

Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας

Τόμ. 19 (2008)

Επιχειρηματική ηθική



Επιχειρηματική ηθική: θεωρίες και πολιτικές

Ιορδάνης Κ. Παπαδόπουλος

doi: [10.12681/sas.656](https://doi.org/10.12681/sas.656)

Copyright © 2015, Ιορδάνης Κ. Παπαδόπουλος



Άδεια χρήσης [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Βιβλιογραφική αναφορά:

Παπαδόπουλος Ι. Κ. (2015). Επιχειρηματική ηθική: θεωρίες και πολιτικές. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 19, 59–84. <https://doi.org/10.12681/sas.656>

Επιχειρηματική ηθική: θεωρίες και πολιτικές

Ιορδάνης Κ. Παπαδόπουλος*

Ο συγγραφέας επιχειρεί να θεμελιώσει με κριτικό τρόπο το γνωστικό αντικείμενο και τη μεθοδολογία της επιχειρηματικής ηθικής, να δείξει πως δεν ευσταθεί η κριτική που της ασκείται και η οποία θέτει υπό αμφισβήτηση το κύρος και την πρακτική ωφέλεια που αποφέρει ο εν λόγω επιστημονικός κλάδος, ακόμη και αν αυτός συγκροτείται *υβριδικά*. Σε αυτή την κατεύθυνση, περιγράφει σε αδρές γραμμές το εύρος των διεπιστημονικών θεμάτων που απασχολούν την επιχειρηματική ηθική και την οριοθετεί μέσω τόσο της ιστορικής προσέγγισης του πεδίου της όσο και της ανάλυσης των κεντρικών εννοιών *των κοινωνικών ευθυνών, του εταιρικού πολίτη, των άμεσα εμπλεκομένων μερών, του ηθικού μοντέλου αποφάσεων και του ηθικού πλουραλισμού* ως ενδεδειγμένης ηθικής στάσης και πρακτικής.

Εισαγωγή

Στην παρούσα εργασία θα επιχειρήσουμε να δείξουμε ότι η επιχειρηματική ηθική αποτελεί επιστημονικό-φιλοσοφικό κλάδο με συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο και μεθοδολογία. Ως εκ τούτου, δεν ευσταθεί η κριτική που ασκείται και θέτει υπό αμφισβήτηση το κύρος και την πρακτική ωφέλεια που αποφέρει ο εν λόγω επιστημονικός κλάδος, ακόμη και αν αυτός συγκροτείται *υβριδικά*, συνδυάζοντας δηλαδή τον εμπειρικό χαρακτήρα των επιμέρους κοινωνικών επιστημών και τον κανονιστικό λόγο της πρακτικής και εφαρμοσμένης φιλοσοφίας. Σε αυτή την κατεύθυνση, θα περιγράψουμε σε αδρές γραμμές το εύρος των θεμάτων που απασχολούν την επιχειρηματική ηθική και θα την οριοθετήσουμε μέσω τόσο της ιστορικής προσέγγισης του πεδίου της όσο δε και της ανάλυσης των κεντρικών εννοιών *των κοινωνικών ευθυνών και των άμεσα εμπλεκομένων μερών [stakeholders]*.

* Διδάκτωρ Φιλοσοφίας Πανεπιστημίου Kent, Επιστημονικός συνεργάτης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, kajor@hol.gr.

Θα έχουμε την ευκαιρία να αναδειξουμε τη σημασία της διεπιστημονικής προσέγγισης των θεμάτων που απασχολούν την επιχειρηματική ηθική αλλά και τη σημασία, αφενός, της μελέτης περίπτωσης, αφετέρου δε, του ηθικού μοντέλου αποφάσεων. Σε αυτό το θεωρητικό πλαίσιο, θα μπορούσαμε να συνδυάσουμε τη θεωρία και την εμπειρική σπουδή, αναφερόμενοι σε παλαιότερα αλλά και σύγχρονα παραδείγματα από τη διεθνή επιχειρηματική πραγματικότητα.

Η προβληματική που θα αναπτύξουμε θα μας επιτρέψει να δείξουμε πως ο ηθικός πλουραλισμός σε συνδυασμό με την νεο-αριστοτελική προσέγγιση της λειτουργίας των επιχειρήσεων μπορούν να αποτελέσουν την κατάλληλη βάση αντιμετώπισης των επιχειρημάτων του ηθικού σχετικισμού αλλά προπαντός θεμελίωσης των εννοιών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και του εταιρικού πολίτη. Οι έννοιες αυτές είναι ιδιαίτερος σημαντικές για την επίλυση ηθικών διλημάτων που ανακύπτουν από την καθημερινή δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Θα πρέπει, όμως, να παραδεχθούμε ότι το θεωρητικό και πρακτικό πλαίσιο που συνάγεται από την επιχειρηματολογία μας δεν αποτελεί πανάκεια για κάθε πιθανό δίλημμα και ξεχωριστή περίπτωση.

Αναγκαστικά, πολλά από τα προαναφερθέντα ζητήματα δεν μπορεί παρά να τα παροσιάσουμε ακροθιγώς. Κατά τη γνώμη μας, μια ευρεία θεματική παρουσίαση είναι ιδιαίτερος αναγκαία για την ελληνική πραγματικότητα στην οποία, αν και έχουν γίνει σημαντικά βήματα στο πεδίο της αγοράς, δεν έχει ακολουθήσει από κοντά και κυρίως με συστηματικό τρόπο η έρευνα και η διδασκαλία στο επίπεδο της ακαδημαϊκής κοινότητας.

Αφετηρία: τρεις διαφορετικές περιπτώσεις

Η επιχειρηματική ηθική προϋποθέτει την αλληλοσυσχέτιση του υποσυστήματος της επιχείρησης, ως συντελεστή οικονομικής ανάπτυξης, με το ευρύτερο σύστημα ανθρώπινων σχέσεων –την κοινωνία– και των αξιών που χαρακτηρίζουν αυτές τις σχέσεις. Ο συγκεκριμένος κλάδος εφαρμοσμένης ηθικής φιλοσοφίας και κοινωνικής θεωρίας επιχειρεί να θεμελιώσει μια ανθρωπιστική, δίκαιη, ηθική και οικολογική σύλληψη της αποστολής, της λειτουργίας και των κοινωνικών ευθυνών εν τέλει των επιχειρήσεων. Η απόπειρα αυτής της θεμελίωσης περιλαμβάνει την κοινωνιολογική και φιλοσοφική προσέγγιση της επιχειρηματικής και οικονομικής εν γένει δρα-

στηριότητα. Μεγάλο μέρος της έρευνας που έχει διεξαχθεί ως τώρα επικεντρώθηκε στην οριοθέτηση της έννοιας των κοινωνικών ευθυνών και στην ανίχνευση αυτών των ευθυνών στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων (βλ., ενδεικτικά, Solomon 1993a: 354-365, Hagan & Moon 2001: 7-21).

Μήπως, όμως, εντέλει η έννοια της επιχειρηματικής ηθικής αποτελεί έναν αντιφατικό όρο; Θα μπορούσαμε εύκολα να καταλήξουμε σε ένα τέτοιο συμπέρασμα αν μέναμε στην επιφάνεια της ποικιλίας παραδειγμάτων από τη διεθνή και ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα που έχουμε στη διάθεσή μας. Επιλέγουμε να αναφερθούμε σε τρία χαρακτηριστικά παραδείγματα –δεν είναι υποχρεωτικώς τα πλέον γνωστά, είναι όμως χρήσιμα, για τους σκοπούς της προβληματικής που θα αναπτύξουμε στην παρούσα εργασία.

Η ταχεία οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη της βιομηχανικής και μεταβιομηχανικής περιόδου ανέδειξε σειρά ερωτημάτων για το μέλλον και τη βιωσιμότητα των κοινωνιών μας σε σχέση με τα επιδεινούμενα προβλήματα του περιβάλλοντος. Ανατρέχοντας κανείς στο απώτερο ή πιο πρόσφατο παρελθόν μπορεί να διαπιστώσει σωρεία περιπτώσεων που καταδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις δεν ενδιαφέρονταν για τις οικολογικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους αλλά και ότι σπανίως υιοθετούσαν μέτρα που προέβλεπαν αλλαγές στις μεθόδους παραγωγής ή στα ίδια τα προϊόντα με σκοπό την αειφορία, την προστασία του οικοσυστήματος και των ανθρώπινων κοινοτήτων. Θεωρείτο αξιωματικά αληθές πως οι επιχειρήσεις επιδιώκουν το κέρδος σε βάρος του περιβάλλοντος. Σύμφωνα με την ίδια λογική, η διατάραξη ή και καταστροφή ενός οικοσυστήματος ήταν η ‘φυσιολογική’ παράπλευρη επίπτωση στην προσπάθεια να επιτύχουμε την οικονομική πρόοδο και ευημερία των κοινωνιών μας. Χαρακτηριστική είναι η ακόλουθη περίπτωση.

Η ‘χημική Χιροσίμα’ του Μομπάλ

Ο όρος ‘χημική Χιροσίμα’ είναι ίσως ο πιο αντιπροσωπευτικός για ένα τραγικό συμβάν που έλαβε χώρα πριν από 23 και πλέον χρόνια. Τα ξημέρωμα της 3^{ης} Δεκεμβρίου 1984, η δεξαμενή 610 του εργοστασίου της Union Carbide στο Μομπάλ της Ινδίας εξερράγη. Η δεξαμενή περιείχε σαράντα

τόνους του άκρως τοξικού μεθυλικού ισοκυανίου [MIC] και δημιούργησε ένα τεράστιο λευκό σύννεφο που κάλυψε ολόκληρη την περιοχή.

Ο Warren Anderson, διευθυντής του εργοστασίου που παρήγαγε μικροβιοκτόνα, είχε δώσει εντολή να περιοριστεί η λειτουργία των αναγκαίων συστημάτων ασφαλείας με στόχο την εξοικονόμηση κόστους. Από τα πέντε συστήματα ασφαλείας που έπρεπε να τεθούν σε λειτουργία το μοιραίο βράδυ, δεν λειτούργησε κανένα. Επιπλέον, η νυχτερινή βάρδια είχε μειωθεί από έξι σε δύο άτομα, ενώ το προσωπικό του εργοστασίου δεν είχε εκπαιδευτεί ποτέ για την αντιμετώπιση ενός πιθανού ατυχήματος. Συγχρόνως, η δεξαμενή ήταν γεμάτη κατά 90% και όχι κατά 50%, όπως προέβλεπαν οι κανονισμοί. Μια ελαττωματική βαλβίδα άφησε να εισέλθει νερό στη δεξαμενή. Αυτό είχε ως συνέπεια να αλλοιωθεί η χημική σύσταση των στοιχείων που περιείχε, τη στιγμή μάλιστα κατά την οποία το σύστημα ψύξης της δεξαμενής ήταν αποσυνδεδεμένο από το ρεύμα. Η αύξηση της πίεσης προκάλεσε τη δολοφονική έκρηξη, με αποτέλεσμα το τοξικό νέφος να απλωθεί στην περιοχή και να προσβάλει χιλιάδες ανθρώπους με τη μορφή υδροκυανικού οξέος.

Το κόστος σε ανθρώπινες ζωές ήταν ανυπολόγιστο. Προκλήθηκε ο άμεσος θάνατος 3.800 ατόμων ενώ, σύντομα, προστέθηκαν σε αυτόν τον αριθμό άλλοι 16.000 νεκροί. Επιπλέον προκλήθηκαν ποικίλες μορφές αναπηρίας σε 120.000 άτομα. Μέχρι και σήμερα γεννιούνται παιδιά με προβλήματα αναπνευστικά, μυοσκελετικά ή με ελλιπή όραση. Οι δείκτες, τέλος, καρκινογενέσεων ή τερατογενέσεων κινούνται πάνω από τους προβλεπόμενους μέσους όρους για τον γενικό πληθυσμό.

Η Union Carbide -υεύθυνη και για ένα εξίσου τραγικό περιστατικό εντός Ηνωμένων Πολιτειών το 1934, όταν 2.000 εργάτες της πέθαναν από πυριτίωση κατά τη διάρκεια κατασκευής τούνελ της Βιρτζίνια- ακόμη δεν έχει αναλάβει τις ευθύνες της έναντι των κατοίκων του Μομπάλ. Στην αρχή απέδωσε την έκρηξη σε τρομοκράτες Σιχ, έπειτα σε σαμποτάζ από δυσαρεστημένο υπάλληλο, ενώ στις εκκλήσεις των γιατρών να πληροφορηθούν επακριβώς το τι συνέβη, για να παράσχουν στα θύματα την ενδεδειγμένη ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, οι υπεύθυνοι της εταιρείας αρνήθηκαν να δώσουν λεπτομέρειες, δηλώνοντας πως πρόκειται για επιχειρηματικό μυστικό.

Οι ινδικές δικαστικές αρχές επιδίκασαν αποζημίωση στα θύματα ύψους 3,2 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η Union Carbide όμως κατέβαλε μόνο 470 εκατομμύρια δολάρια, ενώ ο υπεύθυνος αυτού του εγκλήματος δεν λογοδότησε ποτέ στην πραγματικότητα. Ο Warren Anderson συνελήφθη αλλά δεν δικάστηκε. Μάλιστα, μετά από παρέμβαση της κυβέρνησης των ΗΠΑ και πληρώνοντας εγγύηση της τάξης των 2.000 δολαρίων αποφυλακίστηκε και επέστρεψε στην Αμερική, όπου και φυγοδικεί. Το μολυσμένο εργοστάσιο δεν καθαρίστηκε ποτέ και τα θανατηφόρα χημικά βρίσκονται ακόμα εκεί, παρασυσρόμενα από τα νερά της βροχής και τον άνεμο. Η τοπική κυβέρνηση θεωρεί την απορρύπανση εξαιρετικά δαπανηρή διαδικασία που υπερβαίνει τις δυνατότητές της.

Στο μεταξύ, η Union Carbide έχει εξαγοραστεί από την Dow Chemical, μεγάλη χημική βιομηχανία με βεβαρημένο παρελθόν -είχε κατασκευάσει δηλητηριώδεις χημικές ουσίες που χρησιμοποίησαν οι Αμερικάνοι στον πόλεμο του Βιετνάμ- σχηματίζοντας την Dow Chemical Corporation της οποίας ο ετήσιος τζίρος ξεπερνά τα 30 δις δολάρια. (ιστοσελίδες: kathimerini.gr και bbc.worldnews.co.uk).

Μήπως η περιγραφή αυτού και μόνο του συμβάντος αρκεί για να καταδειχθεί ότι οι έννοιες της αγοράς, των επιχειρήσεων και της ηθικής είναι αντίθετοι όροι και ότι οι σύγχρονες συζητήσεις περί επιχειρηματικής ηθικής είναι ζήτημα απλώς ρητορείας και διαφήμισης; Θα έπρεπε να εκλάβουμε στο ίδιο πλαίσιο και την οργάνωση ανάλογων συζητήσεων στα διεθνή fora, όπως αυτό του World Economic Forum στο Νταβός, στο οποίο και κατά τις περιόδους αλλά και τις φετινές εργασίες του εθίγησαν παρόμοια ζητήματα; Αξίζει να επισημανθεί ότι φέτος κεντρικό θέμα των συζητήσεων που έλαβαν χώρα στο Νταβός ήταν το ζήτημα των κλιματικών αλλαγών και της φτώχειας και η χάραξη των αναγκαίων άμεσων πολιτικών αντιμετώπισης αυτών των δύο προβλημάτων. Προτού απαντήσουμε βεβιασμένα, ας θεωρήσουμε μία διαφορετική περίπτωση.

Η εταιρεία Olin Corporation. Παράδειγμα εταιρικού πολίτη

Η έννοια του 'εταιρικού πολίτη' [corporate citizen] χρησιμοποιήθηκε στα διεθνή fora αλλά και στην επιστημονική βιβλιογραφία σχετικώς πρόσφατα, για να δοθεί ακόμη μεγαλύτερη έμφαση στη λειτουργία των επιχειρήσεων ως κοινωνικού υποσυστήματος με τις θεωρητικές και πρακτικές

συνέπειες που έχει μια τέτοια παραδοχή. Ο εταιρικός πολίτης αυτοδεσμεύεται έναντι της κοινωνίας να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του, ταυτοχρόνως όμως διεκδικεί και τα δικαιώματά του. Η εταιρεία-καλός πολίτης θεωρεί τους ανθρώπους πρωτίστως ως συμπολίτες, των οποίων η ασφάλεια και η ευημερία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από τις δικές της ενέργειες. Σχεδιάζει στρατηγικές/ πολιτικές και τις υλοποιεί υπέρ της προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων αλλά και υπέρ των ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων. Υποστηρίζει φιλανθρωπικά και ευρύτερα κοινωνικά προγράμματα και ανταποκρίνεται με ευαισθησία σε ζητήματα που απασχολούν τη σύγχρονη κοινωνία. Με αυτόν τον τρόπο αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει χάριν αυτής. Μια τέτοια εταιρεία αναγνωρίζει τις εσωτερικές και εξωτερικές της ευθύνες, ευθύνες έναντι των μετόχων αλλά και έναντι της κοινότητας στην οποία είναι εγκατεστημένη και αναπτύσσει τον κύκλο εργασιών της.

Στην πραγματικότητα, βεβαίως, η έννοια του εταιρικού πολίτη είναι σχετικώς παλαιά. Ακολουθεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα που μας δείχνει τις ρίζες αυτής της ιδέας. Η έννοια άλλωστε της επιχειρηματικής ηθικής στην ουσία έχει μεγαλύτερο ιστορικό βάθος από ό,τι συνήθως της αποδίδεται. Θα επανέλθουμε όμως λίγο αργότερα στο θέμα των ιστορικών καταβολών της επιχειρηματικής ηθικής.

Η Saltville είναι μια μικρή κοινότητα 2.500 χιλιάδων κατοίκων στην επαρχία της νοτιοδυτικής Βιρτζίνιας, στις ΗΠΑ. Από το 1892 είχε γίνει μια χαρακτηριστική βιομηχανική πόλη, εξαιτίας της λειτουργίας της εταιρείας Mathieson Alkali Works, η οποία παρήγαγε σκόνη σόδας. Τον χαρακτηρισμό βιομηχανική πόλη ή ακριβέστερα πόλη-εταιρεία, μπορούμε να τον καταλάβουμε, αν λάβουμε υπόψη μας πως η εταιρεία έκτισε σπίτια για τους εργαζομένους της, οργάνωσε και λειτούργησε ποικίλα καταστήματα και το σύνολο της τοπικής οικονομίας κινούνταν με βάση τον κύκλο εργασιών της συγκεκριμένης εταιρείας. Το 1954 η εταιρεία εξαγοράστηκε από τον γίγαντα Olin Corporation. Τα πράγματα αρχικώς κυλούσαν ομαλά. Το 1960, η Olin Corporation απασχολούσε περίπου 1.500 κατοίκους της κοινότητας. Γύρω, όμως, στο 1970 ο αριθμός αυτός είχε σχεδόν υποδιπλασιασθεί, σε 800 μόλις εργαζομένους. Την ίδια χρονιά, η εταιρεία ανακοίνωσε το κλείσιμο της συγκεκριμένης εργοστασιακής μονάδας. Η μονάδα δεν θα έκλεινε

απότομα αλλά σταδιακά, σε μια περίοδο δυόμισι χρόνων, ώστε να δοθεί η ευκαιρία στους εργαζόμενους να βρουν αλλού δουλειά.

Η εταιρεία προέβαλε μια σειρά από λόγους που την οδήγησαν σε αυτήν την απόφαση: αποτυχία εκσυγχρονισμού της παραγωγικής διαδικασίας, πτώση παραγωγικότητας, αύξηση κόστους περιβαλλοντικών μέτρων προστασίας. Το 1971 και 1972 οι εργαζόμενοι βρισκόταν σε μια κατάσταση διαρκούς αγωνίας, καθώς τα συνεχή αρνητικά οικονομικά αποτελέσματα της εταιρείας έκαναν κάθε φορά το ενδεχόμενο ενός εσπευσμένου κλεισίματος της μονάδας στην Saltville περισσότερο πιθανό. Τελικώς, η μονάδα της Olin Corporation στην Saltville έκλεισε στις 30 Ιουνίου 1972. Παρόλο βέβαια ότι στην απόφαση της Olin πρυτάνευσε ο οικονομικός παράγοντας, η εταιρεία, για να μην κατηγορηθεί ότι θυσίασε τη μονάδα της στη Saltville στον βωμό του κέρδους, προχώρησε σε μια σειρά μέτρων με στόχο να περιορίσει τις αρνητικές κοινωνικές επιπτώσεις από την απόφασή της.

Εφάρμοσε ένα 'πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης'. Πιο συγκεκριμένα, οργάνωσε ένα σχήμα πρόωρης συνταξιοδότησης, δημιούργησε μια ειδική υπηρεσία υποβοήθησης των πρώην εργαζομένων της, σε περίπτωση που αυτοί θα επιθυμούσαν να εγκατασταθούν σε μια άλλη περιοχή και να βρουν εκεί εργασία. Επιπροσθέτως, δώρισε το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων της συγκεκριμένης μονάδας και τον μηχανολογικό εξοπλισμό του εργοστασίου στην κοινότητα της Saltville, ενισχύοντάς την μάλιστα και με 600 χιλιάδες δολάρια, πρώτον, ως αντιστάθμισμα των φόρων που θα εισέπραττε η κοινότητα από την εταιρεία στο μέλλον και, δεύτερον, υπέρ της γενικότερης ανάπτυξης της τοπικής κοινωνίας.

Μερικοί δεν εντυπωσιάστηκαν από τη γενναιοδωρία της εταιρείας, επικαλούμενοι, αφενός, ότι όλες αυτές οι δωρεές και παραχωρήσεις θα εξέπλταν από τη γενικότερη φορολογητέα ύλη της εταιρείας και, αφετέρου, πως όλα αυτά δεν ήταν επαρκή για την επανόρθωση των οικονομικών ζημιών που θα επωμιζόταν βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα η κοινωνία της Saltville (Bowie & Duska 1990: 37-38). Σε κάθε, όμως, περίπτωση η Olin Corporation αναγνώρισε στην πράξη σε μεγάλο βαθμό τις κοινωνικές ευθύνες που της αναλογούσαν και ίσως θα μπορούσαμε να ισχυρισθούμε ότι λειτούργησε με σεβασμό προς τους εργαζόμενους της αλλά και τους υπόλοιπους άμεσα ενδιαφερομένους.

Καλές εταιρικές πρακτικές. Ενδείξεις μεταλλαγής της εταιρικής κουλτούρας;

Η Anita Roddick, η υπερδραστήρια και διορατική ιδρύτρια της Body Shop, αντικαθιστώντας τις συμβατικές διαφημιστικές εκστρατείες με πρωτότυπες και αποδοτικές εκστρατείες στο πλευρό της Διεθνούς Αμνηστίας για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων όπου γης ή στο πλευρό της Greenpeace, κατόρθωσε να οικοδομήσει μια πολυεθνική εταιρεία. Η Roddick, ένα μεγάλο παιδί των λουλουδιών, δεν διαφήμισε ποτέ τα καλλυντικά της αυτά καθ' εαυτά αλλά το ότι δεν γίνονται πειράματα σε ζώα για την παρασκευή τους και ότι τα έσοδα από τις πωλήσεις τους θα στήριζαν επί παραδείγματι κοινότητες ιθαγενών στην Αφρική. Παράλληλα, με τις ανάλογες ενδείξεις στα καταστήματα Body Shop παρακινούσε τους πελάτες να ανακυκλώνουν το χαρτί συσκευασίας ή να υπογράφουν εκκλήσεις διαμαρτυρίας.

Με τον τρόπο αυτό εφάρμοσε εμπράκτως τις αρχές του μοντέλου του 'ευσυνειδήτου καπιταλισμού'. Ήτοι, έλαβε υπ' όψιν της όχι μόνο μετόχους, πελάτες, εργαζομένους, συνεταιίρους και προμηθευτές, αλλά και τις επιπτώσεις στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο και στο περιβάλλον, τις οποίες επέφεραν οι δραστηριότητες της εταιρείας της. Παράλληλα, απέδειξε ότι μπορεί με το μοντέλο αυτό να αναπτύσσεται και να αποδίδει κέρδη μια υγιής επιχείρηση. Σήμερα πλέον τη φιλοσοφία αυτή ασπάζονται ακόμα και οι καθεστηκικές εταιρείες ολκής, όπως η Johnson & Johnson, η Coca Cola, η General Electric, η TNT (βλ., ενδεικτικά, Franklin 2007: 3-6).

Η Johnson & Johnson συνεργάζεται με πλήθος μη κυβερνητικών οργάνωσεων και προωθεί προγράμματα και πρωτοβουλίες για τη βελτίωση των συνθηκών ζωής και περιθάλψης μητέρων και παιδιών (βλ. και Brugmann & Prahalad 2007: 80-90). Η Coca Cola συμμετέχει σε προγράμματα διατήρησης του παγκόσμιου υδροφόρου ορίζοντα, η General Electric επενδύει σημαντικά ποσά στην έρευνα των βιοκαυσίμων ως εναλλακτικής πηγής ενέργειας, προωθώντας συγχρόνως την ιδέα της ecomagination ως νέου εταιρικού οράματος, ενώ η TNT καταβάλλει συστηματικές προσπάθειες να περιορίσει τη συμμετοχή της στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα παγκοσμίως. Μπορεί κανείς να αναφερθεί και σε άλλες εταιρείες, όπως η British Telecom, η Shell, η Rio Tinto, οι οποίες πέραν των καθιερωμένων ετήσιων εκθέσεών τους δημοσιεύουν και εκθέσεις σχετικά με τα πεπραγμένα τους στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης.

Ασφαλώς, η καχυποψία έναντι όλων αυτών των εταιρικών πρακτικών είναι αναμενόμενη, δεδομένου ότι οι εταιρείες ουδέποτε θεωρούνταν ως φορείς του καλού. Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει η περιβαλλοντική οργάνωση 'Φίλοι της Γης', πολλές επιχειρήσεις, ακολουθώντας το ρεύμα των καιρών, προβαίνουν απλώς σε εντελώς διακοσμητικές αλλαγές. Οι πετρελαϊκές εταιρείες, λόγου χάριν, από τη μία αποπειρώνται να προβάλλουν την οικολογική τους ευαισθησία, και από την άλλη, εξακολουθούν να επενδύουν στην ανίχνευση και τον εντοπισμό νέων πετρελαιοφόρων κοιτασμάτων, αντί να διοχετεύουν κεφάλαια στην έρευνα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Μπορεί, όντως, να μην πρόκειται για μια θεμελιώδη μεταλλαγή της κουλτούρας των επιχειρήσεων. Το γεγονός όμως είναι ότι επενδύονται εξαιρετικά μεγάλα ποσά εκ μέρους εταιρειών και ιδρυμάτων σε καλές πρακτικές οι οποίες συμβάλλουν στην επίλυση σύγχρονων κοινωνικών προβλημάτων. Χαρακτηριστικά, αμερικανικές εταιρείες που συγκαταλέγονται στην ετήσια έκθεση του περιοδικού *Business Week* απέδωσαν στο κοινωνικό σύνολο μέσω προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και φιλανθρωπίας πάνω από ένα δισεκατομμύριο δολάρια (McConnon & Silver-Greenberg 2007: 50-52).

Θα μπορούσαμε να παραθέσουμε σωρεία παραδειγμάτων, παλαιά - κλασικά πλέον στα εγχειρίδια επιχειρηματικής ηθικής- όπως οι υποθέσεις Pinto, Nestle, Tylenol. Εξίσου χρήσιμη θα ήταν και η αναφορά μας σε πιο σύγχρονα παραδείγματα, όπως τα σκάνδαλα της Enron-Arthur Andersen, της Philips, της Parmalat ή της Siemens. Η αναφορά σε αυτά ή παρόμοια παραδείγματα αλλά και η αναλυτικότερη παράθεση των τριών περιπτώσεων που επιλέξαμε, αφήνει ανοικτό το θέμα της αντιφατικότητας ή μη του όρου επιχειρηματική ηθική στο επίπεδο της πραγματικής λειτουργίας της αγοράς. Η πραγματική λειτουργία των επιχειρήσεων καθορίζει ασφαλώς σε μεγάλο βαθμό την υφή του αντικειμένου της επιχειρηματικής ηθικής ως γνωστικού πεδίου. Στο θεωρητικό επίπεδο η επιχειρηματική ηθική καλείται να μας προσφέρει κριτήρια ηθικής αποτίμησης των δραστηριοτήτων και πολιτικών των επιχειρήσεων αλλά και τρόπους επίλυσης των ηθικών διλημάτων που προκύπτουν εξαιτίας ακριβώς αυτών των δραστηριοτήτων και πολιτικών. Προέχει, λοιπόν, σε αυτό το σημείο ο προσδιορισμός του γνωστικού πεδίου της επιχειρηματικής ηθικής.

Το γνωστικό αντικείμενο και η μεθοδολογία της επιχειρηματικής ηθικής

Φιλοσοφική και κοινωνιολογική προσέγγιση

Η επιχειρηματική ηθική ως κλάδος της εφαρμοσμένης ηθικής φιλοσοφίας και κοινωνικής θεωρίας ελέγχει τη λειτουργία και τις κοινωνικές ευθύνες των επιχειρήσεων με ανθρωπιστικά, ηθικά και οικολογικά κριτήρια. Η ηθική σε αυτό το πλαίσιο μπορεί να ιδωθεί περισσότερο ως ένα είδος κοινωνικής πολιτικής –παρά ως ένα είδος παραδοσιακής κανονιστικής θεωρίας– η οποία κινείται στο ενδιαμέσο πεδίο ανάμεσα στον ηθικό μινιμαλισμό ο οποίος ανιστορικά και α-κοινωνικά υπερασπίζεται την πρωτοκαθεδρία του οικονομικού και μόνο κέρδους, και στον ηθικό μαξιμαλισμό ο οποίος αντιστοίχως επιβαρύνει τη λειτουργία των επιχειρήσεων με όλες τις δυνατές κοινωνικές ευθύνες, ως αν η επιχείρηση να λειτουργεί ως υποκατάστατο των ευθυνών που θα έπρεπε να βαρύνουν άλλους, όπως τη δημόσια εξουσία, φορείς της κοινωνίας πολιτών ή ακόμη και μεμονωμένα άτομα (βλ. και Philips 1993: 185-200).

Η επιχειρηματική ηθική προσιδιάζει στον ρεαλιστικό μαξιμαλισμό, με βάση τον οποίο μπορούμε να στοιχειοθετήσουμε τις έννοιες της υπευθυνότητας και ηθικής λογοδοσίας που θα έπρεπε να διέπουν στην πραγματικότητα τις επιχειρηματικές πρακτικές. Αυτές οι δύο έννοιες ισοδυναμούν με τον συνδυασμό της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, της έννομης επιχειρηματικής δραστηριότητας, των υπηρεσιών προς το καταναλωτικό κοινό, της κοινωνικής δικαιοσύνης, της εταιρικής διακυβέρνησης, των ανοικτών-δημοκρατικών εργασιακών σχέσεων, της ανάπτυξης της κοινότητας ακόμη και σε πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα, των διαδικασιών δια βίου εκπαίδευσης του ανθρώπινου-στελεχικού δυναμικού των επιχειρήσεων.

Για την ηθική ως κοινωνική πολιτική δεν υφίσταται ένα εξωκοινωνικό-ανιστορικό θεμέλιο, σύμφωνα με το οποίο θα κρίνουμε το ηθικώς σωστό και το ηθικώς λάθος. Στον χώρο του πρακτικού λόγου διερευνούμε το τι ευσταθεί από τη σκοπιά της ανθρώπινης λογικής και των προϋποθέσεων του πολιτισμού. Επιδιώκουμε την κατασκευή περισσότερο ενός εργαλείου κατάλληλου για την επίλυση των ηθικών διλημάτων που ανακύπτουν στον χώρο της πραγματικής λειτουργίας της οικονομίας παρά την ανεύρεση μιας αρχιμηδείου αρχής. Η θεώρηση, όμως, της επιχειρηματικής ηθικής ως ένα είδος κοινωνικής πολιτικής και πρακτικού εργαλείου είναι εξόχως

ρηξικέλευθη προσέγγιση για όλους εκείνους που υιοθετούν παραδοσιακότερες οπτικές.

Από μια περισσότερο παραδοσιακή οπτική, η επιχειρηματική ηθική θεωρείται ότι μπορεί να μελετηθεί από δύο σκοπιές, την *κανονιστική* και την *κοινωνιολογική*. Η κανονιστική προσέγγιση έχει τη βάση της στη φιλοσοφία και στις ανθρωπιστικές επιστήμες, αφορά την αξιολογία και εστιάζεται σε ερωτήσεις που αφορούν το 'πρέπει', πώς πρέπει να συμπεριφέρονται τα άτομα ή επιχειρήσεις. Από την άλλη μεριά, η κοινωνιολογική προσέγγιση εστιάζει την προσοχή της σε ερωτήσεις που αφορούν το 'είναι', όπως, γιατί οι άνθρωποι ή οι οργανισμοί συμπεριφέρονται ηθικά ή ανήθικα, γιατί οι οργανισμοί αναπτύσσουν προγράμματα ηθικής, τι αποτελέσματα έχουν αυτά τα προγράμματα στους εργαζόμενους.

Υπ' αυτή την έννοια η προοπτική των δύο προσεγγίσεων φαίνεται να διαφέρει. Ο ηθικός φιλόσοφος επιχειρεί να προκρίνει δομημένα αξίες, αρετές ή εργαλεία για την ανάλυση και κριτική αποτίμηση των ηθικών διλημάτων εντός και εκτός μιας επιχείρησης, ενώ ο κοινωνικός επιστήμονας θέλει να περιγράψει τις συμπεριφορές, να εξηγήσει τα αίτιά τους, να αποκαλύψει τους παράγοντες που συντελούν στην εκδήλωση της μιας ή της άλλης συμπεριφοράς. Σε αυτό το σημείο αξίζει να επισημανθεί ότι υπάρχουν στοχαστές που θεωρούν ότι η φιλοσοφική προσέγγιση μπορεί να μας προσφέρει αποκλειστικά και μόνο κάποιες γενικές αρχές τις οποίες θα έπρεπε να πληροί μια 'ιδανική ηθική κρίση' (βλ. ενδεικτικά, Regan 1984).

Από την άλλη μεριά, σειρά ερευνητών έχει εκφράσει την αναγκαιότητα 'συγχώνευσης' των δύο προσεγγίσεων (Fleming 1987: 1-24, Kahn 1990: 311-328). Οι Weaver και Treviño (1994: 129-143) πρότειναν τρεις διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους μπορούν να συνδυασθούν η κανονιστική και εμπειρική επιχειρηματική ηθική. Ο πρώτος τρόπος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως απόπειρα διατήρησης των *παράλληλων πορειών* των δύο προσεγγίσεων. Σύμφωνα με αυτή τη θεώρηση, οι δύο προσεγγίσεις είναι διαφορετικής επιστημικής και επιστημολογικής τάξεως και ως εκ τούτου θα πρέπει να διατηρηθεί ενσυνειδήτως η διάκρισή τους. Ο δεύτερος τρόπος προτείνει ένα είδος *συμβίωσης*, θεωρώντας δυνατή μια περισσότερη συνεργατική σχέση ανάμεσα στη φιλοσοφική-κανονιστική και την κοινωνιολογική προσέγγιση της επιχειρηματικής-οικονομικής δραστηριότητας. Η πιο δύσκολη μορφή συγχώνευσης αφορά ό,τι υποδηλώνει ο όρος *υβριδικότητα*.

Κατά τους ερευνητές εκείνους που προσβεύουν την υβριδική θεωρία, και στην οποία 'ανάμειγνύονται' οι δύο προαναφερθείσες οπτικές, αυτή επιβάλλεται πρωτίτως από τις ανάγκες ανάλυσης και δράσης μέσα στη σύγχρονη σύνθετη κοινωνική και οικονομική πραγματικότητα. Οι Weaver και Treviño θεωρούν πως η έρευνα της ακαδημαϊκής κοινότητας καθορίζεται ακόμη σε μεγάλο βαθμό από τη λογική της συμβίωσης των δύο δυνατών προσεγγίσεων.

Χαρακτηριστική περίπτωση συνιστούν οι έρευνες που μελέτησαν τη γνωστική ηθική ανάπτυξη των επιχειρηματικών στελεχών και κατέγραψαν την προσκόλλησή τους στο *συμβατικό ηθικό επίπεδο*, σύμφωνα με το ηθικό μοντέλο του Kohlberg (βλ., ενδεικτικά, Weaver 1990: 687-702). Εξίσου χαρακτηριστικά είναι και τα παραδείγματα των ερευνών που εξέτασαν τη διαφορά ανάμεσα στην πηγή ελέγχου και εξουσίας, εσωτερική/ εξωτερική, ή εκείνες που πραγματοποιήθηκαν αποσκοπώντας στη μελέτη του ηθικού κλίματος/ κουλτούρας μιας εταιρείας (Treviño, Butterfield & McCabe 1998: 447-476). Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι ήδη από τη δεκαετία του 1980 είχε αρχίσει να αποτιμάται με ποικίλους εμπειρικούς τρόπους η σχέση ανάμεσα στην ηθική στάση των εταιρειών και των στελεχών με τα οικονομικά αποτελέσματα. Από τότε είχε αρχίσει να γίνεται λόγος για τον 'έναντο κύκλο' που συνδέει την καλή κοινωνικά εταιρική συμπεριφορά και τα καλά οικονομικά αποτελέσματα (βλ., ενδεικτικά, Waddock & Graves 1997: 303-319).

Η παράθεση των διαφορετικών προσεγγίσεων στο αντικείμενο της επιχειρηματικής ηθικής και στις σχέσεις μεταξύ της φιλοσοφικής και κοινωνιολογικής προσέγγισης της οικονομικής-επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν εξασφαλίζει από μόνη της τον ακριβή καθορισμό του αντικειμένου της αλλά ούτε και της επιστημονικής μεθοδολογίας που θα πρέπει να ακολουθεί. Για να το επιτύχουμε αυτό θα πρέπει να ακολουθήσουμε μια σειρά από περαιτέρω βήματα, όπως αυτό της ανίχνευσης των ιστορικών καταβολών της επιχειρηματικής ηθικής αλλά και των σύγχρονων κοινωνικών-οικονομικών εξελίξεων που επηρέασαν την ανάπτυξη της στο θεωρητικό και πρακτικό επίπεδο.

Ρίζες και σύγχρονη θεματολογία

Πολλές φορές εκείνοι που πρεσβεύουν τη θέση ότι ο όρος επιχειρηματική ηθική αποτελεί ένα είδος λογικής αντίφασης ανατρέχουν ακόμη και στον Adam Smith, για να αντλήσουν επιχειρήματα και να δείξουν ότι τα άτομα στις εμπορικές-οικονομικές τους συναλλαγές εφορμούνται από εγωιστικά κίνητρα, ούτως ώστε να μην απομένει κατ' ουσίαν χώρος για ηθικούς προβληματισμούς ή ενδοιασμούς εμπρός στην επίτευξη του προσωπικού κέρδους. Ο ισχυρισμός, όμως, αυτός βασίζεται σε μια παρερμηνεία των θέσεων του Adam Smith. Σύμφωνα με αυτόν, τα άτομα επιδιώκουν εκ φύσεως το προσωπικό τους όφελος και οι αγορές θα πρέπει να λειτουργούν σε συνθήκες ελευθερίας για την επίτευξη των ατομικών στόχων και της ευημερίας. Παρόλα αυτά, ο Smith θεωρούσε ότι η λειτουργία της αγοράς θα πρέπει να υπακούει στους κανόνες δικαίου [commutative justice] και να συμβάλει στην επίτευξη της κοινωνικής ευημερίας γενικότερα (Werhane 1999: 325-341). Υπ' αυτήν την έννοια, δεν ευσταθεί η άποψη ότι ο προπάτορας της σύγχρονης οικονομικής θεωρίας για τη λειτουργία της αγοράς υπερασπίστηκε τη διάκριση μεταξύ πολιτικής, οικονομίας και ηθικής.

Στην πραγματικότητα, μάλιστα, μπορούμε να ανιχνεύσουμε τις ρίζες της επιχειρηματικής ηθικής στις θρησκευτικές και πολιτικές απόψεις της μεσαίας τάξης στην Αμερική του 18^{ου} αιώνα. Βεβαίως, το πέρασμα στον 19^ο αιώνα σημασιοδοτήθηκε από την έμφαση που δόθηκε στις έννοιες του ατομικού συμφέροντος, της ιδιοκτησίας, της ελεύθερης σύναψης συμβολαίων μεταξύ των ατόμων. Το γεγονός, όμως, αυτό δεν εμπόδισε την ωρίμανση του προβληματισμού γύρω από ζητήματα που άπτονται του πεδίου της επιχειρηματικής ηθικής. Ήδη από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα απασχολούσαν το αμερικανικό κοινό ζητήματα όπως εκείνο του αθέμιτου προκαθορισμού των τιμών των προϊόντων ή οι καταδικαστέες πρακτικές των υψηλόβαθμων στελεχών των επιχειρήσεων για την επίτευξη κέρδους. Αξίζει να σημειωθεί ότι παρόμοιοι προβληματισμοί αποτυπώθηκαν σε ένα από τα πρώτα εγχειρίδια επιχειρηματικής ηθικής που συνέγραψε ο Herbert Johnston το 1957 (McMahon 1999: 342-352). Οι δεκαετίες που ακολούθησαν έφεραν στο προσκήνιο σειρά κοινωνικών ζητημάτων και σταδιακά η συζήτηση περιστράφηκε γύρω από το θέμα των κοινωνικών ευθυνών των επιχειρήσεων.

Τη δεκαετία του 1960 μέχρι και τις αρχές εκείνης του 1970, οι οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες προκάλεσαν μια σημαντική μεταστροφή της

κοινωνίας σε ποικιλία κοινωνικών θεμάτων και αξιών, συμπεριλαμβανομένων και των ηθικών ζητημάτων που ανακύπτουν από τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Ψηφίσθηκαν οι πρώτοι σχετικοί νόμοι και οι εταιρείες άρχισαν να αναγνωρίζουν, σε ένα πολύ πρώιμο στάδιο, τη σημασία των κοινωνικών ευθυνών τους αλλά και των κοινωνικών προγραμμάτων για την άμβλυση ή και επίλυση σειράς κοινωνικών προβλημάτων (βλ. De George 1985: 14-17, Buchholz & Rosenthal 1999: 303-321). Πέραν του κέρδους, οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούσαν ότι η κοινωνία απαιτούσε την παραγωγή ποιοτικών αγαθών και υπηρεσιών αλλά και την ανάληψη όλων εκείνων των ευθυνών που τους αναλογούσαν, καθώς επηρέαζαν σε κρίσιμο βαθμό την καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου. Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναπτύχθηκε και συνδυάστηκε με εκείνες της *κοινωνικής ανταπόκρισης* και της *κοινωνικής επανόρθωσης* (Frederick 1978, 1992).

Η θεωρητική συζήτηση διεξάγονταν εκείνη την περίοδο με αναφορά στα επιχειρήματα που μπορούσαν να αντληθούν από τον παραδοσιακό ωφελμισμό ή την καντιανή δεοντολογία. Επιχειρήθηκε να διατυπωθούν κριτήρια βάσει των οποίων θα έπρεπε να λαμβάνουμε τις ηθικές μας αποφάσεις στις οικονομικές-επιχειρηματικές μας δραστηριότητες. Σύντομα, όμως, από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, διαπιστώθηκε ότι ο *θεωρητικός μονισμός* ήταν ατελέσφορος. Η επιχειρηματολογία βάσει της μίας και μοναδικής θεωρίας δεν μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για το σύνολο των θεωρητικών και πρακτικών ζητημάτων που έχουμε να αντιμετωπίσουμε στο συγκεκριμένο πεδίο. Σε αυτήν την κατεύθυνση ήταν χαρακτηριστική η προβληματική που αναπτύχθηκε στις εργασίες του Manuel Velasquez (1982) και των Tom Donaldson και Patricia Werhane (1993).

Ο προβληματισμός που αναδύθηκε επέτεινε τις αμφιβολίες γύρω από την υφή του γνωστικού αντικειμένου και της μεθοδολογίας της επιχειρηματικής ηθικής, ενώ όσοι δεν έθεταν υπό ολοκληρωτική αμφισβήτηση το ίδιο το κύρος της επιχειρηματικής ηθικής ως επιστημονικού κλάδου –όπως συνέβη σε μεγάλο βαθμό, αρχικά, στην Ευρώπη (Van Luijk 1999: 353-365)– δεν μπορούσαν να συγκεράσουν εύκολα τη φιλοσοφική και την κοινωνιολογική προσέγγιση των αναφερομένων ηθικών ζητημάτων. Ήμασταν ‘εκτεθειμένοι’ στο πρόβλημα που έχει αποδοθεί με τον όρο ‘μεταφυσικές μουσικές καρέκλες’. Το πρόβλημα μπορεί να γίνει απτό, αν αναλογισθούμε το πώς είναι δυνατό με ένα λογικά συνεκτικό και ηθικά συνεπή τρόπο να εί-

μαστε, επί παραδείγματι, στη μία περίπτωση καντιανοί και στην άλλη υπέρμαχοι ενός μενθθαμικού τύπου ωφελιμισμού ή μιας σύγχρονης συνεπειοκρατικής λογικής (Callcott 1990: 99-125, Weston 1991: 283-286). Ως δυνατές λύσεις του προβλήματος θα μπορούσαν να προκριθούν είτε ο διαχωρισμός των ηθικών αρχών που ακολουθούμε από τη φιλοσοφική τους θεμελίωση (Wenz 1993: 61-74) είτε ο *ηθικός πλουραλισμός* (Goodpaster 2002: 117-141).

Πώς όμως θα μπορούσαμε να επιλέξουμε μεταξύ διαφορετικών ηθικών αρχών χωρίς φιλοσοφική θεμελίωση; Σε μια τέτοια περίπτωση δεν θα ήμασταν σίγουροι ότι οι ηθικές μας επιλογές είναι και ορθές, εκτός αν αποδειχθεί επαρκής ένας ακραίος ινστρομενταλισμός. Εναλλακτικά, μπορούμε να θεωρήσουμε ως κατάλληλη λύση τον ηθικό πλουραλισμό, τη θέση, δηλαδή, ότι δεν υπάρχει μία και μόνη ηθική αρχή ή συνολική θεώρηση που να δίνει λύση στα ηθικά προβλήματα που αντιμετωπίζουμε. Ο ηθικός πλουραλισμός προεβούε ότι θα πρέπει να προσεγγίζουμε ένα ηθικό πρόβλημα επί τη βάση, αφενός, ότι κάθε σχετική ηθική αρχή θα πρέπει να κρίνεται εν τοις πράγμασι, αφετέρου, ότι μία αρχή μπορεί να είναι λειτουργική σε μια κατάσταση πραγμάτων ενώ σε μια άλλη να μην είναι. Η μεταστροφή από τον ηθικό μονισμό στον ηθικό πλουραλισμό δεν θα πρέπει να γίνει αντιληπτή ως ένα είδος απλής σύνθεσης υπαρχουσών θεωρητικών εναλλακτικών οπτικών, αλλά ως μια ριζική αναθεώρηση του τρόπου με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε και διαχειριζόμαστε μια ηθική κατάσταση. Θα αναφερθούμε κάπως διεξοδικότερα σε αυτή τη θεωρητική προοπτική σε επόμενο στάδιο της εργασίας, σε συνδυασμό με την έννοια του ηθικού μοντέλου αποφάσεων.

Σε αυτό το σημείο μια συνοπτική παρουσίαση του εύρους των θεμάτων που απασχολούν την επιχειρηματική ηθική και της ομαδοποίησης αυτών θα μπορούσε να μας βοηθήσει να αντιληφθούμε καλύτερα, αφενός, την αναγκαιότητα της διεπιστημονικής προσέγγισης αυτών των ζητημάτων και, αφετέρου, ότι η ίδια η διεπιστημονικότητα μπορεί να εκληφθεί ως ένα βήμα συγκερασμού των θεωρητικών οπτικών της *συμβίωσης* και της *υβριδικότητας* στις οποίες αναφερθήκαμε προηγουμένως.

Η μελέτη της επιχειρηματικής ηθικής προϋποθέτει καταρχήν την οικονομική και κοινωνιολογική θεώρηση της επιχείρησης στο πλαίσιο της βιομηχανικής και μεταβιομηχανικής κοινωνίας αλλά και την ιστορική διερεύ-

νηση των ευρωπαϊκών, αμερικανικών και διεθνών επιχειρηματικών προτύπων, συμπεριλαμβανομένων και των ασιατικών. Η διερεύνηση αυτού του τύπου δίδει την ευκαιρία να εξετασθούν συγχρόνως και οι σχέσεις ή θεματικές αλληλοεπικαλύψεις με κλάδους των κοινωνικών επιστημών, όπως η οικονομική, η νομική ή η διοικητική επιστήμη. Θα μπορούσαμε, εδώ, να αναφέρουμε ενδεικτικά τα ζητήματα των διαφορετικών μοντέλων διοίκησης, τη συγκρότηση του στρατηγικού σχεδιασμού μιας εταιρείας, την οργανωσιακή κουλτούρα ή τα ποικίλα σχήματα εταιρικής διακυβέρνησης.

Κεντρική θέση κατέχει, ασφαλώς, η φιλοσοφική και κοινωνιολογική προσέγγιση των ειδών, των διαστάσεων και των βαθμών των κοινωνικών ευθυνών των επιχειρήσεων αλλά και της κριτικής αποτίμησης υφιστάμενων πρότυπων προγραμμάτων εταιρικής ευθύνης. Αυτή η κριτική αποτίμηση είναι δυνατή μετά την κατάλληλη ηθική και μεταηθική επισκόπηση των προτεινόμενων εναλλακτικών ηθικών οπτικών. Η ίδια πάλι αποτίμηση καθιστά δυνατή και τη διάκριση μεταξύ *μινιμαλιστικών* και *μαξιμαλιστικών* θεωρήσεων της οικονομικής-επιχειρηματικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με τις πρώτες, οι επιχειρήσεις δεν βαρύνονται με οιοδήποτε είδους κοινωνικές ευθύνες, ενώ οι δεύτερες μπορεί να απολήξουν ακόμη και στην αδιάκριτη καταγγελία της αγοράς. Ο κριτικός έλεγχος αυτών των δύο θεωρήσεων επιτρέπει την ανάδειξη του *ρεαλιστικού μαξιμαλισμού* ως ενδεδειγμένης μέσης ηθικής στάσης, βάσει της οποίας μπορούν να συνδυασθούν οι ευθύνες των επιχειρήσεων τόσο έναντι των μετόχων τους [shareholders] όσο δε και έναντι των *λοιπών άμεσα ενδιαφερομένων* [stakeholders].

Ειδικότερα ηθικά ζητήματα που συγκαταλέγονται στην ατζέντα της επιχειρηματικής ηθικής και πρακτικής είναι εκείνα που άπτονται της εφαρμογής λογιστικών και χρηματοοικονομικών μεθόδων, της διαφήμισης και εμπορίας, της διαχείρισης του ανθρωπίνου δυναμικού-κεφαλαίου. Έχουν δε απασχολήσει συστηματικά τους ερευνητές και γενικότερα θέματα, όπως η οικολογία και τα εναλλακτικά μοντέλα αειφόρου ανάπτυξης, τα όρια της αυτορρύθμισης των δυνάμεων της αγοράς και η σημασία των κωδίκων δεοντολογίας και των διεθνών κωδίκων-κριτηρίων αποτίμησης και πιστοποίησης των καλών εταιρικών πρακτικών.

Το εύρος και η θεωρητική και πρακτική αλληλοεπικάλυψη όλων αυτών των θεμάτων που εντάσσονται στο πεδίο της επιχειρηματικής ηθικής όχι μόνο δείχνουν την αναγκαιότητα της διεπιστημονικής προσέγγισής τους

αλλά και διανοίγουν τον δρόμο *συνεύρεσης* των ποικίλων φιλοσοφικών και κοινωνιολογικών προσεγγίσεων. Στο πλαίσιο, ασφαλώς, αυτής της εργασίας δεν υπάρχει το περιθώριο να αναφερθούμε ξεχωριστά στα προαναφερθέντα ζητήματα και τα θεωρητικά προβλήματα που ανακύπτουν. Στο υπόλοιπο μέρος της εργασίας θα επικεντρώσουμε την προσοχή μας στην έννοια των κοινωνικών ευθυνών, της επιχειρηματικής ηθικής ως ενός είδους κοινωνικής πολιτικής και τέλος, του ηθικού μοντέλου αποφάσεων σε συνδυασμό με τη μελέτη περιπτώσεων.

Οι κοινωνικές ευθύνες των επιχειρήσεων, η επιχειρηματική ηθική ως κοινωνική πολιτική και το ηθικό μοντέλο αποφάσεων

Η θεμελίωση των κοινωνικών ευθυνών των επιχειρήσεων

Κατ' ουσίαν έχουν διατυπωθεί τρεις απόψεις για τη σχέση των επιχειρήσεων με την ηθική: πρώτη, η ηθική δεν έχει καμία σχέση με την επιχειρηματική δραστηριότητα· δεύτερη, οι επιχειρήσεις ασκούν έναν συγκεκριμένο ρόλο στο κοινωνικό γίγνεσθαι, και αν αφηθούν ελεύθερες στο έργο τους, χωρίς περιορισμούς εκτός εκείνων που επιβάλλονται από τον νόμο, τότε το όφελος θα είναι συνολικό για την κοινωνία· ενώ, σύμφωνα με την τρίτη άποψη, μερικές φορές, τουλάχιστον, οι ηθικές θεωρήσεις προάχουν της επιχειρηματικότητας.

Τα κείμενα των Albert Carr και Milton Friedman αποτελούν μέρος της κλασικής επιχειρηματολογίας υπέρ των δύο πρώτων θέσεων (Carr 1968: 143-153, Friedman 1973). Σε αυτήν την ενότητα δεν θα παρουσιάσουμε αναλυτικά τις απόψεις του Carr και του Friedman αλλά ούτε και τα επιχειρήματα που προτάθηκαν εις βάρος των θέσεών τους. Μπορούμε, εντούτοις, να αναφέρουμε εν συντομία τα πλέον σημαντικά κενά της επιχειρηματολογίας τους. Και οι δύο φαίνεται να λησμονούν την επίδραση των δυνάμεων που διαθέτουν οι επιχειρήσεις και επηρεάζουν καταλυτικά το κοινωνικό γίγνεσθαι. Αναφερόμαστε βεβαίως στην οικονομική, πολιτική, πολιτιστική, τεχνολογική αλλά και περιβαλλοντική δύναμη και επιρροή που μπορούν να ασκήσουν οι επιχειρήσεις. Αθεμελίωτα, μάλιστα, ο Carr προσομοιάζει το επιχειρηματικό παίγνιο με εκείνο του πόκερ, ως αν να προσερχόμαστε οικειοθελώς σε αυτό, όπως σε μια χαρτοπαιχτική λέσχη. Ο Friedman, πάλι, εξισώνει αναιτίως την έννοια των κοινωνικών ευθυνών με την ενσυνείδητη

θετική παρέμβαση και την υποχρέωση των επιχειρήσεων να βοηθήσουν στην επίλυση σειράς κοινωνικών προβλημάτων. Επιχειρηματολογώντας, όμως, με αυτόν τον τρόπο, διαφεύγει από την προσοχή του το σύνολο των *εξωτερικοτήτων* που παράγονται από τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων και είναι για αυτόν τον λόγο συνυπεύθυνες στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που δημιουργούνται, όπως εκείνο της οικολογικής καταστροφής.

Σύμφωνα με την τρίτη άποψη, οι επιχειρήσεις είναι θεσμικά μέλη της κοινωνίας και ως τέτοια βαρύνονται με το σύνολο των ευθυνών και καθηκόντων που τους αναλογούν. Οι επιχειρήσεις έχουν ωφεληθεί ποικιλοτρόπως από την κοινωνία και οφείλουν να εκφράσουν εμπράκτως την ευγνωμοσύνη τους. Εν τελευταία αναλύσει, οι επιχειρήσεις είναι ένας κύριος κοινωνικός εταίρος-πολίτης που διαθέτει σημαντική δύναμη και αυτήν θα έπρεπε να τη χρησιμοποιεί επ' ωφελεία και του κοινωνικού συνόλου, εντός του οποίου ζει και δραστηριοποιείται. Η σχέση βεβαίως μεταξύ της ηθικής και της επιχειρηματικής δραστηριότητας θα έπρεπε να είναι ρεαλιστική. Θα πρέπει να υπάρξει μια αναλογία μεταξύ των 'κινδύνων' που απορρέουν φυσιολογικά από την επιχειρηματική δραστηριότητα και των κοινωνικών ευθυνών των επιχειρήσεων. Άλλωστε, η υλοποίηση των ηθικών αξιώσεων δεν μπορεί παρά να λαμβάνει υπ' όψιν της ρεαλιστικά τα κοινωνικά δεδομένα.

Ένα παρόμοιο είδος ρεαλιστικού μαξιμαλισμού ανιχνεύεται στη γενικότερη ηθική προβληματική που ανέπτυξε ο William Frankena (1973). Κατά τον Frankena, στις ηθικές μας αποφάσεις θα πρέπει να διακρίνουμε ανάμεσα στην *αποφυγή βλάβης*, στην *πρόκληση βλάβης* και στην *ενσυνείδητα καλή πράξη*. Σε αυτό το πλαίσιο, επιχειρηματολογεί υπέρ της έννοιας του *ηθικώς ελαχίστου* που οφείλουμε να εφαρμόζουμε ως άνθρωποι και πολίτες. Το ηθικώς ελάχιστο ορίζει ότι οι πράξεις μας θα πρέπει να είναι σύμφωνες με την έννοια της δικαιοσύνης, να μην προκαλούν αδικαιολογήτως βλάβη, αλλά και να αποτρέπουν την πρόκληση βλάβης κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις και όπου ασφαλώς αυτό είναι δυνατό.

Ο Frankena στοιχειοθετεί την άποψή του με ποικιλία παραδειγμάτων. Χαρακτηριστικό είναι και το ακόλουθο: δεν μπορούμε να αποτρέψουμε εξ ολοκλήρου τους θανάτους από τα αυτοκινητιστικά δυστυχήματα ούτε βεβαίως εξαιτίας αυτών των δυστυχημάτων να σταματήσουμε την παραγωγή αυτοκινήτων. Η ανθρώπινη κοινωνία έχει αποδεχθεί στην πράξη μια σειρά

κινδύνων που συνεπάγονται οι ποικίλες δραστηριότητές μας. Το μέλημά μας είναι η εξισορρόπηση αυτών των κινδύνων, όχι ασφαλώς στην κατεύθυνση που προέκρινε ο Ford στην περίφημη περίπτωση Pinto, αλλά στην κατεύθυνση της βελτίωσης της ενεργητικής και παθητικής ασφάλειας των αυτοκινήτων, της ποιότητας των οδικών δικτύων αλλά και της αυστηρής τήρησης των κωδίκων οδικής συμπεριφοράς. Αξίζει να επισημάνουμε σε αυτό το σημείο πως το παράδειγμα της Olin Corporation, που αναφέραμε στην αρχή της εργασίας μας, θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μια πραγματική εφαρμογή των αρχών του ρεαλιστικού μαξιμαλισμού που έλαβε υπ' όψιν της τα συμφέροντα όλων των άμεσα ενδιαφερομένων.

Η επιχειρηματική ηθική ως κοινωνική πολιτική και το ηθικό μοντέλο αποφάσεων

Στη δεύτερη ενότητα της εργασίας αναφερθήκαμε στην προσέγγιση της επιχειρηματικής ηθικής ως ενός είδους κοινωνικής πολιτικής και αναφέραμε πως η ηθική θα έπρεπε να ιδωθεί ως ένα ανθρώπινο δημιουργήμα, όπως η κατασκευή της γλώσσας και του ανθρώπινου πολιτισμού εν γένει. Για την ηθική ως κοινωνική κατασκευή δεν υφίσταται ένα εξωκοινωνικό-ανιστορικό θεμέλιο, σύμφωνα με το οποίο θα κρίνουμε το ηθικώς σωστό και λάθος. Στον χώρο του πρακτικού λόγου, συμπεριλαμβανομένης της ηθικής και πολιτικής, διερευνούμε το τι στέκει από τη σκοπιά της ανθρώπινης λογικής και των προϋποθέσεων του πολιτισμού. Επιδιώκουμε την κατασκευή περισσότερο ενός εργαλείου κατάλληλου για την επίλυση των ηθικών διλημμάτων που ανακύπτουν στον χώρο της πραγματικής λειτουργίας της οικονομίας παρά την ανεύρεση, κάπου αφηρημένα στη σφαίρα του ανθρώπινου πολιτισμού, μιας αρχιμηδείου αρχής-θεμελίου. Από αυτήν τη σκοπιά, τα ηθικά κριτήρια μοιάζουν με τις κοινωνικές πολιτικές, υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι αυτές έχουν αποφασισθεί με βάση τον ορθό λόγο και τηρώντας τις αρχές της δικαιοσύνης και της κοινά εννοούμενης έννοιας της ανθρώπινης αξιοπρέπειας (Philips 1993: 185-200).

Βάσει της επιχειρηματολογίας που έχουμε αναπτύξει μέχρι αυτό το σημείο μπορούμε να συναγάγουμε το συμπέρασμα ότι στον χώρο της επιχειρηματικής ηθικής δεν έχουμε μια τελική, περιεκτική και συνολική θεωρία, με τους όρους τουλάχιστον του παραδοσιακού κανονιστικού λόγου. Αυτό, όμως, δεν μας εμποδίζει από το να στοιχειοθετήσουμε κανονιστικές προτά-

σεις-πρακτικές για τη σχέση ανάμεσα στις επιχειρήσεις και την κοινωνία. Η δυσκολία έγκειται πράγματι στο γεγονός ότι ακόμη και αν ήταν δυνατή η συγκρότηση μιας τέτοιας συνολικής θεωρίας για τη σχέση ανάμεσα στο *επιχειρείν* και την κοινωνία, αυτή η θεώρηση δεν θα μπορούσε παρά να αποτελεί μόνο ένα κανονιστικό πλαίσιο αναφοράς. Οι αρχές, όμως, αυτού του πλαισίου θα μπορούσαν να μας βοηθούν να κρίνουμε ξεχωριστά κάθε φορά το τι είδους *ηθική απόφαση* είναι η ενδεδειγμένη.

Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές ηθικές θεωρίες, οι οποίες αναζητούν ένα γενικό κανονιστικό θεμέλιο από το οποίο να παραχθεί ένα σύνολο κανόνων και αρχών προς εφαρμογή, η οπτική της ηθικής ως κοινωνικής πολιτικής επιλέγει την αντίστροφη πορεία. Εκκινεί από το ειδικό, το οριοθετημένο ιστορικά, και προχωρά επαγωγικά με στόχο τη συναγωγή γενικότερων συμπερασμάτων και κανόνων. Έτσι η πορεία του ηθικού στοχασμού γενικότερα, και ειδικότερα της επιχειρηματικής ηθικής, προσιδιάζει στη μεθοδολογία έρευνας των κοινωνικών επιστημών.

Η μεθοδολογία αυτή μας επιτρέπει να διαπιστώσουμε την πραγματική υφή και ισχύ πυρηνικών κοινωνικών αξιών, επαγγελματικών αρετών και ρόλων αλλά και δεοντολογικών κωδίκων-κανόνων, όπως έχουν διαμορφωθεί αυτοί από την κοινωνική-οικονομική δραστηριότητα των ατόμων, των κοινωνικών ομάδων και των επιχειρήσεων. Όλα αυτά τα δεδομένα που θα συγκεντρώνουμε κάθε φορά μπορούμε να τα εξετάζουμε συγκριτικά, να τα αποτιμούμε κριτικά και να διαπιστώνουμε αν θα μπορούσαν να συναρθρωθούν με έναν λογικά συνεκτικό και συνεπή τρόπο. Κάνοντας χρήση κατ' ουσίαν της ιδέας της *ανακλαστικής ισορροπίας*, προσδιορισμένης όμως σε συγκεκριμένο ιστορικό-κοινωνικό πλαίσιο, μπορούμε να οδηγηθούμε με σχετική ασφάλεια στην αναπροσαρμογή ή και τη ριζική αλλαγή των αξιών και των ηθικών μας στάσεων.

Σε αυτή τη διαδικασία εύρεσης ενός σημείου κάθε φορά ανακλαστικής ισορροπίας μπορεί να σταθεί αρωγός και η νεο-αριστοτελική ηθική οπτική που εμφανίζει στο συγκεκριμένο πεδίο της επιχειρηματικής ηθικής στις έννοιες του εταιρικού ήθους, του επαγγελματικού ρόλου, των προσωπικών αρετών και του εταιρικού πολίτη (βλ. και Solomon 1993b: 201-221). Ο νεο-αριστοτελισμός δεν είναι αναγκαίο να εννοηθεί σε μια απόλυτα διαζευκτική σχέση ως προς τις οπτικές της δεοντολογίας και της συνεπειοκρατίας. Μας διευκολύνει, όμως, περισσότερο από αυτές τις οπτικές να συλλάβουμε

την επιχείρηση ως ένα ηθικό πρόσωπο-δράστη που λειτουργεί εντός ενός κοινωνικού πλαισίου με το οποίο βρίσκεται υποχρεωτικά σε σχέση αλληλεπίδρασης. Αυτού του είδους η θεώρηση του κοινωνικού ρόλου των επιχειρήσεων επέτρεψε σε σειρά ερευνητών να χρησιμοποιήσουν ακόμη και την έννοια του *οικοσυστήματος* για την ερμηνεία της λειτουργίας και του στρατηγικού σχεδιασμού των επιχειρήσεων (βλ., ενδεικτικά, Iansiti & Levien 2004: 68-78).

Το κοινωνικό πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων μας επιτρέπει να κάνουμε λόγο για *έξι αρετές* που συγκροτούν το *εταιρικό ήθος*: αντίληψη της έννοιας της κοινότητας, παραγωγή του αριότερου δυνατού έργου, συγκρότηση ταυτότητας με βάση τις έννοιες των δικαιωμάτων, των υποχρεώσεων και των πυρηνικών κοινωνικών αξιών, ολιστικότητα στον τρόπο θεώρησης του κοινωνικού περιβάλλοντος, ακεραιότητα και εντιμότητα στη λήψη των αποφάσεων, επίδειξη φρόνησης στην ιεράρχηση των προτεραιοτήτων και των αξιών (η λεπτομερής ανάλυση αυτών των αρετών δεν ανήκει στους στόχους της παρούσας εργασίας).

Αν κάποιος πάλι ισχυρισθεί ότι αυτές οι αρετές δεν συναρμολογούνται σε ένα *arigi* σύνολο, θα μπορούσαμε να του αντιτάξουμε ότι έχουμε πλέον τη βάση για να στηρίξουμε ένα μοντέλο λήψης ηθικών αποφάσεων. Ίσως, άλλωστε, σε πρώτη φάση ο στόχος μας θα έπρεπε να είναι η συγκρότηση ενός τέτοιου *ηθικού μοντέλου αποφάσεων* (Vallance 1995: 45-52, Sternberg 1994: 112-119, Donaldson 1992: 114). Το ηθικό μοντέλο αποφάσεων θα μπορούσε να αρθρωθεί γύρω από τα ακόλουθα ερωτήματα-βήματα: 1. Ποιο είναι το πραγματικό διακύβευμα κάθε φορά; 2. Πώς επηρεάζει αυτό την επιχείρηση; 3. Ποιοι είναι οι εξωτερικοί περιορισμοί (νομικοί, οικονομικοί, πολιτιστικοί κ.λπ.); 4. Αποτίμηση των εναλλακτικών λύσεων. 5. Εφαρμογή των πυρηνικών ηθικών αρχών της δικαιοσύνης, της ανθρωπιάς και ευπρέπειας, αλλά και του μακροπρόθεσμου οφέλους, συμπεριλαμβανομένου ασφαλώς και του οικονομικού οφέλους.

Μια τέτοια μεθοδολογική προσέγγιση μας οδηγεί υποχρεωτικά σε έναν σχετικισμό κανόνων και κριτηρίων; Ασφαλώς όχι. Μια τέτοια προσέγγιση μας δίνει, αφενός, τη δυνατότητα απόκτησης ηθικής γνώσης σε βάθος, αφετέρου δε, στρέφει την προσοχή μας στα πραγματικά συμφραζόμενα των ηθικών προβλημάτων όπως αυτά αναφύονται από την καθημερινή επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ο στόχος της επιχειρηματικής ηθικής είναι, πιθανώς, λιγότερο το να παρέχει ένα έτοιμο υλικό-περιεχόμενο προς αποστήθιση και εφαρμογή. Η επιχειρηματική ηθική είναι περισσότερο μια κριτική έρευνα που μας εξοικειώνει με τον ηθικό στοχασμό ο οποίος, με τη σειρά του, μας οδηγεί σε βαθύτερη κατανόηση των συγκεκριμένων πτυχών της κοινωνικής πραγματικότητας, των σχέσεων του *επιχειρείν* με την κοινωνία. Αυτό, βέβαια, δεν σημαίνει ότι οι παραδοσιακές ηθικές θεωρίες δεν μας βοηθούν -κάθε άλλο. Δεν μας παρέχουν, όμως, έτοιμες απαντήσεις στα ηθικά διλήμματα που αντιμετωπίζουμε καθημερινά. Ουσιαστικά, αυτό που προτείνεται εδώ είναι κάτι παρόμοιο με την *πλουραλιστική μέθοδο* του Keeneth E. Goodpaster, όπως αυτή διατυπώνεται σε μια σχετικώς πρόσφατη εργασία του (2002: 117-141).

Ο Goodpaster προτείνει να διαπιστώνουμε την ισχύ των θεωριών μας μέσα από συγκεκριμένες περιπτώσεις, συγκεκριμένα ηθικά προβλήματα. Κάτι τέτοιο θα επέβαλλε έναν συνδυασμό προσεγγίσεων, έναν πλουραλισμό, με άλλα λόγια, που κάνει ακόμη πιο εμφανή την ανεπάρκεια και αναποτελεσματικότητα οποιασδήποτε θεωρητικής μονομέρειας. Ο πλουραλισμός αυτός δεν σημαίνει ότι υιοθετούμε ως κατάλληλη ηθική στάση τον σχετικισμό - τίποτε δεν μας εμποδίζει από το να καταλήξουμε σε ένα κανονιστικό πλαίσιο αρχών και κανόνων, καθοδηγητικών για τις πράξεις μας. Διδάσκουμε, όμως, και μαθαίνουμε-εφαρμόζουμε την ηθική, ταυτοχρόνως, μέσα από τη θεωρία και την πράξη.

Κατά το μοντέλο του Goodpaster, τα αναγκαία βήματα για τη λήψη ηθικών αποφάσεων είναι τα ακόλουθα: θα έπρεπε, πρώτα απ' όλα, να περιγράψουμε την κατάσταση. Να είμαστε σε θέση όχι μόνο να επισημάνουμε τα κεντρικά ηθικά ζητήματα, αλλά και να εντοπίσουμε με ακρίβεια ποια είναι τα άτομα και οι ομάδες που επηρεάζονται από τη συγκεκριμένη κάθε φορά κατάσταση, επισημαίνοντας, ασφαλώς, τις ποιοεσδήποτε συγκρούσεις συμφερόντων, καθηκόντων, δικαιωμάτων και ηθικών αρετών. Δεύτερον, θα πρέπει να μπορούμε να διακρίνουμε ποιο ζήτημα έχει προτεραιότητα, ποια συμφέροντα και δικαιώματα προέχουν. Τρίτον, θα πρέπει να είμαστε σε θέση να εκθέσουμε με ακρίβεια όλες τις εναλλακτικές λύσεις ή και συνδυασμούς λύσεων του προβλήματος που μας απασχολεί. Τέταρτον, στη βάση των προηγούμενων τριών βημάτων, θα πρέπει να αποφασίσουμε με έναν όσο το δυνατόν καλύτερα θεμελιωμένο επιχειρήμα, ποια από τις

εναλλακτικές λύσεις είναι η ενδεδειγμένη. Τέλος, θα πρέπει να μπορούμε να υπερασπισθούμε την απόφασή μας σε ένα υποθετικό δικαστήριο, στο οποίο θα μπορούσαμε να κληθούμε να δώσουμε εξηγήσεις για την απόφασή αυτή και το ηθικό πλαίσιο κανόνων και αρχών πάνω στο οποίο βασισθήκαμε.

Συμπέρασμα

Στην εργασία μας επιχειρήσαμε να θεμελιώσουμε με κριτικό τρόπο το γνωστικό αντικείμενο και τη μεθοδολογία της επιχειρηματικής ηθικής, έτσι ώστε να δείξουμε πως δεν ευσταθεί η κριτική που ασκείται σε βάρος του θεωρητικού κύρους και της πρακτικής ωφέλειας που μπορούμε να αποκομίσουμε από την ενασχόλησή μας με τα ζητήματα που άπτονται του πεδίου έρευνας της επιχειρηματικής ηθικής. Διαπιστώσαμε, επιπλέον, ότι υφίσταται η βάση συγκερασμού της οπτικής της συγχώνευσης και της υβριδικότητας ως θεωρητικών οπτικών, ενώ περιγράψαμε σε αδρές γραμμές και το εύρος των διεπιστημονικών θεμάτων που απασχολούν την επιχειρηματική ηθική. Επιχειρηματολογήσαμε, τέλος, γύρω από τις κεντρικές έννοιες σχετικώς διεξοδικά των κοινωνικών ευθυνών, του εταιρικού πολίτη, των άμεσα εμπλεκομένων μερών, του ηθικού μοντέλου αποφάσεων και του ηθικού πλουραλισμού ως ενδεδειγμένης ηθικής στάσης και πρακτικής.

Θα μπορούσαμε να συμπληρώσουμε το γενικό μας συμπέρασμα και με τον ακόλουθο προβληματισμό. Κατά την προηγούμενη κυρίως δεκαετία του 1990 φαίνεται ότι διαμορφώθηκε ένα κλίμα-φιλοσοφία 'ηθικοποίησης' της αγοράς, στην οποία ενσωματώθηκαν δειλά και σταδιακά αιτήματα από τη σκοπιά της κοινωνικής δικαιοσύνης, της οικολογίας και της κοινωνίας πολιτών. Η σωρεία σκανδάλων συνάμα αποτέλεσε το εναρκτήριο λάκτισμα επιστροφής σε μια ρητορική, σε ένα γενικόλογό διάλογο περί υπεύθυνου καπιταλισμού. Ίσως, όμως, επί της ουσίας, να έχουν πράγματι διαμορφωθεί οι όροι για την ηθική αξίωση εμπέδωσης μιας ηθικής και δημόσιας εταιρικής κουλτούρας.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Bowie, N. E. & Duska, R. F. (1990). *Business Ethics*. 2nd ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Brugmann, J. & Prahalad, C.K. (2007). 'Cocreating Business's New Social Compact', *Harvard Business Review*, 85, 2: 80-90, February.
- Buchholz, R. A. & Rosenthal, S. B. (1999). 'Social Responsibility and Business Ethics' στο Frederick, R. E. (επιμ.). *A Companion to Business Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Callicott, J. B. (1990). 'The Case Against Moral Pluralism'. *Environmental Ethics*, 12: 99-124.
- Carr, A. (1968). 'Is Business Bluffing Ethical?' *Harvard Business Review*, 46: 143-153, January/February.
- De George, P.T. (1985). 'The Status of Business Ethics: Past and Future', *Business Ethics Research Workshop*, σελ. 14-17, Stanford University, August.
- Donaldson, J. (1992). *Business Ethics: A European Casebook*. London: Academic Press.
- Donaldson, T. & Werhane, P. (1993). *Ethical Issues in Business: A Philosophical Approach*. 4th ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Frederick, W.C. (1978). 'From CSR1 to CSR2: The Maturity of Business and Society Thought', *Graduate School of Business: Working Paper*, University of Pittsburgh.
- Frederick, W.C. (1992). 'Social Issues in Management: Coming of Age or Prematurely Gray?', Paper presented to the Doctoral Consortium of the Social Issues in Management Division, The Academy of Management. Las Vegas: Nevada, August.
- Fleming, J. (1987). 'A Survey and Critique of Business Ethics Research', *Research in Corporate Social Performance and Policy*, 9: 1-24.
- Frankena, W. (1973). *Ethics*. 2nd ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Franklin, D. (2008). 'Just Good Business', *The Economist*, January 19th-25th: 3-6.
- Friedman, M. (1973). 'The social responsibility of business is to increase its profits', *The New York Times*, 13th of September.
- Goodpaster, K.E. (2002). 'Teaching and Learning Ethics by the Case Method' στο Bowie, N.E. (επιμ.), *Business Ethics*, Oxford: Blackwell.
- Hagan, J. & Moon, C. (2001). 'New Economy, New Ethics' στο Moon, C. & Boony, C. (επιμ.), *Business Ethics: Facing up to the Issues*. London: The Economist Books.

- Iansiti, M. & Levien, R. (2004). 'Strategy as Ecology', *Harvard Business Review*, 82, 3: 68-78, March.
- Kahn, W. A. (1990). 'Toward an Agenda for Business Ethics Research'. *Academy of Management Review*, 15: 311-328.
- McConnon, A. & Silver-Greenberg, J. (2007). 'The Greatest Givers', *BusinessWeek*, November 26th: 50-52.
- McMahon, T. F. (1999). 'A Brief History of American Ethics' στο Frederick, R. E. (επιμ.). *A Companion to Business Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Philips, M. (1993). 'How to Think Systematically about Business Ethics' στο Winkler, E. R. & Coombs, J.R. (επιμ.). *Applied Ethics: A Reader*. Oxford: Blackwell.
- Regan, T. (1984). *Just Business: New Introductory Essays in Business Ethics*. New York: Random House.
- Solomon, R. C. (1993a). 'Business Ethics' στο Singer, P. (επιμ.), *A Companion to Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Solomon, R. C. (1993b). 'Corporate Roles, Personal Values: An Aristotelian Approach to Business Ethics' στο Winkler, E. R. & Coombs, J.R. (επιμ.). *Applied Ethics: A Reader*. Oxford: Blackwell.
- Sternberg, E. (1994). *Just Business: Business Ethics in Action*, London: Warner Books.
- Treviño, L.K., Butterfield, K.D., & McCabe, D.L. (1998). 'The Ethical Context in Organizations: Influences on Employee Attitudes and Behaviors', *Business Ethics Quarterly*, 3: 447-476.
- Vallance, E. (1995). *Business Ethics at Work*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Luitk, H. (1999). 'Business Ethics in Europe: A Tale of Two Efforts', στο Frederick, R. E. (επιμ.). *A Companion to Business Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Velasquez, M.G. (1982). *Business Ethics: Concepts and Cases*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Waddock, S.A. & Graves, S. B. (1997). 'The Corporate Social Performance-Financial Performance Link', *Strategic Management Journal*, 18: 303-319.
- Weaver, J. (1990). 'Managers' Moral Reasoning: Assessing Their Responses to Three Moral Dilemmas', *Human Relations*, 43: 687-702.
- Weaver, G.R. & Treviño, L. K. (1994). 'Normative and Empirical Business Ethics: Separation, Marriage of Convenience or Marriage of Necessity?', *Business Ethics Quarterly*, 4: 129-143.

- Wenz, P. S. (1993). 'Minimal, Moderate, and Extreme Moral Pluralism', *Environmental Ethics*, 15: 61-74.
- Werhane, P. H. (1999). 'Business Ethics and the Origins of Contemporary Capitalism: Economics and Ethics in the Work of Adam Smith and Herbert Spencer' στο Frederick, R. E. (επιμ.). *A Companion to Business Ethics*. Oxford: Blackwell.
- Weston, A. (1991). 'Comment: On Callicott's Case Against Pluralism', *Environmental Ethics*, 13: 283-286.