

**ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

ΠΑΥΛΙΔΟΥ ΜΑΡΘΑ

A.M : 2570

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Μάρκος Κουργιαντάκης

Ηράκλειο, Νοέμβριος 2009

Στους γονείς μου,
για τη συνεχή ενθάρρυνση και υποστήριξη.

© 2009, ΤΕΙ Κρήτης

Ευχαριστίες

Με την περάτωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, μου δίνεται η ευκαιρία να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κ.Κουργιαντάκη Μάρκο για την καθοδήγηση και βοήθεια που μου έδωσε για την ολοκλήρωση της εργασίας μου.

Περίληψη

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης άρχισε να αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια με ολοένα περισσότερες επιχειρήσεις και οργανισμούς να την υιοθετούν. Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτυπώνει τις τάσεις που επικρατούν σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Επιπλέον, μέσα από πρωτογενή έρευνα με ερωτηματολόγια, διερευνώνται κάποιες πτυχές - ποιοτικά στοιχεία - σχετικά με τον τρόπο που οι ελληνικές επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται διαχειρίζονται και εφαρμόζουν δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Abstract

In the last decade, many firms adopt Corporate Social Responsibility (CSR) practices concerning the impact of their activities on the environment, consumers, employees, communities, stakeholders and all other members of the public sphere. This thesis firstly studies the principles, the theoretical background and the practical implementation of CRS in international and national level. The second part of the thesis refers to a survey research, created and conducted in order to analyse qualitative data concerning the way that large Greek firms applies CSR practices.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	iii
Περίληψη	iv
Περιεχόμενα.....	1
Εισαγωγή	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	3
1.1. Ορισμός.....	3
1.2. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών	5
1.3. Τομείς δράσεις και εφαρμογής	9
1.5. Ιστορική αναδρομή	13
1.6. Επιστημονικές απόψεις για την εταιρική κοινωνική ευθύνη.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ..	17
2.1. Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε.....	17
2.2. Τρόποι δημοσιοποίησης της Ε.Κ.Ε.....	19
2.3. Διεθνή πρότυπα εφαρμογής Ε.Κ.Ε. για τις επιχειρήσεις	22
2.4. Διεθνή πρότυπα εφαρμογής Ε.Κ.Ε. σε εθνικό επίπεδο.....	23
2.5. Διεθνής οργανισμοί και δίκτυα υποστήριξης της Ε.Κ.Ε.	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	28
3.1. Δράσεις Ε.Κ.Ε από τις ελληνικές επιχειρήσεις	28
3.2 Πως αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές την Ε.Κ.Ε.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ Ε.Κ.Ε. ΣΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	34
4.1. Σκοπός της έρευνας	34
4.2. Μεθοδολογία της έρευνας	34
4.3. Αποτελέσματα.....	36
4.3.1. VODAFONE - ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ.....	36
4.3.2. COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.	41
4.3.3. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	43
4.3.4. ALPHA BANK Α.Ε.....	46
4.3.5. WIND ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε.....	49
4.3.6. ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	53
4.3.7. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΥΔΡΕΥΣΗΣ (ΕΥΔΑΠ).....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	63
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	65

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια το θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έχει γίνει αντικείμενο μακροχρόνιας **διαμάχης** στον ακαδημαϊκό και επιχειρηματικό κόσμο. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη μεταμορφώθηκε από ένα οξύμωρο σχήμα σε μια ιδέα σχεδόν παγκόσμια αποδεκτή από όλα τα συστατικά μέρη της κοινωνίας, από τις κυβερνήσεις και τους οργανισμούς έως και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις και τους καταναλωτές.

Από το 2004 (που χαρακτηρίστηκε Ευρωπαϊκό Έτος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη) έως σήμερα, το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γίνεται όλο και πιο επίκαιρο, καθώς οι πιέσεις προς τις Επιχειρήσεις για τη δημιουργία και τη διατήρηση Υψηλών Προτύπων Εσωτερικής Διακυβέρνησης εντείνονται. Η Δικτύωση των Επιχειρήσεων με στόχο την προώθηση και διάδοση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις Επιχειρήσεις έχει ξεκινήσει σε Πανευρωπαϊκό Επίπεδο από το Δίκτυο CSR Europe, ενώ σε Εθνικό Επίπεδο περισσότερες από 15 ευρωπαϊκές χώρες έχουν δημιουργήσει Εθνικά Δίκτυα για την προώθηση του σκοπού αυτού.

Στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από θεωρητική και πρακτική σκοπιά. Αρχικά (Κεφάλαια 1-3), παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο και οι σύγχρονες διεθνής και ελληνικές τάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το Κεφάλαιο 4 παρουσιάζει το σκοπό, τη μεθοδολογία και τα αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας σε μεγάλες ελληνικές εταιρίες για τα ζητήματα και τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η πτυχιακή εργασία ολοκληρώνεται με κάποια βασικά συμπεράσματα και επισημάνσεις για περαιτέρω έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1.1. Ορισμός

Οι επιχειρήσεις είναι οντότητες άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται. Πέρα από τα στενά όρια της οικονομικής τους λειτουργίας, οι επιχειρήσεις πρέπει να ενδιαφέρονται για την ποιότητα ζωής των διαφόρων ομάδων που επηρεάζονται από και επηρεάζουν την δράση τους. Οφείλουν επομένως να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί απέναντι στην κοινωνία και στο περιβάλλον και να σέβονται τις αρχές και τις αξίες που χαρακτηρίζουν τον σύγχρονο πολιτισμό (π.χ. να επιδεικνύουν σεβασμό προς τον άνθρωπο και την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, να παρέχουν ίσες ευκαιρίες, να σέβονται το περιβάλλον και να βελτιώνουν το βιοτικό επίπεδο και την ποιότητας ζωής). Ο όρος “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη” (Corporate Social Responsibility¹) αναφέρεται σε όλες εκείνες τις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση ποικίλων περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων.

Λόγω του πολυσύνθετου χαρακτήρα της έννοιας δεν υπάρχει ένα κοινά αποδεκτός ορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο. Η διαφορετικότητα των ορισμών συνδέεται με τη διαφορετική φιλοσοφία, το διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας, την διαφορετική ιστορική διαδρομή και τις διαφορετικές προτεραιότητες που υπάρχουν στις διάφορες περιφέρειες (Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή²). Μερικοί από τους ορισμούς που αντικατοπτρίζουν την ποικιλία των προσεγγίσεων είναι οι παρακάτω:

¹ Σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ο αντίστοιχος όρος στα αγγλικά είναι Corporate Social Responsibility. Στα αγγλικά υπάρχουν πολλοί όροι για να περιγράψουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη όπως: Corporate Citizenship, Social Responsibility, Social Responsiveness, Corporate Responsibility. Στα ελληνικά απαντάται επίσης ο όρος επιχειρηματική κοινωνική ευθύνη.

² Στο εξής για λόγους ευκολίας η βιβλιογραφική αναφορά στο «Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή» θα αναφέρεται ως CSR Hellas. Πηγή: www.csrhellas.org

“Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη”

(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2001)

“Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους”

(CSR Hellas)

“Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα.”

(WBCSD, 1998)

Σύμφωνα με την CSR Hellas (CSR Hellas, 2008) τα κοινά σημεία σε όλους τους ορισμούς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε) είναι ο εθελοντικός της χαρακτήρας, η στενή σχέση της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και ότι είναι στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι απλά δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή. Πιο αναλυτικά, η Ε.Κ.Ε. είναι:

- ▶ μια πλατφόρμα κοινωνικού διαλόγου, καθώς επενδύει στην αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη που δημιουργείται στα ενδιαφερόμενα μέρη
- ▶ ένα επίπεδο αμοιβαίας εμπιστοσύνης και σεβασμού όπου παρέχει ευκαιρίες και συνεχείς βελτιώσεις.
- ▶ μια επένδυση που αποφέρει αποτελέσματα μακροπρόθεσμα, τα οποία συχνά δεν μπορούν να μετρηθούν άμεσα αλλά φαίνονται μέσα από την καθημερινότητα όλων.
- ▶ μια πηγή καινοτομίας, η οποία διευκολύνει στη δημιουργία λύσεων που αν αξιοποιηθούν αποφέρουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Για παράδειγμα, η Ε.Κ.Ε. παρέχει λύσεις σε πραγματικά προβλήματα που αντιμετωπίζει μια

επιχείρηση ή μια περιοχή όπως η καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού και η μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.

Από την άλλη πλευρά, ως Ε.Κ.Ε. δεν μπορεί να ορισθεί:

- ▶ απλά και μόνο η συμμόρφωση με τη νομοθεσία, καθώς μια τέτοια συμμόρφωση είναι προϋπόθεση για την νόμιμη λειτουργία μιας επιχείρησης.
- ▶ απλά και μόνο η φιλανθρωπία και εμπορική χορηγία, αφού η Ε.Κ.Ε δεν καλύπτει μόνο φιλανθρωπικές δράσεις και εμπορικές χορηγίες.
- ▶ απλά και μόνο οι δημόσιες σχέσεις
- ▶ απλά και μόνο οι εξαγγελίες για δράσεις που προστατεύουν το περιβάλλον και περιέχουν και κοινωνική ευαισθησία.

Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλές φορές η έννοια της Ε.Κ.Ε. συγχέεται με τον όρο κοινωνικό μάρκετινγκ (social marketing). Αν και οι δύο όροι έχουν ως πεδίο αναφοράς περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα, όρος Κοινωνικό Μάρκετινγκ αποτελεί υποκατηγορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και πιο συγκεκριμένα είδος πρωτοβουλίας-προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με βασικότερο στόχο την προβολή της κοινωνικής δράσης της επιχείρησης (Wikipedia). Η ευρύτερη έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στοχεύει να διαμορφώσει το κλίμα στο οποίο οι επιχειρηματίες θα είναι σεβαστοί όχι μόνον επειδή παράγουν κέρδη αλλά και για την σωστή συνεισφορά τους και την ανταπόκρισή τους στις κοινωνικές προκλήσεις και ευαισθησίες του σήμερα και του αύριο.

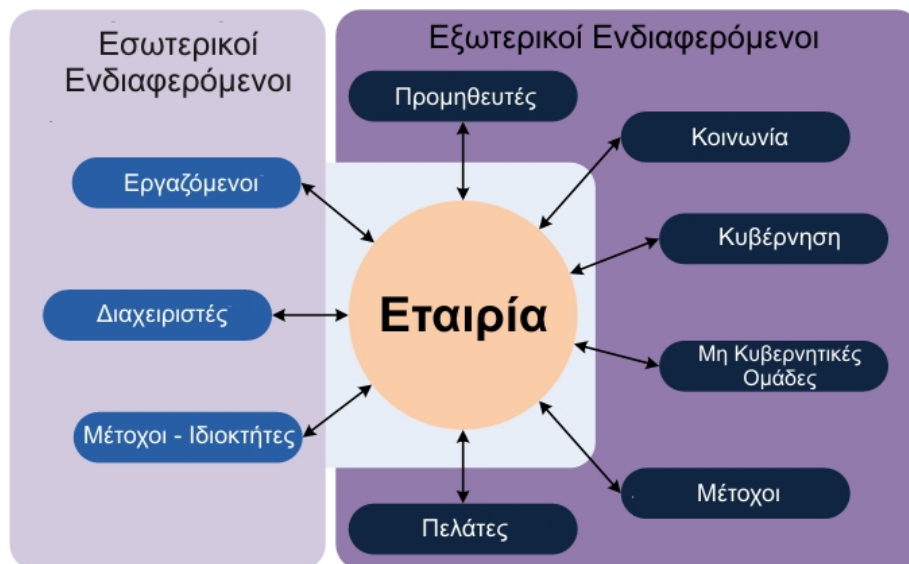
1.2. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών

Υπάρχουν αρκετές θεωρίες σχετικά με το ποιους αφορά η Ε.Κ.Ε. Η πιο διαδεδομένη και απλή είναι η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών ή εμπλεκόμενων μερών (stakeholder theory). Η θεωρία αναπτύχθηκε αρχικά ως μια ευρύτερη οργανωσιακή θεωρία διοίκησης, η οποία βρίσκει εφαρμογή και στον τομέα της Εταιρικής Διακυβέρνησης, από τον R. Edward Freeman (Freeman, 1984). Βασική ιδέα πίσω από την εμφάνιση της θεωρίας των ενδιαφερόμενων μερών (ο αγγλικός όρος είναι stakeholders δηλαδή αυτοί που κρατούν-έχουν ενδιαφέρον) είναι ότι οι επιχειρήσεις είναι αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας και αποτελούν τους κεντρικούς παράγοντες τις οικονομίας.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο), το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητές της. Οι

δράσεις των επιχειρήσεων επηρεάζουν διάφορες ομάδες (ενδιαφερόμενους) αλλά και επηρεάζονται από αυτές. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλα εκείνα τα ενδιαφερόμενα μέρη (άμεσα και έμμεσα) και να ξεκινήσει μια ουσιώδη διαδικασία διαλόγου πριν καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της Ε.Κ.Ε.

Οι ομάδες ενδιαφερομένων διαφέρουν από επιχείρηση σε επιχείρηση ανάλογα με το κλάδο, την περιοχή και το μέγεθος της κάθε μιας. Για το σκοπό αυτό κάθε επιχείρηση πρέπει να εντοπίζει ποιες ομάδες ή άτομα επηρεάζονται από της δραστηριότητες της, να οικοδομεί σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης, να διαβουλευέται και να εξισορροπεί τις απαιτήσεις για την δημιουργία αμοιβαίου συμφέροντος. Επομένως κάθε επιχείρηση ιεραρχεί διαφορετικά τις προτεραιότητες της με κάθε ένα από τα παρακάτω ενδιαφερόμενα μέρη που επηρεάζονται από αυτήν.



Πιο αναλυτικά, οι κυριότερες κατηγορίες ενδιαφερομένων έχουν ως εξής (CSR Hellas):

Εργαζόμενοι

Οι εργαζόμενοι είναι το πλέον πολύτιμο στοιχείο ενεργητικού που έχουν οι επιχειρήσεις. Όταν αυτοί είναι ικανοποιημένοι από την επιχείρηση στην οποία εργάζονται τότε γίνονται πιο παραγωγικοί, πιο πιστοί και πιο αποτελεσματικοί.

Οι επιχειρήσεις από την άλλη προσπαθούν να εφαρμόσουν ένα σύνολο στρατηγικών ενεργειών και πολιτικών ώστε να αποτελούν ένα σωστό εργοδότη. Μερικές από τις ενέργειες είναι:

- ▶ Η συνεχής και συστηματική ανάπτυξη των προσόντων και των ικανοτήτων ανθρώπινου δυναμικού με στόχο την επαγγελματική και προσωπική εξέλιξή τους.
- ▶ Η παροχή ίσων ευκαιριών ανεξαρτήτως φύλου, εθνικότητας κ.λπ.
- ▶ Η συνεχής βελτίωση των συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας
- ▶ Η δημιουργία ευχάριστου εργασιακού περιβάλλοντος όπου υπάρχει σωστή επικοινωνία ανάμεσα στην διοίκηση και στους εργαζομένους
- ▶ Η παροχή ελαστικού ωραρίου και η ισορροπία μεταξύ εργασιακής και προσωπικής ζωής εργασία για το σπίτι κ.τ.λ.

Τοπική κοινωνία

Η επιχείρηση αποτελεί ένα αναπόσπαστο ενεργό μέλος μέσα στην κοινότητα στην οποία λειτουργεί. Προβληματισμοί που απασχολούν την τοπική κοινότητα πρέπει να απασχολούν και την επιχείρηση, διότι η κοινότητα θέλει να μοιράζεται τις ίδιες αξίες και προβληματισμούς με τις επιχειρήσεις που συνυπάρχει.

Η τοπική κοινότητα μπορεί να εκφραστεί με:

- ▶ Την οικονομική ανάπτυξη μέσα από την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- ▶ Την βελτίωση της ποιότητας της ζωής μέσα από δράσεις που αναφέρονται στην εκπαίδευση, υγεία και περιθαλψη.
- ▶ Την ενεργή συμμετοχή των εργαζομένων σε εθελοντικά προγράμματα
- ▶ Τις αγορές προϊόντων από τοπικούς προμηθευτές κ.τλ

Προμηθευτές

Οι προμηθευτές αποτελούν ένα άλλο σημαντικό ενδιαφερόμενο μέρος μιας επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις ενθαρρύνουν τους προμηθευτές και επιχειρηματικούς τους συνεργάτες να εφαρμόζουν και αυτοί βασικούς κανόνες κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης και επιλέγουν εκείνους που τηρούν κοινά αποδεκτά πρότυπα στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, της προστασίας του περιβάλλοντος, κ.λπ. Με τον τρόπο αυτό

μεταφέρετε η γνώση και η εμπειρία και διαδίδεται η υπεύθυνη επιχειρηματική δραστηριότητα σε τοπικό επίπεδο.

Πελάτες - καταναλωτές

Στη διαδικασία της βιώσιμης ανάπτυξης όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν ένα ρόλο να παίξουν. Ιδιαίτερα οι πελάτες-καταναλωτές μπορούν να αποτελέσουν ισχυρό μοχλό πίεσης για την εφαρμογή εκ μέρους των επιχειρήσεων δράσεων της Ε.Κ.Ε. Τα προϊόντα και οι συνθήκες παραγωγής και εμπορίας παίζουν ρόλο στην επιλογή τους εκ μέρους των καταναλωτών. Αυτό κάνει τη διαφάνεια στις αγορές βασικό παράγοντα για συμβολή των πελατών στην βιώσιμη ανάπτυξη. Μπορεί να επιτευχθεί με:

- α) διασφάλιση της πρόσβασης των πελατών σε πληροφορίες που έχουν σχέση με τα προϊόντα, τον τρόπο παραγωγής κ.λπ.
- β) ανάληψη που θα εξηγήσουν στους πελάτες-καταναλωτές πως θα πρέπει να ενεργούν στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης.
- γ) μετά την πώληση εξυπηρέτηση των πελατών κ.λπ.

Μη κυβερνητικές ομάδες (ΜΚΟ)

Κάθε επιχείρηση πρέπει να βρίσκεται σε συνεχή διαβούλευση μαζί τους προς αναζήτηση συμπράξεων για έναν κοινό στόχο. Η δημιουργία συνεργιών με διαφάνεια και συνεχή διάλογο αποτελεί επένδυση στην αξιοπιστία και την αμοιβαία εμπιστοσύνη, και καλλιεργεί τις προϋποθέσεις για παραγωγή λύσεων που θα επιφέρουν οφέλη σε όλους. Θα υπάρξει δηλαδή προστιθέμενη κοινωνική αξία.

Αγορά

Η αγορά είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς της εταιρικής ευθύνης ο οποίος αντανακλά τη δέσμευση της στην υιοθέτηση της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας. Αποτελεί δε ένα κρίσιμο δείκτη του κατά πόσο έχουν ενσωματωθεί κοινωνικά, ηθικά και περιβαλλοντικά ζητήματα στη βασική οργανωτική της δομή καθώς και στη διαδικασία της λήψης αποφάσεων.

Οι βασικές πτυχές της δέσμευσης προς τον πελάτη είναι:

1. Παραγωγή, διάθεση και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον.

2. Ανταπόκριση στις ανάγκες και επιθυμίες των πελατών με την προώθηση ασφαλών προϊόντων και υπηρεσιών που έχουν άριστη ποιότητα, δεν περιέχουν επικίνδυνες ουσίες, είναι αξιόπιστα και υποστηρίζονται από διαδικασίες εξυπηρέτησης μετά την πώληση.
3. Σωστή τιμολόγηση.
4. Δεοντολογία μάρκετινγκ και διαφήμισης και τήρηση δικαιωμάτων του καταναλωτή
5. Εκπαίδευση καταναλωτών
6. Υιοθέτηση εμπορικών δράσεων για κοινωνικούς σκοπούς
7. Διαβούλευση και ανταλλαγή απόψεων με τους πελάτες

1.3. Τομείς δράσεις και εφαρμογής

Οι δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναπτύσσονται σε δυο μεγάλους άξονες (Πολυδύναμο Κέντρο Κοινωνικής Παρέμβασης Νομού Κυκλάδων, 2009):

- α) στις δράσεις που αφορούν το εσωτερικό της επιχείρησης, δηλαδή το προσωπικό της και
- β) σε αυτές που αφορούν το εξωτερικό της περιβάλλον, δηλαδή την κοινωνία στην οποία δραστηριοποιούνται.

Οι δράσεις για το προσωπικό, αφορούν τις ενέργειες που μια επιχείρηση κάνει για τη βελτίωση των εργασιακών συνθηκών των εργαζομένων, πέραν των υποχρεώσεων της με βάση την εργατική νομοθεσία. Παραδείγματα που συναντάμε εδώ, είναι τα εκπαιδευτικά προγράμματα που οι επιχειρήσεις προσφέρουν στους εργαζόμενους, επιπλέον παροχές, η δημιουργία κέντρων φύλαξης και δημιουργικής απασχόλησης των παιδιών των εργαζομένων, προγράμματα πρόσθετης ιατροφαρμακευτικής ασφάλισης, βράβευση παιδιών εργαζομένων και άλλα.

Οι δράσεις που αφορούν το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων, μπορούν να αναλυθούν σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, τις κοινωνικές, πολιτιστικές, αθλητικές και περιβαλλοντικές δράσεις. Στις δράσεις αυτές εντάσσονται τα προγράμματα που αφορούν την ευαισθητοποίηση των εργαζομένων και του κοινωνικού συνόλου για διάφορα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά θέματα, οι δωρεές, οι χορηγίες σε χρήματα και είδος, τα προγράμματα εθελοντικής συμμετοχής εργαζομένων, τα προγράμματα ανακύκλωσης, οι τράπεζες αίματος και άλλα.

Πιο αναλυτικά, οι τομείς εφαρμογής της Ε.Κ.Ε είναι (CSR Hellas, 2008):

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 δεν μπορούν να ηγηθούν μιας οργάνωσης αν οι σκοποί και οι αξίες της δεν εκφράζονται με σαφή και εμπνευσμένο τρόπο. Οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες σχεδιάζουν τις αξίες και τα οράματά τους μαζί με εκείνους που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους και τις ενσωματώνουν στις καθημερινές διαχειριστικές πρακτικές.

Εργασιακό κλίμα

Επειδή ο όρος χώρος εργασίας είναι γενικός, χρησιμοποιούνται τέσσερις συγκεκριμένες περιοχές για την περιγραφή της Ε.Κ.Ε. στο χώρο αυτό:

1. Εργασιακό περιβάλλον,
2. Αμοιβές και παροχές,
3. Ίσες ευκαιρίες και
4. Θέματα απασχολησιμότητας.

Το εργασιακό περιβάλλον καλύπτει παραδοσιακούς προβληματισμούς σχετικά με την υγιεινή και ασφάλεια, τα προγράμματα ευημερίας, την ισορροπία μεταξύ εργασιακής και οικογενειακής ζωής, τους τραυματισμούς στους χώρους εργασίας, τη βία και την παρενόχληση.

Η κατάρτιση και επαγγελματική εξέλιξη αναφέρεται σε δράσεις διατήρησης του επιπέδου των δεξιοτήτων των εργαζομένων όπως: κατάρτιση, ανάπτυξη επαγγελματικής καριέρας, ενδυνάμωση και προγράμματα υποστήριξης τεχνολογικών και οργανωτικών αλλαγών, που συμβάλλουν στη βελτίωση της συνολικής επαγγελματικής εξέλιξης και τη συμμετοχή των εργαζομένων στη δια βίου κατάρτιση.

Με τον όρο αμοιβές και παροχές εννοούνται οι διαδικασίες στελέχωσης, τα πακέτα αμοιβών, τα συστήματα επιβραβεύσεων, οι υπηρεσίες και διευκολύνσεις προς το προσωπικό και τις οικογένειές τους, που προσφέρονται πέραν των προβλεπόμενων από το νόμο και συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των εργαζομένων.

Κοινωνικός διάλογος

Με την έννοια Κοινωνικός Διάλογος δηλώνεται η εφαρμογή των εργασιακών και συνδικαλιστικών δικαιωμάτων των εργαζομένων σε συλλογικό επίπεδο. Η συμμόρφωση με τους νόμους αλλά και οικειοθελείς δράσεις ενεργοποιούν τον κοινωνικό διάλογο σε κάθε επίπεδο, ο οποίος μπορεί να εκφράζεται μέσω της λειτουργίας Εργασιακών Συμβουλίων, διαβουλεύσεων με τους Κοινωνικούς Εταίρους κ.λπ.

Ανθρώπινα δικαιώματα

Η έννοια περιλαμβάνει τα ανθρώπινα δικαιώματα τόσο μέσα στο χώρο εργασίας όσο και έξω από αυτόν. Το πρώτο αναφέρεται στο σεβασμό συνθηκών εργασίας όπως η απαγόρευση κάθε μορφής διάκρισης και η ανάληψη θετικής δράσης για το σκοπό αυτό, καθώς και η ελευθερία του συνδικαλιζέσθε. Το δεύτερο αναφέρεται στον ευρύτερο αντίκτυπο των επιχειρήσεων στην κοινωνία και ασχολείται με τον κοινωνικό αποκλεισμό, τη φτώχεια, το δικαίωμα στην εκπαίδευση, στη διατροφή, στην ελευθερία και γενικότερα στο δικαίωμα της ζωής και όχι απλώς της επιβίωσης.

Ενασχόληση με τις τοπικές κοινότητες

Όταν λέμε ενασχόληση με τις τοπικές κοινότητες εννοούμε

1. Την συνεργασία με την κοινότητα,
2. Παροχές και χορηγίες προς την κοινότητα και
3. Συμμετοχή εργαζομένων

Ο όρος «συνεργασία με τις κοινότητες» αναφέρεται σε δράσεις και πρωτοβουλίες 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 θεμάτων που την ενδιαφέρουν. Οι παροχές και χορηγίες προς τις κοινότητες αναφέρεται στις δωρεές σε χρήμα ή σε είδος και στις χορηγίες συγκεκριμένων δράσεων. Τέλος, η συμμετοχή των εργαζομένων, αναφέρεται είτε στη συνεισφορά των εργαζομένων στην υποστήριξη νέων κατά την περίοδο της εκπαίδευσής τους ή την υποστήριξη και παρότρυνση των εργαζομένων προς τον εθελοντισμό.

Ανάπτυξη τοπικών οικονομιών

Η έννοια ανάπτυξη τοπικών οικονομιών αναφέρεται

- α) στην δημιουργία θέσεων εργασίας
- β) στην απασχολησιμότητα και
- γ) στα προγράμματα για νέους

Ο όρος δημιουργία θέσεων εργασίας και επιχειρηματικότητα αναφέρεται στις πρωτοβουλίες της επιχείρησης για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη βοήθεια για ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων. Η απασχολησιμότητα αναφέρεται σε δράσεις και πρωτοβουλίες για αύξηση της απασχολησιμότητας, μέσω της βελτίωσης των δεξιοτήτων και της δια βίου κατάρτισης. Η τελευταία κατηγορία αναφέρεται στην υποστήριξη των νεώτερων γενεών μέσα από εκπαιδευτικές δράσεις.

Περιβάλλον

Ο όρος «βιώσιμη ανάπτυξη» εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1987 στο Brundland Report (United Nations, 1987). Καλύπτει τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί επιδιώκουν σήμερα οικονομική ανάπτυξη με την ταυτόχρονη προστασία των πόρων για την ανάπτυξη του αύριο. Αυτό είναι ένα θέμα αυξανόμενης σημασίας και προβληματισμού για τους υπεύθυνους οργανισμούς.

Σήμερα οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη την επίδρασή τους στο περιβάλλον σε όλους τους επιχειρηματικούς τους σχεδιασμούς, διαχειρίσεις και μετρήσεις αποτελεσματικότητας. Το περιβάλλον περιλαμβάνει:

- την βιώσιμη ανάπτυξη
- τις πράσινες δράσεις
- την διαχείριση αποβλήτων και
- την πρόληψη από ρύπανση

Η βιωσιμότητα αναφέρεται στις δράσεις μιας εταιρίας για μείωση της αρνητικής επίδρασής της (π.χ. η ύπαρξη διαχειριστικών συστημάτων μείωσης των εκπεμπόμενων ρύπων και η αποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων). Οι πράσινες δράσεις αφορούν δράσεις που αναπτύσσει η επιχείρηση μέσα και έξω από την οργάνωσή της για αύξηση της γνώσης των περιβαλλοντικών θεμάτων.

Αγορά

Η αγορά αποτελείται

- ✓ Από τις σχέσεις αλυσίδας εφοδιασμού
- ✓ Από την διαχείριση προϊόντων
- ✓ Από την έρευνα και ανάπτυξη
- ✓ Από το μάρκετινγκ και
- ✓ Από υπεύθυνες επενδύσεις

Οι σχέσεις της αλυσίδας εφοδιασμού και η διαχείριση των προϊόντων είναι ο πυρήνας του τρόπου με τον οποίο η Ε.Κ.Ε. επηρεάζει την αγορά. Το πρώτο απαιτεί υπεύθυνες δεσμεύσεις από και προς τους προμηθευτές και τον καθορισμό προτύπων ποιότητας στον εφοδιασμό και την παραγωγή. Ο δεύτερος όρος αναφέρεται σε θέματα όπως οι σχέσεις με τους πελάτες, οι έλεγχοι υγιεινής και ασφάλειας στις διαδικασίες παραγωγής, συσκευασίας και διανομής, κ.λπ.

Η έρευνα και ανάπτυξη είναι η έρευνα για ευκαιρίες δημιουργίας νέων προϊόντων και υπηρεσιών που εξυπηρετούν κοινωνικές ανάγκες. Το Μάρκετινγκ περιλαμβάνει το σωστό και ηθικό Μάρκετινγκ και την διαφήμιση.

Ηθική

Η συμμόρφωση με τους νόμους είναι απαραίτητη αλλά δεν είναι πλέον αρκετή. Οι δράσεις πέρα από τη συμμόρφωση με τους νόμους είναι σήμερα ο δρόμος για απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ηθική περιλαμβάνει εταιρικές αρχές και δράσεις που υποστηρίζουν τις δημοκρατικές αρχές, την καταβολή φόρων, την έντιμη εμπορία, τα ανθρώπινα δικαιώματα, με την ταυτόχρονη αποφυγή κάθε μορφής δωροδοκίας, ξεπλύματος χρήματος και συνεργασίας με καταπιεστικά καθεστώτα.

1.5. Ιστορική αναδρομή

Σχεδόν από τα πρώτα χρόνια μετά τη βιομηχανική επανάσταση και περίπου ταυτόχρονα με τις κινητοποιήσεις του εργατικού κινήματος, η Ε.Κ.Ε. δίνει τα πρώτα της δείγματα. Η ιδέα της Ε.Κ.Ε. δημιουργήθηκε στις ΗΠΑ, στις αρχές του 20ού αιώνα, όπου οι αμερικανικές επιχειρήσεις έγιναν στόχοι κοινωνικών επιθέσεων, κάτι που ευθέως συνδέεται με το μεγάλο μέγεθός τους, τις αντικοινωνικές πρακτικές τους και

φυσικά την οικονομική κρίση, που οδήγησε μεγάλες μάζες του πληθυσμού στην εξαθλίωση. Ψάχνοντας τρόπους να αντιμετωπίσουν την κοινωνική κατακραυγή, τα στελέχη των επιχειρήσεων δεν άργησαν να καταλήξουν στη λύση της επένδυσης χρημάτων σε κοινωνικούς σκοπούς, με τρόπο ο οποίος εκείνη την εποχή εντασσόταν σχεδόν απόλυτα στον ορισμό της φιλανθρωπίας.

Αν η πρώτη γενιά των στελεχών εκείνων έκανε την ανάγκη φιλοτιμία, οι άμεσοι διάδοχοί της ενέταξαν στην εταιρική τους κουλτούρα την ανάγκη διανομής κοινωνικού μερίσματος. Αποτέλεσμα όλων αυτών των διεργασιών ήταν η αποκρυστάλλωση δύο γενικών αρχών: α) της αγαθοεργίας και β) της διαχείρισης.

Σύμφωνα με την πρώτη 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. Την ίδια εξάλλου εποχή παρατηρείται και η ανάπτυξη εθελοντικών δράσεων με σκοπό την προώθηση του κοινωνικού συμφέροντος, όπως τα ιδρύματα φιλανθρωπίας για επιχειρήσεις. Η αρχή της διαχείρισης αναφέρεται στη δράση των στελεχών που στοχεύουν στο ευρύτερο κοινωνικό συμφέρον. Στην εξέλιξή τους οι επιχειρηματικές αποφάσεις οδήγησαν στην αύξηση του βαθμού αλληλεξάρτησης της κοινωνίας και τελικά στην όλο και πιο ενεργό συμμετοχή των μετόχων στη λήψη αποφάσεων.

Το 1970 η Επιτροπή Οικονομικής Ανάπτυξης, οργανισμός αποτελούμενος από περίπου 200 επιχειρηματίες και ακαδημαϊκούς, εξέδωσε ένα κείμενο με τίτλο "The Social Responsibility of Business Corporations", στο οποίο παρουσιάζονταν δύο λόγοι που υποστήριζαν την ανάγκη ύπαρξης Ε.Κ.Ε: το μεταβαλλόμενο κοινωνικό συμβόλαιο και το προσωπικό συμφέρον.

Από το 18ο αιώνα η επιχείρηση θεωρείται αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας αφού από αυτή αντλεί εργαζομένους, πελάτες και επομένως πόρους. Αν λοιπόν απορρίψει οποιονδήποτε βαθμό ευθύνης, μπορεί τελικά τα συμφέροντά της να πληγούν από μπιρκοτάζ των καταναλωτών, από αρνητική διαφήμιση, από την αποζημίωση της κοινωνικής ευμάρειας ή ακόμα και από νομοθετικές πρωτοβουλίες. Η συνέχεια ήταν λιγότερο θεωρητική αφού όλο και συχνότερα ο όρος της Ε.Κ.Ε έκανε την εμφάνισή του στις αποφάσεις ή τις γνωμοδοτήσεις διεθνών παραγόντων της επιχειρηματικής και της κοινωνικής ζωής. Η αναθεώρηση των Γενικών Αρχών του ΟΟΣΑ για τη λειτουργία των Πολυεθνικών Επιχειρήσεων που πρωτοκυκλοφόρησαν το 1976 ρύθμιζε εργασιακά ζητήματα και μπορεί να θεωρηθεί ως η πρώτη παραδοχή ότι η Ε.Κ.Ε ήρθε για να μείνει. Το 1999 ήταν περίπου η εποχή που οι φωνές κατά της

παγκοσμιοποίησης και της διεθνούς επιχειρηματικότητας αυξήθηκαν δραματικά, ξαναφέροντας και την Ε.Κ.Ε. στο προσκήνιο.

Το οικουμενικό σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών δημιουργήθηκε και τέθηκε σε εφαρμογή το 2000. Το Σύμφωνο αναζητά την προαγωγή του εταιρικού πολίτη, ώστε να συμμετέχει η επιχείρηση στην επίλυση των προκλήσεων της παγκοσμιοποίησης. Οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να υιοθετήσουν εθελοντικά ένα σύνολο δέκα αρχών που αφορούσαν στη διαφθορά, στα ανθρώπινα δικαιώματα, στις εργασιακές ελευθερίες και στη προστασία του περιβάλλοντος.

Τον Μάρτιο της ίδιας χρονιάς, η Σύνοδος της Λισαβόνας, στη διακήρυξή της για τους ευρωπαϊκούς στόχους έως το 2010, περιέλαβε αναφορά για την Ε.Κ.Ε.. Έναν χρόνο αργότερα, η Πράσινη Βίβλος της Ε.Ε. όρισε την Ε.Κ.Ε ως έννοια σύμφωνα με την οποία “οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη”. Τον Ιούλιο του 2002 και σε συνέχεια του διαλόγου που ξεκίνησε με την Πράσινη Βίβλο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεσμοθετήθηκε και το forum της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με το θέμα αυτό. Σκοπό του είχε την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των πρακτικών και των άλλων εργαλείων της Ε.Κ.Ε.

Επίσης σε διεθνές επίπεδο, δραστηριοποιούνται πολλοί φορείς επιχειρώντας να ενισχύσουν ή και απλώς να καταγράψουν τα θέματα της Ε.Κ.Ε. Στους πιο σημαντικούς συγκαταλέγεται το World Business Council for Sustainable Development, συνασπισμός 175 επιχειρήσεων, τις οποίες ενώνει η κοινή δέσμευση προς τη βιώσιμη ανάπτυξη, λαμβάνοντας υπόψη και την κοινωνική πρόοδο.

Γενικότερα, την τελευταία δεκαετία, με τη διαμόρφωση της παγκοσμιοποίησης και τον επακόλουθο συντονισμό της επιχειρηματικής αλλά και της καταναλωτικής δράσης, η Ε.Κ.Ε ήρθε στο προσκήνιο δυναμικά, κατοχυρώνοντας την ύπαρξή της μέσω κυρίως της αναγνώρισης από διεθνείς πολιτικές οντότητες.

(EURO2DAY)

1.6. Επιστημονικές απόψεις για την εταιρική κοινωνική ευθύνη

Στην επιστημονική κοινότητα υπήρξαν πολλοί που υποστήριξαν και πολλοί που δεν δέχτηκαν την έννοια της Ε.Κ.Ε.

Ο πιο γνωστός πολέμιος της Ε.Κ.Ε. ήταν ο Milton Friedman. Ο Friedman υποστηρίζει ότι η επιχείρηση είναι ένας οικονομικός οργανισμός και έχει μία μόνο κοινωνική

ευθύνη να μεγιστοποιεί τα κέρδη των ιδιοκτητών της και να προστατεύει τα δικαιώματα ιδιοκτησίας τους. Οι κριτική του Friedman βασίζεται σε 2 παραoxές (Χονδρογιάννης, 2007):

1. Οι εταιρικές δωρεές δεν είναι περισσότερα αποτελεσματικές από την ατομική φιλανθρωπία.
2. Οι οικονομικοί και κοινωνικοί στόχοι είναι σαφώς διαχωρισμένοι. Συνεπώς οι κοινωνικές διαταγές της επιχείρησης γίνονται πάντοτε σε βάρος της οικονομικής της αποτελεσματικότητας.

Άλλοι γνωστοί πολέμιοι της Ε.Κ.Ε ήταν ο Carr και ο Spance. Ο Carr υποστήριξε ότι ο μοναδικός σκοπός των επιχειρήσεων είναι η μετατροπή ενός προϊόντος σε κέρδος ενώ οι επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται από χαμηλότερου επιπέδου ηθικές αξίες από ότι η υπόλοιπη κοινωνία. Αναγνώρισε ως τη μόνη κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων την υπακοή τους στις νομοθετικές ρυθμίσεις. Ο Spance συμπληρώνει ότι αν μια εταιρία είναι μικρή ή στα πρώτα της βήματα οποιαδήποτε δραστηριότητα ξεφεύγει από την διαδικασία παραγωγής κέρδους, πιθανόν να έχει αρνητικές επιπτώσεις στην επιβίωση της.

Από την άλλη πλευρά, ένας από τους πιο γνωστούς υποστηρικτές της Ε.Κ.Ε είναι ο Keith Davis. Σύμφωνα με τον Davis η επιχειρηματική οντότητα συνεισφέρει πλήρως σε μια κοινωνία, αν είναι αποτελεσματική, κερδοφόρα και κοινωνικά υπεύθυνη. Συνοπτικά ο Davis υποστηρίζει ότι (Τζωρτζάκης και Τζωρτζάκη, 2002):

- ο Είναι προς το συμφέρον της επιχείρησης να βελτιώνει την κοινότητα στην οποία είναι εγκατεστημένη
- ο Τα προγράμματα κοινωνικής ευθύνης εμποδίζουν τα μικρά προβλήματα να γίνουν μεγάλα
- ο Η κοινωνική ευθύνη είναι ζήτημα ηθικό
- ο Βελτίωση δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης
- ο Πράξεις κοινωνικής ευθύνης μπορεί να είναι και κερδοφόρες για την εταιρία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

2.1. Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε

Σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. (CSR HELLAS), ένα από τα προβλήματα που προκύπτουν σχετικά με την κατανόηση της Ε.Κ.Ε. είναι ότι κάθε επιχείρηση αντιλαμβάνεται με διαφορετικό τρόπο. Η κατανόηση αυτή μπορεί να χωριστεί στα εξής επίπεδα.

- Στο πρώτο επίπεδο εντάσσονται οι επιχειρήσεις που πιστεύουν ότι κοινωνική ευθύνη είναι παροχή εργασίας στο προσωπικό τους και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Γι αυτές ηθική συμπεριφορά σημαίνει σεβασμός της νομοθεσίας, όμως δεν μπορούμε να πούμε ότι όσες επιχειρήσεις σέβονται τους νόμους είναι και κοινωνικά υπεύθυνες.
- Στο δεύτερο επίπεδο η Ε.Κ.Ε εξομοιώνεται με την αγαθοεργία. Στο επίπεδο αυτό οι επιχειρήσεις δημιουργούν ένα ίδρυμα μέσα από το οποίο προωθούν τις δωρεές τους.
- Το τρίτο είναι το επίπεδο των αρνητικών κριτηρίων. Σε αυτό οι επιχειρήσεις λένε ότι δεν προξενούν ζημιά, δεν μολύνουν το περιβάλλον, δεν καταναλώνουν μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους και δεν παράγουν επιβλαβή προϊόντα
- Το τέταρτο επίπεδο είναι γνωστό ως θετικές δράσεις. Στις επιχειρήσεις αυτό σημαίνει θετική ενασχόληση με κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, δηλαδή εντάσσουν στις στρατηγικές τους κάποιο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ή απασχολούν άτομα από μειονεκτούσες ομάδες.
- Πέμπτο είναι το επίπεδο της παγκόσμιας επιρροής. Οι επιχειρήσεις δέχονται ότι έχουν επιρροή και ευθύνη που ξεπερνά το χώρο στο οποίο είναι δραστηριοποιημένες. Αυτό περιλαμβάνει και επιχειρήσεις που διενεργούν κοινωνικούς ελέγχους στην παραγωγική τους αλυσίδα.

- Έκτο είναι το τελευταίο επίπεδο γνωστό και ως επίπεδο ενσωμάτωσης αποστολής και ευθύνης. Πρόκειται για καινοτόμες επιχειρήσεις που έχουν δημιουργηθεί σε συνεργασία με ΜΚΟ ή άλλους κοινωνικούς φορείς στην Ολλανδία, το Βέλγιο, τον Καναδά κτλ με στόχο την παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών που σε όλα τα στάδια λαμβάνουν υπόψη τις αρχές της Ε.Κ.Ε.

Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν δράσεις Ε.Κ.Ε επίσης με πολύ διαφορετικούς τρόπους, οι οποίοι μπορούν να κατηγοριοποιηθούν στα ακόλουθα επίπεδα:

- Στο πρώτο επίπεδο πολλές επιχειρήσεις δεν προχωρούν . Εφαρμόζουν έναν κώδικα ηθικής ή έναν οδηγό καλής συμπεριφοράς, στον οποίο εκθέτουν προθέσεις και παραινήσεις σχετικά με την κοινωνία και το περιβάλλον.
- Στο δεύτερο επίπεδο βρίσκονται επιχειρήσεις που επιθυμούν έντονα την έναρξη ενός συγκεκριμένου προγράμματος που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της Ε.Κ.Ε., π.χ. η υιοθέτηση ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης ή η συζήτηση με έναν προμηθευτή σχετικά με τις συνθήκες εργασίας του προσωπικού του αν αυτός λειτουργεί κυρίως σε χώρα του τρίτου κόσμου. Στο επίπεδο αυτό η επιχείρηση έχει δραστηριοποιηθεί αλλά ενεργεί ανεξάρτητα και χωρίς συνεργασία με άλλους φορείς. Είναι η επιχείρηση που μόνη της θέτει τους στόχους, αναλαμβάνει τις δράσεις και προβαίνει σε ελέγχους.
- Στο τρίτο επίπεδο έχουμε επιχειρήσεις που αποφασίζουν να εφαρμόσουν κάποιο σύστημα αξιολόγησης των δράσεων Ε.Κ.Ε. Αυτό το διαγνωστικό εργαλείο μπορεί να είναι μοναδικό για την επιχείρηση ή να είναι κάποιο από τα αναγνωρισμένα πρότυπα π.χ. το EMAS και το ISO 14001 για το περιβάλλον, ή το SA 8000 για το ανθρώπινο δυναμικό. Όταν χρησιμοποιείται ένα εξωτερικό διαγνωστικό πρότυπο η αξιολόγηση μπορεί να γίνεται είτε εσωτερικά ή από έναν εξωτερικό σύμβουλο.
- Το τέταρτο επίπεδο είναι εκείνο κατά το οποίο η Ε.Κ.Ε ενσωματώνεται στην επιχείρηση στο πλαίσιο ενός πλήρως εξειδικευμένου συστήματος διαχείρισης αυτό σημαίνει ότι όταν λαμβάνονται οποιεσδήποτε αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και η περιβαλλοντική πλευρά τους.
- Πέμπτο είναι το τελευταίο επίπεδο όπου οι επιχειρήσεις δεν αρκούνται μόνον στην εφαρμογή ενός προτύπου ή εξειδικευμένου συστήματος διαχείρισης. Προχωρούν σε διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους σχετικά με τους στόχους των προγραμμάτων Ε.Κ.Ε, τα στάδια εφαρμογής, την ποιότητα των ελέγχων, τη δυνατότητα ευρύτερης επικοινωνίας των αποτελεσμάτων κ.λ.π

και καταλήγουν σε δράσεις μέσα από τις οποίες θα έχουν όφελος και τα δύο μέρη (επιχείρηση και ενδιαφερόμενα μέρη)

2.2. Τρόποι δημοσιοποίησης της Ε.Κ.Ε

Διαφορετική είναι η αντιμετώπιση των επιχειρήσεων και στον τρόπο δημοσιοποίησης των πρακτικών Ε.Κ.Ε. που υιοθετούν. Σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. (CSR HELLAS), οι σημαντικότεροι τρόποι δημοσιοποίησης των δράσεων Ε.Κ.Ε. είναι:

Κοινωνικός απολογισμός

Ο κοινωνικός απολογισμός αναφέρεται σε εκδόσεις, μέσα από τις οποίες οι επιχειρήσεις υιοθετούν μια άποψη αναφοράς των ευθυνών τους απέναντι σε όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους. Ενώ η αναφορά εκδίδεται σε οικειοθελή 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

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

Οι θεματικοί απολογισμοί είναι εκδόσεις που αναφέρουν την απόδοση μιας επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο θέμα όπως το περιβάλλον, η υγιεινή και ασφάλεια κ.λπ. 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.λπ.

Κώδικας δεοντολογίας

Ο Κώδικας Δεοντολογίας περιλαμβάνει έγγραφα της επιχείρησης που έχουν στόχο να θέσουν εσωτερικούς και οικειοθελείς κανόνες για καθορισμό του είδους των αρχών και αξιών που πρέπει να υιοθετήσει στις σχέσεις της με τους άμεσα ή έμμεσα επηρεαζόμενος από τις δραστηριότητές της.

Πληροφόρηση μέσω του Διαδικτύου

Η ιστοσελίδα είναι ένα εργαλείο που όλο και περισσότερο χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για επικοινωνία θεμάτων Ε.Κ.Ε. Συνήθως έχουν ένα ειδικό τμήμα στην ιστοσελίδα τους όπου διατυπώνουν τις πολιτικές τους για το περιβάλλον και άλλα κοινωνικά θέματα. Μπορεί να περιλαμβάνει εκθέσεις και δημοσιεύματα αλλά και νεώτερα πληροφοριακά στοιχεία

Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς

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

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

Υπάρχει ποικιλία μεθόδων εμπλοκής των επιχειρήσεων με τους διάφορους φορείς. Οι μέθοδοι αυτές μπορεί να σχετίζονται με μια και 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, δημοσίων συναντήσεων, συνεντεύξεων, ερωτηματολογίων κ.λ.π

Εσωτερική επικοινωνία

Η εσωτερική επικοινωνία περιλαμβάνει μια σειρά εργαλείων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να επικοινωνήσουν προς το εσωτερικό τους περιβάλλον θέματα σχετικά με την Ε.Κ.Ε. Διαφέρει σημαντικά από επιχείρηση σε επιχείρηση αλλά μερικά κοινά στοιχεία είναι οι εφημερίδες και τα περιοδικά, οι συναντήσεις με το προσωπικό.

Πρότυπα και ετικέτες προϊόντων

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διαφόρων ειδών πρότυπα για να δημοσιοποιήσουν την Ε.Κ.Ε. όπως ISO 9000, ISO 14000, SA 8000, EMAS. Επίσης χρησιμοποιούν συστήματα και διαδικασίες υιοθετημένες από τις επιχειρήσεις για αύξηση ή εξασφάλιση επιτευγμάτων σε αναγνωρίσιμο επίπεδο αποτελεσματικότητας επί θεμάτων όπως υγιεινή και ασφάλεια, ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών κ.λπ

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 π.χ. μπορεί να περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες που οργανώνονται μέσα στην επιχείρηση με στόχο την αύξηση των περιβαλλοντικών γνώσεων των εργαζομένων κ.λπ.

Οι εκδηλώσεις είναι 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 οικονομικούς πόρους για αγαθοεργίες ή κοινωνικούς σκοπούς, με την ταυτόχρονη επίτευξη επιχειρηματικών στόχων. Τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις ως επικοινωνιακά εργαλεία για επίδειξη της δέσμευσης και της επένδυσή τους σε κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς σκοπούς π.χ. δωρεά ενός συγκεκριμένου ποσού σε αγαθοεργίες με κάθε μονάδα πωλούμενου προϊόντος

Δελτία Τύπου μέσω του Διαδικτύου

Η κατηγορία αυτή αναφέρεται στα Δελτία Τύπου που περιλαμβάνονται στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Δίνει μια 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.

2.3. Διεθνή πρότυπα εφαρμογής Ε.Κ.Ε. για τις επιχειρήσεις

Η έννοια της Ε.Κ.Ε. εξελίσσεται διαρκώς, ώστε να συμπεριλάβει και τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών για τη θέσπιση προτύπων, την 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 Ε.Κ.Ε. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εθνικά δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων και επιχειρηματικών ενώσεων, τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. το κίνημα για τις ηθικές επενδύσεις και οι αντίστοιχοι δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων και οι πρωτοβουλίες της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ο.Η.Ε

Τα πρότυπα διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

1) Ανάπτυξη Εταιρικού συστήματος Ε.Κ.Ε.

Πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν την ανάπτυξη και την υλοποίηση ενός Εταιρικού συστήματος Ε.Κ.Ε. για τη διαχείρισή της. Σαν σύστημα εννοείται το σύνολο των παραγόντων που συμμετέχουν και επηρεάζουν το αντικείμενο του συστήματος που είναι η αποτελεσματική εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. Έτσι, η ανάπτυξη ενός συστήματος Ε.Κ.Ε. σημαίνει διαμόρφωση ενός εγχειριδίου, κάποιων διαδικασιών και στη συνέχεια οδηγιών, με σκοπό τη συστηματική προσέγγιση δράσεων Ε.Κ.Ε. και την υιοθέτηση αντίστοιχων πρακτικών. Πλεονέκτημα αυτής της προσέγγισης αποτελεί η ευελιξία όσον αφορά στις δράσεις.

2) Το πρότυπο SA 8000

Αποστολή του οργανισμού Social Accountability International είναι να προάγει τα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων, κυρίως, μέσω του διεθνούς προτύπου SA 8000. Βασιζόμενο στα πρότυπα του International Labor Organization και της Συνθήκης του ΟΗΕ για τα ανθρώπινα δικαιώματα, είναι ευρέως αποδεκτό ως το πλέον βιώσιμο και αποδεκτό σύστημα ηθικής διαχείρισης του εργασιακού περιβάλλοντος.

Το πρότυπο SA 8000 μπορεί να τροφοδοτήσει με κατευθύνσεις και εφαρμογές το σύστημα διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. καθιστώντας το ένα πολύ ισχυρό επικοινωνιακό εργαλείο που συμβάλλει στη βελτίωση της φήμης, στην αύξηση της αξιοπιστίας και στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για την επιχείρηση.

3) Τα πρότυπα A A 1000

AccountAbility είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, με έδρα την Αγγλία (1995), με σκοπό την προώθηση δράσεων για την υπευθυνότητα και τις υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές. Η σειρά προτύπων AA1000 είναι ένα καινοτόμο σύνολο προτύπων και οδηγιών, που στηρίζονται σε εφαρμόσιμες πρακτικές, και διασφαλίζουν τη βάση για τη βελτίωση της βιώσιμης ανάπτυξης. Βασική αρχή είναι το δικαίωμα των ενδιαφερομένων μερών να ακούγονται και η υποχρέωση των οργανισμών να ανταποκρίνονται.

Σήμερα υπάρχουν τρία πρότυπα σε ισχύ και δύο υπό ανάπτυξη:

- AA 1000:1999
- AA1000AS:2003
- AA1000SES:2005
- AA1000 Purpose and Principles
- AA1000 Framework for Integration

Το πρώτο θα αποσυρθεί μετά τη δημοσίευση των δύο τελευταίων.

4) Το πρότυπο I S O 26000

Ο ISO αποφάσισε, το 2004, την ανάπτυξη ενός διεθνώς αποδεκτού προτύπου, κατάλληλου για κάθε οργανισμό, σε απλή γλώσσα κατανοητή από μη ειδικούς, που θα παρείχε κατευθυντήριες οδηγίες για την ΕΚΕ. Αυτό το πρότυπο ονομάστηκε ISO 26000, εκτιμάται ότι θα εκδοθεί στις αρχές του 2009 (Το πρότυπο δεν θα είναι πιστοποιήσιμο αλλά θα παρέχει πρακτική καθοδήγηση σχετικά με τη λειτουργία της κοινωνικής ευθύνης, θα προσδιορίζει και θα εμπλέκει τους κοινωνικούς εταίρους, θα βελτιστοποιεί την αξιοπιστία των απολογισμών με παράλληλη αναφορά στη βελτίωση και τα αποτελέσματα.

(CSRHELLAS)

2.4. Διεθνή πρότυπα εφαρμογής Ε.Κ.Ε. σε εθνικό επίπεδο

Η αριθμητική μέτρηση της Ε.Κ.Ε. σε εθνικό επίπεδο είναι αρκετά δύσκολη. Η ανάγκη όμως για τη μεταφορά και 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 Ε.Κ.Ε.

Για παράδειγμα ο δείκτης της Ε.Κ.Ε στη Μεγάλη Βρετανία περιλαμβάνει τέσσερις άξονες οι οποίοι μελετούνται (Σαββάκης, 2006):

- Τη θέση της επιχείρησης στην αγορά: Η θέση της επιχείρησης στην αγορά περιλαμβάνει 5 μεταβλητές που αφορούν τόσο στις 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 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.
- Το περιβάλλον: Για το περιβάλλον, ο δείκτης εξετάζει τόσο τη συνολική κατανάλωση ενέργειας, τη χρήση νερού, αλλά και το συνολικό βάρος των αποβλήτων που παράγει. Παράλληλα, γίνεται ειδική αναφορά σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, όπως η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακος, αζώτου, ραδιενέργειας, αλλά και στα μέτρα που λαμβάνονται για την πράσινη φιλική λειτουργία της επιχείρησης.
- Την εργασία: Η εργασία και το περιβάλλον εργασίας στα μέτρα που λαμβάνονται υπόψη είναι σημαντικά. Μετρήσεις για το συνολικό εργατικό δυναμικό βάσει γένους, 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. Παράλληλα, στη μέτρηση του δείκτη λαμβάνονται υπόψη οι επιδράσεις από εξαγορές, συγχωνεύσεις, μειώσεις μεγέθους, οι διαδικασίες αναδιάρθρωσης στο εσωτερικό της επιχείρησης, αλλά και η αξία των προγραμμάτων επιμόρφωσης και ανάπτυξης των εργαζομένων στους κόλπους της επιχείρησης.
- Την κοινωνία: Τέλος η κοινωνία περιλαμβάνει τη χρηματική αξία των χορηγήσεων και δωρεών ως ποσοστό των κερδών προ φόρων και τον συνολικό χρόνο των εργαζομένων σε φιλανθρωπικές και κοινωνικές εκδηλώσεις

Σε υπερεθνικό ή διεθνές επίπεδο, υπάρχουν οργανισμοί που προσπαθούν να μετρήσουν τα επίπεδα Ε.Κ.Ε σε χώρες ή ομάδες χωρών. Τέτοιο οργανισμοί είναι:

1. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
2. Το Βαρόμετρο αναγνωσιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς
3. Το Global Reporting Initiative
4. Το EFQM Framework του CSR

Οι οργανισμοί αυτοί αξιολογούν συνήθως 5 βασικούς τομείς της Ε.Κ.Ε:

1. Φυσικό Περιβάλλον: μείωση ρύπων, ανακύκλωση, διαχείριση αποβλήτων
2. Αγορά / Προϊόντα: Εφοδιαστική αλυσίδα, διαχείριση παραπόνων, ποιότητα και ασφάλεια
3. Εργασιακό Περιβάλλον: αμοιβές, εκπαίδευση, ίσες ευκαιρίες, εξέλιξη, υγιεινή και ασφάλεια
4. Κοινωνία: δημιουργία θέσεων εργασίας, δωρεές, χορηγίες
5. Ηθική: δωροδοκία, διαφθορά

2.5. Διεθνής οργανισμοί και δίκτυα υποστήριξης της Ε.Κ.Ε.

Πολλές πρωτοβουλίες αναπτύσσονται διεθνώς για την υποστήριξη της Ε.Κ.Ε. Στην παράγραφο 1.5 της παρούσας εργασίας έγινε αναφορά στις κυριότερες δράσεις που έχει αναλάβει η Ευρωπαϊκή Ένωση προς αυτήν την κατεύθυνση. Στη παρούσα παράγραφο αναφέρεται συνοπτικά η δράση δυο σημαντικών οργανισμών που συμβάλλουν τα μέγιστα στην ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Τα Ηνωμένα Έθνη

Τα Ηνωμένα Έθνη αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα θερμά την ΕΚΕ, σαν μέρος μιας ευρύτερης νέας προσέγγισης της παγκόσμιας διακυβέρνησης. Εξακολουθούν να προωθούν την «Παγκόσμια Συμφωνία», που ξεκίνησε στο Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ του 1999. Η πρωτοβουλία αυτή έχει σκοπό να συνενώσει τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματικούς οργανισμούς, τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), τα Η.Ε. κι άλλες διεθνείς υπηρεσίες. Στόχος αυτού του νέου «τριμέτρωπου» - μιας διαρκούς συζήτησης μεταξύ των κυβερνήσεων, των εταιρειών και της κοινωνίας των πολιτών, είναι να ανευρεθούν τρόποι να υποστηριχθεί «το σύστημα ελεύθερης και ανοιχτής αγοράς σε σταθερές και δίκαιες κοινωνίες».

Το Global Compact (<http://www.unglobalcompact.com>), το Οικουμενικό Σύμφωνο το οποίο προώθησε ο πρώην Γ.Γ. του ΟΗΕ Κ. Ανάν στις αρχές του 2000, αποτελεί ένα πλαίσιο για τις επιχειρήσεις σύμφωνα με το οποίο ευθυγραμμίζουν τις λειτουργίες και στρατηγικές τους με 10 παγκόσμια αποδεκτές αρχές στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των συνθηκών εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Συνοπτικά, οι δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου είναι:

1. Υποστήριξη και σεβασμό της προστασίας των διεθνώς αποδεκτών ανθρωπίνων δικαιωμάτων εντός των επιχειρήσεων και της σφαίρας επιρροής τους.
2. Εξασφάλιση της μη εμπλοκής των επιχειρήσεων σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
3. Ελευθερία στη δημιουργία συνεταιρισμών και αναγνώριση του δικαιώματος για συλλογικές διαπραγματεύσεις.
4. Περιορισμός κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.
5. Αποτελεσματική απαγόρευση της παιδικής εργασίας.
6. Περιορισμός κάθε διάκρισης στην εργασία και στην απασχόληση.
7. Υποστήριξη μιας προληπτικής προσέγγισης στις περιβαλλοντικές προκλήσεις.
8. Ανάληψη πρωτοβουλιών για προώθηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.
9. Ενίσχυση της ανάπτυξης και διάδοσης φιλικών προς το περιβάλλον πρωτοβουλιών.
10. Εξασφάλιση της μη εμπλοκής των επιχειρήσεων σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας.

CSR EUROPE

Μερικά από τα πιο σημαντικά δίκτυα για την Ε.Κ.Ε είναι το Ευρωπαϊκό δίκτυο (CSR EUROPE) που ιδρύθηκε το 1994, με την υποστήριξη και του τότε Προέδρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Jack Delors, το οποίο στην συνέχεια υποστήριξε την ανάπτυξη αντίστοιχων εθνικών δικτύων στις χώρες μέλη της Ε.Ε. και το World Business Council for Sustainable Development, που ιδρύθηκε το 1995 και αναπτύσσει διεθνείς και κλαδική δραστηριότητα (Κουμάντου, 2006)).

Το CSR Europe είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός με αποστολή να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να επιτύχουν κέρδος, βιώσιμη ανάπτυξη και ανθρώπινη πρόοδο ενσωματώνοντας την εταιρική κοινωνική ευθύνη στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους πρακτικής. Έχει 65 εταιρίες μέλη και 18 εθνικούς αντιπροσώπους, μέσω των οποίων φτάνει τις 1500 επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη. Οι επιχειρήσεις μέλη του CSR Europe έχουν δεσμευθεί να ακολουθήσουν τις ακόλουθες αρχές σαν ένα μέρος της επιχειρηματικής επιτυχίας :

- «Υπεύθυνους κώδικες συμπεριφοράς» μέσω της συνεισφοράς στην οικονομική και βιώσιμη ανάπτυξη των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν.
- Εξασφάλιση στους εργαζόμενους υγιών και ασφαλών συνθηκών εργασίας, δίκαιων αποζημιώσεων και ίσων ευκαιριών για απασχόληση και επαγγελματική εξέλιξη.
- Ποιότητα και ασφαλή προϊόντα και υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές, ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών.
- Ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων στο περιβάλλον και στους φυσικούς πόρους.
- Διαφάνεια απέναντι στους stakeholders.
- Καλή δομή διακυβέρνησης και υψηλά πρότυπα επιχειρηματικής ηθικής.

Η Ελλάδα συμμετέχει ενεργά στην προσπάθεια αυτή με το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, το οποίο ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2000, βασιζόμενο στην εγρήγορση και την προσπάθεια 13 ελληνικών επιχειρήσεων και τριών συλλογικών επιχειρηματικών φορέων που αποτέλεσαν και τα ιδρυτικά μέλη του.

Στόχος του Ελληνικού Δικτύου είναι η συνεργασία και υποστήριξη των Ελληνικών επιχειρήσεων για την επίτευξη της αποδοτικότητας και της διαρκούς επιχειρηματικής και ανθρώπινης ανάπτυξης, με την ένταξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις βασικές επιχειρηματικές τους στρατηγικές και πρακτικές.

Στην σύντομη παρουσία του μέχρι σήμερα, το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. έχει αυξήσει τον αριθμό των μελών του σε 83 επιχειρήσεις, εκ των οποίων οι 62 είναι κύρια μέλη, και 6 συλλογικούς φορείς, ενώ συμμετέχει ενεργά στην υλοποίηση της Ευρωπαϊκής επιχειρηματικής εκστρατείας για τη διάδοση και ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1. Δράσεις Ε.Κ.Ε από τις ελληνικές επιχειρήσεις

Το καλοκαίρι του 2006 πραγματοποιήθηκε από το Πανεπιστήμιο Αθηνών, με πρωτοβουλία του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR), έρευνα για την Ε.Κ.Ε στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Σκοπός της έρευνας ήταν η διερεύνηση του βαθμού αντίληψης και κατανόησης εκ μέρους των ΜμΕ του θέματος της Ε.Κ.Ε., των κυριότερων ωφελημάτων που προκύπτουν από την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. και των δυσκολιών και προβλημάτων που εμποδίζουν τις ΜμΕ να εφαρμόσουν πρακτικές Ε.Κ.Ε.

Τα παρακάτω δεδομένα αποτελούν μικρό τμήμα της έρευνας και αναφέρονται στις πρακτικές Ε.Κ.Ε. που εφαρμόζονται στην Ελλάδα από 300 μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Οι απαντήσεις στην έρευνα δόθηκαν μέσω προσωπικών συνεντεύξεων.

Τομείς δράσεις Ε.Κ.Ε.

Οι ελληνικές ΜΜΕ ιεραρχούν διαφορετικά τους τομείς δράσης της Ε.Κ.Ε (CSR HELLAS):

- Πρώτος τομέας στην ιεράρχηση της εφαρμογής δράσεων Ε.Κ.Ε είναι το ανθρώπινο δυναμικό με 34% και αυτό γιατί οι διαπροσωπικές σχέσεις εργοδότη και εργαζόμενου είναι στενές και ο εργοδότης θέλει να έχει το προσωπικό του ικανοποιημένο.
- Δεύτερος τομέας είναι η αγορά με 24%. Ο τρόπος με τον οποίο οι εταιρείες λειτουργούν στην αγορά είναι ένας κρίσιμος δείκτης του πως έχουν ενσωματώσει κοινωνικά, ηθικά και περιβαλλοντικά ζητήματα στη βασική οργανωτική τους δομή, στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, όπως η κατασκευή προϊόντων, η διαχείριση τις αλυσίδας εφοδιασμού, η προμήθεια πρώτων υλών, το μάρκετινγκ, η διαφήμιση και η υπεύθυνη επιχειρηματικότητα.

- Τρίτος τομέας είναι το φυσικό περιβάλλον με 24%. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων είναι πολλαπλά και σε αυτά περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, εργαλεία οικολογικού σχεδιασμού, τεχνικές και τεχνολογίες καθαρότερης παραγωγής.
- Τέταρτος τομέας είναι η κοινωνία 18%. Καμία εταιρεία δεν μπορεί σήμερα να αγνοήσει τα θέματα που αναφέρονται στο ρόλο και στη συμπεριφορά απέναντι στην κοινότητα, μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Οι ΜμΕ είναι ιδιαίτερος ευαίσθητες στα θέματα αυτά γιατί στις περισσότερες περιπτώσεις δραστηριοποιούνται σε τοπικές αγορές. Η εθελοντική δέσμευση για δημιουργία οφέλους στην τοπική κοινότητα μπορεί να λάβει διάφορες μορφές. Αυτές εκδηλώνονται συνήθως με την μορφή χρηματικών ή σε είδος δωρεών.

Στην κατάταξη των οχτώ πιο διαδεδομένων δράσεων Ε.Κ.Ε που εφαρμόζονται οι ΜΜΕ, παρατηρείται ότι το 22% εφαρμόζουν ήδη δράσεις σχετικές με την περιοχή ίσων ευκαιριών σε όλους τους εργαζομένους τους ανεξάρτητα από φύλο, φυλή, θρησκεία κ.λπ. Ακολουθούν στις δύο επόμενες θέσεις, δράσεις που σχετίζονται και πάλι με το ανθρώπινο δυναμικό, όπως η εκπαίδευση με 19% και οι πρόσθετες παροχές με 17%. Η μεν εκπαίδευση στόχο έχει την εξέλιξη των εργαζομένων στον τομέα εργασία τους, οι δε πρόσθετες παροχές (ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, οικονομικές διευκολύνσεις προς τους εργαζομένους) δίνονται για αποτελεσματικότερη κάλυψη των αναγκών των εργαζομένων. Στις άλλες κατατάξεις βρίσκονται το περιβάλλον με 15% , οι αθλητικές εκδηλώσεις με 9%, ο εθελοντισμός με 8%, οι τοπικές εκδηλώσεις με 5% καθώς επίσης και τα πολιτιστικά με 5%.

Κίνητρα των επιχειρήσεων για Ε.Κ.Ε

Τα κίνητρα που σχετίζονται με την προβολή αλλά και τη λειτουργία της επιχείρησης βρίσκονται στις υψηλότερες ιεραρχικές θέσεις. Ως πιο ισχυρά θετικά κίνητρα για την ανάληψη δράσεων Ε.Κ.Ε θεωρούνται από τις επιχειρήσεις είναι τα εξής:

- Η προβολή
- Η βελτίωση των σχέσεων με το επιχειρηματικό περιβάλλον
- Ο εσωτερικός εντός του κλάδου ανταγωνισμός

Αντίθετα στις χαμηλότερες ιεραρχικές θέσεις βρίσκονται εξωγενείς παράγοντες όπως η πίεση πελατών/συνεργατών και τα αιτήματα της τοπικής κοινωνίας. Η αυτοαναφορικότητα των επιχειρήσεων σε σχέση με τον τρόπο που αντιλαμβάνονται

την έννοια της Ε.Κ.Ε. επιβεβαιώνεται και σε αυτή την περίπτωση, όπου οι εσωτερικοί παράγοντες αποτελούν τα ισχυρότερα κίνητρα σε εμφανή αντιδιαστολή με τους εξωτερικούς παράγοντες που χαρακτηρίζονται χαμηλής σημαντικότητας.

Δυσκολίες για την εφαρμογή Ε.Κ.Ε

Η φύση των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και ποικίλλει από επιχείρηση σε επιχείρηση. Η πλέον διαδεδομένη δυσκολία είναι εκείνη του οικονομικού κόστους, που συνεπάγεται η εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. Η φορολογία, το υψηλό κόστος, η μη επιδότηση σεμιναρίων και γενικότερα η δυσκολία εξεύρεσης πόρων αποτελούν ζητήματα που απασχολούν μεγάλο μέρος των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η επόμενη δυσκολία, είναι η έλλειψη χρόνου. Οι περισσότεροι που εντόπισαν αυτή την δυσκολία εστίασαν στην έλλειψη χρόνου από την πλευρά της διοίκησης λόγω των αυξημένων υποχρεώσεων στις οποίες καλούνται να αντεπεξέλθουν οι επιχειρήσεις. Κάποιοι άλλοι αναφέρθηκαν στην έλλειψη χρόνου από την πλευρά των εργαζομένων. Συγκεκριμένα, το πρόβλημα εντοπίστηκε στο γεγονός ότι οι εργαζόμενοι δεν είναι πάντα πρόθυμη να αφιερώσουν τον ελεύθερο χρόνο τους ή την άδεια τους προκειμένου να συμμετέχουν σε δράσεις Ε.Κ.Ε. (π.χ. παρακολούθηση σεμιναρίων στο εσωτερικό ή σε χώρες του εξωτερικού).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η διακοπή υποτροφιών σε μια επιχείρηση εξαιτίας της ασυνέπειας των εργαζομένων. Σε συνδυασμό με την έλλειψη χρόνου, βασικές δυσκολίες αποτελούν επίσης η αδιαφορία και η απροθυμία για συμμετοχή από την πλευρά του εργατικού δυναμικού.

Ένα ακόμα δύσκολο κομμάτι είναι η κατανόηση από τους εργαζόμενους της ωφελιμότητας που έχουν οι πρακτικές Ε.Κ.Ε. για τους ίδιους. Η δυσπιστία απέναντι στην κουλτούρα που περιβάλλει την Ε.Κ.Ε. είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Η νοοτροπία αρκετών ανθρώπων δεν τους επιτρέπει να εμβαθύνουν στο ζήτημα και να μπορέσουν να αποδεχτούν τις διάφορες δράσεις που λαμβάνουν χώρα στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. Αντιπροσωπευτικό είναι το παράδειγμα μιας επιχείρησης στην οποία, όταν δόθηκε πρόσθετη ασφάλιση, οι εργαζόμενοι αναρωτήθηκαν γιατί δεν μπορούσαν να λάβουν τα χρήματα στην τσέπη, μετρητοίς. Αυτό που έγινε από την πλευρά της διοίκησης ήταν η προσπάθεια επεξήγησης των λόγων για τους οποίους

κάτι τέτοιο δεν θα ήταν εφικτό και, σε καμία περίπτωση, δεν θα λειτουργούσε υπέρ των εργαζομένων.

Κατά την άποψη των περισσοτέρων, η προσαρμογή γίνεται σταδιακά και όπως αναφέρετε ακόμη και πρόθεση να υπάρχει ο δρόμος από την πρόθεση μέχρι την πραγματοποίηση είναι μακρύ.

Επίσης δεν λείπουν και οι απόψεις εκείνες που ξεχωρίζουν. Η γραφειοκρατία, η έλλειψη ενημέρωσης, η έλλειψη οργάνωσης (είτε σε εσωτερικό είτε σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης), το μέγεθος της επιχείρησης αλλά και οι προτεραιότητες με βάση τις οποίες δρα η κάθε επιχείρηση αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα της άλλης άποψης. Επίσης, αξίζει να γίνει αναφορά σε μεμονωμένες περιπτώσεις, οι οποίες, ωστόσο, παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Μια από τις περιπτώσεις αυτές αφορά τις δωρεές όπου εκφράζει τον προβληματισμό του λέγοντας

ότι εάν η επιχείρηση κάνει μια χρονιά μια δωρεά τότε, αντί αυτό απλώς να εκτιμηθεί, εκλαμβάνεται ως δεδομένο ότι θα επαναληφθεί και την επόμενη. Σε μια άλλη περίπτωση σημειώνονται δείγματα ρατσιστικής συμπεριφοράς από την πλευρά των εργαζομένων όταν πρόκειται να προσληφθούν μετανάστες.

Επιπροσθέτως, μια επιχείρηση σημείωσε ότι δυσκολεύεται να βρει χώρους για τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων, ενώ δεν έλειψε και η αναφορά στο πρόβλημα της έλλειψης εξειδικευμένων συνεργατών.

3.2 Πως αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές την Ε.Κ.Ε

Έρευνα για την Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε για τέταρτη φορά από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, με την συνεργασία του Παντείου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών στην Ελλάδα τον Δεκέμβριο 2007-Ιανουάριο 2008 (όπου πραγματοποιήθηκε σε 32 χώρες με δείγμα 1.001 πολιτών), έφερε στο φως σημαντικά ευρήματα για τους Έλληνες καταναλωτές και τον τρόπο που αντιμετωπίζουν τις εταιρείες και τα προϊόντα τους. Τα αποτελέσματα της έρευνας ανάδειξαν για μία ακόμη χρονιά σημαντικά στοιχεία για τη συμπεριφορά του καταναλωτή απέναντι στις μη κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, για την επικοινωνία των εταιρειών και την αποτελεσματικότητά της καθώς και για τους τομείς στους οποίους ο καταναλωτής επιθυμεί να δει τις εταιρείες να δραστηριοποιούνται.

Με έντονη επιφύλαξη επίσης οι ερωτώμενοι αντιμετωπίζουν την κοινωνική & περιβαλλοντική ευαισθησία που επιδεικνύουν οι εταιρείες. Πιο συγκεκριμένα, 22%

των Ελλήνων καταναλωτών, στην 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) ενώ 17,1% έχει σκεφτεί να το πράξει (39,1 % συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία).

Η ενσυνείδητη πράξη επιβράβευσης ή η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας (39,1%) σημειώνει πτώση 12% σε σύγκριση με τη έρευνα CSR 2007 (51,1%). Σταθερή καταγράφεται ωστόσο η συχνότητα με την οποία εκδηλώνεται η ενσυνείδητη πράξη επιβράβευσης κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων (61,4% σήμερα – 64,9% το 2007).

Αντίστοιχα, το 37,1% των Ελλήνων καταναλωτών, στην διάρκεια του προηγούμενου έτους έχει τιμωρήσει μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω μη αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω αρνητικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία) ενώ 21% έχει σκεφτεί να το πράξει (58,1% συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να τιμωρήσει μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία). Η ενσυνείδητη πράξη «τιμωρίας» ή η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας παραμένει σε υψηλά ποσοστά με πάνω από τους μισούς Έλληνες να δηλώνουν πρόθεση τιμωρίας. (από 15,9%/CSR 2004 σε 30,9% /CSR 2005 σε 64,9%/ το 2007 σε 58,1% το 2008) Στη δημογραφική ανάλυση των υπεύθυνων πολιτών/ καταναλωτών μεγαλύτερη υπευθυνότητα παρουσιάζεται σε νεότερες ηλικίες, ανώτερης και ανώτατης μόρφωσης, κατοίκων Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

(EUROCHARITY)

Ο Έλληνας καταναλωτής θεωρεί ότι οι εταιρείες θα πρέπει να είναι υπεύθυνες για θέματα που σχετίζονται με την καλή ποιότητα των προϊόντων, τον σεβασμό του περιβάλλοντος και την αξιόπιστη και φερέγγυα εικόνα της εταιρείας.

Πιο συγκεκριμένα μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία θα πρέπει να διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά

1. Άυλα χαρακτηριστικά εταιρείας

I.Αξιόπιστη – φερέγγυα 11,7%

II.Ειλικρινής 3,6%

III.Με ανθρώπινο πρόσωπο 1.8%

IV.Συνεπής 1,8%

V.Σοβαρή 0,9%

VI. Σύγχρονη 0,9%

2. Χαρακτηριστικά παραγωγικής επιχειρηματικής λειτουργίας

- I. Καλή ποιότητα 17,1%
- II. Μείωση τιμών/καλές τιμές 8,1%
- III. Καλή παροχή υπηρεσιών 7,2%
- IV. Προδιαγραφές παραγωγής 2,7%
- V. Σωστή εξυπηρέτηση 3,6%

3. Σεβασμός σε αποδέκτη

- I. Να σέβεται το περιβάλλον 12,6%
- II. Να σέβεται το καταναλωτή 7,2%
- III. Να σέβεται το υπάλληλο 7,2%

4. Χαρακτηριστικά Εταιρικού υπεύθυνου πολίτη

- I. Κοινωνικό έργο 6,3%
- II. Στήριξη οικονομίας χώρας 0,9%
- III. Να μην φοροδιαφεύγει 1,8%
- IV. Έλλειψη αισχροκέρδειας 3,6%
- V. Ενημέρωση 0,9%

Το 69,4% των ερωτηθέντων πιστεύει επίσης ότι οι εταιρείες θα πρέπει να συμβάλλουν ενεργά στην δημιουργία μιας καλύτερης κοινωνίας και να κινηθούν πέρα από τον παραδοσιακό τους ρόλο δηλαδή στο να επικεντρώνουν στο κέρδος, να πληρώνουν φόρους και να παρέχουν εργασία όπως ορίζουν οι νόμοι.

Διχασμένοι ως προς τον ρόλο των μεγάλων εταιρειών στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων εμφανίζονται οι ερωτηθέντες με το 51,7% από αυτούς να συμφωνεί οριακά με την άποψη ότι οι εταιρείες δεν θα έπρεπε να εμπλέκονται άμεσα στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων στην κοινωνία μας, εκδηλώνοντας ίσως με τον τρόπο αυτό την δυσπιστία τους ως προς την αρμοδιότητα, την δικαιοδοσία και τις ευγενείς προθέσεις των εταιρειών να επιλύσουν κοινωνικά προβλήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ Ε.Κ.Ε. ΣΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

4.1. Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των σημαντικότερων παραγόντων που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την υιοθέτηση πρακτικών Ε.Κ.Ε. από μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις, καθώς και η καταγραφή των τάσεων των επιχειρήσεων προς περισσότερες πρακτικές Ε.Κ.Ε. Κατά το σχεδιασμό και την εκπόνηση της έρευνας τέθηκαν ποικίλα ερευνητικά ερωτήματα όπως:

- Ποιους τομείς της Ε.Κ.Ε θεωρούν οι μεγάλες επιχειρήσεις ως σημαντικότερους;
- Πως τις βοηθάει η ανάληψη πρωτοβουλιών Ε.Κ.Ε στην βελτίωση των εταιρικών στόχων και της εταιρικής εικόνας;
- Ποιες δυσκολίες/ κίνητρα αντιμετώπισαν ή αντιμετωπίζουν ακόμα στην εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε;
- Με ποιο τρόπο λαμβάνουν τις αποφάσεις τους σχετικά με τις δράσεις Ε.Κ.Ε που αναλαμβάνουν;
- Ποιες δράσεις Ε.Κ.Ε σχεδιάζουν στο μέλλον;

Η απάντηση στα παραπάνω ερωτήματα θα μπορούσε να δώσει μια πιο ποιοτική εκτίμηση σχετικά με τον τρόπο που οι μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν το θέμα της Ε.Κ.Ε.

4.2. Μεθοδολογία της έρευνας

Για τις ανάγκες διεξαγωγής της παρούσας έρευνας, επιλέχθηκε ένα μεθοδολογικό πλαίσιο τεσσάρων διακριτών σταδίων.

Στάδιο 1: Σχεδιασμός της έρευνας

Για τη διερεύνηση της αντιμετώπισης του θέματος της Ε.Κ.Ε από μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις αρχικά απαιτήθηκε η συλλογή πληροφοριών και η απαραίτητη βιβλιογραφία που σχετίζονται με τους γενικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την εφαρμογή Ε.Κ.Ε. Η συλλογή και η πρωταρχική ανάλυση των στοιχείων της βιβλιογραφίας οριοθέτησε μια προκαταρκτική σειρά ερευνητικών ερωτημάτων, με βάση τα οποία:

- Οριστικοποιήθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα
- Επιλέχθηκε ως μέσο διεξαγωγής της έρευνας πεδίου η μέθοδος του δομημένου ερωτηματολογίου, και
- Καθορίστηκε ο τρόπος συλλογής των στοιχείων (ερωτηματολογίων).

Στάδιο 2: Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Το μέσο το οποίο επιλέχθηκε για την συλλογή των πρωτογενών στοιχείων στην παρούσα έρευνα ήταν το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο θεωρείται το βασικότερο μέσο επικοινωνίας μεταξύ συνεντευκτή και ερωτώμενου στις έρευνες αγοράς. Ως μια μέθοδος- τεχνική συλλογής πληροφοριών έχει, όπως όλες οι μέθοδοι, τα όρια της και μπορεί να παρέχει ορισμένου τύπου πληροφορίες. Ο ερωτώμενος θα πρέπει να απαντήσει σε ερωτήσεις, ώστε να συγκεντρωθούν πληροφορίες σχετικά με το τι σκέφτεται, κατακρίνει, αμφισβητεί, προσδοκεί, ελπίζει και μέχρι ποιο σημείο.

Η κατασκευή του ερωτηματολογίου καθορίστηκε από το αντικείμενο της έρευνας και προέβλεπε στην εμφάνιση βασικών επί μέρους θεμάτων που θα έπρεπε να συγκεντρωθούν σχετικά με την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. από τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 10 ερωτήσεις από τις οποίες 6 είναι κλειστού τύπου και οι 4 ανοιχτού τύπου. Επιλέχθηκε η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτήσεων να είναι ερωτήσεις κλειστού τύπου, με σκοπό να επιταχυνθεί η διαδικασία συλλογής και να μην προκληθεί κόπωση στους ερωτώμενους κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Οι προεπιλεγμένες απαντήσεις ακολούθησαν την λογική της κλίμακας με πολύ θετικές έως πολύ αρνητικές γνώμες (π.χ. «Διαφωνώ απόλυτα», «Διαφωνώ»,....., «Συμφωνώ Απόλυτα»)

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δυο ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν γενικά δημογραφικά στοιχεία των επιχειρήσεων. Η δεύτερη περιλαμβάνει ερωτήσεις κλειστού (κυρίως) και ανοιχτού τύπου που αφορούν την

εφαρμογή της Ε.Κ.Ε και τους διάφορους παράγοντες που την επηρεάζουν. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο Παράρτημα της παρούσας εργασίας.

Στάδιο 3: Συλλογή στοιχείων

Εξαιτίας του ποιοτικού χαρακτήρα της παρούσας έρευνας, επιλέχθηκαν ως δείγμα της έρευνας 20 μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν διακριθεί για τις πρακτικές Ε.Κ.Ε που εφαρμόζουν. Οι επιχειρήσεις του δείγματος ήταν οι πρώτες είκοσι (20) επιχειρήσεις που προέκυψαν από την έρευνα Εταιρικής Υπευθυνότητας και Λογοδοσίας 2009 των 100 μεγαλύτερων Ελληνικών εταιρειών (ACCOUNTABILITY RATING GREECE, 2009).

Αρχικά, πραγματοποιήθηκε προκαταρκτική δευτερογενής έρευνα στους δικτυακούς τόπους των επιλεγμένων επιχειρήσεων, από όπου και καταγράφηκαν τα πιο σημαντικά δευτερογενή στοιχεία που έχουν δημοσιεύσει σε σχέση με την Ε.Κ.Ε.

Στη συνέχεια, τα δομημένα ερωτηματολόγια αποστάληκαν με e-mail στις επιχειρήσεις. Έπειτα από τρίμηνη περίοδο και αρκετές προσπάθειες επικοινωνίας, στο ερωτηματολόγιο απάντησαν επτά (7) επιχειρήσεις. Από τα αρχικά 20 ερωτηματολόγια, το τελικό δείγμα της έρευνας διαμορφώθηκε σε 7 επιχειρήσεις (βαθμός απόκρισης ήταν 35%).

Στάδιο 4: Επεξεργασία και ανάλυση στοιχείων

Μετά τη συλλογή των ερωτηματολογίων, πραγματοποιήθηκε σύνθεση με τα δευτερογενή στοιχεία που συλλέχτηκαν από τους δικτυακούς τόπους των επιχειρήσεων του δείγματος και προέκυψε η ανάλυση που δίνεται στην ακόλουθη παράγραφο.

4.3. Αποτελέσματα

4.3.1. VODAFONE - ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ.

Η Vodafone ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 1992 με την εταιρική επωνυμία «ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ» ενώ το Μάρτιο του 2002 μετονομάστηκε σε «Vodafone Πάναφον ΑΕΕΤ». Στη Vodafone, μιλάνε για Εταιρική Υπευθυνότητα και όχι για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, καθώς πιστεύουν ότι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα Εταιρικής Υπευθυνότητας αφορά στον τρόπο με τον οποίο μια εταιρεία διοικείται, παράγει έργο και

συμπεριφέρεται απέναντι στην κοινωνία, τα ενδιαφερόμενα μέρη και το περιβάλλον. Υπεύθυνη είναι η εταιρεία, όταν παράλληλα με την επίτευξη των εμπορικών της στόχων λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο της λειτουργίας της και προχωρά σε αντίστοιχες δράσεις με μετρήσιμα αποτελέσματα. Επομένως αποτελεί υποχρέωση της εταιρείας να μειώσει την αρνητική επίδρασή της και να ενισχύσει αντίστοιχα τη θετική επίδρασή της στον κόσμο γύρω μας. Η Vodafone εργάζεται ουσιαστικά και με συνέπεια για να μειώσει την επίδραση των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον αφού ο σεβασμός στο περιβάλλον αποτελεί μία από τις επιχειρηματικές αρχές. Από την έναρξη της λειτουργίας της Vodafone στην Ελλάδα το 1993, η εταιρεία επενδύει συστηματικά σε προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας ψύξης ή θέρμανσης, φωτισμού, καθώς και στην εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την ηλεκτροδότηση των σταθμών βάσης. Η διαχείριση των προγραμμάτων γίνεται μέσα από το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, που είναι πιστοποιημένο κατά το πρότυπο ISO 14001 και τον Ευρωπαϊκό Κανονισμό EMAS, για το σύνολο των δραστηριοτήτων και εγκαταστάσεων της εταιρείας.

Το περιβάλλον ως προτεραιότητα

Η Vodafone για τις κλιματικές αλλαγές και για το φαινόμενο του θερμοκηπίου πιστεύει ότι, ο επιχειρηματικός κόσμος μπορεί και πρέπει να συμμετέχει μέσα από ένα συστηματικό περιβαλλοντικό πρόγραμμα. Επίσης σχεδίασε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης με στόχο να μειώσει την επιβάρυνση αυτή με μετρήσιμους στόχους και αποτελέσματα.

Η μελέτη της Vodafone (Ανάλυση Επικινδυνότητας) έδειξε ότι η εταιρεία έχει σημαντική κατανάλωση ενέργειας και ότι διαθέτει σημαντικές ποσότητες υλικών και προϊόντων που δεν πρέπει να καταλήξουν στα σκουπίδια. Γι' αυτό το λόγο το πρόγραμμα περιβάλλοντος εστιάζει σε δύο τομείς:

- στην εξοικονόμηση ενέργειας και τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας,
- στην ανακύκλωση, με ένα από τα σημαντικότερα προγράμματα αυτό της ανακύκλωσης κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ, που εφαρμόζεται σε όλα τα καταστήματα και κτίρια της πανελλαδικά.

Ενέργεια: Εξοικονόμηση και όχι μόνο

Τα προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας εφαρμόζονται από το 1993, με την έναρξη της λειτουργίας της εταιρείας. Το σύστημα κλιματισμού Free Cooling, που αξιοποιεί το φυσικό αέρα, μειώνει το χρόνο λειτουργίας του κλιματιστικού στους

Σταθμούς Βάσης, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν περίπου το 55% της συνολικής κατανάλωσης ενέργειας της εταιρείας.

Παράλληλα, στα κτίρια γραφείων της εταιρείας εφαρμόζεται το ευρωπαϊκό πρόγραμμα GreenLight. Ένα εθελοντικό πρόγραμμα, όπου δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί δεσμεύονται να αναβαθμίσουν την αποδοτικότητα του φωτισμού στις κτιριακές τους εγκαταστάσεις. Η Vodafone έχει επεκτείνει τη συγκεκριμένη πρακτική σε έκταση γραφείων 28.350 τ.μ., μειώνοντας έτσι πάνω από 30% την κατανάλωση ενέργειας φωτισμού στις περιοχές εγκατάστασης. Το πρόγραμμα διαρκώς επεκτείνεται, έτσι το 2006-2007 εγκαταστάθηκαν στους κοινόχρηστους χώρους του κτιριακού συγκροτήματος του Χαλανδρίου ανιχνευτές κίνησης, ώστε να υπάρχει φωτισμός μόνο εάν υπάρχει ανθρώπινη παρουσία στο χώρο.

Επίσης, στους υπόγειους χώρους στάθμευσης ο φωτισμός λειτουργεί 4 ώρες την ημέρα, κατά την προσέλευση και αποχώρηση των εργαζομένων, ενώ τις υπόλοιπες ώρες λειτουργεί μόνο ο φωτισμός ασφαλείας. Η εξοικονόμηση ενέργειας για το φωτισμό με τις δύο παραπάνω εφαρμογές, ξεπερνά το 50%. Σε μια προσπάθεια να αξιοποιηθούν οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, και συγκεκριμένα ηλιακή ενέργεια, η Vodafone προχώρησε και στην εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων σε 123 Σταθμούς Βάσης που υπάρχουν σε αγροτικές περιοχές.

Πέρα από τα παραπάνω προγράμματα, η Ομάδα Ενέργειας της εταιρείας παρακολουθεί τις εξελίξεις στον τομέα της ενέργειας και μελετά συνεχώς νέες τεχνολογίες με στόχο να τις εντάξει στο περιβαλλοντικό πρόγραμμα. Μια τέτοια πρωτοβουλία είναι η πιλοτική λειτουργία, από τον Ιανουάριο του 2006, ενός «πράσινου» Σταθμού Βάσης, αποκλειστικά με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και συγκεκριμένα ηλιακή, αιολική και υδρογόνο. Τα προγράμματα ενέργειας της Vodafone αποφέρουν μετρήσιμα αποτελέσματα, τόσο σε αποφυγή εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα, όσο και σε εξοικονόμηση κόστους.

Από το σύνολο των ενεργειακών προγραμμάτων της Vodafone, το οικονομικό έτος 2006-2007 απετράπη η εκπομπή περισσότερων από 9.400 τόνων διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα, ενώ εξοικονομήθηκαν 2.175.000 ευρώ, ποσό που αντιστοιχεί σε ποσοστό 0,12% επί του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας. Για το 2007-2008 η Vodafone έχει βάλει στόχο να αποφευχθεί η εκπομπή 10.500 τόνων διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα.

Ανακύκλωση: έμφαση με σημαντικά ποσοτικά αποτελέσματα

Η Vodafone ξεκίνησε πρώτη το πρόγραμμα ανακύκλωσης κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ ήδη από το 2003, όταν ακόμα κάτι τέτοιο δεν ήταν απαίτηση της

νομοθεσίας, τοποθετώντας κάδους ανακύκλωσης σε όλα τα καταστήματά και τα κτίρια της πανελλαδικά, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα σε όλους όσους έχουν περιβαλλοντική συνείδηση εργαζόμενους, πελάτες και το κοινό γενικότερα να συμμετέχουν με τον τρόπο τους στην προστασία του περιβάλλοντος. Μέχρι σήμερα, η Vodafone έχει προωθήσει για ανακύκλωση περισσότερα από 70.000 προϊόντα κινητής τηλεφωνίας.

Με κοινό χαρακτηριστικό την εμπειρία σε θέματα ανακύκλωσης, η Vodafone και το «Σώμα Ελλήνων Προσκόπων» ένωσαν τις δυνάμεις τους, με στόχο να πετύχουν ακόμη καλύτερα αποτελέσματα και να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Το Μάιο του 2007, η Vodafone τοποθέτησε 400 κάδους συλλογής κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ σε όλα τα Συστήματα των Προσκόπων σε κάθε γωνιά της Ελλάδας. Με την ενέργεια αυτή, τα σημεία συλλογής κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ ξεπερνούν τα 790 σε όλη την Ελλάδα, τα περισσότερα ανάμεσα σε άλλους ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς.

Επιπλέον η Vodafone, πρώτη ανάμεσα στις άλλες Ελληνικές εταιρείες τηλεπικοινωνιών, εφήρμοσε το Νοέμβριο του 2005 το πρόγραμμα ανακύκλωσης οικιακών μπαταριών. Μέχρι σήμερα, έχουν συλλεχθεί περισσότεροι από 5,4 τόνοι οικιακών μπαταριών. Ειδικό κάδοι συλλογής χρησιμοποιημένων οικιακών μπαταριών έχουν τοποθετηθεί στα 390 καταστήματα Vodafone, καθώς επίσης σε όλα τα κτίρια της εταιρείας πανελλαδικά. Οι οικιακές μπαταρίες που συγκεντρώνονται, προωθούνται από τον φορέα ΑΦΗΣ σε εξειδικευμένο εργοστάσιο στη Γερμανία, όπου και ανακυκλώνονται. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το δίκτυο καταστημάτων Vodafone έχει καταγραφεί στη συνείδηση του κοινού και ως σημείο συλλογής οικιακών μπαταριών, ανταποκρινόμενοι στην πρωτοβουλία της εταιρείας, η οποία έχει σημαντικό όφελος για τη δημόσια υγεία και την προστασία του περιβάλλοντος. Οι μπαταρίες περιέχουν στοιχεία τα οποία, αν απορριφθούν στα σκουπίδια, θα καταλήξουν στον υδροφόρο ορίζοντα, επιβαρύνοντας το περιβάλλον. Για παράδειγμα, στις μπαταρίες νικελίου καδμίου, η ποσότητα καδμίου που περιέχεται σε αυτές είναι ικανή να μολύνει το 1/3 του νερού μιας πισίνας Ολυμπιακών διαστάσεων.

Στο πλαίσιο της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί παραπάνω από 5 χρόνια δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
2. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)
3. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
4. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην μείωση της αρνητικής επίδρασης της λειτουργίας εταιρείας και ενίσχυση της θετικής της επίδρασης στην κοινωνία πάρα πολύ, στην ικανοποίηση των εργαζομένων πολύ, στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας, στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς, στην αύξηση της αναγνωσιμότητας, στις σχέσεις με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες και στην σχέση με την πολιτεία αρκετά και τέλος στην αύξηση των πωλήσεων πολύ λίγο.

Οι σημαντικότερες δυσκολίες που αντιμετώπισε η εταιρεία κατά την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. κατά το παρελθόν είναι:

1. Έλλειψη απαραίτητης υποδομής για την εφαρμογή προγραμμάτων εταιρικής υπευθυνότητας (π.χ. για την εφαρμογή προγραμμάτων ανακύκλωσης)
2. Γραφειοκρατία

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου και η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε. πάρα πολύ, η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε. δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα πολύ, το οικονομικό κόστος των δράσεων, η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/ συμβούλων για την Ε.Κ.Ε. και γραφειοκρατία λίγο και τέλος η έλλειψη κινήτρων από το κράτος πολύ λίγο.

Το κίνητρο που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε. είναι η απλοποίηση των διαδικασιών – μείωση γραφειοκρατίας.

Οι δείκτες /συστήματα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι:

1. ISO 14001 και EMAS
2. GRI (G3) και AA1000 Assurance Standard
3. Dow Jones Sustainability Index και FTSE4Good Index

Η εταιρεία διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε., το οποίο αποτελείται από 2 άτομα.

4.3.2. COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.

Η COSMOTE, εταιρία του Ομίλου ΟΤΕ, ξεκίνησε την εμπορική της λειτουργία τον Απρίλιο του 1998 και πέτυχε, μέσα σε μόλις τριάμισι χρόνια, να αναδειχθεί στην πρώτη θέση της ελληνικής αγοράς κινητής τηλεφωνίας σε επίπεδο συνδρομητών, ρυθμών ανάπτυξης και, κυρίως, κερδοφορίας. Η εταιρία δραστηριοποιείται και εκτός των ελληνικών συνόρων και, συγκεκριμένα, στην Αλβανία, τη Βουλγαρία, την ΠΓΔΜ και τη Ρουμανία.

Η COSMOTE πιστή στην ανθρωποκεντρική της φιλοσοφία, κατάρτισε το εταιρικό πρόγραμμα "Συμμετοχή", ένα σύνολο δράσεων που καλύπτουν όλους τους τομείς της επιχειρησιακής δράσης. Η COSMOTE είναι μία εταιρία με όραμα και πολύπλευρο κοινωνικό έργο που στηρίζει πάντα το Συνάνθρωπο που έχει την ανάγκη μας, το περιβάλλον που χρειάζεται τη φροντίδα μας και την ελληνική περιφέρεια που πολλοί την ξεχνούν. Όχι μόνο με λόγια αλλά και με πράξεις. Η μέριμνα της COSMOTE για το ανθρώπινο δυναμικό της, για το συνάνθρωπο, για την προστασία του φυσικού και εργασιακού περιβάλλοντος και για την πολιτιστική και κοινωνική ζωή της ευρύτερης περιφέρειας και των ακριτικών περιοχών, αποδεικνύει ότι η εταιρία, εκτός από τεχνολογική διάσταση, διαθέτει κοινωνική συνείδηση και ευαισθησία.

Υποτροφίες COSMOTE

Για τέταρτη συνεχή χρονιά η COSMOTE προκήρυξε 10 Υποτροφίες για πρωτοετείς φοιτητές Ελληνικών ΑΕΙ όλων των κλάδων. Οι Υποτροφίες COSMOTE εντάσσονται στο πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της εταιρίας «Συμμετοχή», με το οποίο η εταιρία κάνει πράξη τη δέσμευσή της να συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των Ελλήνων.

Προγράμματα για άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ)

Η COSMOTE μέσα από την πολύπλευρη προσφορά της από τη χορηγία των Παραολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004, συνεχίζει να εκφράζει το έμπρακτο ενδιαφέρον της για τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες και ειδικότερα τα άτομα με Αναπηρία, συγκεκριμένα προγράμματα με στόχο να διευκολύνει την καθημερινότητά τους και να διασφαλίσει την ομαλή ένταξή τους στην κοινωνία.

Περιφέρεια

Με το όραμα «Κινητή τηλεφωνία προσιτή σε όλους τους Έλληνες», η COSMOTE επικεντρώθηκε στην Περιφέρεια με κύριο στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των απομακρυσμένων περιοχών. Η εταιρία υλοποιεί το κοινωνικό της

έργο στην Περιφέρεια διακριτικά και αθόρυβα με εκτενή προγράμματα στον τομέα της παιδείας, του περιβάλλοντος και του πολιτισμού.

Συνάνθρωπος

Με απώτερο στόχο να κάνει πράξη το όνειρο όλων μας για έναν καλύτερο κόσμο, η COSMOTE υλοποιεί προγράμματα για την ενίσχυση ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων, όπως το παιδί και οι κάτοικοι των ακριτικών περιοχών. Η δράση της εταιρίας αποδεικνύει ότι πέρα από την τεχνολογική της διάσταση διαθέτει και κοινωνική ευαισθησία.

COSMOTE και Περιβάλλον

Η COSMOTE από τα πρώτα κιόλας βήματά της έχει επιδείξει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το περιβάλλον, συμμετέχοντας σε ένα σύνολο πρωτοποριακών δράσεων. Στόχος της εταιρίας είναι, πέρα από τη διαφύλαξη και προστασία του περιβάλλοντος, η συμβολή της στη διαμόρφωση της περιβαλλοντικής συνείδησης όλων μας.

Τέχνες και πολιτισμός

Η COSMOTE υποστηρίζει σημαντικές ενέργειες που ενδυναμώνουν τις πολιτιστικές αξίες των λαών αλλά και προβάλλουν την τέχνη ως μέσο επικοινωνίας. Οι πολύπλευρες δραστηριότητες που αναλαμβάνει η εταιρία αφορούν σημαντικά πολιτιστικά δρώμενα με σκοπό την αναβάθμιση της πολιτιστικής κουλτούρας όλων των Ελλήνων.

Στο πλαίσιο της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρίας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί 3 χρόνια δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
2. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)
3. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
4. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας και στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς πάρα πολύ, στην αύξηση της αναγνωσιμότητας και στην αύξηση των πωλήσεων πολύ, στις σχέσεις με τους

προμηθευτές και άλλους συνεργάτες αρκετά και στην ικανοποίηση των εργαζομένων και στην σχέση με την Πολιτεία λίγο.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι το οικονομικό κόστος δράσεων αρκετά, το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου και η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε. δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα λίγο, η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε. η έλλειψη ειδικευμένων συνεργατών/συμβούλων για την Ε.Κ.Ε. η γραφειοκρατία και η έλλειψη κινήτρων από το κράτος πολύ λίγο.

Το κίνητρο που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι περισσότερες φοροελαφρύνσεις.

Η εταιρεία δεν διαθέτει ειδικό τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε. αλλά προτίθεται να δημιουργήσει μέσα στην επόμενη διετία.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. είναι η δέσμευση από το καταστατικό για την εφαρμογή συγκεκριμένων δράσεων Ε.Κ.Ε. και συλλογικές αποφάσεις για την εφαρμογή συγκεκριμένων δράσεων.

Οι πιο σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίσει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι η ανακύκλωση, η χρήση βιοδιασπώμενων και οικολογικών υλικών για καθαριότητα, η χρήση ανακυκλωμένων μελανιών και η χρηματοδότηση δράσεων ΜΚΟ.

4.3.3. ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

Η Εμπορική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. ιδρύθηκε το 1907 και λειτουργεί αδιάλειπτα συμβάλλοντας στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας. Το 2007 ο Όμιλος της Εμπορικής Τράπεζας περιλαμβάνει 19 θυγατρικές εταιρίες του χρηματοπιστωτικού τομέα, εκ των οποίων 4 τράπεζες. Επίσης απασχολεί 7609 άτομα, διαθέτει 424 καταστήματα και δραστηριοποιείται στις αγορές της Ελλάδας, Κύπρου, Ρουμανίας, Βουλγαρίας και Αλβανίας.

Η Εμπορική Τράπεζα έχει μακρά παράδοση σε πρωτοβουλίες Ε.Κ.Ε. Η Ε.Κ.Ε που διέπει τα συστήματα και τη λειτουργία της τράπεζα βασίζεται στα ακόλουθα:

- Την εταιρική μας διακυβέρνηση
- Το σύγχρονο σύστημα διαχείρισης κινδύνων

- Τα μέτρα για την αποτροπή νομιμοποίησης παράνομων εσόδων
- Τη διασφάλιση των δικαιωμάτων της μειοψηφίας των μετόχων
- Την εξυπηρέτηση και τις συναλλακτικές σχέσεις με την πελατεία μας
- Την εφαρμογή πολιτικής ίσων ευκαιριών και ίσης μεταχείρισης για το ανθρώπινο δυναμικό, καθώς και πολιτικών μέριμνας, εκπαίδευσης και αξιοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού
- Τον θεσμοθετημένο διάλογο με τη συνδικαλιστική εκπροσώπηση των εργαζομένων
- Τις δράσεις αλληλεγγύης προς κοινωνικές ομάδες
- Τις δράσεις προώθησης του πολιτισμού, της παιδείας, του αθλητισμού
- Την εφαρμογή συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης

Το 2007 η ευθύνη για την τοπική κοινωνία εκφράζεται με τις παρακάτω ενέργειες

- Άμεση αλληλεγγύη προς τους κατοίκους που επλήγησαν από τις καταστροφικές πυρκαγιές το καλοκαίρι του 2007
- Οργάνωση προγραμμάτων εθελοντικής αιμοδοσίας
- Παρουσίαση της χορωδίας μας σε εκδηλώσεις
- Δωρεές σε κοινωνικούς, πολιτιστικούς εκκλησιαστικούς αθλητικούς και λοιπούς φορείς για ενίσχυση δράσεων κοινωνικού χαρακτήρα
- Πολιτιστική συμβολή για τις νέες εκδόσεις της τράπεζας
- Πολιτιστική συμβολή μέσω του ιστορικού μας αρχείου
- Χρηματοδότηση ημερίδων συνεδρίων και κοινωνικών εκδηλώσεων

Στα πλαίσια της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί παραπάνω από 5 χρόνια δράσεις Ε.Κ.Ε. και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)
2. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
3. Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)

4. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην σχέση με την πολιτεία και στην ικανοποίηση των εργαζομένων πάρα πολύ, στις σχέσεις με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες πολύ, στην αύξηση πωλήσεων, στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας και στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας αρκετά και τέλος στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς λίγο.

Η σημαντικότερη δυσκολία που αντιμετώπισε η εταιρεία κατά την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. κατά το παρελθόν είναι η έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης η οποία είναι ο λόγος που σε κάποιες περιπτώσεις απαιτείται χρονοβόρα διαδικασία για την εφαρμογή των πρακτικών.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι το οικονομικό κόστος δράσεων, η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε., η έλλειψη ειδικευμένων συνεργατών/συμβούλων για την Ε.Κ.Ε., η γραφειοκρατία, η έλλειψη κινήτρων από το κράτος και η έλλειψη δέσμευσης από τις Διοικήσεις των Οργανισμών πολύ, η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε. δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα λίγο και το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου πολύ λίγο.

Το κίνητρο που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι νομικοί υποχρέωση των επιχειρήσεων να ενσωματώσουν την Ε.Κ.Ε. στην εσωτερική λειτουργία τους και στην κοινωνική λογοδοσία.

Οι δείκτες /συστήματα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι:

1. Η ετήσια Έκθεση Ε.Κ.Ε. λαμβάνει υπόψη της τις οδηγίες του GRI και οι υπολογισμοί των εκπομπών των αέριων ρύπων γίνονται σύμφωνα με το Greenhouse Gas Protocol (ghp)
2. Η επίδοση της Ε.Κ.Ε. της Εμπορικής Τράπεζας αξιολογείται από τους δείκτες
 - a. FTSE4Good και ETHIBEL Sustainability Index καθώς και από Ινστιτούτο Κοινωνικής Καινοτομίας για το Accountability Rating.
3. Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι ενταγμένο από το 2004 στα Διαχειριστικά Συστήματα της Τράπεζας. Διερευνάται η δυνατότητα της διαπίστευσης κατά ISO ή EMAS.

Η εταιρεία διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει η εταιρεία στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. προέρχονται από μια Επιτροπή Ε.Κ.Ε. του Διοικητικού Συμβουλίου της Τράπεζας καθώς και Σύμβουλος Διοίκησης για θέματα Ε.Κ.Ε. Ο/Η Σύμβουλος Διοίκησης σε θέματα Ε.Κ.Ε., ύστερα από έρευνα, εισηγείται πολιτικές δράσεις στη Διοίκηση ή σε επιμέρους Μονάδες. Μετά από διαβούλευση, οι εισηγήσεις εγκρίνονται και αποτελούν πολιτική/δράση της Τράπεζας. Ο προγραμματισμός, ο συντονισμός, ο έλεγχος της εφαρμογής είναι ευθύνη του Συμβούλου Διοίκησης για θέματα Ε.Κ.Ε.

Κάποιες σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίζει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι:

1. Στον τομέα της Περιβαλλοντικής Υπευθυνότητας έχουν προγραμματιστεί ενέργειες για την αντιμετώπιση της Κλιματικής Αλλαγής, καθώς και επικαιροποίηση του Συστήματος για τη Διαχείριση του αποβλήτου Ηλεκτρολογικού και Ηλεκτρονικού συστήματος.
2. Για την Υγεία και Ασφάλεια στους χώρους εργασίας, ύστερα από την σύσταση ειδικής επιτροπής, έχει προγραμματιστεί η μελέτη των κινδύνων, η σύνταξη εγχειριδίου και η εισήγηση διαχειριστικού συστήματος.
3. Για την ισότητα των φύλων έχει προγραμματιστεί η παρουσίαση της έκθεσης για την υφιστάμενη κατάσταση και την αντιμετώπιση της Γυάλινης Οροφής.

4.3.4. ALPHA BANK A.E

Η Alpha Bank ιδρύθηκε το 1879 και είναι μία από τις μεγαλύτερες τράπεζες στην Ελλάδα. Με δίκτυο 675 Καταστημάτων, ο Όμιλος της Alpha Bank δραστηριοποιείται στην εγχώρια αλλά και στη διεθνή τραπεζική αγορά, με παρουσία στην Κύπρο, στη Ρουμανία, στο Λονδίνο, στη Σερβία, στην Αλβανία, στη Βουλγαρία, στην Π.Γ.Δ.Μ και στη Νέα Υόρκη. Η Alpha Bank αναγνωρίζεται και ως πρωτοπόρος στην εισαγωγή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών, όπως το Alphaphone για τραπεζικές υπηρεσίες μέσω τηλεφώνου, το Alpha line για τραπεζικές συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, το Alpha Web Banking μέσω Internet, το Alpha Bank m - Banking μέσω κινητού τηλεφώνου. Η Alpha Bank, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της προσφοράς της στο κοινωνικό σύνολο, μεριμνά για το ανθρώπινο δυναμικό

της και το εργασιακό περιβάλλον, την προστασία της φύσεως, την κοινωνική και πολιτιστική ζωή του τόπου.

Η Ε.Κ.Ε του Ομίλου Alpha Bank αναπτύσσεται και εφαρμόζεται με συνέπεια μέσα από το σύστημα αξιών, στόχων και δράσεων που διέπουν τη λειτουργία του. Κατά το έτος 2008, παρά τη διεθνή οικονομική κρίση ενίσχυσαν τη δέσμευση για υπεύθυνη συμπεριφορά, με ενέργειες που καλύπτουν όλους τους άξονες της Ε.Κ.Ε., όπως είναι:

- Η διασφάλιση ικανοποιητικών αποδόσεων για τους μετόχους
- Η διασφάλιση υπεύθυνων υπηρεσιών και η προσφορά ανταγωνιστικών προϊόντων στους πελάτες
- Η διασφάλιση ενός υγιούς, ασφαλούς και ικανοποιητικού εργασιακού περιβάλλοντος για το ανθρώπινο δυναμικό
- Η ενίσχυση του κοινωνικού συνόλου μέσω ενός προγράμματος χορηγιών με συνέχεια και συνέπεια
- Η δραστηριοποίηση και δημιουργία υποδομών με στόχο τη μείωση της επιδράσεως που θα προκληθεί στο περιβάλλον από τη λειτουργία του οργανισμού

Η λειτουργία του Ομίλου Alpha Bank, βάσει των αρχών της Ε.Κ.Ε. αποτελεί διαχρονικό στόχο, καθώς μέσω αυτής επιτυγχάνεται η αιεφόρος ανάπτυξη. Παράλληλα αποτελεί το θεμέλιο για τη δημιουργία επιχειρηματικής αξίας σε μακροπρόθεσμη βάση, η οποία υλοποιείται με αποτελεσματικές δραστηριότητες για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων, στο πλαίσιο του σεβασμού προς το Ανθρώπινο Δυναμικό, το περιβάλλον και την κοινωνία.

Τα επιτεύγματα του έτους 2008 μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν:

- Αυστηρότερα κριτήρια διαχείρισεως κινδύνων για αποτελεσματικότερη και με πλήρη διαφάνεια εταιρική διακυβέρνηση του οργανισμού
- Την περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών δικτύων ηλεκτρονικής τραπεζικής προκειμένου να επιτύχουμε τη σταδιακή αύξηση του ποσοστού των συναλλαγών που διενεργούνται μέσω αυτών
- Την ολοκλήρωση του Εκπαιδευτικού Κέντρου υψηλών προδιαγραφών, με σκοπό τη διαρκή προσφορά στην ανάπτυξη του Ανθρώπινου Δυναμικού

Στο πλαίσιο της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί 3 χρόνια δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι τομείς με βάση

1. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ παροχές , εκπαίδευση)
2. Αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)
3. Φυσικό Περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
4. Κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στη βελτίωση της εταιρικής εικόνας , στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας , στις σχέσεις με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες και στην ικανοποίηση των εργαζομένων πολύ , στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς αρκετά , στην αύξηση των πωλήσεων και στη σχέση με την πολιτεία λίγο.

Οι σημαντικότερες δυσκολίες που αντιμετώπισε η εταιρεία κατά την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε είναι η δυσπιστία από την πλευρά των πολιτών για τον πραγματικό σκοπό της δράσεως και η γραφειοκρατία στις διαδικασίες σε ορισμένες περιπτώσεις.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε και η έλλειψη κινήτρων από το κράτος πάρα πολύ, το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου και η γραφειοκρατία πολύ, το οικονομικό κόστος των δράσεων, η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/ συμβούλων για την Ε.Κ.Ε και η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα αρκετά.

Τα κίνητρα που θα λειτουργούσαν από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι διακρίσεις – βραβεία, οι περισσότερες φοροελαφρύνσεις και τέλος η απλοποίηση των διαδικασιών – μείωση γραφειοκρατίας.

Οι δείκτες/ συστήματα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι: α) ISO, β) GRI, EFQM, γ) FTSE4GOOD

Η εταιρεία διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε. και αποτελείται από 3 άτομα.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. είναι εισηγητικά σημειώματα προς τη Γενική

Διεύθυνση από το Τμήμα ΕΚΕ της Τραπέζης για συγκεκριμένα προγράμματα και δράσεις και Αξιολόγηση και ανάπτυξη χορηγικών προγραμμάτων.

Οι πιο σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίσει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι η ημέρα εθελοντισμού και για περισσότερες πληροφορίες υπάρχουν οι παρακάτω ιστοσελίδες (www.alpha.gr, www.alphapolitismos.gr, www.alphanumismatic.gr).

4.3.5. WIND ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε.

Η WIND σήμερα είναι μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1992 και ξεκίνησε τη δραστηριότητά της στην ελληνική αγορά με την εμπορική επωνυμία TELESTET στις 29 Ιουνίου 1993, όπου και πραγματοποιήθηκε η πρώτη κλήση από κινητό στη χώρα μας. Στη συνέχεια καθιερώθηκε στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας χάρη στην υψηλή τηλεπικοινωνιακή τεχνολογία και την πρωτοπορία, καθώς ήταν η εταιρεία που πρώτη προσέφερε στους Έλληνες χρήστες κινητής τηλεφωνίας τις πλέον καινοτομικές υπηρεσίες και προϊόντα. Το 2004, η εμπορική επωνυμία της εταιρείας άλλαξε σε TIM και την επόμενη χρονιά, το 2005 η TIM Ελλάς εξαγοράστηκε από τις εταιρείες διαχείρισης επενδυτικών κεφαλαίων Arax Partners και Texas Pacific Group (TPG). Το 2006 η TIM Ελλάς προχώρησε στην εξαγορά της Q Τηλεπικοινωνίες, δυναμώνοντας έτσι ακόμη περισσότερο την παρουσία της στην ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας. Η επόμενη χρονιά, θα αποτελέσει έναν νέο σταθμό στην ιστορία της εταιρείας καθώς στις 7 Φεβρουαρίου 2007 η Weather Investments S.P.A. - εταιρεία που ελέγχει τον διεθνή τηλεπικοινωνιακό όμιλο Orascom - αποκτά την TIM Ελλάς. Ως μέλος πλέον του ομίλου της Weather Investments η TIM συνεχίζει την ανοδική πορεία της στην ελληνική αγορά τηλεπικοινωνιών και αλλάζει την επωνυμία της σε WIND εγκαινιάζοντας μία νέα εποχή στην επικοινωνία που χαρακτηρίζεται από την προσφορά νέων προϊόντων ώστε οι συνδρομητές μας να απολαμβάνουν περισσότερα. Πρόσφατα, ολοκληρώθηκε η συγχώνευση με την Tellas, γεγονός που καθιστά την WIND Ελλάς το δεύτερο μεγαλύτερο τηλεπικοινωνιακό πάροχο στην Ελλάδα.

Στη WIND Hellas αναγνωρίζουν ότι ο τομέας των τηλεπικοινωνιών στις μέρες μας παίζει σημαντικό ρόλο στις ζωές όλων μας. Γνωρίζοντας ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζει τους ανθρώπους και την κοινωνία σε πολλά επίπεδα, οικονομικά, εργασιακά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά, εντάσσουν την καθημερινή δραστηριότητα σε μια πολύπλευρη στρατηγική Κοινωνικής Ευθύνης που

απευθύνεται τόσο στους ανθρώπους, όσο και ευρύτερα στην κοινωνία. Μέριμνά είναι η Ε.Κ.Ε. να αντανακλάται τόσο στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε το θεσμικό, φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον, όσο και στον τρόπο με τον οποίο θέτουμε τους επιχειρηματικούς και κοινωνικούς μας στόχους.

Η στρατηγική Κοινωνικής Ευθύνης έχει σαν πρωταρχικό στόχο να συνδέσει τις λειτουργίες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρίας με τη δέσμευσή για μια καλύτερη κοινωνία και ένα καθαρότερο περιβάλλον.

Η δραστηριοποίησή αφορά:

1. Στην προσφορά στην αγορά υπεύθυνων προϊόντων και υπηρεσιών, με σκοπό να καλύψουν σημαντικές κοινωνικές ανάγκες
2. Στην ενημέρωση και την ενεργοποίηση των πολιτών για να υιοθετήσουν μια υπεύθυνη συμπεριφορά απέναντι στο περιβάλλον
3. Στην ενημέρωση και ενεργοποίηση των ανθρώπων, προτρέποντάς τους να αναπτύσσουν εθελοντική προσφορά και να γίνουν ΕΝΕΡΓΟΙ ΠΟΛΙΤΕΣ
4. Στην υποστήριξη ΜΚΟ και οργανισμών που έχουν ως κύριο ρόλο να προστατέψουν το περιβάλλον και να στηρίξουν τους ανθρώπους και κυρίως τα παιδιά που βρίσκονται σε ανάγκη.

Με το Πρόγραμμα Κοινωνικής Ευθύνης ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ που βρίσκεται στο επίκεντρο του σχεδιασμού της επιχειρηματικής στρατηγικής, έχουν τη δυνατότητα να συνεισφέρουν στην προσπάθεια για μια καλύτερη μελλοντική κοινωνία και ένα καθαρότερο φυσικό περιβάλλον, όπου τα παιδιά θα έχουν την ευκαιρία και το δικαίωμα να διεκδικήσουν τη θέση τους.

Με βάση τη στρατηγική αυτή στη WIND Hellas αναπτύσσουν δράσεις, που αφορούν στους άξονες στους οποίους επικεντρώνονται: στην υπεύθυνη επιχειρηματικότητα, το περιβάλλον και την κοινωνία.

Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα

Στη WIND Hellas στόχος είναι να διασφαλίσουν την απόλυτη ικανοποίηση των πελατών, των εργαζομένων και των μετόχων, μέσα από την προσφορά υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, απαντώντας στις ανάγκες επικοινωνίας τους και καινοτομώντας στην τεχνολογία.

Οι στρατηγικές παράμετροι που διαφοροποιούν είναι:

- Οι εξειδικευμένες λύσεις για κάθε τμήμα της αγοράς,
- Η άριστη σχέση ποιότητας – κόστους,

- ο Η αξιοπιστία προϊόντων και υπηρεσιών,
- ο Η ποιότητα και η εξυπηρέτηση.

Ενέργειες Υπεύθυνης Επιχείρησης:

Οι πιστοποιήσεις της WIND

Κώδικας δεοντολογίας για την προστασία των ανήλικων χρηστών

Υπηρεσίες:

Amber Alert

Γιατροί Χωρίς Σύνορα (κλήση στο 9011602020, κενό μήνυμα στο 19192)

116000: Ευρωπαϊκή Γραμμή Βοήθειας για το Παιδί

1056: Γραμμή SOS για το Χαμόγελο του Παιδιού

Υπηρεσία Προσφέρω

Περιβάλλον

Στη WIND Hellas θεωρούν πως η βιώσιμη ανάπτυξη και η προστασία του περιβάλλοντος για τη διασφάλιση του παρόντος, αλλά και του μέλλοντος, είναι όχι μόνο σημαντική παράμετρος για τη λειτουργία , αλλά και θεμέλιος λίθος της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς. Για το λόγο αυτό, και κατανοώντας τον αντίκτυπο που οι καθημερινές δραστηριότητες έχουν στο Περιβάλλον, η Εταιρία δεσμεύεται να αναπτύσσει και να κατευθύνει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες στο χώρο των Τηλεπικοινωνιών με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και της δημόσιας υγείας, την ορθή χρήση των φυσικών πόρων και τις αρχές της αειφορίας, μέσα από την τήρηση των θεσμοθετημένων περιβαλλοντικών κανόνων, τη συνεργασία με τις αρμόδιες κρατικές αρχές, την τακτική παρακολούθηση ερευνών για την ελαχιστοποίηση των κινδύνων και την υιοθέτηση μιας φιλικότερης προς το Περιβάλλον επιχειρηματικής συμπεριφοράς.

Δράσεις:

Ανακύκλωση και Διαχείριση Απορριμμάτων

Διάθεση Ειδικής Διασπώμενης Σακούλας

Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Greenlight

Νέο Εκτυπωτικό Σύστημα “Global Printing Project”

Mom – Εταιρία για τη Μελέτη και την Προστασία της Μεσογειακής Φώκιας

Helmera - Ελληνική Ένωση Προστασίας Θαλάσσιου Περιβάλλοντος

Πρόγραμμα «Φάσμα»

Πέλαγος – Ινστιτούτο Κητολογικών Ερευνών

Ενημερωτική Καμπάνια - Θέλω να Μάθω τα Πάντα για το Περιβάλλον

Κέντρο Περιβαλλοντικής Έρευνας και Εκπαίδευσης «Γαία»

Πρεσβευτές του Περιβάλλοντος

Πρόγραμμα Εθελοντικής Αναδάσωσης «Η Επόμενη Μέρα»

Εθελοντές Δασοπυροσβέστες

Κοινωνία

Στη WIND Hellas φροντίζουν τις σχέσεις με τις τοπικές κοινωνίες στις οποίες λειτουργούν και υλοποιούν δράσεις που καλύπτουν βασικές κοινωνικές ανάγκες.

Κοινωνικές εκστρατείες

Παιδί

Εκπαίδευση

Ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες

Πολιτισμός

Στα πλαίσια της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί πάνω από 5 χρόνια δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
2. Αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες), Φυσικό Περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
3. Κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στη βελτίωση της εταιρικής εικόνας πολύ, στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας, στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς, στην ικανοποίηση των εργαζομένων αρκετά, στην αύξηση των πωλήσεων, στις σχέσεις τους με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες και στη σχέση τους με την πολιτεία λίγο.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι το οικονομικό κόστος των δράσεων, η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε, η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/ συμβούλων για την Ε.Κ.Ε πολύ, το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου, η γραφειοκρατία, η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα και η έλλειψη κινήτρων από το κράτος αρκετά.

Το κίνητρο που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι περισσότερες φοροελαφρύνσεις.

Ο δείκτης/ σύστημα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι το ISO και το GRI.

Η εταιρεία διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε. και αποτελείται από 1 άτομο.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. προέρχονται βάση της στρατηγικής που χαράζουν κάθε χρόνο με άξονες τις ανάγκες των συμμετοχών τους και την προστασία του περιβάλλοντος.

Οι πιο σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίσει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι να συνεχίζει να στηρίζει με διάφορες δράσεις το περιβάλλον και τους ανθρώπους της wind Ελλάς καθώς επίσης δράσεις για την εκπαίδευση όπως το πρόγραμμα της «μείωσης του ψηφιακού χάσματος και ενίσχυση της ισότιμης πρόσβασης στην εκπαίδευση» που τρέχει τα τελευταία 9 χρόνια.

4.3.6. ΑΛΦΑ ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.

Η ΑΒ Βασιλόπουλος, βαθιά ευαισθητοποιημένη με το περιβάλλον και τις επιπτώσεις στην βιοποικιλότητα και στον άνθρωπο έχει θέσει ως στόχο τη δημιουργία των απαραίτητων προϋποθέσεων για την υλοποίηση και εφαρμογή των αρχών της βιώσιμης ανάπτυξης στους χώρους που δραστηριοποιείται και στην περιβαλλοντική αναβάθμιση της χώρας.

Έτσι έχει αναπτύξει με ιδιαίτερη επιτυχία, αποδοχή και ενεργή συμμετοχή από τον κόσμο:

- ολοκληρωμένα συστήματα ανακύκλωσης, Recycling Centers
- μικρότερα συστήματα ανακύκλωσης αλουμινίου, λευκοσιδήρου, πλαστικού

- αυτόματα μηχανήματα επιστροφής κενών φιάλων
- σύστημα διαχείρισης ανακύκλωσης συσκευασιών και κιβωτίων στα καταστήματα και στις κεντρικές αποθήκες στη Μάνδρα
- κεντριοποίηση logistics
- λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης
- εκμετάλλευση απορριπτόμενης θερμότητας ψυκτικών μηχανημάτων
- ελεγχόμενη καύση υπολειμμάτων κρεοπωλείου
- οικολογική τσάντα.

Η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ σαν «καλός εταιρικός πολίτης» ενσωματώνει κοινωνικές αντιλήψεις στην λειτουργία και την στρατηγική της. Η κοινωνική ευθύνη αποτελεί μέρος της ταυτότητας της εταιρίας η οποία θεωρεί τις χορηγίες γι' αυτούς τους σκοπούς σαν επένδυση και όχι σαν κόστος.

Σ' αυτό το πλαίσιο, το Διοικητικό Συμβούλιο προχώρησε στις ακόλουθες ενέργειες:

- Θέσπισε τον «Κώδικα Κοινωνικής Δεοντολογίας», με τον οποίο θεσμοθετείται η συνεισφορά της Εταιρίας σε τοπικές κοινωνίες όπου δραστηριοποιείται, με την ενίσχυση προγραμμάτων και οργανισμών που αφορούν την υγεία και την κοινωνική πρόνοια και αλληλεγγύη, την εκπαίδευση και τον πολιτισμό.
- Εγκρίνει την εγγραφή συγκεκριμένου κονδυλίου στον Προϋπολογισμό για ενίσχυση κοινωνικών πρωτοβουλιών που κινούνται στα παραπάνω πλαίσια.
- Συνέστησε ειδική επιτροπή, στην οποία προεδρεύει ένα από τα ανεξάρτητα μέλη του Δ.Σ., που διαχειρίζεται την διάθεση του παραπάνω κονδυλίου του Προϋπολογισμού.

Στα πλαίσια της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί παραπάνω από 5 χρόνια δράσεις Ε.Κ.Ε. και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
2. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
3. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)
4. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας πολύ, στην αύξηση της αναγνωσιμότητας, στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς, στις σχέσεις με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες, στην ικανοποίηση των εργαζομένων και στην σχέση με την πολιτεία αρκετά και τέλος στην αύξηση των πωλήσεων πολύ λίγο.

Η σημαντικότερη δυσκολία που αντιμετώπισε η εταιρεία κατά την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. κατά το παρελθόν είναι η έγκριση του Δημοσίου για ορισμένα έργα.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι η γραφειοκρατία πολύ, το οικονομικό κόστος δράσεων, η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε. δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα και η έλλειψη κινήτρων από το κράτος αρκετά, το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου, η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε και η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/ συμβούλων για την Ε.Κ.Ε λίγο.

Τα κίνητρα που θα λειτουργούσαν από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι περισσότερες φοροελαφρύνσεις και οι απλοποίηση των διαδικασιών – μείωση γραφειοκρατίας.

Οι δείκτες /συστήματα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι το GRI & EFQM

Η εταιρεία δεν διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει η εταιρεία στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε προέρχονται από τον βασικός άξονας της στρατηγικής της εταιρείας

Κάποιες σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίζει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι η εξής: η ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ως μοναδικός φορέας ατομικής ανακύκλωσης έχει δημιουργήσει τα Recycling Centers. Σε συνεργασία με την εταιρεία ΤΕΧΑΝ Συστήματα Περιβαλλοντικής Εναλλακτικής Διαχείρισης Ε.Π.Ε., κάνοντας χρήση ειδικών διατάξεων του νόμου και έχοντας την πιστοποίηση από το ΥΠΕΧΩΔΕ, εφάρμοσε Σύστημα Ατομικής Εναλλακτικής Διαχείρισης Συσκευασιών. «Είναι η μοναδική εταιρεία στην Ελλάδα και στην Ευρώπη που εφαρμόζει Ατομικό Σύστημα αφού όλοι οι υπόλοιποι «διαχειριστές συσκευασιών» (παραγωγοί, εξαγωγείς, λιανέμποροι) σύμφωνα με τον Νόμο 2939/2001 συμμετέχουν σε Συλλογικά

Συστήματα Εναλλακτικής Διαχείρισης των Συσκευασιών τους χωρίς να προσφέρουν άμεση δυνατότητα ανακύκλωσης συσκευασιών στους πελάτες τους.» λέει στο Ecotec Ανώτατο Στέλεχος της AB. Σε αρκετά καταστήματα AB Mega μπορούν να ανακυκλωθούν πλαστικά μπουκάλια, μεταλλικά κουτιά (αλουμινίου, λευκοσιδήρου), γυάλινες φιάλες, πλαστικές σακούλες, μπαταρίες, μεταλλικούς περιέκτες και πλαστικά δοχεία.

Το κατάστημα του Ελληνικού είναι το πρώτο στην Ελλάδα που από το Νοέμβριο του 2003 δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες του, αλλά και στους κατοίκους της περιοχής, να ανακυκλώνουν στο ίδιο σημείο, 24 ώρες το 24ώρο οκτώ διαφορετικά υλικά. Παράλληλα όμως, παρέχονται από το σύστημα και επιπλέον κίνητρα, όπως η εκπτώτικη του "επιβράβευση" (μέσω αγορών από τα καταστήματά), καθώς και η επιλογή αυτόματης δωρεάς του χρηματικού αντιτίμου υπέρ του Συλλόγου «ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ». (Τα παραπάνω ισχύουν μόνο ύστερα από την ανακύκλωση γυαλιού-αλουμινίου-pet πλαστικού).

Δεύτερη δράση για την προστασία του περιβάλλοντος είναι τα 20 καταστήματά της AB που λειτουργούν μηχανήματα συγκέντρωσης πλαστικών μπουκαλιών και μεταλλικών κουτιών.

Τρίτη σημαντική προσπάθεια είναι τα αυτόματα μηχανήματα επιστροφής κενών φιαλών που διαθέτουν περισσότερα από 50 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

Τέταρτη δράση είναι η ανακύκλωση των συσκευασιών-κιβωτίων στα καταστήματα AB, όπως και στις κεντρικές αποθήκες στην Μάνδρα. «Η εταιρία έχει επενδύσει σε πρέσες που συμπιέζουν τα χαρτόνια και στη συνέχεια δένονται σε δέματα όπου πωλούνται, δίνοντας στην εταιρία ένα επιπλέον όφελος. Η ετήσια ανακύκλωση ποσότητας χαρτιού 6000 tn σώζουν ένα δάσος με 85.000 μεγάλα δένδρα, ενέργεια 7,8 εκατομμύρια kWh και πόσιμο νερό 1,7 εκατομμύρια κυβικά νερού.» λέει Ανώτατο Στέλεχος της AB

Το κεντροποιημένο σύστημα διακίνησης της AB είχε σαν αποτέλεσμα ο αριθμός παραδόσεων των εμπορευμάτων να μειωθεί δραστικά. Το όφελος για το περιβάλλον δεν ήταν μόνο η μείωση της κατανάλωσης καυσίμων και της ρύπανσης αλλά και η μείωση της παρεμπόδισης της κυκλοφορίας και της ηχορύπανσης στις περιοχές γύρω από τα καταστήματα. Αυτή η πέμπτη δράση επεκτάθηκε προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί η περιβαλλοντική επιβάρυνση αλλά και να εξοικονομηθούν καύσιμα μεταφορών. Τα φορτηγά της AB, αφού παραδώσουν στα καταστήματα που βρίσκονται στις απομακρυσμένες περιοχές, επιστρέφουν στις κεντρικές αποθήκες μεταφέροντας εμπορεύματα που παράγονται στις εν λόγω περιοχές.

Μια έκτη περιβαλλοντική επιλογή είναι οι λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης που χρησιμοποιούνται στα καταστήματα AB που άνοιξαν ή ανακαινίστηκαν τα 3 τελευταία χρόνια. Ταυτόχρονα η εταιρεία έχει δεσμευτεί προς την GREENPEACE και τους οικολογικούς φορείς ότι από το 2010 θα καταργήσει τη πώληση συμβατικών λαμπτήρων πυράκτωσης από όλα τα AB.

Επίσης έχει επιλεγεί και χρησιμοποιείται σύστημα φωτισμού που εξοικονομεί ενέργεια. Το σύστημα αυτό ρυθμίζει αυτόματα την ένταση του φωτισμού στα καταστήματα σε προκαθορισμένο επίπεδο. Έτσι αποφεύγοντας τον υπερβολικό φωτισμό, μειώνεται η κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας. Επίσης, η σύνδεση των καταστημάτων με συστοιχία πυκνωτών που παρακολουθούν τις αιχμές ισχύος και ελέγχουν την κατανάλωση έχουν σαν αποτέλεσμα την εξοικονόμηση της ηλεκτρικής ενέργειας.

Μια άλλη πρωτοβουλία εξοικονόμησης ενέργειας, η έβδομη κατά σειρά, που εφαρμόζεται σε όλα τα καταστήματα AB είναι η εκμετάλλευση της απορριπτόμενης θερμότητας η οποία αποβάλλεται από τον ψυκτικό κύκλο και η χρησιμοποίησή της για θέρμανση νερού. Ακόμη, το κύκλωμα της ψύξης παρακολουθείται με ηλεκτρονικά μέσα έχοντας ως πρωταρχικό σκοπό την εύρυθμη λειτουργία του και τη διασφάλιση της σωστής ενεργειακής κατανάλωσης των μηχανημάτων. Επιπλέον, η εταιρία συμμορφώνεται πλήρως με προς τις οδηγίες της E.E. αναφορικά με τη χρήση φιλικότερων προς το περιβάλλον ψυκτικών ουσιών. Τέλος, το φρέον μαζεύεται και αποθηκεύεται ώστε να μην διοχετεύονται στην ατμόσφαιρα τέτοιου είδους επικίνδυνα αέρια.

Μια ακόμη πρωτοβουλία, η όγδοη, είναι η σειρά προϊόντων "Green Leaf", φιλικών προς το περιβάλλον. Πρόκειται για προϊόντα ολοκληρωμένης διαχείρισης περιβάλλοντος (απορρυπαντικά και προϊόντα προσωπικής φροντίδας). Η σειρά αυτή συνάδει με την πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Ολοκληρωμένη Διαχείριση, την Προστασία του Περιβάλλοντος και την Αειφόρο Ανάπτυξη αφού τα προϊόντα της προέρχονται από την ολοκληρωμένη διαχείριση του καρπού της ελιάς κατά την παραγωγή του ελαιολάδου, κάνοντας χρήση ήπιων και εναλλακτικής μορφής τύπων επεξεργασίας του αρχικού υλικού της βιομάζας. Με τον τρόπο αυτό, τα παραγόμενα κατάλοιπα της βιομηχανικής παραγωγής δεν διοχετεύονται στο περιβάλλον αλλά αξιοποιούνται. Αν και προς το παρόν υπάρχει έλλειψη τους από τα AB σύντομα θα κυκλοφορήσουν και πάλι με εμπλουτισμένο κωδικολόγιο .

Η ένατη πρωτοβουλία της AB είναι η εναλλακτική δυνατότητα που προσφέρει στους πελάτες της να περιορίσουν τη χρήση πλαστικών σακουλών και να προτιμήσουν τις

επαναχρησιμοποιούμενες οικολογικές τσάντες που έχουν ειδικές θήκες για φιάλες και άφθονο χώρο για τις υπόλοιπες αγορές, είναι ανθεκτικές για πολλές χρήσεις και ανταμείβουν τους πελάτες κάθε φορά που τις χρησιμοποιούν . Πλέον, στα καταστήματα του Δήμου Αθηναίων (και σύντομα σε όλη την Ελλάδα) οι πλαστικές σακούλες έχουν αντικατασταθεί από Φώτο- διασπόμενες

Τον δεκάλογο συμπληρώνει η συνεχής δέσμευση της ΑΒ για ενεργή συμμετοχή σε ενέργειες σχετικές με τη προστασία του περιβάλλοντος και ειδικότερα με την ανακύκλωση . Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η συνεργασία με τον Όμιλο ΣΚΑΙ, η συμμετοχή στο Earth Hour, στην Γιορτή Ανακύκλωσης του Δήμου Αθηναίων και φυσικά ο πιλοτικός σταθμός Φωτοβολταϊκών στο κατάστημα του Ελληνικού.

4.3.7.ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΥΔΡΕΥΣΗΣ (ΕΥΔΑΠ)

Η ΕΥΔΑΠ ως Εταιρία διαχείρισης του πλέον σημαντικότερου φυσικού πόρου, του νερού με δεδομένη τη φύση και τις προκλήσεις της επιχειρηματικής της δραστηριότητας εφαρμόζει τις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε κάθε επίπεδο λειτουργίας της έχοντας υιοθετήσει πρακτικές εταιρικής υπευθυνότητας απέναντι στον άνθρωπο, την κοινωνία, το περιβάλλον. Η πρόσφατη ένταξη της Εταιρίας στο Δίκτυο Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ αποτελεί μια ακόμα δέσμευση της ΕΥΔΑΠ για μεγαλύτερη πρόοδο στην περαιτέρω εφαρμογή και ενσωμάτωση νέων πρωτοβουλιών με στόχο τη μεγαλύτερη δυνατή συνεισφορά στην ευρύτερη κοινωνία.

Ανθρώπινο Κεφάλαιο

Η ΕΥΔΑΠ διατηρώντας το κοινωνικό της πρόσωπο προς τους εργαζομένους της και εφαρμόζοντας νέες τεχνικές διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού παρέχει:

- Δώρα και εορταστικές εκδηλώσεις για τα παιδιά των εργαζομένων.
- Κάλυψη διδάκτρων για την εκμάθηση ξένων γλωσσών τόσο των εργαζομένων όσο και των παιδιών τους.
- Οικονομική υποστήριξη για την κάλυψη δαπανών της κατ' οίκον φύλαξης ή των παιδικών σταθμών για παιδιά των εργαζομένων.
- Εκπαιδευτικά προγράμματα για τους εργαζόμενους από το Κέντρο Εκπαίδευσης και Κατάρτισης της ΕΥΔΑΠ με στόχο την ανάπτυξη δεξιοτήτων και ικανοτήτων των εργαζομένων.

- Οικονομική υποστήριξη για εκπαίδευση του Προσωπικού σε εκπαιδευτικά κέντρα ή ιδρύματα εκτός ΕΥΔΑΠ.
- Οικονομική υποστήριξη εργαζομένων για κάλυψη δαπανών υγειονομικής περίθαλψης.
- Παροχή δανείων στους εργαζόμενους για κάλυψη έκτακτων αναγκών ή αγορά ηλεκτρονικού υπολογιστή.
- Διοργάνωση ψυχαγωγικών εκδηλώσεων για τους συνταξιούχους της ΕΥΔΑΠ.

Κοινωνία

Η ΕΥΔΑΠ, Εταιρεία παροχής υπηρεσιών με το έργο ικανοποίησης ζωτικών αναγκών των πελατών της, έχει σαφή κοινωνικό προσανατολισμό, ο οποίος παίρνει σάρκα και οστά μέσα από παροχές, ρυθμίσεις και δράσεις που εκφράζουν την κοινωνική της πολιτική και ευαισθησία. Η στρατηγική της Εταιρείας στον τομέα της κοινωνικής της πολιτικής υλοποιείται με ποικίλες πρακτικές που συνοψίζονται στα εξής:

Κοινωνική πολιτική προς τους πελάτες

- Παροχή βοήθειας με τη μορφή οικονομικής ή υλικής υποστήριξης ασθενών κοινωνικών ομάδων και αναξιοπαθούντων.
- Ειδικά τιμολόγια χαμηλής χρέωσης σε ευαίσθητες κατηγορίες όπως φιλανθρωπικά ιδρύματα, πολύτεκνες οικογένειες, νοσοκομεία.
- Ευνοϊκές ρυθμίσεις για υπέρογκους λογαριασμούς που προκύπτουν από αφανείς διαρροές.

Πολιτισμός και αθλητισμός

- Διάσωση και αναπαραγωγή κινηματογραφικού υλικού από τα αρχεία της ULEN και δημιουργία ιστορικού ντοκιμαντέρ στο οποίο απεικονίζονται οι εργασίες κατασκευής του φράγματος του Μαραθώνα και άλλων συναφών εργασιών κατά τη τρίτη δεκαετία του 20ου αιώνα.
- Χορηγίες και υποστήριξη κορυφαίων αθλητών.
- Διατήρηση μικρού μουσείου στο Φράγμα Μαραθώνα με εκθέματα από την κατασκευή του Φράγματος το 1925.

Περιβάλλον

Τα τελευταία χρόνια η ευαισθητοποίηση του κοινού, των κυβερνήσεων και των επιχειρήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος έχει αυξηθεί σημαντικά. Η

ΕΥΔΑΠ ως Εταιρεία που δραστηριοποιείται στη διαχείριση υδατικών πόρων δεν έχει μείνει αμέτοχη: Οι αρχές της προστασίας του περιβάλλοντος και η αειφορία του φυσικού πόρου, καθώς και η ορθολογική χρήση και εξοικονόμηση του, η διατήρηση της ισορροπίας των οικοσυστημάτων, αποτελούν τις γενικότερες παραμέτρους του περιβαλλοντικού σχεδιασμού της ΕΥΔΑΠ.

Η στρατηγική της Εταιρείας όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος υλοποιείται με ανάλογες πρακτικές σε συγκεκριμένους τομείς.

A. Εξοικονόμηση ενέργειας-Μείωση Περιβαλλοντικής επιβάρυνσης

- Εκμετάλλευση του παραγόμενου βιοαερίου στις Εγκαταστάσεις Επεξεργασίας Λυμάτων, για την παραγωγή ηλεκτρικής και θερμικής ενέργειας.
- Εκμετάλλευση της υδραυλικής ενέργειας κατά μήκος των υδραγωγείων μεταφοράς νερού με μετατροπή της σε ηλεκτρική σε μικρούς υδροηλεκτρικούς σταθμούς.
- Επενδύσεις στις ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις της ΕΥΔΑΠ για αποδοτικότερη λειτουργία και συνεπώς μικρότερη κατανάλωση ενέργειας.
- Πρόγραμμα επεξεργασίας και εκμετάλλευσης της λάσπης που προέρχεται από την επεξεργασία του νερού και των λυμάτων στις Εγκαταστάσεις Επεξεργασίας Νερού και στις Εγκαταστάσεις Επεξεργασίας Λυμάτων.

B. Προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος

- ❖ Βιολογικός καθαρισμός των λυμάτων και βοθρολυμάτων της λεκάνης απορροής της Πρωτεύουσας και σχεδιασμός για δημιουργία νέων κέντρων βιολογικού καθαρισμού.
- ❖ Έλεγχος των απορρίψεων στο δίκτυο αποχέτευσης.

Γ. Προστασία και εξοικονόμηση του φυσικού πόρου

- ✓ Εκσυγχρονισμός των δικτύων ύδρευσης για τη μείωση των διαρροών.
- ✓ Πρόγραμμα σταδιακής αντικατάστασης των υδρομετρητών.
- ✓ Λειτουργία Κεντρικού Διαχειριστικού Συστήματος Υδατικών Πόρων.
- ✓ Λειτουργία Γεωγραφικού Συστήματος Πληροφοριών & Διαχείρισης δικτύων για την προληπτική συντήρησή τους και την αποτελεσματική αντιμετώπιση των βλαβών και των διαρροών.
- ✓ Έρευνα και σχεδιασμός έργων για επαναχρησιμοποίηση επεξεργασμένων νερών για άρδευση.

Δ. Δημιουργία περιβαλλοντικής συνείδησης και ευαισθησίας

- Εκπαιδευτικό πρόγραμμα της ΕΥΔΑΠ που απευθύνεται σε μαθητές όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης. Περίπου 20.000 μαθητές παρακολουθούν κάθε χρόνο το πρόγραμμα και λαμβάνουν δωρεάν ενημερωτικά έντυπα.
- Ενότητα αφιερωμένη στο περιβάλλον με πλούσιο ενημερωτικό υλικό με στόχο την ενημέρωση των πολιτών για τη σπανιότητα και την προστασία του φυσικού πόρου.
- Έκδοση ενημερωτικών εντύπων που διανέμονται σε επισκέπτες που προσέρχονται στις εγκαταστάσεις της ΕΥΔΑΠ.
- Αποστολή ενημερωτικών εντύπων στους πελάτες μαζί με τους λογαριασμούς κατανάλωσης νερού με οδηγίες για την οικονομία και την ορθολογική χρήση του νερού.
- Δημιουργία παιδικής ταινίας βασισμένης στην τεχνολογία 3D μέσω της οποίας μεταδίδονται στα παιδιά μηνύματα για την ορθολογική χρήση του νερού και την προστασία των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος. Δημιουργία ηλεκτρονικών παιχνιδιών που εξοικειώνουν με ευχάριστο τρόπο τα παιδιά με τις αρχές της σωστής χρήσης του νερού και της προστασίας του περιβάλλοντος.

Στα πλαίσια της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί παραπάνω από 5 χρόνια δράσεις Ε.Κ.Ε. και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
2. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)
3. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
4. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην ικανοποίηση των εργαζομένων και στη σχέση με την Πολιτεία πάρα πολύ, στη βελτίωση της εταιρικής εικόνας, στην αύξηση της αναγνωσιμότητας και στις σχέσεις σας με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες πολύ, στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς λίγο και τέλος στην αύξηση των πωλήσεων πολύ λίγο.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι η γραφειοκρατία και η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα πάρα πολύ, το οικονομικό κόστος των δράσεων, το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου και η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/ συμβούλων για την Ε.Κ.Ε πολύ και τέλος η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε και η έλλειψη κινήτρων από το κράτος αρκετά.

Τα κίνητρα που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι περισσότερες φοροελαφρύνσεις και οι απλοποίηση των διαδικασιών – μείωση γραφειοκρατίας.

Η εταιρεία δεν διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε. αλλά προτίθεστε να δημιουργήσετε μέσα στην επόμενη διετία.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει η εταιρεία στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. προέρχονται από τα Κεντρικά – σε επίπεδο Διοίκησης

Κάποιες σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίζει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι: φωτοβολταϊκά, ανακύκλωση μελανιών, προγράμματα μετεκπαίδευσης προσωπικού, επέκταση ειδικών τιμολογίων σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, κ.ά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας, η έννοια της εταιρικής ευθύνης είναι δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια. Λόγω του πολυσύνθετου χαρακτήρα της, δεν υπάρχει ένα κοινά αποδεκτός ορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο. Παρόλα αυτά η ΕΚΕ είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.

Την τελευταία δεκαετία όλο και περισσότερες επιχειρήσεις αναλαμβάνουν να συνεισφέρουν ενεργά στην κοινωνία επιδεικνύοντας κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την οικονομική ανάπτυξη τόσο της κοινωνίας όσο και τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Επίσης γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι η ύπαρξη, η δραστηριότητα, αλλά και η σωστή λειτουργία μιας επιχείρησης, βασίζεται στις σχέσεις αλληλεπίδρασης των παραγόντων που συμβάλουν στην ολοκλήρωση των επιθυμητών της στόχων, υπακούοντας στις προδιαγραφές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Οι προδιαγραφές αυτές, ενισχύουν την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, ενώ παράλληλα μπορούν να διασφαλίσουν, ως ένα μεγάλο βαθμό, τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητά της. Η σημασία των χαρακτηριστικών αυτών γίνεται ιδιαίτερα αισθητή σε μια κοινωνία, η οποία χαρακτηρίζεται από συνεχείς και ραγδαίες εξελίξεις σε χώρους όπως εκείνες της τεχνολογίας και της οικονομίας.

Στα συμπεράσματα της έρευνας συμπεριλαμβάνονται οι διαπιστώσεις ότι οι μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις του δείγματος γνωρίζουν σε ικανοποιητικό βαθμό την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και αναλαμβάνουν σχετικές δράσεις αλλά, υφίσταται ανάγκη για περαιτέρω ενημέρωση και ανάληψη πρωτοβουλιών με στόχο την πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων και των ωφελημάτων που προκύπτουν για τις επιχειρήσεις (και ιδιαίτερα το ανθρώπινο δυναμικό και την αναγνωρισιμότητά τους) και το κοινωνικό σύνολο από την υλοποίηση δράσεων κοινωνικής ευθύνης.

Ακόμα και αυτές οι επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν διακριθεί στον τομέα της Ε.Κ.Ε. αναγνωρίζουν ότι τα κυριότερα εμπόδια στην λήψη πρωτοβουλιών Ε.Κ.Ε. είναι η

γραφειοκρατία και η πεποίθηση που επικρατεί, ό,τι η Ε.Κ.Ε δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα όσο αφορά το όφελος που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις. Το οικονομικό κόστος των δράσεων Ε.Κ.Ε είναι επίσης ένας ανασταλτικός παράγοντας σύμφωνα με την έρευνα, ενώ οι φοροελαφρύνσεις και η επιβράβευση από την Πολιτεία τονίσθηκαν ως τα κυριότερα κίνητρα για τις επιχειρήσεις που επιδεικνύουν κοινωνική ευθύνη. Από πολλές επιχειρήσεις τονίσθηκε επίσης ως ανασταλτικός παράγοντας η έλλειψη στελεχών απόλυτα καταρτισμένων σε θέματα διαχείρισης δράσεων Ε.Κ.Ε.

Σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις για τις δράσεις Ε.Κ.Ε, η έρευνα φανερώνει ότι συνήθως οι αποφάσεις λαμβάνονται σε κεντρικό και ανώτερο επίπεδο διοίκησης. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός πως μερικές από τις επιχειρήσεις του δείγματος, αν και καταλαμβάνουν μια από τις 20 θέσεις του δείκτη Εταιρικής Υπευθυνότητας και Λογοδοσίας 2009, δεν διαθέτουν τμήμα Ε.Κ.Ε., ενώ άλλες επιχειρήσεις που διαθέτουν το στελεχώνουν με πολύ μικρό αριθμό εργαζομένων.

Επόμενα βήματα...

Η παρούσα πτυχιακή εργασία προσπάθησε να αποτυπώσει τις τάσεις που επικρατούν σχετικά με την Ε.Κ.Ε. σε επίπεδο επιχειρήσεων, καταναλωτών και διεθνών οργανισμών. Επιπλέον, μέσα από την πρωτογενή έρευνα έγινε μια προσπάθεια να διερευνηθούν πιο ποιοτικά στοιχεία σχετικά με τον τρόπο που οι ελληνικές επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται διαχειρίζονται και εφαρμόζουν τις δράσεις Ε.Κ.Ε.

Η έρευνα περιορίστηκε σε μικρό αριθμό απαντήσεων, καθώς δεν υπήρξε μεγάλο ποσοστό απόκρισης από την πλευρά των επιχειρήσεων. Στο μέλλον θα ήταν ωφέλιμο ανάλογες πρωτογενής έρευνες να διευρύνουν το δείγμα τους και να καταλήξουν με μεγαλύτερη σιγουριά σε συμπεράσματα σχετικά με τον τρόπο που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις το ζήτημα της Ε.Κ.Ε.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2001), “Πράσινο Βιβλίο: Προώθηση ενός Ευρωπαϊκού Πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη”, διαθέσιμο στη διεύθυνση http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/el/com/2001/com2001_0366el01.pdf
- WBCSD, (1998), “Stakeholder Dialogue on CSR”, διαθέσιμο στη διεύθυνση www.wbcsd.org
- CSR Hellas, (2008), “Οδηγός Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις”, διαθέσιμο στην διεύθυνση www.csrhellas.org/csr_last2/portal/images/stories/files/Guide_definitive.pdf
- Wikipedia, “Εταιρική κοινωνική ευθύνη”, Βικιπαίδεια - ελεύθερη διαδικτυακή εγκυκλοπαίδεια, διαθέσιμο στην διεύθυνση: el.wikipedia.org/wiki/Εταιρική_κοινωνική_ευθύνη - 41k –
- Freeman, R. Edward, (1984), “Strategic Management: A stakeholder approach”, εκδόσεις Pitman, Βοστώνη.
- Πολυδύναμο Κέντρο Κοινωνικής Παρέμβασης Νομού Κυκλάδων, (2009). «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», διαθέσιμο στην διεύθυνση: www.ncyclades.gr/polidynamo/index.php/el/2009-03-10-17-55-45/50----q---q/75-2009-04-15-12-08-47.html
- Τομείς Δραστηριότητας, διαθέσιμο στην διεύθυνση: www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/36oz_2007110136.php3
- United Nations, (1987), Brundtland Report, “Our Common Future: The World Commission on Environment and Development”, Oxford:
- Τζωρτζάκης Κ. και Τζωρτζάκη Α., (2002), «Οργάνωση και Διοίκηση», ROSILI ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ, Αθήνα
- Σαββάκης Γ., (2006), «Οι δείκτες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», διαθέσιμο στη διεύθυνση: www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders.aspx?amid=103715&parent=103711
- Χονδρογιάννης Γ., (2007), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και βιώσιμη ανάπτυξη», διαθέσιμο στη διεύθυνση: <http://sky.hua.gr/epixeirein/hmerida6/G.Hondroyiannis-presentation.pdf>

- ο Κουμάντου Ρ., (2006), «Η Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στο σύγχρονο περιβάλλον», Θεσσαλονίκη, διαθέσιμο στη διεύθυνση: www.sbbe.gr/ekd/170306_eke/KOYMANTOY1.pdf

Άλλες αναφορές από το Διαδίκτυο

Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή, (CSR Hellas), www.csrhellas.org

- ο “Καλές πρακτικές μικρομεσαίων επιχειρήσεων”, διαθέσιμο στην διεύθυνση: www.csrhellas.org/csr_last2/portal/images/stories/files/KATALOGOS_KALON_PRAKTIKON_MME.pdf
- ο “Επιχειρηματική προσέγγιση”, διαθέσιμο στην διεύθυνση: www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/35oz_2007110135.php3
- ο “Τρόποι δημοσιοποίησης δράσεων Ε.Κ.Ε.”: www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/37oz_2007110137.php3
- ο “Πρότυπα CSR”, διαθέσιμο στην διεύθυνση: www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/34oz_2007110134.php3
- ο “Έρευνα για την Ε.Κ.Ε. και την υπεύθυνη κατανάλωση CSR 2008”, διαθέσιμο στην διεύθυνση www.eurocharity.eu/file_library/loC_CSR_findings.doc

Άρθρα από το www.euro2day.gr:

- ο “Ιστορία από την φιλανθρωπία στο κοινωνικό μέρισμα”, διαθέσιμο στη διεύθυνση: www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders.aspx?amid=103713&parent=103711
- ο “Οι δείκτες Ε.Κ.Ε.”, διαθέσιμο στην διεύθυνση: www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders.aspx?amid=103715&parent=103711

Δικτυακοί τόποι υπό διερεύνηση εταιριών

- ο Vodafone Hellas: www.vodafone.gr
- ο Cosmote: www.cosmote.gr
- ο ΑΒ Βασιλόπουλος: www.ab.gr
- ο Alpha Bank: www.alpha.gr
- ο ΕΥΔΑΠ: www.eydap.gr
- ο Wind Hellas: www.wind.com.gr
- ο Εμπορική Τράπεζα: www.emporiki.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Ερωτηματολόγιο Έρευνας

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

Σχολή: Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα: Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Αξιότιμε Κύριε/ Αξιότιμη Κυρία,

Ονομάζομαι Μάρθα Παυλίδου και φοιτώ στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης. Βρίσκομαι στο στάδιο της εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας, η οποία έχει θέμα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ελληνικές Επιχειρήσεις» με επιβλέποντα καθηγητή τον Δρ. Μάρκο Κουργιαντάκη.

Στο πλαίσιο της έρευνα αποστέλλονται μικρά, διερευνητικά ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις που έχουν διακριθεί για τις πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που υιοθετούν. Σας προσκαλώ να συμμετάσχετε στη παρούσα έρευνα, καθώς η συμβολή σας θα βοηθήσει πολύ στην διεξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων.

Σημειώνουμε ότι το μέγεθος του ερωτηματολογίου είναι μικρό, καθώς πολλά από τα απαιτούμενα στοιχεία για την έρευνα βρέθηκαν από τα δευτερογενείς πηγές, όπως τους Απολογισμούς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που δημοσιεύετε.

Θα θέλαμε να σας ευχαριστήσουμε εκ των προτέρων και να σας ενημερώσουμε ότι τα δεδομένα που θα συγκεντρωθούν είναι εμπιστευτικά.

Με εκτίμηση

Μάρθα Παυλίδου

Για οποιαδήποτε επιπλέον διευκρίνιση ή επιπλέον πληροφορίες:

Μάρθα Παυλίδου

E-mail: paulidou_m@yahoo.gr

Τηλέφωνο: 6936155841

Επιβλέπον Καθηγητής

Δρ. Μάρκος Κουργιαντάκης

E-mail: mkourg@econ.soc.uoc.gr

Τηλ.: 2810-379779, 6977068798

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

ΜΕΡΟΣ Α: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Επωνυμία Επιχείρησης:

Όνοματεπώνυμο
Ερωτώμενου:

Θέση στην Επιχείρηση:

Τηλέφωνο/ Φαξ:

Web/ E-mail: .

Διεύθυνση:

ΜΕΡΟΣ Β: ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

1. Πόσα χρόνια η εταιρία σας υλοποιεί συστηματικά δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.);

2 3 4 5 >5

2. Κατατάξτε τους τομείς Ε.Κ.Ε. ανάλογα με τη σημαντικότητά τους για την εταιρία σας (1 για τον πιο σημαντικό τομέα, 2 για τον δεύτερο πιο σημαντικό, κ.λπ)

Ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)

Αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)

Φυσικό Περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)

Κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

3. Κατά πόσο πιστεύετε ότι οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνεται βοηθούν:

	Πολύ Λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Στην αύξηση των πωλήσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στη βελτίωση της εταιρικής εικόνας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στις σχέσεις σας με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στην ικανοποίηση των εργαζομένων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στη σχέση σας με την Πολιτεία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρετε)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Ποιες είναι οι σημαντικότερες δυσκολίες που αντιμετωπίσατε κατά την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. κατά το παρελθόν;

.....

5. Κατά πόσο πιστεύετε ότι οι παρακάτω παράγοντες λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου σας στην Ελλάδα;

	Πολύ Λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Το οικονομικό κόστος των δράσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/ συμβούλων για την Ε.Κ.Ε	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η γραφειοκρατία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η έλλειψη κινήτρων από το κράτος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρετε)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Τι θα λειτουργούσε ως κίνητρο από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους σας και άλλων εταιριών του κλάδου σας περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε.;

Διακρίσεις – Βραβεία	<input type="checkbox"/>
Περισσότερες Φοροελαφρύνσεις	<input type="checkbox"/>
Απλοποίηση των διαδικασιών – Μείωση γραφειοκρατίας	<input type="checkbox"/>
Άλλο (αναφέρετε).....	<input type="checkbox"/>

7. Ποιους δείκτες/ συστήματα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. χρησιμοποιείται στην εταιρία σας;

Αναφέρετε

Συστήματα διαχείρισης σχετικά
 με την Ε.Κ.Ε
 (π.χ. ISO, EMAS, VF CSR)

Συστήματα αξιολόγησης της
Ε.Κ.Ε.
(π.χ. GRI, EFQM)
Χρηματιστηριακούς δείκτες της
Ε.Κ.Ε.
(π.χ. DJSI, FTSE4Good)

8. Η εταιρία σας διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε.;

Ναι Όχι

8α. Αν ναι, από πόσα άτομα αποτελείται:.....

8β. Αν όχι, προτίθεστε να δημιουργήσετε μέσα στην επόμενη διετία;

Ναι Όχι

9. Με ποιο τρόπο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνεται στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε.;

.....
.....
.....
.....
.....

10. Αναφέρετε κάποιες σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε που προγραμματίζεται για την διετία 2009-2010;

.....
.....
.....
.....
.....

Σχόλια/ Παρατηρήσεις

.....
.....
.....
.....

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ