جنبه‌های عملیات می‌طلبد، به احتمال زیاد وظایف شغلی خود را در سطوح بالاتر انجام می‌دهند. آنها همچنین تمایل بیشتری به وفاداری به آن سازمان دارند.

## اخلاق بر اساس صنعت

اخلاق تجاری از صنعتی به صنعت دیگر و کشوری به کشور دیگر متفاوت است. ماهیت عملیات یک کسب و کار تأثیر عمده‌ای بر مسائل اخلاقی دارد که باید با آنها مقابله کند.

## اخلاق در مورد مشتریان

به عنوان مثال، یک معضل اخلاقی که می‌تواند برای یک کارگزاری سرمایه گذاری ایجاد شود این است که بهترین تصمیم برای یک مشتری و پول آنها نسبت به کمیسیون‌هایی که به کارگزاری می‌پردازد، گرفته نشود. یک شرکت رسانه‌ای که محتوای تلویزیونی با هدف کودکان تولید می‌کند، ممکن است احساس تعهد اخلاقی برای ترویج ارزش‌های خوب و اجتناب از مطالب بی‌رنگ در برنامه‌های خود داشته باشد.

## اخلاق در مورد محیط زیست

نمونه بارز اخلاق تجاری خاص صنعت در زمینه انرژی است. شرکت‌هایی که انرژی، به‌ویژه انرژی‌های تجدیدناپذیر تولید می‌کنند، در مورد نحوه رفتارشان با محیط‌زیست با بررسی‌های بی‌وقفه‌ای مواجه می‌شوند.

یک گام اشتباه، چه نشت خاکستر زغال سنگ در یک نیروگاه باشد یا یک فاجعه بزرگ مانند نشت نفت در شرکت بریتیش پترولیوم، در سال ۲۰۱۰، می‌تواند یک شرکت را مجبور به پاسخگویی برای اقدامات خود کند. بسیاری از نهادهای نظارتی و جامعه در کل ممکن است به دنبال این باشند که آیا شرکت از وظیفه خود برای محافظت از محیط زیست در یک پیگیری آسیب زننده برای کسب سود بیشتر صرف نظر کرده است یا خیر.

اگر یک شرکت انرژی بخواهد در فضایی با مقررات فزاینده و آگاهی عمومی در مورد مسائل زیست محیطی پیشرفت کند، یک سیستم سختگیرانه و مشخص از اخلاق زیست محیطی بسیار مهم است.

شرکت‌هایی مانند آمازون (AMZN) و گوگل (GOOGL) که بیشتر فعالیت‌های خود را به صورت آنلاین انجام می‌دهند، مانند شرکت‌های انرژی مانند BP و Exxon (XOM) از نظر تأثیرات زیست‌محیطی مورد بررسی قرار نمی‌گیرند. با این حال، وقتی صحبت از محافظت از حریم خصوصی و امنیت مشتریان می‌شود، اخلاق آنها بسیار دقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## اخلاقیات مربوط به حریم خصوصی

حوزه خاصی که شرکت‌های فناوری در آن باید تصمیمات اخلاقی سختی بگیرند، بازاریابی است. پیشرفت‌ها در فناوری داده‌کاوی، کسب‌وکارها را قادر می‌سازد تا حرکات مشتریان خود را به صورت آنلاین دنبال کنند و آن داده‌ها را به شرکت‌های بازاریابی بفروشند یا از آن برای مطابقت دادن مشتریان با تبلیغات تبلیغاتی استفاده کنند. بسیاری از مردم این نوع فعالیت را به عنوان یک تجاوز بزرگ به حریم خصوصی می‌دانند. با این حال، چنین داده‌های مشتری برای کسب‌وکارها بسیار ارزشمند است، زیرا می‌توانند از آن برای افزایش قابل ملاحظه سود استفاده کنند. بنابراین، یک معضل اخلاقی بوجود می‌آید. تا چه حد جاسوسی از زندگی آنلاین مشتریان برای کسب مزیت بازاریابی مناسب است؟

## مزایای اخلاق تجاری

اهمیت اخلاق تجاری بسیار فراتر از وفاداری و روحیه کارکنان یا قدرت پیوند تیم مدیریت است. مانند تمام ابتکارات تجاری، عملکرد اخلاقی یک شرکت مستقیماً با سودآوری در کوتاه مدت و بلندمدت مرتبط است.

شهرت یک کسب و کار در جامعه اطراف، در میان سایر مشاغل، و برای سرمایه‌گذاران فردی در تعیین اینکه آیا یک شرکت سرمایه‌گذاری ارزشمندی است، بسیار مهم است. اگر تصور شود که شرکتی غیراخلاقی عمل می‌کند، سرمایه‌گذاران تمایل کمتری به خرید سهام یا حمایت از عملیات آن دارند.

شرکت‌ها انگیزه بیشتری برای اخلاقی بودن دارند، زیرا حوزه سرمایه‌گذاری اخلاقی و مسئولیت‌پذیر اجتماعی در حال رشد است. افزایش تعداد سرمایه‌گذارانی که به دنبال شرکت‌هایی هستند که به صورت اخلاقی فعالیت می‌کنند تا در آنها سرمایه‌گذاری کنند، شرکت‌های بیشتری را وادار می‌کند که این موضوع را جدی‌تر بگیرند.

### منظور از اخلاق تجاری چیست؟

اخلاق تجاری بیانگر استانداردی از رفتار، ارزش‌های تحسین‌شده، روش‌های عملیاتی قابل اعتماد و احترام به مشتریان است که یک شرکت در خود گنجانده است، و اصرار دارد که همه کارکنان به آن پایبند باشند، زیرا هر روز کار می‌کند.

### اخلاق تجاری چگونه به شرکت‌ها سود می‌رساند؟

شرکت‌ها با رفتار بر اساس استانداردهای اخلاقی بالا، می‌توانند انگیزه موفقیت داخلی را در بین مدیران اجرایی، تیم‌های مدیریتی و کارکنان تقویت کنند. علاوه بر این، شرکت‌ها می‌توانند سرمایه‌گذارانی را جذب کرده و نگه دارند که خودشان جذب شرکت‌هایی می‌شوند که با استانداردهای رفتار اخلاقی خودشان همسو هستند. به عبارت دیگر، اخلاق تجاری می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا شهرت طولانی‌مدت، مستحکم و موفقیت مالی ایجاد کنند.

### چرا برخی از شرکت‌ها اخلاق تجاری بدی دارند؟

این سؤال خوبی است، به خصوص وقتی که مزایای مالی ناشی از سطح بالای رفتار اخلاقی می‌تواند بسیار زیاد باشد. یکی از این دلایل اینست که برخی از مدیران عامل، تیم‌های مدیریتی یا کارمندان ممکن است احساس کنند کار کردن خارج از استانداردهای اخلاقی آسان‌تر است. آنها ممکن است سریعتر به اهداف مالی خاصی برسند و به پیامدهای بلند مدت آن اهمیتی ندهند. ممکن است به نظر برسد که کار بدون مرزهای وجدان و اخلاقی کم هزینه‌تر باشد. وقتی که صحبت از پول می‌شود، اخلاق خوب را می‌توان فراموش کرد. برای حفظ تصویری مثبت، کسب‌وکارها باید متعهد به فعالیت بر اساس اصول اخلاقی باشند، زیرا اخلاق با رفتار با کارکنان، احترام به محیط اطراف و شیوه‌های بازار منصفانه از نظر قیمت و رفتار با مصرف‌کننده ارتباط دارد. [Ref](#)