



Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Ηθική

Ενότητα 1: Εισαγωγή

Φραγκίδης Γαρύφαλλος
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Αντικείμενο του μαθήματος

- Η εταιρική κοινωνική ευθύνη

&

- Η επιχειρηματική ηθική

– σε θεωρητικό/ αφηρημένο επίπεδο (κεφ. 1-7)

&

– σε πρακτικό επίπεδο (κεφ. 8-14)

Στόχοι του μαθήματος

- Να αναλύσει τις έννοιες της **επιχειρηματικής ηθικής** και της **κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων** στη σύγχρονη πραγματικότητα
- Να καταδείξει τη **στρατηγική σημασία** της ηθικής και κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς για τη διηνεκή επιτυχία των επιχειρήσεων.
- Να **ευαισθητοποιήσει τους φοιτητές** σε θέματα ηθικής και κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς από τις επιχειρήσεις
 - είτε ως μελλοντικά στελέχη/ εργαζόμενοι επιχειρήσεων
 - είτε ως αποδέκτες της δράσης των επιχειρήσεων (καταναλωτές)
 - Ορισμένοι θεωρούν ότι τα ηθικά προβλήματα της εποχής οφείλονται στο ότι η επιχειρηματική ηθική δεν αποτελούσε γνωστικό αντικείμενο στα Πανεπιστήμια. Επίσης, στο ότι ακόμη και σήμερα δεν διδάσκεται με το σωστό τρόπο.

Επιχειρηματική Ηθική

- Η εφαρμογή των γενικών αρχών περί ηθικής στην επιχειρηματική συμπεριφορά (στο χώρο των επιχειρήσεων)
 - ... λαμβάνοντας υπόψη τη φύση και τους στόχους των επιχειρήσεων
 - ... με σκοπό τη *δημιουργική εξισορρόπηση και σύνθεση των συμφερόντων και των σχέσεων* επιχείρησης – μετόχου – εργαζόμενου – πελάτη – καταναλωτή – πολίτη/ κοινωνικού συνόλου.

Η έννοια της «ηθικής» στις επιχειρήσεις

Γενικοί προβληματισμοί σχετικά με:

- τη συμπεριφορά της επιχείρησης
 - καλή – κακή συμπεριφορά
- τις ηθικές αξίες
 - ισότητα, δικαιοσύνη, εντιμότητα, ...
- τα προϊόντα της εταιρείας
 - πετρέλαιο, χημικά, προϊόντα βιοτεχνολογίας, όπλα, ...
- τις διαδικασίες και πρακτικές της εταιρείας
 - θέματα ασφάλειας, υγείας, εργασιακών σχέσεων, ...

Επιχειρηματική ηθική

Αποτελεί ζήτημα ...

- σύγχρονο
- φλέγον
- που μας απασχολεί όλους ως ...
 - Διαμορφωτές της επιχειρηματικής ηθικής (στελέχη)
 - Φορείς υλοποίησης της επιχειρηματικής ηθικής (στελέχη, εργαζόμενοι)
 - Αποδέκτες της επιχειρηματικής ηθικής (πολίτες, εργαζόμενους)

Η ηθική ως καθημερινό ζήτημα

Είναι ηθικό να έχουμε οικιακή βοηθό;

Διλήμματα που αφορούν την καθημερινή ζωή και δείχνουν πόσο δύσκολη είναι η διάκριση μεταξύ του «σωστού» και του «λάθους»

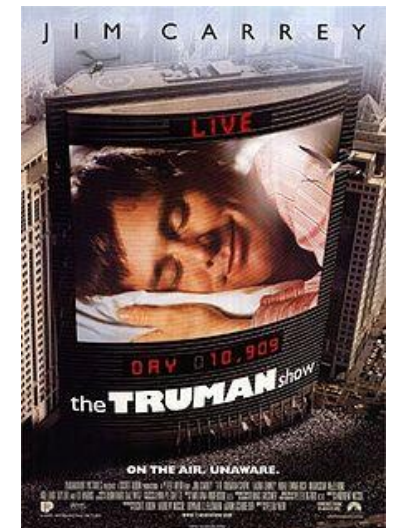
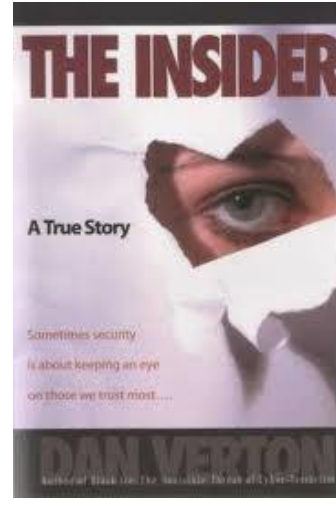
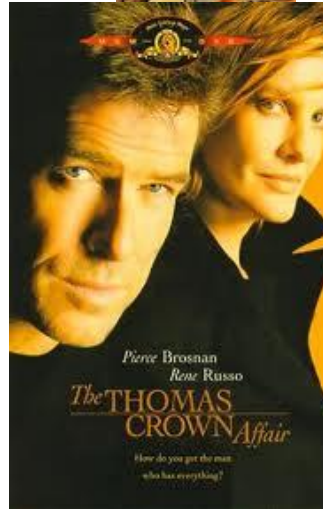
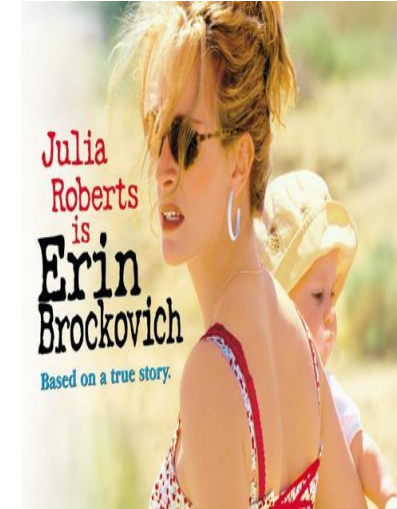
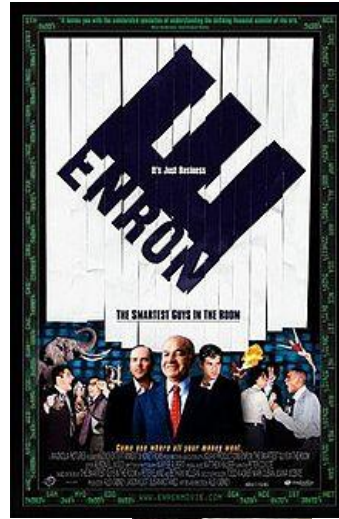
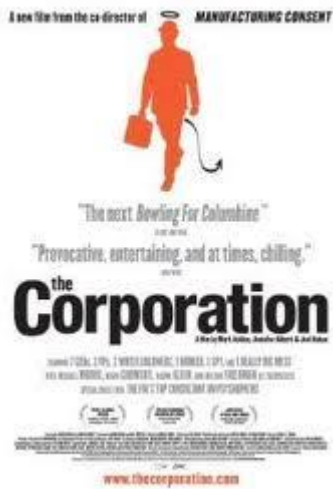
Της Λίνας Γιανναρού

Έχετε σκεφτεί πόσα διλήμματα αντιμετωπίζουμε καθημερινά; Ακόμα και σε μία και μόνη επίσκεψη στο σούπερ μάρκετ, οι επιλογές που καλούμαστε να κάνουμε είναι δεκάδες □ «να αγοράσω το φθηνό ή το ακριβότερο;», «το βιολογικό ή το συμβατικό;», «το εγχώριο ή το εισαγόμενο;» κ.ά. Αναρίθμητες μικρές και μεγάλες αποφάσεις, οι οποίες, ακόμα κι αν δεν το αντιλαμβανόμαστε κάθε φορά, αντικατοπτρίζουν σε ένα βαθμό τη στάση ζωής μας, εν τέλει την ηθική μας.

Είναι γεγονός ότι, στις σύγχρονες κοινωνίες, οι διαχωριστικές γραμμές μεταξύ του «σωστού» και του «λάθους», του «ηθικού» και του «ανήθικου» είναι μάλλον θολές και προκειμένου να μη «βασανιστούμε», συχνά λαμβάνουμε τις αποφάσεις με μοναδικό κριτήριο το «είναι προς το συμφέρον μας ή όχι;». Ποιος σκέφτεται αγοράζοντας, για παράδειγμα, ένα βιομηχανοποιημένο προϊόν ότι η φθηνή του τιμή ενδέχεται να είναι αποτέλεσμα της παιδικής εργασίας σε κάποια αναπτυσσόμενη χώρα; Πόσοι από εμάς όταν αγοράζουμε ένα πειρατικό CD από κάποιο συμπαθητικό μετανάστη σκεφτόμαστε ότι έτσι στερούμε το εισόδημα από ένα δημιουργό που ίσως δεν διατηρεί παράλληλα θέση σε κάποια διακογραφική εταιρεία ή εκπομπή στην τηλεόραση; Αραγε, τι κρύβεται πίσω από την απόφασή μας να προσλάβουμε μια οικιακή βοηθό ή να αγοράσουμε ένα εξοχικό σπίτι;

Εάν μάλιστα ασχοληθούμε με επιμέρους τομείς της δημόσιας ζωής, τα ερωτήματα πληθαίνουν: Οι δημοσιογράφοι μπορούν να αποφαίνονται για την ενοχή ενός απόμου; Οι πολιτικοί πρέπει να διατηρούν μυστική την προσωπική τους ζωή ή να την προβάλλουν ως πρότυπο μέσω των ΜΜΕ; Είναι ηθικό να «σπώνονται» εκπομπές πάνω στον ανθρώπινο πόνο; Και μια και βρίσκεται στην επικαιρότητα: Τι πρέπει να υπερισχύει στη ζωή της Εκκλησίας, η εκκοσμίκευση ή η πνευματικότητα;

Η ηθική ως σύγχρονο ζήτημα



Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

- Αναφέρεται στη σχέση της επιχείρησης με την κοινωνία.
- Έχουν οι επιχειρήσεις υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία;
- Ποιες είναι αυτές ;
 - Οικονομικές
 - Νομικές
 - Ηθικές
 - Φιλανθρωπικές

Η ηθική είναι στόχος ή μέσο για τις επιχειρήσεις;

- Ηθικός ιδεαλισμός (Καντ):
 - «ο άνθρωπος δεν μπορεί να είναι μέσο για την επίτευξη ενός στόχου»
 - η ηθική δεν μπορεί να είναι μέσο για την επίτευξη ενός στόχου
- Σημερινή πραγματικότητα:
 - Δεν μπορούμε να γνωρίζουμε τα πραγματικά κίνητρα των επιχειρηματιών
 - είναι ηθικοί επειδή το αισθάνονται ή για να εξυπηρετήσουν άλλους στόχους;
 - Ακόμη και αν η ηθική επιχειρηματική συμπεριφορά αποτελεί μέσο για την επίτευξη της κερδοφορίας, ακόμη και τότε έχει να προσφέρει οφέλη στην κοινωνία και τους συμμετόχους.
 - Ούτε όλοι οι άνθρωποι επιλέγουν συνειδητά να είναι ηθικοί, αλλά συχνά αναγκάζονται στο πλαίσιο της κοινωνικής συναναστροφής.

Είναι η ηθική αναγκαία για τις επιχειρήσεις; (1/3)

- Η ηθική υπάρχει σε κάθε επιχειρηματική (όπως και σε κάθε ανθρώπινη) δραστηριότητα και κάθε απόφαση
- Προϋπόθεση επιτυχίας των επιχειρήσεων:
 - «Να κάνεις καλά τη δουλειά σου»
 - ... και να έχεις ευχαριστημένους συνεργάτες
- Η ηθική αποτελεί βάση διαφοροποίησης (ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος) των επιχειρήσεων
 - Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών, κοινωνική προσφορά

Είναι η ηθική αναγκαία για τις επιχειρήσεις; (2/3)

- Παρέχει πολλά οφέλη στις επιχειρήσεις
 - ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά
 - φήμη
 - εύκολη εξεύρεση συνεργατών
 - μειωμένο κόστος λειτουργίας
 - οδηγεί μεγαλύτερη παραγωγικότητα λόγω θετικού εργασιακού κλίματος
 - καθιστά ξεκάθαρη τη συμπεριφορά που επιθυμεί/ επιβραβεύει η οργάνωση (δεν χρειάζονται κανόνες και συστήματα συμμόρφωσης)
- Το ερώτημα δεν είναι «αν η ηθική είναι αναγκαία», αλλά «πως θα διαχειριστεί η επιχείρηση την ηθική»;

Είναι η ηθική αναγκαία για τις επιχειρήσεις; 3/3

- Η έννοια της εμπιστοσύνης εμπεριέχει το στοιχείο της σιγουριάς, της αξιοπιστίας και της αμοιβαιότητας (όταν εμπιστεύεσαι κάποιον, συνήθως σε εμπιστεύεται και αυτός).
- **Η εμπιστοσύνη είναι έννοια που τρέφει την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.**
 - Σκεφτείτε την σημασία που έχει η έννοια της «πίστης» για την «πίστωση» κεφαλαίων, που αποτελεί συστατικό της οικονομικής ανάπτυξης.
- Η εμπιστοσύνη αφορά τη σχέση της εταιρείας με τους εργαζόμενους, τους μετόχους και τους συνεργάτες

Ζητήματα κοινωνικής ευθύνης

- Σχέσεις με την τοπική κοινωνία
- Μεταφορά επιχειρήσεων σε χώρες φτηνού εργατικού κόστους (τοπική κοινωνία, συνθήκες εργασίες)
- Ανάπτυξη εις βάρος της υγείας των ανθρώπων
- Ανάπτυξη εις βάρος της προστασίας του περιβάλλοντος (φυσικό περιβάλλον)
- Φιλανθρωπικό έργο επιχειρήσεων

Το κόστος του να είσαι ανήθικος

- «Bad ethics is bad business»
- Νομικές κυρώσεις
- Οικονομικές απώλειες (μείωση πελατείας)
- Σχέσεις με πελάτες είναι εφήμερες (loyalty)
- Απώλεια φήμης
- Επιπτώσεις στο εργασιακό περιβάλλον (ηθικό, άγχος, απουσίες, παραγωγικότητα, φυγή, προσέλκυση ταλέντων, ...)

Το όφελος του να είσαι ηθικός 1/2

- Υπάρχουν πολλά παραδείγματα πετυχημένων και «κοινωνικά ευαισθητοποιημένων επιχειρήσεων» που λειτουργούν με ηθικά κριτήρια
- «Μία υγιής επιχείρηση δεν μπορεί να λειτουργεί σε ένα νοσηρό περιβάλλον» (Coca Cola).
- Το επιχειρηματικό ήθος, ούτε σημαίνει αδιαφορία για την κερδοφορία, ούτε αποτελεί εμπόδιο για αυτή, καθώς η επιχειρηματικότητα και ηθική μπορούν να συμβαδίσουν.

Το όφελος του να είσαι ηθικός 2/2

- Κερδίζεις την εμπιστοσύνη των πελατών
- Καλές εργασιακές σχέσεις
- Καλές σχέσεις με προμηθευτές, διανομείς, τράπεζες, κλπ.
- Καλή φήμη – όχι κακή δημοσιότητα
- Δεν μπλέκεις με το Νόμο
- Κρατάς το κράτος μακριά

Ιστορική αναδρομή

1970: αναδυόμενο επιστημονικό πεδίο

- Θεολόγοι/ ηθικοί φιλόσοφοι: «σχετικές όψεις της (θεολογικής) ηθικής φιλοσοφίας μπορούν να εφαρμοστούν στις επιχειρήσεις».
- Τάση ανάλυσης ηθικών ζητημάτων
- Ανάπτυξη της διαχείρισης κρίσεων
- Το ζήτημα της φήμης & εικόνας της επιχειρήσεις αποκτά μεγάλη σημασία

Ιστορική αναδρομή

1980: σταθεροποίηση/ αποδοχή της επιχειρηματικής ηθικής

- Ευρεία αποδοχή της επιχειρηματικής ηθικής στα πανεπιστήμια
- Ευρεία αποδοχή από τις μεγάλες επιχειρήσεις
- Ιδρύονται οργανισμοί/ ινστιτούτα/ κέντρα μελετών
- Η απελευθέρωση της οικονομίας και οι αποκρατικοποιήσεις θέτουν μεγαλύτερες υποχρεώσεις στις επιχειρήσεις.

Ιστορική αναδρομή

1990: Θεσμοποίηση της επιχειρηματικής ηθικής

- Ψηφίζεται νομοθεσία σχετικά με τις κοινωνικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων (& επιβάλλονται πρόστιμα)
- «Υποχρεώνονται» οι επιχειρήσεις να λάβουν μέτρα (Προγράμματα Συμμόρφωσης)
- Δημιουργείται Επιτροπή Αξιολόγησης

Ιστορική αναδρομή

- Τα προγράμματα Συμμόρφωσης (compliance programs) θα πρέπει να περιλαμβάνουν τα εξής:
 - Ανάπτυξη προτύπων και κανονισμών (κώδικες δεοντολογίας) ικανών να αποτρέψουν και να προλάβουν την κακή συμπεριφορά
 - Διορισμός υψηλόβαθμων διοικητικών στελεχών ως υπεύθυνων των προγραμμάτων ηθικής
 - Προσδιορισμός ενεργειών διάδοσης και επικοινωνίας των προγραμμάτων ηθικής
 - Δημιουργία συστήματος παρακολούθησης/ ελέγχου/ αναφοράς ηθικών προβλημάτων
 - Πρωτοβουλίες ενίσχυσης καλής συμπεριφοράς (κίνητρα, τιμωρίες)
 - Παρακολούθηση/ καταγραφή της προόδου

Ιστορική αναδρομή

2000 – ως σήμερα

- Ανάπτυξη συστηματικών διαδικασιών για τη λήψη αποφάσεων και την επιχειρηματική ηθική
- Δημιουργία συστημάτων τυποποίησης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- Θεμελίωση της πεποίθησης ότι η επιχειρηματική ηθική προάγει την αποδοτικότητα της επιχείρησης
- Έμφαση στην επιχειρηματική ηθική σε διεθνή κλίμακα (πολυεθνικές επιχειρήσεις)

Οργανισμοί Υπαλλήλων Ηθικής

- Αμερικανικός Οργανισμός Υπαλλήλων Ηθικής
 - Ιδρύθηκε το 1992
 - 2001: 750 μέλη
- Ευρωπαϊκός Οργανισμός Υπαλλήλων Ηθικής

Λόγοι ανάπτυξης της επιχειρηματικής ηθικής 1/3

- Αυξήθηκε ο ρόλος των επιχειρήσεων στην κοινωνία
 - **Ιδιωτικοποιήσεις/ απορύθμιση/ απελευθέρωση**: μετατόπιση δύναμης, οι επιχειρήσεις ήρθαν στο επίκεντρο, ο ρόλος τους έγινε σημαντικότερος
 - Ποιος θα λύσει τα προβλήματα;
- Πλουραλισμός:
 - Οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών
- Ρόλος – δύναμη των ΜΜΕ
- Εκπαίδευση
- Ακτιβισμός των μετόχων
 - Ανάγκη για πληροφόρηση & συμμετοχή
 - Κίνημα για «κοινωνική επένδυση»

Λόγοι ανάπτυξης της επιχειρηματικής ηθικής 2/3

- Ταμεία ως μέτοχοι → μακροπρόθεσμη προοπτική
- Τεχνολογία: νέοι και σημαντικότεροι κίνδυνοι
- Η εκμετάλλευση του περιβάλλοντος έφτασε στο απροχώρητο
- Αλλαγές στις οργανώσεις - Νέες φιλοσοφίες μάνατζμεντ
 - έμφαση στην ομαδική εργασία/ συνεργασία,
 - λιγότερα διοικητικά επίπεδα
 - αποκέντρωση → λήψη αποφάσεων σε κατώτερα ...
- Παγκοσμιοποίηση: άμεση μετάδοση των επιδράσεων

Λόγοι ανάπτυξης της επιχειρηματικής ηθικής 3/3

- Σημασία που έχουν τα άυλα περιουσιακά στοιχεία (φήμη, πελατεία, ηθικό εργαζόμενων, γνώση, καινοτομία)
- Πόλεμος ταλέντων
- Δίκτυα επιχειρήσεων → στενή συνεργασία, εμπιστοσύνη
- Καταναλωτές: περισσότερο ενημερωμένοι. Δεν κοιτάζουν μόνο η σχέση ποιότητας/ τιμής, ενδιαφέρονται και για την ηθική των επιχειρήσεων.

Διεξαγωγή του μαθήματος στην αίθουσα

Δευτέρα 4 – 7 & Τρίτη 3 – 5, αίθουσα 105.

- Διαλέξεις
 - Σημειώσεις από διαφάνειες (πρόσθετη ύλη)
- Εργασίες (από ομάδα 2 φοιτητών)
 - Μελέτες περίπτωσης
 - Εταιρικές αναφορές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- Ταινίες (?)
- Η παρουσία δεν είναι υποχρεωτική και δεν βαθμολογείται
- Το ενδιαφέρον και η ενεργός συμμετοχή ...
 - μάλλον συμβάλλει να κατανοήσει κανείς το μάθημα, άρα και να το περάσει ευκολότερα και με καλύτερο βαθμό
 - μπορεί να συμβάλλει σε καλύτερη βαθμολογία (έμμεσα)

Διεξαγωγή του ηλεκτρονικού μαθήματος

Ηλεκτρονικό μάθημα στο σύστημα ηλεκτρονικής εκπαίδευσης του ΤΕΙ elearning.teiser.gr

- Υποβολή εργασιών
- Εκπαιδευτικό υλικό
 - Επιπλέον υλικό, υλικό συζήτησης και ενημέρωσης
 - Διαφάνειες
- Δραστηριότητες και άλλες εργασίες
 - Φόρουμ συζήτησης
 - Ασκήσεις αυτό-αξιολόγησης
 - Νέες δραστηριότητες

Οργάνωση των διαλέξεων

- ❑ 1: Εισαγωγή στην επιχειρηματική ηθική
- ❑ 2: Η σχέση νόμου και ηθικής
- ❑ 3: Ηθική και οικονομία (κέρδος και ηθική)
- ❑ 4: Ηθικές θεωρίες
- ❑ 5: Εταιρική κοινωνική ευθύνη
- ❑ 6. Διαχείριση επιχειρηματικών συμμετόχων
- ❑ 7: Ανάπτυξη της ηθικής συμπεριφοράς στις επιχειρήσεις
- ❑ 8: Ανάπτυξη της ηθικής συμπεριφοράς στις επιχειρήσεις
- ❑ 9: Η εταιρική διακυβέρνηση
- ❑ 10: Οι σχέσεις με τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της επιχείρησης
- ❑ 11: Η επιχειρηματική ηθική στον εργασιακό χώρο και η προστασία του περιβάλλοντος

Ώρες συνεργασίας με φοιτητές

- Δευτέρα 12-1
- Τρίτη 2-3 & 5-6
- Τετάρτη 12-1

- Γραφείο 8, 2ος όροφος διδασκνηρίων ΣΔΟ
- Τηλ: 2321049310
- E-mail: garyf@teiser.gr

Τέλος Ενότητας