



- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
- ΣΧΟΛΗ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
- ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

- **ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΕ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.**

- ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ: ΔΗΜΗΤΡΑ ΜΙΝΕΤΟΥ
- ΕΠΟΠΤΕΥΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :Δρ. ΠΑΡΙΣ ΖΑΧΟΥΡΗΣ

- ΤΟΠΟΣ: ΠΑΤΡΑ
- ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ: 2012

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή παρουσιάζει στοιχεία όσον αφορά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Παρουσιάζει την επιχείρηση ως μία συνολική οντότητα και όχι μόνο ως μία οικονομική μονάδα, όπου βρίσκεται ενταγμένη μέσα σε ένα πλαίσιο περιβαλλοντικό-κοινωνικό. Στην εποχή μας οι επιχειρήσεις για να είναι επιτυχημένες καλούνται να αποδείξουν πολλά περισσότερα από τη παραγωγή ενός προϊόντος. Έτσι εκτός της κερδοφορίας και της ποιότητας των προϊόντων, σημαντικό ρόλο παίζει η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων από τη λειτουργία μίας επιχείρησης και η έμπρακτη συμβολή της στην κοινωνική ευημερία. Με τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποδηλώνουμε την προσπάθεια των εταιρειών να ενσωματώσουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις δραστηριότητές τους μέσα από μια αλληλεπίδραση με τους κοινωνικούς εταίρους, πάντα σε εθελοντική βάση. Το να είναι μία εταιρία κοινωνικά υπεύθυνη σημαίνει όχι μόνο να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις που απορρέουν από το νόμο, αλλά επίσης να επενδύει περισσότερα σε ανθρώπινο κεφάλαιο, στο περιβάλλον και στις σχέσεις της με τα ενδιαφερόμενα μέρη της.

Στόχος της εργασίας αποτελεί η διεύρυνση του όρου της κοινωνικής ευθύνης, η συσχέτιση με άλλες έννοιες, η παράθεση ορισμών, η αναφορά της ιστορικής πορείας της ΕΚΕ σε τοπικό και διεθνές επίπεδο και η περιγραφή της στη σύγχρονη μορφή της. Επίσης παρουσιάζονται οι προσδιοριστικοί της παράγοντες, τα οφέλη-κόστη που προέρχονται από τις δράσεις και τα προγράμματα της ΕΚΕ όπως επίσης τα ενδιαφερόμενα μέρη της ΕΚΕ. Η εργασία δίνει έμφαση στην ευθύνη της επιχείρησης απέναντι στους πολίτες-καταναλωτές, περιβάλλον, εργαζόμενοι, μέτοχοι, τοπική κοινωνία κα. Δίνει έμφαση στην περιγραφή των κοινωνικών μετόχων, καθώς και στην ευθύνη της επιχείρησης προς αυτούς, που είναι οι εργαζόμενοι, οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι τοπικές κοινότητες, το κράτος και γενικότερα όσοι ασκούν επίδραση και δέχονται την επίδραση της επιχείρησης. Παρουσιάζεται ο παράγοντας περιβάλλον στα πλαίσια της Κοινωνικής Ευθύνης της επιχείρησης και γίνεται αναφορά σε φορείς που προωθούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τους στόχους τους.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΝΟΤΗΤΕΣ

ΣΕΛΙΔΕΣ

Εισαγωγή	4
ΕΝΟΤΗΤΑ 1	
1. Το πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης- Επιχειρήσεις και Κοινωνία.....	5
1.2 Έννοια και προσδιορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	6
1.3 Ιστορική αναδρομή και η μορφή της ΕΚΕ στο σύγχρονο κόσμο.....	9
1.3.1 Ιστορική αναδρομή.....	9
1.3.2 Η σύγχρονη μορφή της ΕΚΕ – Διαστάσεις της ΕΚΕ.....	13
1.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ΕΚΕ – Οφέλη & Κόστη.....	16
1.4.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	16
1.4.2 Οφέλη από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	17
1.4.3 Κόστος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	20
1.5 Τυπολογίες επιχειρήσεων.....	23
ΕΝΟΤΗΤΑ 2	
2. Εσωτερική & Εξωτερική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	24
2.1 Εσωτερικό περιβάλλον.....	25
2.2 Εξωτερικό περιβάλλον.....	28
2.3 Εργαλεία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	31
2.3.1 Κοινωνική Υπεύθυνη Διαχείριση.....	31
2.3.2 Κοινωνική Υπεύθυνη Κατανάλωση.....	36
2.3.3 Κοινωνική Υπεύθυνη Επένδυση.....	38
2.4 Περιβαλλοντική Διαχείριση στο πλαίσιο της ΕΚΕ.....	39
2.5 Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις & Στόχοι της ΕΚΕ.....	41
2.6 Οι δείκτες μετρήσεις αποδοτικότητας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	43
2.7 Τρόποι δημοσιοποίησης δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	46
ΕΝΟΤΗΤΑ 3	
3. Η περίπτωση της Ελλάδας αναφορικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	49
3.1 Η Ελληνική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	49
3.1.1 Το Ελληνικό μοντέλο Επιχειρηματικής ηθικής.....	50
3.2 Φορείς που προωθούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον Ελληνικό χώρο.....	51
3.3 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Παρόν και Μέλλον στην Ελλάδα.....	55
3.3.1 Μελέτη του Ελληνικού Δικτύου.....	56
3.4 Έλλειψη της ΕΚΕ από τις Ελληνικές επιχειρήσεις.....	66
3.5 Έρευνες σχετικές με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	68
3.6 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	78
3.6.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των Επιχειρήσεων.....	78
3.6.2 Έλλειψη επιχειρηματικής παιδείας στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	81
3.6.3 Οι εργαζόμενοι δεν γνωρίζουν το κοινωνικό έργο των επιχειρήσεων.....	82
ΕΝΟΤΗΤΑ 4	
4. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Οικονομική Ύφεση.....	83
4.1 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη επηρεάζεται από την Οικονομική Κρίση.....	84
4.1.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη η απάντηση στην Οικονομική Κρίση.....	85
4.1.2 Η ΕΚΕ ενταγμένη στο σύγχρονο Οικονομικό οικοδόμημα.....	85
4.2 Ελληνικό Δίκτυο για την Οικονομική Κρίση-Προτάσεις.....	87
ΕΝΟΤΗΤΑ 5	
5. Καλές Πρακτικές.....	89
5.1 Παραδείγματα Κοινωνικών Απολογισμών.....	96
Γενικά Συμπεράσματα	109
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	112

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Η πτυχιακή εργασία με θέμα: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η περίπτωση της Ελλάδας» εκπονήθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης των σπουδών μου στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων της σχολής Οικονομίας & Διοίκησης του Α.Τ.Ε.Ι Πάτρας.

Ευχαριστώ πολύ τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Πάρη Ζαχούρη για τη βοήθεια, την καθοδήγηση, τις συμβουλές και τις διευκρινίσεις που μου παρείχε σε όλο το διάστημα της ανάπτυξης και συγγραφής της εργασίας μου.

Ακόμη, ευχαριστώ όλους τους καθηγητές του τμήματος για τη συνεργασία και την υποστήριξη τους, αλλά κυρίως για τις σημαντικές γνώσεις που μου προσέφεραν για τη μελλοντική μου επαγγελματική εξέλιξη.

Τέλος αφιερώνω την πτυχιακή μου εργασία στον σύζυγό μου και ιδιαιτέρως στην κόρη μου, οι οποίοι, μέσω της ενθάρρυνσης και της υποστήριξης τους σε όλα τα επίπεδα, με βοήθησαν να ολοκληρώσω τις σπουδές μου και την εν λόγω εργασία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο τον εννοιολογικό προσδιορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα από βιβλιογραφία και από πληροφόρηση που αντλήθηκε από διάφορους οργανισμούς (ιστοσελίδες, εκδόσεις, συμβάσεις). Στην εργασία αναφέρεται με ποιες άλλες έννοιες συνδέεται, ποια η τρέχουσα μορφή της, ποιοι οι προσδιοριστικοί της παράγοντες, ποια τα οφέλη της και ποια τα κόστη της, καθώς και το πώς τελικά ενσωματώνεται στην πράξη μέσα στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Παράλληλα γίνεται προσπάθεια για τη συγκέντρωση πληροφόρησης σχετικά με την ελληνική περίπτωση αναφορικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, μέσα από την παρουσίαση των πιο σημαντικών ερευνών, ομιλιών, καθώς και μέσα από τη δράση συγκεκριμένων φορέων που ασχολούνται με το θέμα.

Σκοπός της παρακάτω εργασίας είναι να αναδείξει το πόσο σημαντική και απαραίτητη είναι η κοινωνικά υπεύθυνη δράση των επιχειρήσεων, τόσο για τις ίδιες όσο και για το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Αναφορικά με τη δομή της μετά την Εισαγωγή ακολουθεί η 1^η Ενότητα όπου γίνεται προσπάθεια κατανόησης της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα από την παρουσίαση εννοιών που έχουν δοθεί από φορείς που προωθούν την φιλοσοφία της ΕΚΕ. Παρουσιάζεται η ιστορική αναδρομή της ΕΚΕ, επίσης η ενότητα αυτή περιλαμβάνει τους προσδιοριστικούς παράγοντες που προώθησαν την ΕΚΕ, καθώς και τα οφέλη-κόστη που προκύπτουν από την υιοθέτηση των πρακτικών της στη λειτουργία των επιχειρήσεων.

Στη 2^η Ενότητα κατηγοριοποιείται η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε Εσωτερική και Εξωτερική. Παρουσιάζονται εργαλεία και δείκτες μέτρησης που αξιολογούν την κοινωνική υπευθυνότητα και διευκολύνουν την κοινωνικά υπεύθυνη επένδυση. Επίσης και οι τρόποι δημοσιοποίησης των δράσεων της ΕΚΕ.

Στην 3^η Ενότητα προσεγγίζεται η ελληνική άποψη πάνω στο ζήτημα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα από μελέτες και έρευνες. Σε αυτή την ενότητα η παρουσία της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι απαραίτητη διότι είναι βασικός παράγοντας της οικονομίας. Τέλος κατονομάζονται οι φορείς που προωθούν την ΕΚΕ και στηρίζουν τις επιχειρήσεις στην προσπάθεια υιοθέτησης αυτής της φιλοσοφίας στην πολιτική τους και στις πρακτικές τους.

Στην 4^η Ενότητα παρουσιάζεται το δυσμενές κλίμα που έχει δημιουργηθεί σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο λόγω της οικονομικής ύφεσης και κατά πόσο έχει επηρεάσει τον ενθουσιασμό των επιχειρήσεων και της κοινωνίας σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Στην 5^η Ενότητα παρατίθενται περιπτώσεις καλών πρακτικών σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα αναφορικά με την ενσωμάτωση αξιών και πρακτικών ΕΚΕ στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Τέλος ακολουθούν τα Γενικά Συμπεράσματα.

1^η ΕΝΟΤΗΤΑ

1.ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Επιχειρήσεις και κοινωνία: Μια σχέση που εξελίσσεται.

Οι πολίτες-καταναλωτές, οι διαμορφωτές κοινής γνώμης και οι επιχειρήσεις συμφωνούν ότι η φτώχεια, η τρομοκρατία, η καταπάτηση των ατομικών ελευθεριών και δικαιωμάτων, η καταστροφή του περιβάλλοντος και η οικονομική κρίση στο εσωτερικό κάποιων χωρών είναι τα σημαντικότερα προβλήματα που απασχολούν τη παγκόσμια κοινωνία. Στα εγχώρια προβλήματα που ζητούν επιτακτικά λύσεις ή αναγκαίες παρεμβάσεις συγκαταλέγονται η κακή διαχείριση των οικονομικών των χωρών όπου αντιμετωπίζουν χρέη, η κακή διαχείριση του περιβάλλοντος, η οικονομική ύφεση, η ανεργία, οι οικονομικοί μετανάστες, ο ρατσισμός, τα ναρκωτικά, η ελλειμματική υγεία και παιδεία.

Οι ευθύνες αναζητούνται πρωτίστως στο κράτος, ως φορέα συλλογικής ευθύνης. Ωστόσο, δεν του αναγνωρίζεται πλέον ο ρόλος του αποκλειστικού κοινωνικού ρυθμιστή καθώς η γραφειοκρατία, η δυσκινησία και ο κομματισμός έχουν κλονίσει την εμπιστοσύνη απέναντι του. Η συμβολή του στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων εξακολουθεί να θεωρείται καθοριστική.

Οι επιχειρήσεις από τη πλευρά τους πρέπει να αναλαμβάνουν μερίδιο ευθυνών απέναντι στους πολίτες για κάποια ζητήματα που τις αφορούν. Το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος δε σημαίνει μόνο να εκπληρώνει πλήρως τις νομικές υποχρεώσεις του, αλλά και ότι υπερβαίνει τα όρια του νόμου επενδύοντας περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στις σχέσεις του με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η πείρα από τις επενδύσεις στις περιβαλλοντικά υπεύθυνες τεχνολογίες και επιχειρηματικές πρακτικές δείχνει ότι η υπέρβαση της τήρησης του νόμου μπορεί να συμβάλλει στην ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης. Η υπέρβαση των ορίων των βασικών νομικών υποχρεώσεων στον κοινωνικό τομέα, π.χ επαγγελματική κατάρτιση, συνθήκες εργασίας, σχέσεις διοίκησης-υπαλλήλων, μπορεί να έχει άμεσο αντίκτυπο στη παραγωγικότητα και την ποιότητα της παραγωγής. Ανοίγει το δρόμο για την κοινωνική ανάπτυξη με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν πρέπει ωστόσο να θεωρηθεί υποκατάστατο της νομοθεσίας όσον αφορά τα κοινωνικά δικαιώματα ή τα περιβαλλοντικά πρότυπα, συμπεριλαμβάνοντας την ανάπτυξη μιας νομοθεσίας.

Οι αποφάσεις τις οποίες λαμβάνει μια επιχείρηση δεν είναι αποκομμένες από την προσέγγιση της κοινωνίας. Η παραγωγική της δράση εξαρτάται από τα μέλη της κοινωνίας, τα οποία και συμμετέχουν στα επιχειρησιακά δρώμενα. Η επιχείρηση προσφέρει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της στο κοινωνικό σύνολο και οι τιμές τους καθορίζονται από τη ζήτηση των ατόμων. Ακόμη και η ίδια η λειτουργία της επιχείρησης εξαρτάται από τις συνθήκες του εξωτερικού κοινωνικού περιβάλλοντος.

Η επιχείρηση δεν διαθέτει μόνο ένα στενό οικονομικό χαρακτήρα, αλλά είναι σε απόλυτη αλληλεξάρτηση με τις υπόλοιπες ομάδες της κοινωνίας και με τους κανόνες της κοινωνίας, σύμφωνα με τους οποίους η επιχείρηση δεσμεύεται να τους ικανοποιεί και να τους υπακούει, αλλά και η κοινωνία είναι στη διάθεση της επιχείρησης για να προσαρμοστεί στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της. Η κάθε μία από τις δύο έχει δικές της μεθόδους και μηχανισμούς για να επηρεάζουν τα οικονομικά, τα πολιτιστικά, τα τεχνολογικά και τα πολιτικά γεγονότα.

Οι πολίτες-καταναλωτές παρά την επικριτική στάση τους απέναντι στο κράτος, εναποθέτουν σε αυτό τις ελπίδες τους για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων. Δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ειλικρινή

πρόθεση να συνεισφέρουν στη επίλυση τους, δεδομένου ότι οι ίδιες προκαλούν σημαντικά προβλήματα.

Σε ότι αφορά στη δική τους συμμετοχή στα κοινά εντοπίζουμε τρεις τυπολογίες πολιτών-καταναλωτών:

- Ο Αποστασιοποιημένος καταναλωτής αισθάνεται κοινωνικά και πολιτικά αδύναμος και μεταθέτει τις ευθύνες του στο κράτος και στους αρμόδιους φορείς.
- Ο Ευαίσθητοποιημένος καταναλωτής ενδέχεται να δραστηριοποιηθεί περιστασιακά ανάλογα με το θέμα που θα μπορούσε να προκαλέσει τη κινητοποίηση του και είναι ανοιχτός σε νέες ιδέες και πρακτικές.
- Ο Ενεργός καταναλωτής διακρίνεται για τη συγκροτημένη και συνεπή στάση του στους περισσότερους τομείς της ζωής του.

Κυρίαρχοι είναι οι δύο πρώτοι τύποι ,πιστεύουν ότι οι καταναλωτικές πρακτικές δεν αντιπροσωπεύουν τις κοινωνικές και πολιτικές αντιλήψεις.

Η αποδοχή των ενεργειών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στη συνείδηση των πολιτών θα ενισχυθούν από τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

Ø Εφόσον η εταιρία που θέλει να συνδεθεί με την προώθηση ενός κοινωνικού σκοπού είναι αδιαμφισβήτη αξιολογίας και ποιότητας.

Ø Εφόσον το κόστος της κοινωνικής πολιτικής των προϊόντων δεν μεταφέρεται στον καταναλωτή.

Ø Εφόσον ο κοινωνικός απολογισμός των επιχειρήσεων θα επιφέρει θετικά αποτελέσματα σε όλη την κοινωνία.

(Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ-ποιοτική μελέτη)

1.2 ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Ως έννοια η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι νεόφερτη. Έχοντας διάφορες διαστάσεις, περιλαμβάνει ποικίλους τομείς, συνδέεται με άλλες πολλές και σημαντικές για την επιχειρηματική ζωή έννοιες. Για την ΕΚΕ υπάρχουν πολλοί ορισμοί, γεγονός που καθιστά δύσκολη την οριοθέτηση της και δημιουργεί ασάφεια ως προς το περιεχόμενο της και τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να την αντιληφθούν οι ενδιαφερόμενοι φορείς.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ-CSR Corporate Social Responsibility) είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και απαιτητικούς τομείς δραστηριότητας για τη σύγχρονη επιχείρηση. Υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπιση της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής.

Η αναγνώριση από τις σύγχρονες κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη και των αλλαγών που αυτή προϋποθέτει για τον τρόπο που οργανώνονται και λειτουργούν οι επιχειρήσεις, αποτελεί την κύρια αιτία για την ανάπτυξη και διάδοση της ΕΚΕ. Τα τελευταία χρόνια οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου έχουν αρχίσει να απομακρύνονται από τις παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο απλώς σε ορισμένες δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους και υιοθετούν σταδιακά μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον τους. Με αυτή την μεταστροφή στοχεύουν στη μακροπρόθεσμη αύξηση της απόδοσης τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή, τα άτομα και ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν και να επηρεαστούν από τη λειτουργία μιας επιχείρησης.

Επιπροσθέτως, οι πολιτικές, οικονομικές, και τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέονται με τη παγκοσμιοποίηση προκαλούν ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές με συνέπεια τη ριζική

αλλαγή των προσδοκιών της κοινωνίας για το ρόλο των επιχειρήσεων. Οι εταιρίες κρίνονται, πλέον, όχι μόνο με βάση οικονομικά αποτελέσματα ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια.

Το δόγμα της ΕΚΕ ισχυρίζεται ότι οι επιχειρήσεις είναι περιτριγυρισμένες από διάφορες ομάδες ενδιαφερόντων, οι οποίες αποζητούν την πρόσβαση στους πόρους αυτών.

Η επιχείρηση καλείται να προσπαθεί ταυτόχρονα για χαμηλότερες τιμές, καλά κατασκευασμένα προϊόντα, δίκαιους μισθούς, καθαρές και ασφαλείς εργοστασιακές εγκαταστάσεις, έλεγχο της μόλυνσης, φιλανθρωπικές εισφορές, εκπαιδευτικά προγράμματα και να μοιράζει δίκαια τα μερίσματα στους μετόχους.

Οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται για κατάλληλη και ενδιαφέρουσα απασχόληση, εξασφαλισμένη εργασία, δίκαιο μισθό, ευκαιρίες προαγωγής, εκπαίδευση, παιδεία, ηθικούς επαίνους και πρόσθετες παροχές.

Οι καταναλωτές ζητούν ποιότητα προϊόντων, καλές τιμές, service, υψηλό επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών.

Οι προμηθευτές ενδιαφέρονται για εξασφαλισμένη και διαρκεί ζήτηση, εξόφληση υποχρεώσεων, έγκαιρες παραδόσεις.

Οι μέτοχοι επιδιώκουν ικανοποιητικό μερίσμα, συμμετοχή στη διοίκηση.

Το κοινωνικό σύνολο εστιάζει το ενδιαφέρον του στη προστασία του περιβάλλοντος, στη βελτίωση της λειτουργίας των αστικών κέντρων, στη δίκαιη κατανομή των φορολογικών βαρών, στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Η ΕΚΕ αναδείχθηκε ως εξέχον θέμα για τον επιχειρηματικό κόσμο από τις αρχές της δεκαετίας του '90, κυρίως μέσα από μια σειρά σκανδάλων ή δυσφημιστικών εκστρατειών που έπληξαν μια σειρά από μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις και που προκάλεσαν τη συνειδητοποίηση εκ μέρους των επιχειρήσεων του πόσο ευαίσθητες ήταν σε ζητήματα που συχνά δεν άπτονταν των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν. Έκτοτε, το θέμα της συστηματικής διαχείρισης της κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις σε ολόκληρο τον κόσμο και ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε το 2001 την *Πράσινη Βίβλο για την ΕΚΕ και σήμερα βρίσκεται στη διαδικασία επεξεργασίας σχετικού Σχεδίου Οδηγίας. Σε εθνικό επίπεδο, αρκετές Ευρωπαϊκές χώρες έχουν θεσπίσει την υποχρέωση δημοσίευσης συγκεκριμένων στοιχείων για τα περιβαλλοντικά, εργασιακά και κοινωνικά ζητήματα που προκύπτουν από τη δραστηριότητα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων.

Η ΕΚΕ ορίζεται από την **Ευρωπαϊκή Ένωση** ως η «έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη».

Κάποιοι άλλοι ορισμοί τονίζουν τις πρακτικές και τις δράσεις των επιχειρήσεων όπως ο παρακάτω «ΕΚΕ είναι η οικιοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων να εντάξουν στις επιχειρησιακές τους πρακτικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία αλλά έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητες της επιχείρησης» (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες).

Οι περισσότεροι ορισμοί συμφωνούν πως η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση λαμβάνει υπόψη της ζητήματα που προκύπτουν από τη λειτουργία της σχετικά με τη προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη, τα δικαιώματα και την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και την ευρύτερη κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Μέσω της ΕΚΕ επιδιώκεται η εθελοντική αυτορύθμιση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ώστε να εξασφαλίζεται ο σεβασμός για τα ζητήματα αυτά με τη χρήση συστημάτων διαχείρισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, την υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων και άλλων

επωφελών κοινωνικών πρωτοβουλιών (π.χ απασχόληση ατόμων από ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού) και τη δημιουργία ενός δικαίου ασφαλούς και δημιουργικού εργασιακού περιβάλλοντος.

Με τον όρο **EKE ο ΣΕΒ** θεωρεί την «Συστηματική, οργανική και εθελοντική ενσωμάτωση από τις εταιρίες στην επιχειρηματική τους λειτουργία δραστηριότητες με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτισμική διάσταση, με ουσιαστική συνεισφορά προς το κοινωνικό σύνολο». Είναι μία δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη ενώ παράλληλα να βελτιώνουν την ποιότητα ζωής του εργατικού δυναμικού και των οικογενειών τους, καθώς και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα.

Το **Ελληνικό Δίκτυο** με τον όρο EKE εννοεί την «Οικιοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους».

Το **ΔΕΣΒΑ** (Διεθνές Επιχειρησιακό Συμβούλιο για την Ανάπτυξη) έδωσε τον εξής ορισμό: «Η EKE είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και να προσπαθούν μαζί με τους εργαζόμενους, τις οικογένειες τους, την τοπική κοινωνία να βελτιώσουν τη ποιότητα της ζωής τους».

Η έννοια της EKE εξελίσσεται διαρκώς, ώστε να συμπεριλάβει και τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών για τη θέσπιση προτύπων, τη συστηματική παρακολούθηση, τον έλεγχο και την πιστοποίηση των διαδικασιών κοινωνικού ελέγχου, που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις. Σταδιακά προκύπτουν όλο και περισσότερες διεθνείς πρωτοβουλίες για την προώθηση, ανάπτυξη και συστηματοποίηση της EKE. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εθνικά και υπερεθνικά δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων και επιχειρηματικών ενώσεων, τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της EKE, το κίνημα για τις ηθικές επενδύσεις, οι αντίστοιχοι δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων και οι πρωτοβουλίες της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ο.Η.Ε

Το 2000 δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών το GLOBAL COMPACT (Οικουμενικό Σύμφωνο), με στόχο να ενώσει τις προσπάθειες επιχειρήσεων, συνδικαλιστικών φορέων και οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών στους τομείς των ανθρώπινων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς, Μέσω του Global Compact, ο Ο.Η.Ε επιχειρεί να προωθήσει την EKE και να οδηγήσει τις επιχειρήσεις και οργανώσεις από ολόκληρο τον κόσμο να ενταχθούν σε αυτήν την εθελοντική προσπάθεια.

Παράλληλα με την αύξηση των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών και της κοινής γνώμης σε ότι αφορά τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων, παρατηρείται πως τα ενδιαφερόμενα μέρη και ιδιαίτερα οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι ενώσεις τοπικών συμφερόντων, συνειδητοποιούν σταδιακά τη μεγαλύτερη δύναμη που τους εξασφαλίζουν οι νέες τεχνολογικές και πολιτικές συνθήκες έναντι των εταιριών και κινητοποιούνται εντονότερα για την προώθηση των αιτημάτων και προσδοκιών τους. Οι καταναλωτές παρουσιάζουν επίσης μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν καθώς και των εταιριών που τα προσφέρουν. Το 70% των ευρωπαϊκών καταναλωτών υποστηρίζει, ότι η κοινωνική ευθύνη μιας επιχείρησης επηρεάζει τις αγοραστικές τους αποφάσεις και ο ένας στους πέντε καταναλωτές είναι διατεθειμένος να πληρώσει για περιβαλλοντικά και κοινωνικά πιο υπεύθυνα προϊόντα. Παρομοίως οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται περισσότερο για τη κοινωνική συμπεριφορά των εργοδοτών τους και οι εταιρίες που φαίνονται να υποστηρίζουν πιο ενεργά τις ανάγκες της κοινωνίας συγκρατούν ευκολότερα τους καλύτερους υπαλλήλους τους. Ενδεικτική αυτής της ισχύος των καταναλωτών και των μη κυβερνητικών οργανώσεων αποτελεί η τάση που παρουσιάζεται σε πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις για την επέκταση της εφαρμογής της EKE και στα ευρύτατα δίκτυα των συνεργατών τους στην αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους.

1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΚΟΣΜΟ

1.3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Στις Η.Π.Α η ιδέα της ΕΚΕ πρωτοεμφανίστηκε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Οι επιχειρήσεις την εποχή εκείνη έγιναν αντικείμενα επιθέσεων λόγω του μεγάλου μεγέθους τους, της ισχύος τους και των αντικοινωνικών και αντί-ανταγωνιστικών τους πρακτικών. Οι πολέμιοι προσπάθησαν να χαλιναγωγήσουν την επιχειρησιακή δύναμη μέσω νόμων, τραπεζικών ρυθμίσεων και προστατευτικής για τον καταναλωτή νομοθεσίας. Αντιμέτωποι με αυτού του είδους την κοινωνική κατακραυγή, ορισμένα στελέχη συμβούλευσαν τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν την ισχύ και την επιρροή τους εθελοντικά για κοινωνικούς σκοπούς και όχι μόνο για την επίτευξη κέρδους. Το γεγονός αυτό επέτρεπε στην επιχείρηση να διατηρεί τη δύναμη της, ενώ παράλληλα να ανταποκρίνεται στις κοινωνικές ανάγκες. Γενικά οι ηγέτες των επιχειρήσεων της εποχής εκείνης πίστεψαν ότι η επιχείρηση είχε μία ευθύνη απέναντι στη κοινωνία, η οποία ξεπερνούσε ή τουλάχιστον συμβάδιζε με τις προσπάθειες τους να πραγματοποιήσουν κέρδη.

Σαν αποτέλεσμα αυτών των πρώιμων ιδεών για το διευρυμένο ρόλο της επιχείρησης στην κοινωνία αναδύθηκαν δύο γενικές αρχές οι οποίες διαμόρφωσαν την επιχειρησιακή σκέψη αναφορικά με την ΕΚΕ κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα και αποτελούν τα θεμέλια της σύγχρονης ιδεολογίας σχετικά με την ΕΚΕ.

- **Η αρχή της αγαθοεργίας (Charity Principle)**

Σύμφωνα με αυτή την αρχή, η επιχείρηση έχει καθήκον να παρέχει εθελοντική βοήθεια και υποστήριξη σε άτομα και σε κοινωνικές ομάδες που βρίσκονται σε δυσμενή θέση, καθώς και σε οργανισμούς που παρέχουν κοινωνικές υπηρεσίες. Μία πιο σύγχρονη μορφή αποτελεί η επιχειρησιακή φιλανθρωπία –δωρεές και εισφορές συνήθως από κέρδη προ φόρων. Προς όφελος μη κερδοσκοπικών οργανισμών με κοινωνική δράση.

Επίσης παρατηρείται και η ανάπτυξη εθελοντικών δράσεων με σκοπό τη προώθηση του κοινωνικού συμφέροντος. Παραδείγματα αποτελούν ιδρύματα επιχειρησιακής φιλανθρωπίας, ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων και κοινωνικές συμπράξεις με ομάδες σε δυσμενή κοινωνική θέση

- **Η αρχή της διαχείρισης (Stewardship Principle)**

Η ιδέα αυτή αναφέρεται στη δράση των στελεχών με βάση το συμφέρον όλων των μελών της κοινωνίας, που επηρεάζονται από τις αποφάσεις και τις πολιτικές της επιχείρησης. Με άλλα λόγια η αρχή του να συμπεριφέροντε ως φροντιστές του κοινωνικού συμφέροντος. Έτσι ένας σημαντικός βαθμός κοινωνικής ευθύνης περνά μέσα στη λήψη επιχειρησιακών αποφάσεων. Μία πιο σύγχρονη έκφραση όλων αυτών, αποτελούν η παραδοχή της αλληλεξάρτησης επιχείρησης και κοινωνίας, καθώς και η εξισορρόπηση των συμφερόντων και των αναγκών των διαφόρων ομάδων στην κοινωνία. Αυτός ο τρόπος σκέψης οδήγησε στη θεώρηση της διαχείρισης των συμμετοχών. Παραδείγματα που αφορούν αυτή την αρχή αποτελούν η ενσωμάτωση της προσέγγισης των stakeholders στο στρατηγικό προγραμματισμό (αφορά τη μελέτη των διαφόρων μεταβλητών του επιχειρησιακού περιβάλλοντος, τον καθορισμό των στόχων και τη περιγραφή των ενεργειών και των μέσων για τη υλοποίησή τους) και την επίτευξη βέλτιστων μακροχρόνιων κερδών έναντι μέγιστων βραχυχρόνιων κερδών.

Υπάρχουν πολλές θεωρίες και πρωτοβουλίες οι οποίες προσπαθούν να τεκμηριώσουν την ανάγκη για την κοινωνική ευθύνη.

Το 1971, η Committee for Economic Development (CED), ένας οργανισμός αποτελούμενος από περίπου 200 επιχειρηματίες και ακαδημαϊκούς, συμμετείχε σε έρευνα

και μελέτη πολιτικών, κοινωνικών και οικονομικών ζητημάτων, εξέδωσε σε ένα κείμενο με τίτλο “The Social Responsibility of Corporations” τους δύο βασικούς λόγους για την υιοθέτηση της ΕΚΕ, παρουσιάστηκαν το: το μεταβαλλόμενο κοινωνικό συμβόλαιο (social contract) με τις επιχειρήσεις και το διαφωτισμένο προσωπικό συμφέρον (enlightened self-interest).

Η βασική ιδέα του κοινωνικού συμβολαίου είναι ότι η επιχείρηση λειτουργεί με τη συγκατάθεση του κοινού και κύριος σκοπός της είναι η εξυπηρέτηση των αναγκών της κοινωνίας. Ως προς τον δεύτερο λόγο υπάρχει μία ευρεία αναγνώριση ότι η επιχειρησιακή ιδιοτέλεια είναι αναμεμιγμένη στην κοινωνική ευημερία. Η επιχείρηση είναι αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας και από αυτή παίρνει τους συντελεστές που της είναι απαραίτητοι για τη λειτουργία της, π.χ κεφάλαιο, εργασία, πελάτες. Αν δεν αποδεχθεί κάποιο εύλογο βαθμό ευθύνης για τη βελτίωση της κοινωνίας, τότε τα συμφέροντα της μπορεί και να διακυδινεύσουν (από κυβερνητικές ρυθμίσεις, μπούκοτάζ καταναλωτών ή αρνητική διαφήμιση).

Σύμφωνα με τη CED, επιχειρηματικές δραστηριότητες για τη βελτίωση της κοινωνίας αφορούν σε τομείς όπως η αύξηση της παραγωγικότητας, η υποστήριξη του εκπαιδευτικού συστήματος, η προώθηση της απασχόλησης, τα δικαιώματα του πολίτη και η παροχή ίσων ευκαιριών σταδιοδρομίας, η αστική ανάπτυξη, η μείωση της μόλυνσης, η διατήρηση του περιβάλλοντος, οι τέχνες και ο πολιτισμός, η ιατρική περίθαλψη, καθώς και η βελτίωση του management σε μία κυβέρνηση, ο εκσυγχρονισμός και η αναδιοργάνωση της.

Με τη πρόοδο του χρόνου, η ΕΚΕ έχει χαρακτηριστεί από μία πληθώρα πρωτοβουλιών, κωδικών και προτύπων με κύριο σκοπό να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να κάνουν το σωστό. Η πορεία της ΕΚΕ χαρακτηρίζεται από τις παρακάτω πρωτοβουλίες, οι οποίες διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

1. Παγκόσμιες Πρωτοβουλίες.

- Organization for Economic and Development (OECD) Guidelines for Multinational Enterprises-Κατευθυντήριες Γραμμές του ΟΟΣΑ για τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις. Υιοθετήθηκαν το 1976 και αναθεωρήθηκαν, έτσι ώστε να συμπεριλάβουν θέματα όπως η βιώσιμη ανάπτυξη και εργασιακά ζητήματα. Αφορούν εθελοντικές αρχές και πρότυπα υπεύθυνης συμπεριφοράς, που απευθύνουν οι κυβερνήσεις προς τις πολυεθνικές επιχειρήσεις και καλύπτουν τομείς όπως οι εργασιακές και βιομηχανικές σχέσεις, τα ανθρώπινα δικαιώματα, η προστασία του περιβάλλοντος, η φορολογία, ο ανταγωνισμός, η επιστήμη και η τεχνολογία.

- Διεθνής Αρχές Sullivan

Υιοθετήθηκαν το 1999 και αποτελούν προέκταση των βασικών αρχών. Οι οποίες διαμορφώθηκαν από τον αιδεσιμότατο Leon Sullivan το 1977 ως ένας εθελοντικός κώδικας συμπεριφοράς για επιχειρήσεις με δραστηριότητα στην Αφρική. Ο ίδιος ορίζει την επιχειρηματική ευθύνη σε σχέση με την υποστήριξη των ανθρώπινων δικαιωμάτων, την ενθάρρυνση των ίσων ευκαιριών, την εκπαίδευση και μέριμνα για τους εργαζόμενους σε μειονεκτική θέση, καθώς και τη βελτίωση του επιπέδου ζωής για τις τοπικές κοινότητες, τους εργαζόμενους και τα παιδιά αυτών με αξιοπρέπεια και ισοτιμία.

- United Nations Global Compact -Οικουμενικό Σύμφωνο.

Τέθηκε σε εφαρμογή το 2000 με πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα των Ηνωμένων Εθνών, Kofi Annan. Μέσα από τη δύναμη της συλλογικής δράσης, το Σύμφωνο προάγει την ιδιότητα του εταιρικού πολίτη, έτσι ώστε να αποτελέσει η επιχείρηση μέρος της λύσης έναντι των προκλήσεων της παγκοσμιοποίησης και ο ιδιωτικός τομέας να συμβάλλει σε μία βιώσιμη και πιο περιεκτική παγκόσμια οικονομία. Οι επιχειρήσεις καλούνται να σεβαστούν και να υιοθετήσουν σε εθελοντική βάση ένα σύνολο δέκα αρχών που αφορούν

τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις εργασιακές σχέσεις, την προστασία του περιβάλλοντος και τη διαφθορά.

2.1 Ανθρώπινα Δικαιώματα

- United National Declaration of Human Rights (UNDHR) - Διακήρυξη των Ανθρώπινων Δικαιωμάτων του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε). Υιοθετήθηκαν το 1948 από τον Ο.Η.Ε και επικυρώθηκαν από τη Διακήρυξη της Βιέννης το 1993. Αποτέλεσαν τη βάση πολλών συνταγμάτων ανά τον κόσμο και προσδιορίζουν ευρέως τα ανθρώπινα δικαιώματα σε πολιτικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο.

- Voluntary Principles ON Security and Human Rights.

Τέθηκαν σε κυκλοφορία το Δεκέμβριο του 2000 από τις κυβερνήσεις των ΗΠΑ και του Ηνωμένου Βασιλείου και αποτελούν ένα σύνολο αρχών, οι οποίες διαμορφώθηκαν από τις παραπάνω κυβερνήσεις, από επιχειρήσεις του εξαγωγικού και του ενεργειακού κλάδου και από μη κυβερνητικές οργανώσεις που ενδιαφέρονται για τα ανθρώπινα δικαιώματα και την ΕΚΕ.

- Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and other Business Enterprises with regard to Human Right.

Αποτελούν ένα σύνολο κανόνων που σχετίζονται με ανθρώπινα και τα εργασιακά δικαιώματα, την προστασία του καταναλωτή και του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και με ζητήματα δωροδοκίας.

2.2 Εργασιακά Δικαιώματα

- International Labor Organization Διεθνής Οργανισμός Εργασίας

Τριμερής Διακήρυξη Αρχών που αφορούν τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις και τη κοινωνική πολιτική. Υιοθετήθηκαν το 1977 και απευθύνονται σε επιχειρήσεις, κυβερνήσεις, εργατικά σωματεία και άλλες ενώσεις εργαζομένων.

- Social Accountability 8000

Το πρώτο σύστημα κοινωνικού απολογισμού έγινε πλήρως λειτουργικό το 1998 και αποτελεί μέσω για τους λιανέμπορους, τις επιχειρήσεις, τους προμηθευτές να διατηρούν σωστές και ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Αφορά τα συστήματα διαχείρισης και αναφέρεται στον προσδιορισμό της πολιτικής, την παρακολούθηση των δραστηριοτήτων και των αποτελεσμάτων, την επιβεβαίωση της συμμόρφωσης, τη διάδοση των διαδικασιών και την ανάπτυξη των συστημάτων διαχείρισης. Επίσης δίνει βαρύτητα στις εργασιακές συνθήκες στις διεθνείς αλυσίδες προμηθειών.

- Fair Labor Association.

Η σύσταση του έγινε με πρωτοβουλία του Λευκού Οίκου το 1996 και είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, που στόχο έχει τη προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων στις ΗΠΑ και παγκοσμίως.

- Ο Οργανισμός Ethical Trade Initiative

(Πρωτοβουλία Ηθικού Εμπορίου) ασχολείται με τις εργασιακές συνθήκες στο Ηνωμένο Βασίλειο.

- Clean Clothew Campaign Model Code. (1998)

Είναι ένα Ευρωπαϊκό Εθελοντικό Δίκτυο με στόχο τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας σε κλάδους ένδυσης και αθλητικών ειδών.

3. Περιβάλλον και Βιωσιμότητα

- Eco-Management.

Εισήχθη το 1995 και αναθεωρήθηκε το 2000. Είναι ένα εθελοντικό σχέδιο για οργανισμούς πρόθυμους να δεσμευτούν και να βελτιώσουν την επίδοσή τους σχετικά με το φυσικό περιβάλλον.

- International Chamber of Commerce.

Υιοθετήθηκε το 1991 και αποσκοπεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις διεθνώς να βελτιώσουν τη περιβαλλοντική τους επίδοση.

- Rio Declaration on Environmentally and Development

Υιοθετήθηκε το 1992 στο συνέδριο των Ηνωμένων Εθνών που αφορούσε το περιβάλλον.

- Ceres Principles 1989

Προσπάθεια τυποποίησης της αφοσίωσης των επιχειρήσεων ως προς το ενδιαφέρον τους σχετικά με το περιβάλλον.

- Natyral Step. Ιδρύθηκε το 1989 στη Σουηδία περιλαμβάνει αρχές που στόχο τους έχουν τη βελτίωση και αντιμετώπιση των προβλημάτων υγείας, τα όπου προκύπτουν από την αυξανόμενη χρήση τοξικών στο περιβάλλον.

4. Καταπολέμηση της Διαφθοράς.

- OECD 1997.

Ο ΟΟΣΑ προσδιόρισε όρους κλειδιά και διαμόρφωσε ένα νομικό πλαίσιο για τη δωροδοκία διεθνώς.

- Business Principles.

Εκδόθηκε το 2002 είναι ένα χρήσιμο εργαλείο καλών πρακτικών για τις επιχειρήσεις αναφορικά με τη διαφθορά και τη δωροδοκία.

5. Εταιρική Διακυβέρνηση.

- OECD Principles of Corporate Governance. Οι αρχές αυτές υπογράφηκαν το 1999 και αναθεωρήθηκαν το 2004 από τον ΟΟΣΑ. Απευθύνονται σε επιχειρήσεις. Κυβερνήσεις χωρών, επενδυτές και επιχειρηματικές ομάδες σχετικά με καλές πρακτικές εταιρικής διακυβέρνησης.

6. Επιχειρησιακοί Κώδικες Συμπεριφοράς

- Επιχειρησιακές αρχές της SHELL, 1976.

Οι αρχές αυτές συνδέονται με την επιχειρησιακή ολοκλήρωση, τις πολιτικές δραστηριότητες, την υγεία, την ασφάλεια, το περιβάλλον, την κοινότητα, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τον ανταγωνισμό και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

- Johnson Credo, 1943.

Σύστημα αρχών αξιολόγησης των ευθυνών της επιχείρησης απέναντι στους εργαζομένους τους πελάτες, την κοινωνία και τους μετόχους.

7. Κλαδικές Συμφωνίες

- Responsible Care-Καναδάς, 1985.

Εθελοντική πρωτοβουλία στον τομέα της χημικής βιομηχανίας.

- Αρχές του Forest Stewardship Council, 1993.

Ανάπτυξη της διαχείρισης των δασών. Μέσω της επικοινωνίας και εκπαίδευσης και τέλος μέσω ενός ξεχωριστού προγράμματος η πιστοποίηση και ο έλεγχος με βάση τα πρότυπα που έχει θέσει το συμβούλιο.

8. Πρωτοβουλίες Εφαρμογής

- Global Reporting Initiative

Πρωτοβουλία Διεθνούς Αναφοράς. Σκοπός του είναι να θέτει τις κατευθυντήριες γραμμές για τη βιωσιμότητα. Προσδιορίζει ένα σύνολο δεικτών απόδοσης με στόχο τη κάλυψη ενός φάσματος κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών ζητημάτων που αντανακλώνται στις δραστηριότητες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των επιχειρήσεων.

- Ινστιτούτο Κοινωνικής και Ηθικής Αναφοράς.

Είναι μία διεθνή οργάνωση που απαρτίζεται από μέλη και έχει αναλάβει τη δέσμευση να αυξήσει τις επιδόσεις της επιχείρησης και να αναπτύξει την ικανότητα των ατόμων στη κοινωνική και ηθική συμπεριφορά και στη βιώσιμη ανάπτυξη. Το πρότυπο AA1000 σχεδιάστηκε για να συμπληρώσει το GRI και να βελτιώσει την αναφορά και την επίδοση με την απόκτηση γνώσεων μέσα από την ανάμιξη των ενδιαφερόμενων μερών.

1.3.2 Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΜΟΡΦΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Αρχικά η έννοια της ΕΚΕ έχει την εσωτερική και την εξωτερική διάσταση. Η πρώτη αφορά το ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον και περιλαμβάνει κοινωνικές και περιβαλλοντικές υπεύθυνες πρακτικές, ο συνδυασμός των οποίων στόχο έχει τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

Εσωτερική Διάσταση (ενδοεπιχειρησιακό περιβάλλον)

Στις κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές συγκαταλέγονται:

- Επενδύσεις στο ανθρώπινο κεφάλαιο με πολιτικές υπεύθυνων προσλήψεων. Ίσων αμοιβών και παροχής μεριδίων και μετοχικού κεφαλαίου στους εργαζόμενους, καθώς και μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού με καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού.
- Η υγεία και η ασφάλεια των εργαζομένων με εθελοντικά συστήματα ελέγχου και σχέδια πιστοποίησης των συστημάτων διαχείρισης. Με κριτήρια την υγεία και την ασφάλεια, δημιουργήθηκαν γενικά συστήματα προμηθειών, που βασίζονται σε ομοιόμορφες απαιτήσεις αναφορικά με τα συστήματα κατάρτισης ή διαχείρισης που εφαρμόζουν οι εργολάβοι στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία.
- Η διαχείριση της αλλαγής στο επιχειρησιακό περιβάλλον, η οποία πλέον ενθαρρύνει την ανάμιξη όλων των ενδιαφερομένων μερών μέσω της ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει ότι εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και όλες οι ανησυχίες εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο το φαινόμενο

αυτό που συνήθως εμφανίζεται ως περικοπή στο προσωπικό ή το κλείσιμο κάποιας εργοστασιακής εγκατάστασης, είναι εμφανές σε πολλούς κλάδους όπως στις βιομηχανίες του χάλυβα, του άνθρακα και των ναυπηγείων. Μέσω της ΕΚΕ οι εταιρίες αναλαμβάνουν το μερίδιο ευθύνης που τους αναλογεί, έτσι ώστε να εξασφαλίσουν την απασχολησιμότητα του προσωπικού τους.

Στις περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές εμπεριέχονται πρακτικές και πολιτικές που επιδιώκουν τη μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και των αποβλήτων με στόχο να μειωθεί ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος. Στον τομέα αυτό, οι περιβαλλοντικές επενδύσεις αναγνωρίζονται ουσιαστικά ως ευκαιρίες διπλού κέρδους τόσο για την επιχείρηση όσο και για το περιβάλλον.

Παραδείγματα αποτελούν η Ολοκληρωμένη Πολιτική Προϊόντων, μία προσέγγιση που επιτρέπει στις δημόσιες αρχές να εργαστούν με επιχειρήσεις καθώς λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο των προϊόντων σε όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής τους (εισαγωγή, ανάπτυξη, ωριμότητα, παρακμή) και καλεί επιχειρήσεις και άλλους παράγοντες σε διάλογο για την εξεύρεση της προσέγγισης με την καλύτερη σχέση κόστους-όφελος, έχοντας ως συνέπεια τη δημιουργία ενός ισχυρού πλαισίου για την ΕΚΕ. Επίσης το EMAS ISO19000, ένα κοινοτικό σχέδιο διαχείρισης και ελέγχου στο τομέα του περιβάλλοντος, το οποίο ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν οικιοθελώς συστήματα διαχείρισης και ελέγχου που προωθούν συνεχώς βελτιώσεις σε περιβαλλοντικές επιδόσεις. Η περιβαλλοντική δήλωση είναι δημόσια και επικυρώνεται από διαπιστευμένους περιβαλλοντικούς επαληθευτές.

Εξωτερική Διάσταση

Η κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης εκτείνεται πέρα από την εταιρία προς τη τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών, όπως:

- Μέτοχοι
- Προμηθευτές
- Πελάτες-Καταναλωτές
- Εργολάβοι
- Δημόσιες αρχές
- Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (οι οποίες εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον).

Η ΕΚΕ αφορά την ένταξη των επιχειρήσεων στο τοπικό τους περιβάλλον. Ο τρόπος με τον οποίο συνεισφέρουν σε αυτό είναι μέσω προσφοράς θέσεων εργασίας μισθών και κοινωνικών παροχών. Οι ίδιες συμμετέχουν σε κοινοτικά προβλήματα υποστηρίζουν φιλανθρωπικές δράσεις, χρηματοδοτούν πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις. Επίσης η αλληλεπίδραση με το τοπικό φυσικό περιβάλλον τις οδηγεί σε μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση ως προς την προστασία του, εφόσον ένα καθαρότερο περιβάλλον μπορεί να διευκολύνει τη παραγωγική διαδικασία ή να προσελκύει περισσότερο εργατικό δυναμικό.

Μέσα από τη στενή συνεργασία με τους επιχειρηματικούς εταίρους οι εταιρίες μπορούν να μειώσουν την πολυπλοκότητα και τις δαπάνες ενώ αυξάνουν την ποιότητα. Η οικοδόμηση τέτοιων σχέσεων οδηγεί μακροχρόνια σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες όπως και ποιότητα, αξιόπιστη παράδοση. Η ΕΚΕ εμφανίζεται σε επιχειρησιακές πρωτοβουλίες στην περιοχή εγκατάστασης, με το ενδιαφέρον της επιχείρησης να εστιάζεται στην ΕΚΕ των προμηθευτών της, ή στη διάδοση της ΕΚΕ σε μικρότερες ή νέες καινοτόμες εταιρίες τοπικής εμβελείας

Τέλος ως μέρος της ΕΚΕ οι επιχειρήσεις πρέπει να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες που οι καταναλωτές έχουν ανάγκη με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον. Οι σχέσεις διάρκειας με τους πελάτες οδηγούν σε πιο προσοδοφόρες επιχειρήσεις.

Η εξωτερική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εκδηλώνεται και στη συνεργασία της επιχείρησης με μη κυβερνητικούς οργανισμούς, συνδικαλιστικά σωματεία και δημόσιες αρχές σε θέματα ζωτικής σημασίας, όπως ο σεβασμός των ανθρώπινων και εργασιακών δικαιωμάτων στις διεθνείς δραστηριότητες και στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού.

Από τη μία υπάρχουν οι εθνικοί, κοινοτικοί, διεθνείς νόμοι και δεσμευτικοί κανόνες, οι οποίοι εξασφαλίζουν τα ελάχιστα πρότυπα που ισχύουν για όλους. Από την άλλη, υπάρχουν οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς, που αποτελούν εθελοντικές πρωτοβουλίες για τη συμπλήρωση και την προώθηση των διεθνών εργασιακών προτύπων για όσους τα υιοθετούν, όπως συμβαίνει σε διάφορους παραγωγικούς κλάδους (υφαντουργίας, ένδυσης, εμπορίου). Η αποτελεσματικότητα των δεύτερων εξαρτάται από τη σωστή εφαρμογή και την επαλήθευση τους και πρέπει να βασίζονται στις συμβάσεις του ΔΟΕ (Δήλωση για τις Θεμελιώδεις Αρχές και τα Δικαιώματα στην Εργασία) και του ΟΟΣΑ (Κατευθυντήριες Γραμμές για τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις). Η επαλήθευση πρέπει να διεξάγεται με βάση καθορισμένα πρότυπα, που να ισχύουν για τις οργανώσεις και τα άτομα που αναλαμβάνουν τον «κοινωνικό έλεγχο». Στην εποπτεία είναι απαραίτητη η συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων παραγόντων, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η αξιοπιστία και η διαφάνεια των κωδικών συμπεριφοράς.

1.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ – ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΤΑ ΚΟΣΤΗ ΤΗΣ

Την τελευταία δεκαετία σημαντικοί παράγοντες έδωσαν ώθηση στο ζήτημα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και διαμόρφωσαν τον προσανατολισμό της. Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες που έχουν ωθήσει την ΕΚΕ στο προσκήνιο των εξελίξεων. Επίσης παρατίθενται τα οφέλη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις από την ενσωμάτωση της στη στρατηγική τους, καθώς και η σχέση της με τη βιώσιμη ανάπτυξη που αφορά τη σύγχρονη κοινωνία. Τέλος η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει γίνει αντικείμενο κριτικής, εφόσον η υιοθέτηση της συνοδεύεται από κόστος.

1.4.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Τι ωθεί τις επιχειρήσεις να προβούν σε ενσωμάτωση των πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις μέρες μας; Οι αυξημένες απαιτήσεις από τη μεριά των ενδιαφερόμενων μερών. Εταιρικά λογιστικά σκάνδαλα εστίασαν το ενδιαφέρον της δέσμευση των επιχειρήσεων σε μια πιο ηθική και κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά, ενώ η κοινωνική γνώμη και τα λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη αναμένουν περισσότερα πλέον από τις εταιρίες. Η ανάληψη δράσης τέτοιων ομάδων έναντι επιχειρησιακών πρακτικών πραγματοποιείται με τη μορφή δημόσιων διαδηλώσεων, δημοσίων αποκαλύψεων σκανδάλων καθώς και επιθέσεις στους διαδικτυακούς τόπους των εν λόγω επιχειρήσεων. Από την πλευρά των επιχειρήσεων, έχει ξεπεραστεί το ζήτημα του εάν θα δεχτούν τη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών και έχει μετατεθεί το ενδιαφέρον στο πως θα αναμιχθούν. Γίνεται προσπάθεια διαλόγου ανάμεσα σε εταιρίες και συμμετέχοντες (stakeholders) και ορθολογικής οργάνωσης της όλης διαδικασίας.

Νέα εθελοντικά πρότυπα ΕΚΕ και εργαλεία μέτρησης της επίδοσης προσθέτονται δημιουργώντας μεγαλύτερη πολυπλοκότητα στο τοπίο. Γενική ομολογία είναι η ανάγκη για ενοποίηση και βελτίωση σε όλα τα εθελοντικά πρότυπα. Επιπλέον, η ΕΚΕ χαρακτηρίζεται ως μία επέκταση των ορίων της εταιρικής αναφοράς. Τα ενδιαφερόμενα μέρη ολοένα και καθιστούν υπεύθυνες τις επιχειρήσεις για πρακτικές των συνεργατών τους σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού με επίκεντρο τις δραστηριότητες των προμηθευτών σχετικά με τη διαχείριση του οικοσυστήματος, των εργασιακών συνθηκών και το σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων.

Οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν τα αυξανόμενα αιτήματα για διαφάνεια και επιπλέον καθίσταται απαραίτητο να μετρούν, να αξιολογούν, να αναφέρονται και να προσπαθούν να βελτιώσουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική τους επίδοση. Από αυτές αναμένεται να παρέχουν πληροφορίες για τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους και να προωθούν το διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη σε θέματα που τα αφορούν. Οι επιχειρήσεις αναζητούν ποικίλους τύπους εξωτερικού ελέγχου και επαλήθευσης ως ένα μέσω επαύξησης της αξιοπιστίας σχετικά με τη διαφάνεια και τους τρόπους αναφοράς. Τα ενδιαφερόμενα μέρη επίσης απαιτούν να γνωρίζουν τους τρόπους με τους οποίους οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την ισχύ τους για να επηρεάσουν τη δημόσια πολιτική και αν αυτοί οι τρόποι είναι συμβατοί με τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους που έχουν θέσει και ανακοινώσει. Ως μέρος αυτού του γενικότερου αιτήματος για αποκάλυψη και διαφάνεια, είναι οι εταιρίες που παρέχουν λεπτομερή πληροφόρηση αναφορικά με τις κοινωνικές και τις περιβαλλοντικές τους δραστηριότητες ακόμη και όταν είναι αρνητικές σε ετήσιους απολογισμούς και στις επίσημες ιστοσελίδες τους.

Τρόποι υποστήριξης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από την Ευρωπαϊκή Ένωση και Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Από τη πλευρά των κυβερνήσεων υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον και ανάληψη δράσης. Ειδικότερα στην Ευρώπη η ΕΚΕ αποτελεί σημαντικό ζήτημα τόσο για την επιχείρηση όσο και για την πολιτική ημερήσια διάταξη. Ο δημόσιος τομέας έχει αναπτύξει σημαντική δράση με κύριο πρωταγωνιστή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία έχει θέσει την ΕΚΕ στην καρδιά της ανταγωνιστικής της στρατηγικής. Βήματα που σηματοδοτούν αυτή την πρωτοβουλία είναι η έκδοση της Πράσινη Βίβλου αναφορικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή – Πράσινη Βίβλος: Προώθηση ενός Ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη –COM (2001) Βρυξέλλες 18/07/2001) και μία μεταγενέστερη ανακοίνωση σχετικά με τον ορισμό της έννοιας και με τα βήματα που πρέπει οι επιχειρήσεις, οι κυβερνήσεις και η κοινωνία των πολιτών να ακολουθήσουν, έτσι ώστε να ξεκαθαρίσουν τη δέσμευση τους προς την ΕΚΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή- Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την ΕΚΕ: μία συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη- COM (2002) Βρυξέλλες 02/07/2002). Επιπλέον, σημαντικό γεγονός αποτέλεσε η δημιουργία του Πολυμερούς Φόρουμ των Ενδιάμεσων Μερών της Ευρώπης για την ΕΚΕ (European Multistakeholder Forum on CSR to 2004), ρόλος του οποίου είναι να συμβουλευεί την Επιτροπή ως προς τους τρόπους πλήρους ενσωμάτωσης της ΕΚΕ στις πολιτικές και τις πρακτικές της.

Σήμερα η ΕΚΕ αποτελεί μία επικρατούσα τάση στον επενδυτικό τομέα. Έχει παρατηρηθεί η παρουσίαση δεικτών που μετρούν τη κοινωνική ή περιβαλλοντική επίδοση. Το γεγονός αυτό προκύπτει από το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον των επενδυτών, ιδιαίτερα των θεσμικών, οι οποίοι βλέπουν την ΕΚΕ ως ένα στρατηγικό επιχειρησιακό ζήτημα. Μέσω της αγοράς μετοχών και των αποφάσεων τους, οι κοινωνικά υπεύθυνοι επενδυτές προσπαθούν να πιέσουν τις επιχειρήσεις προς μεγαλύτερη κοινωνική υπευθυνότητα και διαφάνεια στις δράσεις τους.

Ένας τελευταίος παράγοντας είναι και οι εξελίξεις στον τεχνολογικό τομέα, όπως η ταχύτητα πρόοδος της τεχνολογίας της πληροφορίας όπου έχει προκαλέσει μια πιο στενή σύνδεση ανάμεσα στην ΕΚΕ και την επιχείρηση. Για τις επιχειρήσεις πολλαπλασιάζονται οι ευκαιρίες για να τονίσουν και να διαβιβάσουν τα επιτεύγματα τους στον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα. Νέες υπηρεσίες μέσω internet και μηχανημάτων εκτύπωσης παρέχουν διεξόδους για τις επιχειρήσεις, έτσι ώστε να δημοσιεύουν τις θέσεις τους και τις πρωτοβουλίες τους προς το ενδιαφερόμενο κοινό τους. Ιδιαίτερα συμβάλλει στο να γίνεται με γρήγορο και αξιόπιστο τρόπο η ενημέρωση του κοινού και των άλλων ενδιαφερόμενων ομάδων συμφερόντων σχετικά με τις πρακτικές ΕΚΕ μιας επιχείρησης ανά τον κόσμο. Με άλλα λόγια συμβάλλει στην άμεση ανταλλαγή της πληροφορίας και καθιστά πλέον την online διαχείριση της φήμης όπου είναι αναγκαία για τις επιχειρήσεις.

1.4.2 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η κοινωνία θα δώσει προσοχή και θα εκτιμήσει μία κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση και θα εκτιμήσει τις προσπάθειες της. Οι προσπάθειες αυτές έχουν κόστος αλλά οι κοινωνία αποδέχεται ότι αυτό το κόστος μπορεί να επιβαρύνει νόμιμα τους καταναλωτές με τη μορφή μικρής αύξησης των τιμών. Η επιχείρηση αν διαθέτει την αναγκαία γνώση έχει την ικανότητα να βοηθά και στη λύση κοινωνικών προβλημάτων στα οποία δεν έχει ανάμειξη. Τα προγράμματα κοινωνικής ευθύνης λειτουργούν προς όφελος της κοινωνίας και της επιχείρησης.

Η ηθική και κοινωνικώς υπεύθυνη συμπεριφορά φαίνεται ότι είναι επικερδής. Μία τέτοια συμπεριφορά βοηθάει στην επίτευξη σημαντικών στόχων όπως οι πράξεις για το κοινωνικό καλό. Τα οφέλη που προκύπτουν είναι τα εξής:

- **Βελτιωμένη χρηματοοικονομική επίδοση.**

Το ενδιαφέρον εστιάζεται στο εάν υπάρχει πραγματική σχέση ανάμεσα στις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές και στη θετική χρηματοοικονομική απόδοση.

Επιχειρήσεις με δράσεις ΕΚΕ αποδίδουν χρηματοοικονομικά σε σχέση με άλλες που δεν είναι κοινωνικά υπεύθυνες.

- **Μειωμένα λειτουργικά κόστη .**

Κάποιες πρωτοβουλίες ΕΚΕ είναι δυνατόν να μειώσουν σε σημαντικό βαθμό το λειτουργικό κόστος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν όσες στοχεύουν στη βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης των επιχειρήσεων, μέσω της μείωσης εκπομπών αερίων που συμβάλουν στην αλλαγή του κλίματος σε παγκόσμια κλίμακα ή την αποφυγή της χρήσης αγροχημικών προϊόντων. Επιπλέον, υπάρχουν και πρωτοβουλίες ΕΚΕ που αφορούν την ανακύκλωση μειώνοντας το κόστος διαχείρισης των αποβλήτων, δημιουργώντας εισόδημα από την πώληση ανακυκλωμένων υλικών.

- **Αύξηση παραγωγικότητας και της ποιότητας.**

Ενισχυμένη αφοσίωση του ανθρώπινου δυναμικού με την οποία η επιχείρηση κερδίζει μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας και της ποιότητας, επίσης επιτυγχάνει τη μείωση του κόστους προσλήψεων και εκπαίδευσης του προσωπικού της. Οι επιχειρήσεις μέσω της προσπάθειας τους να βελτιώσουν τις εργασιακές συνθήκες είτε να δώσουν το δικαίωμα της συμμετοχής των εργαζομένων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων έχουν ως αποτέλεσμα να μειώσουν το περιβαλλοντικό αντίκτυπο και να οδηγούνται συχνά σε μείωση του ρυθμού παραγωγής ελαττωματικών προϊόντων.

- **Αυξημένο κύρος της επωνυμίας και θετική φήμη.**

Η θετική φήμη δομείται εκ των έσω, μέσω των στόχων και αξιών της επιχείρησης με κάθε δράση και λειτουργία της που συνδυάζεται για τη δημιουργία της εικόνας και του εμπορικού της σήματος.(χτίσιμο και προστασία της επιχειρηματικής φήμης). Το να είναι κοινωνικά υπεύθυνη μία επιχείρηση βελτιώνει τις δημόσιες σχέσεις της και την εικόνα της.

- **Αύξηση των πωλήσεων και της αφοσίωσης των πελατών.**

Το μέγεθος της αγοράς μεγαλώνει για προϊόντα και υπηρεσίες που έρχονται από τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, δηλαδή από οργανισμούς που όχι μόνο ικανοποιούν καταναλωτικά κριτήρια, όπως η τιμή, η επάρκεια, η ποιότητα, η ασφάλεια και ευκολία, αλλά και ο σεβασμός προς το περιβάλλον, η καταπολέμηση της παιδικής εργασίας, των χαμηλών αμοιβών και της εκμετάλλευσης, καθώς επίσης και την αποφυγή ακατάλληλων υλικών για τη παραγωγή των προϊόντων. Η ΕΚΕ προχωρά ένα επίπεδο πιο πέρα και ξεπερνά το απλό μίγμα marketing μίας επιχείρησης το οποίο εστιάζει στο προϊόν, την τιμή τη διανομή και τη προβολή. Οι καταναλωτές εμπιστεύονται το προϊόν και την επωνυμία εφόσον υπολογίζουν και τον κοινωνικό αντίκτυπο των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων στις αγοραστικές τους αποφάσεις.

- **Αυξημένη ικανότητα για προσέλκυση και διατήρηση του ανθρώπινου δυναμικού.** Επιχείρησης που εδραιώνουν την ΕΚΕ, υποστηρίζεται ότι βρίσκουν ευκολότερα εργατικό δυναμικό και το γεγονός αυτό συντελεί σε μείωση στα σχετικά με τη πρόσληψη και την εκπαίδευση κόστη. Ακόμη και όταν η αγορά εργασίας παρουσιάζει δυσκολίες, οι υποψήφιοι εργαζόμενοι φαίνεται ότι αξιολογούν θετικά μία κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση.

- **Μειωμένη ρυθμιστική εποπτεία.**

Οι επιχειρήσεις, οι οποίες ικανοποιούν και συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις των ρυθμιστικών αρχών, απολαμβάνουν μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων και επιρροής από τις εθνικές και τοπικές κυβερνητικές ομάδες. Αυτό αποδεικνύει η ύπαρξη επίσημων προγραμμάτων αναγνώρισης και επιβράβευσης επιχειρήσεων, οι οποίες λαμβάνουν προληπτικά μέτρα για την οικολογική προστασία, για την υγεία και ασφάλεια. Επιτροπές όπως η U.S Federal Sentencing Guidelines, επιτρέπει ακόμη και τη μείωση των προστίμων για επιχειρήσεις που αποδεδειγμένα αποτελούν καλούς εταιρικούς πολίτες και εφαρμόζουν ηθικά προγράμματα στις δραστηριότητές τους.

- **Πρόσβαση σε κεφαλαιαγορές.**

Η επέκταση της κοινωνικά υπεύθυνης επένδυσης σημαίνει ότι η ΕΚΕ οδηγεί σε κεφάλαιο, το οποίο ίσως να μην ήταν εύκολο να ευρεθεί με άλλο τρόπο. Ο πρωταρχικός παράγοντας ήταν το γεγονός ότι τα χαρτοφυλάκια εξετάζονται για ευαισθητοποιημένους κοινωνικά επενδυτές.

Μερικά παραδείγματα πλεονεκτημάτων που ανακύπτουν από την υιοθέτηση μιας κοινωνικά υπεύθυνης προσέγγισης είναι τα εξής:

- Ø Η προβολή της εικόνας μιας «πράσινης» εταιρίας είναι καλή για την επιχείρηση και οδηγεί σε υψηλότερες πωλήσεις.
- Ø Η εξοικονόμηση ενέργειας και η αποφυγή της ρύπανσης του περιβάλλοντος με βιομηχανικά απόβλητα και διαρροές μειώνουν το κόστος παραγωγής και αυξάνουν την αποτελεσματικότητα της εταιρίας.
- Ø Ο καλός εργοδότης βοηθάει την επιχείρηση να προσελκύσει και να διατηρήσει τις υψηλές δυνατότητες των εργαζομένων.
- Ø Η ανάληψη της χορηγίας φιλανθρωπικών και κοινωνικών εκδηλώσεων προσελκύει πολύτιμη δημοσιότητα.
- Ø Όσο περισσότερο συνεισφέρουν οι εταιρίες στην ευρύτερη κοινωνία τόσο λιγότερα πρέπει να πράξει η κυβέρνηση και αυτό οδηγεί σε μεγαλύτερη ελευθερία και λιγότερη γραφειοκρατία.
- Ø Βελτιωμένες σχέσεις με την τοπική κοινωνία

Από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποκομίζει οφέλη το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Η ΕΚΕ συνδέεται στενά με την έννοια της βιωσιμότητας ή αλλιώς βιώσιμη ανάπτυξη. Ο όρος «Βιώσιμη Ανάπτυξη» εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1987 στο Brundland Report. «Καλύπτει τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί επιδιώκουν σήμερα οικονομική ανάπτυξη με την ταυτόχρονη προστασία των πόρων για την ανάπτυξη του αύριο». Η βιωσιμότητα αναφέρεται στις δράσεις μίας εταιρίας για μείωση της αρνητικής επίδρασης της σε όλους τους επιχειρηματικούς της σχεδιασμούς. Για παράδειγμα η μείωση των εκπεμπόμενων ρύπων και η αποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων. Ως έννοια και μορφή ανάπτυξης, αφορά μια πληθώρα ζητημάτων, όπως η ατμόσφαιρα, η βιοτεχνολογία, η ενέργεια, η φτώχεια, ο τουρισμός, το εμπόριο, η τεχνολογία, οι μεταφορές, η εκπαίδευση, η υγεία κ.α. Η Βιώσιμη Ανάπτυξη απαιτεί τη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλης της ανθρωπότητας χωρίς την ταυτόχρονη αύξηση της χρήσης των φυσικών πόρων στα όρια των δυνατοτήτων του πλανήτη. Οι προσπάθειες για τη δημιουργία ενός βιώσιμου τρόπου ζωής καθιστούν απαραίτητη την ενοποίηση της δράσης σε τρεις τομείς 1) Δίκαιη Οικονομική Μεγέθυνση, 2) Διαφύλαξη των Φυσικών Πόρων και 3) Κοινωνική Ανάπτυξη. Με απλά λόγια η επιχείρηση που δρα σύμφωνα με τους παραπάνω τομείς οδηγείτε σε μείωση του λειτουργικού κόστους και σε απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Αν οι επιχειρήσεις δεν υιοθετήσουν ένα προληπτικό και προνοητικό ρόλο στην ευρύτερη κοινωνία, μπορεί να ανακύψουν κοινωνικά προβλήματα, τα οποία θα κλιθεί να αντιμετωπίσει η κυβέρνηση. Πολλές επιχειρήσεις είναι πλούσιοι οργανισμοί, ενώ τα στελέχη που εργάζονται σε αυτές είναι έμπειροι και επιδέξιοι διαχειριστές. Γιατί να μην αξιοποιηθεί αυτός ο πλούτος και το ταλέντο για όφελος της κοινωνίας;

1.4.3 ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Πέρα όμως από τα οφέλη του να είναι μία επιχείρηση κοινωνικά υπεύθυνη υπάρχει και το κόστος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η ΕΚΕ αποτελεί πλέον μία αυτόνομη βιομηχανία και ένα επάγγελμα που ανθεί (μεγάλες πολυεθνικές συμβουλευτικές εταιρίες

που παρέχουν στους πελάτες συμβουλές σχετικά με την ΕΚΕ). Υπάρχουν προγράμματα εκπαίδευσης, θέσεις σε οικονομικές σχολές, ιστοσελίδες που ασχολούνται με την ΕΚΕ.

Οι επιχειρήσεις κατηγορούνται συχνά ότι η δράση τους στο τομέα της κοινωνικής ευθύνης είναι επιφανειακή και εικονική, θέμα δημοσίων σχέσεων ή αύξησης των εταιρικών κερδών χωρίς συμβολή στην κοινωνική ευημερία τελικά. Έτσι οδηγούμαστε σε μορφές παραπλανητικής ή επιζήμιας ΕΚΕ. Οι πολυεθνικές με τις δραστηριότητες που αναλαμβάνουν, πολλές φορές τείνουν να συνδυάσουν την κερδοφόρο με την αγαθοεργό πρακτική όμως αυτό δεν αποτελεί κίνηση προς την κατεύθυνση της ΕΚΕ. Οι προσπάθειες τους ενδεχομένως επαρκούν για να αποπροσανατολίσουν τη κοινή γνώμη και ίσως αυτή είναι και η μόνη τους επιδίωξη.

Απόψεις οικονομολόγων υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις δεν είναι υποχρεωμένες να αναλαμβάνουν ευθύνες που σχετίζονται με το κοινωνικό συμφέρον. Η μεγιστοποίηση του κέρδους λοιπόν είναι και ο πιο σημαντικός λόγος για να αναλάβουν οι επιχειρήσεις κοινωνικές ευθύνες. Ένας από τους πιο πολέμιους της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι ο οικονομολόγος Milton Friedman όπου υποστηρίζει ότι η ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η επίτευξη του κέρδους. Δηλώνει ότι υπάρχει μία και μόνο κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, να συμμετέχουν σε δραστηριότητες οι οποίες είναι σχεδιασμένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να αυξάνεται το κέρδος τους. Σύμφωνα με τον ίδιο οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι κοινωνικά υπεύθυνες μόνο όταν είναι για όφελος τους και εφόσον βοηθάει την αύξηση των κερδών.

Αν τα στελέχη δεσμευθούν με κοινωνικές υποχρεώσεις τότε καταπατούν τη συμβολαιακή δέσμευση τους ως προς τους μετόχους, διότι το μέρισμα δε θα αποδίδεται σωστά στους εταίρους γιατί θα χρησιμοποιείται σε αγαθοεργίες.

Η επιχείρηση δε πρέπει να εκλαμβάνεται ως κλειστό σύστημα, ένα από τα βασικά της γνωρίσματα είναι ο κοινωνικός της χαρακτήρας. Αποτελεί ένα ανοικτό κοινωνικό παραγωγικό σύστημα. Η προσαρμογή της επιχείρησης με την ισχύουσα κοινωνική ηθική αποτελούν μία αδιαφιλονίκητη πραγματικότητα αν θέλει να βρει αναγνώριση στο χώρο δραστηριοποίησης της.

Οικονομολόγοι όπως ο In Levitt, Koontz and Donnel αποδίδουν τα **θεωρητικά επιχειρήματα κατά της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως εξής:**

Ø Η κοινωνική ευθύνη είναι βασική λειτουργία του κράτους (οικονομική ενίσχυση ιδρυμάτων, υποστήριξη ευπαθών ομάδων, φιλανθρωπίες, δωρεές).

Ø Υπάρχει συχνά μια σύγκρουση ανάμεσα στον τρόπο που λειτουργούν τα κοινωνικά προγράμματα.

Ø Ο βασικός στόχος της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους. Έτσι η απαίτηση να αφιερωθούν πόροι σε προγράμματα κοινωνικής δράσης παραβιάζει αυτό το στόχο της επιχείρησης, αφού ελαττώνει τα κέρδη.

Ø Δεν υπάρχει κανένας λόγος να θεωρηθεί ότι οι επικεφαλής των επιχειρήσεων δεν έχουν την ικανότητα να καθορίζουν τι είναι χρήσιμο προς το κοινωνικό συμφέρον.

Πρακτικά επιχειρήματα κατά της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Ø Τα διοικητικά στελέχη φροντίζουν για τη μεγιστοποίηση των κερδών της επιχείρησης. Επομένως η χρησιμοποίηση των κεφαλαίων της επιχείρησης για την εκπλήρωση κοινωνικών σκοπών μπορεί να είναι παραβίαση αυτής της υπευθυνότητας

Ø Το κόστος των κοινωνικών προγραμμάτων θα είναι επιβάρυνση για την επιχείρηση και θα πρέπει να μεταβιβαστεί στους καταναλωτές με τη μορφή υψηλότερων τιμών.

Ø Το κοινό μπορεί να θέλει να εφαρμόζονται από το κράτος κοινωνικά προγράμματα, αλλά υπάρχει μικρή υποστήριξη στο να εξασφαλίζουν και οι επιχειρήσεις ανάλογα προγράμματα.

Ø Δεν υπάρχει κανένας λόγος να υποθέσουμε ότι οι επικεφαλής των επιχειρήσεων έχουν τις εξειδικευμένες ικανότητες που είναι αναγκαίες για να επιτευχθούν στόχοι κοινωνικού συμφέροντος.

Οι οπαδοί αυτών των απόψεων πιστεύουν ότι, για την επιχείρηση είναι αρκετό να επιδιώκεται το μέγιστο κέρδος εντός των κανόνων της κοινωνίας και ότι το κράτος είναι αυτό που πρέπει να εφαρμόζει τα κοινωνικά προγράμματα.

Ποια τα κόστη για μία επιχείρηση;

Η υιοθέτηση μίας προσέγγισης ΕΚΕ περιέχει συνεχή προσπάθεια και προσαρμογή. Μπορεί να υπάρξουν κόστη, όπως ο χρόνος και η επένδυση που είναι αναγκαία για το σχεδιασμό και την εφαρμογή των πρακτικών.

Το πλαίσιο της ΕΚΕ συνεχώς διευρύνεται δημιουργώντας μια νέα επιχειρησιακή γλώσσα επικοινωνίας, νέους τρόπους δράσης, ένα νέο σύνολο οργανισμών και ανθρώπων που αλληλεπιδρούν.

ΚΟΣΤΗ

• Έλλειψη πόρων.

Μία μικρομεσαία κυρίως επιχείρηση είναι δυνατόν να μη διαθέτει τις δεξιότητες, την εμπειρία ή τους πόρους για τις δράσεις της ΕΚΕ. Γενικά για μικρότερες επιχειρήσεις ίσως να μην υπάρχουν οι διαθέσιμοι πόροι, έτσι ώστε να επιδιωχθεί μία κοινωνικά υπεύθυνη προσέγγιση.

• Αβεβαιότητα.

Η ΕΚΕ αποτελεί ένα πολύπλοκο και αβέβαιο σχέδιο δράσης το οποίο υπολογίζει τις επιδράσεις σε περιβαλλοντικό και κοινωνικό τομέα παράλληλα με τον οικονομικό και προτείνει μία προσέγγιση που ενθαρρύνει την ανάμιξη και το διάλογο με τους μετόχους. Τα όρια είναι ασαφή και καθίσταται αναγκαία η αποσαφήνισή τους. Συχνά τα στοιχεία για τα οφέλη από συγκεκριμένα εργαλεία και πρακτικές ΕΚΕ παραμένουν ακαθόριστα. Για παράδειγμα το ποια τμήματα της επιχείρησης, ποια ζητήματα, που γεωγραφικά, πόσο μακριά μέσα στην αλυσίδα εφοδιασμού, πόσο εκτείνεται η ευθύνη όταν οι αιτίες είναι πολλαπλές. Τα ενδιαφερόμενα μέρη πρέπει να αναγνωριστούν γεγονός που αποτελεί μία πολύπλοκη διαδικασία καθώς πρέπει να δημιουργηθούν μηχανισμοί συνεχούς επικοινωνίας, και να κατανοηθούν τα αντιμαχόμενα συμφέροντα. Εκτός αυτού είναι απαραίτητο να ανευρεθούν και να διαμορφωθούν εργαλεία και πρακτικές που ταιριάζουν με τις ειδικές συνθήκες σε κάθε επιχείρηση όπου να είναι αποτελεσματικές και αξιόπιστες. Το ίδιο πρέπει να γίνει και με τη συλλογή πληροφοριών. Σε επίπεδο διεθνών αλυσίδων εφοδιασμού τα κενά στην κατανόηση σχετικά με την ΕΚΕ είναι πιο δύσκολο να καλυφθούν.

• Έλλειψη υποδομών.

Εμπόδιο αποτελεί η αδυναμία της δημόσιας διακυβέρνησης και του ρόλου της νομοθεσίας, οι ανεπαρκώς διαμορφωμένες ομάδες συμμετεχόντων σε τοπικό επίπεδο, οι περιορισμένες δυνατότητες της κοινωνίας, το βραχυχρόνιο ενδιαφέρον των καταναλωτών, επενδυτών και πελατών. Όλα αυτά πρέπει να ξεπεραστούν έτσι ώστε ο επιχειρησιακός σχεδιασμός να αφομοιώσει την έννοια της ΕΚΕ

• Αύξηση της τιμής των προϊόντων.

Στη περίπτωση της περιβαλλοντικής προστασίας το κόστος από την υιοθέτηση κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών οικολογικής διαχείρισης θα πρέπει να μεταφερθεί στον καταναλωτή, με αποτέλεσμα την αύξηση της τιμής του προϊόντος. Το γεγονός αυτό μπορεί να σημαίνει μείωση των πωλήσεων, τουλάχιστον στο βραχυχρόνιο διάστημα.

- **Αύξηση δαπανών.**

Αναφορικά με ζητήματα εργατικού δυναμικού, για παράδειγμα η πρόσληψη ανειδίκευτων εργατών, προερχόμενων από μειονότητες τείνει στο να οδηγήσει αύξηση του κόστους. Από τη μία πλευρά τέτοιου είδους προγράμματα εκπαίδευσης εργατικού δυναμικού δημιουργούν μακροχρόνια όφελος για το κοινωνικό σύνολο αφού συντελούν στην αύξηση του επιπέδου οικονομικής και μη ευημερίας, μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας και των εισοδημάτων των ατόμων.

- **Επιπρόσθετες δαπάνες**

Τίθεται και ένα ακόμα ζήτημα που αιτιολογεί τις αυξημένες δαπάνες των επιχειρήσεων σε κοινωνικά περιβαλλοντικά θέματα. Επειδή η κοινωνία ολοένα και περισσότερο εστιάζει το ενδιαφέρον της στη κοινωνική και περιβαλλοντική επαγρύπνηση και εξαιτίας των πολλών κινδύνων νομικής και οικονομικής φύσης η επιχείρηση πρέπει να υποβάλλεται σε επιπρόσθετες δαπάνες σχετικές με την ΕΚΕ, έτσι ώστε να προστατεύσει την αξία της μετοχής της στη χρηματιστηριακή αγορά. Μακροχρόνια η χρηματιστηριακή τιμή της μετοχής της κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης θα τείνει να είναι υψηλότερη από μία άλλη που δεν υιοθετεί πρακτικές ΕΚΕ και εκτίθεται σε μεγαλύτερο κίνδυνο λόγω ενδεχόμενων κοινωνικών και κυβερνητικών αντιδράσεων.

Για τους παραπάνω λόγους ο σύγχρονος επιχειρηματίας πρέπει να είναι συνεχώς ενήμερος για τις επιπλοκές των αποφάσεων του και τον αντίκτυπο όπου αυτές θα έχουν τόσο στην επιχείρηση όσο και στην κοινωνία. Επομένως για μία επιχείρηση είναι ιδιαίτερα δύσκολο και δαπανηρό εγχείρημα να είναι κοινωνικά υπεύθυνη, λόγω του ότι περιλαμβάνει τη βαθιά κατανόηση των αξιών, καθώς και την προεξόφληση των μελλοντικών απαιτήσεων του κοινού.

Συμπερασματικά στην ενότητα αυτή, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ενισχύθηκε λόγω της ανάγκης για διαφάνεια και αποκάλυψη της πληροφορίας σχετικά με τα αποτελέσματα των επιχειρήσεων, η οποία προέκυψε από το ξέσπασμα μεγάλων επιχειρησιακών και λογιστικών σκανδάλων σε διεθνές επίπεδο. Ακόμη ως συνέπεια αυτού του γεγονότος εντάθηκαν οι πιέσεις από τη πλευρά της κοινής γνώμης και των ενδιαφερόμενων μερών για μεγαλύτερη ανάμιξη τους στις επιχειρησιακές αποφάσεις, αλλά και μεγαλύτερη κοινωνική υπευθυνότητα εκ μέρους των εταιριών. Μεγάλη βαρύτητα στο ζήτημα της ΕΚΕ έχει δοθεί και από τη πλευρά της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία μέσα από πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής έχει παίξει πρωταγωνιστικό ρόλο στην ώθηση της ΕΚΕ στο προσκήνιο των εξελίξεων στο χώρο της επιχειρησιακής στρατηγικής. Τέλος η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου έχει συμβάλει στη διευκόλυνση και την ανταλλαγή της πληροφόρησης σχετικά με την ΕΚΕ.

1.5 ΤΥΠΟΛΟΓΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διακρίνονται πέντε τύποι επιχειρήσεων με βάση τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και θέτουν σε εφαρμογή προγράμματα κοινωνικής υπευθυνότητας.

- Η «**μη ευαισθητοποιημένη**» **επιχείρηση** δεν αναγνωρίζει με προθυμία τις κοινωνικές ευθύνες της, μένει αμήχανη και αμέτοχη. Θεωρεί ότι τα εταιρικά κοινωνικά έργα δεν αποφέρουν άμεσα οφέλη, αντίθετα απαιτούν κεφάλαια, ειδική γνώση και δικτύωση που η ίδια δεν διαθέτει. Σε αυτήν την τυπολογία εντάσσεται και η επιχείρηση που αρκείται στην απλή συμμόρφωση με τους νόμους, επιδιώκοντας να μην επιβαρύνει την κοινωνία.

- Η «**φιλόanthρωπος**» **επιχείρηση** ενεργεί με γνώμονα τις ηθικές αξίες και τις επιλογές του ιδρυτή της. Το φιλανθρωπικό έργο της δεν εντάσσεται στην επιχειρηματική της στρατηγική και συνήθως δε δημοσιοποιείται

- Ο «**αποσπασματικός χορηγός**» επιδιώκει με τις χορηγίες του να διαμορφώσει ένα καλό εταιρικό όνομα. Επιλέγει τις ενέργειες που θα υλοποιήσει με βάση τις προτάσεις ή τις πιέσεις που δέχεται από την κοινωνία, τις ευκαιρίες προβολής που του προσφέρουν, χωρίς να τις συνδέει με τη γενικότερη στρατηγική του.

- Ο «**συνεπής χορηγός**» επιδιώκει να συμβάλλει στη βελτίωση του φυσικού και του κοινωνικού περιβάλλοντος. Επιλέγει προγράμματα που εναρμονίζονται με την στρατηγική της εταιρίας και καθιστά κοινωνούς και τους εργαζόμενους.

- Η **επιχείρηση «ενεργός πολίτης»** θέτει την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην καρδιά της εταιρικής φιλοσοφίας και αναδιαμορφώνει τη λειτουργία και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων ώστε να την υπηρετήσει. Επιδιώκει μέσα από συνεργασίες με άλλους φορείς να συμβάλει στην αειφόρο ανάπτυξη χωρίς να αποζητά βραχυπρόθεσμα οφέλη. Οι εργαζόμενοι αυτής της επιχείρησης δεν αποτελούν ένα εσωτερικό ακροατήριο αλλά συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση της κοινωνικά υπεύθυνης δράσης.

2^η ΕΝΟΤΗΤΑ

2. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη διακρίνεται σε «εσωτερική» και «εξωτερική» με βάση τους ωφελόμενους και τους εμπλεκόμενους φορείς σε μια εταιρική κοινωνική δράση.

Η **Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη** αφορά στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων και αποτελεί προϋπόθεση και τεκμήριο ειλικρίνειας για την προέκταση της και στο εξωτερικό περιβάλλον τους. Το πεδίο εφαρμογής της περιλαμβάνει τον σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων (πχ τήρηση ωραρίου), την πρόνοια για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων, την εκπαίδευση τους και την ανοιχτή επικοινωνία στο εσωτερικό της επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιμετωπίζουν τα στελέχη τους ως πολίτες με πολλαπλούς κοινωνικούς ρόλους (π.χ γονείς). Ο επαγγελματικός ρόλος δε μπορεί να υποκαταστήσει ή να ακυρώσει τους υπόλοιπους.

Η **Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη** αφορά τους καταναλωτές, τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους μετόχους, το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον.

Οι πολίτες-καταναλωτές θεωρούν ότι η ποιότητα του προϊόντος ή της παρεχόμενης υπηρεσίας είναι η απόδειξη της κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων. Απαιτούν ολική ποιότητα κατά τη διαδικασία παραγωγής και πιστοποίηση από ανεξάρτητους φορείς (ISO). Η σχέση τους με τα προϊόντα είναι βιωματική και συμβολική. Οι αρχές, η φιλοσοφία και η ειλικρίνεια των προθέσεων της επιχείρησης αντανακλώνται στην ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται.

Τα Ενδιαφερόμενα Μέρη

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί επιλογή της επιχείρησης, ωστόσο αφορά όλους όσους επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις δραστηριότητες της. Κατά συνέπεια, βασικοί συντελεστές για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων της επιχείρησης και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι:

- Ø Οι Εργαζόμενοι
- Ø Οι Πελάτες και οι Καταναλωτές
- Ø Η Τοπική Κοινότητα
- Ø Οι Επιχειρηματικοί Συνεργάτες (προμηθευτές)
- Ø Οι Δημόσιες Αρχές
- Ø Οι Οργανωμένοι Πολίτες (Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις)
- Ø Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
- Ø Το Φυσικό περιβάλλον.

ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΕ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

2.1 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: των επιχειρήσεων και σε πολιτικές για το ανθρώπινο δυναμικό-εργασιακός χώρος. Σε μία εταιρία οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια, ενώ οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με τη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία.

- **Αποστολή Αξίες και Όραμα :** Η αποστολή πρέπει να μεταφέρει στον κόσμο το μοναδικό χαρακτήρα μιας επιχείρησης. Η θεμελίωση της αποστολής και η υποστήριξη των εταιρικών αξιών χαρακτηρίζουν μια επιχείρηση. Πολλοί διευθύνοντες πιστεύουν ότι δε μπορούν να ηγηθούν μιας οργάνωσης αν οι σκοποί και οι αξίες της δεν εκφράζονται με σαφή τρόπο. Οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες σχεδιάζουν τις αξίες και τα οράματα τους μαζί με εκείνους που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους και τις ενσωματώνουν στις καθημερινές διαχειριστικές πρακτικές τους.

- **Εργασιακό κλίμα:** Το ανθρώπινο δυναμικό είναι το πολυτιμότερο κεφάλαιο της επιχείρησης. Είναι εκτός των άλλων και ο κυριότερος εκπρόσωπος της επιχείρησης προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες, συνεργάτες, τοπική κοινωνία). Αντιμετωπίζοντας το ανθρώπινο δυναμικό με συνέπεια και κοινωνική συνείδηση, η μικρομεσαία επιχείρηση διασφαλίζει όχι μόνο τη φήμη ως προτιμητέου εργοδότη, αλλά και τη δημιουργική κινητοποίηση των εργαζομένων της στην επίτευξη των επιχειρησιακών της στόχων.

Ενδεικτικές μορφές έκφρασης της ΕΚΕ στον τομέα αυτόν αποτελούν:

- Ø Η υγιεινή και η ασφάλεια στους χώρους εργασίας
- Ø Η δια βίου μάθηση
- Ø Οι ίσες ευκαιρίες για απασχόληση και επαγγελματική εξέλιξη
- Ø Ο σεβασμός των θεμελιωδών δικαιωμάτων του ανθρώπου
- Ø Η ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι
- Ø Δικαίωμα απασχόλησης χωρίς διακρίσεις

1.Υγεία και Ασφάλεια στους χώρους εργασίας.

Οι προσεγγίσεις του θέματος της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία παραδοσιακά έγκειται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Τα κριτήρια που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία περιλαμβάνονται σε διάφορους βαθμούς στα υπάρχοντα συστήματα πιστοποίησης και επισήμανσης για τα προϊόντα και τον εξοπλισμό.

Με το θέμα της υγιεινής και της ασφάλειας στο χώρο εργασίας ασχολείται ο νόμος του 1974 και άλλα νομοθετήματα του εργατικού δικαίου. Σύμφωνα με το νόμο οι επιχειρήσεις έχουν ως καθήκον να διασφαλίσουν στο μέτρο όπου είναι εφικτό την υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων στους χώρους εργασίας. Η παραβίαση αυτής της υποχρέωσης μπορεί να οδηγήσει σε ποινική δίωξη. Το εργοστάσιο, τα μηχανήματα και ο υλικός εξοπλισμός πρέπει να είναι ασφαλής και συντηρημένος, ενώ όλες οι μέθοδοι χειρισμού, αποθήκευσης, μεταφοράς αντικειμένων και ουσιών πρέπει να είναι ασφαλείς και να μην εγκυμονούν κινδύνους για την υγεία.

Παρόλο που ο νόμος αυτός καλεί τους εργοδότες να φροντίσουν να διασφαλίσουν ότι δε θα εκθέσουν σε κίνδυνο ούτε τον εαυτό τους ούτε σε άλλους στο χώρο εργασίας, τελικώς είναι ευθύνη της εργοδότης επιχείρησης να καθιερωθούν πολιτικές για την ασφάλεια. Για παράδειγμα, αν πρέπει να χρησιμοποιείται απαραίτητα κάποιο προστατευτικό ένδυμα, τότε η επιχείρηση όχι μόνο πρέπει να το παρέχει δωρεάν, αλλά να είναι βέβαιη ότι οι εργαζόμενοι θα το φορούν, ακόμα και με την επιβολή πειθαρχικών μέτρων σε όσους εργαζόμενους δε συμμορφώνονται.

Την εφαρμογή του νόμου ελέγχει η Επιτροπή Υγιεινής και Ασφάλειας η οποία είναι ένας ελεγκτικός φορέας που έχει αναθέσει σχετικά καθήκοντα σε κάποιον αρμόδιο για αυτά τα θέματα.

2. Διαχείριση Υγιεινής και Ασφάλειας

Μια σειρά από κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τη διαχείριση υγιεινής και ασφάλειας στο χώρο εργασίας τέθηκαν σε ισχύ το 1993 και προβλέπουν ότι οι εργοδότες πρέπει να προβαίνουν σε αξιολόγηση κινδύνων με σκοπό τον εντοπισμό των πιθανών κινδύνων για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων ή οποιουδήποτε άλλου που είναι πιθανό να επηρεαστεί από τη λειτουργία της επιχείρησης. Η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη:

- ☒ Να εκτελεί συγκεκριμένες διαδικασίες για την αντιμετώπιση εκτάκτων περιστατικών.
 - ☒ Να καταστρώνει κάποιο σχέδιο για την υλοποίηση προστατευτικών μέτρων.
 - ☒ Να εκπαιδεύει τους εργαζόμενους σε θέματα ασφάλειας.
 - ☒ Να φροντίζει οι εργαζόμενοι να είναι σε θέση να αποφεύγουν κάποιους κινδύνους.
 - ☒ Σωστή επιλογή και συντήρηση μηχανολογικού εξοπλισμού.
 - ☒ Να εντοπίζει τους αναπόφευκτους κινδύνους σε σχέση με τη λειτουργία της όσον αφορά το σχήμα, το μέγεθος και το βάρος του φορτίου, αλλά και τα εργονομικά χαρακτηριστικά του χώρου εργασίας (υγρασία, διαθέσιμος χώρος).
- (κείμενο από το βιβλίο Roger Bennett :2001, σελ311)

Πιστοποίηση συστημάτων Υγιεινής και Ασφάλειας στην εργασία (OHSAS18001/ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ 1801).

Το πρότυπο OHSAS 18001(Occupational Health and Safety Standard) εκδόθηκε από το BSI (British Standards Institute) το 1999 και αποδόθηκε στην Ελληνική γλώσσα το 2002. Περιλαμβάνει τις γενικές απαιτήσεις για τη δημιουργία Συστήματος Διαχείρισης της Υγείας και της Ασφάλειας στην Εργασία μίας επιχείρησης και εστιάζει, στην εκπόνηση λειτουργικών διαδικασιών καθώς και μεθοδολογίας για τον αποτελεσματικό έλεγχο της επαγγελματικής επικινδυνότητας καθώς και της επίτευξης βελτιώσεων στις συνολικές επιδόσεις υγείας και ασφάλειας στην εργασία της επιχείρησης. Όλες οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν το πρότυπο OHSAS ανεξαρτήτου μεγέθους, τύπου και δραστηριοτήτων.

Κατάλληλη διαμόρφωση εργασιακού χώρου.

Ένα μεγάλο μέρος της ζωής τους οι άνθρωποι το περνούν στη δουλειά. Έχει παρατηρηθεί ότι εργαζόμενοι σε σκοτεινούς/απρόσωπους χώρους μακροχρόνια έχασαν τον εργασιακό τους ζήλο. Αντίθετα καλοσχεδιασμένοι χώροι εργασίας συντελούν σε πιο αποδοτικό, δημιουργικό και αποτελεσματικό τρόπο εργασίας.

Στις κατάλληλες συνθήκες περιβάλλοντος εργασίας περιλαμβάνονται:

- ☒ Επαρκής χώρος για την εκτέλεση της εργασίας.
- ☒ Κατάλληλος φωτισμός, φυσικός (μεγάλα παράθυρα) κ' τεχνητός (ισχυροί λαμπτήρες).
- ☒ Επαρκής θέρμανση.
- ☒ Αποφυγή ή περιορισμός υγρασίας.
- ☒ Επαρκής εξαερισμός και ανανέωση του αέρα.
- ☒ Κλιματισμός.
- ☒ Κατάλληλος χρωματισμός του περιβάλλοντος χώρου.
- ☒ Καταπολέμηση κακοσμιών.
- ☒ Αποκονίωση (απορρόφηση της σκόνης).
- ☒ Εξάλειψη ή περιορισμός ενοχλητικών θορύβων.
- ☒ Χρήση εργονομικών επίπλων.

(κείμενο από Χολέβας:1995, σελ. 205).

3. Δικαίωμα Απασχόλησης χωρίς διακρίσεις

Οι υπεύθυνες πρακτικές πρόσληψης, ιδιαίτερα με την εφαρμογή της αρχής των μη διακρίσεων, πιθανότατα θα διευκολύνουν να προσλαμβάνονται άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι, γυναίκες, μακροχρόνια άνεργοι και μειονεκτούντα άτομα. Τέτοιες πρακτικές είναι ουσιαστικής σημασίας για την επίτευξη των στόχων της ευρωπαϊκής στρατηγικής για την απασχόληση που αφορούν τη μείωση της ανεργίας, την αύξηση του ποσοστού απασχόλησης και την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού.

- Ø Διακρίσεις με βάση το φύλλο
- Ø Διακρίσεις σε βάρος ηλικιωμένων
- Ø Εθνικές μειονότητες
- Ø Άτομα με ειδικές ανάγκες
- Ø Δικαιώματα της εργαζόμενης γυναίκας και μητέρας στην επιχείρηση

Άλλες πρωτοβουλίες Κοινωνικής Ευθύνης

Η δημιουργία ευκαιριών για ένα ποικιλόμορφο εργατικό δυναμικό αποτελεί μία σημαντική πρωτοβουλία κοινωνικής ευθύνης. Σε αυτό το σημείο θα περιγραφούν οι θετικές αντιδράσεις των επιχειρήσεων απέναντι σε άλλα σημαντικά κοινωνικά ζητήματα. Μία επιχείρηση η οποία λαμβάνει πρωτοβουλίες σε αυτούς τους τομείς μπορεί να θεωρηθεί κοινωνικά υπεύθυνη. Οι πρωτοβουλίες κοινωνικής ευθύνης περιλαμβάνουν τις άδειες για κοινωνικούς σκοπούς, τα προγράμματα αναδιοργάνωσης και τα προγράμματα για τη φροντίδα ηλικιωμένων.

- Ø Άδειες για κοινωνικούς σκοπούς.

Ορισμένες εταιρίες προσφέρουν στους επίλεκτους υπαλλήλους τους άδειες για κάποιο χρονικό διάστημα εκτός εργασίας προκειμένου να εκτελέσουν κάποια σημαντική κοινωνική εργασία. Για παράδειγμα το τμήμα της America Express που σχετίζεται με τα ταξίδια, επιτρέπει στους υπαλλήλους με 10 και πάνω χρόνια εργασίας να πάρουν άδεια προκειμένου να συνεισφέρουν στην κοινότητα.

- Ø Προγράμματα αναδιοργάνωσης κοινότητας

Μία πρωτοβουλία κοινωνικής ευθύνης ευρείας κλίμακας για τις επιχειρήσεις είναι η επένδυση πόρων ώστε να βοηθήσει την αναδιοργάνωση πληγείσων περιοχών (σεισμός, φωτιά, φτώχεια).

- **Αγορά:** (εσωτερικές δραστηριότητες και πρακτικές) Είναι κρισιμότερος παράγοντας για την οικονομική αποτελεσματικότητα κάθε επιχείρησης μέσα στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται αφορά πολιτικές για τους πελάτες, τους συνεργάτες και τους προμηθευτές «πεδίο αγοράς».

Στον τομέα αυτό, ενδεικτικές πρακτικές αφορούν στα εξής:

- Ø Εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση
- Ø Διαφάνεια των εταιρικών δραστηριοτήτων και των συναλλαγών
- Ø Πλήρης ενημέρωση, σήμανση και πιστοποίηση των προϊόντων της
- Ø Εφαρμογή κανόνων δεοντολογίας στο μάρκετινγκ και στη διαφήμιση σεβασμός των δικαιωμάτων του καταναλωτή κ.α.

- **Ανθρώπινα Δικαιώματα:** Αφορά το χώρο εργασίας και την κοινωνία.

Ο καθορισμός αυτού του όρου αντικατοπτρίζεται στη Διακήρυξη των Ανθρώπινων Δικαιωμάτων των Ηνωμένων Εθνών, η οποία είναι ευρέως γνωστή και έχει υιοθετηθεί παγκόσμια.

Η έννοια περιλαμβάνει τα ανθρώπινα δικαιώματα τόσο στο χώρο εργασίας όσο και έξω από αυτόν. Το πρώτο αναφέρεται στο σεβασμό των διεθνώς συμφωνηθέντων συνθηκών εργασίας όπως η απαγόρευση κάθε μορφής διάκριση, καθώς επίσης να τηρείται η ελευθερία του συνδικαλιζέσαι.

2.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: αφορά πολιτικές για τις τοπικές κοινωνίες και την κοινωνία με την ευρύτερη έννοια «κοινότητα»

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη επεκτείνεται πέρα από την εταιρία στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων χώρων οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι προμηθευτές, πελάτες, οι δημόσιες αρχές, η αγορά το περιβάλλον, οι τοπικές κοινότητες, οι καταναλωτές-πολίτες κα. Σε έναν κόσμο πολυεθνικών επενδύσεων και παγκόσμιων αλυσίδων εφοδιασμού, η ΕΚΕ πρέπει να επεκταθεί πέρα από τα σύνορα της Ευρώπης. Η ταχεία παγκοσμιοποίηση έχει ενθαρρύνει τη συζήτηση του ρόλου και την ανάπτυξη της παγκόσμιας διακυβέρνησης. Επίσης η ανάπτυξη εθελοντικών προγραμμάτων ΕΚΕ μπορεί να θεωρηθεί ότι συμβάλλει σε αυτό. (Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ- Πράσινη Βίβλος:2005)

• **Κοινωνία:** Η επιχείρηση ως κοινωνικά υπεύθυνη συμμετέχει καθοριστικά στην τοπική ανάπτυξη και πρόοδο. Οι εταιρίες συνεισφέρουν στις κοινότητές τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς κοινωνικές παροχές, χορηγίες, δωρεές κα. Από την άλλη πλευρά οι εταιρίες εξαρτώνται από την υγεία, την σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συχνά αντλούν την πελατεία τους από την περιοχή όπου βρίσκονται. Η φήμη μίας επιχείρησης στον τόπο εγκατάστασης της και η εικόνα της σίγουρα επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της. Η συνειδητή συμμετοχή των επιχειρήσεων στην κοινωνία μπορεί να εκφράζεται και με δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που αφορούν στα εξής:

- Ø Κοινωνική και τοπική ανάπτυξη
- Ø Υγεία και περίθαλψη
- Ø Παιδεία και εκπαίδευση
- Ø Ποιότητα ζωής (αθλητισμός, πολιτισμός)
- Ø Οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση
- Ø Ασφάλεια

Πολλές εταιρίες συμμετέχουν στα κοινοτικά προβλήματα, ιδίως με την παροχή επιπλέον θέσεων επαγγελματικής κατάρτισης, την υποστήριξη φιλανθρωπικών εκδηλώσεων, την πρόσληψη κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων, τη δημιουργία υποδομών παιδικής φύλαξης και μέριμνας για τους υπαλλήλους τους, τις συμπράξεις με τις κοινότητες, τη χρηματοδότηση τοπικών αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων ή με δωρεές σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες.

Η ανάπτυξη θετικών σχέσεων με την τοπική κοινότητα σχετίζεται ιδιαίτερα και με τις μη τοπικές επιχειρήσεις. Οι πολυεθνικές εταιρίες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο αυτές τις δραστηριότητες για να υποστηρίξουν την ένταξη των θυγατρικών τους στις διάφορες αγορές στις οποίες είναι παρούσες. Η οικειότητα των επιχειρήσεων με τους τοπικούς φορείς, τις παραδόσεις και τα πλεονεκτήματα του τοπικού περιβάλλοντος αποτελεί κεφάλαιο από το οποίο μπορούν να ωφεληθούν.

(Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ- Πράσινη Βίβλος “2005)

Συνοπτικά η ενασχόληση με τις τοπικές κοινότητες παρατηρείται στα εξής σημεία:

- Ø Συνεργασία με την κοινότητα

Αφορά δράσεις που αναπτύσσει η επιχείρηση στην τοπική κοινότητα σε συνεργασία με άλλους οργανισμούς για ένα σκοπό. Η επιχείρηση συνεργάζεται με την κοινότητα και επενδύει πόρους στην υποστήριξη προγραμμάτων και θεμάτων που την ενδιαφέρουν.

Ø Παροχές και χορηγίες προς την κοινότητα

Αφορά τις δωρεές σε χρήμα ή σε είδος και στις χορηγίες συγκεκριμένων δράσεων.

Ø Απασχόληση

Αφορά δράσεις και πρωτοβουλίες για αύξηση της απασχόλησης, μέσω της βελτίωσης των δεξιοτήτων και της δια βίου κατάρτισης-εκπαίδευσης.

Ø Προγράμματα για νέους

Η τελευταία κατηγορία αναφέρεται στην υποστήριξη των νεότερων γενεών μέσα από εκπαιδευτικές δράσεις.

(Ελληνικό Δίκτυο – Τομείς εφαρμογής προγραμμάτων ΕΚΕ :2005)

Ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα με τις τοπικές κοινότητες βοηθά την επιχείρηση να προσλάβει τους καλύτερους εργαζομένους της περιοχής, ως αποτέλεσμα θα έχει την καλύτερη σχέση με τους εργαζομένους της, αύξηση της παραγωγικότητας, αντιμετώπιση καλύτερη στις περιόδους κρίσεις (απεργίες, πορείες διαμαρτυρίας).

(Wellenwide:2004)

• **Καταναλωτές:** Ο καταναλωτής έχει συγκεκριμένα δικαιώματα αναφορικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιεί. Περιμένει από την επιχείρηση να του προσφέρει ένα προϊόν που να έχει τις κατάλληλες προδιαγραφές.

Τα δικαιώματα του καταναλωτή είναι τα εξής:

-Να αγοράζει ασφαλή προϊόντα

-Να επιλέγει

-Να πληροφορείται

Σχεδόν όλα τα προϊόντα έχουν κάποιο ποσοστό κινδύνου επομένως όταν γίνεται αναφορά για ασφάλεια εννοείται το λογικά αποδεκτό επίπεδο κινδύνου. Επίσης οι καταναλωτές πρέπει να έχουν αξιόπιστη πληροφόρηση προκειμένου να κρίνουν τα προϊόντα των επιχειρήσεων σε σχέση με τις κοινωνικές τους πρακτικές προκειμένου να προσανατολίσουν τις αγορές τους.

Οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Επίσης αποδέχονται ότι υπάρχουν αξιόπιστα προϊόντα-σήματα τα οποία αποδέχονται. Ωστόσο οι κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις των επιχειρήσεων δεν γίνονται γνωστές στους καταναλωτές. Το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της Εταιρικής Κοινωνικής Συνεισφοράς ή την ακυρώνει ως τεχνική marketing, ιδίως μάλιστα, όταν συνδυάζεται ταυτόχρονα με έντονο πρόγραμμα δημοσιότητας.

(Λεφοπούλου Α:2003)

• **Περιβάλλον:** Αφορά το φυσικό περιβάλλον και την προστασία του. Οι δραστηριότητες όλων των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως μεγέθους, μπορούν να έχουν επίπτωση στο φυσικό περιβάλλον. Η εφαρμογή ολοκληρωμένων συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου της επίδρασης που ασκεί μια παραγωγική διαδικασία στο περιβάλλον μπορεί να μην είναι τόσο απλή για μία μικρομεσαία επιχείρηση.

Παρόλα αυτά, μπορούν να αναφερθούν ενδεικτικά παραδείγματα πρακτικής εφαρμογής της έννοιας και των αρχών κοινωνικής ευθύνης και της δέσμευσης της σε σχέση με το περιβάλλον, όπως αυτά που ακολουθούν:

- Ø Ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων ευαισθητοποίησης σε περιβαλλοντικά ζητήματα
- Ø Ορθολογική και αποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων
- Ø Ανακύκλωση
- Ø Πρόληψη της ρύπανσης
- Ø Προγράμματα εθελοντισμού
- Ø Συμμόρφωση με τις νομοθετικές και κανονιστικές απαιτήσεις
- Ø Μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα και η ανάληψη υπευθυνότητας

Θετικές πρωτοβουλίες έχουν αναπτυχθεί από βιομηχανίες με πρωταρχικό μεν στόχο τη μείωση του κόστους, αλλά και με θετικά αποτελέσματα για το περιβάλλον.

Οι σημαντικότερες από αυτές είναι:

- Χρήση ανακυκλωμένων υλικών συσκευασίας (χαρτοκιβώτια)
- Μερική ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση υγρών αποβλήτων της παραγωγικής διαδικασίας
- Μερική συγκέντρωση καταλοίπων της παραγωγής και επαναχρησιμοποίησή τους ως πρώτη ύλη για άλλα προϊόντα
- Περιορισμός της χρήσης τοξικών υλικών

Οι οικονομικές/περιβαλλοντικές ωφέλειες από τις παραπάνω αναφερόμενες πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων είναι:

- Ø Εξοικονόμηση πρώτων υλών, νερού και ενέργειας
- Ø Ελαχιστοποίηση κινδύνων σοβαρών περιβαλλοντικών ατυχημάτων (κείμενο από βιβλίο Ντάκος Γ:2002)

Συνεπώς όσες επιχειρήσεις αναλαμβάνουν τον κοινωνικό ρόλο τους πραγματοποιώντας δράσεις κοινωνικής ευθύνης, ανταποκρίνονται καλύτερα στις απαιτήσεις της νέας εποχής και στέλνουν μηνύματα σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη που έμμεσα ή άμεσα επηρεάζονται από τη δράση τους. Τα οφέλη των επιχειρήσεων από την ΕΚΕ συνοψίζονται ως εξής:

- Ικανοποιημένο ανθρώπινο δυναμικό
- Θετική ανταπόκριση κοινής γνώμης
- Βελτίωση εταιρικής εικόνας, φήμης και της πελατείας
- Καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών-καταναλωτών
- Βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών
- Βελτίωση των σχέσεων με την τοπική κοινωνία

- **Ανθρώπινα Δικαιώματα:** Αφορούν το χώρο εργασίας και την κοινωνία.

Ο καθορισμός αυτού του όρου αντικατοπτρίζεται στη Διακήρυξη των Ανθρώπινων Δικαιωμάτων των Ηνωμένων Εθνών, η οποία είναι ευρέως γνωστή και έχει υιοθετηθεί παγκόσμια.

Η έννοια περιλαμβάνει τα ανθρώπινα δικαιώματα τόσο στο χώρο εργασίας όσο και έξω από αυτόν. Το πρώτο αναφέρεται στο σεβασμό των διεθνώς συμφωνηθέντων συνθηκών εργασίας όπως η απαγόρευση κάθε μορφής διάκριση, καθώς επίσης να τηρείται η ελευθερία του συνδικαλιζέσαι.

2.3 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Το εντεινόμενο ενδιαφέρον των κυβερνήσεων, του κοινωνικού συνόλου και του επιχειρηματικού κόσμου για την ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είχε ως συνέπεια μια σημαντική αύξηση στον αριθμό εργαλείων για τη διαχείριση, τη μέτρηση, την επικοινωνία (δηλαδή τη διαβίβαση προς τους τρίτους) και την επιβράβευση των επιδόσεων σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Αυτά τα όργανα της ΕΚΕ κυμαίνονται από γενικές κατευθυντήριες γραμμές και κώδικες συμπεριφοράς, που θέτουν φιλόδοξες αρχές ΕΚΕ, μέχρι πολύπλοκα συστήματα διαχείρισης, ελεγκτικά και επικοινωνιακά εργαλεία ή μεθοδολογίες εξέτασης (φιλτραρίσματος-screening) των επενδύσεων. Όλα αυτά παίζουν βασικό ρόλο στο να προσφέρουν καθοδήγηση για βιώσιμη λειτουργία για σωστή διαχείριση της ποιότητας των διαδικασιών, των συστημάτων και των πρακτικών με απώτερο στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη.

2.3.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Περιλαμβάνει:

1.Κώδικες Συμπεριφοράς,

2.Πρότυπα Διαχείρισης και Αναφοράς,

τα οποία βοηθούν τις επιχειρήσεις να ενσωματώσουν αξίες ΕΚΕ στη στρατηγική και τις επιχειρηματικές τους λειτουργίες προσφέροντας αρχές, σύνολα διαδικασιών, βήματα εφαρμογών, δείκτες και μεθόδους μέτρησης, αξιολόγησης και αναφοράς.

1.Οι **Κώδικες Συμπεριφοράς** είναι καινοτομικά σημαντικά εργαλεία για την προώθηση των θεμελιωδών ανθρωπίνων, εργασιακών και περιβαλλοντικών δικαιωμάτων, καθώς και πρακτικών ενάντια στη διαφθορά, ιδίως σε χώρες όπου οι κυβερνήσεις αποτυγχάνουν να ενισχύσουν τέτοιου είδους πρότυπα, αποτελούν επίσημη δήλωση αξιών και επιχειρηματικών πρακτικών μίας επιχείρησης, αποτυπώνουν δηλώσεις ελάχιστων προδιαγραφών και μία υπόσχεση της επιχείρησης να τις τηρεί και να απαιτεί από τους αναδόχους, εργολάβους, προμηθευτές και δικαιούχους να τις τηρούν και οι ίδιοι.

Σχετικά παραδείγματα αποτελούν:

Διακυβερνητικές Αρχές

- ΔΟΕ-Τριμερής Διακήρυξη των Αρχών αναφορικά με τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις και την Κοινωνική Πολιτική (ILO “Tripartite of principles concerning multinational enterprises and policy).
- ΔΟΕ-Διακήρυξη των Θεμελιωδών Αρχών και Δικαιωμάτων στην Εργασία.
- ΟΟΣΑ-Κατευθυντήριες Γραμμές για τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις.
- ΟΗΕ-Προσχέδιο Κατευθυντηρίων Γραμμών για Εταιρίες.

Πολυμερείς Κώδικες Συμπεριφοράς

- Πρωτοβουλία για το Ηθικό Εμπόριο.
- Εθελοντικές Αρχές για την Ασφάλεια και τα Ανθρώπινα Δικαιώματα στον κλάδο των Εξαγωγών.

Μοντέλα Κωδικών Συμπεριφοράς

Διαμορφωμένα από Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς, Εργατικά Σωματεία και άλλους Οργανισμούς.

- Διεθνής Αμνηστία-Αρχές Ανθρώπινων Δικαιωμάτων για τις Επιχειρήσεις.
- ΟΗΕ-Οικουμενικό Σύμφωνο.

2.Τα Πρότυπα Διαχείρισης αποτελούν ένα σύνολο πλαισίων, διαδικασιών και πρακτικών για την ποιότητα, το περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια, καθώς και τον ίδιο το χώρο εργασίας. Είναι εσωτερικά εργαλεία για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, που διευκολύνουν την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στις δραστηριότητες τους σε καθημερινή βάση, υπάρχουν τα πρότυπα, που εστιάζουν στις διαδικασίες και τα πρότυπα που αφορούν τη μέτρηση των επιδόσεων και τις αναφορές. Ιδιαίτερα τα διαχειριστικά συστήματα παρέχουν μοντέλα και προδιαγραφές για τον τρόπο διοίκησης μιας διαδικασίας ή μιας δραστηριότητας. Συνήθως μεγάλες εταιρίες αναλαμβάνουν την υιοθέτηση τους, τα παραπάνω εργαλεία βελτιώνουν το στρατηγικό management και την αξιοπιστία της επιχείρησης.
Παραδείγματα των προτύπων διαχείρισης:

Πρότυπα για το Χώρο Εργασίας

- SA8000 Social Accountability για τις Εργασιακές Συνθήκες

Το SA8000 είναι ένα από τα αναγνωρίσιμα πρότυπα διεθνώς, το οποίο ενσωματώνει την αποτελεσματική χρήση ενός Συστήματος Διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρέχοντας παράλληλα κίνητρο για τη διαρκή βελτίωση των εργασιακών συνθηκών στην επιχείρηση. Το πρότυπο εκδόθηκε για πρώτη φορά από τον SAI (Social Accountability International) το 1997, αναθεωρήθηκε το 2001 και εκδόθηκε για τρίτη φορά το 2008. Παρέχει μία κατανοητή και ευρύτατα αποδεκτή βάση για την διασφάλιση δίκαιων και με σεβασμό προς τον άνθρωπο συνθηκών εργασίας. Η πιστοποίηση κατά SA 8000 ενισχύει τη δέσμευση της επιχείρησης σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Παρέχει στα ενδιαφερόμενα μέρη απτή απόδειξη της υπευθυνότητας και ορθής πρακτικής της επιχείρησης σε θέματα κοινωνικής ευαισθησίας.

- ILO-OSH 2001-ΔΟΕ «Κατευθυντήριες Γραμμές για την ασφάλεια της εργασίας και τη διαχείριση της υγείας»
- OHSAS 18001 (αφορά την υγεία στο χώρο της εργασίας και την ασφάλεια). Εκδόθηκε το 1999 και αποδόθηκε στην Ελληνική γλώσσα το 2002 από το BSI (British Standards Institute) περιλαμβάνει τις γενικές απαιτήσεις για τη δημιουργία Συστήματος Διαχείρισης της Υγείας και της Ασφάλειας στην Εργασία μίας επιχείρησης και εστιάζει, στην εκπόνηση λειτουργικών διαδικασιών καθώς και μεθοδολογίας για τον αποτελεσματικό έλεγχο της επαγγελματικής επικινδυνότητας καθώς και της επίτευξης βελτιώσεων στις συνολικές επιδόσεις υγείας και ασφάλειας στην εργασία της επιχείρησης. Όλες οι επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν το πρότυπο OHSAS ανεξαρτήτου μεγέθους, τύπου και δραστηριοτήτων τους.

Τα πλεονεκτήματα της πιστοποίησης είναι :

- Ø Μείωση του αριθμού τραυματισμών του προσωπικού μέσω της πρόληψης και του ελέγχου των κινδύνων στον εργασιακό χώρο.
- Ø Μείωση του κινδύνου σημαντικών ατυχημάτων.
- Ø Μείωση της υλικής απώλειας που προκαλείται από τα ατυχήματα και τις διακοπές της παραγωγής.
- Ø Μείωση ασφαλιστικών δαπανών καθώς επίσης και μείωση των δαπανών που οφείλονται στην απουσία των εργαζομένων.
- Ø Δυνατότητα ύπαρξης ενός ολοκληρωμένου πλαισίου που περιλαμβάνει συστήματα διαχείρισης συμπεριλαμβανομένης της ποιότητας, του περιβάλλοντος και της υγείας και της ασφάλειας.
- Ø Εξασφαλίζεται η συμμόρφωση στην υπάρχουσα νομοθεσία και εξετάζεται η συνεχής αναπροσαρμογή της.

ØΜεγιστοποίηση της εμπορικής προβολής της επιχείρησης και της ανταγωνιστικότητας της.

ØΕξασφαλίζει τις αναγκαίες προϋποθέσεις για συμμετοχή σε μεγάλους διεθνείς διαγωνισμούς.

ØΑύξηση της ικανοποίησης και του αισθήματος ασφαλείας του προσωπικού.

Πρότυπα Διαχείρισης ποιότητας

- ISO 9000 (International Organization of Standardization)
- EFQM (European Foundation for Quality Management)-Μοντέλο για την επίτευξη επιχειρησιακής υπεροχής
- AA(Accountability)1000-Πλαίσιο που προήλθε από την ανάμιξη των ενδιαφερόμενων μερών.
- ISO CR MSS (Πρότυπα για διαχειριστικά συστήματα εταιρικής ευθύνης του ISO).

Πρότυπα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

• EMAS (Eco-management and audit scheme)-Εθελοντικό πρόγραμμα (κανονισμός) για την εισαγωγή του οποίου υπεύθυνη είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, που κύριο σκοπό έχει να ενθαρρύνει τις εταιρείες να διαχειριστούν τις επιπτώσεις των ενεργειών τους στο περιβάλλον. Οι εταιρείες καλούνται να εκδώσουν μια σχετική δήλωση την οποία και αναλαμβάνει να επικυρώσει/ επαληθεύσει αρμόδιος φορέας..

- ISO 14000
- ISO 14001 είναι το Διεθνές Πρότυπο για τα συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (EMS Environmental Management Systems)
- ISO 27001 το ISO/IEC 27001 του 2005 αποτελεί την νέα προδιαγραφή για τη διαχείριση της Ασφάλειας των Πληροφοριών.
- OHSAS 18001-Αποτελεί ένα από τα πιο αναγνωρισμένα μοντέλα συστημάτων διαχείρισης διεθνώς για την πιστοποίηση Υγείας και Ασφάλειας στο χώρο της εργασίας.

Αναφορά στο πρότυπο ISO 14000 (1996).

Το ISO14000 αποτελεί μια προσέγγιση στη προστασία του περιβάλλοντος. Σε αντίθεση με το κλασικό μοντέλο εντολών και ελέγχου, ζητείται από κάθε επιχείρηση να επανεκτιμήσει τις περιβαλλοντικές της απόψεις και θέσεις, να καθιερώσει τους δικούς της αντικειμενικούς σκοπούς / στόχους, να δεσμευτεί για πιο επαρκής και έγκυρες διαδικασίες καθώς και για συνεχή βελτίωση και να εισάγει όλους τους υπαλλήλους μαζί με το διευθυντικό προσωπικό σε ένα σύστημα διαρκούς εκπαίδευσης και προσωπικής υπευθυνότητας με σκοπό τη βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης του οργανισμού ή της επιχείρησης. Αυτό το υπόδειγμα βασίζεται κατά κύριο λόγο στην ευαισθητοποίηση και στην επιθυμία να προστατευτεί το περιβάλλον, παρά στην επίπληξη των διαφόρων φορέων (βιομηχανιών) για λάθη που πιθανώς διέπραξαν κατά καιρούς. Μακροπρόθεσμα το ISO 14001 υπόσχεται την καθιέρωση των βασικών αρχών καθώς και τη θέσπιση των ρυθμίσεων και των προϋποθέσεων, τόσο για υπεύθυνη και σταθερή εφαρμογή των περιβαλλοντικών υποχρεώσεων, όσο και για ορθή διαχείριση του συστήματος.

Πρόσφατα ατυχήματα σε βιομηχανίες, με αποδέκτες την ανθρώπινη υγεία ή το περιβάλλον, απέδειξαν ότι η απλή υπακοή και η συμμόρφωση με τις εκάστοτε νομοθετικές ρυθμίσεις δεν είναι αρκετή ώστε να αποτραπεί η ρύπανση του περιβάλλοντος.

Τα πρότυπα αυτής της σειράς είναι ανεπτυγμένα από τον διεθνή οργανισμό πιστοποίησης ποιότητας, και διεθνώς αναγνωρισμένα για αυτό το λόγο είναι αναγκαίο να συμπεριλαμβάνουν δεδομένα και αρχές από όλες τις χώρες.

Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης EMAS.

Ο τομέας της περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι πολύπλευρος και πολυσύνθετος. Αυτό γίνεται εύκολα κατανοητό από το γεγονός ότι εκτός από τη σειρά προτύπων του διεθνούς οργανισμού πιστοποίησης (ISO) συμπεριλαμβάνει και άλλα βασικά πρότυπα εκ των οποίων ένα από τα πιο δεδομένα είναι το πρότυπο EMAS.

Το EMAS έκανε την πρώτη του εμφάνιση με τον κανονισμό 1836/93 της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με στόχο να βάλει σε τάξη τα διάφορα εθνικά συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης των ευρωπαϊκών χωρών και να θέσει τους κανόνες του παιχνιδιού ενός υγιούς ανταγωνισμού των επιχειρήσεων στο στίβο της περιβαλλοντικής επίδοσης. Η αντικατάσταση του κανονισμού αυτού έγινε στις 19 Μαρτίου 2001 όταν ψηφίσθηκε ο κανονισμός με αριθμό 761/2001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την εκούσια συμμετοχή οργανισμών στο Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και οικολογικού Ελέγχου (EMAS).

Σκοπός του συστήματος αυτού είναι η προώθηση της συνεχούς βελτίωσης των περιβαλλοντικών επιδόσεων όλων των ευρωπαϊκών οργανισμών, καθώς και της πληροφόρησης του κοινού και άλλων ενδιαφερόμενων. Επίσης στόχος του είναι η αναγνώριση των οργανισμών οι οποίοι έχουν υιοθετήσει συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, προγράμματα δράσης προστασίας του περιβάλλοντος και που διαρκώς προσπαθούν να βελτιώσουν την περιβαλλοντική τους πρακτική και η γνωστοποίηση της προόδου των επιχειρήσεων αυτών στο ευρύτερο κοινό.

Το λογότυπο EMAS έχει σκοπό να δείχνει στο κοινό και στα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέλη, την καθιέρωση και την εφαρμογή ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης, τη συστηματική, αντικειμενική και περιοδική αξιολόγηση της επίδοσης τέτοιων συστημάτων, την παροχή πληροφοριών σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και έναν ανοιχτό διάλογο με το ευρύ κοινό και τα λοιπά ενδιαφερόμενα μέλη.

Ο ανταγωνισμός των Προτύπων δε εξυπηρετούσε σε τίποτα και σίγουρα δεν βοηθούσε τη διάδοση του EMAS. Η ανάγκη να συγκλίνουν τα δύο πρότυπα είχε διαγνωστεί με σαφήνεια και η λύση που δόθηκε ήταν η ενσωμάτωση στο EMAS του ISO 14001 ως το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης που αναπτύσσεται στα πλαίσια εφαρμογής του EMAS. Το EMAS2 διατηρεί αυτή τη φιλοσοφία. Εκεί πάντως που το EMAS2 διαφοροποιήθηκε από το EMAS είναι στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που καλύπτει. Το EMAS2 καλύπτει και άλλους τομείς εκτός της βιομηχανίας.

Συμπερασματικά από τα παραπάνω προκύπτει ότι η ΕΚΕ ως έννοια αρχικά συσχετίστηκε με τις έννοιες της αγαθοεργίας και της εταιρικής φιλανθρωπίας, καθώς και με την αρχή της διαχείρισης. Μέσα από διεθνείς, εθνικές και εταιρικές πρωτοβουλίες, συμβάσεις και κώδικες συμπεριφοράς η ΕΚΕ απέκτησε τη σύγχρονη μορφή της, η οποία περιλαμβάνει την εσωτερική (κοινωνικά και περιβαλλοντικές υπεύθυνες πρακτικές) και εξωτερική διάσταση (τοπική κοινωνία, επιχειρηματικοί εταίροι, δημόσιες αρχές, μη κυβερνητικούς οργανισμούς). Τομείς δραστηριοποίησης της επιχείρησης με βάση την ΕΚΕ αποτελούν η κοινωνικά υπεύθυνη διαχείριση (κώδικες συμπεριφοράς, πρότυπα διαχείρισης, εκθέσεις), κατανάλωση (ηθικό και δίκαιο εμπόριο, περιβαλλοντικά και κοινωνικά σήματα), επένδυση (αμοιβαία κεφάλαια, επενδύσεις συνταξιοδοτικών ταμείων, διαδικασίες δημοσίευσης)

Δήλωση-Αναφορά

- CSR- Corporate Social Responsibility.

Είναι η δήλωση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και περιλαμβάνει τα οφέλη που προκύπτουν από την επαλήθευση της.

Η δήλωση «Κοινωνικής Ευθύνης» (CSR Assurance statement) είναι η αναφορά που κάνει μια εταιρεία σχετικά με τις πρακτικές/δράσεις της σε θέματα υψηλής κοινωνικής

ευαισθησίας (προστασία περιβάλλοντος, ανθρώπινα δικαιώματα, παιδική εργασία, ασφάλεια στην εργασία κα)

Σε ποιες επιχειρήσεις έχει εφαρμογή η αναφορά κοινωνικής ευθύνης?

Η εφαρμογή της Αναφοράς Κοινωνικής Ευθύνης γίνεται πρώτα απ' όλα σε όλες τις εταιρείες που είναι **εισηγμένες στο χρηματιστήριο όπου οφείλουν** να κάνουν αναφορές «Κοινωνικής Ευθύνης» σε ετήσια βάση.

Όλες οι επιχειρήσεις ωστόσο μπορούν να εκδώσουν αναφορές ΕΚΕ, βελτιώνοντας έτσι το εταιρικό τους προφίλ. Ειδικά εάν επιθυμούν ή ήδη, συνεργάζονται με οργανισμούς /πελάτες που δίνουν ιδιαίτερη σημασία στον τρόπο που η εταιρεία συμπεριφέρεται σε ευαίσθητα για την κοινωνία θέματα. Οι αναφορές «Κοινωνικής Ευθύνης» είναι το κατάλληλο εργαλείο για την έναρξη ή την ενίσχυση της συνεργασίας με αυτούς.

Οφέλη από την αναφορά:

- Σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών στα μάτια και στις προτιμήσεις του αγοραστικού κοινού που θεωρεί ότι η εταιρεία συμπεριφέρεται υπεύθυνα σε θέματα σεβασμού των εργαζομένων της, των πελατών της, του περιβάλλοντος, της ασφάλειας στην εργασία, αποφυγής κοινωνικών διακρίσεων και συμμετέχει σε κοινωφελείς δραστηριότητες.
- Διευκολύνει τη συνεργασία με μεγάλους οργανισμούς και πελάτες που απαιτούν από τους συνεργάτες ή τους προμηθευτές τους συγκεκριμένη συμπεριφορά σε θέματα σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων (π.χ. μη χρησιμοποίηση παιδιών στο εργατικό δυναμικό τους, αποφυγή διακρίσεων μεταξύ των δυο φύλων, κτλ).
- Αύξηση της αναγνωσιμότητας της εταιρείας από το καταναλωτικό κοινό λόγω των δηλώσεων σε εφημερίδες ή από τη συμμετοχή της εταιρείας σε εκδηλώσεις κοινωνικού χαρακτήρα.

Διευκολύνει τη συνεργασία με τις Τράπεζες και τις Ασφαλιστικές Εταιρείες οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τους τις επιδόσεις σε κρίσιμα κοινωνικά θέματα.

Οι εταιρείες που επιθυμούν να βελτιώσουν το εταιρικό τους προφίλ μπορούν να εκδώσουν σχετικές αναφορές Κοινωνικής Ευθύνης. Οι αναφορές αυτές δεν στηρίζονται σε ένα συγκεκριμένο πρότυπο αλλά σε ένα συνδυασμό από πρότυπα όπως π.χ. το **ISO 9001**, το **ISO 14001**, το **SA 8000**, το **AA 1000**, το **GRI** και άλλα. Οι εταιρείες, με τις αναφορές αυτές, παρέχουν στοιχεία για τον τρόπο με τον οποίο διαχειρίζονται αποτελεσματικά ευαίσθητα κοινωνικά θέματα ενημερώνοντας παράλληλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (κοινωνία, πελάτες, επενδυτές κτλ) για τις επιδόσεις τους σε αυτά.

Όλο και περισσότερες εταιρείες παγκοσμίως εκδίδουν Αναφορές Κοινωνικής Ευθύνης (CSR / Sustainability reports).

Η επαλήθευση της αναφοράς/δήλωσης μιας εταιρείας, από έναν αρμόδιο φορέα όπως το LRQA, δεν είναι απλώς η έγκριση των όσων δηλώνει η εταιρεία στην αναφορά της, αλλά ο έλεγχος ότι τα στοιχεία είναι αληθινά και ότι τα παραπάνω θέματα πράγματι βρίσκονται ψηλά στην ατζέντα της διοίκησης της εταιρείας

Εκθέσεις

Οι εκθέσεις είναι έγγραφα, με τα οποία ανακοινώνονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης των κοινωνικών συνεπειών μιας πολιτικής ΕΚΕ. Η απαίτηση για μεγαλύτερη διαφάνεια και κοινωνική αναφορά από τη πλευρά των επιχειρήσεων έχει οδηγήσει μία πρόσφατη αύξηση του ενδιαφέροντος για την υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας, οι οποίες καλύπτουν ζητήματα οικονομικά, κοινωνικά και οικολογικά. Το νόημα των εκθέσεων αυτών υφίσταται από τη δεκαετία του '70, ως συμπλήρωμα του ετήσιου απολογισμού. Ουσιαστικά όμως στις μέρες μας, με την αναγνώριση της σημασίας της «τριπλής βασικής αρχής» για τη βιώσιμη ανάπτυξη, κοινωνικά, ηθικά και περιβαλλοντικά θέματα προστέθηκαν στις εκθέσεις. Σε αντίθεση με τις οικονομικές εκθέσεις, οι αναφορές βιωσιμότητας περιλαμβάνουν ένα σύνολο ποιοτικών πληροφοριών, των οποίων η

μέτρηση καθίσταται δύσκολη, ιδιαίτερα στην περίπτωση κοινωνικών δεικτών, οι οποίοι βρίσκονται σε πειραματικό στάδιο ακόμη.

Ως προς την έννοια της «τριπλής βασικής αρχής» θα πρέπει να τονιστεί ότι αποτελεί την ιδέα με βάση τη συνδυασμένη συνεισφορά της στην οικονομική ευημερία, την περιβαλλοντική ποιότητα και το κοινωνικό κεφάλαιο. Η ίδια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα στο θέμα αυτό. Στην κοινοποίηση της με θέμα «Ευρωπαϊκή Στρατηγική για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη» κάλεσε τις εισηγμένες στο χρηματιστήριο επιχειρήσεις, που διαθέτουν τουλάχιστον 500 άτομα προσωπικό, να εισάγουν την «τριπλή βασική αρχή» στις ετήσιες λογιστικές τους καταστάσεις, έτσι ώστε οι μέτοχοι να μπορούν να μετρούν και να αξιολογούν την απόδοση της εταιρείας με βάση οικονομικά, αλλά κοινωνικά και οικολογικά κριτήρια.

Κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα πρωτοβουλιών στον τομέα αυτό αποτελούν:

- Global Reporting Initiative (GRI) με τις Κατευθυντήριες Γραμμές για Αναφορά (2002), οι οποίες περιλαμβάνουν αρχές αναφοράς, περιεχόμενο αναφορών, καθώς και δείκτες για την απόδοση.
- AA1000-Accountability-Πρότυπο επικύρωσης αποτελεσμάτων από το Ινστιτούτο Κοινωνικής και Ηθικής Αναφοράς.

2.3.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Στα πλαίσια της κοινωνικά υπεύθυνης κατανάλωσης χρησιμοποιούνται

1. Κοινωνικά Σήματα

2. Περιβαλλοντικά Σήματα. Με τους όρους αυτούς περιγράφονται εργαλεία βασισμένα στην αγορά που απευθύνονται κυρίως στους καταναλωτές και πιστοποιούν το γεγονός ότι η παραγωγή ενός συγκεκριμένου προϊόντος, οι εμπορικές συναλλαγές και διαδικασίες που ακολουθούνται στη συνέχεια έχουν σεβαστεί ένα δεδομένο σύνολο κριτηρίων και προτύπων. Άλλωστε οι καταναλωτές σήμερα ενδιαφέρονται για ζητήματα διασφάλισης του περιβάλλοντος, προστασίας της υγιεινής και της ασφάλειας στο χώρο εργασίας καθώς και για το σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων, ιδίως για την παιδική και καταναγκαστική εργασία. Γενικά τα σήματα αποτελούν ένα τρόπο μετατροπής της ανυσηχίας σε θετική δράση και προσανατολισμό της καταναλωτικής συμπεριφοράς προς κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς τομείς.

Στη σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη οικονομία κυριαρχούν οι όροι δίκαιο εμπόριο και ηθικό εμπόριο. Η πρώτη έννοια (δίκαιο εμπόριο) αναφέρεται σε δίκαιες διαδικασίες, που στοχεύουν στην υποστήριξη περιθωριοποιημένων παραγωγών σε κλάδους αγροτικούς και χειροτεχνίας, σε αναπτυσσόμενες χώρες. Οι στόχοι αυτοί οι οποίοι είναι αναπτυξιακοί επιτυγχάνονται μέσω της βελτίωσης της δυνατότητας πρόσβασης στην αγορά διασφαλίζοντας δίκαιες τιμές στις διαπραγματεύσεις, παρέχοντας άμεσες καταβολές ή με προπληρωμή. Η δεύτερη έννοια (ηθικό εμπόριο) αφορά δραστηριότητες από τις εταιρίες με στόχο την ανάδειξη των ηθικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους ευθυνών καθώς και την προώθηση των ανθρώπινων δικαιωμάτων και των αξιοπρεπών συνθηκών εργασίας στις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού και παραγωγής των προϊόντων.

Παραδείγματα αποτελούν τα εξής:

Οργανισμοί

- FLO International –Διεθνούς κύρους οργανισμός που θέτει πρότυπα και πιστοποίηση σχετικά με το δίκαιο εμπόριο.
- IFAT –Δίκτυο οργανισμών που έχει ως στόχο την παροχή ευκαιριών, πληροφόρησης, τεχνικής υποστήριξης και βελτίωσης της δυνατότητας πρόσβασης στις αγορές.

- EFTA –Ένωση εισαγωγέων με σκοπό τις αποτελεσματικές εισαγωγές σε επίπεδο δίκαιου εμπορίου, προώθηση της συνεργασίας και της πληροφόρησης, αφύπνιση της κοινής γνώμης και όσων λαμβάνουν αποφάσεις.

Κοινωνικά σήματα

- Belgium Social Label –Νομοθετικό πλαίσιο της βελγικής κυβέρνησης το 2001 που έδινε το δικαίωμα σε επιχειρήσεις να αποκτούν ένα σήμα το οποίο χορηγείται σε προϊόντα που ολόκληρη η αλυσίδα της παραγωγής τους είναι συμβατή με τους κανόνες συμπεριφοράς του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας
- Rug mark Label –Αφορά την παραγωγή χαλιών στην περιοχή της Ινδίας και στοχεύει στην εξάλειψη της παιδικής εργασίας. Οι συμμετέχοντες συμφωνούν στην απαγόρευση της παιδικής εργασίας και στο να επιτρέπουν μη ανακοινωθέντες ελέγχους στα εργοστάσια τους.
- Flower Label Program-Στοχεύει στη διασφάλιση δίκαιων εργασιακών και περιβαλλοντικών συνθηκών στον κλάδο του εμπορίου λουλουδιών, όπως και ο σεβασμός των αρχών του ILO και η μη χρησιμοποίηση τοξικών φυτοφαρμάκων και χημικών.

Περιβαλλοντικά σήματα

- EU ECO LABEL-Εθελοντικό πρόγραμμα που ξεκίνησε το 1992, για την ενθάρρυνση της παραγωγής και κατανάλωσης «Πράσινων Προϊόντων σε Ευρωπαϊκή Κλίμακα». Χορηγείται σε προϊόντα με το μικρότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο, που συμμορφώνονται με τα καθιερωμένα πρότυπα. Τα οικολογικά αυτά πρότυπα καθορίζονται από μία επιτροπή και λαμβάνουν υπόψη τους όλες τις φάσεις «ζωής» ενός προϊόντος, από τη παραγωγή και τη χρήση του μέχρι και την απόρριψή του.
- Forest Stewardship Council-Ο διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός έχει εισάγει ένα παγκόσμιο πρόγραμμα, το οποίο αφορά δασικά προϊόντα και παρέχει μια αξιόπιστη εγγύηση ότι το προϊόν προέρχεται από ένα δάσος, του οποίου η διαχείριση εκτιμάται και πιστοποιείται σύμφωνα με τα συμφωνηθέντα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά πρότυπα.
- Pan European Forestry Certification-Μια εθελοντική πρωτοβουλία του ιδιωτικού τομέα, η οποία θέτει ως στόχο την προώθηση της βιώσιμης διαχείρισης των δασών σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.

2.3.3 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ

Μέσω της κοινωνικά υπεύθυνης επένδυσης απεικονίζονται ποικίλες προσεγγίσεις. **Προϊόντα και Εργαλεία** που προσφέρονται στους ευαισθητοποιημένους ως προς την κοινωνική υπευθυνότητα επενδυτές. Η κοινωνικά υπεύθυνη επένδυση έχει αποκτήσει μεγάλη απήχηση στους επενδυτές, διότι συνδυάζει τους αντικειμενικούς χρηματοοικονομικούς στόχους τους με τις ανησυχίες τους σχετικά με ηθικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Με τον τρόπο αυτό, αντιπροσωπεύει ένα ισχυρό μέσο για την αλλαγή της επιχειρησιακής συμπεριφοράς, μεταφράζοντας τις αξίες σε θετική δράση και σε προώθηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών διαδικασιών και πρακτικών.

Η επένδυση για κοινωνικούς σκοπούς αποτελεί υποστήριξη ενός συγκεκριμένου σκοπού ή δραστηριότητας και χρηματοδότησης τους μέσω επενδύσεων. Σε αντίθεση με τις δωρεές, οι επενδυτές για κοινωνικούς σκοπούς ενδιαφέρονται για την επιστροφή της αρχικής επένδυσης είτε μέσω ανταπόδοσης(για δάνεια)είτε μέσω μετοχών.

Σε αυτού του είδους την επένδυση μπορούν να εμπλακούν είτε μεμονωμένοι επενδυτές, οι οποίοι ενδιαφέρονται για ιδιωτικές τοποθετήσεις κεφαλαίων είτε θεσμικοί επενδυτές

μέσα σε ένα πλαίσιο, το οποίο διαμορφώνεται από ιδρύματα και οργανισμούς, όπως συνταξιοδοτικά ταμεία, τράπεζες και ασφαλιστικές εταιρίες.

Υπάρχουν οι εξής τρόποι για τους επενδυτές να ακολουθούν τις κοινωνικές και οικολογικές τους αξίες:

- Μέσω του «φιλτραρίσματος» που αφορά τη συμπερίληψη ή τον αποκλεισμό μετοχών σε επενδυτικά χαρτοφυλάκια, βασισμένα σε ηθικά, κοινωνικά ή οικολογικά κριτήρια. Αυτό μπορεί να υλοποιηθεί είτε αποκλείοντας επιχειρήσεις που ασχολούνται για παράδειγμα με την παραγωγή όπλων ή πυρηνικών, είτε επιλέγοντας εταιρίες με βάση την αξιολόγηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής τους επίδοσης.
- Μέσω ανάμιξης των μετόχων όπου στη περίπτωση αυτή οι επενδυτές χρησιμοποιώντας την ιδιότητα του μετόχου υποστηρίζουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές τους ανησυχίες και αναζητούν τρόπους να επηρεάσουν τη συμπεριφορά της επιχείρησης μέσω διαβουλεύσεων με τη διοίκηση της εταιρίας, μέσω ψηφισμάτων στις ετήσιες συνελεύσεις των μετόχων ή μέσω της αποεπένδυσης.
- Μέσω της επένδυσης σε μη συμβατικά ιδρύματα (τράπεζες που στοχεύουν σε ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων και άλλοι πιστωτικοί οργανισμοί), τα οποία προσφέρουν δανεισμό σε χαμηλό επιτόκιο σε άτομα που εναλλακτικά δεν θα ήταν δυνατό να έχουν πρόσβαση σε κεφάλαια. Στη περίπτωση αυτή η οικονομική απόδοση είναι μικρότερη από την κοινωνική για τους επενδυτές.

2.4 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η ανάγκη της δημιουργίας και της ανάπτυξης των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης παρουσιάστηκε εντονότατα τις τελευταίες επτά δεκαετίες, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως το χρονικό διάστημα της εξέλιξης της τεχνολογίας, η οποία με τη σειρά της οδήγησε τους ανθρώπους στην αδιάκοπη και χωρίς όρια εκμετάλλευση του περιβάλλοντος και των πηγών ενέργειας που αυτό διαθέτει. Σκοπός αυτής της συμπεριφοράς του ανθρώπου ήταν και είναι ακόμα η διατήρηση και ανάπτυξη της επιστήμης και της τεχνολογίας, χωρίς να σκέπτεται και να προστατεύει το περιβάλλον.

Έτσι με αργό σταθερό ρυθμό έγινε κατανοητό πως ήταν ανάγκη να ληφθούν κατάλληλα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος. Αρχικά οι πιο ανεπτυγμένες χώρες της Ευρώπης θέσπισαν νόμους και διατάξεις για τον παραπάνω στόχο. Αυτές οι διατάξεις στο βασικό τους πλαίσιο εφαρμόστηκαν σε όλες σχεδόν τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και όχι μόνο. Οι διατάξεις αφορούσαν και αφορούν σε μεγάλο βαθμό τα μέτρα που θα πρέπει να λάβουν οι βιομηχανίες κυρίως για να εναρμονιστούν με τους νόμους. Όλα αυτά τα μέτρα και οι προϋποθέσεις που οφείλουν οι βιομηχανίες και οι οργανισμοί να πληρούν καθορίστηκαν στο πρώτο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης BS7750. Το πρότυπο αυτό αναπτύχθηκε από τον αγγλικό οργανισμό τυποποίησης.

Πρόκειται για ένα ιδιαίτερα βασικό πρότυπο στην εξέλιξη των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, αφού σε αυτό βασίστηκε και αναπτύχθηκε από το Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης το πρότυπο ISO14000. Ο ρόλος που καλούνται να παίξουν τα συστήματα αυτά στον τομέα των επιχειρήσεων στις μέρες μας είναι καθοριστικός, διότι τα μέτρα που επιβάλλεται να λαμβάνονται από κάθε επιχείρηση και οργανισμό είναι καθορισμένα με διεθνείς κανονισμούς, οι οποίοι πρέπει να τηρούνται ολοκληρωτικά αφού σε αντίθετη περίπτωση δεν είναι δυνατή η πρόοδος, η ευημερία, η ανάπτυξη και η καθιέρωση των οργανισμών και των επιχειρήσεων που δεν τηρούν αυτούς τους κανονισμούς. Ο έλεγχος της εφαρμογής και της συμμόρφωσης των επιχειρήσεων με τους κανόνες προστασίας του περιβάλλοντος έχει ανατεθεί σε διεθνείς φορείς και κυβερνήσεις, οι οποίοι επιβάλλουν κυρώσεις όταν εντοπίζεται ελλιπής ή μη τήρηση των κανονισμών αυτών.

Η μεγάλη σημασία των Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και γενικότερα της ανάγκης που υπάρχει για τον σεβασμό και τη διαφύλαξη του περιβάλλοντος, αποδεικνύεται από τις ενέργειες που γίνονται, όπως για παράδειγμα, τη συνεχώς αυξανόμενη χρήση προϊόντων που ανακυκλώνονται, τα διάφορα προγράμματα που αναπτύσσονται από τις κυβερνήσεις για παροχή χρημάτων, τα οποία στοχεύουν στη δημιουργία και την ανάπτυξη χώρων πρασίνου και πάρκων. Παράλληλα τα τελευταία χρόνια δημιουργούνται ειδικά τμήματα τόσο σε πανεπιστήμια όσο και σε διάφορα ινστιτούτα, τα οποία ως βασικό τους στόχο έχουν τη βελτίωση και την εφαρμογή μεθόδων για την προστασία του περιβάλλοντος. Στο σημείο αυτό είναι σπουδαίο να αναφερθεί ότι τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης παρέχουν ένα πλαίσιο για τη διοίκηση και τον έλεγχο των ευθυνών κάθε επιχείρησης απέναντι στο περιβάλλον.

Οφέλη από την υιοθέτηση των παραπάνω συστημάτων:

- Η βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης του οργανισμού.
- Η επίτευξη αυξημένης συμμόρφωσης με τις νομοθετικές και κανονιστικές απαιτήσεις και η αποφυγή προστίμων
- Η πρόληψη της ρύπανσης και η εξοικονόμηση φυσικών πόρων
- Η αύξηση της απόδοσης και η μείωση του κόστους
- Η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, ή είσοδος σε νέες αγορές και προσέλκυση νέων πελατών.

- Η βελτίωση της εικόνας του οργανισμού προς τα έξω.
- Το υψηλό ηθικό του προσωπικού.
- Η μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση του προσωπικού σε περιβαλλοντικά θέματα και η ανάληψη υπευθυνότητας.

Θετικές πρωτοβουλίες έχουν αναπτυχθεί και από την ίδια την βιομηχανία με πρωταρχικό μεν στόχο τη μείωση του κόστους, αλλά και με θετικά αποτελέσματα για το περιβάλλον.

- Χρήση ανακυκλωμένων υλικών συσκευασίας (χαρτοκιβώτια).
- Μερική ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση υγρών αποβλήτων της παραγωγικής διαδικασίας.
- Μερική συγκέντρωση καταλοίπων της παραγωγής και επαναχρησιμοποίησή τους ως πρώτη ύλη για άλλα προϊόντα.
- Μείωση βάρους της συσκευασίας (χαρτί, πλαστικό.)
- Χρήση καθαρότερων υλικών (χρώματα απαλλαγμένα από βαρέα μέταλλα).

Οι οικονομικές/περιβαλλοντικές ωφέλειες από τις παραπάνω ενδεικτικά αναφερόμενες επεμβάσεις είναι:

- Εξοικονόμηση πρώτων υλών, νερού και ενέργειας.
- Βελτίωση της απόδοσης των παραγωγικών διεργασιών.
- Ελαχιστοποίηση κινδύνων σοβαρών περιβαλλοντικών ατυχημάτων.

2.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Έρευνα του Harvard University έδειξε ότι επιχειρήσεις που λειτουργούσαν σε συνεργασία με τους κοινωνικούς τους εταίρους παρουσίασαν τετραπλάσιο ρυθμό ανάπτυξης συγκρινόμενες με επιχειρήσεις που επικεντρωνόντουσαν μόνο στα κέρδη για τους μετόχους τους.

Τη τελευταία δεκαετία, ένας μεγάλος αριθμός εταιριών αναγνωρίζει τα επιχειρηματικά οφέλη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως πολιτική και πρακτική. Ταυτόχρονα μια νέα πρακτική που κερδίζει διαρκώς έδαφος στις παγκόσμιες επενδύσεις είναι αυτό που ονομάζεται Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις. Οι επενδύσεις αυτές είναι ιδιαίτερα δημοφιλής όχι μόνο στους θεσμικούς επενδυτές, τις ασφαλιστικές εταιρίες, ακόμα και στους μεμονωμένους επενδυτές, ενώ αξιολογούνται ως ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για την εξυπηρέτηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών στόχων της ΕΚΕ. Παράλληλα τις χαρακτηρίζουν ως μία ευκαιρία καθώς συνδυάζουν την οικονομική ανταπόδοση με την ελαχιστοποίηση των κινδύνων σε οικονομικό, κοινωνικό, και περιβαλλοντικό επίπεδο.

Τα τελευταία χρόνια οι Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις έχουν γνωρίσει μεγάλη δημοτικότητα μεταξύ των επενδυτών γενικής φύσης. Οι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πολιτικές παρέχουν μία καλή ένδειξη στους επενδυτές σχετικά με την ορθή εσωτερική και εξωτερική διαχείριση. Συμβάλλουν στην ελαχιστοποίηση των κινδύνων, μέσω της πρόληψης και της αποφυγής των κρίσεων που μπορούν να επηρεάσουν τη φήμη μιας εταιρίας και να προκαλέσουν δραματικές πτώσεις στις τιμές των μετοχών. Καθώς στην Ευρώπη αυξάνεται ραγδαία η ζήτηση για κεφάλαια Κοινωνικά Υπεύθυνων Επενδύσεων, οι επενδυτικοί οίκοι ανταποκρίνονται προσφέροντας περισσότερα τέτοια κεφάλαια. Παρά ταύτα έως σήμερα έχουν δημοσιευθεί λίγες πληροφορίες σχετικά με τον αριθμό, το μέγεθος και τις επιδόσεις τους.

Οι Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις αποτελούν μια αναδυόμενη αγορά με πολλά εξειδικευμένα γραφεία διεύθυνσης και ελέγχου που χρησιμοποιούν ένα ορισμένο αριθμό εργαλείων και προτύπων μέτρησης. Συνεπώς φαίνεται πως οι εταιρίες έχουν επιβαρυνθεί υπερβολικά και αποκλίνουν αιτήματα για πληροφόρηση. Έτσι η περαιτέρω επέκταση των Κοινωνικά Υπεύθυνα Επενδύσεων ενδέχεται να προσκρούει στην έλλειψη συνεργασίας από τις εταιρίες. Μία θετική λύση στο πρόβλημα αυτό μπορεί να δοθεί με τις προσπάθειες για μία προκαταρκτική τυποποίηση της υποβολής κοινωνικών εκθέσεων, στις οποίες συνδράμουν τα κυριότερα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου. Υπάρχει ωστόσο η ανάγκη για περισσότερη σύγκλιση μεταξύ των δεικτών που καταρτίζονται από τις εταιρίες και κριτηρίων που χρησιμοποιούνται από τους αναλυτές για την αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων μίας εταιρίας. Επιπλέον η έλλειψη διαφάνειας στις μεθόδους αξιολόγησης που χρησιμοποιούν τα γραφεία διεύθυνσης και ελέγχου μπορεί να αποθαρρύνει τους μεγάλους επενδυτές που ενδεχομένως σκόπευαν να προβούν σε σημαντικά υπεύθυνες επενδύσεις. Συνεπώς είναι αναγκαία η περαιτέρω τυποποίηση και διαφάνεια των εργαλείων ελέγχου και μέτρησης που χρησιμοποιούν τα γραφεία διεύθυνσης και ελέγχου.

(Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ-Πράσινη Βίβλος:2005)

Οι σχετικές με τις Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις πρωτοβουλίες συνεχώς πληθαίνουν. Ο γνωστός δείκτης FTSE4GOOD, δημιουργήθηκε προκειμένου να μετρά την ηθική των επιχειρήσεων, θέτοντας ένα αντικειμενικό Παγκόσμιο Πρότυπο για Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις σύμφωνα με τρία κριτήρια:

- Ø Ανάπτυξη θετικών σχέσεων με τους μετόχους
- Ø Προώθηση και υποστήριξη ανθρωπίνων δικαιωμάτων
- Ø Προώθηση της προστασίας του περιβάλλοντος

Επίσης υπάρχουν και οι δείκτες όπως ο Κοινωνικός Δείκτης NPI και ο Δείκτης DJSGI (Dow Jones Sustainability Group Index) που αντιπροσωπεύει πάνω από 200 επιχειρήσεις από 68 κλάδους και από πάνω από 22 χώρες.

Τα παραπάνω πιστοποιούν πως οι Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό τμήμα στην εφαρμογή της ΕΚΕ. Αποτελούν σημαντική ευκαιρία που δεν θα πρέπει να μείνει αναξιοποίητη από τις επιχειρήσεις. Αυτό που πρέπει γενικά να αναζητηθεί είναι τρόποι για να μεγιστοποιηθεί το κοινωνικό όφελος και να ελαχιστοποιηθούν τα αρνητικά αποτελέσματα.

(Λεφοπούλου Α:2003).

2.6 ΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η αριθμητική μέτρηση της ΕΚΕ είναι συχνά δύσκολη. Η ανάγκη για την απόδοση της έννοιας από το θεωρητικό επίπεδο στο πρακτικό, αλλά και η σημασία που έχει το ίδιο το επίπεδο της ΕΚΕ στη διαδικασία λήψης επενδυτικών αποφάσεων, οδήγησαν κάποιες χώρες στη θέσπιση δεικτών μέτρησης της αποδοτικότητας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Οι περισσότερες χώρες δεν έχουν εισάγει δείκτες, εξαίρεση αποτελεί το Ηνωμένο Βασίλειο.

Ο δείκτης της ΕΚΕ περιλαμβάνει 4 άξονες οι οποίοι μελετούν:

- Τη θέση της επιχείρησης στην αγορά
- Το περιβάλλον
- Την εργασία
- Την κοινωνία

Τη θέση της επιχείρησης στην αγορά.

Οι βασικές μεταβλητές είναι 5 και αφορούν τόσο τις συνθήκες ανταγωνισμού όσο και στην ικανοποίηση των καταναλωτών. Ειδική είναι η πρόβλεψη για τα άτομα με ειδικές ανάγκες και για το κατά πόσον η επιχείρηση λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες αυτής της κατηγορίας ατόμων, αλλά και σε γενικότερο επίπεδο τον βαθμό ικανοποίησης των καταναλωτών και την ύπαρξη ή μη καταγγελιών εκ μέρους τους τόσο σε θέματα αγαθών και υπηρεσιών όσο και σε θέματα διαφήμισης.

Περιβάλλον

Ο δείκτης εξετάζει τόσο τη συνολική κατανάλωση ενέργειας, τη χρήση νερού, αλλά και την ποσότητα των αποβλήτων που παράγει η επιχείρηση. Παράλληλα, γίνεται ειδική αναφορά σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, όπως η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακος, αζώτου και ραδιενέργειας αλλά και στα μέτρα που λαμβάνονται για τη «πράσινη» λειτουργία της επιχείρησης.

Εργασία

Για την εργασία και το περιβάλλον εργασίας, τα μέτρα που λαμβάνονται είναι σημαντικά. Μετρήσεις για το συνολικό εργατικό δυναμικό βάσει φυλής, ηλικίας και για την ύπαρξη ατόμων με ειδικές ανάγκες αποτελούν τον πυρήνα που αφορά στο εργατικό δυναμικό. Παράλληλα ο αριθμός των ατυχημάτων, οι νομικές κυρώσεις σε θέματα υγιεινής, ασφάλειας και ίσων ευκαιριών καθώς και τα κρούσματα ανάρμοστης και μη επαγγελματικής συμπεριφοράς αποτελούν άλλες μεταβλητές του άξονα.

Κοινωνία

Στα θέματα κοινωνίας η ποσοτική διάσταση περιλαμβάνει τη χρηματική αξία των χορηγήσεων και δωρεών ως ποσοστό των κερδών προ φόρων και το συνολικό χρόνο των εργαζομένων σε φιλανθρωπικές και κοινωνικές εκδηλώσεις.

Παράλληλα στη μέτρηση του δείκτη λαμβάνονται υπόψη οι επιδράσεις από εξαγορές, συγχωνεύσεις, μειώσεις μεγέθους, διαδικασίες αναδιάρθρωσης στο εσωτερικό της επιχείρησης, αλλά και η αξία των προγραμμάτων επιμόρφωσης και ανάπτυξης των ικανοτήτων των εργαζομένων της επιχείρησης.

(κείμενο του Γιώργου Σαββάκη)

Δείκτες της Κοινωνικά Υπεύθυνης Επένδυσης.

- Dow Jones Sustainability Index

- Παγκόσμιος Δείκτης Αειφορίας Dow Jones (DJSI World), Λανσαρίστηκε το Σεπτέμβριο του 1999
- Δείκτης Αειφορίας Dow Jones Stoxx- Ευρωπαϊκός DJSI, Λανσαρίστηκε τον Οκτώβριο του 2001
- Οι τιμές του δείκτη αποτιμώνται σε δολάρια και σε ευρώ, ενώ υπολογίζονται σε πραγματικό χρόνο
- Ο DJSI διευθύνεται από την εταιρία διαχείρισης πόρων SAM.

- FTSE Good

Δημιουργήθηκε το 2001 από τον όμιλο FTSE και περιλαμβάνει:

- Περιβαλλοντικά κριτήρια

Ανακοινώθηκαν το 2002. πάνω από 300 εταιρίες έχουν μέχρι τώρα καλύψει τις απαιτούμενες προδιαγραφές.

- Κριτήρια για τα ανθρώπινα δικαιώματα

Ανακοινώθηκαν το 2003 και έχουν εφαρμογή σε δύο κατηγορίες εταιριών και αναμένεται η εφαρμογή τους και σε άλλες κατηγορίες. Εταιρίες που σχετίζονται με τους παγκόσμιους πόρους (μεταλλεία και πετρελαϊκές) και αυτές που δραστηριοποιούνται σε χώρες με χαλαρό νομικό πλαίσιο σχετικά με τη προστασία των ανθρώπινων δικαιωμάτων. Συνολικά 60 εταιρίες πληρούν τα κριτήρια του δείκτη, ενώ 25 εταιρίες έχουν διαγραφεί.

- Κριτήρια εφοδιαστικής αλυσίδας:

Το Νοέμβριο του 2004, η Επιτροπή FTSE GOOD ενέκρινε την εφαρμογή κριτηρίων σχετικά με τα πρότυπα εργασίας της εφοδιαστικής αλυσίδας. Τα κριτήρια αυτά ήταν εντελώς καινούργια για το δείκτη και εφαρμόστηκαν στις εταιρίες σε μία περίοδο 2 με 3 ετών. (έως 2008).

- Κριτήρια για την αντιμετώπιση της δωροδοκίας και της διαφθοράς:

Ο FTSE συνεργάζεται με τη Διεθνή Διαφάνεια (Transparency International) για την ανάπτυξη νέων κριτηρίων. Η σχετική σύσκεψη πραγματοποιήθηκε το 2005.

- Domini 400

Δημιουργήθηκε από την εταιρία κοινωνικής έρευνας KLD, η οποία επίσημα άρχισε να παρακολουθεί το δείκτη την 1^η Μαΐου 1990. Παρακολουθεί την απόδοση 400 οργανισμών στις Η.Π.Α, που υποβάλλονται και περνούν επιτυχώς από πολλαπλά κοινωνικά φίλτρα. Ιστορικά δεν έχουν διαγραφεί από το δείκτη πάνω από δύο εταιρίες το χρόνο.

Συνδυασμός ποιοτικών και απαγορευτικών κοινωνικών κριτηρίων:

-Αποβάλλουν από το δείκτη εταιρίες των οποίων το 20% ή και περισσότερο των πωλήσεων προέρχεται από τη βιομηχανία των όπλων, ή έχουν οποιοδήποτε έσοδο από την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται με τα τυχερά παιχνίδια.

-Αποβάλλουν τις εταιρίες ηλεκτρικής ενέργειας που παράγουν ηλεκτρισμό από εργοστάσια πυρηνικής ενέργειας.

-Αξιολογούν τις δραστηριότητες των εταιριών σε τομείς όπως το περιβάλλον, οι εργασιακές σχέσεις και η ποιότητα προϊόντων.

- CR Index

Το 2008 το CRI ως Μη Κερδοσκοπικός Οργανισμός εισήγαγε στην Ελλάδα τον Δείκτη Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας CR Index (Corporate Responsibility Index) του Βρετανικού Ινστιτούτου Διεθνούς Αναφοράς «Business in the Community», του οποίου προεδρεύει ο πρίγκιπας Κάρολος.

Στόχοι της εταιρίας είναι:

Ø Η ανάπτυξη και διαχείριση πρωτοβουλιών για τη διάχυση, προαγωγή και υποστήριξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Αειφόρου Ανάπτυξης.

Ø Η παροχή υπηρεσιών στα μέλη της και σε οποιοδήποτε τρίτο (εταιρίες, δημόσιο, φορείς, ινστιτούτα, ιδρύματα), για δραστηριότητες που στοχεύουν στην προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα από τους ειδικούς δείκτες Αξιολόγησης Εταιρικής Υπευθυνότητας

Ø Η συμμετοχή σε αναπτυξιακά και ερευνητικά προγράμματα σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Αειφόρο Ανάπτυξη

Ø Η ανάπτυξη συνεργασιών με Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού και Δημόσιου Δικαίου, Δημόσιο, Οργανισμούς, Ακαδημαϊκά, Ερευνητικά, Εκπαιδευτικά Δίκτυα άλλων χωρών και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις.

2.7 ΤΡΟΠΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Οι τρόποι με τους οποίους κάθε επιχείρηση δημοσιοποιεί τη θέση που έχει γύρω από το θέμα της κοινωνικής ευθύνης και τις δράσεις που εφαρμόζει διαφέρουν ανάλογα με τον τομέα στον οποίο ανήκει, το είδος των δράσεων κ.λ.π. Πιο κάτω περιγράφονται ενδεικτικά κάποιοι από τους τρόπους αυτούς:

- Κοινωνικός Απολογισμός
- Θεματικός Απολογισμός
- Κώδικας Δεοντολογίας
- Πληροφόρηση μέσω του Διαδικτύου
- Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholder forum)
- Εσωτερική Επικοινωνία
- Πρότυπα και Ετικέτες προϊόντων
- Βραβεία και Εκδηλώσεις
- Ενέργειες Marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό
- Δελτία Τύπου μέσω Διαδικτύου

Κοινωνικός Απολογισμός

Αναφέρεται σε εκδόσεις, μέσα από τις οποίες οι επιχειρήσεις υιοθετούν μία άποψη αναφοράς σχετικά με την ευρεία κλίμακα των ευθυνών τους απέναντι σε όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους. Ενώ η αναφορά εκδίδεται σε οικιοθελή βάση και οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διαφορετικά μοντέλα, οδηγίες και μεθόδους αναφοράς, ένας κοινωνικός απολογισμός θα μπορούσε κατά προτίμηση να περιλαμβάνει μερικά βασικά στοιχεία όπως:

- Δήλωση των Αρχών της επιχείρησης (αποστολή, αξίες, αρχές)
- Πρακτικές και Διαδικασίες
- Αποτελεσματικότητα του οργανισμού

Θεματικός Απολογισμός

Προκειμένου να καλύψουν τις ειδικές ανάγκες πληροφόρησης συγκεκριμένων ομάδων φορέων ή να υπογραμμίσουν τη δέσμευσή τους για ένα συγκεκριμένο θέμα, οι επιχειρήσεις υιοθετούν διαφορετικού είδους αναφορές, άλλες από τους κοινωνικούς απολογισμούς.

Οι θεματικοί απολογισμοί είναι εκδόσεις που αναφέρουν την απόδοση μίας επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο θέμα όπως το περιβάλλον, η υγιεινή και ασφάλεια. Επίσης περιλαμβάνονται ειδικές εκδόσεις που στοχεύουν στη διευκρίνιση της θέσης της επιχείρησης πάνω σε ειδικά θέματα όπως η διαφορετικότητα, η διαφθορά και δωροδοκία, τα ανθρώπινα δικαιώματα κ.λ.π.

Κώδικας Δεοντολογίας

Ο κώδικας δεοντολογίας περιλαμβάνει εκείνα τα έγγραφα της επιχείρησης που έχουν στόχο να θέσουν εσωτερικούς και οικιοθελείς κανόνες για καθορισμό του είδους των αρχών/αξιών που πρέπει να υιοθετήσει στις σχέσεις της με τους άμεσα ή έμμεσα επηρεαζόμενους από τις δραστηριότητές της.

Πληροφόρηση μέσω του Διαδικτύου

Η ιστοσελίδα είναι ένα εργαλείο που όλο και περισσότερο χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για επικοινωνία θεμάτων ΕΚΕ. Συνήθως έχουν ένα ειδικό τμήμα στην ιστοσελίδα τους όπου διατυπώνουν τις πολιτικές τους για τα κοινωνικά θέματα και τις δράσεις τους. Μπορεί να περιλαμβάνει εκθέσεις και δημοσιεύματα αλλά και νεότερα πληροφοριακά στοιχεία.

Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς

Η διαδικασία ανάμιξης των άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενων με τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων είναι θέμα αυξανόμενου προβληματισμού. Η διαδικασία κατανόησης των απόψεων των εμπλεκόμενων φορέων θα βοηθήσει τον οργανισμό:

- Να οικοδομήσει σχέσεις εμπιστοσύνης
- Να προβλέψει και να διαχειριστεί τις αντιθέσεις
- Να οικοδομήσει κοινή συναίνεση ανάμεσα στις διάφορες απόψεις

Υπάρχει ποικιλία μεθόδων εμπλοκής των επιχειρήσεων με τους διάφορους φορείς. Οι μέθοδοι αυτές μπορεί να σχετίζονται με μία μοναδική δράση πάνω σε κάποιο ειδικό θέμα ή με πιο δομημένες ευρύτερες και μακροχρόνιες διαβουλεύσεις. Στην περίπτωση των διαβουλεύσεων, αυτές μπορούν να γίνουν μέσω ομάδων εργασίας, δημόσιων συναντήσεων, συνεντεύξεων, ερωτηματολογίων κ.λ.π

Εσωτερική Επικοινωνία.

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται η ευρεία σειρά εργαλείων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να επικοινωνήσουν προς το εσωτερικό τους περιβάλλον σε θέματα σχετικά με την ΕΚΕ. Διαφέρει σημαντικά από επιχείρηση σε επιχείρηση αλλά μερικά κοινά στοιχεία είναι: το intranet, οι εφημερίδες και τα περιοδικά, οι συναντήσεις με το προσωπικό.

Πρότυπα και Ετικέτες προϊόντων

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διάφορων ειδών πρότυπα για να δημοσιοποιήσουν την ΕΚΕ. Αυτή η κατηγορία αναφέρεται στα ευρέως αποδεκτά πρότυπα (ISO 9000, ISO14000, SA8000, EMAS) ή σε συστήματα και διαδικασίες υιοθετημένες από τις επιχειρήσεις για αύξηση ή εξασφάλιση επιτευγμάτων σε αναγνωρίσιμο επίπεδο αποτελεσματικότητας για θέματα όπως υγιεινή και ασφάλεια, ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών κ.λ.π

Βραβεία και Εκδηλώσεις

Αυτή η κατηγορία αναφέρεται τόσο στα βραβεία που λαμβάνει η επιχείρηση για επιτεύγματα σε συγκεκριμένους τομείς όσο και στα βραβεία που οργανώνει και απονέμει η ίδια. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες που οργανώνονται μέσα στην επιχείρηση με στόχο την επαύξηση των περιβαλλοντικών γνώσεων των εργαζομένων κ.λ.π. Οι εκδηλώσεις περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες, θεματικές ημερίδες ή εκστρατείες οργανωμένες από την επιχείρηση για υποστήριξη ή αύξηση των γνώσεων επί ενός συγκεκριμένου θέματος ή σκοπού.

Ενέργειες marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό

Μέσα από πρωτοβουλίες marketing που είναι συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό, οι επιχειρήσεις διαθέτουν οικονομικού πόρους για αγαθοεργίες ή κοινωνικούς σκοπούς, με τη ταυτόχρονη επίτευξη επιχειρηματικών στόχων. Τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις ως επικοινωνιακά εργαλεία για επίδειξη της δέσμευσης και της επένδυσης τους σε κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς σκοπούς (π.χ δωρεά ενός συγκεκριμένου ποσού σε αγαθοεργίες με κάθε μονάδα προϊόντος).

Δελτία Τύπου

Η κατηγορία αυτή αναφέρεται στα Δελτία Τύπου που περιλαμβάνονται στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Δίνει μία άποψη των δημοσιογραφικών κειμένων που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει μέσα από την ιστοσελίδα της. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι με τον τρόπο αυτό μπορεί να δοθεί και πλήρης δημοσιογραφική κάλυψη.

3^η.ΕΝΟΤΗΤΑ

3. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μία σύγχρονη έννοια, η οποία κερδίζει ολοένα έδαφος, φυσικά και μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων, που δεν θα μπορούσαν να μείνουν πίσω στα πλαίσια των αλλαγών σε διεθνές, αλλά κυρίως σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Εφόσον όλο και περισσότερο κυριαρχεί η τάση ότι το κέρδος πρέπει να συνδυάζεται με την ηθική και με την περιβαλλοντική πρακτική.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι κοινωνικά υπεύθυνη είναι μία εταιρία που θεωρεί τη λειτουργία και δράση της αναπόσπαστο κομμάτι του κοινωνικού συνόλου, σέβεται τους νόμους, το περιβάλλον, τους εργαζομένους και τους πελάτες ή μετόχους της, χωρίς να παύει να λειτουργεί με γνώμονα το κέρδος. Παρακάτω θα γίνει προσπάθεια προσέγγισης της ελληνικής άποψης πάνω στην ΕΚΕ μέσα από έρευνες, μελέτες απόψεις-ομιλίες-συνέδρια, αλλά και δράσεις φορέων σχετικών με την ΕΚΕ.

3.1 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η Ελλάδα δεν διεκδίκησε ποτέ και δεν μπορεί να διεκδικεί ούτε σήμερα την πρωτοπορία στις εφαρμογές της επιχειρηματικότητας και των δραστηριοτήτων που απορρέουν από αυτή. Έτσι και στο τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούμε να πούμε πως η χώρα μας μόλις τα τελευταία χρόνια κάνει τα πρώτα της βήματα όπου και της τα δίδαξαν οι πολυεθνικές.

Αν και οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα έχουν πλέον ειδικά προγράμματα ΕΚΕ, τα οποία περιλαμβάνουν χωριστές διαδικασίες επικοινωνίας των δράσεων, σήμερα υπολογίζεται πως μόλις το 10% περίπου των ελληνικών επιχειρήσεων διαθέτει ολοκληρωμένη στρατηγική για την ΕΚΕ τη στιγμή που στην Ευρώπη το αντίστοιχο ποσοστό διαμορφώνεται στο 37%.

Από τη σκοπιά των καταναλωτών, σχετική έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας επισημαίνει ότι ο Έλληνας καταναλωτής σταδιακά αποκτά μεγαλύτερη εξοικείωση με την ΕΚΕ. Παράλληλα με την εξοικείωση αυξάνονται και οι απαιτήσεις των πολιτών από τις εταιρίες, όπως και το ενδιαφέρον τους για την κοινωνική δράση των επιχειρήσεων. Το κοινωνικό σύνολο εκτιμά ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ακόμα πολύ δρόμο να διανύσουν για να φτάσουν στο επιθυμητό επίπεδο. Χαρακτηριστικό είναι ότι όλο και περισσότεροι πολίτες τάσσονται υπέρ της νομοθετικής επιβολής της ΕΚΕ, ενώ η ειλικρίνεια των προθέσεων των δράσεων ΕΚΕ αμφισβητείται. Το φαινόμενο έχει την ερμηνεία του.

Οι Έλληνες καταναλωτές σήμερα μόλις έμαθαν τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε μία εποχή οικονομικά κρίσιμη. Πριν εκτιμήσουν την αξία της και αποδώσουν τα εύσημα στις επιχειρήσεις των οποίων τις δράσεις ασπάζονται, είναι αναγκαίο να μεσολαβήσει ένα διάστημα παρατήρησης των πρακτικών της και της θέσης της στην κοινωνία. Άλλωστε αν η ΕΚΕ απαιτεί την αλλαγή της φιλοσοφίας των επιχειρήσεων, άλλο τόσο απαιτεί την αλλαγή της νοοτροπίας του πολίτη-καταναλωτή αλλά και των κρατικών κέντρων λήψης αποφάσεων.

Δεν είναι τυχαίο ότι, ενώ στο εξωτερικό ένας από τους βασικούς παράγοντες προώθησης της ΕΚΕ είναι οι φορολογικές ελαφρύνσεις, στην ελληνική φορολογική νομοθεσία υπάρχουν αρκετά εδάφια που λειτουργούν αρνητικά ως προς την κατεύθυνση αυτή. Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στον φόρο του 20% που καλείται να καταβάλει μια εταιρία που επιθυμεί να κάνει δωρεά ή χορηγία, όπως επίσης και στην απόρριψη από την εφορία της δικαιολόγησης δαπανών για κοινωνικές δράσεις. Αν και η ύπαρξη αυτών

των φορολογικών κολλημάτων εξασφαλίζει την καθαρότητα των προθέσεων μιας εταιρίας, δεν παύει να φανερώνει τον ελλιπή σχεδιασμό του νομοθετικού πλαισίου, αφού στερεί τα εναύσματα για κοινωνική προσφορά. Το ίδιο το ελληνικό κράτος εμφανίζεται δύσπιστο μπροστά στις κοινωνικές προθέσεις των εταιριών, αφού δεν φαίνεται πρόθυμο να παρέχει φόρο ελαφρύνσεις για διαφημίσεις.

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Πολιτεία δραστηριοποιείται στην προώθηση της έννοιας της «επιχειρηματικής αριστείας» μέσω του επιχειρησιακού προγράμματος Ανταγωνιστικότητας του ΚΠΣ και μέσω της επιβράβευσης της περιβαλλοντικής μέριμνας και της Επιχειρηματικής Κοινωνικής Ευθύνης στους τομείς της ενέργειας, του τουρισμού, της μεταποίησης, της τεχνολογικής ανάπτυξης κι της έρευνας. Σύμφωνα με έρευνα που διενεργήθηκε από το Πάντειο Πανεπιστήμιο οι Έλληνες πολίτες είναι διστακτικοί ως προς την ΕΚΕ στη χώρα μας Σύμφωνα με την έρευνα οι Έλληνες καταναλωτές δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν πρόθεση να συνεισφέρουν στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων, αναγνωρίζουν όμως ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς. Παρόλο που αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων, σε πολλές περιπτώσεις του marketing ακυρώνει την πρόθεση του κοινωνικού έργου και εκλαμβάνεται ως διαφήμιση.

Σύμφωνα με έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το Δεκέμβριο του 2005 του Τομέα Συμβουλευτικών Υπηρεσιών της Pricewaterhouse Coopers και του Executive MBA του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, η συντριπτική πλειονότητα των μεγάλων Ελληνικών Επιχειρήσεων θεωρούν την ΕΚΕ σημαντική, επιδεικνύουν αξιόλογο βαθμό ενημέρωσης για τις συνθήκες εφαρμογής της. Ενώ εκτιμούν πως η εφαρμογή της θα έχει μακροπρόθεσμα οφέλη για τις εργασίες τους. Όπως είπαν η ΕΚΕ δεν είναι μόδα που θα περάσει, ενώ δεν αφορά μόνο τις επιχειρήσεις, καθώς είναι ευρύ κοινωνικό ζητούμενο.

Η πλειονότητα των εταιριών που συμμετείχαν στην έρευνα, δήλωσε πως η ΕΚΕ ξεκινά από τη διοικητική κορυφή μιας επιχείρησης και διαχέεται προς τα κάτω, κάτι που δικαιολογεί την ανάθεση των ζητημάτων ΕΚΕ σε ανώτερα στελέχη.

3.1.1 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΗΘΙΚΗΣ

Η **Εταιρική Διακυβέρνηση** και η **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη** είναι οι δυο πυλώνες πάνω στους οποίους στηρίζεται το Μοντέλο Επιχειρηματικής Ηθικής EBEGR Business Ethics Model που ανέπτυξε το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής EBEGR και η επίσημη παρουσίασή του πραγματοποιήθηκε στις 5 Δεκεμβρίου 2006 σε ειδική εκδήλωση την οποία παρακολούθησαν, κυρίως, τα στελέχη επιχειρήσεων

Στόχος του **Μοντέλου Επιχειρηματικής Ηθικής** που φιλοδοξεί να εφαρμοσθεί και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες είναι:

Ø Να παρέχει τη δυνατότητα σε επιχειρήσεις και δημόσιους οργανισμούς να ελέγχουν, σε ποιο βαθμό ετοιμότητας βρίσκονται ως προς τα θέματα που εμπίπτουν στους προαναφερθέντες δυο τομείς την Εταιρική Διακυβέρνηση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ø Να επιβραβεύει τις επιδόσεις τους σε Ελληνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ζητούμενο είναι, η επίτευξη εξισορρόπησης των οργανισμών ανάμεσα στα κριτήρια των δυο αυτών πυλώνων όπως και η εκ μέρους τους εφαρμογή των απαιτήσεων της Ολικής Ποιότητας και της Επιχειρηματικής Αριστείας που αποτελούν άλλωστε τα «δομικά» υλικά του Μοντέλου. Φιλοδοξία του είναι να δώσει τη δυνατότητα στη σύγχρονη ελληνική επιχείρηση να βελτιώσει σταδιακά και αρμονικά τους δυο αυτούς τομείς στο επιχειρηματικό περιβάλλον της αρχίζοντας βέβαια με τη δημιουργία ενός καθολικού κώδικα επιχειρηματικής ηθικής.

3.2 ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ

Εφόσον η Ελλάδα αποτελεί μέρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρακολουθεί τις εξελίξεις και προσπαθεί να εναρμονιστεί με αυτές. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μέσα από τις εκδόσεις της και τις βάσεις δεδομένων της κάνει αναφορά στις εθνικές δημόσιες πολιτικές για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Σύμφωνα με τη βάση δεδομένων CSR National Public Politics in the European Union, αναφέρεται ότι προσπάθειες στον τομέα προώθησης της ΕΚΕ στην Ελλάδα γίνονται στους τομείς της έρευνας και των επιχειρηματικών κινήτρων. Ως προς το πρώτο η Ελληνική Οικονομική Επιτροπή (ΟΚΕ) ετοιμάζει μελέτη που θα περιλαμβάνει οριοθέτηση της έννοιας καθώς και προτάσεις ενίσχυσης της ΕΚΕ στη χώρα. Αναφορικά με το δεύτερο το Ελληνικό Ινστιτούτο Υγιεινής και Ασφάλειας της εργασίας έχει δημιουργήσει σε συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους τη χορήγηση ενός ετήσιου βραβείου σε εταιρίες οι οποίες προσπαθούν για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας μέσω καλών πρακτικών.

Ύστερα από την ανακοίνωση της επιτροπής σχετικά με την ΕΚΕ οι Ελληνικές Δημόσιες Αρχές προσπάθησαν να εξετάσουν πρακτικές για την ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων και την εφαρμογή των αρχών της ΕΚΕ. Το αρμόδιο Υπουργείο Απασχόλησης κατέληξε στα εξής συμπεράσματα:

- Η ήδη εφαρμοσμένες πρακτικές του Υπουργείου αφορούν την εσωτερική διάσταση της ΕΚΕ, τη διαχείριση δηλαδή των ανθρώπινων πόρων, καθώς και της υγείας και ασφάλειας στο χώρο εργασίας.
- Αυτού του είδους οι πρακτικές δεν αποτελούν ξεχωριστό τμήμα της ΕΚΕ αλλά διαχέονται μέσα σε προγράμματα και πρωτοβουλίες όπως αυτό του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την απασχόληση.

Κάποιες από τις ήδη υπάρχουσες πρακτικές είναι:

- Η συνεργασία του Ελληνικού Ινστιτούτου Υγιεινής και Ασφάλειας της Εργασίας με κοινωνικούς εταίρους για την ετήσια επιβράβευση επιχειρήσεων που προωθούν καλές πρακτικές ως προς τις συνθήκες εργασίας.
- Το 2001 στα πλαίσια προγράμματος πιστοποίησης που αφορούσε την εισαγωγή συστημάτων εξασφάλισης της ποιότητας, 700 προτάσεις από επιχειρήσεις υποβλήθηκαν και μπήκαν σε διαδικασία αξιολόγησης.
- Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την Απασχόληση το 2002 οι αντικειμενικοί στόχοι είναι, να εγκαθιδρυθούν ομαλότερες συνθήκες λειτουργίας των επιχειρήσεων και να βελτιωθούν οι συνθήκες για την οικολογική προστασία.
- Η λήψη θεσμικών μέτρων για την απασχόληση μέσα στα οποία υπάγεται και η αναδιάρθρωση του Οργανισμού Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ), στοχεύει στην εκμοντέρνιση, στη μεγαλύτερη ευελιξία και στη υιοθέτηση υπεύθυνων πρακτικών όπως την περίπτωση των προσλήψεων.

Ο **Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ)** ορίζει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως τη συστηματική και εθελοντική ενσωμάτωση από τις εταιρίες στην επιχειρηματική τους λειτουργία δραστηριοτήτων με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση με ουσιαστική συνεισφορά προς το κοινωνικό σύνολο, σε συνεργασία με όλους τους συμμετόχους. Τη δέχεται ως μία νέα αντίληψη στη διοίκηση των σύγχρονων επιχειρήσεων και τη συνδέει στενά με τη προσέγγιση της τριπλής αρχής και τη βιώσιμη ή αειφόρο ανάπτυξη.

Εξέλιξη για τα ελληνικά δεδομένα στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτέλεσε η έκδοση από την Ετήσια Τακτική Συνέλευση των μελών του ΣΕΒ της «Χάρτας Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων». Μέσα στις δράσεις του ΣΕΒ για το 2005, όπου ήταν το έτος ανταγωνιστικότητας για τη Ελλάδα, υπάγεται η Χάρτα. Είναι ένα κείμενο που περιέχει αρχές και αξίες με στόχο να συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός πλαισίου συμπεριφοράς των επιχειρήσεων με βάση κοινές αξίες, στάσεις και αντιλήψεις που θα αναδείξει το πρότυπο του σύγχρονου επιχειρηματία, θα συνεισφέρει στην αποτελεσματική συνεργασία όλων των κοινωνικών εταίρων και θα διευκολύνει τη δημιουργία και τη κοινή αποδοχή ενός σύγχρονου περιβάλλοντος, κατάλληλου για την προώθηση της ανταγωνιστικότητας, της απασχόλησης και της κοινωνικής συνοχής (στρατηγικοί στόχοι της Διάσκεψης της Λισσαβόνας)

Με βάση της Χάρτας η ευθύνη της επιχείρησης συνίσταται τα εξής:

1. Οφείλει να θέτει σε προτεραιότητα την επιβίωση της, σεβόμενη το θεσμικό και το νομικό πλαίσιο, να αναλαμβάνει με συνέπεια τις υποχρεώσεις της.
2. Να ανταποκρίνεται στις θεσμοθετημένες υποχρεώσεις της και να συμβάλλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς, η οποία οδηγεί σε προβλήματα της αγοράς και ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.
3. Η αποδοχή εύλογου μερίσματος στους μετόχους της, η εφαρμογή των αρχών της εταιρικής διακυβέρνησης και η εκπλήρωση των υποχρεώσεων προς του εργαζομένους της αποτελούν πλέον υποχρέωση της.
4. Οφείλει να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος των καταναλωτών.
5. Να επενδύει στη γνώση στο χώρο της εργασίας, στην κατάρτιση και δια βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.
6. Να συνεισφέρει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να εφαρμόζει ένα αξιολογικό σύστημα αξιολόγησης της απόδοσης, των προαγωγών και των αμοιβών, να διασφαλίζει καλές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας με ίσα δικαιώματα και ευκαιρίες για όλους και να σέβεται την ισορροπία μεταξύ εργασιακού χρόνου και προσωπικής ζωής
7. Να πειθαρχεί στους κανόνες για την προστασία του καταναλωτή και να σέβεται το δικαίωμα του για παροχή ασφαλών, ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.
8. Έχει ευθύνη να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες παραγωγής και να καινοτομεί στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει.
9. Να σέβεται το περιβάλλον ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις των δράσεων της σε αυτό, να εφαρμόζει μέτρα πρόληψης καταστροφών, να προωθεί ενεργά την ανακύκλωση και να συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας.
10. Ως ενεργός εταιρικός πολίτης, πρέπει να δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα, η οποία αναγνωρίζει τις αρχές της Χάρτας.

Ο ΣΕΒ υποστηρίζει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μέσα από τις δράσεις του και προσπαθεί να ενισχύσει τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων. Ενθαρρύνει τα μέλη του να συμπεριλάβουν στην εταιρική τους στρατηγική θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης, αξίες κοινωνικής ευθύνης, κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης, αρχές που να προωθούν την προστασία του περιβάλλοντος. Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο συμμετείχε μέσω της UNICEF, στην πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία θεσμοθέτησε το Ευρωπαϊκό Πολυμερές Φόρουμ για την ΕΚΕ (European Multistakeholder Forum on CSR). Σε εθνικό επίπεδο, αποτελεί ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, και συμμετέχοντας στο Διοικητικό του Συμβούλιο, προωθεί τη διάδοση των καλών πρακτικών των επιχειρήσεων των μελών του Δικτύου. Επίσης συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας για την κοινωνική δράση και τη συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Το **Ελληνικό Δίκτυο** για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2000. Είναι μία ομάδα Ελληνικών Επιχειρήσεων όπου ανέλαβε να προωθήσει την έννοια και τις βασικές αρχές για την εφαρμογή της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Είναι μη κερδοσκοπικό σωματείο. Μέλη του είναι πάνω από 80 επιχειρήσεις και επιχειρηματικοί φορείς. Ως μέλος του Πανευρωπαϊκού Δικτύου CSR EUROPE εκφράζει περισσότερες από 1500 επιχειρήσεις σε 18 χώρες.

Αποστολή του είναι η προώθηση της έννοιας της ΕΚΕ και τη διάσταση της προς το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον, όπως επίσης και η προαγωγή της ιδέας της κοινωνικής συνοχής στην Ελλάδα. Ως απώτερος στόχος του Δικτύου ορίζεται η κινητοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών για την ισόροπη επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης.

Στους στόχους του Δικτύου περιλαμβάνονται:

- Η συνεχής ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της ΕΚΕ
- Η δικτύωση και συνεργασία με επιχειρήσεις, συλλόγους και άλλους φορείς σε κάθε επίπεδο, για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών.
- Η ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού για την κοινωνική δράση και συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο
- Η κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών για την προώθηση προγραμμάτων συλλογικής συμπεριφοράς και για την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων
- Η μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης
- Η με κάθε άλλη μορφή ανάπτυξη δράσης των επιχειρήσεων για την επίτευξη των σκοπών του Δικτύου

Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ έχει διαμορφώσει τις συνθήκες για συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, τη Γενική Γραμματεία Ισότητας, τη UNICEF και Ύπατη Αρμοστεία του ΟΗΕ για τους πρόσφυγες. Εκτός από τη δράση του στο εθνικό πλαίσιο, το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ είναι ο εθνικός εκπρόσωπος και συνεργάτης του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την ΕΚΕ, ενώ από το 2004 έχει προσυπογράψει την πρωτοβουλία του Ο.Η.Ε για το Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact)

Παραπάνω αναφέρθηκε το **CSR**. Είναι το ηγετικό Ευρωπαϊκό Δίκτυο επιχειρήσεων για την ΕΚΕ αποτελείται από περισσότερες των 70 Πολυεθνικών – μέλη και με πρόσβαση σε πάνω από 1500 Ευρωπαϊκές Επιχειρήσεις. Ιδρύθηκε το 1995 από τον πρόεδρο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Jacques Delors. Αποστολή του CSR είναι να βοηθάει τις εταιρίες να ενσωματώνουν την ΕΚΕ στις λειτουργίες και στις συναλλαγές τους.

Μέσα σε αυτά τα πλαίσια, γίνεται αποδεκτός ο εξής ορισμός «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικιοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες»

Εξέλιξη στον Ελληνικό χώρο αποτελεί και η ίδρυση του **Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής**. Στόχος του είναι η προώθηση των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής, της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Εταιρικής Διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, την ακαδημαϊκή κοινότητα και σε εθελοντικούς οργανισμούς. Το Ινστιτούτο φιλοδοξεί να παίξει σημαντικό ρόλο στο χώρο των επιχειρήσεων παρέχοντας υποστήριξη στους οργανισμούς και τους επαγγελματίες, έτσι

ώστε να εφαρμόσουν ένα νέο τρόπο διοίκησης, με τη παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, ερευνητικών εργαλείων εκπαίδευσης και διάδοσης καλών πρακτικών.

Όραμα του αποτελεί :

- Η διάδοση και καλλιέργεια ενός νέου τρόπου διοίκησης, ο οποίος θα έχει ως βάση του τις αξίες της επιχειρηματικής ηθικής,
- Η δημιουργία ενός καθολικά αποδεκτού κώδικα επιχειρηματικής δεοντολογίας,
- Η αύξηση της γνώσης και ενημέρωσης σε θέματα Επιχειρηματικής Ηθικής, Εταιρικής Ευθύνης και Διακυβέρνησης στην Ελλάδα..

Μέλη του είναι οι εταιρίες και οργανισμοί, αλλά και επαγγελματίες του κλάδου και φοιτητές. Στις δραστηριότητες του περιλαμβάνονται η περιοδική ενημερωτική έκδοση, που κυκλοφορεί ανά τακτά διαστήματα και αποστέλλεται στα μέλη του Σωματίου, η δημιουργία ενεργής ηλεκτρονικής λίστας συζήτησης (forum), η προσωπική επικοινωνία με τα μέλη και περιοδικές συναντήσεις, η συμμετοχή σε συνέδρια, επιστημονικές εκδηλώσεις και ημερίδες, με θέματα που σχετίζονται με την Επιχειρηματική Ηθική, την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Εταιρική Διακυβέρνηση, η συμμετοχή σε Ευρωπαϊκά και Παγκόσμια συνέδρια, η διοργάνωση σεμιναρίων για τα μέλη και για τις επιχειρήσεις και τέλος, η ανάπτυξη εργαλείων υποστήριξης σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής.

Το **SRI (Corporate Responsibility Institute) Ινστιτούτο Κοινωνικής Ευθύνης**, είναι μία Αστική μη Κερδοσκοπική εταιρία που έχει αναλάβει την αποκλειστική εκπροσώπηση του CR Index στην Ελλάδα σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community). Στόχος είναι να παρέχει στις Ελληνικές επιχειρήσεις και οργανισμούς το πιο αναγνωρισμένο εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για την αναγνώριση των επιδόσεων τους σε θέματα Κοινωνικής Ευθύνης με βάση Διεθνή κριτήρια

Το 2008 το CRI ως Μη Κερδοσκοπικός Οργανισμός εισήγαγε στην Ελλάδα τον Δείκτη Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας CR Index (Corporate Responsibility Index) του Βρετανικού Ινστιτούτου διεθνούς αναφοράς «Business in the Community», του οποίου προεδρεύει ο πρίγκιπας Κάρολος.

Στόχοι-Δράσεις της εταιρίας είναι:

- Η ανάπτυξη και διαχείριση πρωτοβουλιών για τη διάχυση, προαγωγή και υποστήριξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Αειφόρου Ανάπτυξης
- Η παροχή υπηρεσιών στα μέλη της και σε οποιοδήποτε τρίτο (εταιρίες, δημόσιο, φορείς, ινστιτούτα, ιδρύματα), για δραστηριότητες που στοχεύουν στην προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα από τους ειδικούς δείκτες Αξιολόγησης Εταιρικής Υπευθυνότητας
- Η συμμετοχή σε αναπτυξιακά και ερευνητικά προγράμματα σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Αειφόρο Ανάπτυξη
- Η ανάπτυξη συνεργασιών με νομικά πρόσωπα Ιδιωτικού και Δημόσιου Δικαίου, Δημόσιο, Οργανισμοί, Ακαδημαϊκά, Ερευνητικά, Εκπαιδευτικά Δίκτυα άλλων χωρών και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις.

Στόχος των δράσεων του Ινστιτούτου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι η περαιτέρω εδραίωση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα και η τοποθέτηση των Ελληνικών εταιριών στον παγκόσμιο χάρτη εταιριών που διακρίνονται για τις επιδόσεις τους στον τομέα αυτό. Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης βασίζεται για τη λειτουργία του στην υποστήριξη που θα λάβει από την Ελληνική Επιχειρηματική Κοινότητα που ενδιαφέρεται για την παγίωση και την περαιτέρω ανάπτυξη του Θεσμού της Εταιρικής Ευθύνης στη χώρα μας. Στο πλαίσιο αυτό παρέχεται η δυνατότητα σε Επιχειρήσεις και Οργανισμούς να συνδέουν το όνομα τους με μία από τις πιο καταξιωμένες πρωτοβουλίες Εταιρικής Ευθύνης στον κόσμο.

Ήδη, τα ιδρυτικά μέλη και η Ομάδα Εργασίας του Ινστιτούτου Κοινωνικής Ευθύνης έχουν επενδύσει άυλους και υλικούς πόρους για να γίνει πραγματικότητα το όραμα της εισαγωγής του CRI, του πρώτου εθνικού δείκτη Εταιρικής Ευθύνης στην Ελλάδα.

Την πρωτοβουλία καθιέρωσης του δείκτη CRστην Ελλάδα υποστηρίζουν το Ελληνικό Δίκτυο Εταιριών για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η Ελληνική Εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων, το Ινστιτούτο Επικοινωνίας και η Λέσχη Επιχειρηματικότητας.

3.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ: ΠΑΡΟΝ & ΜΕΛΛΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο ΣΒΒΕ (Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων) θεωρεί πως σήμερα, περισσότερο από κάθε άλλη φορά, θα πρέπει να διαμορφωθεί ένα νέο σύστημα αξιών στη λειτουργία της επιχείρησης. Η επιχείρηση έχει ευθύνη για την κοινωνική ευημερία και οφείλει, κατά την άσκηση της παραγωγικής δραστηριότητας και κατά τη λήψη των σχετικών αποφάσεων, να έχει υπόψη, εκτός των άλλων, τις ανάγκες του κοινωνικού και φυσικού περιβάλλοντος στο οποίο δρα και αναπτύσσεται, να μεριμνά για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών.

Ο ΣΒΒΕ πιστεύοντας στην υιοθέτηση των αρχών αυτών από τις επιχειρήσεις, ήταν ένας από τα ιδρυτικά μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Όσον αφορά την εφαρμογή των πολιτικών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην χώρα μας, μια πολύ ενδιαφέρουσα έρευνα σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη η οποία πραγματοποιήθηκε από το Ελληνικό Δίκτυο και παρουσιάστηκε το 2001, παρουσιάζει τα βασικά συμπεράσματα, τα οποία δείχνουν τις προοπτικές, αλλά και τη διστακτικότητα ως προς την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στη χώρα μας.

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της έρευνας:

Οι Έλληνες πολίτες/καταναλωτές δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ειλικρινή πρόθεση να συνεισφέρουν στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων, αναγνωρίζουν όμως ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Θεωρούν ωστόσο ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς, παρόλο που αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων. Σε πολλές περιπτώσεις το marketing ακυρώνει την πρόθεση του κοινωνικού έργου και εκλαμβάνεται ως διαφήμιση.

Με δεδομένο ότι η εφαρμογή των αρχών της ΕΚΕ βασίζονται στην εθελοντική τους φύση (διαφορετικά δεν θα αποτελούσαν ευθύνη αλλά υποχρέωση), ο κοινωνικός ρόλος των επιχειρήσεων για τον ΣΒΒΕ δεν μπορεί παρά να είναι συμπληρωματικός σε αυτόν του κράτους. Η αναγνώριση της συμβολής του επιχειρηματικού κόσμου στη βελτίωση του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος προϋποθέτει όμως ουσιαστικές αλλαγές στη νοοτροπία και στις προκαταλήψεις της κοινωνίας.

Είναι έτοιμη η κοινωνία να αποδεχθεί το νέο ρόλο που καλούνται να διαδραματίσουν οι επιχειρήσεις; Η εξίσωση

(επιχείρηση = κεφάλαιο)

(κεφάλαιο = κέρδος)

(κέρδος = κακό)

άρα επιχείρηση = κακό

Χρειάζονται μακροχρόνιες προσπάθειες και ουσιαστική στήριξη από τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης για να αλλάξει.

Η αντιμετώπιση των επιχειρήσεων από το κράτος θα πρέπει να ξεπεράσει τα στεγανά της νοοτροπίας του βραχυπρόθεσμου κερδοσκόπου και να θεωρήσει την επιχείρηση ενεργό μέλος της κοινωνικής ευημερίας.

Όποια και αν είναι η σημερινή κατάσταση και ο βαθμός ενσωμάτωσης (συνειδητός ή αποσπασματικός) των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η Ελληνική Βιομηχανία λαμβάνει τα μηνύματα των καιρών και θα προσαρμοσθεί στις νέες αξίες που σιγά-σιγά αναδεικνύονται.

Ενδεικτικό στοιχείο της προσπάθειας που καταβάλλεται από την Ελληνική Βιομηχανία σχετικά με την ανάπτυξη και διάδοση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι και το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ανήκει στην Βιομηχανία. (Κείμενο του Ι. Σταύρου, Εκτελεστικού Αντιπρόεδρου Συνδέσμου Βιομηχάνων Βορείου Ελλάδας).

3.3.1 ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ

Μελέτη του Ελληνικού Δικτύου αναλύει πως βλέπουν το θέμα της ΕΚΕ στην Ελλάδα οι διάφοροι διαμορφωτές γνώμης, δίνονται προτάσεις για ενίσχυση της. Η έρευνα ανατέθηκε στο Εργαστήριο Επικοινωνίας και Πολιτισμού του Πάντειου Πανεπιστημίου και στην Research International, υποστηρίχθηκε οικονομικά από το Philip Morris Institute.

Α) Προτάσεις για Ενίσχυση σε Εθνικό Επίπεδο

Κάθε συζήτηση για ανάληψη πρωτοβουλιών σε εθνικό επίπεδο θα πρέπει καταρχήν να λάβει υπ' όψη της τα βασικά χαρακτηριστικά του πεδίου αναφοράς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στον ελληνικό χώρο.

Κατ' αρχήν, η Ελλάδα, ως ανεπτυγμένη χώρα και μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει ιδιαίτερα ειδικευμένη νομοθεσία τόσο για τα εργασιακά όσο και για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, διέπεται σε σημαντικό βαθμό από τη κοινοτική νομοθεσία. Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά θα μπορούσε κανείς να πει ότι το αίτημα που τίθεται σε αναπτυσσόμενες χώρες για τήρηση προτύπων υψηλότερων από αυτών που θέτει ο νομοθέτης δεν είναι τόσο επιτακτικό στην Ελλάδα όπως σε άλλες χώρες. Παρ' όλο που υπάρχουν διαφορετικές απόψεις για το είδος των δράσεων που διαφοροποιούν τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία από την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι γεγονός ότι για την Ελλάδα δεν τίθεται θέμα νομοθετικών κενών αλλά κυρίως αποτελεσματικής εφαρμογής της ισχύουσας νομοθεσίας. Σε τομείς όπως για παράδειγμα η υγιεινή και ασφάλεια στους χώρους εργασίας ή η προστασία από τη θαλάσσια ρύπανση, το βασικότερο ζητούμενο δεν είναι η δημιουργία, από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, υψηλότερων προτύπων προστασίας αλλά η συνέπεια με όσα προβλέπονται από τη νομοθεσία.

Δεύτερο δεδομένο είναι ότι και στην Ελλάδα χρειάζεται να αναπτυχθεί περισσότερο ο τομέας της ενημέρωσης, του διαλόγου και της έρευνας για τα θέματα της ΕΚΕ. Αξιέπαινες πρωτοβουλίες όπως το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ είναι αρκετά πρόσφατες και τα αποτελέσματα των δράσεων τους δεν έχουν γίνει αντικείμενο συστηματικής ενημέρωσης, κοινωνικού και πολιτικού διαλόγου και εν τέλει, δεν έχουν γίνει κτήμα του επιχειρηματικού κόσμου και του κοινωνικού συνόλου. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί έμφαση από τους κοινωνικούς και επιστημονικούς φορείς στην ανάπτυξη ευρύτερου δημόσιου προβληματισμού για το θέμα και την έρευνα τόσο των ακολουθούμενων από ελληνικές επιχειρήσεις πολιτικών ΕΚΕ όσο και των τομέων εκείνων όπου υπάρχει ανάγκη δημιουργίας και υλοποίησης τέτοιων πολιτικών.

Τρίτο, πρέπει να ληφθεί υπόψη το μέγεθος των Ελληνικών Επιχειρήσεων. Η συζήτηση για την ΕΚΕ συνήθως αφορά επιχειρήσεις πολύ μεγαλύτερες των Ελληνικών και έτσι τα μέτρα που προτείνονται δεν είναι κατ' ανάγκη εφαρμόσιμα στην ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα ή δε θα έχουν αποτελέσματα γιατί δε θα μπορούν να ακολουθηθούν από τη πλειοψηφία των επιχειρήσεων.

Τέταρτον, πρέπει να είναι σαφές ότι η ανάπτυξη πρωτοβουλιών από τις επιχειρήσεις στο πλαίσιο της έννοιας της ΕΚΕ, δε μπορεί και δε πρέπει σε καμία περίπτωση να θεωρείται ότι υποκαθιστά το ρόλο του Κράτους και των αρμόδιων φορέων. Θέματα όπως η προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή ανήκουν κατεξοχήν στη νομοθετική

και ελεγκτική αρμοδιότητα του Κράτους και η όλη συζήτηση για την ΕΚΕ γίνεται με σκοπό τη περαιτέρω βελτίωση της κατάστασης και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να οδηγήσει σε σύγχυση ρόλων με αρνητικές συνέπειες

Πέμπτων, στην Ελλάδα, εκτός από το μικρό βαθμό ανάπτυξης συνείδησης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης υπάρχει αντίστοιχα δυσκολία ανάπτυξης κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς σε μεγάλη μερίδα καταναλωτών. Η κοινωνική ευθύνη των καταναλωτών είναι υπό μία έννοια η άλλη πλευρά του νομίσματος της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Η αύξηση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών έτσι ώστε να είναι διατεθειμένοι να στηρίξουν ένα λίγο πιο ακριβό, αλλά περιβαλλοντικά αβλαβές προϊόν αποτελεί ένα μοχλό ενίσχυσης της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς των επιχειρήσεων. Η Ο.Κ.Ε. επισημαίνει τη σημασία αυτού του θέματος και τις δυσκολίες που υπάρχουν στην Ελλάδα.

Έκτων πρέπει να τονιστεί η ανάγκη για ενίσχυση και προώθηση του διαλόγου σε κάθε επίπεδο, τοπικό, κλαδικό και διεπιχειρησιακό. Η ανάπτυξη κατάλληλης παιδείας για το σκοπό αυτό έχει αναφερθεί από την Ο.Κ.Ε. (Ελληνική Οικονομική Επιτροπή) και στο παρελθόν ως σημαντική προϋπόθεση.

Οι τοπικές κοινωνίες, οι φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και οι άλλοι φορείς όπως οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο δεν είναι συνηθισμένες στο διάλογο για τα τοπικά ζητήματα και τις περισσότερες φορές τα όποια θέματα τίθενται σε διάλογο, εξετάζονται αποσπασματικά και κατά περίπτωση για να αντιμετωπισθούν ως μεμονωμένα ζητήματα. Η έλλειψη μέσων και τρόπων πληροφόρησης και οργανωμένων δομών κοινωνικού διαλόγου μεταξύ των δραστηριοποιούμενων σε μία τοπική κοινωνία είναι ένα ιδιαίτερο ζήτημα που πρέπει να αντιμετωπισθεί προκειμένου να διευρυνθεί η εφαρμογή της ΕΚΕ

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι και στο Διεθνές αλλά και στο Ευρωπαϊκό επίπεδο ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών δεδομένου ότι η αποτελεσματική δράση για την αντιμετώπιση θεμάτων κοινωνικής και περιβαλλοντικής σημασίας είναι δυνατή περισσότερο μέσω συνεργασιών και λιγότερο με αποσπασματικές και μεμονωμένες ενέργειες. Η ανάπτυξη της συμμετοχικότητας και της συνεργασίας σε κάθε επίπεδο (τοπικό, κλαδικό και διεπιχειρησιακό) θα πρέπει να θεωρείται σημαντική προϋπόθεση για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Μέτρα που προτείνει η ΟΚΕ (Ελληνική Οικονομική Επιτροπή)

Με αυτά τα δεδομένα, και έχοντας πάντα υπόψη ότι η ΕΚΕ είναι εθελοντική (αλλιώς δεν είναι κοινωνική ευθύνη) και κατά συνέπεια τα προτεινόμενα μέτρα θα πρέπει να γίνουν σε συνεννόηση και με τη συμφωνία των επιχειρήσεων στις οποίες αφορούν. Η Οικονομική Κοινωνική Επιτροπή προτείνει τα ακόλουθα:

1. Θα πρέπει να γίνει εξάλειψη στα αντί-κίνητρα στην άσκηση πολιτικών ΕΚΕ. Τα αντί-κίνητρα αυτά αφορούν τόσο στη νομοθεσία όσο και την πρακτική της δημόσιας διοίκησης κεντρικής και περιφερειακής. Στο νομοθετικό επίπεδο είναι γνωστό ότι η φορολογική νομοθεσία δημιουργεί διαδικασίες και επιβαρύνει οικονομικά τις δωρεές. Φυσικά η πρόταση αυτή δε σημαίνει ότι δεν θα πρέπει να υπάρχουν οι μηχανισμοί ελέγχου για να αναγνωρίζετε εάν οι δωρεές και οι άλλες εκδηλώσεις κοινωνικής προσφοράς δεν υποκρύπτουν στην πραγματικότητα μεθοδεύσεις φοροδιαφυγής, αλλά το υφιστάμενο καθεστώς μειώνει το όφελος για τους αποδέκτες και δεν είναι σε θέση να εντοπίσει πρακτικά τους σχετικούς μηχανισμούς φοροδιαφυγής. Σε επίπεδο διοικητικής πρακτικής τα πράγματα είναι πιο προβληματικά. Κρίσιμες για το θέμα της ΕΚΕ είναι οι δημόσιες υπηρεσίες που δεν διαθέτουν την αναγκαία εξοικείωση με σχετικές πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις. Παράλληλα και οι δήμοι θα πρέπει να διευκολύνουν τις επιχειρήσεις στην υλοποίηση τέτοιων μέτρων.

2. Θα πρέπει να καλλιεργηθεί το πνεύμα της ΕΚΕ στα υπογήφια επιχειρηματικά στελέχη. Οι Οικονομικές και Διοικητικές Σχολές θα πρέπει να περιλαμβάνουν το σχετικό

μάθημα ως υποχρεωτικό στα ακαδημαϊκά τους προγράμματα ενώ και οι ίδιες οι μεγάλες επιχειρήσεις θα πρέπει να αναπτύξουν το πνεύμα αυτό με εκπαίδευση των στελεχών τους σε ενδοεπιχειρησιακό επίπεδο.

3. Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα και συγκεκριμένα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν διοικούνται πάντα από επαγγελματικά στελέχη αλλά συνήθως από αυτοδίδακτους επιχειρηματίες. Για το λόγο αυτό δεν αρκεί η ακαδημαϊκή εκπαίδευση αλλά θα πρέπει να υπάρξουν προγράμματα ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης, εκπαίδευσης και προσαρμογής της ΕΚΕ. Πολλές φορές η έλλειψη Εταιρικής Ευθύνης οφείλεται σε λανθασμένη αντίληψη του επιχειρηματία για τον οποίο είναι το μέσο-μακροπρόθεσμο συμφέρον και όχι σε μία αντικειμενική αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων της αντίθετης με την ΕΚΕ πολιτικής που τυχόν ακολουθεί.

4. Μεταξύ άλλων, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ενημερωθούν για τα πρότυπα διαχείρισης που έχουν διαμορφωθεί σύμφωνα με την ΕΚΕ. Τα πρότυπα αυτά διαμορφώθηκαν και πιστοποιούνται από έγκυρους διεθνείς οργανισμούς και η εφαρμογή τους μπορεί να αποβεί επωφελής για τις επιχειρήσεις. Σε αυτόν μπορούν και πρέπει να συμβάλουν και οι συλλογικοί φορείς της ελληνικής κοινωνίας.

5. Η προσέγγιση της ΕΚΕ σε επίπεδο εφαρμοστέων μέτρων και πολιτικών να διαφοροποιείται και να εξειδικεύεται ανά τομέα και ανά πολιτική ΕΚΕ π.χ για τις τράπεζες δε μπορεί να έχει το ίδιο περιεχόμενο με την αντίστοιχη πολιτική στη βιομηχανία ή τον τουρισμό.

6. Στην Ελλάδα ιδιαίτερη σημασία έχει η ΕΚΕ στον κατασκευαστικό κλάδο, δεδομένης της μεγάλης κατασκευαστικής δραστηριότητας στον τομέα τόσο των δημόσιων όσο και των ιδιωτικών έργων και τη τάση που αυτή έχει για την αναπτυξιακή προσπάθεια της χώρας. Φυσικά η ΕΚΕ παρουσιάζει ιδιαιτερότητες στον τομέα των δημόσιων έργων όπου ο ανταγωνισμός για την ανάληψη ενός έργου περιορίζει τα περιθώρια για πρωτοβουλίες ΕΚΕ πέρα των όσων πρέπει και επιβάλλει η νομοθεσία. Σε κάθε περίπτωση όμως η ανάπτυξη της ΕΚΕ στον τομέα αυτό θα είναι ιδιαίτερα σημαντική και θα πρέπει όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς να συστηματοποιήσουν και να διευρύνουν τις πρωτοβουλίες που σήμερα υπάρχουν. Προς την κατεύθυνση αυτή θα πρέπει η πολιτεία να εξετάσει και το σύστημα ανάληψης δημοσίων έργων από την παράμετρο της ενθάρρυνσης της ΕΚΕ από μέρους των τεχνικών εταιριών.

7. Πριν η Ο.Κ.Ε προχωρήσει σε αυτήν την ανά τομέα αναφορά ΕΚΕ θεωρεί χρήσιμο να καταγράψει ορισμένες πρωτοβουλίες που αναπτύσσονται και που θα μπορούσαν να αναπτυχθούν ακόμα περισσότερο άσχετα από συγκεκριμένο τομέα ή κλάδο σε μία προσπάθεια αύξησης της διαφάνειας στις κοινωνικές πολιτικές που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις αλλά και της δημιουργίας κινήτρων για την τόνωση της κοινωνικής ευαισθησίας τους.

Πρωτοβουλίες στην προσπάθεια αύξησης της διαφάνειας στις κοινωνικές πολιτικές των επιχειρήσεων:

1. Μέτρηση, έκδοση αναφορών και εκθέσεων και επιβεβαίωση των αποτελεσμάτων (Κοινωνικός Απολογισμός).

Είναι μία πρωτοβουλία που υιοθετείται από ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες χρησιμοποιούν την διαδικασία αυτή για να οργανώσουν τις επιμέρους δραστηριότητές τους για την ΕΚΕ, να θέσουν συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους καθώς και τις δράσεις τους σε επιμέρους τομείς της ΕΚΕ και να δημιουργήσουν συνθήκες για αμφίδρομη επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η πρακτική αυτή αναπτύσσεται και στην Ελλάδα όπου υπάρχουν επιχειρήσεις που εκδίδουν μαζί με τον ετήσιο Οικονομικό τους Απολογισμό και Κοινωνικό Απολογισμό ήδη από την δεκαετία του 1998. Ωστόσο ακόμη και σήμερα δεν υπάρχει ομοιογένεια ως προς το είδος των πληροφοριών που πρέπει να περιλαμβάνονται στις εκδόσεις αυτές, ο τρόπος και οι δείκτες αξιολόγησης των αποτελεσμάτων-ποιοτικών κυρίως των επενδύσεων για την ΕΚΕ και το σύστημα επικοινωνίας αυτών των στοιχείων με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Ως σημείο αναφοράς σχετικά θα πρέπει να αναφερθεί η πρωτοβουλία που ξεκίνησε από το Global Reporting Initiative GRI15 και η οποία βρίσκεται σε εξέλιξη για την δημιουργία ενός κοινά αποδεκτού συστήματος έκδοσης και επικοινωνίας αναφορών για την ΕΚΕ. Φυσικά θετικά μπορεί να λειτουργήσει και η υιοθέτηση σχετικών συστημάτων πιστοποίησης που αφορούν στον απολογισμό δραστηριοτήτων.

2. Μάθηση και Συμμετοχική Συνεργασία στους επιμέρους τομείς θεωρείται συνάρτηση της Μάθησης, της Διάδοσης των Καλών Πρακτικών, αλλά και της συμμετοχικής συνεργασίας μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών.

Στο πλαίσιο αυτό κινούνται πολλές πρωτοβουλίες όπως το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ (CSR Europe) και η πρωτοβουλία των Ηνωμένων Εθνών (Global Compact) που αποτελούν παραδείγματα αναφοράς σε διεθνές επίπεδο για την προσπάθεια των επιχειρήσεων να αντλήσουν γνώση αφενός και αφετέρου για την δημιουργία προγραμμάτων συμμετοχικής συνεργασίας

3. Σήμανση Προϊόντων.

Η σήμανση των προϊόντων αποτελεί ένα εργαλείο που προστίθεται να εφαρμόσει η Ευρωπαϊκή Ένωση τόσο για την επιβράβευση προϊόντων που διακρίνονται για τις πρακτικές Ε.Κ.Ε του κατασκευαστή, όσο και για την αποτελεσματική ενημέρωση των καταναλωτών. Η ΕΕ. έχει ήδη κάνει βήματα προς αυτή τη κατεύθυνση με το οικολογικό σήμα της το λουλούδι όπου χορηγείται σε προϊόντα με την υψηλότερη περιβαλλοντική ποιότητα. Το λουλούδι είναι διαφανής και αξιόπιστη επισήμανση καθώς η συμμόρφωση με τα κριτήρια βεβαιώνεται, επαληθεύετε και παρακολουθείται από έναν ανεξάρτητο τρίτο φορέα πιστοποίησης. Η διαδικασία της επισήμανσης θα ακολουθεί την πρακτική της επισήμανσης CE, για τα προϊόντα που ικανοποιούν τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές αλλά, θα παραμένει εθελοντική για τους κατασκευαστές που επιθυμούν να επισημάνουν τα προϊόντα τους.

4. Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις

Θα πρέπει να μελετηθεί από το Χρηματιστήριο Αξιών της Αθήνας το ενδεχόμενο να καταρτίσει κατά τα πρότυπα του Χρηματιστηρίου του Λονδίνου και άλλων Ευρωπαϊκών χρηματιστηρίων, ένα δείκτη αξιολόγησης των κοινωνικών επιδόσεων των επιχειρήσεων που διαπραγματεύονται στο Χ.Α.Α.. Στόχος μίας τέτοιας κίνησης θα είναι η κινητοποίηση Ελληνικών κεφαλαίων που θα ενδιαφέρονται σε τέτοιου είδους επενδύσεις αλλά και η τοποθέτηση διεθνών χαρτοφυλακίων που επενδύουν με γνώμονα αντίστοιχα κριτήρια.. Για την αξιόπιστη και διαφανή λειτουργία ενός τέτοιου δείκτη θα πρέπει να οριστεί ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που θα αξιολογεί τις επιδόσεις τους όσον αφορά στην ΕΚΕ και θα ενημερώνει αντίστοιχα τον σχετικό δείκτη.

5. Οικοδόμηση Δομών Διαλόγου και Συνεργασίας.

Ήδη αναφέρθηκε η σημασία της ανάπτυξης του διαλόγου σε τοπικό και κλαδικό επίπεδο στην Ελλάδα. Το πρόβλημα παρουσιάζεται σε αρκετές επιχειρήσεις που αναπτύσσουν πρωτοβουλίες στο πλαίσιο της Εταιρικής Ευθύνης και υπάρχουν ήδη σημαντικές προσπάθειες δημιουργίας δομών.

Β) Προτάσεις για Ενίσχυση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ανά Τομέα

1. Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας

Η ΟΚΕ (Ελληνική Οικονομική Επιτροπή) έχει ασχοληθεί και στον παρελθόν με το θέμα της κοινωνικής ευθύνης των ΔΕΚΟ έστω και αν δεν είχε τότε χρησιμοποιήσει τον όρο ΕΚΕ. Τότε αφού είχε επικροτήσει τους στόχους που έθετε ο νομοθέτης τόνιζε ότι έπρεπε να προστεθεί ως στόχος και η αλλαγή της νοοτροπίας του Δημοσίου ώστε να επιδιώκουν συνειδητά την εξυπηρέτηση των καταναλωτών μέσω των υπηρεσιών τους.

Προς τη κατεύθυνση αυτή πρότεινε:

- Να υπάρχουν διαδικασίες ενημέρωσης και πρόσβασης για τον καταναλωτή.
- Να πραγματοποιείται η διαδικασία υποβολής και εξέτασης παραπόνων των καταναλωτών.
- Ισορροπημένη διατύπωση των Γενικών Όρων των Συναλλαγών.

Αυτές οι προτάσεις αποτελούσαν ένα πρόγραμμα για τη μορφή που μπορεί να πάρει η ΕΚΕ στις επιχειρήσεις του ευρύτερου δημόσιου τομέα, ζήτημα με μεγάλη σημασία και για την υπόλοιπη οικονομία. Στην Ελλάδα ένα μεγάλο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας κυρίως σε ότι αφορά υπηρεσίες και αγαθά κοινωφελούς χαρακτήρα (ενέργεια, υγεία, μεταφορές κ.λ.π) ασκείται από τον ευρύτερο δημόσιο τομέα. Αποτέλεσμα αυτού είναι και το γεγονός ότι ο μεγαλύτερος εργοδότης στη χώρα είναι το δημόσιο στην ευρύτερη του έννοια. Οι ΔΕΚΟ αναπτύσσουν δραστηριότητες σε όλη την Ελληνική επικράτεια και συναλλάσσονται με το σύνολο του Ελληνικού πληθυσμού γεγονός που τους καθιστά σημαντικούς φορείς άσκησης πολιτικής τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Το δημόσιο είναι ο κύριος χρήστης αλλά και διαχειριστής φυσικών πόρων που αντίστοιχα συνεπάγεται και με μεγάλες περιβαλλοντικές ευθύνες.

Εξαιτίας της διασποράς τους σε όλη τη χώρα όσο και εξαιτίας της μαζικότητας της παραγωγής (αγαθών και υπηρεσιών) οι ΔΕΚΟ πρέπει να πρωτοστατήσουν στην εφαρμογή της ΕΚΕ.

Ο ευρύτερος δημόσιος τομέας μπορεί να συμβάλει με τη μαζικότητα των αγορών του στην ανάπτυξη και διάδοση της ΕΚΕ. Σύμφωνα με τις νέες οδηγίες που υιοθέτησε το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ο δημόσιος τομέας και η τοπική αυτοδιοίκηση μπορούν να θέτουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια στις δημόσιες προκηρύξεις.

Η ΕΚΕ σε κάθε περίπτωση αφορά τόσο τις ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και τις δημόσιες κάθε μορφής, οι οποίες όχι μόνο δεν απαλλάσσονται εξαιτίας του δημόσιου χαρακτήρα τους να λειτουργούν ως υπεύθυνοι κοινωνικά και περιβαλλοντικά φορείς επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά αντίθετα εξαιτίας και του κοινωφελούς σκοπού τους επιβάλλεται να αποτελέσουν πρότυπα καλής πρακτικής στον τομέα αυτό. Η πράσινη Βίβλος και η ανακοίνωση της ΕΕ το 2002 αναφέρονται στο τομέα αυτό. Μέσω της αναφοράς των οργανισμών της λεγόμενης «Κοινωνικής Οικονομίας» οι οποίοι προτείνεται να εκδίδουν ετήσιες αναφορές με τη μορφή απολογισμού σχετικά με την δράση και την αποτελεσματικότητα τους σε τρία επίπεδα: Οικονομικό, Κοινωνικό, Περιβαλλοντικό. Ωστόσο προκειμένου να πετύχουν την ολοκληρωμένη τεκμηρίωση των ετήσιων αναφορών οι ΔΕΚΟ θα πρέπει να αναπτύξουν ολοκληρωμένους μηχανισμούς σχεδιασμού, εκτέλεσης και παρακολούθησης της ΕΚΕ προκειμένου να εφαρμοστεί ολοκληρωμένα και στο σύνολο του οργανισμού. Αντίστοιχα κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή τους σε δίκτυα για την ΕΚΕ από όπου θα μπορούν να αντλήσουν εμπειρία και καλές πρακτικές από τον πιο ευέλικτο ιδιωτικό τομέα. Ιδιαίτερα σημαντική για την

αποτελεσματική εφαρμογή της ΕΚΕ στις ΔΕΚΟ ,εξαιτίας του μεγέθους και της διασποράς τους κρίνεται και η εφαρμογή διεθνών προτύπων για την ΕΚΕ και το περιβάλλον (όπως αυτά που αναφέρονται στις προτάσεις για την ΕΚΕ)

Ιδιαίτερα στην Ελλάδα είναι ευρύτερα γνωστό ότι η πρακτική στον ευρύτερο δημόσιο τομέα είναι αρκετά αντιφατική αφού βρισκόμαστε ακόμη σε στάδιο μετεξέλιξης της αγοράς όπου αναπτύσσεται ο ανταγωνισμός. Με αποτέλεσμα και οι εταιρίες του ευρύτερου δημόσιου τομέα να εκτίθενται στις ίδιες συνθήκες και η γρήγορη ανταπόκριση τους στα θέματα που θέτει ο προβληματισμός για την ανάπτυξη της ΕΚΕ αφενός να επιβεβαιώσουν και έμπρακτα το χαρακτήρα τους ως επιχειρήσεις κοινωφελούς χαρακτήρα αφετέρου να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικότερα τις νέες συνθήκες λειτουργίας του περιβάλλοντος τους.

2.Βιομηχανία

Η βιομηχανία είναι ο τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας που απασχολεί ανά μονάδα το μεγαλύτερο πλήθος των εργαζομένων και εξαιτίας αυτού συνδέεται περισσότερο με την τοπική κοινωνία ως φορέας απασχόλησης ενώ ταυτόχρονα η δράση της εξαρτάται περισσότερο και από το φυσικό περιβάλλον (χρήση πρώτων υλών στην παραγωγή, μεγάλη κατανάλωση ενέργειας κ.λ.π) κατά συνέπεια είναι ο τομέας που εκτίθεται περισσότερο και ευκολότερα από οποιονδήποτε άλλο σε κριτική για επιμέρους θέματα που σχετίζονται με την ΕΚΕ. Στη βιομηχανία διαπιστώνεται ότι η ΕΚΕ έχει και τη μεγαλύτερη παράδοση όπως επίσης και πρακτικές εφαρμογές σε επιμέρους τομείς της ΕΚΕ που καλύπτουν κατά περίπτωση το εσωτερικό περιβάλλον (εργαζόμενους), το εξωτερικό περιβάλλον (πελάτες, τοπική κοινωνία) και το φυσικό περιβάλλον. Ενδεικτικό στοιχείο της προσπάθειας που καταβάλλεται από την ελληνική βιομηχανία σχετικά με την ανάπτυξη και διάδοση της ΕΚΕ είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ ανήκει στην βιομηχανία.

Τομείς που φαίνεται να αναδεικνύονται ως προτεραιότητα για την ελληνική βιομηχανία στο πλαίσιο αυτό περιλαμβάνουν:

- Πρόληψη και Διασφάλιση της Υγείας και Ασφάλειας στους χώρους εργασίας,
- Προστασία του Περιβάλλοντος
- Προστασία του Καταναλωτή,
- Συνεχή Βελτίωση της Ικανότητας των Εργαζομένων για απασχόληση,
- Σεβασμό των Αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τους μόνιμους συνεργάτες, προμηθευτές κάθε επιχείρησης.

Στην Ελλάδα διακρίνονται παραδείγματα καλής πρακτικής από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διάφορους κλάδους βιομηχανικής δραστηριότητας. Σε κάποιες περιπτώσεις οι πρακτικές αυτές προέρχονται από επιχειρήσεις που λειτουργούν ως προμηθευτές ή υπό κατασκευαστές μεγαλύτερων επιχειρήσεων και επώνυμων οίκων της Ελλάδας και του εξωτερικού. Οι επιχειρήσεις αυτές δεν είναι εκτεθειμένες στους πελάτες τους στον ευρύτερο προβληματισμό για την αναγκαιότητα της ΕΚΕ γίνονται άμεσα ενδιαφερόμενοι των σχετικών θεμάτων και καλούνται να συμπεριλάβουν σχετικές πολιτικές στην επιχειρηματική πρακτική τους, με αντιστάθμισμα την διατήρηση της συνεργασίας τους, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο νέα πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων στον βιομηχανικό τομέα αποτελείται από Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες πρέπει να υποστηριχτούν ενεργά για να ενσωματώσουν τις αρχές της ΕΚΕ και να αξιοποιήσουν θετικά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε μακροπρόθεσμο επίπεδο. Είναι σημαντικό το γεγονός ότι συνολικά η ελληνική βιομηχανία συμμετέχει ενεργά και δημιουργικά στην διαμόρφωση και ανάδειξη του σύγχρονου και σύνθετου ρόλου της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η ευρύτερη διάδοση της αντίληψης αυτής στην ελληνική βιομηχανία είναι απαραίτητη και θα πρέπει να αποτελεί συνάρτηση της ανάδειξης και αναγνώρισης των ποιοτικών αποτελεσμάτων και της προστιθέμενης αξίας που δημιουργείται από την εφαρμογή των αρχών της ΕΚΕ στις προτεραιότητες που καθορίζει η κάθε επιχείρηση ανάλογα με τη στρατηγική της.

3.Αγροτικός Τομέας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά μόνο την παραγωγή πρώτων υλών και τη βιομηχανία, όπου οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις είναι εμφανώς διακριτές αλλά και δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα που αν και δεν θεωρούνται ιδιαίτερα κοινωνικές ή περιβαλλοντικές παρουσιάζουν τις χαμηλότερες επιδόσεις σε εργατικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα.

Από τον αγροτικό, κτηνοτροφικό και αλιευτικό τομέα, προέρχεται ένα μεγάλο ποσοστό των προϊόντων που καταναλώνουν οι κοινωνίες. Ωστόσο, εξαιτίας της ιδιομορφίας των κλάδων (πολλοί μικροί παραγωγοί, που δραστηριοποιούνται κυρίως μέσω συνεταιρισμών χωρίς δυνατή διοικητική υποδομή), δε μπορούν να ελεγχθούν οι επιπτώσεις τους, κυρίως οι περιβαλλοντικές. Οι δράσεις που αφορούν την αειφόρο ανάπτυξη στη γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία προέρχονται από πολυεθνικές εταιρίες που έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν και να αναλάβουν δράση προς κοινωνικά υπεύθυνες κατευθύνσεις.

Συγκεκριμένα η αγροτική δραστηριότητα θεωρείται ότι έχει την μεγαλύτερη επίδραση στο περιβάλλον από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα. Συμβάλει στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, και με την αλόγιστη χρήση χημικών και εντομοκτόνων μολύνει τους υδατικούς πόρους. Για παράδειγμα η Ευρωπαϊκή Ένωση απέσυρε πρόσφατα πάνω από 100 τύπους εντομοκτόνων που κρίθηκαν ιδιαίτερα επικίνδυνα για την δημόσια υγεία. Παράλληλα ο αγροτικός κλάδος είναι με μεγάλη διαφορά ο μεγαλύτερος καταναλωτής νερού της χώρας.

Γεωργία.

Ως αειφόρος γεωργία νοείται η οργανωμένη προσπάθεια να διατηρηθούν διαχρονικά υψηλοί ρυθμοί παραγωγής και απόδοσης της γης, μείωση παράλληλα της χρήσης μη ανανεώσιμων πρώτων υλών στη διαδικασία αυτή. Οι αρχές που πρέπει να διέπουν την κοινωνικά υπεύθυνη γεωργία συνοψίζονται ως εξής:

- Η παραγωγή σοδειάς με μεγάλη παραγωγικότητα και θρεπτική αξία να γίνεται με όσο το δυνατόν μικρότερη χρήση πόρων
- Η διασφάλιση όποιας παρενέργειας στην ευφορία της γης, την ποιότητα του νερού και του αέρα μειώνονται ενώ πραγματοποιούνται θετικές παρεμβάσεις όπου αυτό είναι δυνατό.
- Η χρήση ανανεώσιμων πόρων, όπου αυτό είναι δυνατό με αντίστοιχη μείωση μη ανανεώσιμων πόρων
- Η προστασία της ευημερίας και του περιβάλλοντος των κοινωνιών

Με τις παραπάνω αρχές δεν θα πρέπει να συσχετισθεί η χρήση βιολογικά μεταλλαγμένων ουσιών η οποία απασχολεί τη διεθνή κοινότητα. Η χρήση τέτοιων ουσιών σε όσες περιπτώσεις έχουν χρησιμοποιηθεί στη παραγωγή έχουν επιφέρει αμφιλεγόμενης ποιότητας αποτελέσματα

Κτηνοτροφία.

Σε αντίστοιχο πνεύμα διατυπώνονται και οι σκέψεις για την κτηνοτροφία. Η μνήμη της κοινής γνώμης είναι ακόμα νωπή όσον αφορά το θέμα που απασχόλησε την κοινωνία των τρελλών αγελάδων, αλλά το θέμα έχει περισσότερες διαστάσεις από τη χρήση χημικών στη ζωική παραγωγή. Οι αρχές που διέπουν τη γεωργία θα πρέπει να διέπουν και

τη κτηνοτροφία, κυρίως ως προς τη χρήση χημικών και τη διαχείριση αποβλήτων τόσο από τη ζωική παραγωγή όσο και από τη μεταποίηση δέρματος και κρέατος.

Αλιεία.

Στην Αλιεία τα θέματα είναι ακόμα πιο σοβαρά. Σύμφωνα με την έρευνα του οργανισμού γεωργίας και αλιείας των Ηνωμένων Εθνών 48% των θαλασσών εκμεταλλεύονται πλήρως, 16% υπεραλιεύονται, και 9% έχουν εξαντληθεί δημιουργώντας μεγάλα προβλήματα στα θαλάσσια οικοσυστήματα αλλά και τις παραλιακές κοινότητες που στηρίζονται στην αλιεία. Οι ιχθυοκαλλιέργειες δε μπορούν να αντικαταστήσουν εύκολα την αλιεία που αποτελεί τον τελευταίο αλλά και σπουδαιότερο τομέα παραγωγής πρώτων υλών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στην Ελλάδα η διαμαρτυρία των αλιέων του Βόλου για τη συστηματική υπεραλίευση και τη δραματική μείωση των αλιευμάτων του Παγασητικού.

Χαρακτηριστικό και των τριών κλάδων που αναφέρθηκαν είναι ότι στην συνείδηση του πολίτη, φαίνονται να λειτουργούν σε αρμονία με το περιβάλλον, σε αντίθεση με τη βιομηχανία όπου τα αποτελέσματα είναι πιο άμεσα και διακριτά. Ήδη αρκετές οργανώσεις και ιδρύματα έχουν ασχοληθεί με πρωτοβουλίες αειφόρου ανάπτυξης στους συγκεκριμένους κλάδους και πιλοτικές εφαρμογές με πρωτοποριακές τεχνικές παραγωγής που έχουν υιοθετηθεί από ένα μέρος των παραγωγών αλλά σίγουρα όχι στην επιθυμητή έκταση. Έχουν καταρτιστεί πρότυπα που διασφαλίζουν τις διεργασίες για την κοινωνικά υπεύθυνη γεωργία και αλιεία που εάν υιοθετηθούν στο σύνολό τους μπορούν να αποτελέσουν ιδανική βάση για τη δημιουργία μηχανισμών αυτοελέγχου των επιχειρήσεων.

Στην Ελλάδα αντίστοιχα οι ενέργειες που σχετίζονται με την εταιρική ευθύνη πρέπει να ληφθούν σε επίπεδο συνεταιρισμών. Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η ανάπτυξη νοοτροπίας στους κλάδους που να συνδέει την μακροπρόθεσμη ανάπτυξη με την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ στους συνεταιρισμούς θα μπορούσαν να προστεθούν και οι δράσεις που αφορούν την προστασία των υδάτινων πόρων και τη μείωση της χρήσης των χημικών.

4. Εμπόριο και Υπηρεσίες

Ο τριτογενής τομέας της οικονομίας έχει γνωρίσει ραγδαία αύξηση τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως καθώς η ανάπτυξη του είναι χαρακτηριστικό των αναπτυσσόμενων χωρών. Από τους κλάδους αυτούς προέρχονται πολλές από τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν οι πολίτες στη καθημερινή τους ζωή (μεταφορές, τηλεπικοινωνίες). Η προσέγγιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε κάθε έναν από τους κλάδους του εμπορίου και των υπηρεσιών έχει και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ωστόσο επιχειρείται η ομαδοποίηση των επιχειρησιακών δράσεων που αποτελούν βασικές αρχές για τη δημιουργία ενός πλαισίου ΕΚΕ.

Η ΕΚΕ στους προ αναφερόμενους κλάδους δε σχετίζεται με άμεσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τη παραγωγή, αλλά κυρίως με δράσεις κοινωνικής και εργασιακής φύσεως. Και σε αυτή τη περίπτωση οι δράσεις που αφορούν την αειφόρο ανάπτυξη στο εμπόριο και τις υπηρεσίες προέρχονται από πολυεθνικές εταιρίες που έχουν την δυνατότητα να επενδύσουν και να αναλάβουν δράση προς κοινωνικά υπεύθυνες κατευθύνσεις.

Πιο συγκεκριμένα στο εμπόριο η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι το σημαντικότερο μέτρο προς αυτή την κατεύθυνση. Είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης οικονομίας η μετακίνηση της βιομηχανικής παραγωγής σε χώρες όπου το εργατικό κόστος είναι φθινό και η διοικητική υποδομή χαλαρή (σε αντίθεση με το εργατικό κόστος και την αυστηρή νομοθεσία των αναπτυσσόμενων χωρών), γεγονός που οδηγεί σε φαινόμενα καταστρατήγησης βασικών εργατικών δικαιωμάτων και περιβαλλοντικών κανονισμών. Οι έμποροι θα μπορούσαν να θέσουν προδιαγραφές σύμφωνες με τις αρχές

της ΕΚΕ αλλά και το παγκόσμιο ποιημένο διεθνές εμπόριο δεν μπορεί εύκολα να ελεγχθεί. Άλλωστε ποιος καταναλωτής μπορεί να αντισταθεί σε ένα ελκυστικό προϊόν με ιδιαίτερα χαμηλή τιμή; Σε αυτό το σημείο είναι επιβεβλημένη η οργανωμένη δράση των καταναλωτικών οργανώσεων. Η Κοινωνικά Υπεύθυνη Κατανάλωση είναι ένας θεσμός ιδιαίτερα ανεπτυγμένος στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και στις ΗΠΑ, και μόνο τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται στην Ελλάδα. Ο θεσμός αυτός αποτελεί ισχυρό μέσο πίεσης στις εταιρίες προκειμένου να εναρμονίσουν την δράση τους με την κοινωνική ευημερία και αποτελεί και τον ισχυρότερο κριτή των δράσεων ΕΚΕ που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις. Δυστυχώς στην Ελλάδα πρέπει πολλά να γίνουν ώστε οι θεσμοί και η καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων να αποδώσουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Οι υπηρεσίες έχουν αποτελέσει αντικείμενο ιδιαίτερης μελέτης των οργανισμών που πραγματεύονται θέματα ΕΚΕ όπως π.χ τα ταχυδρομεία, οι τηλεπικοινωνίες και τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Κοινή διαπίστωση στις μελέτες είναι ότι η ΕΚΕ αποτελεί σημαντική παράμετρο σχεδιασμού στρατηγικής και μοντέλων διοίκησης αλλά η εφαρμογή της είναι αποσπασματική και ευκαιριακή. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι δράσεις σχετικά με την ΕΚΕ περιλαμβάνουν δράσεις εργασιακού και κοινωνικού περιεχομένου καθώς και έντονη χορηγική δραστηριότητα που έχει όμως περισσότερο τα χαρακτηριστικά διαφημιστικής εκστρατείας.

Στην Ελλάδα αντίστοιχα οι ενέργειες που σχετίζονται με την ΕΚΕ πρέπει να ληφθούν σε συνάρτηση με τις προτάσεις που έχουν γίνει στη γνώμη της ΟΚΕ. Ιδιαίτερα σημαντικές κρίνονται οι παρακάτω δράσεις:

1. Ανάπτυξη νοοτροπίας στους κλάδους που συνδέουν την μακροπρόθεσμη ανάπτυξη με την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ
2. Σχεδιασμός ολοκληρωμένων στρατηγικών ΕΚΕ κατάλληλα διαμορφωμένων στις ανάγκες τους
3. Συντονισμένη εφαρμογή των προαναφερόμενων στρατηγικών
4. Ειδικότερα:- Οι τραπεζικές υπηρεσίες. Η δράση των Τραπεζών στο επίπεδο της ΕΚΕ κινείται στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών σε εθελοντική βάση με έντονα κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική διάσταση. Πολλές μάλιστα από αυτές τις πρακτικές που αφορούν τους εργαζόμενους και τις οικογένειες τους, με τον καιρό γενικεύονται και αποτυπώνονται στις συλλογικές συμβάσεις εργασίας:

- Πρωτοβουλίες δράσεων ως προς την οργάνωση και λειτουργία των Τραπεζών.
Οι δράσεις αυτές λαμβάνουν κυρίως τη μορφή παροχών απευθείας προς το προσωπικό και των μελών των οικογενειών τους, ομαδικά προγράμματα ασφάλισης του προσωπικού, δάνεια με προνομιακούς όρους με στόχο την εξασφάλιση επαρκούς στέγασης της οικογένειας και επιδόματα για βρεφονηπιακούς σταθμούς στο πλαίσιο της παιδικής μέριμνας. Επιπλέον γίνονται ειδικές δαπάνες για παιδικές κατασκηνώσεις ενώ παράλληλα λειτουργούν κέντρα αιμοδοσίας και προγραμματίζονται σε τακτική βάση ιατρικές επισκέψεις για τους εργαζόμενους. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη προώθηση και καλλιέργεια των καλλιτεχνικών, πνευματικών και πολιτιστικών ενδιαφερόντων των εργαζομένων και των οικογενειών τους: χορηγούνται ειδικές άδειες στο προσωπικό για αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, γίνονται προσφορές για την παρακολούθηση καλλιτεχνικών θεμάτων και των εξελίξεων σε θέματα τέχνης, παιδείας και πολιτιστικής κληρονομιάς, επιβραβεύονται αριστούχοι μαθητές και φοιτητές. Οι τράπεζες λειτουργούν σε έντονα ανθρωποκεντρική βάση και η στελέχωση των μονάδων τους γίνεται με ευαισθησία προς τις κοινωνικές ομάδες με ιδιαίτερα προβλήματα, όπως τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι πολύτεκνοι κ.λ.π. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον επιδεικνύεται και στην επαγγελματική κατάρτιση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού τους. Στο πλαίσιο αυτό λειτουργούν ινστιτούτα Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης του προσωπικού και υλοποιούνται εκπαιδευτικά προγράμματα εθνικά και κοινοτικά, με στόχο την προσωπική ανάπτυξη και τη δια βίου εκπαίδευση αυτού. Σχετική είναι η δράση του Εκπαιδευτικού Τραπεζικού Ινστιτούτου της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών και, σε επιχειρησιακό

επίπεδο, των εκπαιδευτικών κέντρων των ίδιων των τραπεζών, καθώς επίσης και του Ινστιτούτου Εργασίας της ΟΤΟΕ. Σε σχέση με τους πελάτες τους, διεξάγουν έρευνες για τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών τους και δημιουργούν μονάδες ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες για τη διαχείριση, μεταξύ άλλων των παραπόνων τους.

- Πρωτοβουλίες για δράσεις προς το κοινωνικό σύνολο:

Έντονη παρουσιάζεται η δράση των Τραπεζών και ως προς αυτό τον τομέα με πολλές δραστηριότητες και πρωτοβουλίες όπως παροχή τραπεζικών υπηρεσιών:

- Σε άτομα με ειδικές ανάγκες και η συμμετοχή για το σκοπό αυτό σε ειδικά κοινοτικά προγράμματα.
- Χορήγηση δωρεών σε εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Συμμετοχή σε φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και η γενικότερη συμβολή στη κοινωνική και πολιτιστική ζωή της χώρας.
- Ίδρυση πολιτιστικών ιδρυμάτων (με ειδικές συλλογές έργων τέχνης, εκδοτική δραστηριότητα).
- Συμμετοχή για μεταπτυχιακά προγράμματα.
- Ενισχύουν σχολεία με εκπαιδευτικό υλικό (Η/Υ).
- Δημιουργείται πνεύμα εθελοντισμού σε αρκετές τράπεζες με ενδιαφέροντα σε θέματα όπως η υγεία (συνεργασία με διάφορους φορείς και οργανώσεις όπως τη UNICEF, τους Γιατρούς χωρίς Σύνορα, το Σύλλογο παιδιών με καρκίνο «Ελπίδα», το χαμόγελο του παιδιού).
- Περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες (λειτουργία μονάδων με μειωμένη ενεργειακή χρήση, χρήση φιλικών υλικών προς το περιβάλλον, συμμετοχή σε προγράμματα περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος και ενίσχυση των περιβαλλοντικών οργανώσεων).
- Πρωτοβουλίες αναλαμβάνουν και σε περιπτώσεις έκτακτων αναγκών για παράδειγμα η ενίσχυση των σεισμοπαθών.

Οι τράπεζες συνεχώς υιοθετούν απόψεις όπως ότι η βιώσιμη ανάπτυξη δεν είναι εφικτή εάν περιορίζεται σε επιχειρησιακό επίπεδο. Για την υγιή και μακροπρόθεσμη ανάπτυξή τους απαιτείται η ενσωμάτωση στη δραστηριότητά τους του οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου αυτής, γεγονός που αποτελεί ήδη στόχο του τραπεζικού συστήματος. Με την έννοια αυτή οι τράπεζες ανακοινώνουν στον ετήσιο απολογισμό τους και σε ειδικό κεφάλαιο το κοινωνικό απολογισμό του παρελθόντος έτους, πολλές τράπεζες δημοσιεύουν ειδικό ετήσιο Τεύχος Κοινωνικού Απολογισμού, ορισμένες πάλι δημοσιεύουν τεύχος αφιερωμένο στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη..

3.4 ΈΛΛΕΙΨΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

Σύμφωνα με διεθνή μελέτη όπου επιμελήθηκε: Ο Νίκος Αυλώνας το 2009 Executive Director Centre for Sustainability and Excellence (CSE) σε ειδική εκδήλωση από την Direction A.E εντοπίστηκε ότι το 20% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα διαθέτουν στρατηγική «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης».

Για τις ώριμες Επιχειρήσεις η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της Εταιρικής Πολιτικής και Στρατηγικής, ενώ μια σειρά από καλές Πρακτικές διαγνώστηκαν από Πολυεθνικές Επιχειρήσεις που αποδεικνύουν πως βρίσκονται σε ένα εξαιρετικά καλό επίπεδο Ενσωμάτωσης της ΕΚΕ στη Στρατηγική τους.

Στόχος της Έρευνας ήταν ο Προσδιορισμός των Αντιλήψεων των Επιχειρήσεων σε τρία καυτά ζητήματα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που είναι: 1. Η Επίδραση της ΕΚΕ στη Βιώσιμη Ανάπτυξη (Αειφορία) & Εταιρική Φήμη, 2. Η Αξιολόγηση του Προϋπολογισμού που διαθέτουν οι Επιχειρήσεις για Ενέργειες ΕΚΕ και 3. Οι Καλές Πρακτικές σε θέματα που αφορούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και αξιοποίησή της στη βελτίωση της Εταιρικής Κοινωνικής Φήμης & Αειφορίας, τόσο σε Μικρομεσαίες όσο και σε Μεγάλες Επιχειρήσεις.

Τα αποτελέσματα της Έρευνας, η οποία πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα από τον Οκτώβριο 2007 μέχρι τον Φεβρουάριο 2009, αλλά και οι συγκρίσεις που πραγματοποιήθηκαν μεταξύ Μεγάλων & Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα και στην υπόλοιπη Ευρώπη συνοψίζονται παρακάτω:

Υπάρχει από τη μεγάλη πλειοψηφία των Επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στην Ελλάδα, η έλλειψη συστηματικών Μεθοδολογιών/Μοντέλων, για την πλήρη Ενσωμάτωση, Αξιολόγηση αλλά και Κατανόηση του προϋπολογισμού που διαθέτουν για Ενέργειες & Πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ενώ οι Πρακτικές ΕΚΕ, φαίνεται να είναι κύριο χαρακτηριστικό Εταιρειών με Σύγχρονες Πρακτικές Μάνατζμεντ, δεν διαφαίνεται η άμεση Επίδρασή τους στα Επιχειρησιακά Αποτελέσματα. Αντίστοιχα η επίδραση των ενεργειών Κοινωνικής Ευθύνης είναι άμεση στις Αντιλήψεις των Συμμετοχών και κατά συνέπεια στην Εταιρική Φήμη.

Το 37% διαθέτει Εταιρική Στρατηγική για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Το 47% των Επιχειρήσεων δηλώνει ότι το ποσοστό του ετησίου Κέρδους που χρησιμοποιήθηκε το προηγούμενο οικονομικό έτος σε δραστηριότητες σχετικές με την ΕΚΕ ήταν λιγότερο από 0.5% επί του συνολικού κέρδους (Οι Μεγάλες Επιχειρήσεις ξοδεύουν σημαντικά ποσά περισσότερο από τις ΜΜΕ, στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό είναι 55%).

Μόνο το 37% των Εταιρειών που συμμετείχαν σε αυτήν την έρευνα φαίνεται να διαθέτει ολοκληρωμένη Εταιρική Στρατηγική για την ΕΚΕ, αναπτύσσουν Ετήσια Έκθεση (Κοινωνικό Απολογισμό) δημοσιεύοντας πέρα από την Οικονομική, την Περιβαλλοντολογική και Κοινωνική απόδοση, έχουν Υπεύθυνο Άτομο ή Επιτροπή για την ΕΚΕ. Το αντίστοιχο ποσοστό για την Ελλάδα είναι 10%, ενώ οι Ελληνικές Επιχειρήσεις φαίνεται να χειρίζονται τα θέματα ΕΚΕ με έμφαση στην Επικοινωνία παρά στην ουσία τους.

Στο στάδιο της Ωριμότητας

Συνοπτικά από τα αποτελέσματα της Διεθνούς Μελέτης διαφαίνεται ότι στο αρχικό στάδιο Ωριμότητας, στο οποίο βρίσκεται η πλειοψηφία των Μεγάλων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα, οι πρακτικές της ΕΚΕ είναι μέρος δραστηριοτήτων κυρίως του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων με έμφαση στη φιλανθρωπία και χορηγία παρόλο που υπάρχει αναγνώριση της σημασίας ως προς τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Αντίστοιχα ο πρόχειρος

προγραμματισμός σχετικών δραστηριοτήτων μπορεί να αποβεί ανούσιος και να οδηγήσει σε περιττές δαπάνες.

Για τις Ωριμες Επιχειρήσεις η ΕΚΕ αποτελεί πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της Εταιρικής Πολιτικής και Στρατηγικής, ενώ μια σειρά από καλές Πρακτικές διαγνώστηκαν από Πολυεθνικές Επιχειρήσεων που αποδεικνύουν πως βρίσκονται σε ένα εξαιρετικά καλό επίπεδο ενσωμάτωσης της ΕΚΕ στη στρατηγική τους. Σε αυτό το στάδιο συνήθως υπάρχει αρμόδιο τμήμα ή επιτροπή που είναι υπεύθυνη για σχετικές δραστηριότητες, για την επίτευξη στρατηγικών στόχων, καθώς και για την ετήσια δημοσιοποίηση Κοινωνικού Απολογισμού.

Σε αυτό το επίπεδο φαίνεται βρίσκονται ελάχιστες Επιχειρήσεις σήμερα στην Ελλάδα. Η ΕΚΕ πρέπει να αντικατοπτρίζει το μέλλον των στρατηγικών στόχων κάθε επιχείρησης ανεξαρτήτως τομέα ή δραστηριότητας δίχως φυσικά αυτό να περιορίζει την ανταγωνιστικότητά της, αλλά αντιθέτως να την ενισχύει. Αυτή είναι και η ώριμη προσέγγισή της.

3.5 ΕΡΕΥΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Έρευνα 1^η (2001)

Για λογαριασμό του Ελληνικού Δικτύου πραγματοποιήθηκε έρευνα η οποία σχεδιάστηκε από το Πάντειο Πανεπιστήμιο, την εταιρία Research International με τη χορηγία του Philip Morris Institute και το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, παρουσιάστηκε σε συνέδριο το 2001 στην Αθήνα. Παρουσιάστηκαν τα βασικά συμπεράσματα τα οποία δείχνουν τις προοπτικές, αλλά και τη διστακτικότητα ως προς την ΕΚΕ στη χώρα μας.

Στόχος του συνεδρίου ήταν να εκτιμηθεί η ως τώρα εξέλιξη της πρακτικής της ΕΚΕ στην Ελλάδα και η ενεργοποίηση του Δικτύου για την περαιτέρω εξάπλωση του φαινομένου στη ελληνική κοινωνία.

Η έρευνα στηρίχτηκε σε ποιοτικές μεθόδους για να καταγράψει αλλά και να ανιχνεύσει τις τάσεις και θέσεις της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας και της ευρύτερης κοινής γνώμης στην έννοια και τις προοπτικές της ΕΚΕ. Σε πρώτο στάδιο διεξήχθησαν 60 ατομικές συνεντεύξεις με εκπροσώπους επιχειρήσεων (11 επιχειρήσεις μέλη του δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 25 επιχειρηματίες μη μέλη του δικτύου) και διαμορφωτές κοινής γνώμης (7 δημοσιογράφοι και εκπρόσωποι των ΜΜΕ, 8 εκπρόσωποι μη κυβερνητικών οργανισμών και συλλογικών φορέων, 3 ακαδημαϊκοί και 5 πολιτικοί). Παράλληλα έγιναν 6 ομαδικές συζητήσεις με πολίτες-καταναλωτές και 3 παρατηρήσεις αγοραστικής συμπεριφοράς σε σούπερ μάρκετ. Επίσης, αξιοποιήθηκε η «μεθοδολογία μαλακών συστημάτων» σε 2 επιχειρήσεις, για την σε βάθος διερεύνηση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων και εκτέλεσης ενεργειών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Τα συμπεράσματα της έρευνας είναι:

- Η σχέση των επιχειρήσεων με την κοινωνία αλλάζει, καθώς οι πολίτες/καταναλωτές αποδίδουν πλέον ευθύνες για τη δημιουργία κοινωνικών προβλημάτων και στις επιχειρήσεις. Η τυπολογία του πολίτη/καταναλωτή που υπερισχύει είναι αυτή του «αποστασιοποιημένου», που διαρκώς μεταθέτει τις ευθύνες στο κράτος και τους αρμόδιους, και του «ευαισθητοποιημένου», που περιστασιακά δραστηριοποιείται. Ο «ενεργός» πολίτης, ιδανικός τύπος πολίτη με συνεπή στάση απέναντι στα τεκταίνομενα εμφανίζεται μόνο σποραδικά στο δείγμα.
- Οι Έλληνες πολίτες/καταναλωτές δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ειλικρινή πρόθεση να συνεισφέρουν στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, αναγνωρίζουν όμως ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Θεωρούν ωστόσο ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς, παρόλο που αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων. Σε πολλές περιπτώσεις το marketing ακυρώνει την πρόθεση του κοινωνικού έργου και εκλαμβάνεται ως διαφήμιση.
- Ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι οικείος, ιδιαίτερα στους διαμορφωτές κοινή γνώμης και στους πολίτες/καταναλωτές. Αντιπροτείνουν την έννοια της «κοινωνικής συνείδησης» με ταύτιση της με την εταιρική φιλανθρωπία και τη χορηγία που είναι ορατές μορφές συνεισφοράς. Όσον αφορά στα πεδία εφαρμογής της ΕΚΕ στα πλαίσια των επιχειρήσεων φαίνεται ότι οι εταιρείες έχουν δώσει έμφαση στην ποιότητα του προϊόντος, στους εργαζομένους, στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και τον αθλητισμό.

Όσον αφορά στο κομμάτι της έρευνας που ολοκληρώθηκε σε δύο επιχειρήσεις που έχουν ήδη ενσωματώσει στην πολιτική τους ενέργειες Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και των οποίων η μητρική εταιρία εδρεύει στο εξωτερικό, τα συμπεράσματα συνοψίζονται στα εξής:

- Τα αρμόδια τμήματα για ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι καλά στελεχωμένα και προετοιμασμένα.

- Το προσωπικό των αρμοδίων τμημάτων ενδιαφέρεται για την ενίσχυση της δημιουργικότητάς του.
- Οι ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υποκινούνται κυρίως από διεθνείς εταιρικές πολιτικές και δεν έχουν αντιμετωπιστεί ως μοχλοί αλλαγής της ενδοεπιχειρησιακής κουλτούρας.

Όσον αφορά τις τυπολογίες επιχειρήσεων σε συνάρτηση με την ΕΚΕ είναι πέντε:

- Η μη ευαισθητοποιημένη επιχείρηση, αρκείτε στην απλή συμμόρφωση με τους νόμους
- Η φιλάνθρωπος επιχείρηση, ενεργεί με γνώμονα τις ηθικές αξίες
- Ο αποσπασματικός χορηγός, επιδιώκει να διαμορφώσει ένα καλό εταιρικό όνομα χωρίς να τις συνδυάζει με τη γενικότερη στρατηγική του
- Ο συνεπής χορηγός, επιδιώκει να συμβάλει στη βελτίωση του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος
- Η επιχείρηση ενεργός πολίτης, θέτει την ΕΚΕ στην καρδιά της εταιρικής φιλοσοφίας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι με βάση τα ευρήματα της έρευνας, οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος κατανέμονται στις τέσσερις πρώτες τυπολογίες. Η εταιρία ενεργός πολίτης αποτελεί σήμερα ζητούμενο. Η Ελλάδα υποδέχεται με αρκετές επιφυλάξεις μια νέα αντίληψη σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις δικαιούνται να παίξουν σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ανάπτυξη και πρόοδο.

Έρευνα 2^η (2005)

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας πραγματοποίησε στην Ελλάδα την έρευνα με θέμα «Υπεύθυνη Κατανάλωση και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη». Τα αποτελέσματά της ανακοινώθηκαν το 2005. Πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 2.500 πολιτών (αντιπροσωπευτικό του ελληνικού πληθυσμού), με προσωπική συνέντευξη βάση ερωτηματολογίου. Η έρευνα υποστηρίχτηκε από το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, ενώ συντελεστές της πρωτοβουλίας ήταν το Πάντειο Πανεπιστήμιο και η εταιρία MRB Hellas για το τεχνικό μέρος.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αποτελούν το γεγονός ότι προσδοκίες των πολιτών για την ΕΚΕ έχουν αυξηθεί σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα στην Ελλάδα, όπου η προσδοκία των πολιτών αφορά την ανάληψη υπεύθυνης επιχειρηματικής και κοινωνικής δράσης από τις εταιρίες σε όλα τα πεδία της ΕΚΕ. Σταδιακά οι Έλληνες πολίτες αποκτούν μεγαλύτερη εξοικείωση και μια βασική κατανόηση των θεμάτων σχετικών με την ΕΚΕ.

Στη χώρα μας παρατηρείται:

- Χαμηλός βαθμός εμπιστοσύνης των πολιτών απέναντι στις επιχειρήσεις αναφορικά με το κοινωνικό έργο που αυτές προσφέρουν. Το ποσοστό έλλειψης εμπιστοσύνης φτάνει το 70% σε σύγκριση με άλλες χώρες.
- Οι πολίτες σε ποσοστό 82%, πιστεύουν ότι το εταιρικό κοινωνικό έργο αποσκοπεί κυρίως σε ίδια οφέλη. Το 88% των ερωτηθέντων αδυνατεί να κατονομάσει αυθόρμητα κάποια εταιρία με κοινωνικό έργο, ενώ ως κύριος φορέας κοινωνικού έργου στην Ελλάδα θεωρείται το κράτος.
- Οι εργαζόμενοι σε ποσοστό 78,5% δηλώνουν ότι οι δεσμοί τους με την επιχείρηση στην οποία εργάζονται, γίνονται πιο στενοί όσο πιο κοινωνικά ευαίσθητη είναι αυτή.
- Οι επενδυτές σε ποσοστό 50%, επιθυμούν να γνωρίζουν περισσότερα για την κοινωνική ευθύνη των εταιριών που αποτελούν ή θέλουν να αποτελούν τμήμα του χαρτοφυλακίου τους.

Διακρίνονται δύο τομείς επιχειρηματικής υπευθυνότητας:

- Ευθύνες που σχετίζονται άμεσα και στενά με την παραγωγική και επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Ευθύνες που αφορούν στην ευρύτερη σύνδεση και συμβολή των επιχειρήσεων στην κοινωνία.

Στην Ελλάδα οι προσδοκίες των πολιτών εστιάζονται κατά προτεραιότητα στις ευθύνες της πρώτης κατηγορίας. Στα πλαίσια αυτά τοποθετείται και η αυξανόμενη σημασία που αποκτά η επιχείρηση ως καλός εργοδότης. Υψηλά είναι και τα ποσοστά που συγκεντρώνουν οι ευθύνες που σχετίζονται με την ευρύτερη κοινωνική ευαισθητοποίηση και δράση των επιχειρήσεων, όπως για παράδειγμα η υποστήριξη κοινωφελών ιδρυμάτων ή ασθενέστερων ομάδων.

Αυξημένο παρουσιάζεται το ποσοστό των πολιτών που αποτιμά θετικά τις υπεύθυνες κοινωνικά δράσεις και πρωτοβουλίες. Επιπλέον, κερδίζει έδαφος η αντίληψη που προάγει τη νομοθετική επιβολή της ΕΚΕ έναντι της εθελοντικής εφαρμογής της. Παρατηρείται χάσμα ανάμεσα στις υψηλές προσδοκίες των πολιτών από τις επιχειρήσεις και στο βαθμό εμπιστοσύνης, που οι τελευταίες έχουν κερδίσει με την επιχειρηματική και κοινωνική δράση στα πλαίσια της ΕΚΕ.

Αναδύομενο ζήτημα της έρευνας αποτελεί η συνεργασία του ιδιωτικού με το δημόσιο τομέα, διότι οι επιχειρήσεις μπορούν να κερδίσουν μεγαλύτερο μερίδιο εκτίμησης και εμπιστοσύνης αν συνεργασθούν με τις δημόσιες αρχές, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις ή με διεθνείς φορείς για την από κοινού επίλυση κοινωνικών προβλημάτων.

Δεύτερο ζήτημα που προκύπτει είναι η εργασιακή αβεβαιότητα λόγω της εξωτερίκευσης εργασιών. Στην Ελλάδα το θέμα της μετακίνησης επιχειρήσεων σε άλλες χώρες αποτελεί κύρια ανησυχία στην πλειοψηφία των πολιτών και οι επιπτώσεις θα είναι σημαντικές στο εργασιακό κλίμα, στην ανταγωνιστικότητα και στη φήμη των επιχειρήσεων.

Άλλο εύρημα της έρευνας αποτελεί το γεγονός ότι ολοένα και περισσότεροι Έλληνες τιμωρούν κάποια επιχείρηση, την οποία δεν θεωρούν κοινωνικά υπεύθυνη. Συγκεκριμένα ο Έλληνας καταναλωτής έχει εξοικειωθεί αρκετά με το θέμα της ΕΚΕ και ζητά από την επιχείρηση προστασία του περιβάλλοντος, προσφορά ποιοτικών προϊόντων και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία, το κοινό τοποθετεί τα τηλεοπτικά κανάλια στη πρώτη θέση του καταλόγου των επιχειρηματικών κλάδων σχετικά με τα θέματα κοινωνικής ευθύνης. Αν και στο άμεσο μέλλον θα είναι σημαντικό το ποσοστό των καταναλωτών που αποφασίζουν να «τιμωρήσουν» μία επιχείρηση για τις κακές της πρακτικές ωστόσο δεν επιβραβεύονται οι επιχειρήσεις που λειτουργούν με έντονη κοινωνική ευθύνη.

Παραδείγματα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε είναι οι δύο παρακάτω επιχειρήσεις που αναφέρονται:

- ο SAP Hellas. Ουγατρική γερμανικής εταιρίας παραγωγής λογισμικού. Έχει υιοθετήσει πρόγραμμα με το οποίο ενισχύει την περαιτέρω εκπαίδευση και ανάπτυξη των εξαιρετικά καλών υπαλλήλων.

- ο TITAN AE. Η επιχείρηση έχει υιοθετήσει ευνοϊκές πολιτικές διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού. Τα παιδιά των υπαλλήλων, που έχουν περάσει στο Πανεπιστήμιο, συναντώνται με στελέχη της Ανώτατης Διοίκησης οι οποίοι τους παρέχουν επαγγελματικές συμβουλές καθώς επίσης χορηγούνται και χρηματικά έπαθλα. Ακόμη, παρέχεται οικονομική ενίσχυση σε συνταξιούχους υπαλλήλους της εταιρίας. Τα ανώτατα στελέχη έρχονται σε επαφή με τους εργαζόμενους και επιζητούν να ακούσουν τα προβλήματα και τις ανησυχίες τους, τέλος οι υπάλληλοι δηλώνουν περήφανοι για την κοινωνική ευαισθησία και ευθύνη που επιδύκνεί η εταιρία πχ σε περιπτώσεις προσφοράς τσιμέντου για το χτίσιμο εκκλησιών, θεάτρων κλπ.

Συμπερασματικά από τις δύο παραπάνω έρευνες προκύπτει ότι ο επιχειρηματικός κόσμος εστιάζει στην ΕΚΕ και υιοθετεί και εφαρμόζει πολιτικές, οι οποίες την αφορούν και ποικίλουν ως προς το περιεχόμενο και τις δράσεις ανάλογα και με το αντικείμενο της

παραγωγικής δραστηριότητας. Παρατηρείται η ενσωμάτωση πρακτικών σχετικά με τη διαφύλαξη της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία και με την προστασία του περιβάλλοντος τόσο σε ανεπτυγμένες χώρες όσο και σε αναπτυσσόμενες.

Έρευνα 3^η (2007)

Έρευνα για τις Αναφορές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα Πραγματοποιήθηκε το 2007 είχε ως βασικό στόχο να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, μέσω της μελέτης των αναφορών ΕΚΕ που εκδίδουν (Κοινωνικοί Απολογισμοί).

Προκειμένου να αναγνωρισθούν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ενεργά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και εκδίδουν σχετική ετήσια αναφορά, συγκεντρώθηκαν στοιχεία για τις επιχειρήσεις που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αθηνών καθώς επίσης και για αυτές που συμμετέχουν με οποιοδήποτε τρόπο σε δίκτυα που δραστηριοποιούνται σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον ελλαδικό χώρο, όπως είναι το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, CSR Hellas, Eurocharity και το Κέντρο Αειφόρου Ανάπτυξης και Αριστείας (Centre for Sustainability and Excellence).

Αφού αναγνωρίστηκαν οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται με κάποιον τρόπο στο CSR, στη συνέχεια πραγματοποιήθηκαν επιλεγμένες συνεντεύξεις με στελέχη που αποτελούν γνώστες του αντικειμένου στην Ελλάδα. Πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικές επαφές με στελέχη 150 επιχειρήσεων ώστε να αποκτηθούν πληροφορίες σχετικά με τις επιχειρηματικές πρακτικές ΕΚΕ που ακολουθούνται. Λήφθηκε σχετικό υλικό από 81 επιχειρήσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε σε εκείνες που εκδίδουν ετήσιες αναφορές. Η ανάλυση των αναφορών αυτών πραγματοποιήθηκε με τυποποιημένο τρόπο και αφορούσε ζητήματα όπως:

- τους τομείς ΕΚΕ με τους οποίους ασχολείται η κάθε επιχείρηση
- την οργανωτική αντιμετώπιση των σχετικών θεμάτων
- τους δείκτες που χρησιμοποιεί για κοινοποίηση των αποτελεσμάτων
- τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζει τα αποτελέσματα

Από το σύνολο των επιχειρήσεων που διερευνήθηκαν διαπιστώθηκε ότι 28 εκδίδουν ετήσια αναφορά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εκ των οποίων 3 την ενσωματώνουν στα ετήσια αποτελέσματα χρήσεως.

Όσον αφορά την οργανωτική αντιμετώπιση του θέματος, 15 από τις επιχειρήσεις διαθέτουν ξεχωριστό Τμήμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ οι υπόλοιπες έχουν αναθέσει τις σχετικές διαδικασίες είτε στο Τμήμα Εταιρικής Επικοινωνίας & Δημοσίων Σχέσεων, είτε σε άλλα υψηλόβαθμα Διοικητικά Στελέχη.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που εκδίδουν ετήσια αναφορά ΕΚΕ (24 από τις 28) είχαν διεθνή δραστηριότητα, και κατά κύριο λόγο είναι ιδιωτικές (25 από τις 28). Ο μέσος αριθμός των εργαζομένων τους παρουσιάζεται ιδιαίτερα υψηλός και ανέρχεται στους 79.000 περίπου εργαζομένους, νούμερο ιδιαίτερα υψηλό εάν αναλογιστεί κανείς τη συντριπτική πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα με λιγότερους των 400 εργαζομένων.

Αναφορικά με τους κλάδους δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων που εκδίδουν αποτελέσματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης παρουσιάζεται μεγάλη συμμετοχή των κλάδων Χρηματοοικονομικών, Τηλεπικοινωνιών, Πετρελαιοειδών και Μεταποίησης.

Η μελέτη των ετήσιων αναφορών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης επέτρεψε τον εντοπισμό των κατηγοριών ΕΚΕ στις οποίες δίνουν βαρύτητα οι επιχειρήσεις, και βοήθησε στην αποκωδικοποίηση του τρόπου με τον οποίο το αντιλαμβάνονται. Βασικό αποτέλεσμα της μελέτης ήταν ο εντοπισμός διαφορετικών χρησιμοποιούμενων δεικτών

ανά περίπτωση, οι οποίοι εντάσσονται σε οκτώ βασικές κατηγορίες: την οικονομία, την εκπαίδευση & ανάπτυξη, το περιβάλλον, το ανθρώπινο δυναμικό, την κοινωνία, την αγορά και την υγιεινή & ασφάλεια. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε ελάχιστες περιπτώσεις οι δείκτες παρατίθενται με δομημένο τρόπο στην αναφορά ΕΚΕ, ενώ στην πλειοψηφία των περιπτώσεων πραγματοποιείται έμμεση αναφορά σε αυτούς. Ο πίνακας 1 συνοψίζει μερικούς από τους πιο συχνά χρησιμοποιούμενους δείκτες ανά κατηγορία.

Κατηγορία CSR	Δείκτες
Οικονομία	Ετήσιος Κύκλος Εργασιών Φόροι (ανά κατηγορία φόρου)
Διαδικασίες	Πραγματοποίηση ανάλυσης κινδύνων. Ύπαρξη προτύπων ποιότητας που ακολουθούνται
Εκπαίδευση & Ανάπτυξη	Αριθμός Οργανισμών στους οποίους συμμετέχει η εταιρία και οι οποίοι ασχολούνται με την ΕΚΕ. Ύπαρξη εξωτερικών ελεγκτών
Περιβάλλον	Συνολική χρήση νερού Κατανάλωση ενέργειας (ανά κατηγορία)
Ανθρώπινο Δυναμικό	Συνολικός αριθμός Εργαζομένων. Αναλογίες προσωπικού με βάση το φύλο, την ομάδα και την περιοχή
Κοινωνία	Δωρεές Αριθμός εργαζομένων που συμμετέχουν σε εθελοντικά προγράμματα
Αγορά	Αριθμός παραπόνων Συνεργασία με αξιόπιστους προμηθευτές
Υγιεινή & Ασφάλεια	Έγκυρη και ακριβής πληροφόρηση της κοινωνίας για θέματα υγιεινής και ασφάλειας από την επιχείρηση Ετήσιος αριθμός ατυχημάτων

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι στις 28 επιχειρήσεις που εκδίδουν Ετήσια Αναφορά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης καταμετρήθηκαν συνολικά 303 διαφορετικοί δείκτες, ενώ ο μέσος αριθμός δεικτών στους οποίους γίνεται αναφορά από κάθε επιχείρηση είναι 36, με περισσότερους να αφορούν το περιβάλλον, την κοινωνία και το ανθρώπινο δυναμικό (με τη σειρά που αναφέρονται).

Ο πίνακας 2 συνοψίζει ορισμένα από τα βασικότερα ευρήματα της Έρευνας.

Θέματα	Ευρήματα Έρευνας
--------	------------------

Αριθμός ενεργών οργανισμών στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα	81
Αριθμός οργανισμών που εκδίδουν αναφορά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα	28
Συχνότερη μέθοδος πραγματοποίησης Αναφοράς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	Αυτόνομες Ετήσιες Αναφορές (25/28)
Εύρος δραστηριοποίησης	Διεθνές (24/28) Εθνικό (4/28)
Ιδιοκτησιακό καθεστώς	Ιδιωτικός τομέας (25/28)
Αριθμός επιχειρήσεων που εκδίδουν αναφορά ΕΚΕ και περιλαμβάνονται σε χρηματιστήριο διεθνώς	28/28
Βασικότεροι κλάδοι	Χρηματοοικονομικά Τηλεπικοινωνίες Πετρελαϊκές επιχειρήσεις Μεταποίηση
Αναγνωρισμένες κατηγορίες ΕΚΕ	Οικονομία Επιχειρησιακές διαδικασίες Εκπαίδευση Περιβάλλον Ανθρώπινο δυναμικό Κοινωνία Αγορά Ασφάλεια & Υγιεινή
Δημοφιλέστερες οργανωτικές μονάδες που είναι υπεύθυνες για την ΕΚΕ	Τμήμα ΕΚΕ Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων
Αριθμός διαφορετικών δεικτών απόδοσης που χρησιμοποιούνται	303

Συμπεράσματα της έρευνας:

Η επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας που πραγματοποιήθηκε από τον Τομέα Βιομηχανικής Διοίκησης & Επιχειρησιακής Έρευνας του ΕΜΠ φανερώνει ότι:

- Ο βαθμός υιοθέτησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι ακόμα σημαντικά περιορισμένος. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι παρουσιάζει δυναμική και αναμένεται να αναπτυχθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια.
- Στην παρούσα φάση, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν φαίνεται να αποτελεί μία πραγματικά συστηματική δραστηριότητα. Από τη στιγμή που δεν υπάρχει κάποιο καθορισμένο κανονιστικό πλαίσιο, η οποιαδήποτε δημοσιοποίηση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γίνεται με μη τυποποιημένο τρόπο.
- Η υιοθέτηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης παρουσιάζει κάποια συγκεκριμένα δημογραφικά χαρακτηριστικά
 - Οι διεθνείς μεγάλοι οργανισμοί είναι κατά πλειοψηφία αυτοί που εκδίδουν αναφορές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα μέχρι στιγμής.
 - Υπάρχουν ενδείξεις ότι ο κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης επηρεάζει την έκδοση ή μη αναφοράς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Εταιρείες που δραστηριοποιούνται στις Τηλεπικοινωνίες, τα Πετρελαιοειδή και τους Χρηματοοικονομικούς Οργανισμούς συγκεντρώνουν περισσότερες πιθανότητες να

εκδίδουν τέτοιου είδους αναφορές. Θα είχε ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο μέλλον να επιβεβαιωθεί και να ερμηνευτεί αυτή η συμπεριφορά.

Η απουσία εξειδικευμένων Τμημάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στα οργανογράμματα των επιχειρήσεων στο 50% περίπου των περιπτώσεων φανερώνει ότι ακόμα σε αρκετές περιπτώσεις η ΕΚΕ γίνεται αντιληπτή ως μία επικοινωνιακή δραστηριότητα και όχι ως ένα σημαντικό στοιχείο της επιχειρησιακής στρατηγικής που επηρεάζει δραστικά τον προγραμματισμό και τις διαδικασίες της εταιρείας.

- Η κατηγοριοποίηση των χρησιμοποιούμενων δεικτών απόδοσης με τους οποίους οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αξιολογήσουν την κοινωνική ευθύνη που επιδεικνύουν, είναι μία δύσκολη υπόθεση. Ο μεγάλος αριθμός των διαφορετικών δεικτών απόδοσης και η απουσία ένταξής τους σε ένα μεθοδολογικό πλαίσιο αξιολόγησης φανερώνουν προβλήματα όπως:

- Ανυπαρξία κοινού ορισμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις επιχειρήσεις.
- Αδυναμία καθορισμού ενός μικρού αριθμού εύστοχων δεικτών για την πραγματοποίηση της αξιολόγησης.

- Απουσία επίσημων επιχειρησιακών διαδικασιών με στόχο την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

- Απουσία συστήματος εσωτερικού αλλά και εξωτερικού ελέγχου από διαπιστευμένα όργανα.

- Η αδυναμία συσχέτισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με την αύξηση της κερδοφορίας δεν αποτελεί έκπληξη, από τη στιγμή που δεν έχει ακόμα διασαφηνιστεί το πλαίσιο της αξιολόγησής της και η κατάλληλη χρήση των δεικτών μέτρησης της απόδοσης.

- Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη βρίσκεται ακόμα σε εμβρυϊκό στάδιο στην Ελλάδα. Υπάρχουν επιχειρήσεις που την υιοθετούν και προσπαθούν να τη βελτιώνουν και να την επεκτείνουν χρόνο με το χρόνο. Υπάρχουν, βέβαια, και άλλες επιχειρήσεις, οι οποίες απλά ακολουθούν το παράδειγμα των δυνατών και προσπαθούν να μιμηθούν τις πρακτικές τους, χωρίς να συνειδητοποιούν απόλυτα το νόημά της, ταυτίζοντας την ως μία επικοινωνιακή δραστηριότητα.

Η έκδοση των αναφορών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης χρειάζεται περαιτέρω βελτίωση, αφού οι πληροφορίες που περιλαμβάνουν οι αναφορές θα πρέπει να τυποποιηθούν. Με δεδομένο ότι το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων αυξάνει σημαντικά καθώς συμφιλιώνονται σταδιακά με τις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, και διερευνούν ζητήματα που αφορούν το περιβάλλον, το ανθρώπινο δυναμικό και την κοινωνία στο σύνολό της, το παράδειγμα των μεγάλων επιχειρήσεων, καθώς και η υποστήριξη από την πλευρά του Ελληνικού Δημοσίου, θα βοηθήσει σε μία μελλοντική, περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά τους.

Έρευνα 4^η (2009)

Παρουσιάζονται αποτελέσματα από έρευνα με θέμα « Ο πολίτης εκδηλώνει πιο έντονα τη θέση του με δράση» για την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση» για την Ελλάδα Υπεύθυνοι της έρευνας ήταν το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο, το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την MRB Hellas, υπεύθυνη για το τεχνικό μέρος της έρευνας. Διενεργείται από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της Καναδικής εταιρείας δημοσκοπήσεων GlobeScan Inc. Ειδικής σε θέματα

διερεύνησης της ΕΚΕ σε παγκόσμιο επίπεδο.

Παρουσιάζονται σημαντικά ευρήματα για τους Έλληνες καταναλωτές και τον τρόπο που αντιμετωπίζουν τις εταιρείες και τα προϊόντα τους.

- το 32,9% των Ελλήνων καταναλωτών, στη διάρκεια του προηγούμενου έτους, έχει ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω θετικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία).
- το 19,3% έχει σκεφτεί να ανταμείψει μία κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία.

Η υπεύθυνη πράξη της ανταμοιβής μίας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας τοποθετεί την Ελλάδα στην 4^η θέση στην κατάταξη των Ευρωπαϊκών χωρών που έχει διενεργηθεί η έρευνα CSR 2009.

Ερωτήματα Έρευνας

1. Στο ερώτημα που έγινε στους καταναλωτές αν είχαν σκεφτεί να τιμωρήσουν μία επιχείρηση που δεν θεωρείτε κοινωνικά υπεύθυνη είτε αρνούμενοι να αγοράσουν τα προϊόντα της, είτε μιλώντας επικριτικά για αυτήν σε άλλους, τα αποτελέσματα ήταν τα εξής:

- το 48% των Ελλήνων καταναλωτών στη διάρκεια του έτους έχει τιμωρήσει μία κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω μη αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω αρνητικών σχολίων για τη συγκεκριμένη εταιρεία),
- το 17,8% έχει σκεφτεί να το πράξει,

Το 66,2% συνολικά έχει πράξει και έχει σκεφτεί να τιμωρήσει μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία.

Η ενσυνείδητη πράξη τιμωρίας ή η αντίστοιχη σκέψη μίας τέτοιας ενέργειας παραμένει σε υψηλά ποσοστά με πάνω από τους μισούς από το σύνολο Έλληνες να δηλώνουν πρόθεση τιμωρίας (από 15,9% το 2004 σε 30,9% το 2005, σε 64,9% το 2007, σε 58,1% το 2008 και σε 66,2% το 2009). Η υπεύθυνη πράξη της τιμωρίας μίας κοινωνικά μη υπεύθυνης εταιρείας τοποθετεί την Ελλάδα στην 2^η θέση των Ευρωπαϊκών χωρών που έχει διενεργηθεί η έρευνα το 2009.

2. Βαθμός Κοινωνικής Υπευθυνότητας. Η στάση των πολιτών απέναντι στο βαθμό υπευθυνότητας των εταιριών δηλώνουν:

- το 54,6% των ερωτηθέντων δηλώνουν ενεργοί πολίτες
- το 43,5% δηλώνουν μη ενεργοί, αδιάφοροι πολίτες.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι στη διάρκεια του έτους δημοσιοποιήθηκαν μία σειρά από γεγονότα σε διεθνές επίπεδο και σε εθνικό επίπεδο όπως διατροφικά σκάνδαλα (βιομηχανικό ηλιέλαιο, διεθνής οικονομική κρίση, κα) που σε μεγάλο βαθμό μπορούν να ερμηνεύσουν τα αυξητικά ποσοστά στην υπεύθυνη στάση του Έλληνα καταναλωτή απέναντι στις εταιρίες. Σε παρόμοια μέτρηση αντίστοιχη τάση είχε παρατηρηθεί προηγούμενα έτη με την εκδήλωση αντίστοιχων γεγονότων σε διεθνές επίπεδο (νόσος των πουλερικών, γενετικά μεταλλαγμένα προϊόντα) και σε επίπεδο χώρας διατροφικά σκάνδαλα (προβληματικά προϊόντα).

Αποτέλεσμα της παρούσας μέτρησης είναι η αυξητική τάση σε σχέση με προηγούμενα έτη ότι ο καταναλωτής εκδηλώνει πιο έντονα τη θέση του με δράση και ανταμοιβή ή τιμωρία της επιχείρησης.

3. Προσδοκίες των καταναλωτών από τις εταιρίες.

- Ο Έλληνας καταναλωτής θεωρεί ότι η κοινωνική υπευθυνότητα μίας εταιρείας θα πρέπει να εστιάζεται στο να διασφαλίζει ότι τα προϊόντα της είναι ασφαλή και υγιεινά (87,9%),
- Να διασφαλίζει ότι οι λειτουργίες της και τα προϊόντα της δε βλάπτουν το

περιβάλλον (80,9%),

- Ότι όλες οι ύλες που χρησιμοποιεί για να φτιάξει τα προϊόντα της έχουν παραχθεί με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο (74,8%),
- Στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών καλής ποιότητας στη χαμηλότερη δυνατή τιμή (74,6%),
- Στην ίση μεταχείριση όλων των υπαλλήλων και των υποψηφίων για θέσεις εργασίας, ανεξαρτήτου φύλου, εθνικότητας, θρησκειώματος (72,5%),
- Στην εφαρμογή των ίδιων υψηλών προδιαγραφών και προτύπων σε όποια χώρα στον κόσμο και αν δραστηριοποιείται (62,3%). Ευθύνες που αφορούν κυρίως και συνδέονται με τη λειτουργία της επιχείρησης.

Έρευνα 5^η (2011)

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2011 με θέμα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση» από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό GlobeScan και το Πάντειο Πανεπιστήμιο, σκιαγραφεί όχι μόνο το θέμα της ΕΚΕ αλλά και την σχέση της με την Ελληνική Κοινωνία.

Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι τα εξής:

- Οι Έλληνες πολίτες/καταναλωτές αλλάζουν συμπεριφορά. Οι περισσότεροι είναι πλέον ενεργοί πολίτες.
- Η επιβράβευση από τους καταναλωτές (56,6%) αποτελεί σήμερα την κυρίαρχη έκφραση του καταναλωτισμού στην Ελλάδα και διεθνώς.
- Στο κοινό των ενεργών πολιτών/καταναλωτών αύξηση καταγράφεται στους συνειδητοποιημένους (24,1%) (όσοι έχουν τιμωρήσει και επιβραβεύσει μια εταιρεία)
- Οι πολίτες/καταναλωτές επιμένουν να ζητούν να παράγουν οι εταιρείες ασφαλή και υγιεινά προϊόντα (87,8%), που δεν βλάπτουν το Περιβάλλον (84,8%), προϊόντα με Κοινωνικό και Περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο (77,6%).
- Αυξητική τάση καταγράφεται στην αναγκαιότητα παροχής στον καταναλωτή προϊόντων καλής ποιότητας στην χαμηλότερη δυνατή τιμή (77,2%) αλλά και στην εφαρμογή της επιχείρησης των ίδιων υψηλών προτύπων σε όποια χώρα και αν δραστηριοποιείται (72%).
- Το 56% των Ελλήνων καταναλωτών (αυθόρμητα) δεν μπορεί να αναφέρει ούτε μία εταιρεία που ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της απέναντι στην κοινωνία.
- Συνεπής στις κοινωνικές του υποχρεώσεις θεωρείται ο κλάδος των εταιρειών υψηλής τεχνολογίας.
- Το 82,2% αναφέρει ότι τακτικά επιλέγει να πληρώσει περισσότερα για προϊόντα και υπηρεσίες που είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα και το 75,6% των καταναλωτών πιστεύει ότι ως καταναλωτής μπορεί να επηρεάσει στο πόσο υπεύθυνα συμπεριφέρεται μια εταιρεία.
- Πρέπει να δοθεί μεγάλη βαρύτητα από τις επιχειρήσεις στην ενημέρωση του κοινού. Το (72,7%) έχει ακούσει λίγα ή τίποτα για εταιρικές προσπάθειες βελτίωσης.
- Το internet είναι πηγή ενημέρωσης που φέτος φαίνεται να έχει πολύ σημαντική αύξηση, ενώ παραμένουν ψηλά η ενημέρωση μέσω των ειδήσεων (77,7%) και της διαφήμισης (69,9%).
- Η πλειοψηφία (56,6%) αναγνωρίζει «ρόλο» των social media στη λειτουργία των επιχειρήσεων.
- Τα social media θεωρούνται κανάλια Επικοινωνίας με το καταναλωτικό κοινό (32%) και πιστεύεται ότι προάγουν τη Διαφάνεια σε ενέργειες και διαδικασίες των επιχειρήσεων

(31%).

- Χαρακτήρα καινοτομίας καρπώνονται οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στα social media (24%).

- Άμεση σχέση μεταξύ ΕΚΕ και social media αναγνωρίζει το 13% του κοινού. Διαπιστώνεται συνεχώς αυξανόμενο το ενδιαφέρον από τους πολίτες για τη σημασία της ΕΚΕ και το σημαντικό ρόλο τους στη δημιουργία υψηλών επιπέδων εμπιστοσύνης για τις επιχειρήσεις. Από την άλλη μεριά εντοπίζεται μεγαλύτερη συμμετοχή των επιχειρήσεων και οργανισμών στην εκπόνηση στρατηγικής και δημιουργίας προγραμμάτων ΕΚΕ ως εργαλείο διοίκησης που συμβάλλει στην αειφορία και τη βιωσιμότητά της.

Η έρευνα πραγματοποιείται σε 29 χώρες, διεξήχθη και στην Ελλάδα τον Ιανουάριο 2011, σε δείγμα 1000 πολιτών. Διενεργείται από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της Καναδικής εταιρείας δημοσκοπήσεων GlobeScan Inc. ειδικής σε θέματα διερεύνησης της ΕΚΕ σε παγκόσμιο επίπεδο.

3.6 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η σημασία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις είναι διττή. Αφορά τόσο την λειτουργία και συνεισφορά τους στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον όπου λειτουργούν, όσο και τη σχέση τους με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, για τις οποίες αποτελούν προμηθευτή, συνεργάτη κα.

Η αναφορά στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην ενότητα αυτή γίνεται για να προβάλλει με συνοπτικό τρόπο την εφαρμογή των δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που έχουν σχέση με αυτές και είναι οι εξής:

- Επίδραση της ΕΚΕ στο ανθρώπινο δυναμικό
- Δυνατότητα απόκτησης συγκριτικών πλεονεκτημάτων στην αγορά
- Ενίσχυση των σχέσεων και προώθηση της θετικής εικόνας της επιχείρησης σε τοπικό, περιφερειακό ή κλαδικό επίπεδο.
- Επέκταση και βελτίωση της φήμης της επιχείρησης τόσο προς το εσωτερικό όσο και προς το εξωτερικό περιβάλλον.
- Εξοικονόμηση κόστους και διασφάλιση της αποτελεσματικότητας των επενδύσεων για το περιβάλλον.

3.6.1 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένας περίπλοκος ορισμός για μία ιδέα που στην πραγματικότητα είναι απλή. Ο ορισμός εργασίας που έχει υιοθετήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ΕΚΕ είναι ο εξής: «Μία ιδέα σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη επί εθελοντικής βάσης».

Σύμφωνα με απόψεις επιχειρηματιών η ΕΚΕ σημαίνει τι μπορούν να κάνουν οι επιχειρήσεις όχι τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις. Έχει σχέση με τις ευκαιρίες, και όχι με υποχρεώσεις και νέους κανόνες, επίσης έχει σχέση με τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να αυξήσουν την αξία της επιχείρησης αν δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πλευρές της λειτουργίας της.

Υπάρχουν πολλές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που εφαρμόζουν ήδη δραστηριότητες της ΕΚΕ, αλλά χωρίς να γνωρίζουν την ιδέα της ΕΚΕ ή χωρίς να γνωστοποιούν το έργο τους. Προωθώντας παραδείγματα που μπορούν να εμπνεύσουν μέσα από όλα όσα πέτυχαν άλλοι, θεωρώντας ότι μπορούν να κερδίσουν πλεονεκτήματα αν είναι σωστές και υπεύθυνες επιχειρήσεις.

Σε αντίθεση με τη σχετική ευρέως διαδεδομένη αντίληψη, η ΕΚΕ δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση αποκλειστικό προνόμιο των μεγάλων επιχειρήσεων. Όπως πολλές επιχειρηματικές πρακτικές, μερικές από τις πιο σημαντικές νέες εξελίξεις, σε αυτόν τον τομέα προέρχονται από τις ΜΜΕ. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζει την ανάγκη να υπάρξει μεγαλύτερη αναγνώριση των προσπαθειών που καταβάλουν ήδη πολλές ΜΜΕ στον τομέα της ΕΚΕ. Η Επιτροπή διευκολύνει την ανταλλαγή εμπειριών σχετικά με τον καλύτερο τρόπο περαιτέρω διάδοσης της έννοιας της ΕΚΕ μεταξύ των ΜΜΕ.

Τι μπορεί να πετύχει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη;

- Πρόσληψη περισσότερων ατόμων που ανήκουν σε μειονεκτούσες ομάδες
- Επένδυση στην ανάπτυξη δεξιοτήτων, τη δια βίου εκπαίδευση και την απασχολημότητα
- Βελτιώσεις στη δημόσια υγεία, σε τομείς όπως η εμπορία και επισήμανση των τροφίμων
- Καλύτερη απόδοση της καινοτομίας

- Ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων και μείωση των επιπέδων ρύπανσης με τη πραγματοποίηση επενδύσεων στην οικολογική καινοτομία και την εθελοντική υιοθέτηση συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης.
- Διαμόρφωση θετικότερης εικόνας για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες στην κοινωνία
- Μεγαλύτερο σεβασμός των ανθρώπινων δικαιωμάτων και των βασικών κανόνων εργασίας ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες
- Μείωση της φτώχειας και επίτευξη προόδου για την υλοποίηση των αναπτυξιακών στόχων της εποχής μας.

Η ΕΚΕ αποτελεί μία αρχή που ταιριάζει στην οικονομία της ελεύθερης αγοράς, όπου όμως η επιδίωξη του ατομικού κέρδους δε γίνεται σε βάρος της συλλογικής ή κοινωνικής ευημερίας ούτε σε βάρος των επόμενων γενεών. Αντίθετα, η επιδίωξη του κέρδους είναι συμβατή με δραστηριότητες που βελτιώνουν τη θέση των εργαζομένων, προωθούν την αξιοπρέπεια του ατόμου, ενισχύουν την προστασία του περιβάλλοντος και λαμβάνουν υπόψη τους την ευημερία επόμενων γενεών. Είναι δηλαδή μία νέα αντίληψη στη νέα εποχή για την οποία όμως δεν υπάρχει ένας κοινός ορισμός.

Αυξανόμενος προβληματισμός

Το θέμα της κοινωνικής ευθύνης των ΜΜΕ προσελκύει όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον των μεγάλων επιχειρήσεων για έναν απλό λόγο, η ΕΚΕ είναι υπόθεση που εμπλέκει όλη την παραγωγική προμηθευτική αλυσίδα και αυτό γιατί φέρνει κοντά τις επιχειρήσεις, ως προμηθευτές ή παροχής υπηρεσιών, ή είναι εργολάβοι άλλων μικρότερων ή του ίδιου μεγέθους επιχειρήσεων. Έτσι καθώς το ευρύτερο κοινό παρακολουθεί όλο και πιο λεπτομερώς τις μεγάλες επιχειρήσεις αυτές με τη σειρά τους αναγκάζονται να παρακολουθούν και να διασφαλίζουν τη σωστή κοινωνική και περιβαλλοντική συμπεριφορά της παραγωγικής-προμηθευτικής αλυσίδας τους. Ήδη μερικοί μεγάλοι ευρωπαϊκοί όμιλοι ζητούν από τους προμηθευτές τους να είναι πιστοποιημένοι κατά κάποιο πρότυπο ΕΚΕ.

Κατανόηση από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Οι ΜΜΕ απέχουν πολύ από το να είναι ένα ομοιογενές σύνολο. Αντιπροσωπεύουν ένα τεράστιο φάσμα εμπορίας και κλάδων, προμηθευτών, παραγωγών και παροχών υπηρεσιών. Επιπλέον, οι ΜΜΕ χρειάζεται να γίνονται περισσότερο ορατές από τις μεγάλες επιχειρήσεις σε σχέση με το τοπικό, εθνικό και πολιτιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν. Λόγω του μεγέθους τους, έχουν προσωπικές επαφές με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις της κοινότητας τους και έχουν διαφορετική αίσθηση της ευθύνης που έχει η μία προς την άλλη.

Επομένως είναι σημαντικό να κατανοηθεί τόσο η διαφορετικότητα των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ όσο και η προσέγγιση των πιθανών λύσεων. Λόγω του μεγέθους τους οι ΜΜΕ έχουν περισσότερους περιορισμούς από τις μεγάλες επιχειρήσεις, όπως πχ οι περιορισμοί σε οικονομικούς πόρους και ανθρώπινου δυναμικού. Κύρια προσπάθεια μίας ΜΜΕ είναι να παραμείνει ζωντανή. Επομένως η προσέγγισή της στην Εταιρική Ευθύνη πρέπει να είναι ελαστική και προσαρμοσμένη στις ειδικές συνθήκες και ανάγκες της.

Εμπόδια

Οι ΜΜΕ δεν γνωρίζουν την επίδρασή τους στο περιβάλλον και την κοινωνία. Πολλές από αυτές δεν έχουν ποτέ ασχοληθεί με το θέμα της ΕΚΕ, ενώ άλλες θεωρούν ότι οι κοινωνικές δράσεις δεν έχουν καμία σχέση με τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Επίσης θεωρείται από κάποιες μικρομεσαίες επιχειρήσεις ότι η ΕΚΕ είναι ακόμη συνδεδεμένη με την «φιλάνθρωπία» και το «marketing» και όχι με τις κύριες επιχειρηματικές δραστηριότητές τους. Όλα αυτά σημαίνουν ότι η ΕΚΕ δεν έχει γίνει ακόμα απόλυτα κατανοητή από τις μικρές επιχειρήσεις, ειδικά όταν φθάνουν στη μέτρηση των αποτελεσμάτων και των ωφελειών.

Οφέλη για μικρό-μεσαίες επιχειρήσεις

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι θέμα αντίληψης του τι μπορεί να κάνει μία επιχείρηση αλλά και ζήτημα ικανότητας εφαρμογής σχετικών δράσεων για τη δημιουργία προστιθέμενης κοινωνικής αξίας. ΜΜΕ, που έχουν ήδη υιοθετήσει πρακτικές ΕΚΕ, απαντούν στους διάφορους προβληματισμούς, κάνοντας συνοπτική αναφορά στα οφέλη, που συνεπάγεται η υιοθέτηση δράσεων ΕΚΕ. Ειδικότερα μέσω της ΕΚΕ:

- Ενισχύεται η εμπιστοσύνη και η καλή σχέση με τον πελάτη
- Βελτιστοποιείται η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών
- Βελτιώνονται οι σχέσεις με τις τοπικές κοινωνίες
- Αυξάνεται η ικανοποίηση, η δέσμευση και η παραγωγικότητα των εργαζομένων
- Επιτυγχάνονται οικονομίες κόστους με την καλύτερη χρήση φυσικών πόρων
- Δημιουργούνται εμπορικά οφέλη, όπως η διεύρυνση του πελατολογίου
- Βελτιώνεται η χρηματοπιστωτική ικανότητα, η δυνατότητα αξιοποίησης ειδικών κεφαλαίων και χρηματοδοτήσεων
- Βελτιώνεται η ανταπόκριση της κοινής γνώμης και των μέσων μαζικής επικοινωνίας
- Διασφαλίζεται η κοινωνική άδεια για τη λειτουργία της
- Επέρχεται μια συνολική βελτίωση της εικόνας της εταιρίας καθώς καλυτερεύει σταθερά η φήμη της.

Συμπέρασμα

Οι προσπάθειες για ένταξη της ΕΚΕ στις πολιτικές των ΜΜΕ χρειάζεται να επικεντρωθούν στην:

- 1.** Ανάγκη μεγαλύτερης ενημέρωσης, έτσι ώστε οι ΜΜΕ να μπορέσουν να παγιώσουν και να οικοδομήσουν πάνω τις τρέχουσες δράσεις τους και να δουν αν μπορούν να τις εφαρμόζουν με καλύτερο τρόπο.
- 2.** Ανάγκη κατανόησης των ωφελειών που θα έχουν από την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στις κύριες επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, έτσι ώστε να μην τη θεωρούν πρόσθετο βάρος.
- 3.** Ανάγκη κατανόησης ότι η ΕΚΕ δεν είναι κάτι παροδικό και ότι αποτελεί τη βάση για ανταγωνιστικότητα και τη μακροπρόθεσμη επιβίωση
- 4.** Η μεγαλύτερη γνώση της ΕΚΕ θα ενθαρρύνει τις ΜΜΕ να δουν ότι οι προσπάθειες τους αποτελούν μέρος μίας αυξανόμενης εθνικής ευρωπαϊκής και παγκόσμιας κίνησης με σημαντικές οικονομικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις και ότι, ανεξάρτητα από το μέγεθος τους, μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία ενός καλύτερου περιβάλλοντος για τις επερχόμενες γενεές.

3.6.2 ΈΛΛΕΙΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας στην Ελλάδα θεωρεί την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης «ξενόφερτη», πρακτική των πολυεθνικών. Θεωρεί επίσης ότι δεν του προσφέρεται ένα παράδειγμα δηλαδή δεν υπάρχουν πρότυπα για μικρές εταιρίες ώστε να διδαχθεί και εκείνος πως θα μπορέσει να την εφαρμόσει στο δικό του μικρομεσαίο πλαίσιο. Έτσι με εμφανή την έλλειψη επιχειρηματικής παιδείας η εφαρμογή της ΕΚΕ στη ΜΜΕ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας της, ενώ για τον μικρομεσαίο επιχειρηματία η ΕΚΕ αποτελεί μέρος της δικής του μάλλον προσωπικής ηθικής παρά μέρος της στρατηγικής για την ανάπτυξη της επιχείρησής του. Οι απόψεις των επιχειρηματιών των ΜΜΕ συγκλίνουν στο ότι θα έβλεπαν θετικά την εφαρμογή της ΕΚΕ έστω με τις κατά τόπους διαφορές ως προς τη νοοτροπία. Έρευνες απέδειξαν ότι οι δράσεις αναπτύσσονται ευκαιριακά χωρίς να προσαρμόζονται στις απαιτήσεις και στις προσδοκίες των πολιτών/καταναλωτών και συγκεντρώνονται κυρίως σε πρακτικές εταιρικής φιλανθρωπίας και λιγότερο σε δράση με συγκεκριμένο στόχο.

Το μεγάλο κενό που υπάρχει στην εφαρμογή της ΕΚΕ στην ΜΜΕ ανέδειξε η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο το 2007 από την ερευνητική ομάδα του ATHENS GSM Research Team. Συμπεράσματα της έρευνας είναι τα παρακάτω.

- Σημαντικές είναι οι διαφορές που υπάρχουν ως προς τη κατανόηση του όρου ΕΚΕ ανάλογα με τη φυσιογνωμία του στελέχους/επιχειρηματία που τη πραγματεύεται. Ο κλασικός ορισμός που δόθηκε στην ΕΚΕ μόνο στην Αθήνα και μεταξύ των στελεχών πολυεθνικών εταιριών. Η έννοια της ευθύνης εμπλέκεται με την έννοια της ηθικής, η οποία όμως αφορά πρόσωπα. Ωστόσο όλοι συμφωνούν ότι τα χαρακτηριστικά της ΕΚΕ είναι αφενός μεν το τρίπτυχο «συνέχεια-συνέπεια-συστηματικότητα», αφετέρου απευθύνεται σε μεγάλο σύνολο ανθρώπων.
- Στην πλειονότητά τους οι απόψεις που εκφράστηκαν συνοψίζονται ότι είναι μόδα, ότι η εφαρμογή της χαρακτηρίζεται από ημιμάθεια και ότι δημιουργεί όντως πλεονεκτήματα.
- Στην Ελλάδα η ΕΚΕ εφαρμόζεται πατροπαράδοτα και στις μικρές επιχειρήσεις, η Εταιρική Ευθύνη λειτουργεί καλύτερα από τη βάση προς τα άνω, ενώ στις μεγάλες αντίθετα.
- Οι τοπικές διαφορές που εντόπισε η έρευνα δείχνουν ότι στην Αθήνα «πιστεύουν λιγότερο στην ηθική πλευρά της και περισσότερο στην αναπτυξιακή της συνεισφορά και είναι περισσότερο ευρηματικοί στις μορφές που την εφαρμόζουν. Στην Θεσσαλονίκη, οι επιχειρηματίες και τα στελέχη είναι, ποιοτικά και ποσοτικά πολύ πιο κοντά στην έννοια της ΕΚΕ. Πολύ συχνά την υιοθετούν χωρίς να της δίνουν όνομα είτε να τη δημοσιοποιούν. Στο Ηράκλειο Κρήτης σε μία τόσο έντονα αναπτυξιακή αγορά, είναι αναμενόμενο τα στελέχη και οι επιχειρηματίες να χρησιμοποιούν την ΕΚΕ με καλή σχέση κόστους/αποτελεσματικότητα για τις επιχειρήσεις τους.

Στις σχετικές προτάσεις για ανάληψη δράσεων που κατατέθηκαν ακούστηκε:

1. Το κράτος ΕΚΕ πρώτα
2. Προτείνονται επίσης ενέργειες κοινωνικής ευθύνης που θα αλλάξουν τις δομές της ΜΜΕ χωρίς να αποβλέπουν στην οικονομική ανταπόδοση μόνο.
3. Ανάδειξη της Βιωματικής Κοινωνικής Ευθύνης του ΜΜΕ/επιχειρηματία και η θεσμοθέτησή της.

3.6.3 ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΕΡΓΟ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΠΟΥ ΕΡΓΑΖΟΝΤΑΙ.

Πανελλήνιες έρευνες που διενεργήθηκαν τα τελευταία χρόνια από τη MEDA Communication ΑΕ σε συνεργασία με την VPRC ΑΕ, παρουσίασαν το πόσο σημαντικό είναι για τους εργαζόμενους, οι εταιρίες στις οποίες εργάζονται να επιτελούν κοινωνικό και περιβαλλοντικό έργο. Δείχνει το κατά πόσο γνωρίζουν είτε κατά πόσο οι εργοδότες τους φροντίζουν να τους ενημερώνουν γι' αυτό. Η ανάγκη για την αναφορά αυτή προήλθε από τη συστηματική και διαχρονική παρακολούθηση και ανάλυση των αντιλήψεων που επικρατούν στο κοινωνικό περιβάλλον.

Σχεδόν οκτώ στους δέκα εργαζόμενους θεωρούν το κοινωνικό και περιβαλλοντικό έργο σημαντικό έως και απαραίτητο. Ωστόσο δεν γνωρίζουν αν η εταιρία στην οποία εργάζονται επιτελεί ένα τέτοιο έργο. Έξη στους δέκα ούτε το γνώριζαν αλλά ούτε είχαν και κάποια σχετική ενημέρωση. Το αποτέλεσμα αυτό μόνο ενθαρρυντικό δε μπορεί να χαρακτηριστεί σχολιάζει η σχετική έκθεση των αποτελεσμάτων. Με δεδομένο μάλιστα ότι η τάση για δημοσιοποίηση των πρωτοβουλιών αυτών των εταιρειών βρίσκεται σε ανοδική πορεία, κυρίως όμως ενισχύεται και στηρίζεται επικοινωνιακά. Το φταίξιμο προφανώς πέφτει στην ευθύνη των επιχειρήσεων οι οποίες παραμελούν να κάνουν κοινωνούς των πρωτοβουλιών αυτών τους εργαζόμενους τους αγνοώντας ίσως ότι αποτελούν τους πλέον αξιόπιστους πρεσβευτές της εταιρικής φήμης τους.

Η αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων ως προς την ενημέρωση του ανθρώπινου δυναμικού τους κινείται σε χαμηλά επίπεδα. Είναι εξίσου σημαντικό όσο και αναγκαίο οι επιχειρήσεις να ερμηνεύσουν, να αντιληφθούν και να προωθήσουν την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, κατ' αρχήν στο εσωτερικό περιβάλλον τους.

4. ΕΝΟΤΗΤΑ

4. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΥΦΕΣΗ.

Τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις έχουν δεχτεί πιέσεις προκειμένου να αναλάβουν την ευθύνη που τους αναλογεί ως απόρροια των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων τους. Απαντώντας στις πιέσεις αυτές πολλές από τις επιχειρήσεις έχουν προχωρήσει στη δημιουργία στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και σε ορισμένες περισσότερες επιτυχημένες περιπτώσεις οι εταιρίες έχουν κατορθώσει σε μεγάλο βαθμό να ευθυγραμμίσουν την πολιτική τους αυτή με τη γενικότερη στρατηγική τους.

Συχνά η ΕΚΕ έχει αντιμετωπισθεί ως μία όχι και τόσο συνεχής διαδικασία, με τις εταιρίες να προβαίνουν σε περισσότερο ευκαιριακά προγράμματα. Σε κάθε περίπτωση, όμως η ΕΚΕ με τον έναν ή με τον άλλο τρόπο, έχει επηρεάσει σημαντικά το πώς οι επιχειρήσεις συμπεριφέρονται και επικοινωνούν. Το ερώτημα που γεννάται σήμερα είναι το κατά πόσο το δυσμενές κλίμα που έχει δημιουργηθεί σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο με την πρόσφατη οικονομική κρίση θα μειώσει τον ενθουσιασμό των επιχειρήσεων όσον αφορά στην εμπλοκή τους με την ΕΚΕ και θα τις κάνει να αποτρέψουν το ενδιαφέρον τους από αυτή.

Όταν γίνεται αναφορά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θεωρείτε ότι είναι και αυτή ένα μοντέλο διοίκησης μίας επιχείρησης που προβλέπει σε μακροχρόνια επένδυση, με διαφάνεια και συνεχή διάλογο για τη δημιουργία συνεργιών. Οι επιχειρήσεις έχουν εισέλθει σε μία νέα εποχή ευθύνης και θα πρέπει να προσανατολίσουν τις δραστηριότητές τους στη λεγόμενη οικονομία του μέλλοντος που έχει άμεση σχέση με τη βιώσιμη ανάπτυξη. Στην επίτευξη δηλαδή θετικού οικονομικού αποτελέσματος αλλά με παράλληλη φροντίδα για το περιβάλλον και την κοινωνία. Οι νέες δράσεις θα πρέπει να είναι περισσότερο στοχευμένες, τα αποτελέσματα τους περισσότερο μετρήσιμα, ενώ τα οφέλη για την επιχείρηση και τις κοινότητες να είναι πιο χειροπιαστά.

Το περιβάλλον δεν αποτελεί το μόνο σημαντικό ζήτημα της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων, αυτή την εποχή, ιδιαίτερα σε περιόδους όπως αυτής της η οικονομικής ύφεσης. Οι εργαζόμενοι, η υγιεινή και η ασφάλεια τους, η εκπαίδευση και η δια βίου κατάρτιση, οι ίσες ευκαιρίες για όλους, η φτώχεια, η διαφάνεια και η καταπολέμηση της διαφθοράς, τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα η κοινωνία και κατά συνέπεια και οι επιχειρήσεις.

Ωστόσο η πραγματική ευκαιρία που παρουσιάζεται έγκειται στον επαναπροσδιορισμό της ίδιας της έννοιας της ΕΚΕ, δεν εννοείτε από άποψη ορισμού αλλά περισσότερο για το πώς την αντιλαμβάνονται οι περισσότερες επιχειρήσεις.

Ίσως έχει έρθει πλέον ο καιρός για τις επιχειρήσεις να προσεγγίσουν με εντελώς διαφορετικό τρόπο την έννοια της ΕΚΕ. Ίσως ήρθε η ώρα για πραγματική σύνδεσή της με την καρδιά της επιχειρηματικής δραστηριότητας και τη διεξαγωγή της δραστηριότητας αυτής με πιο υπεύθυνο τρόπο.

Παρά το γεγονός ότι ακούγεται παράδοξο, η οικονομική ύφεση μπορεί να αποδειχτεί σωτήρια για την Εταιρική Ευθύνη, εξαλείφοντας τις κοινότυπες και χωρίς όραμα πρακτικές που συνιστώνται σε υπερπροβεβλημένες δωρεές αντικαθιστώντας τις με δράσεις που αποβλέπουν σε πραγματική κοινωνική και περιβαλλοντική βελτίωση.

4.1 Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Στη συγκυρία οικονομικής κρίσης που επικρατεί τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο αλλά και σε εθνικό επίπεδο και υπό το πρίσμα των δυσμενών προβλέψεων, η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μίας επιχείρησης σε συνδυασμό με την εξοικονόμηση κόστους αποκτούν όλο και μεγαλύτερη σημασία, όπως αναγνωρίζεται από επιχειρηματικούς και πολιτικούς φορείς. Δυστυχώς υπάρχουν πολλοί επιχειρηματίες στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό οι οποίοι συζητούν για μείωση του προϋπολογισμού τους σε ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Προφανώς αναφέρονται σε δράσεις φιλανθρωπικού και χορηγικού χαρακτήρα από τις οποίες ποτέ δε κατάφεραν να μετρήσουν τη προστιθέμενη αξία προς την επιχείρησή τους. Αυτή όμως δεν είναι η πραγματική σύγχρονη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Η σύγχρονη ΕΚΕ χαρακτηρίζεται από συγκροτημένες και διαχρονικές ενέργειες προς το περιβάλλον, την κοινωνία, τους πελάτες και τους εργαζόμενους, με στόχο τη προστιθέμενη αξία τόσο στην επιχείρηση όσο και στους εμπλεκόμενους, στους οποίους απευθύνονται αυτές οι δράσεις. Παράλληλα, η σύγχρονη ΕΚΕ συνδυάζεται με ενέργειες που περιορίζουν το λειτουργικό κόστος, όπως η μείωση ενέργειας και η εκπομπή ρύπων. Η σύγχρονη ΕΚΕ είναι επένδυση με μετρήσιμα αποτελέσματα και όχι απλά προστιθέμενο κόστος Ένα συμπληρωματικό στοιχείο που αντικατοπτρίζει τις μοντέρνες τάσεις στον χώρο της ΕΚΕ και της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι οι πρακτικές πρασίνου και κοινωνικού marketing (Green and Social Cause-Related Marketing).

Σύμφωνα με πρόσφατες πανελλαδικές μελέτες του Ερευνητικού Εργαστηρίου Marketing του Οικονομικού Πανεπιστημίου και του Κέντρου Αειφορίας, οι καταναλωτές στην πλειονότητά τους συμφωνούν για τη χρησιμότητα των πρωτοβουλιών για τις δράσεις ΕΚΕ. Ωστόσο αποδεικνύεται ότι λείπει η πληροφόρηση και η διαφάνεια όσον αφορά αυτές τις δράσεις των επιχειρήσεων και δεν έχει κερδισθεί πλήρως η εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Ο μόνος τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να ξεπεράσουν αυτό το έλλειμμα είναι η ένταξη των πρωτοβουλιών σε μία συνολική σύγχρονη στρατηγική ΕΚΕ.

Άλλο ένα συμπέρασμα που προκύπτει από έρευνες είναι η ξεκάθαρα η δηλωμένη θετική στάση των καταναλωτών προς τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες που επιδιώκουν όχι μόνο οικονομικούς αλλά και κοινωνικούς σκοπούς. Μία σημαντική λεπτομέρεια είναι ότι οι καταναλωτές θεωρούν ως ένα από τους πιο σημαντικούς «πράσινους σκοπούς» τη μείωση των ρύπων, άρα την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι και σε κατάσταση οικονομικής κρίσης η ουσιαστική ΕΚΕ είναι κρίσιμο στοιχείο για την εξασφάλιση επιχειρηματικής αειφορίας και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, εφόσον βέβαια κατανοηθεί και υλοποιηθεί με υπεύθυνο τρόπο.

(πηγή: ΕΞΠΡΕΣ)

4.1.1 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.

Ημερίδα που πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2011 με θέμα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η απάντηση στην Οικονομική Κρίση» από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης (CRI) είχε ως στόχο να ενημερώσει την επιχειρηματική κοινότητα σχετικά με τη σημασία που έχει, σε συνθήκες οικονομικής κρίσης, οι εταιρίες να αναλάβουν δράση και να πάρουν πρωτοβουλίες που αφορούν την ΕΚΕ, και γενικότερα στοιχεία που συνθέτουν τον εταιρικό τους στόχο.

Έγινε λόγος για την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στην στρατηγική των επιχειρήσεων και στη δραστηριοποίησή τους σε πρακτικές προς όφελος της κοινωνίας, του περιβάλλοντος, των εργαζομένων και της αγοράς, τις καθιστά πιο έτοιμες να αναπτυχθούν στο σύγχρονο, πολύπλοκο επιχειρηματικό περιβάλλον. Στο Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης και στο Δείκτη CRI οι εταιρίες μπορούν να βρουν έναν αξιόπιστο σύμμαχο κι ένα αναγνωρισμένο εργαλείο στην προσπάθειά τους να προχωρήσουν τις δράσεις τους στον τομέα της εταιρικής ευθύνης ένα βήμα πιο πέρα και να μη παγώσουν τις δραστηριότητες του μπροστά στην οικονομική ύφεση.

4.1.2 Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΕΝΤΑΓΜΕΝΗ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΟΙΚΟΔΟΜΗΜΑ

Οι εταιρίες και οι επιχειρήσεις αποτελώντας κρίσιμοι παράγοντες ώθησης των σταθερών οικονομιών και της βιώσιμης ανάπτυξης, οφείλουν να εντάξουν στις λειτουργίες τους προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που να ανταποκρίνονται στις Διεθνείς και Ευρωπαϊκές εξελίξεις για την ΕΚΕ, σύμφωνα με το υπό διαμόρφωση όραμα της Ευρώπης για το 2020. Οι δράσεις και οι ενέργειες ΕΚΕ των επιχειρήσεων συμβάλλουν στην αντιμετώπιση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων. Οι επιχειρήσεις είναι ένα κομμάτι της κοινωνίας και η πορεία τους εξαρτάται από το ίδιο το κοινωνικό σύνολο. Αυτή η αμφίδρομη σχέση, επιχείρησης και κοινωνικού συνόλου, προσδιορίζεται και καθορίζεται μέσα από τις συντεταγμένες κάθε εποχής και σε συνδυασμό με τον επιχειρηματικό τομέα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Ενταγμένα μέσα στα πλαίσια των αναπτυξιακών προγραμμάτων που προωθεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή «Ευρώπη 2020» και «Επιχείρηση 2020» για τις επιχειρήσεις του 2020, τα νέα προγράμματα ΕΚΕ μπορούν να διαδραματίσουν καταλυτικό ρόλο στην ανάπτυξη της οικονομίας και της κοινωνίας και στη σύμπραξη μεταξύ Ιδιωτικού και Δημόσιου τομέα ως μονόδρομου για την αντιμετώπιση των προκλήσεων της εποχής.

Βασιζόμενοι στη σύμπραξη αυτή, τα προγράμματα ΕΚΕ των επιχειρήσεων, αποτελούν μία αρχή που ταιριάζει στο σύγχρονο ελληνικό κοινωνικοοικονομικό σύστημα. Σε κάθε δράση ΕΚΕ θα πρέπει να εμπλέκονται διάφορα μέρη όπως ο δήμος, η επιχείρηση, κοινωνικές ομάδες κα. κάθε εμπλεκόμενο μέρος που επιζητά κάλυψη αναγκών, η οποία επέρχεται με διαφορετικό τρόπο πχ. η επιχείρηση διαφημίζει στην ομάδα στόχο προϊόντα με έμμεσο ή άμεσο τρόπο, ο Δήμος επιδεικνύει το έργο του.

Η συνεργασία των δύο αυτών μερών κρίνεται αναγκαία για την επίτευξη των στόχων που περιλαμβάνει το Εθνικό Μεταρρυθμιστικό Σχέδιο, όχι μόνο γιατί οι δημόσιοι πόροι είναι περιορισμένοι, αλλά επειδή και ο ιδιωτικός τομέας, μεταφέροντας την τεχνογνωσία του ιδιαίτερα σε δράσεις ΕΚΕ μπορεί να προάγει την κοινωνική ευημερία, να συμβάλλει στην καταπολέμηση των κοινωνικών προβλημάτων και στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής.

Δεδομένου ότι η οικονομική ύφεση έχει πάνω από όλα δυσάρεστες σοβαρές ψυχολογικές συνέπειες, στόχος των προγραμμάτων ΕΚΕ είναι η κάλυψη συναισθηματικών αναγκών, καθώς όλα από εκεί ξεκινούν. Οι κοινωνικές ομάδες έχουν ανάγκη από υποστήριξη τώρα περισσότερο από ποτέ. Το κενό που αισθάνεται κάθε

κοινωνική ομάδα λόγω της υπάρχουσας πολιτικής, κοινωνικής και οικονομικής κατάστασης είναι απαραίτητο να καλυφθεί, σε ένα σημαντικό βαθμό, με δράσεις ΕΚΕ με τέτοιο τρόπο ώστε ο ρόλος των επιχειρήσεων απέναντι στην κοινωνία να είναι εκείνος του συνανθρώπου. Η στρατηγική ενός προγράμματος ΕΚΕ είναι αναγκαίο πλέον να δομείται με βάση το συνδυασμό των χαρακτηριστικών, και ειδικότερα των κοινωνικών αναγκών που έχει κάθε κοινωνική ομάδα.

Σε κάθε περίπτωση η ΕΚΕ επιλέγει στόχους συγκεκριμένες ομάδες, για να λειτουργήσει αποδοτικά ένα πρόγραμμα ΕΚΕ και για να ικανοποιηθεί μία κοινωνική ομάδα, οφείλει να σεβαστεί τις ιδιαιτερότητες της και να προσαρμόσει τις δράσεις της με βάση τα χαρακτηριστικά της. Η αποτελεσματικότητα της ΕΚΕ μπορεί να συμβάλλει στην ανάδειξη του «ανθρώπινου προσώπου των επιχειρήσεων», επιτρέποντας τους να διασφαλίζουν την οικονομική επιτυχία. Η ΕΚΕ αποτελεί αναγκαιότητα για τα νέα κοινωνικοοικονομικά δεδομένα ώστε να λειτουργεί ως βασικό μέσο εταιρικής στρατηγικής στα σχέδια των επιχειρήσεων.

Παρόλο που η περικοπή των δαπανών είναι η πολιτική που ακολουθούν πολλές επιχειρήσεις στο πλαίσιο της παρούσας οικονομικής συγκυρίας, η ΕΚΕ σε όλες τις προαναφερόμενες φάσεις της, είναι απαραίτητο να ενταχθεί στο εταιρικό DNA, ακόμη και όταν απαιτείται ο επαναπροσδιορισμός του Budget. Η ΕΚΕ της νέας δεκαετίας χαρακτηρίζεται από οργανωμένες και κυρίως διαχρονικές ενέργειες προς την κοινωνία, τον πολιτισμό, το περιβάλλον, το καταναλωτικό κοινό, τους μετόχους, τους εργαζομένους, τη λειτουργία της επιχείρησης, την πολιτεία με στόχο την προστιθέμενη αξία τόσο στην ίδια εταιρία όσο και στους αποδέκτες των δράσεων. Η σύγχρονη ΕΚΕ είναι επένδυση με πραγματικά αποτελέσματα και όχι οικονομικό έξοδο. Σημαντικός παράγοντας στην ανάπτυξη της Εταιρικής Ευθύνης είναι η Κρατική Υπευθυνότητα, οι εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, κρατικές και ευρωπαϊκές, για τις επόμενες γενιές και η υιοθέτηση των αρχών για υπεύθυνες επενδύσεις και χρηματοδοτικά προγράμματα ΕΚΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τέλος η δημιουργία μίας εθνικής στρατηγικής για την ΕΚΕ. Η έννοια της ΕΚΕ εξελίσσεται διαρκώς, ώστε να συμπεριλάβει και τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών για τη θέσπιση προτύπων, τη συστηματική παρακολούθηση, τον έλεγχο και την πιστοποίηση των διαδικασιών κοινωνικού ελέγχου που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις.

Διεθνείς πρωτοβουλίες για την προώθηση, ανάπτυξη και συστηματοποίηση της ΕΚΕ:

- Εθνικά και Υπερεθνικά Δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων και επιχειρηματικών ενώσεων.
- Διεθνή Πρότυπα
- Το Κίνημα για τις Ηθικές Επενδύσεις
- Δείκτες Κοινωνικά Υπεύθυνων Επιχειρήσεων
- Πρωτοβουλίες της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ΟΗΕ.

Τα νέα οικονομικά δεδομένα καθιστούν απαραίτητη την ανάδειξη του ρόλου των επιχειρήσεων ως αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας, συμβαδίζοντας παράλληλα με τις εξελίξεις. Η ΕΚΕ ενταγμένη στις επιχειρήσεις αποτελεί το βασικό εργαλείο τους, στην ουσιαστική εφαρμογή του κοινωνικού τους ρόλου.

(κείμενο:2011 πηγή: Βαρόμετρο)

4.2 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Σε ομιλία που πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2011 ο Πρόεδρος του Ελληνικού δικτύου μίλησε για την οικονομική κρίση και τη δύσκολη εποχή όπου αναπόφευκτα θα πλήξει τις επιχειρήσεις, ανθρώπους και κοινότητες.

Νέες συνθήκες δημιουργούνται καθημερινά. Οι αλλαγές επηρεάζουν και θα επηρεάζουν την καθημερινότητα για μεγάλο διάστημα και γίνονται με ρυθμούς και ταχύτητες που δεν αφήνουν περιθώρια ενσωμάτωσής τους.

Προβλέπεται να αυξηθεί η ανεργία, να μειωθεί η κατανάλωση και οι προμηθευτές μεγάλων εταιριών θα βρεθούν κάτω από σημαντική πίεση καθώς θα δουν τις παραγγελίες να μειώνονται. Όλη αυτή η κατάσταση έχει οδηγήσει στην υπονόμηση της εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας που έχει ο κόσμος προς τις επιχειρήσεις, ιδιαίτερα τις μεγάλες. Απώλεια που σε αρκετές περιπτώσεις οφείλεται σε σημαντικό βαθμό και στον τρόπο που επεδίωξαν και χειρίστηκαν τη διαχείριση των επιχειρήσεων τους κάποια στελέχη και στην άρση κάθε κανόνα λειτουργίας.

Η εποχή αυτή θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως «δημιουργικά καταστροφική». Η κατάσταση που διαμορφώθηκε δεν μπορεί να αφήσει κανέναν χωρίς έντονο προβληματισμό. Όμως οι επιχειρήσεις, εργαζόμενοι, καταναλωτές, τοπικές κοινωνίες, επενδυτές, η κοινωνία γενικότερα πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι η κρίση μπορεί και πρέπει να αντιμετωπιστεί δημιουργικά. Θα πρέπει να αναζητηθούν οι λόγοι που οδήγησαν στην σημερινή κατάσταση και να βρεθούν τρόποι αποφυγής τους στο μέλλον.

Ιδιαίτερα για τις μεγάλες επιχειρήσεις η κρίση αξιοπιστίας είναι βέβαιο ότι θα απαιτήσει πολύ χρόνο για να ξεπεραστεί. Μία σειρά από ερωτήματα που προκύπτουν είναι τα εξής:

1. Πως μπορεί να αποκατασταθεί η εμπιστοσύνη στις αγορές;
2. Οι κυβερνήσεις θα αναμορφώσουν τις προτεραιότητές τους σε ότι έχει σχέση με τις συνεργασίες δημόσιου-ιδιωτικού τομέα;
3. Θα συνεχίσουν οι επιχειρήσεις να απασχολούν τον ίδιο αριθμό εργαζομένων;
4. Θα συνεχίσουν οι επιχειρήσεις να επενδύουν σε δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κατά τη διάρκεια της κρίσης;

Στο πλαίσιο αυτό η προσπάθεια για προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα στο σημερινό κόσμο οπωσδήποτε έχει στοιχεία αναζήτησης και προβληματισμού. Σήμερα περισσότερο από ποτέ είναι η ώρα για υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ.

Πέρα όμως από την επικέντρωση σε εκείνους τους τομείς που έχουν μεγαλύτερη ανάγκη, δεν θα πρέπει να αγνοηθούν και άλλες μεγάλες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα όπως π.χ η κλιματική αλλαγή. Σε περιόδους όπως η παρούσα δεν θα πρέπει να ελαττωθεί στο ελάχιστο το ενδιαφέρον για τα περιβαλλοντικά θέματα γιατί αν δεν αντιμετωπισθούν τώρα με σθένος ίσως στο μέλλον να προκαλέσουν την επόμενη μεγάλη κρίση.

Η δικαιολογία ότι η έλλειψη πόρων οδηγεί στη διακοπή δράσεων ΕΚΕ δεν είναι επαρκής και πρέπει οι επιχειρήσεις να προσέξουν γιατί είναι βέβαιο ότι εκείνες που θα συνεχίσουν τη δέσμευσή τους στην ΕΚΕ θα αποκομίσουν κάποια στιγμή τα οφέλη σε αντίθεση με εκείνες που θα διακόψουν και έτσι θα χάσουν τη φήμη και την καλή τους εικόνα στα μάτια των καταναλωτών και οι καταναλωτές έχουν μεγάλη και βαθιά μνήμη.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η μορφή της ΕΚΕ θα αλλάξει σε πολλούς τομείς:

1. Θα γίνει πιο στρατηγική. Περισσότερο από κάθε άλλη φορά τη Διοικητικά Συμβούλια θα πρέπει να πειστούν ότι η ΕΚΕ είναι επένδυση και όχι κόστος. Πρέπει να αναζητήσουν προγράμματα που θα αποφέρουν το βέλτιστο αποτέλεσμα.
2. Τα προγράμματα θα πρέπει να είναι πιο στοχευμένα και τα αποτελέσματα και η επίδραση τους θα πρέπει να μετράτε καλύτερα ενώ τα οφέλη για την επιχείρηση και τις κοινότητες να είναι πιο χειροπιαστά.

3. Θα πρέπει να υπάρχει όραμα για συνεχή ανανέωση και πρόοδο του ανθρώπινου δυναμικού, συμβολή στη διαμόρφωση της νέας κοινωνίας, χτίσιμο μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης με τους μετόχους, τους εργαζομένους και τους πελάτες, δημιουργία αποτελεσματικών δράσεων με τοπικές κοινότητες και άλλες επιχειρήσεις.

4. Η οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ διοίκησης και εργατικού δυναμικού πρέπει να ενισχυθεί για να μη χαθεί η δέσμευση και η πιστότητα προς την επιχείρηση. Η περικοπή πόρων για προγράμματα ΕΚΕ για τα οποία το προσωπικό ενδιαφέρεται δεν θα κάνει καλό στην επιχείρηση. Από την άλλη πλευρά αν χρειαστεί να γίνουν κάποιες περικοπές η εξισορρόπηση μπορεί να προκύψει από τη μεγαλύτερη ενασχόληση πλεονάζοντος προσωπικού σε προγράμματα ΕΚΕ με την προσφορά εθελοντικής εργασίας.

5. Θα πρέπει να δημιουργηθούν νέες δυνατότητες. Η διάθεση πόρων σε φιλανθρωπίες δεν θα ήταν ποτέ τόσο αποτελεσματική όσο σήμερα, η παροχή βοήθειας για αναβάθμιση της ζωής των ανθρώπων που βρίσκονται σε ανάγκη μέσα από κατάρτιση και ανάπτυξη δεξιοτήτων, η επένδυση σε κοινότητες και ανθρώπους θα τους βοηθήσει να γίνουν πιο δυνατοί και οι κοινωνίες βιώσιμες.

6. Θα πρέπει να δημιουργηθούν νέοι τρόποι διοίκησης. Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι έτοιμες να αντιμετωπίσουν και να επιδιώξουν στο μέλλον αυξημένο έλεγχο για τον τρόπο όπου λειτουργούν και συναλλάσσονται. Όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, ιδιαίτερα οι μέτοχοι, θα αναμένουν από τις επιχειρήσεις να επιδείξουν μεγαλύτερη υπευθυνότητα και αποτελεσματικότερη διαχείριση κινδύνου.

Η χρηματοοικονομική κρίση έχει σαν αποτέλεσμα μία σημαντική αναταραχή στην εξέλιξη των αγορών και του ιδιωτικού τομέα. Επομένως για την επαναφορά της εμπιστοσύνης είναι επιβεβλημένη η δημιουργία ενός πλέγματος αξιών και ηθικών πλαισίων.

Κάτω από αυτό το πρίσμα οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν νέες προκλήσεις και εκείνες που ενδιαφέρονται για την μακροχρόνια αποτελεσματικότητα τους και όχι για βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα έχουν τώρα τη δυνατότητα να οικοδομήσουν μία εικόνα που θα βασίζεται σε νέους και καινοτόμους τρόπους μεγιστοποίησης της ευημερίας όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσα από την εφαρμογή αποτελεσματικών προγραμμάτων για την κοινωνία και το περιβάλλον.

Η εφαρμογή και προβολή δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης βοηθά στην προώθηση της και το Ελληνικό Δίκτυο υποστηρίζει πάντα τις πρωτοβουλίες των μελών του με τη δημιουργία καλών πρακτικών ΕΚΕ.

5^η. ΕΝΟΤΗΤΑ

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

1) VODAFONE

Στο πλαίσιο ανταλλαγής απόψεων, εμπειριών, παραδειγμάτων καλής πρακτικής και συντονισμού μιας κοινής μελλοντικής πορείας, ο Όμιλος Vodafone διοργανώνει, δύο φορές το χρόνο, συνέδρια Εταιρικής Υπευθυνότητας, όπου συμμετέχουν τα αρμόδια τμήματα των εταιριών-μελών του από όλο τον κόσμο.

Η Vodafone, ως μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), κατά την έκδοση του δεύτερου ελληνικού καταλόγου με τίτλο «Καλές Πρακτικές & Δράσεις», συμμετείχε με τρεις καλές πρακτικές:

- Οδηγός Κινητής Τηλεφωνίας για Γονείς
- Ανακύκλωσε το (Πρόγραμμα ανακύκλωσης κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ)
- Τηλεϊατρική Υποστήριξη.

Τον Οκτώβριο του 2008 συμμετείχε στο συνέδριο που οργάνωσε η Vodafone Ισπανίας στα κεντρικά της γραφεία στη Μαδρίτη, με εκπροσώπους από 8 εταιρείες Vodafone ανά τον κόσμο, για την ανταλλαγή καλών πρακτικών, όσον αφορά σε θέματα προσβασιμότητας.

2) INTERMPIETON ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ ΑΕ

Η Ιντερμπιέτον ΑΕ πραγματοποίησε «Εκπαιδευτικές Επισκέψεις Φοιτητών σε Εργοστάσια Ετοιμού Σκυροδέματος, με στόχο την κατάρτισή τους στο Σκυροδέμα και στον Κανονισμό Τεχνολογίας Σκυροδέματος.

Περιγραφή Πρακτικής.

Από το 2004 η INTERMPIETON ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ ΑΕ, έχει καθιερώσει σε συνεργασία με τα Πολυτεχνεία Αθήνας και Πατρών, την πραγματοποίηση εκπαιδευτικών επισκέψεων φοιτητών του τμήματος Πολιτικών Μηχανικών, στα Εργοστάσια Παραγωγής Ετοιμού Σκυροδέματος, που διαθέτει η εταιρία στους νομούς Αττικής και Αχαΐας. Με αφετηρία τα μαθήματα που διδάσκονται για το Σκυρόδεμα οι Πολιτικοί Μηχανικοί και ειδικότερα στα πλαίσια του μαθήματος για τον «Κανονισμό Τεχνολογίας Σκυροδέματος» που υπάρχει στον Κύκλο Σπουδών τους, διοργανώνονται εκπαιδευτικές επισκέψεις στις μονάδες παραγωγής σκυροδέματος της INTERMPIETON ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ ΑΕ. Σε συνεργασία με τους υπεύθυνους καθηγητές του μαθήματος ώστε να έρθουν σε επαφή οι μελλοντικοί Πολιτικοί Μηχανικοί με την παραγωγική διαδικασία του Έτοιμου Εργοστασιακού Σκυροδέματος και να δουν από κοντά όλες εκείνες τις πρακτικές και τους ελέγχους που απαιτούνται για να παραχθεί το Σκυρόδεμα και να διασφαλιστεί η Ποιότητά του, σύμφωνα πάντα με τις προϋποθέσεις που θέτει, ο Αναθεωρημένος Κανονισμός Τεχνολογίας Σκυροδέματος.

Η διοργάνωση των επισκέψεων περιλαμβάνει την μεταφορά των φοιτητών στον χώρο του Εργοστασίου, την ξενάγησή τους στις εγκαταστάσεις και την περιγραφή της παραγωγικής διαδικασίας αλλά και των απαιτούμενων εργαστηριακών ελέγχων, καθώς και εκπαιδευτικές διαλέξεις από τον υπεύθυνο καθηγητή και από εξειδικευμένο στέλεχος της εταιρίας, σε κατάλληλα διαμορφωμένο χώρο του υποκαταστήματος.

Κοινωνικά Οφέλη

Η σημαντικότερη ωφέλεια από τις εκπαιδευτικές αυτές επισκέψεις είναι για τους ίδιους τους φοιτητές, αφού τους δίνεται η ευκαιρία να παρατηρήσουν στην πράξη ένα ιδιαίτερα σημαντικό θεωρητικό κομμάτι των σπουδών τους. Οι νέοι αυτοί, οι οποίοι πιθανότατα θα ενταχθούν στο στελεχιακό δυναμικό Κατασκευαστικών Επιχειρήσεων ή θα

ασχοληθούν οι ίδιοι ως Κατασκευαστές ευαισθητοποιούνται σε κρίσιμα ζητήματα που αφορούν τις κατασκευές, η αξιοπιστία και σταθερότητα των οποίων αποτελούν για κάθε κοινωνία παράγοντας ανάπτυξης, ασφάλειας και ευημερίας.

Εταιρικά Οφέλη.

Η INTERMΠΕΤON ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ ΑΕ επενδύει στο καλό όνομα και στην φήμη της. Επενδύει όμως και σε άρτια εκπαιδευμένο μελλοντικό στελεχιακό δυναμικό όπως και σε σωστά ενήμερο και ευαισθητοποιημένο πελατειακό κομμάτι, το οποίο θα αντιλαμβάνεται τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την παραγωγή Σκυροδέματος, συνεισφέροντας εμμέσως στη βελτίωση της ελληνικής κατασκευαστικής πραγματικότητας.

3) LIDL HELLAS

Η Lidl Hellas είναι η μόνη Εταιρεία που απορρόφησε 3 φορές την αύξηση του Φ.Π.Α. Η Lidl Hellas, πρωτοπóρος Εταιρεία Super Market Discount, με περισσότερα από 215 καταστήματα και 4.500 εργαζόμενους σε όλη την Ελλάδα, έχει καθιερωθεί ως μια πρωτοπóρος Εταιρεία, η οποία τα τελευταία δύο χρόνια σχεδίασε και υλοποίησε σημαντικά καινοτόμα προγράμματα Κοινωνικής Ευθύνης. Εφαρμόζει συστηματικά δράσεις ΕΚΕ, μετουσιώνει στην πράξη θεμελιώδεις αξίες μέσω προγραμμάτων Κοινωνικής Συνεισφοράς κι επιστροφής μέρους των εσόδων από την επιχειρηματική της δραστηριότητα στους Κοινωνικούς Εταίρους και στο Περιβάλλον.

Εάν μια επιχείρηση δεν εξυπηρετεί την Κοινωνία στην οποία δραστηριοποιείται, τότε, η Κοινωνία δεν θα ανεχτεί τα κέρδη της ή ακόμα και την ύπαρξή της. Μια επιχείρηση, νοούμενη πρωτίστως ως μια κοινότητα, δεν μπορεί παρά να ενσωματώνει ηθικά προγράμματα στη συμπεριφορά της και ασκώντας επιχειρηματική ηθική να συμβάλλει στην ανάπτυξη με πράξεις ηθικής.

Για τη LIDL η ΕΚΕ αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας και ανάπτυξης και αντανakλά τις αρχές και τις αξίες της Εταιρείας. Αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς και απαιτητικούς τομείς δραστηριότητας μιας σύγχρονης επιχείρησης. Υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπιση της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης βασιζόμενη στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής.

Οι βασικοί τομείς δράσης ΕΚΕ της Εταιρείας είναι η Διατροφή, η Υγεία, η Κοινωνία, το Περιβάλλον, ο Χώρος Εργασίας αλλά και ο Εθελοντισμός. Αποδεικνύοντας, λοιπόν, τη στήριξη και το σεβασμό στον καταναλωτή, η Lidl είναι η μόνη Εταιρεία που απορρόφησε 3 φορές την αύξηση του ΦΠΑ και συνεχίζει να παρέχει ποιότητα κι ασφάλεια χωρίς συμβιβασμό. Ενδεικτικά, κάποιες από τις σημαντικότερες δράσεις ΕΚΕ του 2011:

- Εκστρατεία Προληπτικής Ιατρικής σε παραμεθόρια χωριά της Θράκης με το πρόγραμμα «Υποστηρίζουμε τη Ζωή» σε συνεργασία με τη Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση «Ανοιχτή Αγκαλιά». Κατά τη διάρκεια αυτού του προγράμματος, πραγματοποιήθηκαν:

- Σύνολο ιατρικών πράξεων παιδιών: 4.942
- Σύνολο παιδικού πληθυσμού που εξετάστηκαν προληπτικά: 947 παιδιά και βρέφη
- Σύνολο ιατρικών πράξεων ενηλίκων: 258
- Πρόγραμμα Υγιεινής Διατροφής στα σχολεία της Βορ. Ελλάδας, «Ο κος ΤΙ-ΤΡΩΣ πάει σχολείο». Η Lidl στην προσπάθειά της να αποτρέψει μελλοντικά την αύξηση της παχυσαρκίας στην Ελλάδα υλοποιεί στους δημόσιους παιδικούς σταθμούς και στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση του Δήμου Θεσσαλονίκης από τον Μάιο έως τον Ιούνιο και από τον Σεπτέμβριο έως τον Δεκέμβριο του 2011 το πρόγραμμα διατροφής «Ο κος ΤΙ-ΤΡΩΣ πάει σχολείο». Πρόκειται για ένα πρόγραμμα, το οποίο στοχεύει να διδάξει και να δώσει κίνητρα στα παιδιά για να ζουν μια υγιεινή ζωή. Είναι η προώθηση ενός υγιεινού τρόπου

ζωής και η διαμόρφωση διατροφικής συνείδησης, που συντελεί στη διαμόρφωση της καταναλωτικής συνείδησης και συμπεριφοράς των ενηλίκων.

- Εργαστήριο Παιδικής Μαγειρικής και Διατροφής της Lidl και του Ολυμπιακού Μουσείου Θεσσαλονίκης, «Πάμε μαγειρεύοντας», το μοναδικό παιδικό εργαστήριο στην Ελλάδα. Η διατροφή είναι συνήθεια και μάθηση, ενώ όταν πρόκειται για τα παιδιά είναι και παιχνίδι. Αυτό είναι το τρίπτυχο που στοχεύει το εργαστήριο και προσφέρει μαθησιακές εμπειρίες στα παιδιά. Επίσης, το εργαστήριο κάθε εβδομάδα κάνει και κάτι διαφορετικό. Επισκέπτονται σούπερ μάρκετ και ψωνίζουν, μαγειρεύουν σε επαγγελματικές κουζίνες υψηλού επιπέδου με Top Chef, όπως τον Herve Pronzato και προσκαλούν όλα τα παιδιά της πόλης σε μία ανοιχτή εκδήλωση μαγειρικής και διατροφής.
- «Υιοθέτηση Πάρκων στην Ελλάδα», ως συνεισφορά και ανταπόκριση στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές προκλήσεις και με στόχο τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών. Να δοθεί το πράσινο πίσω στον πολίτη που ασφυκτιά ειδικά στα μεγάλα αστικά κέντρα. Εκτός από τις εργασίες ανάπλασης των πάρκων, η Lidl αναλαμβάνει και τη μηνιαία συντήρησή τους για τουλάχιστον 3 χρόνια.
- Εκδήλωση ιδιαίτερου ενδιαφέροντος και κοινωνικής προσφοράς είναι ο Χριστουγεννιάτικος τηλεοπτικός πλειστηριασμός αθλητικών αντικειμένων από όλη την Ευρώπη και την Ελλάδα σε συνεργασία με το Ολυμπιακό Μουσείο Θεσσαλονίκης. Τα έσοδα διατίθενται για την ενίσχυση φορέων που προστατεύουν παιδιά.

4) WIND

«Εκστρατεία για την Ασφαλή χρήση του διαδικτύου και του κινητού από τα παιδιά»

Η WIND Ελλάς πραγματοποίησε στο πλαίσιο της στρατηγικής κοινωνικής ευθύνης «Στην Πράξη», την ενημερωτική εκστρατεία «Kids@Safety, Internet, Κινητό & Παιδί» με στόχο την ουσιαστική και εποικοδομητική πληροφόρηση των Ελλήνων γονιών για τις νέες τεχνολογίες, με παρουσία παιδοψυχιάτρων και σε συνεργασία με την Ε.Ψ.Υ.Π.Ε. (Εταιρεία Ψυχοκοινωνικής Υγείας του Παιδιού και του Εφήβου). Η WIND, μέσα από εξειδικευμένο έντυπο και ηλεκτρονικό υλικό καθώς και μια σειρά συντονισμένων ενεργειών και δράσεων σε όλη τη διάρκεια του έτους, παρουσιάζει το σημαντικό ψυχοκοινωνικό ρόλο που έχουν σήμερα το διαδίκτυο και το κινητό στη ζωή των παιδιών ενώ ταυτόχρονα προτείνει στους γονείς τρόπους εκπαίδευσης και καθοδήγησης των παιδιών ώστε να χρησιμοποιούν υπεύθυνα και με ασφάλεια τις νέες τεχνολογίες.

Από την πλευρά της, η WIND αναγνωρίζοντας την αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών από ολοένα και νεότερους ανθρώπους, προσφέρει στους γονείς εργαλεία όπως το λογισμικό γονικού ελέγχου για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο, το οποίο είναι διαθέσιμο δωρεάν με τα προϊόντα Double Play της εταιρείας, ενώ σε ότι αφορά το κινητό, υπάρχει η δυνατότητα φραγής συγκεκριμένων υπηρεσιών και αριθμοσειρών.

Παράλληλα μέσω της εκστρατείας «Kids@Safety, Internet, Κινητό & Παιδί» η WIND παρέχει στους γονείς πληροφόρηση και επιστημονικές συμβουλές για τη συστηματική προστασία, εκπαίδευση και ενημέρωση των παιδιών και των εφήβων. Η σωστή χρήση του Internet και του κινητού είναι ευθύνη όλων.

5) ΑΓΕΤ Ηρακλής

«Πρόγραμμα με στόχο την κοινωνική στήριξη των ατόμων με αναπηρίες»

Με στόχο την κοινωνική στήριξη καθώς και την πληρέστερη και ισότιμη κοινωνική ένταξη των ΑμεΑ στην κοινωνία, το πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της ΑΓΕΤ Ηρακλής εστίασε στην αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση των αναγκών των ΑμεΑ αλλά και στην επαγγελματική ειδίκευσή τους. Στο πλαίσιο αυτό, εξασφάλισε τον εξοπλισμό για τη μονάδα εντατικής φυσιοθεραπείας ΑμεΑ με κινητικές δυσκολίες καθώς και για τη δημιουργία εργαστηρίου εκπαίδευσης και κατάρτισης ΑμεΑ στην πληροφορική με χρήση κατάλληλης υποστηρικτικής τεχνολογίας,

6) Kraft Foods Hellas

«Η Kraft Foods Hellas στηρίζει το έργο σίτισης του Δήμου Αθηναίων»

Η Kraft Foods Hellas, στηρίζει την προσπάθεια του Δήμου Αθηναίων για την παροχή τροφίμων σε άπορους και άστεγους συμπολίτες, εμπνέοντας ταυτόχρονα τις αξίες του εθελοντισμού στους εργαζομένους της.

Συγκεκριμένα, στο πλαίσιο της Εβδομάδας Εθελοντικής Προσφοράς που οργανώνει η Kraft παγκοσμίως κάθε χρόνο, εργαζόμενοι της εταιρείας σε κάθε χώρα συμμετέχουν εθελοντικά σε μια δράση με κοινωνικό χαρακτήρα. Φέτος η εβδομάδα Εθελοντικής Προσφοράς διοργανώθηκε σε πάνω από 100 χώρες με τη βοήθεια χιλιάδων εργαζομένων της Kraft. Στην Ελλάδα, η Kraft Foods Hellas θέλοντας να συμβάλει στην αντιμετώπιση του μείζονος κοινωνικού προβλήματος των αστέγων, αποφάσισε σε συνεργασία με τον αντιδήμαρχο Κοινωνικής Αλληλεγγύης, να στηρίζει την προσπάθεια του Δήμου, η αρμόδια υπηρεσία του οποίου προσφέρει καθημερινά σίτιση σε χιλιάδες άπορους και άστεγους ανθρώπους. Στο πνεύμα αυτό, στη διάρκεια της Εβδομάδας Εθελοντικής Προσφοράς, δεκάδες εργαζόμενοι της Kraft Foods Hellas προσέφεραν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους για να συγκεντρωθούν, να συσκευαστούν και να διανεμηθούν τρόφιμα από την παραγωγή της εταιρείας. Έτσι, στις 8 και 9 Οκτωβρίου εργαζόμενοι της Kraft Foods Hellas διένειμαν τρόφιμα σε 800 άτομα που σιτίζονται καθημερινά στο Κέντρο Σίτισης του δήμου Αθηναίων και σε 180 άπορες οικογένειες.

7) ΟΤΕ & COSMOTE

1^η Πρακτική: «ΟΤΕ & COSMOTE χορηγοί των Special Olympics 2011»

Στο πλαίσιο της διαρκούς προσφοράς τους στην προώθηση του αθλητικού πνεύματος, αλλά και των ολοκληρωμένων προγραμμάτων εταιρικής υπευθυνότητας που υλοποιούν, ο ΟΤΕ και η COSMOTE, είναι αρωγοί στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, παρέχοντας την απαραίτητη υλικοτεχνική υποδομή.

- Καλύπτουν τηλεπικοινωνιακά τις ανάγκες των Αγώνων σε υπηρεσίες μετάδοσης δεδομένων, φωνής, εικόνας και κινητής τηλεφωνίας.
- Συμβάλλουν στη διάδοση του μηνύματος της κατανόησης και αποδοχής της διανοητικής αναπηρίας.
- Προάγουν την ιδέα του εθελοντισμού, τόσο μεταξύ των εργαζομένων τους όσο και στην ευρύτερη κοινωνία.

2^η Πρακτική: «Ο ΟΤΕ βάζει γκολ στον κοινωνικό αποκλεισμό για 4η χρονιά»

Για τέταρτη συνεχή χρονιά, ο ΟΤΕ στηρίζει την Εθνική Αστέγων στη συμμετοχή της στο 8ο Παγκόσμιο Κύπελλο Αστέγων, το οποίο πραγματοποιείται στο Ρίο ντε Τζανέιρο της Βραζιλίας από 19-26 Σεπτεμβρίου. Ο ΟΤΕ βάζει γκολ στον κοινωνικό αποκλεισμό, αποδεικνύοντας έμπρακτα τη «Σχέση Ευθύνης» που αναπτύσσει με την κοινωνία. Το Παγκόσμιο Κύπελλο Αστέγων είναι ένα ετήσιο, διεθνές πρωτάθλημα ποδοσφαίρου, το οποίο διεξάγεται με την υποστήριξη, μεταξύ άλλων θεσμών, και της ΟΥΕΦΑ και με στόχο την επανένταξη, στην κοινωνία, ευπαθών ομάδων, όπως άστεγοι, πρόσφυγες κ.ά. Στο παγκόσμιο αυτό κάλεσμα ενάντια στη φτώχεια και στον κοινωνικό αποκλεισμό συμμετέχουν, εκτός από την Ελλάδα, άλλες 63 χώρες από όλα τα σημεία του πλανήτη. Ο ΟΤΕ είναι αρωγός σε όλες τις παράλληλες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο της κοινωνικής πρωτοβουλίας «Γκολ στη Φτώχεια». Μεταξύ άλλων περιλαμβάνονται φιλικόι ποδοσφαιρικοί αγώνες, διοργάνωση συναυλιών, προβολή κινηματογραφικών ταινιών κ.ά.

Σκοπός όλων των δράσεων είναι να ευαισθητοποιήσουν και να αφυπνίσουν την κοινή γνώμη ενάντια στον κοινωνικό αποκλεισμό. Στο πλαίσιο του προγράμματος Εταιρικής Υπευθυνότητας του

3^η Πρακτική: «Περισσότερα χαμόγελα από τον ΟΤΕ στο «Χαμόγελο του Παιδιού»

Στο πλαίσιο του προγράμματος Εταιρικής Υπευθυνότητας με τίτλο «Σχέση Ευθύνης» οι εργαζόμενοι του ΟΤΕ συμμετείχαν ενεργά στην πανελλαδική εκστρατεία του συλλόγου «Το Χαμόγελο του Παιδιού», με σκοπό: τη συγκέντρωση σχολικών ειδών για παιδιά των οποίων οι οικογένειες δεν μπορούν να αντέξουν το οικονομικό βάρος των σχολικών απαιτήσεων.

Χάρη στην εθελοντική συμμετοχή των εργαζομένων του ΟΤΕ από όλη την Ελλάδα, συγκεντρώθηκαν, μεταξύ άλλων, τετράδια, ντοσιέ, σχολικές τσάντες, κασετίνες, άτλαντες, είδη ζωγραφικής και γραφική ύλη.

Τα είδη αυτά παραδόθηκαν στους κατά τόπους υπευθύνους του συλλόγου «Το Χαμόγελο του Παιδιού», συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στη χαρά των παιδιών, αλλά κυρίως στην ισότιμη συμμετοχή τους στη διαδικασία του μαθήματος. Με τη δράση αυτή ο ΟΤΕ γίνεται για μία ακόμα φορά αρωγός στις ανάγκες των παιδιών και υποστηρίζει την ισότιμη συμμετοχή τους στη μαθησιακή διαδικασία, συμβάλλοντας στην άρση των κοινωνικών αποκλεισμών.

4^η Πρακτική: «Προσφορά ηλεκτρονικών υπολογιστών από τον ΟΤΕ»

Ο ΟΤΕ για Τρίτη συνεχή χρονιά προσέφερε ηλεκτρονικούς υπολογιστές σε φορείς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και σχολεία. Σε ειδική εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε 17 φορείς, σχολεία από την Αττική και την Περιφέρεια παρέλαβαν Η/Υ που συλλέχθηκαν από διάφορες υπηρεσίες (όπου πρώτιστος είχε πραγματοποιηθεί έλεγχος, συντήρηση και αναβάθμιση).

8) COSMOTE

1^η Πρακτική: «Όταν έχεις γνώση έχεις τον κόσμο στα χέρια σου»

Με την έκδοση του φυλλαδίου «Κινητή Τηλεφωνία και Γονείς» και τη διανομή του από ολόκληρο το εμπορικό δίκτυο της η Cosmote προχωράει σε συστηματική και υπεύθυνη ενημέρωση του κοινού για την ορθή χρήση των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας. Πρόκειται για ένα χρήσιμο εγχειρίδιο, γραμμένο απλά και κατανοητά που παρέχει την απαραίτητη συμβουλευτική υποστήριξη στους γονείς, ώστε να ενημερωθούν επαρκώς σχετικά με τις υπηρεσίες της κινητής τηλεφωνίας και την ορθή χρήση τους.

2^η Πρακτική: «Μήνυμα αγάπης για τα παιδιά»

Η Cosmote έστειλε μηνύματα γεμάτα ευχές για υγεία, αγάπη και ελπίδα στα παιδιά που έχουν ανάγκη, στην Αθήνα και στην ελληνική περιφέρεια με την υποστήριξη των συνδρομητών της από τα μηνύματα που στάλθηκαν την Πρωτοχρονιά διέθεσε σημαντικό μέρος των εσόδων σε οργανισμούς που μεριμνούν για το παιδί.

9) ΙΚΕΑ

«Η ανακύκλωση γίνεται «στάση ζωής» για τα ΙΚΕΑ»

Η ΙΚΕΑ στηρίζει το Ολοκληρωμένο Κέντρο Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης της TEXAN Περιβαλλοντική Διαχείριση στο Αιγάλεω. Αιγάλεω, από τις αρχές Απριλίου 2010 λειτουργεί το Ολοκληρωμένο Κέντρο Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης, στο οποίο, όλο το 24ωρο, τα παιδιά και οι ενήλικες μπορούν να επιστρέφουν για ανακύκλωση πλαστικά μπουκάλια, μεταλλικά κουτιά, γυάλινες φιάλες, πλαστικές σακούλες, μπαταρίες και άλλες συσκευασίες, κερδίζοντας εκπαιδευτικά κουπόνια για δωρεάν αγορές σε συνεργαζόμενα καταστήματα ή έχουν τη δυνατότητα να δωρίσουν το συγκεκριμένο ποσό σε κοινωνικούς φορείς. Η ΙΚΕΑ συστηματικά προωθεί ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται η ανακύκλωση χαρτιού, συσκευασιών, καταλόγων, μπαταριών, λαμπτήρων κ.ά.

10) Κοινωφελές Ίδρυμα Ιωάννη Σ. Λάτση

«Νέο πρόσωπο» για την Παιδιατρική Κλινική του «Γ. Γεννηματάς» Θεσσαλονίκης
Μια γενναία χορηγία από το Κοινοφελές Ίδρυμα Ιωάννη Σ. Λάτση

Η ανακαίνιση της Παιδιατρικής Κλινικής, οι υλικοτεχνικές υποδομές της οποίας ήταν εξαιρετικά υποβαθμισμένες σε σχέση με τις ιατρικές υπηρεσίες υγείας που καλείται να προσφέρει, είναι πλέον γεγονός, με πλήρη συντονισμό του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, της Διοίκησης του Νοσοκομείου και του Κοινοφελούς Ίδρυματος Ιωάννη Σ. Λάτση. Χρησιμοποιώντας ευέλικτους τρόπους συνεργασίας, το έργο της ριζικής αναμόρφωσης των 500 περίπου τετραγωνικών μέτρων της Κλινικής ολοκληρώθηκε σε λιγότερο από τρεις μήνες. Η Παιδιατρική Κλινική, δυναμικότητας 38 κλινών, υποδέχεται περιστατικά από τη Μακεδονία, τη Θράκη και τη Θεσσαλία, καλύπτοντας όλο το φάσμα των παθήσεων. Στην Κλινική νοσηλεύονται κατά μέσο όρο ετησίως 1.200 παιδιά ηλικίας έως 16 ετών. Περίπου 9.000 παιδιά εξυπηρετούνται κάθε χρόνο στα επείγοντα περιστατικά και τα εξωτερικά ιατρεία. Η Παιδιατρική Κλινική, στελεχώνεται από 18 ιατρούς και 16 νοσηλευτές.

11) INTERAMERICAN

«Η INTERAMERICAN για την υγεία των παιδιών του Λύρειου Ίδρυματος»

Η Interamerican και οι Γιατροί του Κόσμου, στο πλαίσιο της ευρύτερης συνεργασίας τους για τη φροντίδα της υγείας παιδιών που δεν έχουν εξασφαλισμένη πρόσβαση σε υπηρεσίες πρωτοβάθμιας υγείας, πραγματοποίησαν πρόσφατα επίσκεψη ιατρικού ελέγχου στο Λύρειο Παιδικό Ίδρυμα.

Πραγματοποιήθηκε κλινική εξέταση (παθολογική, ορθοπεδική και οδοντιατρική) 40 παιδιών του ιδρύματος και εντοπίστηκαν ανάγκες ιδιαίτερης αντιμετώπισης και φροντίδας, ενώ παράλληλα ανοίχθηκαν ατομικά βιβλιάρια παρακολούθησης της υγείας των παιδιών. Η εξέταση τους θα είναι περιοδικά τακτική εκ μέρους των Γιατρών του Κόσμου και ιατρών του συστήματος υγείας της εταιρίας.

12) MICROSOFT Ελλάς

1^η Πρακτική: «Αντιμετώπιση των κινδύνων του διαδικτύου»

Η Microsoft Ελλάς συνεργάζεται στενά με την Ομάδα Dart όπου είναι ομάδες Ειδικές Γραμματείας Ψηφιακού Σχεδιασμού του Υπουργείου Οικονομίας & Οικονομικών, για την αντιμετώπιση των κινδύνων του Διαδικτύου και της παραπληροφόρησης που οδηγεί σε παρανοήσεις και υπερβολές.

Η ομάδα Dart πραγματοποιεί ημερίδες σε παιδιά δημοτικού, γυμνασίου και λυκείου καθώς και σε γονείς σε διάφορες πόλεις σε όλη την Ελλάδα, με στόχο αφενός την ενημέρωση των πολιτών, την πρόληψη αλλά και την αντιμετώπιση κινδύνων που σχετίζονται με τις νέες τεχνολογίες πληροφορικής και ηλεκτρονικών επικοινωνιών και αφετέρου την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο.

2^η Πρακτική: «Απεριόριστες Δυνατότητες»

Εγκαινίασε πρόσφατα στην Αθήνα το Κέντρο «Απεριόριστες Δυνατότητες» στο οποίο άτομα που ανήκουν σε ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν ειδικά εκπαιδευτικά σεμινάρια πάνω στη χρήση Η/Υ, ούτως ώστε να ενισχύσουν τη θέση τους στη σύγχρονη αγορά εργασίας.

Το κέντρο προσφέρει σε μετανάστες τη δυνατότητα, μέσω της παρακολούθησης ενός κύκλου μαθημάτων να εκπαιδευτούν πάνω στη χρήση Η/Υ .

13) COCA-COLA Τρία Έψιλον

1^η πρακτική: «Όραμα και Πράξη»

Όραμα και Πράξη είναι ο τίτλος του Απολογισμού Κοινωνικής Υπευθυνότητας που εξέδωσε στον οποίο αποτυπώνεται μέσα από συγκεκριμένα στοιχεία η δέσμευση της να λειτουργεί με κάθε τρόπο ως υπεύθυνος πολίτης:

- Εξοικονομηθήκαν 248 τόνοι ρητίνης
- Μειώθηκαν οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά 652 τόνους
- Διατέθηκαν 2 εκ. ευρώ για την ανακούφιση των πυρόπληκτων περιοχών της χώρας, 400.00 πολίτες-δέκτες των μηνυμάτων του προγράμματος ευαισθητοποίησης «Αποστολή Νερό» είναι μόνο κάποια από τα μετρήσιμα αποτελέσματα δράσεων που περιλαμβάνονται στον Απολογισμό.

2^η Πρακτική: «Ενεργός τρόπος ζωής»

Το σύστημα της Coca-Cola στην Ελλάδα είναι υποστηρικτής του νέου θεσμού «Ενεργός Τρόπος Ζωής» που στοχεύει στην προώθηση μιας ζωής γεμάτη υγεία και ευεξία, μέσω δράσεων ενημέρωσης και ενεργούς συμμετοχής για μικρούς και μεγάλους. Είναι μία πρωτοβουλία του Quality Net Foundation με στόχο τη συμβολή στην αντιμετώπιση του μεγάλου κοινωνικού προβλήματος της παιδικής παχυσαρκίας. περιλάμβανε μία σειρά από ενημερωτικές και εκπαιδευτικές εκδηλώσεις.

5.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

1) ΤΙΤΑΝ ΑΕ.

Ο όμιλος αξιολογεί όχι μόνο τις οικονομικές συνέπειες των επιχειρησιακών του αποφάσεων, αλλά και τις συνέπειες που έχουν αυτές στο κοινωνικό και στο φυσικό περιβάλλον, στους εργαζόμενους και στους πελάτες του.

Εργατικό Δυναμικό

Για την ΤΙΤΑΝ ΑΕ. Το εργατικό δυναμικό της αποτελεί το σημαντικότερο κεφάλαιο. Ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας της εταιρίας συντελεί στην εφαρμογή πρωτοποριακών μεθόδων για την υποστήριξη των ανθρώπων της και των οικογενειών τους.

Εφαρμόζει μία ευρεία δέσμη μέτρων που έχουν στόχο το «ευ ζην» των εργαζομένων στην εταιρία, όπως:

- Έμφαση στη βελτίωση των γνώσεων και των ικανοτήτων των εργαζομένων μέσω ουσιαστικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης σε τεχνικά και διοικητικά θέματα.
- Συνεχώς βελτιώνει τις συνθήκες εργασίας.
- Διαρκής εκπαίδευση σε θέματα Υγιεινής και Ασφάλειας.
- Θεσμός Κοινωνικών Λειτουργιών στο χώρο εργασίας.
- Σταθερή και ουσιαστική παρουσία Ιατρών Εργασίας.

Η εστίαση αυτή στους ανθρώπους της επεκτείνεται και στις οικογένειές τους, με μία σειρά πρακτικών όπως:

- Επαγγελματικός προσανατολισμός των παιδιών των εργαζομένων.
- Πολιτιστικές εκδηλώσεις για την οικογένεια.
- Εκδηλώσεις για παιδιά εργαζομένων.
- Υποτροφίες για παιδιά εργαζομένων που αρίστευσαν.

Κοινωνία

Η ευαισθησία του Τιτάν δεν περιορίζεται μόνο στα θέματα των δικών του ανθρώπων. Φυσική προέκταση του είναι και η ανταπόκριση, διακριτικά και αθόρυβα, στους συνανθρώπους που χρειάζονται υποστήριξη.

Η κοινωνική αυτή προσφορά εκδηλώνεται με την αντιμετώπιση των συνεπειών από σεισμούς, πυρκαγιές, πλημμύρες, την ίδρυση και τον εξοπλισμό νοσοκομειακών μονάδων, την υποστήριξη μαθητών και σπουδαστών, πολιτιστικών εκδηλώσεων κλπ.

Το σημαντικότερο όμως γεγονός σε όλα αυτά είναι ότι σε αυτές τις δραστηριότητες, οι άνθρωποι του Τιτάνα έχουν ενεργό συμμετοχή.

Κοινωνική Πολιτική

Με ευαισθησία και υπευθυνότητα ο ΤΙΤΑΝ συμμετέχει στη ζωή και τα προβλήματα των περιοχών που γειτονεύουν με τις παραγωγικές του μονάδες, σε συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση και τους αρμόδιους φορείς. Η εταιρία ανταποκρίνεται πρόθυμα, με προσφορά υλικής, τεχνικής ή συμβουλευτικής βοήθειας, σε αιτήματα σχετικά με δένδροφυτεύσεις, κατασκευή έργων οδοποιίας, ύδρευσης και άρδευσης, ανέγερσης εκκλησιών, σχολείων και νοσοκομείων, με ενίσχυση φιλανθρωπικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων κλπ. Η κοινωνική συμπαράσταση του Ομίλου είναι ιδιαίτερα καθοριστική σε περιπτώσεις φυσικών καταστροφών.

Περιβάλλον

Ο έμπρακτος σεβασμός στο περιβάλλον και η αναγνώριση της επιχειρηματικής ευθύνης για τη διατήρηση ισορροπιών στη φύση, αποτελούν εδραιωμένη παράδοση δεκαετιών για τον Τιτάνα. Ήδη κατά τα τέλη της δεκαετίας του 50', η εταιρία εγκατέστησε τα πρώτα ηλεκτροστατικά φίλτρα στους κλίβανούς της. Μετά από δεκαετίες

προσπαθειών, η οικολογική ευαισθησία και συνέπεια εδραιώθηκαν σε όλη την πυραμίδα των εργαζομένων, με αποτέλεσμα η περιβαλλοντική μέριμνα να προτάσσεται σε κάθε επιχειρησιακή απόφαση και δραστηριότητα του Τιτάνα.

Εκτός από την πρόληψη και καταστολή των εκπομπών στις παραγωγικές μονάδες, υπάρχει διαρκής μέριμνα για τα διάφορα μεταφορικά μέσα που διακινούν τα προϊόντα όπως:

- Φορτηγά αυτοκίνητα εφοδιασμένα με σκέπαστρα
- Ειδικά σιλοφόρα αυτοκίνητα για τη μεταφορά τσιμέντου
- Έλεγχος καθαριότητας φορτηγών πριν βγουν σε δημόσιο δρόμο
- Έλεγχος των πλοίων της εταιρίας και επίσημη πιστοποίηση των κανόνων προστασίας του θαλάσσιου περιβάλλοντος

Πέραν αυτών, ο Τιτάνας φροντίζει για την καταστολή της ηχορύπανσης σε όλες του τις παραγωγικές δραστηριότητες με την εφαρμογή των πλέον σύγχρονων διεθνών μεθόδων που διατίθενται, ενώ συμβάλλει στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από δραστηριότητες τρίτων, βιομηχανικές, αγροτικές και κοινωνικές. Απαλλάσσοντας το περιβάλλον από εκατομμύρια τόνους υποπροϊόντα και πάσης φύσεως απόβλητα, χωρίς την παραμικρή επίπτωση τόσο στο προϊόν, όσο και στο περιβάλλον.

Η ΑΕ. TITAN έχει να επιδείξει εξαιρετική εμπειρία και εντυπωσιακά αποτελέσματα σε θέματα που αφορούν την αποκατάσταση του περιβάλλοντος. Σταθερή πολιτική της αποτελεί η δενδροφύτευση συμπεριλαμβανομένης της υδροσποράς.

Οι λιμνοδεξαμενές που δημιουργήθηκαν ως συλλέκτριες βρόχινου νερού, αποτελούν πλέον υδροβιότοπους και αξιοποιούνται τόσο για τις γειτονικές καλλιέργειες όσο και για την κτηνοτροφία

Η φροντίδα αυτή δεν περιορίζεται μόνο σε χώρους εταιρικών δραστηριοτήτων. Η εμπειρία αυτή προσφέρεται και σε γειτονικούς δήμους και κοινότητες, αλλά και σε άλλες περιοχές που έχουν πληγεί από μεγάλες πυρκαγιές.

Η εταιρία έχει τιμηθεί με διακρίσεις και βραβεύσεις από ελληνικούς και διεθνείς οργανισμούς όπως το ΕΒΕΑ και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ευαισθησία και τη μέριμνα προς το περιβάλλον.

Βραβεία

Βραβείο και έπαινο απονεμήθηκαν στις επιτροπές Υγιεινής και Ασφάλειας Εργαζομένων των εργοστασίων Θεσσαλονίκης και Καμαρίου, για τις δραστηριότητες που αναπτύσσουν σε θέματα πρόληψης εργατικών ατυχημάτων και επαγγελματικών ασθενειών.

2) UNILEVER- ΕΛΑΪΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2010

Είναι μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες παραγωγής και εμπορίας ταχέως κινούμενων καταναλωτικών προϊόντων παγκοσμίως. Παράγει και διακινεί μία ευρεία γκάμα αγαπημένων προϊόντων, τα οποία επιλέγουν και εμπιστεύονται οι καταναλωτές σε ολόκληρο τον κόσμο και στην Ελλάδα.

Ο κοινωνικός απολογισμός της UNILEVER- Ελαΐς αντικατοπτρίζει την προσπάθεια και τη δέσμευση όλων όσων εργάζονται σε αυτήν να υπηρετήσουν μέσα από καινοτόμες πρωτοβουλίες τις αρχές της εταιρίας, που στηρίζουν την αειφόρο ανάπτυξη και την κοινωνική συνεισφορά.

Το 2010 ήταν μία ιδιαίτερα σημαντική χρονιά για την εταιρία που περιείχε δυσκολίες λόγω της οικονομικής συγκυρίας στην Ελλάδα, κατά την οποία με σχέδιο, δυναμισμό και ευελιξία η εταιρία έδρασε. Παράλληλα για την εταιρία ήταν και μία χρονιά επένδυσης στην καινοτομία και επιτυχίας σε πολλαπλά επίπεδα.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η ενδυνάμωση της παρουσίας της εταιρίας στην Ελλάδα και της σχέσης της με την ελληνική επιχειρηματικότητα και κοινωνική ζωή. Μία σχέση που αριθμεί πολλές δεκαετίες, ενισχύθηκε από τα εγκαίνια της νέας μονάδας Μαργαρίνης στο εργοστάσιο Ελαΐς στον Άγιο Ιωάννη Ρέντη. Πρόκειται για μία επένδυση όπου δημιούργησε 120 νέες θέσεις εργασίας.

Με γνώμονα την περαιτέρω ανάπτυξη στο ελαιόλαδο, η εταιρία επένδυσε δυναμικά και στο εξωτερικό, γεγονός που έδωσε νέα πνοή στις εξαγωγές.

Αειφορία

Στην αειφορία εστιάζει το νέο Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σχέδιο Δράσης της εταιρίας, το Unilever Sustainable Living Plan. Πρόκειται για 10ετές σχέδιο αειφόρου επιχειρείν, για την εκπόνηση του οποίου αξιολογήθηκαν περισσότερα από 1.600 προϊόντα σε 14 χώρες. Καινοτομία του σχεδίου αποτελεί η δημόσια δέσμευση της Unilever να επεκτείνει τις αειφόρες δράσεις τις σε όλο τον κύκλο ζωής των προϊόντων της, αλλά και να θέσει περισσότερους από 50 συγκεκριμένους στόχους-δράσεις όπου θα αποτελούν αντικείμενο ετήσιας αξιολόγησης, όπου τα αποτελέσματα θα δημοσιοποιούνται.

Όραμα

Η εταιρία αποσκοπεί:

- Στη δημιουργία ενός καλύτερου αύριο(μέλλον)
- Βοηθά τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά, να έχουν καλή εμφάνιση και να απολαμβάνουν όλο και περισσότερο τη ζωή τους με προϊόντα και υπηρεσίες οι οποίες είναι καλές για όλους
- Εμπνέει τους ανθρώπους να κάνουν πράξεις μικρές οι οποίες όλες μαζί μπορούν να κάνουν τον κόσμο καλύτερο
- Αναπτύσσει νέους τρόπους προσέγγισης της επιχειρηματικής δραστηριότητας που επιτρέπουν να διπλασιάσουν το μέγεθος της εταιρίας και ταυτόχρονα να μειώσουν τις επιπτώσεις από τις δραστηριότητες της στο περιβάλλον

UNILEVER στην Ελληνική Αγορά

Επέστρεψε στην κοινωνία το 14% του τζίρου του 2010 μέσω δράσεων που αναφέρονται παρακάτω.

Παγκόσμιο Σχέδιο Δράσης

Μέχρι το 2020 έχει δεσμευτεί να:

- Μειώσει στο μισό την επίδρασή των προϊόντων της στο περιβάλλον
- Να προμηθεύετε το 100% των γεωργικών της πρώτων υλών από αειφόρες πηγές

- Βελτίωση της υγείας και της ποιότητας ζωής των ανθρώπων

Το σχέδιο αφορά:

- Κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα
- Όλα τα στάδια του κύκλου ζωής των προϊόντων
- Θέτει στόχους όπου η πρόοδος τους βαθμολογείται ετησίως

Δράσεις

1. Στις 26 Σεπτεμβρίου του 2010 γιορτάστηκε η Παγκόσμια Ημέρα Καρδιάς η Ελαΐς ήταν υποστηρικτής στην Ελλάδα με στόχο την ενημέρωση όλων για τους παράγοντες κινδύνου, αλλά και την προτροπή για θετικά βήματα για τη βελτίωση της υγείας της καρδιάς.

2. Στην Ελαΐς εδώ και 20 χρόνια λειτουργεί Κινητή Μονάδα Οδοντιατρικής Προληπτικής.

Η Μονάδα είναι εξοπλισμένη ως οδοντιατρείο, επισκέπτεται τα Δημοτικά σχολεία της Ελλάδας και ενημερώνει τα παιδιά για την πρόληψη προβλημάτων υγείας της στοματικής κοιλότητας.

3. Δημιουργία επιστημονικού τμήματος Διατροφής.

Με στόχο την ενημέρωση του προσωπικού για την παραγωγή των προϊόντων (φυτικές στερόλες του Becel pro-active καθώς και για τις κατεχίνες του Lipton Linea). Το τμήμα προχώρησε στην έκδοση βιβλίου που αφορά τη παιδική διατροφή «Ο Μάγειρας του Μαγεμένου Τσίρκου». Το βιβλίο διανεμήθηκε πανελλαδικά σε Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς, σε δημόσιους φορείς που έχουν σχέση με την εκπαίδευση και τη διατροφή των παιδιών, καθώς και σε επιλεγμένα σημεία με μεγάλη επισκευσιμότητα από γονείς και παιδιά.

Το τμήμα συμβάλλει στο έργο επιστημονικών ιδρυμάτων και φορέων της χώρας για τη διενέργεια διαφόρων ερευνητικών προγραμμάτων. Ενδεικτικά:

- Χορηγία προϊόντων για τη πραγματοποίηση μελέτης σχετικά με την επίδραση των φυτικών στερολών σε Έλληνες με μεταβολικό σύνδρομο. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Υποστήριξη έρευνας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών για τα αντιξειδωτικά του τσαγιού.
- Συνεργασία με την Ιατρική Σχολή Αθηνών για έρευνα σε παιδιά με υπερχοληστερολαιμία.

4. Θέλοντας να προσφέρει λύσεις στο καθημερινό ερώτημα «Τι να μαγειρέψω σήμερα».

Η Ελαΐς ξεκίνησε μία πρωτότυπη δράση με την αλυσίδα Super Market Σκλαβενίτης. Πρόκειται για μία ηλεκτρονική βιβλιοθήκη με τη μορφή οθόνης αφής στα καταστήματα που αποτελείται από έναν υπολογιστή και έναν εκτυπωτή. Περιέχει 300 συνταγές γραμμένες από καταξιωμένους σεφ και ταξινομημένες σε 16 κατηγορίες. Το κοινό ενθουσιάστηκε και το θεώρησε χρήσιμο έως και απαραίτητο σε ποσοστό 91%.

5. Πραγματοποίηση καμπάνιας με τίτλο «Campaign For Real Beauty» σε συνεργασία με το Dove. Τα σημερινά στερεότυπα ομορφιάς λειτουργούν πολλές φορές καταπιεστικά για τις γυναίκες, και είναι αρκετά δύσκολο να επιτευχθούν, με αποτέλεσμα πολλές γυναίκες να καταλήγουν να είναι δυσαρεστημένες με την εικόνα τους.

Η Unilever πήρε πρωτοβουλίες, για να βοηθήσει νεαρά κορίτσια με χαμηλή αυτοεκτίμηση που σχετίζεται με το σώμα τους. Έφτιαξε εκπαιδευτικό πρόγραμμα σχεδιασμένο να ενισχύσει την αυτοεκτίμηση σε μαθήτριες, βοηθώντας τις να δημιουργήσουν μία υγιή σχέση με το σώμα τους και να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση σε σχέση με την εμφάνιση τους. Στόχος ήταν και συνεχίζει να είναι: Να αγαπήσουν όλες οι

γυναίκες τον εαυτό τους και να δουν τον κόσμο της ομορφιάς στις πραγματικές του διαστάσεις, δημιουργώντας μία αμερόληπτη και ισορροπημένη άποψη γύρω από αυτή.

6. «Με αγάπη για τα παιδιά»

Βοήθησε στη βελτίωση της ποιότητας ζωής 220 παιδιών, εκπαιδώντας τα σε σωστές συνθήκες υγιεινής. Πέντε εθελοντές εργαζόμενοι ταξίδεψαν στην Κολομβία και μέσα από προσωπικές ενέργειες κατόρθωσαν να συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής 220 φτωχών παιδιών, εκπαιδώντας τα σε σωστές συνθήκες υγιεινής, το σεβασμό στο περιβάλλον, αλλά και σχεδιάζοντας την αναβάθμιση του ίδιου του σχολείου τους. Σε συνεργασία με το τμήμα Αρχιτεκτονικής του πανεπιστημίου της κοντινής πόλης δρομολογήθηκαν ενέργειες όπως η ανέγερση νέων αιθουσών, η κατασκευή τουαλετών και νέας τραπεζαρίας.

7. «Ποιοτική βελτίωση των συνταγών της»

Ακόμα ένα βήμα που μπορεί να μη φαίνεται μεγάλο ή ουσιαστικό για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής, τελικά είναι, η αναφορά γίνεται για τη βελτίωση της συνταγής στα προϊόντα μαγιονέζας Hellmann's σε όλη τη Δυτική Ευρώπη, μέσω της χρησιμοποίησης αυγών που προέρχονται από κότες ελευθέρως βοσκής. Η εταιρία μπορεί πραγματικά να κάνει ηθικές επιλογές και αυτές να στρέφονται και στο καταναλωτικό κοινό, θέτοντας θέματα ηθικής και στάσης ζωής.

8. Ένα ακόμη επιτυχημένο Bazaar από τον ΟΦΕ (Όμιλο Φιλανθρωπικών Εκδηλώσεων).

Εργαζόμενες, σύζυγοι και μητέρες εργαζομένων, γυναίκες-συνταξιούχοι της εταιρίας, βάζουν όλο τους το μεράκι και πολύ δουλειά για να δημιουργήσουν, να βρουν χορηγούς-δωροθέτες, αλλά και να πουλήσουν στους πάγκους του Bazaar.

9. «Όλη έχουν δικαίωμα σε μία καλύτερη ζωή»

Η εταιρία σε συνεργασία με την αλυσίδα super markets AB Βασιλόπουλος, στήριξε το σημαντικό έργο της Μη Κερδοσκοπικής Οργάνωσης ΕΛΕΠΑΠ με χορηγίες που ανήλθαν σε 40.000€ τα οποία αντιστοιχούσαν σε πωλήσεις προϊόντων της εταιρίας στη συγκεκριμένη αλυσίδα.. τα έσοδα κάλυψαν τα έξοδα κίνησης και ασφάλισης των 5 σχολικών λεωφορείων που μεταφέρουν τα παιδιά του προγράμματος «μονάδα θεραπευτικής και ειδικής Προσχολικής Αγωγής»

10.«Βελτίωση της ζωής εκατοντάδων χιλιάδων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο»

Συνολικά μέσα στο 2010, προσέφερε πάνω από 250.000 ευρώ (σε χρήματα αλλά και σε αξία προϊόντων) σε περισσότερα από 60 ιδρύματα στην Ελλάδα.

Μία από τις ενέργειες που πραγματοποίησε τα τελευταία χρόνια σε συνεργασία με την αλυσίδα super market Carrefour είναι η « j' aime la vie» την οποία στήριξε ενεργά το Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σίτισης του ΟΗΕ. Με την αγορά μίας οποιασδήποτε συσκευασίας από τα προϊόντα ΕΛΑΪΣ- Unilever Hellas που συμμετείχαν στην ενέργεια, προσέφερε ως εταιρία σχολικά γεύματα σε παιδιά που το είχαν ανάγκη.

Εργαζόμενοι

1. « Με επίκεντρο τους ανθρώπους και τις αξίες της εταιρίας»

Η ΕΛΑΪΣ-UNILEVER HELLAS δεσμεύετε για την ακεραιότητα που διέπει τη λειτουργία της και το σεβασμό που δείχνει σε όλα τα άτομα και τις κοινότητες, που επηρεάζει με τις δραστηριότητές της. Η δέσμευση αυτή αλλά και η φήμη που έχει η εταιρία στην κοινωνία αποτελούν «κεφάλαιο» και είναι το ίδιο πολύτιμες για αυτή, όσο οι άνθρωποί της και οι μάρκες της.

Επιτυχία, σημαίνει συνεπώς ότι η εταιρία ενδιαφέρεται για τους εργαζόμενους, τους μετόχους, τους επιχειρηματικούς συνεργάτες, καθώς και για το περιβάλλον και τον κοινωνικό περίγυρο στον οποίο δραστηριοποιείται.

2. «Είναι θέμα ασφάλειας»

Η ασφάλεια των εργαζομένων αποτελεί προτεραιότητα, γεγονός που αποτυπώνεται και μέσα από την πολιτική της για την ασφάλεια στην εργασία. Η εταιρία λαμβάνει όλα τα αναγκαία μέτρα που εξασφαλίζουν την ασφάλεια και την υγεία των εργαζομένων της, των επισκεπτών της, καθώς και των περιοίκων των εγκαταστάσεων της. Μέσω των ενεργειών που αναφέρονται παρακάτω:

- Εφαρμογή της Εθνικής και Κοινοτικής Νομοθεσίας αναπτύσσει, σχεδιάζει και συντηρεί διεργασίες παραγωγής που είναι ασφαλείς χωρίς να εγκυμονούν κινδύνους για την υγεία και ασφάλεια των ανθρώπων της.
- Επιθεωρεί τακτικά τα συστήματα που ακολουθεί, θέτει σε ετήσια βάση στόχους βελτίωσης.
- Εκπαίδευση των εργαζομένων σε θέματα αναγκαία για την ασφάλεια και την υγεία
- Έχει καθιερώσει εβδομάδα ασφαλούς εργασίας, όπου συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι και βραβεύονται για την καλύτερη πρότασή τους, καθώς και προγράμματα εκπαίδευσης για την προαγωγή της ασφάλειας στην εργασία.
- Μελετά και εφαρμόζει Διεθνή μοντέλα για τη θωράκιση της ασφαλούς εργασίας και όλα τα εργοστάσια είναι πιστοποιημένα με το πρότυπο OHSAS 18001 για το σύστημα Ασφαλούς Εργασίας
- Μόνιμη συνεργασία με τον Ιατρό εργασίας
- Ισχύουν ειδικοί όροι εργασίας για τους εργολάβους, που αναλαμβάνουν εργασίες εντός των εγκαταστάσεων της εταιρίας ώστε να εξασφαλισθεί η τήρηση όλων των κανονισμών ασφαλείας, που ισχύουν για τις εγκαταστάσεις και από τρίτους συνεργάτες, όταν αυτοί χρησιμοποιούνται σε έργα υποδομής και ανάπτυξης των χώρων της εταιρίας.

3. «Περί υγείας ο λόγος»

Συνεχή ενημέρωση και εκπαίδευση των εργαζομένων για θέματα υγείας. Η στρατηγική πάνω σε αυτό το τομέα περιλαμβάνει μέτρα που απαιτούνται από την εθνική νομοθεσία αλλά και επιπλέον μέτρα που σκοπό έχουν να διαφυλάξουν την υγεία των εργαζομένων αλλά και να τους προσφέρουν ζωτικότητα. Η εταιρία επικεντρώνεται Στη σωματική υγεία με:

- Προληπτικές ιατρικές εξετάσεις, με έμφαση στην πρόληψη και έγκαιρη διάγνωση καρδιαγγειακών νοσημάτων και κακοηθών νεοπλασιών.
- Συνεχή ενημέρωση και εκπαίδευση των εργαζομένων για θέματα υγείας
- Λειτουργία γυμναστηρίου στα κεντρικά γραφεία.
- Σύμβαση με δύο μεγάλα γυμναστήρια
- Διατροφική αξιολόγηση των εργαζομένων
- Σεμινάρια διατροφής από ειδικούς διατροφολόγους
- Online συμβουλές διατροφής
- Δωρεάν φρούτα και τσάι
- Υγιεινό φαγητό στα εστιατόρια της εταιρίας με μικρή οικονομική συμμετοχή των εργαζομένων

Η εταιρία υποστηρίζει παράλληλα αυτές τις δράσεις με μία σειρά παροχών όπως:

- Πρόγραμμα ομαδικής ασφάλισης των εργαζομένων και των μελών των οικογενειών τους
- Πρόγραμμα οδοντιατρικής κάλυψης

- Συμμετοχή της εταιρίας στην αγορά γυαλιών οράσεως για όλους τους εργαζόμενους και πολυεστιακών φακών σε όσους χειρίζονται Η/Υ
- Συμφωνία με μεγάλα ιδιωτικά θεραπευτήρια και εργαστήρια για παροχή εκπτώσεων στο προσωπικό
- Ελάχιστο ωράριο για όσους δεν είναι σε εργασία βάρδιας
- Ευέλικτη εργασία ή εργασία από το σπίτι

4. «Αιμοδοσία»

Το 2010 αιμοδότησαν συνολικά 132 εργαζόμενοι

5. «Κώδικας Επιχειρηματικών Αρχών»

Όλοι οι εργαζόμενοι είναι συνεχώς κατάλληλα ενημερωμένοι σύμφωνα με τους κανόνες επιχειρηματικής ηθικής και τον κώδικα δεοντολογίας κώδικας επιχειρηματικών αρχών προσυπογράφεται από όλους τους εργαζόμενους. Όσον αφορά τη πολιτική ποιότητας οι εργαζόμενοι δεσμεύονται:

- Στην παροχή υψηλής ποιότητας προϊόντων που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και προσδοκίες των καταναλωτών
- Στην καθιέρωση, παρακολούθηση και τήρηση συστημάτων που αναγνωρίζουν, αξιολογούν και ελέγχουν την ποιότητα των προϊόντων
- Στην εφαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας και την εφαρμογή του εσωτερικού της επιχειρηματικού κώδικα αρχών
- Στις αρχές της συνεχούς και κερδοφόρου ανάπτυξης διατηρώντας υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας.

Προμηθευτές-Παραγωγοί

1. «Στηρίζει τους προμηθευτές μέσα από την εκπαίδευση»

Το ενδιαφέρον για καλύτερη ζωή για όλους φαίνεται έμπρακτα από τις πρωτοβουλίες της εταιρίας, θεωρεί πως η γνώση και η εκπαίδευση μπορούν να αποτελέσουν κρίσιμους παράγοντες βελτίωσης του βιοωτικού επιπέδου.

Στο εργοστάσιο Pummago της Γαστούνης της Ηλείας έχει ξεκινήσει μία δράση με τους παραγωγούς, όπου τους εφοδιάζει με ένα εγχειρίδιο καλλιέργειας βιομηχανικής τομάτας, που αναφέρει τον τρόπο καλλιέργειας από την επιλογή του σπόρου και του αγρού μέχρι και τη συγκομιδή της ντομάτας.

- Προμηθεύει τους καλλιεργητές τομάτας με μητρώα διαχείρισης των εντόμων εχθρών ζιζανίων της τομάτας που αναφέρουν πολύ σημαντικές πληροφορίες για την αντιμετώπιση τους.
- Πραγματοποιεί συνεχείς επισκέψεις στους αγρούς με το γεωπονικό τμήμα της εταιρίας.
- Συμβουλεύει τους παραγωγούς της για βελτιώσεις στον τρόπο καλλιέργειας της τομάτας. Παράδειγμα η χρήση του βιοδιασπώμενου πλαστικού υλικού, όταν είναι αναγκαία η διαφύλαξη των φυτών με πλαστικό (λιγότερα απορρίμματα στη περιοχή).
- Παρέχει δωρεάν ως λίπασμα στους γεωργούς, την ύλη που προκύπτει από τα υγρά απόβλητα του εργοστασίου.
- Ενημερώνει τους παραγωγούς ηλεκτρονικά μέσω των κινητών τους τηλεφώνων, όταν το προϊόν τους είναι έτοιμο για συγκομιδή.

2. «Η σχέση της με τους Έλληνες ελαιουργούς»

Οι ειδικοί του Άλτις συνεργάζονται στενά με Έλληνες ελαιουργούς, με τους οποίους μοιράζονται την πολυετή γνώση τους για πρότυπες ορθές πρακτικές στην καλλιέργεια, έκθλιψη και αποθήκευση του ελαιόλαδου. Ο ποιοτικός έλεγχος του Άλτις γίνεται στο εργαστήριο της Ελαΐς, είναι το πρώτο εργαστήριο τροφίμων που πιστοποιήθηκε από το Εθνικό Συμβούλιο Διαπίστευσης.

Περιβάλλον

1. «Μείωση περιβαλλοντικού αποτυπώματος».

Στόχος είναι να μειωθεί στο μισό η επίδραση των προϊόντων και των δραστηριοτήτων της εταιρίας στο περιβάλλον μέχρι το 2020. Μέσω συνεχής παρακολούθησης σε όλες τις λειτουργίες και τις δραστηριότητές της. Η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος πρέπει να γίνεται με συγκεκριμένο σχεδιασμό ώστε να έχει βραχυπρόθεσμα αλλά κυρίως μακροπρόθεσμα οφέλη.

Για την πραγματοποίηση αυτής της πολιτικής η Unilever έχει αναπτύξει τις εξής δράσεις:

- Ακολουθεί και τηρεί την εκάστοτε Εθνική και Κοινοτική Νομοθεσία που καλύπτει θέματα που αφορούν το περιβάλλον και την προστασία του, εφαρμόζοντας αυστηρά τους ανάλογους κανόνες και οδηγίες.
- Συνεργάζεται και διατηρεί άριστες σχέσεις με τις εθνικές και τοπικές αρχές που είναι αρμόδιες για την προστασία του περιβάλλοντος
- Εφαρμόζει τις πλέον κατάλληλες βιομηχανικές πρακτικές και διεργασίες.
- Λειτουργεί με σεβασμό στην προστασία του περιβάλλοντος και προλαβαίνει πιθανούς περιβαλλοντικούς κινδύνους.
- Διαθέτει σε συνεργαζόμενους εξειδικευμένους φορείς απορριπτόμενα υλικά προς ανακύκλωση, όπου αυτό είναι τεχνικά εφικτό.
- Παρέχει την κατάλληλη εκπαίδευση στο προσωπικό της.
- Διατηρεί εσωτερικά προγράμματα περιβαλλοντικών επιθεωρήσεων από έμπειρους επιθεωρητές, για να ελέγχεται και να βεβαιώνεται η συμφωνία με την Πολιτική της και με τους Εθνικούς και Κοινοτικούς Κανονισμούς.
- Διαθέτει διαδικασίες καταγραφής και διερεύνησης όλων των πιθανών περιβαλλοντικών συμβάντων και λαμβάνει τα μέτρα που θα προλάβουν την εκδήλωσή τους.
- Οι υπάλληλοι των γραφείων έχουν το δικαίωμα μίας ημέρας εργασίας από το σπίτι την εβδομάδα, για την βελτίωση της ποιότητας ζωής και τη μείωση των ρύπων μετακίνησης.

2. «Συμπύκνωση των απορρυπαντικών»

Στόχος είναι η μείωση των καυσίμων για τη μεταφορά. Είναι γεγονός πως το πλύσιμο των ρούχων χρησιμοποιεί φυσικούς πόρους και παράγει απόβλητα, τα οποία έχουν επίδραση στο περιβάλλον, για αυτό το λόγο η Unilever λάνσαρε τα νέα συμπυκνωμένα προϊόντα Skip, Omo και Cajoline, έκανε ένα μεγάλο βήμα για την προστασία του περιβάλλοντος. Ουσιαστικά ένταξε τα προϊόντα στο σχέδιο «Καθαρότερος Πλανήτης», που στοχεύει σε αειφόρες πρακτικές στο πλύσιμο των ρούχων.

Παράλληλα παρέχει ενημέρωση και συμβουλές μέσω διαφημιστικών εκστρατειών, ιστοσελίδας βοηθώντας τους καταναλωτές να χρησιμοποιούν τα προϊόντα αποτελεσματικότερα.

Το αποτέλεσμα στην Ελλάδα είναι η εξοικονόμηση 3.092 τόνων νερού από τη σύνθεση του προϊόντος ποσοστό 85% που ισοδυναμούν με 2,1 Ολυμπιακά κολυμβητήρια καταδύσεων.

3. «Συνολικά η εταιρία μείωσε την κατανάλωση νερού κατά 23%. Τα απορρίμματα κατά 22,7% και τους ρύπους κατά 15,6%»

Η εξοικονόμηση πραγματοποιήθηκε μέσω της:

- Μέτρησης σε όλα τα εργοστάσια, κάθε μήνα, την ενέργεια, τα καύσιμα, το νερό, τους φυσικούς πόρους και την παραγωγικότητα
- Διαθέτει για ανακύκλωση ή άλλη χρήση τα απορρίμματα

- Εκπαιδεύει τους ανθρώπους της ώστε να κτίζεται η περιβαλλοντική συνείδηση και μέσα στο χώρο εργασίας αλλά και μέσα στην οικογένεια και την κοινωνία.
- Επιθεωρεί τις εγκαταστάσεις
- Εφαρμόζει το σύστημα Περιβαλλοντική Διαχείρισης όπου είναι πιστοποιημένο με το πρότυπο ISO 14001 του 2004
- Κάνει σύγκριση με άλλα ομοειδή εργοστάσια για την «περιβαλλοντική τους επίδοση»

4. «Μέσα στο 2010 μείωσε την ηλεκτρική ενέργεια σε κεντρικά γραφεία κατά 28%»

Το αποτέλεσμα αυτό προέκυψε από την ισχυρή θέληση όλων και τη στενή ομαδική εργασία.

5. «Μέλημα της εταιρίας είναι η προστασία του περιβάλλοντος τόσο κατά τη διαδικασία παραγωγής όσο και στη λειτουργία των γραφείων της»

Παρακολουθεί τους Περιβαλλοντικούς της δείκτες σε μηνιαία και σε τρίμηνη βάση. Στο σύνολο των εργοστασίων από το 2009 έως το 2010, πέτυχε σημαντικές μειώσεις σε κατανάλωση ενέργειας -14,4%, νερού - 23%, εκπομπών CO₂-14,9% και σε απορρίμματα -23%.

- Το 2010 μετέφερε τις παραγωγικές της δραστηριότητες από άλλα εργοστάσια στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό στο εργοστάσιο του Ρέντη. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να χρησιμοποιεί κοινές πηγές ενέργειας για την παραγωγή των προϊόντων στοχεύοντας έτσι σε ακόμη μεγαλύτερη μείωση των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα για την περίοδο 2011-2012

- Χρησιμοποιεί όλο και περισσότερο τις θαλάσσιες μεταφορές μειώνοντας έτσι τις εκπομπές CO₂ από τις χερσαίες μεταφορές, ενώ ενοποίησε το δίκτυο των αποθηκών της και εφάρμοσε βέλτιστες πρακτικές, όπως το φωτισμό χαμηλής ενέργειας.

- Ξεκίνησε τη κατασκευή νέας εγκατάστασης κεντρικής αποθήκευσης στο Σχηματάρι

- Πρόσθεσε νέες γραμμές παραγωγής στο εργοστάσιο Ελαΐς στον Πειραιά.

«Ανακυκλώνει το 90% των στερεών απορριμμάτων της».

Η ανακύκλωση οδηγεί σε μία σειρά από θετικά αποτελέσματα. Στόχος της είναι η μείωση του όγκου των απορριμμάτων, η μείωση της ρύπανσης της ατμόσφαιρας, των υπόγειων υδάτων αλλά και του εδάφους, επιπλέον εξοικονομείται ενέργεια και δεν εξαντλούνται οι φυσικοί πόροι του πλανήτη.

Η Ελαΐς-Unilever Hellas συνεργάζεται με την Ελληνική Εταιρία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης για την ανακύκλωση καταναλωτικών απορριμμάτων σε όλη την Ελλάδα (μπλε κάδοι) με στόχο να συμβάλλει ενεργά στην ελαχιστοποίηση των επιδράσεων προς το περιβάλλον. Η Ελαΐς-Unilever Hellas υπήρξε ιδρυτικό μέλος της ΕΕΑΑ, το 2010 στήριξε το έργο της με 800.000 ευρώ.

«Χρησιμοποιεί ψυγεία νέας τεχνολογίας».

Από το 2003 αγοράζει στην Ελλάδα ψυγεία παγωτού φιλικά προς το περιβάλλον, τα οποία αποτελούν πλέον το 50% του συνόλου των ψυγείων της. Το όφελος για το περιβάλλον στοχεύει σε 2 παραμέτρους:

- Στο ψυκτικό υγρό που δεν καταστρέφει το όζον
- Στη χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας

«Μείωση των επιπτώσεων και από τις τηλεοπτικές διαφημίσεις».

Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της διακίνησης των τηλεοπτικών διαφημίσεων ηλεκτρονικά. Είναι ένας ακόμα τομέας όπου πέτυχε η εταιρία όχι μόνο στην οικονομία λόγω μειωμένου κόστους αλλά και στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

6. «Αειφόρος καλλιέργεια»

Η αειφόρος καλλιέργεια στο εργοστάσιο της στη Γαστούνη ακολουθεί τον κώδικα της αειφόρου γεωργίας της Unilever για συνεχή βελτίωση σε αειφόρες πρακτικές καλλιέργειας.

Πραγματοποιεί τις εξής ενέργειες:

- Ελάχιστη χρήση λιπασμάτων.
- Παίρνει μέτρα για την αποφυγή της έκλυσης του αζώτου στο περιβάλλον.
- Ελέγχει τις ποικιλίες για ασθένειες και ζιζάνια.
- Υιοθετεί βιολογικές τεχνικές
- Μειώνει τα φυτοπροστατευτικά προϊόντα και τα αντικαθιστά με πιο φιλικά προς το περιβάλλον.
- Διατηρεί τη γονιμότητα του εδάφους με σχέδια εναλλαγής καλλιεργειών στον ίδιο αγρό.
- Προστατεύει το περιβάλλον με την απαγόρευση της καύσης του πλαστικού νάιλον εδαφοκάλυψης.
- Μετρά τα αέρια του θερμοκηπίου για την αγροτική παραγωγή προκειμένου να μειωθεί το αποτύπωμα των εκπομπών άνθρακα.
- Κάνει σωστή διαχείριση του νερού με στόχο η άρδευση να γίνεται σύμφωνα με τις ανάγκες της καλλιέργειας.

7. «Διανομές με στόχο την αειφορία»

Μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της Unilever μέσα από ένα πρόγραμμα αειφορίας στα Logistic (διανομή-αποθήκευση-μεταφορές). Στόχος είναι η μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στην Ευρώπη, μεταφέροντας το 30% των φορτίων της με τρένα και πλοία. Η διακίνηση πραγματοποιείται με:

- συγκεντρωτικές αποστολές προϊόντων
- ακολουθείται πάντα η βέλτιστη διαδρομή

8. «Με στόχο ένα καλύτερο αύριο»

Η Unilever είναι ο πρώτος παραγωγός τσαγιού που δεσμεύτηκε να προμηθεύεται τις πρώτες ύλες για το τσάι για όλα τα σακουλάκια Lipton, μόνο από καλλιέργειες πιστοποιημένες από τη μη κυβερνητική οργάνωση Rainforest Alliance. Δημιούργησε τις δικές τις φυτείες σε συνεργασία με την παραπάνω οργάνωση στην Κένυα και την Τανζανία.. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να βελτιώσει το επίπεδο ζωής των ανθρώπων στις περιοχές αυτές και των οικογενειών τους. Τους προσφέρει στέγαση, πλήρη ιατροφαρμακευτική φροντίδα με νοσοκομεία και κέντρα υγείας καθώς και σχολική εκπαίδευση για τα παιδιά.

Συμμετογή σε Συνέδρια και Ημερίδες

Με σκοπό να βοηθήσουν τον κόσμο να βελτιώσει το επίπεδο της υγείας του και κατά συνέπεια της ζωής του.

- Ημερίδες σε όλη την Ελλάδα με την Επιστημονική επιμέλεια του Ινστιτούτου Πρόληψης, Υγείας, Διατροφής & Άθλησης σκοπό είχαν την ενημέρωση των νέων για τη σωστή διατροφή
- Καρδιολογικά συνέδρια 9 και 2 παιδιατρικά που αφορούσαν τη Παιδική Παχυσαρκία
- Δημιουργία περιπτέρου Breakfast Festival που πραγματοποιήθηκε στο Μετρό του Συντάγματος. Διεξάχθηκαν διαδραστικά παιχνίδια που είχαν ειδικά σχεδιαστεί για την παράλληλη ψυχαγωγία και ενημέρωση των παιδιών, αλλά και η ομιλία που έγινε για τη σημασία των λιπαρών, τα παιδιά και γονείς που προσήλθαν έμαθαν για τη διατροφική αξία του Βιτάμ όπως και για την οδοντική υγεία από την ΑΙΜ.
- Εκδήλωση ενημέρωσης και μέτρησης αρτηριακής πίεσης στην Παγκόσμια Ημέρα Υπέρτασης

Διακρίσεις-Πιστοποιήσεις-Βραβεία

Η Unilever Ελαΐς προκειμένου να στρέψει την παραγωγή φοινικέλαιου προς αειφόρες καλλιέργειες, στηρίζει τη πρωτοβουλία πιστοποίησης φυτειών από την Green Palm πριμοδοτώντας τους καλλιεργητές που επιλέγουν αειφόρες μεθόδους γεωργίας. Οι καλλιέργειες αυτές είναι ο μόνος τρόπος για να σταματήσει η καταστροφή των δασών της Ινδονησίας ενός από τους μεγαλύτερους πνεύμονες πρασίνου της Γης. Η εταιρία εξασφάλισε επαρκή αριθμό πιστοποιητικών Green Palm» τα οποία καλύπτουν το σύνολο των ετήσιων αναγκών της εταιρίας σε φοινικέλαιο για την ευρωπαϊκή αγορά.

Η Unilever διακρίθηκε με την πρώτη θέση στο τομέα τροφίμων και ποτών βάσει των παγκόσμιων δεικτών αειφορίας του Dow Jones.

Βραβεία

Τα βραβεία και οι διακρίσεις που έχουν απονεμηθεί στην ΕΛΑΪΣ-UNILEVER HELLAS, είναι η επιβράβευση της μακροχρόνιας προσπάθειας όλων των εργαζομένων, με στόχο την επιχειρηματική αριστεία.

1994

- ISO9001 πιστοποιείται στο Πρότυπο Διαχείρισης Ποιότητας

1995

- Ευρωπαϊκό Βραβείο Κοινωνικής Προσφοράς για τις καινοτόμες πρακτικές της.
- Έπαινος ΟΜΕΠΟ για: το ολοκληρωμένο χορηγικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα «ΕΛΙΑ-ΕΛΑΪΣ-ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ». Για την αναπαλαίωση και συντήρηση νεοκλασικού κτιρίου εντός του εργοστασίου.
- Βραβείο της Unilever για την εξαιρετική επίδοση της εταιρίας σε θέματα ασφάλειας του προσωπικού.

1996

- Διάκριση σε διαγωνισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις καλές πρακτικές της σε θέματα προαγωγής της υγείας.
- EQA: Δεύτερη καλύτερη εταιρία στην Ευρώπη για την Επιχειρησιακή της τελειότητα.
- ΕΒΕΑ-Βραβείο Κοινωνικής Ευθύνης για τη συνολική κοινωνική της συμβολή.

2000

- Total Perfect Manufacturing 1^ο Βραβείο
- Ολική Ποιότητα στην Παραγωγή, από το Ιαπωνικό Ινστιτούτο Παραγωγικής Συντήρησης

2001

- Αριστείο Κοινωνικής Προσφοράς

- ISO9001: Έκδοση 2000.
- EBEA 2001: 1^ο Βραβείο «Επιχείρηση & Περιβάλλον 2001»
- ΕΛΟΤ 1416: Σύστημα Ανάλυσης Κινδύνων & Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου Ασφάλειας Προϊόντων.

2003

- OHSAS18001: Υγιεινή & Ασφάλεια στην Εργασία.

2004

- Χρυσό Βραβείο Ανάπτυξης
- 2^η θέση στο διαγωνισμό του ALBA Great Place to work Europe για το εργασιακό της περιβάλλον.

2005

- 1^η θέση για την Unilever Hellas και 2^η θέση για το Ελαΐς στο διαγωνισμό του ALBA για το εργασιακό τους περιβάλλον.

2007

- 1^ο βραβείο στο διαγωνισμό «Leading Companies in Greece 2006» στο κριτήριο της Διοικητικής Αποτελεσματικότητας.
- Βράβευση του προέδρου της εταιρίας από την ΕΔΕΕ ως Manager of the Year.

2009

- EBEN: Χρυσό βραβείο στα Business Ethics Excellence Award EBEN στους τομείς: Κοινωνική Προσφορά, Ενέργειες για το Περιβάλλον και Επιχειρησιακή Ανάλυση.

2010

- Αριστείο από το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδας στην ενότητα «Δράσεις Marketing που περιλαμβάνουν Κοινωνικό Σκοπό», για τη συνεργασία της εταιρίας με το Παγκόσμιο Πρόγραμμα Σίτισης.
- Στα Retail Business Awards στην κατηγορία non-foods. Οι πιο στενοί της συνεργάτες την ψήφισαν ως τον Καλύτερο Προμηθευτή.
- 3 Χρυσά, 3 Ασημένια και 6 Χάλκινα στην Τελετή Απονομής Ermis Awards για την Hellmann's το Dove, το Lipton, την AIM και το Rexona.
- 2^η θέση στο διαγωνισμό Best Workplaces για εταιρίες μεγαλύτερες των 250 ατόμων.

Πιστοποιήσεις

Η σημασία των πιστοποιήσεων για την εταιρία είναι μεγάλη καθώς επιβεβαιώνουν την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρει και την διαδικασία που ακολουθεί.

2008

- ISO9001 Διεθνές πρότυπο που σχετίζεται με την διαχείριση ποιότητας
- OHSAS 18001 Διεθνές πρότυπο που θέτει απαιτήσεις για την Διαχείριση Συστημάτων Υγιεινής και Ασφάλειας.
- ISO 14001 Διεθνές πρότυπο που καθορίζει τις απαιτήσεις για να αναγνωριστούν, ελεγχθούν και παρακολουθηθούν οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις κάθε παραγωγικής διαδικασίας.
- ISO 22000 Έχει αντικειμενικό σκοπό να βοηθήσει στην επικέντρωση των κινδύνων που επηρεάζουν την ασφάλεια των τροφίμων μέσω της συστηματικής αναγνώρισης, του ορισμού και της εφαρμογής κρίσιμων σημείων ελέγχου.
- ISO 17025 πρότυπο που σημαίνει ότι το εργαστήριο διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας έχει τις τεχνικές και διοικητικές ικανότητες να διεξάγει συγκεκριμένες δοκιμές, μετρήσεις και εξακριβώσεις σύμφωνα με συγκεκριμένο εξοπλισμό και εντός συγκεκριμένων και δηλωμένων ορίων ακρίβειας. Η διαπίστευση ενός εργαστηρίου αποτελεί την επίσημη αναγνώριση της τεχνικής επάρκειας και της αξιοπιστίας του, χαρακτηριστικά ιδιαίτερα σημαντικά για την διεξαγωγή δοκιμών που σχετίζονται με την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων.

Η UNILEVER για το Μέλλον.

Για τα επόμενα χρόνια έχει δεσμευτεί:

- 1.** Μέχρι το 2020 να μειώσει στο μισό την επίδρασή των προϊόντων της στο περιβάλλον
- 2.** Να προμηθεύεται το 100% των γεωργικών της πρώτων υλών από αειφόρες πηγές
- 3.** Να βοηθήσει τους συνανθρώπους να βελτιώσουν την υγεία τους και την ποιότητα ζωής τους.
- 4.** Να βελτιώσει την ευημερία των ανθρώπων.
- 5.** Δεσμεύεται για το 2011 να μειώσει το επίπεδο του αλατιού στα τρόφιμα έως και κατά 25%.
- 6.** Μέσα στο 2011 να αυξηθεί ο αριθμός των εξεταζόμενων παιδιών από τις κινητές μονάδες AIM.
- 7.** Μέσα στο 2011 να γίνει η περαιτέρω μείωση των δεικτών κατά 6% για την ενέργεια, 5% για το νερό, 5% για τους ρύπους και 7% για τα απορρίμματα.
- 8.** Μέχρι το 2012 να πραγματοποιηθεί η αγορά ψυγείων νέας τεχνολογίας που καταναλώνουν κατά 30% λιγότερη ενέργεια.
- 9.** Μέσα στο 2011 θα δοκιμάσει σε επιλεγμένους αγρούς όργανα μέτρησης της εδαφικής υγρασίας, που θα υποδεικνύουν την πιο κατάλληλη χρονική στιγμή για να γίνει άρδευση έτσι ως το 2013 να επιτύχει τη μείωση της κατανάλωσης νερού άρδευσης τουλάχιστον κατά 20%.
- 10.** Μέχρι το 2015 αντικατάσταση όλου του φοινικέλαιου που χρησιμοποιεί, με φοινικέλαιο από πιστοποιημένες αειφόρες πηγές σε παγκόσμιο επίπεδο.
- 11.** Μέχρι τέλος του 2011 κάλυψη το εξόδων κίνησης και ασφάλειας των 5 σχολικών λεωφορείων που μεταφέρουν τα παιδιά του Προγράμματος Πρώιμης Εκπαιδευτικής και Θεραπευτικής Παρέμβασης- Μονάδα Ειδικής Προσχολικής Αγωγής.
- 12.** Στόχος για το 2011 για την ασφάλεια είναι μηδενικός αριθμός ατυχημάτων.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι δύσκολο να προσδιοριστεί ακριβώς. Στην εργασία γίνεται αποδεκτό ότι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ονομάζεται η ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών αξιών στη στρατηγική και στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων, σε εθελοντική βάση. Η ΕΚΕ εστιάζει στην «τριπλή βασική αρχή», η οποία αφορά τόσο τη χρηματοοικονομική όσο και την κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση μίας επιχείρησης. Η ΕΚΕ αναφέρεται σε δράσεις και ποικίλους τομείς όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα, τα εργασιακά δικαιώματα, η περιβαλλοντική προστασία, η ανάμιξη στην ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων και δόμηση σχέσεων στην αλυσίδα εφοδιασμού και με τους επιχειρηματικούς εταίρους.

Σχετίζεται με διάφορες άλλες έννοιες. Τέτοιες είναι η επιχειρηματική ηθική, που σχετίζεται με την εφαρμογή γενικών ηθικών ιδεών στην επιχειρησιακή συμπεριφορά, η έννοια της κουλτούρας, δηλαδή της προσωπικότητας της κάθε επιχείρησης, η ιδιότητα του εταιρικού πολίτη, σύμφωνα με την οποία η επιχείρηση αναλαμβάνει να διαχειριστεί δικαιώματα και υποθέσεις που αφορούν τον πολίτη, η εταιρική διακυβέρνηση, που αναφέρεται στο σύστημα του καταμερισμού της εξουσίας μέσα στον οργανισμό και συνδέεται με την ανάγκη για διαφάνεια και κοινωνική αναφορά και τέλος, τα ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία εμπλέκονται με τις δράσεις τους στη λειτουργία και τις αποφάσεις της επιχείρησης.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εμφανίστηκε ως ιδέα στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Το γεγονός ότι η επιχείρηση έχει ένα διευρυμένο ρόλο στην κοινωνία συνδέθηκε με την αρχή της αγαθοεργίας και της εταιρικής φιλανθρωπίας (η επιχείρηση παρέχει εθελοντική βοήθεια), καθώς και με την αρχή της διαχείρισης (η επιχείρηση λειτουργεί ως κοινωνικός θεματοφύλακας). Παρατηρείται η ανάληψη μίας πληθώρας πρωτοβουλιών από διεθνείς οργανισμούς, επιχειρήσεις, χώρες, ακόμη και μεμονωμένα άτομα, οι οποίες ασχολήθηκαν με την ΕΚΕ σε επίπεδο σεβασμού των ανθρώπινων δικαιωμάτων, παροχής κατευθυντήριων γραμμών ως προς την δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων, κοινωνικής αναφοράς, καταπολέμηση της διαφθοράς, διασφάλισης των εργασιακών δικαιωμάτων και προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει αποκτήσει εσωτερική και εξωτερική διάσταση. Η πρώτη αφορά κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές μέσα στην επιχείρηση, ενώ η δεύτερη σχετίζεται με τη σχέση αλληλεπίδρασης, που δημιουργείται ανάμεσα στη επιχείρηση και τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως οι τοπικές κοινότητες, οι δημόσιες αρχές κα.

Επίσης η σύγχρονη μορφή της ΕΚΕ περιλαμβάνει τρία βασικά εργαλεία με τα οποία μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης. Η Κοινωνικά Υπεύθυνη Διαχείριση περιλαμβάνει κώδικες συμπεριφοράς, πρότυπα διαχείρισης και αναφοράς, τα οποία προσφέρουν αρχές, συστήματα διαδικασιών, βήματα εφαρμογών, δείκτες και μεθόδους μέτρησης, αξιολόγησης και αναφοράς. Η Κοινωνικά Υπεύθυνη Κατανάλωση ασχολείται με το ηθικό και δίκαιο εμπόριο και περιλαμβάνει κοινωνικά και περιβαλλοντικά σήματα, τα οποία πιστοποιούν την ενσωμάτωση κοινωνικών και οικολογικών κριτηρίων στην παραγωγική διαδικασία. Τέλος η Κοινωνικά Υπεύθυνη Επένδυση σχετίζεται με αμοιβαία κεφάλαια, επενδύσεις κα.

Παράγοντες που κυρίως έδωσαν ώθηση στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνδέονται με τα αυξανόμενα αιτήματα του κοινωνικού συνόλου και των δημόσιων αρχών, για διαφάνεια και κοινωνικό απολογισμό εκ μέρους των επιχειρήσεων, κυρίως μετά το ξέσπασμα μεγάλων λογιστικών σκανδάλων

Οφέλη για μία επιχείρηση από την υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ αποτελούν η βελτίωση της χρηματοοικονομικής απόδοσης και η μείωση του λειτουργικού κόστους, η αύξηση του κύρους και η απόκτηση θετικής φήμης, η αύξηση των πωλήσεων και της προσήλωσης των καταναλωτών σε αυτή, η προσέλκυση του ανθρώπινου δυναμικού, η δυνατότητα για

μειωμένη εποπτεία από τις ρυθμιστικές αρχές κα. Για την κοινωνία σημαντικό όφελος αποτελεί το γεγονός ότι μέσω της ενσωμάτωσης αξιών ΕΚΕ ανοίγει ο δρόμος προς την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης, με ταυτόχρονη προστασία των πόρων για την ανάπτυξη του αύριο και την ικανοποίηση των αναγκών του μέλλοντος.

Από την άλλη πλευρά η ΕΚΕ συνεπάγεται και κόστος, το οποίο αφορά το χρόνο και το κόστος που απαιτούνται για την επένδυση σε πολιτικές και εργαλεία ΕΚΕ, ιδιαίτερα από Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν την κατάλληλη τεχνογνωσία και τους απαραίτητους πόρους. Επίσης τα ασαφή όρια της ΕΚΕ ως νέας πρακτικής σε συνδυασμό με την έλλειψη νομοθεσίας και την αβεβαιότητα ως προς την αξιοπιστία και την αποτελεσματικότητα των εργαλείων και των πολιτικών δράσης μπορεί να δημιουργήσουν επιπρόσθετο κόστος για την επιχείρηση. Αξιοσημείωτη είναι η κριτική που έχει υποστεί η ΕΚΕ ως μία πρακτική επιφανειακή, με μόνο στόχο να ωραιοποιήσει την εικόνα των επιχειρήσεων, να αυξήσει τα εταιρικά κέρδη χωρίς ουσιαστική συμβολή στην κοινωνική ευημερία.

Παρά ταύτα ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις υιοθετούν πολιτικές ΕΚΕ και τις διαβιβάζουν προς τα ενδιαφερόμενα κοινά τους. Παρατηρείται η ενσωμάτωση πρακτικών σχετικά με τη διαφύλαξη της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία με την προστασία του περιβάλλοντος, την ενθάρρυνση βιώσιμων τρόπων καλλιέργειας και με την ανακύκλωση, την καταπολέμηση των φυλετικών διακρίσεων στο χώρο εργασίας, εκστρατείες ενημέρωσης που αφορούν σοβαρές ασθένειες, καθώς και πολιτικές για την αντιμετώπιση ηθικών διλλημάτων στη διαχείριση και τη διαφθοράς.

Η σημασία που αποδίδεται πλέον στις συγκεκριμένες πρακτικές και στην κοινωνική υπευθυνότητα διακρίνεται από τον αυξανόμενο αριθμό εργαλείων και δεικτών μέτρησης της, αλλά και από την επιβράβευση των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων μέσα από λίστες και βραβεία οργανισμών, του τύπου και άλλων σημαντικών φορέων, όπως για παράδειγμα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Στις εξελίξεις ως προς την ΕΚΕ σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο, δε μένει αμέτοχη και η Ελλάδα. Άλλωστε, η Ευρωπαϊκή Ένωση, στην οποία ανήκει η χώρα έχει δώσει μεγάλη βαρύτητα στο θέμα της ΕΚΕ και τη θεωρεί ένα μέσο για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων της. Πέρα από το αρμόδιο Υπουργείο Απασχόλησης και το Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, άλλοι φορείς που ενδιαφέρονται και συμμετέχουν ενεργά στην προώθηση της ΕΚΕ είναι το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων, αλλά και το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής, καθώς και Πανεπιστημιακά Ιδρύματα όπως το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών με τη συμβολή του στην εκπόνηση εργασιών.

Οι μελέτες που έχουν διεξαχθεί για την Ελλάδα τονίζουν την πολιτική διάσταση του όρου της ΕΚΕ και εστιάζουν κυρίως στον τομέα της κατανάλωσης. Στην ελληνική κοινωνία, οι έννοιες επιχείρηση-ενεργός πολίτης και καταναλωτής παραμένουν ζητούμενο. Δεν υπάρχει μεγάλη εξοικείωση με την έννοια της ΕΚΕ, η οποία πολλές φορές αντικαθίσταται από την έννοια κοινωνική συνείδηση. Η κοινωνική υπευθυνότητα ταυτίζεται, συνήθως με τη φιλανθρωπία και τη χορηγία, ενώ αφορά κυρίως την παραγωγική δραστηριότητα και όχι μία διευρυμένη ευθύνη προς το σύνολο. Επιπλέον, οι προσδοκίες των πολιτών ως προς την ΕΚΕ συνεχώς αυξάνονται, όμως από την άλλη, ο βαθμός εμπιστοσύνης τους σχετικά με τις κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές εμφανίζεται χαμηλός.

Από την πλευρά των επιχειρήσεων, σε γενικές γραμμές οι πρακτικές ΕΚΕ υποκινούνται από τις διεθνείς εταιρικές πολιτικές από εξειδικευμένα στελέχη, ενώ το προσωπικό δε συμμετέχει ενεργά, αλλά τυπικά ενημερώνεται για αυτές. Επίσης οι έρευνες εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στις Ελληνικές επιχειρήσεις (μεγάλες-θυγατρικές, ΜΜΕ). Η ΕΚΕ αξιολογείται ως ιδιαίτερα σημαντική από τις ελληνικές επιχειρήσεις με πολιτικές που αφορούν τις συνθήκες εργασίας, την ηθική, τα ανθρώπινα δικαιώματα και την εταιρική διακυβέρνηση. Ωθείται από την ανάγκη για θετική φήμη, προσέλκυση

ανθρώπινου δυναμικού, διαφάνεια ή απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αν και οι επιχειρήσεις στον ελληνικό χώρο δυσκολεύονται στην ανάπτυξη δράσεων (ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες) που αφορούν την αλληλεπίδραση όλων των ενδιαφερόμενων μερών, ωστόσο, αναγνωρίζουν ότι η ΕΚΕ αποτελεί επένδυση και πρέπει να ενσωματωθεί στις λειτουργίες τους.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η ΕΚΕ βρίσκεται σε ένα σταυροδρόμι, διότι δημιουργείται το ερώτημα για το πιο μπορεί να είναι το μέλλον της. Αποτελεί μήπως μία τάση η οποία απλά θα ξεπεραστεί. Μήπως η ΕΚΕ φτάσει σε πλήρη εκπλήρωσή και ολοκλήρωση μέσω της θεσμοθέτησης της στην επιχειρησιακή στρατηγική και δράση ή μήπως αργότερα πάρει κάποια άλλη μορφή;

Τέλος φτάνοντας στη σημερινή εποχή και στο δυσμενές κλίμα που έχει διαμορφωθεί σε παγκόσμιο και σε εθνικό επίπεδο μετά την πρόσφατη οικονομική ύφεση όπου έχει μειώσει τον ενθουσιασμό των επιχειρήσεων όσον αφορά στην εμπλοκή τους με την ΕΚΕ και στη υιοθέτηση δράσεων της. Τις κάνει να αποτρέψουν το ενδιαφέρον τους από αυτή διότι θεωρούν ότι οι λειτουργίες και οι δράσεις της ΕΚΕ είναι ασύμφωρες προς αυτές. Από την άλλη πλευρά όμως από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν προέκυψε η ξεκάθαρη δήλωση των καταναλωτών όπου θεωρούν ότι οι δράσεις ΕΚΕ είναι απαραίτητες τώρα παρά ποτέ άλλοτε. Η στάση των καταναλωτών είναι θετική προς τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις που επιδιώκουν όχι μόνο οικονομικούς αλλά και κοινωνικούς σκοπούς.

Άρα το συμπέρασμα είναι ότι και σε κατάσταση οικονομικής κρίσης η ουσιαστική ΕΚΕ είναι κρίσιμο στοιχείο για τη εξασφάλιση επιχειρηματικής αειφορίας και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, εφόσον βέβαια κατανοηθεί και υλοποιηθεί με υπεύθυνο τρόπο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αρβανιτογιάννης, Ι-Ευστρατιάδη, Μ. Μπουνταρόπουλος, Ι.(2000), ISO 9000& ISO 1400. Θεσσαλονίκη: University Studio Press-Εκδόσεις Επιστημονικών Βιβλίων και Περιοδικών.
- Γώγου, Π. (2004). «Η Κοινωνική Ευθύνη των Επιχειρήσεων», Πτυχιακή Εργασία Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου, Παράρτημα Καστοριάς, Τ.Ε.Ι Δυτικής Μακεδονίας.
- Δαμουλιάνου Χριστίνα, «Σε μεταβατικό στάδιο η ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα», Καθημερινή (06/03/0/2005, επανέκδοση 2011).
- Δαμουλιάνου Χριστίνα, «Ζητούμενο η επιχείρηση ενεργός πολίτης», Καθημερινή, (28/03/2004).
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή «Ανακοίνωση σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη Βιώσιμη Ανάπτυξη», COM(2002) 347 τελικό, Βρυξέλλες (02/07/2002).
- Dubrin, A. (1998). Βασικές αρχές μάνατζμεντ, Αθήνα: Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»
- Θανόπουλος, Γ. (2003) Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία, Αθήνα Εκδοτικός Οίκος «INTERBOOKS».
- Καλδής Βύρων, « Επιχειρήσεις και Ηθική», Εκδόσεις Ο.Π.Α, Αθήνα (2002)
- Κονταξή Μυρτώ, «Ερευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Ελληνικές Επιχειρήσεις», Εκδόσεις Ο.Π.Α, Αθήνα 2004
- Παπαδόπουλος Κ. Ιορδάνης «Επιχειρηματική Ηθική-Θεωρία & Εφαρμογές» Εκδόσεις Ο.Π.Α, Αθήνα (2002)
- Πεχλιβανίδης Γ. (1999) «Στρατηγικός Προγραμματισμός και Στρατηγικό Management των Επιχειρήσεων» Εκδόσεις Ο.Π.Α, Αθήνα.
- Ρεπρές, Κ. (2003). Ανάπτυξη και εφαρμογή ενιαίου διαχειριστικού συστήματος ποιότητας και περιβάλλοντος σύμφωνα με τα πρότυπα ISO 9001:2000 & ISO 14001: (1996), Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης.
- ΣΕΒ, «Χάρτα Δικαιωμάτων & Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Συνδέσμου Ελλήνων Βιομηχάνων.
- ΣΕΒ, «Δράσεις 2004-2005», Εκδόσεις Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.
- Στεφάνου Ιωάννα, Διπλωματική Εργασία «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων.
- Τζωρτζάκης, Κ. Τζωρτζάκης, Α. (1992), Οργάνωση και Διοίκηση, Αθήνα: Εκδόσεις Κ. Τζωρτζάκης.
- Χολέβας, Γ. (1995). Οργάνωση και Διοίκηση, Αθήνα: Εκδόσεις «INTERBOOKS»
- Αναλυτής, Νίκος «Ο σύγχρονος και σύνθετος ρόλος της Εταιρικής Δράσης» Εκδόσεις της «Καθημερινής» και του «Economist», (2010)
- Λ.Σ, «Οι Έλληνες καταναλωτές τιμωρούν τις κακές επιχειρήσεις». Ελευθεροτυπία, 07/07/2005, σελ 48

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (2010) Έρευνες και μελέτες. «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα, θέματα και προοπτικές»
<http://www.csrhellas.gr/CSR.gr/DiktioEliniko.pdf>. (2010-2011)
- Ελληνικό Δίκτυο για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2011) «Πράσινο Βιβλίο Προώθηση ενός Ευρωπαϊκού Πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»
http://www.csrhellas.gr/CSR.gr/prasini_vivlos_gr.pdf (2011)
- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Έννοιες, Ορισμοί, Παράγοντες της ΕΚΕ, Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Οικονομία, Οικονομική κρίση).
<http://www.csrhellas.gr/CSR.gr/>
- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (2011) «Τομείς Εφαρμογής Προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης».
<http://www.csrhellas.gr/CSRgr/efarmogiekegr.html> (2011).
- Εμπορική, (2003), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»
http://www.emporiki.gr/cdg/gr/press_speeches_story.jsp
- Ευρωπαϊκή Ένωση, «Εργαλεία Μέτρησης και Ελέγχου»
<http://www.minenv.gr/1/11/113/11308.html> (2006)
- Ευρωπαϊκή Ένωση Τι είναι το EMAS;
<http://www.minenv.gr/1/11/113/11308.html>
- Ημερήσια, (2010), «Κοινωνικές Επενδύσεις»
<http://www.disabled.gr/at/asp>.
- Καθημερινή, (03/11/2003) «Έλλειψη Επιχειρηματικής Παιδείας».
<http://www.news.kathemerini.gr/at/asp>.
- Μπάτος Κ. (2003) «Το νέο σύστημα EMAS II»
<http://www.plantmanagemewnt.gr/online/article.asp>
- Ντάκος, Γ. (2002), «Περιβαλλοντική πολιτική και Βιώσιμη βιομηχανική Ανάπτυξη»
http://www.plant_management.gr/online/article.asp (2010)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών (2011) «Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»
<http://www.fgi.org.gr/online/generic.aspx>
- Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, 92005) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»
<http://www.fgi.org.gr/online/generic.aspx>
- UNICEF, (2010), «Στοιχεία από μελέτες-έρευνες»
<http://www.unicef.gr/tm03a.php#2>.