



Funded by
the European Union



**ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ
Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΓΕΝΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑ220-VET-ECFF84E6**

Ενότητα 4:
Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και Επιχειρηματική Ηθική:
προσεγγίσεις και βέλτιστες πρακτικές

Για την ανάπτυξη του ΙΟ2:

Έκδοση:	Συντάκτης:	Ημερομηνία:
V.1	Ινστιτούτο MSE & Synthesis	01/11/2021

Ενότητα 4 – Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και Επιχειρηματική Δεοντολογία: προσεγγίσεις και βέλτιστες πρακτικές

Εισαγωγή

Αυτή η ενότητα διερευνά την έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της επιχειρηματικής δεοντολογίας, παρέχοντας μια σύντομη επισκόπηση των εννοιών και συζητώντας τις αρχές και τα θέματα που διέπουν την επιχειρηματική δεοντολογία και πώς αυτά βρίσκονται στον πυρήνα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Οι σύγχρονες επιχειρήσεις και οργανισμοί φαίνεται να ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για το "ηθικό" ή "δεοντολογικό" αποτύπωμα της μάρκας τους, καθώς αυτό μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την αναγνωρισιμότητα της μάρκας, την πιστότητα της μάρκας, την εικόνα της μάρκας, καθώς και τις πωλήσεις και τις ροές εσόδων.

Κατά παρόμοιο τρόπο, η κοινωνική επιχειρηματικότητα βασίζεται στην ιδέα της ωφέλειας των κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα μέσω βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων και πρακτικών. Παρόλο που έχουν παρασχεθεί πολλές ερευνητικές και πολιτικές ιδέες σχετικά με το πώς να βοηθηθούν οι Κοινωνικοί Επιχειρηματίες με τις διοικητικές, τεχνικές, ψηφιακές και οικονομικές τους δεξιότητες, είναι σημαντικό να αναδειχθούν και να διερευνηθούν επίσης οι συνδηλώσεις των ενεργειών τους και η σημασία της διατήρησης των ίδιων αρχών τόσο εσωτερικά στον οργανισμό, όσο και εξωτερικά προς το κοινό, τους πελάτες, τα ενδιαφερόμενα μέρη και το ευρύ κοινό.

Επιπλέον, εταιρείες και οργανισμοί που μπορεί να μην αυτοπροσδιορίζονται ως "κοινωνικές επιχειρήσεις" μπορεί επίσης να ενδιαφέρονται και να είναι πρόθυμοι να διερευνήσουν ένα πιο βιώσιμο και ηθικό επιχειρηματικό μοντέλο, συνοδευόμενο από παρόμοιες επιχειρηματικές πρακτικές και πολιτικές. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη προσφέρει μια σειρά εργαλείων και επιλογών που μπορούν να παρακινήσουν τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς προς μια μεγαλύτερη δέσμευση προς την τοπική και την ευρύτερη κοινότητα, καθώς και προς μεγαλύτερη προβολή, βιωσιμότητα και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

Μαθησιακοί στόχοι

Στο τέλος αυτής της ενότητας, θα έχετε:

1. Μια καλή βάση γνώσεων και κατανόησης του τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα, πώς μπορεί να οριστεί και ποια είναι τα εθνικά πλαίσια για την κοινωνική επιχειρηματικότητα στις χώρες εταίρους. Επιπλέον, θα παρουσιαστούν περιπτώσεις επιτυχημένων Κοινωνικών Επιχειρήσεων / Κοινωνικών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων.
2. Μια σαφή ιδέα για το σε τι αναφέρεται ο όρος Επιχειρηματική Ηθική, τις αρχές που περιλαμβάνονται στον όρο και τη σημασία τους, καθώς και μια σύντομη παρουσίαση των θεωριών Επιχειρηματικής Ηθικής.
3. Ικανότητα πλαισίωσης της επιχειρηματικής δεοντολογίας στο πλαίσιο μιας κοινωνικής επιχείρησης.

4. Καλύτερη κατανόηση των πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει η Επιχειρηματική Ηθική στις Κοινωνικές Επιχειρήσεις.
5. Κατανόηση του τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πώς χρησιμοποιείται, πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί προς όφελος όλων των τύπων επιχειρήσεων και οργανισμών, καθώς και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων/Κοινωνικών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων
6. Ισχυρότερο κίνητρο για την περαιτέρω διερεύνηση των συσχετίσεων και των συνεργειών μεταξύ Επιχειρηματικής Ηθικής και Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.
7. Η ικανότητα εφαρμογής της έννοιας της επιχειρηματικής δεοντολογίας και των σχετικών αρχών στο πλαίσιο των υφιστάμενων προσπαθειών σας για κοινωνική επιχειρηματικότητα, στο στάδιο της ιδέας, του σχεδιασμού, της υλοποίησης ή της αναθεώρησης της ζωής της υφιστάμενης ή της επίδοξης κοινωνικής επιχείρησης/κοινωνικής επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Γνώση Έχοντας γνώση και κατανόηση του τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα, πώς μπορεί να οριστεί και ποια είναι τα εθνικά πλαίσια για την κοινωνική επιχειρηματικότητα στις χώρες εταίρους. Επιπλέον, θα παρουσιαστούν περιπτώσεις επιτυχημένων Κοινωνικών Επιχειρήσεων / Κοινωνικών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων

Έχοντας γνώση του τι αναφέρεται στον όρο Επιχειρηματική Ηθική, τις αρχές που περιλαμβάνονται στον όρο και τη σημασία τους, μια σύντομη παρουσίαση των θεωριών Επιχειρηματικής Ηθικής.

Έχοντας γνώση του τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πώς χρησιμοποιείται, πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί προς όφελος όλων των τύπων επιχειρήσεων και οργανισμών, καθώς και των Κοινωνικών Επιχειρήσεων/Κοινωνικών Επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Δεξιότητες Έχοντας τις τεχνικές δεξιότητες για την πλαισίωση της επιχειρηματικής δεοντολογίας στο πλαίσιο μιας κοινωνικής επιχείρησης.

Έχοντας την ικανότητα να εφαρμόζετε την έννοια της επιχειρηματικής δεοντολογίας και τις σχετικές αρχές στο πλαίσιο των υφιστάμενων προσπαθειών σας στον τομέα της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας, στο στάδιο της ιδέας, του σχεδιασμού, της υλοποίησης ή της αναθεώρησης του κύκλου ζωής της υφιστάμενης ή της επίδοξης Κοινωνικής Επιχείρησης/Κοινωνικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας.

Ικανότητες Ισχυρότερο κίνητρο για την περαιτέρω διερεύνηση των συσχετίσεων και των συνεργειών μεταξύ Επιχειρηματικής Ηθικής και Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας.

Κοινωνική επιχειρηματικότητα και επιχειρηματική ηθική

1. Κοινωνική επιχειρηματικότητα
 - 1.1 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο
 - 1.2 Η περίπτωση της Κύπρου
 - 1.3 Παραδείγματα επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων στην ΕΕ
2. Επιχειρηματική ηθική
 - 2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική ηθική
 - 2.2 Αρχές επιχειρηματικής ηθικής
 - 2.3 Διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικής ηθικής
 - 2.4 Θεωρίες επιχειρηματικής ηθικής
 - 2.5 Τα οφέλη της επιχειρηματικής ηθικής για τις κοινωνικές επιχειρήσεις
3. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
 - 3.1 Ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
 - 3.2 Το τετραμερές πλαίσιο ορισμού της ΕΚΕ
 - 3.3 ΕΚΕ και κοινωνικοί επιχειρηματίες

Βασικό περιεχόμενο

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ορίζεται ως "η διαδικασία της αναγνώρισης και της επινοητικής αναζήτησης ευκαιριών για τη δημιουργία κοινωνικής αξίας". Η έννοια μπορεί να ερμηνευθεί ως η κινητήρια δύναμη για την πραγματοποίηση κοινωνικής αλλαγής μέσω αυτόνομων πρακτικών. Από την άλλη πλευρά, **η επιχειρηματική δεοντολογία** είναι η "μελέτη των κατάλληλων επιχειρηματικών πολιτικών και πρακτικών σχετικά με δυνητικά αμφιλεγόμενα θέματα, συμπεριλαμβανομένων, ενδεικτικά, της εταιρικής διακυβέρνησης, των εμπιστευτικών συναλλαγών, της δωροδοκίας, των διακρίσεων, της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και των εμπιστευτικών ευθυνών". Η επιχειρηματική ηθική συχνά καθοδηγείται από το νόμο, αν και υπάρχουν περιπτώσεις όπου η επιχειρηματική ηθική παρέχει τις κατευθυντήριες γραμμές για τις επιχειρήσεις, ώστε οι τελευταίες να κερδίσουν τη δημόσια έγκριση. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα και η επιχειρηματική ηθική έχουν κατά καιρούς συνδεθεί μεταξύ τους με το διακριτό χαρακτηριστικό της αναζήτησης της έγκρισης από το κοινό. Υπό το σημερινό κλίμα της ισχύος του κοινού στη γνώση και τη μεγαλύτερη κατανόηση των γενικών επιχειρηματικών πρακτικών και του αντίκτυπου που μπορεί να έχουν στην κοινωνία, η επιχειρηματική ηθική έχει γίνει πλέον εργαλείο επιβίωσης για τις επιχειρήσεις και τους κύριους πρωταγωνιστές τους, ιδίως τους κοινωνικούς επιχειρηματίες.

Η επιχειρηματική ηθική εξακριβώνει τους κοινωνικούς, πολιτιστικούς, νομικούς και άλλους παράγοντες που οδηγούν σε οικονομικούς περιορισμούς και διασφαλίζουν τα συμφέροντα των εμπλεκόμενων μερών στο κοινωνικό δίκτυο των επιχειρήσεων. Η έννοια υποστηρίζει την επικέντρωση των ηθικών και κοινωνικών αξιών κατά την εξέταση της προστασίας των καταναλωτών, της ευημερίας, των δίκαιων επιχειρηματικών πρακτικών και άλλων υπηρεσιών προς την κοινωνία.

1. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

1.1 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις (ή κοινωνικές επιχειρηματικές δραστηριότητες, οι όροι χρησιμοποιούνται εναλλακτικά) είναι "φορείς" που συμμετέχουν ενεργά στη δημιουργία θετικού κοινωνικού αντίκτυπου στις άμεσες και παγκόσμιες κοινότητές τους αντί να επικεντρώνονται αποκλειστικά στην επίτευξη κέρδους για τους ηγέτες και τους μετόχους τους (Ευρωπαϊκή Επιτροπή). Συγκεκριμένα, το επιχειρηματικό τους πνεύμα ενδιαφέρεται για ευρύτερες κοινοτικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές προτεραιότητες. Η διοίκηση ηγείται της επιχείρησης με διαφανή και ευσυνείδητο τρόπο, γεγονός που συνήθως έχει ως αποτέλεσμα το προσωπικό, οι ενδιαφερόμενοι και οι πελάτες που επωφελούνται από τις εμπορικές δράσεις να συμμετέχουν ενεργά στις δραστηριότητες της επιχείρησης.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα ορίσει μια "κοινωνική επιχείρηση" για τις ακόλουθες εγκαταστάσεις χρησιμοποιώντας τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Ο κοινωνικός ή κοινωνιοκεντρικός στόχος είναι ο πρωταρχικός στόχος της προσπάθειας και γενικά ακολουθεί την πορεία της κοινωνικής καινοτομίας.
- Τα κέρδη επιστρέφουν στην προσπάθεια για την επίτευξη αυτού του κοινωνικού στόχου.
- Η διοίκηση του οργανισμού ή το σύστημα ηγεσίας υποδεικνύει την ουσία του πρωταρχικού στόχου, για παράδειγμα, με τη χρήση δημοκρατικών ή συμμετοχικών αρχών ή όταν εφιστούν την προσοχή τους σε θέματα κοινωνικής δικαιοσύνης.

Δεν υπάρχει μια αποκλειστική νομική μορφή για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, αν και η πλειοψηφία δραστηριοποιείται στους ακόλουθους τέσσερις τομείς:

- **Κοινωνικές υπηρεσίες:** εκπαίδευση, επαγγελματική αναβάθμιση, υγειονομική περίθαλψη, φροντίδα παιδιών, φροντίδα ηλικιωμένων, βοήθεια για μειονεκτούσες ομάδες ατόμων
- **Ανάπτυξη των μειονεκτικών περιοχών:** βελτίωση των γειτονιών, ενεργός συμμετοχή σε έργα αποκατάστασης σε αγροτικές και αστικές περιοχές, βοήθεια για την ενίσχυση, την ανάπτυξη και την οικοδόμηση γεφυρών με τρίτες χώρες.
- **Συμμαχία εργασίας:** κατάρτιση μειονεκτούντων ατόμων, ιδίως εκείνων που αντιμετωπίζουν ανεργία λόγω της κατάστασής τους
- **Άλλα:** περιβαλλοντικά (προστασία των φυσικών οικοτόπων, ανακύκλωση), διατήρηση και υποστήριξη των τεχνών και του πολιτισμού, αθλητισμός, επιστήμη, έρευνα και καινοτομία.

1.2 Η περίπτωση της Κύπρου

Τον Δεκέμβριο του 2020, η Βουλή των Αντιπροσώπων της Κύπρου ψήφισε το νόμο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις, θεσπίζοντας για πρώτη φορά ένα νομικό πλαίσιο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο. Πριν από την ψήφιση του νόμου αυτού, δεν υπήρχε συγκεκριμένο νομικό πλαίσιο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο. Με βάση μια έκθεση χαρτογράφησης κοινωνικών επιχειρήσεων, υπήρχαν μόνο επτά οργανισμοί σε ολόκληρο το νησί που μπορούσαν να

οριστούν με την ετικέτα "κοινωνικές επιχειρήσεις" το 2014. Αντίθετα, μια πρόσφατη μελέτη που διεξήχθη από την CyprusInno ανέφερε σημαντική αύξηση των κοινωνικών επιχειρήσεων που λειτουργούν στην Κύπρο, πάνω από 30.

Ο Ανδρέας Σολομωνίδης, επικεφαλής του Cypriot Enterprise Link, εντόπισε ότι ένας λόγος για την αύξηση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας τόσο στην ελληνοκυπριακή όσο και στην τουρκοκυπριακή κοινότητα του νησιού ήταν η πηγή προβολής που παρείχε ο νομικός ορισμός. Πριν από την ψήφιση του νόμου, οι οργανώσεις λειτουργούσαν υπό την ετικέτα των εταιρειών περιορισμένης ευθύνης ή των φιλανθρωπικών οργανώσεων. Αυτό οδηγούσε σε πολλά προβλήματα, για να μην αναφέρουμε τις αρνητικές αντιλήψεις που αντιμετώπιζε ο οργανισμός αν επιχειρούσε να πάρει το όνομα της κοινωνικής επιχείρησης. Ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετώπιζαν οι οργανώσεις αυτές ήταν η δυσκολία πρόσληψης προσωπικού, διότι πολλοί άνθρωποι θεωρούσαν ότι η εργασία πλήρους απασχόλησης για κοινωνικές επιχειρήσεις ήταν οικονομικά μη βιώσιμη μακροπρόθεσμα.

Το νομοθετικό πλαίσιο για την ίδρυση Κοινωνικών Επιχειρήσεων στην Κύπρο περιγράφεται ως εξής:

- επιχειρήσεις με κοινωνικό σκοπό
- ένα σημαντικό ποσοστό των κερδών τους επανεπενδύεται στο κοινωνικό τους έργο
- ένα ορισμένο ποσοστό του προσωπικού τους ανήκει σε ευάλωτες ομάδες (νέοι, γυναίκες, άτομα με αναπηρία κ.λπ.)

1.3 Παραδείγματα επιτυχημένων κοινωνικών επιχειρήσεων στην ΕΕ

- MUD Jeans (<https://mudjeans.eu>), με έδρα το Άμστερνταμ. Αυτή η μάρκα ανακυκλώνει παλιά, φθαρμένα τζιν σε ένα νέο τζιν, μειώνοντας σημαντικά την ποσότητα των απορριμμάτων και, σύμφωνα με τον ιστότοπό της, καταναλώνει λιγότερο από 92% νερό από ό,τι θα κόστιζε η κατασκευή ενός νέου τζιν από μια μέση εταιρεία. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί επίσης μόνο φυσικά υλικά, όπως βιολογικό και ανακυκλωμένο βαμβάκι, και δεν επιτρέπει φυτοφάρμακα στις καλλιέργειές της για την υγεία τόσο του καταναλωτή όσο και του περιβάλλοντος στο οποίο κατασκευάζονται τα τζιν.
- Carbon Equity (<https://carboneyquity.com>). Η επιχείρηση συνδέει τους επενδυτές για να βάλουν τα χρήματά τους "για την οικοδόμηση των εταιρειών με τον μεγαλύτερο αντίκτυπο στον κόσμο, συγκεντρώνοντας κεφάλαια σε πρώτη τάξεως κλιματικά ταμεία". Συγκεκριμένα, "διακινώντας αυτά τα κεφάλαια σε κλίμακα [η επιχείρηση τροφοδοτεί] τη μετάβαση στο κλίμα και [κατευθύνει] τα χρήματα σε ένα μέρος όπου χρειάζονται περισσότερο. [Η] χρηματοδότησή τους κλιμακώνει τις λύσεις και δημιουργεί έναν ενάρετο κύκλο όπου ο θετικός αντίκτυπος και οι αποδόσεις ενισχύουν η μία την άλλη".
- Toast Ale (<https://www.toastale.com>), με έδρα το Λονδίνο. Η επιχείρηση παρασκευάζει μύρα που παρασκευάζεται από υπολείμματα ψωμιού που σε άλλες περιπτώσεις θα είχαν πεταχτεί. Στόχος της επιχείρησης είναι να μειώσει τα απορρίμματα τροφίμων στην πόλη μέσω της συνεργασίας της με τοπικές επιχειρήσεις, όπως αρτοποιεία και μεμονωμένα νοικοκυριά. Επιπλέον, η Toast

Αε δωρίζει μέρος από κάθε πώληση σε μια φιλανθρωπική οργάνωση αφιερωμένη στη μείωση της σπατάλης τροφίμων που ονομάζεται Feedback.

- Beam (<https://beam.org>), με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο. Η Beam έχει ιδρυθεί σε μια πλατφόρμα χρηματοδότησης από το πλήθος με στόχο την ανακούφιση των αστέγων, παρέχοντας νέες ευκαιρίες σταδιοδρομίας σε άστεγους ανθρώπους. Η επιχείρηση ενσωματώνει την τεχνολογία και τους παγκόσμιους πολίτες στις πρωτοβουλίες της για τη συνέχιση της χρηματοδότησης εξειδικευμένης κατάρτισης και εκπαίδευσης σε άστεγους.

2. Επιχειρηματική ηθική

2.1 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική ηθική

Ο βαθμός στον οποίο μια επιχείρηση επιλέγει να εφαρμόσει πρακτικές επιχειρηματικής ηθικής είναι στη διακριτική ευχέρεια της διοίκησης και του ιδιοκτήτη της επιχείρησης, καθώς και των αξιών που επιθυμούν να προβάλλουν μέσω της επιχείρησής τους. Εάν μια πρακτική είναι νόμιμη, όσο ανήθικη κι αν είναι, μια επιχείρηση ή ο ιδιοκτήτης της δεν μπορεί να λογοδοτήσει από ένα νομικό όργανο. Παρόλα αυτά, το μέρος της επιχείρησης μπορεί να αντιμετωπίσει συνέπειες, από άλλους ενδιαφερόμενους φορείς, όπως το ευρύ κοινό, περιβαλλοντικές ομάδες και ακτιβιστές.

Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας η ευθυγράμμιση της ηθικής του διευθυντή και της ηθικής της επιχείρησης. Η συνεχής εξουθένωση των εργαζομένων της μπορεί να είναι σύμπτωμα της έλλειψης ισχυρής επιχειρηματικής ηθικής ή της μη ευθυγράμμισης της ηθικής μεταξύ της ηθικής του εργαζομένου και της ηθικής των διευθυντών. Η συναισθηματική αναταραχή που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι που εργάζονται για έναν οργανισμό για τον οποίο γνωρίζουν από πρώτο χέρι ότι προκαλεί βλάβη σε κάποια πτυχή της τοπικής ή διεθνούς κοινότητας ή του περιβάλλοντος είναι εξαντλητική τόσο για τους εργαζόμενους όσο και για τους διευθυντές. Εταιρείες όπως αυτές, είτε έχουν υψηλή εναλλαγή προσωπικού είτε ακόμη και δυσκολεύονται να παραμείνουν ανοιχτές μακροπρόθεσμα. Δεν μπορούν όλοι να είναι ικανοποιημένοι 100%, αλλά μπορεί να επιτευχθεί κοινός τόπος για τις περισσότερες εταιρείες, έτσι ώστε η επιχείρηση να λειτουργεί ομαλά.

2.2 Αρχές επιχειρηματικής ηθικής

Οι αρχές της επιχειρηματικής ηθικής περιλαμβάνουν:

1) Υπευθυνότητα

Η υπευθυνότητα για τις ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές μπορεί να θεωρηθεί αμφίδρομη, όπου ο εργαζόμενος μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνος επειδή δεν μιλάει για τις ανήθικες πρακτικές ενός οργανισμού. Ο οργανισμός θα είναι επίσης υπεύθυνος για το γεγονός ότι επιτρέπει να συμβαίνουν ανήθικες πρακτικές πίσω από την πλάτη των υπαλλήλων του.

2) Φροντίδα και σεβασμός

Ένα ασφαλές και αρμονικό εργασιακό περιβάλλον για τους εργαζόμενους θα πρέπει να εφαρμόζεται από τους διευθυντές, ώστε να διατηρείται ο επαγγελματισμός στο χώρο εργασίας τους. Ένα ασφαλές περιβάλλον εξασφαλίζει ότι οι εργαζόμενοι αισθάνονται

άνετα και βασίζεται στις έννοιες του να βρίσκεσαι στη ζώνη άνεσής σου και να εργάζεσαι σε βέλτιστες συνθήκες.

3) Ειλικρίνεια

Η διαφανής επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων και των διευθυντών/ιδιοκτητών των επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας για να εξασφαλιστεί ότι η εμπιστοσύνη των εργαζομένων κερδίζεται και διατηρείται κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής του οργανισμού. Όταν οι εργαζόμενοι αισθάνονται ότι υπάρχουν ισχυροί διάυλοι επικοινωνίας και ότι γνωρίζουν τι συμβαίνει με τον οργανισμό με τον οποίο συνεργάζονται, σε λογικά πλαίσια, δημιουργείται ένα αίσθημα εμπιστοσύνης από τον εργοδότη προς τον εργαζόμενο και οι εργαζόμενοι θα επενδύσουν περισσότερο στην εργασία τους.

4) Αποφυγή συγκρούσεων

Ένα εργασιακό περιβάλλον με ελάχιστες συγκρούσεις εξασφαλίζει μια θετική εμπειρία για τους εργαζόμενους, η οποία με τη σειρά της αντανακλάται στην εργασία τους. Τα συναισθήματα χαράς και ικανοποίησης μέσω της δημιουργίας θετικών αναμνήσεων στην εργασία και θετικών σχέσεων μεταξύ των συναδέλφων, σημειώνουν μεγαλύτερες πιθανότητες για άτομα που εργάζονται σε υψηλότερο επίπεδο.

5) Συμμόρφωση

Οι κανόνες και οι κανονισμοί πρέπει να τηρούνται από τους οργανισμούς, ιδίως όταν κινούνται προς μια πιο δεοντολογική προσέγγιση της εργασίας. Οι οργανισμοί που είναι γνωστό ότι συμμορφώνονται με τους κανονισμούς των κοινοτήτων/κοινωνιών στις οποίες δραστηριοποιούνται, χαίρουν μεγαλύτερου σεβασμού από το κοινό.

6) Αφοσίωση

Οι εργαζόμενοι αναμένεται να επιδεικνύουν αφοσίωση στον οργανισμό τους, ενώ τυχόν ζητήματα πρέπει να αντιμετωπίζονται εσωτερικά. Αυτό διασφαλίζει ότι τόσο οι εργαζόμενοι είναι ευχαριστημένοι, όσο και η εικόνα του οργανισμού διατηρείται στο υψηλότερο επίπεδο. Ένας οργανισμός με υψηλό ποσοστό κύκλου εργασιών προβάλλει μια αίσθηση "αναταραχής". Γενικά, οι άνθρωποι προτιμούν την οικειότητα, οπότε οι εργαζόμενοι που εγκαταλείπουν γρήγορα τη θέση εργασίας τους, εγείρουν ερωτήματα σχετικά με τους πιθανούς λόγους που κρύβονται πίσω από τις αποφάσεις τους.

7) Σχετικές πληροφορίες

Οι οργανισμοί υποχρεούνται να κοινοποιούν εκθέσεις σχετικά με τις επιχειρηματικές τους πρακτικές καθώς και τις οικονομικές τους καταστάσεις. Οι πληροφορίες που κοινοποιούνται πρέπει να είναι αληθείς και να μην αλλοιώνονται με οποιονδήποτε τρόπο, ιδίως προς όφελος του οργανισμού. Οι οργανισμοί δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να αλλοιώνουν τις εκθέσεις τους, είτε για να αποκρύψουν τα κέρδη τους και να αποφύγουν φόρους είτε για να διεκδικήσουν βοήθεια από την κυβέρνηση σε περιόδους οικονομικής ύφεσης.

8) Τήρηση του νόμου

Η λήψη αποφάσεων δε θα πρέπει να επηρεάζεται από τις προσωπικές πεποιθήσεις ή προκαταλήψεις των διευθυντών ή των ιδιοκτητών. Υπάρχουν νόμοι που απαιτούν τη σωστή και δίκαιη μεταχείριση των ατόμων στον εργασιακό χώρο. Αυτό διασφαλίζει ότι ο οργανισμός δε θα μηνυθεί για παραβάσεις, καθώς και ότι οι εργαζόμενοι θα είναι ευχαριστημένοι.

9) Εκπλήρωση των δεσμεύσεων

Οι συμφωνίες θα πρέπει να εφαρμόζονται σύμφωνα με τις αμοιβαίες παραχωρήσεις και όχι προς όφελος ενός μόνο μέρους. Αυτό είναι, ουσιαστικά, άκρως ανήτικο. Μια επιχείρηση πρέπει να φροντίζει για το δικό της όφελος, αλλά υπάρχει ο κίνδυνος να πέσει στην παγίδα του "μπορεί να κέρδισες τη μάχη, αλλά όχι τον πόλεμο". Αυτό δεν σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις δεν πρέπει να επωφελούνται, αλλά θα πρέπει να προσέχουν να μην καίνε τις γέφυρες όταν το κάνουν αυτό.

2.3 Διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικής ηθικής

Ο κόσμος των επιχειρήσεων εξελίσσεται συνεχώς, το ίδιο και η έννοια της επιχειρηματικής ηθικής. Οι περισσότεροι οργανισμοί ασχολούνται με περισσότερα από ένα σύνολα επιχειρηματικής δεοντολογίας, αν και μερικές φορές δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στις διάφορες υποενότητες που υπάγονται στην έννοια-ομπρέλα, ανάλογα με τον τομέα του οργανισμού. Αυτές οι υποενότητες περιλαμβάνουν:

1) Εταιρική ευθύνη

Ο οργανισμός εργάζεται με στόχο τη διασφάλιση των συμφερόντων των εργαζομένων του, των πελατών του και των μετόχων του. Η αποκλειστική τους εστίαση δεν είναι η δημιουργία κέρδους για τους ίδιους. Με τη μεγέθυνση για να εκτιμήσει την ευρύτερη εικόνα, ο οργανισμός ανοίγεται σε μελλοντικές ευκαιρίες. Επιτρέπει επίσης στον οργανισμό να είναι βιώσιμος στο μέλλον καθώς και να δημιουργεί και να προσαρμόζεται σε νέες τάσεις και επιχειρηματικές πρακτικές.

2) Κοινωνική ευθύνη

Αντιμετωπίζονται θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, κοινωνικά θέματα και θέματα που μπορεί να μην αφορούν άμεσα τον οργανισμό. Το να κάνουμε κάτι καλύτερο για τους άλλους. Το να κάνεις κάτι καλύτερο για τους άλλους, ωφελεί τελικά και τον οργανισμό. Δίνοντας πίσω στις κοινότητες, διατηρώντας το περιβάλλον και επενδύοντας στην κοινότητα, δημιουργείται η αίσθηση ότι κάνουμε καλό για τους άλλους. Στον 21^ο αιώνα, το ευρύ κοινό έχει τη δύναμη να καθορίσει τι είναι βιώσιμο στην αγορά μέσω της δύναμης των χρημάτων του. Όλο και περισσότερα άτομα επιλέγουν να ψηφίζουν με τα χρήματά τους και να κάνουν κάτι καλύτερο για τους άλλους, επομένως επιλέγουν να στηρίζουν οργανισμούς που δεν επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία κέρδους!

3) Προσωπική ευθύνη

Τα άτομα αναμένεται να ενεργούν με ηθικό και υπεύθυνο τρόπο. Αυτό σχετίζεται με την ψήφο με τα χρήματά σας και με την ανάγκη οι οργανισμοί να μην κοιτάζουν μόνο το γρήγορο κέρδος, αλλά να βοηθούν άλλους να παραμείνουν βιώσιμοι στο μέλλον.

4) Τεχνολογική ηθική

Με τις αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την τεχνολογία και το διαδίκτυο για τις πρακτικές τους, υπάρχει μεγάλη ανάγκη για την προστασία των δεδομένων των φυσικών προσώπων. Αυτός είναι ένας τομέας όπου τα άτομα είναι πιο ευάλωτα, αλλά δεν το γνωρίζουν πάντα.

5) Δικαιοσύνη

Οι προσωπικές πεποιθήσεις δεν πρέπει να αποτελούν μέρος της λήψης αποφάσεων, αλλά να βασίζονται σε επιστημονικά δεδομένα.

6) Αξιοπιστία και διαφάνεια

Η λογοδοσία και η δεοντολογική αναφορά θα πρέπει να χρησιμοποιούνται κατά την αντιμετώπιση σημαντικών θεμάτων, όπως οι οικονομικές εκθέσεις και τα νομικά ζητήματα.

2.4 Θεωρίες επιχειρηματικής ηθικής

Οι τρεις βασικές θεωρίες επιχειρηματικής ηθικής είναι η δεοντολογική θεωρία, ο ωφελμισμός και η θεωρία των κανόνων.

Δεοντολογική θεωρία

Η δεοντολογική θεωρία βασίζεται στην παραδοχή ότι η ηθική συμπεριφορά βασίζεται σε ένα προκαθορισμένο σύνολο κανόνων ή αρχών σε διάφορα πλαίσια. Αν και το πραγματικό αποτέλεσμα της τήρησης αυτών των προκαθορισμένων ηθικών κανόνων μπορεί να ποικίλλει, σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, το αποτέλεσμα δεν θα πρέπει να καθορίζει αν η πράξη είναι ηθική ή όχι. Σύμφωνα με αυτή τη σκέψη, αν δώσετε μια υπόσχεση, για παράδειγμα μια υπόσχεση να επιστρέψετε χρήματα που έχετε δανειστεί, αλλά δεν έχετε καμία πρόθεση να τα επιστρέψετε, τότε η πράξη σας είναι ηθικά λανθασμένη.

Ο ωφελμισμός

Η ωφελμιστική θεωρία συνεχίζει να διαφοροποιεί το σωστό από το λάθος δίνοντας μεγαλύτερη βαρύτητα στα αποτελέσματα. Αυτή η θεωρία δίνει μεγαλύτερη έμφαση στις επιχειρήσεις λαμβάνοντας υπόψη ποιες ενέργειες μπορούν να ωφελήσουν το μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων. Ένα παράδειγμα είναι η πρακτική της κλιμάκωσης της τιμολόγησης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε διαφορετικές ομάδες πελατών. Αυτό μπορεί να παρατηρηθεί στον τομέα των αεροπορικών εταιρειών, όπου υπάρχει διαφορετικό σύστημα τιμολόγησης για τις θέσεις της πρώτης θέσης, της επιχειρηματικής θέσης και της οικονομικής θέσης στα αεροπλάνα.

Θεωρία των προτύπων

Η θεωρία των προτύπων υποδηλώνει ότι υπάρχουν ορισμένα πρότυπα ηθικής συμπεριφοράς που πρέπει να τηρούνται από ολόκληρη την ομάδα. Η επιτρεπτή συμπεριφορά περιγράφεται γενικά για ένα φάσμα πιθανών καταστάσεων. Για παράδειγμα, ένας εταιρικός κώδικας δεοντολογίας ή ένα εγχειρίδιο εργαζομένων που παρέχει το πλαίσιο για το πώς οι εργαζόμενοι σε έναν οργανισμό αναμένεται να συμπεριφέρονται και να διαχειρίζονται τους εαυτούς τους σε διάφορες καταστάσεις. Η παραβίαση των κατευθυντήριων γραμμών συνήθως οδηγεί σε πειθαρχικές ενέργειες.

2.5 Τα οφέλη της επιχειρηματικής δεοντολογίας για τις κοινωνικές επιχειρήσεις



Σχήμα 1 Διάγραμμα επιχειρηματικής δεοντολογίας (<https://www.thehumancapitalhub.com/articles/The-Advantages-Of-Ethical-Behaviour-In-Business>)

Η αξία της επιχειρηματικής ηθικής εκτείνεται πέρα από την αφοσίωση των εργαζομένων και το μέτωπο ισχύος που παρουσιάζει η ομάδα διοίκησης. Η διατήρηση μιας αξιοσέβαστης και άψογης φήμης στην τοπική κοινωνία, αλλά και διεθνώς, είναι υψίστης σημασίας, τόσο για τη βραχυπρόθεσμη όσο και για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Εάν μια επιχείρηση θεωρείται ότι λειτουργεί με ανήθικο τρόπο, οι επενδυτές είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν την εταιρεία, ούτε η επιχείρηση θα υποστηριχθεί από μια πιστή πελατειακή βάση.

Η πρόβλεψη ενός συνόλου σχολαστικής επιχειρηματικής δεοντολογίας για τη λειτουργία μιας επιχείρησης έχει το πλεονέκτημα:

- **Προσέλκυση περισσότερων επενδυτών στην επιχείρηση.** Ένας επενδυτής θα αισθάνεται ασφαλής καταθέτοντας τα χρήματά του σε μια επιχείρηση που έχει υψηλά ήθη και κανόνες δεοντολογίας. Είναι πιθανό να νιώσουν ακόμη μεγαλύτερη ικανοποίηση γνωρίζοντας ότι η οικονομική τους στήριξη δεν υποστηρίζει ή δεν συμβάλλει σε ανήθικες πρακτικές. Η παρουσίαση μιας εικόνας ισχυρής επιχειρηματικής ηθικής μπορεί επίσης να αποτελέσει ελκυστικό χαρακτηριστικό για νέους επενδυτές.
- **Ανόδου της φήμης της εταιρείας στο επόμενο επίπεδο.** Μια εταιρεία που είναι γνωστή για τη δεοντολογική της συμπεριφορά μπορεί να οικοδομήσει θετικά τη φήμη της στον τομέα της υποκριτικής. Μια πλεονεκτική φήμη είναι πιο πιθανό να αυξήσει τον αριθμό των νέων πελατών μέσω προφορικών συστάσεων. Από την άλλη πλευρά, η φήμη ότι ασχολείται με ανήθικες πράξεις μπορεί να πλήξει την εικόνα της εταιρείας και τις μελλοντικές επιχειρήσεις της. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στο σημερινό κλίμα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπου οι πληροφορίες μπορούν να διαδοθούν με ταχύτητα σε τοπικά και παγκόσμια δίκτυα.
- **Ανάπτυξη της αφοσίωσης των πελατών.** Η διατήρηση μιας πιστής πελατειακής βάσης αποτελεί βασικό συστατικό της μακροπρόθεσμης επιχειρηματικής επιτυχίας. Οι επαναλαμβανόμενοι πελάτες δεν απαιτούν εκτεταμένες δαπάνες μάρκετινγκ, σε αντίθεση με την απόκτηση νέων πελατών.
- **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (πελατειακή βάση).** Η ηθική συμπεριφορά μιας επιχείρησης μπορεί να αποτελέσει πηγή έλξης των πελατών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Σύμφωνα με τη νέα έκθεση Future of Marketing Research της Adobe από το 2021, 7 στους 10 πελάτες είναι πιο πιθανό να αγοράσουν και να παραμείνουν πιστοί σε μάρκες που μπορούν να εμπιστευτούν.
- **Πρόληψη νομικών προβλημάτων.** Εάν δεν υπάρχει μια ισχυρή κουλτούρα επιχειρηματικής δεοντολογίας που να τηρείται από τη διοίκηση και το προσωπικό της επιχείρησης, οι διευθυντές ή οι ηγέτες είναι πιο πιθανό να προσπαθήσουν να κάνουν τσιγκουνιές προκειμένου να αυξήσουν τον αριθμό των κερδών. Μπορεί να αγνοήσουν την υγεία και την ευημερία των εργαζομένων, να χρησιμοποιήσουν κατώτερα και επικίνδυνα υλικά ή να εκπληρώσουν τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις. Οι τιμωρίες για τη μη συμμόρφωση με τη νομοθεσία ή τα δικαιώματα του εργαζομένου μπορεί να είναι αυστηρές, για παράδειγμα νομικές κυρώσεις, πρόστιμα ή κυρώσεις από κυβερνητικούς φορείς. Επιπλέον, η επακόλουθη αρνητική δημοσιότητα μπορεί να οδηγήσει σε επιζήμια βλάβη της φήμης της εταιρείας, η οποία, τελικά, θα βυθίσει την τσέπη σας περισσότερο από τα νομικά πρόστιμα.

- **Διατηρήστε την καλύτερη ομάδα προσωπικού.** Το επαγγελματικό προσωπικό που έχει τις δεξιότητες και την εκπαίδευση για τη δουλειά για την οποία έχει προσληφθεί περιμένει να αμείβεται αναλόγως. Προσδοκούν επίσης την εξέλιξη της σταδιοδρομίας τους στον οργανισμό με βάση την απόδοση της εργασίας τους και τη συμβολή τους στην πρόοδο και την επιτυχία του οργανισμού. Η τήρηση εξαιρετικής επιχειρηματικής δεοντολογίας, θα αποτρέψει την ανάγκη για συνεχείς αναδιοργανώσεις του προσωπικού της επιχείρησης.

3. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

3.1 Ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί να οριστεί ως ένα "είδος αυτορρύθμισης των επιχειρήσεων με στόχο την κοινωνική λογοδοσία και τη θετική επίδραση στην κοινωνία" (Business News Daily). Ο ορισμός της UNIDO είναι πιο λεπτομερής, αναφέροντας ότι "η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια διοικητική έννοια με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις αλληλεπιδράσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους. Η ΕΚΕ γίνεται γενικά αντιληπτή ως ο τρόπος με τον οποίο μια εταιρεία επιτυγχάνει την ισορροπία μεταξύ οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιταγών, ενώ ταυτόχρονα ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των μετόχων και των ενδιαφερόμενων μερών".

Δεν υπάρχει ένας μόνο τύπος με τον οποίο μια επιχείρηση μπορεί να ενσωματώσει τη δομή της ΕΚΕ. Ωστόσο, πρέπει να την ενσωματώσουν στις λειτουργίες και την κουλτούρα τους για χάρη της φήμης και του εμπορικού τους ονόματος. Μια επιχείρηση μπορεί να ενσωματώσει την προσέγγιση της ΕΚΕ στην εργασία της με τα εξής:

- υιοθέτηση μιας φιλικής προς το περιβάλλον και οικολογικής προσέγγισης στη δομή και την παραγωγή της επιχείρησης
- ενίσχυση της ισότητας, της πολυμορφίας και της συμμετοχικότητας στο εργασιακό περιβάλλον
- σεβασμός των εργαζομένων
- διασφάλιση ότι οι αποφάσεις που λαμβάνονται ακολουθούν δεοντολογικό τρόπο
- προσφέροντας πίσω στην κοινότητα

Τα πιθανά οφέλη από την εφαρμογή μιας προσέγγισης ΕΚΕ στις λειτουργίες της επιχείρησης περιλαμβάνουν:

- ενίσχυση της θετικής εικόνας και της φήμης της επιχείρησης
- αύξηση των πωλήσεων και της αφοσίωσης των πελατών
- βελτιωμένη αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος
- πρόσβαση σε κεφάλαια
- εξοικονόμηση του συνολικού κόστους λειτουργίας
- μπορεί να προσελκύσει ποιοτικά ταλέντα και να διατηρήσει τους εργαζομένους
- ανάπτυξη του οργανισμού
- βελτίωση των οικονομικών επιδόσεων

Η διαδικασία για να γίνετε μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση μπορεί να φαίνεται απλή, αλλά μπορεί να υπάρξουν κάποιες δυσκολίες. Τα λάθη που εμφανίζονται συχνότερα είναι τα εξής:

- **Υιοθέτηση της ΕΚΕ ως στρατηγική μάρκετινγκ.** Η προώθηση της επιχείρησής σας υπό το πρίσμα της προσέγγισής της ΕΚΕ μπορεί να αποτύχει, εάν η επιχείρηση δεν ακολουθήσει τελικά την πράξη. Αντί για ένα εφάπαξ γεγονός, ακολουθώντας το δρόμο της αργής προόδου, η προσαρμογή των πρακτικών ΕΚΕ σε βάθος χρόνου μπορεί να είναι πιο επωφελής τόσο για τους εργαζόμενους όσο και για τους καταναλωτές και, κυρίως, για τη μακροπρόθεσμη κοινωνική ευθύνη.
- **Ακολουθώντας τον δρόμο των άσχετων πρωτοβουλιών.** Η αποχή από τη συμμετοχή σε προσπάθειες που δεν συνδέονται άμεσα ή δεν σχετίζονται με την πρωταρχική επιχειρηματική εστίαση ή ακόμη και αντιβαίνουν στις ηθικές κατευθυντήριες γραμμές του οργανισμού μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην οικοδόμηση ενός εμπορικού σήματος. Δείχνει επίσης περισσότερη σκέψη στην πρακτική αντί να πετάτε τυφλά χρήματα, με σειρά προτεραιότητας.
- **Ακολουθώντας την τάση του κλάδου.** Για να θέσουν τον πήχη στον τομέα των επιχειρήσεων, οι οργανισμοί πρέπει να κάνουν ένα βήμα μπροστά και να μην αρκούνται στις βιώσιμες δραστηριότητες που αποτελούν απλώς νομικές απαιτήσεις.

3.2 Το τετραμερές πλαίσιο ορισμού της ΕΚΕ

Ο τετραμερής ορισμός της ΕΚΕ του Carroll είχε αρχικά διατυπωθεί ως εξής: (Carroll [1979](#), [1991](#)): "Η εταιρική κοινωνική ευθύνη περιλαμβάνει τις οικονομικές, νομικές, ηθικές και διακριτικές (φιλανθρωπικές) προσδοκίες που έχει η κοινωνία από τους οργανισμούς σε μια δεδομένη χρονική στιγμή" (Carroll [1979](#), [1991](#)). Αυτό το σύνολο των τεσσάρων ευθυνών δημιουργεί ένα θεμέλιο ή μια υποδομή που βοηθά να οριοθετηθεί με κάποια λεπτομέρεια και να πλαισιωθεί ή να χαρακτηριστεί η φύση των ευθυνών των επιχειρήσεων απέναντι στην κοινωνία της οποίας αποτελούν μέρος. Στην πρώτη ερευνητική μελέτη που χρησιμοποίησε τις τέσσερις κατηγορίες διαπιστώθηκε ότι η εγκυρότητα του περιεχομένου της κατασκευής και το όργανο που την αξιολογούσε ήταν έγκυρα (Aupperle et al. [1985](#)). Η μελέτη διαπίστωσε ότι οι εμπειρογνώμονες ήταν σε θέση να διακρίνουν μεταξύ των τεσσάρων συνιστωσών. Επιπλέον, η ανάλυση παραγόντων που διενεργήθηκε κατέληξε στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν τέσσερις εμπειρικά αλληλένδετες, αλλά εννοιολογικά ανεξάρτητες συνιστώσες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η μελέτη αυτή διαπίστωσε επίσης ότι οι σχετικές αξίες ή τα βάρη καθενός από τα συστατικά στοιχεία, όπως απεικονίστηκαν σωπηρά από τον Carroll, προσέγγιζαν το σχετικό βαθμό σπουδαιότητας που έδιναν τα 241 στελέχη που συμμετείχαν στην έρευνα στα τέσσερα συστατικά στοιχεία - οικονομικά = 3,5, νομικά = 2,54, ηθικά = 2,22 και διακριτικά/φιλανθρωπικά = 1,30. Μεταγενέστερες έρευνες υποστήριζαν ότι το όργανο μέτρησης της ΕΚΕ του Aupperle με τη χρήση των τεσσάρων κατηγοριών του Carroll (Aupperle [1984](#)) ήταν έγκυρο και χρήσιμο (Edmondson και Carroll [1999](#), Pinkston και Carroll [1996](#) και άλλοι). Εν ολίγοις, η διακριτότητα και η χρησιμότητα στην έρευνα των τεσσάρων κατηγοριών έχουν τεκμηριωθεί μέσω μιας σειράς εμπειρικών ερευνητικών έργων. Ακολουθεί μια σύντομη επισκόπηση καθεμιάς από τις τέσσερις κατηγορίες ΕΚΕ.

Οικονομικές ευθύνες

Ως θεμελιώδης όρος ή απαίτηση ύπαρξης, οι επιχειρήσεις έχουν οικονομική ευθύνη απέναντι στην κοινωνία που τους επιτρέπει να δημιουργηθούν και να διατηρηθούν. Αρχικά, μπορεί να φαίνεται ασυνήθιστο να σκεφτεί κανείς μια οικονομική προσδοκία ως κοινωνική ευθύνη, αλλά αυτό ακριβώς είναι, διότι η κοινωνία αναμένει, και μάλιστα απαιτεί, οι επιχειρηματικοί οργανισμοί να είναι σε θέση να συντηρούνται και ο μόνος τρόπος για να γίνει αυτό είναι να είναι κερδοφόροι και να μπορούν να δώσουν κίνητρα στους ιδιοκτήτες ή τους μετόχους να επενδύσουν και να έχουν αρκετούς πόρους για να συνεχίσουν τη λειτουργία τους. Στις απαρχές της, η κοινωνία θεωρεί τους επιχειρηματικούς οργανισμούς ως θεσμούς που θα παράγουν και θα πωλούν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που χρειάζεται και επιθυμεί. Ως κίνητρο, η κοινωνία επιτρέπει στις επιχειρήσεις να λαμβάνουν κέρδη. Οι επιχειρήσεις δημιουργούν κέρδη όταν προσθέτουν αξία και με τον τρόπο αυτό ωφελούν όλους τους ενδιαφερόμενους της επιχείρησης.

Τα κέρδη είναι απαραίτητα τόσο για την ανταμοιβή των επενδυτών/ιδιοκτητών όσο και για την ανάπτυξη της επιχείρησης, όταν τα κέρδη επανεπενδύονται στην επιχείρηση. Οι διευθύνοντες σύμβουλοι, οι διευθυντές και οι επιχειρηματίες θα βεβαιώσουν τη ζωτική θεμελιώδη σημασία της κερδοφορίας και της απόδοσης των επενδύσεων ως κίνητρα για την επιχειρηματική επιτυχία. Σχεδόν όλα τα οικονομικά συστήματα του κόσμου αναγνωρίζουν τη ζωτική σημασία που έχουν για τις κοινωνίες οι επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κέρδη. Ενώ σκέφτονται τις οικονομικές ευθύνες τους, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν πολλές επιχειρηματικές έννοιες που κατευθύνονται προς την οικονομική αποτελεσματικότητα - προσοχή στα έσοδα, την αποδοτικότητα, τις επενδύσεις, το μάρκετινγκ, τις στρατηγικές, τις λειτουργίες και ένα πλήθος επαγγελματικών εννοιών που εστιάζουν στην αύξηση της μακροπρόθεσμης οικονομικής επιτυχίας του οργανισμού. Στο σημερινό υπερανταγωνιστικό παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον, η οικονομική απόδοση και η βιωσιμότητα έχουν γίνει επείγοντα θέματα. Οι επιχειρήσεις που δεν είναι επιτυχημένες στον οικονομικό ή χρηματοοικονομικό τους τομέα βγαίνουν εκτός επιχειρηματικής δραστηριότητας και οποιεσδήποτε άλλες ευθύνες που μπορεί να τους αναλογούν καθίστανται ανούσιες. Ως εκ τούτου, η οικονομική υπευθυνότητα αποτελεί βασική απαίτηση που πρέπει να ικανοποιείται σε έναν ανταγωνιστικό επιχειρηματικό κόσμο.

Νομικές ευθύνες

Η κοινωνία όχι μόνο έχει εγκρίνει τις επιχειρήσεις ως οικονομικές οντότητες, αλλά έχει επίσης θεσπίσει τους ελάχιστους βασικούς κανόνες βάσει των οποίων οι επιχειρήσεις αναμένεται να λειτουργούν και να λειτουργούν. Αυτοί οι βασικοί κανόνες περιλαμβάνουν νόμους και κανονισμούς και στην πραγματικότητα αντικατοπτρίζουν την άποψη της κοινωνίας για την "κωδικοποιημένη ηθική", δεδομένου ότι εκφράζουν τις θεμελιώδεις έννοιες των δίκαιων επιχειρηματικών πρακτικών, όπως καθορίζονται από τους νομοθέτες σε ομοσπονδιακό, πολιτειακό και τοπικό επίπεδο. Οι επιχειρήσεις αναμένεται και απαιτείται να συμμορφώνονται με αυτούς τους νόμους και κανονισμούς ως προϋπόθεση λειτουργίας. Δεν είναι τυχαίο ότι οι υπεύθυνοι συμμόρφωσης καταλαμβάνουν πλέον σημαντική και υψηλού επιπέδου θέση στα οργανογράμματα των

εταιρειών. Κατά την εκπλήρωση αυτών των νομικών ευθυνών, οι σημαντικές προσδοκίες των επιχειρήσεων περιλαμβάνουν:

- Εκτέλεση με τρόπο που να συνάδει με τις προσδοκίες της κυβέρνησης και του νόμου
- Συμμόρφωση με διάφορους ομοσπονδιακούς, πολιτειακούς και τοπικούς κανονισμούς
- Συμπεριφερόμενος ως νομοταγείς εταιρικοί πολίτες
- Εκπλήρωση όλων των νομικών υποχρεώσεων τους προς τους κοινωνικούς εταίρους
- Παροχή αγαθών και υπηρεσιών που πληρούν τουλάχιστον τις ελάχιστες νομικές απαιτήσεις

Ηθικές ευθύνες

Οι κανονιστικές προσδοκίες των περισσότερων κοινωνιών θεωρούν ότι οι νόμοι είναι απαραίτητοι αλλά όχι επαρκείς. Πέραν των όσων απαιτούνται από τους νόμους και τους κανονισμούς, η κοινωνία αναμένει από τις επιχειρήσεις να λειτουργούν και να διεξάγουν τις υποθέσεις τους με ηθικό τρόπο. Η ανάληψη ηθικών ευθυνών συνεπάγεται ότι οι οργανισμοί θα υιοθετήσουν εκείνες τις δραστηριότητες, τους κανόνες, τα πρότυπα και τις πρακτικές που αν και δεν έχουν κωδικοποιηθεί σε νόμο, εντούτοις αναμένονται. Μέρος της ηθικής προσδοκίας είναι ότι οι επιχειρήσεις θα ανταποκρίνονται στο "πνεύμα" του νόμου, όχι μόνο στο γράμμα του νόμου. Μια άλλη πτυχή της ηθικής προσδοκίας είναι ότι οι επιχειρήσεις θα διεξάγουν τις υποθέσεις τους με δίκαιο και αντικειμενικό τρόπο ακόμη και στις περιπτώσεις που οι νόμοι δεν παρέχουν καθοδήγηση ή δεν υπαγορεύουν τρόπους δράσης. Έτσι, οι ηθικές ευθύνες περιλαμβάνουν εκείνες τις δραστηριότητες, τα πρότυπα, τις πολιτικές και τις πρακτικές που αναμένονται ή απαγορεύονται από την κοινωνία, ακόμη και αν δεν έχουν κωδικοποιηθεί στο νόμο. Στόχος αυτών των προσδοκιών είναι οι επιχειρήσεις να είναι υπεύθυνες και να ανταποκρίνονται σε όλο το φάσμα των κανόνων, προτύπων, αξιών, αρχών και προσδοκιών που αντανακλούν και τιμούν αυτό που οι καταναλωτές, οι εργαζόμενοι, οι ιδιοκτήτες και η κοινότητα θεωρούν ως συνεπές σε σχέση με την προστασία των ηθικών δικαιωμάτων των ενδιαφερομένων μερών. Η διάκριση μεταξύ νομικών και ηθικών προσδοκιών μπορεί συχνά να είναι δύσκολη. Οι νομικές προσδοκίες βασίζονται ασφαλώς σε ηθικές προϋποθέσεις. Όμως, οι ηθικές προσδοκίες τις προχωρούν παραπέρα. Στην ουσία, λοιπόν, και οι δύο περιέχουν μια ισχυρή ηθική διάσταση ή χαρακτήρα και η διαφορά εξαρτάται από την εντολή που έχει δώσει η κοινωνία στις επιχειρήσεις μέσω της νομικής κωδικοποίησης.

Κατά την εκπλήρωση αυτών των ηθικών ευθυνών, οι σημαντικές προσδοκίες των επιχειρήσεων περιλαμβάνουν:

- Απόδοση με τρόπο που να συνάδει με τις προσδοκίες των κοινωνικών ηθών και των ηθικών κανόνων
- Αναγνώριση και σεβασμός των νέων ή εξελισσόμενων ηθικών/δεοντολογικών κανόνων που υιοθετεί η κοινωνία

- Αποτροπή της παραβίασης των ηθικών κανόνων για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων
- Να είστε καλοί εταιρικοί πολίτες κάνοντας αυτό που αναμένεται ηθικά ή δεοντολογικά
- Αναγνώριση ότι η επιχειρηματική ακεραιότητα και η ηθική συμπεριφορά υπερβαίνουν την απλή συμμόρφωση με τους νόμους και τους κανονισμούς (Carroll [1991](#))

Ως επικάλυψη όλων όσων ειπώθηκαν σχετικά με τις ηθικές ευθύνες, θα πρέπει επίσης να δηλωθεί σαφώς ότι, εκτός από τις προσδοκίες της κοινωνίας όσον αφορά τις ηθικές επιδόσεις, υπάρχουν επίσης οι μεγάλες, οικουμενικές αρχές της ηθικής φιλοσοφίας, όπως τα δικαιώματα, η δικαιοσύνη και ο ωφελιμισμός, οι οποίες θα πρέπει επίσης να ενημερώνουν και να καθοδηγούν τις αποφάσεις και τις πρακτικές της εταιρείας.

Φιλανθρωπικές ευθύνες

Η εταιρική φιλανθρωπία περιλαμβάνει όλες τις μορφές επιχειρηματικής προσφοράς. Η εταιρική φιλανθρωπία αγκαλιάζει τις εθελοντικές ή διακριτικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Η φιλανθρωπία ή η επιχειρηματική δωρεά μπορεί να μην αποτελεί ευθύνη με την κυριολεκτική έννοια, αλλά συνήθως αναμένεται από τις επιχειρήσεις σήμερα και αποτελεί μέρος των καθημερινών προσδοκιών του κοινού. Βεβαίως, η ποσότητα και η φύση αυτών των δραστηριοτήτων είναι εθελοντικές ή κατά διακριτική ευχέρεια. Καθοδηγούνται από την επιθυμία των επιχειρήσεων να συμμετέχουν σε κοινωνικές δραστηριότητες που δεν είναι υποχρεωτικές, δεν απαιτούνται από το νόμο και δεν αναμένονται γενικά από τις επιχειρήσεις με την ηθική έννοια. Τούτου λεχθέντος, ορισμένες επιχειρήσεις δίνουν εν μέρει από ηθικά κίνητρα. Δηλαδή, θέλουν να κάνουν αυτό που είναι σωστό για την κοινωνία. Το κοινό έχει την αίσθηση ότι οι επιχειρήσεις "ανταποδίδουν", και αυτό αποτελεί την "προσδοκώμενη" πτυχή της ευθύνης. Όταν κάποιος εξετάζει το κοινωνικό συμβόλαιο μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας σήμερα, συνήθως διαπιστώνει ότι οι πολίτες αναμένουν από τις επιχειρήσεις να είναι καλοί εταιρικοί πολίτες, όπως ακριβώς και οι ιδιώτες. Για να εκπληρώσουν τις αντιλαμβανόμενες φιλανθρωπικές τους ευθύνες, οι επιχειρήσεις εμπλέκονται σε ποικίλες μορφές προσφοράς - δώρα χρηματικών πόρων, δωρεές προϊόντων και υπηρεσιών, εθελοντισμός από τους εργαζόμενους και τη διοίκηση, ανάπτυξη της κοινότητας και οποιαδήποτε άλλη διακριτική συνεισφορά στην κοινότητα ή στις ομάδες ενδιαφερομένων που την απαρτίζουν.

Παρόλο που μερικές φορές υπάρχει αλτρουιστικό κίνητρο για τις επιχειρηματικές δωρεές, οι περισσότερες εταιρείες ασχολούνται με τη φιλανθρωπία ως τρόπο που με πράξεις επιδεικνύουν την καλή τους ιδιότητα του πολίτη. Αυτό γίνεται για να ενισχυθεί ή να αυξηθεί η φήμη της εταιρείας και όχι απαραίτητα για ευγενείς ή αυτοθυσιαστικούς λόγους. Η κύρια διαφορά μεταξύ των ηθικών και των φιλανθρωπικών κατηγοριών στο μοντέλο των τεσσάρων μερών είναι ότι η επιχειρηματική προσφορά δεν είναι απαραίτητα αναμενόμενη με ηθική ή δεοντολογική έννοια. Η κοινωνία αναμένει τέτοιου είδους δωρεές, αλλά δεν χαρακτηρίζει τις εταιρείες ως "ανήθικες" με βάση τα μοτίβα των δωρεών τους ή το αν οι εταιρείες δίνουν στο επιθυμητό επίπεδο. Κατά συνέπεια, η

φιλανθρωπική ευθύνη είναι περισσότερο διακριτική ή εθελοντική από την πλευρά των επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου, αυτή η κατηγορία θεωρείται συχνά ως καλή "εταιρική ιδιότητα του πολίτη". Έχοντας πει όλα αυτά, η φιλανθρωπία υπήρξε ιστορικά ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία των ορισμών της ΕΚΕ και αυτό συνεχίζεται και σήμερα.

Συνοπτικά, ο ορισμός της ΕΚΕ που αποτελείται από τέσσερα μέρη αποτελεί ένα εννοιολογικό πλαίσιο που περιλαμβάνει τις οικονομικές, νομικές, ηθικές και φιλανθρωπικές ή διακριτικές προσδοκίες που η κοινωνία θέτει στις επιχειρήσεις σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Και, όσον αφορά την κατανόηση κάθε είδους ευθύνης, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η οικονομική ευθύνη "απαιτείται" από τις επιχειρήσεις από την κοινωνία- η νομική ευθύνη επίσης "απαιτείται" από τις επιχειρήσεις από την κοινωνία- η ηθική ευθύνη "αναμένεται" από τις επιχειρήσεις από την κοινωνία- και η φιλανθρωπική ευθύνη "αναμένεται/επιθυμεί" από τις επιχειρήσεις από την κοινωνία (Carroll [1979](#), [1991](#)). Επίσης, με την πάροδο του χρόνου το τι ακριβώς σημαίνει κάθε μία από αυτές τις τέσσερις κατηγορίες μπορεί επίσης να αλλάξει ή να εξελιχθεί.

Η πυραμίδα της ΕΚΕ

Ο τετραμερής ορισμός της ΕΚΕ δημοσιεύθηκε αρχικά το 1979. Το 1991, ο Carroll εξήγαγε τον ορισμό των τεσσάρων μερών και τον αναδιατύπωσε με τη μορφή μιας πυραμίδας ΕΚΕ. Ο σκοπός της πυραμίδας ήταν να επισημάνει την οριστική πτυχή της ΕΚΕ και να απεικονίσει τη φύση των δομικών στοιχείων του πλαισίου των τεσσάρων μερών. Η πυραμίδα επιλέχθηκε ως γεωμετρικό σχέδιο επειδή είναι απλό, διαισθητικό και κατασκευασμένο για να αντέχει στη δοκιμασία του χρόνου. Κατά συνέπεια, η οικονομική ευθύνη τοποθετήθηκε ως βάση της πυραμίδας επειδή αποτελεί θεμελιώδη απαίτηση στις επιχειρήσεις. Ακριβώς όπως τα θεμέλια ενός κτιρίου πρέπει να είναι ισχυρά για να στηρίξουν ολόκληρο το οικοδόμημα, η βιώσιμη κερδοφορία πρέπει να είναι ισχυρή για να στηρίξει τις άλλες προσδοκίες της κοινωνίας από τις επιχειρήσεις. Το θέμα εδώ είναι ότι η υποδομή της ΕΚΕ χτίζεται πάνω στην προϋπόθεση μιας οικονομικά υγιούς και βιώσιμης επιχείρησης.

Ταυτόχρονα, η κοινωνία μεταδίδει το μήνυμα στις επιχειρήσεις ότι αναμένεται να υπακούουν στο νόμο και να συμμορφώνονται με τους κανονισμούς, διότι ο νόμος και οι κανονισμοί αποτελούν την κωδικοποίηση από την κοινωνία των βασικών κανόνων βάσει των οποίων οι επιχειρήσεις πρέπει να λειτουργούν σε μια κοινωνία πολιτών. Αν εξετάσουμε την ΕΚΕ στις αναπτυσσόμενες χώρες, για παράδειγμα, το αν υπάρχει ή όχι νομικό και κανονιστικό πλαίσιο επηρεάζει σημαντικά το αν οι πολυεθνικές θα επενδύσουν εκεί ή όχι, διότι μια τέτοια νομική υποδομή είναι επιβεβλημένη για να παρέχει τα θεμέλια για τη νόμιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις αναμένεται να λειτουργούν με ηθικό τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει την προσδοκία και την υποχρέωση να πράττει το σωστό, και το δίκαιο και να αποφεύγει ή να ελαχιστοποιεί τη ζημία σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη με τα οποία αλληλεπιδρά. Τέλος, η επιχείρηση αναμένεται να είναι ένας καλός εταιρικός πολίτης, δηλαδή να ανταποδίδει και να συνεισφέρει οικονομικούς, φυσικούς και ανθρώπινους πόρους στις κοινότητες των οποίων αποτελεί μέρος.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι οργανισμοί κοινωνικής επιχειρηματικότητας δεν είναι υποχρεωμένοι να υιοθετήσουν όλο το φάσμα των πρωτοβουλιών ΕΚΕ, επειδή είναι συνήθως μικροί οργανισμοί, συχνά μη κερδοσκοπικού προσανατολισμού και συχνά διαθέτουν περιορισμένους πόρους. Ωστόσο, οι κοινωνικοί επιχειρηματικοί οργανισμοί ΜΠΟΡΟΥΝ να υιοθετήσουν ηθικά πρότυπα συμπεριφοράς και οι διοικητικές λειτουργίες με αυτούς τους οργανισμούς πρέπει να το κάνουν:

- παρακολούθηση των πρακτικών και της συμπεριφοράς των εργαζομένων
- επικοινωνία και ενίσχυση των κοινών πολιτιστικών και ηθικών προτύπων
- διασφάλιση ότι η επικρατούσα οργανωτική κουλτούρα επιτρέπει την καταγγελία σε περίπτωση μη συμμορφούμενης συμπεριφοράς
- συνεχής ενίσχυση της σημασίας της ηθικής στον οργανισμό

Ανεξάρτητα από το αν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι προσανατολισμένοι στο κέρδος ή έχουν άλλους κοινωνικούς στόχους, η διοίκηση μπορεί (και πρέπει) να υιοθετήσει:

- Δεοντολογικές πρακτικές και συμπεριφορά
- Εσωτερικές και εξωτερικές επικοινωνίες για την ενίσχυση των ηθικών προτύπων του οργανισμού
- Σαφής, διαφανής επικοινωνία σε περίπτωση μη συμμορφούμενης συμπεριφοράς που δεν οδηγεί σε επιπτώσεις
- Ενίσχυση της σημασίας της ηθικής στον οργανισμό με κάθε ευκαιρία

Αναστοχασμός-Αυτοαξιολόγηση

- 1) Πώς θα εφαρμόζατε την επιχειρηματική ηθική αν ήσασταν διευθυντής;
- 2) Πώς θα διασφαλίζατε την καλή επιχειρηματική ηθική από τους υπαλλήλους σας;
- 3) Πώς σχετίζεται η κοινωνική επιχειρηματικότητα με την επιχειρηματική ηθική;

Επιπλέον πηγές

<https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=Με%20ορισμό%2C%20την%20επιχειρηματική%20ηθική%20αναφέρεται%20σε%20αποδεκτές%20συμπεριφορές%20πέραν%20του%20κυβερνητικού%20ελέγχου.>

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/business-ethics/>

<https://www.ashoka.org/en-us/focus/social-entrepreneurship>

<https://netimpact.org/blog/Four-Types-Social-Entrepreneurship>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-ethics>

<https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/a-history-of-business-ethics/>

<https://yesfriends.co/collections/women> : Η "Yes friends" είναι μία από τις πιο βιώσιμες και ηθικές μάρκες ρούχων στον κόσμο, με βαθμολογία "Great" από τον ανεξάρτητο κατάλογο ηθικών μαρκών "Good On You". Η *Yes friends* αξίζει να αναφερθεί ως μελέτη περίπτωσης, καθώς είναι μια πραγματικά προσιτή και βιώσιμη μάρκα ρούχων. Η

βιομηχανία της μόδας είχε μερικές από τις πιο ανήθικες πρακτικές τις προηγούμενες δεκαετίες και με την προσπάθεια πολλών μεγάλων οργανισμών να "πρασινίσουν" τους καταναλωτές, είναι ζωτικής σημασίας να μπορούμε να δούμε πόσο πραγματικά ηθικός είναι ένας οργανισμός.

Στον ιστότοπο της εταιρείας αναφέρονται μόνο δύο προϊόντα - ένα κλασικό t-shirt και ένα φούτερ με κουκούλα, απαραίτητα για κάθε ντουλάπα. Ωστόσο, υπάρχει πληθώρα πληροφοριών σχετικά με τις ηθικές πρακτικές του οργανισμού καθώς και τις βελτιώσεις που μπορούν ακόμη να εφαρμοστούν. Μπορούν να βρεθούν πληροφορίες για όλα τα στάδια της παγκόσμιας αλυσίδας εφοδιασμού που χρησιμοποιείται καθώς και για την τιμολόγηση και το κόστος των προϊόντων!

Τα πιστοποιητικά που απονεμήθηκαν στους φίλους του Yes περιλαμβάνουν:

Fairtrade Cotton (FLO licence no: FFLC0862)

Global Organic Textile Standard

Fair Wear Foundation

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP)

PETA approved Vegan

Ορισμένες ηθικές πρακτικές των φίλων Yes περιλαμβάνουν:

Βιώσιμη συσκευασία: κατασκευασμένη από απόβλητα ζαχαροκάλαμου, ουδέτερη ως προς τον άνθρακα και 100% ανακυκλώσιμη

Ανακύκλωση νερού στα εργοστάσια

Τα αποκόμματα ανακυκλώνονται για την κατασκευή άλλων βαμβακερών ειδών.

Όλες οι βαφές είναι μη τοξικές και η λάσπη που περισσεύει στέλνεται σε εργοστάσια τσιμέντου για επεξεργασία.

Πληρώνουν δίκαιους μισθούς σε όλα τα άτομα της αλυσίδας εφοδιασμού!

H Yes friends είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα μιας ηθικής πρακτικής που δεν ξεπλένει τους πελάτες της. Η πιστοποίηση από ανεξάρτητους οργανισμούς, καθώς και η αναφορά των ηθικών πρακτικών τους με αποδείξεις των όσων ισχυρίζονται, διασφαλίζει την εμπιστοσύνη, την αξιοπιστία, την εταιρική κοινωνική ευθύνη, την ειλικρίνεια, την υπευθυνότητα και τη φροντίδα και τον σεβασμό προς τα άτομα.

Συμβουλές προς τον εκπαιδευτή (προαιρετικά)

Αναφορές

<https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>

<https://centers.fuqua.duke.edu/case/about/what-is-social-entrepreneurship/>

<https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

<https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/business-benefits-corporate-social-responsibility>

<https://www.pioneerspost.com/news-views/20210330/cyprus-passes-social-enterprise-law>

https://www.socioeco.org/bdf_fiche-legislation-284_en.html

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en

<https://www.thehumancapitalhub.com/articles/The-Advantages-Of-Ethical-Behaviour-In-Business>

Εξωτερικές Πηγες

Εξοπλισμός πληροφορικής, πρόσβαση στο διαδίκτυο για την πραγματοποίηση ερευνών, χρηματοοικονομικοί σύμβουλοι, προσβασιμότητα στην αγορά, τραπεζικοί λογαριασμοί/μηχανισμοί χρηματοοικονομικών συναλλαγών.