

Value &
Future

ΟΔΗΓΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ

Conduct
Accountability
Stakeholders
Respect Performance
Self-knowledge Ethical
Code Leadership Principles
Governance Values Society
Integrity Ethics Right
Ethos Justice Diversity Wrong Culture
Workplace Rules Objectivity CSR
Confidentiality Trust Virtue
Standards Management Business
Responsibility Behaviour
Aristotle Moral
Sustainability

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships

Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συγγραφέα, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Erasmus Plus KA2 - Συνεργασία και καινοτομία για καλές πρακτικές
Στρατηγικές συμπράξεις για την ΕΕΚ



Value & Future

ΟΔΗΓΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ

Ιστορικό Εγγράφου: Έκδοση 18^η, Ιούνιος 2023

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση

(ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ - ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΤΟΥ ΟΔΗΓΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ:



FRIESLAND COLLEGE

Ολλανδία



KAUNAS EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES

Λιθουανία



ESCOLA PIA Santa Anna-MATARO

Ισπανία



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ

Κύπρος



FH MUNSTER

Γερμανία



IDEC

Ελλάδα



Η παρούσα έκδοση συντάχθηκε στο πλαίσιο του έργου VALUE & FUTURE.

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις.

Κωδικός έργου: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το παρόν έγγραφο μπορεί να αντιγραφεί, να αναπαραχθεί ή να τροποποιηθεί εν όλω ή εν μέρει. Απαιτείται σαφής αναφορά στους συντάκτες του εγγράφου και στο έργο VALUE & FUTURE.

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Η παρούσα δημοσίευση αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν φέρει ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΣΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. "ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΒΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ"	7
___ Ενότητα 1 - "ΗΘΙΚΗ"	9
___ Ενότητα 2 - "ΕΤΑΙΡΙΚΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ) ΗΘΙΚΗ"	12
___ Ενότητα 3 - "ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ (ΗΘΙΚΗ)"	20
___ Ενότητα 4 "ΗΘΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ"	24
___ Ενότητα 5 - "ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ"	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. "Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΒΑΣΕΙ ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ"	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ "ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΩΣΗΣ" ("QUICK SCAN ACTIVITIES)	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. "ET TALKS"	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. "ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ" (FUTURE DAYS)	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. "ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ"	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ,ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΠΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ/ΣΤΡΙΕΣ	57
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	66
___ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - Διάγραμμα μελέτης περίπτωσης	66
___ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - 30 Μελέτες περιπτώσεων	67
___ Μελέτες περιπτώσεων «Βιωσιμότητα, οικολογία»	67
___ Μελέτες περιπτώσεων «Υπεύθυνη και δίκαιη διαχείριση»	83
___ Μελέτες περιπτώσεων «Εκπαίδευση που αλλάζει το μυαλό»	102
___ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 - Εμπλεκόμενες εταιρείες/οργανισμοί	117
___ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 - Αναφορές	123



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σχετικά με το έργο Value & Future.

Η βιώσιμη, ανθεκτική στο μέλλον επιχειρηματικότητα βασίζεται στην ηθική και τις αξίες. Αυτό είναι το σύνθημα του έργου Value & Future, το οποίο συνδέει 6 εταιρείες στην Ευρώπη με έναν κοινό στόχο: την ενδυνάμωση των νέων προς την ηθική επιχειρηματικότητα και την ηγεσία, εμπνεόμενοι από πρότυπα.

Το πρόγραμμα Value & Future έθεσε τη φιλοδοξία να αναπτύξει τις δεξιότητες και τη νοοτροπία των νέων ανθρώπων, με βάση τις αξίες και την ενσυναίσθηση και όχι μόνο το κέρδος ή τα επαγγελματικά πρωτόκολλα. Το έργο ενθαρρύνει τους σπουδαστές & τις σπουδάστριες της Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΕΕΚ) να αναζητήσουν ενεργά τον σκοπό για το δικό τους επιχειρηματικό μέλλον και να αναγνωρίσουν τις ηθικές επιλογές που παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις γύρω τους. Μέσα από μια σειρά δραστηριοτήτων και μαθημάτων που υποστηρίζονται από εκπαιδευτικούς και επιχειρηματίες, οι σπουδαστές/στρίες της ΕΕΚ συμμετέχουν σε διάλογο για τα ηθικά διλήμματα των επιχειρήσεων σε σχέση με τους ανθρώπους και τον πλανήτη. Μαθαίνουν να θέτουν κρίσιμα ερωτήματα και αναζητούν θετικά πρότυπα. Χάρη στις δραστηριότητες του έργου, οι σπουδαστές/στρίες συμμετέχουν σε συζητήσεις με επιχειρήσεις για να καθορίσουν τις αξίες, την ηθική και την αυθεντικότητα, καθώς και τη διαφορά που μπορούν να κάνουν οι επιχειρήσεις στην κοινωνία. Σε αυτές τις συζητήσεις, οι σπουδαστές/στρίες θέτουν συνεχώς στον εαυτό τους το ερώτημα: *Τι έχει σημασία για μένα ως μελλοντικό επιχειρηματία; Τι έχει σημασία για τους επιχειρηματίες που συναντώ; Τι έχει σημασία για τη μελλοντική μου εταιρεία; Τι έχει σημασία για τις επιχειρήσεις γύρω μου;*

Το έργο αναδεικνύει την ανάγκη για μια ισχυρή εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, η οποία θα αλλάξει τη νοοτροπία των νέων και των εκπαιδευτικών σχετικά με τις ηθικές και δεοντολογικές πτυχές των επιλογών τους, την πορεία της σταδιοδρομίας τους και τη θέση τους στην κοινωνία. Υπάρχει μια αυξανόμενη προσοχή για την επιχειρηματική ηθική στον κόσμο και για την εκπαίδευση της ηθικής επιχειρηματικότητας.

Οι εταιρείες του έργου ανέπτυξαν μια νέα εκπαιδευτική μέθοδο που συνδυάζει την επιχειρηματική, βιώσιμη και προσανατολισμένη στις αξίες μάθηση. Αυτή η εκπαιδευτική μέθοδος αποτελείται από μια σειρά μαθημάτων, ευκαιρίες για επαφή με επιχειρηματίες, συζητήσεις & συναντήσεις μέσω της διεξαγωγής της «γρήγορης σάρωσης» (Η δράση περιγράφεται αναλυτικά στην αντίστοιχη ενότητα) και ένα διαδικτυακό περιβάλλον έμπνευσης της αφήγησης ιστοριών (Inspirational platform). Η μαθησιακή διαδικασία παροτρύνει τους νέους να επισκεφθούν επιχειρήσεις στην περιοχή τους, να ανοίξουν διάλογο με επιχειρηματίες να θέσουν ηθικά διλήμματα και να αναζητήσουν απαντήσεις σε αυτά. Η μαθησιακή τους διαδικασία υποστηρίζεται από πρότυπα (Role Models) που αναζητούν, βρίσκουν και προσδιορίζουν: επιχειρηματίες με όραμα σχετικά με την ηθική επιχειρηματική νοοτροπία που εμπνέουν τους νέους να αναπτύξουν το δικό τους όραμα σχετικά με την ηθική και τις αξίες.

Το έργο Value & Future φιλοδοξεί να συνδέσει τις προτεραιότητες και τις ανάγκες που έχει θέσει η Ευρωπαϊκή Ένωση και να αναπτύξει ένα καινοτόμο έργο στο πλαίσιο της επιχειρηματικής εκπαίδευσης στην ΕΕΚ. Το έργο προωθεί την υιοθέτηση μιας πιο δίκαιης, ηθικής επιχειρηματικής σκέψης ως τρόπο επίτευξης των παγκόσμιων και ευρωπαϊκών στόχων βιώσιμης ανάπτυξης. Οι νέοι βρίσκουν το δρόμο τους προς την οικονομική και χρηματοοικονομική ανεξαρτησία, προσανατολισμένοι σ' ένα δίκαιο, αξιακό και ηθικό περιβάλλον. Αυτή η φιλοδοξία επιτυγχάνεται με την ανάπτυξη μιας κατάρτισης για την ηθική επιχειρηματικότητα, ενός οδηγού για εκπαιδευτές, της δράσης "Quick Scan" και των επαφών σπουδαστών/στριών και εκπαιδευτικών με επιχειρηματίες –

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές **συμπράξεις**

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανάκλα τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

εκδηλώσεις με τίτλο «Με το βλέμμα στο Μέλλον», καθώς και μιας διαδικτυακής πλατφόρμας έμπνευσης που φιλοξενεί αφήγηση ιστοριών και ανταλλαγή απόψεων.

Η ηθική επιχειρηματικότητα είναι μια συμπεριφορά που βασίζεται στα συστήματα αξιών, την εταιρική υπευθυνότητα και την ακεραιότητα, για την προστασία των ανθρώπων και του περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα προσφέρει οικονομική αξία.



Συστάσεις/προτάσεις βελτίωσης από τους σπουδαστές & τις σπουδάστριες και τους επιχειρηματίες.

Ένα μέρος του Οδηγού των Εκπαιδευτών γράφτηκε από σπουδαστές/στρίες που συμμετείχαν στην πιλοτική δράση, προκειμένου να μοιραστούν την οπτική τους και τις κατευθυντήριες γραμμές με τους καθηγητές τους. Αυτές οι σκέψεις και τα σχόλια των σπουδαστών/στριών συλλέχθηκαν για να προσφέρουν μια διαπολιτισμική διάσταση.

Σε ποιους/ες απευθύνεται και πώς πρέπει να αξιοποιείται ο παρών οδηγός.

Οδηγός Εκπαιδευτών (Trainers' Guide) για τους εκπαιδευτικούς επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης: Αφορά τον τρόπο εφαρμογής της ηθικής επιχειρηματικής μάθησης σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις στα προγράμματα σπουδών και έχει στόχο να τους εφοδιάσει με το κατάλληλο θεωρητικό υπόβαθρο καθώς και με πρακτικές μεθόδους για τον τρόπο εφαρμογής της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας. Ο Οδηγός των Εκπαιδευτών περιλαμβάνει θεωρητικό υπόβαθρο των δεοντολογικών επιχειρηματικών ικανοτήτων αλλά και πρακτικά παραδείγματα επιχειρηματικής ηθικής.



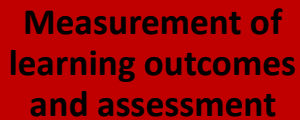
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΝΩ ΣΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ



ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ "ΟΔΗΓΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ"/ΕΡΓΑΛΕΙΑ
	<ul style="list-style-type: none"> ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. "ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΒΑΣΗ ΤΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ" υλικό: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ενότητα 1 - "ΗΘΙΚΗ", <ul style="list-style-type: none"> · Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 1 V&F", ✓ Ενότητα 2 - "ΕΤΑΙΡΙΚΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ) ΗΘΙΚΗ", <ul style="list-style-type: none"> · Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 2 V&F", ✓ Ενότητα 3 - "ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ (ΗΘΙΚΗ)", <ul style="list-style-type: none"> · Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 3 V&F", ✓ Ενότητα 4 - "ΗΘΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ", <ul style="list-style-type: none"> · Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 4 V&F", ✓ Ενότητα 5 - "ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ" <ul style="list-style-type: none"> · Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 5 V&F".
	<ul style="list-style-type: none"> ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. "Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΒΑΣΕΙ ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ". Υλικό: ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ 1 - Διάγραμμα μελέτης περίπτωσης, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ 2 - 30 Μελέτες περιπτώσεων: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Μελέτες περιπτώσεων "Αειφορία, οικολογία", ✓ "Υπεύθυνη και δίκαιη διαχείριση" μελέτες περίπτωσης, ✓ "Εκπαίδευση, που αλλάζει το μυαλό" μελέτες περιπτώσεων,
	<ul style="list-style-type: none"> ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 "ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΚΑΝ" υλικό: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έγγραφο Word - "Εγχειρίδιο γρήγορης σάρωσης", ✓ Παρουσίαση Power Point - "Εμπνευσμένη ηθική επιχειρηματικότητα και διλήμματα", ✓ Παρουσίαση Power Point - "Πώς να προετοιμάσετε τους σπουδαστές/στρίες για μια επίσκεψη σε εταιρεία", ✓ Παρουσίαση Power Point - "Εργαστήριο για το πώς να προετοιμάσετε τους σπουδαστές/στρίες"
	<ul style="list-style-type: none"> ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Υλικό "ET TALKS": <ul style="list-style-type: none"> ✓ Παρουσίαση Power Point - "V&F ET Talks κατευθυντήριες οδηγίες για τις συνεντεύξεις", ✓ Έγγραφο Word - "Οδηγίες για την παραγωγή βίντεο".
	<ul style="list-style-type: none"> ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. "ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ" υλικό: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έγγραφο Word - "Οδηγίες για τις μελλοντικές ημέρες",












Measurement of learning outcomes and assessment

- ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. "ΤΑ ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥΣ".

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. "ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΒΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ"

Τα θεωρητικά θεμέλια σχετικά με τη δεοντολογική επιχειρηματική κατάρτιση καλύπτουν θέματα που έχουν προσδιοριστεί από τους εταίρους μέσω των σχετικών ομάδων εστίασης που οργανώθηκαν σε όλες τις χώρες εταίρου. Πιο συγκεκριμένα, τα θέματα που έχουν συμπεριληφθεί στον οδηγό για τους εκπαιδευτές είναι τα εξής: Ηθική, Εταιρική (επιχειρηματική) ηθική, Κώδικας δεοντολογίας, Ηθική ηγεσία και Ηθική επιχειρηματικότητα.

"Θεωρητικό Πλαίσιο" δομή μαθημάτων.

Εικονίδιο	Επεξήγηση
	1 εκπαιδευτής/καθηγητής ή 2 εκπαιδευτές/καθηγητές , οι οποίοι θα ήθελαν να οργανώσουν ένα ολοκληρωμένο μάθημα.
	Ομάδα σπουδαστών/στριών/ τάξη.
	5 μαθήματα Τα μαθήματα του θεωρητικού πλαισίου καλύπτουν 5 θεωρητικές ενότητες. Διάρκεια κάθε μαθήματος - 45-60 λεπτά.
	Υλικό: Κεφάλαιο 1. "Θεωρητική θεμελίωση της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας": <ul style="list-style-type: none"> • Ενότητες 1-5, • Παρουσιάσεις Power Point (για κάθε ενότητα).
	Εργαλεία/ πλατφόρμες για διαδικτυακά μαθήματα/ εργαστήρια/ δραστηριότητες: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο.
	Σχέδιο μαθημάτων: <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση των μαθησιακών αποτελεσμάτων των μαθημάτων, 2. Παρουσίαση κύριων θεμάτων, 3. Σχετικά με την ενότητα. Ερωτήσεις κουίζ/ απαντήσεις/ συζήτηση, 4. Παρουσίαση του θεωρητικού μέρους με πρακτικά παραδείγματα, 5. Συζήτηση, 6. Ανατροφοδότηση.
	Ειδικά μαθησιακά αποτελέσματα που εξηγούνται σε κάθε ενότητα/ μάθημα: <ul style="list-style-type: none"> • Βασικές γνώσεις, • Εφαρμογή, • Ενσωμάτωση, • Ανθρώπινη διάσταση, • Έμπνευση, • Μαθαίνω πώς να μαθαίνω.



Κύρια θέματα που εξηγούνται σε κάθε ενότητα/μάθημα.

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636




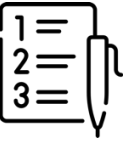


Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ενότητα 1 "ΗΘΙΚΗ "

Ενότητα 1 "ΗΘΙΚΗ" δομή μαθήματος.

Εικονίδιο	Επεξήγηση												
	Χρόνος - 45-60 λεπτά.												
	Υλικό: Κεφάλαιο αριθ. 1. "Θεωρητική θεμελίωση της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας": <ul style="list-style-type: none"> • Ενότητα 1 "ΗΘΙΚΗ", • Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 1 V&F", 												
	Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακό μάθημα: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο. 												
	Σχέδιο μαθημάτων: <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση των μαθησιακών αποτελεσμάτων των μαθημάτων, 2. Παρουσίαση κύριων θεμάτων, 3. Σχετικά με την ενότητα. Ερωτήσεις κουίζ/ απαντήσεις/ συζήτηση, 4. Παρουσίαση του θεωρητικού μέρους με πρακτικά παραδείγματα, 5. Συζήτηση, 6. Ανατροφοδότηση. 												
	Μαθησιακά αποτελέσματα των μαθημάτων: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Βασικές γνώσεις</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε την έννοια της ηθικής, ▪ Απαριθμήστε τις βασικές ηθικές αξίες, </td> </tr> <tr> <td>Εφαρμογή</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Περιγράψτε τι είναι η Ηθική, ▪ Συνδέστε τις προσωπικές αξίες με τη Δεοντολογία, </td> </tr> <tr> <td>Ενσωμάτωση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσπαθήστε να απαντήσετε σε ηθικά διλήμματα, </td> </tr> <tr> <td>Ανθρώπινη διάσταση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις προσωπικές σας αξίες, </td> </tr> <tr> <td>Έμπνευση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκτιμήστε τη σημασία των αξιών, </td> </tr> <tr> <td>Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Μάθετε πώς να εφαρμόζετε την προσωπική ηθική στη λήψη αποφάσεων, </td> </tr> </tbody> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε την έννοια της ηθικής, ▪ Απαριθμήστε τις βασικές ηθικές αξίες, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Περιγράψτε τι είναι η Ηθική, ▪ Συνδέστε τις προσωπικές αξίες με τη Δεοντολογία, 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσπαθήστε να απαντήσετε σε ηθικά διλήμματα, 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις προσωπικές σας αξίες, 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκτιμήστε τη σημασία των αξιών, 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Μάθετε πώς να εφαρμόζετε την προσωπική ηθική στη λήψη αποφάσεων,
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε την έννοια της ηθικής, ▪ Απαριθμήστε τις βασικές ηθικές αξίες, 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Περιγράψτε τι είναι η Ηθική, ▪ Συνδέστε τις προσωπικές αξίες με τη Δεοντολογία, 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσπαθήστε να απαντήσετε σε ηθικά διλήμματα, 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις προσωπικές σας αξίες, 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκτιμήστε τη σημασία των αξιών, 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Μάθετε πώς να εφαρμόζετε την προσωπική ηθική στη λήψη αποφάσεων, 												
	Κύρια θέματα: <ul style="list-style-type: none"> • Τι είναι η ΗΘΙΚΗ; • ΗΘΙΚΑ ΔΙΛΗΜΜΑΤΑ • ΑΞΙΕΣ 												

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΟΤΗΤΑ:



QUIZ

Ερώτηση 1: Αν γνωρίζατε μια γυναίκα που ήταν έγκυος, η οποία είχε ήδη οκτώ παιδιά, τρία κουφά, δύο τυφλά, ένα διανοητικά καθυστερημένο, και είχε σύφιλη, θα της συνιστούσατε να κάνει έκτρωση;

Ερώτηση 2: Ήρθε η ώρα να εκλεγεί ο παγκόσμιος ηγέτης και η δική σας ψήφος είναι η καθοριστική. Ακολουθούν τα στοιχεία για τους τρεις επικρατέστερους υποψηφίους:

- Υποψήφιος Α: Συνεργάζεται με διεφθαρμένους πολιτικούς και συμβουλευεται αστρολόγους. Είχε δύο ερωμένες. Επίσης, καπνίζει ασταμάτητα και πίνει μέχρι και δέκα Μαρτίνι την ημέρα.
- Υποψήφιος Β: Εκδιώχθηκε δύο φορές από το γραφείο, κοιμάται μέχρι το μεσημέρι, έκανε χρήση οπίου στο κολέγιο και πίνει μεγάλες ποσότητες ουίσκι κάθε βράδυ.
- Υποψήφιος Γ: Είναι παρασημοφορημένος ήρωας πολέμου. Είναι χορτοφάγος, δεν καπνίζει, πίνει περιστασιακά μπίρα και δεν είχε εξωσυζυγικές σχέσεις.

Ποιος από αυτούς τους υποψηφίους θα ήταν η επιλογή σας; Παρακαλώ αποφασίστε. Οι απαντήσεις βρίσκονται στο τέλος αυτής της ενότητας.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΗΘΙΚΗ;

Κάθε φορά που κάνουμε μια επιλογή, εννοείται ότι θα μπορούσαμε να έχουμε κάνει μια διαφορετική. Ο Δανός φιλόσοφος Soren Kierkegaard αποτυπώνει αυτή την αίσθηση όταν περιγράφει ότι στέκεται στην άκρη ενός γκρεμού. Το μόνο πράγμα που μας εμποδίζει να πέσουμε στο κενό είμαστε *εμείς* - η δυνατότητα διαφορετικών επιλογών.

Η ηθική είναι δυνατή μόνο επειδή μπορούμε να ενεργούμε ενάντια στη φύση μας, με βάση τη συνείδησή μας. Μας εμποδίζει να περιγράψουμε απλώς τι είναι πιθανό να συμβεί και μας επιτρέπει να έχουμε γνώμη για το τι *πρέπει να συμβεί*. Από όλους τους τρόπους με τους οποίους θα μπορούσατε να ενεργήσετε, ποιος είναι ο καλύτερος; Από όλες τις πιθανότητες, ποια από αυτές θα πρέπει να ακολουθήσετε; Αυτά είναι ερωτήματα που προσπαθεί να απαντήσει η ηθική.

Φυσικά, μπορείτε να απαντήσετε σε αυτό το ερώτημα *μόνο αν τολμήσετε να το θέσετε*. Είναι άνετο, ασφαλές και αρκετά συνηθισμένο να κάνουμε αυτό που πάντα γινόταν - να μεταθέτουμε την ευθύνη σε άλλους ή να εμμένουμε στο status quo. *"Η ηθική μας ζητά να αναλάβουμε την ευθύνη για τις πεποιθήσεις και τις πράξεις μας και να ζήσουμε μια ζωή που να είναι δική μας"* (The Ethics Centre, 2021).

Πριν από τον ορισμό της επιχειρηματικής ηθικής, είναι προτιμότερο να επικεντρωθούμε και να ορίσουμε την ηθική. Η λέξη ηθική προέρχεται από την ελληνική λέξη "ήθος" που σημαίνει έθιμο, συνήθεια ή "αποδεκτή συμπεριφορά". Υπάρχουν πολλοί ορισμοί της ηθικής. Στην απλούστερη εκδοχή της, η ηθική είναι ένα σύστημα ηθικών αρχών. Επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι λαμβάνουν αποφάσεις και οδηγούν τη ζωή τους. Το Chambers English Dictionary την ορίζει ως εξής: "ένα σύστημα ηθικής" και "κανόνες συμπεριφοράς". *Η ηθική προσπαθεί να μας πει τι είναι και τι δεν είναι ηθικά αποδεκτό μέσα σε μια συγκεκριμένη κοινωνία ή κουλτούρα* (Hurn, 2008). Σύμφωνα με τους Connock και Johns (1995), *η ηθική έχει να κάνει με τη δικαιοσύνη και την απόφαση για το τι είναι σωστό ή λάθος, με τον καθορισμό των πρακτικών και των κανόνων που στηρίζουν την υπεύθυνη συμπεριφορά μεταξύ ατόμων και ομάδων*. Οι Orme και Ashton (2003) αναφέρουν ότι το να είσαι ηθικός περιλαμβάνει τη λήψη μέτρων για να διασφαλιστεί ότι αυτές οι πρακτικές και οι κανόνες εφαρμόζονται με συνέπεια σε όλες τις καθημερινές & επιχειρηματικές καταστάσεις.



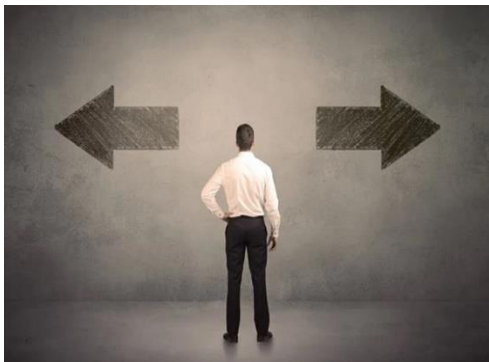
ΗΘΙΚΑ ΔΙΛΗΜΜΑΤΑ

Ένα ηθικό δίλημμα περιλαμβάνει μια κατάσταση που ωθεί ένα άτομο να αναρωτιέται ποιο είναι το "σωστό" πράγμα που πρέπει να κάνει. Τα ηθικά δίλημματα κάνουν τα άτομα να σκεφτούν τις υποχρεώσεις, τα καθήκοντα ή τις ευθύνες τους (IBE, 2021). Οι αντιλήψεις μας για την ηθική έχουν προκύψει από θρησκείες, φιλοσοφίες και πολιτισμούς. Αφορούν συζητήσεις για θέματα όπως η άμβλωση, τα ανθρώπινα δικαιώματα και η επαγγελματική συμπεριφορά. Η ηθική καλύπτει και ένα εύρος διλημάτων, όπως τα ακόλουθα :

- πώς να ζήσετε μια καλή ζωή
- τα δικαιώματα και οι ευθύνες μας
- η γλώσσα του σωστού και του λάθους
- ηθικές αποφάσεις - τι είναι καλό και τι κακό;

Τα περισσότερα ηθικά ζητήματα μας αναστατώνουν αρκετά - σκεφτείτε την άμβλωση και την ευθανασία για αρχή. Επειδή αυτά είναι τόσο συναισθηματικά ζητήματα, συχνά αφήνουμε την καρδιά μας να επιχειρηματολογήσει, ενώ το μυαλό μας απλά ακολουθεί τη ροή.

Υπάρχει όμως και ένας άλλος τρόπος αντιμετώπισης αυτών των ζητημάτων, και εδώ είναι που μπορούν να βοηθήσουν οι φιλόσοφοι - μας προσφέρουν ηθικούς κανόνες και αρχές που μας επιτρέπουν να δούμε τα ηθικά προβλήματα πιο ψύχραιμα. Έτσι, η ηθική μας παρέχει έναν ηθικό χάρτη, ένα πλαίσιο που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να βρούμε το δρόμο μας μέσα από δύσκολα ζητήματα.



Η ηθική δεν δείχνει πάντα τη σωστή απάντηση στα ηθικά προβλήματα. Πράγματι, όλο και Ουπερισσότεροι άνθρωποι πιστεύουν ότι για πολλά ηθικά ζητήματα δεν υπάρχει μία μόνο σωστή απάντηση - απλώς ένα σύνολο αρχών που μπορούν να εφαρμοστούν σε συγκεκριμένες περιπτώσεις για να δώσουν στους εμπλεκόμενους κάποιες σαφείς επιλογές. Ορισμένοι φιλόσοφοι προχωρούν ακόμη περισσότερο και λένε ότι το μόνο που μπορεί να κάνει η ηθική είναι να εξαλείψει τη σύγχυση και να αποσαφηνίσει τα ζητήματα. Μετά από αυτό, εναπόκειται στον καθένα να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα (BBC, 2021)

Η ηθική δεν είναι ο μόνος τρόπος για να καθορίσουμε πώς μπορεί να μοιάζει η "καλύτερη" απόφαση. Κάποιοι μπορεί να τη θεωρούν ως ΕΚΥίνη που προωθεί τους δικούς τους στόχους και τα συμφέροντά τους ή που αποφέρει τα περισσότερα χρήματα. Άλλοι μπορεί να εστιάζουν σε αυτό που είναι πιθανό να είναι η πιο δημοφιλής επιλογή.

Στο επίκεντρο όλων αυτών βρίσκεται ένα ψήγμα ηθικής, αλλά το καθένα από αυτά αποσπά την προσοχή από τα ζητήματα που έχουν μεγαλύτερη σημασία. Η ηθική ορίζει ως καλύτερη επιλογή ΕΚΥίνη που επιτυγχάνει με τον καλύτερο τρόπο το καλό, το σωστό και το σύμφωνο με τη φύση των εν λόγω πραγμάτων. Το Κέντρο Ηθικής αναφέρεται σε αυτά ως "αξίες", "αρχές" και "σκοπός".

- **Οι αξίες μάς λένε τι είναι καλό** - είναι τα πράγματα για τα οποία αγωνιζόμαστε, επιθυμούμε και προσπαθούμε να προστατεύσουμε.
- **Οι αρχές μάς λένε τι είναι σωστό** - περιγράφοντας πώς μπορούμε ή δεν μπορούμε να επιτύχουμε τις αξίες μας.



- **Ο σκοπός είναι ο λόγος ύπαρξής μας** - δίνει ζωή στις αξίες και τις αρχές μας.

Η ηθική είναι η διαδικασία αμφισβήτησης, ανακάλυψης και υπεράσπισης των αξιών, των αρχών και του σκοπού μας. Σχετίζεται με την ταυτότητά μας και με το να μένουμε πιστοί σε αυτό μπροστά στους πειρασμούς, τις προκλήσεις και την αβεβαιότητα. Δεν είναι και τόσο διασκεδαστικό και δεν είναι σχεδόν ποτέ εύκολο, αλλά αν δεσμευτούμε σε αυτό, δημιουργούμε τις προϋποθέσεις για να πάρουμε αποφάσεις που μπορούμε να υποστηρίξουμε, χτίζοντας μια ζωή που είναι πραγματικά δική μας και ένα μέλλον στο οποίο θέλουμε να συμμετέχουμε (The Ethics Centre, 2021).

ΑΞΙΕΣ

Οι αξίες αποτελούν το θεμέλιο της ικανότητας ενός ατόμου να κρίνει μεταξύ σωστού και λάθους, καλού και κακού, ηθικού και ανήθικου. Οι αξίες περιλαμβάνουν ένα βαθιά ριζωμένο σύστημα πεποιθήσεων. Έχουν εγγενή αξία, αλλά δεν είναι καθολικά αποδεκτές. Αυτό το σύστημα επιτρέπει σε κάθε άτομο να καθορίζει τι πρέπει και τι δεν πρέπει να είναι.

Για παράδειγμα, αν το σύστημα αξιών κάποιου βασίζεται στην ειλικρίνεια, πιθανόν να κρίνει σωστά μεταξύ της εξαπάτησης στις εισαγωγικές εξετάσεις ενός πανεπιστημίου (λάθος) και της σκληρής μελέτης για να επιτύχει στις εισαγωγικές εξετάσεις ενός πανεπιστημίου (σωστό). Αντίθετα, αν κάποιος βάζει ως προτεραιότητα την επίτευξη στόχων και την επιτυχία πάνω από την εντιμότητα, το άτομο αυτό μπορεί να επιλέξει να κλέψει στις εξετάσεις προκειμένου να επιτύχει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Αυτό σχετίζεται με το ποια αξία "αποτελεί προτεραιότητα" για το άτομο.

Αυτές οι θεμελιώδεις πεποιθήσεις είναι το βαρόμετρο που διαμορφώνει τις αποφάσεις ενός ατόμου. Οι αξίες δεν χρειάζεται απαραίτητα να είναι "συστημικές" σε μια ομάδα ανθρώπων. Αντίθετα, τείνουν να είναι ένα προσωπικό, ατομικό θεμέλιο που επηρεάζει τη συμπεριφορά ενός συγκεκριμένου ατόμου. Σε κοινωνικό επίπεδο, οι **αξίες** αυτές συχνά αποτελούν τη βάση για το τι επιτρέπεται και τι απαγορεύεται.



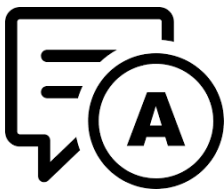
Παραδείγματα αξιών

Δεν είναι όλες οι αξίες ηθικές αξίες. Ορισμένες αξίες, όπως η αποτελεσματικότητα, δεν έχουν ηθικό στοιχείο. Ορισμένες ηθικές αξίες περιλαμβάνουν ιδιότητες ενός ηθικού εαυτού (όπως η ειλικρίνεια και η ακεραιότητα). Άλλες περιγράφουν θετική και ηθική συμπεριφορά προς τους άλλους, το περιβάλλον και την κοινωνία. *Οι ηθικές αξίες εξ ορισμού είναι θετικές και συχνά απαιτούν να ξεφεύγουμε από τα δικά μας συμφέροντα για να σεβόμαστε, να προστατεύουμε, να υπηρετούμε και να βοηθάμε τους άλλους* (Fisher Thornton, 2015).

Ένας (αρχικός) κατάλογος ηθικών αξιών

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ▪ Ανάληψη ευθυνών | ▪ Αμοιβαίο όφελος |
| ▪ Αλtruισμός | ▪ Θετική πρόθεση |
| ▪ Σεβασμός στη σωματική ακεραιότητα | ▪ Προφύλαξη (για παράδειγμα, επιλογή ασφαλών, υγιεινών συστατικών σε τρόφιμα) |
| ▪ Φροντίδα | ▪ Πρόληψη της βλάβης |
| ▪ Συμμετοχή στα Κοινά | ▪ Σεβασμός των ορίων |
| ▪ Εμπιστευτικότητα | ▪ Σεβασμός για τους άλλους |
| ▪ Ανιδιοτέλεια | ▪ Σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της αξιοπρέπειας |
| ▪ Δικαιοσύνη | ▪ Προθυμία |
| ▪ Ειλικρίνεια | ▪ Υποστήριξη της ευημερίας των άλλων |
| ▪ Συμπερίληψη | ▪ Βιωσιμότητα |
| ▪ Ακεραιότητα | ▪ Ανάληψη ευθύνης |
| ▪ Δικαιοσύνη | ▪ Διαφάνεια |
| ▪ Ευγένεια | ▪ Αξιοπιστία |
| ▪ Μακροπρόθεσμη σκέψη | ▪ Αποτίμηση των διαφορών |
| ▪ Ηθική επίγνωση | |

Οι αξίες μας καθορίζουν ποιοι είμαστε και καθοδηγούν τις επιλογές που κάνουμε. Μην αφήνετε τις καθημερινές σας αποφάσεις να είναι μια αυτοματοποιημένη διαδικασία. Επιλέξτε τις ηθικές αξίες που θα καθοδηγήσουν τη ζωή σας και την ηγεσία σας (Fisher Thornton, 2015).



ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ QUIZ

Ερώτηση αριθ. 2 απαντά:






- Ο υποψήφιος Α είναι ο Φραγκλίνος Ρούσβελτ,
- Ο υποψήφιος Β είναι ο Ουίνστον Τσόρτσιλ και
- Ο υποψήφιος Γ είναι ο Αδόλφος Χίτλερ.

...Και παρεμπιπτόντως, η απάντηση στην **ερώτηση αριθ. 1**... Αν είπατε ναι, μόλις σκοτώσατε τον Λούντβιχ βαν Μπετόβεν.



Ενότητα 2 "ΕΤΑΙΡΙΚΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ) ΗΘΙΚΗ "

Ενότητα 2 "ΕΤΑΙΡΙΚΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ) ΗΘΙΚΗ" δομή μαθημάτων.

Εικονίδιο	Επεξήγηση												
	Χρόνος - 45-60 λεπτά.												
	Υλικό: Κεφάλαιο αριθ. 1. "Θεωρητική θεμελίωση της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας": <ul style="list-style-type: none"> • Ενότητα 2 "ΕΤΑΙΡΙΚΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ) ΗΘΙΚΗ", • Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 2 V&F", 												
	Εργαλεία / πλατφόρμες για online μαθήματα: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο. 												
	Σχέδιο μαθημάτων: <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση των μαθησιακών αποτελεσμάτων των μαθημάτων, 2. Παρουσίαση κύριων θεμάτων, 3. Σχετικά με την ενότητα. Ερωτήσεις κουίζ/ απαντήσεις/ συζήτηση, 4. Παρουσίαση του θεωρητικού μέρους με πρακτικά παραδείγματα, 5. Συζήτηση, 6. Ανατροφοδότηση. 												
	Μαθησιακά αποτελέσματα των μαθημάτων: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Βασικές γνώσεις</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικής δεοντολογίας, ▪ Περιγραφή των 3 βασικών στοιχείων της επιχειρηματικής δεοντολογίας, ▪ Συσχετισμός της εταιρικής βιωσιμότητας και την εταιρικής διακυβέρνησης με την επιχειρηματική ηθική, </td> </tr> <tr> <td>Εφαρμογή</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Γιατί οι εταιρικές αξίες είναι σημαντικές, ▪ Σύνδεση των 10 αρχών του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ με την επιχειρηματική δεοντολογία, ▪ Η σημασία των 17 SDGs, </td> </tr> <tr> <td>Ενσωμάτωση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Η σημασία της εταιρικής διακυβέρνησης και της εταιρικής βιωσιμότητας, </td> </tr> <tr> <td>Ανθρώπινη διάσταση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσωπικές εμπειρίες που σχετίζονται με την εφαρμογή της ηθικής σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, </td> </tr> <tr> <td>Έμπνευση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Δέσμευση ως προς τη σημασία της εφαρμογής της επιχειρηματικής δεοντολογίας, </td> </tr> <tr> <td>Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Παραδείγματα για το πώς μια επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει τη δεοντολογία, ▪ Χρήσιμες ερωτήσεις σχετικά με την εφαρμογή της επιχειρηματικής ηθικής, </td> </tr> </tbody> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικής δεοντολογίας, ▪ Περιγραφή των 3 βασικών στοιχείων της επιχειρηματικής δεοντολογίας, ▪ Συσχετισμός της εταιρικής βιωσιμότητας και την εταιρικής διακυβέρνησης με την επιχειρηματική ηθική, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Γιατί οι εταιρικές αξίες είναι σημαντικές, ▪ Σύνδεση των 10 αρχών του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ με την επιχειρηματική δεοντολογία, ▪ Η σημασία των 17 SDGs, 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Η σημασία της εταιρικής διακυβέρνησης και της εταιρικής βιωσιμότητας, 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσωπικές εμπειρίες που σχετίζονται με την εφαρμογή της ηθικής σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Δέσμευση ως προς τη σημασία της εφαρμογής της επιχειρηματικής δεοντολογίας, 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Παραδείγματα για το πώς μια επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει τη δεοντολογία, ▪ Χρήσιμες ερωτήσεις σχετικά με την εφαρμογή της επιχειρηματικής ηθικής,
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικής δεοντολογίας, ▪ Περιγραφή των 3 βασικών στοιχείων της επιχειρηματικής δεοντολογίας, ▪ Συσχετισμός της εταιρικής βιωσιμότητας και την εταιρικής διακυβέρνησης με την επιχειρηματική ηθική, 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Γιατί οι εταιρικές αξίες είναι σημαντικές, ▪ Σύνδεση των 10 αρχών του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ με την επιχειρηματική δεοντολογία, ▪ Η σημασία των 17 SDGs, 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Η σημασία της εταιρικής διακυβέρνησης και της εταιρικής βιωσιμότητας, 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσωπικές εμπειρίες που σχετίζονται με την εφαρμογή της ηθικής σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Δέσμευση ως προς τη σημασία της εφαρμογής της επιχειρηματικής δεοντολογίας, 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Παραδείγματα για το πώς μια επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει τη δεοντολογία, ▪ Χρήσιμες ερωτήσεις σχετικά με την εφαρμογή της επιχειρηματικής ηθικής, 												
	Κύρια θέματα: <ul style="list-style-type: none"> • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ • ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ • Γιατί είναι σημαντικές οι εταιρικές αξίες; • ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ • ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ και ΕΥΘΥΝΗ; • 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ • 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης 												

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΟΤΗΤΑ:

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ

Η ηθική δεν είναι ένα σύνολο θεωριών, κανόνων και απαγορεύσεων που απευθύνονται στην επιχειρηματική ζωή και έχουν ως στόχο να εμποδίσουν τις επιχειρηματικές συναλλαγές και να αυξήσουν το κόστος. Η ηθική είναι ένα μονοπάτι που σφυρηλατείται από τη λήψη αποφάσεων και τις αντικειμενικές επιλογές που εφαρμόζονται σε αρμονία με το στόχο της ζωής του ατόμου, κρατώντας τις προσωπικές και επαγγελματικές πεποιθήσεις του.

Σύμφωνα με τον Galinsky (2008), όταν μιλάμε για επιχειρηματική ηθική, συνήθως μιλάμε για πρότυπα συμπεριφοράς στον εργασιακό χώρο καθώς και ως προς τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η επιδίωξη του πλούτου αφορά τα ακόλουθα έξι ενδιαφερόμενα μέρη: επενδυτές, πελάτες, εργαζόμενοι/ες, προμηθευτές, κυβέρνηση και κοινότητα. Η ενασχόληση με αυτά τα ενδιαφερόμενα μέρη περιλαμβάνει τη "δεοντολογία".

Οι εταιρείες που είναι γνωστές για τα υψηλά ηθικά πρότυπα έχουν συνήθως έναν κώδικα δεοντολογίας που δηλώνει ότι αντιμετωπίζουν τους πάντες με αξιοπρέπεια, ότι δεν παρουσιάζουν παραπλανητικές πληροφορίες και ότι ακολουθούν σχολαστικά τους κανόνες και τους κανονισμούς. Ως εκ τούτου, η επιχειρηματική ηθική μπορεί να οριστεί ως η εφαρμογή ηθικών και δεοντολογικών εκτιμήσεων σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον (Hurn, 2008).

Η ηθική πυξίδα μας οδηγεί σε πιο αποτελεσματικές επιχειρηματικές πρακτικές - είτε πρόκειται για τη δημιουργία πωλήσεων, είτε για τη διατήρηση των εργαζομένων, είτε για τη μείωση του κόστους των δικαστικών και κανονιστικών διαδικασιών. Για παράδειγμα, οι άνθρωποι είναι συνήθως πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλές τιμές για να αισθάνονται καλά με τα προϊόντα που αγοράζουν. Επίσης, οι εταιρείες που ακολουθούν ορισμένους ηθικούς κώδικες προσελκύουν καλύτερους ανθρώπους - και αυτοί οι άνθρωποι συχνά είναι πρόθυμοι να εργαστούν σκληρότερα με λιγότερες αμοιβές. Είναι αυτονόητο ότι οι ηθικές εταιρείες είναι λιγότερο πιθανό να υποβληθούν στον δαπανηρό έλεγχο των δικαστηρίων και των ρυθμιστικών αρχών (Galinsky, 2008). Είναι σαφές ότι υπάρχει κάποιου είδους σχέση μεταξύ της επιχειρηματικής ηθικής και της επιχειρηματικής επιτυχίας, ή καλύτερα της βιώσιμης αριστείας.

Η ύπαρξη ηθικής πυξίδας οδηγεί σε πιο αποτελεσματικές επιχειρηματικές πρακτικές:

- Οι άνθρωποι είναι συνήθως πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλές τιμές για να αισθάνονται καλά με τα προϊόντα που αγοράζουν. Σύμφωνα με την τελευταία έρευνα της Nielsen για την εταιρική υπευθυνότητα, το 55% των παγκόσμιων καταναλωτών είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για αγαθά και υπηρεσίες από εταιρείες που είναι κοινωνικά υπεύθυνες/ηθικές, ποσοστό που έχει αυξηθεί κατά 10% σε σύγκριση με τα επίπεδα του 2011. (<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2014/doing-well-by-doing-good.html>)
- Οι εταιρείες που ακολουθούν ορισμένους ηθικούς κώδικες προσελκύουν καλύτερους ανθρώπους.
- Αυτοί οι άνθρωποι είναι συχνά πρόθυμοι να εργαστούν σκληρότερα με μικρότερη αποζημίωση.
- Όταν οι εταιρείες εκτιμούν την ηθική απόδοση, η παραβατική συμπεριφορά είναι σημαντικά χαμηλότερη.
- Οι ηθικές εταιρείες είναι λιγότερο πιθανό να υποβληθούν στον δαπανηρό έλεγχο των δικαστηρίων και των ρυθμιστικών αρχών.

Επιπλέον, είναι σημαντικό να εφαρμόζεται η επιχειρηματική ηθική, επειδή:

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές **συμπράξεις**

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

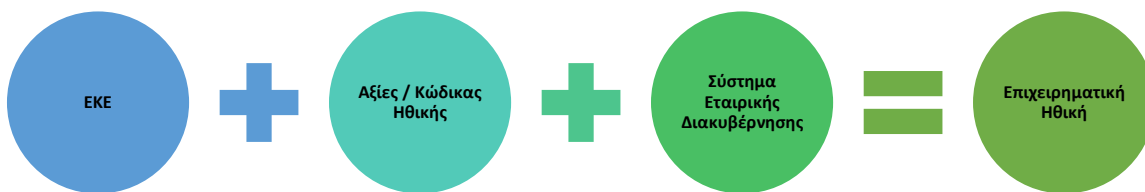
Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανάκλα τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- Ενισχύει και ενδυναμώνει την απόδοση κάθε εργαζομένου.
- Μειώνει τα ανεπιθύμητα παραπτώματα και τις τάσεις δολιοφθοράς ή την παραβίαση της εταιρικής κουλτούρας από τη συμπεριφορά των υπαλλήλων της εταιρείας.
- Αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για τον καθορισμό των αξιών της δραστηριότητας της εταιρείας και την ενίσχυση μιας "εσωτερικής κουλτούρας" που ενισχύει το δεσμό μεταξύ των εργαζομένων και ενισχύει τη διατήρησή τους.
- Προωθεί την αυτορρύθμιση από τις εταιρείες.
- Δημιουργεί μια εξωτερική (και εσωτερική) εικόνα σοβαρότητας, υπευθυνότητας και αριστείας.
- Εξισορροπεί προσωπικούς και οργανωτικούς στόχους.

Η επιχειρηματική ηθική αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι αξίες και οι αρχές ενός οργανισμού διαχέονται σε όλες τις επιχειρηματικές λειτουργίες και ενέργειες. Συνεπώς, συνδέεται στενά με τα συστήματα εταιρικής διακυβέρνησης και την Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα του οργανισμού.



ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ

Οι εταιρικές αξίες, γνωστές και ως βασικές αξίες, είναι το σύνολο των κατευθυντήριων πεποιθήσεων στις οποίες βασίζεται μια επιχείρηση. Οι εταιρικές αξίες βοηθούν τους ανθρώπους να λειτουργούν μαζί ως ένα σύνολο και διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι/ες (πρέπει να) συμπεριφέρονται. Οι βασικές αξίες ενός οργανισμού επηρεάζουν τόσο τις εσωτερικές όσο και τις εξωτερικές υποθέσεις. Καθορίζουν όχι μόνο τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι/ες αντιμετωπίζουν ο ένας τον άλλον, αλλά και την αναμενόμενη συμπεριφορά προς τους πελάτες, τους συνεργάτες και την ευρύτερη κοινότητα.

Οι αξίες της εταιρείας καθορίζουν την επιθυμητή συμπεριφορά για την επίτευξη του "γιατί" της εταιρείας. Αφού καθοριστούν, θα πρέπει να επηρεάζουν κάθε πτυχή της επιχείρησης, από τα μοντέλα ανταμοιβής, τις αμοιβές και τις πολιτικές μέχρι τις στρατηγικές αποφάσεις και τις δημόσιες σχέσεις.

Η προβολή των αξιών της εταιρείας σε ένα PowerPoint, στον τοίχο των κεντρικών της γραφείων ή σε μια εκστρατεία μάρκετινγκ δεν θα ζωντανέψει αυτές τις βασικές πεποιθήσεις.

Οι εταιρικές αξίες έχουν νόημα μόνο αν εφαρμόζονται στην πράξη. Δυστυχώς, οι περισσότερες εταιρείες έχουν μια αποσύνδεση μεταξύ των "διακηρυγμένων" αξιών και των "αξιών συμπεριφοράς", όπως έγραψε ο Nik Beeson.

Οι αξίες είναι χρήσιμες μόνο όταν εκφράζονται & εφαρμόζονται καθημερινά.

Γιατί είναι σημαντικές οι εταιρικές αξίες;

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές **συμπράξεις**

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Όταν εφαρμόζονται στην πράξη, οι σαφώς καθορισμένες βασικές αξίες είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία μιας ακμάζουσας κουλτούρας. Ακολουθούν τα βασικά οφέλη από τον καθορισμό των αξιών μιας εταιρείας.

- Οι αξίες καθοδηγούν την κοινότητα: Αν θέλετε οι υπάλληλοί σας να συμπεριφέρονται ως ομάδα, χρειάζεστε έναν κοινό κώδικα συμπεριφοράς ή έναν κώδικα δεοντολογίας (βλ. Ενότητα 3). Οι αξίες σας καθορίζουν τις πεποιθήσεις της εταιρείας σας και φέρνουν τους ανθρώπους κοντά, δημιουργώντας μια κοινότητα.
- Οι αξίες προσελκύουν τους σωστούς ανθρώπους: Οι άνθρωποι δεν εγκαταλείπουν τις εταιρείες- εγκαταλείπουν τις τοξικές κουλτούρες στο χώρο εργασίας. Οι βασικές σας αξίες καθορίζουν αυτό που πρεσβεύετε και θα σας βοηθήσουν να προσελκύσετε το ταλέντο που είναι κατάλληλο για τον οργανισμό σας.
- Οι εργαζόμενοι/ες είναι πρόθυμοι/ες να κερδίσουν λιγότερα χρήματα για να εργαστούν σε έναν οργανισμό που ευθυγραμμίζεται με τις προσωπικές τους αξίες.
- Οι εταιρικές αξίες απλοποιούν τη λήψη αποφάσεων: Είναι ευκολότερο να γίνονται επιλογές όταν όλοι γνωρίζουν τι έχει σημασία (ή όχι) για τον οργανισμό. Οι αξίες βοηθούν στον καθορισμό ξεκάθαρων προτεραιοτήτων- διευκολύνουν το να λένε "όχι" στα πράγματα που δεν ευθυγραμμίζονται με τις βασικές πεποιθήσεις τους.
- Οι βασικές αξίες ενημερώνουν τους πελάτες για το ποιο είστε: Όταν μια εταιρεία ζωντανεύει τις πεποιθήσεις της, οι συνεργάτες και οι πελάτες της γνωρίζουν τι περιμένουν (ή όχι) όταν συνεργάζονται με τον οργανισμό αυτό.
- Οι εταιρικές αξίες δημιουργούν διαφοροποίηση: Δεν αντιπροσωπεύουν απλώς αυτό που πιστεύετε, αλλά τη μοναδική σας συμπεριφορά. (Razzetti, 2020)
- Δίκαιες επιχειρηματικές πρακτικές: Έχετε συναντήσει ποτέ τη φράση "Μπορείς να βγάλεις χρήματα χωρίς να κάνεις κακό"; Όχι; Λοιπόν, είναι μία από τις 10 βασικές αξίες που έχει υιοθετήσει η Google. Οι εταιρείες συχνά παρανομούν όσον αφορά τις επιχειρηματικές τους πρακτικές στη δίψα για περισσότερα έσοδα. Αυτό θέτει σε κίνδυνο όλους όσους σχετίζονται με την εταιρεία και προκαλεί επίσης απώλεια εμπιστοσύνης και ακεραιότητας εντός του οργανισμού. Οι εταιρικές αξίες, όταν εφαρμόζονται από έναν οργανισμό στις καθημερινές του δραστηριότητες, του απαγορεύουν να καλλιεργεί οποιεσδήποτε κακές πρακτικές.



Ο προσδιορισμός και η κατανόηση των αξιών μιας εταιρείας είναι μια δύσκολη και σημαντική άσκηση. Οι αξίες της εταιρείας αποτελούν κεντρικό μέρος των αρχών της εταιρείας - και θα μεταφέρουν πού θέλει να πάει η εταιρεία και πώς θα φτάσει ΕΚΥΪ. Γνωρίζοντας καλύτερα αυτούς τους σημαντικούς παράγοντες μιας εταιρείας, μπορεί κανείς να τους χρησιμοποιήσει ως οδηγό για να κάνει την καλύτερη επιλογή σε κάθε περίπτωση.

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Σύμφωνα με τους Steiner & Steiner (2006), η εταιρική διακυβέρνηση αναφέρεται γενικά στον γενικό έλεγχο των δραστηριοτήτων μιας εταιρείας που περιλαμβάνει τη διαμόρφωση εταιρικών στόχων, στρατηγικών και σχεδίων και την κατάλληλη διοικητική δομή, προκειμένου να είναι υπεύθυνη έναντι των διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών της.

Η εταιρική διακυβέρνηση έχει καταστεί στρατηγικό και λειτουργικό επίκεντρο σχεδόν όλων των επιχειρήσεων, από τους αναδυόμενους οργανισμούς που αναπτύσσουν εταιρικές στρατηγικές έως τις μεγάλες δημόσιες εταιρείες που διαχειρίζονται μυριάδες κανονιστικές απαιτήσεις και ζητήματα μετόχων. *Βασικός πυλώνας της εταιρικής διακυβέρνησης είναι η συμμόρφωση.* (Bingham, 2009). Η συμμόρφωση αποτελεί σημαντικό θεμέλιο για την εκπλήρωση των κοινωνικών ευθυνών και πολλοί οργανισμοί κατανοούν ότι η ενδεδειγμένη συμμόρφωση είναι απαραίτητη για τη συνέχιση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Οι ανώτεροι διευθυντές συμμόρφωσης από το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ ρωτήθηκαν σχετικά με τυχόν αλλαγές στη στάση απέναντι στη συμμόρφωση μετά τη χρηματοπιστωτική κρίση και το 70% δήλωσε ότι η συμμόρφωση έχει βγει από το παρασκήνιο και επηρεάζει πλέον τις επιχειρηματικές αποφάσεις. Το 87% δήλωσε ότι διαθέτουν πλέον τους πόρους για να δημιουργήσουν μια κουλτούρα συμμόρφωσης στον οργανισμό τους. Η έρευνα που διεξήχθη από την "Complinet", πάροχο πληροφοριών σχετικά με τη συμμόρφωση και τους κανονισμούς, αποκάλυψε επίσης ότι το 88% των ερωτηθέντων πίστευε ότι πλέον "ενέπνεαν εμπιστοσύνη στην ανώτερη διοίκηση" και το 63% θεωρούσε ότι τα θέματα συμμόρφωσης είχαν γίνει πιο ουσιαστικά στον οργανισμό τους.

Η ορθή εταιρική διακυβέρνηση είναι το κλειδί για την ακεραιότητα των οργανισμών, των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και των αγορών, και έχει κεντρική σημασία για την υγεία των οικονομιών μας και τη σταθερότητά τους. Σύμφωνα με τις Αρχές Εταιρικής Διακυβέρνησης του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), το πλαίσιο Εταιρικής Διακυβέρνησης ενός οργανισμού θα πρέπει, μεταξύ άλλων να:

- Εξασφαλίζει τη στρατηγική καθοδήγηση της εταιρείας, την αποτελεσματική παρακολούθηση της διαχείρισης από το διοικητικό συμβούλιο και τη λογοδοσία του διοικητικού συμβουλίου έναντι της εταιρείας και των μετόχων.
- Διασφαλίζει την έγκαιρη και με ακρίβεια δημοσιοποίηση όλων των ουσιαστικών θεμάτων που αφορούν την εταιρεία, συμπεριλαμβανομένης της οικονομικής κατάστασης, των επιδόσεων, της ιδιοκτησίας και της διακυβέρνησης της εταιρείας.
- Προάγει τις διαφανείς και αποτελεσματικές αγορές, ώστε να συνάδουν με το κράτος δικαίου και να διατυπώνουν με σαφήνεια τον καταμερισμό των αρμοδιοτήτων μεταξύ των διαφόρων εποπτικών, ρυθμιστικών και εκτελεστικών αρχών. Να προστατεύει και να διευκολύνει την άσκηση των δικαιωμάτων των μετόχων.

Επομένως, η εταιρική διακυβέρνηση δεν αφορά μόνο τη συμμόρφωση. Αφορά τις σχέσεις και τις ευθύνες μεταξύ του διοικητικού συμβουλίου, της διοίκησης, των μετόχων και άλλων σχετικών ενδιαφερομένων μερών εντός ενός νομικού και κανονιστικού πλαισίου. Κατά συνέπεια, οι



οργανισμοί, σήμερα περισσότερο από ποτέ, χρειάζονται κάποιου είδους καθοδήγηση για το πώς πρέπει να προσεγγίζουν τα θέματα της Εταιρικής Διακυβέρνησης.

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ & ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

Η Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα (ΕΚΥ) θεωρείται γενικά ότι αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες διαχειρίζονται τις επιχειρηματικές διαδικασίες ώστε να παράγουν συνολικό θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία. Η ΕΚΥ μπορεί να οριστεί ως δέσμευση για τη βελτίωση της ευημερίας της κοινότητας μέσω διακριτικών επιχειρηματικών πρακτικών και της συνεισφοράς εταιρικών πόρων (Kotler and Lee, 2005). Η Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα είναι αναγκαστικά ένας εξελισσόμενος όρος που δεν έχει έναν τυποποιημένο ορισμό ή ένα πλήρως αναγνωρισμένο σύνολο συγκεκριμένων κριτηρίων. Με την κατανόηση ότι οι επιχειρήσεις διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και πλούτου στην κοινωνία, η ΕΚΥ γίνεται γενικά αντιληπτή ως ο τρόπος με τον οποίο οι εταιρείες διαχειρίζονται τις επιχειρηματικές διαδικασίες ώστε να παράγουν συνολικό θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία. Η ΕΚΥ είναι μια έννοια με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στην αλληλεπίδρασή τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους σε εθελοντική βάση.

Σύμφωνα με τους Kotler και Lee (2005), η Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα μπορεί να οριστεί ως δέσμευση για τη βελτίωση της ευημερίας της κοινότητας μέσω διακριτικών επιχειρηματικών πρακτικών και της συνεισφοράς εταιρικών πόρων. Δεδομένου ότι διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν προσδοκίες από τις επιχειρήσεις, τα στελέχη των επιχειρήσεων και το προσωπικό τους καλούνται να διαμορφώσουν μακροπρόθεσμες στρατηγικές προκειμένου να είναι καλός εταιρος μέσω της εφαρμογής της προώθησης εταιρικών σκοπών, του μάρκετινγκ που σχετίζεται με τους σκοπούς, του εταιρικού κοινωνικού μάρκετινγκ, των φιλανθρωπικών δραστηριοτήτων, του εθελοντισμού στην κοινότητα και των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών (Shea, 2006).

Σήμερα, η έννοια της ΕΚΥ έχει γίνει συνώνυμη της εταιρικής βιωσιμότητας και της υπεύθυνης εταιρικής συμπεριφοράς. Με άλλα λόγια, είναι συνώνυμη της εταιρικής βιωσιμότητας και υπευθυνότητας. Είναι προφανές ότι έχουμε ένα νέο ακρωνύμιο ΕΚΥ! Εταιρική βιωσιμότητα και υπευθυνότητα (ΕΒΥ)!

Η οδηγία της ΕΕ (2014/95/ΕΕ) σχετικά με τη δημοσιοποίηση μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών και πληροφοριών για την ποικιλομορφία από μεγάλες εταιρείες και ομίλους, καθώς και η ανανεωμένη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ΕΚΥ περιλαμβάνει τρία βασικά σημεία:

- Υιοθέτηση της λογικής "Συμμορφώσου ή εξήγησε", η οποία απαιτεί από τις επιχειρήσεις, εάν δεν είναι σε θέση να γνωστοποιήσουν μη χρηματοοικονομικά δεδομένα, να αναφέρουν τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει αυτό.
- Η ανανεωμένη στρατηγική αφορά όλους τους οργανισμούς που απασχολούν προσωπικό, ανεξάρτητα από το κράτος υπό το οποίο λειτουργούν (ιδιωτικό ή δημόσιο).
- Η εφαρμογή των πρακτικών ΕΚΥ και της επιχειρηματικής δεοντολογίας θα πρέπει να ακολουθεί τις 10 βασικές αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών.

Αυτά είναι πολύ σημαντικά και δείχνουν ότι η ΕΕ έχει κατανοήσει το ρόλο της ΕΚΥ και της επιχειρηματικής δεοντολογίας στην αύξηση της αποτελεσματικότητας και τελικά στη βελτίωση της συνολικής οικονομικής κατάστασης. Δεύτερον, δείχνουν την πρόθεση της ΕΕ να ασκήσει αποτελεσματικές πολιτικές που θα προωθήσουν τη σαφή και χρήσιμη λειτουργία των οργανισμών και θα αναπτύξουν μοχλούς πίεσης για τους τελευταίους, προκειμένου να ευαισθητοποιηθούν και να λειτουργήσουν με γνώμονα την Εταιρική Υπευθυνότητα προς όφελος όλων των ενδιαφερομένων μερών (εργαζόμενοι, επιχειρήσεις, κοινωνία, κράτος).



Οι 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ

Η εταιρική βιωσιμότητα ξεκινάει από το σύστημα αξιών μιας εταιρείας και από μια προσέγγιση της επιχειρηματικής δραστηριότητας που βασίζεται σε αρχές. Αυτό σημαίνει ότι λειτουργεί με τρόπους που, τουλάχιστον, ανταποκρίνονται στις θεμελιώδεις ευθύνες στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Οι υπεύθυνες επιχειρήσεις θέτουν σε εφαρμογή τις ίδιες αξίες και αρχές οπουδήποτε έχουν παρουσία και γνωρίζουν ότι οι καλές πρακτικές σε έναν τομέα δεν αντισταθμίζουν τη ζημία σε έναν άλλο. Ενσωματώνοντας τις δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ στις στρατηγικές, τις πολιτικές και τις διαδικασίες και καθιερώνοντας μια κουλτούρα ακεραιότητας, οι επιχειρήσεις όχι μόνο τηρούν τις βασικές τους ευθύνες απέναντι στους ανθρώπους και τον πλανήτη, αλλά και θέτουν τις βάσεις για μακροπρόθεσμη επιτυχία.

Οι δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών προέρχονται από: την Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, τη Διακήρυξη της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας για τις θεμελιώδεις αρχές και τα δικαιώματα στην εργασία, τη Διακήρυξη του Ρίο για το περιβάλλον και την ανάπτυξη και τη Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών κατά της διαφθοράς.

Ανθρώπινα δικαιώματα	Αρχή 1: Οι επιχειρήσεις πρέπει να υποστηρίζουν, να σέβονται και να προστατεύουν τα διεθνώς διακηρυγμένα ανθρωπίνωδικαιώματα, Αρχή 2: να διαβεβαιώνουν ότι δεν συμμετέχουν σε παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων,
Εργασία	Αρχή 3: Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υποστηρίζουν την ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι και την ουσιαστική αναγνώριση του δικαιώματος των συλλογικών διαπραγματεύσεων, Αρχή 4: να συμβάλλουν στην εξάλειψη όλων των μορφών αναγκαστικής και υποχρεωτικής εργασίας, Αρχή 5: να υποστηρίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας, Αρχή 6: να εργάζονται προς την εξάλειψη των διακρίσεων σε σχέση με την απασχόληση και το επάγγελμα,
Περιβάλλον	Αρχή 7: Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υποστηρίζουν μια προληπτική προσέγγιση των περιβαλλοντικών προκλήσεων, Αρχή 8: να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την προώθηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας, Αρχή 9: να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση τεχνολογιών φιλικών προς το περιβάλλον,
Καταπολέμηση της διαφθοράς	Αρχή 10: Οι επιχειρήσεις πρέπει να καταπολεμούν τη διαφθορά σε όλες τις μορφές της, συμπεριλαμβανομένων των εκβιασμών και της δωροδοκίας,

17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

Τον Σεπτέμβριο του 2015, και τα 193 κράτη μέλη των Ηνωμένων Εθνών υιοθέτησαν ένα σχέδιο για την επίτευξη ενός καλύτερου μέλλοντος για όλους - καθορίζοντας μια πορεία για τα επόμενα 15 χρόνια για την εξάλειψη της ακραίας φτώχειας, την καταπολέμηση της ανισότητας και της αδικίας και την προστασία του πλανήτη μας. Στο επίκεντρο της "Ατζέντας 2030" βρίσκονται οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ), οι οποίοι καθορίζουν με σαφήνεια τον κόσμο που θέλουμε - με εφαρμογή σε όλα τα έθνη και χωρίς να αφήνουν κανέναν πίσω.

Οι νέοι Παγκόσμιοι Στόχοι προκύπτουν από μια διαδικασία που ήταν πιο περιεκτική από ποτέ, με τις κυβερνήσεις να εμπλέκουν από την αρχή τις επιχειρήσεις, την κοινωνία των πολιτών και τους πολίτες. Είμαστε όλοι σύμφωνοι για το πού πρέπει να πάει ο κόσμος. Η εκπλήρωση αυτών των φιλοδοξιών θα









απαιτήσει μια άνευ προηγουμένου προσπάθεια από όλους τους τομείς της κοινωνίας - και οι επιχειρήσεις πρέπει να διαδραματίσουν πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία.



Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τους 17 ΣΒΑ μπορείτε να βρείτε στον παρακάτω σύνδεσμο:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

Ενότητα 3 "ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ (ΗΘΙΚΗ) "

Ενότητα 3 "ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ (ΗΘΙΚΗ)" δομή μαθημάτων.

Εικονίδιο	Επεξήγηση												
	Χρόνος - 45-60 λεπτά.												
	Υλικό: Κεφάλαιο αριθ. 1. "Θεωρητική θεμελίωση της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας": <ul style="list-style-type: none"> • Ενότητα 3 - "ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ (ΗΘΙΚΗ)", • Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 3 V&F", 												
	Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακό μάθημα: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο. 												
	Σχέδιο μαθημάτων: <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση των μαθησιακών αποτελεσμάτων των μαθημάτων, 2. Παρουσίαση κύριων θεμάτων, 3. Σχετικά με την ενότητα. Ερωτήσεις κουίζ/ απαντήσεις/ συζήτηση, 4. Παρουσίαση του θεωρητικού μέρους με πρακτικά παραδείγματα, 5. Συζήτηση, 6. Ανατροφοδότηση. 												
	Μαθησιακά αποτελέσματα των μαθημάτων: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Βασικές γνώσεις</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε τι είναι ένας εταιρικός κώδικας δεοντολογίας, ▪ Περιγράψτε τα βασικά βήματα για την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας, </td> </tr> <tr> <td>Εφαρμογή</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Απαριθμήστε ορισμένες βασικές εταιρικές αξίες, </td> </tr> <tr> <td>Ενσωμάτωση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Καθορίστε ένα σχέδιο για την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας, </td> </tr> <tr> <td>Ανθρώπινη διάσταση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - </td> </tr> <tr> <td>Έμπνευση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκτιμήστε τη σημασία της ύπαρξης ενός κώδικα δεοντολογίας σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, </td> </tr> <tr> <td>Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - </td> </tr> </tbody> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε τι είναι ένας εταιρικός κώδικας δεοντολογίας, ▪ Περιγράψτε τα βασικά βήματα για την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Απαριθμήστε ορισμένες βασικές εταιρικές αξίες, 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Καθορίστε ένα σχέδιο για την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας, 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκτιμήστε τη σημασία της ύπαρξης ενός κώδικα δεοντολογίας σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ -
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε τι είναι ένας εταιρικός κώδικας δεοντολογίας, ▪ Περιγράψτε τα βασικά βήματα για την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας, 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Απαριθμήστε ορισμένες βασικές εταιρικές αξίες, 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Καθορίστε ένα σχέδιο για την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας, 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εκτιμήστε τη σημασία της ύπαρξης ενός κώδικα δεοντολογίας σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ - 												
	Κύρια θέματα: <ul style="list-style-type: none"> • ΚΩΔΙΚΑΣ ΗΘΙΚΗΣ • ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΩΔΙΚΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ (ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ) 												

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΟΤΗΤΑ:**ΚΩΔΙΚΑΣ ΗΘΙΚΗΣ**

Πολλές μελέτες έχουν ασχοληθεί με το θέμα του κώδικα δεοντολογικής συμπεριφοράς. Οι Weeks και Nantel (1992) βρήκαν στοιχεία που αποδεικνύουν ότι ένας καλά κατανοητός κώδικας συνδέεται με πιο ουσιαστική ηθική συμπεριφορά αναμεταξύ των πωλητών. Στη βιβλιογραφική τους ανασκόπηση που περιλάμβανε κώδικες δεοντολογίας, οι Ford και Richardson (1994) ανακάλυψαν ότι οι κώδικες δεοντολογίας και οι εταιρικές πολιτικές για τη δεοντολογία σχετίζονται σημαντικά με υψηλότερο επίπεδο δεοντολογικής συμπεριφοράς. Ο Gray (1996) διαπίστωσε ότι η ύπαρξη ενός κώδικα δεοντολογίας μπορεί να είναι χρήσιμη για να βοηθήσει τα άτομα να αποφύγουν ηθικά επικίνδυνες καταστάσεις. Παρομοίως, ο Navran (1997) υποστήριξε ότι ένα πρόγραμμα δεοντολογίας βέλτιστων πρακτικών βοηθά τους εργαζόμενους να μην αισθάνονται ότι πρέπει να ενεργούν ανήθικα για να επιβιώσουν.

Οι Tucker κ.ά. (1999) μελέτησαν τους κώδικες δεοντολογίας των επαγγελματικών οργανώσεων και υποστήριξαν ότι η προέλευση, το περιεχόμενο και τα αποτελέσματα των εν λόγω κωδικών επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες. Οι παράγοντες αυτοί περιλαμβάνουν κοινωνικοοικονομικές και πολιτικές μεταβλητές. Παρ' όλα αυτά, πολλές ενώσεις έχουν αναπτύξει κώδικες και υποστηρίζουν ότι αυτοί βοηθούν τα μέλη τους να συμπεριφέρονται πιο δεοντολογικά.

Οι Cooper και Frank (1997) συνέκριναν επαγγελματίες στους τομείς της λογιστικής και των ασφαλίσεων και διαπίστωσαν ότι οι Ορκωτοί Ελεγκτοί Λογιστές και οι Διπλωματούχοι Ασφαλιστές Ζωής είχαν την τάση να βασίζονται περισσότερο στους αντίστοιχους κώδικες δεοντολογίας τους από ό,τι άλλες ομάδες στους εν λόγω τομείς, όταν προέκυπταν ζητήματα δεοντολογίας. Η μελέτη έδειξε επίσης ότι οι ειδικές πολιτικές της εταιρείας που έδιναν έμφαση στην ηθική συμπεριφορά, ενθάρρυναν τους εργαζόμενους/ες να μην θέτουν τους οργανωτικούς στόχους πάνω από τη δεοντολογία και διευκόλυναν τη συζήτηση των ηθικών ζητημάτων μεταξύ εργαζόμενου και προϊσταμένου, κι έτσι συνέβαλαν σε πιο ηθική συμπεριφορά.

Οι κώδικες δεοντολογίας στις διεθνείς επιχειρήσεις είναι ένα θέμα που εμφανίζεται επίσης στη βιβλιογραφία. Λόγω των πολιτισμικών διαφορών, ορισμένοι θεωρούν ότι η εφαρμογή ενός "διεθνούς" κώδικα δεοντολογίας θα ήταν δύσκολη. Ωστόσο, οι Smeltzer και Jennings (1998), αναγνωρίζοντας ότι μπορεί να είναι απαραίτητη κάποια προσαρμογή, υποστηρίζουν ότι πρέπει να αναπτυχθούν κώδικες που να θέτουν κατευθυντήριες γραμμές για τις βασικές δεοντολογικές πρακτικές σε όλους τους πολιτισμούς. Στην ίδια λογική, οι Payne et al. (1997) εξετάζουν διάφορους διεθνείς κώδικες δεοντολογίας και επιχειρούν να αναπτύξουν έναν διεθνή ενιαίο κώδικα. Οι Roth et al. (1996) συμφωνούν επίσης ότι, παρά τις διαφορές στις ηθικές πρακτικές στον κόσμο, ένας διεθνής κώδικας ηθικής συμπεριφοράς είναι εφικτός. Οι διεθνείς ενώσεις έχουν πράγματι θεσπίσει τέτοιους κώδικες.

Ο κώδικας δεοντολογίας αποσκοπεί στη δημιουργία του κεφαλαίου εμπιστοσύνης που επιτρέπει την εσωτερική συνοχή των αποφάσεων που λαμβάνονται, τη μείωση του κόστους συναλλαγών και δημιουργεί συνθήκες που διευκολύνουν τις ανθρώπινες σχέσεις στην εταιρεία, παράλληλα με τον εμπορικό δυναμισμό της.

Ένας κώδικας δεοντολογίας είναι ένα σημαντικό εργαλείο διαχείρισης που μπορεί να διαμορφώσει θετικά την κουλτούρα ενός οργανισμού. Πολλοί οργανισμοί έχουν διαπιστώσει ότι η υιοθέτηση μιας σαφώς καθορισμένης προσέγγισης σε θέματα ηθικής και δεοντολογίας βελτιώνει τη φήμη του οργανισμού, συμβάλλει στην ανάπτυξη εμπιστοσύνης μεταξύ του προσωπικού και είναι καλό για τις επιχειρήσεις. Ένας κώδικας δεοντολογίας καθορίζει τα πρότυπα συμπεριφοράς που αναμένονται από



το προσωπικό ενός οργανισμού όσον αφορά τα ηθικά διλήμματα που αντιμετωπίζουν στην εργασία τους.

Ένας καλός κώδικας δεοντολογίας είναι ένα ενεργό έγγραφο στο οποίο αναφέρεται όλο το προσωπικό του οργανισμού - όχι ένα έγγραφο που βρίσκεται σε ένα ράφι στο γραφείο ενός ανώτερου διευθυντή. Επιπλέον, ένας καλός κώδικας δεοντολογίας πρέπει να βασίζεται σε καθολικά αποδεκτές αρχές και αξίες. Ωστόσο, η μεγαλύτερη σημασία του μπορεί να είναι η συμβολή του στις σχέσεις μεταξύ της εταιρείας & των επενδυτών της. Μια εταιρεία που έχει υιοθετήσει έναν κώδικα δεοντολογίας ως τρόπο επιχειρηματικής δράσης θα αποκτήσει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση & αναγνώριση από τους επενδυτές της διασφαλίζοντας την βιωσιμότητα & την ανάπτυξη της εταιρείας.

Η δημιουργία ανεξάρτητων επιτροπών και η καθιέρωση λειτουργιών εσωτερικού ελέγχου (για σκοπούς ελέγχου) λειτουργούν ως θεματοφύλακες των αξιών της εταιρείας, της κουλτούρας δεοντολογίας και της πολιτιστικής συμπεριφοράς, διευκολύνοντας την εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας με τη διάχυση & την παρακολούθηση των λειτουργιών του. Οι επιτροπές ΕΚΥ, Διαχείρισης Ρίσκου ή ειδικές επιτροπές υγείας, ασφάλειας και περιβάλλοντος μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση να διαδώσει αποτελεσματικά την κουλτούρα της και να βοηθήσει την κοινωνία και τους εργαζόμενους/ες να την αναγνωρίσουν και να την κατανοήσουν εύκολα. Σημαντικό ρόλο στην καθιέρωση του κώδικα δεοντολογίας παίζουν η ανώτατη διοίκηση και ιδιαίτερα το Διοικητικό Συμβούλιο (ΔΣ) που θέτει το πλαίσιο και τις κατευθύνσεις για τη δόμηση του κώδικα. Εάν το ΔΣ δεν είναι σε θέση να εφαρμόσει & να υιοθετήσει τη δεοντολογία ως τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, τότε δεν είναι πιθανό να υιοθετηθεί από το υπόλοιπο προσωπικό.

Ωστόσο, δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε ότι η υιοθέτηση του κώδικα δεοντολογίας είναι μια αυθόρμητη και όχι μια αναγκαστική λειτουργία, δεδομένου ότι συνδέεται στενά με ηθικά και δεοντολογικά ζητήματα. Η αξιολόγηση της κουλτούρας μέσω της κατάλληλης αναφοράς αποτελεί βασική παράμετρο για τη συστηματική αξιολόγηση & βελτίωση ή επαναφορά του Κώδικα Εταιρικών Αξιών της επιχείρησης. Πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό ζήτημα, καθώς σήμερα οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σε πολύ πιο συχνό ρυθμό νέες προκλήσεις που τις αναγκάζουν να επανεκτιμήσουν τον τρόπο με τον οποίο βλέπουν τα ενδιαφερόμενα μέρη στο σύνολό τους. Τα πλαίσια αναφοράς GRI, ESRA, ACCA-CSR ή COSO χρησιμοποιούνται ευρέως και αναγνωρίζονται εύκολα από το κοινό και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως σημείο αναφοράς για την απεικόνιση της εταιρικής κουλτούρας.

Principles and Values

1. **Integrity:** ethical handling of personal Vs professional interests
2. **Objectivity:** compliance with laws, rules and regulations
3. **Independence:** prompt reporting appropriately
4. **Confidentiality:** enforceable without side effects
5. **Competency:** full, fair, accurate, timely, understandable report disclosures
6. **Accountability:** adherence to the code
7. **Sustainability:** be present everywhere at all times
8. **Respect for Human Life:** protect Human dignity
9. **Protect the Environment:** protecting it like our home
10. **Pursue Economic Justice:** our welfare is always part of world welfare

PRECONDITION :

- ALL ONE (code)
- ALL EQUAL (to the code)
- ALL DIFFERENT (no discrimination in code)

ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΩΔΙΚΑ ΗΘΙΚΗΣ (ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ)

1. Βεβαιωθείτε ότι έχετε συγκεντρώσει τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για την επιτυχή εκπόνηση ενός Κώδικα Ηθικής.

Νοηματοδότηση περί της αξιοπρέπειας του ανθρώπου. Τα διευθυντικά στελέχη και οι μέτοχοι, προκειμένου να αναπτύξουν αυτόν τον κώδικα, θα πρέπει να μπου σε αυτή την διαδικασία

νοηματοδότησης, περισσότερο ή λιγότερο ρητής, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο ταιριάζει στην κουλτούρα μιας εταιρείας. Μια μινιμαλιστική αντίληψη για τον άνθρωπο που δεν λαμβάνει υπόψη τα πιο ουσιώδη στοιχεία του και την αξιοπρέπειά του θα οδηγήσει σε ένα αδύναμο και επικίνδυνο θεμέλιο για την οικοδόμηση ενός κώδικα.

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Το παράδειγμα πρέπει να τίθεται ως προτεραιότητα. Είναι σημαντικό για τους ηγέτες να έχουν ή να επιδιώκουν να έχουν μια συνεπή στάση σύμφωνα με τις επιχειρηματικές αρχές που θα εγκριθούν. Το παράδειγμα που τίθεται ως προτεραιότητα, ή η απουσία του, θα είναι η επιβεβαίωση που χρειάζονται οι υφιστάμενοι για να καταλάβουν αν οι επιλεγμένες αρχές πρόκειται να εφαρμοστούν και να ακολουθηθούν ή όχι.

2. Θα πρέπει να δημιουργηθεί μια μικρή επιτροπή που θα σχηματίσει την δομή αυτής της διαδικασίας, θα φροντίσει να καθορίσει τους κατάλληλους μηχανισμούς συμμετοχής και διαβούλευσης για την επίτευξη του προαναφερθέντος στόχου, θα επιβλέπει την εισαγωγή του στην πραγματική ζωή και στο μέλλον θα συνοδεύσει την πρακτική εφαρμογή του και τον καθορισμό των κριτηρίων.

3. Δημιουργήστε ένα εσωτερικό ερωτηματολόγιο που θα υποβληθεί σε όλους & όλες τους/τις εργαζόμενους/ες της εταιρείας για να μάθετε ποιες μεγάλες αρχές θεωρούν ότι είναι σύμφωνες με αυτό που πρεσβεύει η εταιρεία και ποιες ιδέες υποστηρίζουν οι ίδιοι προσωπικά.

4. Συγκεντρώστε κάθε αποτέλεσμα και επιδιώξτε να προσδιορίσετε, σε προκαταρκτικό έγγραφο, τις αρχές και τις πρακτικές που ταιριάζουν στον κώδικά σας. Προσέξτε, ο κώδικας δεοντολογίας δεν μπορεί να δημιουργεί σύγχυση ή ακόμη και να κατέβει στο επίπεδο της τρέχουσας επιχειρηματικής κουλτούρας (κάτι που μπορεί να είναι αντιεπαγγελματικό ενδεχομένως και απερίσκεπτο). Αντίθετα, θα πρέπει να αποτελείται από κανονιστικές αρχές, που δεν εκφράζουν τον τρόπο με τον οποίο ενεργεί η πλειοψηφία, αυτό είναι όπως μπορείτε να φανταστείτε η Κοινωνιολογία.

5. Παρέχετε ελεύθερα αυτό το έγγραφο για να αναλυθεί από κάθε υπάλληλο της εταιρείας σας, ώστε να αναπτυχθεί το τελικό έγγραφο.

6. Όταν εγκριθεί το τελικό έγγραφο, οργανώστε μια εσωτερική συνάντηση για να το παρουσιάσετε και, αν είναι δυνατόν, παραδώστε ένα αντίγραφο σε κάθε εργαζόμενο αφού υπογραφεί ατομικά, προκειμένου να εδραιώσετε τη δέσμευσή σας.




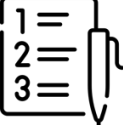


7. Δημοσιεύστε τον κώδικα στον ιστότοπο της εταιρείας, βεβαιωθείτε ότι βρίσκεται σε ορατό και προσβάσιμο σημείο, ώστε κάθε άτομο που τον επισκέπτεται να έχει πρόσβαση σε αυτόν, όχι μόνο οι εργαζόμενοι αλλά και οι διάφοροι οργανισμοί που αλληλεπιδρούν τακτικά με την εταιρεία σας.

8. Προγραμματίστε περιοδικές συναντήσεις με το διοικητικό συμβούλιο και/ή τους εργαζόμενους, προκειμένου να συζητήσετε τα θέματα δεοντολογίας και να βοηθήσετε στην ευαισθητοποίηση, τη δέσμευση και τη δημιουργία κριτηρίων, μπορείτε όποτε είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσετε πραγματικές και προσωπικές καταστάσεις από την πραγματική ζωή. Προωθήστε προγράμματα (εσωτερικά ή μη) που αποσκοπούν στην εκπαίδευση σχετικά με τη δεοντολογία γενικά ή την επιχειρηματική δεοντολογία.

9. Επιβραβεύστε όσους/ες τηρούν τον κώδικα, η επιβράβευση αυτή πρέπει να γίνεται δημόσια και δίκαια. Η ηθική είναι μια πρακτική επιστήμη που, πέρα από τις αρχές, απαιτεί τη συνεχή εφαρμογή της προκειμένου να εμπεδωθεί και να εξελιχθεί: κανείς δεν σπουδάζει για να μάθει, σπουδάζει για να πράξει.

Ενότητα 4 - "ΗΘΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ"

Ενότητα 4 - "ΗΘΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ" δομή μαθημάτων.

Εικονίδιο	Επεξήγηση												
	Χρόνος - 45-60 λεπτά.												
	Υλικό: Κεφάλαιο αριθ. 1. "Θεωρητική θεμελίωση της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας": <ul style="list-style-type: none"> • Ενότητα 4 - "ΗΘΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ", • Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 4 V&F", 												
	Εργαλεία / πλατφόρμες για online μαθήματα: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο. 												
	Σχέδιο μαθημάτων: <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση των μαθησιακών αποτελεσμάτων των μαθημάτων, 2. Παρουσίαση κύριων θεμάτων, 3. Σχετικά με την ενότητα. Ερωτήσεις κουίζ/ απαντήσεις/ συζήτηση, 4. Παρουσίαση του θεωρητικού μέρους με πρακτικά παραδείγματα και βίντεο, 5. Συζήτηση, 6. Ανατροφοδότηση. 												
	Μαθησιακά αποτελέσματα των μαθημάτων: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Βασικές γνώσεις</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις διαφορές μεταξύ ενός ηγέτη και ενός διευθυντή, ▪ Κατανοήστε τα προτερήματα ενός ηθικού διαχειριστή, ▪ Κατανοήστε τι είναι η ηθική ηγεσία, </td> </tr> <tr> <td>Εφαρμογή</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντιληφθείτε τα όρια μεταξύ ηγέτη και διευθυντή, ▪ Αναπτύξτε δεξιότητες κριτικής σκέψης για την επίλυση ηθικών ζητημάτων, </td> </tr> <tr> <td>Ενσωμάτωση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναζητήστε παραδείγματα ηθικής ηγεσίας, </td> </tr> <tr> <td>Ανθρώπινη διάσταση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναλογιστείτε πώς μπορεί κανείς να εργαστεί/συμπεριφερθεί σε ένα ηθικό - ανήθικο εργασιακό περιβάλλον, </td> </tr> <tr> <td>Έμπνευση</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Σκεφτείτε τις ηθικές προκλήσεις της ηγεσίας και της εξουσίας, </td> </tr> <tr> <td>Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαμορφώστε χρήσιμες ερωτήσεις προκειμένου να συζητήσετε με τους/τις επιχειρηματίες για την ηθική ηγεσία, </td> </tr> </tbody> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις διαφορές μεταξύ ενός ηγέτη και ενός διευθυντή, ▪ Κατανοήστε τα προτερήματα ενός ηθικού διαχειριστή, ▪ Κατανοήστε τι είναι η ηθική ηγεσία, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντιληφθείτε τα όρια μεταξύ ηγέτη και διευθυντή, ▪ Αναπτύξτε δεξιότητες κριτικής σκέψης για την επίλυση ηθικών ζητημάτων, 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναζητήστε παραδείγματα ηθικής ηγεσίας, 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναλογιστείτε πώς μπορεί κανείς να εργαστεί/συμπεριφερθεί σε ένα ηθικό - ανήθικο εργασιακό περιβάλλον, 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Σκεφτείτε τις ηθικές προκλήσεις της ηγεσίας και της εξουσίας, 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαμορφώστε χρήσιμες ερωτήσεις προκειμένου να συζητήσετε με τους/τις επιχειρηματίες για την ηθική ηγεσία,
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις διαφορές μεταξύ ενός ηγέτη και ενός διευθυντή, ▪ Κατανοήστε τα προτερήματα ενός ηθικού διαχειριστή, ▪ Κατανοήστε τι είναι η ηθική ηγεσία, 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντιληφθείτε τα όρια μεταξύ ηγέτη και διευθυντή, ▪ Αναπτύξτε δεξιότητες κριτικής σκέψης για την επίλυση ηθικών ζητημάτων, 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναζητήστε παραδείγματα ηθικής ηγεσίας, 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναλογιστείτε πώς μπορεί κανείς να εργαστεί/συμπεριφερθεί σε ένα ηθικό - ανήθικο εργασιακό περιβάλλον, 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Σκεφτείτε τις ηθικές προκλήσεις της ηγεσίας και της εξουσίας, 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαμορφώστε χρήσιμες ερωτήσεις προκειμένου να συζητήσετε με τους/τις επιχειρηματίες για την ηθική ηγεσία, 												
	Κύρια θέματα: <ul style="list-style-type: none"> • ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ = ΕΛΛΕΙΨΗ ΗΘΙΚΗΣ • ΑΠΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΗΘΙΚΗΣ • ΗΓΕΤΗΣ Ή MANAGER; • ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ • Η ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΗΓΕΣΙΑ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ 4 ΘΕΜΕΛΙΩΔΗ ΣΤΟΙΧΕΙΑ 												

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΟΤΗΤΑ:**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ = ΕΛΛΕΙΨΗ ΗΘΙΚΗΣ**

Πολλοί οικονομολόγοι και ερευνητές παραδέχονται ότι η πρόσφατη παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση έχει τις ρίζες της στην έλλειψη Ηθικής. Ο βραβευμένος με Πούλιτζερ Τόμας Φρίντμαν είπε πριν από λίγα χρόνια: *"Η ηθική δεν είναι ηθική: "Δεν χρειαζόμαστε απλώς μια οικονομική διάσωση-χρειαζόμαστε μια ηθική διάσωση. Πρέπει να αποκαταστήσουμε τη βασική ισορροπία μεταξύ των αγορών, της ηθικής και των κανονισμών μας. Δεν θέλω να σκοτώσω τα ζώδια πνεύματα που αναγκαστικά κινούν τον καπιταλισμό - αλλά ούτε και να με φάνε"*.

Παρά τις παρουσιάσεις και τις συζητήσεις που έχουν γίνει σε όλο τον κόσμο και καλύπτουν το περίπλοκο θέμα της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης του 2008 και προσπαθούν να τονίσουν και να εξηγήσουν την πολυπλοκότητα των τοξικών μέσων που δημιούργησαν την "φούσκα που έσκασε", η **ομόφωνη άποψη για τη μοναδική αιτία της κρίσης ήταν η έλλειψη ηθικής**. Η αδυναμία ενός ηθικού χρηματοπιστωτικού μοντέλου στη βάση ενός υπερφιλελευθερισμού αγνόησε την έλλειψη κάθε αισθήματος ευθύνης και τις πρακτικές που ισοδυναμούν με "οικονομικό έγκλημα". Η χρηματοοικονομική δεοντολογία απαιτεί διαφάνεια στην εργασία, ακεραιότητα και αποχή από κάθε σύγκρουση συμφερόντων. Αυτή η κρίση απαιτεί τον επαναπροσδιορισμό της διαφάνειας, της σύνεσης και των κριτηρίων χρηματοοικονομικής ρύθμισης του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος. Ο Τζορτζ Σόρος βλέπει ως μοναδική λύση: "όλο το χρηματοπιστωτικό σύστημα των ΗΠΑ πρέπει να επανεξεταστεί".

Η ηγεσία του χρηματοπιστωτικού τομέα απέτυχε να τηρήσει τις δύο βασικότερες αρχές των επιχειρήσεων: να εξυπηρετεί τους πελάτες μακροπρόθεσμα και να συμβάλλει στη διασφάλιση υγιών αγορών. Η αποτυχία αυτή ανέδειξε την ανάγκη αναμόρφωσης του ηθικού κώδικα της ηγεσίας ώστε να λαμβάνει υπόψη πολυδιάστατα χαρακτηριστικά όπως:

1. Εστίαση στην εξυπηρέτηση των πελατών τους και όλων των συνιστωσών του ιδρύματος και όχι σε χαρισματικούς ηγέτες που επιδιώκουν χρήματα, δόξα και εξουσία για τον εαυτό τους.
2. Ακεραιότητα να λένε όλη την αλήθεια, να παραδέχονται τα λάθη τους και να αναγνωρίζουν τις αδυναμίες τους.
3. Ταχεία προσαρμογή στις νέες πραγματικότητες
4. Ανθεκτικότητα για να ανακάμψουν μετά από καταστροφικές απώλειες. Η ανθεκτικότητα επιτρέπει στους ηγέτες να αποκαταστήσουν την εμπιστοσύνη, ενδυναμώνοντας τους ανθρώπους να δημιουργήσουν νέες λύσεις που χτίζουν σπουδαίους θεσμούς για το μέλλον.

Ο πυρήνας της ανάγκης για Επιχειρηματική Δεοντολογία υπογραμμίστηκε με μεγάλη επιτυχία από τον Gurría (2009) στο τελευταίο Ευρωπαϊκό Φόρουμ Επιχειρηματικής Δεοντολογίας, όπου τέθηκαν τα θεμέλια της νέας εποχής στον κώδικα Επιχειρηματικής Δεοντολογίας. Όπως επισημάνθηκε, ένα από τα κύρια διδάγματα της κρίσης είναι ότι οι επιχειρήσεις και οι αγορές δεν μπορούν να αυτοκυβερνηθούν. Η χρηματοοικονομική καινοτομία θυσίασε την επιχειρηματική ηθική για χάρη του έκτακτου κέρδους. Η αναδιαμόρφωση του διεθνούς χρηματοπιστωτικού συστήματος πρέπει να εγγυάται διαφανή συστήματα κινήτρων για τα στελέχη, όπου η επιχειρηματική ηθική απορρέει από τη διαφάνεια, την αντικειμενικότητα, την αξιοπιστία, την ειλικρίνεια και τη σύνεση. Ένα ενισχυμένο παγκόσμιο πολυμερές ρυθμιστικό πλαίσιο είναι το βασικό πλεονέκτημα για την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης στο σύστημα.

Η μεταρρύθμιση του χρηματοπιστωτικού τομέα θα πρέπει να περιλαμβάνει και τους πέντε πυλώνες της κοινωνίας: πολιτική, επιχειρήσεις, ακαδημαϊκή κοινότητα, πνευματικότητα/θρησκεία και κοινωνία των πολιτών. Στην παρούσα φάση, η ηθική θα μπορούσε να γίνει το θεμέλιο πάνω στο οποίο μπορεί να οικοδομηθεί το μέλλον, καθώς "η ηθική, όπως και η αισιοδοξία, είναι ένα ηθικό καθήκον και παρουσιάζει μια ευκαιρία - μια επιχειρηματική ευκαιρία" (Aernoudt, 2008).

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Οι έρευνες δείχνουν ότι το κοινό αντιλαμβάνεται ότι η επιχειρηματική ηθική βρίσκεται σε παρακμή. Αν υποθέσουμε ότι η επιχειρηματική ηθική έχει μειωθεί ή, τουλάχιστον, ότι υπάρχει η αντίληψη ότι έχει μειωθεί, πού έγκειται η σημασία της; Έχει πραγματικά σημασία αν περισσότεροι επιχειρηματίες διαπράττουν ανήθικες πράξεις (ή τουλάχιστον συλλαμβάνονται συχνότερα); Ναι! Έχει σημασία για δύο λόγους:

1. Πρώτον, η παρακμή της ηθικής είναι κακή για τις επιχειρήσεις και αντικατοπτρίζει τη διάβρωση των αρχών που απαιτούνται για μια οργανωμένη και λειτουργική σύγχρονη τεχνική κοινωνία. Το οικονομικό σύστημα των ΗΠΑ βασίζεται σε μια σειρά αξιών: εμπιστοσύνη, ειλικρίνεια, τήρηση των δεσμεύσεων (συμβόλαια), σεβασμός της ιδιοκτησίας των άλλων, συνεργασία. Φυσικά, πάντα υπήρχαν παραδείγματα τεράστιων καταχρήσεων, εκμετάλλευσης και παραπτώματων. Αλλά όπως σημειώνει ο Bowie (1997), μια ελάχιστη "ηθική της αγοράς" είναι προϋπόθεση για την επιχειρηματική επιτυχία. Μια αποτελεσματική αγορά χρειάζεται πρότυπα συμπεριφοράς που βασίζονται σε κάποιο επίπεδο αλήθειας και εμπιστοσύνης.

Ένα άρθρο του πρώην προέδρου της IBM, John Akers (1989), συσχετίζει έντονα την αμερικανική ανταγωνιστικότητα με την ηθική: *"Καμία κοινωνία δεν θα ανταγωνιστεί με μεγάλη επιτυχία με ανθρώπους που μαχαιρώνουν ο ένας τον άλλον- πισώπλατα- με ανθρώπους που προσπαθούν να κλέψουν ο ένας τον άλλον- ... είναι μια συνταγή για ένα έθνος να γίνει σπάταλο, αναποτελεσματικό και μη ανταγωνιστικό- ... όσο μεγαλύτερο είναι το μέτρο της αμοιβαίας εμπιστοσύνης και της εμπιστοσύνης στην ηθική της κοινωνίας, τόσο μεγαλύτερη είναι η οικονομική της δύναμη".* Ο Silk (1989) συμφωνεί ότι η ανήθικη συμπεριφορά *"θα δημιουργήσει έναν κόσμο σκυλοφαγίας στον οποίο όλοι τελικά χάνουν οι ηθικές αρχές αποτελούν μια από τις ισχυρότερες δυνάμεις για τη διατήρηση μιας κοινωνίας υγιούς και αναπτυσσόμενης"*.

2. Δεύτερον, η παρακμή της επιχειρηματικής ηθικής είναι κακή επιχείρηση. Τα ενδιαφερόμενα μέρη της είναι σημαντικοί αξιολογητές της ηθικής συμπεριφοράς των επιχειρήσεων: τα μεμονωμένα στελέχη, οι ομότιμοι διευθυντές, οι εργαζόμενοι, η κοινωνία γενικότερα, η κυβέρνηση και - το σημαντικότερο - οι πελάτες.

Ανεξάρτητα από την προέλευσή τους, ηθικά πρότυπα και προσδοκίες υπάρχουν για όλες τις επιχειρήσεις και τα στελέχη. Οι managers και οι επιχειρήσεις αναμένεται να ενεργούν με ηθικό τρόπο (Gilmore, 1986). Μια σημαντική δυσκολία για τους managers, με την προϋπόθεση ότι επιλέγουν να ενεργούν ηθικά, είναι ο προσδιορισμός των τρεχόντων ή μελλοντικών ηθικών προτύπων. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα δύσκολο για τους managers σε πολυεθνικούς οργανισμούς που πρέπει να διαχειριστούν ποικίλες ηθικές προσδοκίες από διαφορετικές ξένες κουλτούρες. Συχνά, τα ηθικά πρότυπα δεν εκφράζονται ρητά, ωστόσο οι managers εξακολουθούν να λογοδοτούν στα "υποτιθέμενα ή κοινώς αντιληπτά" πρότυπα.

Η πολυπλοκότητα της σύγχρονης κοινωνίας και των επιχειρήσεων αυξάνει τη δυσκολία προσδιορισμού του ηθικού πλαισίου των ενεργειών των διευθυντών. Δεν υπάρχει μεγάλο πρόβλημα στον προσδιορισμό ορισμένων ενεργειών ως ανήθικων: υπεξαίρεση ενός καταπιστεύματος- χρήση των περιουσιακών στοιχείων ενός εργοδότη για προσωπική επιχείρηση- άσκηση αποκάλυπτων φυλετικών διακρίσεων.

Ωστόσο, άλλες επιχειρηματικές ενέργειες μπορεί να είναι πιο δύσκολο να χαρακτηριστούν με όρους δεοντολογίας: Αποτελεί ανήθικη πράξη διάκριση λόγω φύλου η άρνηση σε μια γυναίκα, που βρίσκεται σε ηλικία τεκνοποίησης, να εργαστεί σε ένα εργοστάσιο που περιέχει τοξικά χημικά; Ή

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

μήπως το να της επιτραπεί να εργαστεί εκεί αποτελεί ανήθικη πράξη αδιαφορίας προς την υγεία της που σχετίζεται με τη βιομηχανία; Οι πρόσφατες αποφάσεις του Ανώτατου Δικαστηρίου δεν απαντούν σε αυτό το ηθικό ερώτημα- θέτουν απλώς νομικά προηγούμενα για δικαστικές διαμάχες.

ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΚΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΗΘΙΚΗΣ

Για να εδραιώσουμε την ηθική πρέπει να:

- (1) διδαχθεί η ηθική στα σχολεία,
- (2) αναπτυχθούν κώδικες δεοντολογικής συμπεριφοράς,
- (3) δημιουργηθούν καλύτεροι μηχανισμοί παρακολούθησης και υποβολής εκθέσεων, και
- (4) **δοθεί χώρος σε Ηθικούς Ηγέτες**

ΗΓΕΤΗΣ Ή MANAGER;

Τι είναι η **Ηγεσία**; Η ηγεσία είναι η τέχνη της κινητοποίησης των άλλων ώστε να θέλουν να αγωνιστούν για κοινές φιλοδοξίες (Kouzes & Posner, 1995). Η ηγεσία είναι μια ιερή εμπιστοσύνη που κερδίζεται μέσω του σεβασμού των άλλων (Gosling & Mintzberg, 2003).

Πάντα ακουγόταν ότι η διοίκηση / διαχείριση είναι ζωτικής σημασίας, αλλά για να κάνει κανείς το βήμα παραπάνω πρέπει να ξέρει πώς να ηγείται. Ο/η ηγέτης δεν πρέπει να σταματήσει να είναι διαχειριστής. Ένας/μία ηγέτης που χάνει το έδαφος μπορεί να γίνει διασπαστικός, μεγαλομανής, ασήμαντη φιγούρα και τελικά απειλή για τους οργανισμούς.

Η αύξηση της συνειδητοποίησης του ρόλου που αναλαμβάνουμε σήμερα και των συνεπειών του σε σχέση με την ομάδα μας είναι το 1ο βήμα για να μπορέσουμε να μετακινηθούμε από το ρόλο του Αφεντικού (manager) στον Ηγέτη.

- Δημιουργήστε ένα όραμα για το μέλλον που να εμπνέει τους ανθρώπους
- Κινηθείτε ως εξής: Μεγαλύτερη καινοτομία | έντονη τάση στην αλλαγή: ομαδική και ευέλικτη επιχείρηση και αποφυγή διαχείρισης με βάση τον φόβο
- Ταυτιστείτε με τους ανθρώπους και την εταιρεία (αίσθηση του ανήκειν και της συμμετοχής)
- Διευκολύνετε την ανάπτυξη της ομάδας και του δυναμικού της (κίνητρα, αποφασιστικότητα, φιλοδοξία)
- Τοποθετήστε το κοινό καλό πάνω από τα συμφέροντά σας



ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ:

Ερώτηση αριθ. 1: Τι κάνει κάποιον/α αποτελεσματικό/ή ηγέτη σε σχέση με κάποιον/α που απλώς κατέχει μια διοικητική ή ηγετική θέση;

Ερώτηση αριθ. 2: Μπορείτε να αναλογιστείτε πρότερες εργασιακές εμπειρίες που αφορούν την διοίκηση και την ηθική της;

Οι ηγέτες (και οι managers) καθώς και οι εταιρείες αναμένεται να ενεργούν με ηθικό τρόπο. Θα πρέπει πάντα να θυμόμαστε ότι **υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ αυτού που έχετε δικαίωμα να κάνετε και αυτού που είναι σωστό να κάνετε.**

Είμαστε όλοι μοναδικοί και ο καθένας & η καθεμία από εμάς μπορεί να επικαλεστεί διαφορετικά χαρακτηριστικά και στρατηγικές ηγεσίας.

Ωστόσο, είναι αναπόφευκτο γεγονός ότι οι προσδοκίες των εργαζομένων σε σχέση με τους/τις ηγέτες τους έχουν αλλάξει. Αναμένουν όραμα, επικοινωνία, διαφάνεια και ενδιαφέρον για την ανάπτυξη και την ευημερία τους. Περιμένουν από αυτούς να είναι αρχηγοί, προπονητές και όχι απλώς διευθυντές.

Η ηθική για τους/τις ηγέτες των επιχειρήσεων περιλαμβάνει μια σειρά από συμπεριφορές που εφαρμόζουν τις **αξίες που** πρεσβεύει η ίδια η διοίκηση, οι προϊστάμενοι και οι υφιστάμενοί του, η κοινωνία γενικότερα και, κυρίως, οι πελάτες.

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

**ΒΙΝΤΕΟ:**

Βίντεο Νο 1: Any Given Sunday (ομιλία πριν από το παιχνίδι):

<https://www.youtube.com/watch?v=oSDhhZtRwFU>

Βίντεο Νο 2: Το σκάνδαλο Enron: <https://www.youtube.com/watch?v=Ml2O1bH8pww>

**ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ:**

Ερώτηση αριθ. 3: Μπορείτε να προσδιορίσετε τα στοιχεία της ηθικής ηγεσίας;

Ερώτηση αριθ. 4: Με βάση τις γνώσεις σας για τη Δεοντολογία, μπορείτε να εντοπίσετε στοιχεία ανήθικης ηγεσίας στο δεύτερο βίντεο;

Γιατί η ηθική και η εμπιστοσύνη που οικοδομούν είναι καλές για τις επιχειρήσεις;

- ✓ Η ηθική παρέχει **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα**: Οι πελάτες και οι καλοί υπάλληλοι προτιμούν να συνεργάζονται με αυτούς που εμπιστεύονται.
- ✓ Η ηθική προσδίδει **αξιοπιστία**: Οι άνθρωποι πιστεύουν εύκολα αυτούς που εμπιστεύονται.
- ✓ Η ηθική καθιστά τους οργανισμούς **πιο αποτελεσματικούς**: Η εμπιστοσύνη καθιστά τη λήψη αποφάσεων ταχύτερη και οικονομικότερη.
- ✓ Η ηθική **ενισχύει την αυτοπεποίθηση**: Οι άνθρωποι σε μια κουλτούρα που δημιουργεί εμπιστοσύνη αισθάνονται καλύτερα για τη δουλειά τους και τον εαυτό τους.
- ✓ Η ηθική **ενισχύει την αφοσίωση**: Η εμπιστοσύνη χτίζει την αφοσίωση των πελατών και των εργαζομένων.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ

Τι χρειάζεται λοιπόν για να είναι κανείς ηθικός ηγέτης και ηθικός εργαζόμενος; Χρειάζονται αρχές, ώστε οι αποφάσεις να διέπονται από ηθικές αξίες όπως η ειλικρίνεια, ο σεβασμός, η υπευθυνότητα και η δικαιοσύνη. Χρειάζεται εμπιστοσύνη στις ειλικρινείς αναφορές, ένα περιβάλλον όπου είναι δυνατή η διαφωνία, όπου όλοι οι παίκτες της ομάδας είναι αξιόπιστοι και φερέγγυοι. Χρειάζεται θάρρος, ώστε οι ηγέτες και οι εργαζόμενοι/ες να επιδεικνύουν ακεραιότητα και να πράττουν το σωστό, ακόμη και όταν αυτό είναι δύσκολο ή δαπανηρό. Και ενώ αυτά μπορεί να μην εγγυώνται μια υπέροχη ετήσια έκθεση ή μια απότομη άνοδο της τιμής της μετοχής, εγγυώνται τον αυτοσεβασμό και τον σεβασμό των άλλων. Όλοι σε έναν οργανισμό, από τους ηγέτες μέχρι τους εργαζόμενους, πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι *υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ αυτού που έχετε το δικαίωμα να κάνετε και αυτού που είναι σωστό να κάνετε*.

Σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να επισημανθεί ότι η διεθνής βιβλιογραφία αναφέρει ότι υπάρχουν τρεις κατηγορίες διοικητικής ηθικής που ξεχωρίζουν όσον αφορά τις ηθικές και δεοντολογικές αρχές στις επιχειρηματικές υποθέσεις. Σύμφωνα με τους Thompson, Strickland και Gamble (2007) οι τρεις αυτές κατηγορίες είναι οι εξής:

α. Η ηθική διοίκηση - Οι ηθικοί managers είναι αφοσιωμένοι σε υψηλά πρότυπα ηθικής συμπεριφοράς, τόσο στις δικές τους πράξεις όσο και στις προσδοκίες τους για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να διεξάγονται οι επιχειρηματικές δραστηριότητες της εταιρείας.

β. Η ανήθικη διοίκηση - Οι ανήθικοι managers δεν λαμβάνουν υπόψη τους τα λεγόμενα ηθικά πρότυπα στις επιχειρήσεις και δεν δίνουν καμία σημασία στις ηθικές αρχές κατά τη λήψη αποφάσεων και τη διεξαγωγή των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας.

γ. Η χωρίς την παραμικρή παρουσία ηθικής διοίκηση - Οι χωρίς ηθική managers εμφανίζονται σε δύο μορφές: ο σκόπιμα ανήθικος manager και ο ακούσια ανήθικος manager. Οι εσκεμμένα ανήθικοι managers πιστεύουν συνειδητά ότι η επιχείρηση και η ηθική δεν πρέπει να αναμειγνύονται, επειδή ισχύουν διαφορετικοί κανόνες στις επιχειρήσεις σε σχέση με άλλα πεδία της ζωής. Οι ακούσια

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.

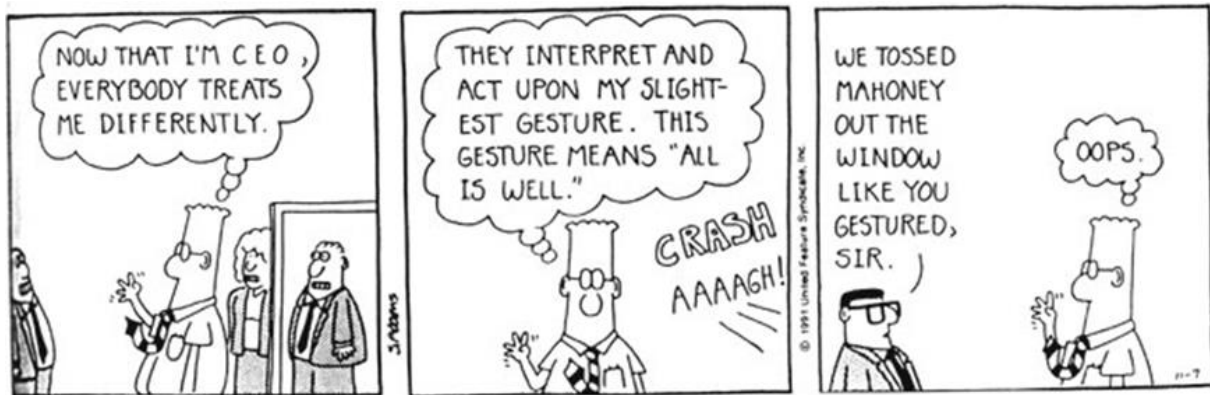


Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ανήθικοι managers δεν δίνουν ιδιαίτερη σημασία ούτε στην έννοια της επιχειρηματικής ηθικής, αλλά για διαφορετικούς λόγους. Δεν βλέπουν καμιά αιτιώδη σχέση ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα και την ηθική, δεν επενδύουν σε τέτοια φιλοσοφία ως προς την λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων ή εταιρικών δραστηριοτήτων, ούτε αντιλαμβάνονται ότι η απουσία ηθικής έχει επιζήμιες επιπτώσεις σε άλλους - εν ολίγοις, είναι απλώς τυφλοί απέναντι στην ηθική διάσταση των αποφάσεων και των επιχειρηματικών ενεργειών.

Ο Steiner (2000) περιγράφει τέσσερα επίπεδα επιχειρηματικής δεοντολογίας στα οποία αξιολογείται ο manager:

1. Το επιχειρηματικό σύστημα, με εκτιμήσεις σχετικά με τη συνολική επίδραση των (καπιταλιστικών) επιχειρήσεων στην κοινωνία,
2. Η βιομηχανία, με τους επιμέρους κλάδους να έχουν διαφορετικά ηθικά πρότυπα: π.χ. μια φαρμακευτική εταιρεία έναντι ενός κινηματογραφικού στούντιο,
3. Ο οργανισμός, με τις επιμέρους εταιρείες να έχουν μεγάλη ποικιλία προτύπων συμπεριφοράς: π.χ., Ben and Jerry's vs. Dreyers εταιρείες παγωτού,
4. Η διοίκηση, με κάθε άτομο να είναι υπεύθυνο για τη συμπεριφορά του.



Ηθική ηγεσία σημαίνει να γνωρίζεις τις βασικές σου αξίες και να έχεις το θάρρος να τις ζεις σε όλες τις πτυχές της ζωής σου στην υπηρεσία του κοινού καλού.

Θα είστε το ίδιο άτομο στη δουλειά; Στο σπίτι; Στην κοινότητα; Θα έχετε το θάρρος να σέβετε τις αξίες σας όταν υπάρχει πίεση για συμβιβασμό ή εκλογίκευση; Πώς συμβάλλουν οι αξίες σας στο κοινό καλό;



ΒΙΝΤΕΟ:

Παρακαλείστε να παρακολουθήσετε τα παρακάτω βίντεο και να συζητήσετε με τους συμμετέχοντες/ουσες:

<https://www.youtube.com/watch?v=GPeZ6viNgY>

Η ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΗΓΕΣΙΑ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ 4 ΘΕΜΕΛΙΩΔΗ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

"Ο καθένας μπορεί να θυμώσει - αυτό είναι εύκολο. Αλλά το να θυμώσεις με το σωστό άτομο, στο σωστό βαθμό, τη σωστή στιγμή, για το σωστό σκοπό και με το σωστό τρόπο - αυτό δεν είναι διόλου εύκολο".

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Αριστοτέλης, «Ηθικά Νικομάχεια»

Η ηγεσία συνδέεται στενά με τα συναισθήματά μας. Η ηγεσία είναι το αποτέλεσμα της προσωπικής μας ανάπτυξης. Εδώ μπορούμε να συνοψίσουμε τα προηγούμενα συμπεράσματά μας χρησιμοποιώντας τα αποτελέσματα από τις εισαγωγικές ασκήσεις μαζί με τα αποτελέσματα των ασκήσεων των βασικών αξιών και να τους δείξουμε πώς τα συναισθήματα οδηγούν στην προσωπική ανάπτυξη και τελικά στην Ηγεσία.

Ο Daniel Goleman δημιούργησε ένα πλαίσιο των κύριων συστατικών ενός επιτυχημένου ηγέτη. Αυτά τα τέσσερα χαρακτηριστικά μπορούν να συνδυαστούν με το υλικό από το πορτογαλικό "*Learning and Doing*" που συσχετίζει αυτά τα χαρακτηριστικά με τις τέσσερις αρχές.

Η αυτογνωσία μας επιτρέπει να ενεργούμε με αυθεντικότητα και χωρίς παρωπίδες. Τα "συστατικά" της επίτευξης της αυτογνωσίας είναι τα εξής:

- Συναισθηματική αυτογνωσία = αναγνώριση των συναισθημάτων και των επιπτώσεών τους,
- Ακριβής αυτοαξιολόγηση = γνώση των εσωτερικών πόρων, ικανοτήτων και ορίων του ατόμου,
- Αυτοπεποίθηση = ισχυρή αίσθηση της αυτοεκτίμησης και των ικανοτήτων του ατόμου,

Η αυτοδιαχείριση μας επιτρέπει να ενεργούμε με πνευματική διαύγεια, ενέργεια και εστίαση. Τα "συστατικά" της αυτοδιαχείρισης είναι:

- Συναισθηματικός αυτοέλεγχος = έλεγχος των διαταραγμένων συναισθημάτων και παρορμήσεων,
- Αξιοπιστία = διατήρηση της ακεραιότητας και ανάληψη ευθύνης για την προσωπική απόδοση,
- Ευσυνειδησία = αυτοπειθαρχία και σχολαστικότητα στην τήρηση των ευθυνών,
- Προσαρμοστικότητα = Ευελιξία στην ανταπόκριση στις αλλαγές,
- Επίτευξη στόχων = Προσπάθεια για βελτίωση ή επίτευξη ενός προτύπου αριστείας,
- Πρωτοβουλία = Επίδειξη ενεργητικότητας και επιμονής,

Η κοινωνική επίγνωση μας επιτρέπει να ενεργούμε κατάλληλα για το εκάστοτε πλαίσιο. Τα "συστατικά" της κοινωνικής επίγνωσης είναι τα εξής:

- Ενσυναίσθηση = αντίληψη των συναισθημάτων και των προοπτικών των άλλων και ενεργό ενδιαφέρον για τις ανησυχίες τους,
- Προσανατολισμός στις υπηρεσίες = πρόβλεψη, αναγνώριση και ικανοποίηση των αναγκών των πελατών,
- Οργανωσιακή ευαισθητοποίηση = ανάγνωση των κοινωνικών και πολιτικών ρευμάτων στον οργανισμό,

Η Διαχείριση Σχέσεων μάς επιτρέπει να καθοδηγήσουμε τον συναισθηματισμό ατόμων και ομάδων. Τα "συστατικά στοιχεία" της διαχείρισης σχέσεων είναι τα εξής:

- Ανάπτυξη των άλλων = ανίχνευση των αναπτυξιακών αναγκών των άλλων και ενίσχυση των ικανοτήτων τους,
- Επιρροή = αποτελεσματική τακτική πειθούς,
- Επικοινωνία = ακούω ανοιχτά και μεταδίδω πειστικά μηνύματα,
- Διαχείριση συγκρούσεων = διαπραγμάτευση και επίλυση συμφωνιών,
- Ηγεσία με όραμα = έμπνευση και καθοδήγηση ατόμων και ομάδων:
 - ✓ Καταλύτης αλλαγής = Έναρξη ή διαχείριση της αλλαγής,
 - ✓ Οικοδόμηση δεσμών = Προστασία οργανικών σχέσεων,
 - ✓ Ομαδική εργασία και συνεργασία = δημιουργία ομαδικής συνέργειας για την επιδίωξη συλλογικών στόχων,



Για να γίνουν πιο ηθικοί, οι ηγέτες πρέπει να αλλάξουν!

Προσωπικοί πόροι για τη διαχείριση της αλλαγής:

- Ξεκινήστε ένα μονοπάτι προβληματισμού και αυτογνωσίας,
- Μοιραστείτε τη μάθηση,
- Εξασκηθείτε τακτικά,
- Εξοικειωθείτε με το μονοπάτι αντί απλώς να το περπατήσετε,
- Έχετε επίγνωση της αυτοεξέλιξης, της αυτονομίας και της ευημερίας,
- Ενεργήστε αναλόγως,
- Όλα αποτελούν καλές ευκαιρίες για αυτοαναστοχασμό, μάθηση και πρακτική.



ΒΙΝΤΕΟ:




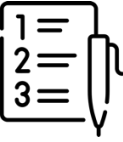


Ζητήστε από τους/τις συμμετέχοντες/ουσες να παρακολουθήσουν το ακόλουθο βίντεο με μια μελέτη περίπτωσης πριν από το μάθημα και να το συζητήσουν κατά τη διάρκεια του μαθήματος.

<https://www.youtube.com/watch?v=8zGFvzMMO9w>



Ενότητα 5 "ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ "

Ενότητα 5 "ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ" δομή μαθημάτων.

	Επεξήγηση Χρόνος - 45-60 λεπτά.												
	Υλικό: Κεφάλαιο αριθ. 1. "Θεωρητική θεμελίωση της ηθικής επιχειρηματικής διδασκαλίας": <ul style="list-style-type: none"> • Ενότητα 5 - "ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ", • Παρουσίαση Power Point - "Ενότητα 5 V&F", 												
	Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακό μάθημα: <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο. 												
	Σχέδιο μαθημάτων: <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση των μαθησιακών αποτελεσμάτων των μαθημάτων, 2. Παρουσίαση κύριων θεμάτων, 3. Σχετικά με την ενότητα. Ερωτήσεις κουίζ/ απαντήσεις/ συζήτηση, 4. Παρουσίαση του θεωρητικού μέρους με πρακτικά παραδείγματα, 5. Άσκηση βασικών αξιών, 6. Συζήτηση, 7. Ανατροφοδότηση. 												
	Μαθησιακά αποτελέσματα των μαθημάτων: <table border="1" data-bbox="395 1115 1385 1473"> <tr> <td data-bbox="395 1115 703 1211">Βασικές γνώσεις</td> <td data-bbox="703 1115 1385 1211"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε τι είναι η ηθική επιχειρηματικότητα, ▪ Να γνωρίζετε τις διαστάσεις της ηθικής επιχειρηματικότητας, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1211 703 1249">Εφαρμογή</td> <td data-bbox="703 1211 1385 1249"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανακαλύψτε πώς να γίνετε ηθικός επιχειρηματίας, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1249 703 1288">Ενσωμάτωση</td> <td data-bbox="703 1249 1385 1288"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1288 703 1348">Ανθρώπινη διάσταση</td> <td data-bbox="703 1288 1385 1348"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εντοπίστε επιχειρηματίες που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1348 703 1386">Έμπνευση</td> <td data-bbox="703 1348 1385 1386"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις δικές σας βασικές αξίες, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1386 703 1473">Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td data-bbox="703 1386 1385 1473"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διατυπώστε χρήσιμες ερωτήσεις προκειμένου να συζητήσετε με τους επιχειρηματίες για την ηθική επιχειρηματικότητα, </td> </tr> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε τι είναι η ηθική επιχειρηματικότητα, ▪ Να γνωρίζετε τις διαστάσεις της ηθικής επιχειρηματικότητας, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανακαλύψτε πώς να γίνετε ηθικός επιχειρηματίας, 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας, 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εντοπίστε επιχειρηματίες που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα, 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις δικές σας βασικές αξίες, 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διατυπώστε χρήσιμες ερωτήσεις προκειμένου να συζητήσετε με τους επιχειρηματίες για την ηθική επιχειρηματικότητα,
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανοήστε τι είναι η ηθική επιχειρηματικότητα, ▪ Να γνωρίζετε τις διαστάσεις της ηθικής επιχειρηματικότητας, 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανακαλύψτε πώς να γίνετε ηθικός επιχειρηματίας, 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας, 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εντοπίστε επιχειρηματίες που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα, 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αναγνωρίστε τις δικές σας βασικές αξίες, 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διατυπώστε χρήσιμες ερωτήσεις προκειμένου να συζητήσετε με τους επιχειρηματίες για την ηθική επιχειρηματικότητα, 												
	Κύρια θέματα: <ul style="list-style-type: none"> • ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ; • ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ; • ΠΩΣ ΝΑ ΓΙΝΕΤΕ ΕΝΑΣ/ΜΙΑ ΗΘΙΚΟΣ/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ; 												

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΝΟΤΗΤΑ:

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ;

Η ηθική επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια που οδηγεί σε μια ολιστική ανάπτυξη ολόκληρου του επιχειρηματικού οικοσυστήματος, όχι μόνο της δικής μας επιχείρησης. Πρόκειται για την υιοθέτηση ηθικών επιχειρηματικών πρακτικών που συμβάλλουν στην προώθηση θετικών αλλαγών στο επιχειρηματικό οικοσύστημα, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες του επιχειρηματία για μεγαλύτερη επιτυχία.

Όταν η επιχειρηματική ηθική εφαρμόζεται και είναι ορατή, οι επιχειρηματίες και η ομάδα τους, εργάζονται με μεγάλο ζήλο, αφοσίωση και σκοπιμότητα, για να επιτύχουν τους στόχους του οργανισμού, και όλοι μαζί, εργάζονται για το κοινό καλό όλων. Μπορεί να φανεί ξεκάθαρα ότι όταν επιδεικνύεται καλή επιχειρηματική ηθική, οι επιχειρήσεις μπορούν να χειριστούν ή να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες όταν αυτές προκύπτουν.

Οι ηθικοί επιχειρηματίες θα πρέπει να αναρωτιούνται πώς η επιχειρηματικότητά τους μπορεί να συμβάλει στην επίλυση κοινωνικών ζητημάτων.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ;

Οι επιχειρηματίες έχουν για πολλά να ανησυχούν καθώς προσπαθούν να αποφέρουν κέρδη και να διαδώσουν το όνομά τους. Όμως, η ανάπτυξη μιας επιχείρησης τώρα εξαρτάται επίσης από την ικανοποίηση των προσδοκιών των εργαζομένων και των καταναλωτών που είναι περισσότερο προσανατολισμένοι στις αξίες. Αυτές οι αξίες καθοδηγούνται σε μεγάλο βαθμό από τις νεότερες γενιές - τους Millennials και τη Gen Z. Πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι οι νεότερες γενιές ενδιαφέρονται πολύ για το αν οι μάρκες που υποστηρίζουν έχουν θέσει σε εφαρμογή ηθικές πολιτικές ή αν λαμβάνουν μέτρα για να γίνουν πιο βιώσιμες με τις επιχειρηματικές πρακτικές, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Έχουν εκλείψει οι μέρες που μια εταιρεία μπορεί να αγνοεί τον αντίκτυπό της στον κόσμο γύρω της. Οι ηθικές της ευθύνες θα πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο της επιχειρηματικής της στρατηγικής. Από πού να ξεκινήσουμε λοιπόν;

Οι νέες επιχειρήσεις έρχονται συχνά αντιμέτωπες με πολλά ηθικά διλήμματα. Όταν τα χρήματα είναι λίγα και τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες είναι καινούργια, είναι εύκολο να προσπαθήσει κανείς να κάνει περικοπές ή να ακολουθήσει τη φθηνότερη οδό, αντί για την πιο ηθική. Τα συνήθη ηθικά διλήμματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες περιλαμβάνουν πράγματα όπως:

- Αν θα διαθέσετε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία πριν να είναι έτοιμη, διακινδυνεύοντας την ποιότητα
- Πώς να είστε συνεπής με αυτό που υπόσχεστε ότι θα κάνετε όταν η έλλειψη χρηματοδότησης ή άλλα εμπόδια μπαίνουν στη μέση
- Εάν πρέπει να δίνονται στους εργαζόμενους θεμελιώδεις παροχές στις οποίες η διοίκηση είναι δύσκολο να αντεπεξέλθει άμεσα οικονομικά
- Εάν πρέπει να επικεντρωθείτε σε οικονομικά αποδοτικές έναντι φιλικών προς το περιβάλλον επιλογές
- Το να ακολουθήσετε την λιγότερο ηθική οδό μπορεί να είναι ιδιαίτερα δελεαστικό όταν η επιχείρηση είναι ακόμα μικρή και δεν υπάρχουν πολλοί άνθρωποι οι οποίοι να πρέπει να επιδείξουν αξιοπιστία.

Περιβαλλοντικές εκτιμήσεις

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Η δημιουργία μιας περιβαλλοντικά υπεύθυνης εταιρείας είναι μονόδρομος για τους επιχειρηματίες που επικεντρώνονται στην προώθηση μιας ηθικής επιχείρησης. Ο αντίκτυπός μας στο περιβάλλον είναι ένα πιεστικό θέμα εδώ και χρόνια, αλλά συνεχίζει να παραμένει στην κορυφή του μυαλού των επιχειρήσεων, των καταναλωτών και των εργαζομένων, ιδίως καθώς οι νεότερες γενιές καταλαμβάνουν τους χώρους εργασίας.

Μια πρόσφατη έρευνα που ανατέθηκε από την Swytch, μια blockchain πλατφόρμα που δραστηριοποιείται στον τομέα της καθαρής ενέργειας, δείχνει ότι πάνω από το 70 % των εργαζομένων της χιλιατίας θα ήταν πρόθυμοι να δεχτούν μικρότερο μισθό ως αντάλλαγμα για να εργαστούν σε μια εταιρεία που είναι περιβαλλοντικά υπεύθυνη - το 10 % δήλωσε ότι θα δεχόταν ακόμη και μείωση μισθού κατά 10.000 δολάρια.

Αλλά αυτές οι ανησυχίες δεν αφορούν μόνο τους εργαζόμενους. Μια έκθεση της Nielsen έδειξε ότι το 66% των καταναλωτών θα πλήρωναν περισσότερα για μάρκες που είναι βιώσιμες και το 73% θα πλήρωναν περισσότερα για βιώσιμα προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι περιβαλλοντικές εκτιμήσεις περιλαμβάνουν οτιδήποτε, από τη χρήση φυσικών ενεργειακών πόρων μέχρι την προσφορά προϊόντων, τα οποία δεν έχουν δοκιμαστεί π.χ σε ζώα. Εάν μόλις ξεκινάτε, μπορεί να είναι πρόκληση να λάβετε υπόψη σας το περιβάλλον όταν έχετε πολλά άλλα στο μυαλό σας. Αλλά το να θέσετε αυτό ως προτεραιότητα θα σας βοηθήσει να ξεκινήσετε τον επιχειρηματικό (ή και καταναλωτικό σας βίο) με γνώμονα την ηθική, θέτοντας τις βάσεις για τα επόμενα χρόνια.

Δημιουργία σαφούς σκοπού

Για να κρατήσετε τον εαυτό σας και την επιχείρησή σας υπόλογους, βεβαιωθείτε ότι οι ενέργειες και τα προϊόντα σας είναι ευθυγραμμισμένα με την αποστολή και το όραμά σας. Αυτό προϋποθέτει πρώτα, φυσικά, ότι αναπτύσσετε αυτές τις έννοιες μελετημένα για την επιχείρησή σας και τις μοιράζετε με την ομάδα. Η αποστολή και το όραμά σας θα σας βοηθήσουν να διατηρήσετε τη συνέπεια και να έχετε κατά νου τον τελικό στόχο κατά τη λήψη αποφάσεων.

Ο έγκαιρος καθορισμός και η καθιέρωση των αξιών σας θα βοηθήσει εσάς και την ομάδα να έχετε επίγνωση της δέσμευσης της επιχείρησης για διαφάνεια και θα παρακινήσει όλους να παραμείνουν εντός των ηθικών ορίων της επιχείρησης. Ο σκοπός σας θα είναι επίσης σαφής, γεγονός που αποτελεί μια καλή υπενθύμιση του γιατί κάνετε αυτό που κάνετε.

Εστιάζοντας στους ανθρώπους

Κανείς δεν θα ξεκινούσε μια επιχείρηση χωρίς τους ανθρώπους, στους οποίους απευθύνετε και που θέλει να βοηθήσει, με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του. Αντί να επικεντρώνεστε σε κάτι, να θυμάστε πάντα ότι -στο τέλος της ημέρας- οι άνθρωποι είναι εκείνοι που οδηγούν την ανάπτυξη της επιχείρησής σας. Αυτή η εστίαση ισχύει τόσο για τους πελάτες όσο και για τους υπαλλήλους.

Η καλή μεταχείριση των πελατών και η ιεράρχηση των αναγκών τους είναι ένας ηθικός τρόπος λειτουργίας μιας επιχείρησης. Αλλά αν δεν τους τοποθετήσετε στην κορυφή της λίστας, μπορεί εύκολα να αγνοήσετε αυτή την απλή αλήθεια. Οι πελάτες πρέπει να πιστεύουν στην εταιρεία και τις υπηρεσίες της - και αυτό ξεκινά με το να είστε ηθικός ηγέτης.

Η δεοντολογία είναι μια ευρεία έννοια, που καλύπτει τα πάντα, από το αν πρέπει να παραποιήσετε τις οικονομικές εκθέσεις ή να παρακάμψετε τους κανονισμούς διάθεσης αποβλήτων μέχρι το πώς συμπεριφέρεστε στους υπαλλήλους, τους πελάτες και το περιβάλλον. Αλλά σε κάθε πτυχή, η ύπαρξη μιας ηθικής επιχείρησης ξεκινά με τον καθορισμό του σκοπού και του οράματός σας. Επεκτείνεται στις δραστηριότητές σας, στις πρακτικές εξυπηρέτησης πελατών, στις διαδικτυακές δεσμεύσεις,



στους οργανισμούς που υποστηρίζετε και στον τρόπο με τον οποίο συμπεριφέρεστε στους ανθρώπους. Και στο τέλος, η ηθική συμβάλλει στη δημιουργία επιτυχίας (Provident CPA, 2020).

ΠΩΣ ΝΑ ΓΙΝΕΤΕ ΕΝΑΣ ΗΘΙΚΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ;

Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν ξεκινούν μια επιχείρηση σκεπτόμενοι ότι πρόκειται να κάνουν το λάθος πράγμα. Ωστόσο, αναπόφευκτα προκύπτουν ηθικές προκλήσεις. Είναι ακόμη πιο δύσκολο να κάνετε το σωστό αν η εταιρεία σας δεν είναι εξαρχής εδραιωμένη πάνω σε μια ισχυρή ηθική βάση. Οι επιχειρηματίες μπορούν να θέσουν μια σταθερή ηθική βάση για την επιχείρησή τους εξασφαλίζοντας μια θετική απάντηση σε αυτές τις τέσσερις κρίσιμες ερωτήσεις:

1. Δικαιοσύνη: Είναι το επιχειρηματικό σας μοντέλο βασισμένο σε αμοιβαία επωφελή αποτελέσματα;

Μία από τις πρακτικές που οδήγησαν στη χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 ήταν ότι ορισμένες τράπεζες ομαδοποιούσαν επικίνδυνο χρέος, το πωλούσαν σε πελάτες και στη συνέχεια στοιχημάτιζαν κατά των ίδιων αυτών επενδύσεων. Η επιτυχία μιας επιχείρησης ΔΕΝ πρέπει να βασίζεται στην αποτυχία των πελατών της. Βασική αρχή κάθε ηθικής επιχείρησης είναι ότι τόσο η επιχείρηση όσο και ο καταναλωτής πρέπει να βγαίνουν κερδισμένοι. Η ανάγκη να κερδίσετε εις βάρος των πελατών σας είναι ένα θεμελιώδες ηθικό σφάλμα.

2. Ακεραιότητα: Μπορούν τα προϊόντα/υπηρεσίες της επιχείρησής σας να προωθηθούν με ειλικρίνεια;

Αν μια επιχείρηση χρειάζεται να αλλάξει δραματικά τις φωτογραφίες των προϊόντων της για να τα κάνει να φαίνονται ελκυστικά, να κατασκευάσει θετικά σχόλια πελατών ή να αποκρύψει όρους συμβάσεων, τότε κάτι δεν πάει καλά. Κάθε εταιρεία που έχει μια νόμιμη πρόταση αξίας θα πρέπει να είναι σε θέση να προωθήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της παρουσιάζοντάς τα με ευθύ και ειλικρινή τρόπο. Η δημιουργικότητα στην επικοινωνία είναι καλό πράγμα, αλλά η ανάγκη αλλαγής της αλήθειας είναι σαφές σημάδι μιας ηθικά ελαττωματικής βάσης.

3. Αξιοπρέπεια: Μπορείτε χωρίς ντροπή να λέτε στους άλλους τι κάνει η επιχείρησή σας;

Όταν ένα στέλεχος διαφημιστικής ρωτήθηκε πώς καθόριζε την καταλληλότητα του διαφημιστικού περιεχομένου, προκειμένου αυτό να μην χρησιμοποιηθεί από το πρακτορείο του, είτε ότι δεν θα επέτρεπε τη δημιουργία οποιουδήποτε σποτ που δεν θα ήθελε να δουν η γυναίκα και τα παιδιά του. Το ίδιο πρότυπο ευπρέπειας θα πρέπει να ισχύει και για τη βασική επιχειρηματική σας ιδέα. Θα πρέπει να είστε σε θέση να περιγράψετε με υπερηφάνεια την επιχείρησή σας στη σύζυγο, τα παιδιά, τη μητέρα, τον πατέρα και όλους τους άλλους. Η αμηχανία μπορεί να σημαίνει ένα ηθικά ύποπτο επιχειρηματικό μοντέλο.

4. Βιωσιμότητα: Η επιχείρησή σας κάνει αποτελεσματική χρήση των πόρων;

Η αντίληψη ότι η σπατάλη είναι ανήθικη δεν είναι καινούργια. Το να καταναλώνουμε περισσότερα από όσα χρειαζόμαστε, ή η ίδια η λαιμαργία, είναι εδώ και πολύ καιρό ένα από τα επτά "θανάσιμα αμαρτήματα". Οι οργανισμοί θα πρέπει να επιδιώκουν τον αυτοέλεγχο, ξεκινώντας από το σχεδιασμό ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου. Φυσικά, το να παραμένουμε βιώσιμοι σημαίνει να είμαστε κερδοφόροι. Ωστόσο, εδώ βιώσιμο σημαίνει πιο συγκεκριμένα την καλή διαχείριση των πόρων για την υποστήριξη της μακροπρόθεσμης ευημερίας όλων, όχι μόνο των πρωταρχικών ενδιαφερόμενων μερών. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται στην αλόγιστη κατανάλωση δεν είναι μόνο αναποτελεσματικό, αλλά και ηθικά ανεύθυνο.

Δικαιοσύνη, ακεραιότητα, αξιοπρέπεια και βιωσιμότητα - οι τέσσερις πυλώνες της ηθικής επιχείρησης. Φυσικά, αυτοί οι τέσσερις πυλώνες δεν εγγυώνται την ηθική, αλλά η έγκαιρη υιοθέτησή τους παρέχει τα σταθερά θεμέλια πάνω στα οποία βασίζεται μια επιχείρηση με ηθική σκέψη (Entrepreneur Europe, 2015).

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ΑΣΚΗΣΗ "ΒΑΣΙΚΩΝ ΑΞΙΩΝ":

Ορίζουμε την ηθική ηγεσία ως: να γνωρίζετε τις βασικές σας αξίες και να έχετε το θάρρος να ενεργείτε σύμφωνα με αυτές για το κοινό καλό. Αυτή η άσκηση θα σας βοηθήσει να αποσαφηνίσετε τις βασικές σας αξίες. Είναι μια προκλητική άσκηση και θα έχει μεγαλύτερο νόημα αν την κάνετε σιωπηλά και μόνοι σας. Κατά τη διάρκεια της

διαδικασίας θα αναδείξετε τις αξίες που είναι πιο σημαντικές για εσάς. Για να το κάνετε αυτό, θα αφαιρέσετε κάποιες από τη λίστα. Αυτό δεν σημαίνει ότι πετάτε τις αξίες μακριά. Αυτές που έχετε προσδιορίσει ως σημαντικές θα είναι πάντα σημαντικές. Η διαδικασία περιορισμού σας βοηθά να προσδιορίσετε τις βασικές Αξίες σας. Δώστε προσοχή στον εσωτερικό σας διάλογο καθώς κάνετε επιλογές. Η διαδικασία θα σας αποκαλύψει ενδιαφέρουσες αλήθειες για τον εαυτό σας.

Φύλλο αξιολόγησης

Ειρήνη	Ακεραιότητα	Πλούτος	Χαρά
Ευτυχία	Αγάπη	Επιτυχία	Αναγνώριση
Φιλία	Οικογένεια	Φήμη	Αλήθεια
Αυθεντικότητα	Σοφία	Δύναμη	Κατάσταση
Επιρροή	Δικαιοσύνη	_____	_____

1. Επανεξετάστε τις τιμές στο φύλλο αξιολόγησης. Στο κάτω μέρος παρατηρήστε ότι υπάρχουν μερικές κενές γραμμές. Χρησιμοποιήστε αυτές τις γραμμές για να προσθέσετε οποιεσδήποτε αξίες είναι σημαντικές για εσάς, αλλά δεν αναφέρονται.
2. Βάλτε ένα αστέρι δίπλα σε όλες τις λέξεις αξίας που είναι πολύ σημαντικές για εσάς, συμπεριλαμβανομένων όσων έχετε προσθέσει. Αυτό θα γίνει το προσωπικό σας σύνολο αξιών.
3. Περιορίστε τον κατάλογο στις οκτώ κορυφαίες αξίες σας, διαγράφοντας τις λιγότερο σημαντικές ή κυκλώνοντας τις πιο σημαντικές. Αφιερώστε δύο έως τρία λεπτά για να το κάνετε αυτό.
4. Τώρα περιορίστε τον κατάλογο σε πέντε, χρησιμοποιώντας την ίδια διαδικασία.
5. Τώρα περιορίστε τον κατάλογο σε τρεις.
6. Και τέλος, επιλέξτε τις δύο βασικές σας αξίες.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. "Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΒΑΣΕΙ ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ"







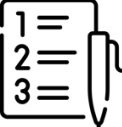

Case Base Learning (CBL) σημαίνει **μάθηση με βάση περιπτωσιολογικές μελέτες**. Η μέθοδος των περιπτωσιολογικών μελετών είναι ένα σύστημα διδασκαλίας που αποσκοπεί στη γεφύρωση του χάσματος μεταξύ των επίσημων ακαδημαϊκών σπουδών και του πραγματικού επιχειρηματικού κόσμου. Η μελέτη περίπτωσης παρουσιάζει, σε αφηγηματική και συστημική μορφή, ένα σύνολο γεγονότων σχετικά με μια συγκεκριμένη διοικητική κατάσταση. Πρέπει να ξεχωρίσετε το σχετικό από το άσχετο- να οργανώσετε τα γεγονότα σε μια σαφή έκθεση του προβλήματος (των προβλημάτων). Στη συνέχεια, πρέπει να διατυπώσετε πιθανές λύσεις, να επιλέξετε και να υπερασπιστείτε μια συγκεκριμένη λύση και να σχεδιάσετε την εφαρμογή αυτής της λύσης.

Ο σκοπός της μεθόδου περιπτωσιολογικών μελετών είναι να παρέχει μια γόνιμη μαθησιακή κατάσταση που συνδυάζει τις θεωρίες διαχείρισης με πρακτικά ζητήματα των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών. Το είδος των προβλημάτων που εξετάζονται στις μελέτες περίπτωσης ποικίλλει από τις καθημερινές λειτουργίες του συστήματος υπηρεσιών έως τα λιγότερο συχνά, αλλά ιδιαίτερα σημαντικά περιστατικά. Βάζετε τον εαυτό σας στη θέση του διευθυντή και βλέπετε την κατάσταση της περίπτωσης από την οπτική γωνία του διευθυντή. Μαθαίνετε κάτι για τη διαδικασία λήψης μιας απόφασης εκ μέρους ενός οργανισμού.

Η διδασκαλία με τη μέθοδο της μελέτης περίπτωσης είναι συμμετοχική και η κύρια ευθύνη ανήκει στους σπουδαστές. Κατά μία έννοια, η υπόθεση είναι η πρώτη ύλη πάνω στην οποία οι σπουδαστές/στριες καλούνται να εξασκηθούν. Τα οφέλη από τη μέθοδο της μελέτης περίπτωσης θα είναι περίπου ανάλογα με την προσπάθεια που καταβάλλουν οι σπουδαστές/στριες για την ανάλυση της περίπτωσης. Ο πρωταρχικός σκοπός της μεθόδου είναι η ανάπτυξη και η όξυνση των δεξιοτήτων επεξεργασίας ενός σύνθετου προβλήματος. Το πρώτο στάδιο αυτής της ανεκτίμητης διαδικασίας είναι η εκμάθηση του εντοπισμού του προβλήματος (των προβλημάτων). Άλλα στάδια της διαδικασίας μπορεί να περιλαμβάνουν τη διαλογή και την ερμηνεία των γεγονότων, τον καθορισμό εναλλακτικών τρόπων δράσης και τον υπολογισμό του σχετικού κόστους και των αποδόσεών τους, τη διατύπωση συγκεκριμένων συστάσεων και την ανάδειξη της καλύτερης εναλλακτικής λύσης και, τέλος, το σχεδιασμό της εφαρμογής. Το ονομάζουμε αυτό τη μέθοδο των 6 βημάτων. Οι υποθέσεις παρουσιάζουν διάφορους βαθμούς πολυπλοκότητας, εμβέλειας και πρόκλησης. Η εξάσκηση στην ανάλυση της περίπτωσης θα βοηθήσει τους σπουδαστές/στριες να προετοιμαστούν για τη λήψη αποφάσεων.



Δομή εργαστηρίου "μελέτη περίπτωσης".

Εικονίδιο	Επεξήγηση				
	1 εκπαιδευτή/τρια- εκπαιδευτικό ή 2 εκπαιδευτές/τριες- εκπαιδευτικούς , οι οποίοι θα ήθελαν να οργανώσουν ένα ολοκληρωμένο εργαστήριο.				
	Ομάδα σπουδαστών/στριών/τριών ανά τάξη.				
	30 εταιρείες προς ανάλυση από την προτεινόμενη λίστα 30 περιπτώσιολογικών μελετών.				
	30 εργαστήρια από τον προτεινόμενο κατάλογο 30 περιπτώσιολογικών μελετών. Διάρκεια 1 εργαστηρίου: 60-90 λεπτά. / Διάρκεια 2 εργαστηρίων - 30-45 λεπτά.				
	Υλικό: <ul style="list-style-type: none"> Κεφάλαιο 2. "Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ" μεθοδολογία, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ Νο.1 - Διάγραμμα μελέτης περίπτωσης, ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ αριθ. 2 - 30 Μελέτες περιπτώσεων: <ul style="list-style-type: none"> Μελέτες περιπτώσεων "Αειφορία, οικολογία", "Υπεύθυνη και δίκαιη διαχείριση" μελέτες περιπτώσεων, "Εκπαίδευση, που αλλάζει το μυαλό" μελέτες περιπτώσεων, 				
	Εργαλεία/ πλατφόρμες για διαδικτυακά εργαστήρια: <ul style="list-style-type: none"> Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο. 				
	Σχέδιο εργαστηρίου "Μελέτη περίπτωσης": <ol style="list-style-type: none"> Διαλέξτε τη σχετική μελέτη περίπτωσης από τον κατάλογο των 30 προτεινόμενων μελετών περίπτωσης, Παρουσιάστε, περιγράψτε την εταιρεία και τον/την επιχειρηματία στους σπουδαστές/στριες, Περιγράψτε το ηθικό/ηθικό δίλημμα και την υπόθεση που σχετίζεται με τον άνθρωπο και τον πλανήτη, Δημιουργήστε αξίας σε σχέση με την υπόθεση, Παρουσιάστε διαφορετικές προοπτικές αξιών και αρχών που σχετίζονται με την υπόθεση. Οργανώστε τη συζήτηση με τους συμμετέχοντες, Λάβετε τα σχόλια. 				
	Μαθησιακά αποτελέσματα "μελέτης περίπτωσης": <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Βασικές γνώσεις</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Κατανοήστε τα σημαντικότερα στοιχεία της ηθικής επιχειρηματικότητας για την ανάπτυξη της μελέτης περίπτωσης, </td> </tr> <tr> <td>Εφαρμογή</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Οι σπουδαστές/στριες αναπτύσσουν κριτική σκέψη, Ακολουθήστε 6 βήματα, Αναλύστε και αξιολογήστε πραγματικά τη μελέτη περίπτωσης, </td> </tr> </tbody> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> Κατανοήστε τα σημαντικότερα στοιχεία της ηθικής επιχειρηματικότητας για την ανάπτυξη της μελέτης περίπτωσης, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> Οι σπουδαστές/στριες αναπτύσσουν κριτική σκέψη, Ακολουθήστε 6 βήματα, Αναλύστε και αξιολογήστε πραγματικά τη μελέτη περίπτωσης,
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> Κατανοήστε τα σημαντικότερα στοιχεία της ηθικής επιχειρηματικότητας για την ανάπτυξη της μελέτης περίπτωσης, 				
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> Οι σπουδαστές/στριες αναπτύσσουν κριτική σκέψη, Ακολουθήστε 6 βήματα, Αναλύστε και αξιολογήστε πραγματικά τη μελέτη περίπτωσης, 				

	Ενσωμάτωση	▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας,
	Ανθρώπινη διάσταση	▪ Εντοπίστε επιχειρηματίες που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα,
	Έμπνευση	▪ Οι σπουδαστές/στριες αναπτύσσουν ενδιαφέρον για το θέμα της ηθικής επιχειρηματικότητας, ▪ Συμπληρώστε το υπόδειγμα της μελέτης περίπτωσης,
	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	▪ Οι σπουδαστές/στριες μαθαίνουν πώς να συμπεριφέρονται και να είναι καλοί σπουδαστές/στριες όταν παρουσιάζεται και συζητείται ένα ηθικό δίλημμα.

2.1. Πώς να εργαστείτε με τη μάθηση βάσει περιπτώσεων: περιγραφή της εκπαιδευτικής μεθόδου και των δραστηριοτήτων

A - Η περιγραφή της εκπαιδευτικής μεθόδου και των δραστηριοτήτων ξεκινά με:

- Περιγραφή της εταιρείας και του επιχειρηματία
- Περιγραφή του ηθικού διλήμματος και της περίπτωσης που αφορά τον άνθρωπο και τον πλανήτη
- Δημιουργία αξίας σε σχέση με την υπόθεση
- Διαφορετική οπτική των αξιών και των αρχών που σχετίζονται με την υπόθεση

Για να το κάνουμε αυτό, πρέπει να ακολουθήσουμε αυτά τα 6 βήματα:



Βήμα 1 - Διερεύνηση

Στην περιοχή σας μπορείτε να αναζητήσετε εταιρείες που ξεχωρίζουν για τις ηθικές τους αξίες. Συχνά οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται με γνώμονα τα ιδανικά και τις ηθικές αξίες το κάνουν μέσα από συνειδητές επιλογές που έχουν μεγάλη αξία για αυτές. Επίσης, στα άρθρα των εφημερίδων και των διαδικτυακών μέσων μαζικής ενημέρωσης υπάρχουν συχνά ενδιαφέρουσες εταιρείες που μπορείτε να ανακαλύψετε.

Βήμα 2 - Ερώτηση

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

- **Ο/η επιχειρηματίας**

Κάντε μια καλή περιγραφή του επιχειρηματία σε σχέση με την υπόθεση. Τι ρόλο έπαιξε στο θέμα. Είναι επίσης πολύ ενδιαφέρον να μάθετε πώς προέκυψε ο προσανατολισμός περί ηθικής του/της επιχειρηματία. Είχε κάποιο πρότυπο ή πηγή έμπνευσης που τον/την παρακίνησε; Μήπως είναι θέμα ανατροφής κ.λπ.

- **Η εταιρεία.**

Αναφέρετε επίσης σε ποιο βαθμό συμβάλλει σε σχέση με τους ανθρώπους, τον πλανήτη και την ευημερία όλων, αν είναι δυνατόν.

- **Η υπόθεση.**

Περιγράψτε την υπόθεση ξεκινώντας από το Πότε, στη συνέχεια το Τι, το Ποιος, το Γιατί. Επιπλέον, μπορείτε να περιγράψετε το πώς και σε ποιον/α.

Βήμα 3 - Συμμετοχή

Καθορίστε ποιος εμπλέκεται. Περιγράψτε τα διαφορετικά συμφέροντα των ενδιαφερόμενων μερών. Τι θέλουν να επιτύχουν; Ποιες είναι οι διαφορετικές επιλογές; Ποια είναι τα κίνητρα των διαφορετικών επιλογών και γιατί δεν μπορούν να βρουν μια εύκολη λύση.

Βήμα 4 - Διερώτηση

Φέρτε την υπόθεση στο τραπέζι και προσπαθήστε να βρείτε όλα τα υπέρ και τα κατά. Στη συνέχεια, αναζητήστε τις επιπλέον πιθανές επιλογές. Αφήστε όλες τις επιλογές να στηρίζουν τους λόγους για τους οποίους μπορούν ή δεν μπορούν να ακολουθηθούν.

Βήμα 5 - Απόφαση

Πάρτε μια απόφαση με βάση τα προηγούμενα βήματα. Φέρτε όλες τις επιλογές στο τραπέζι και επιχειρηματολογήστε επίσης με τα υπέρ και τα κατά για κάθε επιλογή. Στη συνέχεια, διαμορφώστε μια καλά μελετημένη λύση για την υπόθεση αυτή.

Βήμα 6 - Αξιολόγηση

Ανακαλύψτε αν η απόφασή σας ήταν η σωστή και γιατί ήταν η σωστή.

ΜΙΑ ΚΑΛΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ:

- Απαιτεί από τον/την σπουδαστή/τρια να συνδυάσει δεδομένα από την υπόθεση,
- Σχετίζεται με τις δικές του/της γνώσεις,
- Απορρίπτει την προ-πιθανότητα και καταλήγει σε μια σωστή απόφαση.





ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΟΣ ΗΘΙΚΟΥ ΔΙΛΗΜΜΑΤΟΣ:

- Η υπόθεση είναι επαγγελματική και αντιπροσωπευτική της πραγματικότητας. Στο μέτρο του δυνατού, είναι επίσης σημαντικό η υπόθεση να συνάδει με τους μαθησιακούς στόχους και το μελλοντικό επάγγελμα του/της σπουδαστή/τριας,
- Ένα ηθικό δίλημμα λαμβάνει χώρα μεταξύ πολλών μερών. Γι' αυτό είναι σημαντικό η υπόθεση να περιγράφει όλες τις οπτικές γωνίες του ζητήματος,
- Παροχή επαρκών & ουσιαστικών πληροφοριών σχετικά με το πλαίσιο,
- Περιγραφή των πληροφοριών χωρίς ερμηνεία,
- Σύνδεση της ερώτησης άμεσα με την υπόθεση. Η υπόθεση δεν μπορεί να αποτελεί ξεχωριστό παράδειγμα για μια ερώτηση, η οποία στη συνέχεια να εξετάζει τις πτυχές των γενικών γνώσεων. Είναι σημαντικό η περίπτωση και η ερώτηση να αποτελούν ένα σύνολο,
- Η υπόθεση μπορεί να αφορά οποιονδήποτε τομέα (λιανικό εμπόριο, εστίαση, υγειονομική περίθαλψη κ.λπ.),



- Εμπλουτισμός με κάτι που παίζει σημαντικό ρόλο σε περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο στην παραγωγή.

Δομή προετοιμασίας "Μελέτη με βάση την περίπτωση".

Εικονίδιο	Επεξήγηση
	<p>Υλικό:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κεφάλαιο 2. "Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ" μεθοδολογία, • ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ αριθ. 1 - Διάγραμμα μελέτης περίπτωσης,
	<p>Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακό μάθημα:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο.
	<p>Σχέδιο "μελέτη βάσει περίπτωσης":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Διερευνήστε. Δημιουργήστε μια πλήρη εικόνα της κατάστασης, 2. Διερωτηθείτε. Διατυπώστε τα ερωτήματα στα οποία θα θέλατε απάντηση, 3. Συμμετέχετε. Καθορίστε ποιος εμπλέκεται και τι επιδιώκουν τα εμπλεκόμενα μέρη, 4. Εξετάστε. Αιτιολογήστε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα, 5. Αποφασίστε. Πάρτε μια απόφαση με βάση τα προηγούμενα βήματα, 6. Αξιολογήστε. Δείτε αν η απόφασή σας ήταν σωστή,
	<p>Κύρια θέματα:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. "Αειφορία, οικολογία", 2. "Υπεύθυνη και δίκαιη διαχείριση", 3. "Εκπαίδευση, που αλλάζει το μυαλό".

B - Αφού πραγματοποιήθηκαν τα έξι βήματα, για τη μελέτη περίπτωσης, συγκεντρώθηκαν όλες οι πληροφορίες σε αυτό το πρότυπο.

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: [αριθμός]		[Χώρα]
ΤΙΤΛΟΣ:	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα του οργανισμού:		
Τύπος βιομηχανίας:		
Αριθμός εργαζομένων:		
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
[Δώστε μια σύντομη περιγραφή του οργανισμού, των προϊόντων/υπηρεσιών του. Εξηγήστε ποιες ηθικές αξίες είναι σημαντικές για τον οργανισμό και αν η ηθική είναι ευδιάκριτη σε όλο τον οργανισμό]		
Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα του επιχειρηματία:		
Προφίλ:		
[Δώστε μια σύντομη περιγραφή του ιστορικού και της εμπειρίας του/της επιχειρηματία (εκπαίδευση, προηγούμενη εργασιακή εμπειρία κ.λπ.)]		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
[Περιγράψτε εν συντομία το ηθικό δίλημμα που αντιμετωπίζει ο/η επιχειρηματίας ή η εταιρεία, αναφέροντας σαφώς [α] τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες / εργαζόμενοι / κοινωνία / κ.λπ.) και [β] τον τύπο του διλήμματος (π.χ. ανθρώπινα δικαιώματα, εργασιακά, περιβαλλοντικά, καταπολέμηση της διαφθοράς)]		
Η απόφαση:		
[Εξηγήστε εν συντομία και αιτιολογήστε την απόφαση που έλαβε ο/η επιχειρηματίας ή η εταιρεία. Σε περίπτωση που μοιραστείτε τη Μελέτη Περίπτωσης μέσα στην τάξη πριν από την πραγματική συνεδρία, παρακαλούμε ΜΗΝ μοιραστείτε αυτό το τμήμα, καθώς θα συζητηθεί στην τάξη]		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
Περαιτέρω πόροι [εάν υπάρχουν]:		
[Παρακαλείστε να συμπεριλάβετε περαιτέρω πηγές σχετικά με την εταιρεία ή/και τον επιχειρηματία, όπως ιστοσελίδα, σελίδες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σχετικά άρθρα κ.λπ.]		

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η μελέτη περίπτωσης πρέπει να έχει έκταση περίπου 2 σελίδες!

Στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - "30 μελέτες περιπτώσεων" θα βρείτε και τις 30 μελέτες περιπτώσεων χωρισμένες σε διάφορες ομάδες:

- "Αειφορία, οικολογία" μελέτες περίπτωσης,
- "Υπεύθυνη και δίκαιη διαχείριση" μελέτες περίπτωσης,
- "Εκπαίδευση, που αλλάζει το μυαλό" μελέτες περιπτώσεων.








ΕΔΩ




ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ "ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΩΣΗΣ" (QUICK SCAN)

Η δραστηριότητα αυτή επικεντρώνεται σε μια δράση σύνδεσης των σπουδαστών/στριών/τριών με τους επιχειρηματίες και το προσωπικό. Προκειμένου να εμπλακούν οι επιχειρήσεις, ορίζεται μια σειρά από επισκέψεις σε επιχειρήσεις και συνεντεύξεις. Στόχος των συνομιλιών είναι η αναζήτηση πρακτικών και βέλτιστων πρακτικών και η χαρτογράφηση της παρούσας νοοτροπίας των εκπροσώπων της επιχειρηματικής ζωής. Αυτό λαμβάνει χώρα σε σχέση με την επιχειρηματική ηθική και τις αξίες. Οι ανταλλαγές και οι επισκέψεις φέρνουν στο προσκήνιο ιστορίες, οράματα, διλήμματα, λύσεις και πάνω απ' όλα: πρότυπα. Τα πρότυπα είναι άνθρωποι που αναζητούνται και επιλέγονται από τους/τις ίδιους/ες τους/τις σπουδαστές/στρίες/τριες, με βάση τις συζητήσεις τους. Τα πρότυπα αυτά καλούνται να διαδραματίσουν περαιτέρω ρόλο στις δραστηριότητες του προγράμματος.

Δομή δραστηριότητας "Γρήγορη σάρωση" (Quick Scan).

Εικονίδιο	Επεξήγηση
	1 εκπαιδευτής/τρια
	Ομάδα σπουδαστών/στριών/τριών ανά τάξη.
	1 εκπρόσωπος επιχείρησης/ ανά μία δραστηριότητα
	<p>Σύσταση - 8 συνεντεύξεις με εκπροσώπους επιχειρήσεων. χρόνος συνέντευξης: 30-60 λεπτά. Η προετοιμασία για 1 συνέντευξη απαιτεί 3 εργαστήρια:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. "Πριν από τη συνέντευξη", 2. "Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης", 3. "Μετά τη συνέντευξη". <p>Διάρκεια 1 εργαστηρίου - 30-60 λεπτά.</p>
	<p>Υλικό:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Κεφάλαιο αριθ. 3. "ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΩΣΗΣ", • Έγγραφο Word - "Εγχειρίδιο γρήγορης σάρωσης", • Παρουσίαση Power Point - "Εμπνευσμένη ηθική επιχειρηματικότητα και διλήμματα", • Παρουσίαση Power Point - "Πώς να προετοιμάσετε την τάξη για μια επίσκεψη σε εταιρεία", • Παρουσίαση Power Point - "Εργαστήριο για την προετοιμασία της τάξης",
	<p>Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακά εργαστήρια/συνεντεύξεις:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, • Miro/ Mindmeister/ MindMup/ AnswerGarden/ Jamboard ή άλλο.
	<p>Προετοιμασία για το σχέδιο δραστηριότητας QUICK SCAN: Σχέδιο εργαστηρίου "Πριν από τη συνέντευξη":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση της δομής δραστηριότητας "Γρήγορη σάρωση" για την τάξη, 2. Επιλογή της εταιρείας και του θέματος, 3. Έρευνες σχετικά με την εταιρεία και τον/την εκπρόσωπο της επιχείρησης, 4. Συμπλήρωση του Εντύπου μελέτης περίπτωσης, 5. Προετοιμασία ερωτήσεων για συνέντευξη, 6. Κατανομή ρόλων

	<p>7. Εξάσκηση πριν από τη συνέντευξη.</p> <p>Σχέδιο εργαστηρίου "Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Σύντομη παρουσίαση της επιχείρησης και του/της εκπροσώπου των επιχειρήσεων και των συμμετεχόντων, 2. Σύντομη εισαγωγή του έργου "Value & Future", 3. Καθοδήγηση ως προς την ηγεσία των σπουδαστών/στριών/τριων με ερωτήσεις και συστηματοποίηση των απαντήσεων, 4. Ολοκλήρωση της συνάντησης. <p>Σχέδιο εργαστηρίου "Μετά τη συνέντευξη":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Οι σπουδαστές/στριες συστηματοποιούν τις ερωτήσεις και τα αποτελέσματα των απαντήσεων με δεδομένη μορφή, 2. Συμπλήρωση περιλήψεων/αναφορών βέλτιστων πρακτικών, 3. Συμπλήρωση ερωτηματολογίων ανατροφοδότησης, 												
	<p>Μαθησιακά αποτελέσματα της δραστηριότητας "Γρήγορη σάρωση":</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="395 645 703 712">Βασικές γνώσεις</td> <td data-bbox="703 645 1401 712"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανόηση της (πρακτικής) αντίληψης των επιχειρηματιών για την ηθική επιχειρηματικότητα, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 712 703 846">Εφαρμογή</td> <td data-bbox="703 712 1401 846"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανάπτυξη των θεμάτων δεοντολογικής επιχειρηματικότητας σε ερωτήσεις για τους επιχειρηματίες, ▪ Ενίσχυση της κριτικής σκέψης, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 846 703 913">Ενσωμάτωση</td> <td data-bbox="703 846 1401 913"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εντοπισμός ομοιοτήτων και διαφορών στους ορισμούς των επιχειρηματιών με τους θεωρητικούς ορισμούς, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 913 703 1014">Ανθρώπινη διάσταση</td> <td data-bbox="703 913 1401 1014"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντίληψη του τρόπου με τον οποίο οι (έμπειροι/ες) επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν τις ηθικές προκλήσεις στην επιχειρηματικότητα, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1014 703 1137">Έμπνευση</td> <td data-bbox="703 1014 1401 1137"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαπιστώσεις ως προς το πώς οι αξίες της ηθικής επιχειρηματικότητας είναι σχετικές αν πρόκειται να συμβουλευέστε τον μελλοντικό σας ηγέτη ή όταν γίνετε ο ίδιος ηγέτης, </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1137 703 1205">Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td data-bbox="703 1137 1401 1205"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Εμπέδωση του τρόπου απόκτησης πρακτικών γνώσεων μέσω διαλόγου με επιχειρηματίες. </td> </tr> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανόηση της (πρακτικής) αντίληψης των επιχειρηματιών για την ηθική επιχειρηματικότητα, 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανάπτυξη των θεμάτων δεοντολογικής επιχειρηματικότητας σε ερωτήσεις για τους επιχειρηματίες, ▪ Ενίσχυση της κριτικής σκέψης, 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εντοπισμός ομοιοτήτων και διαφορών στους ορισμούς των επιχειρηματιών με τους θεωρητικούς ορισμούς, 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντίληψη του τρόπου με τον οποίο οι (έμπειροι/ες) επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν τις ηθικές προκλήσεις στην επιχειρηματικότητα, 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαπιστώσεις ως προς το πώς οι αξίες της ηθικής επιχειρηματικότητας είναι σχετικές αν πρόκειται να συμβουλευέστε τον μελλοντικό σας ηγέτη ή όταν γίνετε ο ίδιος ηγέτης, 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εμπέδωση του τρόπου απόκτησης πρακτικών γνώσεων μέσω διαλόγου με επιχειρηματίες.
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατανόηση της (πρακτικής) αντίληψης των επιχειρηματιών για την ηθική επιχειρηματικότητα, 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανάπτυξη των θεμάτων δεοντολογικής επιχειρηματικότητας σε ερωτήσεις για τους επιχειρηματίες, ▪ Ενίσχυση της κριτικής σκέψης, 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εντοπισμός ομοιοτήτων και διαφορών στους ορισμούς των επιχειρηματιών με τους θεωρητικούς ορισμούς, 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Αντίληψη του τρόπου με τον οποίο οι (έμπειροι/ες) επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν τις ηθικές προκλήσεις στην επιχειρηματικότητα, 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαπιστώσεις ως προς το πώς οι αξίες της ηθικής επιχειρηματικότητας είναι σχετικές αν πρόκειται να συμβουλευέστε τον μελλοντικό σας ηγέτη ή όταν γίνετε ο ίδιος ηγέτης, 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Εμπέδωση του τρόπου απόκτησης πρακτικών γνώσεων μέσω διαλόγου με επιχειρηματίες. 												

Υλικό.

Στο "Εγχειρίδιο Γρήγορης Σάρωσης – Quick Scan", ο/η εκπαιδευτής/τρια μπορεί να βρει πληροφορίες για τη "Δραστηριότητα Γρήγορης Σάρωσης" που μπορούν να διεξάγουν οι σπουδαστές/στριες κατά τη διάρκεια επισκέψεων σε εταιρείες. Το εγχειρίδιο περιέχει τα πάντα για την καθοδήγηση των σπουδαστών/στριών/τριών. Ο/η εκπαιδευτής/τρια μπορεί να αποφασίσει ποια μέρη θα μοιραστεί απευθείας με την τάξη και ποια μέρη είναι χρήσιμο να αναφερθούν κατά την παροχή οδηγιών ή κατά τη βαθμολόγηση των αξιολογήσεων. Είναι ζωτικής σημασίας πριν από το εργαστήριο οι εκπαιδευτικοί να μελετήσουν το "Εγχειρίδιο Γρήγορης Σάρωσης" για να έχουν μια σαφή ιδέα για το πώς να δομήσουν και να προγραμματίσουν το εργαστήριο και επίσης να κάνουν τις απαραίτητες προσαρμογές. Το υλικό των δραστηριοτήτων "Γρήγορη Σάρωση" αποτελείται από: "Εγχειρίδιο Γρήγορης Σάρωσης" και παρουσιάσεις Power Point.

1. Το Έγγραφο Word - "Εγχειρίδιο Γρήγορης Σάρωσης" περιέχει 7 κεφάλαια:

1. Εισαγωγή στη δραστηριότητα και στο έργο,
2. Στόχος η αλληλεπίδραση σπουδαστών/στριών/τριών & επιχειρήσεων με τη μορφή επισκέψεων, συνεντεύξεων και συζητήσεων,
3. Πώς να προετοιμάσετε την τάξη για τη δραστηριότητα,
4. Παραδείγματα ερωτήσεων "γρήγορης σάρωσης" προς χρήση,
5. Βέλτιστες πρακτικές: περιλήψεις συνομιλιών και επισκέψεων,
6. Δείκτες επιτυχίας και τρόπος μέτρησης των αποτελεσμάτων,
7. Συστάσεις επιχειρηματιών και φοιτητών,

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

2. Παρουσιάσεις Power Point.

Οι παρουσιάσεις power point είναι το διαδραστικό υλικό που θα χρησιμοποιηθεί στα εργαστήρια.

Έχουν δημιουργηθεί τρία power points:

- Παρουσίαση Power Point - "Εμπνευσμένη ηθική επιχειρηματικότητα και διλήμματα",
- Παρουσίαση Power Point - "Πώς να προετοιμάσετε την τάξη για μια επίσκεψη σε μια εταιρεία",
- Παρουσίαση Power Point - "Εργαστήριο για το πώς να προετοιμάσετε τους σπουδαστές/στρίες & τις μαθήτριες".

Το πρώτο εργαστήριο θα πρέπει να διεξάγεται μόνο όταν οι σπουδαστές/στρίες έχουν ήδη ένα υπόβαθρο γνώσεων και κατανόησης της ηθικής επιχειρηματικότητας και των ηθικών διλημάτων. Εάν δεν το έχουν, οι εκπαιδευτικοί πρέπει να παράσχουν στην τάξη αυτές τις γνώσεις και η παρουσίαση Power Point "Εμπνευσμένη ηθική επιχειρηματικότητα και διλήμματα" θα βοηθήσει στην αντιμετώπιση του γνωστικού κενού.

Προετοιμασία των σπουδαστών/στριών.

Οι σπουδαστές/στρίες κατά καιρούς είναι πιο δημιουργικοί και καινοτόμοι από τους εκπαιδευτικούς και στόχος του εκπαιδευτικού είναι να το αναδείξει αυτό από τους σπουδαστές/στρίες, να ακολουθήσει μια μαθητοκεντρική προσέγγιση. Είναι σημαντικό οι σπουδαστές/στρίες να αναλαμβάνουν τα ηνία και ο ρόλος του εκπαιδευτικού είναι να λειτουργεί ως οδηγός και μέντορας για τους σπουδαστές/στρίες. Να τους δείχνει τον δρόμο που πρέπει να ακολουθήσουν, αλλά να μην τους δίνει όλες τις απαντήσεις, αλλά να επιτρέπει στους σπουδαστές/στρίες να σκέφτονται μόνοι τους, όπως είπε ο Άλμπερτ Αϊνστάιν: "Δεν διδάσκω ποτέ τους σπουδαστές/στρίες μου, μπορώ μόνο να προσπαθήσω να δημιουργήσω τις συνθήκες μέσα στις οποίες μπορούν να μάθουν". Επομένως, αυτά τα εργαλεία, τα υλικά και οι μέθοδοι είναι οι διάφορες προϋποθέσεις για την προετοιμασία και την παρακίνηση των σπουδαστών/τριών. Έτσι, μερικές από αυτές τις μεθόδους είναι:

1. Κατανομή καθηκόντων και ευθύνες (προαιρετικά).

Ο καταμερισμός των καθηκόντων και των ευθυνών διευκολύνει την αποτελεσματική και ομαλή διεξαγωγή της ημέρας της συνέντευξης και της προετοιμασίας της. Ως εκ τούτου, οι καθορισμένοι ρόλοι και οι αρμοδιότητές τους μπορούν να ενθαρρύνουν το αίσθημα ευθύνης. Ωστόσο, αυτή είναι μια προαιρετική μέθοδος και εναπόκειται στη διακριτική ευχέρεια του εκπαιδευτικού αν θα την εφαρμόσει. Οι ερωτήσεις της συνέντευξης θα διαμορφωθούν και θα συζητηθούν ως ομάδα, πέρα από αυτό, ο καθένας/μία από τους/τις πέντε σπουδαστές/στρίες μπορεί να αναλάβει έναν ρόλο και τις ευθύνες του, αλλά δεν χρειάζεται να είναι ατομικιστικό, οι ευθύνες μπορούν να μοιραστούν και τελικά πρόκειται για ομαδική εργασία. (Παράδειγμα καταμερισμού: Επικεφαλής ομάδας, επικεφαλής επικοινωνίας, γραμματέας, επικεφαλής ανάλυσης έρευνας, επικεφαλής διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού).

2. Λίστες ελέγχου.

Ενθαρρύνετε τους σπουδαστές/στρίες να δημιουργήσουν μια λίστα ελέγχου με τα πράγματα που πρέπει να κάνουν ή να έχουν για τη συνέντευξη.

Αντί να τους ενημερώνετε ως προς μία ανάθεση, θέστε το ως ερώτηση. Παράδειγμα: *Τι εργαλείο νομίζετε ότι μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ή τι νομίζετε ότι μπορούμε να κάνουμε για να βεβαιωθούμε ότι δεν έχουμε παραλείψει κανένα βήμα για τη συνέντευξη;* Αυτό θα τους επέτρεπε να σκεφτούν μόνοι/ες τους και να ξεκινήσουν να δημιουργούν οι ίδιοι/ες τον κατάλογο ελέγχου και όχι ο/η εκπαιδευτικός να το κάνει γι' αυτούς.

3. Διατήρηση της επικοινωνίας.

Προτείνετε στην τάξη να διατηρήσει επαφή με αυτή τη δραστηριότητα μέχρι την προετοιμασία της συνέντευξης και μετά. Για να κρατήσουν οι σπουδαστές/στρίες επαφή ενθαρρύνετε τους να οργανώσουν συναντήσεις ή να δημιουργήσουν μια ομάδα WhatsApp (ό,τι θεωρούν ότι είναι πιο κατάλληλο για τους ίδιους).



4. Δημιουργικότητα και καινοτομία.

Ενθαρρύνετε τους σπουδαστές/στρίες να φέρουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομικότητά τους σε οποιαδήποτε μορφή μπορεί να αξιοποιηθεί στη διαδικασία, ξεκινώντας από το εργαστήριο, μέχρι τη συνέντευξη αλλά και μετά. Για παράδειγμα:

- Ενθαρρύνετε τους σπουδαστές/στρίες να σκεφτούν έξω από τα συνηθισμένα, π.χ. όσον αφορά τις ερωτήσεις για τη συνέντευξη,
- Οι σπουδαστές/στρίες μπορούν να δημιουργήσουν μια ψηφιακή κάρτα πρόσκλησης και να την αποστείλουν στον επιχειρηματία,
- Δώστε στους σπουδαστές/στρίες ένα κουίζ ή παίξτε ένα παιχνίδι σχετικά με τα ηθικά διλήμματα και την ηθική επιχειρηματικότητα,
- Δημιουργήστε μια παρουσίαση PowerPoint ή χρησιμοποιήστε κάποιο άλλο εργαλείο για να έχετε τις ερωτήσεις της συνέντευξης σε ένα έγγραφο που μπορεί να κοινοποιηθεί αντί για ένα απλό έγγραφο word,
- Δημιουργήστε ένα σύντομο βίντεο ή δημιουργήστε ένα κολάζ φωτογραφιών από τη διαδικασία και την όλη εμπειρία,
- Ζητήστε από τον/την επιχειρηματία να σας ξεναγήσει στην εταιρεία.

Αυτά είναι μερικά μόνο από τα υλικά, τις μεθόδους και τα εργαλεία για την προετοιμασία των σπουδαστών/στριών για τη δραστηριότητα των επισκέψεων σε επιχειρήσεις. Με την ελπίδα να ενθαρρύνουμε, να παρακινήσουμε και να παρέχουμε στους σπουδαστές/στρίες τις προϋποθέσεις και τα εργαλεία για να πάρουν το θέμα αυτό στα χέρια τους και να το εξελίσουν σε κάτι που τους ενθουσιάζει, με τη βοήθεια ενός καλού εκπαιδευτικού που θα τους καθοδηγήσει.











ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. "ET TALKS"

ET TALKS - είναι μια σύνδεση μεταξύ των σχολών επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης και του επιχειρηματικού κόσμου. Σύντομες διαδικτυακές συνεδρίες με επιχειρηματίες οι οποίοι συνεντευξιάζονται από *σπουδαστές/στριες ΕΕΚ* από τις χώρες των εταίρων, προκειμένου οι τελευταίοι/ες να συλλέξουν καλές πρακτικές σε μια συζήτηση μεταξύ ομοτίμων (αίθουσες ZOOM). Έχει ετοιμαστεί μια παρουσίαση PowerPoint για κάθε εταίρο, ώστε να την έχει ως σημείο αναφοράς/πρότυπο, και τελικά να οργανώσει τις συνομιλίες ET όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά.

Αυτές οι διαδικτυακές εκδηλώσεις είναι μια εξαιρετική ευκαιρία όχι μόνο για τους σπουδαστές/στριες να νιώσουν πιο άνετα με τη συζήτηση και τη συνέντευξη με έναν/μία επαγγελματία, αλλά και για να καλλιεργήσουν σχετικές κοινωνικές δεξιότητες και να βελτιώσουν το προσωπικό τους branding και την κοινωνικοποίησή τους σε επιχειρηματικό επίπεδο - πώς να εκφράζονται ή να περιγράψουν τον εαυτό τους, πώς να παρουσιάζουν τον στόχο μιας συνέντευξης και πώς να αντιμετωπίζουν διαπολιτισμικές περιπτώσεις ή ευαίσθητα θέματα, να συμπεριφέρονται χωρίς αποκλεισμούς, να είναι ανοιχτόμυαλοι κ.λπ.

Δομή δραστηριότητας "ET TALKS".

Εικονίδιο	Επεξήγηση
	1 εκπρόσωπος επιχείρησης / "ET TALK". Δραστηριότητα "ET TALK" - διεθνής/τοπική.
	2 ή περισσότεροι εκπαιδευτές/καθηγητές.
	Ομάδα σπουδαστών/στριών/τριών ανά τάξη.
	Χρόνος "ET TALK": 45-60 λεπτά.
	Υλικό: <ul style="list-style-type: none"> Κεφάλαιο 4. "ET TALKS", Παρουσίαση Power Point - "V&F ET Talks κατευθυντήριες γραμμές για τις συνεντεύξεις", Έγγραφο Word - "Οδηγίες για την παραγωγή βίντεο".
	Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακή δραστηριότητα: <ul style="list-style-type: none"> YouTube, Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings,
	Σχέδιο "ET TALK": <ul style="list-style-type: none"> Πριν από το "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> Προετοιμάστε τα προαπαιτούμενα (κατανομή ρόλων, καθορισμένη ημερομηνία/ώρα, ηλεκτρονική πλατφόρμα/εργαλεία, επίσημες προσκλήσεις, αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λπ.) Κάντε πρόβα και έχετε ένα σχέδιο B, σε περίπτωση που παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα, Στείλτε ευγενικές υπενθυμίσεις σε όλους τους ενδιαφερόμενους.

	<ul style="list-style-type: none"> • Κατά τη διάρκεια του "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Έλεγχος της τελευταίας στιγμής σχετικά με το δίκτυο, το σύστημα εγγραφής, το σενάριο/τις ερωτήσεις, τη διαθεσιμότητα όλων των εμπλεκόμενων ατόμων, 2. Σύνομη παρουσίαση της εταιρείας και του εκπροσώπου της επιχείρησης, 3. Προεπιλεγμένες ερωτήσεις σχετικά με την εννοιολόγηση της ηθικής, περιγραφή ενός διλήμματος του παρελθόντος και του πιθανού επαναπροσδιορισμού του, ανταλλαγή ορισμένων συμβουλών, 4. Ολοκλήρωση της ET-Talk & τέλος της ηχογράφησης. • Μετά το "ET TALK": <ol style="list-style-type: none"> 1. Διαδώστε την εκδήλωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης 2. Επεξεργασία του βίντεο με Intro και Outro (https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1-WEYmdn8QOF0kR7AP65DeCg5Gztvj7k4) και ανεβάστε το στο YouTube 3. Στείλτε ευχαριστήρια επιστολή στον/στην επιχειρηματία (ιδανικά με ένα συμβολικό δώρο) μαζί με το ερωτηματολόγιο αξιολόγησης. 4. Αναπτύξτε μια έκθεση με βάση την εμπειρία. 												
	<p>Μαθησιακά αποτελέσματα του "ET TALKS":</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="395 813 754 880">Βασικές γνώσεις</td> <td data-bbox="754 813 1393 880"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαχείριση έργων: Σχεδιασμός, προετοιμασία, υλοποίηση, αξιολόγηση, αναφορά της συνέντευξης </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 880 754 981">Εφαρμογή</td> <td data-bbox="754 880 1393 981"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ήπιες δεξιότητες (επικοινωνία, συνεργασία, κριτική σκέψη, επίλυση προβλημάτων, καθώς και ευγένεια και διακριτικότητα) </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 981 754 1048">Ενσωμάτωση</td> <td data-bbox="754 981 1393 1048"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Λήψη και προβληματισμός σχετικά με τις απαντήσεις των επαγγελματιών </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1048 754 1149">Ανθρώπινη διάσταση</td> <td data-bbox="754 1048 1393 1149"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Σεβασμός στη γλώσσα του σώματος και στις επιχειρηματικές/προσωπικές πρωτοβουλίες και τη νοοτροπία ενός ατόμου </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1149 754 1182">Έμπνευση</td> <td data-bbox="754 1149 1393 1182"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ευθύνη ως προς την διεκπεραίωση της συνέντευξης </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1182 754 1305">Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td data-bbox="754 1182 1393 1305"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσαρμογή των ερωτήσεων ανάλογα με το άτομο που παίρνει τη συνέντευξη, ▪ Εξοικείωση με το τεχνικό περιβάλλον μιας συνέντευξης </td> </tr> </table>	Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαχείριση έργων: Σχεδιασμός, προετοιμασία, υλοποίηση, αξιολόγηση, αναφορά της συνέντευξης 	Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ήπιες δεξιότητες (επικοινωνία, συνεργασία, κριτική σκέψη, επίλυση προβλημάτων, καθώς και ευγένεια και διακριτικότητα) 	Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Λήψη και προβληματισμός σχετικά με τις απαντήσεις των επαγγελματιών 	Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Σεβασμός στη γλώσσα του σώματος και στις επιχειρηματικές/προσωπικές πρωτοβουλίες και τη νοοτροπία ενός ατόμου 	Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ευθύνη ως προς την διεκπεραίωση της συνέντευξης 	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσαρμογή των ερωτήσεων ανάλογα με το άτομο που παίρνει τη συνέντευξη, ▪ Εξοικείωση με το τεχνικό περιβάλλον μιας συνέντευξης
Βασικές γνώσεις	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαχείριση έργων: Σχεδιασμός, προετοιμασία, υλοποίηση, αξιολόγηση, αναφορά της συνέντευξης 												
Εφαρμογή	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ήπιες δεξιότητες (επικοινωνία, συνεργασία, κριτική σκέψη, επίλυση προβλημάτων, καθώς και ευγένεια και διακριτικότητα) 												
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Λήψη και προβληματισμός σχετικά με τις απαντήσεις των επαγγελματιών 												
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Σεβασμός στη γλώσσα του σώματος και στις επιχειρηματικές/προσωπικές πρωτοβουλίες και τη νοοτροπία ενός ατόμου 												
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ευθύνη ως προς την διεκπεραίωση της συνέντευξης 												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Προσαρμογή των ερωτήσεων ανάλογα με το άτομο που παίρνει τη συνέντευξη, ▪ Εξοικείωση με το τεχνικό περιβάλλον μιας συνέντευξης 												

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. "ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ" (FUTURE DAYS)

"Future days" - είναι συζητήσεις και διάλογοι μεταξύ σπουδαστών/στριών, καθηγητών και επιχειρηματιών. Κατά τη διάρκεια αυτών των συζητήσεων οι σπουδαστές/στριες ενθαρρύνονται να εφαρμόσουν αποτελεσματικά τις γνώσεις τους, να αναπτύξουν προσωπικές, ηγετικές, επιχειρηματικές, ομαδικές ικανότητες, δεξιότητες κριτικής σκέψης και περιέργεια.





Η δράση αυτή παρέχει ευνοϊκές συνθήκες για τους ίδιους τους σπουδαστές/στριες & τις μαθήτριες να ξεκινήσουν συζητήσεις με επιχειρηματίες, να καταθέσουν προβληματισμούς για ηθικά ζητήματα που είναι επίκαιρα σήμερα. Κατά τη διάρκεια τους, οι σπουδαστές/στριες μαθαίνουν να θέτουν επίμαχα ερωτήματα, να αναλύουν και να αναζητούν θετικά παραδείγματα, να κατανοούν τι είναι σημαντικό για τις ηθικές, βιώσιμες και υπεύθυνες εταιρείες, ποιες αξίες καθοδηγούν τους/τις επιχειρηματίες και ποιες δεξιότητες απαιτούνται για τη λειτουργία μιας ηθικής επιχείρησης. Τέτοιου είδους συζητήσεις με επιχειρηματίες αποκαλύπτουν συχνά στερεότυπα που εξακολουθούν να υπάρχουν και διαφορετικές στάσεις απέναντι στην επιχειρηματική ηθική, την υπευθυνότητα και τη βιωσιμότητα.





Πιστεύουμε ότι η εν λόγω δράση είναι μια μεγάλη ευκαιρία για να αλλάξει η στάση της κοινωνίας απέναντι στις επιχειρήσεις και την κοινωνική ευθύνη, να προωθηθεί η ηθική συμπεριφορά στις καθημερινές αποφάσεις, για μια πιο επιτυχημένη προοπτική ηθικών επιχειρήσεων και για να αποκτήσουν οι σπουδαστές/στριες επιχειρηματικές γνώσεις σχετικές με τη δημιουργία μιας πιο υποσχόμενης επιχείρησης ή το σχεδιασμό μιας πιο υποσχόμενης καριέρας.

Είναι επίσης χρήσιμο για τους/τις επιχειρηματίες να γνωρίζουν τις προσδοκίες, τις τάσεις και τα ηθικά ζητήματα που εγείρουν οι νέοι ως δυνητικοί καταναλωτές ή εργαζόμενοι.

Για τους/τις εκπαιδευτικούς, αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα για το πώς μπορούν να συμπεριληφθούν εργασίες και δραστηριότητες στην εκπαιδευτική διαδικασία που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη ενός ευρύτερου φάσματος ικανοτήτων των σπουδαστών/στριών.

Δομή δραστηριότητας " ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ".

Εικονίδιο	Επεξήγηση
	3 εκπρόσωποι επιχειρήσεων ανά 1 ΕΚΔΗΛΩΣΗ.
	5 ή περισσότεροι εκπαιδευτές/καθηγητές.
	Ομάδα σπουδαστών/στριών/τριών ανά τάξη.
	1 εκδήλωση " ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ " με διάρκεια: 60-90 λεπτά.

	Υλικό: <ul style="list-style-type: none"> • Κεφάλαιο 5. "ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ" • Έγγραφο Word - "Κατευθυντήριες γραμμές ", 												
	Εργαλεία/πλατφόρμες για διαδικτυακή δραστηριότητα: <ul style="list-style-type: none"> • YouTube, Zoom/ Microsoft Teams/ Google meet/ Skype/ GoToMeeting/ ezTalks Meetings/ Cisco Webex Meetings, 												
	Σχέδιο "ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ": <ul style="list-style-type: none"> • Κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων "Γρήγορης σάρωσης", εδραιώθηκε ένα δίκτυο Role Models, • Διαμόρφωση του τρόπου στησίματος της δράσης (τι τύπος εκδήλωσης θα είναι;), • Μιλήστε με τους/τις επιχειρηματίες και τους/τις εκπαιδευτικούς, για να οργανώσετε την εκδήλωση, • Παρουσιάστε στην τάξη και οργανώστε την εκδήλωση ανάλογα, • Λάβετε ανατροφοδότηση από την τάξη. 												
	Μαθησιακά αποτελέσματα των δραστηριοτήτων "ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΗΜΕΡΕΣ": <table border="1" data-bbox="395 792 1390 1189"> <tr> <td data-bbox="400 792 703 860">Βασικές γνώσεις</td> <td data-bbox="708 792 1385 860">▪ Κατανόηση των σημαντικότερων στοιχείων της ηθικής επιχειρηματικότητας,</td> </tr> <tr> <td data-bbox="400 866 703 934">Εφαρμογή</td> <td data-bbox="708 866 1385 934">▪ Ανάπτυξη κριτικής σκέψης, ▪ Ανάλυση και αξιολόγηση των ηθικών επιταγών,</td> </tr> <tr> <td data-bbox="400 940 703 963">Ενσωμάτωση</td> <td data-bbox="708 940 1385 963">▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας,</td> </tr> <tr> <td data-bbox="400 969 703 1025">Ανθρώπινη διάσταση</td> <td data-bbox="708 969 1385 1025">▪ Εντοπισμός επιχειρηματιών που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα,</td> </tr> <tr> <td data-bbox="400 1032 703 1122">Έμπνευση</td> <td data-bbox="708 1032 1385 1122">▪ Ο τρόπος που η τάξη αντιλαμβάνεται το θέμα της ηθικής επιχειρηματικότητας, ▪ Διάλογος με επιχειρηματίες,</td> </tr> <tr> <td data-bbox="400 1128 703 1196">Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω</td> <td data-bbox="708 1128 1385 1196">▪ Διάλογος με επιχειρηματίες, ▪ Διαχείριση & συζήτηση πάνω σ' ένα ηθικό δίλημμα</td> </tr> </table>	Βασικές γνώσεις	▪ Κατανόηση των σημαντικότερων στοιχείων της ηθικής επιχειρηματικότητας,	Εφαρμογή	▪ Ανάπτυξη κριτικής σκέψης, ▪ Ανάλυση και αξιολόγηση των ηθικών επιταγών,	Ενσωμάτωση	▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας,	Ανθρώπινη διάσταση	▪ Εντοπισμός επιχειρηματιών που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα,	Έμπνευση	▪ Ο τρόπος που η τάξη αντιλαμβάνεται το θέμα της ηθικής επιχειρηματικότητας, ▪ Διάλογος με επιχειρηματίες,	Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	▪ Διάλογος με επιχειρηματίες, ▪ Διαχείριση & συζήτηση πάνω σ' ένα ηθικό δίλημμα
Βασικές γνώσεις	▪ Κατανόηση των σημαντικότερων στοιχείων της ηθικής επιχειρηματικότητας,												
Εφαρμογή	▪ Ανάπτυξη κριτικής σκέψης, ▪ Ανάλυση και αξιολόγηση των ηθικών επιταγών,												
Ενσωμάτωση	▪ Επίδειξη παραδειγμάτων ηθικής ηγεσίας,												
Ανθρώπινη διάσταση	▪ Εντοπισμός επιχειρηματιών που θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πρότυπα,												
Έμπνευση	▪ Ο τρόπος που η τάξη αντιλαμβάνεται το θέμα της ηθικής επιχειρηματικότητας, ▪ Διάλογος με επιχειρηματίες,												
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	▪ Διάλογος με επιχειρηματίες, ▪ Διαχείριση & συζήτηση πάνω σ' ένα ηθικό δίλημμα												

Πώς να δημιουργήσετε ένα δίκτυο επιχειρηματιών;



Πρώτα απ' όλα, βρείτε έναν/μία επιχειρηματία που έχει ήδη έναν ηθικό, κοινωνικό ρόλο στην κοινότητα. Αυτός/ή μπορεί να είναι ένας/μία ιδιοκτήτης/τρια εστιατορίου/ καταστηματούχης ή μέντορας σε ένα δίκτυο σχολείου/ εκπαίδευσης. Στη συνέχεια, βοηθήστε τους σπουδαστές/στρίες να προετοιμαστούν για μια συνέντευξη με αυτόν/ήν τον/την επιχειρηματία. Αφήστε τους σπουδαστές/στρίες να εργαστούν σε ζευγάρια για να έχουν μια πιο δομημένη εμπειρία. Στη συνέχεια εκπαιδεύστε τους πάνω στην προετοιμασία και τον συντονισμό μιας συνέντευξης (χωρίς να τονίζετε τα λάθη ή τις αστοχίες αλλά επικεντρωθείτε στις ευκαιρίες για έναν οργανισμό στο σύνολό του).

Αναπτύχθηκε μια παρουσίαση Power Point και εκπαιδεύτηκαν σπουδαστές/στρίες & μαθήτριες να συνομιλούν με επιχειρηματίες και να κατανοούν τη δύσκολη θέση που αντιμετωπίζουν, τις προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν, την ηθική συμπεριφορά που μπορεί να εφαρμοστεί!

Η εταιρεία θα πρέπει προηγουμένως να έχει παρουσιαστεί στην τάξη. Αφήστε τους σπουδαστές/στρίες να ψάξουν στο διαδίκτυο για πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία. Οι ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσουν οι σπουδαστές/στρίες είναι οι εξής:

- Τι κάνει η επιχείρηση; Σε ποιον τομέα δραστηριοποιείται;
- Ποια είναι η αποστολή, το όραμα και οι στόχοι της;
- Ποια είναι τα μοναδικά σημεία πώλησης της εταιρείας;

- Ποια τα ηθικά διλήμματα που θα μπορούσαν να τεθούν σε αυτόν τον κλάδο ή την εταιρεία;
- Ποιες είναι οι προσωπικές σας ηθικές αξίες;
- Ποιες είναι οι προσωπικές σας ηθικές αξίες που θέλετε να αντικατοπτρίζονται στην εταιρεία;
- Ιδέα Ερώτηση (π.χ. ρωτήστε την εταιρεία σχετικά με την διαχείριση του προσωπικού),
- Ποιες είναι οι ηθικές αξίες της εταιρείας και πώς τις εφαρμόζει;

Μετά την ολοκλήρωση της παραπάνω κατάρτισης είναι απαραίτητο να υπάρξει συνέχεια με τους σπουδαστές/στρίες και τους επιχειρηματίες. Αφήστε τους σπουδαστές/στρίες να πρωτοστατήσουν, βοηθήστε τους να οργανώσουν μια εκδήλωση για τους επιχειρηματίες ώστε να γνωριστούν μεταξύ τους, να συμβουλευτούν ο ένας τον άλλον ή να έχουν μια "πλατφόρμα ιδεών". Τότε (μέσα σε μισό χρόνο περίπου) οι σπουδαστές/στρίες και οι επιχειρηματίες θα μπορέσουν να συνεργαστούν. Χρησιμοποιήστε μια πλατφόρμα online και offline, αξιοποιείστε έναν ή δύο επιχειρηματίες ως βάση στην περιοχή. Βοηθήστε όλους να επωφεληθούν! Αρκετοί εταίροι το χρησιμοποίησαν αυτό με επιτυχία!!

Επιπλέον, κατά τη δημιουργία ενός δικτύου επιχειρηματιών, υπάρχουν διάφορες ενέργειες στις οποίες μπορείτε να προβείτε ως σχολείο ΕΕΚ. Επιτρέψτε μας να σας δώσουμε μερικές προτάσεις. Αυτές οι δράσεις μπορούν να βοηθήσουν εσάς και την ομάδα των σπουδαστών/στριών σας να εντοπίσετε επιχειρήσεις και επιχειρηματίες που θέλουν να επενδύσουν στην ανάπτυξη μιας ηθικής επιχειρηματικής νοοτροπίας:



Εταιρείες πρακτικής άσκησης. Πρόκειται για μικρομεσαίες και μεγαλύτερες επιχειρήσεις που ανοίγουν τις πόρτες τους για σπουδαστές/στρίες ΕΕΚ ως ασκούμενους,



Απόφοιτοι της εκπαίδευσης και της σχολής σας. Είναι η νέα γενιά επιχειρηματιών γύρω σας,



Επιχειρηματικά δίκτυα στην περιοχή σας. Μπορείτε να σκεφτείτε γενικά εταιρικά δίκτυα και επιχειρηματικές λέσχες ή πιο ειδικά δίκτυα που δημιουργήθηκαν για θέματα που σχετίζονται με την ηθική σκέψη, όπως η βιωσιμότητα, η κυκλική οικονομία, η κοινωνική οικονομία κ.λπ.



Εκθέσεις/εκδηλώσεις επιχειρηματικότητας στην περιοχή σας. Μπορείτε να επισκεφθείτε αυτές τις εκθέσεις με τους σπουδαστές/στρίες σας, διαδίδοντας το θέμα της ηθικής επιχειρηματικότητας και των στόχων του Value & Future μιλώντας με τους εκθέτες,



Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων στην περιοχή σας: συχνά σχηματίζουν ένα δίκτυο και προσφέρουν εκδηλώσεις και ευκαιρίες δικτύωσης σε νέους.

Συλλογή της μεθοδολογίας και των δραστηριοτήτων που θα εφαρμοστούν κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων:



1. Παρουσιάσεις:

Η παρουσίαση είναι ένας τρόπος προβολής πληροφοριών από τα δεδομένα και τα αποτελέσματα μιας έρευνας. Χρησιμοποιείται γενικά ως υποστήριξη ή ως βοήθημα, για να εκθέσει τα αποτελέσματα μιας έρευνας, επειδή με την παρουσίαση είναι δυνατόν να υπάρχει ένα πολυμεσικό περιεχόμενο (δηλαδή, οποιαδήποτε οπτική ή ακουστική υποστήριξη) που παρέχει μια αναφορά στο θέμα, και που βοηθά στην κατανόηση

και την επεξήγηση των αποτελεσμάτων, στα οποία θέλετε να αναφερθείτε. Μια παρουσίαση μπορεί να περιέχει κείμενα, εικόνες, βίντεο και αρχεία ήχου. Μπορεί να χωριστεί σε δύο τύπους, την παρουσίαση πολυμέσων και την κοινή παρουσίαση.



2. World Cafe:

Το World Cafe είναι μια μέθοδος που αξιοποιεί ένα φιλικό περιβάλλον καφετέριας για να διερευνήσουν οι συμμετέχοντες/ουσες ένα θέμα συζητώντας το σε μικρές ομάδες. Η συζήτηση διεξάγεται σε πολλαπλούς γύρους των 20-30 λεπτών, με την ατμόσφαιρα του καφέ να επιτρέπει πιο χαλαρές και ανοιχτές συζητήσεις.



3. Έκθεση/επίδειξη:

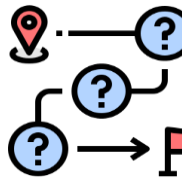
Η έκθεση είναι μια από τις καλύτερες μεθόδους για να ελέγξετε την εφαρμογή των όσων διδάχθηκαν. Οι σπουδαστές/στριες μαθαίνουν να εφαρμόζουν τις γνώσεις και τις πληροφορίες που έχουν συλλέξει από διάφορες πηγές και ο/η εκπαιδευτικός έχει την ευκαιρία να ελέγξει τους σπουδαστές/στριες ως προς τις γνώσεις τους.



4. Συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης:

Οι συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης είναι συζητήσεις μικρών ομάδων στις οποίες όλοι έχουν ίσο δικαίωμα συμμετοχής. Αυτή η μέθοδος μπορεί στην πραγματικότητα να έχει διάφορες μορφές. Οι συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης είναι μια μορφή ακαδημαϊκής συζήτησης, που χρησιμοποιείται ως τεχνική για την εμπλοκή της κοινότητας και του κοινού και μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί από

οργανισμούς και επιχειρήσεις.



5. Μάθηση με βάση την πρόκληση:

Πρόκειται για μια παιδαγωγική προσέγγιση που εμπλέκει ενεργά τους σπουδαστές/στριες σε μια κατάσταση που είναι πραγματική, σχετική και αφορά το περιβάλλον τους. Περιλαμβάνει τη συνεργασία των σπουδαστών/στριών με τους ενδιαφερόμενους φορείς για τον καθορισμό μιας πρόκλησης και τη συνεργατική ανάπτυξη μιας λύσης που είναι περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά βιώσιμη.



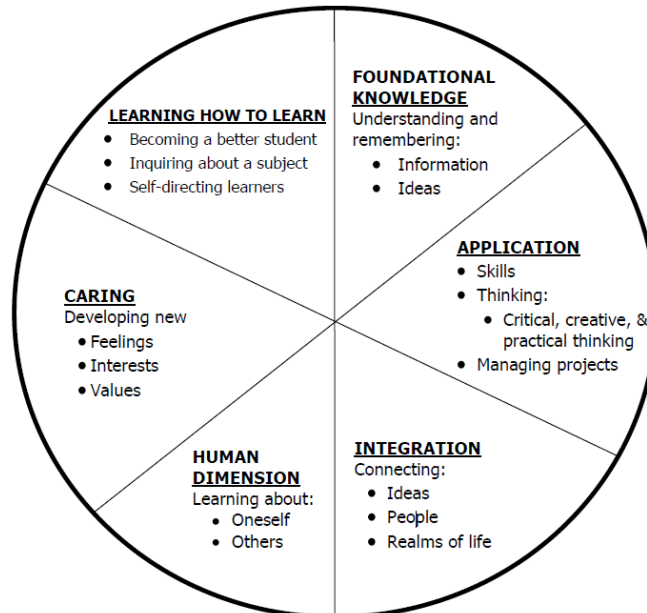
6. Μεθοδολογία Σχεδιαστικής Σκέψης (Design Thinking):

Αυτή η μεθοδολογία επικεντρώνεται σε πραγματικές ανάγκες. Κάθε σχολείο μπορεί να συνεργαστεί με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως σχολεία, εταιρείες και εκπαιδευτικούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. "ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ"

Ως εκπαιδευτής/τρια της ηθικής επιχειρηματικής μάθησης, είναι σημαντικό να έχετε κατανόηση των μαθησιακών αποτελεσμάτων για τους σπουδαστές/στρίες του κέντρου ΕΕΚ σας. Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να εξηγήσει τα επιθυμητά μαθησιακά αποτελέσματα σύμφωνα με την ταξινόμηση της Dee Fink (2003), βλέπε Σχήμα 1.

Εικόνα 1 - Η ταξινόμια του Dee Fink για τη Σημαντική Μάθηση (Fink, 2003).



Ο Dee Fink προτείνει ότι η Σημαντική Μάθηση λαμβάνει χώρα ως αλληλεπίδραση των ακόλουθων έξι διαστάσεων: θεμελιώδης γνώση, εφαρμογή, ολοκλήρωση, ανθρώπινη διάσταση, έμπνευση και υιοθέτηση του τρόπου μάθησης. Αυτή η ταξινόμια έχει επιλεγεί προσεκτικά από τους συγγραφείς για να ταιριάζει με το περιεχόμενο της κατάρτισης σχετικά με την ηθική επιχειρηματικότητα και τις αξίες και πιστεύεται ότι ταιριάζει καλύτερα από μια πιο συμβατική ταξινόμια, όπως η ταξινόμια του Bloom (Bloom et al., 1984).

Όπως δήλωσε ο Dee Fink, η ταξινόμια επιτρέπει την εποικοδομητική ευθυγράμμιση των παρακάτω:

- 1) εκμάθηση/κατάρτιση
- 2) μαθησιακά αποτελέσματα
- 3) ανατροφοδότηση και αξιολόγηση

6.1.Καθορισμός των μαθησιακών αποτελεσμάτων και της αξιολόγησης των δεοντολογικών επιχειρηματικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων

Μια πρώτη δήλωση για τη διατύπωση των μαθησιακών στόχων περιλαμβάνει τον προσδιορισμό αυτού που θα θέλαμε οι σπουδαστές/στρίες να θυμούνται ακόμα και ένα χρόνο μετά την εκπαίδευση.

"Ένα χρόνο (ή και περισσότερο) μετά το τέλος αυτού του μαθήματος, θέλω και ελπίζω ότι οι σπουδαστές/στρίες θα είναι σε θέση να επιχειρηματολογήσουν για

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις
Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

τη λήψη αποφάσεων μεταξύ δύο ηθικών επιταγών στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας."

Αναλύουμε περαιτέρω τους μαθησιακούς στόχους με βάση την ταξινόμηση του Πίνακα 1.

Πίνακας 1 - Μαθησιακά αποτελέσματα

<p>Βασικές γνώσεις Μαθησιακός στόχος 1 Οι σπουδαστές/στριες κατανοούν και θυμούνται τα σημαντικότερα στοιχεία του ορισμού της ηθικής επιχειρηματικότητας, όπως περιγράφεται από τον Simon Sinek.</p>	<p>Ο/η εκπαιδευτικός παρουσιάζει τον ορισμό "Η ευθύνη των επιχειρήσεων είναι να χρησιμοποιούν τη θέληση και τους πόρους τους, να προωθούν ένα σκοπό μεγαλύτερο από τον εαυτό τους, να προστατεύουν τους ανθρώπους και τους τόπους στους οποίους δραστηριοποιούνται και να δημιουργούν περισσότερους πόρους ώστε να μπορούν να συνεχίσουν να κάνουν όλα αυτά τα πράγματα για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Ένας οργανισμός μπορεί να κάνει ό,τι θέλει για να οικοδομήσει την επιχείρησή του, αρκεί να είναι υπεύθυνος για τις συνέπειες της δράσης του".</p>
<p>Εφαρμογή Μαθησιακός στόχος 2 Οι σπουδαστές/στριες αναπτύσσουν κριτική σκέψη, κατά την οποία αναλύουν και αξιολογούν τις ηθικές επιταγές στις περιπτώσεις ηθικής επιχειρηματικότητας που επιλέγονται από τον εκπαιδευτή.</p>	<p>Στο πλαίσιο του έργου έχουν συγκεντρωθεί 30 περιπτώσεις στις 6 χώρες-εταίρους, και συνιστάται στους εκπαιδευτές να επιλέξουν τις περιπτώσεις που θεωρούν σχετικές με το πλαίσιο της μάθησης των σπουδαστών/στριών στο κέντρο επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.</p>
<p>Ενσωμάτωση Μαθησιακός στόχος 3 Οι σπουδαστές/στριες θα πρέπει να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τις συνδέσεις μεταξύ των περιπτώσεων ηθικής επιχειρηματικότητας που επιλέγονται από τον εκπαιδευτή και της προσωπικής, κοινωνικής ή/και εργασιακής ζωής των σπουδαστών/στριών.</p>	<p>Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να ενθαρρύνει τον προβληματισμό σχετικά με τα ηθικά διλήμματα να αντλεί ομοιότητες και να φέρνει τις περιπτώσεις πιο κοντά στους σπουδαστές/στριες. Ο εκπαιδευτής μπορεί να διερευνήσει την ανταπόκριση συνδέοντας τις περιπτώσεις με παραδείγματα ηθικών (επιχειρηματικών) διλημάτων στη δική του ζωή.</p>
<p>Ανθρώπινη διάσταση Μαθησιακός στόχος 4 Οι σπουδαστές/στριες κατανοούν ότι όταν αλληλεπιδρούν με άλλους, μπορεί να έχουν διαφορετική/συγκρουόμενη αντίληψη για την καλύτερη εντολή σε ένα ηθικό δίλημμα στην επιχειρηματικότητα.</p>	<p>Όταν ένας εκπαιδευτής παρουσιάζει επιχειρηματικά ηθικά διλήμματα, ο εκπαιδευτής δίνει προσοχή στην εξήγηση ότι ένα δίλημμα είναι "μια κατάσταση στην οποία πρέπει να γίνει μια δύσκολη επιλογή μεταξύ δύο ή περισσότερων εναλλακτικών λύσεων, ιδίως εκείνων που είναι εξίσου ανεπιθύμητες". Ως εκ τούτου, η απόφαση σχετικά με τα διλήμματα πρέπει να συζητείται και να γεννά προβληματισμό. Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να αποφεύγει τις κρίσεις κατά την εκπαίδευση.</p>
<p>Έμπνευση Μαθησιακός στόχος 5 Οι σπουδαστές/στριες αναπτύσσουν ενδιαφέρον για το θέμα της ηθικής επιχειρηματικότητας.</p>	<p>Ο εκπαιδευτής μοιράζεται τον ενθουσιασμό του για το θέμα και καθορίζει τη συνάφεια πέρα από τη συγκεκριμένη περίπτωση, π.χ. συσχετίζοντας το θέμα με την ενδοεπιχειρηματικότητα.</p>
<p>Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω Μαθησιακός στόχος 6 Οι σπουδαστές/στριες μαθαίνουν πώς να συμπεριφέρονται και να είναι καλοί σπουδαστές/στριες όταν παρουσιάζεται και συζητείται ένα ηθικό δίλημμα.</p>	<p>Ο εκπαιδευτής θα δώσει στους σπουδαστές/στριες τη δυνατότητα να αναγνωρίζουν τότε κρίνουν και τότε δεν προβληματίζονται.</p>

Οι παραπάνω μαθησιακοί στόχοι αφορούν όλες τις ενότητες μαζί και θα αξιολογούνται. Για την περαιτέρω καθοδήγηση των εκπαιδευτικών και των εκπαιδευτών, κάθε ενότητα έχει συγκεκριμένους μαθησιακούς στόχους που ακολουθούν την ταξινόμηση της Dee Fink. Δείτε για παράδειγμα τους μαθησιακούς στόχους της ενότητας 2 παρακάτω:

Μαθησιακά αποτελέσματα των μαθημάτων για την Ενότητα 2:

<p>Βασικές γνώσεις</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Κατανοήστε την έννοια της επιχειρηματικής δεοντολογίας, • Περιγράψτε τα 3 βασικά στοιχεία της επιχειρηματικής δεοντολογίας, • Συσχετίστε την εταιρική βιωσιμότητα και την εταιρική διακυβέρνηση με την επιχειρηματική ηθική,
<p>Εφαρμογή</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Εξηγήστε γιατί οι εταιρικές αξίες είναι σημαντικές,

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	<ul style="list-style-type: none"> • Συνδέστε τις 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ με την επιχειρηματική δεοντολογία, • Περιγράψτε τη σημασία των 17 SDGs,
Ενσωμάτωση	<ul style="list-style-type: none"> • Αναλογιστείτε τη σημασία της εταιρικής διακυβέρνησης και της εταιρικής βιωσιμότητας,
Ανθρώπινη διάσταση	<ul style="list-style-type: none"> • Μοιραστείτε προσωπικές εμπειρίες που σχετίζονται με την εφαρμογή της ηθικής σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον,
Έμπνευση	<ul style="list-style-type: none"> • Δεσμευτείτε για τη σημασία της εφαρμογής της επιχειρηματικής δεοντολογίας,
Μαθαίνοντας πώς να μαθαίνω	<ul style="list-style-type: none"> • Δώστε παραδείγματα για το πώς μια επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει τη δεοντολογία, • Διαμορφώστε χρήσιμες ερωτήσεις σχετικά με την εφαρμογή της επιχειρηματικής ηθικής,

6.2. Μεθοδολογία για την αξιολόγηση των μαθησιακών αποτελεσμάτων

Η αξιολόγηση μερικές φορές περιπτεύει, καθώς είναι κοινή πεποίθηση ότι είναι ο “σιωπηλός δολοφόνος” της μάθησης. Είναι ενδιαφέρον ότι για άλλους η αξιολόγηση είναι κινητήριοι μοχλός. Ωστόσο, αυτό που είναι κοινά αποδεκτό είναι ότι η αξιολόγηση είναι πολύτιμη όταν ευθυγραμμίζεται με τα μαθησιακά αποτελέσματα, γι' αυτό και ευθυγραμμίσαμε την αξιολόγηση και τα μαθησιακά αποτελέσματα στον Πίνακα 2.

Πίνακας 2: Ευθυγράμμιση των μαθησιακών στόχων με την αξιολόγηση

Μαθησιακός στόχος \ Αξιολόγηση	Παρουσίαση και ανακεφαλαίωση εντός της κατάρτισης	Περιπτώσεις κατάρτισης	Έρευνα στάσεων	Έκθεση αυτοαναστοχασμού
1 - Βασικές γνώσεις	x			
2 - Εφαρμογή		x		
3 - Ενσωμάτωση		x		x
4 - Ανθρώπινη διάσταση		x		
5 - Έμπνευση			x	x
6 - Μαθαίνω πώς να μαθαίνω		x		x

Τέσσερις τύποι αξιολόγησης κρίθηκαν ως οι πλέον κατάλληλοι για την αξιολόγηση των μαθησιακών αποτελεσμάτων. Υπάρχουν δύο αξιολογήσεις κατά τη διάρκεια της κατάρτισης, οι οποίες λαμβάνουν χώρα καθ' όλη τη διάρκεια της κατάρτισης. Υπάρχουν δύο αξιολογήσεις στο τέλος της κατάρτισης, οι οποίες πραγματοποιούνται εντός δύο εβδομάδων μετά την κατάρτιση. Οι τέσσερις αξιολογήσεις θα συζητηθούν λεπτομερέστερα στις επόμενες υποενότητες.

Παρουσίαση και ανακεφαλαίωση εντός της κατάρτισης.

Κατά τη διάρκεια της κατάρτισης, ο εκπαιδευτής αλληλεπιδρά συνεχώς με τους σπουδαστές & τις σπουδάστριες, θέτει ερωτήσεις και ανοίγει τη συζήτηση. Ο εκπαιδευτής χρησιμοποιεί αυτές τις αλληλεπιδράσεις για να εκτιμήσει αν οι σπουδαστές/στρίες έχουν κατανοήσει τον ορισμό της ηθικής επιχειρηματικότητας που έχει δοθεί.

Παρουσιάσεις των Περιπτώσεων κατά τη διάρκεια της κατάρτισης.

Αυτό είναι το κύριο μέρος της κατάρτισης, όπου οι εκπαιδευτές επιλέγουν σχετικές περιπτώσεις. Ο εκπαιδευτής καθοδηγεί την τάξη και δημιουργεί ικανότητες για την επεξεργασία των περιπτώσεων, αυξάνοντας την αυτονομία των σπουδαστών/στριών σε όλες τις περιπτώσεις. Ο εκπαιδευτής αλληλεπιδρά συνεχώς με τους/τις σπουδαστές/στρίες, θέτει ερωτήσεις και ανοίγει τη συζήτηση. Ο εκπαιδευτής χρησιμοποιεί αυτές τις αλληλεπιδράσεις για να αξιολογήσει αν οι σπουδαστές/στρίες κατανοούν τον ορισμό για την ηθική επιχειρηματικότητα που έχει δοθεί. Οι σπουδαστές/στρίες καλούνται επίσης να παρουσιάσουν τις περιπτώσεις και τις προσεγγίσεις των περιπτώσεων στον εκπαιδευτή και τους σπουδαστές/στρίες τους.

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Αξιολόγηση .

Ο εκπαιδευτής θα διανείμει αρωτηματολόγια πριν και μετά την εκπαίδευση για να διαπιστώσει αν οι σπουδαστές/στρίες έχουν αναπτύξει ενδιαφέρον για την ηθική επιχειρηματικότητα. Πρόκειται κυρίως για διαμορφωτική αξιολόγηση και χρησιμεύει ως ένδειξη μάθησης για τον εκπαιδευτή.

Δεν με αφορά καθόλου (1) ... Με αφορά πλήρως (5)	1	2	3	4	5
Η ηθική επιχειρηματικότητα είναι ένα σημαντικό θέμα					
Η ηθική επιχειρηματικότητα δεν με αφορά (αντίστροφη κωδικοποίηση)					
Η εκπαίδευση πάνω στην ηθική επιχειρηματικότητα με βοηθά να κατανοήσω ηθικά διλήμματα στην προσωπική μου ζωή					
Η εκπαίδευση σε θέματα ηθικής επιχειρηματικότητας είναι σημαντική, ακόμη και αν δεν θέλω να γίνω επιχειρηματίας					
Θα ήθελα να ενημερώσω άλλους που δεν συμμετέχουν σε αυτή την εκπαίδευση για την ηθική επιχειρηματικότητα.					
Μπορώ να μάθω από άλλους πώς να αντιμετωπίζω ηθικά διλήμματα					

Ο εκπαιδευτής συγκρίνει τον αριθμό των βαθμών προσθέτοντας τους, σημειώστε ότι το δεύτερο στοιχείο έχει **αντίστροφη κωδικοποίηση**, η απάντηση 1 είναι 5 βαθμοί και η απάντηση 5 είναι 1 βαθμός. Εξετάζουμε αν οι πόντοι μετά την εκμάθηση σε σύγκριση με την προηγούμενη εκμάθηση διαφέρουν. Οι πόντοι μετά τη μάθηση αξιολογούνται ως εξής
 6-12 βαθμοί: ο μαθησιακός στόχος δεν επιτυγχάνεται καθόλου
 13- 18 βαθμοί: κάποιοι στόχοι επιτυγχάνονται
 19-30 βαθμοί: οι περισσότεροι μαθησιακοί στόχοι έχουν επιτευχθεί, η κατάρτιση μπορεί να θεωρηθεί επιτυχής.

*Σημειώστε ότι η διαφορά μεταξύ του τεστ πριν και του τεστ μετά την εξέταση, μπορεί να υποδηλώνει μια μάθηση που δεν καλύπτεται από τις παραπάνω βαθμολογίες.

Έκθεση αυτοαναστοχασμού.

Οι σπουδαστές/στρίες πρέπει να υποβάλουν μια σύντομη έκθεση αυτοαναστοχασμού έκτασης 1 Α4 με εισαγωγή, κύριο μέρος και συμπέρασμα. Η εισαγωγή καλύπτει τη συνάφεια του θέματος και το προσωπικό τους ενδιαφέρον (μαθησιακός στόχος 5), το κύριο μέρος καλύπτει τη συνάφεια των παρουσιαζόμενων περιπτώσεων ηθικής επιχειρηματικότητας με την προσωπική, κοινωνική ή/και επαγγελματική ζωή των σπουδαστών/στριών (μαθησιακός στόχος 3) και τον τρόπο με τον οποίο οι σπουδαστές/στρίες θα προσέγγιζαν μελλοντικές περιπτώσεις ηθικής επιχειρηματικότητας (μαθησιακός στόχος 6).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. "ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ, ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΠΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ/ΣΤΡΙΕΣ"


7.1.Μαρτυρίες φοιτητών: γιατί και πώς η ηθική επιχειρηματικότητα και ηγεσία;

Για το σκοπό αυτό θα χρησιμοποιήσουμε τις προκλήσεις και τις συμπάθειες και αντιπάθειες των σπουδαστών/στριών. Θα προσθέσουμε, ανά χώρα τι πιστεύουν ότι είναι η πρόκληση και οι προτάσεις των σπουδαστών/στριών.


7.2.Παραδείγματα, βέλτιστες πρακτικές, διδάγματα

Τα "Παραδείγματα, βέλτιστες πρακτικές και διδάγματα" παρέχουν συγκεκριμένα παραδείγματα της διδακτικής δραστηριότητας στις χώρες των εταιρών, δίνοντας έμφαση στις προκλήσεις και τις συστάσεις τους. Τα παραδείγματα θα παρουσιαστούν με δομημένο τρόπο, περιγράφοντας το πλαίσιο του σχολείου, παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με τις περιπτώσεις που αντιμετωπίστηκαν, τη διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στριες μαζί με τον εκπαιδευτικό και τις λύσεις που βρέθηκαν. Τα παραδείγματα θα εξηγούν επίσης τα συγκεκριμένα μαθησιακά αποτελέσματα και τα τελικά συμπεράσματα.

Για το κομμάτι αυτό χρησιμοποιήσαμε τα παραδείγματα και το πλαίσιο του ινστιτούτου ή του οργανισμού στον οποίο πραγματοποιήθηκαν οι δραστηριότητες. Προσπαθήσαμε να συνοψίσουμε τις δραστηριότητες, λόγω του μεγάλου όγκου του οδηγού. Για τα παραδείγματα εξηγούμε επίσης τα συγκεκριμένα μαθησιακά αποτελέσματα. Τι πετύχαμε όλοι μαζί με τους σπουδαστές/στριες. Τέλος, παραθέτουμε τα συμπεράσματα. Τι ήταν λοιπόν εντυπωσιακό και άξιο αναφοράς από τους σπουδαστές/στριες!

Χώρα	ΕΛΛΑΔΑ 
Ίδρυμα	Η IDEC S.A. στο πλαίσιο του έργου Value & future συνεργάστηκε με την επαγγελματική σχολή ΙΕΚ Δέλτα στην Αθήνα, η οποία λειτουργεί από το 1971 στον τομέα της ιδιωτικής εκπαίδευσης, προσφέροντας σπουδές μεταδευτεροβάθμιας επαγγελματικής κατάρτισης επιπέδου 5. Ο συνδυασμός σχεδόν μισού αιώνα εμπειρίας και συνεχούς εξέλιξης και επαφής με τις νέες τάσεις και τεχνολογίες, καθώς και το εξειδικευμένο και αφοσιωμένο προσωπικό, κατέστησαν το ΙΕΚ ΔΕΛΤΑ το ιδανικό σημείο εκκίνησης όχι μόνο για σπουδές, αλλά και για την υλοποίηση των στόχων των σπουδαστών. Περισσότερες πληροφορίες: https://iekdelta.gr/ & https://idec.gr/
Προκλήσεις και λύσεις	<p>1η Πρόκληση - Η ηθική δεν ήταν τόσο προφανής όρος σε επιχειρηματικό πλαίσιο όταν απευθυνόταν σε σπουδαστές/στριες ηλικίας 17 έως 20 ετών.</p> <p>Λύση 1: Οι εκπαιδευτικοί έπρεπε να εισάγουν την ιδέα της ηθικής παρουσιάζοντας τις μελέτες περίπτωσης και εξηγώντας το ρόλο των ηθικών διλημάτων. Μια άλλη ιδέα ήταν να παρακολουθήσουν δύο ταινίες (<i>Erin Brockovich</i>, <i>The constant Gardener</i>), στις οποίες οι σπουδαστές/στριες θα μπορούσαν να αναγνωρίσουν τι σημαίνει να έχεις Ηθικά Πρότυπα και να αποφασίσουν τι είναι καλύτερο για την κοινωνία.</p> <p>2η Πρόκληση - Μιλώντας μπροστά στην κάμερα και συμμετέχοντας σε ομάδες εστίασης στο διαδίκτυο.</p> <p>Λύση 2: Λόγω του COVID-19, σε ορισμένες περιόδους έπρεπε να στραφούμε σε διαδικτυακές συνεδριάσεις και συναντήσεις. Αυτό ήταν αρκετά αποθαρρυντικό στην αρχή.</p>
Η διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στριες μαζί με τον δάσκαλο	Η διαδικασία και η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν λίγο-πολύ η ίδια με μια συνηθισμένη τάξη- δηλαδή, διάβασαν κάποιες μελέτες περιπτώσεων και στη συνέχεια προβληματίστηκαν πάνω σε αυτές, συζητώντας και ανταλλάσσοντας απόψεις. Στη συνέχεια, οι σπουδαστές/στριες συμμετείχαν σε ομάδες εστίασης και δράσεις, ενώ οι συνεντεύξεις φάνηκε να είναι το πιο δύσκολο μέρος για αυτούς. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι σπουδαστές/στριες εργάστηκαν σε ζευγάρια ή σε ομάδες, αλλά σε κάποιες άλλες περιπτώσεις έπρεπε να προετοιμάσουν πράγματα στο σπίτι και να τα παρουσιάσουν στην υπόλοιπη ομάδα. Εκτός από τους σπουδαστές ΕΕΚ, οι καθηγητές/εκπαιδευτές ΕΕΚ και οι επιχειρηματίες συμμετείχαν πλήρως σε διάφορα μέρη αυτής της διαδικασίας. Στην Ελλάδα είχαμε εκπροσώπους του δημόσιου αλλά κυρίως του ιδιωτικού τομέα καθώς και ΜΚΟ και συλλόγους. Μετά από κάθε ευκαιρία, όλοι οι εμπλεκόμενοι συμπλήρωσαν το σχετικό ερωτηματολόγιο αξιολόγησης προκειμένου να καταγράψουν τις εντυπώσεις τους και κυρίως τον τρόπο με τον οποίο έχουν αντιληφθεί την Ηθική στις επιχειρήσεις και γενικότερα.




Ανάλυση ηθικών διλημάτων	Οικολογική ευαισθητοποίηση στην αλυσίδα τροφίμων- Αειφορία- Βιολογικά/οργανικά συστατικά στα τρόφιμα- Διακρίσεις λόγω φύλου- Ανθρώπινα δικαιώματα- Ηθική εταιρική κουλτούρα.
Ανατροφοδότηση των σπουδαστών/στριών	<p>ΑΡΕΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Quick Scan «Γρήγορη Σάρωση», επειδή είναι ένας πρακτικός και βήμα προς βήμα οδηγός για το πώς να εισέλθουν στον κόσμο των επιχειρήσεων και πώς να διαχειριστούν το άγχος κατά την είσοδο σε επιχειρηματικά περιβαλλόντα και να συμπεριφέρονται ανάλογα- Future Days, επειδή έμοιαζαν με τις Ημέρες Καριέρας και ανέδειξαν τη σημασία της δικτύωσης και το όφελος του να είσαι εξωστρεφής και φιλόδοξος - ET-Talks, επειδή ήταν ο πιο διαδραστικός τρόπος προσέγγισης των επιχειρηματιών, υποβολής ερωτήσεων και ανάπτυξης μιας πιο ολιστικής προσέγγισης της εταιρικής τους κουλτούρας και της νοοτροπίας τους, Όλα αυτά τους βοήθησαν να συνειδητοποιήσουν τη σημασία της Ηθικής στη διαχείριση ενός οργανισμού και στη δημιουργία συγκεκριμένων σχέσεων μεταξύ συναδέλφων και πελατών- Κατάφεραν επίσης να συνδέσουν την Ηθική με την προστασία του Περιβάλλοντος, την αξιοκρατία και την ισότητα μεταξύ των συναδέλφων, καθώς και το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων γενικά- Τέλος, οι σπουδαστές/στρίες δήλωσαν ότι ήταν μια γόνιμη εμπειρία για αυτούς να ανακαλύψουν πόσο δύσκολη είναι η αντιμετώπιση ενός ηθικού διλήματος και το δυσκολότερο ήταν να πάρουν τη σωστή απόφαση που μπορεί να καλύψει όλες τις παραμέτρους με δίκαιο τρόπο.</p> <p>ΑΡΕΣΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Ότι ορισμένα ηθικά διλήματα θα είχαν εξελιχθεί διαφορετικά στο εθνικό τους πλαίσιο.</p> <p>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ/ΣΤΡΙΩΝ: Να είναι σε θέση να μιλήσουν για τη Δεοντολογία στους συνσπουδαστές/στρίες τους και να οργανώσουν μια εκδήλωση στο εσωτερικό του ΙΕΚ για να διαδώσουν την ιδέα.</p>
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Η δεοντολογία είναι πιο σύνθετη από ό,τι νόμιζαν αρχικά. Οι περισσότεροι από αυτούς παραδέχθηκαν ότι δεν μπορούσαν να συνειδητοποιήσουν τον αντίκτυπο που έχει στον εταιρικό κόσμο και στην κουλτούρα κάθε εταιρείας. Εταιρική Βιώσιμη Ευθύνη και Περιβαλλοντική Κοινωνική Διακυβέρνηση - (βασικό στοιχείο για την Ηγεσία και τη Διαφάνεια στους Οργανισμούς).</p> <p>Οι σπουδαστές/στρίες δεν ήταν τόσο ενθουσιασμένοι με την ιδέα της θεωρίας της ανάγνωσης. Αξίζει να αναφερθούν οι κοινωνικές δεξιότητες, όπως: ενσυναίσθηση, διαφάνεια, κριτική σκέψη, λήψη αποφάσεων, ηγεσία</p> <p>Οι περισσότερες από αυτές τις αξίες/δεξιότητες καλλιεργήθηκαν από τους σπουδαστές/στρίες. Κάτι άλλο που αξίζει να αναφερθεί είναι η ομότιμη εργασία σε περιπτώσεις όπου οι Έλληνες σπουδαστές/στρίες συνεργάστηκαν με σπουδαστές/στρίες από την Κύπρο στο πλαίσιο των ET Talks- αυτό τους έδωσε την ευκαιρία να συζητηθούν και να παρουσιαστούν ως ενιαία ομάδα και ταυτόχρονα να αλληλεπιδράσουν με επιχειρηματίες σε περιβάλλον ζωντανής μετάδοσης!</p>
Χώρα	ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ 
Ίδρυμα	KAUNAS ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ (Kautech) - είναι ένα δημόσιο ίδρυμα που παρέχει αρχική και συνεχιζόμενη επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση προσφέροντας στους σπουδαστές & στις σπουδάστριες ένα ευρύ φάσμα ειδικοτήτων που σχετίζονται με τη μηχανική, τις τεχνολογίες, τις κατασκευές και τους τομείς της γεωργίας. Το Kautech αριθμεί περίπου 3000 σπουδαστές, περισσότερα από 450 μέλη προσωπικού και 250 τοπικούς συνεργάτες. Το Kautech στοχεύει να γίνει ένα σύγχρονο ίδρυμα, που θα ανταποκρίνεται στις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης, της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης και της προώθησης της ελκυστικότητας της ΕΕΚ σε όλες τις ομάδες-στόχους. Περισσότερες πληροφορίες: https://kautech.lt/?lang=en
Προκλήσεις και λύσεις	<p>1η Πρόκληση – Η εμπλοκή των σπουδαστών/στριών ήταν χαμηλή στην αρχή των πιλοτικών δοκιμών.</p> <p>Λύση 1: Εφόπαξ υποτροφίες για σπουδαστές/στρίες. Το ύψος των εφόπαξ υποτροφιών των σπουδαστών εξαρτήθηκε από τα στατιστικά στοιχεία παρακολούθησης και την πρωτοβουλία τους στις δραστηριότητες του προγράμματος.</p> <p>Λύση 2: Εκδόθηκαν πιστοποιητικά για τους σπουδαστές & τις σπουδάστριες. Η καταγραφή της ενεργής συμμετοχής στο έργο στο βιογραφικό σημείωμα των σπουδαστών/στριών θα τους επιτρέψει να είναι πιο ανταγωνιστικοί, υποβάλλοντας αιτήσεις για πρακτική άσκηση, μαθητεία ή θέσεις εργασίας, αν και δεν έχουν εργασιακή εμπειρία.</p> <p>Λύση 3: Οι σπουδαστές/στρίες έλαβαν λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες.</p> <p>Λύση 4: Η καλή προετοιμασία των σπουδαστών/στριών αποτέλεσε επιτυχία της διαδικασίας. Οι σπουδαστές/στρίες ενθαρρύνθηκαν να αναλάβουν πρωτοβουλία για την εξεύρεση</p>



	<p>απαντήσεων, αναλαμβάνοντας υπεύθυνους ρόλους κατά τη διάρκεια συνεντεύξεων ή συζητήσεων με επιχειρηματίες.</p> <p>2η Πρόκληση - Ορισμένοι σπουδαστές/στρίες αντιμετώπιζαν δυσκολίες με την αγγλική γλώσσα. Ορισμένοι σπουδαστές/στρίες ανέφεραν στα ερωτηματολόγια αξιολόγησης, ότι ήταν δύσκολο να κατανοήσουν τη συζήτηση κατά τη διάρκεια των ET Talks και Students online exchange στα αγγλικά, αλλά οι δραστηριότητες ήταν ενδιαφέρουσες.</p> <p>Λύση 5: Οι σπουδαστές/στρίες αντιστοιχίστηκαν ανάλογα με το επίπεδο γνώσης της αγγλικής γλώσσας σε δραστηριότητες προετοιμασίας για διεθνείς συνεντεύξεις/εκδηλώσεις για να υποστηρίξουν ο ένας τον άλλον.</p> <p>Λύση 6: Κατά τη διάρκεια των θεωρητικών δραστηριοτήτων παρακολούθησαν επίσης βίντεο στα αγγλικά που βασίστηκε στο μεθοδολογικό υλικό. Ζητήθηκε από τους σπουδαστές/στρίες με καλύτερες γνώσεις αγγλικών να ξαναδιηγηθούν τις ιστορίες.</p>
<p>Η διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στρίες μαζί με τον δάσκαλο</p>	<p>Οι θεωρητικές και προπαρασκευαστικές δραστηριότητες οργανώνονταν τακτικά κάθε εβδομάδα στην τάξη με τη χρήση καινοτόμων εργαλείων του έργου, τη δομή των δραστηριοτήτων και τη μεθοδολογία. Συνεντεύξεις/ συζητήσεις/ ανταλλαγές/ εκδηλώσεις με σπουδαστές/στρίες, καθηγητές και επιχειρηματίες οργανώθηκαν διαδικτυακά. Κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων συμμετείχαν όλα τα μέλη των ομάδων-στόχων: (μικροεπίπεδο) - σπουδαστές/στρίες πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας και επαγγελματικής εκπαίδευσης- (μεσο επίπεδο) - εκπαιδευτικοί, επαγγελματίες επαγγελματικής κατάρτισης, εμπειρογνώμονες- (μακροεπίπεδο) - ενώσεις, επαγγελματίες, επιχειρηματίες, οργανισμοί, πρωτοβουλίες, κοινό. Οι σπουδαστές/στρίες εργάστηκαν ατομικά, σε ζευγάρια και σε ομάδες. Οι σπουδαστές/στρίες συμπλήρωσαν ερωτηματολόγια αξιολόγησης μετά από κάθε δραστηριότητα και έγραψαν εκθέσεις μετά από συζητήσεις/συνεντεύξεις/δραστηριότητες με επιχειρηματίες.</p>
<p>Ανάλυση ηθικών διλημάτων</p>	<p>Ρύπανση. Υπερκατανάλωση. Βιώσιμα προϊόντα και λύσεις - Εφαρμογή υψηλών τεχνολογιών για την επίλυση της ρύπανσης και άλλων προβλημάτων - Σκληρή μεταχείριση των ζώων (εκτροφεία γουνοφόρων ζώων- βιομηχανικά πτηνοτροφεία - κακές, υποβαθμισμένες συνθήκες εξαγωγής ζώων- εμπόριο ζωντανών ιχθύων - ρύπανση και κατάχρηση των πόρων της κτηνοτροφίας)- ανισότητα των φύλων και διακρίσεις λόγω φύλου - σπατάλη & ελλείψεις τροφίμων - Αποκλεισμός ατόμων με αναπηρία - Αποκλεισμός/ ανεργία κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων- Παιδιά με καρκίνο και οι οικογένειές τους που βιώνουν ψυχολογικό στρες λόγω της ασθένειας και των οικονομικών εξόδων - Αυτοκτονίες, εκφοβισμός, συναισθηματικά και ψυχολογικά προβλήματα υγείας. Πώς και πού μπορεί κανείς να λάβει συναισθηματική και ψυχολογική βοήθεια; Εθισμοί (αλκοολισμός, κάπνισμα, ναρκωτικά); Αδιαφορία ως προς την φροντίδα ζώων. Αδέσποτα ζώα. Ζημιές από παράνομους χώρους αναπαραγωγής- Παραοικονομία και ο αντίκτυπός της στην οικονομία της χώρας- Συναισθηματική και ψυχολογική ευεξία των εργαζομένων στο χώρο εργασίας- Έλλειψη πολιτιστικής παιδείας. Προγράμματα εθελοντισμού, οφέλη και ευκαιρίες για τη νεολαία- Ηθική στη ζωή μας και στις επιχειρήσεις.</p>
<p>Ανατροφοδότηση των σπουδαστών/στριών</p>	<p>ΑΡΕΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Κατάλαβαν ότι με τη βοήθεια ενός καλού ηγέτη, οι εργαζόμενοι μπορούν να βελτιωθούν και να επιτύχουν τους προσωπικούς και εταιρικούς τους στόχους- τους άρεσε να αναλύουν ηθικά θέματα και τις ιδιότητες ενός ηθικού ηγέτη- ήταν ενδιαφέρουσες οι πληροφορίες που δόθηκαν και η δυνατότητα να μάθουν κάτι καινούργιο- τους άρεσαν οι πληροφορίες σχετικά με την ηθική στις επιχειρήσεις- οι ικανότητες των επιχειρηματιών να δημιουργούν επιχειρήσεις που βοηθούν στην επίλυση κοινωνικών και παγκόσμιων προβλημάτων. Έδωξαν ενδιαφέρον επίσης για ιστορίες από εταιρείες, τα προϊόντα που λάνσαραν και πώς προέκυψαν οι επιχειρηματικές τους ιδέες- Έμαθαν ότι υπάρχουν οργανώσεις που ενδιαφέρονται για την ευημερία των ζώων- Παραδείγματα επαγγελματιών που παραβιάζουν τα πρότυπα- Ότι όλο και περισσότερες επιχειρήσεις προσπαθούν να λειτουργούν με διαφάνεια- Ότι αρκετές εταιρείες ενδιαφέρονται για τη φύση και καταπολεμούν τη ρύπανση- Γνώση για τις δυνατότητες χρήσης υψηλών τεχνολογιών- Γνωριμία με σπουδαστές/στρίες από άλλες χώρες- Διαδραστικές εργασίες- Βρήκαν ενδιαφέρον στην επαφή με εκπροσώπους οργανισμών- Πολύτιμες και ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις- Τους άρεσε να κάνουν ερωτήσεις- Η ποικιλία απόψεων- η ειλικρίνεια των ομιλητών που μοιράστηκαν τις εμπειρίες τους.</p> <p>ΑΡΕΣΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Ότι οι μονάδες εκτροφής γουνοφόρων ζώων, οι βιομηχανικές πτηνοτροφικές μονάδες και η κακοποίηση των ζώων εξακολουθούν να υπάρχουν- όπως και η ανισότητα των φύλων εξακολουθεί να υπάρχει- ότι η παραοικονομία ακμάζει- ότι η ρύπανση από τα πλαστικά είναι τόσο μεγάλη και ότι δεν ενδιαφέρονται όλες οι εταιρείες για το πώς να μειώσουν τη ρύπανση της φύσης.</p> <p>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ/ΣΤΡΙΩΝ: Θα μπορούσαν να υπάρχουν περισσότερες διαδραστικές εργασίες στο Kahoot ή σε άλλες πλατφόρμες.</p>
<p>Μαθησιακά αποτελέσματα</p>	<p>Οι σπουδαστές/στρίες ανέπτυξαν διαφορετικές δεξιότητες: Ευρύτερη νοοτροπία βασισμένη σε αξίες και ενσυναίσθηση- επικοινωνιακές δεξιότητες- ενεργητικότητα, αυτοπεποίθηση, επίλυση</p>




	προβλημάτων- δεξιότητες παρουσίασης - ομαδική εργασία, ηγετικές δεξιότητες- ενσυναίσθηση- ποικιλομορφία, ευελιξία- κοινωνική ευθύνη- συνεργασία μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, εταιρειών/οργανισμών και νεολαίας με την ανάδειξη προτύπων και ηθικών αποφάσεων/λύσεων- δεξιότητες καινοτομίας- ανατροφοδότηση, αναστοχασμός και δεξιότητες περιγραφής- υπευθυνότητα, καλύτερη παρακολούθηση του μαθήματος.
--	---

Χώρα	ΚΥΠΡΟΣ 
Ίδρυμα	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ. Το ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ στο πλαίσιο του Value & Future συνεργάστηκε με το Intercollege το οποίο είναι ένα συνδεδεμένο κολλέγιο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το Intercollege συνδυάζει τα καλύτερα στοιχεία της δυτικής εκπαίδευσης, τα πρότυπα ποιότητας και τη διεθνή φιλοσοφία με γνήσια φροντίδα για τους σπουδαστές/στρίες του. Με έδρα τη Λευκωσία, το Intercollege έχει γίνει ένα παγκόσμιο εκπαιδευτικό κέντρο που προσφέρει μια σειρά ακαδημαϊκών και επαγγελματικών προγραμμάτων σπουδών. Κεντρικό στοιχείο της ταυτότητας του Intercollege είναι η ιδιαίτερη σχέση του με το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας, μια σχέση που επιτρέπει στους σπουδαστές/στρίες του να έχουν πρόσβαση στη βιβλιοθήκη, τους μαθησιακούς και ψυχαγωγικούς πόρους του Πανεπιστημίου, αλλά το πιο σημαντικό ίσως είναι να συνεχίσουν τις σπουδές τους, αν το επιθυμούν, σε ένα ποιοτικό Πανεπιστήμιο στο οποίο θα είναι ιδιαίτερα ευπρόσδεκτοι. Εκτός από το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας, το Intercollege διατηρεί στενούς δεσμούς με πολλά ευρωπαϊκά και αμερικανικά πανεπιστήμια, δίνοντας στους σπουδαστές/στρίες μας διάφορες ευκαιρίες για μετεγγραφή. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.intercollege.ac.cy/ και https://www.unic.ac.cy
Προκλήσεις και λύσεις	Συνολικά, αν και η πολυπλοκότητα ορισμένων περιπτώσεων μπορεί να αποτελούσε πρόκληση, η σαφής παρουσίαση των περιπτώσεων και η υποστηρικτική ατμόσφαιρα ενθάρρυναν ουσιαστικές συζητήσεις μεταξύ των σπουδαστών/στριών που συμμετείχαν στο πρόγραμμα "Value & Future". Στην αρχή δεν ήταν εύκολο για αυτούς να βρουν τη σωστή λύση στα ηθικά διλήμματα που παρουσιάστηκαν μέσω των μελετών περίπτωσης. Καθώς εξοικειώνονταν περισσότερο με τα θέματα και τις μελέτες περίπτωσης, φάνηκε ότι ήταν σε θέση να αξιολογούν τις καταστάσεις πολύ καλύτερα και ήταν ευκολότερο για αυτούς να καταλήξουν σε λύσεις που ήταν πιο κοντά σε αυτό που περιγραφόταν στη μελέτη περίπτωσης.
Η διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στρίες μαζί με τον δάσκαλο	Οι σπουδαστές/στρίες του πτυχίου Αισθητικής συμμετείχαν σε εβδομαδιαία βάση στο πλαίσιο του μαθήματος Επαγγελματική Συμπεριφορά. Κατά τη διάρκεια ορισμένων μαθημάτων τους παρουσιάστηκαν οι μελέτες περιπτώσεων από τους καθηγητές τους και στη συνέχεια τους ζητήθηκε να συζητήσουν με βάση το ηθικό δίλημμα της κάθε μελέτης περίπτωσης. Ο στόχος ήταν οι σπουδαστές/στρίες να συζητήσουν πριν ο/η καθηγητής/τρια αποκαλύψει την προσέγγιση που ακολούθησε από τον/την επιχειρηματία της μελέτης περίπτωσης.
Ανάλυση ηθικών διλημάτων	1. Είναι ηθικό για την κοινωνία να επιβάλλει ορισμένα αισθητικά πρότυπα και ιδανικά ομορφιάς που μπορεί να οδηγήσουν σε προβλήματα εικόνας σώματος και χαμηλής αυτοεκτίμησης; 2. Πρέπει ένας/μία εργαζόμενος/η να καταγγείλει ανήθικες πρακτικές εντός του οργανισμού του/της, ακόμη και αν αυτό σημαίνει ότι θα θέσει σε κίνδυνο τη δουλειά του και την επιβίωσή του/της; 3. Πρέπει μια εταιρεία να συνεχίσει να αγοράζει πρώτες ύλες από έναν προμηθευτή σε μια αναπτυσσόμενη χώρα, γνωρίζοντας ότι οι εργαζόμενοι αμείβονται με πολύ χαμηλούς μισθούς και εργάζονται σε κακές συνθήκες; 4. Πρέπει μια εταιρεία να προσλάβει έναν λιγότερο καταρτισμένο υποψήφιο αντί για έναν πιο καταρτισμένο, προκειμένου να προωθήσει την ποικιλομορφία και να αποφύγει πιθανές αξιώσεις για διακρίσεις; 5. Είναι ηθικά δικαιολογημένο για μια εταιρεία να διεξάγει δοκιμές σε ζώα προκειμένου να αναπτύξει και να διασφαλίσει την ασφάλεια των προϊόντων της; 6. Θα πρέπει ένα κέντρο Spa να δίνει προτεραιότητα στη μεγιστοποίηση των κερδών προσφέροντας υπηρεσίες ή προϊόντα χαμηλότερης ποιότητας ή θα πρέπει να δίνει προτεραιότητα στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που μπορεί να είναι ακριβότερες για τους πελάτες; 7. Θα πρέπει ο ιδιοκτήτης ενός Spa ή κομμωτηρίου ομορφιάς να παρακολουθεί και να καταγράφει τις δραστηριότητες των εργαζομένων (όπως τα διαλείμματα και τις προσωπικές συζητήσεις) για να διασφαλίζει την παραγωγικότητα και τον επαγγελματισμό, ακόμη και αν αυτό παραβιάζει την ιδιωτική ζωή των εργαζομένων; 8. Πόσο ηθικό είναι για ένα Spa ή ένα σαλόνι ομορφιάς να εμπορεύεται τα προϊόντα του ως "απολύτως φυσικά" ή "βιολογικά" όταν περιέχουν συνθετικά συστατικά ή έχουν υποστεί εκτεταμένη επεξεργασία; 9. Πρέπει ένα Spa ή ένα ινστιτούτο ομορφιάς να εφαρμόζει πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον, όπως η χρήση ενεργειακά αποδοτικού εξοπλισμού, προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον και μείωση της κατανάλωσης νερού, ακόμη και αν αυτό απαιτεί πρόσθετες οικονομικές επενδύσεις; 10. Πώς θα πρέπει ένα Spa ή ένα ινστιτούτο ομορφιάς να χειρίζεται τις πληροφορίες και τα δεδομένα των πελατών για να διασφαλίζει την ιδιωτικότητα και την εμπιστευτικότητα, ιδίως όταν πρόκειται για ευαίσθητα στοιχεία υγείας ή προσωπικά δεδομένα;



<p>Ανατροφοδότηση των σπουδαστών/στριών</p>	<p>Μαρτυρία 1: "Είμαι ευγνώμων για την ευκαιρία που μου δόθηκε να συμμετάσχω στο πρόγραμμα Value & Future στο Intercollege. Τα μαθήματα σχετικά με την ηθική και την ηθική επιχειρηματικότητα μου άνοιξαν τα μάτια. Μου επέτρεψαν να προβληματιστώ σχετικά με το μέλλον μου ως επιχειρηματίας και τον αντίκτυπο που μπορεί η επιχείρησή μου να έχει στην κοινωνία. Μου άρεσαν ιδιαίτερα οι συζητήσεις και οι μελέτες περιπτώσεων που με βοήθησαν να κατανοήσω τα ηθικά διλήμματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Με έκαναν να έχω μεγαλύτερη συνείδηση των επιλογών που θα κάνω στη δική μου καριέρα. Μια πρόκληση που αντιμετώπισα ήταν η αντιμετώπιση της πολυπλοκότητας της εξισορρόπησης του κέρδους και των αξιών. Ωστόσο, μέσω του έργου, έμαθα τη σημασία της αναζήτησης του σκοπού και της λήψης ηθικών αποφάσεων στις επιχειρήσεις. Συνολικά, το έργο Value & Future διέυρυνε πραγματικά την οπτική μου και με ενέπνευσε να γίνω ένας υπεύθυνος και ηθικός επιχειρηματίας". Άννα, σπουδάστρια του Bachelor στην αισθητική στο Intercollege.</p> <p>Μαρτυρία 2: "Το πρόγραμμα Value & Future αποτέλεσε μια μεταμορφωτική εμπειρία για μένα ως φοιτήτρια στο Intercollege. Τα μαθήματα ηθικής και ο διάλογος γύρω από τα ηθικά διλήμματα στις επιχειρήσεις έχουν προκαλέσει προβληματισμό. Εκτίμησα την έμφαση που δόθηκε στις αξίες και την ενσυναίσθηση αντί να εστιάζουμε αποκλειστικά στο κέρδος. Το έργο με βοήθησε να κατανοήσω τη σημασία του να θέτω κρίσιμα ερωτήματα και να αναζητώ θετικά πρότυπα ως σωστός επιχειρηματίας. Η συμμετοχή σε συζητήσεις με επιχειρήσεις μου επέτρεψε να αναγνωρίσω τον αντίκτυπο που αυτές μπορούν να έχουν στους ανθρώπους και στον πλανήτη. Μια πρόκληση που αντιμετώπισα ήταν να καταλάβω πώς να ευθυγραμμίσω τις δικές μου αξίες με εκείνες των επιχειρήσεων με τις οποίες μπορεί να συνεργαστώ στο μέλλον. Ωστόσο, το έργο αυτό μου παρείχε τα απαραίτητα εργαλεία για να περιηγηθώ σε αυτές τις προκλήσεις και να λάβω τεκμηριωμένες αποφάσεις. Αισθάνομαι πιο έτοιμος να δημιουργήσω μια μελλοντική εταιρεία που θα δίνει προτεραιότητα τόσο στην κερδοφορία όσο και στην κοινωνική υπευθυνότητα". Δημήτρης, σπουδαστής του Bachelor στη Διοίκηση Μαγειρικών Τεχνών στο Intercollege.</p> <p>Μαρτυρία 3: "Το πρόγραμμα "Value & Future" άλλαξε τα δεδομένα στην εκπαίδευσή μου στο Intercollege. Οι ενότητες σχετικά με τη δεοντολογία και τον κώδικα δεοντολογίας έθεσαν μια σταθερή βάση για την ηθική επιχειρηματικότητα. Οι μελέτες περιπτώσεων που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια των μαθημάτων ήταν ενδιαφέρουσες και με βοήθησαν να αναπτύξω μια βαθύτερη κατανόηση των ηθικών επιλογών που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Το έργο με ενθάρρυνε να σκεφτώ κριτικά για το τι έχει σημασία για μένα ως μελλοντική επιχειρηματίας και πώς οι επιλογές μου μπορούν να επηρεάσουν την κοινωνία. Μια πρόκληση που αντιμετώπισα ήταν το να περιηγηθώ στις πολυπλοκότητες του επιχειρηματικού κόσμου και ταυτόχρονα να μένω πιστή στις αξίες μου. Ωστόσο, η υποστήριξη από καθηγητές/τριες και επιχειρηματίες που συμμετείχαν στο έργο με βοήθησε να ξεπεράσω αυτές τις προκλήσεις και να αναπτύξω μια ισχυρή αίσθηση περί γνήσιας ηθικής. Είμαι ευγνώμων για την ευκαιρία που μου δόθηκε να συμμετάσχω στο έργο Value & Future, καθώς διαμόρφωσε την προοπτική και τις φιλοδοξίες μου ως επιχειρηματίας". Δέσποινα, σπουδάστρια του Bachelor στην αισθητική στο Intercollege.</p>
<p>Μαθησιακά αποτελέσματα</p>	<p>1.Υιοθέτηση ηθικών επιχειρηματικών πρακτικών με χαρακτηριστικά διαφάνειας- 2.Προτεραιότητα στην κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη- 3.Ενθάρρυνση της λήψης ηθικών αποφάσεων- 4.Πρωώθηση της ηγεσίας με βάση τις αξίες- 5.Συνεργασία με επιχειρήσεις με παρόμοιο πνεύμα. Συμπερασματικά, η υλοποίηση του προγράμματος Value & Future στο Intercollege αποτέλεσε μια μεταμορφωτική εμπειρία για σπουδαστές/στριες. Το έργο δημιούργησε με επιτυχία μια πλατφόρμα για συζητήσεις σχετικά με την ηθική, τις αξίες και τον ρόλο των επιχειρηματιών στην κοινωνία. Μέσω των θεωρητικών εννοιών και των μελετών περιπτώσεων, οι σπουδαστές/στριες μπόρεσαν να αναπτύξουν μια βαθύτερη κατανόηση της ηθικής επιχειρηματικότητας και του αντίκτυπου της στους ανθρώπους και τον πλανήτη. Το έργο ενθάρρυνε την κριτική σκέψη, την υποβολή σημαντικών ερωτημάτων και την αναζήτηση θετικών προτύπων στον επιχειρηματικό κόσμο. Υπογράμμισε την ανάγκη για ισχυρή εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα που εστιάζει στις αξίες και την ενσυναίσθηση και όχι αποκλειστικά σε στόχους με γνώμονα το κέρδος. Η μεθοδολογία του έργου διευκόλυνε αποτελεσματικά τις ενδιαφέρουσες συζητήσεις μεταξύ σπουδαστών/στριών, εκπαιδευτικών και επιχειρηματιών, επιτρέποντας τη διερεύνηση ηθικών διλημάτων και τη διαμόρφωση λύσεων και ιδεών. Η εφαρμογή του έργου Value & Future στο Intercollege έπαιξε σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της νοοτροπίας και των φιλοδοξιών των σπουδαστών/στριών ως μελλοντικών υπεύθυνων και ηθικών επιχειρηματιών.</p>

<p>Χώρα</p>	<p>ΓΕΡΜΑΝΙΑ </p>
<p>Ίδρυμα</p>	<p>MUNSTER ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ. Το FH Münster είναι ένα πανεπιστήμιο εφαρμοσμένων επιστημών που βρίσκεται στο Münster της Γερμανίας με πάνω από 15.000 σπουδαστές/στριες και 100 προγράμματα σπουδών σε διάφορα τμήματα σε</p>

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636


Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.




Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	<p>επίπεδο πτυχίου και μεταπτυχιακών σπουδών. Περισσότερες πληροφορίες: https://en.fh-muenster.de</p>
Προκλήσεις και λύσεις	<p>1η Πρόκληση - σε γενικές γραμμές ήταν δύσκολο να ενσωματωθεί στο πρόγραμμα σπουδών λόγω του διαπιστευμένου προγράμματος σπουδών κ.λπ., οπότε έπρεπε να αντιμετωπίσουμε κάποιες διοικητικές προκλήσεις, ωστόσο, στο τέλος, καταφέραμε να αποδείξουμε ότι μπόρεσε να ενταχθεί με διάφορες μορφές.</p> <p>2η Πρόκληση - οι σπουδαστές/στριες συμμετείχαν σε διαδικτυακές συζητήσεις, οι εκπαιδευτικοί πρότειναν να συμπεριλάβουν και μια ενίσχυση στη βαθμολόγηση, ωστόσο, στο τέλος εκτιμήθηκε και μόνο η συμμετοχή.</p> <p>Λύση. Έτσι, θα ήταν λογικό να προγραμματίζονται όλες οι δραστηριότητες εκ των προτέρων, ώστε να υπάρχει ένα λεπτομερές σχέδιο και οι σπουδαστές/στριες να γνωρίζουν πότε και που πρέπει να βρίσκονται.</p>
Η διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στριες μαζί με τον δάσκαλο	<p>Το μάθημα με τις δραστηριότητες δοκιμάστηκε με διαφορετικές μορφές στα δύο τελευταία εξάμηνα. Στο ένα εξάμηνο, δοκιμάστηκε ως ένα ειδικό μάθημα για τους σπουδαστές/στριες πτυχίου, στο άλλο εξάμηνο μπορούσε να ενσωματωθεί σε ένα μάθημα διεθνούς μάρκετινγκ για τους σπουδαστές/στριες πτυχίου και να ενσωματωθεί ως υλικό σε εξαμηνιαίες εργασίες.</p> <p>Στο πλαίσιο των μαθημάτων και της θεωρίας, χρησιμοποιήθηκαν κάποιες περιπτώσεις από τον οδηγό των εκπαιδευτών, αλλά και επεκτάθηκαν με κάποιες επιπλέον περιπτώσεις που επέλεξαν οι σπουδαστές/στριες.</p> <p>Κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων συζητήθηκαν διάφορα ενδιαφέροντα προβλήματα και υποθέσεις, όπως:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ο Julian Sanchez προκάλεσε τους σπουδαστές/στριες με το ζήτημα "ο ρόλος του χρήματος". Ο Timothy συζήτησε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των συμβάσεων προσωρινής εργασίας τόσο από την πλευρά του επιχειρηματία όσο και από την πλευρά του εργαζομένου. Η Judith Helmer, λέκτορας από το S2BMRC, μετέφερε τον ρόλο της ηθικής στην καθημερινή ζωή και άφησε τους σπουδαστές/στριες να σκεφτούν τον ρόλο της ηθικής εκτός της αίθουσας διδασκαλίας, για παράδειγμα όταν αγοράζουν οι ίδιοι προϊόντα ή υπηρεσίες. Η Iulia Stroila, μια άλλη λέκτορας από το S2BMRC, τοποθετήθηκε για το πώς μπορεί να περιγραφεί η ηθική επιχειρηματικότητα. - Η Magdalena μοιράστηκε ανοιχτά μια ανάρμοστη συμπεριφορά που βίωσε ως ασκούμενη, η οποία ήταν μια συναισθηματική στιγμή. Έθεσε το ερώτημα "τι θα κάνατε εσείς σε αυτή την περίπτωση;". Επιπλέον, έδωσε στους σπουδαστές/στριες την ερώτηση: "Πώς θα νιώθατε αν ανακαλύπτατε ότι αγοράζετε από μια εταιρεία που κάνει κάτι τέτοιο; Ποιες πιστεύετε ότι θα μπορούσαν να είναι οι συνέπειες από αυτό;". Αυτό αφορούσε περισσότερο το ζήτημα της διαφάνειας των προϊόντων στη Βραζιλία. Μια άλλη ερώτηση αφορούσε την πτυχή της βιωσιμότητας: "Σκεφτείτε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της υιοθέτησης πιο βιώσιμων πακέτων της εταιρείας προς τους πελάτες. Κάντε έναν σύντομο κατάλογο". Για τους ιδρυτές της Boutiqua Portuguesa, η βιώσιμη συσκευασία αποτελεί πρόκληση. - Ο Harry de Graaf, ένας εκπαιδευτής από την Ολλανδία, σκέφτηκε μια ερώτηση, η οποία ήταν: "Ποιο θα ήταν ένα μεγάλο ηθικό δίλημμα στην ανάπτυξη της εταιρείας, σχετικό με την διάρκεια ζωής, την συσκευασία, τις πρώτες ύλες;". Η δεύτερη ερώτηση από την επιχειρηματία Marie Ueckerth, ήταν "Ποια προβλήματα πιστεύετε ότι πρέπει να λυθούν (στη βιομηχανία τροφίμων);".
Ανάλυση ηθικών διλημάτων	<p>Βιωσιμότητα- Ισότητα των φύλων- Δωροδοκία- Σχέση εργοδότη & εργαζομένου- Ηθικοί προβληματισμοί στη βιομηχανία τροφίμων: διάρκεια ζωής, συστατικά κ.λπ.- Εφοδιαστική- Επίλυση προβλημάτων στη βιομηχανία τροφίμων.</p>
Ανατροφοδότηση των σπουδαστών/στριών	<p>ΑΡΕΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Οι σπουδαστές/στριες είπαν ότι ήταν μια γόνιμη εμπειρία για αυτούς να ανακαλύψουν την δυσκολία διαχείρισης ενός ηθικού διλήματος.</p> <p>ΑΡΕΣΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Ότι ορισμένα ηθικά διλήματα μπορεί να είναι διαφορετικά στο εθνικό τους πλαίσιο.</p> <p>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ/ΣΤΡΙΩΝ: Να είναι ελεύθεροι/ες να συζητήσουν για τη Δεοντολογία στους οργανισμούς τους.</p>
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Ορισμένες σημαντικές ιδέες/προτροπές από τους σπουδαστές/στριες: ενεργοποίηση ερωτήσεων- τα διλήματα αφήνουν τους σπουδαστές/στριες να σκεφτούν και να ενθαρρύνουν την ευαισθητοποίηση- ηθικές εκτιμήσεις σημαντικές- εμπλοκή με διάφορους ενδιαφερόμενους- άρεσε η ποικιλία μεθόδων και δραστηριοτήτων- οι γενιές στο πανεπιστήμιο είναι ήδη πιο ενημερωμένες για το θέμα και χαίρονται να μοιράζονται και να αναπτύξουν περαιτέρω το θέμα- η εξάσκηση και η καθοδήγηση του μέλλοντος είναι πολύτιμη- εκτιμούν τη μάθηση από πραγματικούς επιχειρηματίες- ενθαρρύνεται η διαδικασία του αναστοχασμού- εμπνευσμένες ιστορίες- η πιο σημαντική μάθηση: η σημασία του να δίνουμε πάντα προτεραιότητα στις αξίες μας σε όλες τις αποφάσεις που λαμβάνουμε, οι αξίες εφαρμόζονται στη ζωή- μαθαίνουμε ο ένας</p>



	από τον άλλο, ακούγοντας διαφορετικές απόψεις- πραγματική αφήγηση ιστοριών- σημαντική για το μέλλον- θα μπορούσαμε να εκφράσουμε απόψεις.
Χώρα	ΙΣΠΑΝΙΑ 
Ίδρυμα	ESCOLA RIA MATARO. Το σχολείο βρίσκεται στην πόλη Mataró για περισσότερα από 280 χρόνια. Έχουμε μια παράδοση που μας στηρίζει, αλλά κοιτάμε πάντα προς το μέλλον. Σε όλο αυτό το διάστημα εργαζόμαστε για την εκπαίδευση και την κατάρτιση των νέων και των ενηλίκων του Mataró και του Maresme. Είμαστε ένα από τα 20 κέντρα που ανήκουν στην Escola Pia de Catalunya, μια οργάνωση που αποτελείται από γυναίκες και άνδρες, λαϊκούς και θρησκευόμενους που μοιράζονται αξίες και στάσεις. Έχει τις ρίζες του στη χώρα μας, αποτελεί συνδυαστικό κρίκο της κοινότητας και δεσμεύεται στην κοινωνική αλλαγή με βάση τις αξίες του Ευαγγελίου. Στο επίκεντρο των δράσεών μας βρίσκονται οι άνθρωποι, ιδίως οι πιο ευάλωτοι. Η εκπαίδευση, ιδίως των παιδιών και των νέων, είναι ο λόγος ύπαρξής μας, αντιλαμβανόμενοι αυτή τη διαδικασία ως μια δράση με σκοπό να αποκαλύψει τις ικανότητές τους. Περισσότερες πληροφορίες: https://mataro.escolapia.cat
Προκλήσεις και λύσεις	Ορισμένες περιπτώσεις ήταν πιο ελκυστικές για άλλους, επειδή οι σπουδαστές/στρίες γνωρίζουν περισσότερα για συγκεκριμένα θέματα ή έχουν μια γενική εικόνα της υπόθεσης. Όταν οι υποθέσεις δεν είναι ξεκάθαρες, οι επιχειρηματίες βάζουν τους σπουδαστές/στρίες στην κατάσταση και τους βοηθούν να συμμετέχουν. Οι σπουδαστές/στρίες γενικά συμμετέχουν και συζητούν τις υποθέσεις επειδή σχετίζονται με θέματα που όλοι μας γνωρίζουμε.
Η διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στρίες μαζί με τον δάσκαλο	Οι σπουδαστές/στρίες που παρακολούθησαν τις ασκήσεις προετοιμάστηκαν στην τάξη, σε μικρές ομάδες των 6-8 ατόμων. Όλα όσα είχαν μάθει για τη Δεοντολογία χάρη στην πρακτική εξάσκηση των περιπτώσεων και των ενοτήτων που διδάσκονταν από τους καθηγητές. Εμπλεκόμενα μέρη σε μια διαδικασία: (Μικροεπίπεδο) - Σπουδαστές/στρίες πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας και επαγγελματικής εκπαίδευσης- (μέσο Επίπεδο) - Εκπαιδευτικοί, επαγγελματίες επαγγελματικής κατάρτισης, εμπειρογνώμονες- (Μακροεπίπεδο) - Ενώσεις, επαγγελματίες, επιχειρηματίες, οργανισμοί, συνεταιρισμοί, ιδρύματα, δημόσιες επιχειρήσεις.
Ανάλυση ηθικών διλημάτων	Ισότητα ή ανισότητα των φύλων στη διαδικασία επιλογής εργασίας- Η δημιουργία ενός κώδικα δεοντολογίας για μια επιχείρηση μάρκετινγκ- Απόβλητα, ρύψη και απόρριψη πλαστικών υλικών στη θάλασσα- Αξίες των τοπικών εταιρειών, των περιφερειακών εταιρειών και πώς μπορούν να τροποποιηθούν- Η εισαγωγή των ατόμων με αναπηρία στον κόσμο του ποδηλάτου. Τρόποι βοήθειας και καινοτομίας- Η σημασία της χρηματοδότησης σε αθλητικά τουρνουά που παρουσιάζουν ενδιαφέρον ως προς το Marketing. Πώς θα τα καταφέρνατε με χαμηλούς προϋπολογισμούς και ταυτόχρονα θα ήσασταν ανταγωνιστικοί με τις μεγάλες εταιρείες; Μπορείτε να έχετε μια θέση στην αγορά σχεδιάζοντας προϊόντα από ανακυκλωμένα υλικά; Ποιο είναι το κλειδί της επιτυχίας; Αγοράστε τοπικά ή παγκόσμια προϊόντα- Ένταξη των ατόμων με αναπηρία στην αγορά εργασίας και πώς μπορούν να αξιοποιηθούν- Μπορούμε να δημιουργήσουμε μια συλλογή τροφίμων για να βοηθήσουμε τοπικές ΜΚΟ που βοηθούν άστεγους; Πώς να προωθήσετε μια επιχειρηματική ιδέα χωρίς τους κατάλληλους πόρους- Η σημασία της εμφάνισής σας σε μια συνέντευξη ή δουλειά- Ποιες είναι οι αξίες μιας επιχείρησης που αναπτύσσεται με εξωφρενικά γρήγορους ρυθμούς; Πώς μπορούμε να μειώσουμε τη ρύπανση που δημιουργούν τα φορτηγά, τα αεροπλάνα και τα φορτηγά πλοία στον κόσμο; Ενσωμάτωση των γυναικών σε χώρες με διαφορετική κουλτούρα από την ευρωπαϊκή; Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε φυσικά αρώματα για να δημιουργήσουμε ανταγωνιστικά αρώματα; Πρέπει να πληρώνουμε χρήματα σε νεαρές ποδοσφαιρικές ομάδες που δεν είναι επαγγελματικές για να συμμετέχουν σε σημαντικά τουρνουά; Πώς μπορούμε να αντιμετωπίσουμε ανθρώπους που νομίζουν ότι έχουν το δικαίωμα να χρησιμοποιούν αθλητικές εγκαταστάσεις όταν διοργανώνεται ένας αγώνας ή ένα τουρνουά ποδοσφαίρου αλληλεγγύης; Μπορεί ένα τυφλό αγόρι ή κορίτσι να οδηγήσει ποδήλατο; Ποια επιπλέον μέσα χρειαζόμαστε;
Ανατροφοδότηση των σπουδαστών/στριών	ΑΡΕΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Ένα νέο, διαφορετικό έργο που θα το επέλεξαν, καθώς διαθέτει νέο υλικό και δραστηριότητες στα οποία δεν είχαν ασκηθεί ποτέ πριν- Αλληλεπίδραση στην τάξη, να μπορούν να συζητήσουν για τις αξίες βάζοντας προσωπικά παραδείγματα- Η σημασία της ηθικής στην αγορά εργασίας και πώς ένας καλός ηγέτης μπορεί να εφαρμόσει ηθικές πολιτικές στην εταιρεία του- Συνέντευξη με νέους επιχειρηματίες που ήταν πρώην σπουδαστές/στρίες και έχουν δημιουργήσει τη δική τους επιχείρηση με τις αξίες του εκπαίδευτηρίου - Συνάντηση με γνωστούς ηγέτες που μίλησαν πρόσωπο με πρόσωπο μαζί τους στο ίδιο επίπεδο και χρησιμοποιώντας τη γλώσσα τους. Επαφή με ανθρώπους που έχουν πετυχει επαγγελματικά και διαθέτουν ηθική άποψη- Ανακάλυψη νέων εταιρειών που φροντίζουν το τοπικό περιβάλλον. ΑΡΕΣΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Η επαφή με περιπτώσεις από άλλες χώρες χωρίς πολλές πληροφορίες.

	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ/ΣΤΡΙΑΩΝ: Δημιουργία προσωπικών περιπτώσεων ή τοπικών περιπτώσεων που σχετίζονται με το περιβάλλον μας.
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Ο αντίκτυπος του έργου στους σπουδαστές/στρίες: Ανάπτυξη περισσότερων τοπικών συνεταιρισμών για την παραγωγή οπτικών τοπικών προϊόντων- Γενικές ανησυχίες σχετικά με τη μετατροπή της θάλασσας σε σκουπιδότοπο. Δημιουργία καμπάνιας για την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας- Βοήθεια σε άστεγους ανθρώπους. Να ευαισθητοποιηθούν με ένα υπάρχον και αυξανόμενο πρόβλημα που η κυβέρνηση δεν αντιμετωπίζει- Προώθηση εκστρατείας ευαισθητοποίησης υπέρ της ισότητας των γυναικών- Χρήση ηλεκτρικών οχημάτων για την παράδοση τοπικών προϊόντων, αντί για γρήγορα μικρά φορτηγά- Αθλητικό τουρνουά αλληλεγγύης με άτομα από το ίδρυμα Lagu και εξωτερικούς φορείς- Τα χρήματα δεν είναι το παν. Το φθηνότερο δεν είναι πάντα το καλύτερο- Παρακίνηση των επιχειρηματιών να ανακυκλώνουν και να χρησιμοποιούν μεταχειρισμένα υλικά.</p> <p>Οι σπουδαστές/στρίες απόλαυσαν την εμπειρία. Ήταν ωφέλιμο για αυτούς να δουλέψουν σε ένα διαφορετικό έργο στην τάξη που έχει πολλές δραστηριότητες για να εξασκηθούν. Στους σπουδαστές/στρίες άρεσε να παρακολουθούν εισηγήσεις από καθηγητές και επιχειρηματίες που σχετίζονται με προσωπικές και κοινωνικές αξίες. Στους σπουδαστές/στρίες άρεσε να έχουν πραγματικές υποθέσεις για να εργαστούν και να μοιραστούν με επαγγελματίες και επιχειρηματίες. Ήταν ενδιαφέρον να αναμειγνύονται διαφορετικές γενιές και απόψεις, από σπουδαστές/στρίες ΕΕΚ μέχρι ανώτερα στελέχη, επιχειρηματίες και πολιτικοί. Η ποικιλία των δραστηριοτήτων δίνει πολλές δυνατότητες εργασίας σε διαφορετικά πεδία. Ακουστήκαν συζητήσεις για την ηθική και τις αξίες μεταξύ σπουδαστών/στριών, εκπαιδευτικών και ενηλίκων. Δώθηκε στους σπουδαστές/στρίες η ευκαιρία να εκφράσουν τις απόψεις τους ενώπιον επαγγελματιών. Προσέγγισαν τον πραγματικό κόσμο μέσα στην τάξη: καθημερινά θέματα εργασίας στην τάξη με σπουδαστές/στρίες και εργοδότες. Ανησυχία για την πόλη μας, το περιβάλλον και τον πλανήτη. παρουσίαση απόψεων & προβλέψεων για την κοινωνία μας: συμπεράσματα των σπουδαστών/στριών.</p>

Χώρα	 ΟΛΛΑΝΔΙΑ
Ίδρυμα	<p>FRIESLAND COLLEGE (προσεχώς FIRDA). Ο κόσμος μας πάντα γυρίζει. Γι' αυτό και προσαρμοζόμαστε συνεχώς. Ο ένας με τον άλλον και το περιβάλλον. Με αυτόν τον τρόπο, κοιτάμε όχι μόνο αυτό που υπάρχει, αλλά κυρίως αυτό που μπορεί να γίνει. Σε αυτό που χρειάζεται η κοινωνία. Και τι θέλουμε να σημαίνει σε αυτή. Από την 1η Αυγούστου 2023 θα συνεχίσουμε μαζί ως Firda, ως νέα Ινστιτούτο για να προσφέρουμε καλή και σύγχρονη ΕΕΚ στην περιοχή της Φρίσλαντ και το Βόρειο Φλεβόλαντ. Η λέξη Firda προέρχεται από τη σουηδική λέξη που σημαίνει "γιορτάζω". Γιορτάζουμε λοιπόν τη σύνδεση με το περιβάλλον μας. Η συγχώνευση του ΕΕΚ Friese Poort και του Friesland College διασφαλίζει ότι μπορούμε να εργαστούμε σε αυτό ακόμα καλύτερα μαζί. Μαζί είμαστε πιο δυνατοί, πιο κοντά και πιο στενά συνδεδεμένοι μεταξύ μας. Χρειαζόμαστε ο ένας τον άλλον, με όλες τις διαφορές μας. Στην πραγματικότητα, αυτές οι διαφορές μας ολοκληρώνουν.</p> <p>Περισσότερες πληροφορίες: https://www.frieslandcollege.nl</p>
Προκλήσεις και λύσεις	<p>1η Πρόκληση - Οι σπουδαστές/στρίες ήταν απρόθυμοι στην αρχή να συμμετάσχουν στις πιλοτικές δοκιμές. Αυτό οφειλόταν στο ότι επρόκειτο για διαδικτυακά μαθήματα. Ήταν λιγότερο πρόθυμοι να επικοινωνήσουν τις ιδέες τους. Επίσης, δεν είχαν διαχθεί να μιλούν για ηθικά διλήμματα. Οι καλές/κακές ιδέες ήταν θεμελιώδους σημασίας για τη στάση τους. Καταφέραμε να αλλάξουμε τις στάσεις στην εκπαίδευση των σπουδαστών/στριών και των εκπαιδευτικών είτε ταυτόχρονα είτε ξεχωριστά.</p> <p>Λύση 1: Καταφέραμε να οργανώσουμε συναντήσεις και πιλοτικά μαθήματα on/offline με ένα ειδικό αντικείμενο. Δείξαμε τα οφέλη της εξωστρέφειας και της ανταλλαγής απόψεων. Επίσης, οι επιχειρηματικές επισκέψεις βοήθησαν να δούμε τις επιλογές και τις δυνατότητες που προκύπτουν από αυτό το θέμα στο σύνολό του.</p> <p>Λύση 2: Συγχωνεύσαμε στο κανονικό πρόγραμμα τα μαθήματα με τα διλήμματα ηθικού περιεχομένου.</p> <p>2η Πρόκληση - Ορισμένοι σπουδαστές/στρίες δυσκολεύονταν με το επίπεδο της γλώσσας που χρησιμοποιούνταν, είτε στα αγγλικά (συνομιλίες ET) ή/και στα πιο ακαδημαϊκά ολλανδικά. Ορισμένοι σπουδαστές/στρίες χρησιμοποίησαν QR για να δώσουν ανατροφοδότηση μέσα από τα ερωτηματολόγια. Καθώς συνεργαστήκαμε με φοιτητές & φοιτήτριες Επαγγελματικής, Ανώτερης και Ανώτατης Εκπαίδευσης και Πανεπιστημίων, επαναπροσδιορίσαμε το περιεχόμενο των έργων και τις δεξιότητες των επιχειρηματιών.</p> <p>Λύση 3: Προσαρμόσαμε τον τρόπο παρουσίασης των πιλοτικών δοκιμών στα διάφορα επίπεδα. Είτε χρησιμοποιήσαμε διαφορετικές παρουσιάσεις PowerPoint, είτε δώσαμε διαφορετική</p>



	<p>έμφαση στα θέματα είτε καλέσαμε διαφορετικούς επιχειρηματίες (πιο κατάλληλους για το κοινό) σε διαφορετικά επίπεδα.</p> <p>Λύση 4: Προκαλέσαμε τους σπουδαστές/στρίες να συμμετέχουν πραγματικά στις συζητήσεις και να ρωτούν όποτε κάτι δεν ήταν ξεκάθαρο. Χρησιμοποιήσαμε τη διαφορά επιπέδου ως επιπλέον πρόκληση. Ορισμένοι σπουδαστές/στρίες έπρεπε να προσαρμοστούν, καθώς σχεδίαζαν να ενταχθούν σύντομα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.</p> <p>3^η Πρόκληση - Ως ομάδα είδαμε ότι οι σπουδαστές/στρίες δυσκολεύονταν να δώσουν ανατροφοδότηση.</p> <p>Λύση 7: ήταν ευκολότερο να εργάζονται σε μικρές ομάδες και να δίνουν ανατροφοδότηση. Προσαρμόσαμε τα διλήμματα σε πραγματικά γεγονότα της ζωής και τους βοηθήσαμε να δώσουν συνέχεια.</p>
Η διαδικασία που πέρασαν οι σπουδαστές/στρίες μαζί με τον δάσκαλο	<p>Αρχικά παρουσιάσαμε την Ηθική ως γενική έννοια, στη συνέχεια εξηγήσαμε μερικές καταστάσεις της πραγματικής ζωής και στη συνέχεια δώσαμε μερικά κατευθύνσεις που πρέπει να ακολουθηθούν για τη συζήτηση διλημάτων και περιπτώσεων. Ήταν πραγματικά απαραίτητο να βοηθήσουμε τους σπουδαστές/στρίες να επικεντρωθούν στα ερωτήματα αντί για το σωστό και το λάθος. Γιατί λοιπόν κάποιος συμπεριφέρεται έτσι και κάνει τα πράγματα που κάνει. Κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων συμμετείχαν όλες οι ομάδες-στόχοι: σπουδαστές/στρίες, εκπαιδευτικοί, επιχειρηματίες.</p>
Ανάλυση ηθικών διλημάτων	<p>Αειφόρα προϊόντα και λύσεις- Αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού χωρίς διακρίσεις- Πιθανά οργανωτικά οφέλη στην ηθική συζήτηση- Απόβλητα τροφίμων. Ελλείψεις τροφίμων- Αποκλεισμός ατόμων με αναπηρία- ευρύτερος αποκλεισμός/ ανεργία κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων- Κάνοντας επιλογές που δεν βασίζονται μόνο στο χρήμα, στο κέρδος.</p>
Ανατροφοδότηση των σπουδαστών/στριών	<p>ΑΡΕΣΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: η συνάντηση με επιχειρηματίες σε πραγματικό περιβάλλον, η παρουσία τους στις επιχειρήσεις και η ακρόαση των πραγματικών τους διλημάτων και περιπτώσεων- άρεσε περισσότερο η θεωρία ως προετοιμασία για πρακτικές ηθικές περιπτώσεις και συζητήσεις- κατανόησαν ότι με τη βοήθεια ενός έμπειρου ηθικού παραδείγματος, οι εργαζόμενοι θα έχουν αντίκτυπο στην επίτευξη προσωπικών και οργανωτικών στόχων και σκοπών- τους άρεσε να αναλύουν ηθικά θέματα και τις ιδιότητες των ηθικών ηγετών.</p> <p>ΑΡΕΣΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΣΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ & ΤΙΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: Κάποιοι επιχειρηματίες ήταν κυρίως απασχολημένοι με το δικό τους όφελος, σε αντίθεση με τους άλλους- Να αντιμετωπίσουν και να αναλάβουν τη δική τους ευθύνη (καθώς όλα αυτά είναι απαραίτητα).</p> <p>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ/ΣΤΡΙΩΝ: Να χρησιμοποιηθούν περισσότερες διαδραστικές πλατφόρμες και εργαλεία (Kahoot, Socrates, lessonUp) ή κάποιες άλλες; Να δουν περισσότερα ανήθικα επιχειρηματικά παραδείγματα.</p>
Μαθησιακά αποτελέσματα	<p>Οι σπουδαστές/στρίες ανέπτυξαν διαφορετικές δεξιότητες: Δεξιότητες συζήτησης, αξιοποιώντας τα βήματα για την κλιμάκωση της συζήτησης των διλημάτων, ηγετικές δεξιότητες, επικαλούμενοι/ες τις αξίες και μελετώντας τους απαραίτητους κανόνες για να φτάσουν εκεί, κοινωνική ευθύνη, συνεργασία μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, εταιρειών/οργανισμών και νεολαίας με την ανάδειξη προτύπων και ηθικών αποφάσεων/λύσεων, επικοινωνιακές δεξιότητες, ενεργητικότητα, αυτοπεποίθηση, επίλυση προβλημάτων, δεξιότητες καινοτομίας, ανατροφοδότηση, αναστοχασμός και δεξιότητες περιγραφής. Το συμπέρασμα των σπουδαστών/στριών είναι ότι τα διλήμματα θα πρέπει πάντα να οδηγούν σε ένα συμπέρασμα, τα διλήμματα θα πρέπει να συζητούνται τακτικά, ο οργανισμός θα πρέπει να δείξει ότι μια ηθική δομή οδηγεί σε ένα πιο υγιές εργασιακό περιβάλλον. Εντυπωσιακό είναι ότι ορισμένοι πρώην σπουδαστές/στρίες λιανικού εμπορίου είναι τώρα πραγματικοί επιχειρηματίες που συζητούν τα ηθικά διλήμματα που αντιμετωπίζουν.</p>



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - Διάγραμμα μελέτης περίπτωσης

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: [αριθμός]		[Χώρα]
ΤΙΤΛΟΣ:	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:		
Τύπος βιομηχανίας:		
Αριθμός εργαζομένων:		
Γενική περιγραφή της εταιρείας: [Δώστε μια σύντομη περιγραφή του οργανισμού, των προϊόντων/υπηρεσιών του. Εξηγήστε ποιες ηθικές αξίες είναι σημαντικές για τον οργανισμό και αν η ηθική διέπει όλον τον οργανισμό]		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:		
Προφίλ: [Δώστε μια σύντομη περιγραφή του βιογραφικού και της εμπειρίας του επιχειρηματία (εκπαίδευση, προηγούμενη εργασιακή εμπειρία κ.λπ.)]		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή: [Περιγράψτε εν συντομία το ηθικό δίλημμα που αντιμετωπίζει ο/η επιχειρηματίας ή η εταιρεία, αναφέροντας σαφώς [α] τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες/-ισσες / εργαζόμενοι/-ες / κοινωνία / κ.λπ.) και [β] το είδος του διλήμματος (π.χ. ανθρώπινα δικαιώματα, εργασιακά, περιβαλλοντικά, καταπολέμηση της διαφθοράς)]		
Η απόφαση: [Εξηγήστε εν συντομία και αιτιολογήστε την απόφαση που έλαβε ο επιχειρηματίας/η εταιρεία. Σε περίπτωση που μοιραστείτε τη Μελέτη Περίπτωσης με τους σπουδαστές/στριες πριν από την πραγματική συνεδρία, παρακαλούμε ΜΗΝ μοιραστείτε αυτήν την πληροφορία, καθώς θα συζητηθεί στην τάξη μαζί τους]		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
Περαιτέρω πόροι [εάν υπάρχουν]: [Παρακαλείστε να συμπεριλάβετε περαιτέρω πηγές σχετικά με την εταιρεία ή/και τον επιχειρηματία, όπως ιστοσελίδες, σελίδες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σχετικά άρθρα κ.λπ.]		

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η Μελέτη περίπτωσης θα πρέπει να έχει έκταση περίπου 1-2 σελίδες!



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - 30 Μελέτες περιπτώσεων Μελέτες περιπτώσεων «Βιωσιμότητα, οικολογία».

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 1		Λιθουανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Κυκλική οικονομία. Βιωσιμότητα. Ανακύκλωση πλαστικών.	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"ŪKAI"	
Τύπος βιομηχανίας:	Οικονομία κύκλου. Βιώσιμη παραγωγή.	
Αριθμός εργαζομένων:	3 εργαζόμενοι/-ες	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>"Ūkai" ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ: Δημιουργήσαμε κάλτσες που έχουν θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και τους ανθρώπους μας. Κάθε ζευγάρι κάλτσες ŪKAI αντιστοιχεί & ταυτόχρονα χρηματοδοτεί τη μείωση 51 πλαστικών φιαλών και η Τράπεζα Πλαστικών αναλαμβάνει τα 50 από αυτά. Η ŪKAI είναι επίσημος υποστηρικτής αυτής της δράσης και 0,50 ευρώ από κάθε ζευγάρι κάλτσες πηγαίνουν στη συγκεκριμένη οργάνωση. 1 πλαστική φιάλη μετατρέπεται σε ανακυκλωμένο νήμα πλαστικού και αποτελεί μέρος του υλικού της κάλτσας. Συνδυάζεται με ανακυκλωμένο βαμβάκι, βιολογικό βαμβάκι, πολυαμίδιο, ελαστάνη δίνοντας ένα εξαιρετικό αποτέλεσμα. Οι κάλτσες είναι μαλακές, άνετες και δίνουν πάντα μία αίσθηση φρεσκάδας στα πόδια.</p> <p>Διαδικασία παραγωγής. Τα νήματα από ανακυκλωμένες πλαστικές φιάλες μετατρέπονται σε υφάσματα που δεν χρησιμοποιούν νερό, χημικά, μειώνουν τις εκπομπές CO2 και τη χρήση ενέργειας. Αυτό σημαίνει ότι φορώντας κάλτσες ŪKAI επιβαρύνετε λιγότερο τον πλανήτη. Παράγουμε τις κάλτσες ŪKAI στην πατρίδα μας, τη Λιθουανία. Το εργοστάσιο που επιλέξαμε προσεκτικά ανταποκρίνεται στις αξίες μας και παράγει βιώσιμα και ανθεκτικά προϊόντα. Οι εργαζόμενοι/-ες της εταιρείας χαιρούν εκτίμησης, έχουν ασφαλείς χώρους εργασίας και δίκαιους μισθούς.</p> <p>Τα υλικά. Χρησιμοποιούμε ανακυκλωμένα και οργανικά υλικά που υπερβαίνουν τα υψηλότερα πρότυπα, τα οποία εξασφαλίζουν άνεση και διατηρούν την υγιεινή στο πέλμα. Πώς παράγεται όμως ακριβώς αυτό το βιώσιμο προϊόν; Πώς γίνονται νήματα οι πλαστικές φιάλες RPET; 1^ο βήμα: Οι πλαστικές φιάλες συλλέγονται από τους ωκεανούς. 2^ο βήμα: Οι φιάλες μετατρέπονται σε νιφάδες πλαστικού. 3^ο βήμα: Οι νιφάδες πλαστικού γίνονται κόκκοι πλαστικού. 4^ο βήμα: Οι κόκκοι πλαστικού γίνονται νήμα πλαστικού. 5^ο βήμα: Το νήμα πλαστικού αναμειγνύεται με ανακυκλωμένο βαμβάκι και αποτελεί το υλικό που χρησιμοποιούμε για τις κάλτσες μας. Άλλα υλικά που χρησιμοποιούμε για το καλύτερο αποτέλεσμα είναι: βιολογικό βαμβάκι, πολυαμίδιο και ελαστάνη.</p> <p>Έχουμε επιλέξει την καλύτερη σύνθεση για την άνεση των ποδιών. Τα νήματα RPET κατασκευάζονται σε εργοστάσιο που είναι αξιόπιστο παγκοσμίως και εξασφαλίζει τα πιστοποιητικά GLOBAL RECYCLED STANDARD, THE GLOBAL COMPACT, ΟΕΚΟ-ΤΕΧ STANDARD 100, τα οποία εγγυώνται ότι οι κάλτσες μας είναι ασφαλείς και άνετες στη χρήση.</p> <p>Συνεργασία με τράπεζα Πλαστικού. Αγοράζοντας κάλτσες ŪKAI υποστηρίζετε την οργάνωση Plastic Bank. Η δέσμευσή σας βοηθά στην ανακύκλωση 50 πλαστικών φιαλών από κάθε ζευγάρι κάλτσες που φοράτε. Η Plastic Bank[®] ενδυναμώνει την κοινωνία της αναδημιουργίας ανοικοδομώντας οικοσυστήματα ηθικής ανακύκλωσης σε παράκτιες κοινότητες και επεξεργάζεται εκ νέου τα υλικά για την επαναφορά τους στην παγκόσμια αλυσίδα εφοδιασμού ως Social Plastic[®]. Τα μέλη της οργάνωσης λαμβάνουν πριμοδότηση για τα υλικά που συλλέγουν, η οποία τους βοηθά να εξασφαλίσουν βασικές οικογενειακές ανάγκες, όπως τρόφιμα, καύσιμα για μαγείρεμα, σχολικά δίδακτρα και ασφάλιση υγείας. Η πιστοποιημένη πλατφόρμα τους για το blockchain εξασφαλίζει ολόκληρη τη διαδικασία συναλλαγής και παρέχει δεδομένα σε πραγματικό χρόνο - επιτρέποντας τη διαφάνεια, την ιχνηλασιμότητα και την ταχεία επεκτασιμότητα.</p> <p>Είμαστε κάτι περισσότερο από βιώσιμες κάλτσες. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ. Όλες οι συσκευασίες, οι κάρτες, οι ετικέτες και άλλες λεπτομέρειες είναι κατασκευασμένες από ανακυκλωμένα υλικά. Θέλουμε να είμαστε βιώσιμοι σε κάθε βήμα της διαδικασίας. ΒΙΩΣΙΜΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ. Χρησιμοποιούμε την τυπική αποστολή, γνωστή και ως «πράσινη» ή «βιώσιμη» αποστολή. Αν και διαρκεί λίγο περισσότερο από την ταχεία, είναι ένα σημαντικό βήμα για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα και των επιπτώσεων στην κλιματική αλλαγή. ΒΙΩΣΙΜΟ ΔΩΡΟ. Μαζί με τα σετ κάλτσες θα λάβετε ευχητήριες κάρτες κατασκευασμένες από ανακυκλωμένο χαρτί. Γράψτε θερμές ευχές στους αγαπημένους σας. ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΟ ΠΡΟΪΟΝ. Οι κάλτσες μας είναι ανακυκλώσιμες, απλώς απορρίψτε τις κάλτσες που δεν χρησιμοποιούνται πλέον στο δοχείο απορριμμάτων για ύφασμα. Συνεργαζόμαστε με επιστήμονες και έχουμε ένα σχέδιο κατασκευής άλλων προϊόντων από κάλτσες που δεν μπορούν πλέον να φορεθούν. Θέλουμε να κλείσουμε τον κύκλο, είναι πολύ σημαντικό για κάθε μάρκα.</p>		

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Σχεδιάζουμε την κατασκευή σακουλών πλύσης για προστασία από τα μικροπλαστικά, την κατασκευή υποδημάτων από ανακυκλωμένα υλικά, συνεργασίες με ομάδες θαλάσσιων αθλημάτων, με μουσεία, συμμετέχουμε σε οικολογικές εκδηλώσεις, εκπαιδευόμε. Οι κάλτσες είναι μόνο η αρχή και σας καλούμε να γίνετε μέρος του Brand μας και να δώσετε λύση στο πρόβλημα του πλαστικού.

Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ

Όνομα επιχειρηματία: Darija Ilevičiūtė-Zaveckienė - συνιδρύτρια & διευθύντρια δημιουργικού στην ŪKAI.

Προφίλ:

Η Darija Ilevičiūtė-Zaveckienė σπούδασε Διαφήμιση στο Vilnius College και κατά τη διάρκεια των σπουδών της εργάστηκε στις πωλήσεις. Επί του παρόντος δείχνει ενδιαφέρον για διάφορα βιώσιμα υλικά και την καινοτομία, το μέλλον της μόδας, καθώς και για την αλληλεπίδραση με τους επιστήμονες σχετικά με την εύρεση εναλλακτικών λύσεων για κάλτσες που παρασκευάζονται υιοθετώντας τις αρχές της οικολογίας και κυκλικής οικονομίας.

ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ

Περιγραφή:

Πλαστική ρύπανση. Αν και το πλαστικό έχει πολλές πολύτιμες χρήσεις, έχει επιβληθεί το πλαστικό μιας χρήσης - με σοβαρές περιβαλλοντικές συνέπειες. Ανά τον κόσμο, κάθε λεπτό αγοράζεται ένα εκατομμύριο πλαστικές φιάλες πόσιμου νερού, ενώ κάθε χρόνο χρησιμοποιούνται παγκοσμίως έως και 5 τρισεκατομμύρια πλαστικές σακούλες μιας χρήσης. Συνολικά, το ήμισυ του συνόλου παραγόμενου πλαστικού έχει σχεδιαστεί για μία μόνο χρήση - και στη συνέχεια απόρριψη. Τα πλαστικά απόβλητα κατακλύζουν σε τέτοιο βαθμό το φυσικό περιβάλλον, ώστε θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως γεωλογικός δείκτης για την Ανθρωπόκαινο εποχή σύμφωνα με τους επιστήμονες. Επί του παρόντος παράγονται 300 εκατομμύρια τόνοι πλαστικών απορριμμάτων κάθε χρόνο. Οι ερευνητές εκτιμούν ότι από τις αρχές της δεκαετίας του 1950 έχουν παραχθεί περισσότεροι από 8,3 δισεκατομμύρια τόνοι πλαστικού, εκ των οποίων περίπου το 60% έχει καταλήξει είτε σε χωματερές είτε στο φυσικό περιβάλλον.

Η απόφαση:

ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΑΝ ΟΛΑ; Πριν από 2 χρόνια η *Darija*, συνιδρύτρια και διευθύντρια δημιουργικού της "ŪKAI" ξεκίνησε μια επιχείρηση μαζί με τον σύζυγό της. Η βασική επιχειρηματική ιδέα ήταν να δημιουργηθούν φίνες κάλτσες για καθημερινή χρήση και δημιουργήθηκε μια μάρκα εμπνευσμένη από παστελ αποχρώσεις, γραφικό σχεδιασμό και αφηρημένη τέχνη.

Με την πάροδο του χρόνου, η *Darija* και ο σύζυγός της συνειδητοποίησαν ότι ήθελαν τα προϊόντα τους να έχουν θετικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο στον Πλανήτη και τους ανθρώπους. Μετά από έρευνα, ανακάλυψαν νήμα από ανακυκλωμένες πλαστικές φιάλες, έκαναν αρκετές δοκιμές και επέλεξαν ένα οικονομικά συμφέρον ύφασμα που να εξασφαλίζει διάρκεια ζωής στις κάλτσες. Για να μειώσουν τη χρήση πλαστικού, συνεργάστηκαν με την Plastic Bank ως αποτέλεσμα, δίνοντας στην Plastic Bank ένα μόνο ένα ζευγάρι κάλτσες, ο πελάτης της "ŪKAI" μειώνει τον αρνητικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο κατά 51 πλαστικές φιάλες.

Η "ŪKAI" είναι καινοτόμος στην καλτσοποιία, καθώς είναι ελάχιστες οι αντίστοιχες εταιρείες που χρησιμοποιούν αυτά τα καινοτόμα νήματα στην κατασκευή καλτσών.

15-11-2020 Η "ŪKAI" ολοκλήρωσε το έργο Kickstarter με επιτυχία και είναι τόσο χαρούμενοι που γνωρίζουν ότι οι άνθρωποι θεωρούν σημαντική την ιδέα και το προϊόν τους, το εκτιμούν! Όλοι μαζί μειώσαμε τον αντίκτυπο κατά 55. 590 πλαστικές φιάλες!

Οι κάλτσες είναι μόνο η αρχή. Η "ŪKAI" σχεδιάζει να κατασκευάσει σακούλες πλύσης που προστατεύουν από μικροπλαστικό, παπούτσια από ανακυκλωμένα υλικά, να έχει συνεργασίες με ομάδες θαλάσσιων αθλημάτων, με μουσεία, να συμμετέχει σε οικολογικές εκδηλώσεις. Τώρα οι ιδρυτές της "ŪKAI" συζητούν με επιστήμονες και θέλουν να μετατρέψουν τις μη χρησιμοποιούμενες πλέον κάλτσες σε άλλα προϊόντα!

ΜΙΚΡΟ ΒΗΜΑ. ΜΕΓΑΛΗ ΑΛΛΑΓΗ.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Γνωρίζετε πόσα πλαστικά απόβλητα παράγουμε κάθε μέρα/έτος στον κόσμο;
- Τι ποσοστό των συνολικών πλαστικών αποβλήτων που έχουν παραχθεί ποτέ, έχει ανακυκλωθεί/ αποτεφρωθεί / συσσωρευτεί σε χώρους ταφής απορριμμάτων, χωματερές ή στο φυσικό περιβάλλον;
- Πώς θα περιγράφατε τα βιώσιμα προϊόντα; Τι χαρακτηριστικά φέρουν;
- Τι χρήση σκέφτεστε για το καινοτόμο ανακυκλωμένο πλαστικό; Σκεφτείτε τις ιδέες και μοιραστείτε τις.

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://www.ukai.eu>
- <https://www.unep.org/interactive/beat-plastic-pollution/>



- Ταινία: "Seaspiracy" <https://www.seaspiracy.org>
- Ταινία: "A plastic Ocean" <https://www.youtube.com/watch?v=6zrn4-FfbXw>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: No 2		Λιθουανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος. Μείωση της κυκλοφοριακής συμφόρησης.	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	UAB "RUBBEE" LLC (Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης "RUBBEE")	
Τύπος βιομηχανίας:	Μηχανική	
Αριθμός εργαζομένων:	5 εργαζόμενοι/-ες	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η UAB "Rubbee" ("Rubbee" ΕΠΕ - Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης) - είναι μια εταιρεία που σχεδιάζει, κατασκευάζει και πωλεί κιτ μετατροπής ασύρματων ανταλλακτικών ηλεκτρικών ποδηλάτων, τα οποία μπορούν να μετατρέψουν οποιοδήποτε ποδήλατο σε ηλεκτρικό, να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να εγκαταλείψουν τα ρυπογόνα αυτοκίνητα και να κινούνται περισσότερο χρησιμοποιώντας ποδήλατα στις πόλεις. Το κιτ μετατροπής ζυγίζει από 2,8 έως 4,0 κιλά, ανάλογα με τη διαμόρφωση της μπαταρίας, ενώ η συσκευή μπορεί να διανύσει έως και 45 χιλιόμετρα όταν είναι πλήρως φορτισμένη. Κατά την οδήγηση με τον κινητήρα αναμμένο και με τα πετάλια, ο ασύρματος αισθητήρας εναλλαγής ανιχνεύει την ταχύτητα εναλλαγής και το λογισμικό "Rubbee" προσαρμόζει την ισχύ του κινητήρα στις ανάγκες του ποδηλάτη. Το "Rubbee X" διαθέτει επίσης αναγεννητική πέδηση, αρθρωτό σύστημα μπαταρίας και συστήματα σφικτήρων και γρήγορου κλειδώματος κατοχυρωμένα με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Το προϊόν διαθέτει επίσης μια έξυπνη εφαρμογή για τη ρύθμιση παραμέτρων ηλεκτρικής υποβοήθησης και την παρακολούθηση δεδομένων της συσκευής.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματίας:	Gediminas Nemanis - Διευθύνων Σύμβουλος & Ιδρυτής της "Rubbee" UAB.	
Προφίλ:		
<p>Gediminas Nemanis - Διευθύνων Σύμβουλος & Ιδρυτής της "Rubbee" UAB, πτυχιούχος μηχανικής από το Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο του Κάουνας και κάτοχος μεταπτυχιακού στο μάρκετινγκ.</p> <p>Το προϊόν "Rubbee", που προσέλκυσε μεγάλο ενδιαφέρον στο εξωτερικό, γεννήθηκε στο Κάουνας, στο γκαράζ του Gediminas Nemanis, ο οποίος είναι ενεργός ποδηλάτης και λατρεύει τις κατασκευές. Καθώς πάντα του άρεσαν ο δραστήριος τρόπος ζωής και οι κατασκευές, ο Gediminas κατασκεύασε ηλεκτρικά πατίνια στο γκαράζ, ένα ποδήλατο με ηλεκτροκινητήρα, έναν κινητήρα αερίωθης και άλλες έξυπνες συσκευές. Ένας περιεργός τύπος που κατασκεύασε ένα κιτ μετατροπής ηλεκτρικού ποδηλάτου για τις δικές του ανάγκες συνειδητοποίησε ότι αν βελτιώσει τη συσκευή, μπορεί να μετατραπεί σε ένα αγαθό με ζήτηση. Ο νεαρός, επίμονος επιχειρηματίας πίστεψε στην ιδέα του και ενθαρρύνθηκε ώστε να τη μετατρέψει σε επιχειρηματική ιδέα.</p> <p>Ο Gediminas πρότεινε την ιδέα του στον επικεφαλής της εταιρείας "Elinta" και σύντομα προσχώρησαν δύο ακόμη συνεργάτες. Η ομάδα από την πόλη Κάουνας εργάστηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα δοκιμάζοντας διάφορα πρωτότυπα μηχανισμών ηλεκτροκίνησης, μέχρι την πρώτη έκδοση του προϊόντος προς πώληση "Rubbee 1.0", η οποία παρουσιάστηκε το 2013 στην πλατφόρμα συλλογικής χρηματοδότησης "Kickstarter". Στη συνέχεια κατασκευάστηκαν και διανεμήθηκαν οι εκδόσεις του προϊόντος "Rubbee 2.0, 2.5, 3.0".</p> <p>Το 2017, ένα πολωνικό ταμείο επιχειρηματικών κεφαλαίων επένδυσε στην εταιρεία με σκοπό την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος. Το 2019, η νέα ιδέα του προϊόντος "Rubbee X" παρουσιάστηκε στο δεύτερο πρόγραμμα συλλογικής χρηματοδότησης "Kickstarter". Το 2020, μία πολωνική εταιρεία επένδυσε στην εταιρεία για την εμπορική διάθεση του προϊόντος στην Κίνα. Η τελευταία έκδοση του προϊόντος "Rubbee X" διανέμεται επί του παρόντος στις περισσότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία.</p> <p>Ο κάτοικος του Κάουνας Gediminas Nemanis μετέτρεψε το κιτ μετατροπής ηλεκτρικού ποδηλάτου "Rubbee" σε μια από τις πιο επιτυχημένες νεοφυείς επιχειρήσεις στη Λιθουανία. Η επιτυχία της εφεύρεσης και η αναγνώριση στην παγκόσμια αγορά ηλεκτρικών ποδηλάτων είναι το αποτέλεσμα ενός εξαιρετικού ξεκινήματος στην πλατφόρμα συλλογικής χρηματοδότησης "Kickstarter", μίας ενθουσιώδους ομάδας και της προσέλκυσης επενδυτών.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
Ρύπανση του περιβάλλοντος.		
<p>Στον σημερινό κόσμο υπάρχουν πάρα πολλά αυτοκίνητα και άλλα οχήματα. Η ρύπανση από τα αυτοκίνητα αντιπροσωπεύει περίπου το 75% της συνολικής ατμοσφαιρικής ρύπανσης και δυστυχώς οι αριθμοί αυξάνονται. Εμφανίζονται ολοένα και περισσότερα αυτοκίνητα, με τις αντίστοιχες εκπομπές, οι οποίες είναι επιβλαβείς για</p>		



το περιβάλλον προκαλώντας το φαινόμενο του θερμοκηπίου και συμβάλλοντας στην υπερθέρμανση του πλανήτη.

Κυκλοφοριακή συμφόρηση.

Τις ώρες αιχμής, στους δρόμους επικρατεί πυκνή κυκλοφορία, με αδιάβατους δρόμους και διασταυρώσεις, που αναγκάζουν τους οδηγούς να περνούν όλο και περισσότερο χρόνο στον δρόμο.

Έλλειψη χώρων στάθμευσης.

Σε πολλές περιοχές της Λιθουανίας, υπάρχει έλλειψη θέσεων στάθμευσης αυτοκινήτων λόγω υπερπλήρωσης των χώρων στάθμευσης των πολυκατοικιών. Το πρόβλημα αυτό είναι σχετικό, καθώς οι οικιστικές περιοχές πολλαπλών διαμερισμάτων σχεδιάστηκαν σε μια εποχή που η κυκλοφορία των αυτοκινήτων δεν ήταν τόσο έντονη. Με την πάροδο του χρόνου, άλλαξαν οι συνθήκες του πληθυσμού και σήμερα σε ένα νοικοκυριό αντιστοιχούν περισσότερα από ένα οχήματα.

Η απόφαση:

Μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος.

Η αντικατάσταση ενός ρυπογόνου αυτοκινήτου με ένα ποδήλατο είναι μια εξαιρετική λύση για την προστασία του περιβάλλοντος. Η ποδηλασία εκτός από το γεγονός ότι δεν βλάπτει το περιβάλλον, βελτιώνει την υγεία και την ευεξία. Αν όλοι πήγαιναν με το ποδήλατο στη δουλειά, η ατμοσφαιρική ρύπανση θα μειωνόταν. Το κιτ μετατροπής ηλεκτρικού ποδηλάτου "Rubbee" UAB είναι μια εξαιρετική λύση για να διανύσετε μεγαλύτερες αποστάσεις στην πόλη. Η συσκευή μπορεί να διανύσει 45 χιλιόμετρα όταν είναι πλήρως φορτισμένη. Δεδομένου ότι η μέση διαδρομή με ποδήλατο στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι μικρότερη από 5 χιλιόμετρα, η απόσταση που διανύει το "Rubbee" καλύπτει τις καθημερινές μετακινήσεις μερικών ημερών.

Μείωση της συμφόρησης.

Οι αποστάσεις στις πόλεις διανύονται γρηγορότερα με ποδήλατο από ό,τι με αυτοκίνητο. Κατά συνέπεια, συμβάλλουν στη μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος, στην εξοικονόμηση χρόνου, αλλά και στη βελτίωση της σωματικής υγείας. Επί του παρόντος, η υποδομή των ποδηλατοδρόμων είναι υπό κατασκευή στις μεγαλύτερες πόλεις της Λιθουανίας, δημιουργώντας ευνοϊκές συνθήκες για κυκλοφορία με το ποδήλατο. Το κιτ μετατροπής ηλεκτρικού ποδηλάτου "Rubbee" είναι μια εξαιρετική λύση για μεγαλύτερες αποστάσεις στην πόλη.

Φορητότητα. Ο εξοπλισμός "Rubbee" UAB μπορεί να μετατρέψει οποιοδήποτε ποδήλατο σε ηλεκτρικό σε 1 λεπτό χωρίς τη χρήση καλωδίων. Το βάρος του κιτ μετατροπής ξεκινά από 2,8 kg, οπότε όταν αφαιρείται από το ποδήλατο, μεταφέρεται εύκολα οπουδήποτε.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Ρύπανση του περιβάλλοντος.
- Ατμοσφαιρική ρύπανση.
- Εναλλακτικές λύσεις στις ρυπογόνες μεταφορές.
- Προώθηση της σωματικής δραστηριότητας.
- Κυκλοφοριακή συμφόρηση στις μεγάλες πόλεις.
- Εξέλιξη των χόμπι σε επιχειρηματικές ιδέες.

Περαιτέρω πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://www.rubbee.co.uk>
- <https://visit.kaunas.lt/lt/nauijenos/isradejas-gediminas-nemanis-imonei-augant-geriausios-darbo-vietos-lieka-kaune/>
- <https://www.lrytas.lt/verslas/sekmes-istorijos/2013/09/24/news/kaunietis-garaze-isrado-dvirati-ir-verziasi-i-pasaulio-rinkas-4832344/>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 3		Λιθουανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Βιώσιμα προϊόντα και λύσεις.	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα Οργάνωσης:	"Καλλυντικά SOLIDU"	
Τύπος βιομηχανίας:	Καλλυντικά	
Αριθμός εργαζομένων:	10 εργαζόμενοι/-ες	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το "SOLIDU" - είναι ένα φιλικό προς το περιβάλλον 3 σε 1, στέρεο σαμπουάν, μαλακτικό, σαπούνι που κατασκευάζεται στην εταιρεία της Λιθουανίας. Το σύνθημα της εταιρείας είναι - Χωρίς νερό. Χωρίς πλαστικό. Συμπυκνωμένο και «ΣΥΜΠΑΓΕΣ». Τα προϊόντα "SOLIDU" παρασκευάζονται στη Λιθουανία σύμφωνα με τις αρχές των «μηδενικών αποβλήτων» και της υπεύθυνης κατανάλωσης. Παρ' όλο που τα προϊόντα καθημερινής περιποίησης μαλλιών περιέχουν έως και 80% νερό, το "SOLIDU" παρασκευάζεται μόνο από συμπυκνωμένα ενεργά συστατικά, οπότε δεν χρειάζεται πλαστική συσκευασία. Τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα "SOLIDU" δημιουργούνται με γνώμονα τη φύση και τον άνθρωπο: Το "SOLIDU" είναι αποτελεσματικό και εύκολο στη χρήση, εμπλουτισμένο με ευεργετικά έλαια για το δέρμα και τα μαλλιά, φυτικά εκχυλίσματα και φυσικά αιθέρια έλαια.</p> <p>Η συσκευασία "SOLIDU", κατασκευασμένη από μίσχους μπαμπού, άμυλο και φυσικό άνθρακα, δεν περιέχει πλαστικό και χαρτί και αποσυντίθεται στο έδαφος ή σε κομπόστ εντός 45 ημερών.</p> <p>Τα στέρεα σαμπουάν και μαλακτικά που κατασκευάζονται στη λιθουανική εταιρεία ζυγίζουν 60 γραμμάρια και με βάση τα σχόλια και τις παρατηρήσεις των καταναλωτών/-τριών, ένα κομμάτι στερεού σαμπουάν μπορεί να συγκριθεί με μία κοινή φιάλη σαμπουάν βάσει της απαλότητας και της διάρκειας ζωής του προϊόντος.</p> <p>Το 2021, τιμώντας την «Ημέρα της Γης», η εταιρεία ανακοίνωσε μια εκστρατεία που προβλέπει ότι με κάθε υποβολή παραγγελίας, κάθε αγοραστής/-τρια υποχρεώνει την εταιρεία να φυτέψει ένα δέντρο στην επικράτεια της Λιθουανίας (1 παραγγελία = 1 δενδροφύτευση).</p> <p>Η εταιρεία δραστηριοποιείται από το 2017.</p>		
		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Η Vaiva Žvirblytė είναι η ιδρύτρια της "SOLIDU".	
Προφίλ:		
<p>Η Vaiva Žvirblytė σπούδασε κινεζική γλώσσα και εργάστηκε ως μεταφράστρια στην Κίνα για μεγάλο χρονικό διάστημα, όπου ασχολήθηκε επίσης με συμβουλευτική επιχειρήσεων και πωλήσεις. Έχει εμπειρία στο πεδίο των επιχειρήσεων, των πωλήσεων, του μάρκετινγκ και της μετάφρασης. Η Vaiva δεν είχε καμία εμπειρία στον τομέα της παραγωγής, της χημείας ή της ομορφιάς πριν ιδρύσει την επιχείρηση. Η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο λαμβάνουν χώρα οι διαδικασίες παραγωγής ήταν λίγο περίπλοκη, αλλά η ίδια έβλεπε τα πάντα ως μία πρόκληση για δημιουργία και εφευρετικότητα. Όταν ξεκίνησε, πειραματίστηκε αρκετά, βέβαια όταν στην ομάδα προσχώρησε άτομο με υπόβαθρο στη χημεία, οι διαδικασίες έγιναν πιο ασφαλείς. Επί του παρόντος, η ομάδα της εταιρείας απαρτίζεται από 10 ταλαντούχα και δημιουργικά μέλη.</p>		
ΤΟ ΘΕΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Περιγραφή Πλαστική ρύπανση. Καθώς το πλαστικό κατακλύζει τα πάντα, πρέπει να βρεθούν εναλλακτικές λύσεις για τα είδη προσωπικής υγιεινής που χρησιμοποιούμε συχνά. Εκτιμάται ότι χρειάζονται έως και 500 χρόνια για τη διάσπαση μίας πλαστικής φιάλης σαμπουάν.</p>		
<p>Η απόφαση: 1. Διατήρηση των υδάτινων πόρων. Παρ' όλο που τα προϊόντα καθημερινής περιποίησης μαλλιών περιέχουν έως και 80% νερό, το "SOLIDU" παρασκευάζεται μόνο από συμπυκνωμένα ενεργά συστατικά, οπότε δεν χρειάζεται πλαστική συσκευασία. Τα φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα "SOLIDU" δημιουργούνται με γνώμονα τη φύση και τον άνθρωπο.</p> <p>2. Μείωση της πλαστικής ρύπανσης. Τα προϊόντα "SOLIDU" παρασκευάζονται στη Λιθουανία σύμφωνα με τις αρχές των «μηδενικών αποβλήτων» και της υπεύθυνης κατανάλωσης και η συσκευασία τους είναι φιλική προς το περιβάλλον.</p>		

ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΗΣ. Η συσκευασία "SOLIDU" δεν περιέχει πλαστικό και χαρτί: είναι κατασκευασμένη από άμυλο, μπαμπού και φυσικό άνθρακα. Το μπαμπού είναι ένα από τα πιο βιώσιμα υλικά, επειδή μπορεί να αναπτυχθεί έως και ένα μέτρο την ημέρα! Το μαύρο χρώμα του κουτιού εξορύσσεται από φυσικό άνθρακα και δεν περιέχει συνθετικό χρώμα. Στο χώμα ή στο κομπόστ, αυτές οι συσκευασίες αποσυντίθενται εντός 45 ημερών. **ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΟ ΠΡΟΪΟΝ.** Αυτές οι συσκευασίες δεν κατασκευάστηκαν χρησιμοποιώντας μπαμπού πρόσφατης κοπής, αλλά από μπαμπού δευτερογενούς παραγωγής - μίσχοι μπαμπού που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή ράβδων.

ΚΟΜΠΟΣΤΟΠΟΙΗΣΙΜΟ. Στο έδαφος ή στο κομπόστ, η συσκευασία "SOLIDU" διασπάται εντός 45 ημερών. Ναι, σωστά διαβάζετε - η συσκευασία μπορεί απλώς να θαφτεί στο έδαφος το οποίο ωφελεί, αφού τα κουτιά έχουν βάση το άμυλο - το οποίο θεωρείται τροφή - και διασπώνται προς όφελος των φυτών ως λίπασμα ή ακόμη και ως πρόσθετη ουσία στις ζωοτροφές.

ΤΕΛΟΣ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ. Συνιστάται να αφαιρέσετε τις χάρτινες ετικέτες από τη συσκευασία πριν την κομποστοποίηση. Παρόλο που δεν περιέχει καθόλου πλαστικό, ένα κουτί χωρίς χάρτινες ετικέτες διασπάται ταχύτερα. Τοποθετήστε τις ετικέτες για ανακύκλωση. Βάλτε τη συσκευασία στο κομπόστ ή θάψτε την στο έδαφος. Μην απορρίψετε τη συσκευασία μαζί με τα οικιακά απορρίμματα, αποσυντίθεται πολύ πιο αργά από ό,τι αν κομποστοποιηθεί στο σπίτι.

3. Βιώσιμη μεταφορά, παράδοση.

ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ. Οι αγοραστές/-τριες παραλαμβάνουν όλα τα αγαθά που αγοράζουν διαδικτυακά σε συσκευασία χωρίς πλαστικό. Τα εμπορεύματα συσκευάζονται μόνο σε χάρτινους φακέλους ή κουτιά. Για την παραγγελία επιλέγεται η μικρότερη δυνατή συσκευασία, ώστε να μην καταλαμβάνει χώρο στα φορτηγά των ταχυμεταφορών. Οι συσκευασίες που παραλαμβάνονται από τους προμηθευτές επαναχρησιμοποιούνται μία δεύτερη φορά, ώστε οι αγοραστές/-τριες να παραλαμβάνουν την αποστολή σε επαναχρησιμοποιημένο κουτί. Το υλικό πλήρωσης που χρειάζεται μερικές φορές για την προστασία των εμπορευμάτων κατά την αποστολή, αποτελείται επίσης από δευτερογενή υλικά ή χαρτί, η εταιρεία δεν χρησιμοποιεί ποτέ νέο πλαστικό! Οι αγοραστές/-τριες δεν λαμβάνουν εκτυπωμένες αποδείξεις ή άλλα έγγραφα με την αποστολή, για την αποφυγή σπατάλης χαρτιού· όλα τα έγγραφα υποβάλλονται σε ηλεκτρονική μορφή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που παρέχεται κατά την ηλεκτρονική καταγραφή της αγοράς.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Πλαστική ρύπανση (στατιστικά στοιχεία, γεγονότα).
- Βιώσιμες λύσεις (καλλυντικά, διαδικασία παραγωγής, συσκευασία, υλικοτεχνική υποστήριξη).
- Πώς μπορούμε να γίνουμε βιωσιμότεροι;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://soliducosmetics.com/?lang=lt>
- <https://www.zmones.lt/naujienu/kietosios-kosmetikos-pradininkams-solidu-tvarias-idejas-lietuvoje-pavyko-paversti-madingomis.a3420a9b-f592-11e9-9fe0-aa000054c883>
- <https://www.delfi.lt/verslo-pozitrus/pagaminta-lietuvoje/madinga-versla-isukusios-merginos-sluostonosi-tradiciniam-gamintojams.d?id=86187727>
- Ταινία: "Seaspiracy" <https://www.seaspiracy.org>
- Ταινία: "A plastic Ocean" <https://www.youtube.com/watch?v=6zrn4-FfbXw>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 4		Ολλανδία
ΤΙΤΛΟΣ:	Δίλημμα επέκτασης	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ:		
Όνομα οργανισμού:	"Pottle"	
Τύπος βιομηχανίας:	Ανακύκλωση	
Αριθμός εργαζομένων:	3	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Pottle είναι μια καινοτόμος νεοφυής επιχείρηση από τη Φρίσλαντ της Ολλανδίας με αποστολή να «κάνει τον κόσμο καλύτερο» αξιοποιώντας απόβλητα. Στο κοινωνικό μας εργοστάσιο Pottle Factory μεταποιούμε φιάλες κρασιού σε νέα προϊόντα γυαλιού.</p> <p>Όλοι πρέπει να συμβάλλουν παράγοντας λιγότερα απόβλητα, πώς θα επιτευχθεί όμως αυτό; Στις μέρες μας είναι αδύνατο να πάει κανείς στο σούπερ μάρκετ χωρίς να φέρει σπίτι άφθονες πλαστικές συσκευασίες που σύντομα καταλήγουν στα απορρίμματα. Το ίδιο ισχύει και για τα γυάλινα απορρίμματα. Για παράδειγμα, πετάμε μία άδεια φιάλη κρασιού κατευθείαν στο δοχείο γυάλινων απορριμμάτων. Παράξενο δεν είναι, αφού επαναχρησιμοποιούμε τα μπουκάλια μύρας έως και 20-30 φορές; Αυτό μας ενέπνευσε να ιδρύσουμε την Pottle. Σκοπός είναι να δοθεί μια «νέα ζωή» στα γυάλινα απορρίμματα. Τα προϊόντα μας κατασκευάζονται από απορρίμματα, είναι απείρως ανακυκλώσιμα και πολύ ελκυστικά. Με αυτόν τον τρόπο τα γυάλινα απορρίμματα αποκτούν νέα χρησιμότητα με τη μορφή ενός κυκλικού δοχείου, ποτηριού, κεριού ή βάζου, αποτρέπεται η συσσώρευση γυάλινων αποβλήτων και προσφέρεται μια εναλλακτική λύση στα μη βιώσιμα υλικά συσκευασίας. Μαζί μπορούμε να αλλάξουμε αυτές τις συνήθειες και η Pottle θέλει να συμβάλει στον τρόπο με τον οποίο διαχειριζόμαστε τα απόβλητα.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Remco Krol & Jesse Alkema	
Προφίλ: Pottle		
<p>Ο Remco Krol είναι ειδικός ακοής και συνιδρυτής της Pottle επειδή θέλει να χρησιμοποιήσει την ενέργειά του για να κάνει τη διαφορά.</p> <p>Ο Jesse Alkema χαιρεί φήμης στο Leeuwarden για το κατάστημά του "Brownies and Downies". Το "Brownies and Downies" είναι ένας χώρος φιλοξενίας και φαγητού όπου εργάζονται άτομα με σύνδρομο down.</p> <p>Εκτός από το project "Brownies and Downies", ίδρυσε την Pottle μαζί με τον Remco. Όπως αναφέρει, η διασκέδαση, η προσωπική ανάπτυξη και η αίσθηση ότι οι πράξεις έχουν αντίκρισμα τονώνουν την αυτοεκτίμηση και την αυτοπεποίθηση, που είναι το θεμέλιο για να έχουμε σθένος και να είμαστε ευτυχισμένοι, ώστε η ζωή μας να αξίζει περισσότερο.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Η δράση της Pottle επεκτείνεται συνεχώς, ωστόσο το δυνατό της στοιχείο είναι η συνεργασία που διατηρεί με ξενοδοχεία, εστιατόρια και καφετέριες σε τοπικό επίπεδο, μέρη όπου συλλέγονται τα αξιοποιήσιμα μπουκάλια. Αν θέλουν επομένως να επεκταθούν σε άλλες πόλεις, πρέπει να υπάρχει αντίστοιχα ένας κόμβος. Εσείς επιλέγετε την ανάπτυξη άνευ ορίων κινδυνεύοντας να χάσετε το στοιχείο που σας καθιστά ξεχωριστούς ή παραμένετε με όσα έχετε και δεν επεκτείνεστε;</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η Pottle δεν λειτουργεί ακόμα, οπότε δεν λήφθηκε απόφαση, το στοιχείο που κρατάμε είναι η ιδέα και η δύναμη της Pottle.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Ποιος είναι ο στόχος; Να επεκταθείτε όσο το περισσότερο γίνεται ή να παραμείνετε μικρή επιχείρηση με τον τρόπο που επιθυμείτε; - Υπάρχει τρόπος να είναι κανείς παράλληλα πρωτοπόρος στον χώρο δραστηριοποίησής του και χαμηλών τόνων; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://pottle.nl/ 		



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 5		Ολλανδία
ΤΙΤΛΟΣ:	Δίλημμα φεστιβάλ	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ:		
Όνομα οργανισμού:	«Welcome to the Village» (Καλωσήρθατε στο χωριό)	
Τύπος βιομηχανίας:	Αναψυχή και εκδηλώσεις	
Αριθμός εργαζομένων:	∞	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το Welcome to The Village είναι μία διοργάνωση στην οποία θα εμφανιστούν μεγάλα ονόματα, αλλά και ένα μέρος για να ανακαλύψετε νέα ταλέντα. Εκτός από μουσική, περιλαμβάνει θέατρο, καινοτομία, τέχνη, χορό, φαγητό και σχεδιασμό.</p> <p>Το φεστιβάλ συνεργάζεται με αρκετές τοπικές εταιρείες τροφοδοσίας και αγρότες/-ισσες, με εθελοντές/-τριες για την κατασκευή των σκηνικών και όσον αφορά τον σχεδιασμό συνεργάζεται με άτομα σε πρόγραμμα ημερήσιας φροντίδας και με ηλικιωμένους/-ες. Στο τέλος όλοι/ες είναι υπερήφανοι για τα επιτεύγματά τους.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Wytse Dijkstra	
Προφίλ: Welcome to the Village Festival: Διευθύνων Σύμβουλος του Φεστιβάλ		
<p>Wytse σημαίνει ενέργεια: είτε είναι επί σκηνής, είτε ως πρόεδρος της ημέρας, είτε όταν εποπτεύει καλλιτεχνικά μία δημιουργική διαδικασία. Σύμφωνα με τον Wytse απαιτείται ενέργεια από το να σύρεις ένα ποδήλατο μέχρι κάτι πολύ μεγαλύτερο, όπως να πάρεις μία σημαντική πρωτοβουλία. Ο Wytse κινεί τα νήματα αφηγόμενος ιστορίες. (https://www.linkedin.com/in/wytse-d-b1a1a799/)</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Το φεστιβάλ θέλει να διατηρεί οικολογικό προφίλ και να αποτελέσει κοιτίδα νέων ιδεών και πρωτοβουλιών. Όσο διαρκεί, στόχος είναι η μετάδοση νέων σκέψεων για έναν καλύτερο κόσμο. Το δίλημμα είναι το εξής: η διοργάνωση ενός φεστιβάλ, όσο πράσινο και φιλικό προς το περιβάλλον κι αν είναι, αφήνει πάντα ένα αποτύπωμα τροφίμων. Ποια είναι επομένως η λεπτή γραμμή μεταξύ της διοργάνωσης ενός φιλικού προς το περιβάλλον φεστιβάλ ώστε να αποτελέσει έμπνευση και από την άλλη πλευρά καμίας διοργάνωσης, για μηδενική ρύπανση αλλά χωρίς κανένα αίσθημα αφύπνισης;</p>		
Η απόφαση:		
<p>Το φεστιβάλ διοργανώνεται και η απόφαση είναι περισσότερο διαδικαστική. Οι άνθρωποι, ο πλανήτης και η ευημερία είναι οι κανόνες και οι αξίες του.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις προσέγγισης του ίδιου αριθμού ανθρώπων χωρίς διοργάνωση φεστιβάλ; - Είναι απαραίτητη η διοργάνωση ενός φεστιβάλ για την ευαισθητοποίηση του κοινού; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://welcometothevillage.nl/ • https://cleanriver.com/blog-plan-eco-friendly-event/ • https://greenfestivals.ca/ 		



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 6		Γερμανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Πώς να γίνει βιώσιμη η ίδρυση μιας εταιρείας;	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Herbsom / Ili Skincare"	
Τύπος βιομηχανίας:	Ομορφιά και Υγεία	
Αριθμός εργαζομένων:	3	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Herbsom ιδρύθηκε το 2019. Οι δύο ιδρύτριες συνειδητοποίησαν ότι πολλοί άνθρωποι θα ήθελαν να έχουν ένα προϊόν περιποίησης φυσικό και όχι χημικό για το οποίο έχουν τον απόλυτο έλεγχο και τη διαφάνεια – δηλαδή να αποφασίζουν ποια συστατικά χρησιμοποιούνται και σε ποιες ποσότητες. Κρατώντας αυτό το στοιχείο, η Herbsom προσφέρει εξατομικευμένα φυσικά καλλυντικά, προσαρμοσμένα στις προσωπικές ανάγκες της επιδερμίδας· ο πελάτης μπορεί να αποφασίσει ποια φυσικά έλαια και εκχυλίσματα θα περιλαμβάνουν τα προϊόντα του.</p> <p>Η Herbsom επί του παρόντος είναι μια μικρή εταιρεία και πρόσφατα εισήγαγε στην αγορά τα πρώτα της προϊόντα. Οι δύο ιδρύτριες λαμβάνουν όλες τις απαραίτητες αποφάσεις για να χαράξουν το μέλλον της εταιρείας και δεσμεύονται να το πράξουν με υπευθυνότητα και με γνώμονα την ηθική.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Alica Klemm και Katrin Fesenmeyer	
Προφίλ:		
<p>Η Alica και η Katrin είναι οι δύο συνιδρύτριες της εταιρείας. Γνωρίστηκαν στο πανεπιστήμιο και το κοινό τους στοιχείο είναι οι ιδέες τους για μια καλύτερη, βιωσιμότερη και πιο διαφανή βιομηχανία ομορφιάς και υγειονομικής περίθαλψης. Έχουν σπουδάσει μάρκετινγκ και γνωρίζουν πολλά για τις επιχειρήσεις, αλλά λιγότερα για το πεδίο της χημείας. Χρειάζεται επομένως να διοχετεύσουν όλο το πάθος τους για να εμβαθύνουν στις προκλήσεις της παραγωγής που αντιμετωπίζει ο κλάδος τους.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Το πρόβλημα:		
<p>Οι δύο ιδρύτριες έχουν έντονα ανεπτυγμένη περιβαλλοντική συνείδηση και επίγνωση ότι κάθε νέο προϊόν σημαίνει νέα ρύπανση, αφού συνεπάγεται με πρόσθετα απόβλητα και εκπομπές λόγω της παραγωγής, της συσκευασίας και της παράδοσης. Παρόλο που ήξεραν ότι το τελικό προϊόν είναι φιλικό προς το περιβάλλον, οι πρώτες μέρες πριν την ίδρυση ήταν δύσκολες καθώς έψαχναν τρόπους να διατηρήσουν όλη τη διαδικασία παραγωγής και παράδοσης προϊόντων επίσης φιλική προς το κλίμα.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Οι δύο ιδρύτριες εξαρχής αναζητούσαν λύσεις φιλικές προς το περιβάλλον για κάθε στάδιο παραγωγής. Ίσως το κόστος να είναι υψηλότερο, αλλά έχουν τη συνείδησή τους καθαρή για το τελικό προϊόν. Στην πορεία ανακάλυψαν πολλές λύσεις φιλικές προς το περιβάλλον που δεν γνώριζαν, όπως:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Χρήση ανακυκλωμένων συσκευασιών • Χρήση ανακυκλωμένων υλικών παραγωγής, όπως ανακυκλωμένο γυαλί και χαρτόνι • Παραγωγή σε τοπικό επίπεδο και χρήση τοπικών συστατικών αντί για εισαγωγές από όλο τον κόσμο • Χρήση πράσινης παράδοσης (π.χ. DHL GoGreen) • Αντιστάθμιση των εκπομπών, δωρεά σε οργανισμούς • Γνωστοποίηση της περιβαλλοντικής συνείδησης στους πελάτες/-ισσες και ιδέες για τη μείωση αποβλήτων <p>Παρόλο που η διαδικασία αυτή δεν είναι εύκολη και κοστίζει, η Herbsom είναι μια εταιρεία φιλική προς το περιβάλλον, αντίθετα με πολλές άλλες εταιρείες στο πεδίο καλλυντικών. Εκτός από την ικανοποίηση που εισπράττουν οι δύο ιδρύτριες, την εισπράττουν και οι πελάτες/-ισσες γνωρίζοντας ότι αγοράζουν από μια ηθική εταιρεία!</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Θεωρείτε ότι τα νέα προϊόντα/η επιχειρηματικότητα είναι επιβλαβή για το περιβάλλον; Αν ναι, πώς θα το αντιμετωπίζατε; Αν δεν είναι επιβλαβή, τι σας κάνει να το πιστεύετε; - Αφού ανακεφαλαιώσετε τα μέτρα που έλαβαν οι ιδρύτριες: Συμφωνείτε με όλες τις ιδέες; Ποιες σας εξέπληξαν; Τι παραπάνω μπορεί να γίνει; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • www.herbsom.de 		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 7		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Nutcycle, βαφή ρούχων με φυσικές βαφές ξηρών καρπών.	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"TERNUA"	
Τύπος βιομηχανίας:	Παραγωγή ενδυμάτων	
Αριθμός εργαζομένων:	+200	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Ternua ιδρύθηκε το 1995, εδρεύει στην Ισπανία (Mondragon, Gíruzkoa), παράγει και πωλεί ενδύματα υψηλής τεχνικής απόδοσης για άνδρες, γυναίκες και παιδιά για όλα τα είδη υπαίθριων δραστηριοτήτων στο διαδίκτυο: ορειβασία, τρέξιμο σε μονοπάτια, πεζοπορία και πολλά άλλα. Κατασκευάζει ενδύματα «παραμένοντας πιστή στις αρχές της, με βιώσιμο τρόπο και ανακυκλωμένα υλικά» και αυτοπροσδιορίζεται ως «μία βιώσιμη μάρκα που δεσμεύεται να προστατεύει τον πλανήτη, τους ανθρώπους και την μεταξύ τους σχέση». Αξία της Ternua είναι το υπαίθριο πνεύμα συνδεδεμένο με τη φύση ενώ τη χαρακτηρίζουν η καινοτομία στα υλικά και οι διαδικασίες με πολυλειτουργικό σχεδιασμό, η βιωσιμότητα και η υψηλή ποιότητα διαδικασίας κατασκευής.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Eduardo Uribealgo Altuna	
Προφίλ:		
<p>Ο κ. Uribealgo είναι ιδρυτής των εμπορικών σημάτων Ternua και Astore και μετρά περισσότερα από 30 χρόνια εμπειρίας στον τομέα. Επί του παρόντος είναι διευθυντής έρευνας και καινοτομίας και έχει πολυετή εμπειρία ως διευθυντής μάρκετινγκ και προϊόντων για τα εμπορικά σήματα.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Στη βιομηχανία ένδυσης το περιβαλλοντικό δίλημμα έχει δύο όψεις:</p> <p>A) Οι μονάδες παραγωγής μηλίτη είναι παραδοσιακά εστιατόρια στην παράκτια Χώρα των Βάσκων (Ισπανία) με περίπου 20.000 επισκέπτες ετησίως. Σε αυτό το παραδοσιακό και αγροτικό τοπίο, τυπικά το επιδόρπιο είναι καρύδια, με συνολική εκτιμώμενη κατανάλωση 55.000 κιλών κάθε χρόνο, γεγονός που δημιουργεί μεγάλη ποσότητα αποβλήτων σε μορφή φλοιού την οποία στη συνέχεια κάθε εστιατόριο απορρίπτει χωρίς περαιτέρω επεξεργασία.</p> <p>B) Ταυτόχρονα, η TERNUA παράγει ενδύματα με βιομηχανοποιημένη διαδικασία, όπου χρησιμοποιούνται οικονομικές συνθετικές βαφές για τον χρωματισμό των ενδυμάτων, σύμφωνα με τις συνήθεις πρακτικές της βιομηχανίας. Το κόστος αυτών των βαφών δεν είναι χρηματικό αλλά οικολογικό, αφού συμβάλλει στη ρύπανση του πλανήτη.</p> <p>Συν τοις άλλοις, οι πελάτες/-ισσες της TERNUA (κυρίως μεσαίου ή υψηλού εισοδήματος που αγαπούν τον αθλητισμό και την υπαίθρο) αναζητούν πιο πράσινα και βιωσιμότερα ενδύματα, καθώς η εταιρική ταυτότητα επικεντρώνεται στη βιωσιμότητα και στον πλανήτη – αν και η πραγματική εικόνα του κλάδου απέχει πολύ από αυτό. Σε αυτήν την εμβέλεια, όποια αλλαγή κι αν γίνει, είναι μία επένδυση με αβέβαιο αποτέλεσμα.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρεία αποφάσισε να συνεργαστεί με κάθε μεμονωμένη μονάδα παραγωγής μηλίτη και με άλλες μικρές γεωργικές επιχειρήσεις για τη συλλογή, την αποθήκευση και την επεξεργασία των αποβλήτων καρυδιών προκειμένου να μετατραπούν σε βιοσυνθετικές βαφές με πλήρη ιχνηλασιμότητα, παραγόμενες από γεωργικά απόβλητα και φυσικά βότανα και κατά συνέπεια εδραίωσε μία παραγωγική διαδικασία φιλική προς το περιβάλλον, συμβάλλοντας στην κυκλική οικονομία.</p> <p>Η χρήση πρώτων υλών από φυσικά απόβλητα δεν έχει αρνητικές επιπτώσεις στην παραγωγή βαφής, αλλά ο μόνος περιορισμός είναι ότι μπορούν να αποδώσουν μόνο γήινα καφέ χρώματα. Η TERNUA με την πρωτοβουλία που πήρε, βοήθησε την κυκλική οικονομία και την καινοτομία σε τοπικό επίπεδο και συνέβαλε στην ευαισθητοποίηση για τη βιώσιμη ανάπτυξη σε μια από τις πιο ρυπογόνες βιομηχανίες της γης.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Γιατί πιστεύετε ότι η TERNUA αποφάσισε να καινοτομήσει με αυτόν τον τρόπο; - Τι άλλη χρήση θα μπορούσαν να έχουν τα καρύδια; - Θα φορούσατε αυτού του είδους τα ρούχα για να συμβάλλετε στην αειφορία; - Οραματίζεστε παρόμοια συνεργασία στην περιοχή σας; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.ternua.com/com/sustainability-nutcycle 		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 8		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Αεροσκάφη με υδρογόνο	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	ΟΜΑΔΑ "DRONAK"	
Τύπος βιομηχανίας:	Μηχανική υψηλής τεχνολογίας	
Αριθμός εργαζομένων:	10	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Dronak (Μπιλμπάο, Χώρα των Βάσκων, Ισπανία) ιδρύθηκε το 2015 από μια παρέα φίλων, αφού ένας εκ των ιδρυτών αγόρασε ένα drone, είδε ότι τραβά την προσοχή όλων και αποφάσισε να εκμεταλλευτεί το άνοιγμα σε μια εξειδικευμένη αγορά. Η εταιρεία βασίζεται στο επιχειρηματικό μοντέλο "lean startup" (μοντέλο λιτής επιχειρηματικής εκκίνησης) με πρώτο εμπορικό σήμα το DRONAK PROFESSIONAL και πρόσθεσε με την πάροδο του χρόνου νέα εμπορικά σήματα υπό την ομπρέλα της DRONAK GROUP, επανεπενδύοντας τα κέρδη των προϊόντων αιχμής σε νέα εμπορικά σήματα.</p> <p>Η Dronak, μεταξύ άλλων, διατηρεί συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Χώρας των Βάσκων (UPV/EHU): έχει δικό της μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών που επικεντρώνεται στην πιλοτική χρήση και καταγραφή drones και συνολικά έχει λάβει αρκετές βραβεύσεις για την καινοτομία, τις βέλτιστες πρακτικές και τον κοινωνικό αντίκτυπο.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Favia Silva (Διευθύνουσα Σύμβουλος)	
Προφίλ:		
<p>Η κα Silva έχει δραστηριοποιηθεί σε πολλούς τομείς: συνέβαλε στη διεθνοποίηση εταιρειών από Ευρώπη και Βραζιλία, έχει ιδρύσει και διατελέσει διευθύνουσα σύμβουλος σε αρκετές εταιρείες αρχιτεκτονικής, γαστρονομίας, μόδας και τεχνολογίας, είναι εκπρόσωπος και ακτιβίστρια για τα δικαιώματα των γυναικών και προσφέρει σεμινάρια για τη δημιουργία επιχειρήσεων και την ανάπτυξη ικανοτήτων.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Καινοτομία σε λιγότερο ρυπογόνα drones:</p> <p>Όλο και περισσότεροι μιλούν για τα drones την τελευταία δεκαετία όχι για το διασκεδαστικό και το στρατιωτικό στοιχείο τους, αλλά κυρίως για τη πολύπλευρη χρησιμότητά τους, όπως σε τοπογραφικές σαρώσεις και συλλογές εικόνων υψηλής ευκρίνειας. Πρόκειται για ένα καινοτόμο προϊόν με περιζήτητη παραγωγή, όμως οι αντίστοιχες εταιρείες πρέπει να ακολουθούν τις τάσεις για να παραμένουν ανταγωνιστικές.</p> <p>Τα drones αφενός λειτουργούν όπως κάθε μηχανή, με ενέργεια -συνήθως ηλεκτρική- και όπως κάθε ηλεκτροκίνητο όχημα κατασκευάζονται από λίθιο, ένα ορυκτό που εκτός από επικίνδυνο από πλευράς εργασίας, είναι απαραίτητο εν προκειμένω, ωστόσο ρυπογόνο σε όλα τα στάδια της διαδικασίας, αφήνοντας βαρύ αποτύπωμα στο περιβάλλον.</p> <p>Αφετέρου, η Dronak είναι πρωτοπόρος στον τομέα της χάρη στην έρευνα για βιώσιμα/ανακυκλωμένα υλικά κατασκευής και έχει αναπτύξει ένα οικολογικό drone που είναι κατά 78% κατασκευασμένο από βιοδιασπώμενα υλικά και καινοτόμο ως προς αυτό το τμήμα διαδικασίας, αλλά όχι όσον αφορά το ενεργειακό σύστημα, το καλώδιο και τις μπαταρίες, που απαιτούν ειδική διαχείριση.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η εταιρεία Dronak, πιστή στις αξίες της, με έμφαση στο περιβάλλον και τη σχέση της τεχνολογίας με τον άνθρωπο, επένδυσε σε κάτι ακόμα για να γίνουν τα drones της ακόμη πιο πράσινα κατασκευάζοντας νέες μπαταρίες υδρογόνου 100% οικολογικές και 4 φορές πιο αυτόνομες από μία μέση μπαταρία λιθίου. Τα υπολείμματα υδάτων ή οι μπαταρίες ηλιακής ενέργειας παράγουν πληθώρα υδρογόνου.</p> <p>Η επένδυση αυτή φέρνει τη Dronak ένα βήμα πιο κοντά στη βιώσιμη κοινωνική καινοτομία, εστιάζοντας στις προσωπικές ικανότητες, στην αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης και στη ρομποτική για να βοηθήσει τους ανθρώπους και να διαδώσει την κυκλική οικονομία οπουδήποτε.</p> <p>Επιπλέον, αυτά τα νέα drones προορίζονται για τη γεωργία ακριβείας, έναν τρόπο γεωργίας υψηλής τεχνολογικής εξειδίκευσης με ακριβείς μετρήσεις των μεταβλητών σχετικά με το προϊόν, οι οποίες μεταξύ άλλων, μειώνουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις αυτής της δραστηριότητας.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Σε ποιον άλλον τομέα μπορεί να εφαρμοστεί η τεχνολογία drone; - Γιατί η Dronak εστιάζει τόσο πολύ στη βιωσιμότητα; - Βλέπετε κάποια μειονεκτήματα όσον αφορά τα drones; 		



Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://dronak.com/>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 9		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	ΙΑΙΟΣ, ένα παράδειγμα κυκλικού σχεδιασμού που εφαρμόζεται στην κλωστοϋφαντουργία	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"ΙΑΙΟΣ"	
Τύπος βιομηχανίας:	Κλωστοϋφαντουργία και μόδα	
Αριθμός εργαζομένων:	3	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η ΙΑΙΟΣ είναι μια καταλανική οικογενειακή επιχείρηση στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας που κατασκευάζει πλεκτά με παραδοσιακό τρόπο: από 100% ανακυκλωμένες πρώτες ύλες, με προδιαγραφή για μακρά διάρκεια ζωής. Το παραγωγικό της μοντέλο βασίζεται στη χρήση ανακυκλωμένων νημάτων, στην τοπική παραγωγή και στον κυκλικό σχεδιασμό. Στη δεκαετία του '90 η οικογένεια δημιούργησε ένα εμπορικό σήμα, το ΙΑΙΟΣ, που χάθηκε λόγω της έλλειψης ευαισθητοποίησης σχετικά με τη βιωσιμότητα των υφασμάτων και των ανακυκλωμένων υφασμάτων. Η δημιουργία του εμπορικού σήματος ΙΑΙΟΣ οδήγησε στην κατασκευή ενός διαφορετικού τύπου πλεκτού, καθώς επιθυμούσαν να είναι ισχυρότερη η έννοια "avis" ή "iaios" που σημαίνει παππούδες, καθώς αυτή είναι η φιλοσοφία των συλλογών: πλεκτά που δημιουργήθηκαν για να διαρκέσουν, φτιαγμένα όπως παλιά, με πρώτες ύλες, χειροποίητη εργασία και τοπικές διαδικασίες παραγωγής. Τα διάφορα μοντέλα ΙΑΙΟΣ έχουν απλό σχεδιασμό που καθιστούν το κάθε ένδυμα διαχρονικό.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Amadeu, Bernat και Gemma Barbany.	
Προφίλ:		
<p>Το 2016, τα δισέγγονα του πρώτου ιδιοκτήτη, ο Amadeu Barbany, ο Bernat Barbany και η Gemma Barbany, ως καταστημάτρχης, βιολόγος και σχεδιάστρια αντίστοιχα, ανέκτησαν το εμπορικό σήμα χάρη σε ένα μοντέλο παραγωγής και σχεδιασμού κυκλικής οικονομίας.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Ο τομέας της κλωστοϋφαντουργίας είναι ένας από τους σημαντικότερους παγκοσμίως και ένας από τους πιο διερευνημένους λόγω του αντίκτυπου στο περιβάλλον, των συνθηκών εργασίας και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων των εργαζομένων και της υγείας τους.</p> <p>Σύμφωνα με τον ΟΗΕ, η βιομηχανία μόδας είναι η δεύτερη πιο ρυπογόνος στον κόσμο και αν διατηρήσει αυτή τη διαδικασία παραγωγής οι εκπομπές ατμοσφαιρικών ρύπων του τομέα θα διπλασιαστούν το 2030. Από πλευράς κατανάλωσης νερού, μετά τον τομέα ενέργειας, η κλωστοϋφαντουργία είναι δεύτερη κατά σειρά.</p> <p>Οι συνθήκες εργασίας στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και της μόδας καθορίζονται από την καλλιέργεια και τη συγκομιδή των πρώτων υλών, όπως το βαμβάκι και το λινό και η βελτίωσή τους μπορεί να έχει αντίκτυπο σε άλλα εργασιακά τρωτά σημεία, π.χ. υπερωρίες, επισφαλή στέγαση, κακή διατροφή, προβλήματα υγείας και κίνδυνο παιδικής εργασίας.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η κυκλική οικονομία είναι ένα νέο οικονομικό μοντέλο που αποσκοπεί στην αλλαγή των προτύπων παραγωγής και του τρόπου που καταναλώνει η κοινωνία για την επίτευξη ενός βιώσιμου συστήματος παραγωγής. Η κυκλική οικονομία αποτελείται από τον τεχνικό και τον βιολογικό κύκλο. Ο τεχνικός κύκλος στόχο έχει τον σχεδιασμό προϊόντων που μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν.</p> <p>Το μοντέλο παραγωγής πρέπει να αλλάξει ριζικά, πλέον η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί προτεραιότητα και υποστηρίζει την «οικονομία κλειστού κύκλου» και προς αυτή την κατεύθυνση κινείται η Ισπανία, όπου αυξάνονται οι αντίστοιχες δράσεις με επιχειρηματικά μοντέλα, συστήματα παραγωγής και μορφές κατανάλωσης. Σύμφωνα με την COTEC (2019), οι εταιρείες που βασίζονται στην κυκλική οικονομία για το 2019 είναι τριπλάσιες σε σχέση με την έκθεση του 2017. Επί του παρόντος, το Υπουργείο αναπτύσσει τη «2030: Στρατηγική της κυκλικής οικονομίας 2030».</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Δείχνει ποιοι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης επηρεάζονται ως αποτέλεσμα της παραγωγής της κλωστοϋφαντουργίας και χρήζουν βελτίωσης ως αποτέλεσμα των νέων τάσεων παραγωγής που εφαρμόζονται. - Παράγοντες που πρέπει να αναλύσει η εταιρεία κατά την εξέταση του ενδεχόμενου διεθνοποίησης των αγορών της. 		



Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://iaios.com/pages/botigues?lang=ca>



Μελέτες περιπτώσεων «Υπεύθυνη και δίκαιη διαχείριση».

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 10		Ολλανδία
ΤΙΤΛΟΣ:	Το δίλημμα του προμηθευτή	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ:		
Όνομα οργανισμού:	"FAIR PHONE"	
Τύπος βιομηχανίας:	Λιανική πώληση	
Αριθμός εργαζομένων:	-	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Fairphone είναι μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία με δέσμευση για ηλεκτρονικά προϊόντα δίκαιου εμπορίου. Με την παραγωγή ενός τηλεφώνου, διευρύνεται η αλυσίδα διανομής και δημιουργούνται νέες σχέσεις μεταξύ ανθρώπων και προϊόντων. Η συμβολή είναι εμφανής σε κάθε κρίκο της αλυσίδας για την εξόρυξη ορυκτών, τον σχεδιασμό, την κατασκευή και τη διάρκεια ζωής. Διευρύνουμε την αγορά για προϊόντα με γνώμονα τις ηθικές αξίες και αλλάζουμε τον τρόπο κατασκευής των προϊόντων σε συνεργασία με την κοινότητα.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Bas van Abel και Eva Gouwens	
Προφίλ: Fairphone: Σχεδιαστές του βιώσιμου, «δίκαιου» έξυπνου τηλεφώνου Fairphone		
Bas van Abel		
<p>Ο σχεδιαστής Bas van Abel (1977) ίδρυσε τη Fairphone το 2013 και είναι ο διευθύνων σύμβουλος της. Επίσης, διετέλεσε διευθυντής δημιουργικού στο Waag Society, υπήρξε ένας από τους εμπνευστές του Fablab Amsterdam και έχει γράψει το βιβλίο Open Design Now. Στη Fairphone, ο van Abel αναπτύσσει ένα νέο βιομηχανικό πρότυπο για ορθά και βιώσιμα προϊόντα. Φέτος ο Van Ki Moon, Γενικός Γραμματέας των Ηνωμένων Εθνών του απένειμε το βραβείο Momentum for Change Award.</p> <p>Ο Bas van Abel δήλωσε τα εξής: «Είναι τιμή μου που συμμετέχω σε ένα από τα πιο καινοτόμα φεστιβάλ σχεδιασμού στον κόσμο. Το DDW (Dutch Design Week – Εβδομάδα Σχεδιασμού στην Ολλανδία) δεν εστιάζει στα τελικά προϊόντα, αφήνει πολύ χώρο για πειραματισμό. Το φεστιβάλ δεν καθιστά τον σχεδιασμό απρόσιτο, επικεντρώνεται στην κοινωνική του διάσταση. Φαντάζομαι ότι αυτή η διοργάνωση απευθύνεται σε πολλούς/-ές με μεγάλη έμφαση στα κοινωνικά θέματα και μια κριτική ματιά στην τεχνολογία».</p> <p>Η επιχείρηση αναπτύχθηκε ραγδαία και επί του παρόντος απασχολεί 89 άτομα, ενώ το διοικητικό συμβούλιο αποτελείται σχεδόν κατά το ήμισυ από γυναίκες, όπου επικεφαλής είναι η Eva Gouwens, η οποία εντάχθηκε ως διευθύνουσα σύμβουλος το 2017.</p> <p>Η Eva δηλώνει: «Συνεργάστηκα με τον Bas van Abel, τον ιδρυτή μας, χάρη στην εμπειρία μου όσον αφορά τη διαχείριση και την εδραίωση μιας κοινωνικής επιχείρησης».</p> <p>Η Gouwens, έχει εμπειρία 13 έτη σε ορισμένες από τις κορυφαίες ευρωπαϊκές μάρκες FMCG (Fast-Moving Consumer Goods - Καταναλωτικά αγαθά ταχείας κυκλοφορίας), υπήρξε διευθύνουσα σύμβουλος της βελγικής μάρκας σοκολάτας Δίκαιου Εμπορίου Tony's Chocolonely, όπου έγινε γνωστή ως «η πρώτη κυρία σοκολάτας Δίκαιου Εμπορίου» και αύξησε τον κύκλο εργασιών της κατά 50% σε ετήσια βάση.</p> <p>Στόχος της επιχειρηματικά είναι οι «εμπορικά επιτυχημένες εταιρείες ως βιώσιμες πηγές για έναν καλύτερο κόσμο». Η εμπειρία της συμπληρώνει το σχεδιαστικό υπόβαθρο του Abel και ο τελευταίος μετά από έναν χρόνο μεταπήδησε στο εποπτικό συμβούλιο, ενώ η Gouwens ανέλαβε το ρόλο της διευθύνουσας συμβούλου, γεγονός το οποίο έθεσε τα θεμέλια για την επόμενη φάση ανάπτυξης της εταιρείας - η Fairphone συγκέντρωσε 40,7 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ σε εννέα περιόδους μέχρι τον Δεκέμβριο του 2018 - και η Gouwens ηγείται πλέον όλων των δραστηριοτήτων στα κεντρικά γραφεία της Fairphone στο Άμστερνταμ.</p> <p>Η Gouwens ξεκινά συνήθως τη μέρα της με μια ωριαία διαδρομή και κάθε πρωί ενημερώνεται για τις ειδήσεις καθώς ταξιδεύει, υπό τη συνοδεία ενός βιβλίου ή podcast.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Αφού ο κατασκευαστής των οθονών ανακοίνωσε ότι θα σταματούσε αυτή τη δραστηριότητα, ο van Abel και η Eva Gouwens αναγκάστηκαν να αγοράσουν πολλές εφεδρικές οθόνες σε σύντομο χρονικό διάστημα, αφού δεσμεύτηκαν στους πελάτες/-ιστές τους ότι το Fairphone επισκευάζεται εύκολα και ότι η διάρκεια ζωής του είναι από 3 έως 5 χρόνια. Βέβαια, το γεγονός ότι η εταιρεία κινδύνευε να καταλήξει με πλεόνασμα από άχρηστες οθόνες δεν είναι καθόλου βιώσιμο.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η αναζήτηση νέου προμηθευτή - μία διαδικασία καθόλου εύκολη μιας και απαιτεί εκτενή έρευνα - ο έλεγχος για ενδεχόμενη αλλαγή παραγωγής και υλικών και συμβουλές ή βοήθεια από τους/τις υπαλλήλους.</p>		



Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Πώς εξισορροπείται η δέσμευση, η αποστολή και το πραγματικό εμπόριο;
- Πόσο ηθικά μπορεί να επιλυθεί αυτό το ζήτημα;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://www.fairphone.com/en/>
- <https://www.volkskrant.nl/wetenschap/fairphone-2-deugt-nu-nog-een-beetje-meer~b5373b31/>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 11		Ολλανδία
ΤΙΤΛΟΣ:	Κοινή χρήση σημαντικών δεδομένων από εταιρείες τεχνολογίας	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ:		
Όνομα του οργανισμού:	"Facebook" (πλέον γνωστό ως Meta)	
Τύπος βιομηχανίας:	ΤΠΕ	
Αριθμός εργαζομένων:	-	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το Facebook είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης για να μοιράζεστε σημαντικά γεγονότα με την οικογένεια και τους φίλους σας στο διαδίκτυο. Δημιουργήθηκε το 2004 από τον Μαρκ Ζούκερμπεργκ αρχικά για σπουδαστές/στρίες, αφού κατά την ίδρυσή του φοιτούσε στο Πανεπιστήμιο Χάρβαρντ. Μέχρι το 2006, οποιοσδήποτε άνω των 13 ετών με έγκυρη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορούσε να γίνει μέλος του Facebook. Επί του παρόντος, το Facebook είναι το μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο, με περισσότερους από 1 δισεκατομμύριο χρήστες παγκοσμίως.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Μαρκ Ζούκερμπεργκ	
Προφίλ: Συνιδρυτής του Facebook		
Είναι Αμερικανός, επιχειρηματίας που δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο, φιλόanthρωπος, συνιδρυτής, πρόεδρος, διευθύνων σύμβουλος και κύριος μέτοχος του Facebook.		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Πριν από μερικά χρόνια έγινε μια συζήτηση σχετικά με την κοινή χρήση προσωπικών δεδομένων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο.</p> <p>Οι μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας έδειξαν μεγάλο ενδιαφέρον σχετικά, οι αλγόριθμοι χρησιμοποιήθηκαν για να επηρεάσουν τη συμπεριφορά αναζήτησης, τα δεδομένα πουλήθηκαν σε εμπορικούς εταίρους ή χρησιμοποιήθηκαν για σκοπούς διαφήμισης, έρευνας και επιτήρησης. Σύμφωνα με έγκυρη πηγή, η μέθοδος αυτή ήταν σύμφωνη «με τους ισχύοντες νόμους και κανονισμούς».</p>		
Η απόφαση:		
<p>Απαιτείται έρευνα σχετικά με τα όρια και τους κανόνες που αφορούν το επίπεδο επιρροής και την κυριότητα των δεδομένων των πελατών/-ισών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των εταιρειών τεχνολογίας εν γένει. Στις ΗΠΑ οι κανονισμοί είναι υπό συζήτηση και στην Ευρώπη αναθεωρείται «η διασφάλιση» της προσωπικής ζωής (καθώς οι ψηφοφόροι και το κοινό δέχονται έντονη ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ επιρροή). Η ευαισθητοποίηση είναι το παν.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Ποια είναι η κλίμακα της κατανομής δεδομένων και πώς μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις; - Οι νόμοι και οι κανονισμοί συμβάλλουν όντως στη διασφάλιση της ελευθερίας και των επιλογών των πελατών/-ισών και των ατόμων; - Τι απαιτείται πραγματικά για την εξασφάλιση των ατομικών επιλογών; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election • https://www.techrepublic.com/article/facebook-data-privacy-scandal-a-cheat-sheet/ • https://terrannotvsecurity.com/data-privacy-scandal-facebook/ • https://edu.gcfglobal.org/en/facebook101/what-is-facebook/1/ 		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 12		Ολλανδία
ΤΙΤΛΟΣ:	Δίλημμα εφαρμογής	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ:		
Όνομα οργανισμού:	Οποιοσδήποτε οργανισμός	
Τύπος βιομηχανίας:	Οποιοσδήποτε, π.χ. εστιατόριο στις Κάτω Χώρες	
Αριθμός εργαζομένων:	-	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Γενικά, κάθε οργανισμός που προσλαμβάνει προσωπικό διατηρεί τις επιφυλάξεις του σχετικά με το ηθικό στοιχείο και τη βιωσιμότητα κατά τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων. Κάθε φορέας προσλήψεων θα πρέπει να φροντίσει να ενδιαφέρεται για τον τρόπο διαδικασίας αιτήσεων, ώστε όλοι οι υποψήφιοι/-ες να έχουν ίσες ευκαιρίες να ενταχθούν στην ομάδα ή τον οργανισμό και να συνεισφέρουν σε αυτήν/-όν. Εν προκειμένω επιλέχθηκε ένα εστιατόριο γρήγορου φαγητού στο Leeuwarden.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	John Doe	
Προφίλ: Διευθύνων Σύμβουλος και ιδρυτής του εστιατορίου		
<p>Είναι ολλανδός επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης τοπικών επιχειρήσεων, πολλών εστιατορίων και νυχτερινών κέντρων στο Leeuwarden. Το δυνατό σημείο του είναι η άψογη φιλοξενία. Απαιτεί από τους/τις υπαλλήλους του να είναι αψεγάδιαστοι και απολύει όλους/-ες όσους/-ες δεν ανταποκρίνονται στα πρότυπά του.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
<p>Μια εταιρεία σε μια πόλη της Ολλανδίας επιθυμεί να προσλάβει προσωπικό για το νέο της εστιατόριο. Πουλάει σάντουιτς με ψητό τυρί (στα ολλανδικά: Tosti's). Οι υποψήφιοι/-ες ετοιμάζουν μια αίτηση, αλλά έχουν αμφιβολίες όσον αφορά την εμφάνιση: επιτρέπονται τα χρωματιστά μαλλιά, τα τατουάζ, τα σκουλαρίκια ή τα τρυπήματα στο σώμα; Τι θεωρείται ηθικό στην πρόσληψη προσωπικού, μόνο οι δεξιότητες ή και η εικόνα που φέρει ένα άτομο; Ποιες επιλογές είναι ηθικές για τον διευθυντή/-τρια και τον ιδιοκτήτη/-τρια;</p>		
Η απόφαση:		
<p>Οι υποψήφιοι/-ες ετοιμάζουν μια αίτηση, αλλά έχουν αμφιβολίες όσον αφορά την εμφάνιση: εάν επιτρέπονται τα χρωματιστά μαλλιά, τα τατουάζ, τα σκουλαρίκια ή τα τρυπήματα στο σώμα. Το προσωπικό αποφασίζει σύσκεψη για να κρίνει αν ο υποψήφιος/-α μπορεί να συνεισφέρει στην ομάδα, αν ταιριάζει με το προφίλ των πελατών/-ισσών και αν είναι κατάλληλος/-η για τη θέση εργασίας χωρίς άλλους ενδοιασμούς.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Τι είναι ηθικό όσον αφορά την πρόσληψη προσωπικού; - Μετρούν μόνο οι δεξιότητες ή και η εικόνα που φέρει το άτομο; - Ποιες επιλογές είναι ηθικές για τον διαχειριστή/-τρια και τον ιδιοκτήτη/-τρια; - Ποια ήταν η εμπειρία σας στο παρελθόν; - Τι έχει ειπωθεί στο προσωπικό αυτή τη στιγμή; - Ποιο πρότυπο θέλει η εταιρεία να ακολουθεί το προσωπικό της ώστε να ταιριάζει στην εικόνα της και στους πελάτες που απευθύνεται; 		
Περαιτέρω πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.rtlnieuws.nl/editien/artikel/4474286/geen-baan-door-gezichtstattoo-ik-kan-niet-het-hele-jaar-een-coltrui-dragen • https://www.bbc.com/news/magazine-29211526 • https://www.legalmatch.com/law-library/article/can-i-be-fired-for-my-tattoos-and-piercings.html#:~:text=Εάν%20ένα%20τατουάζ%20ή%20διατηρητικό,προκαλέσει%20στον%20εργοδότη%20αδικαιολόγητη%20δυσχέρεια. • https://bodyartforms.com/blog/piercings-in-the-workplace-a-guide-to-maybe-not-getting-fired.asp 		



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 13		Γερμανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στις δημιουργικές βιομηχανίες	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	Εκδοτικός οίκος "Super Tramps Club" (STC)	
Τύπος βιομηχανίας:	Εκδόσεις	
Αριθμός εργαζομένων:	1	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το STC είναι ένας ιταλικός διαδικτυακός εκδοτικός οίκος διηγημάτων και ποιημάτων συμπεριλαμβανομένων διεθνών συγγραφέων. Ο εκδοτικός οίκος μετρά 5 χρόνια ζωής και επί του παρόντος έχει στο ενεργητικό του 10 συγγραφείς. Επίσης, διοργανώνει ορισμένες τοπικές εκδηλώσεις, φεστιβάλ και μερικές διαδικτυακές ραδιοφωνικές μεταδόσεις. Το STC ιδρύθηκε με σκοπό τη συλλογή ιστοριών άσημων συγγραφέων προκειμένου να τους δώσει ώθηση. Ο Giulio Frangioni, ιδρυτής, επιλέγει ο ίδιος τους/τις συγγραφείς ενώ συγγράφει και ο ίδιος.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα του επιχειρηματία:	Giulio Frangioni	
Προφίλ:		
<p>Ο Giulio ίδρυσε την εταιρεία σε ηλικία 15 ετών. Ξεκίνησε ως χόμπι και με την πάροδο του χρόνου έγινε πάθος. Εκτός από τη διεύθυνση του εκδοτικού οίκου, ασχολείται με τη λογοτεχνία και επεκτείνει την εταιρεία με την ανεύρεση νέων συγγραφέων και με νέες ομάδες-στόχους.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Όταν οι συγγραφείς γράφουν μια ιστορία, μετά αυτή γίνεται παιδί τους και τους ακολουθεί παντού. Ταυτόχρονα, ο STC πρέπει να τηρεί τα πρότυπα και να διασφαλίζει συγκεκριμένη ποιότητα, γεγονός που ενίοτε καθιστά τη σχέση μεταξύ του εκδοτικού οίκου και των συγγραφέων του δυσκολότερη. Με άλλα λόγια, όταν ο εκδοτικός οίκος πρέπει να κάνει αλλαγές στο παραχθέν έργο των συγγραφέων - ήτοι την πνευματική τους ιδιοκτησία, κάτι που χρειάζεται καμία φορά - η διαδικασία πρέπει να είναι δίκαιη, χωρίς να παραβιάζονται δικαιώματα.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Όλοι/-ες πρέπει να είναι ενήμεροι και να ακολουθούν σαφείς κατευθυντήριες γραμμές: οι συγγραφείς πρέπει να γνωρίζουν τα αποδεκτά πρότυπα και θέματα των ιστοριών και οι εκδότες να τα αποδέχονται αντίστοιχα. Αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές βοηθούν τον STC να διατηρεί τη διαφάνεια και τη δίκαιη μεταχείριση όλων των συγγραφέων.</p> <p>Αυτό αναδεικνύει δύο στοιχεία, τη δίκαιη και ανοιχτή επικοινωνία με όλους/-ες και τη δημιουργία και τήρηση σαφών κατευθυντήριων γραμμών με σκοπό την αντιμετώπιση ηθικών προκλήσεων.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Ποιους κανόνες θεωρείτε σημαντικούς και ποιες κατευθυντήριες γραμμές πρέπει να ακολουθούνται σε μια δημιουργική επιχείρηση; Διαφέρουν σε σχέση με άλλες βιομηχανίες; - Τι έλεγχο και εξουσία πρέπει να ασκεί ένας εκδοτικός οίκος επί των υποψήφιων συγγραφέων; 		
Περαιτέρω πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • www.supertrampsclub.com • Σε αυτό το κανάλι κοινωνικής δικτύωσης μπορείτε να βρείτε επιλεγμένες ιστορίες: @supertrampsclub (Instagram) 		



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 14		Γερμανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Ηθικός/-ή επιχειρηματίας	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Vaude Trockenbau GmbH"	
Τύπος βιομηχανίας:	Κατασκευές	
Αριθμός εργαζομένων:	100-150	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Vaude είναι μια εταιρεία ξηρών κατασκευών, που σημαίνει ότι χρησιμοποιεί ξηρά υλικά στην κατασκευή και εργάζεται συχνά σε κτήρια του δημόσιου τομέα, όπως σχολεία και νοσοκομεία, αλλά και σε γραφεία. Είναι στην αγορά παραπάνω από 20 χρόνια και μέχρι σήμερα έχει ολοκληρώσει περισσότερα από 670 κατασκευαστικά έργα.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα του επιχειρηματία:	Reinhard Quernheim	
Προφίλ:		
<p>Ο κ. Quernheim ίδρυσε την εταιρεία σε σχετικά νεαρή ηλικία και με την πάροδο των ετών, απέκτησε μεγάλη εμπειρία στον επιχειρηματικό αλλά και στον διαπροσωπικό τομέα. Στο παρελθόν τον απασχολούσαν περισσότερο τα κέρδη και λιγότερο η ηθική, ενώ τώρα δίνει μεγαλύτερη προσοχή στον τρόπο που η ηγεσία του επηρεάζει την εταιρεία και τους υπαλλήλους του.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Οι ευθύνες που βαραινούν τον ιδρυτή και ηγέτη της εταιρείας είναι πολλές, πρέπει να διασφαλίζει το κέρδος της εταιρείας και να μεριμνά για τους εργαζομένους/-ες της. Οι τελευταίοι αφενός είναι πολύ σημαντικοί για την εταιρεία, καθώς η εργασία τους καθορίζει την επιτυχία της εταιρείας, επομένως η επιλογή του προσωπικού είναι ύψιστης σημασίας. Αφετέρου, μπορεί να εγείρουν ηθικά ζητήματα, όπως η ξαφνική αλλαγή της απόδοσης εργασίας ενός εργαζόμενου/-ης: συνεχίζει να εργάζεται στην εταιρεία ή απολύεται; Επίσης, με τι κριτήριο επιλέγεται ο υποψήφιος/-α, λόγω της ανάγκης που έχει για δουλειά, ακόμη κι αν δεν έχει τα προσόντα; Πώς λαμβάνονται ηθικές, δεοντολογικές αποφάσεις;</p>		
Η απόφαση:		
<p>Υπάρχουν δύο βασικά στοιχεία που βοήθησαν τον επιχειρηματία: το επίκεντρο πάντα είναι η εταιρεία και οι στόχοι της. Καλύτερα να απομακρύνεται ένας μη αποδοτικός/-ή υπάλληλος - πάντα με σεβασμό και ανθρώπινα - για να μην συμπαρασύρει κι άλλους αργότερα, είναι πιο ηθική λύση να χαθεί ένας/μία υπάλληλος και όχι περισσότεροι ενδεχομένως. Αν λοιπόν ο/η επιχειρηματίας αντιμετωπίζει μία τέτοια περίπτωση αλλαγής απόδοσης υπαλλήλου, ας τον/την υποστηρίξει, είναι σημαντικό να μην χάνεται κανείς μέσα στην εταιρεία και να μην χάνει την επαφή με την πραγματικότητα. Ο ανθρώπινος ρόλος προηγείται του επιχειρηματία, με ανεύρεση απλών λύσεων προς όφελος όλων για ένα καλύτερο εργασιακό περιβάλλον.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Έχει σημασία πόσους/-ες υπαλλήλους έχει ένας/μία επιχειρηματίας για να επηρεάσει την ηγετική του «προσωπικότητα»/στυλ; - Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα, κατά τη γνώμη σας, όταν προσπαθεί κανείς να είναι ηθικός/-ή ηγέτης; Πώς μπορεί να ξεπεράσει αυτό το πρόβλημα; - (ανατρέξτε επίσης στις ερωτήσεις που έχουν ήδη αναρτηθεί κατά την περιγραφή του ηθικού διλήμματος) 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]: κανένας		



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 15		Ελλάδα
ΤΙΤΛΟΣ:	Κατασκευαστικό έργο και εκτίμηση των περιβαλλοντικών του επιπτώσεων.	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Constructions around"	
Τύπος βιομηχανίας:	Συμβουλευτική	
Αριθμός εργαζομένων:	17	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η εταιρεία προσφέρει συμβουλευτικές υπηρεσίες τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα. Μία από τις κύριες αποστολές της είναι η υποστήριξη των νεοφυών επιχειρήσεων, με τις οποίες προσπαθεί να οικοδομήσει ένα ισχυρό ηθικό προφίλ: Έχοντας πολυετή εμπειρία, η εταιρεία θεωρεί την Ηθική θεμελιώδη αξία για την κοινωνία και τον επιχειρηματικό κόσμο.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Γεώργιος Λυμπέρης	
Προφίλ:		
<p>Ο κ. Λυμπέρης έχει διατελέσει διευθυντής ιδιωτικής τράπεζας με πολυετή εμπειρία στον αντίστοιχο τομέα. Εργάζεται για μεγάλο διάστημα ως σύμβουλος σε οικοδομικά έργα, ενώ παράλληλα αναπτύσσει επιχειρηματικά σχέδια.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Ο κ. Λυμπέρης περιέγραψε την εμπειρία του κατά τη συνεργασία του με την επιβλέπουσα ομάδα σε ένα κατασκευαστικό έργο. Σύμφωνα με το αρχικό κατασκευαστικό σχέδιο, η διάνοιξη του νέου εθνικού δρόμου έπρεπε να καλύψει ένα ποτάμι, γεγονός με μεγάλο αντίκτυπο στον υδροφόρο ορίζοντα στην ευρεία περιοχή με πιθανά αρνητικά αποτελέσματα, όπως πλημμύρες σε περιόδους βροχών.</p> <p>Δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα γεμάτη βουνά, η κατασκευή ενός αυτοκινητόδρομου δεν είναι εύκολη υπόθεση, οι επιλογές για τη χωροθέτησή τους είναι περιορισμένες και κάθε έργο απαιτεί υψηλότερο προϋπολογισμό από ό,τι θα απαιτούσε αν το έδαφος ήταν πεδινό. Το δίλημμα επομένως είναι αν θα δοθεί προτεραιότητα στην πρόσβαση προς τις μεγαλουπόλεις (και τις σχετικές υπηρεσίες ζωτικής σημασίας, όπως νοσοκομεία ή σχολεία) ή στις κοντινές πόλεις και κωμοπόλεις, προχωρώντας με το προτεινόμενο σχέδιο ή αν θα προταθεί ένα σχέδιο δόμησης- αντιμετωπίζοντας την πρόκληση μιας χρονοβόρας γραφειοκρατίας (άδειες, νέες μελέτες κ.λπ.) και αναμονής ετών μέχρι να αναπτυχθεί πλήρως ένα νέο σχέδιο.</p> <p>Ένα έργο αυτής της κλίμακας εξαρτάται επίσης από πολλούς εμπλεκόμενους φορείς, ιδίως δημόσιους φορείς αρμόδιους για την έγκριση και την εποπτεία του έργου, όπως: το Υπουργείο Περιβάλλοντος & Ενέργειας και το Υπουργείο Οικονομικών. Επίσης, πρέπει να ληφθούν υπόψη οι τοπικές κοινότητες, οι εμπορικές ενώσεις και οι τοπικές ΜΜΕ των οποίων η καθημερινότητα και η ευημερία θα επηρεαστεί είτε από την ίδια την απόφαση είτε από τις μεγάλες εταιρείες που είναι εγκατεστημένες στις βιομηχανικές ζώνες κοντά στον αυτοκινητόδρομο.</p> <p>Ως εκ τούτου, εν προκειμένω δεν τίθεται επί τάπητος μόνο ο αντίκτυπος στο περιβάλλον, αλλά και τα δικαιώματα των πολιτών ή των εργαζομένων που εξαρτώνται από το έργο.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Μετά από μια μακρά διαδικασία εξέτασης και πιέσεων από διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς και παρόλο που η Ελλάδα θα λάμβανε πρόστιμο για την πρόκληση τέτοιας τεράστιας ζημιάς στο οικοσύστημα της περιοχής, οι υπεύθυνοι/-ες του έργου αποφάσισαν να το προχωρήσουν υποστηρίζοντας τα οικονομικά συμφέροντα των γειτονικών επιχειρήσεων έναντι της προστασίας του περιβάλλοντος με την διατήρηση της φυσικής πορείας του ποταμού.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Γιατί πιστεύετε ότι οι διαχειριστές/-τριες επέλεξαν αυτή την επιλογή; Εσείς θα το κάνατε; - Πιο σημαντικά θεωρούνται τα δικαιώματα των ανθρώπων ή του περιβάλλοντος; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 16		Ελλάδα
ΤΙΤΛΟΣ:	Ένα ηθικό δίλημμα που προκύπτει από έναν έλεγχο	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	«Πλοία και πορθμεία»	
Τύπος βιομηχανίας:	Ναυτιλιακή εταιρεία	
Αριθμός εργαζομένων:	57	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Πρόκειται για μία ναυτιλιακή και συμβουλευτική εταιρεία με εμπειρία στη συνεργασία με φορείς εκμετάλλευσης λιμένων και ναυτιλιακές εταιρείες τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η εταιρεία παραδίδει επίσης μαθήματα κατάρτισης και επιμόρφωσης στις λιμενικές αρχές παρέχοντάς τους ένα μεγάλο δίκτυο επαφών και πελατών τόσο στον κλάδο όσο και στις αρχές που τους διέπουν.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Γεώργιος Βαγγέλας	
Προφίλ:		
<p>Ο κ. Γεώργιος Βαγγέλας Αναπληρωτής καθηγητής στο Τμήμα Ναυτιλίας, Επιχειρηματικών Υπηρεσιών του Πανεπιστημίου Αιγαίου, είναι μέλος της Ρυθμιστικής Αρχής Λιμένων και Διευθύνων Σύμβουλος ενός από τα μεγαλύτερα λιμάνια της Ελλάδας, ενώ εργάστηκε για μεγάλο χρονικό διάστημα σε διάφορες ναυτιλιακές εταιρείες πριν αναλάβει τα καθήκοντα που έχει επί του παρόντος.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Ο κ. Βαγγέλας περιγράφει μια περίπτωση που έχει ακούσει σχετικά με μια διεθνή εταιρεία που δραστηριοποιείται στον τομέα των ορκωτών λογιστών και εφαρμόζει ελέγχους σε διάφορους οργανισμούς. Μεταξύ άλλων, οι κύριες αρμοδιότητές τους είναι τα λογιστικά συστήματα, η σύνταξη οικονομικών εκθέσεων και η υποβολή φορολογικών δηλώσεων εταιρειών.</p> <p>Ως εκ τούτου, η συνέχιση του έργου της εταιρείας στηρίζεται σε αυστηρές ηθικές προϋποθέσεις για να διατηρείται η εμπιστοσύνη των πελατών της και για την πρόσβαση και διαχείριση λογαριασμών και οικονομικών αναφορών. Οι εργαζόμενοι/-ες προσλαμβάνονται με σκοπό την παροχή ορθών, αποτελεσματικών αλλά και ηθικών οικονομικών συμβουλών. Ωστόσο, όσον αφορά τον έλεγχο, οφείλουν βάσει νόμου να γνωστοποιούν κάθε ζήτημα που δεν είναι σύμφωνο με την κρατική υπηρεσία εσόδων όπως και οποιοδήποτε άλλο κώλυμα αποτρέπει την εταιρεία να εμπλακεί σε οποιαδήποτε πιθανή κατάσταση απάτης.</p> <p>Εν προκειμένω, ένας επενδυτής/-τρια επιθυμεί να αγοράσει μερίδιο από μια εμπορική εταιρεία, η οποία απασχολεί περίπου 180 άτομα. Για τον λόγο αυτό, πήρε τραπεζικό δάνειο και προσέλαβε ορκωτό λογιστή/-τρια για τους ελέγχους στην εταιρεία-στόχο, με σκοπό να εγγυηθεί για την κερδοφορία της αγοράς σε περίπτωση εκκαθάρισης. Με άλλα λόγια, ο επενδυτής έπρεπε να εκτιμήσει την αξία της εταιρείας πριν αποκτήσει τη μετοχή.</p> <p>Ένας πρώτος ορκωτός λογιστής διενήργησε έλεγχο στην εταιρεία σύμφωνα με τον νόμο και τα διεθνή λογιστικά πρότυπα, (πριν εμφανιστεί ο επενδυτής/-τρια) και δήλωσε ότι η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης ήταν υγιής και σύμφωνη με την ισχύουσα νομοθεσία.</p> <p>Όταν ένας δεύτερος ορκωτός λογιστής (που είχε προσληφθεί από τον επενδυτή/-τρια) διενήργησε έλεγχο στην εταιρεία, αποκαλύφθηκαν ανακρίβειες και λάθη στην αποτίμηση της εταιρείας, εκθέτοντας τον προηγούμενο ελεγκτή και τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης, γεγονός που είχε αντίκτυπο και στους εργαζόμενους/-ες της εταιρείας, καθώς η προσδοκία αυτής της νέας επένδυσης τους είχε δημιουργήσει μεγάλη αισιοδοξία, κυρίως όμως ο δεύτερος έλεγχος απέδειξε ότι η επένδυση είχε υψηλότερο κίνδυνο από αυτόν που γνώριζε ήδη ο επενδυτής.</p> <p>Το συγκεκριμένο δίλημμα έχει πολλές παραμέτρους και επηρεάζει πολλούς ενδιαφερόμενους/-ες λόγω των οποιωνδήποτε πιθανών επιλογών με οικονομικές συνέπειες τόσο για τον επενδυτή/-τρια όσο και για τον ιδιοκτήτη/-τρια της εταιρείας. Το κρίσιμο σημείο σε αυτή την κατάσταση είναι ότι ο επενδυτής/-τρια είχε ήδη λάβει το τραπεζικό δάνειο και τώρα αποδεικνύεται ότι μάλλον βιάστηκε.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Ο λογιστής/-τρια αποφάσισε να τηρήσει τις νομικές και δεοντολογικές απαιτήσεις παρουσιάζοντας τα ευρήματά του πρώτα στον επενδυτή και στη συνέχεια στον ιδιοκτήτη/-τρια της εταιρείας. Η συμφωνία ακυρώθηκε προσωρινά, έως ότου ξεκαθαρίσει πλήρως η οικονομική κατάσταση της εταιρείας.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<p>- Πώς θα αποφεύγατε μια παρόμοια κατάσταση;</p>		



Πώς θα αντιδρούσατε σε παρόμοια κατάσταση αν ήσασταν εσείς ο επενδυτής/-τρια ή/και ο ιδιοκτήτης/-τρια;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 17		Ελλάδα
ΤΙΤΛΟΣ:	Υπόθεση ασφαλιστικής εταιρείας	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	«Ασφάλειες και συμβόλαια»	
Τύπος βιομηχανίας:	Ασφαλιστική εταιρεία	
Αριθμός εργαζομένων:	41	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Μια μεσαίου μεγέθους ασφαλιστική εταιρεία που προσφέρει όλα τα είδη ασφαλιστικών υπηρεσιών, όπως ασφάλειες αυτοκινήτων, ακινήτων, υγείας, εισοδήματος, επιχειρήσεων για ιδιώτες και επιχειρήσεις. Η εταιρεία διέπεται από τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας και προσπαθεί να εδραιώσει μια εταιρική κουλτούρα προσανατολισμένη στις παραδοσιακές ηθικές αξίες και την προστασία της ελληνικής οικογένειας, την επιχειρηματικότητα και ταυτόχρονα να αναπτύξει δράσεις για την ευημερία της κοινωνίας στο σύνολό της. Ως εκ τούτου, προσφέρει ανταποδοτικές υπηρεσίες στους ασφαλισμένους/-ες της και συχνά διοργανώνει εκδηλώσεις για να φέρει τα μέλη της εταιρείας πιο κοντά και να ενισχύσει τους μεταξύ τους δεσμούς.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα του επιχειρηματία:	Γεώργιος Λυμπέρης	
Προφίλ: M.Sc. στα τραπεζικά και χρηματοοικονομικά		
Έχει διατελέσει διευθυντής ιδιωτικής τράπεζας, ενώ έχει περάσει πολλά χρόνια στον αντίστοιχο τομέα. Εργάζεται εδώ και αρκετό καιρό ως σύμβουλος σε οικοδομικά έργα, ενώ παράλληλα αναπτύσσει επιχειρηματικά σχέδια.		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή & επίλυση:		
<p>Ένας πελάτης/-ισσα της ασφαλιστικής εταιρείας, που είχε ασφαλίσει το αυτοκίνητό του ζήτησε προσφορά για την ασφάλιση της παραλιακής κατοικίας του. Ο/η εμπειρογνώμονας της εταιρείας επιθεώρησε το ακίνητο και δεν διαπίστωσε ζημιές, οπότε έδωσε την έγκρισή του για την ασφάλιση του ακινήτου έναντι κλοπής, πυρκαγιάς, μερικής και ολικής καταστροφής από σεισμό. Μετά από τρεις μήνες, όμως, ένας εξωτερικός τοίχος του σπιτιού κατέρρευσε για άγνωστους λόγους και ο ιδιοκτήτης/-τρια ζήτησε αποζημίωση για την αποκατάσταση της ζημιάς. Ο ασφαλιστικός/-ή πράκτορας που είχε αναλάβει την υπόθεση μετέβη ξανά στο ακίνητο και με τη βοήθεια εμπειρογνώμονα ανακάλυψε ότι ο τοίχος είχε πρόσφατα ξαναβαφτεί (με πρόχειρο τρόπο), ώστε να καλύπτεται η υγρασία η οποία προερχόταν από μεγάλο βάθος στο έδαφος, επηρεάζοντας έτσι την αναπόσπαστη δομή του.</p> <p>Αυτή η περίπτωση είναι συνήθης για τις ασφαλιστικές εταιρείες, δεδομένου ότι ένα μεγάλο ποσοστό πελατών επιδιώκει να εξαπατήσει για να λάβει χρηματική αποζημίωση, και παρόλο που δεν είναι μεγάλης εμβέλειας, η πρόληψη ή η αποφυγή όσο το δυνατόν περισσότερων τέτοιων ζητημάτων αποτελεί απόδειξη μιας αποτελεσματικής εταιρικής κουλτούρας και έναν τρόπο διατήρησης της φήμης της εταιρείας.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Πώς θα νιώθατε αν ήσασταν εμπειρογνώμονας; - Πιστεύετε ότι τέτοιες ενέργειες πρέπει να τιμωρούνται από τον νόμο ή είναι ευθύνη της εταιρείας να είναι πολύ προσεκτική; - Έχετε ακούσει κάποια παρόμοια περίπτωση; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 18		Κύπρος
ΤΙΤΛΟΣ:	Εκφοβισμός στον εργασιακό χώρο - περίπτωση της βιομηχανίας Εστίασης	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	«Ξενοδοχείο XYZ»	
Τύπος βιομηχανίας:	Εστίαση - Υπηρεσίες τροφοδοσίας	
Αριθμός εργαζομένων:	40	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το XYZ-Hotel είναι ένα εποχιακό ξενοδοχείο 5 αστέρων στην περιοχή της Αμμοχώστου στην Κύπρο, η οποία είναι τουριστική περιοχή, φημίζεται για την έντονη ζωή της ιδιαίτερα τη νύχτα και αποτελεί δημοφιλή προορισμό για τουρίστες/-τριες από όλον τον κόσμο, καθώς διαθέτει μία από τις πιο όμορφες παραθαλάσσιες περιοχές της Μεσογείου. Το XYZ Hotel προσφέρει πολυτελείς υπηρεσίες διαμονής και διαθέτει 4 εστιατόρια.</p> <p>Οι σημαντικότερες ηθικές αξίες του ξενοδοχείου, όπως επεξηγούνται στο Εγχειρίδιο Εργαζομένων, είναι η συνεργασία, η υποστήριξη, ο σεβασμός, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τα εργασιακά δικαιώματα, η ευγενής άμιλλα, η συλλογικότητα και η ενσυναίσθηση.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Μάριος Έκτορος	
Προφίλ:		
<p>Ο κ. Μάριος Έκτορος έχει πάνω από 20 χρόνια εργασιακής εμπειρίας στον κλάδο της φιλοξενίας, εκ των οποίων τα 11 σε διευθυντικές θέσεις. Είναι κάτοχος διπλώματος στις μαγειρικές τέχνες και πτυχίου στη διαχείριση μαγειρικών τεχνών. Έχει συμμετάσχει σε πολλούς εθνικούς και διεθνείς διαγωνισμούς μαγειρικής και υπήρξε μέλος της Κυπριακής Ολυμπιακής Ομάδας Μαγειρικής. Έχει παρακολουθήσει και παραδώσει πολλά σεμινάρια στην Κύπρο και στην Ευρώπη και επί του παρόντος είναι ο εκτελεστικός σεφ ενός από τα καλύτερα ξενοδοχεία στην Κύπρο.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Η βιομηχανία εστίασης στην Κύπρο χαρακτηρίζεται από εποχικότητα και ως εκ τούτου ένα σημαντικό ποσοστό των εργαζομένων απασχολείται επίσης εποχικά, με αποτέλεσμα πολλές νέες προσλήψεις για τα περισσότερα από τα ξενοδοχεία που λειτουργούν στην περιοχή. Χαρακτηριστικό της βιομηχανίας είναι η τεράστια προσφορά νέου και άπειρου εργατικού δυναμικού από όλη την Ευρώπη, το οποίο αναζητά εργασία μόνο για μια σεζόν. Ωστόσο ορισμένοι από τους εργαζόμενους στον κλάδο της φιλοξενίας στην περιοχή αυτή εργάζονται πολλά χρόνια στο ίδιο ξενοδοχείο/εστιατόριο. Όταν ο κ. Έκτορος εντάχθηκε στο ξενοδοχείο XYZ ως μάγειρας, στην αρχή της καριέρας του, διαπίστωσε ότι υπήρχε ηλικιακή διαφορά μεταξύ των παλαιότερων υπαλλήλων του ξενοδοχείου στις κουζίνες και των νεοπροσληφθέντων, με αποτέλεσμα οι παλαιότεροι να μην επιδεικνύουν σεβασμό και συναδελφικότητα προς τους νέους υπαλλήλους. Παράλληλα, η διοίκηση δεν ακολουθούσε το απαραίτητο πρόγραμμα εισαγωγής και τις σχετικές διαδικασίες και δεν παρείχε την κατάλληλη εκπαίδευση σε υφιστάμενους και νέους υπαλλήλους, ειδικά για τη δέουσα συμπεριφορά στον χώρο εργασίας. Ως αποτέλεσμα, τα παλαιότερα μέλη του προσωπικού συμπεριφέρονταν πολύ σκληρά στους νεοεισερχόμενους, αναθέτοντάς τους «βρώμικες» και «βαριές» εργασίες. Οι νεοπροσληφθέντες απογοητεύονταν με αυτήν την κατάσταση, τους προκαλούσε αρνητικά συναισθήματα απέναντι στο ξενοδοχείο και την εργασία που θα αναλάμβαναν στον επονομαζόμενο κλάδο της εστίασης. Ο κ. Έκτορος όταν εντάχθηκε στο ξενοδοχείο βρέθηκε αντιμέτωπος με εκφοβισμό από τους παλαιότερους υπαλλήλους προς τους νεοπροσληφθέντες. Προφανώς τα εργασιακά και ανθρώπινα δικαιώματα δεν τηρούνταν και υπήρχε άνηση μεταχείριση, οπότε ο κ. Έκτορος δεν ήταν σίγουρος όταν εντάχθηκε στο ξενοδοχείο XYZ αν θα αποδεχόταν την υπάρχουσα κουλτούρα ή όχι.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Το αρμονικό περιβάλλον μεταξύ συναδέλφων είναι υψίστης σημασίας, ιδίως για τους νεοεισερχόμενους/-ες σε κάθε εταιρεία-οργανισμό. Συνεπώς, ο κ. Μάριος Έκτορος όταν έγινε αρχιμάγειρας, αποφάσισε ότι θα προσπαθήσει να αλλάξει την κουλτούρα στις κουζίνες, για να διασφαλίσει ότι στο εξής δεν θα λάμβαναν χώρα περιστατικά εκφοβισμού στην κουζίνα του. Καλωσόριζε ο ίδιος τους νεοπροσληφθέντες για την παροχή πλήρους εισαγωγικής εκπαίδευσης, υποστήριξης, για να αισθάνονται ασφάλεια και να έχουν κίνητρο. Υποστήριξε την ανοιχτή επικοινωνία και την εποικοδομητική κριτική, πραγματοποιούσε τακτικές συναντήσεις με όλα τα μέλη του προσωπικού και έλεγχε καθημερινά την πρόοδο των νεοεισερχόμενων, για να τους παρακινήσει και να τους υποστηρίξει.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		



- Ποιοι ήταν οι κύριοι λόγοι για την ανήθικη συμπεριφορά των παλαιότερων εργαζομένων προς τους νεοπροσληφθέντες;
- Ποιος ήταν ο αντίκτυπος αυτής της συμπεριφοράς στο ξενοδοχείο;
- Τι θα κάνατε διαφορετικά αν ήσασταν ο διευθυντής;
- Πιστεύετε ότι ο εκφοβισμός στον χώρο εργασίας λαμβάνει χώρα και σε άλλους κλάδους; Γνωρίζετε παραδείγματα;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 19		Κύπρος
ΤΙΤΛΟΣ:	Δεοντολογικά ζητήματα - Προσόντα εργαζομένων	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	« Ινστιτούτο Αισθητικής Beauty Senses »	
Τύπος βιομηχανίας:	Βιομηχανία ομορφιάς - Αισθητική	
Αριθμός εργαζομένων:	12	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Κέντρο αισθητικής Beauty Senses: Το Κέντρο Αισθητικής ιδρύθηκε το 2017 και αριθμεί πλέον τρία παραρτήματα όπου εργάζονται 12 υπάλληλοι. Ο κύριος στόχος-πολιτική της εταιρείας είναι η ποιότητα των υπηρεσιών και το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών σε συνδυασμό με την ευγένεια των παρόχων υπηρεσιών, καθώς επίσης θέματα ασφάλειας και υγιεινής. Το κέντρο αισθητικής προσφέρει όλες τις υπηρεσίες αισθητικής, όσον αφορά τις θεραπείες και τις εναλλακτικές θεραπείες και επιθυμεί να αναβαθμίσει τις μεθοδολογίες που εφαρμόζονται. Σχετικά με την χρήση τεχνολογίας λέιζερ για αποτρίχωση, η εταιρεία ανακοινώνει μια κενή θέση-διαδικασία πρόσληψης υπαλλήλου με εξειδίκευση στην τεχνολογία λέιζερ για αισθητικούς σκοπούς, όπως καθορίζεται από τη νομοθεσία.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Μυρτώ Διαμαντίδου	
Προφίλ:		
<p>Η επιχειρηματίας έχει πτυχίο στα Οικονομικά και περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας σε εταιρείες οικονομικής διαχείρισης. Οδύοντας στα 50, αποφάσισε να ασχοληθεί με τον τομέα της Αισθητικής, καθώς πάντα την ενδιέφερε ο τομέας της ομορφιάς. Το 2015 απέκτησε πτυχίο Αισθητικής και αποφάσισε να ξεκινήσει μια νέα καριέρα στον κόσμο της ομορφιάς, με το δικό της Ινστιτούτο Αισθητικής με την ονομασία "Beauty Senses". Το γνωστικό της υπόβαθρο στον τομέα των οικονομικών και η κατάλληλη διαχείριση, είχαν ως αποτέλεσμα την επέκταση της εταιρείας με τρία Ινστιτούτα Αισθητικής.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Η επιχειρηματίας συνεχώς εισάγει σύγχρονες τεχνολογίες στα κέντρα ομορφιάς για αισθητικές και μη θεραπείες. Όσον αφορά τη χρήση τεχνολογίας λέιζερ για αποτρίχωση, ο ιδιοκτήτης/-τρια πρέπει να προσλάβει άτομο με τις κατάλληλες γνώσεις, καθώς είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της εταιρείας και την αποτελεσματικότητα της μεθόδου. Η επιχειρηματίας έχει ικανότητα χειρισμού τεχνολογίας λέιζερ για αποτρίχωση (κάτοχος πτυχίου αισθητικής), αλλά δεν προλαβαίνει να αναλάβει αυτό το κομμάτι δεδομένου ότι είναι η μοναδική ιδιοκτήτρια-διαχειρίστρια όλων των ινστιτούτων και λαμβάνει όλες τις οργανωτικές αποφάσεις, γι' αυτό και αναζητά υπάλληλο σχετικής ειδικότητας με το παραδοσιακό πρωτόκολλο προσλήψεων, δηλαδή υποβολή βιογραφικών και εν συνεχεία συνέντευξη των επιλεγμένων υποψηφίων. Το ηθικό δίλημμα της επιχειρηματία είναι η τελική απόφαση πρόσληψης μεταξύ δύο κατηγοριών υποψηφίων: Η πρώτη κατηγορία υποψηφίων έχει Δίπλωμα Αισθητικής, ενώ η δεύτερη έχει Πτυχίο Αισθητικής. Το ηθικό δίλημμα οφείλεται στο ότι τόσα χρόνια προσλάμβανε μόνο υπαλλήλους με Δίπλωμα Αισθητικής λόγω της πολιτικής της εταιρείας να προσλαμβάνει άτομα με λιγότερα προσόντα για να προσφέρει χαμηλότερους μισθούς στους/τις υπαλλήλους. Η συγκεκριμένη θέση εργασίας για τη χρήση της τεχνολογίας λέιζερ απαιτεί δια νόμου κάτοχο πτυχίου Αισθητικής.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η επιχειρηματίας, λαμβάνοντας υπόψη τη νομοθεσία για τη χρήση της τεχνολογίας λέιζερ για αποτρίχωση σε ινστιτούτο αισθητικής από κάτοχο πτυχίου Αισθητικής, καθώς και την ηθική συμπεριφορά της επιχείρησης απέναντι στους πελάτες/-ισες, αποφάσισε να αποκλείσει όλους/-ες τους/τις υποψηφίους για τη θέση με Δίπλωμα Αισθητικής. Σύμφωνα με την κρίση της επιχειρηματία, μόνο οι κάτοχοι πτυχίου Αισθητικής είναι αποδεκτοί/-ές υποψήφιοι και η τελική επιλογή στηρίχθηκε αποκλειστικά στα προσόντα, συμπεριλαμβανομένων των γνώσεων, των δεξιοτήτων και της εμπειρίας χειρισμού τεχνολογίας λέιζερ για την αποτρίχωση στον τομέα Αισθητικής.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Πώς κρίνετε την τελική απόφαση του/της επιχειρηματία; - Πώς κρίνετε την πολιτική προσλήψεων που ακολουθούσε η επιχειρηματίας όλα αυτά τα χρόνια; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 20		Κύπρος
ΤΙΤΛΟΣ:	Δεοντολογικές εκτιμήσεις - Ποιότητα έναντι κέρδους/έλεγχος Δαπανών	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Art of Beauty Salon"	
Τύπος βιομηχανίας:	Βιομηχανία ομορφιάς - Αισθητική	
Αριθμός εργαζομένων:	8	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Art of Beauty Salon: Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2010 ως ινστιτούτο αισθητικής, για τις γυναίκες που ξέρουν τι ζητάνε και επιθυμούν πληθώρα υπηρεσιών στη βιομηχανία ομορφιάς, όπως θεραπείες ομορφιάς προσώπου-σώματος και εναλλακτικές θεραπείες. Εντός των τελευταίων 10 ετών έχουν εμφανιστεί πολλοί πάροχοι υπηρεσιών φροντίδας ομορφιάς και αυξάνεται ο ανταγωνισμός αντίστοιχα, οπότε η εταιρεία πρέπει να εισαγάγει νέες μεθόδους προσέλκυσης πελατών. Η κύρια πολιτική της εταιρείας αφορά την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών που ανταποκρίνονται ή υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών συνεχώς. Αφετέρου, με την οικονομική κρίση μετά την πανδημία COVID-19, σε συνδυασμό με τη δραματική μείωση των κερδών της εταιρείας, η εταιρεία αναγκάστηκε να ακολουθήσει πολιτικές χαμηλού κόστους ώστε να παραμείνει βιώσιμη και κερδοφόρα και να διατηρεί επίσης την ισορροπία μεταξύ ποιοτικών καινοτόμων μεθοδολογιών-θεραπειών και ελέγχου δαπανών.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Αναστασία Καλογήρου	
Προφίλ:		
<p>Η ιδρύτρια - ιδιοκτήτρια δραστηριοποιείται στον τομέα Ομορφιάς 30 χρόνια, είναι κάτοχος πτυχίου Αισθητικής και έχει παρακολουθήσει σειρά εκπαιδευτικών σεμιναρίων στο θεματικό πεδίο της Διεθνούς Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού, ενώ λόγω προηγούμενων σχέσεων με πολλούς τοπικούς προμηθευτές καλλυντικών και προμηθευτές σε άλλες χώρες, η εταιρεία προσφέρει καλλυντικά προϊόντα υψηλής ποιότητας για θεραπείες ομορφιάς.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Το ηθικό δίλημμα που αντιμετωπίζει η επιχειρηματίας αφορά την εντιμότητα προς τους πελάτες/-ισες και τους ανταγωνιστές/-τριες. Αφενός, η επιχειρηματίας επιθυμεί να εισαγάγει καινοτόμες θεραπείες για να παραμείνει ανταγωνιστική, χρησιμοποιώντας αναλώσιμα υλικά-καλλυντικά χαμηλού κόστους για να μειώσει τα έξοδα. Αφετέρου, η επιχειρηματίας ανησυχεί επίσης για την ηθική συμπεριφορά της επιχείρησης έναντι των πελατών, καθώς τα εν λόγω καλλυντικά μπορεί να μην ικανοποιούν τους πελάτες. Αν η επιχειρηματίας χρεώνει απλώς ακριβά τις υπηρεσίες αισθητικής κινδυνεύει να χάσει πελάτες/-ισες, ενώ αν πιστεύει ότι δεν είναι δίκαιο να έχει περιθώριο κέρδους ακριβώς λόγω των υψηλών χρεώσεων, η λύση σε αυτό το δίλημμα είναι η προώθηση ακριβών μεθοδολογιών αισθητικής θεραπείας που περιλαμβάνουν αναλώσιμα/καλλυντικά χαμηλού κόστους. Η επιχειρηματίας τονίζει ότι χρησιμοποιεί μόνο υπηρεσίες και τεχνικές μάρκετινγκ με προηγμένες αισθητικές θεραπείες και αναλώσιμα χαμηλού κόστους αντίστοιχα, σύμφωνα με τις προσωπικές της ηθικές αξίες όσον αφορά την εταιρεία και τους εργαζόμενους/-ες - αποφεύγοντας μειώσεις μισθών και αναφέρει ότι οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις καταδεικνύουν τις αδυναμίες των άλλων ινστιτούτων αισθητικής στους πελάτες/-ισες, ενώ η εν λόγω εταιρεία επικεντρώνεται στο ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, την καινοτομία.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η επιχειρηματίας, λαμβάνοντας υπόψη το κέρδος της εταιρείας και τον υψηλό ανταγωνισμό, εισαγάγει καινοτόμες θεραπείες για να παραμείνει ανταγωνιστική, χρησιμοποιώντας αναλώσιμα υλικά-καλλυντικά χαμηλού κόστους για να μειώσει τα έξοδα. Με αυτή την απόφαση-πολιτική ο οργανισμός δεν προχωρά σε περικοπές μισθών των εργαζομένων.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Πώς κρίνετε την ηθική αξία του επιχειρηματία, συμπεριλαμβανομένης της εντιμότητας, της ειλικρίνειας και της υπευθυνότητας απέναντι στους πελάτες; - Πώς κρίνετε την ηθική αξία του επιχειρηματία απέναντι στην απόφαση χρήσης αναλώσιμων υλικών χαμηλού κόστους/ποιότητας που χρησιμοποιούνται στις θεραπείες ομορφιάς, έχοντας επίσης κατά νου τον υψηλό ανταγωνισμό και τα ζητήματα της οικονομικής κρίσης στη βιομηχανία των ινστιτούτων ομορφιάς; 		

- Συμφωνείτε με την απόφαση της επιχειρηματία να εισάγει αναλώσιμα χαμηλού κόστους αντί να περικόψει το μισθό των εργαζομένων ως πολιτική για την ελαχιστοποίηση των δαπανών της εταιρείας;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: No 21		Κύπρος
ΤΙΤΛΟΣ:	Ισότητα των φύλων	
Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ		
Όνομα του οργανισμού:	Ινστιτούτο Αισθητικής "World of Beauty Salon"	
Τύπος βιομηχανίας:	Αισθητική & Ευεξία	
Αριθμός εργαζομένων:	8	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>World of Beauty Salon: Το ινστιτούτο αισθητικής ιδρύθηκε το 2016 και απασχολεί 8 υπαλλήλους. Ο κύριος στόχος-πολιτική της εταιρείας είναι η ποιότητα των υπηρεσιών και το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών/-ισσών σε συνδυασμό με την ευγένεια των παρόχων υπηρεσιών, καθώς επίσης θέματα ασφάλειας και υγιεινής. Το κέντρο αισθητικής προσφέρει όλες τις υπηρεσίες αισθητικής, όσον αφορά τις θεραπείες και τις εναλλακτικές θεραπείες και διέπεται από την ηθική αξία - λογότυπο «<i>Η ομορφιά δεν έχει φύλο</i>». Για να ενδυναμώσει την πολιτική και την αξία που πρεσβεύει, το ινστιτούτο διαθέτει και άντρα αισθητικό.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Xenia Ivanov	
Προφίλ:		
<p>Η επιχειρηματίας είναι κάτοχος πτυχίου Αισθητικής και μεταπτυχιακού με εξειδίκευση στη διαχείριση SPA, ενώ για πάνω από 20 χρόνια έχει εργαστεί σε ποικίλα ινστιτούτα ομορφιάς σε ευρωπαϊκές πόλεις όπως το Λονδίνο και το Παρίσι. Οδύοντας στα 50 και με τόσα χρόνια εμπειρίας, αποφάσισε να ανοίξει το δικό της Κέντρο Αισθητικής στην Κύπρο (αφού ο σύζυγός της είναι Κύπριος) το οποίο είναι ένα από τα πιο γνωστά ινστιτούτα αισθητικής στο κέντρο της Λευκωσίας. Το γνωστικό της υπόβαθρο, η εμπειρία της στην Αισθητική και στα Κέντρα Αισθητικής, αλλά και οι νέες ιδέες και στρατηγικές διαχείρισής της στον τομέα της επιχειρηματικότητας, την καθιστούν τη μοναδική επιχειρηματία που προσέλαβε άνδρα Αισθητικό σε Ινστιτούτο Αισθητικής στην Κύπρο.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Το ηθικό δилημμα που αντιμετωπίζει η επιχειρηματίας σχετίζεται με τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις ηθικές αξίες της αξιοπρέπειας και της ισότητας των φύλων στον εργασιακό χώρο. Προκύπτει από το γεγονός πως σε μεγάλο αριθμό πελατών/-ισσών δεν αρέσει να δέχεται τις θεραπείες ευεξίας από άντρα αισθητικό, ενώ πολλοί/-ές επέδειξαν αρνητισμό και αγένεια προς τον άντρα υπάλληλο, γεγονός που οδήγησε την επιχειρηματία να ταλαντεύεται μεταξύ της απόλυσης του άνδρα αισθητικού και της ανάπτυξης ενός καινοτόμου στρατηγικού σχεδίου που προάγει την έκφραση «Οι υπηρεσίες αισθητικής δεν έχουν φύλο», για την ηθική αξία της ισότητας στον εργασιακό χώρο. Εκτός από το λογότυπο που προάγει το Ινστιτούτο Αισθητικής «<i>Η ομορφιά δεν έχει ταυτότητα</i>», η κουλτούρα και ο εργασιακός-κοινωνικός της περίγυρος (πελάτες/-ισσες) δεν μπορούν να αποδεχτούν ότι ένας άνδρας ασχολείται με την εφαρμογή υπηρεσιών αισθητικής.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η επιχειρηματίας αποφάσισε να κρατήσει τον άνδρα αισθητικό, αφού πληροί όλα τα απαιτούμενα προσόντα για εργασία σε ινστιτούτο αισθητικής. Πλέον τη συνοδεύει σε προωθητικές και φιλανθρωπικές εκδηλώσεις, όπου ο κόσμος αντιλαμβάνεται ότι είναι ένας εξαιρετικός αισθητικός και στις περισσότερες περιπτώσεις πολύ καλύτερος σε σύγκριση με μια γυναίκα αισθητικό.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Πώς κρίνετε την τελική απόφαση της επιχειρηματία, δεδομένου ότι η απόφαση που έλαβε είναι αντίθετη με την επιθυμία των πελατών/-ισσών; - Πώς κρίνετε την ηθική αξία του επιχειρηματία, συμπεριλαμβανομένης της αξιοπρέπειας και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στον εργασιακό χώρο; - Πώς κρίνετε την απόφαση του επιχειρηματία λαμβάνοντας υπόψη την ικανοποίηση του πελάτη; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		



SDG 5 - Ισότητα των φύλων:

- <https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality>

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 22		Κύπρος
ΤΙΤΛΟΣ:	Παραβίαση της απασχόλησης και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων - μια περίπτωση της βιομηχανίας Εστίασης	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"CDK Food Services" ΕΠΕ	
Τύπος βιομηχανίας:	Εστίαση - Catering	
Αριθμός εργαζομένων:	13	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η CDK Food Services ΕΠΕ είναι ένα πανεπιστημιακό εστιατόριο-καφετέρια που λειτουργεί στη Λευκωσία, στην Κύπρο. Το Πανεπιστήμιο είναι μακράν το μεγαλύτερο στην Κύπρο και προσελκύει σπουδαστές/στρίες από όλο τον κόσμο. Το Εστιατόριο-Καφετέρια ανοίγει καθημερινά (Δευτέρα-Παρασκευή) και σερβίρει μια ποικιλία νόστιμων πιάτων, που ετοιμάζονται από ταλαντούχους/-ες μάγειρες και σερβίρονται από φιλικό προσωπικό. Το μενού του μεσημεριανού γεύματος εναλλάσσεται καθημερινά με επιλογές ζεστών και κρύων γευμάτων, καλύπτοντας τις περισσότερες διατροφικές απαιτήσεις.</p> <p>Το πρόσφατα ανακαινισμένο εστιατόριο-καφετέρια καλωσορίζει σπουδαστές/στρίες, καθηγητές/-τριες και προσωπικό του Πανεπιστημίου, καθώς και επισκέπτες από κοντινούς χώρους εργασίας. Διαθέτει έναν μεγάλο εσωτερικό και εξωτερικό χώρο εστίασης, άνετους καναπέδες, ένα υπαίθριο μπαρ, πολλές πρίζες και σημεία πρόσβασης Wi-Fi.</p> <p>Πρόσφατα το τμήμα καφέ και άλλων ποτών αναβαθμίστηκε επαγγελματικά με γνωστές μάρκες, ενώ στον κατάλογο προστέθηκαν διάφορα σνακ.</p> <p>Η εγκατάσταση καλύπτει επίσης τις ανάγκες του Πανεπιστημίου, όπως εγκαταστάσεις τροφίμων και ποτών για σεμινάρια, εκδηλώσεις, αποφοιτήσεις κ.λπ.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Χάρης Κωνσταντίνου	
Προφίλ: Ιδιοκτήτης της επιχείρησης		
<p>Ο κ. Χάρης Κωνσταντίνου έχει πάνω από 18 χρόνια εργασιακής εμπειρίας στον κλάδο της εστίασης, εκ των οποίων τα 16 χρόνια σε διευθυντικές θέσεις. Είναι κάτοχος διπλώματος στις μαγειρικές τέχνες και πτυχίου στη διαχείριση μαγειρικών τεχνών. Έχει συμμετάσχει σε πολλούς διαγωνισμούς μαγειρικής και έχει διαχειριστεί εκδηλώσεις εξαιρετικά μεγάλου όγκου που σχετίζονται με υπηρεσίες τροφίμων και ποτών. Έχει παρακολουθήσει πολλά σεμινάρια στην Κύπρο και στην Ευρώπη.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Οι δραστηριότητες του Πανεπιστημίου χαρακτηρίζονται από εποχικότητα λόγω των ακαδημαϊκών περιόδων κάθε έτους. Όσον αφορά τις πωλήσεις του καταστήματος τροφίμων και ποτών, ισχύουν οι ίδιοι κανόνες και αυτό επηρεάζει τη σταθερότητα των εργαζομένων του και προσλαμβάνει επίσης σπουδαστές/στρίες του Πανεπιστημίου για να βοηθούν στην εξυπηρέτηση καθώς επίσης και μάγειρες με περιορισμένη εμπειρία. Όταν ο κ. Κωνσταντίνου ανέλαβε την ιδιοκτησία του εστιατορίου-καφετερίας του Πανεπιστημίου (2016), αποφάσισε να κρατήσει το υπάρχον προσωπικό και να δει αν συμμερίζεται το όραμά του για έναν επαγγελματικό και ιδιαίτερα σεβαστό χώρο εργασίας. Μετά από λίγο καιρό, ο κ. Κωνσταντίνου προσέλαβε έναν νέο/-α μάγειρα, τον οποίο γνώριζε από τον προηγούμενο εργασιακό του χώρο και ήταν σίγουρος ότι θα βοηθούσε πολύ στην κουζίνα. Μόλις ο νέος/α μάγειρας ξεκίνησε να εργάζεται, ο κ. Κωνσταντίνου διαπίστωσε ότι λόγω του χάσματος μεταξύ των μεταφερθέντων (από τον προηγούμενο ιδιοκτήτη) υπαλλήλων του εστιατορίου-καφετερίας στην κουζίνα και της νέας πρόσληψης, οι προηγούμενοι δεν υποδέχονταν τον νέο εργαζόμενο με φιλικότητα και πνεύμα συνεργασίας. Ένα πρόσθετο ζήτημα εδώ, είναι ότι όταν ο κ. Κωνσταντίνου ανέλαβε το Εστιατόριο-Καφετέρια δεν υπήρχε συγκεκριμένη πολιτική διαδικασιών ούτε εισήγαγε οποιαδήποτε άλλη σχετική εκπαίδευση παλαιών και νέων εργαζομένων, ειδικά για τη συμπεριφορά στον εργασιακό χώρο. Κατά συνέπεια, οι παλαιότεροι/-ες υπάλληλοι συμπεριφέρονταν πολύ σκληρά στον νέο μάγειρα, τον έβριζαν, τον εκφόβιζαν και τον πίεζαν να εργάζεται πιο σκληρά και πιο γρήγορα. Το περιστατικό αυτό υπέπεσε στην αντίληψη του κ. Κωνσταντίνου που κατάλαβε τις πιθανές ανεπιθύμητες επιπτώσεις που θα μπορούσε να έχει στον νέο μάγειρα, συνεπώς έπρεπε να αντιμετωπίσει ένα δίλημμα. Ήταν βέβαιος ότι ο νέος μάγειρας ήταν ένα πλεονέκτημα για το Πανεπιστημιακό Εστιατόριο-Καφετέρια (και την επιχείρησή του), αλλά αφετέρου ήθελε να βάλει τέλος σε αυτό το αντιεπαγγελματικό περιβάλλον και να λάβει αποφάσεις για να διαχειριστεί την αυτήν την ανήθικη κατάσταση, τα εργασιακά και τα ανθρώπινα δικαιώματα παραβιάζονταν και η κατάσταση αυτή θα μπορούσε ανά πάσα στιγμή να κλιμακωθεί.</p>		



Το δίλημμα του κ. Κωνσταντίνου ήταν αν θα δεχόταν τη συγκεκριμένη συμπεριφορά από τους προηγούμενους μάγειρες ή όχι.

Η απόφαση:

Ο κ. Κωνσταντίνου δεν επιτρέπει την παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στο εργασιακό περιβάλλον. Είναι κατά των διακρίσεων λόγω φυλής, χρώματος, καταγωγής, πολιτικών πεποιθήσεων, θρησκείας, οικογενειακής κατάστασης, σωματικής ή πνευματικής αναπηρίας, φύλου, σεξουαλικού προσανατολισμού, ηλικίας κ.λπ. που δεν σχετίζονται με την απασχόληση.

Συμμερίζεται την πεποίθηση ότι ο εργοδότης πρέπει να εφαρμόζει δίκαιες πρακτικές πρόσληψης, ώστε να προσελκύει όσο το δυνατόν περισσότερους/-ες υποψήφιους/-ες για τη θέση εργασίας. Εάν οι πρακτικές πρόσληψης είναι άδικες ή δημιουργούν διακρίσεις, οι κατάλληλοι/-ες υποψήφιοι/-ες μπορεί να αποθαρρυνθούν και να μην υποβάλουν αίτηση για τη θέση εργασίας. Ο Εργοδότης έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να βρει το καλύτερο άτομο για τη θέση εργασίας βασιζόμενος μόνο σε εκτιμήσεις που σχετίζονται με τη θέση εργασίας κατά την πρόσληψη και την επιλογή προσωπικού. Μετά τον καθορισμό των καθηκόντων και των προσόντων των υποψηφίων, εξασφάλισε ότι πρόκειται για bona fide (γνήσιες) επαγγελματικές απαιτήσεις, δηλαδή τις απαιτήσεις για να μπορούν να εκτελούν τα πρόσωπα επαρκώς και με ασφάλεια μια εργασία, στην προκείμενη περίπτωση, ένας/μία επαγγελματίας μάγειρας.

Για παράδειγμα, η θέση που άνοιξε στο Ίδρυμά του ήταν αυτή του/της «μάγειρα/-ισσας», ο/η οποίος/-α πρέπει να εργάζεται από νωρίς το πρωί μέχρι αργά το απόγευμα, μερικές φορές τα Σάββατα ή τα βράδια, για να καλύψει τις ώρες λειτουργίας του Πανεπιστημιακού Εστιατορίου-Καφετέριας. Τα ελάχιστα προσόντα για την εν λόγω θέση εργασίας περιλάμβαναν επίσης την ολοκλήρωση ενός μαθήματος μαγειρικής τέχνης, το οποίο ο ερωτώμενος διέθετε. Τα προσόντα αυτά είναι αποδεκτά διότι δεν εισάγουν διακρίσεις εις βάρος ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων. Επιπλέον ο κ. Κωνσταντίνου, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, γνώριζε τον/τη συγκεκριμένο/-η υποψήφιο/-α από προηγούμενο κατάσταση που είχαν την ευκαιρία να συνεργαστούν.

Ο κ. Κωνσταντίνου έχει κατά νου ότι οποιαδήποτε σωματική ή λεκτική συμπεριφορά από συνάδελφο, προϊστάμενο/-η ή επισκέπτη/-τρια που έχει διακριτικό χαρακτήρα και προσβάλλει ή ταπεινώνει οποιοδήποτε μέλος του προσωπικού του αποτελεί εκφοβισμό και παρενόχληση. Παρόλο που άλλοι συνάδελφοι συχνά σκέφτονται μόνο τη σεξουαλική παρενόχληση, ο εκφοβισμός και η παρενόχληση περιλαμβάνουν οποιαδήποτε διαφορετική μεταχείριση ανθρώπων με βάση το φύλο, τη φυλή, την εθνική καταγωγή, την τάξη, τη θρησκεία κ.λπ. Στην παραπάνω περίπτωση ο εκφοβισμός βασίστηκε στο γεγονός ότι ο/η νέος/-α μάγειρας/-ισσα δεν ήταν αρκετά γρήγορος/-η κατά την εργασία του/της, δεν εκτελούσε γρήγορα τις συνταγές, του/της έλειπαν κάποια βασικά στοιχεία τα οποία ο κ. Κωνσταντίνου πίστευε ότι θα αποκτούσε. Ο κ. Κωνσταντίνου παρατήρησε ότι οι συνάδελφοι χρησιμοποιούσαν ανάρμοστα αστεία (για τον νέο/-α μάγειρα/-ισσα) που μερικές φορές εκλαμβάνονταν ως απλή διασκέδαση. Ωστόσο, ο κ. Κωνσταντίνου, αποφάσισε και ενήργησε πολύ επαγγελματικά προστατεύοντας τον νέο/-α μάγειρα/-ισσα από ό,τι κι αν συνέβαινε. Ο κ. Κωνσταντίνου εξήγησε στους συναδέλφους ότι ακόμα και αν το άτομο για το οποίο κάνουν πλάκα γελάει, αυτό δεν σημαίνει ότι απολαμβάνει την εμπειρία. Οι συμπεριφορές αυτού του είδους μπορεί να τρομάζουν και να κάνουν τους ανθρώπους να μην αισθάνονται άνετα, λιγότερο πρόθυμους να μιλήσουν με τους συναδέλφους τους, επειδή περιμένουν ότι η επικοινωνία τους μαζί τους θα μετατραπεί σε πιο εκφοβιστικά αστεία.

Ο κ. Κωνσταντίνου έκανε μια ομαδική σύσκεψη και μίλησε σε όλους τους/τις υπαλλήλους για τα γεγονότα αυτά. Εξήγησε ότι αυτές οι συμπεριφορές δεν είχαν θέση μέσα στα καταστήματά του. Διευκρίνισε σε όλους/-ες υπαλλήλους ότι δείχνουν έλλειψη σεβασμού και προφανώς παρενοχλούν τον νεοπροσληφθέντα. Οι υπάλληλοι ανταποκρίθηκαν αμέσως και το πρόβλημα λύθηκε. Ο νέος μάγειρας, μετά από τρία χρόνια, εξακολουθεί να εργάζεται για τον κ. Κωνσταντίνου στο παραπάνω κατάστημα και χαίρει σεβασμού και θαυμασμού από όλους/ες τους/τις συναδέλφους του.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Πώς αυτή η επιθετική συμπεριφορά από τους παλαιότερους υπαλλήλους προς τον νεοπροσληφθέντα επηρέασε τη συνολική απόδοση του εστιατορίου-καφετέριας;
- Γιατί οι παλαιότεροι υπάλληλοι συμπεριφέρθηκαν με προσβλητικό τρόπο στον νέο μάγειρα;
- Πώς θα χειριζόσασταν μια τέτοια κατάσταση αν ήσασταν ο ιδιοκτήτης;
- Πιστεύετε ότι ο εκφοβισμός στον χώρο εργασίας συναντάται και σε άλλους κλάδους; Γνωρίζετε παραδείγματα;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]



Μελέτες περιπτώσεων «Εκπαίδευση, που αλλάζει το μυαλό».

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 23		Λιθουανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Προστασία των ζώων. Ηθική μεταχείριση των ζώων.	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	VšĮ "Tušti narvai" (Δημόσιο ίδρυμα "Empty cages")	
Τύπος βιομηχανίας:	(ΜΚΟ) - μη κερδοσκοπική οργάνωση προστασίας των ζώων.	
Αριθμός εργαζομένων:	5 εργαζόμενοι	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Ο VŠĮ "Tušti narvai" (Δημόσιος φορέας "Empty cages") - μη κερδοσκοπικός οργανισμός προστασίας των ζώων ιδρύθηκε στο Βίλνιους το 2014 και είναι μέλος της διεθνούς οργάνωσης "Anima International", η οποία δραστηριοποιείται σε 8 ακόμη χώρες, της «Συμμαχίας Χωρίς Γούνα» και της "Συμμαχίας Ανοιχτών Φτερών".</p> <p>Αποστολή - Στόχος μας είναι να αποτρέψουμε την ταλαιπωρία των ζώων στη Λιθουανία. Αυτό το επιτυγχάνουμε εστιάζοντας σε νομοθετικές και θεσμικές αλλαγές, σε συνεργασία με επιχειρήσεις και ενημερώνοντας την κοινωνία. Δημοσιεύουμε οπτικό υλικό από μονάδες εκτροφής. - Οι περισσότερες βιομηχανικές μονάδες εκτροφής δεν είναι επισκέψιμες. Η κοινωνία έχει το δικαίωμα να γνωρίζει τις συνθήκες κάτω από τις οποίες διατηρούνται εκατομμύρια ζώα στη Λιθουανία και να αποφασίσει αν θα το αποδεχτεί. Ως εκ τούτου, δημοσιεύουμε βίντεο που γυρίστηκαν σε λιθουανικές μονάδες εκτροφής. Δημοσιοποιούμε επίσης εικόνες παραβιάσεων κατά την πώληση ή τη μεταφορά ζώων σε μια προσπάθεια ευαισθητοποίησης της κοινωνίας, των επιχειρήσεων και των πολιτικών. Επιδιώκουμε την αλλαγή σε νομοθετικό και θεσμικό επίπεδο. Τα ζώα πρέπει να προστατεύονται από τον νόμο. Ως εκ τούτου, επικοινωνούμε με τους πολιτικούς και τα αρμόδια θεσμικά όργανα προκειμένου να επιτύχουμε αλλαγές στη νομοθεσία και τους νόμους. Επικοινωνούμε με τις επιχειρήσεις. Βοηθάμε τις επιχειρήσεις να λαμβάνουν αποφάσεις φιλικές προς τα ζώα.</p> <p>ΕΡΓΑ VŠĮ "Tušti narvai": 1. ΕΡΓΟ «Χωρίς γούνες». Θέλουμε η Λιθουανία να ενταχθεί στις χώρες όπου απαγορεύεται η εκτροφή και θανάτωση ζώων για τη γούνα τους. 2. ΕΡΓΟ «Η τιμή των αυγών». Οι βιομηχανικές πτηνοτροφικές μονάδες κάνουν εκατομμύρια όρνιθες ωοπαραγωγής να υποφέρουν. Δημοσιοποιούμε τις συνθήκες των πτηνοτροφικών μονάδων με σκοπό τη βελτίωσή τους. 3. ΕΡΓΟ «Εξαγωγή ζώων». Στοχεύουμε στη βελτίωση των συνθηκών υπό τις οποίες εξάγονται τα ζώα. 4. ΕΡΓΟ «Βοηθήστε τα ψάρια». Θέλουμε να σταματήσουμε το εμπόριο ζωντανών ιχθύων το οποίο δεν πρέπει να είναι νόμιμο. 5. ΕΡΓΟ "auGalybė" («Η Δύναμη των φυτών»). Προωθούμε τη διατροφή με βάση τα φυτά.</p>		
Ο/Η ΙΔΡΥΤΗΣ/-ΤΡΙΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ		
Όνομα ιδρυτή/-τριας οργανισμού:	Gabrielė Vaitkevičiūtė - επικεφαλής VŠĮ "Tušti narvai"	
Προφίλ:		
<p>Gabrielė Vaitkevičiūtė - επικεφαλής του οργανισμού VŠĮ "Tušti narvai". Η Gabrielė σπούδασε βιοχημεία στο Πανεπιστήμιο του Βίλνιους, αλλά δεν ολοκλήρωσε τις σπουδές της λόγω των συνθηκών που επικρατούσαν και εργαζόταν επίσης στο «Κέντρο υποστήριξης οικογενειών αγνοουμένων» με τομέα εργασίας τα ανθρώπινα δικαιώματα. Η Gabrielė και αρκετοί ομοϊδεάτες της VŠĮ "Tušti narvai" ξεκίνησαν τη δραστηριότητα της οργάνωσης χωρίς μεγάλη εμπειρία, διότι ο μέσος όρος ηλικίας των εργαζομένων ήταν περίπου τα 20 έτη, αλλά η ιδρύτρια της οργάνωσης ήταν σίγουρη πως η εμπειρία θα ερχόταν με τον καιρό. Οι γειτονικές χώρες είχαν οργανώσεις προστασίας των ζώων (Εσθονία, Λετονία, Πολωνία), ενώ στη Λιθουανία δεν υπήρχε καμία. Η VŠĮ "Tušti narvai" εμπνεύστηκε από το θετικό παράδειγμα των γειτονικών χωρών και τους ακτιβιστές/-τριες που αγωνίζονται για τα δικαιώματα των ζώων.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>1. Μονάδες εκτροφής γουνοφόρων ζώων. Η μία χώρα μετά την άλλη απαγορεύει την εκτροφή και τη θανάτωση ζώων μόνο για τη γούνα τους. Είναι απαράδεκτο να βασανίζονται τα ζώα για καλλωπιστικούς λόγους. Βίντεο του διλήμματος (στα λιθουανικά με μετάφραση στα αγγλικά): https://youtu.be/k8tB6HmXyW8 Η πηγή του διλήμματος: https://www.kailiufermos.lt</p> <p>2. Βιομηχανικές πτηνοτροφικές μονάδες. Η κράτηση πτηνών σε κλουβιά είναι σκληρή και απαράδεκτη. Περνούν ολόκληρη τη ζωή τους κάτω από βρώμικα υπόστεγα σε βιομηχανικές πτηνοτροφικές μονάδες, χωρίς να βλέπουν ποτέ τον ήλιο και να αναπνέουν καθαρό αέρα, ενώ πολλές όρνιθες πεθαίνουν από εξάντληση πριν καν γίνουν ενάμιση έτους. Βίντεο του διλήμματος (στη λιθουανική γλώσσα με μετάφραση στα αγγλικά): https://youtu.be/bEwFnNFdvFO Βίντεο του διλήμματος (στη λιθουανική γλώσσα): https://www.youtube.com/watch?v=k3hTl1HeqbQ Η πηγή του διλήμματος: https://www.kiausiniukaina.lt</p>		



3. Δεν χρειάζονται πάντα κακές, μη συμμορφούμενες συνθήκες εξαγωγής ζώων. Η Λιθουανία εξαγει δεκάδες χιλιάδες ζώα κάθε χρόνο. Οι εικόνες που καταγράφηκαν αποκάλυψαν παραβιάσεις της νομοθεσίας κατά τη μεταφορά ζώων σε άλλες χώρες. Η πηγή του διλήμματος: <http://gyvunu-eksportas.tustinarvai.lt>

4. Εμπόριο ζωντανών ιχθύων. Τα ζώα δεν είναι εμπορεύματα. Τα ζωντανά ψάρια δεν πρέπει να πωλούνται στα σούπερ μάρκετ. Η πρακτική αυτή οδηγεί σε πολλά προβλήματα, από υπερπλήρη ενυδρεία μέχρι τραυματισμένα ψάρια που έχουν προσβληθεί από παράσιτα και ασθένειες. Η πηγή του διλήμματος: <https://www.tustinarvai.lt/padek-zuvims/>

5. Ρύπανση της κτηνοτροφικής βιομηχανίας και πόροι. Αν θέλουμε να συμβάλουμε στη βιωσιμότητα του πλανήτη, μπορούμε να δοκιμάσουμε μια πιο βιώσιμη διατροφή – με τη μείωση της κατανάλωσης κρέατος, με την αντικατάσταση του μοσχαρίσιου κρέατος με λευκό κρέας – όπως κοτόπουλο, επιλέγοντας τοπικά παραγόμενα προϊόντα ή μεταβαίνοντας από μια διατροφή ζωικής σε μια διατροφή φυτικής προέλευσης. Πηγή του διλήμματος και ηχογράφηση στη λιθουανική γλώσσα και παραπομπές σε επιστημονικά άρθρα στην αγγλική γλώσσα: <https://ispakuota.lt/mesos-industrijos-zala/>

Η απόφαση:

1. Στόχος είναι η απαγόρευση των εκτροφείων γούνας στη Λιθουανία. Η οργάνωση Vši "Tušti narvai" (Δημόσιος φορέας "Empty cages") θέλει η Λιθουανία να ενταχθεί στις χώρες όπου η εκτροφή και η θανάτωση ζώων για τη γούνα τους έχει ήδη απαγορευτεί. Ενθαρρύνουμε τα μέλη της κοινωνίας να υπογράψουν τις αναφορές. Πηγή: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/kailiniamis-ne>

2. Είναι προτιμότερο να μην αγοράζετε αυγά εγκλωβισμένων ορνίθων στη Λιθουανία. Βοηθήστε τις όρνιθες - μην αγοράζετε αυγά εγκλωβισμένων ορνίθων με την ένδειξη No 3. Ενθαρρύνουμε τα μέλη της κοινωνίας να υπογράψουν. Πηγή: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/kiausiniu-kaina>

3. Ας μιλήσουμε για καλύτερες συνθήκες αναφορικά με τις εξαγωγές ζώων. Στόχος μας είναι να διασφαλίσουμε ότι οι δημόσιες αρχές πράττουν τα δέοντα και συμμορφώνονται με τους νόμους για την καλή διαβίωση των ζώων κατά τις εξαγωγές. Ενθαρρύνουμε τα μέλη της κοινωνίας να υπογράψουν αναφορές. Πηγή: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/gyvunu-eksportas>

4. Στόχος είναι η κατάργηση εμπορίου ζωντανών ιχθύων στη Λιθουανία. Πραγματοποιούμε αρκετές φορές ετησίως έρευνες σε χώρους εμπορίας ιχθύων - δημοσιεύουμε φωτογραφίες, ενημερώνουμε την κοινωνία και τα αρμόδια όργανα για τις παραβιάσεις - συνεργαζόμαστε με τους εμπόρους και τα αρμόδια όργανα. Ξεκινήσαμε την εκστρατεία «Βοηθήστε τα ψάρια» το 2018 και έκτοτε, σε όλα τα μεγάλα σούπερ μάρκετ δεν υφίσταται πλέον το εμπόριο ζωντανών ιχθύων, αλλά το πρόβλημα εξακολουθεί να υφίσταται σε μικρότερα καταστήματα και αγορές. Ενθαρρύνουμε τα μέλη της κοινωνίας να υπογράψουν αναφορές. Πηγή: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/gyvus-zuvys>

5. Προτροπή για μετάβαση από ζωική διατροφή σε φυτική. Συνεργαζόμαστε με εστιατόρια για την προσθήκη περισσότερων χορτοφαγικών επιλογών στον κατάλόγό τους. Στόχος της εκστρατείας «η Δύναμη των φυτών» είναι να ενθαρρύνουμε όσο το δυνατόν περισσότερα εστιατόρια να συμπεριλάβουν χορτοφαγικές επιλογές στον κατάλόγό τους, ώστε να έχουμε φαγητό νόστιμο, υψηλής ποιότητας, δημοφιλές και εύκολα προσβάσιμο! Με αυτόν τον τρόπο, όλοι, τόσο οι προμηθευτές τροφίμων όσο και οι καταναλωτές, θα συμβάλουν στη μείωση του αριθμού των ζώων που καταναλώνονται για τροφή και στην επίλυση των προβλημάτων υγείας της λιθουανικής κοινωνίας.

Πηγή: <https://www.tustinarvai.lt/projektai/avgalybe>

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Μονάδες εκτροφής γουνοφόρων ζώων. Εκτροφή και θανάτωση ζώων για τη γούνα τους.
- Βιομηχανικές κτηνοτροφικές μονάδες. Αυγά από εγκλωβισμένες όρνιθες.
- Συνθήκες εξαγωγής ζώων.
- Εμπόριο ζωντανών ιχθύων.
- Κτηνοτροφία (πηγές, στοιχεία, στατιστικές).
- Διατροφή φυτικής προέλευσης.

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://www.tustinarvai.lt>
- <https://www.15min.lt/video/tusciu-narvu-ikureja-gabija-gina-labiausiai-kencianciu-fermu-gyvunu-teises-135268?jwsourc=cl>
- <https://www.youtube.com/watch?v=k3hTI1HeqbQ>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 24		Γερμανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Change Lab- Ένα ανοιχτό φόρουμ για και από σπουδαστές/στρίες	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Change Lab"	
Τύπος βιομηχανίας:	Απροσδιόριστο	
Αριθμός εργαζομένων:	4	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το Change Lab είναι ένα ανοιχτό φόρουμ για σπουδαστές/στρίες από σπουδαστές/στρίες, με θέμα ενδιαφέροντος που καθορίζεται από τους σπουδαστές/στρίες. Πρωταρχικός στόχος είναι να διευκολύνει τη συμ-μάθηση, τη συν-δημιουργία και την κοινωνική καινοτομία μεταξύ των ενεργών κοινοτήτων φοιτητών/-τριών, ερευνητών/-τριών και του τοπικού πληθυσμού. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, το Change Lab προσφέρει μια κοινή πλατφόρμα για σπουδαστές/στρίες, ακαδημαϊκούς και μέλη της τοπικής κοινότητας όλων των κοινωνικών στρωμάτων, για συμμετοχή σε εποικοδομητικές συζητήσεις όσον αφορά επείγοντα κοινωνικά ζητήματα, με σκοπό τον εμπλουτισμό γνώσεων της κοινότητας, την προώθηση της συμ-μάθησης, της ευαισθητοποίησης σε κοινωνικά θέματα και τέλος τη δημιουργία βιώσιμων, θετικών αλλαγών. Επομένως, η βιώσιμη κοινοτική ανάπτυξη και η κοινωνική καινοτομία είναι υψίστης σημασίας για το έργο. Το Change Lab προσδιορίζεται ως ένα φιλικό, δεκτικό σε προτάσεις, μη επικριτικό και ασφαλές περιβάλλον για να εισακουστούν διαφορετικές φωνές, με αυτόν τον τρόπο ανταποκρίνεται στο σύνθημά του: «Στο Change Lab, ακούμε τι έχετε κατά νου. Στη συνέχεια, σας βοηθάμε να ξεκινήσετε τη συζήτηση».</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Maggie Chak	
Προφίλ:		
<p>Η Choiwai Maggie Chak είναι μία από τις ιδρύτριες του ChangeLab, μιας καινοτόμου πλατφόρμας συνεκπαίδευσης και δικτύωσης για την κοινωνική επιχειρηματικότητα και καινοτομία που προέρχεται από το Χονγκ Κονγκ. Το ChangeLab ιδρύθηκε στο πλαίσιο των προσπαθειών της Maggie ως επιστημονικού συνεργάτη στο S2BMRC. Η Maggie διεξάγει έρευνα σε έργα όπως το πρόγραμμα Erasmus+: Pioneering Food Innovation for Seniors (Πρωτοποριακή καινοτομία στα τρόφιμα για ηλικιωμένους), καθώς επίσης και ένα έργο μικρής κλίμακας για τη διευκόλυνση των δικτύων και των συμπράξεων συνεργασίας μεταξύ κοινοτήτων και πανεπιστημίων για την έρευνα και την καινοτομία στον τομέα της υγείας. Η διδασκαλία της επικεντρώνεται σε ερευνητικές μεθοδολογίες και συμβουλευτικά και υπηρεσιακά έργα μάθησης σχετικά με τις τηλεπικοινωνίες, την κοινωνική καινοτομία και την ευαισθητοποίηση εμπορικού σήματος. Με πάθος για την αντιμετώπιση διαφόρων προβλημάτων υγείας, αφού ολοκλήρωσε το πτυχίο της στη δημόσια υγεία με έμφαση στη διαχείριση της υγειονομικής περίθαλψης και την προαγωγή της υγείας στο Κινεζικό Πανεπιστήμιο του Χονγκ Κονγκ, συνέχισε τις μεταπτυχιακές της σπουδές στην επιδημιολογία στο Ludwig-Maximilians Universität München (LMU), στο Μόναχο Γερμανίας.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Το Change Lab εργάζεται προς την κατεύθυνση ολοκλήρωσης:</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) της ακαδημαϊκής γνώσης, (ii) της πρακτικής εμπειρογνομosσύνης και των εμπειριών επαγγελματιών εμπειρογνομomώνων της κοινότητας, (iii) της προσοχής και της υποστήριξης του κοινού και (iv) του ενθουσιασμού και της δημιουργικότητας των φοιτητών/-τριών. <p>Ως εκ τούτου, η ομάδα-στόχος περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό ενδιαφερομένων: σπουδαστές/στρίες, ακαδημαϊκούς, εξωτερικούς εμπειρογνομomones και το ευρύ κοινό του πανεπιστημίου.</p> <p>Στις δύο τελευταίες εκδηλώσεις του Change Lab υπήρξε αυξημένη συμμετοχή της κοινότητας και κοινωνική καινοτομία, ενώ το αποκορύφωμα ήταν οι γύροι καινοτομίας, όπου οι δημιουργοί αλλαγών (μέλη του κοινού) προέβησαν σε καταιγισμό ιδεών και κατέληξαν σε καινοτόμες λύσεις για την ανάπτυξη της κοινότητας. Μερικές από τις νικητήριες ιδέες που προτάθηκαν ήταν οι εξής:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Εισαγωγή εικονογραμμάτων και πινάκων σε κλινικές και νοσοκομειακές εγκαταστάσεις, για την υπερπήδηση των γλωσσικών εμποδίων μεταξύ των αλλοδαπών/μεταναστών ασθενών και των γιατρών. 		

2. Εισαγωγή μιας εφαρμογής για την παρακολούθηση του αποτυπώματος άνθρακα των προϊόντων διατροφής από την παραγωγή έως την παράδοση και μιας εφαρμογής που χρησιμεύει ως μηχανή αναζήτησης οικονομικών, vegan τροφίμων.

Κατά τη διάρκεια των δύο τελευταίων εκδηλώσεων, το Change Lab καθιερώθηκε ως μια προσιτή και καινοτόμος πλατφόρμα ανοικτού φόρουμ στο Muenster. Προκειμένου να διασφαλιστεί η *μακροπρόθεσμη επιτυχία* του, έπρεπε να εξεταστούν ζητήματα που αφορούν τη *βιωσιμότητά του*. Δεδομένης της προσέγγισης που επιθυμεί το Change Lab, το φόρουμ θα πρέπει να παραμείνει εμπορικό σήμα τροφοδοτούμενο από σπουδαστές/στριες χωρίς επιπρόσθετο κίνητρο για να διατηρηθεί ο κοινωνικός χαρακτήρας του, κάτι το οποίο θέτει σε κίνδυνο τη μακροζωία του οργανισμού. Το κοινωνικό δίλημμα είναι ο ορισμός μιας στρατηγικής ανταμοιβής για προσέλκυση νέων σπουδαστών/-τριών χωρίς οικονομικό όφελος.

Η απόφαση:

Οι προτεινόμενες στρατηγικές για τη *διασφάλιση της συνέχειας και της προόδου του* είναι οι ακόλουθες:

1. Μεγαλύτερη έμφαση στην «κοινωνική ανάπτυξη» και την «κοινωνική επιχειρηματικότητα»,
2. Εντοπισμός ομοϊδεατών συνεργατών/-τριών για τη διαμόρφωση της ταυτότητας της οργάνωσης,
3. Ισχυρότερη ταύτιση και δέσμευση από τους σπουδαστές/στριες,
4. Τυποποίηση της διαδικασίας πρόσληψης,
5. Μία νέα θέση που επικεντρώνεται στη δικτύωση και τις δημόσιες σχέσεις,
6. Αύξηση της έκθεσης και της προβολής στην κοινότητα.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]: καμία

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- Το Change Lab κατάφερε να ενώσει τρεις εμπνευσμένους και καταξιωμένους ομιλητές. Περισσότερες πληροφορίες για τους τρεις ομιλητές μπορείτε να βρείτε εδώ: [CHANGE LAB 2020: FH Münster \(fh-muenster.de\)](https://www.youtube.com/watch?v=3iaplonBUJY&feature=youtu.be)
- Το Change Lab διασφαλίζει ότι το μήνυμά του φτάνει σε ένα ευρύτερο κοινό. Το βίντεο στο YouTube με τίτλο "What People Think About Veganism. Is it Meeting the Goals of Climate Change? - Münster Thoughts" («Τι πιστεύει ο κόσμος για τη χορτοφαγία. Ανταποκρίνεται στους στόχους της κλιματικής αλλαγής; - Σκέψεις από το Μίνστερ») συγκέντρωσε θετικές κριτικές από το κοινό. Βλέπε σύνδεσμο: <https://www.youtube.com/watch?v=3iaplonBUJY&feature=youtu.be>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: No 25		Γερμανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Santo Sazón - Ξεκινώντας μια επιχείρηση σε άλλη χώρα	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Santo Sazón"	
Τύπος βιομηχανίας:	Τρόφιμα	
Αριθμός εργαζομένων:	1	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το έργο "Santo Sazón" περιλαμβάνει τη γαστρονομική και την πολιτιστική έννοια και έχει στόχο να αναδείξει την κολομβιανή γαστρονομία και τον πολιτισμό στην πόλη Μίνστερ της Γερμανίας.</p> <p>Το Santo Sazón προτείνει ένα καφέ με έντονο πολιτιστικό στοιχείο και αποικιακή ατμόσφαιρα για να κεντρίσει την περιέργεια και να φέρει τον κόσμο πιο κοντά τις λατινοαμερικανικές ρίζες. Προσφέρει μια ποικιλία γλυκών και αλμυρών πιάτων, επιδόρπια εξ ολοκλήρου χειροποίητα και πιάτα τύπου "tapas", καθώς και ποικιλία από παραδοσιακά ποτά της Κολομβίας. Η γαστρονομία συνοδεύεται με πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως χορούς, επίτιμους καλεσμένους/-ες που θα αφηγηθούν τις εμπειρίες τους και εκδηλώσεις για την εκμάθηση της ισπανικής γλώσσας.</p> <p>Το Santo Sazón στοχεύει στην υλοποίηση εξωσχολικών μαθημάτων μαγειρικής που απευθύνονται κυρίως σε παιδιά και συμβάλλουν στην αφύπνιση της δημιουργικής πλευράς τους, υπό το πρίσμα μιας διαφορετικής και διασκεδαστικής δραστηριότητας.</p> <p>Το Santo Sazón εφαρμόζει επί του παρόντος μόνο το επιχειρηματικό μοντέλο φαγητού σε πακέτο. Οι πελάτες/-ισσες μπορούν να παραγγείλουν επιδόρπια σε πακέτο, να παραγγείλουν ένα επιδόρπιο ή κέικ για μια ειδική περίπτωση ή να παραγγείλουν ένα κουτί - έκπληξη με επιδόρπια/πρωινό για δώρο.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Camila Molina Molina	
Προφίλ: Ιδρυτής		
<p>Η Καμίλα γεννήθηκε στο Μεντεγίν της Κολομβίας, είναι 24 ετών και σπουδάζει Οικονομικά στο Universidad Pontificia Bolivariana στο Μεντεγίν. Από τον Σεπτέμβριο του 2018 είναι φοιτήτρια του προγράμματος σπουδών Διοίκησης Επιχειρήσεων Γερμανίας-Λατινικής Αμερικής (CALA) στο Πανεπιστήμιο Εφαρμοσμένων Επιστημών στο Μίνστερ. Ως φοιτήτρια παρακολούθησε μαθήματα επιχειρηματικότητας, καθώς και μαθήματα ηγεσίας στην Ιταλία και η πτυχιακή της εργασία είχε θέμα την «Κατανόηση των εμποδίων και των παραγόντων που οδηγούν γυναίκες ανώτατης εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα: Η περίπτωση του Μεντεγίν της Κολομβίας».</p> <p>Επί του παρόντος, κάνει πρακτική άσκηση στην οικονομική εταιρεία Tecis AG που εδρεύει στο Μίνστερ. Αυτή η πρακτική άσκηση τη βοήθησε να κατανοήσει το χρηματοπιστωτικό σύστημα, τις συντάξεις, την ασφάλιση και τις επενδύσεις στη Γερμανία. Παράλληλα, κάνει υποχρεωτική πρακτική άσκηση στον οργανισμό ACEEU, όπου έμαθε πολλά για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στη Γερμανία. Εκτός αυτού, από το 2019 εργάζεται επίσης ως βοηθός - φοιτήτρια στο FH του Μίνστερ στο μάθημα "Ισπανικά για Επιχειρήσεις".</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Γραφειοκρατία και πολιτισμός: Μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετώπισε η Καμίλα όταν ξεκίνησε την επιχείρησή της στη Γερμανία, μια χώρα που δεν είναι η χώρα καταγωγής της, ήταν η κατανόηση του γραφειοκρατικού και οικονομικού συστήματος αφού στην Κολομβία δεν απαιτούνται συγκεκριμένα έγγραφα ούτε η ανάγκη εγγραφής στο εμπορικό επιμελητήριο. Δεδομένου ότι τα γερμανικά δεν είναι η μητρική της γλώσσα, έπρεπε να καταβάλει μεγαλύτερη προσπάθεια για να κατανοήσει τα έγγραφα και να προβεί στις απαραίτητες σχετικές ενέργειες. Η Καμίλα έλαβε συμβουλές από την TAFH Münster GmbH, οι οποίες τη βοήθησαν να ξεκαθαρίσει τις αμφιβολίες της και να καταλάβει πώς θα καταστήσει την επιχείρησή της νόμιμη.</p> <p>Το πρώτο που απέκτησε ήταν το πιστοποιητικό υγιεινής, απαιτούμενο για την παρασκευή τροφίμων στο Santo Sazon -για τα τρόφιμα απαιτείται ειδική διαδικασία – για την απόκτηση του οποίου παρακολούθησε μαθήματα διαδικτυακά λόγω COVID. Όταν τελικά έλαβε το πιστοποιητικό της ανακουφίστηκε, πλέον υπήρχε η εγγύηση ότι τα προϊόντα που προσφέρει έχουν υψηλές προδιαγραφές υγιεινής.</p> <p>Περιβαλλοντικά: Έτσι, αναπαρήγαγε ένα σύστημα που χρησιμοποιείται ευρέως στη Γερμανία, το "Pfand". Τα επιδόρπια που πωλούνται παραδίδονται σε γυάλινα βάζα με επιπλέον χρέωση, για τα οποία οι πελάτες πληρώνουν 1 ευρώ παραπάνω και αν επιστρέψουν το γυάλινο βάζο, παίρνουν πίσω το 1 ευρώ. Η Camila χρησιμοποιεί επίσης επαναχρησιμοποιήσιμα χαρτόνια. Δεν έχει επιλύσει ακόμα όλα τα ζητήματα, όπως την εξεύρεση μεγαλύτερου και καταλληλότερου χώρου και του φορολογικού μητρώου της επιχείρησής της.</p>		



Προσωπικά: Ένα άλλο ζήτημα είναι η κατανομή του χρόνου της μεταξύ πολλών άλλων καθηκόντων και εργασιών. Είναι υπεύθυνη για τα πάντα στο Santo Sanzo, συμπεριλαμβανομένης της προετοιμασίας των προϊόντων, της διαχείρισης των κοινωνικών δικτύων κ.λπ.

Οικονομικά: Η μεγαλύτερη προσωπική πρόκληση ήταν η οικονομική διαχείριση και ο τρόπος τιμολόγησης των προϊόντων της. Έπρεπε να βρει μια ισορροπία μεταξύ της προσωπικής της εμπειρίας και των συστάσεων από τρίτους.

Η απόφαση:

Όπως εξηγήθηκε προηγουμένως, η Camila έλαβε πολλές σημαντικές αποφάσεις, όπως την καθιέρωση του συστήματος "Pfund" στην εταιρεία της. Γνωρίζει ότι πάντα μπορεί να προκύψουν νέες προκλήσεις, αλλά είναι προετοιμασμένη.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Η Camilla ανέφερε την τιμολόγηση ως πρόκληση. Ποια κριτήρια πρέπει να λάβει υπόψη του ένας/μία επιχειρηματίας προκειμένου να καθορίσει τις τιμές με ηθικό τρόπο;
- Φανταστείτε ότι ιδρύετε μια εταιρεία σε γειτονική χώρα (ο καθηγητής/-τρια μπορεί επίσης να προτείνει μια χώρα). Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και οι προκλήσεις από ηθική άποψη;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]: κανένας



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 26		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Συνεταιρισμός Biciclot: Αξίες της Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Biciclot" SCCL	
Τύπος βιομηχανίας:	Μη κερδοσκοπικός συνεταιρισμός	
Αριθμός εργαζομένων:	10-30 εργαζόμενοι	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Η Ομάδα Εργασίας Biciclot προέκυψε το 1987 από μια ομάδα ποδηλατών αστικών διαδρομών και περιηγήσεων, οι οποίοι ήθελαν να προωθήσουν τη χρήση του ποδηλάτου ως μέσο μεταφοράς. Με πρόθεση να γίνει κάτι περισσότερο από ένα απλό κίνημα αλλαγής, η ομάδα άρχισε να εξετάζει ιδέες για την προώθηση της χρήσης ποδηλάτου στη Βαρκελώνη, ενώ ορισμένα από τα μέλη της εκπαιδεύτηκαν στη μηχανική και τη συναρμολόγηση και άλλα απέκτησαν εμπειρία στη διοργάνωση ταξιδιών περιηγήσεων με ποδήλατο. Είναι επίσης ενεργό μέλος στις διάφορες ομάδες εργασίας της Πολιτικής Επιτροπής Ποδηλάτου της Βαρκελώνης και της Διακομματικής Ομάδας για την Υποστήριξη της Χρήσης του Ποδηλάτου στο Κοινοβούλιο της Καταλονίας και στην Περιφέρεια Σαντ Μαρτί. Αυτή η εξέλιξη με την πάροδο των ετών αντικατοπτρίζεται επίσης στην αλλαγή του εργασιακού προσανατολισμού της συλλογικότητας από τη δημιουργία της ένωσης «Ομάδα Εργασίας Biciclot», αφιερωμένης στην ανάπτυξη προτάσεων και σχεδίων και με υψηλό επίπεδο εθελοντικής συμμετοχής, μέχρι τη σύσταση του Συνεργαζόμενου Συνεταιρισμού Εργασίας Biciclot SCCL, το 1994. Στην Καταλονία, η Biciclot είναι μέλος ενός συνεταιρισμού δευτέρου βαθμού που ασχολείται με την υλικοτεχνική υποδομή ποδηλάτων και τις περιβαλλοντικές υπηρεσίες ταχυμεταφορών. Ο κύριος ανταγωνιστής είναι η ίδια η δημόσια διοίκηση, καθώς προωθεί πολλά άλλα διαφορετικά έργα.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Xavier Prat και Joaquim Gili Renom	
Προφίλ:		
<p>Ο Xavier Prat και ο Joaquim Gili καθώς και άλλα δέκα άτομα είναι συνιδρυτές της Biciclot. Όλοι οι συνιδρυτές είναι επαγγελματίες ηλικίας 40-45 ετών με πολυετή επαγγελματική εμπειρία. Το ποσοστό των γυναικών μεταξύ των εργαζομένων μελών είναι σχετικά χαμηλό. Ωστόσο, αν συμπεριλάβουμε τους συμβασιούχους εργαζόμενους, τότε υπάρχει ισοτιμία μεταξύ των δύο φύλων.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<ul style="list-style-type: none"> - Ανακάλυψη των κύριων διαφορών μεταξύ της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και της συμβατικής ή καπιταλιστικής οικονομίας. - Κατανόηση των συνεταιρισμών και τι αντιπροσωπεύουν ως κοινωνικές εταιρείες. - Κατανόηση της σημασίας των αξιών και της οργανωτικής κουλτούρας. 		
Η απόφαση:		
<p>Ο γενικός στόχος της μελέτης περίπτωσης του συνεταιρισμού Biciclot είναι η κατανόηση των αξιών και της οργανωτικής κουλτούρας που συνδέονται με τον τομέα της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και, ως εκ τούτου, του συνεργατισμού.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Τι είδους συνεταιρισμός είναι η Biciclot; - Τι σημαίνει ότι πρόκειται για μη κερδοσκοπικό οργανισμό; - Ποια είναι η οργανωτική του δομή; - Ποιο είναι το επιχειρηματικό του μοντέλο; - Πώς σχετίζεται με το τοπικό πλαίσιο; - Αναλύστε πώς κάθε μία από τις έξι αρχές του συνεργατισμού είναι παρούσα στο Biciclot. - Αναλύστε τον αντίκτυπο καθεμιάς από αυτές τις έξι αρχές στην Biciclot, τόσο σε εσωτερικό όσο και σε εξωτερικό επίπεδο. - Αναλύστε τον αντίκτυπο καθεμιάς από αυτές τις έξι αρχές στο Biciclot, τόσο για τα άτομα και τα μέλη όσο και ως συλλογικότητα ή συνεταιρισμό. - Αναλύστε κατά πόσον αυτές οι αρχές του συνεργατισμού διέπουν ή όχι τις επιχειρήσεις που αποτελούν τον ανταγωνισμό της Biciclot και ποιες δεν αποτελούν μέρος της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας: EMEB και κοινωνικά δίκτυα αγοράς και πώλησης. 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://www.biciclot.coop/ 		



Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις
Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: No 27		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	SOM MOBILITAT (Είμαστε κινητικότητα): Ένα νέο μοντέλο βιωσιμότητας	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα του οργανισμού:	"Som Mobilitat" SCCL	
Τύπος βιομηχανίας:	Μη κερδοσκοπικός καταναλωτικός συνεταιρισμός που εργάζεται για μια πιο βιώσιμη κινητικότητα	
Αριθμός εργαζομένων:	περίπου 70 άτομα	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Στόχος του Som Mobilitat (είμαστε κινητικότητα) είναι να προωθήσει τις δράσεις που συμβάλλουν στη βιωσιμότητα των μετακινήσεων των εταίρων της και στη μείωση της ρύπανσης, μειώνοντας επακόλουθα τον αριθμό οχημάτων που συσσωρεύονται στις πόλεις μας. Ο Som Mobilitat έχει τη δική του δομή συνεταιρισμού, αλλά ταυτόχρονα λειτουργεί με βάση ένα μοντέλο δικτύου βαθιά ριζωμένο στην περιοχή, ο συνεταιρισμός Som Mobilitat λειτουργεί στην Καταλονία υπό τη λογική της εγγύτητας: οι τοπικοί παράγοντες από κάθε δήμο έρχονται σε επαφή για να κατανοήσουν καλύτερα την πραγματικότητα και έτσι προσφέρουν υποστήριξη, ώστε σε κάθε περιοχή οι κάτοικοι να είναι αυτοί που αποφασίζουν πώς θα γίνει η κινητικότητα πιο βιώσιμη.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Ricard Jornet και Arnau Vilardell	
Προφίλ:		
<p>Ο Ricard Jornet είναι επιχειρηματίας και καθηγητής μάρκετινγκ στο Αυτόνομο Πανεπιστήμιο της Βαρκελώνης. Είναι ένας από τους ιδρυτές, επί του παρόντος πρόεδρος του διοικητικού συμβουλίου και διαχειρίζεται τις στρατηγικές λειτουργίες του Som Mobilitat. Δημιούργησε αυτόν τον συνεταιρισμό λόγω της επιθυμίας του να ασχοληθεί επιχειρηματικά με έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.</p> <p>Ο Arnau Vilardell είναι ο άλλος ιδρυτής του συνεταιρισμού και συντονιστής του. Επί σειρά ετών ασχολείται με τη διαχείριση διαφόρων έργων και καλωσορίζει την ιδέα του Som Mobilitat ως πρόκληση με κίνητρο τη συνεργασία στο πλαίσιο κοινωνικής πρωτοβουλίας.</p> <p>Ο συνεταιρισμός Som Mobilitat είναι ο καρπός των Arnau και Ricard, του προγραμματιστή που ήταν υπεύθυνος για την ανάπτυξη της εφαρμογής και του μηχανικού με πολυετή εμπειρία σε πολυεθνικές εταιρείες στον τομέα της ενέργειας.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Η καλύτερη επιλογή για την επιτυχία της υπηρεσίας που προσφέρει η εν λόγω εταιρεία είναι η διαφήμιση για ευαισθητοποίηση των δυνητικών καταναλωτών, οι οποίοι είναι όλοι όσοι έχουν άδεια οδήγησης. Η διαφήμιση αυτή θα πρέπει να συνδεθεί με τους δήμους κάθε περιοχής της Βαρκελώνης και να λάβει υποστήριξη από τις δημόσιες διοικήσεις, για να δημιουργηθεί μια πιο βιώσιμη κοινωνία.</p> <p>Ο τρόπος χρηματοδότησης που ενδεχομένως φανεί χρήσιμος είναι από τους εταίρους και τους χρήστες/-τριες της υπηρεσίας, οι οποίοι/-ες ανήκουν σε τοπικές ομάδες που χρηματοδοτούνται μέσω των πλεονεκτημάτων χρήσης της υπηρεσίας (αφού καλυφθούν τα έξοδα), τα οποία κατανέμονται κατά 15% από τον συνεταιρισμό και κατά 85% από την τοπική ομάδα. Ακολούθως, τα πλεονεκτήματα παραμένουν στην περιοχή και μπορούν να επανεπενδυθούν σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες για την προώθηση μιας πιο βιώσιμης κινητικότητας.</p> <p>Η Βαρκελώνη δεν είναι εύκολος στόχος όσον αφορά τέτοιου είδους εταιρείες, δεδομένου ότι όταν πρόκειται για αυτοκίνητα, ορισμένοι πιθανοί καταναλωτές/-τριες απορρίπτουν την προσφορά απλώς επειδή δεν οδηγούν αυτοκίνητο στην πόλη. Οι ιδρυτές παρόλα αυτά πιστεύουν ότι η εφαρμογή ενός βιώσιμου και κοινοτικού συστήματος μεταφορών είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να κυκλοφορούν λιγότερα οχήματα και να μειωθεί το επίπεδο ρύπανσης στη Βαρκελώνη.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Οι ιδρυτές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο καλύτερος τρόπος για να μπουν στην αγορά της Βαρκελώνης είναι να διαθέσουν στους δυνητικούς χρήστες μια σειρά από ηλεκτρικά αυτοκίνητα σταθμευμένα σε δημόσιους χώρους στάθμευσης και κατανεμημένα στις διάφορες συνοικίες της Βαρκελώνης.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Ποιο είναι το επιχειρηματικό μοντέλο του Som mobilitat; Ποιες είναι οι διαφορές με μια συμβατική εταιρεία ενοικίασης οχημάτων; 		

- Ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά του μοντέλου διακυβέρνησης μιας συνεταιριστικής εταιρείας όπως η Som mobilitat;
- Οι εταιρείες της οικονομίας διαμοιρασμού βασίζουν την οικονομική τους βιωσιμότητα στην ανάπτυξη.
- Ποιοι είναι οι βασικοί παράγοντες για την ανάπτυξη και την οικονομική βιωσιμότητα του Som mobilitat;

Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:

- <https://www.sommobilitat.coop/>



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 28		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Βιώσιμες δωρεές για τους ηλικιωμένους/-ες	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Alma y Raspita"	
Τύπος βιομηχανίας:	Πώληση ειδών δώρων	
Αριθμός εργαζομένων:	3	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Το Alma y Raspita δημιουργήθηκε ως φόρος τιμής στους γονείς και τους παππούδες του ιδρυτή, καθώς ήθελε να αφηγηθεί όμορφες ιστορίες για να αναμεταδώσει όλες τις ιστορίες των παιδικών μας χρόνων και να τους συνοδέψουν τώρα στα γεράματά τους.</p> <p>Ήρθε σε επαφή με τη ΜΚΟ GRANDES AMIGOS, η οποία κρατά συντροφιά και συντηρεί ηλικιωμένους/-ες που ζουν μόνοι/-ες. Για κάθε όμορφη ιστορία που πωλείται, γίνεται μια δωρεά και κατ' αυτόν τον τρόπο κρατούν συντροφιά σε ηλικιωμένους/-ες που είναι μόνοι/-ες και δεν έχουν οικογένεια, εγγόνια ή ιστορίες να πουν.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Carmen Guzmán	
Προφίλ:		
Έχει έξυπνες επιχειρηματικές ιδέες και είναι ένα πολύ συνειδητοποιημένο άτομο, με πολλά ερεθίσματα και σαφείς ιδέες. Υποστηρίζει ένθερμα αυτό που κάνει και αποτελεί πηγή έμπνευσης.		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Αφού παρακολούθησε μια θλιβερή εκπομπή για τους ηλικιωμένους/-ες στην πανδημία του 2020, σκέφτηκε ότι κάτι έπρεπε να αλλάξει.</p> <p>Στόχος της είναι η δημιουργία μιας βιώσιμης ροής δωρεών που εξαρτάται αποκλειστικά από την αγορά βιβλίων και δώρων από την Alma & Raspita.</p> <p>Με κάθε πώληση ενός βιβλίου ή προϊόντος της ALMA Y RASPITA, δίνεται η δυνατότητα συντροφιάς σε ηλικιωμένους/-ες που δεν έχουν οικογένεια.</p> <p>Η εταιρεία πιστεύει στη δύναμη των ανθρώπων να αλλάξουν τα πράγματα με τις πράξεις, γι' αυτό και οι ιστορίες της είναι πιστοποιημένες με FSC, το οποίο σημαίνει ότι το χαρτί που χρησιμοποιείται για την εκτύπωση προέρχεται από δασικές περιοχές βέλτιστης διαχείρισης.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η σκέψη ότι το 57% των ηλικιωμένων ζει μόνο του και το 82% αισθάνεται ανασφάλεια και έχει προβλήματα κινητικότητας είναι αποκαρδιωτική.</p> <p>Με το ALMA Y RASPITA θα προσφέρεται συντροφιά σε ηλικιωμένους/-ες που είναι μόνοι/-ες τους και έτσι θα δημιουργηθεί θετικός αντίκτυπος τώρα και στο μέλλον.</p> <p>Η ALMA Y RASPITA δημιουργήθηκε από την Carmen Guzmán και εξελίχθηκε από συγγραφείς, εμπνευσμένους δεξιότητες και ενώσεις που προσφέρουν εργασία σε όσους έχουν μεγάλη ανάγκη.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Πρέπει όλες οι εταιρείες να διακατέχονται από κοινωνική ευθύνη; - Οι εταιρείες πρέπει να εστιάζουν περισσότερο στο τοπικό πλαίσιο και λιγότερο στο εθνικό ή στο διεθνές; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://almayraspita.com/nos-gusta-hacer-nuevos-amigos/ • https://almayraspita.com/blog/ 		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 29		Ισπανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Οι πιο σχετικές επαγγελματικές δεξιότητες	
Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ		
Όνομα οργανισμού:	"Bytemaster"	
Τύπος βιομηχανίας:	Τεχνολογία	
Αριθμός εργαζομένων:	50-60	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
<p>Στην Bytemaster πιστεύουν ότι το κλειδί για την επιτυχία των σημερινών φορέων υλικοτεχνικής υποδομής είναι η παροχή ψηφιακής τεχνολογίας στους οργανισμούς, στοιχείο που τους καθιστά πιο ευέλικτους και ανταγωνιστικούς.</p> <p>Η Bytemaster αντιλαμβάνεται το νέο παράδειγμα της υλικοτεχνικής υποδομής ως επανεξέταση των σχέσεων μεταξύ των φορέων της αλυσίδας αξίας, βάσει της διαφάνειας ψηφιακών πληροφοριών και πιστεύει στην αλληλένδετη παγκόσμια υλικοτεχνική υποδομή και προς αυτήν την κατεύθυνση το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού εργάζεται σε μια ατμόσφαιρα ευτυχίας.</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ		
Όνομα επιχειρηματία:	Alma Maseda	
Προφίλ:		
<p>Διαθέτει πολλά χρόνια εμπειρίας στον τομέα της διοίκησης και των οικονομικών και ξεκινά μια νέα περιπέτεια στον κόσμο του ανθρώπινου δυναμικού με ενθουσιασμό και προθυμία να συμβάλει στον οργανισμό με τον οποίο συνεργάζεται, να βάλει το δικό της λιθαράκι για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας μέσω των ανθρώπων.</p> <p>Τάσσεται υπέρ της διαχείρισης των οργανισμών με βάση την ευτυχία, ενός τρόπου διαχείρισης των επιχειρήσεων που εφαρμόζεται ελάχιστα στην Ισπανία, αλλά αποτελεί πρωτοποριακή διαχείριση σε άλλες χώρες και είναι πρόθυμη να μοιραστεί την εμπειρία της σε αυτή τη νέα περιπέτεια από τον χώρο εργασίας της.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Το ηθικό δίλημμα αφορούσε το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού, το οποίο έχει στόχο να δημιουργήσει ένα περιβάλλον όπου οι εργαζόμενοι/-ες είναι κάτι περισσότερο από ένα καλό βιογραφικό σημείωμα, κυρίως έχουν καλή συμπεριφορά, η οποία είναι το πολυτιμότερο προσόν.</p> <p>Όταν η Bytemaster προσλαμβάνει νέους/-ες υπαλλήλους, δίνει μεγαλύτερη σημασία στη συμπεριφορά και τα συναισθήματα του/της συνεντευξιζόμενου/-ης παρά στην εμπειρία ή το υπόβαθρό του.</p>		
Η απόφαση:		
<p>Η λύση στο δίλημμα είναι ότι χάρη στη στάση των υπαλλήλων της, στη Bytemaster εκτιμούν και εργάζονται πιο άνετα με ανθρώπους που θέλουν όντως να εργαστούν.</p>		
Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> - Τι είναι πιο σημαντικό κατά την πρόσληψη για μια εταιρεία; Οι κοινωνικές δεξιότητες; Οι γνώσεις; - Μπορεί μία εταιρεία να μεριμνά για τους εργαζόμενους και έχει κερδοφορία; 		
Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:		
<ul style="list-style-type: none"> • https://es.linkedin.com/in/alma-maseda • https://es.linkedin.com/company/bytemaster • https://www.bytemaster.es 		

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Νο 30		Λιθουανία
ΤΙΤΛΟΣ:	Πρωώθηση της διαφάνειας των επιχειρήσεων.	
Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ		
Όνομα του οργανισμού:	Πρωτοβουλία "BALTOJI BANGA" ("CLEAR WAVE")	
Τύπος βιομηχανίας:	Πρωτοβουλία	
Αριθμός εργαζομένων:	5	
Γενική περιγραφή της εταιρείας:		
		
<p>Η "BALTOJI BANGA" ("CLEAR WAVE") - είναι μια έντιμη και υπεύθυνη επιχείρηση από το 2007, μια ενωτική πρωτοβουλία που προωθεί τη διαφανή λιθουανική πολιτική.</p> <p>Αποστολή: η ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων, της κοινωνίας και της κυβέρνησης για τα πλεονεκτήματα της διαφανούς επιχειρηματικότητας.</p> <p>Όραμα: το σήμα "Baltoji banga" - η φιλοδοξία κάθε εταιρείας. Το συμβούλιο της πρωτοβουλίας "Baltoji banga" αποτελείται από εκπροσώπους διαφόρων εταιρειών, οργανισμών και εμπειρογνομώνων.</p> <p>Οι εταιρείες "Baltoji banga" αναγνωρίζονται από ένα επιχειρηματικό σήμα διαφάνειας, αναγνωρισμένο από την κοινωνία, την επιχειρηματική κοινότητα και τα μέσα ενημέρωσης. Τα προϊόντα, το πληροφοριακό υλικό ή τα διοικητικά έγγραφα που φέρουν τη σήμανση αυτή μας υπενθυμίζουν ότι η εταιρεία συμβάλλει στην εφαρμογή των αρχών της διαφανούς και δίκαιης επιχειρηματικότητας στη Λιθουανία, υποστηρίζει την κουλτούρα της ηθικής επιχειρηματικότητας και ταυτόχρονα συμβολίζει τη συνεχή μέριμνα της εταιρείας να διατηρήσει τη φήμη της. Είναι ένα σύμβολο επιχειρηματικής ακεραιότητας, διαφάνειας, υπευθυνότητας & βιωσιμότητας.</p> <p><u>Το 2021, σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη, το εμπορικό σήμα "Baltoji banga" ήταν το τρίτο πιο δημοφιλές στη Λιθουανία και περισσότερο από το ήμισυ του λιθουανικού πληθυσμού θα πλήρωνε περισσότερα για αγαθά ή υπηρεσίες που παρέχονται από μια διαφανή επιχείρηση.</u></p> <p>Η πρωτοβουλία για διαφανείς επιχειρήσεις ξεκίνησε από την ένωση «Φόρουμ των Επενδυτών», το «Ινστιτούτο Κοινωνιών των Πολιτών», το Αναπτυξιακό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών στη Λιθουανία, το λιθουανικό παράρτημα της «Διεθνούς Διαφάνειας», την ένωση πολιτών «Ο Λογαριασμός της Ντάλια» και τον λιθουανικό Οργανισμό Υποστήριξης Επιχειρήσεων.</p> <p><u>Προστάτιδα της πρωτοβουλίας "Baltoji banga" - είναι η Πρόεδρος της Δημοκρατίας της Λιθουανίας (2009-2019) A.E. Dalia Grybauskaitė.</u></p> <p>Εταίροι της πρωτοβουλίας είναι οι εξής: <u>Φορολογική Επιθεώρηση της Δημοκρατίας της Λιθουανίας, Κρατική Υπηρεσία Ερευνών της Δημοκρατίας της Λιθουανίας, Κρατική Επιθεώρηση Εργασίας.</u></p> <p>Την πρωτοβουλία διαχειρίζεται η Ένωση «Φόρουμ των Επενδυτών».</p> <p>Η πρωτοβουλία εστιάζει στην εκπαίδευση.</p> <p>Τον Απρίλιο του 2022, σύμφωνα με στοιχεία, 100 εταιρείες εντάχθηκαν στην πρωτοβουλία "Baltoji banga".</p>		
Ο/Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ (ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ)		
Όνομα επιχειρηματία:	Giedrė Bielskytė - συντονίστρια της πρωτοβουλίας "Baltoji banga". Karolina Motiejūnaitė - η νεότερη υπεύθυνη έργου της πρωτοβουλίας "Baltoji banga".	
Προφίλ:		
<p>Η Karolina Motiejūnaitė σπούδασε πολιτικές επιστήμες και έχει ποικίλη ακαδημαϊκή και επαγγελματική εμπειρία, ολοκλήρωσε την πρακτική της άσκηση στην πρωτοβουλία "Clear Wave" και επί του παρόντος εργάζεται στην πρωτοβουλία "Baltoji banga" - μια ΜΚΟ κατά της διαφθοράς. Μεταξύ άλλων, ενδιαφέρεται για τη φιλοσοφία, την ψυχολογία και την τέχνη.</p>		
ΤΟ ΗΘΙΚΟ ΔΙΛΗΜΜΑ		
Περιγραφή:		
<p>Αδιαφανείς επιχειρήσεις, παραοικονομία.</p> <p>Η διαφανής επιχειρηματική δραστηριότητα είναι η επιδίωξη όλων μας για διασφάλιση θεμιτού ανταγωνισμού, υπεύθυνων και έντιμων σχέσεων με τους εργαζόμενους/-ες, τους πελάτες/-ισσες, τους/τις συνεργάτες και το κράτος. Οι εταιρείες που λειτουργούν με διαφάνεια στη Λιθουανία διαπιστώνουν ότι αυτό το χαρακτηριστικό</p>		

βελτιώνει τη φήμη της εταιρείας, μειώνει τους κινδύνους διαχείρισης των επιχειρήσεων, αυξάνει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών/-τριών και την ελκυστικότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών στην αγορά. Θεωρείται ως μία από τις εταιρείες που προσπαθούν να καταστήσουν την υπεύθυνη επιχειρηματική δραστηριότητα στη Λιθουανία κανόνα και όχι την εξαίρεση. Ως εκ τούτου, όποια εταιρεία και οργανισμός στη Λιθουανία θεωρεί σημαντική την επιχειρηματική κουλτούρα και θέλει να διέπεται από υγιείς αρχές εργασίας, καλείται να γίνει μέρος της διαφανούς επιχειρηματικής πρωτοβουλίας "Baltoji banga".

Η απόφαση:

Παρακίνηση ώστε οι εταιρείες να συμμετάσχουν στην πρωτοβουλία "Baltoji banga".

Οι οργανισμοί που έχουν ενταχθεί στην πρωτοβουλία "Baltoji banga" ("Καθαρό κύμα") δεσμεύονται να ενεργούν με διαφάνεια, να συμμορφώνονται με τους νόμους και κανονισμούς σχετικούς με τις δραστηριότητές τους, μεταξύ άλλων στους τομείς της πρόληψης της διαφθοράς, της προστασίας των προσωπικών δεδομένων, της προστασίας του περιβάλλοντος, του ανταγωνισμού, της ασφάλειας και της υγείας των εργαζομένων κ.ά. Ενθαρρύνουμε τα μέλη της πρωτοβουλίας να επιτύχουν περισσότερα από όσα λέει ο νόμος: να καθιερώσουν ένα περιβάλλον κατά της διαφθοράς, μια κουλτούρα ηθικής επιχειρηματικότητας, να μοιραστούν βέλτιστες πρακτικές με άλλα μέλη της πρωτοβουλίας, την επιχειρηματική κοινότητα και την κοινωνία. Η πρωτοβουλία "Baltoji banga" ιδρύθηκε το 2007 και σήμερα ενώνει περίπου 100 εταιρείες που εκπροσωπούν μεγάλες, μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις.

Οι συμμετέχοντες/-ουσες της διαφανούς επιχειρηματικής πρωτοβουλίας "Baltoji banga" φέρουν το σήμα κοινωνικής επιχείρησης "Baltoji banga" στη Λιθουανία, ένα σύμβολο επιχειρηματικής υπευθυνότητας και διαφάνειας, που σηματοδοτεί τις εταιρείες που λειτουργούν ανοιχτά, καλλιεργώντας μια κουλτούρα ηθικής επιχειρηματικότητας και διαφυλάσσουν τη φήμη τους.

Προτεινόμενες ερωτήσεις για συζήτηση [εάν υπάρχουν]:

- Ποιο είναι το ηθικό πρόβλημα/ηθικό δίλημμα αυτής της πρωτοβουλίας;
- Τι είναι η «παραοικονομία». Τι αντίκτυπο έχει σε τοπικό/ευρωπαϊκό/παγκόσμιο επίπεδο;
- Ο αγοραστής/-τρια ενδιαφέρεται για τη σήμανση των εταιρειών, των αγαθών, των υπηρεσιών;
- Ποιες εγγυήσεις χάνονται και τι διακινδυνεύουν οι άνθρωποι αγοράζοντας παράνομα αγαθά/υπηρεσίες;
- Τι εγγυήσεις χάνουν οι άνθρωποι όταν εργάζονται παράνομα;
- Γνωρίζετε άλλες παρόμοιες πρωτοβουλίες που ενθαρρύνουν τον διαφανή τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων;





Επιπρόσθετοι πόροι [εάν υπάρχουν]:










- <https://baltojibanga.lt>
- <https://www.youtube.com/watch?v=bAFvfJsg-Mk>
- <https://baltojibanga.lt/pamoka/>
- <https://baltojibanga.lt/wp-content/uploads/2022/03/Copy-of-Baltoji-Banga.pdf>
- <https://baltojibanga.lt/prisijunk/>



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - Εμπλεκόμενες εταιρείες/οργανισμοί

ΧΩΡΑ:	ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ 
ΙΔΡΥΜΑ:  KAUNAS EDUCATION CENTER OF TECHNOLOGIES	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΤΟΥ ΚΑΟΥΝΑΣ (Kautech). Περισσότερες πληροφορίες: https://kautech.lt/?lang=en
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ:	
	1. Το "Lietuvos Junior Achievement" ("LJA") - είναι ο πρώτος μη κυβερνητικός οργανισμός στη Λιθουανία που υλοποιεί προγράμματα προοδευτικής οικονομικής εκπαίδευσης, εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας, χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού και εκπαίδευσης σταδιοδρομίας σε σχολεία γενικής εκπαίδευσης, ιδρύματα επαγγελματικής κατάρτισης και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Περισσότερες πληροφορίες: https://lja.lt
	2. Το "Kauno švietimo inovacijų centras" («Κέντρο καινοτομίας στην εκπαίδευση Κάουνας») - είναι ένα ινστιτούτο προϋπολογισμού του δήμου της πόλης Κάουνας και ένα από τα μεγαλύτερα κέντρα βελτίωσης των προσόντων των παιδαγωγών στη Λιθουανία. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.kpkc.lt/en/
	3. "Kauno prekybos, pramonės ir amatų rūmai" («Εμπορικό, Βιομηχανικό και Βιοτεχνικό Επιμελητήριο του Κάουνας») - είναι ο μεγαλύτερος οργανισμός που συγκεντρώνει την επιχειρηματική κοινότητα των περιοχών Κάουνας και Μαριάμπολε και αναπτύσσει υπηρεσίες για τις επιχειρήσεις. Περισσότερες πληροφορίες: https://chamber.lt/en/
	4. "Europos socialinio verslumo ugdymo ir inovatyvių studijų institutas" («Ινστιτούτο Ευρωπαϊκής κοινωνικής επιχειρηματικότητας και καινοτόμων σπουδών»). Περισσότερες πληροφορίες: https://europe-institute.com
	5. Η UAB "RUBBEE" - είναι μια εταιρεία ΕΠΕ, η οποία παράγει κιτ μετατροπής ηλεκτρικών ποδηλάτων και συμβάλλει στη μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος, ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να χρησιμοποιούν ποδήλατα αντί για ρυπογόνα αυτοκίνητα. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.rubbee.co.uk
	6. Η "ŪKAI" - είναι μια καινοτόμος και βιώσιμη μάρκα, η οποία συμβάλλει στη μείωση της ρύπανσης των ωκεανών από πλαστικό και κατασκευάζει προϊόντα από ανακυκλωμένο πλαστικό. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.ukai.eu
	7. "SOLIDU cosmetics" - είναι μια εταιρεία που παράγει φιλικά προς το περιβάλλον καλλυντικά στερεάς μορφής, τα οποία κατασκευάζονται στη Λιθουανία, ακολουθώντας τις αρχές της «μηδενικής απόρριψης» και της υπεύθυνης κατανάλωσης. Περισσότερες πληροφορίες: https://soliducosmetics.com
	8. Ο VŠĮ "TUŠTI NARVAI" («ΑΔΕΙΑ ΚΛΟΥΒΙΑ») - είναι δημόσιος φορέας και μη κερδοσκοπικός οργανισμός προστασίας των ζώων. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.tustinarvai.lt
	9. Η "BALTOJI BANGA" ("ΚΑΘΑΡΟ ΚΥΜΑ") - είναι μια πρωτοβουλία που ενώνει έντιμες και υπεύθυνες επιχειρήσεις, προωθώντας διαφανείς λιθουανικές επιχειρηματικές πρακτικές. Περισσότερες πληροφορίες: https://baltojibanga.lt/en/
	10. "MAISTO BANKAS" («ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ») - Φιλανθρωπικό Ταμείο και Ταμείο Στήριξης. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.maistobankas.lt
	11. "MANO GURU" ("MY GURU") - πρόκειται για μια κοινωνική επιχείρηση για την ένταξη κοινωνικά αποκλεισμένων ανθρώπων (πρώην εξαρτημένους/-ες από ψυχοδραστικές ουσίες, πρώην φυλακισμένους/-ες, άτομα με αναπηρία και άστεγους) στην αγορά εργασίας. Περισσότερες πληροφορίες: https://lt-lt.facebook.com/salotubaras/
	12. "JAUNIMO LINIJA" ("YOUTH LINE") - είναι ΜΚΟ και μία από τις μεγαλύτερες δωρεάν υπηρεσίες συναισθηματικής υποστήριξης μέσω τηλεφώνου και διαδικτύου στη Λιθουανία. Περισσότερες πληροφορίες: https://jaunimolinija.lt/en/
 MAMŲ UNIJA Children's Cancer Foundation	13. "MAMŲ UNIJA" ("MOTHERS' UNION") - Ίδρυμα για τον καρκίνο των παιδιών, που υποστηρίζει με διάφορους τρόπους τα παιδιά που πάσχουν από καρκίνο και τις οικογένειές τους. Περισσότερες πληροφορίες: https://mamuunija.lt/en/
	14. VŠĮ "LESE" - πρόκειται για δημόσιο ίδρυμα και οργάνωση περίθαλψης άστεγων ζώων. Περισσότερες πληροφορίες: https://lese.lt/en/

	<p>15. "KŪRYBOS KAMPAS 360" / Vši "Už švarią Lietuvą" ("CREATIVE ANGLE 360"/ Δημόσιος φορέας «Για μια καθαρή Λιθουανία») - είναι ένας δημόσιος φορέας και μια κοινωνική πρωτοβουλία που αναπτύσσει ιδέες βιώσιμης κατανάλωσης και δευτερογενούς σχεδιασμού για ένα καθαρότερο και υγιέστερο περιβάλλον. Το "Kūrybos kampas 360" πραγματοποιεί εκπαιδευτικές δραστηριότητες με τη διοργάνωση δημιουργικών εκδηλώσεων και εργασιών. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.kuryboskampas360.lt</p>
	<p>16. "SOCIALINIS TAKSI" ("SOCIAL TAXI") - πρόκειται για μια μοναδική υπηρεσία που συμβάλλει στην οργάνωση των μετακινήσεων ατόμων με αναπηρία σε χώρους οικονομικής και κοινωνικής απασχόλησης. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.zmogui.lt/socialinis-taksi/</p>
	<p>17. Έργο «ΚΑΟΥΝΑΣ 2022 - Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πρόγραμμα "Kaunas challenge", • Πρόγραμμα "Εθελοντισμός". <p>Περισσότερες πληροφορίες: https://kaunas2022.eu/en/</p>
	<p>18. "JIK" / "Žinau viską" ("I know everything") - Κέντρο πληροφόρησης και συμβουλευτικής νέων. Περισσότερες πληροφορίες: https://zinauviska.lt</p>

<p>ΧΩΡΑ:</p>	<p>ΚΥΠΡΟΣ </p>
<p>ΙΔΡΥΜΑ:</p>  <p>UNIVERSITY of NICOSIA</p>	<p>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΛΕΥΚΩΣΙΑΣ. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.unic.ac.cy</p>
<p>ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ:</p>	
<p>Απόλυτη ομορφιά Ltd</p>	<p>1. Η "Absolut Beauty" ΕΠΕ είναι ένα επαγγελματικό ινστιτούτο αισθητικής, που ιδρύθηκε το 1989 από τη Φανή Νικολαΐδου, μέλος του Συνδέσμου Αισθητικών Κύπρου. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.facebook.com/F.N.AbsolutyBeauty/</p>
	<p>2. «9:am Beauty & Wellness' Επαγγελματικό ινστιτούτο αισθητικής». Το ινστιτούτο αισθητικής ανήκει στη Μόνικα Χρήστου (Make Up Artist) και παρέχει τις ακόλουθες υπηρεσίες: Μακιγιάζ Νυφικό μακιγιάζ Επίσημο μακιγιάζ Μακιγιάζ για ειδικές περιστάσεις Θεραπεία προσώπου Περισσότερες πληροφορίες: https://www.facebook.com/9nine.am/</p>
	<p>3. Η "Impophar" είναι η κορυφαία εταιρεία ομορφιάς & ευεξίας στην Κύπρο, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις σε επιχειρηματικές μονάδες όπως: Γυμναστήρια, κέντρα φυσικοθεραπείας και αποκατάστασης, δερματολόγους και πλαστικούς χειρουργούς, καθώς και σε ιδιωτικά οικιακά γυμναστήρια και χώρους spa. Περισσότερες πληροφορίες: https://impophar.com/</p>
	<p>4. Το "The Block" (CDK Food Services ΕΠΕ) είναι ένα εστιατόριο στην πανεπιστημιούπολη του Πανεπιστημίου Λευκωσίας ανοικτό για το κοινό, για τους σπουδαστές/στρίες και τα μέλη του διδακτικού προσωπικού. Ανήκει στον Χάρη Κωνσταντίνου, κάτοχο Bachelor στη Διοίκηση Μαγειρικών Τεχνών από το Intercollege. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.facebook.com/theblockrest/</p>
	<p>5. Το "Siblings Coffee" ιδρύθηκε το 2020 από τον Γιώργο Γεωργίου και σερβίρει κυρίως καφέ. Βρίσκεται στη Λάρνακα Κύπρου. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.facebook.com/siblingscoffee2020/</p>
	<p>6. Ο "Σύνδεσμος Αρχιμαγειρών Κύπρου" ("ΣΑΚΚ") είναι ένας επαγγελματικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός που έχει στόχο να ενώσει σεφ και μάγειρες/-ισες στην επικράτεια της Κύπρου με γνώμονα την επαγγελματική αριστεία. Ως οργάνωση, η (CCA) εκπροσωπεί τη φωνή σε όλα τα θέματα που σχετίζονται με την επαγγελματική μαγειρική. Περισσότερες πληροφορίες: https://cypuschefsassociation.com/</p>
	<p>7. Η «Κυπριακή Ένωση ιαματικών λουτρών» ("CSA") συγκεντρώνει μια ποικιλία διαφορετικών τύπων ιαματικών λουτρών στην Κύπρο, καθώς και συνεργαζόμενα μέλη που έχουν τους ίδιους στόχους και τον ίδιο κώδικα. Ο CSA συνεργάζεται επίσης με την Ένωση ιαματικών λουτρών Ηνωμένου Βασιλείου (από τον Φεβρουάριο του 2015). Περισσότερες πληροφορίες: https://www.cypspas.com/</p>
	<p>8. Το "Κόκκινο Κουτί" είναι ένα τροχόσπιτο που έχει μετατραπεί σε καντίνα και βρίσκεται στο Δάλι της Κύπρου. Με έναν ευρύχωρο χώρο στάθμευσης οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν καφέ, δροσερά ποτά, και ποικιλία σνακ. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.facebook.com/theredboxcoffeebar/</p>






Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις






Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ΧΩΡΑ:	ΓΕΡΜΑΝΙΑ 
ΙΔΡΥΜΑ:  FH MÜNSTER University of Applied Sciences	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΟΥ ΜΙΝΣΤΕΡ Περισσότερες πληροφορίες: https://en.fh-muenster.de
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ:	
	1. "Strong Star" Ltd. Η Strongstar είναι ένας όμιλος ιατρικών συσκευών με έδρα την Σαγκάη. Περισσότερες πληροφορίες: http://www.ss-med.com
	2. "COLUN" . Η COLUN είναι μια χιλιανή εταιρεία, που βρίσκεται στις περιοχές Los Ríos και Los Lagos, όπου παράγουν γάλα υψηλής ποιότητας. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.colun.cl
	3. "LiBa" . Από το 2014, τα αναψυκτικά liba διανέμονται στην περιοχή του Μίνστερ υπό την επωνυμία liba GmbH & Co. KG. Η εστίασή τους να είναι βιώσιμη και vegan. Περισσότερες πληροφορίες: https://liba-trinken.de
	4. "Sonder" . Μια ψηφιακή πλατφόρμα μέριμνας που δίνει τη δυνατότητα στους ανθρώπους να ζουν με ευημερία, ώστε να είναι καλά και αποδοτικοί στον μέγιστο δυνατό βαθμό. Περισσότερες πληροφορίες: https://sonder.io
	5. "Daifresh" . Εταιρεία που εξειδικεύεται στην παραγωγή μούρων και εσπεριδοειδών τα οποία προμηθεύει παγκοσμίως. Περισσότερες πληροφορίες: https://daifresh.com
	6. "Fooodz" GbR. Διαδικτυακός ιστότοπος για υψηλής ποιότητας τρόφιμα, φαρμακευτικά και καλλυντικά προϊόντα, είδη οικιακής χρήσης και προμήθειες για κατοικίδια ζώα. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.fooodz.de
	7. "MasCiclo" . Το MasCiclo είναι ένα γκαράζ για ποδήλατα στην Ισπανία. Περισσότερες πληροφορίες: https://masciclo.com
	8. "Timothy Wareman K.E.G.S." . Ζυθοποιία που εστιάζει στην παράδοση και την υψηλή ποιότητα. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.kegsbrouwerij.nl/author/timothywareman/?lang=en
	9. "Boutiqua Portuguesa" . Διαδικτυακό κατάστημα εκλεκτών τροφίμων που προσφέρει ειδικές πορτογαλικές σπεσιαλιτέ και λιχουδιές. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.boutiquaportuguesa.de
	10. "Mays doceria" . Η Mays doceria είναι μια καφετέρια-ζαχαροπλαστείο στη Βραζιλία. Πρόκειται για μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση την οποία ίδρυσε ένας φοιτητής. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.facebook.com/mays.doceria/
	11. "Malunt" . Η Malunt πωλεί πλούσια, θρεπτικά και υγιεινά σνακ χωρίς πρόσθετα ή αρώματα. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.malunt.com

ΧΩΡΑ:	ΙΣΠΑΝΙΑ 
ΙΔΡΥΜΑ:  Escola Pia Santa Anna-Mataró	ESCOLA PIA MATARO. Περισσότερες πληροφορίες: https://mataro.escolapia.cat
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ:	
	1. "Bytemaster" . Προσφέρει αποτελεσματικές λύσεις υλικοτεχνικής υποδομής για επιχειρήσεις Περισσότερες πληροφορίες: https://www.bytemaster.es/en/
	2. "Fagem" . Η Ομοσπονδία Επιχειρηματικών Συνδέσμων Maresme είναι ο φορέας που εκπροσωπεί τον επιχειρηματικό ιστό της ομώνυμης περιοχής. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.fagem.org/
	3. "P&O Ferrymasters" . Η P&O Ferrymasters είναι ένας κορυφαίος ευρωπαϊκός πάροχος ποικίλων λύσεων μεταφοράς και υπηρεσιών υλικοτεχνικής υποδομής. Προσφέρουν την οδική, τη σιδηροδρομική και τη θαλάσσια μεταφορά σε 24 χώρες, παρέχοντας απρόσκοπτες και αποτελεσματικές λύσεις εφοδιαστικής αλυσίδας που ολοκληρώνονται επιτυχώς κάθε φορά. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.poferrymasters.com/

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.





Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	<p>4. "Laru". Ο στόχος του Espai Laru είναι πολύ σαφής: ο αθλητισμός είναι το κλειδί για την προώθηση ενός υγιεινού τρόπου ζωής. Αξίες όπως το αθλητικό πνεύμα, η αρμονική συνύπαρξη, η ομαδικότητα και η αλληλεγγύη τους διακατέχουν από την πρώτη μέρα λειτουργίας τους. Περισσότερες πληροφορίες: https://espailaru.cat/</p>
	<p>5. "Alma και Raspita". Το "Alma and Raspita" δημιουργήθηκε από τους ιδιοκτήτες με έμπνευση από τους γονείς και τους παππούδες τους. Ήθελαν να φτιάξουν όμορφες ιστορίες για να τους ανταποδώσουν όλες εκείνες τις ιστορίες που τους συντρόφευσαν στα παιδικά τους χρόνια και συντροφεύουν εκείνους τώρα στα γεράματά τους. Περισσότερες πληροφορίες: https://almayraspita.com/</p>
	<p>6. "NEM". Η Negoci Empresa Mataró είναι συνεταιρισμός με κύριο στόχο την οργάνωση πρωτοβουλιών και δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην επιχειρηματική προώθηση του τομέα και στην εμπορική δυναμική αυτής της πόλης. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.nem.cat/</p>
	<p>7. "Sandir". Στη Sandir είναι ειδικό στα αρώματα. Αφήστε τη να σας συνεπάρει και να σας ταξιδέψει, δημιουργώντας μοναδικές αισθητικές εμπειρίες ανάλογα με την εικόνα της μάρκας που θέλετε να αποπνεύσετε. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.sandir.com/</p>
	<p>8. "Fundació Maresme". Στο "Fundació el Maresme" έχουν ως γνώμονα την προώθηση της ένταξης και της βελτίωσης της ποιότητας ζωής των ατόμων με ειδικές δυσκολίες και σύνθετες ανάγκες και των οικογενειών τους στο Maresme -κυρίως με νοητική αναπηρία. Ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις απαιτήσεις αυτής της ομάδας με ένα ευρύ δίκτυο υπηρεσιών και κέντρων που προσφέρουν φροντίδα και αδιάκοπη υποστήριξη. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.fundaciomaresme.cat/</p>
	<p>9. "Συνεταιρισμός Cafè del Mar". Η Unió de Cooperadors, ιστορικό σημείο αναφοράς για τους συνεταιρισμούς στο Mataró, γεννήθηκε το 1927. Μέχρι σήμερα, έχει καταφέρει να ανακτήσει μέρος της συνεταιριστικής κληρονομιάς του που λεηλατήθηκε κατά τη διάρκεια της δικτατορίας του Φράνκο και η οποία βρίσκεται στο Ίδρυμα Unió de Cooperadors de Mataró, που προορίζεται αποκλειστικά για την προώθηση του συνεταιρισμού και της κοινωνικής οικονομίας. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.uniocoopmataro.cat/</p>
	<p>10. "Tenbei". Η Belén και ο Evaristo επενδύουν σε καλλιτέχνες/-ιδες και σχεδιαστές/-τριες με μεγάλο ταλέντο ξεκινώντας από μια υπεύθυνη και ηθική κατανάλωση. Περισσότερες πληροφορίες: https://tenbeiconcept.com/</p>
	<p>11. "Hola Marketing". Το Μάρκετινγκ που ΕΣΕΙΣ ψάχνετε, για να αναπτύξετε την επιχείρησή σας. Περισσότερες πληροφορίες: https://holamarketing.online/</p>
	<p>12. "Auria Sports". Η Auria Sports Events είναι μια εταιρεία που ειδικεύεται στη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων και στην κατοχύρωση εμπορικών σημάτων. Επικεντρώνεται σε δράσεις αθλητικού μάρκετινγκ και διαχείρισης εκδηλώσεων, καθώς και στην προώθηση άλλων προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του αθλητισμού. Περισσότερες πληροφορίες: https://auriasports.com/en/</p>
	<p>13. "Ποδηλατοδρόμιο La Poma". Το ποδηλατοδρόμιο είναι ένα υπαίθριο αθλητικό συγκρότημα που βρίσκεται στην Premià de Dalt (Maresme). Εκεί ασκούνται όλα τα είδη αθλημάτων ποδηλάτου: skate, trial, BMX, pumptrack και dirt jump. Το ποδηλατοδρόμιο La Poma γεννήθηκε το 2005 ως «πεδίο» εξάσκησης dirt jump Περισσότερες πληροφορίες: https://lapomabikepark.com/en/bikepark-eng/</p>
	<p>14. "GENTIC". Η Gentic είναι μια επιχειρηματική ένωση ανοικτή σε όλες τις εταιρείες και τους επαγγελματίες του κλάδου των ΤΠΕ. Με άλλα λόγια, κάθε Εταιρεία ή Αυτοαπασχολούμενος/η που δημιουργεί, παράγει, εμπορεύεται, παρέχει υπηρεσίες ή οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα που περιλαμβάνει προϊόντα ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών) μπορεί να γίνει μέλος της GENTIC. Περισσότερες πληροφορίες: https://gentic.org/</p>
	<p>15. "Meet&Map". Στο Meet&Map δεσμευόμαστε για τη δημιουργία νέων μοντέλων κοινωνίας που βασίζονται στη συνεργασία και γι' αυτό προωθούμε τη δημιουργία προσωπικών σχεδίων και συμμαχιών μεταξύ διαφορετικών ομάδων από την περιοχή Maresme. Περισσότερες πληροφορίες: https://meetandmap.org/</p>
	<p>16. "Tecnocampus". Το Ίδρυμα TecnoCampus Mataró-Maresme είναι ο δημόσιος φορέας υπεύθυνος για τη διαχείριση του τεχνολογικού και πανεπιστημιακού πάρκου TecnoCampus. Προωθούμενο από το Δημοτικό Συμβούλιο του Mataró, είναι ένα ίδρυμα ιδιωτικού δικαίου με έφεση στη δημόσια υπηρεσία της εκπαίδευσης και της</p>

	επιχειρηματικής ανάπτυξης. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.tecnocampus.cat/en/sobre-el-parc-tecnocampus/sobre-el-tecnocampus
--	--

ΧΩΡΑ:	ΟΛΛΑΝΔΙΑ
ΙΔΡΥΜΑ: 	FRIESLAND COLLEGE (του χρόνου μετονομάζεται σε FIRDA). Περισσότερες πληροφορίες: https://www.frieslandcollege.nl
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ:	
	1. "Zuivelrijck". Ο επιχειρηματίας René van der Veen του Zuivelrijck πριν λίγα έτη εκμεταλλεύτηκε το άνοιγμα στον τομέα των βιολογικών γαλακτοκομικών προϊόντων. Ήταν ο πρώτος στην Ολλανδία που εισήγαγε βιολογική κρέμα καφέ. «Η αγορά καφέ δίκαιου εμπορίου και βιολογικού καφέ βρισκόταν σε άνοδο εδώ και χρόνια, αλλά το βιολογικό γάλα καφέ δεν υπήρχε. Αυτό ήταν το πρώτο προϊόν της εταιρείας μας και από τότε η γκάμα επεκτάθηκε περαιτέρω και περιλαμβάνει βιολογικό πλήρες γάλα και βιολογικό πλήρες σοκολατούχο γάλα. Περισσότερες πληροφορίες: http://www.zuivelrijck.nl/
	2. "Xpressy". Ενα σύγχρονο γραφείο ανάπτυξης καριέρας που επιδιώκει να κάνει αισθητή την παρουσία του. Για να διαπρέψει κανείς, η εργασία πρέπει να αντικατοπτρίζει ποιος πραγματικά είσαι. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.xpressy.nl/over-xpressy/
	3. "Pottle". Με το Pottle, θέλουμε να αλλάξουμε προοπτική. Αυτό σημαίνει ελευθερία επιλογής στην αγορά εργασίας, όπου άλλες εταιρείες αναγνωρίζουν και εφαρμόζουν τον μοντέρνο τρόπο που εμείς δουλεύουμε. Με αυτόν τον τρόπο, οι δικοί μας ήρωες δεν θα μπορούν απλώς να εργάζονται στον παιδικό σταθμό, αλλά θα συμμετέχουν πραγματικά είτε ως μηχανικοί αυτοκινήτων, είτε στον κλάδο της εστίασης είτε κάπου αλλού. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.pottle.nl/
	4. "Centrum Duurzaamheid". Το Κέντρο Βιώσιμης Ανάπτυξης κεντρίζει την περιέργεια των φοιτητών/-τριών και των επιχειρήσεων με τη μετάδοση των τεχνικών γνώσεων για το μέλλον μέσω:ν της Βιώσιμης Κατοικίας ν Έργων Καινοτομίας ν Βιώσιμων Διαλέξεων ν Βιώσιμων Ενοτήτων. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.centrumduurzaamfriesland.nl/
	5. "Schillenboer". Το Cycle up προσφέρει μια ουδέτερη από άποψη άνθρακα υπηρεσία συλλογής για τα απόβλητα των τοπικών επιχειρήσεων, τα μετατρέπει σε πρώτες ύλες, για την παραγωγή προϊόντων έτοιμων για νέα χρήση. Το Cycle up γίνεται επίσης ένας κόμβος επικοινωνίας για κυκλικές επιχειρήσεις, όπου μεταδίδεται τεχνογνωσία και αποτελεί έναν κοινό κοινωνικό χώρο εργασίας. Περισσότερες πληροφορίες: http://cycle-up.nl/
	6. "Tosti club Leeuwarden". Μερικές φορές ακούς ιστορίες που σε ανατριχιάζουν, ιστορίες ανθρώπων που ακολουθούν το πάθος τους, ζουν τα όνειρά τους. Όταν ήταν 12 ετών ο Coen Heijkoop είχε ένα όνειρο, πάθος για τους παλιούς ολλανδικούς μύλους και όλα όσα σχετίζονταν με αυτούς, μέχρι που κατάφερε να πείσει τον πατέρα του να αρχίσει να δουλεύει ο ίδιος με ψωμί. Το αποτέλεσμα; Ονομάζεται Tosti Club. Περισσότερες πληροφορίες: https://thetosticlub.nl/
	7. "Omke Jan". Ο Omke Jan αγαπάει την παρέα - του "folk om 'e doar. Γνωρίζει τους πάντες και πηγαίνει παντού. Οι έμποροι, οι αγρότες και οι συγχωριανοί του ξέρουν πάντα πού να τον βρουν. Ο Omke Jan αγαπάει την καλή ζωή, είναι πανδοχέας που εμπιστεύεται τους επισκέπτες του και του αρέσει, όσοι βρίσκονται κοντά του, να αισθάνονται άνετα. Όποιος τον επισκέπτεται στο σπίτι, χαιρεί θερμής υποδοχής και καλού φαγητού, με συνοδεία ιστοριών και τυχαίων συναντήσεων. Περισσότερες πληροφορίες: https://omkejan.nl/

ΧΩΡΑ:	ΕΛΛΑΔΑ
ΙΔΡΥΜΑ: 	IDEC S.A. Περισσότερες πληροφορίες: https://idec.gr
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ:	
	1. Η εταιρεία "Ports & Shipping Advisory" ("P&S Advisory") ιδρύθηκε το 2014. Με βάση την ειδική τεχνογνωσία και τις εμπειρίες των μελών της από τη βιομηχανία λιμένων και ναυτιλίας, η P&S Advisory στοχεύει στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών με βάση τις

	<p>ιδιαίτερες ανάγκες του εκάστοτε πελάτη/-ισσας. Περισσότερες πληροφορίες: http://psadvisory.eu/</p>
	<p>2. Οι εκδόσεις "MINOAS" ιδρύθηκαν το 1952 και στόχος τους είναι να προσφέρουν τα καλύτερα βιβλία σε όλους τους αναγνώστες/-τριες. Η ποιότητα και η ποικιλία των παιδικών βιβλίων έχουν καθιερώσει τις εκδόσεις MINΩΑΣ ως έναν από τους σημαντικότερους εκδοτικούς οίκους στην Ελλάδα. Περισσότερες πληροφορίες: https://minoas.gr/</p>
	<p>3. "Ε-καθημερινή", είναι η ψηφιακή έκδοση μιας από τις πιο πολυδιαβασμένες εφημερίδες στην Ελλάδα. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.ekathimerini.com/</p>
	<p>4. Η "Nova" είναι η εταιρεία που έφερε πρώτη στην Ελλάδα το Διαδίκτυο, την κινητή τηλεφωνία και τη συνδρομητική τηλεόραση. Αποτελεί μέρος του United Group, του μεγαλύτερου ομίλου τηλεπικοινωνιών και μέσων ενημέρωσης στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και προέκυψε από την ενοποίηση της Nova με τη Wind Hellas. Περισσότερες πληροφορίες: https://nova.gr/</p>
	<p>5. "APSON". Εταιρική Βιωσιμότητα και Υπευθυνότητα- παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, στρατηγικών μάρκετινγκ και επικοινωνίας και ανάπτυξη εργαστηρίων νεοφυών επιχειρήσεων. Περισσότερες πληροφορίες: www.apson.gr</p>
	<p>6. Το "Kovald" υιοθετεί έναν πρωτοποριακό τρόπο σκέψης: Τα πάθη και η τεχνολογία μετατρέπονται σε καινοτομία, η οποία οδηγεί τις υπηρεσίες e-Business, e-Marketing, e-Consulting και e-Advertising σε μια νέα εποχή κερδοφόρας επιτυχίας για τους πελάτες μας. Αποστολή μας είναι να σας βοηθήσουμε να δημιουργήσετε μια βιώσιμη επιχείρηση που θα ξεχωρίζει, να είναι πιο αποτελεσματική και κερδοφόρα στο ανταγωνιστικό περιβάλλον των ψηφιακών αγορών. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.kovald.com/</p>
	<p>7. "Nlpgreece®" με το κατοχυρωμένο εμπορικό σήμα για το NLP στην Ελλάδα – Αρ. Μητρ. 187508 - και πιστοποίηση ISO 9001:2015, συνεχίζει με κύριο σκοπό να προσφέρει τη δυνατότητα σε άτομα και επαγγελματίες να χρησιμοποιήσουν τις εξειδικευμένες τεχνικές του συστήματος NLP (νευρογλωσσικός προγραμματισμός) και να καινοτομήσουν με στόχο την επαγγελματική διάκριση και την προσωπική και κοινωνική τους ανάπτυξη. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.nlpgreece.gr/</p>
	<p>8. Η "BALUCO" είναι μια διεθνής εταιρεία παροχής συμβουλών σε ζητήματα που αφορούν ναυτιλιακά καύσιμα και λιπαντικά και εξυπηρετεί την παγκόσμια ναυτιλιακή αγορά με συνέπεια, παρέχοντας κορυφαίες υπηρεσίες παγκοσμίως. Περισσότερες πληροφορίες: https://www.baluco.com/</p>
	<p>9. "JMK" - ανθρωποκεντρική εκπαίδευση & ανάπτυξη στελεχών επιχειρήσεων. Μέσω της ανθρωποκεντρικής εκπαίδευσης, οι άνθρωποι μαθαίνουν να ταυτίζουν την προσωπική τους ευτυχία και ευημερία με την παραγωγικότητα και την πρόοδο του εργασιακού τους περιβάλλοντος. Αυτό τους κάνει καλύτερους σε κάθε πτυχή της προσωπικής ζωής και, φυσικά, καλύτερους/ες εργαζόμενους/ες. Πρόκειται για μια συνένωση συμφερόντων, για διμερή φροντίδα και αμοιβαία προσφορά. Περισσότερες πληροφορίες: https://jmk.gr/</p>
	<p>10. "KLIMIS". VAS. & EK. Κοτταρίδη GP με τον διακριτικό τίτλο "KLIMIS" είναι μια οικογενειακή επιχείρηση με έδρα την Καλαμάτα από το 1968. Παράγει προϊόντα ασβέστη και ασχολείται με το εμπόριο οικοδομικών υλικών, ενώ από το 1992 παράγει και διακινεί στην αγορά ένα καινοτόμο προϊόν για μπάρμπεκιου, τις μπρικέτες ελιάς KLIMIS και άλλα προϊόντα θέρμανσης που παράγονται από πυρήνες ελιάς. Περισσότερες πληροφορίες: https://klimiscoal.gr/</p>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4 - Αναφορές

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 "ΘΕΩΡΗΤΙΚΕΣ ΒΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΘΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ":

Ενότητα 1 - ΗΘΙΚΗ:

- BBC (2021), Ethics: a general introduction, Retrieved January 12, 2021 from: http://www.bbc.co.uk/ethics/introduction/intro_1.shtml
- Connock, S. and Johns T. (1995), "Ethical Leadership", IPD, Λονδίνο.
- Fisher Thornton, L. (2015), Which Values Are Ethical Values? Ανακτήθηκε στις 12 Ιανουαρίου 2021 από: <https://leadingincontext.com/2015/06/17/ethical-values/>
- Hurn, B. (2008), "Ethics in international business", Industrial and Commercial Training, 40(7), 347-354.
- IBE (2021), Ethical Values, Institute of Business Ethics, Retrieved January 13, 2021 from: <https://www.ibe.org.uk/knowledge-hub/ibe-business-ethics-framework/ethical-values.html>
- Orme, G. and Ashton, C. (2003), "Ethics - A foundation competency", Industrial and Commercial Training, 35(5), 184-190.
- The Ethics Centre (2021), What is ethics?, Retrieved January 11, 2021 from: <https://ethics.org.au/why-were-here/what-is-ethics/>

Ενότητα 2 - ΕΤΑΙΡΙΚΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ) ΗΘΙΚΗ:

- <https://www.mindtools.com/pages/article/understanding-workplace-values.htm>
- https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_14_124
- <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
- <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Bingham (2009), Corporate Governance and Compliance, Ανακτήθηκε στις 3 Απριλίου 2011 από <http://www.bingham.com/PracticeDetails.aspx?PracticeID=1>.
- Connock, S. and Johns T. (1995), "Ethical Leadership", IPD, Λονδίνο.
- Cooper, R.W. and Frank, G.L. (1997), "Helping professionals in business behave ethically: why business cannot abdicate its responsibility to the profession", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 12/13, pp. 1453-66.
- Ford, R.C. and Richardson, W.D. (1994), "Ethical decision making: a review of the empirical literature", Journal of Business Ethics, Vol. 13 No. 3, pp. 205-21.
- Galinsky, A. (2008), SUN στη διεύθυνση <http://www.sun.com/emrkt/boardroom/newsletter/0907expertinsight.html>.
- Gray, S.T. (1996), "Codify your ethics", Association Management, Vol. 48 No. 8, p. 288.
- Hurn, B. (2008), "Ethics in international business", Industrial and Commercial Training, 40(7), 347-354.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005) Εταιρική κοινωνική ευθύνη: New Jersey: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, New Jersey: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause: John Wiley & Sons, σ. 3.
- Navran, F. (1997), "12 βήματα για την οικοδόμηση ενός προγράμματος δεοντολογίας με βέλτιστες πρακτικές", Workforce, τχ. 76 αριθ. 9, σσ. 117-22.
- OECD (2004), OECD Principles of Corporate Governance, Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης. Ανακτήθηκε στις 3 Μαΐου 2011 από <http://www.oecd.org/dataoecd/32/18/31557724.pdf>.
- Orme, G. and Ashton, C. (2003), "Ethics - A foundation competency", Industrial and Commercial Training, 35(5), 184-190.
- Payne, D., Raiborn, C. and Askvik, J. (1997), "A global code of business ethics", Journal of Business Ethics, Vol. 16 No. 16, pp. 1727-35.



- Razzetti, G. (2020), How to define corporate values (and why it matters), Retrieved January 15, 2021 from <https://www.fearlessculture.design/blog-posts/how-to-define-company-values-and-why-it-matters>
- Roth, N.L., Hunt, T., Stavropoulos, M. and Babik, K. (1996), "Can't we all just get along: cultural variables in codes of ethics", *Public Relations Review*, Vol. 22 No. 2, pp. 151-61.
- Shea, H. (2006) Εταιρική διακυβέρνηση και κοινωνική ευθύνη των οικογενειακών επιχειρήσεων στο Χονγκ Κονγκ: (HWL), Ανακτήθηκε στις 13 Μαΐου 2011 από http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=935101.
- Smeltzer, L.R. and Jennings, M. (1998), "Why an international code of business ethics would be good for business", *Journal of Business Ethics*, Vol. 17 No. 1, pp. 57-66.
- Steiner, G.A. & Steiner, J.F. (2006), *Business, Government, and Society: New York: A Managerial Perspective, Text and Cases*, Νέα Υόρκη: McGraw Hill/Irwin, σ. 597.
- Tucker, L.R., Stathakopolous, V. and Patti, C.H. (1999), "A multidimensional assessment of ethical codes: the professional business association perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. 19 No. 3 (part 2), pp. 287-300.
- Weeks, W.A. and Nantel, J. (1992), "Corporate codes of ethics and sales force behavior: a case study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11 No. 10, pp. 753-60.

Ενότητα 3 - ΚΩΔΙΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ (ΗΘΙΚΗ):

- Cooper, R.W. and Frank, G.L. (1997), "Helping professionals in business behave ethically: why business cannot abdicate its responsibility to the profession", *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 No. 12/13, pp. 1453-66.
- Ford, R.C. and Richardson, W.D. (1994), "Ethical decision making: a review of the empirical literature", *Journal of Business Ethics*, Vol. 13 No. 3, pp. 205-21.
- Gray, S.T. (1996), "Codify your ethics", *Association Management*, Vol. 48 No. 8, p. 288.
- Navran, F. (1997), "12 βήματα για την οικοδόμηση ενός προγράμματος δεοντολογίας με βέλτιστες πρακτικές", *Workforce*, τχ. 76 αριθ. 9, σσ. 117-22.
- Payne, D., Raiborn, C. and Askvik, J. (1997), "A global code of business ethics", *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 No. 16, pp. 1727-35.
- Roth, N.L., Hunt, T., Stavropoulos, M. and Babik, K. (1996), "Can't we all just get along: cultural variables in codes of ethics", *Public Relations Review*, Vol. 22 No. 2, pp. 151-61.
- Smeltzer, L.R. and Jennings, M. (1998), "Why an international code of business ethics would be good for business", *Journal of Business Ethics*, Vol. 17 No. 1, pp. 57-66.
- Tucker, L.R., Stathakopolous, V. and Patti, C.H. (1999), "A multidimensional assessment of ethical codes: the professional business association perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. 19 No. 3 (part 2), pp. 287-300.
- Weeks, W.A. and Nantel, J. (1992), "Corporate codes of ethics and sales force behavior: a case study", *Journal of Business Ethics*, Vol. 11 No. 10, pp. 753-60.

Ενότητα 4 - ΗΘΙΚΗ ΗΓΕΣΙΑ:

- Aernoudt R (2008), Έκθεση Συνεδρίου 2008, Διεθνές Συμπόσιο Επιχειρήσεων και Ηγεσίας: Ethics in Business - Corporate Culture & Spirituality, 13-14 Νοεμβρίου 2008 στο http://www.ccsforum.org/conference_report.html.
- Akers, J.: 1989, "Ethics and Competitiveness - Putting First Things First", *Sloan Management Review* 30, 69-71.
- Bowie, N.: 1997, "Οι ηθικές υποχρεώσεις των πολυεθνικών επιχειρήσεων. Προβλήματα διεθνούς δικαιοσύνης". Αναδημοσίευση στο 1998, T. L. Beauchamp και N. E. Bowie (επιμ.), *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, σ. 522-534.
- Gilmore, J. T.: 1986, "A Framework for Responsible Business Behavior", *Business and Society Review* (καλοκαίρι) 58, 31-34.



- Gurría A. (2009), "Επιχειρηματική ηθική και αρχές του ΟΟΣΑ: ", European Business Ethics Forum (EBEF) proceedings, Jan 2009.
- Steiner, G. and J. Steiner: 2000, Business, Government and Society (7η έκδοση), McGraw Hill, Νέα Υόρκη, σ. 206-208.
- Silk, L.: 1989, "The Challenge for Managers Is to Make Morality Pay", Business Month (May) 133, 8-11.
- Thompson A., Strickland A., and Gamble J. (2007), Crafting and Executing Strategy - The quest for competitive advantage, 15η έκδοση, McGraw Hill, 323-325.

Ενότητα 5 - ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ:

- Entrepreneur Europe (2015), The 4 Pillars of Ethical Enterprises, Ανακτήθηκε στις 28 Ιανουαρίου 2021 από: <https://www.entrepreneur.com/article/240035>
- Provident CPA (2020), Ηθική επιχειρηματικότητα: Ανακτήθηκε στις 28 Ιανουαρίου 2021 από: <https://providentcpas.com/ethical-entrepreneurship-the-impact-and-strategies-of-ethics/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 "Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΘΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ":

- Hogeschool Utrecht. (2017, 1 Νοεμβρίου). Ανέβασμα. Opgeroepen op november 25, 2020, van [husite.nl:https://husite.nl/toetsing/wp-content/uploads/sites/185/2017/11/criteria-voor-het-maken-van-een-casus.pdf](https://husite.nl/toetsing/wp-content/uploads/sites/185/2017/11/criteria-voor-het-maken-van-een-casus.pdf)
- Normen en Waarden. (2020, Ιανουάριος 1). Ethisch dilemma. Opgeroepen op november 25, 2020, van [normenenwaarden.org: https://www.normenenwaarden.org/ethisch-dilemma/](https://www.normenenwaarden.org/ethisch-dilemma/)
- Sociaal Werk Nederland. (2020, januari 1). Opgeroepen op november 25, 2020, van [sociaalwerknederland.nl: https://www.sociaalwerknederland.nl/?file=11981&m=1445424124&action=file.download](https://www.sociaalwerknederland.nl/?file=11981&m=1445424124&action=file.download)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ "QUICK SCAN":

- Hafsa J. (2017). Δάσκαλος του 21ου αιώνα: Χαρακτηριστικά και ανάπτυξη. Έρευνα για τις ανθρωπιστικές και κοινωνικές επιστήμες, 7. 50-54
- Entani T. (2022). Μοντέλα σχηματισμού ομάδων με βάση τις εσωτερικές αξιολογήσεις των μελών. In Integrated Uncertainty in Knowledge Modelling and Decision Making: 9th International Symposium, IUKM 2022, Ishikawa, Japan, March 18-19, 2022, Proceedings. Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 29-39. https://doi.org/10.1007/978-3-030-98018-4_3
- Wong K. M. (2021). "Ένα πλαίσιο σχεδιασμού για την ενίσχυση της εμπλοκής στη μαθητοκεντρική μάθηση: το κατέχω, το μαθαίνω και το μοιράζομαι" των Lee και Hannafin (2016): μια διεθνής προοπτική. Έρευνα και ανάπτυξη της εκπαιδευτικής τεχνολογίας: ETR & D, 69(1), 93-96. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09842-w>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 "ET TALKS":

- Αποτελεσματικοί εταιρικοί κώδικες δεοντολογίας: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-004-2169-2>, (μια ολιστική προοπτική για τους εταιρικούς κώδικες δεοντολογίας).
- 8 Κατευθυντήριες γραμμές για τη διεξαγωγή αποτελεσματικών συνεντεύξεων, <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/interview-guidelines> (πολύτιμο υλικό κατά την ανάπτυξη των κατευθυντήριων γραμμών της ET-talks για τις συνεντεύξεις).
- Μια επισκόπηση της παραγωγής βίντεο, <https://www.adobe.com/creativecloud/video/discover/video-production.html>, (μερικές ιδέες για το πώς να φτιάξετε ένα βίντεο, πώς να σχεδιάσετε τη διαδικασία και να αντιμετωπίσετε τα βήματα και να απολαύσετε την ανάπτυξη).
- Οι πέντε φάσεις της παραγωγής βίντεο, https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2019/06/Chapterthon_Video_Production_Guide.pdf, (ένας εμπνευσμένος

Erasmus+ Βασική δράση 202 Στρατηγικές συμπράξεις

Κωδικός έργου: A: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτό.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

οδηγός για το πώς να θέσετε στόχους, να προ-σχεδιάσετε και να παράγετε, πώς να ενσωματώσετε μουσική και να ευθυγραμμιστείτε με τους κανονισμούς του GDPR).

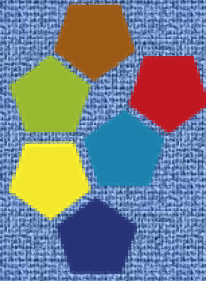
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 "ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΟ ΑΥΡΙΟ"

- Marian Buil (2022) δημιουργός της μεθοδολογίας Design Thinking. Πανεπιστήμιο Tecnocampus.
- Gallagher, Silvia Elena; Savage, Timothy (2020-12-26). "Η μάθηση με βάση την πρόκληση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση: μια διερευνητική βιβλιογραφική ανασκόπηση". Teaching in Higher Education: 1-23
- Bridgeman, P.A. (2010) Συζήτηση στρογγυλής τραπέζης: Μια αποτελεσματική στρατηγική δέσμευσης του κοινού. Εισήγηση που παρουσιάστηκε στο συνέδριο της Βορειοαμερικανικής Ένωσης Χριστιανών στην Κοινωνική Εργασία, Raleigh-Durham, NC, Νοέμβριος 2010.
- Facultad de Magisterio de Vitoria-Gasteiz. University del Pais Vasco. Νοέμβριος 22.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 "ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΑΘΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ":

- Bloom, B. S., Krathwohl, D. R., & Masia, B. B. (1984). Ταξινόμηση των εκπαιδευτικών στόχων του Bloom. Στο Allyn and Bacon. Pearson Education.
- Fink, L. D. (2003). Ένας αυτοκατευθυνόμενος οδηγός για το σχεδιασμό μαθημάτων για σημαντική μάθηση. University of Oklahoma, 27(11), 1-33.
- Sinek, S. (2019). Το άπειρο παιχνίδι. Penguin.





Value &
Future

Ηθική επιχειρηματικότητα με ισχυρό αντίκτυπο



Επισκεφτείτε την ιστοσελίδα μας: <https://valueandfuture.eu>



Value and Future

Το έργο συνδέει την ανάγκη για μια ισχυρή εκπαίδευση πάνω στην επιχειρηματικότητα, η οποία θα αλλάξει τη νοοτροπία των νέων και των εκπαιδευτικών σχετικά με την παράμετρο της Ηθικής στις επιλογές & αποφάσεις τους, την πορεία της σταδιοδρομίας τους και τη θέση τους στην κοινωνία. Υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για την επιχειρηματική ηθική στον κόσμο και για την εκπαίδευση πάνω στην ηθική επιχειρηματικότητα.

Το έργο προωθεί την υιοθέτηση μιας πιο δίκαιης, ηθικής επιχειρηματικής σκέψης ως τρόπο επίτευξης των παγκόσμιων και ευρωπαϊκών στόχων βιώσιμης ανάπτυξης.

Η ηθική επιχειρηματικότητα είναι μια συμπεριφορά που βασίζεται στα συστήματα αξιών, την εταιρική ευθύνη και την ακεραιότητα, για την προστασία των ανθρώπων και του περιβάλλοντος, ενώ παράλληλα παρέχει οικονομική αξία.

Erasmus+ Key Action 202 Strategic partnerships
Project code: 2020-1-NL01-KA202-064636

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) αντανακλά τις απόψεις μόνο του συγγραφέα, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης