



Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Ηθική

Ενότητα 2: Η σχέσεις οικονομίας και ηθικής και κέρδους και ηθικής

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

Σχέση μεταξύ εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και ηθικής

- Η εταιρική κοινωνική ευθύνη (πρέπει να) βασίζεται στην επιχειρηματική ηθική
 - δηλαδή να αποβλέπει στο να γίνεται «το σωστό»
- Διαφορετικά γίνεται ένα είδος διαχείρισης των σχέσεων με την κοινωνία, ένα είδος δημοσίων σχέσεων
 - Οι δημοσιες σχέσεις δεν είναι «κακό», αλλά δεν είναι «εταιρική κοινωνική ευθύνη»

Υπάρχει ηθική στην οικονομία;

- Η οικονομική συμπεριφορά βασίζεται σε μία ηθική βάση, δηλαδή ένα τρόπο συμπεριφοράς που θεωρείται σωστός/ κατάλληλος/ αρμόζων.
 - Εμπιστοσύνη, τιμιότητα
 - “Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο”
 - “Ο πωλών της μετρητοίς...”
- Χαρακτηριστικό είναι ότι:
 - Ο Άνταμ Σμιθ ήταν καθηγητής ηθικής φιλοσοφίας στο Πανεπιστήμιο της Γλασκόβης
 - Μέχρι το 19ο αιώνα η οικονομία δεν ήταν ξεχωριστός γνωστικός κλάδος, αλλά εντάσσονταν στην ηθική φιλοσοφία
 - Μέχρι πρόσφατα ο κλάδος της οικονομίας αποκαλούνταν «Πολιτική Οικονομία»

Γενικοί ηθικοί κανόνες στην οικονομία

- Το σύστημα της ελεύθερης αγοράς
 - Ο καθένας πρέπει να ενεργεί με τρόπο που να προάγεται το **ατομικό του συμφέρον**
 - Οι οικονομικές σχέσεις καθορίζονται από τη φιλοδοξία επίτευξης οικονομικού κέρδους.
 - Η επιδίωξη του κέρδους αφορά
 - το σύνολο των οικονομικών σχέσεων
 - το σύνολο των ατόμων της κοινωνίας (παραγωγό, εργάτη, καταναλωτή).
 - Τι γίνεται με το **κοινωνικό συμφέρον**;
 - Παρότι το βασικό κίνητρο της ατομικής δράσης είναι το κέρδος, η αλληλεπίδραση των μελών της κοινωνίας εξασφαλίζει ότι θα εκτελούνται οι κοινωνικές λειτουργίες που έχουν σημασία για την κοινωνία

Η σκέψη του Άνταμ Σμιθ

- «Δεν περιμένουμε το φαγητό μας (= το κέρδος μας) να προέλθει από την *φιλευσπλαχνία* του χασάπη, του ζυθοποιού ή του φούρναρη, αλλά από την μέριμνα για το προσωπικό τους συμφέρον. Απευθυνόμαστε όχι στην ανθρωπιά τους, αλλά στη *φιλαυτία* τους και *ποτέ δεν τους μιλάμε για τις δικές μας ανάγκες αλλά για τα δικά τους οφέλη*».
 - Πρέπει να υπάρχει **συνταύτιση συμφερόντων**
 - Απευθυνόμαστε, συνεπώς, όχι στην **ανθρωπιά**, αλλά στον **εγωισμό** των άλλων ...
 - ... οι οποίοι ενεργούν όχι για να καλύψουν τις δικές μας ανάγκες, αλλά να πετύχουν τα δικά τους οφέλη.

Το κίνητρο του κέρδους

Κοινωνική αποδοχή του κέρδους υπάρχει μόλις του τελευταίους τέσσερις αιώνες.

- Προκαπιταλιστικές κοινωνίες: η ελίτ αποτελούνταν από τους ευγενείς.
- Η Εκκλησία δίδασκε ότι ...
 - ο χριστιανός δεν μπορεί να είναι έμπορος («είναι ευκολότερο να περάσει μία καμήλα από το μάτι της βελόνας, παρά ένας πλούσιος τις Πύλες του Παραδείσου)
 - ο δανεισμός χρημάτων έναντι τόκου θεωρούνταν (μεγάλο) αμάρτημα
 - οι τραπεζίτες της Αναγέννησης ήταν Εβραίοι (γιατί;)
 - η απόκτηση πλούτου δεν αποτελούσε κοινωνικό πρότυπο (δεν υπάρχει κάποια παραβολή (κλπ.) που να σημειώνει την αξία της απόκτησης πλούτου, δεν υπάρχουν γνωστοί πλούσιοι Αρχαίοι Έλληνες, κλπ.)
- Φυσικά υπήρχαν ορισμένοι πλούσιοι παραγωγοί ή έμποροι, αλλά κάθε άλλο παρά θεωρούνταν κοινωνικά παραδείγματα προς μίμηση

Η κερδοφορία ως προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα

- Το κέρδος αποτελεί για την επιχείρηση ό,τι η το οξυγόνο ή η τροφή για τους ανθρώπους: είναι προϋπόθεση για να παραμείνουν στη ζωή.
- Χωρίς κέρδη η επιχείρηση δεν μπορεί να λειτουργήσει και να αναπτυχθεί, γιατί δε θα μπορεί να χρηματοδοτήσει τις μελλοντικές της ενέργειες.
- Η διατήρηση με τεχνητά μέσα επιχειρήσεων που δεν αποφέρουν κέρδη είναι καταστροφική για την κοινωνία
 - σπαταλούνται κοινωνικοί παραγωγικοί πόροι σε αντιπαραγωγικές δραστηριότητες
- **Ωστόσο ...**
 - Ο στόχος της επιχείρησης δεν μπορεί να είναι η βιωσιμότητα, δηλαδή η διατήρηση στη ζωή.
 - Η βιωσιμότητα είναι μέσο για την επίτευξη άλλων στόχων.

Η κερδοφορία ως αποτέλεσμα του οικονομικού δαρβινισμού

- Σμιθ: μόνο με αντάλλαγμα το κέρδος κάποιος θα επένδυε στην παραγωγική διαδικασία.
- Η επένδυση δε θα κατευθυνόταν σε οποιαδήποτε δραστηριότητα, αλλά θα επιλεγόταν εκείνη που μπορεί να αποφέρει το μεγαλύτερο αντάλλαγμα.
- «Οικονομικός δαρβινισμός»
 - Υπάρχει ανάγκη συνεχούς βελτίωσης της κερδοφορίας: οι επενδύσεις κατευθύνονται αυτόματα στις περισσότερο αποδοτικές δραστηριότητες/ επιχειρήσεις.
 - Αν ένας επιχειρηματίας επιθυμεί να μειώσει την κερδοφορία για να προσφέρει στην κοινωνία, τότε οι επενδυτές θα εγκαταλείψουν την επιχείρηση

Η σχέση μεταξύ κέρδους και ηθικής

- Είναι το κέρδος ανήθικο;
 - Όχι, ανήθικοι είναι ορισμένοι τρόποι με τους οποίους επιδιώκεται το κέρδος
- Το «κέρδος», ορισμένο ως «ατομικό συμφέρον», είναι το βασικό κίνητρο για την συμπεριφορά των ανθρώπων

«Επιχειρηματική ηθική»: αποτελεί σχήμα οξύμωρο;

Που εντοπίζεται το οξύμωρο (ασυμβίβαστο);

- Στη σχέση κέρδους (ως στόχο για τις επιχειρήσεις) και ηθικής (ως τρόπο λειτουργίας τους)
 - Η επιχείρηση που λειτουργεί ηθικά θα πρέπει να βάλει σε δεύτερη μοίρα το κέρδος, δηλ. το κάνει εις βάρος της κερδοφορίας της
 - Η «ελεύθερη αγορά» τιμωρεί τις επιχειρήσεις που παραμελούν την κερδοφορία τους, στερώντας τους τη δυνατότητα εξεύρεσης επενδυτικών κεφαλαίων (οικονομικός δαρβινισμός).

«Επιχειρηματική ηθική»: αποτελεί σχήμα οξύμωρο;

Που οφείλεται η ερμηνεία του οξύμωρου;

- Σε μία παραδοσιακή έννοια της ηθικής που θεωρεί ότι η ηθική συμπεριφορά αποβαίνει εις βάρος εκείνου που την εφαρμόζει και προς όφελος εκείνου που την αποδέχεται (αλtruισμός)
 - Βασίζεται στη χριστιανική παράδοση: «ο έχων δύο χιτώνας ... »
 - Προσφέρεις κάτι σε κάποιον άλλο μετριάζοντας, μοιράζοντας ή θυσιάζοντας δικό σου όφελος
 - Η συμπεριφορά που προάγει το ατομικό συμφέρον θεωρείται εξ' ορισμού ανήθικη
 - Δεν αναγνωρίζεται ότι από την ηθική συμπεριφορά κερδίζουν όλοι (η ηθική είναι πρώτα από όλα «ατομικό αγαθό»)
 - «Παίγνιο μηδενικού αθροίσματος»

«Επιχειρηματική ηθική»: αποτελεί σχήμα οξύμωρο;

- Το κέρδος και η ηθική δεν είναι έννοιες ασυμβίβαστες («σχήμα οξύμωρο»)
- Το κέρδος μπορεί να επιτευχθεί με πολλούς τρόπους, είτε ηθικούς είτε ανήθικους
 - **Ανήθικοι τρόποι:**
 - ευνοούν τα βραχυπρόθεσμα κέρδη, αλλά υπονομεύουν τη μακροπρόθεσμη επιτυχία της επιχείρησης
 - **Ηθικοί τρόποι:**
 - δίνουν έμφαση στα μακροπρόθεσμα κέρδη και επιτυχία της επιχείρησης
 - Λαμβάνουν υπόψη τους στόχους και τις επιδιώξεις της κοινωνίας (σύμφωνα με τις αρχές λειτουργίας της ελεύθερης αγοράς)

Η ηθική ως επένδυση

- «Η μυωπία της κερδοφορίας των επιχειρήσεων»
- Σχέσεις εμπιστοσύνης και γενικότερα ηθικές σχέσεις μπορούν να αναπτυχθούν μόνο στην μακροχρόνια περίοδο.
- Έμφαση στη βραχυχρόνια περίοδο σημαίνει αδυναμία σχεδιασμού (η επιχείρηση πορεύεται χωρίς σχέδιο)
 - Η επιχείρηση δεν έχει στρατηγική, αλλά λύνει πυροσβεστικά καθημερινά προβλήματα

Η επιχείρηση ως φορέας επιδίωξης άλλων στόχων

- Άποψη 1: Η κερδοφορία δεν αποτελεί τον μοναδικό στόχο των επιχειρήσεων.
 - Υπάρχουν και άλλοι στόχοι
- Άποψη 2: Η κερδοφορία δεν αποτελεί τον πρωταρχικό στόχο των επιχειρήσεων
 - Άλλοι στόχοι μπορούν να έχουν μεγαλύτερη αξία
- Άποψη 3: Η κερδοφορία δεν μπορεί να αποτελέσει στόχο
 - αποτελεί προϋπόθεση για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης (όπως η αναπνοή ή το φαγητό)
 - είναι το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δράσης
 - δεν έχει τα χαρακτηριστικά εκείνα που πρέπει έχουν οι στόχοι: ικανότητα να κατευθύνει, να υποκινεί, να συγκινεί, να ενώνει.

Η κερδοφορία ως κίνητρο

- Υπάρχει διαφορά ανάμεσα στο κίνητρο και τον στόχο
 - Κίνητρο είναι αυτό που παρακινεί να κάνουμε κάτι
 - Στόχος είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα της δράσης
- Το κίνητρο συνδέεται με το στόχο, αλλά δεν τον προσδιορίζει
- Για παράδειγμα ...

Η κερδοφορία ως κίνητρο

- Η κερδοφορία αποτελεί το κίνητρο της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, αλλά όχι το στόχο της
- Ο στόχος της επιχείρησης πρέπει να είναι να παράγει αγαθά που έχουν αξία για την κοινωνία
- Το να ξεχωρίσουμε το στόχο από τα κίνητρα είναι σημαντικό γιατί η αξιολόγηση γίνεται με κριτήριο πόσο καλά πετυχαίνει κανείς τους στόχους του
- Αν ο σκοπός της επιχείρησης είναι το κέρδος, τότε οι πιο κερδοφόρες δραστηριότητες θα πρέπει να αξιολογούνται καλύτερα (από την κοινωνία, από επαγγελματικούς φορείς, κλπ.)

Η κερδοφορία ως αποτέλεσμα

- Η κερδοφορία δεν είναι ο στόχος, αλλά το αποτέλεσμα της καλής επιχειρηματικής συμπεριφοράς
- Η επιχείρηση που προσφέρει καλά προϊόντα και υπηρεσίες θα έχει μεγάλη κερδοφορία, ως αποτέλεσμα της επιβράβευσης της συμπεριφοράς της

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

- Αναφέρεται στη σχέση της επιχείρησης με την κοινωνία.
- Η ΕΚΕ είναι μία λειτουργία εξισορρόπησης οικονομικών και κοινωνικών επιδόσεων σε σχέση με τις ηθικές υποχρεώσεις της επιχείρησης ως προς διάφορους συμμετόχους (ομάδες ειδικών συμφερόντων)
- Ερωτήματα:
 - Έχουν οι επιχειρήσεις «ευθύνη» απέναντι στην κοινωνία;
 - Έχουν οι επιχειρήσεις «υποχρεώσεις» απέναντι στην κοινωνία;
 - Ποιες είναι αυτές;

Έχουν «κοινωνική ευθύνη» οι επιχειρήσεις;

- Φορείς ευθύνης είναι μόνο τα άτομα
 - Επομένως, δεν μπορούμε να μιλάμε για «εταιρική κοινωνική ευθύνη», αλλά για ατομική ευθύνη των επιχειρηματιών, των στελεχών, των εργαζόμενων.
- Οι ομάδες/ οργανώσεις είναι ξεχωριστές κοινωνικές οντότητες, που είναι διαφορετικές από τα άτομα που τις αποτελούν.
 - Τα στελέχη λειτουργούν για λογαριασμό των επιχειρήσεων
 - Τα στελέχη λειτουργούν σε ένα γενικότερο πλαίσιο που καθορίζει πως πρέπει να λειτουργούν οι επιχειρήσεις.

Σχολές σκέψεις

- Οι ορισμοί για την ΕΚΕ εντάσσονται σε δύο βασικές σχολές σκέψεις:
 - «η επιχείρηση έχει την υποχρέωση να αυξάνει τα κέρδη της λειτουργώντας μέσα στα όρια του νόμου και ακολουθώντας ένα μικρό σύνολο (συναλλακτικών κυρίως) ηθικών αρχών (Friedman)
 - «οι επιχειρήσεις έχουν ένα ευρύτερο πλαίσιο υποχρεώσεων προς την κοινωνία»

Ορισμός του Carroll

- «Η σύγχρονη επιχείρηση οφείλει να είναι αποδοτική, να τηρεί το νόμο, να τηρεί τις ηθικές αξίες της κοινωνίας και να προσφέρει εθελοντικό έργο στην κοινωνία» (Carroll 2000)
- Πυραμίδα ΕΚΕ (Carroll, 1991)
 - Χρησιμοποιήθηκε περισσότερο από κάθε άλλο «θεωρητικό σχήμα» για να αποδώσει την έννοια της ΕΚΕ

Πυραμίδα ΕΚΕ



Οικονομική ευθύνη

- «Να λειτουργείς με ένα τρόπο που να διασφαλίζεται η αύξηση της κερδοφορίας, η διατήρηση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης και της αποδοτικότητας της λειτουργίας της»
- Παραδείγματα:
 - Παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών που επιθυμεί η κοινωνία
 - Τεχνολογική πρόοδος, παραγωγή καινοτομιών (νέα προϊόντα)
 - Ανακάλυψη νέων παραγωγικών πόρων
 - Συσσώρευση κεφαλαίου και διενέργεια επενδύσεων
 - Πληρωμή φόρων
 - Προσφορά εργασιών και δίκαιων αμοιβών

Νομική ευθύνη

- «Να υπακούς και να συμμορφώνεσαι με το νόμο», «να παίζεις σύμφωνα με τους κανόνες του παιχνιδιού»
- Ο νόμος έχει την έννοια της «κωδικοποιημένης ηθικής»
 - αναφέρεται σε αυτό που θεωρείται σωστό και δίκαιο να πράττει κανείς (οι νομοθέτες έχουν εισάγει ηθικές αρχές κατά την σύνταξη της νομοθεσίας)
 - Ο νόμος δημιουργείται ως αποτέλεσμα της έλλειψης εμπιστοσύνης ότι οι επιχειρήσεις θα λειτουργήσουν με τρόπο που δεν βλάπτει τα συμφέροντα της κοινωνίας

Ηθική ευθύνη

- Πολιτικές, δραστηριότητες, πρακτικές και συμπεριφορές που είναι αναμενόμενες ή απαγορευμένες από την κοινωνία, αν και δεν έχουν κωδικοποιηθεί με νόμους.
 - Απορρέουν από θρησκευτικά πιστεύω, ηθικές θεωρίες, πανανθρώπινες αξίες, από τα ανθρώπινα δικαιώματα, κλπ.
- «Να επιλέγεις να πράττεις αυτό που είναι σωστό και δίκαιο», ...βασισμένος σε ένα σύνολο από ηθικά πρότυπα και αξίες σε σχέση με τα δικαιώματα και τα ενδιαφέροντα των εργαζόμενων, των πελατών, των μετόχων, της τοπικής κοινωνίας.

Φιλανθρωπική ευθύνη

- Έχει τη βάση της σε θρησκευτικά δόγματα, ότι ο άνθρωπος θα πρέπει να βοηθάει τους συνανθρώπους του
- Η «υποχρέωση» αυτή μεταφέρθηκε μέσω των ατόμων- επιχειρηματιών στις επιχειρήσεις- εταιρείες

Κριτική στην πυραμίδα της ΕΚΕ (ο.κ.)

- Το σχήμα της
- Μπορεί να δίνει την εντύπωση ότι οι μορφές ΕΚΕ
 - που είναι στη κορυφή είναι ανώτερες από τις υπόλοιπες
 - που είναι στη βάση είναι πιο βασικές
 - αναπτύσσονται ιεραρχικά (κάποιος πρέπει να εκπληρώσει (πλήρως) μία υποχρέωση για να πάει σε άλλη
- Δεν μπορεί να τονίσει την αλληλοκαλυπτόμενη φύση και τη συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ των μορφών ΕΚΕ

Κριτική στην πυραμίδα της ΕΚΕ (ο.κ.)

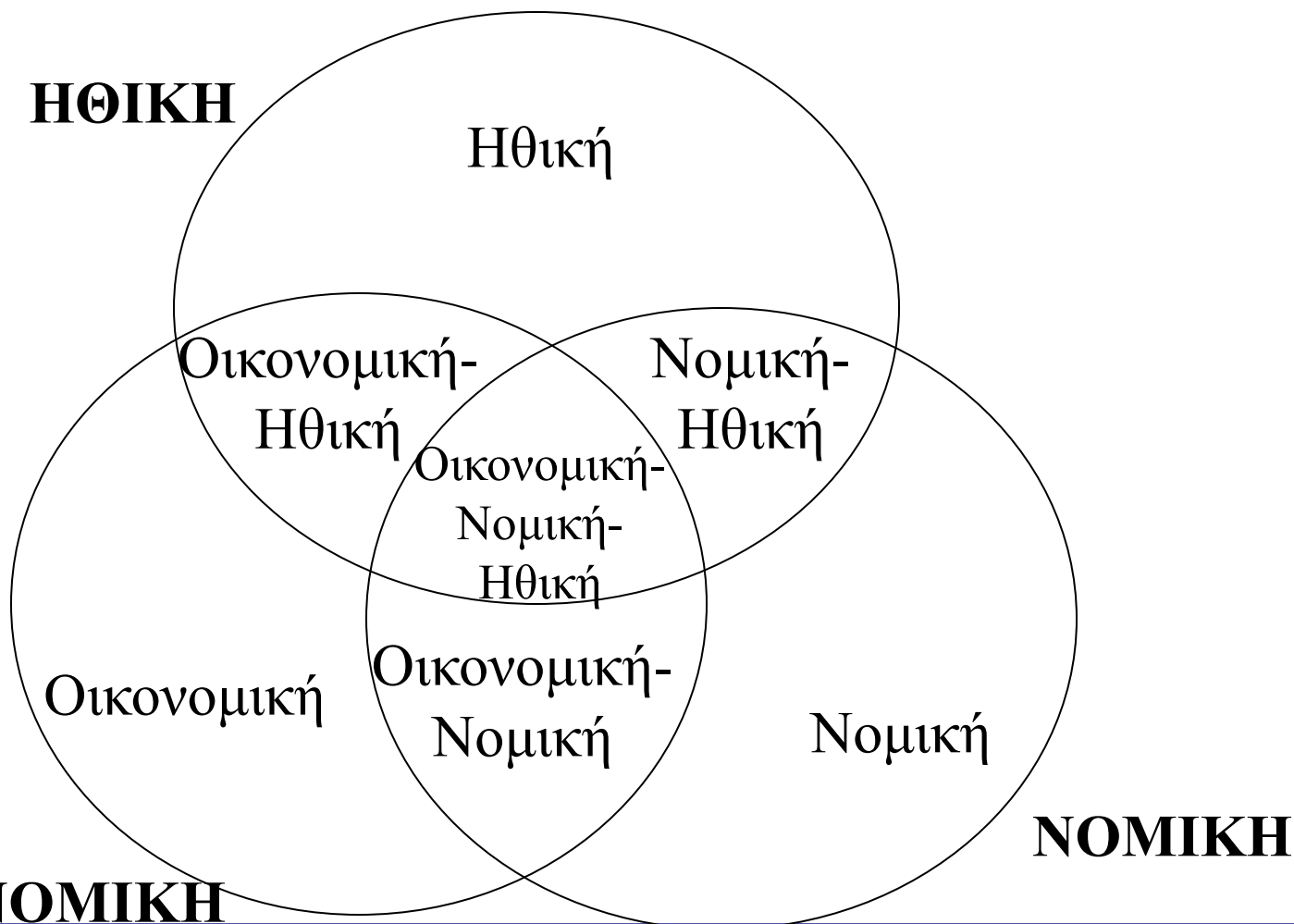
- Ο ορισμός της εθελοντικής ΕΚΕ ως ξεχωριστής μορφής ευθύνης
 - Εφόσον έχουν εθελοντικό χαρακτήρα, δεν αποτελούν πραγματικά υποχρεώσεις των επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η φιλανθρωπία. Μπορεί να είναι επιθυμητή δράση (και σήμερα αναμενόμενη από πολλές επιχειρήσεις), αλλά δεν μπορεί να θεωρηθεί υποχρέωση κανενός να διενεργεί εθελοντικό έργο.
 - Μπορεί να ενταχθεί στην οικονομική ή την ηθική υποχρέωση
 - Η φιλανθρωπία συχνά βασίζεται σε οικονομικά κίνητρα («Στρατηγική φιλανθρωπία»)
 - Η φιλανθρωπία βασίζεται σε ηθικά κίνητρα (να βελτιώσεις τη θέση των άλλων).

Το μοντέλο των 3 πεδίων της ΕΚΕ (Ο.Κ.)

- Οικονομική ευθύνη
- Νομική ευθύνη
- Ηθική ευθύνη
 - Η φιλανθρωπική ευθύνη εντάσσεται κατά περίπτωση είτε στην οικονομική είτε στην ηθική ευθύνη.
 - Εξαρτάται από τα κίνητρα της ενέργειας
- Πέντε συνδυασμοί των 3 πεδίων

Το μοντέλο των 3 πεδίων της ΕΚΕ

Διάγραμμα Venn (ο.κ.)



Οικονομικό πεδίο

- Περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δραστηριότητες που έχουν άμεσο ή έμμεσο οικονομικό αντίκτυπο στις επιχειρήσεις
- Οι περισσότερες ενέργειες των επιχειρήσεων έχουν (άμεσα ή έμμεσα) οικονομικό αντίκτυπο, επομένως εντάσσονται στο οικονομικό πεδίο.
- Ενέργειες που ΔΕΝ εντάσσονται στο οικονομικό πεδίο:
 - **ενέργειες που δεν έχουν οικονομικά κίνητρα**
 - **όταν δεν συνειδητοποιείται ότι μία ενέργεια έχει οικονομικό αντίκτυπο**

Νομικό πεδίο

- Περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που πρέπει να κάνει η επιχείρηση για να εφαρμόσει την νομοθεσία

Ηθικό πεδίο

- Περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες που οι ομάδες ενδιαφερομένων προσδοκούν από την επιχείρηση να κάνει γιατί αυτό είναι το σωστό και δίκαιο.
- Περιλαμβάνει τρία γενικά πρότυπα ηθικής
 - **Παραδοσιακή ηθική (ηθικός σχετικισμός)**
 - Πρότυπα συμπεριφοράς που έχουν επιλεγεί από την επιχείρηση ή τον κλάδο ως κατάλληλα για τη σωστή λειτουργία
 - Παράδειγμα: κώδικες συμπεριφοράς/ δεοντολογίας
 - **Ηθική του αποτελέσματος (ωφελιμισμός)**
 - Μία πράξη θεωρείται ηθική όταν προάγει το συμφέρον της κοινωνίας, όταν αποφέρει μεγαλύτερο όφελος (μικρότερη ζημιά) στην κοινωνία, σε σχέση με τις εναλλακτικές επιλογές
 - **Ηθική του χρέους (δεοντολογική προσταγή)**
 - Θεωρεί ως κριτήριο το ηθικό χρέος και την προσωπική υποχρέωση
 - Τα δικαιώματα ορίζονται ως «η δικαιολογημένη απαίτηση κάποιου για κάτι»

Ενέργειες οικονομικές- ηθικές

- Ενέργειες που ικανοποιούν τα κριτήρια της οικονομικής και ηθικής συμπεριφοράς, αλλά δεν επιλέγονται γιατί προβλέπονται από το νόμο
- Ικανοποιούν το αξίωμα: «η ηθική αποφέρει κέρδη» (good ethics is good business)
 - “The emergent ethical corporation”: το μάνατζμεντ ενεργά επιδιώκει να συνδυάσει την κερδοφορία με την ηθική.
- Παραδείγματα
 - Ενέργειες φιλανθρωπίας
 - Επιλογές φιλικές το περιβάλλον,
 - Οικολογικά προϊόντα, οικολογικό μάρκετινγκ (Harrod's 2005)
 - Body Shop
 - Αμοιβαία κεφάλαια (πράσινα, ΕΚΕ, αειφόρος ανάπτυξη)

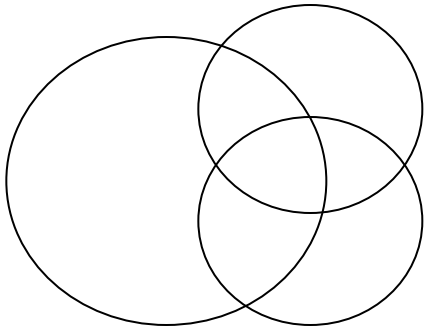
Ενέργειες οικονομικές- νομικές

- Ενέργειες των επιχειρήσεων που ικανοποιούν τις οικονομικές και τις νομικές υποχρεώσεις και ταυτόχρονα είναι ανήθικες.
 - Οι ενέργειες που δικαιολογούνται από το νόμο θεωρούνται συνήθως και ηθικές ταυτόχρονα
- Παράδειγμα:
 - λειτουργία σε χώρες του Τρίτου Κόσμου (social dumping)
 - Union Carbide (India)
 - κήρυξη πτώχευσης για να αποφύγεις να πληρώσεις

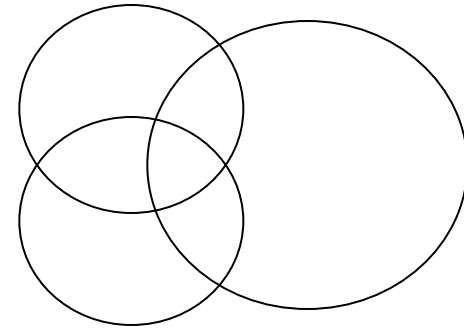
Ενέργειες ηθικές- νομικές

- Ορισμένες δραστηριότητες διενεργούνται επειδή είναι νομικά και ηθικά αναγκαίες, όχι επειδή συμβάλλουν στην κερδοφορία.
 - Συχνά αυτές οι ενέργειες επιφέρουν έμμεσα οικον. οφέλη
- Παραδείγματα
 - Φιλική προς το περιβάλλον τεχνολογία
 - Αποκατάσταση ζημιών στο περιβάλλον
 - Αυτοκινητοβιομηχανίες – ασφάλεια
 - Φαρμακοβιομηχανίες – απελευθέρωση πατεντών (HIV)
 - Καπνοβιομηχανίες –πωλήσεις σε ανήλικους

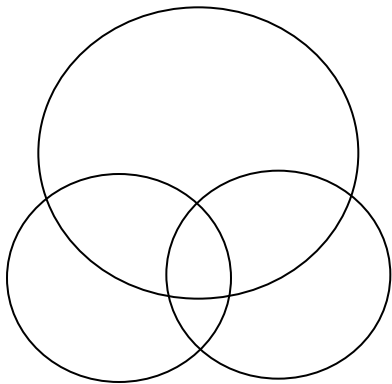
Μοντέλα ΕΚΕ



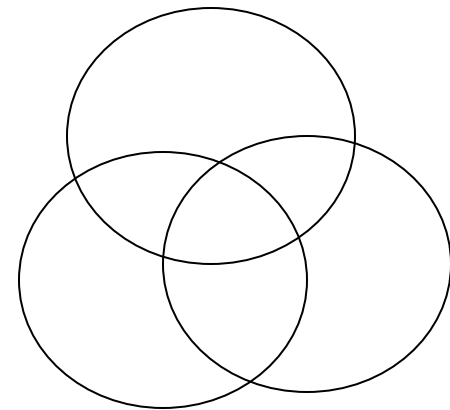
Οικονομικός
Προσανατολισμός



Νομικός
Προσανατολισμός



Ηθικός
Προσανατολισμός



Ισορροπημένος
Προσανατολισμός

Κριτική στο μοντέλο των 3 πεδίων

- Τα 3 πεδία θεωρούνται ξεχωριστά
 - Στην πραγματικότητα, τις περισσότερες φορές είναι αδιαίρετα και συνυφασμένα σε κάθε ενέργεια
 - Δεν υπάρχουν «μόνο» οικονομικές/ νομικές/ ηθικές ενέργειες

Θεωρίες ΕΚΕ

- Υπάρχει πληθώρα θεωριών
- Πολλές θεωρίες χρησιμοποιούν την ίδια ορολογία, αποδίδοντας διαφορετικό νόημα
 - «Η ΕΚΕ έχει κάποιο νόημα, αλλά όχι το ίδιο για όλους. Για ορισμένους σημαίνει νομική ευθύνη και νομιμότητα, άλλοι αποδίδουν ηθική σημασία. Πολλοί την εξισώνουν με την φιλανθρωπική προσφορά, ενώ άλλοι την ταυτίζουν με την ευαισθησία για κοινωνικά προβλήματα. Ορισμένοι θεωρούν ότι σημαίνει πως οι επιχειρήσεις έχουν την ευθύνη του θεματοφύλακα των συμφερόντων της κοινωνίας».

Θεωρίες ΕΚΕ

- Για την ταξινόμηση των θεωριών ΕΚΕ χρησιμοποιούμε 4 παράγοντες της κοινωνικής πραγματικότητας:
 - Οικονομικούς παράγοντες (ο οικον. ρόλος των επιχ.)
 - Πολιτικούς παράγοντες
 - Κοινωνικούς παράγοντες
 - Ηθικούς παράγοντες
- Οργανικές θεωρίες
- Πολιτικές θεωρίες
- Θεωρίες ολοκλήρωσης
- Ηθικές θεωρίες

Οργανικές θεωρίες ΕΚΕ

- Η επιχείρηση είναι ένα μέσο (όργανο, εργαλείο) παραγωγής πλούτου για την κοινωνία
- Μόνο οι οικονομικές πτυχές της αλληλεπίδρασης μεταξύ επιχείρησης και κοινωνία έχουν σημασία
- Κάθε συμπεριφορά της επιχείρησης είναι αποδεκτή, εφόσον συνεισφέρει στη παραγωγή πλούτου
- **Η ΕΚΕ είναι αποδεκτή μόνο ως ένα εργαλείο για την αυξημένη παραγωγή πλούτου**

Πολιτικές θεωρίες ΕΚΕ

- Εστιάζονται στη **σχέση μεταξύ κοινωνίας και επιχειρήσεων**, το ρόλο των επιχειρήσεων στις σύγχρονες κοινωνίες και τη δύναμη που έχουν αποκτήσει.
 - Η επιχειρήσεις έχουν εξελιχθεί σε σημαντικό θεσμό στις σύγχρονες κοινωνίες και έχουν αποκτήσει μεγάλη κοινωνική δύναμη
 - Εξαιτίας αυτού του αυξημένου ρόλου και της δύναμης τους πρέπει να αναλάβουν και μεγάλες κοινωνικές (πολιτικές) υποχρεώσεις

Ηθικές θεωρίες ΕΚΕ

- Η σχέση μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας περιλαμβάνει ή βασίζεται σε ηθικές αρχές και αξίες σχετικά με το είναι σωστό
- Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιλαμβάνονται/ αποδέχονται τις ηθικές τους υποχρεώσεις και να λαμβάνουν μέτρα για την εκπλήρωσή τους

Θεωρίες ολοκλήρωσης ΕΚΕ

- Εξετάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις **ολοκληρώνουν τις κοινωνικές απαιτήσεις στον τρόπο λειτουργίας τους**, δεδομένου ότι ...
 - Οι επιχειρήσεις εξαρτώνται από την κοινωνία για την ανάπτυξή τους, ακόμη και για την ίδια τους την ευημερία.
- Οι επιχειρήσεις **θα πρέπει να συμπεριλάβουν στην αποστολή τους και κοινωνικές υποχρεώσεις**, γιατί η κοινωνία απαιτεί από τις επιχειρήσεις να το κάνουν
- Κοινωνικές απαιτήσεις: οι τρόποι με τους οποίους η κοινωνία αλληλεπιδρά με τις επιχειρήσεις, προσφέροντάς τους νομιμότητα και κύρος.
- Οι κοινωνικές απαιτήσεις δεν είναι πάγιες, ούτε γενικευμένες, αλλά διαμορφώνονται για κάθε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο ξεχωριστά

Οργανικές θεωρίες ΕΚΕ

- Αποτελεί το κυρίαρχο μοντέλο σκέψης μεταξύ των επιχειρηματιών.
 - Έχουν μεγάλη παράδοση και απήχηση
- Δεν απαγορεύεται οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τις επιδιώξεις των συμμετόχων και να αναλαμβάνουν φιλανθρωπικό έργο, ωστόσο αυτό γίνεται με σκοπό την αύξηση των οικονομικών αποτελεσμάτων
- Η σχέση με ΕΚΕ και οικονομικής αποδοτικότητας έχει μελετηθεί πολύ
 - Προσοχή: η συσχέτιση μεταξύ των δύο μεγεθών είναι μεθοδολογικά δύσκολο να μετρηθεί

1. Μεγιστοποίηση κερδών

- Βελτιστοποίηση Pareto: οι δυνάμεις της ελεύθερης αγοράς διασφαλίζουν ότι το μέγιστο κοινωνικό όφελος θα επιτευχθεί με το ελάχιστο κοινωνικό κόστος αν οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αυξάνουν τα κέρδη τους
- Η μεγιστοποίηση των κερδών αποτελεί το κριτήριο για την μέτρηση της κοινωνικά υπεύθυνης λειτουργίας των επιχειρήσεων
- Νέες τάσεις: «Φωτισμένη μεγιστοποίηση κερδών», «φωτισμένος καπιταλισμός», «στρατηγική ΕΚΕ»
 - Έχει μακροπρόθεσμο χαρακτήρα
 - Προσπαθεί να ικανοποιήσει τα συμφέροντα των συμμετόχων (ειδικά όσων τα συμφέροντα συμπλέουν με της επιχείρησης)

2. Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Δυναμικές ικανότητες και πόροι

- Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προέρχεται από ένα μοναδικό συνδυασμό ανθρώπινων, οργανωσιακών και φυσικών πόρων
- Σχετική έννοια είναι το «Κοινωνικό κεφάλαιο»
- Ικανότητες κοινωνικής και ηθικής προέλευσης μπορεί να αποτελέσουν παράγοντες επιτυχίας
- Παραδείγματα: εμπιστοσύνη, συνεργασία
 - Εξωτερικές ικανότητες: μόλυνση, αειφόρος ανάπτυξη

2. Στρατηγικές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

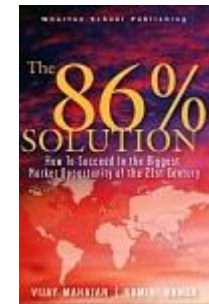
B) Στρατηγικές για τους φτωχούς

- Στρατηγικές που εστιάζουν στους φτωχούς και ταυτόχρονα συμβάλλουν στην κερδοφορία των επιχειρήσεων
- Οι φτωχοί είναι η πλειοψηφία του κόσμου
- Νέοι τρόποι εξυπηρέτησης των φτωχών μπορεί να αποτελέσουν καινοτομίες
- Παραδείγματα:
 - Επενδύσεις στον Τρίτο Κόσμο
 - Στρατηγικές για να καταστήσουν τους φτωχούς ενεργούς καταναλωτές (πχ. κινητά στην Αφρική)

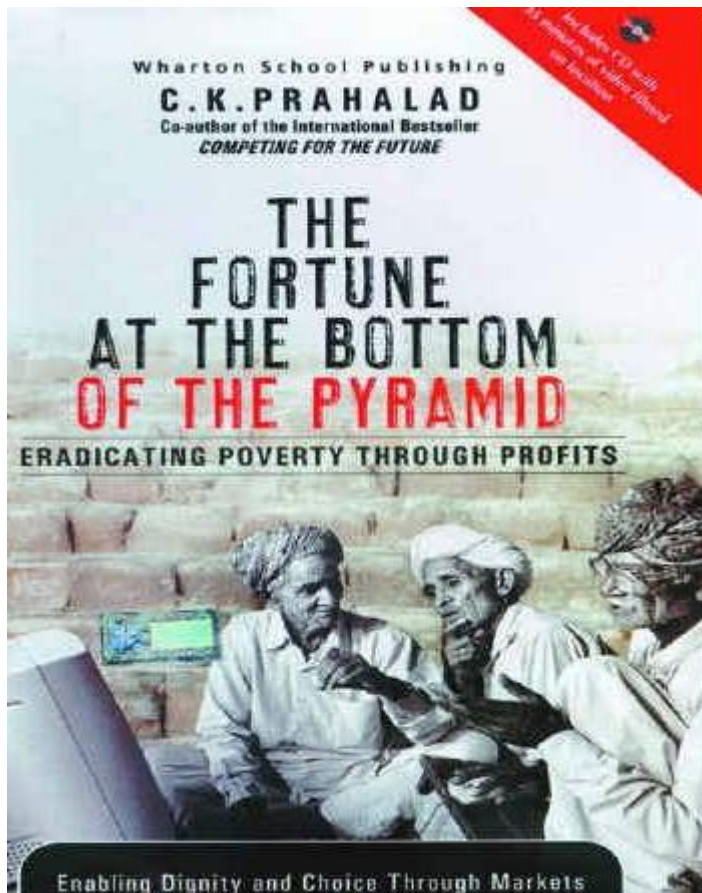
Most global businesses focus on selling to the wealthiest fourteen percent of the world's population: the developed world. But these markets are oversaturated, overcompetitive, and aging. The 86 Percent Solution shows how to unleash new growth and profitability by serving everyone else.

Drawing on dozens of examples from emerging markets worldwide, the authors offer actionable strategies and tactics for product design, pricing, packaging, distribution, advertising, and much more. You'll discover the radically different "rules of engagement" that make emerging markets tick, and how some companies are already driving billions of dollars in sales there.

Along the way, you'll learn how to handle lack of infrastructure and media, low literacy levels, and "unconventional" consumer behavior. With the right solutions, these challenges present opportunities.



Στρατηγικές για τους φτωχούς

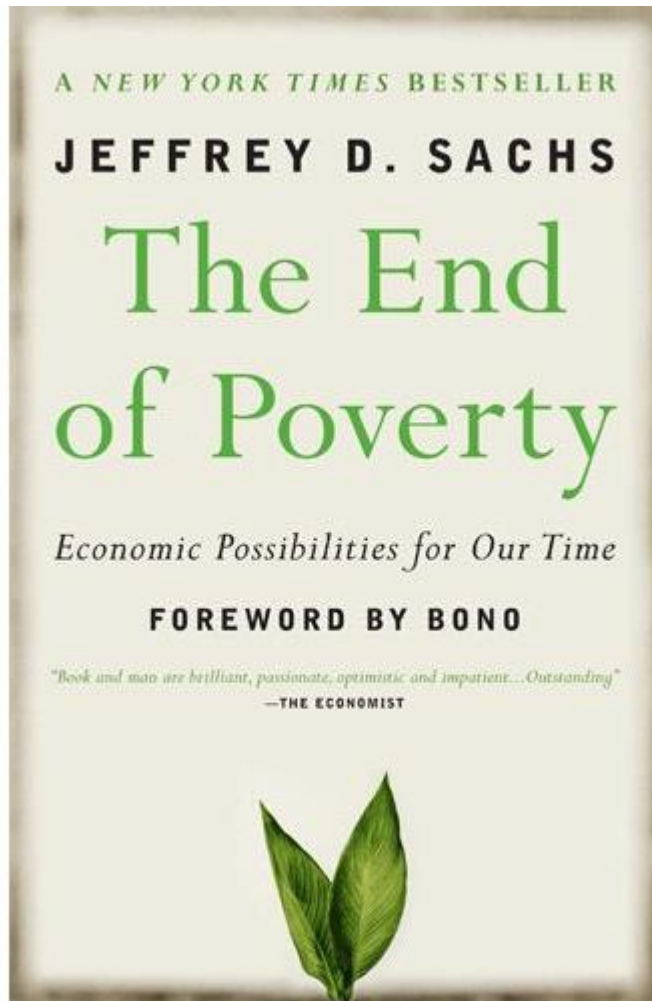


The world's most exciting, fastest-growing new market? It's where you least expect it: at the bottom of the pyramid. Collectively, the world's billions of poor people have immense entrepreneurial capabilities and buying power. You can learn how to serve them and help millions of the world's poorest people escape poverty.

It is being done-profitably. Whether you're a business leader or an anti-poverty activist, business guru Prahalad shows why you can't afford to ignore "Bottom of the Pyramid" (BOP) markets.

"Prahalad challenges readers to re-evaluate their pre-conceived notions about the commercial opportunities in serving the relatively poor nations of the world. The Bottom of the Pyramid highlights the way to commercial success and societal improvement--but only if the developed world reconceives the way it delivers products and services to the developing world." Christopher Rodrigues, CEO, Visa International

Στρατηγικές για τους φτωχούς



- Celebrated economist Jeffrey Sachs has a plan to eliminate extreme poverty around the world by 2025. If you think that is too ambitious or wildly unrealistic, you need to read this book. His focus is on the one billion poorest individuals around the world who are caught in a poverty trap of disease, physical isolation, environmental stress, political instability, and lack of access to capital, technology, medicine, and education. The goal is to help these people reach the first rung on the "ladder of economic development" so they can rise above mere subsistence level and achieve some control over their economic futures and their lives. To do this, Sachs proposes nine specific steps, which he explains in great detail in *The End of Poverty*. Though his plan certainly requires the help of rich nations, the financial assistance Sachs calls for is surprisingly modest--more than is now provided, but within the bounds of what has been promised in the past. For the U.S., for instance, it would mean raising foreign aid from just 0.14 percent of GNP to 0.7 percent. Sachs does not view such help as a handout but rather an investment in global economic growth that will add to the security of all nations. In presenting his argument, he offers a comprehensive education on global economics, including why globalization should be embraced rather than fought, why international institutions such as the United Nations, International Monetary Fund, and World Bank need to play a strong role in this effort, and the reasons why extreme poverty exists in the midst of great wealth. He also shatters some persistent myths about poor people and shows how developing nations can do more to help themselves.

3. Μάρκετινγκ με κοινωνικό κίνητρο

Cause related marketing

- Στρατηγική μάρκετινγκ που βασίζεται στην πρόθεση της επιχείρησης να προσφέρει ένα συγκεκριμένο ποσό για ένα κοινωνικό/φιλανθρωπικό σκοπό εφόσον οι πελάτες της επιλέγουν ορισμένες προϊόντικές προσφορές
 - Με τον τρόπο αυτό ικανοποιούνται τόσο οι στόχοι της επιχείρησης (κέρδη, δημιουργία πίστης, γνωριμία με τις μάρκες), όσο και των πελατών
- Δυνατότητα διαφοροποίησης των προϊόντων στη διάσταση της κοινωνικής υπευθυνότητας
 - Δημιουργία φήμης κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης
 - Το κοινό κάνει δεκτά τα προϊόντα ως υψηλής ποιότητας

Πολιτικές θεωρίες ΕΚΕ

Διακρίνονται δύο βασικές θεωρίες

- Εταιρική θεσμοθέτηση (corporate institutionalism)
- Θεωρία του κοινωνικού συμβολαίου (social contract theory)
- Η επιχείρηση ως «Εταιρικός πολίτης» (corporate citizenship)

1. Εταιρική θεσμοθέτηση

- Η εταιρεία αποτελεί ένα σημαντικό θεσμό στη καπιταλιστική κοινωνία
 - Θα πρέπει να λειτουργεί με υπεύθυνο τρόπο
- Η δύναμη των επιχειρήσεων δεν περιορίζεται μόνο στο οικονομικό πεδίο, αλλά επεκτείνεται και στο κοινωνικό και πολιτικό πεδίο
- «Η εξίσωση της κοινωνικής δύναμης» (social power equation): Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι ανάλογη με την δύναμη που έχουν
- «Ο σιδηρούς νόμος της υπευθυνότητας» (the iron law of responsibility): καθένας που δεν χρησιμοποιεί τη δύναμή του με υπεύθυνο τρόπο θα την απολέσει.
 - Άλλοι θα προστρέξουν να αναλάβουν τις υποχρεώσεις αυτές απέναντι στην κοινωνία που ο κοινωνικά ανεύθυνος επιχειρηματίας παραμελεί.

"Wonderfully hopeful and enlightening.... The stories of these social entrepreneurs will inspire and encourage many people who seek to build a better world."
—NELSON MANDELA

How to CHANGE the WORLD

Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas



DAVID BORNSTEIN

What business entrepreneurs are to the economy, social entrepreneurs are to social change. They are, writes David Bornstein, the driven, creative individuals who question the status quo, exploit new opportunities, refuse to give up--and remake the world for the better. *How to Change the World* tells the fascinating stories of these remarkable individuals--many in the United States, others in countries from Brazil to Hungary--providing an *In Search of Excellence* for the nonprofit sector. In America, one man, J.B. Schramm, has helped thousands of low-income high school students get into college. In South Africa, one woman, Veronica Khosa, developed a home-based care model for AIDS patients that changed government health policy. In Brazil, Fabio Rosa helped bring electricity to hundreds of thousands of remote rural residents. Another American, James Grant, is credited with saving 25 million lives by leading and 'marketing' a global campaign for immunization. Yet another, Bill Drayton, created a pioneering foundation, Ashoka, that has funded and supported these social entrepreneurs and over a thousand like them, leveraging the power of their ideas across the globe. These extraordinary stories highlight a massive transformation that is going largely unreported by the media: Around the world, the fastest-growing segment of society is the nonprofit sector, as millions of ordinary people--social entrepreneurs--are increasingly stepping in to solve the problems where governments and bureaucracies have failed. *How to Change the World* shows, as its title suggests, that with determination and innovation, even a single person can make a surprising difference. For anyone seeking to make a positive mark on the world, this will be both an inspiring read and an invaluable handbook.

2. Θεωρία του κοινωνικού συμβολαίου

- Αυτή η θεώρηση της σχέσης μεταξύ επιχείρησης και κοινωνίας έχει τη βάση της στην πολιτική φιλοσοφία του Διαφωτισμού
- Βασίζεται στην υπόθεση ότι υπάρχει ένα βασικό συμβόλαιο μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας
 - Επιβάλλει απαιτήσεις και υποχρεώσεις καθενός μέρους απέναντι στο άλλο
 - Οι κοινωνικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων είναι αποτέλεσμα συνεννόησης/ συμφωνίας
 - Σε μακρο-επίπεδο (hyper-norms).
 - Αποτέλεσμα θρησκευτικών, φιλοσοφικών, πολιτικών πεποιθήσεων
 - Με μικρο-επίπεδο (πχ. τοπική κοινωνία)

3. «Εταιρικός πολίτης»

- Η εταιρεία θεωρείται ένα μέλος της κοινωνίας
 - Οι επιχειρήσεις πρέπει να λάβουν υπόψη τις ανάγκες των κοινωνιών μέσα στις οποίες εντάσσονται και λειτουργούν
 - Σήμερα πολλές πολυεθνικές έχουν μεγαλύτερη οικονομική δύναμη από κράτη
 - Λόγοι: παγκοσμιοποίηση, αποτυχία του κράτους πρόνοιας, η τάση απορρύθμισης
 - Wal Mart: ετήσια έσοδα όσο το ΑΕΠ της Σουηδίας
- Εξελίχθηκε σε «παγκόσμιο εταιρικό πολίτη»
- 34 CEOs των μεγαλύτερων πολυεθνικών (World Economic Forum, New York, 2002)

3. «Εταιρικός πολίτης»

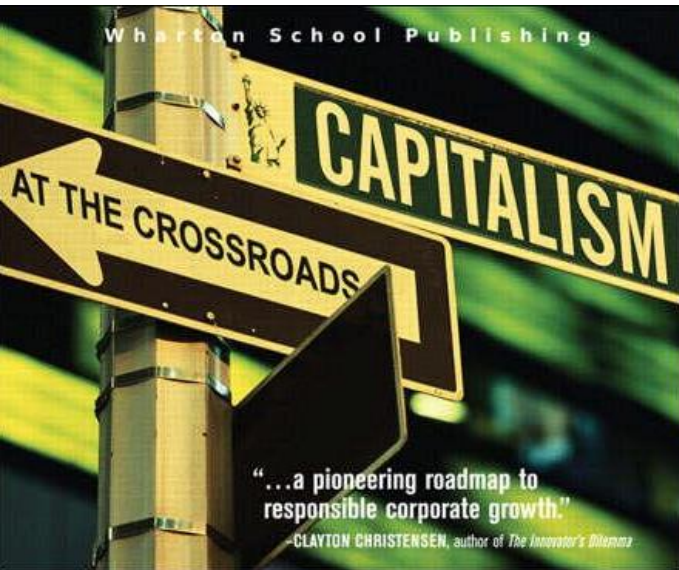
- Η έννοια «εταιρικός πολίτης»
 - Περιορισμένη θεώρηση: εστιάζεται στην προσφορά στην τοπική κοινωνία και την παροχή φιλανθρωπικού έργου
 - Θεώρηση αντίστοιχη της ΕΚΕ:
 - Επεκταμένη θεώρηση: οι επιχειρήσεις, ως ισχυρότεροι κοινωνικοί θεσμοί, πρέπει να αναλάβουν το έργο στο οποίο τα κράτη έχουν αποτύχει
- Μορφές υποχρεώσεων του «εταιρικού πολίτη»
 - Υποχρεώσεις απέναντι στη τοπική κοινωνία
 - Συνεργασίες → ένδειξη διάθεσης προσφοράς
 - Προστασία του περιβάλλοντος

3. «Εταιρικός πολίτης»

As good as Prof. Prahalad's book is, however, it leaves unanswered the question of how the BOP theory fits into the larger context of sustainability, particularly environmental sustainability. Prof. Hart's book not only answers this question, but also presents a comprehensive and compelling argument that capitalism cannot afford to ignore sustainability--indeed, that capitalism will thrive by embracing sustainability (and vice versa).

"This book takes the contrarian's view that business--more than either government or civil society--is uniquely equipped, at this point in history, to lead us toward a sustainable world in the years ahead," writes Prof. Hart. "Properly focused, the profit motive can accelerate (not inhibit) the transformation toward global sustainability, with nonprofits, governments, and multilateral agencies all playing crucial roles as collaborators."

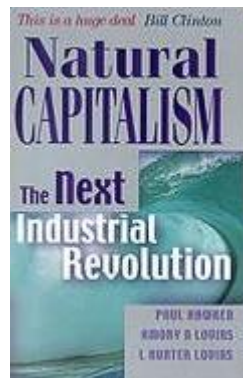
Prof. Hart introduces the book describing how the shift in the relationship between capitalism and environmentalism from antagonistic to (sometimes) complementary forces mirrored his own shift from distrusting capitalism to respecting its power to leverage positive social change. The "greening" revolution of the 1980s demonstrated that companies could profit by employing more environmentally benign processes, such as recycling or waste reduction.



THE UNLIMITED BUSINESS OPPORTUNITIES
IN SOLVING THE WORLD'S
MOST DIFFICULT PROBLEMS

STUART L. HART

Foreword by Dr. H. Fisk Johnson, Chairman and CEO of S.C. Johnson & Son, Inc.



In *Natural Capitalism*, three top strategists show how leading-edge companies are practicing "a new type of industrialism" that is more efficient and profitable while saving the environment and creating jobs. Paul Hawken and Amory and Hunter Lovins write that in the next century, cars will get 200 miles per gallon without compromising safety and power, manufacturers will relentlessly recycle their products, and the world's standard of living will jump without further damaging natural resources. "Is this the vision of a utopia? In fact, the changes described here could come about in the decades to come as the result of economic and technological trends already in place," the authors write.

They call their approach natural capitalism because it's based on the principle that business can be good for the environment. For instance, Interface of Atlanta doubled revenues and employment and tripled profits by creating an environmentally friendly system of recycling floor coverings for businesses. The authors also describe how the next generation of cars is closer than we might think. Manufacturers are already perfecting vehicles that are ultralight, aerodynamic, and fueled by hybrid gas-electric systems. If natural capitalism continues to blossom, so much money and resources will be saved that societies will be able to focus on issues such as housing, contend Hawken, author of a book and PBS series called *Growing a Business*, and the Lovinses, who cofounded and directed the Rocky Mountain Institute, an environmental think tank. The book is a fascinating and provocative read for public-policy makers, as well as environmentalists and capitalists alike.

Θεωρίες ολοκλήρωσης

- Κοινωνική ανταπόκριση (social responsiveness)
- Διαχείριση ζητημάτων (issues management)
- Η αρχή της δημόσιας υπευθυνότητας (principle of public responsibility)
- Διαχείριση συμμετόχων (stakeholder management)
- Κοινωνική εταιρική λειτουργία (corporate social performance)

1. Κοινωνική ανταπόκριση

- ... ή ανταπόκριση στα σημαντικά ζητήματα για την κοινωνία
- Ανάλυση χάσματος μεταξύ του τι προσδοκά η κοινωνία από τις επιχειρήσεις και τι οι επιχειρήσεις προσφέρουν στην κοινωνία
 - Τα κενά εντοπίζονται συνήθως στην αποκαλούμενη «ζώνη διακριτικότητας»
- Για την κάλυψη του χάσματος σημασία έχει ο τρόπος (διαδικασία) με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις
 - Η κατάλληλη διαδικασία πρέπει να είναι δίκαιη και να λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα όλων όσοι εμπλέκονται

2. Διαχείριση ζητημάτων

- «Η διαδικασία με την οποία η εταιρεία μπορεί να αναγνωρίσει, να αξιολογήσει και να αντιδράσει στα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα που μπορεί να έχουν επίδραση πάνω της»
- Εντάσσεται στο πεδίο της εταιρικής στρατηγικής
- Στόχος είναι η προετοιμασία της εταιρείας, η πρόληψη καταστάσεων

3. Η αρχή της δημόσιας υπευθυνότητας

- Το κατάλληλο πλαίσιο για τη λειτουργία της επιχείρησης βρίσκεται στο πεδίο της δημόσιας πολιτικής
- Η επιχείρηση θα πρέπει να παρεμβαίνει στα κοινά σε θέματα της αρμοδιότητάς της και ιδίως όταν άλλοι θεσμοί και το κράτος δεν μπορούν να αποδώσουν τα αναμενόμενα

4. Διαχείριση συμμετόχων

- Συμμέτοχοι: άνθρωποι και ομάδες που επηρεάζονται ή επηρεάζουν την επιχείρηση
- Οι εταιρεία οφείλει να εισάγει τα ενδιαφέροντα/ συμφέροντα των συμμετόχων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων
 - Σήμερα πολλές επιχειρήσεις επιδιώκουν τη συνεργασία με τους συμμετόχους (κυρίως ΜΚΟ)
- Αρχές διαχείρισης συμμετόχων
 - Επιδίωξη επίτευξης της μέγιστης συνεργασίας με το όλο σύστημα των συμμετόχων
 - Οι περισσότεροι αποδοτικές στρατηγικές επιδιώκουν να ρυθμίζουν ταυτόχρονα ζητήματα που αφορούν όσο περισσότερους συμμετόχους

5. Κοινωνική εταιρική λειτουργία

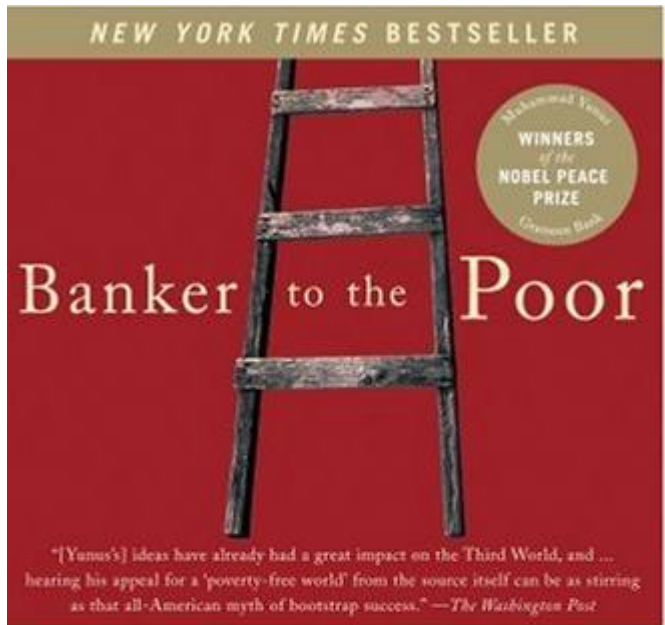
- Αναζητά τη νομιμότητα και την ανταπόκριση στις ανάγκες της κοινωνίας
- Περιλαμβάνει 2 στοιχεία:
 - Σε τι συγκεκριμένα αναφέρεται η ΕΚΕ
 - Με ποιο γενικό τρόπο πρέπει οι εταιρείες να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους
- Μοντέλο/ πυραμίδα ΕΚΕ

Ηθικές θεωρίες ΕΚΕ

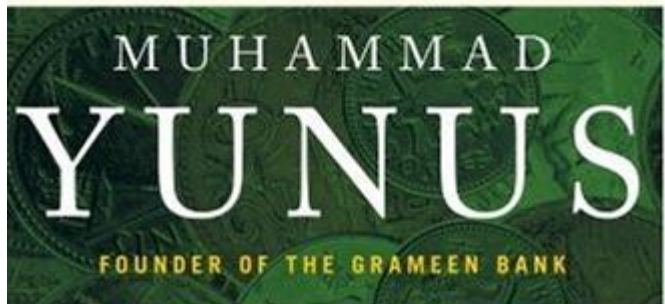
- Κανονιστική θεωρία συμμετοχής (normative stakeholder theory)
- Ανθρώπινα δικαιώματα (universal rights)
- Αειφόρος ανάπτυξη (sustainable development)
- Η προσέγγιση του «κοινού καλού» (the common good approach)

Ηθικές θεωρίες ΕΚΕ

In 1983 Muhammad Yunus established Grameen, a bank devoted to providing the poorest of Bangladesh with miniscule loans. He aimed to help the poor by supporting the spark of personal initiative and enterprise by which they could lift themselves out of poverty forever. It was an idea born on a day in 1976 when he loaned \$27 from his own pocket to forty-two people living in a tiny village. They were stool makers who only needed enough credit to purchase the raw materials for their trade. Yunus's loan helped them break the cycle of poverty and changed their lives forever. His solution to world poverty, founded on the belief that credit is a fundamental human right, is brilliantly simple: loan poor people money on terms that are suitable to them, teach them a few sound financial principles, and they will help themselves.



MICRO-LENDING AND THE BATTLE AGAINST WORLD POVERTY



Yunus's theories work. Grameen Bank has provided 3.8 billion dollars to 2.4 million families in rural Bangladesh. Today, more than 250 institutions in nearly 100 countries operate micro-credit programs based on the Grameen methodology, placing Grameen at the forefront of a burgeoning world movement toward eradicating poverty through micro-lending.

1. Κανονιστική θεωρία συμμετοχής

- «τα στελέχη έχουν ευθύνη απέναντι στους συμμετόχους», όχι μόνο απέναντι στους μετόχους
 - Οι συμμετόχοι έχουν δικαιολογημένα (και συχνά νόμιμα) συμφέροντα από τη λειτουργία των επιχειρήσεων
 - Τα δικαιώματα των συμμετόχων έχουν εσωτερική αξία (έχουν αξία για τους ίδιους τους συμμετόχους, δεν αποτελούν μέσω για την επιδίωξη στόχων άλλων ομάδων)

2. Ανθρώπινα δικαιώματα

- Τα ανθρώπινα δικαιώματα αποτελούν βάση για την ΕΚΕ, ιδίως για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις
- UN Global Compact
- Global Sullivan principles
- Certification SA8000

3. Αειφόρος ανάπτυξη

- «απαιτεί την ολοκλήρωση κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών επιδιώξεων με σκοπό τη διενέργεια μακροπρόθεσμου σχεδιασμού ισορροπημένης ανάπτυξης»
 - Η έννοια έχει προέλευση στο χώρο του φυσικού περιβάλλοντος
- Η επίτευξη της αειφόρου ανάπτυξης είναι θέμα που εντοπίζεται περισσότερο στο μακρο-περιβάλλον, παρά εξαρτάται από κάθε συγκεκριμένη επιχείρηση.
 - Ωστόσο, απαιτεί τη συμβολή κάθε επιχείρησης.

4. Η προσέγγιση του «κοινού καλού»

- Η επιχείρηση είναι κομμάτι της κοινωνίας και πρέπει, όπως κάθε άλλο μέλος της κοινωνίας, να λειτουργεί με σκοπό να προάγει το «κοινό καλό», να συνεισφέρει στην κοινωνία
 - Η έννοια έχει την προέλευσή της στη αριστοτελική ηθική
 - Η επιχείρηση δεν μπορεί να έχει επιζήμιο ή παρασιτικό ρόλο για την κοινωνία
- Η κοινωνία μπορεί να θεωρηθεί ότι προάγει το «κοινό καλό» και συνεισφέρει στην κοινωνία με πολλούς τρόπους (αδυναμία της θεωρίας)

Προϋποθέσεις για την επιχειρηματική ηθική

- Οι επιχειρήσεις που αγνοούν την ηθική πληρώνουν ένα τίμημα για αυτό
- Η ηθική είναι ένα μέλημα που προηγείται της κερδοφορίας
- Η ηθική καθιστά αναγκαίο το μακροπρόθεσμο σχεδιασμό
- Η επιχειρηματική ηθική περιλαμβάνει την δυναμική αλληλοσχετιζόμενων δυνάμεων, δεν είναι απλά η ηθική ενός ή πολλών ατόμων
- Η παραδοσιακή ηθική θεωρία δεν ταιριάζει με την σύγχρονη προσέγγιση της ΕΚΕ και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως οδηγός στη διαδικασία της διαμόρφωσης στρατηγικής με ηθικά κριτήρια

Προϋποθέσεις για την επιχειρηματική ηθική

- Η διαχείριση συμμετόχων είναι αναγκαία αλλά όχι επαρκής να καθοδηγήσει τη διαδικασία της διαμόρφωσης στρατηγικής με ηθικά κριτήρια
- Για να συμπεριφερθεί κάποιος με ηθικό τρόπο δεν είναι απαραίτητο να ξεκινάει από κάποια ηθική ή θεολογική θεωρία

Τέλος Ενότητας