



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**  
**“ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**  
**ΚΑΙ**  
**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ”**

**Σπουδαστής:** Γκοτζαρίδης Αναστάσιος,

**Αριθμός Μητρώου:** 3970

**Επιβλέπουσα καθηγήτρια:** κα. Γιαννουλίδου Παρασκευή

**Ηράκλειο, 2014**

**Copyright © Γκοτζαρίδης Αναστάσιος, 2014**

**Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.**

**Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας απο το τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων του Τ.Ε.Ι Κρήτης, δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα, εκ μέρους του Τμήματος.**

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ:**

Αντικειμενικός σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας, είναι η ανάλυση του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, όπως εφαρμόζεται από τις διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις.

Γι' αυτό το σκοπό, στο πρώτο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν οι διάφοροι ορισμοί της Ε.Κ.Ε, ο διαχωρισμός της σύμφωνα με το τρίπτυχο: Περιβάλλον – Άνθρωπος – Κοινωνία, οι προσδιοριστικοί της παράγοντες, τα οφέλη της Ε.Κ.Ε, και τελικά θα αποσαφηνίσουμε εάν η Ε.Κ.Ε πρόκειται για κόστος ή για επένδυση.

Κατα τη διάρκεια του δεύτερου κεφαλαίου, θα μπούμε ενεργά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που εφαρμόζεται στην Ελλάδα, και θα μιλήσουμε για τους φορείς που την προωθούν.

Στο τρίτο κεφάλαιο, γίνεται μία εξονυχιστική παρουσίαση της δυναμικότητας του τουρισμού, με τις αρνητικές του συνέπειες, ενώ θα παρουσιάσουμε, πώς διάφορες επιχειρήσεις, στρέφονται προς την Πράσινη Ανάπτυξη, καθιστώντας τις μονάδες τους, ως “Πράσινα Ξενοδοχεία”, και πώς ο τουρισμός καταφέρνει να γίνει “Πράσινος” και όχι επιβλαβής για το περιβάλλον.

Εν συνεχεία, στο τέταρτο κεφάλαιο, θα παρουσιάσουμε συγκεκριμένα τις πιο ουσιαστικές περιπτώσεις ξενοδοχειακών μονάδων που λειτουργούν με το θεσμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Τέλος, στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο θα παρουσιαστεί την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε διάφορες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ώστε να ανακαλύψουμε το παρόν και το μέλλον της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στη χώρα μας.

## **ABSTRACT:**

Objective purpose of this thesis is to analyse the statute of Corporate Social Responsibility, as it is applied by various touristic corporations.

For this purpose, during the first chapter, we'll represent some of the many definitions of C.S.R, it's division according to the triptych: Environment – Human – Society, it's determinants, the benefits, and finally we'll clarify whether C.S.R is an expense or an investment.

At the third chapter, we will thoroughly present the dynamic of tourism, with it's consequences, and we will present the way various corporations lean towards Green Development, making their units “Green Hotels” and how tourism can turn “Green” instead of being damaging for the environment.

Furthermore, at the fourth chapter, we will present specifically the most notable cases of touristic units working under the statute of Corporate Social Responsibility.

Lastly, at the fifth chapter we will present the research we conducted on various touristic corporations, so we can figure out the present and the future of C.S.R in Greece.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

Περίληψη

Abstract

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	σελ.6
1.1 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο Τουρισμό.....	σελ.7
1.2 Ορισμός Ε.Κ.Ε.....	σελ.13
1.3 Διαχωρισμός Ε.Κ.Ε.....	σελ. 15
1.4 Προσδιοριστικοί Παράγοντες Ε.Κ.Ε.....	σελ. 19
1.5 Οφέλη Ε.Κ.Ε.....	σελ. 22
1.6 Κριτική της Ε.Κ.Ε – Κόστος ή Επένδυση.....	σελ. 26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η Ε.Κ.Ε Στην Ελλάδα.....	σελ. 30
2.1 Φορείς Που Προωθούν την Ε.Κ.Ε Στην Ελλάδα.....	σελ. 31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Τουριστική Βιομηχανία - Επιπτώσεις και Περιβάλλον.....	σελ. 45
3.1 Αρνητικές Συνέπειες Του Τουρισμού.....	σελ. 46
3.2 Πράσινος Τουρισμός – Πράσινα Ξενοδοχεία.....	σελ. 51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ελληνικά Παραδείγματα Ε.Κ.Ε.....	σελ. 57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Έρευνα – Αποτελέσματα – Συμπεράσματα.....	σελ. 66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:.....	σελ. 68
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ:.....	σελ. 70

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, τα τελευταία χρόνια, τα θέματα που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη και τη βιωσιμότητα, κερδίζουν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία, στον τομέα των επιχειρήσεων.

Οι εμπορικοί στόχοι των επιχειρήσεων, δεν διαχωρίζονται πλέον από την κοινωνία, και το περιβάλλον, μέσα στο οποίο λειτουργούν. Ενώ, οι επιχειρήσεις μπορούν να επιδιώξουν βραχυπρόθεσμο οικονομικό κέρδος, η αδυναμία να λογοδοτήσουν για τις μακροπρόθεσμες κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις κάνει τις επιχειρηματικές πρακτικές μη βιώσιμες.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) μπορεί να γίνει κατανοητή ως μια αντίληψη διαχείριση και μια διαδικασία που ενσωματώνει κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές πρακτικές αλλά και τις αλληλεπιδράσεις της εταιρείας με το πλήρες φάσμα των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), όπου θα μιλήσουμε γι'αυτά στο επόμενο κεφάλαιο.

Επομένως, η Ε.Κ.Ε προσφέρει τους τρόπους για τις επιχειρήσεις ώστε αυτές να προσεγγίσουν, να υποστηρίξουν και να θεσπίσουν, εντός της σφαίρας επιρροής τους, ένα σύνολο βασικών αξιών στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των προτύπων εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς.

Μέσα από την παρούσα πτυχιακή εργασία, αρχικά θα παρουσιάσουμε τις διάφορες έννοιες και ορισμούς που αφορούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πώς η Ε.Κ.Ε συνδέεται με την τουριστική βιομηχανία στη χώρα μας, πώς γίνεται ο διαχωρισμός της σε σχέση με το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον των τουριστικών επιχειρήσεων, τους προσδιοριστικούς παράγοντες, τα οφέλη, και θα καθορίσουμε εάν τελικά η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πρόκειται για κόστος ή για επένδυση.

Στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζουμε ποιά είναι η θέση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις επιχειρήσεις, στην Ελλάδα, και ποιό είναι οι φορείς που την προωθούν.

Στο τρίτο κεφάλαιο, θα εξετάσουμε τις αρνητικές συνέπειες του τουρισμού στην κοινωνία και στο περιβάλλον, και θα δούμε με παραδείγματα, με ποιούς τρόπους, διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις, σταμάτησαν να επιβαρύνουν το περιβάλλον, και ταυτόχρονα ξεκίνησαν να το ενδυναμώνουν.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναφέρουμε συγκεκριμένες επιχειρήσεις που προωθούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ποιές είναι δράσεις τους, ποιές στρατηγικές τους, ώστε να δούμε πώς λειτουργεί η Ε.Κ.Ε στην πράξη.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο, θα παρουσιάσουμε την πρωτογενή έρευνα που κάναμε σε διάφορα ξενοδοχεία στην Αθήνα, ώστε να εξετάσουμε την γνώμη των υπευθύνων για την Ε.Κ.Ε και

ποιές είναι οι επιχειρηματικές τους δράσεις.

## **1.1 Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ:**

“Η έννοια του τουρισμού είτε διεθνής είτε τοπική, δημιουργεί μία συγχώνευση ανθρώπων από διαφορετικές κοινωνικές και πολιτισμικές ρίζες, και μία σημαντική αναδιανομή εισοδήματος από κυρίως εύρωστες βιομηχανικά περιοχές προς περιοχές που δεν έχουν βιομηχανική βάση ή κάποιον άλλο παράγοντα δημιουργίας μεγάλης προστιθέμενης αξίας”<sup>1</sup>.

Ο τουρισμός στη σύγχρονη εποχή αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα πεδία οικονομικής δραστηριότητας τόσο σε εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο. Προϊόντος λοιπόν του χρόνου ο αριθμός των ταξιδιών και οι μετακινήσεις συνεχώς αυξάνονται, έτσι ενώ το 1950 αναλογούσε λιγότερο από ένα ταξίδι ανά 100 ανθρώπους, το 2000 αναλογούσαν πάνω από 11 ταξίδια και το 2020 υπολογίζεται πως ο αριθμός αφίξεων θα είναι διπλάσιος από τον σημερινό φτάνοντας στο 1,5 δισεκατομμύριο διεθνώς . Εκτιμάται επίσης (σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και τουρισμού) πως ο τουριστικός κλάδος κατέχει το 11% του παγκόσμιου Α.Ε.Π. ενώ αντιστοιχούν 200 εκατομμύρια θέσεων εργασίας .

Ωστόσο οφείλουμε να αναφερθούμε στη σύνθετη και πολυδιάστατη φύση του τουριστικού προϊόντος το οποίο αποτελείται τόσο από αγαθά όσο και από υπηρεσίες. Πρόκειται για ένα διατομεακό κλάδο δεδομένου ότι εμπλέκονται πολλαπλά πεδία οικονομικής δραστηριότητας τα οποία απαρτίζονται από τουριστικούς πράκτορες, μεταφορικά μέσα, υπηρεσίες διαμονής και σίτισης καθώς συνδέεται με το εμπόριο, τη μεταποίηση και τις κατασκευές .

Ιδιαίτερη σημασία παρουσιάζει ο κλάδος αυτός από άποψη προσφοράς απασχόλησης στους νέους, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν διπλάσια αναλογία εργατικού δυναμικού στον τουρισμό από ότι στους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η σημασία του τουρισμού στην ΕΕ είναι πιθανόν να εξακολουθήσει να αυξάνεται κατά τα επόμενα έτη με την αναμενόμενη ετήσια αύξηση της τουριστικής ζήτησης περισσότερο από 3%.

Ο οικονομικός αυτός κλάδος πληρεί λοιπόν τις προϋποθέσεις ώστε να ευνοήσει σε μεγάλο βαθμό την περιφερειακή ανάπτυξη με την τόνωση της ζήτησης σε απομακρυσμένες ημιαστικές περιοχές ,που πολλές φορές δεν έχουν δυνατότητα ανάπτυξης άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων. Συμβάλλει επίσης δραστικά στην αύξηση των εισοδημάτων και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ενώ πολλά είναι και τα οφέλη σε κοινωνικοπολιτιστικό επίπεδο. Επομένως δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι υποδέχονται τον τουρισμό θετικά τόσο οι ανεπτυγμένες όσο και οι αναπτυσσόμενες χώρες.

---

<sup>1</sup>Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ’, “Τουριστικός Τομέας”, Έκδοση για Ε.Α.Π.

Από την άλλη πλευρά όμως, η οποία είναι άμεσα εξαρτώμενη από την επενδυτική και τουριστική στρατηγική που ακολουθούν οι τουριστικοί προορισμοί σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, απαιτείται ο σωστός προγραμματισμός και σχεδιασμός, και φυσικά το μέτρο, που πρέπει να πληρείται κατά την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Στόχος η δημιουργία μιας σωστής ισορροπίας μεταξύ των τουριστών, των αναγκών του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος καθώς και της ανάπτυξης, της ανταγωνιστικότητας των τόπων προορισμού και των επιχειρήσεων που απαιτεί μια ολοκληρωμένη και ολιστική προσέγγιση της οποίας όλα τα ενδιαφερόμενα μέλη επιδιώκουν τους ίδιους στόχους (αρχή συντονισμού). Αν λοιπόν δεν ληφθούν υπόψη όλοι οι παράμετροι για την αειφόρο ανάπτυξη ο τουρισμός κινδυνεύει να γίνει θύμα της ίδιας του της επιτυχίας.

Η βιοποικιλότητα, η λειτουργία των οικοσυστημάτων, οι φυσικοί πόροι και η μη ανανεώσιμη πολιτιστική κληρονομιά ή ακόμη και η λειτουργία των αστικών περιοχών ενδέχεται να απειληθούν από την ανεξέλεγκτη ανάπτυξη του τουρισμού. Ήδη αναφέρονται πολλά παραδείγματα από την παγκόσμια πραγματικότητα που δείχνουν ότι η άκρατη, ασχεδίαστη και λανθασμένη ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει βραχυπρόθεσμα οικονομικά οφέλη καταλήγοντας όμως μακροπρόθεσμα σε χαμηλής ποιότητας τουριστική δραστηριότητα.

Για την επίτευξη των στόχων μιας ορθής τουριστικής εξέλιξης είναι αναγκαία η αειφόρος διατήρηση και διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, η ελαχιστοποίηση της χρήσης των πόρων και της ρύπανσης στους τόπους τουριστικών προορισμών, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης αποβλήτων, η μείωση της εποχικότητας της ζήτησης, η αντιμετώπιση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου των μεταφορών που συνδέονται με τον τουρισμό, με τη διάθεση των εμπειριών τουρισμού σε όλους χωρίς διάκριση και με τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών επαγγελμάτων.

Έτσι λοιπόν τα τελευταία χρόνια γίνεται σιγά σιγά κατανοητό πως στόχος μιας τουριστικής επιχείρησης δεν είναι μόνο η μεγιστοποίηση του κέρδους. Έτσι κάνει την εμφάνιση της η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με την οποία θα ασχοληθούμε αναλυτικότερα.

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τόσο στον τουριστικό κλάδο όσο και στους υπόλοιπους οικονομικούς κλάδους δεν είναι εύκολο να προσδιοριστεί διότι σε κάθε χώρα υπάρχει διαφορετική κουλτούρα, διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης, διαφορετική ιστορική διαδρομή. Κάθε εταιρία ανήκει σε διαφορετικό τομέα της οικονομίας, έχει διαφορετικό μέγεθος καθώς και διαφορετική ικανότητα προσαρμογής στο κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο λειτουργεί.

Ο τομέας της ΕΚΕ έχει επεκταθεί σε μεγάλο βαθμό την τελευταία δεκαετία τόσο σε ευρωπαϊκό όσο σε διεθνές επίπεδο αλλά και στη χώρα μας. Όλο ένα και περισσότερες επιχειρήσεις μετέχουν σε σοβαρές προσπάθειες ώστε να την ενσωματώσουν σε όλες τις πλευρές της δραστηριότητάς τους.



Οι προσπάθειες αυτές υποστηρίζονται και από έναν αυξανόμενο αριθμό αποδεικτικών στοιχείων ότι η ΕΚΕ έχει θετική επίδραση στην επιχειρησιακή επίδοση. Νέα εθελοντικά πρότυπα και εργαλεία μέτρησης της επίδοσης πολλαπλασιάζονται σε αριθμό, παράλληλα με τη συνεχιζόμενη διαμάχη για το εάν και το πώς θα τυποποιηθούν νομικές απαιτήσεις για την ΕΚΕ από την πλευρά των επιχειρήσεων.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη απαιτούν πλέον από την επιχείρηση να απολογηθεί για την επίδοσή της σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού και για ένα σύνολο θεμάτων κοινωνικής ευθύνης. Όλα όσα προαναφέρθηκαν λαμβάνουν χώρα με φόντο μία πολύπλοκη παγκοσμιοποιημένη οικονομία όπου υπάρχουν πολλές οικονομικές και περιβαλλοντικές αδικίες.

Ως έννοια η ΕΚΕ είναι νεόφερτη. Έχοντας διαφορετικές διαστάσεις ,περιλαμβάνει ποικίλους τομείς, συνδέεται με άλλες πολλές και σημαντικές για την επιχειρηματική ζωή έννοιες. Επομένως στην πρώτη ενότητα θα γίνει μια πρώτη προσπάθεια κατανόησης της έννοιας μέσα από άλλες έννοιες.

Κάποιοι επίσης κάνουν λόγο πως σχετικά με τον όρο *Εταιρική κοινωνική ευθύνη*, θα μπορούσε να οριστεί ως “οι ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων”<sup>2</sup>

Πρωταρχικής λοιπόν σημασίας και προαπαιτούμενο, για την κατανόηση της ΕΚΕ είναι ο προσδιορισμός της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης. Πρόκειται για ένα ζήτημα που έχει απασχολήσει πολλούς θεωρητικούς και ερευνητές. Πιο συγκεκριμένα μιλώντας κανείς για βιώσιμη ανάπτυξη αναφέρεται στην ανάπτυξη εκείνη, που υπό μία ευρύτερη έννοια, εξυπηρετεί την οικονομική πρόοδο ενώ ταυτόχρονα εξυπηρετεί τις ανάγκες του σήμερα χωρίς να θυσιάζει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να εξυπηρετήσουν τις δικές τους ανάγκες. Αφορά ποικίλα θέματα όπως η ατμόσφαιρα, η βιοτεχνολογία, η ενέργεια, η φτώχεια, το εμπόριο, η τεχνολογία, οι μεταφορές, η διαχείριση του εδάφους και του νερού, η εκπαίδευση, η υγεία, τα διάφορα υποδείγματα κατανάλωσης και παραγωγής και φυσικά τον τουρισμό.

Η βιώσιμη ανάπτυξη εξομοιώνεται με την οικονομική μεγέθυνση η οποία απαιτεί αύξηση στην παραγωγή και κατά συνέπεια στην κατανάλωση των φυσικών πόρων. Η τουριστική βιομηχανία προωθεί ένα πολύ συγκεκριμένο προϊόν: τα μέρη - προορισμούς τα οποία επισκέπτονται οι άνθρωποι. Στις τουριστικές επιχειρήσεις οι τουριστικοί πόροι, φυσικοί (νερό, αέρας, ακτές) και οι ανθρωπογενείς (πολιτιστική κληρονομιά, περιβάλλον) δέχονται μια συνεχής πίεση από τον τουρίστα – καταναλωτή.

Η προστασία επομένως των προορισμών αυτών καθώς και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους, της πολιτιστικής παράδοσης και των τοπικών κοινοτήτων έχει εξέχουσα σημασία στην εποχή μας. Αυτό συμβαίνει διότι η υπερεκμετάλλευσή τους δύναται να οδηγήσει στον ‘μαρασμό’ του

---

<sup>2</sup>Ορισμός Ε.Κ.Ε από Wikipedia.gr.

τομέα. Η προστασία του περιβάλλοντος συνδέεται με ένα ευρύτερο οικολογικό αίτημα της κοινωνίας το οποίο έχει απασχολήσει από πολύ νωρίς τους τουριστικούς φορείς εφόσον αποτελεί έναν από τους πλέον σημαντικότερους παράγοντες που επιδρούν στην ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και την γενικότερη ανάπτυξη του τουρισμού. Έτσι λοιπόν πολλά διεθνή κείμενα υπογραμμίζουν αυτή την ανάγκη διαφύλαξης του περιβάλλοντος όπως η Διακήρυξη της Μανίλας για τον Παγκόσμιο Τουρισμό (1980), η Διάσκεψη του Ρίο για το περιβάλλον (1992) και η Ατζέντα 21(1995).

Η ‘Ατζέντα 21’ για την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία προς μια περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη αποτελεί ένα κείμενο που υπέγραψαν από κοινού ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού, όπως και το Συμβούλιο της Γης ενώ ενσωματώθηκε και στη συνθήκη του Μάαστριχ. Το κείμενο αυτό έχει σε γενικές γραμμές ως αποδεκτές κυβερνήσεις, εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, τις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και το ίδιο το κοινό που ταξιδεύει. Βασικός λοιπόν στόχος είναι να γνωστοποιήσει πως το σύνολο των τουριστικών φορέων έχει συνειδητοποιήσει πως καθήκον και άμεσο συμφέρον της τουριστικής βιομηχανίας, μεταξύ άλλων, είναι η προστασία του περιβάλλοντος αφού αποτελεί σημαντικό υπόβαθρο για την ανάπτυξη επιχειρήσεων τουριστικού προσανατολισμού.

Οι αρχές της Ατζέντας που θέτει υπό τήρηση στον τουριστικό κλάδο, αφορούν την αρμονική σχέση ανθρώπου -περιβάλλοντος και την συμμετοχή του στην προστασία του, την διατήρηση και αποκατάσταση των οικοσυστημάτων, την προώθηση παραγωγικών και καταναλωτικών προτύπων, όπως επίσης στη συμβολή του με προγράμματα και σχεδιασμούς στην περιβαλλοντική ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και τη σημασία που πρέπει να δίνεται στα τοπικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού ώστε να μην αλλοιώνεται η πολιτισμική του ταυτότητα.

Τα πλαίσια αυτά δεν κατοχυρώνονται νομικά από τα μέλη που τις διατυπώνουν χωρίς αυτό να σημαίνει πως παραμένουν ανενεργές. Τα συγκεκριμένα μέλη έχουν βασικό λόγο στη διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής και τα εφαρμόζουν σε επιμέρους συμφωνίες σύμφωνα με τις αρμοδιότητές τους.

Επίσης, όπως διατυπώνεται σε βασικό κείμενο για τον ευρωπαϊκό τουρισμό, το οποίο και προβάλλεται ως βασικό συστατικό της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, είναι η ανάπτυξη δράσεων συνεργασίας μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων στη διαμόρφωση ενός τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής (επισκεπτών, ιδιωτικού τομέα, κοινωνίας των πολιτών και τοπικής αυτοδιοίκησης)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup>(Σχέδιο Προγράμματος Δράσης του Ευρωπαϊκού Επιμελητηρίου των Εθνικών Ενώσεων Επιμελητηρίων και των Επιμελητηρίων για την αειφόρο ανάπτυξη του Ευρωπαϊκού Τουρισμού) Γεώργιος Κασσιμάτης – Πρόεδρος ΚΕΕΕ

<http://www.larissa-chamber.gr/Uploads/Files/KEE/teyxos6132.pdf>

Η βιωσιμότητα λοιπόν πρέπει να αποτελεί στις μέρες μας κύριο στόχο της τουριστικής πολιτικής ενώ οφείλει να συνυπολογίζει όλες τις παραμέτρους, όχι μόνο την οικονομική, και να προσμετρά τα όποια κέρδη τόσο μεσοπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Για να αποτελέσει ο τουρισμός κινητήριο μοχλό προς την αιεφόρο ανάπτυξη, πέρα από το περιβάλλον, ανάλογη βαρύτητα πρέπει να δοθεί στον πολιτισμό και σε άλλες κοινωνικές παραμέτρους. Μια από τις παραμέτρους αυτές είναι η σχέση του τουρισμού με την πολιτιστική κληρονομιά που είναι ιδιαίτερη και πολλές φορές οι στόχοι τους συγκρούονται, υπό την έννοια ότι ο τουρισμός αφορά την οικονομική εκμετάλλευση και την λεγόμενη 'τουριστικοποίηση', η οποία έχει αρνητικές επιπτώσεις. Η ορθή σχέση τουρισμού και πολιτιστικής κληρονομιάς είναι η ύπαρξη θετικής συνεργίας μεταξύ των τομέων αφού η ανάπτυξη ενός προορισμού μπορεί να λειτουργήσει ως αφορμή για την ανάδειξη της ιστορικής, πολιτιστικής, θρησκευτικής και βιομηχανικής κληρονομιάς μιας ολόκληρης περιφέρειας.

Άλλη μία παράμετρος που απαιτεί αυξημένη προσοχή είναι οι συνθήκες απασχόλησης. Αυτό συμβαίνει διότι ο τουρισμός δημιουργεί πληθώρα θέσεων εργασίας αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι είναι αντίστοιχης δυναμικής, προτύπων και απολαβών σε σύγκριση με άλλους παραγωγικούς κλάδους. Η παραβίαση των εργασιακών δικαιωμάτων των απασχολούμενων, η χαμηλή ασφάλιση, η ημιαπασχόληση ή η παράνομη απασχόληση, η ανειδίκευτη σε μεγάλο ποσοστό εργασία, τα εξουθενωτικά ωράρια, οι χαμηλοί μισθοί, η πρόσληψη λαθρομεταναστών και η εποχικότητα είναι μερικά από τα ειδικά χαρακτηριστικά του τουριστικού τομέα. Απογοητευτικό επίσης είναι και το γεγονός ότι τόσο στις υποανάπτυκτες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες οι εργασιακές νομοθετικές ρυθμίσεις είναι ελαστικές έως και ανύπαρκτες.

Παρόλα αυτά αργά ή γρήγορα ο τουριστικός κλάδος φαίνεται να αποδέχεται τις μελανές πτυχές του και στρέφεται προς την αναζήτηση μεθόδων και πρακτικών που θα του επιτρέψουν να εξασφαλίσει την βιωσιμότητά του. Η στρατηγική λοιπόν της βιώσιμης ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης (sustainable development strategy)<sup>4</sup> έχει τρεις βασικούς στόχους: την οικονομική ευημερία, την κοινωνική δικαιοσύνη και συνοχή, και την προστασία του περιβάλλοντος.

Στην Ελλάδα λοιπόν η οποία εξελίσσεται συνεχώς σε χώρα παραγωγής υπηρεσιών ο τουρισμός αποτελεί κορυφαία προτεραιότητα για τη μακροχρόνια εξασφάλιση συλλογικής ευημερίας. Πόσο μάλλον σε μία ενιαία ευρωπαϊκή αγορά όπου τα εσωτερικά σύνορα χάνουν όλο και περισσότερο τη σημασία τους και κάθε περιοχή της Ευρώπης θα εξειδικευτεί σταδιακά σε τομείς που παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα. Έτσι γίνεται πλέον ξεκάθαρο και στην ελληνική πραγματικότητα πως για να είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά συμβατός ο τουρισμός χρειάζεται να διασφαλίσει μία ποιοτική στρατηγική ανάπτυξης.

---

<sup>4</sup> [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/16/02/?all=1](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/16/02/?all=1)

Αυτή η προσπάθεια για αυτή την ποιοτική αναβάθμιση αρχίζει να διαφαίνεται από τη δεκαετία του 90. Αρχίζει σταδιακά να δίδεται έμφαση στην ανάγκη ανάπτυξης θεματικών μορφών τουρισμού προκειμένου να αξιοποιηθεί το σύνολο τουριστικού δυναμικού της χώρας μας, να μειωθούν οι ζημιές από την υπέρμετρη εκμετάλλευση σε ορισμένες περιοχές της Ελλάδας και να δοθεί νέα δυναμική στους κορεσμένους τουριστικά τόπους.

Η όσιμη αυτή ευαισθητοποίηση οδήγησε στην δημιουργία του λεγόμενου οικοτουρισμού , πράσινου τουρισμού ή αγροτουρισμού, στον προσανατολισμό δηλαδή των τουριστών σε μια διαφορετική καταναλωτική συμπεριφορά. Την επιλογή δηλαδή λιγότερο μαζικών προορισμών και τη στροφή σε τοπικές κοινωνίες κοντά στη φύση, που παράγουν τοπικά παραδοσιακά προϊόντα. Την ευθύνη δε για το βιώσιμο τουρισμό έχουν σε εθνικό επίπεδο πέρα από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης (μετά την ίδρυσή του το 2004), και το Υπουργείο Ανάπτυξης, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), καθώς και το ΥΠΕΧΩΔΕ, ενώ σε τοπικό επίπεδο δραστηριοποιούνται τα τοπικά παραρτήματα του ΕΟΤ και οι κατά τόπους αρμόδιες αρχές της Αυτοδιοίκησης.

Όλες οι παραπάνω ομάδες δραστηριοποιούνται σε πανελλαδικό επίπεδο με την εκπόνηση προγραμμάτων και την ανάληψη πρωτοβουλιών για την προστασία των οικοσυστημάτων καθώς και φυτικών και ζωικών ειδών. Συνεργάζονται με ειδικές υπηρεσίες και ερευνητικά κέντρα για την ανάπτυξη, προώθηση και προβολή ήπιων μορφών τουρισμού. Επίσης υλοποιούνται θεματικές καμπάνιες με στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού, των επιχειρήσεων και των εμπλεκόμενων στην τουριστική δραστηριότητα φορέων τόσο σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Ακόμα η πολιτεία με στόχο τη δημιουργία νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού για τις γυναίκες σε απομονωμένες περιοχές της Ελλάδας έχει προωθήσει την ανάπτυξη αγροτικών, τουριστικών και χειροτεχνικών συνεταιρισμών.

Παρόλη λοιπόν την προσπάθεια που γίνεται, σημαντικό εμπόδιο αποτελεί η έλλειψη συγκροτημένης εθνικής στρατηγικής για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, αλλά και οι περιορισμένες δυνατότητες διάθεσης δημόσιων κονδυλίων για την υποστήριξη των σχετικών πολιτικών. Η δυσχέρεια συντονισμού μεταξύ των συναρμόδιων υπουργείων, τα γραφειοκρατικά προβλήματα, οι πολεοδομικές ατασθαλίες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και γενικότερα οι αντιστάσεις των εμπλεκόμενων στην τουριστική δραστηριότητα μερών είναι μερικοί ακόμη ανασταλτικοί παράγοντες της ανάπτυξης αυτής. Μερικές μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει ανάλογες δράσεις προσπαθώντας να στηρίξουν τη βιωσιμότητα με την εισαγωγή εταιρικών στρατηγικών κοινωνικής ευθύνης. Ενώ λίγες από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν επιδιώξει να αναγνωριστούν μέσα από περιβαλλοντικές και κοινωνικές πρακτικές τους, και φαίνατε ότι στις περισσότερες περιπτώσεις ,η θετική δράση έχει εξαρτηθεί από το προσωπικό ενδιαφέρον και

αίσθημα το ευθύνης του ιδιοκτήτη. Ωστόσο υπάρχουν σαφή σημάδια τα οποία δείχνουν πως το ενδιαφέρον αυξάνεται.<sup>5</sup>

## 1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Αφού λοιπόν τέθηκε το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύχθηκε η ΕΚΕ ακολουθεί ο ορισμός της, για να γίνει πιο ξεκάθαρο το τι τελικά αντιπροσωπεύει, από τι αποτελείται καθώς και να οριστούν οι βασικές της αρχές. Οι ορισμοί που έχουν αποδοθεί στην ΕΚΕ είναι πολυάριθμοι, για αυτό και θα αναφέρουμε κάποιους από αυτούς.

Ο όρος “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη” αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις αποτελούν οντότητες οι οποίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, επηρεάζοντας και επηρεαζόμενες από τα δεδομένα της εποχής και του χώρου δράσης τους. Οφείλουν επομένως να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί, απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Να σέβονται δηλαδή τις αρχές και τις αξίες που χαρακτηρίζουν τον πολιτισμό μας (τον σεβασμό προς τον άνθρωπο - την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και την παροχή ίσων ευκαιριών, τον σεβασμό στο περιβάλλον που κληρονομήσαμε και την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής)(ο ορισμός της ΕΚΕ όπως τον δίνει η Βικιπαίδεια).

Το Ελληνικό Δίκτυο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη την ορίζει ως “η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και θέτουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους.(εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες κλπ.).

Στην Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Ιούλιος 2001) και στην Ανακοίνωση “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη” δίνεται ένας ακόμη ορισμός. ΕΚΕ είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη καθώς συνειδητοποιούν διαρκώς περισσότερο ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά οδηγεί σε βιώσιμη επιχειρηματική επιτυχία.

Το World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) ορίζει την ΕΚΕ ως τη συνεχή δέσμευση από την πλευρά της επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη καθώς και στην παράλληλη βελτίωση της ποιότητας ζωής των

<sup>5</sup>Θάνο Δημάδης«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Επιχειρηματικότητα μα συνείδηση», City Press ,Αθήνα 2009

εργαζομένων και των οικογενειών τους, της τοπικής κοινότητας και του κοινωνικού συνόλου σε γενικό επίπεδο.

Την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να τη συναντήσουμε και ως κοινωνική υπευθυνότητα ενώ ο αντίστοιχος όρος που έχει επικρατήσει στην αγγλική γλώσσα είναι Corporate Social Responsibility. Στα αγγλικά συναντάμε επίσης και τους εξής ορισμούς Corporate Citizenship, Social Responsibility, Responsiveness Social, Corporate Responsibility κλπ.

Ο όρος Corporate Citizenship (CC), μπορεί να αποδοθεί στην ελληνική γλώσσα η 'η ιδιότητα του πολίτη στην επιχείρηση'. Το μοντέλο ΕΚΕ του Carroll (1979)<sup>6</sup> διαμορφώνει την έννοια μέσα από τέσσερις διαστάσεις, τύπους ευθύνης για την επιχείρηση.

- 1) Οικονομική, να είναι δηλαδή επικερδής.
- 2) Νομική, να συμμορφώνεται με τους όρους που θεσπίζει μια κοινωνία.
- 3) Ηθική, να πράττει αυτό που θεωρείται σωστό, συνεπές και δίκαιο από το κοινωνικό σύνολο.
- 4) Φιλανθρωπική, να συνεισφέρει προς διαφόρων ειδών κοινωνικούς, εκπαιδευτικούς, ψυχαγωγικούς και πολιτιστικούς σκοπούς.

Ο όρος λοιπόν χρησιμοποιείται για να συνδέσει την επιχειρηματική δραστηριότητα με την ευρεία έννοια της κοινωνικής αναφοράς και της αφοσίωσης προς το κοινό καλό, καθώς και να ενισχύσει την άποψη ότι η επιχείρηση αποτελεί μία οντότητα με θέση ίδια προς αυτή του ατόμου.

Οι έννοιες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της ιδιότητας του εταιρικού πολίτη κατά την άποψη κάποιων ταυτίζονται ενώ σύμφωνα με άλλες απόψεις υπάρχουν διαφορές. Σε γενικές πάντως γραμμές ο όρος corporate citizenship δίνει έμφαση στην ιδέα ότι οι επιχειρήσεις είναι νομικές οντότητες οι οποίες έχουν δικαιώματα και καθήκοντα. Αν και τα δικαιώματα αυτά δεν ισοδυναμούν με αυτά ενός πραγματικού πολίτη, ωστόσο στόχος επίσης της έννοιας αυτής είναι να τονίσει ότι οι εταιρίες έχουν έναν ισχυρό δημόσιο ρόλο και ότι η ευθύνη τους έγκειται στο ότι πρέπει να σέβονται τα δικαιώματα των πραγματικών πολιτών της κοινωνίας.

Δύο προσεγγίσεις της έννοιας αυτής έδωσαν το 2005 οι Crane και Matten<sup>7</sup>. Η πρώτη προσέγγιση της CC αφορά στη φιλανθρωπική ευθύνη της επιχείρησης δίνοντας όμως και στρατηγικό προσανατολισμό στις δράσεις αυτές. Η ιδιότητα του εταιρικού πολίτη υποκινείται από το συμφέρον της αλλά περιλαμβάνει και την επίγνωση ότι ένα σταθερό κοινωνικό πολιτικό και φυσικό περιβάλλον διασφαλίζει και την κερδοφορία της.

---

<sup>6</sup> Archie Carroll, "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", Business Horizon, Αύγουστος 1990 (<http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.pyramidofcsr.pdf>)

<sup>7</sup> "Corporate Citizenship: Towards an extended theoretical conceptualization" Dirk Matten & Andrew Crane, (Διεθνές Κέντρο ΕΚΕ), 2003. <http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/assets/researchpapers/04-2003.PDF>

Κατά τη δεύτερη προσέγγιση η CC είναι έννοια ισοδύναμη με της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης όπως την όρισε ο Carroll με τις τέσσερις διαστάσεις της. Μπορεί να μην υπάρχει επομένως ένας κοινά αποδεκτός ορισμός όμως είναι τρία τα σημεία για τα οποία υπάρχει συναίνεση. Το πρώτο είναι ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ (πρόκειται για τις δράσεις τις οποίες εφαρμόζουν οι εταιρίες πέραν όσων προβλέπονται από τη νομοθεσία). Το δεύτερο είναι η στενή σχέση με τη βιώσιμη ανάπτυξη και το τρίτο είναι ότι είναι η στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι απλώς δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή (Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, eur-lex.europa.eu / www.wsbcwd.org).

Μπορεί να εκδηλωθεί μέσα από το όραμα, τις αξίες και τις αρχές της επιχείρησης και τη δέσμευσή της για τη θετική συμβολή στη βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτό στην πράξη σημαίνει διάλογο και διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη για το σχεδιασμό και την εφαρμογή προγραμμάτων που θα είναι σε όφελος όλων.

Ανάλογα με τη φύση της η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε έξι κατηγορίες: Προώθηση Σκοπού, Marketing Σκοπού, Κοινωνικό Marketing, Εταιρική Φιλανθρωπία, Εταιρικός Εθελοντισμός, Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές. Οι όροι αυτοί, εκτός του κοινωνικού Marketing, δεν είναι ακόμα παγιωμένοι στην ελληνική ακαδημαϊκή κοινότητα λόγω της σχετικής νεότητας του επιστημονικού αυτού αντικειμένου και της έλλειψης ζωηρού ενδιαφέροντος από τους Έλληνες ακαδημαϊκούς.

### 1.3 ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΕΚΕ

Από τα παραπάνω, γίνεται εμφανές πως η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν αφορά αποσπασματικές ενέργειες φιλανθρωπικού χαρακτήρα αλλά επεκτείνεται πολύ πέρα από χορηγίες και φιλανθρωπίες, πρακτικές τις οποίες ανέκαθεν ασκούσαν οι εταιρίες και οι οποίες είναι αποσυνδεδεμένες από τον σκληρό επιχειρηματικό τους πυρήνα. Αντίθετα μιλάμε για μία έννοια που πρέπει να διέπει το σύνολο των ενεργειών και των συναλλαγών μιας επιχείρησης.

Μπορούμε λοιπόν να διακρίνουμε τις δράσεις της ΕΚΕ σε δύο μεγάλους άξονες, σε αυτές που αφορούν το εσωτερικό και σε αυτές που αφορούν το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Με βάση λοιπόν τους εμπλεκόμενους φορείς έχουμε αντίστοιχα την εσωτερική και την εξωτερική κοινωνική ευθύνη. Προτού όμως προχωρήσουμε στο τι αντιπροσωπεύει η κάθε μία από αυτές θα κάνουμε λόγο για τη θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών η οποία είναι προαπαιτούμενο για την περαιτέρω κατανόηση.

Η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών είναι γνωστή με τον αγγλικό όρο stakeholders και shareholders και εμφανίστηκε το 1980 για να συμπληρώσει και να ενισχύσει την ΕΚΕ. Οι shareholders είναι οι μέτοχοι/ ιδιοκτήτες, οι οποίοι κρατούν τους τίτλους ιδιοκτησίας (share-μετοχή).

Από την άλλη οι stakeholders είναι οι εμπλεκόμενοι στη λειτουργία μιας επιχείρησης χωρίς όμως να αποτελούν οι ίδιοι συστατικά μέλη της, όμως λόγω της εμπλοκής τους στη δεδομένη επιχειρηματική δραστηριότητα, τα συμφέροντά τους διακυβεύονται (stake) ή τα δικαιώματα τους αναμειγνύονται ή τελικά συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό στην οικονομική και παραγωγική δραστηριότητα.

Οι ομάδες ενδιαφερομένων (stakeholders) μπορεί να είναι εργαζόμενοι και εργατικά σωματεία, οι μέτοχοι, οι θεσμικοί επενδυτές, οι αναλυτές, οι πελάτες, οι προμηθευτές, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και ακτιβιστές, οι δημόσιες αρχές, οι πιστωτές, οι ασφαλιστές, η τοπική κοινότητα στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρία και η κοινωνία εν γένει.

Ο όρος αυτός αναπροσδιορίζει και επανατοποθετεί την έννοια της επιχείρησης πέρα από την οικονομική της διάσταση, υπογραμμίζει και προβάλλει την κοινωνική διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας δίνοντας έμφαση στις ηθικές ευθύνες της επιχείρησης. Πιο αναλυτικά και σύμφωνα με την προαναφερθείσα διάκριση από τη μία πλευρά έχουμε τη θέση του μετόχου.

Η παραδοσιακή θέση του μετόχου που θεωρεί ότι η επιχείρηση είναι υπεύθυνη μόνο απέναντι στους μετόχους και στους ιδιοκτήτες της. Σύμφωνα με αυτή την άποψη η κοινωνική ευθύνη αφορά ένα τελικό προϊόν που δημιουργείται από την αναζήτηση του κέρδους. Από την άλλη πλευρά υπάρχει η θέση του συνεργάτη της ΕΚΕ.

Αυτή με τη σειρά της ορίζει ότι η επιχείρηση οφείλει να ενδιαφέρεται για την ποιότητα ζωής όλων εκείνων των ομάδων που επηρεάζονται από τις δράσεις της. Οι συνεργάτες της με τη σειρά τους χωρίζονται σε εσωτερικούς (ιδιοκτήτες, μέτοχοι, υπάλληλοι, διοικητικό συμβούλιο) και εξωτερικούς (πελάτες, προμηθευτές, σωματεία, ανταγωνιστές, καταναλωτές, κυβερνητικοί οργανισμοί, οικονομικά ιδρύματα).

Οι επιχειρήσεις είναι λοιπόν περιτριγυρισμένες από διάφορες ομάδες ενδιαφερόντων, οι οποίες αποζητούν την πρόσβαση στους πόρους της. Η επιχείρηση καλείται να προσπαθεί ταυτόχρονα για χαμηλότερες τιμές, ποιοτικές τουριστικές εγκαταστάσεις, υψηλή παροχή τουριστικών υπηρεσιών, δίκαιους μισθούς, καθαρές και ασφαλής εργασιακές εγκαταστάσεις, έλεγχο της μόλυνσης, φιλανθρωπικές εισφορές, εκπαιδευτικά προγράμματα και δίκαια μερίσματα στους μετόχους. Οι καταναλωτές επιθυμούν ποιότητα προϊόντων, καλούς όρους συναλλαγών, πρόσθετες χρησιμότητες και υψηλό επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι προμηθευτές ενδιαφέρονται για εξασφαλισμένη και διαρκή ζήτηση, έγκαιρη εξόφληση των υποχρεώσεων της επιχείρησης προς αυτούς, εύλογους χρόνους παραδόσεων και υψηλό επίπεδο του χρησιμοποιούμενου εξοπλισμού.

Οι μέτοχοι, κεφαλαιούχοι, επιδιώκουν εξασφάλιση ικανοποιητικού μερίσματος, συμμετοχή στη διοίκηση, απόδοση των επενδυμένων κεφαλαίων τους και διαφάνεια. Το κοινωνικό σύνολο



εστιάζει το ενδιαφέρον του στην προστασία του περιβάλλοντος, στη βελτίωση της λειτουργίας των αστικών κέντρων, στη δίκαιη κατανομή των φορολογικών βαρών, στον εξασφαλισμένο εφοδιασμό με αγαθά και με ταυτόχρονη χρησιμοποίηση μεθόδων εξοικονόμησης πρώτων υλών και ενέργειας, συμβολή στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Τέλος τα ενδιαφέροντα των εργαζομένων αναλύονται λίγο παρακάτω.

Η εξωτερική κοινωνική ευθύνη πιο συγκεκριμένα, αφορά την ένταξη των επιχειρήσεων στο ευρύτερο περιβάλλον τους, φυσικό κοινωνικό και την προσφορά τους σε αυτό. Δηλαδή σχετίζετε με όλους τους εξωτερικούς παράγοντες οι οποίοι έρχονται σε επαφή με την επιχείρηση όπως με τον καταναλωτή, τον πελάτη, τον προμηθευτή, τους μετόχους κλπ. Εκφράζετε λοιπόν μέσα από περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές της επιχείρησης, όπως πρακτικές και πολιτικές που επιδιώκουν τη μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογενών εκπομπών και αποβλήτων, αλλά και μέσα από τις χορηγικές δραστηριότητες, την υποστήριξη φιλανθρωπικών εκδηλώσεων, τη συμμετοχή στην επίλυση τοπικών προβλημάτων, τη συνεργασία της επιχείρησης με μη κυβερνητικούς οργανισμούς, συνδικαλιστικά σωματεία και δημόσιες αρχές, την παροχή υπηρεσιών και προϊόντων υψηλής ποιότητας που δείχνουν σεβασμό προς τους πελάτες καταναλωτές, την ανάληψη δράσεων που στηρίζουν την τοπική κοινωνία και τους επιχειρηματικούς εταίρους, την τήρηση της διαφάνειας σε όλες τις επιχειρηματικές διαδικασίες και την ενημέρωση του κοινού.

Όσον αφορά την εσωτερική κοινωνική ευθύνη μιλάμε για το ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων το οποίο και αποτελεί τεκμηρίωση ειλικρίνειας για την προέκτασή της και στο εξωτερικό περιβάλλον. Δηλαδή αναφερόμαστε σε πρακτικές ίσων αμοιβών, σχετικά με το ανθρώπινο κεφάλαιο και υπεύθυνων προσλήψεων, μέριμνα και πρόνοια τόσο για μειονεκτικές κοινωνικές ομάδες όσο και ειδικές πληθυσμιακές κατηγορίες υπαλλήλων, πολιτικές κατά των διακρίσεων, παροχές στις οικογένειες των εργαζομένων, παροχή ίσων ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης του προσωπικού, εκπαιδευτικά προγράμματα και προγράμματα κατάρτισης, τη διαχείριση επιχειρηματικών αλλαγών (όπως περικοπές προσωπικού ή ακόμα και το κλείσιμο κάποιων τουριστικών μονάδων), μέριμνα για τις συνθήκες υγιεινής και ασφάλισης των εργαζομένων κλπ. Ειδικά για την υγεία και την ασφάλιση αναφερόμαστε σε δράσεις πέρα από τις νομικές και νομοθετικές δεσμεύσεις, δηλαδή χρήση εθελοντικών συστημάτων ελέγχου και σχεδίων πιστοποίησης των συστημάτων διαχείρισης. Όλες οι πρακτικές και πολιτικές αυτές έχουν ιδιαίζουσα αξία στον χώρο των τουριστικών επιχειρήσεων εξαιτίας των ιδιαίτερων συνθηκών εργασίας και χαρακτηριστικών στον τομέα αυτό όπως αναφέραμε εισαγωγικά.

Αποτέλεσμα λοιπόν είναι οι πρακτικές αυτές να εξυπηρετούν καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού, ακόμα στη μείωση της ανεργίας και της εποχικότητας, την εξασφάλιση ικανοποιητικών συνθηκών εργασίας και την πρόοδο του εργατικού δυναμικού. Τέλος συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας γενικότερης επιχειρησιακής κουλτούρας, εξίσου σημαντικό για έναν κλάδο που

βασίζεται στην παροχή υπηρεσιών και που η ικανοποίηση των ξενοδοχοϋπαλλήλων επηρεάζει αναμφισβήτητα το προσφερόμενο προϊόν.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως η εσωτερική διάσταση της κοινωνικής υπευθυνότητας συνδέεται με την διαχείριση ανθρωπίνου δυναμικού (human resources management, HR). Η ενσωμάτωση του HR είναι αποτελεσματικός παράγοντας διαχείρισης της αλλαγής και μια διαδικασία μεταλλαγής και μεταμόρφωσης της επιχείρησης σε όλα της τα επίπεδα, ενώ αφορά όλη την ιεραρχία από τα πιο υψηλά έως τα πιο χαμηλά επίπεδα. Ωστόσο θα ήθελα να προσθέσω πως ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού εξαρτάται από τους στόχους της επιχείρησης και ορίζει τα πεδία και τα περιθώρια δράσης της.

Το κατά πόσο λοιπόν είναι θετική ή αρνητική μια επιχείρηση ως προς την εμπλοκή της σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (κοινωνικά και περιβαλλοντικά), το τμήμα των ανθρωπίνων πόρων είναι αυτό που μπορεί να καλλιεργήσει το αίσθημα της εταιρικής υπευθυνότητας στους υπαλλήλους της και να τους δώσει κίνητρα και δεξιότητες για την θεμελίωσή της ή ακόμα και να λειτουργήσει ως ανασταλτικός παράγοντας προς την εξέλιξη αυτή.

Το HR άλλωστε είναι συνδετικός κρίκος μεταξύ της διοίκησης και των υπαλλήλων και στοχεύει στην αμφίδρομη διάδοση και εφαρμογή των ιδεών και των πολιτικών της επιχείρησης. Χωρίς επομένως την υποστήριξη, τη συμβολή και την καθοδήγηση του τμήματος αυτού για την προώθηση της ΕΚΕ (σχετικά με την εσωτερική της διάσταση), παραμονεύει ο κίνδυνος να παγιδευτεί και να γίνει έρμαιο των δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης, να χάσει την ουσία και να περιοριστεί σε απραγματοποίητα λόγια και διακηρύξεις.

Βλέποντας κριτικά τον επιχειρηματικό θεσμό της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης υπάρχει ο αντίλογος που αναφέρει την ΕΚΕ ως ένα νέο εργαλείο προώθησης και προβολής των επιχειρήσεων.

Θεωρείται ως μία τεχνική με την οποία οι επιχειρήσεις προβάλλουν ένα 'κοινωνικό προφίλ' ενώ στην πραγματικότητα ο στόχος τους είναι το κέρδος. Έτσι λοιπόν, ιδιαίτερα για τις μεγάλες επιχειρήσεις οι πολιτικές στήριξης του προσωπικού μπορεί απλά να έχουν ως στόχο την ανάπτυξη της παραγωγικότητας και οι χορηγίες τη μείωση των φορολογικών εισφορών.

Σε μία κοινωνία που συνεχώς εξελίσσεται, κανένας δεν μπορεί να μένει απαθής απέναντι στις ίσες ευκαιρίες, στην ενθάρρυνση και στην επιβράβευση πρωτοβουλιών με λόγια και πράξεις. Το θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι υπόθεση όλων μας σε όποια θέση και αν βρισκόμαστε. Έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας έδειξε πως το ποσοστό των καταναλωτών που δείχνουν να είναι συνειδητοποιημένοι απέναντι στην κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων ανέρχεται στο 54,6 % καθώς επίσης το ποσοστό των καταναλωτών που επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις ανέρχεται στο 52,2%. Επομένως υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό του πληθυσμού το οποίο είναι εξοικειωμένο με την έννοια αυτή.

## **1.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αποκτά διαρκώς μεγαλύτερη σημασία σε παγκόσμιο επίπεδο και εντός της Ε.Ε. και αποτελεί μέρος της συζήτησης για την παγκοσμιοποίηση, την ανταγωνιστικότητα και την αειφορία.

Οι βασικοί λόγοι που επηρεάζουν τις αποφάσεις μιας εταιρίας για να ασχοληθεί με την ΕΚΕ είναι οι εξής :

- 3 Ο κατακερματισμός των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)
- 4 Η αύξηση του κόστους διαφήμισης
- 5 Η συσσώρευση πληθώρας εμπορικών σημάτων στα ΜΜΕ παράλληλα με την ενίσχυσή τους.
- 6 Και το σημαντικότερο, η έντονη ενασχόληση τελευταία με το περιβάλλον και την υπερθέρμανση του πλανήτη.

Στην αναδύομενη Παγκόσμια Αγορά οι Εταιρείες κρίνονται βάσει των μέτρων Προστασίας του Περιβάλλοντος, τις σχέσεις των Εργαζομένων και τις σχέσεις με την Κοινότητα. Με λίγα λόγια κρίνονται για την Ευαισθησία τους και την Παρέμβασή τους σε σύγχρονα Κοινωνικά Προβλήματα.

Αν μία Εταιρεία δεν μπορεί να συμμορφωθεί με αυτούς τους Όρους, το οποίο σημαίνει ότι αδυνατεί να διαχειριστεί τη Φήμη της με αυτές τις Προϋποθέσεις, τότε παύει να είναι Ανταγωνιστική και άρα Προσοδοφόρα. Ο Μύθος ότι όσες Εταιρείες προσφέρουν στην Κοινωνία, θυσιάζουν Οικονομικά Μεγέθη, έχει πλέον καταρρεύσει. Όλες οι Εταιρείες που βελτιώνουν τις Κοινωνικές Πρακτικές τους, αυξάνουν την Κερδοφορία τους και αυτό φαίνεται από τους επενδυτές που πλέον πιέζουν τις επιχειρήσεις για μεγαλύτερη κοινωνική υπευθυνότητα και διαφάνεια στις δράσεις τους.

Η επιχείρηση επιλέγει την εφαρμογή ΕΚΕ και εστιάζει σε τομείς που συμφωνούν με τις αξίες της, εφαρμόζει κάποια από τα προγράμματα ΕΚΕ για να υποστηρίξει τους εταιρικούς στόχους της και επιλέγει θέματα που σχετίζονται με τα προϊόντα που διαθέτει και το κοινό στόχο της, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι Μάρκετινγκ.

Τα κριτήρια επιλογής ενός ή περισσότερων προγραμμάτων είναι τα εξής:

- α) Η σύνδεση της πολιτικής Ε.Κ.Ε με τους στόχους της εταιρίας για την καλή εικόνα της.
- β) Η σύνδεση του κοινού της ΕΚΕ με εκείνο της εταιρίας.
- γ) Η σύνδεση μεταξύ της ΕΚΕ και του εταιρικού ονόματος ή προϊόντος.
- δ) Το κόστος εφαρμογής προγράμματος ΕΚΕ.

Από την πλευρά των κυβερνήσεων υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον και ανάληψη δράσης. Ειδικότερα, στην Ευρώπη η ΕΚΕ αποτελεί πρωταρχικό ζήτημα τόσο για την επιχειρησιακή όσο και για την πολιτική ημερήσια διάταξη. Ο δημόσιος τομέας έχει αναπτύξει σημαντική δράση με κύριο πρωταγωνιστή την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία έχει θέσει την ΕΚΕ στην καρδιά της ανταγωνιστικής της στρατηγικής. Βήματα που σηματοδοτούν αυτή την πρωτοβουλία είναι η έκδοση της Πράσινης Βίβλου αναφορικά με την ΕΚΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή – «Πράσινη Βίβλος: Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη» – COM (2001) 366 τελικό, Βρυξέλλες 18/07/2001) και μια μεταγενέστερη ανακοίνωση σχετικά με τον ορισμό της έννοιας και με τα βήματα που πρέπει οι επιχειρήσεις, οι κυβερνήσεις και η κοινωνία των πολιτών να ακολουθήσουν, έτσι ώστε να ξεκαθαρίσουν τη δέσμευσή τους ως προς την ΕΚΕ (*Ευρωπαϊκή Επιτροπή – «Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη» – COM (2002) 347 τελικό, Βρυξέλλες 02/07/2002*).

Επιπλέον, σημαντικό γεγονός αποτέλεσε η δημιουργία του Πολυμερούς Φόρουμ των Ενδιαφερόμενων Μερών της Ευρώπης για την ΕΚΕ (European Multistakeholder Forum on CSR) το 2004, ο ρόλος του οποίου είναι να συμβουλευεί την Επιτροπή ως προς τους τρόπους πλήρους ενσωμάτωσης της ΕΚΕ στις πολιτικές και τις πρακτικές της.

Ένας ακόμα παράγοντας – κλειδί είναι και οι εξελίξεις στον τεχνολογικό τομέα, όπου η ταχύτατη πρόοδος της τεχνολογίας και της πληροφορίας έχει προκαλέσει μια πιο στενή σύνδεση ανάμεσα στην εταιρική κοινωνική ευθύνη και την επιχείρηση. Συμβάλλει στο να γίνεται με γρήγορο και αξιόπιστο τρόπο η ενημέρωση του κοινού και των άλλων ενδιαφερόμενων ομάδων συμφερόντων, σχετικά με τις πρακτικές ΕΚΕ μιας επιχείρησης ανά τον κόσμο. Με άλλα λόγια, συμβάλλει στην άμεση ανταλλαγή της πληροφορίας και καθιστά πλέον την online διαχείριση της φήμης μια αναγκαιότητα για τις επιχειρήσεις.

Το Ευρωπαϊκό Πολυμερές Φόρουμ για την ΕΚΕ (European Multistakeholder Forum on CSR) κατηγοριοποιεί τους «παίκτες» του επιχειρησιακού περιβάλλοντος, οι οποίοι λειτουργούν ως εξωτερικοί καθοδηγητές και παράγοντες που καθιστούν επιτακτική την ΕΚΕ, ιδιαίτερα σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Σύμφωνα με το Φόρουμ:

- 7 Οι επενδυτές αναζητούν τρόπους επένδυσης, που να συνάδουν με τις προσωπικές τους αξίες ή με την προσδοκία ότι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις θα αποτελούσαν καλύτερες επενδύσεις, από την πλευρά της απόδοσης.
- 8 Οι καταναλωτές βασίζονται κατά την επιλογή τους σε κοινωνικά και οικολογικά «διαπιστευτήρια»

- 9 Οι δημόσιες αρχές, μέσω ενός φάσματος μηχανισμών (συμπεριλαμβανομένης της προώθησης και της παροχής πληροφόρησης), ασκούν πιέσεις ως αγοραστές, αλλά και ως ρυθμιστικοί και φορολογικοί παράγοντες
- 10 Οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί ελέγχουν και αξιολογούν τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων και διοργανώνουν εκστρατείες για περαιτέρω βελτιώσεις
- 11 Τα σωματεία αναζητούν να επηρεάσουν την επιχειρησιακή συμπεριφορά μέσω μηχανισμών, όπως είναι οι συλλογικές συμβάσεις και συμφωνίες

Οι λοιπές επιχειρήσεις, τα επιχειρησιακά δίκτυα, οι μεσάζοντες στην αλυσίδα εφοδιασμού, συνεργαζόμενοι μέσω της κοινής εμπειρίας, προσπαθούν να διαμορφώσουν ένα κοινό πλαίσιο κοινής κατανόησης καλύτερων προσεγγίσεων και προσδοκιών, να παρέχουν σημεία αναφοράς και παραδείγματα προς μίμηση (benchmark), καθώς και πρακτικές που αφορούν τις δια – επιχειρησιακές (business – to – business) σχέσεις.

Σήμερα ο θεσμός της ΕΚΕ ενισχύεται με πολιτικές και δράσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία επιβραβεύει ευρωπαϊκές επιχειρήσεις για τις ενέργειές τους σε αυτόν τον τομέα και ταυτόχρονα ενθαρρύνει την ανάληψη μεγαλύτερων πρωτοβουλιών, έτσι ώστε η Ε.Ε. να αποτελέσει «έναν πόλο αριστείας» για την ΕΚΕ.

Στόχος είναι η δημιουργία μιας ανταγωνιστικής και βιώσιμης οικονομίας της αγοράς, προκειμένου οι σύγχρονες επιχειρήσεις να ανταποκρίνονται πλήρως στις προκλήσεις του αυξανόμενου παγκόσμιου ανταγωνισμού, στις δημογραφικές τάσεις και σε ένα βιώσιμο μέλλον.

Είναι χαρακτηριστικό μάλιστα ότι τα τελευταία χρόνια μεθοδεύεται με συστηματικό τρόπο η προώθηση εταιρικών σχημάτων για την ανάληψη δράσεων ΕΚΕ.

Τα κυριότερα οφέλη που θα εισπράξει η επιχείρηση από την πετυχημένη διαμόρφωση Πολιτικής Εταιρικής Ευθύνης και σαφώς από την εξίσου πετυχημένη εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ είναι αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς, ενδυνάμωση του brand, βελτίωση εταιρικής εικόνας, υποκίνηση και διατήρηση εργαζομένων, μειωμένα λειτουργικά κόστη και τέλος, θετική εικόνα στους μετόχους.

Θα μπορούσαμε να αναφέρουμε πολλά ακόμα, αλλά θα κλείσουμε λέγοντας ότι διαμορφώνεται ένα κλίμα στο οποίο οι επιχειρηματίες θα είναι σεβαστοί όχι μόνο επειδή παράγουν κέρδη αλλά και για τη συνεισφορά τους και την ανταπόκριση τους στις κοινωνικές προκλήσεις.

## **1.5 ΟΦΕΛΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται κυρίως σε τρεις άξονες: α) την περιβαλλοντική ευθύνη (π.χ. περιορισμός ρύπων ή θορύβου, επεξεργασία λυμάτων και γενικότερα την προστασία του περιβάλλοντος), β) την κοινωνική (ενέργειες που γίνονται για την ισότητα των δύο φύλων, τις συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας) και γ) την οικονομική (διαφάνεια οικονομικών αποτελεσμάτων, εφαρμογή κανόνων εταιρικής διακυβέρνησης).

Η ΕΚΕ έχει σημασία για τις επιχειρήσεις, μικρές ή μεγάλες, οι οποίες μέσα από καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες, νέες δεξιότητες και τη δέσμευση όλων των ενδιαφερομένων μερών σε κοινούς στόχους μπορούν να βελτιώσουν τις οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις τους, τόσο βραχυπρόθεσμα, όσο και μακροπρόθεσμα. Έχει ταυτόχρονα σημασία για όλους όσους εργάζονται σε εταιρείες, αλλά και για τις ίδιες τις εταιρείες, διότι μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός αρμονικότερου και πιο παραγωγικού εργασιακού περιβάλλοντος με καλύτερα κίνητρα και ανταμοιβές.

Πολλές επιχειρήσεις σήμερα αναγνωρίζουν ότι υπάρχουν πραγματικά επιχειρηματικά οφέλη με το να είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Τα βασικά οφέλη περιλαμβάνουν:

### **Βελτιωμένη φήμη:**

Η βελτίωση της φήμης και της αντίληψης του εμπορικού σήματος προέρχεται από την αναγνώριση της βελτιωμένης αξίας του καταναλωτή, την προσοχή προς τους υπαλλήλους και του περιβάλλοντος, τον σεβασμό για τους προμηθευτές, το ιστορικό στα ανθρώπινα δικαιώματα και την επένδυση σε τοπικές κοινότητες.

### **Θετική προσοχή από ΜΜΕ**

Πολλές επιχειρήσεις που εξασκούν πρακτικές ΕΚΕ απαντούν τακτική κάλυψη από τον τοπικό τύπο και συχνά αυξάνουν την ορατότητά τους μέσω της συμμετοχής σε υψηλού προφίλ εθνικές εκδηλώσεις ή βραβεία.

### **Βελτιωμένες Δημόσιες Σχέσεις**

Η επιτυχία των δημοσίων σχέσεων συχνά απορρέει από τα κοινοτικά επενδυτικά προγράμματα, όπως η ενίσχυση της εκπαίδευσης και μόρφωσης και η απασχόληση τοπικού δυναμικού. Το τελικό αποτέλεσμα είναι η μετατροπή της επιχείρησης σε μια κοινοτική επιχείρηση.

### **Ισχυροποιημένες Σχέσεις**

Οι βελτιωμένες σχέσεις με την τοπική εξουσία και άλλα περιφερειακά όργανα καθίστανται αναπόφευκτες καθώς η αμοιβαία υποστήριξη αυξάνει την αξία των πρακτικών ΕΚΕ.

### **Βελτιωμένος Έλεγχος Κινδύνου**

Διαφάνεια και ευρύτερη ενημερότητα των χρηματοοικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών κινδύνων.

### **Αυξημένη Αποδοτικότητα**

Η επένδυση στην τεχνολογία για τον έλεγχο περιβαλλοντικών κινδύνων, συχνά παράγει οφέλη λόγω μείωσης του κόστους. Οικολογική αποδοτικότητα σημαίνει να δημιουργείς περισσότερα από λιγότερα - η μέτρηση επίδοσης για την εγγύηση του περιβάλλοντος δεν δοκιμάζεται και εξοικονομεί εκατομμύρια σε παραγωγικά κόστη. Επίσης η συνεχής βελτίωση στα εργασιακά πρότυπα της αλυσίδας των συνεργατών την καθιστά πιο αποτελεσματική.

### **Αυξημένες Πωλήσεις**

Δημιουργία νέων αγορών με οργανισμούς ή καταναλωτές που επιλέγουν τους συνεργάτες βάσει της περιβαλλοντικής τους επίδοσης όσο του κόστους και της ποιότητας.

Σήμερα η στάση των καταναλωτών παίζει ολοένα αυξανόμενο ρόλο, αφού είναι περισσότερο ενημερωμένοι από ποτέ.

Με τον υπάρχοντα καταιγισμό πληροφοριών (ιδίως μέσω του Διαδικτύου), κατ' εξοχήν χαρακτηριστικό της εποχής της παγκοσμιοποίησης, οι πληροφορίες για την αντικοινωνική δράση των εταιρειών κυκλοφορούν στον κόσμο με τρομακτική ταχύτητα και μπορούμε να μιλήσουμε για παγκόσμια μοϊκοτάζ που αντιμετωπίζουν πολυεθνικές ταυτόχρονα και στις πέντε ηπείρους.

### **Χαμηλότερα Κόστη Υγείας**

Η ασθένεια είναι ένα κόστος για τις επιχειρήσεις όπου ένα υγιέστερο εργατικό δυναμικό είναι συχνά πιο παραγωγικό και πιο αποτελεσματικό.

### **Ανταγωνιστική Αξία**

Πλεονεκτήματα από τη βελτιωμένη αξιοποίηση του ανθρωπίνου κεφαλαίου, του παρακινημένου και συμμετέχοντος εργατικού δυναμικού, των υψηλότερων επιπέδων διατήρησης εργαζομένων, και των καλών σχέσεων με συνεργάτες και καταναλωτές. Η ανάμειξη και υποστήριξη πρωτοβουλιών μάθησης δημιουργούν προσαρμόσιμες ικανότητες που αναγνωρίζονται ως κρίσιμες στη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

### **Βελτιωμένες Επενδυτικές Ευκαιρίες**

Η κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση είναι καθ' οδών να καταστεί μια σημαντική θεώρηση των επενδυτικών αποφάσεων. Ένας αριθμός κεφαλαίων έχει σχηματιστεί ειδικά για επενδύσεις σε επιχειρήσεις ενασκούμενες ΕΚΕ.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις κερδίζουν συνεχώς έδαφος και αποτελούν ένα επιπλέον εργαλείο για τους συμβούλους επενδύσεων και τους διαχειριστές κεφαλαίων καθώς<sup>8</sup>:

---

<sup>8</sup>Πηγή: <http://www.kathimerini.gr/186437/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/h-etairikh-koinwnikh-ey8ynh-kerdizei-edafos>

- A) Προσφέρουν περισσότερη διαφάνεια και διορατικότητα στις επενδυτικές τους επιλογές, και  
B) Βοηθούν στην ανάλυση των παγκόσμιων επενδυτικών ρίσκων.

### **Μειωμένα Λειτουργικά Κόστη.**

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

Ως προς την ΕΚΕ σε επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού, η υιοθέτηση ευέλικτου εργασιακού ωραρίου και άλλων προγραμμάτων σχετικά με την εργασία μπορούν να οδηγήσουν σε περιορισμό της αδικαιολόγητης συστηματικής απουσίας, και σε αυξημένο αίσθημα επίσχεσης από την πλευρά των εργαζομένων, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να μπορεί να επωφεληθεί από την αύξηση της παραγωγικότητας και τη μείωση του κόστους προσλήψεων και εκπαίδευσης του προσωπικού της.

Αυξάνοντας τη παραγωγικότητα και τη ποιότητα, μέσω υπεύθυνων πρακτικών, οι επιχειρήσεις, μέσω της προσπάθειάς τους, μπορούν είτε να βελτιώσουν τις εργασιακές συνθήκες και να αυξήσουν τη συμμετοχή των εργαζομένων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, είτε να μειώσουν τον αρνητικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο που οδηγούνται συχνά σε μείωση του ρυθμού πραγματοποίησης λαθών και των ελαττωματικών εμπορευμάτων.

### **Πρόσβαση σε κεφαλαιαγορές.**

Η επέκταση της κοινωνικά υπεύθυνης επένδυσης (Social Responsible Investment – SRI) σημαίνει ότι η ΕΚΕ οδηγεί σε κεφάλαιο, το οποίο ίσως να μην ήταν εύκολο να ευρεθεί με άλλο τρόπο<sup>9</sup>.

Από την ΕΚΕ αποκομίζει οφέλη το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Η ΕΚΕ συνδέεται στενά με την έννοια της «βιωσιμότητας» (sustainability) ή αλλιώς «βιώσιμης ή αειφόρου ανάπτυξης» (sustainable development), η οποία έχει οριστεί ως μια μορφή ανάπτυξης, που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες (“development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”) (Πηγή: [www.un.org/esa/sustdev](http://www.un.org/esa/sustdev)).

Ο όρος «Βιώσιμη Ανάπτυξη» εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1987 στο Brundland Report. Καλύπτει τον τρόπο, με τον οποίο οι οργανισμοί επιδιώκουν σήμερα οικονομική ανάπτυξη με την

---

<sup>9</sup>Πηγή: [www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr) – Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ



ταυτόχρονη προστασία των πόρων για την ανάπτυξη του αύριο<sup>10</sup>. Αυτό είναι ένα θέμα αυξανόμενης σημασίας και προβληματισμού για τους υπεύθυνους οργανισμούς.

Η "βιωσιμότητα" αναφέρεται στις δράσεις μιας εταιρίας για μείωση της αρνητικής επίδρασής της σε όλους τους επιχειρηματικούς τους σχεδιασμούς, διαχειρίσεις και μετρήσεις αποτελεσματικότητας. Για παράδειγμα, σήμερα, οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη τους την επίδρασή τους στο περιβάλλον και η βιωσιμότητα αναφέρεται στην ύπαρξη διαχειριστικών συστημάτων μείωσης των εκπεμπόμενων ρύπων και η αποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων

Ως έννοια και μορφή ανάπτυξης, αφορά μια πληθώρα ζητημάτων, όπως η ατμόσφαιρα, η βιοτεχνολογία, η ενέργεια, η φτώχεια, ο τουρισμός, το εμπόριο, η τεχνολογία, οι μεταφορές, η διαχείριση του εδάφους και του νερού, η εκπαίδευση, η υγεία, τα διάφορα υποδείγματα κατανάλωσης και παραγωγής.

Η βιώσιμη ανάπτυξη απαιτεί τη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλης της ανθρωπότητας χωρίς την ταυτόχρονη αύξηση της χρήσης των φυσικών πόρων στα όρια των δυνατοτήτων του πλανήτη.

Οι προσπάθειες για τη δημιουργία ενός πραγματικά βιώσιμου τρόπου ζωής καθιστούν απαραίτητη την ενοποίηση της δράσης σε τρεις τομείς: α) δίκαιη οικονομική μεγέθυνση, β) διαφύλαξη των φυσικών πόρων και γ) του περιβάλλοντος και της κοινωνικής ανάπτυξης. Επιπλέον, το ενδιαφέρον της βιώσιμης ανάπτυξης επικεντρώνεται στη διασφάλιση ότι η διεθνής περιβαλλοντική διακυβέρνηση ενσωματώνεται με συνέπεια και σωστό τρόπο με τη διεθνή οικονομική διακυβέρνηση<sup>11</sup>.

Η βασική ιδέα πίσω από την έννοια είναι ότι οι ισχύοντες τρόποι συμπεριφοράς, ειδικά στον ανεπτυγμένο κόσμο, είναι μη-βιώσιμοι και γι' αυτό απειλούν τον τρέχοντα και μελλοντικό τρόπο ζωής. Η σημασία της βιωσιμότητας έγκειται σε δύο σημεία:

- Θέτει ως ζήτημα στις επιχειρηματικές και πολιτικές ημερήσιες διατάξεις το γεγονός ότι οι ισχύοντες τρόποι ζωής έχουν κάποιες «εξωτερικότητες».
- Αποτελεί μία διεθνώς αποδεκτή έννοια.

Για να καταφέρει η βιωσιμότητα να επιτευχθεί σε μια ρεαλιστική βάση, το κοινωνικό σύνολο θα πρέπει να μπορεί να σχηματίζει άποψη για τις επιλογές που κυβερνούν τον τρόπο ζωής του. Στο σημείο αυτό, είναι αναγκαία η πληροφόρηση, η κοινωνική αναφορά και η διαφάνεια. Εδώ παίζει σημαντικό ρόλο η ΕΚΕ, εφόσον ενσωματώνει κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες στις πρακτικές της.

Με την ανάπτυξη της η ΕΚΕ, μπορεί να εφοδιάσει το σύνολο με μια πληθώρα πληροφοριών σχετικά τον περιβαλλοντικό και κοινωνικό αντίκτυπο των επιλογών και των δράσεών της πάνω στις μελλοντικές γενεές.

<sup>10</sup>«Our Common Future»: Report of the World Commission on Environment and Development - UNWCED - The Brundtland Report, 1987

<sup>11</sup>World Summit on Sustainable Development – Johannesburg, South Africa, 2 – 11 September 2002/ Fact Sheet

## 1.6 ΚΡΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ – ΚΟΣΤΟΣ Ή ΕΠΕΝΔΥΣΗ?

Τα επιχειρήματα εναντίον της αντίληψης περί κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων δεν λείπουν. Η συντηρητική άποψη, που αντιπροσωπεύεται από τον Economist ισχυρίζεται μεταξύ άλλων ότι:

α) Η αναζήτηση του κέρδους προωθεί από μόνη της το δημόσιο καλό και δεν χρειάζονται ειδικές προσπάθειες να αποδοθεί κάτι πίσω στην κοινωνία ως αντιστάθμισμα και

β) οι επιχειρήσεις πρέπει να επικεντρωθούν σε αυτό που κάνουν καλύτερα, δηλαδή στον ανταγωνισμό για μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς και στη μεγιστοποίηση της απόδοσης που αποδίδουν στους μετόχους τους, χωρίς να αποσπώνται από περιβαλλοντικές ή κοινωνικές φροντίδες οι οποίες ούτως ή άλλως θα έπρεπε να απασχολούν αποκλειστικά τις κυβερνήσεις.

Η ΕΚΕ δέχεται όμως πιέσεις και λόγω του ισχυρισμού ότι η απουσία ηθικής στην λογική του κέρδους, σε συνδυασμό με την τεράστια ικανότητα των επιχειρήσεων για καταστροφική δράση σε παγκόσμιο επίπεδο καθιστούν αδιανόητη την θέση ότι μπορούν να αυτορρυθμίσουν την συμπεριφορά τους σε μία επωφελή για την κοινωνία κατεύθυνση. Επέκταση της δεύτερης λογικής είναι και η αντίληψη ότι αποτελεσματική πίεση μπορεί να προέλθει κυρίως, αν όχι αποκλειστικώς, από αυστηρότερη νομοθεσία και κυβερνητικές πρωτοβουλίες.

Ένας από τους βασικούς πολέμιους της ΕΚΕ, ο νομπελίστας οικονομολόγος Milton Friedman, υποστηρίζει ότι η ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η επίτευξη του κέρδους. Δηλώνει ότι «υπάρχει αποκλειστικά μόνο μία κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, να συμμετέχει σε δραστηριότητες, οι οποίες σχεδιάζονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να αυξάνεται το κέρδος των επιχειρήσεων, τηρώντας βέβαια τους κανόνες του παιχνιδιού. «Οι κανόνες αυτοί είναι ο ανοικτός και ελεύθερος ανταγωνισμός και η αποφυγή απάτης και δόλου». Σύμφωνα με τον ίδιο, η ευθύνη του manager και γενικότερα της εκτελεστικής διεύθυνσης έναντι των μετόχων και ιδιοκτητών της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση και η απόδοση του κέρδους προς τους δεύτερους<sup>12</sup>.

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

Η ενσωμάτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην επιχειρηματική λειτουργία, συνεπάγεται κάποιο κόστος, άμεσο και έμμεσο, αφού μια επιχείρηση καλείται να επενδύσει χρόνο και χρήμα (ειδικά το τελευταίο είναι πολύ εύκολο να υπολογιστεί). Συγχρόνως, η ασαφής

<sup>12</sup> Παπαδόπουλος Κ. Ιορδάνης, “Επιχειρηματική Ηθική – Θεωρία και Εφαρμογές”, Εκδόσεις Ο.Π.Α., Αθήνα 2002

οριοθέτηση της ΕΚΕ ως νέας πρακτικής, η έλλειψη νομοθεσίας και η αβεβαιότητα ως προς την αξιοπιστία και την αποτελεσματικότητα των εργαλείων και των πολιτικών δράσης που αφορά, μπορεί να δημιουργήσουν επιπρόσθετο κόστος για την επιχείρηση και να την αποπροσανατολίσουν. Δεν είναι τυχαίο ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι και ένα ζήτημα που απασχολεί τις κερδοφόρες επιχειρήσεις.

Υπάρχουν πολλές μορφές υλοποίησης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις που επιλέγουν να την υιοθετήσουν. Η πιο απλή και παραδοσιακή εκδοχή της ΕΚΕ προσομοιάζει στο «φιλανθρωπικό» ή «πατερναλιστικό» μοντέλο που είχαν αναπτύξει μερικές μεγάλες καπιταλιστικές επιχειρήσεις ήδη από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα.

Αντιστοιχεί στην απευθείας κοινωνική παροχή κυρίως στις περιοχές ύπαρξης των εργοστασίων ή στην πρόσδεση του ονόματος της επιχείρησης στην διεκπεραίωση ενός κοινωνικού φιλανθρωπικού έργου. Ή επίσης την ίδρυση ενός Ιδρύματος - με οικογενειακά χαρακτηριστικά και ονομασία - για την προώθηση ενός κοινωνικού σκοπού. Αυτές οι πρακτικές υφίστανται και αναπτύσσονται ακόμη (βλέπε Ίδρυμα Μπιλ και Μελίντας Γκέιτς της Microsoft<sup>13</sup>). Μια άλλη μορφή περιλαμβάνει και τις πιο νεωτερικές πρωτοβουλίες *μονομερούς αυτοδέσμευσης* των επιχειρήσεων στην τήρηση συγκεκριμένων περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών προϋποθέσεων. Τέτοιου είδους πρακτικές οριοθετούν τις σύγχρονες μορφές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και αποτελούν το βασικό μέτωπο ανάπτυξης της σε διεθνές και εθνικό επίπεδο την τελευταία δεκαετία.

Η αυτοδέσμευση των επιχειρήσεων ακόμη και αν γίνεται για επικοινωνιακούς ή διαφημιστικούς στόχους παρουσιάζει μερικούς ιδιαίτερους κινδύνους για τις ίδιες. Όχι μόνο περιορίζει την ευχέρεια αξιοποίησης του χαμηλού εργατικού κόστους στις αναπτυσσόμενες χώρες (Nike, Benetton) αλλά αυξάνει επίσης τις απαιτήσεις για την ποιότητα και τις επιπτώσεις στο περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών από ενδεχόμενες παθογενείς επιπτώσεις των παραγομένων προϊόντων.

Οι κλυδωνισμοί ολόκληρων βιομηχανικών κλάδων όπως η βιομηχανία ατομικής ενέργειας, η βιομηχανία τροφίμων («τρελές αγελάδες» με τις διοξίνες - νόσος πουλερικών), η βιομηχανία καπνού, οينوπνευματωδών ποτών και η συζητούμενη επιρροή της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας στην κινητή τηλεφωνία αναδεικνύουν με τον πιο χαρακτηριστικό τρόπο τα κρίσιμα διλήμματα των σύγχρονων επιχειρήσεων.

Εάν υιοθετήσουν την ΕΚΕ αυξάνουν το κόστος παραγωγής και γίνονται βραχυπρόθεσμα πιο ευάλωτες επικοινωνιακά σε περίπτωση απρόβλεπτου κινδύνου, εάν όμως αδιαφορήσουν κινδυνεύουν με ολική κατάρρευση. Ζούμε στην εποχή της *Διακινδύνευσης* (risk society) όπως τονίζει ο γερμανός κοινωνιολόγος Ulrich Beck όπου οι ανθρωπογενείς τεχνολογικοί κίνδυνοι έχουν πολλαπλασιαστεί, αυξάνοντας την αβεβαιότητα του συστήματος και προκαλώντας την ανάδυση

<sup>13</sup> <http://www.gatesfoundation.org/>

κινημάτων της κοινωνίας πολιτών για την προστασία της ζωής και της φύσης δίπλα από τους παραδοσιακούς παίκτες του πολιτικού συστήματος. Σ' αυτές τις συνθήκες η επιχειρηματική στρατηγική του κέρδους, αν δεν προσαρμοσθεί αντιμετωπίζει κινδύνους ξαφνικής διάλυσης.

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

Ακόμη, αναφορικά με ζητήματα εργατικού δυναμικού, για παράδειγμα, η πρόσληψη ανειδίκευτων εργατών, προερχόμενων από μειονότητες, τείνει στο να οδηγήσει σε μια αύξηση του κόστους.

Από τη μία πλευρά, η ενθάρρυνση τέτοιου είδους προγραμμάτων εκπαίδευσης εργατικού δυναμικού δημιουργεί μακροχρόνια επιπρόσθετο όφελος για το κοινωνικό σύνολο, αφού συντελεί στην αύξηση του επιπέδου οικονομικής και μη ευημερίας, μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας και των εισοδημάτων των ατόμων.

Όμως, από την άλλη, οι κριτικοί, υποστηρίζουν ότι, αν η κοινωνία αποσπάσει ένα μέρος της προσοχής της οικονομίας από την αποτελεσματικότητα (που μεταφράζεται σε κέρδος), τότε θα σημειωθεί πιο μικρός ρυθμός οικονομικής μεγέθυνσης. Δεν είναι δυνατή, δηλαδή, η ταυτόχρονη επιδίωξη οικονομικών και κοινωνικών στόχων.

Η επιχείρηση πρέπει σε εθελοντική βάση να υποβάλλεται σε επιπρόσθετες δαπάνες σχετικές με την ΕΚΕ, έτσι ώστε να προστατεύσει την αξία της μετοχής της στη χρηματιστηριακή αγορά. Μακροχρόνια, η χρηματιστηριακή τιμή της μετοχής της κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης θα τείνει να είναι υψηλότερη από μία άλλη που δεν υιοθετεί πρακτικές ΕΚΕ και εκτίθεται σε μεγαλύτερο κίνδυνο λόγω ενδεχόμενων κοινωνικών και κυβερνητικών αντιδράσεων.

Στη συγκυρία οικονομικής κρίσης που επικρατεί εφέτος σε παγκόσμιο επίπεδο και υπό το πρίσμα των δυσμενών προβλέψεων, η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μιας επιχείρησης σε συνδυασμό με την εξοικονόμηση κόστους αποκτούν όλο και μεγαλύτερη σημασία, όπως αναγνωρίζεται από επιχειρηματικούς και πολιτικούς φορείς. Δυστυχώς υπάρχουν πολλοί επιχειρηματίες στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό οι οποίοι συζητούν για μείωση του προϋπολογισμού τους σε ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ). Προφανώς αναφέρονται κυρίως σε δράσεις φιλανθρωπικού χαρακτήρα και σχετικές ενέργειες χορηγικού χαρακτήρα από τις οποίες ποτέ δεν κατάφεραν να μετρήσουν την προστιθέμενη αξία προς την επιχείρησή τους. Είναι όμως αυτή η πραγματική, η σύγχρονη ΕΚΕ; Η απάντηση είναι κατηγορηματικά όχι.

Η σύγχρονη ΕΚΕ χαρακτηρίζεται από συγκροτημένες και διαχρονικές ενέργειες προς το περιβάλλον, την κοινωνία, τους πελάτες και τους εργαζομένους, με στόχο την προστιθέμενη αξία τόσο στην επιχείρηση όσο και στους εμπλεκόμενους (stakeholders), στους οποίους απευθύνονται

αυτές οι δράσεις. Παράλληλα, η σύγχρονη ΕΚΕ συνδυάζεται με ενέργειες που περιορίζουν το λειτουργικό κόστος, όπως η μείωση ενέργειας και οι εκπομπές ρύπων. Η σύγχρονη ΕΚΕ είναι επένδυση με μετρήσιμα αποτελέσματα και όχι απλά προστιθέμενο κόστος.

Ένα συμπληρωματικό στοιχείο που αντικατοπτρίζει τις μοντέρνες τάσεις στον χώρο της ΕΚΕ και της πράσινης επιχειρηματικότητας είναι οι πρακτικές πράσινου και κοινωνικού μάρκετινγκ (Green and Social Cause-Related Marketing). Σύμφωνα με τις πρόσφατες πανελλαδικές πρωτοποριακές μελέτες του Ερευνητικού Εργαστηρίου Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου (ALARM) και του Κέντρου Αειφορίας (CSE), οι καταναλωτές στην πλειονότητά τους συμφωνούν για τη χρησιμότητα των πρωτοβουλιών πράσινου και κοινωνικού μάρκετινγκ.

Ωστόσο, αποδεικνύεται ότι λείπει πληροφόρηση και διαφάνεια όσον αφορά αυτές τις δράσεις των επιχειρήσεων και δεν έχει κερδηθεί πλήρως η εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Ο μόνος τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να ξεπεράσουν αυτό το έλλειμμα είναι η ένταξη των πρωτοβουλιών κοινωνικού και πράσινου μάρκετινγκ σε μια συνολική και σύγχρονη στρατηγική ΕΚΕ.

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

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

Ο Αλέξης Ζητρίδης, Διευθυντής Δ/σης Εταιρικής Προβολής & Διαφήμισης των ΕΛ.ΤΑ. σε συνέντευξή του στο περιοδικό “20 χρόνια επιστημονικό Μάρκετινγκ” το Μάρτιο του 2009, τόνισε ότι η ΕΚΕ είναι επένδυση και όχι κόστος. Η βιωσιμότητα της κοινωνίας και του περιβάλλοντος είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την εταιρική υπευθυνότητα και μονόδρομος για την οικονομική ανάπτυξη, όπως τόνισε: «Πρέπει να είναι ξεκάθαρο: Η ΕΚΕ δεν είναι καλές πράξεις, δεν είναι επικοινωνιακή συνταγή, δεν είναι σπατάλη κεφαλαίων και πόρων.

Αν είναι σε κίνδυνο η βιωσιμότητα του ευρύτερου περιβάλλοντος λειτουργίας μιας εταιρείας, προφανώς αυτό θα επηρεάσει καταλυτικά την ίδια την εταιρεία και τα οικονομικά αποτελέσματά της. Άλλωστε υπάρχει και πιο άμεση και χειροπιαστή απόδειξη ότι η ΕΚΕ αποτελεί επένδυση και όχι κόστος: Είναι εταιρική πρακτική που επηρεάζει, με μια γεωμετρικά αυξανόμενη δυναμική, την καταναλωτική συμπεριφορά των πολιτών -όπως επιβεβαιώνουν έγκυρες έρευνες, βλ. Ινστιτούτο Επικοινωνίας 2008, Κοινωνικό βαρόμετρο 2008-, διαμορφώνοντας ανάλογα τις

αγοραστικές τους επιλογές. Οι καταναλωτές, σε ολόένα μεγαλύτερο ποσοστό, επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, ενώ τιμωρούν όσες δε δίνουν βαρύτητα σε αυτόν το στόχο.

Επιπλέον, η εφαρμογή πρακτικών εταιρικής υπευθυνότητας συνεπάγεται τη λελογισμένη χρήση ενεργειακών πόρων και άρα την αναλογική μείωση της κατανάλωσης. Αυτή η μείωση έχει άμεση επίδραση στις λειτουργικές δαπάνες μιας εταιρείας και στο οικονομικό της αποτέλεσμα», συμπλήρωσε.

Και καταλήγει: «Η υπεύθυνη συμπεριφορά των εταιρειών δεν αποτελεί απλά επένδυση αλλά ανάγκη, οι τρέχουσες συνθήκες αλλά και οι προβλέψεις για το μέλλον την καθιστούν τέτοια! »

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) αν και δεν είναι διαδεδομένη στην Ελλάδα, αποτελεί μια σύγχρονη έννοια που κερδίζει ολόένα και περισσότερο έδαφος τα τελευταία χρόνια, καθώς οι ελληνικές επιχειρήσεις δε θα μπορούσαν να μείνουν πίσω στα πλαίσια των αλλαγών σε διεθνές αλλά και, κυρίως, σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ολόένα και περισσότερο κυριαρχεί η τάση να συνδυάζεται το κέρδος με την ηθική και περιβαλλοντική πρακτική, αν και η άγνοια και η έλλειψη εξοικίωσης των εμπλεκόμενων δημόσιων υπηρεσιών, καθώς και η αδυναμία των κατά τόπων δημοτικών αρχών, δυσκολεύουν τις επιχειρήσεις στην υλοποίηση των μέτρων και πρωτοβουλιών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, σε συνδυασμό με την έλλειψη ενημέρωσης του κοινού.

Στην Πράσινη Βίβλο, που κυκλοφόρησε το 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορίζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) ως την 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».

Ωστόσο, η ΕΚΕ δεν χαίρει ενός κοινά αποδεκτού ορισμού, ενώ και οι επιχειρήσεις δεν την αντιλαμβάνονται με τον ίδιο τρόπο. Παρακάτω παρουσιάζονται τέσσερις οργανώσεις - φορείς και εταιρείες, οι οποίες έχουν αναλάβει, όχι μόνο να ενημερώνουν, αλλά και να αναλαμβάνουν δράσεις και να παρέχουν λύσεις για την ανάπτυξη και την ανάδειξη της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις.

## **2.1 ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ**

Από το 2004, που έχει χαρακτηριστεί Ευρωπαϊκό Έτος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) 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.

Στην Ελλάδα το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ιδρύθηκε το 2000, με σκοπό ο Εθνικός αυτός Φορέας να προωθήσει τον κοινό Πανευρωπαϊκό Στόχο. Με μέλη Συνδέσμους και Φορείς που αντιπροσωπεύουν την Επιχειρηματική Δραστηριότητα στη χώρα μας, καθώς και Επιχειρήσεις που είναι ευαισθητοποιημένες για το θέμα δημιουργήθηκε η βάση για την υποστήριξη της Πρωτοβουλίας στην Ελλάδα σε Εθνικό Επίπεδο.

Παρακάτω παρουσιάζουμε οργανώσεις-φορείς και εταιρείες οι οποίες έχουν αναλάβει τις δράσεις, την ενημέρωση και την παροχή λύσεων για την ανάπτυξη και ανάδειξη της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις.

### **1.Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένα δίκτυο επιχειρήσεων με τη μορφή μη κερδοσκοπικού σωματείου, το οποίο ιδρύθηκε το 2000. Κύριοι στόχοι του -όπως περιγράφονται στην ιδρυτική του διακήρυξη- είναι μεταξύ άλλων η ευαισθητοποίηση και η συστράτευση της επιχειρηματικής κοινότητας, αλλά και των επιμέρους κοινωνικών ομάδων, προς την κατεύθυνση της προώθησης της κοινωνικής συνοχής στην Ελλάδα, αλλά και η ανάπτυξη μηχανισμών επικοινωνίας, συνέργειας και συντονισμού ανάμεσα στις επιχειρήσεις-μέλη του Δικτύου για την από κοινού εφαρμογή προγραμμάτων ή την ανταλλαγή καλών πρακτικών.

Το Δίκτυο αντιλαμβάνεται την ΕΚΕ ως «την οικειοθελή 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 όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους».<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>Πηγή : [www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr)

Γι' αυτόν άλλωστε το λόγο, στους βασικούς άξονες δράσης του, προβάλλει την ομαλή ένταξη στο κοινωνικό σύνολο των κοινωνικά μειονεκτουσών ομάδων (π.χ. άτομα με ειδικές ανάγκες, αποφυλακισθέντες, απεξαρτημένοι, οικονομικοί μετανάστες), την ανάπτυξη της ιδέας του κοινωνικού εθελοντισμού στο εσωτερικό των επιχειρήσεων-μελών του Δικτύου και την προστασία του περιβάλλοντος.

Ήδη, στα πρώτα επτά χρόνια της λειτουργίας του, τα μέλη του Δικτύου έφτασαν τα 100, αριθμός ο οποίος αυξάνεται διαρκώς. Στις αξιόλογες δράσεις του Δικτύου για την ανάπτυξη και την κατανόηση της ΕΚΕ θα πρέπει να ενταχθεί ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του προγράμματος ΕΡΜΗΣ, το οποίο αποσκοπεί στη διάχυση των αρχών και των πρακτικών της ΕΚΕ στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, προκειμένου οι τελευταίες να τις υιοθετήσουν και να τις προσαρμόσουν στις δικές τους ιδιαίτερες συνθήκες.

Επιπλέον, στις δράσεις του Δικτύου είναι και η διοργάνωση σχετικών συνεδρίων. Σημειώνεται πως το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ λειτουργεί ως εθνικός εταίρος του ευρωπαϊκού δικτύου CSR Europe, μεταφέροντας όλες τις σύγχρονες αντιλήψεις και τεχνογνωσία σχετικά με την ΕΚΕ στην Ελλάδα.

## **2.CSE (Centre for Sustainability & Excellence), Κέντρο Αειφορίας**

Το Κέντρο Αειφορίας είναι μια ομάδα προβληματισμού (με γραφεία σε Αθήνα, Σικάγο και Βρυξέλλες), η οποία παρέχει επιστημονικές συμβουλές και λύσεις σε επιχειρήσεις και οργανισμούς, στο πλαίσιο της προώθησης της αειφόρου ανάπτυξης, της επιχειρηματικής αριστείας και της καταπολέμησης της κλιματικής αλλαγής.

Το Κέντρο Αειφορίας παρέχει ένα ευρύ φάσμα ολοκληρωμένων λύσεων για την αειφόρο ανάπτυξη, προσφέροντας στοχευμένη υποστήριξη στους τομείς της ΕΚΕ, της στρατηγικής καταπολέμησης της κλιματικής αλλαγής και της διαχείρισης εκπομπών ρύπων, του πράσινου και κοινωνικού μάρκετινγκ και της διαχείρισης επιχειρηματικής απόδοσης. Το 2008, το Κέντρο ανακοίνωσε την έναρξη στρατηγικής συνεργασίας, με ένα από τα μεγαλύτερα ενημερωτικά δίκτυα για την ΕΚΕ και την Αειφόρο Ανάπτυξη, την 3BL Media, η οποία είναι ένα πρωτοπόρο ενημερωτικό δίκτυο στο χώρο της ΕΚΕ, της Αειφορίας και του Πράσινου Μάρκετινγκ.

Το Νοέμβριο του ίδιου έτους, το Κέντρο Αειφορίας προχωρά στην παρουσίαση ενός καινούργιου σεμιναρίου με τίτλο «Become a Qualified Climate Change Leader», το οποίο αποσκοπεί στην εκπαίδευση των συμμετεχόντων προκειμένου να αποκτήσουν τα κατάλληλα εφόδια για το σχεδιασμό μιας ολοκληρωμένης και βιώσιμης Στρατηγικής και Απολογισμού Μείωσης των Εκπομπών Ρύπων (Carbon Footprint Strategy & Reporting) για τον οργανισμό τους και για τη δημιουργία πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Πηγή: [www.cse-net.org](http://www.cse-net.org)



### **3. Meda Communication**

Κύριος στόχος της εταιρείας MEDA Communication είναι να αποτελέσει το σημείο αναφοράς στον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο για την προώθηση και την ανάπτυξη της προσέγγισης της «τριπλής βασικής αρχής», που αναδεικνύει ότι η συνολική επίδοση μιας εταιρείας πρέπει να υπολογίζεται με βάση τη συνδυασμένη συνεισφορά της στην οικονομική ευημερία, στην περιβαλλοντική ποιότητα και στο κοινωνικό κεφάλαιο.

Στο πλαίσιο αυτό παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες και αναπτύσσει επιχειρηματικά εργαλεία προς κάθε είδους επιχείρηση, προκειμένου αυτή να αναπτύξει ταυτόχρονα την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική της ευθύνη, συμβάλλοντας στο στόχο της βιώσιμης ανάπτυξης. Η εταιρεία παρουσίασε το 2003, στο πλαίσιο των ειδικευμένων εργαλείων της για την ΕΚΕ, και για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά, το Βαρόμετρο Αναγνωρισιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς, το οποίο μεταξύ άλλων προσφέρει μετρήσιμα στοιχεία για την κοινωνική ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά των Ελλήνων πολιτών, συνεισφέρει στη βαθύτερη γνώση και κατανόηση του κοινωνικού περιβάλλοντος όπου δραστηριοποιούνται οι εταιρείες και οι εθελοντικές οργανώσεις και εξετάζει τη διεισδυτικότητα, την αναγνωρισιμότητα και τη δημοτικότητα του κοινωνικού έργου των εταιρειών και των εθελοντικών και μη κυβερνητικών οργανώσεων.

Επίσης, το 2005 η εταιρεία εισήγαγε ένα ενημερωτικό-εκπαιδευτικό εργαλείο, το οποίο απευθύνεται αποκλειστικά στους εργαζόμενους των εταιρειών. Το Responsible Employee Attitude Challenge on CSR είναι ένα παιχνίδι γνώσης, ενημέρωσης και στάσεων στο πλαίσιο της ΕΚΕ, ειδικά σχεδιασμένο για τους εργαζόμενους όλων των βαθμίδων μιας εταιρείας.<sup>16</sup>

### **4. QualityNet Foundation**

Το QualityNet Foundation (QnF) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που λειτουργεί ως «πλατφόρμα αλληλεπίδρασης» μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας, για την επίτευξη της κοινωνικής συνοχής.

Το QnF προωθεί δράσεις που έχουν στόχο να ευαισθητοποιήσουν και να ενημερώσουν το επιχειρηματικό κοινό για την υιοθέτηση κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς και δράσης, να προωθήσουν την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας στο ευρύ κοινό, κάνοντάς το συμμετόχο στην προώθηση της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης, και να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ επιχειρηματικών μονάδων και κοινωνικών φορέων. Στο πλαίσιο αυτό, το QnF συγκεντρώνει και καταγράφει όλα τα στοιχεία που σχετίζονται με τους προβληματισμούς των επιχειρήσεων και τις ανάγκες της κοινωνίας σε ό,τι έχει σχέση με τους

---

<sup>16</sup>Πηγή: [www.meda.gr](http://www.meda.gr)

τέσσερις τομείς εξειδίκευσής του, δηλαδή την ποιότητα, το περιβάλλον, την υγιεινή και ασφάλεια και την ΕΚΕ.

Επίσης, το QnF λειτουργεί ως μία ανοιχτή πλατφόρμα ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ των μελών του (φορείς, επιχειρήσεις, φυσικά πρόσωπα, δεν επιβαρύνονται οικονομικά), ενώ έχει δημιουργήσει μια ομάδα εργαλείων, την οποία τα μέλη μπορούν να χρησιμοποιούν δωρεάν, όπως ο ενημερωτικός κόμβος [www.qualitynet.gr](http://www.qualitynet.gr), το αρχείο καλών πρακτικών ΕΚΕ και κοινωνικών απολογισμών και το αρχείο πιστοποιημένων εταιρειών και προϊόντων.<sup>17</sup>

## **5.Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)**

Οι Επιχειρήσεις δεν λειτουργούν στο κενό και οι προσπάθειές τους δεν αρκούν, καθώς επηρεάζονται καθοριστικά από το Περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται. Η σχέση, λοιπόν, Επιχείρησης και Περιβάλλοντος είναι «κρίσιμος της ανταγωνιστικότητας παράγων» και υπό την έννοια αυτή, η οριοθέτηση των σχέσεων μεταξύ Επιχείρησης, Πολιτείας, Εργαζομένων και της κοινωνίας είναι ευρύτερα καθοριστική για την υλοποίηση των στόχων της ανταγωνιστικότητας. Αυτή την οροθέτηση φιλοδοξεί να επιτύχει η ΧΑΡΤΑ ΤΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ που έχει υιοθετήσει από καιρό ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ), ύστερα από τη Γενική Συνέλευση που έγινε το 2005.

Στόχος της Χάρτας είναι να συμβάλει στη διαμόρφωση ενός πλαισίου υποχρεώσεων και δικαιωμάτων των επιχειρήσεων, με βάση κοινές αξίες, στάσεις και αντιλήψεις, που θα αναδείξει το πρότυπο του σύγχρονου Έλληνα επιχειρηματία, θα συνεισφέρει στην αποτελεσματική συνεργασία όλων των κοινωνικών εταίρων και θα διευκολύνει τη δημιουργία και κοινή αποδοχή ενός σύγχρονου περιβάλλοντος που προάγει την ανταγωνιστικότητα, την απασχόληση και την κοινωνική συνοχή.

Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων:

1. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα να λειτουργεί σε σταθερό, σαφές, κωδικοποιημένο, αντικειμενικό, προβλέψιμο, διεθνώς ανταγωνιστικό θεσμικό και νομικό πλαίσιο που προάγει την επιχειρηματικότητα και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα. Η επιχείρηση οφείλει να διασφαλίζει την επιβίωσή της σεβόμενη το θεσμικό και νομικό πλαίσιο, να αναλαμβάνει τις ευθύνες της και να εκπληρώνει με συνέπεια τις υποχρεώσεις της.

2. Η επιχείρηση, όπως και κάθε πολίτης της χώρας, έχει δικαίωμα σε χριστή και διαφανή διαχείριση των δημοσίων οικονομικών, η οποία διασφαλίζει τον κοινωνικό ρόλο του κράτους και στοχεύει στον περιορισμό του δημόσιου δανεισμού, καθώς και σε σταθερό και προβλέψιμο φορολογικό πλαίσιο που στηρίζει την επιχειρηματικότητα και τις επενδύσεις. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να ανταποκρίνεται με συνέπεια στις θεσμοθετημένες υποχρεώσεις της και να

---

<sup>17</sup>Πηγή: [www.qualitynet.gr](http://www.qualitynet.gr)

συμβάλλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς που οδηγεί σε στρεβλώσεις της αγοράς και ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.

3. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα να διεκδικεί διαφάνεια, φερεγγυότητα και αμοιβαιότητα στις σχέσεις της Πολιτείας με τους πολίτες και τις άλλες επιχειρήσεις, καθώς και την αποτελεσματική προστασία της δικαιοσύνης. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποδίδει εύλογο μέρος στους μετόχους της, να εφαρμόζει τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης και να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της προς τους εργαζομένους, τους προμηθευτές και τους πελάτες της.

4. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα πρόσβασης σε μια ενοποιημένη και αποτελεσματική ευρωπαϊκή αγορά που δεν περιορίζεται από κρατικά ή ιδιωτικά μονοπώλια και λειτουργεί με όρους που δεν θίγουν την άμεση ή μακρόχρονη ανταγωνιστική ικανότητα της ίδιας και του συνόλου της οικονομίας. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος του καταναλωτή.

5. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε ένα σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα που προσφέρει δεξιότητες, γνώσεις και αξίες που αντιστοιχούν στις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες, ένα σύστημα που προάγει την ατομική ευθύνη, τη δημιουργία και την καινοτομία. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να επενδύει στη γνώση στο χώρο εργασίας, στην κατάρτιση και διά βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.

6. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα πρόσβασης σε μια αγορά εργασίας που δεν επιβαρύνει την ικανότητά της να προσαρμόζεται γρήγορα στις αλλαγές και ενθαρρύνει την αύξηση της απασχόλησης, καθώς και να διεκδικεί από την Πολιτεία ένα αποτελεσματικό δίκτυο κοινωνικής προστασίας που στοχεύει στη σύντομη επανένταξη των ανέργων στην αγορά. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να συνεισφέρει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να εφαρμόζει ένα αξιοκρατικό σύστημα αξιολόγησης της απόδοσης, των προαγωγών και των αμοιβών, να διασφαλίζει καλές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας με ίσα δικαιώματα και ευκαιρίες για όλους και να σέβεται την ισορροπία μεταξύ εργασιακού χρόνου και προσωπικής ζωής.

7. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα να διεκδικεί από την Πολιτεία προστασία της φήμης της και αντικειμενική μεταχείρισή της με βάση πραγματικά και επιβεβαιωμένα γεγονότα. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να παρέχει ειλικρινή ενημέρωση και πληροφόρηση σε όσους συναλλάσσονται με αυτή και να σέβεται τα δικαιώματα του καταναλωτή για παροχή ασφαλών, ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.

8. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε μια ενιαία εθνική και ευρωπαϊκή πολιτική που προστατεύει αποτελεσματικά την πνευματική ιδιοκτησία, στηρίζει την έρευνα και ανάπτυξη και ενθαρρύνει την καινοτομία. Η επιχείρηση έχει ευθύνη να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες παραγωγής της και να καινοτομεί στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει.

9. Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε σαφή και ολοκληρωμένο εθνικό χωροταξικό σχεδιασμό και σύγχρονες υποδομές που της εξασφαλίζουν δίκτυα μεταφορών, διαχείριση αποβλήτων, τηλεπικοινωνίες και ενέργεια. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να σέβεται το περιβάλλον ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις των δράσεών της σε αυτό, να εφαρμόζει μέτρα πρόληψης καταστροφών, να προωθεί ενεργά την ανακύκλωση και να συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας.

10. Η επιχείρηση που σέβεται τις υποχρεώσεις της, όπως αυτές απορρέουν από την παρούσα Χάρτα, διεκδικεί αναγνώριση της συνεισφοράς της στην κοινωνία και σεβασμό των δικαιωμάτων της από την Πολιτεία. Η επιχείρηση, ως ενεργός εταιρικός πολίτης, δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα, η οποία αναγνωρίζει και εφαρμόζει τις αρχές της παρούσας Χάρτας.<sup>18</sup>

Ο ΣΕΒ στηρίζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη μέσα από τις δράσεις του και προσπαθεί να ενισχύσει τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων. Ενθαρρύνει τα μέλη του να συμπεριλάβουν στην εταιρική τους στρατηγική θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης, αξίες κοινωνικής ευθύνης, κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης, αρχές που να προωθούν την προστασία του περιβάλλοντος.

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, ο ΣΕΒ,

- συμμετέχει στην αρμόδια για θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης Ομάδα Εργασίας της UNICE (Ενωσης Ευρωπαϊκών Βιομηχανικών και Εργοδοτικών Συνδέσμων).
- συμμετέχει στην Συμμαχία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μεταξύ Ευρωπαϊκής Επιτροπής και UNICE.
- συμμετέχει στην Ευρωπαϊκή Διάσκεψη για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τον οικονομικό τομέα.

## **6.Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR**

Τον Ιούνιο του 2005, ξεκίνησε η λειτουργία του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής, με τη συμμετοχή σημαντικών εκπροσώπων του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα, αντιπροσώπων των πολιτικών κομμάτων και ανώτατων διοικητικών στελεχών. Με όραμα τη διάδοση και τη καλλιέργεια ενός νέου τρόπου διοίκησης που έχει ως βάση του τις αξίες της Επιχειρηματικής Ηθικής, τη δημιουργία ενός καθολικά αποδεκτού κώδικα επιχειρηματικής δεοντολογίας, καθώς και την αύξηση της γνώσης και ενημέρωσης σε θέματα Επιχειρηματικής Ηθικής, Εταιρικής Ευθύνης και Διακυβέρνησης.

<sup>18</sup><http://www.epistimonikomarketing.gr/i-xarta-tou-seb-os-praksi-kai-paradeigma/>

Το «EBEN GR - European Business Ethics Network» αποτελεί ένα μη κερδοσκοπικό Σωματείο που έχει ως στόχο την προώθηση των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής, της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Εταιρικής Διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, στους εθελοντικούς οργανισμούς και την ακαδημαϊκή κοινότητα.

Παράλληλα, το EBEN GR φιλοδοξεί να αναλάβει πρωτοβουλίες και να σχεδιάσει δράσεις για την υποστήριξη των ατόμων, των επιχειρήσεων και των οργανισμών με σκοπό την αύξηση της γνώσης και τη διάδοση των πρακτικών της Επιχειρηματικής Ηθικής, μέσα από την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, ερευνητικών εργαλείων, εκπαίδευσης και διάχυσης των σχετικών ιδεών και της τεχνογνωσίας. Μέλη του είναι εταιρείες και οργανισμοί, αλλά και επαγγελματίες του κλάδου και φοιτητές.

Στις δραστηριότητές του περιλαμβάνονται η έκδοση περιοδικής ενημερωτικής έκδοσης (newsletter), που θα κυκλοφορεί κατά τακτά διαστήματα και θα αποστέλλεται στα μέλη του Σωματείου, η δημιουργία ενεργής ηλεκτρονικής λίστας συζήτησης (forum), η προσωπική επικοινωνία με τα μέλη και περιοδικές συναντήσεις, η συμμετοχή σε συνέδρια, επιστημονικές εκδηλώσεις και ημερίδες, με θέματα που σχετίζονται με την επιχειρηματική ηθική, την εταιρική κοινωνική ευθύνη και την εταιρική διακυβέρνηση, η συμμετοχή σε ευρωπαϊκά και παγκόσμια συνέδρια, η διοργάνωση σεμιναρίων για τα μέλη και για τις επιχειρήσεις και τέλος, η ανάπτυξη εργαλείων υποστήριξης σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής.<sup>19</sup>

## **7.Global Compact**

Το Global Compact, αποτελεί πρωτοβουλία των Ηνωμένων Εθνών, σε παγκόσμιο επίπεδο, ενός αξιόπιστου οργανισμού, με υψηλά επίπεδα διαφάνειας. Το Ελληνικό Δίκτυο Global Compact ιδρύθηκε την 28η Μαΐου 2008 σε εκδήλωση που οργάνωσαν το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και το UNDP Programme Management Office στην Αθήνα. Κατά την εκδήλωση 50 Ελληνικές επιχειρήσεις επέδωσαν στον επικεφαλής του Global Compact Networks & Global Compact Partnerships κ. Soren Petersen, επιστολή προς τον Γενικό Γραμματέα του Ο.Η.Ε. με την οποία δεσμεύονται να τηρούν τις δέκα αρχές του Global Compact, κατά την παραγωγική διαδικασία και τις συναλλαγές τους. Τα μέλη του Δικτύου έχουν φτάσει τα εβδομήντα τρία (73) όπου είναι οργανισμοί, επιχειρήσεις, ακαδημαϊκοί και άλλοι φορείς.

Στόχοι του Δικτύου είναι :

- η προώθηση του Οικουμενικού Συμφώνου και των αρχών του στην Ελλάδα
- η υποστήριξη επιχειρήσεων, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και οργανισμών που έχουν δεσμευτεί προς αυτό και σε σχέση με τη συνεχή εφαρμογή των 10 αρχών του

---

<sup>19</sup>Πηγή: [www.eben.gr](http://www.eben.gr)

- η διάδοση των 10 αρχών προς τον επιχειρηματικό κόσμο
- η προσέλκυση νέων μελών
- η παράλληλη δημιουργία ευκαιριών για πολυμερείς συμπράξεις και συλλογική δράση
- η υποστήριξη των ευρύτερων στόχων των Ηνωμένων Εθνών για τη χιλιετία μέσα από δραστηριότητες και εκδηλώσεις που αφορούν όλους τους συμμετέχοντες

Μια εταιρεία που επιθυμεί να ενταχθεί στο δίκτυο Global Compact, θα πρέπει να ακολουθήσει την τυπική διαδικασία, δηλαδή να στείλει επιστολή στον ΟΗΕ, στην οποία να εκφράζει την ρητή πρόθεσή της για υιοθέτηση των 10 αρχών, με ταυτόχρονη αναφορά ενός τουλάχιστον παραδείγματος πρακτικής εφαρμογής μίας ή περισσότερων από τις δέκα αρχές. Έτσι, θα καταγραφεί στον κατάλογο του Οικουμενικού Συμφώνου, αλλά σε διάστημα δύο ετών, θα πρέπει να επιδείξει πρόοδο, καθώς θα αξιολογηθεί από την αναφορά κοινωνικού απολογισμού που θα δημοσιεύσει. Εάν δεν ικανοποιήσει τους ελεγκτές και τα υψηλά standards, έχει προθεσμία 6 μηνών για να συμμορφωθεί, πριν διαγραφεί.<sup>20</sup>

## 8.Ινστιτούτο Επικοινωνίας

- Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας ξεκίνησε ως μία πρωτοβουλία της Ένωσης Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ), με όραμα να αποτελέσει πρωτοπόρο φορέα συνεργασίας και διαλόγου μεταξύ της Ακαδημαϊκής κοινότητας και των κλάδων της Επικοινωνίας και να συμβάλλει στην ανάπτυξη της έρευνας και την ανάδειξη κοινωνικών και επικοινωνιακών ζητημάτων αιχμής. Είναι αστική εταιρεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, που ιδρύθηκε το Νοέμβριο του 2002 στο πλαίσιο της προσπάθειας για συνένωση του επαγγελματικού με τον ακαδημαϊκό χώρο της επικοινωνίας.
- Η επίσημη παρουσίαση του Ινστιτούτου Επικοινωνίας πραγματοποιήθηκε το Φεβρουάριο του 2003 στο Νέο κτήριο Διοικήσεως της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος, παρουσία εκπροσώπων από τον ευρύτερο πολιτικό και ακαδημαϊκό χώρο καθώς και υψηλόβαθμων στελεχών του χώρου της Επικοινωνίας, Πάγιων μεγάλων Χορηγών και Υποστηρικτών του ΙΕΠ.
- Το Ινστιτούτο, με τη μορφή αστικής εταιρίας μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, ιδρύθηκε και διοικείται από:
- Την Ένωση Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας

<sup>20</sup>ΠΗΓΕΣ: [www.globalcompactnetworkhellas.gr](http://www.globalcompactnetworkhellas.gr), [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

- Τους διατελέσαντες Προέδρους της ΕΔΕΕ
- Το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- Το Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και
- Το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών & Πολιτικών Επιστημών
- Σκοπός του Ινστιτούτου είναι να αγκαλιάσει επιστήμες που σχετίζονται άμεσα, αλλά και έμμεσα με την επικοινωνία, δημιουργώντας έτσι ένα φορέα συνεργασίας μεταξύ των διαφορετικών τομέων και ειδικοτήτων της επικοινωνίας, όσμωσης και διάχυσης καινοτόμων ιδεών και πρακτικών, ανίχνευσης ή διαμόρφωσης πρωτοπόρων τάσεων.
- Η ανανέωση των προγραμμάτων σπουδών των πανεπιστημιακών τμημάτων επικοινωνίας μέσα από το διάλογο και τη συνεργασία των πανεπιστημίων και του κλάδου της επικοινωνίας και marketing.
- Η αναβάθμιση του επιπέδου της εμπορικής και εφαρμοσμένης επικοινωνίας καθώς και των γνώσεων και των δεξιοτήτων των επαγγελματιών. Η ανάδειξη, ενίσχυση και επιβράβευση των ικανών και ταλαντούχων νέων.
- Η παραγωγή και διάχυση τεκμηριωμένης γνώσης για τις καταναλωτικές και κοινωνικές τάσεις.
- Η διάσωση και μελέτη της εξέλιξης, των τάσεων και των ρευμάτων στο χώρο της διαφήμισης και ευρύτερα της επικοινωνίας, σε συνδυασμό με την αντίστοιχη κοινωνικο-οικονομική και πολιτική πραγματικότητα. Η ανάδειξη της πολιτισμικής διάστασης της επικοινωνίας.
- Η ανάδειξη του ρόλου της επικοινωνίας στην αντιμετώπιση μεγάλων κοινωνικών προβλημάτων, με την αξιοποίηση της γνώσης και της δημιουργικότητας του ανθρώπινου δυναμικού που συσπειρώνει.
- Η ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας, αμοιβαίου σεβασμού και εμπιστοσύνης μεταξύ των εκπροσώπων διαφορετικών κλάδων και οργανισμών και ο συντονισμός των προσπαθειών και των συνδυασμένων πόρων τους για την επίτευξη της αποστολής και του έργου του Ινστιτούτου.
- Για την υλοποίηση του οράματος και της αποστολής του, το ΙΕπ έχει καθορίσει το πεδίο των δράσεων του ως εξής:

- Διαρκής επιμόρφωση των επαγγελματιών του κλάδου.
- Ίδρυση εξειδικευμένης βιβλιοθήκης για την επικοινωνία και συναφείς επιστήμες.
- Προκήρυξη διαγωνισμών και υποτροφιών.
- Σχεδιασμός και η υλοποίηση ερευνών, μελετών και άρθρων για τις καταναλωτικές, οικονομικές και κοινωνικές τάσεις. Επιλογή μερικών σταθερών ερευνητικών περιοχών/ θεματικών.
- Ψηφιοποίηση και αξιοποίηση παλαιών διαφημίσεων και ευρύτερα επικοινωνιακού υλικού. Η διάσωση της ιστορικής μνήμης επαγγελματιών του κλάδου της επικοινωνίας.
- Οργάνωση εκδηλώσεων, ημερίδων, συνεδρίων, εκθέσεων και η έκδοση βιβλίων, περιοδικών κλπ.
- Ανάλυση πρωτοβουλιών για την αντιμετώπιση σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων.<sup>21</sup>

## **9. Δικτυακή πύλη για υπεύθυνη διαχείριση στις προμήθειες.**

Μία νέα δικτυακή πύλη δημιουργήθηκε, με σκοπό να γίνει ένα χρήσιμο εργαλείο για τις επιχειρήσεις που θέλουν να εντυφώσουν σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), παρέχοντάς τους οδηγίες για το πώς μπορούν να παρακινήσουν την εφοδιαστική τους αλυσίδα, να υιοθετήσει περιβαλλοντικές και κοινωνικές πολιτικές. Η πύλη «Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας ([www.csrsupplychain.org](http://www.csrsupplychain.org))», συγκεντρώνει εμπειρίες που προέρχονται από την εφαρμογή συστημάτων, διαδικασιών ελέγχου και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, που έχουν αναπτύξει μεγάλες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, αλλά και πολυεθνικές από διάφορους κλάδους, με επικεφαλής τις HP, L'Oréal, Volkswagen.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην προσπάθειά του να μεταδώσει τις αρχές και πρακτικές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, και της βιώσιμης ανάπτυξης προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και ιδιαίτερα εκείνες που αποτελούν μέρος της εφοδιαστικής αλυσίδας άλλων επιχειρήσεων, υποστήριξε τη δημιουργία μιας νέας Διαδικτυακής Πύλης που παρουσιάστηκε την 4η Δεκεμβρίου στις Βρυξέλλες.

Η Πύλη παρέχει στις επιχειρήσεις οδηγίες για το πώς μπορούν να παρακινήσουν την εφοδιαστική τους αλυσίδα να υιοθετήσει περιβαλλοντικές και κοινωνικές πολιτικές. Η πύλη «Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας<sup>22</sup>» συγκεντρώνει εμπειρίες που προέρχονται από χιλιάδες

<sup>21</sup> Πηγές: <http://www.edee.gr/institute.html>, [www.instofcom.gr](http://www.instofcom.gr)

<sup>22</sup> [www.csr-supplychain.org](http://www.csr-supplychain.org)



ελέγχους και εκπαιδευτικά προγράμματα που έχουν αναπτύξει μεγάλες ευρωπαϊκές και διεθνικές επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους.

Στη δημιουργία της συμμετείχαν επίσης περισσότερες από 20 επιχειρήσεις, οργανισμοί και άλλοι φορείς, ενώ τη συνολική υποστήριξη της έχουν αναλάβει το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ, το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ και η Πρωτοβουλία για την Κοινωνική Συμμόρφωση των Επιχειρήσεων.

Η Πύλη αποτελεί τμήμα μιας σειράς επιχειρηματικών εργαλείων, μοντέλων δικτύωσης και πηγών πληροφόρησης που σχεδιάστηκαν για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις και τα ενδιαφερόμενα μέρη τους να ανταποκρίνονται σε κοινωνικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις και να ενσωματώνουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) στις καθημερινές επιχειρηματικές τους πρακτικές. Το σύνολο των εργαλείων περιλαμβάνεται σε μια «εργαλειοθήκη» του **CSR Europe**<sup>23</sup>, που βασίζεται σε μια 18μηνη διακλαδική συνεργασία είκοσι εργαστηρίων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, στα οποία συμμετείχαν εκατοντάδες εκπρόσωποι επιχειρήσεων και ενδιαφερόμενων μερών, που ασχολήθηκαν με ένα ευρύ φάσμα θεμάτων ΕΚΕ κάτω από την ομπρέλα της Ευρωπαϊκής Σύμπραξης για την ΕΚΕ, μιας πρωτοβουλίας που ξεκίνησε το 2006 από την Ευρωπαϊκή επιχειρηματική κοινότητα με τη σημαντική υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

## **10.Great Place to Work Institute**

Το Great Place to Work<sup>®</sup> Institute Hellas αποτελεί τον εταίρο στην Ελλάδα του Great Place to Work<sup>®</sup> Institute Europe, μία εταιρεία παροχής διοικητικών συμβουλευτικών υπηρεσιών και ερευνών με έδρα τις Η.Π.Α. και με συνεργαζόμενα μέλη σε όλο τον κόσμο.

**To Great Place to Work<sup>®</sup> Institute** ιδρύθηκε το 1991 από το συγγραφέα των μπεστ σέλλερ Robert Levering και την οργανωσιακή σύμβουλο Amy Lyman, σε συνεργασία με μια ομάδα εξειδικευμένων επιχειρηματικών και διοικητικών συμβούλων. Η λειτουργία του στην Ελλάδα ξεκίνησε το 2004.

Η επέκταση στην Ευρώπη ξεκίνησε με αναλήψεις έργων στην Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Δανία και την Ελβετία, ενώ το 2001 δημιουργήθηκε το Great Place to Work<sup>®</sup> Institute Europe.

Σε συνεργασία με εταίρους σε κάθε Ευρωπαϊκή χώρα, το Great Place to Work<sup>®</sup> Institute Europe συντόνισε τη δημιουργία Λίστας με τις Εταιρείες με τα Καλύτερα Εργασιακά Περιβάλλοντα σε όλες τις Ευρωπαϊκές χώρες το 2002/2003.

Η πρώτη λίστα με τις **100 Εταιρείες με τα Καλύτερα Εργασιακά Περιβάλλοντα** ανακοινώθηκε το 2003 για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε μία εκδήλωση υψηλού επιπέδου που έλαβε

<sup>23</sup> [www.csreurope.org/toolbox](http://www.csreurope.org/toolbox)

χώρα στις Βρυξέλλες. Τρία ειδικά βραβεία δόθηκαν σε εταιρείες που εφάρμοσαν ιδιαίτερα καινοτόμες πρακτικές στους τομείς της Δια Βίου Εκπαίδευσης, της Ισότητας των Φύλων και της Διαχείρισης της Διαφορετικότητας.

Οι υπηρεσίες που παρέχονται από το Great Place to Work® Institute βασίζονται σε έρευνα άνω των 20 ετών η οποία ξεκίνησε από τον Robert Levering και τον Milton Moskowitz και παρουσιάστηκε πρώτη φορά στο βιβλίο τους, με τίτλο “**The 100 Best Companies to Work for in America**” το 1984 (Εκδόσεις Addison-Wesley).

Στο Great Place to Work Institute, ερευνώνται και μελετώνται οι παράγοντες που συντελούν στην δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης, μεταξύ εργαζομένων και διοίκησης. Πρόκειται για μια σύνθετη διαδικασία , που για να χτισθεί, μεταξύ άλλων, χρειάζεται

- ✓ ειλικρίνεια στην επικοινωνία.
- ✓ σεβασμό στον εργαζόμενο.
- ✓ αίσθημα δικαίου στις οικονομικές σχέσεις.
- ✓ συνέπεια στις πράξεις.

Η εμπιστοσύνη, χρειάζεται χρόνο για να χτισθεί, μπορεί όμως πολύ εύκολα να γκρεμισθεί. Μέσα από τις διαχρονικές μελέτες του Ινστιτούτου, γίνεται γνωστό, ότι οι επιχειρήσεις που έχουν επιτύχει, και γνωρίζουν να συντηρούν και να τροφοδοτούν το αίσθημα εμπιστοσύνης, επωφελούνται από μεγαλύτερη παραγωγικότητα και κερδοφορία, αναπτύσσουν μεγαλύτερες καινοτομίες, επιτυγχάνουν συνολικά καλύτερες επιδόσεις και μεγαλύτερα κέρδη, παρουσιάζουν χαμηλότερο ποσοστό turnover (αλλαγής προσωπικού), έχουν λιγότερα έξοδα για δαπάνες υγείας, απολαμβάνουν μεγαλύτερα ποσοστά ικανοποίησης και αφοσίωσης πελατών.

Όταν ένας οργανισμός επενδύει στους ανθρώπους του, επενδύει και στην επιτυχία του. Ειδικά στην περίοδο που διανύουμε, είναι σίγουρο ότι οι εταιρείες που φροντίζουν και μεριμνούν για το Ανθρώπινο δυναμικό τους, θα ανταποκριθούν και θα αντέξουν καλύτερα.

Το **Great Place to Work Institute** , διοργανώνει κάθε χρόνο την έρευνα «**BESTWORKPLACES**», για την αξιολόγηση των εταιρειών με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα.<sup>24</sup>

Η λίστα με τις 20 Επιχειρήσεις με το Καλύτερο Εργασιακό Περιβάλλον στην Ελλάδα για το 2014 συντάχθηκε από το Great Place to Work® Institute Hellas σε συνεργασία με το ALBA Graduate Business School και δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, Χορηγό Επικοινωνίας της Έρευνας.

Η λίστα Best Workplaces χωρίζεται στις 10 καλύτερες εταιρείες με 50 έως 250 εργαζόμενους και στις 10 καλύτερες εταιρείες με πάνω από 250 εργαζόμενους.

---

<sup>24</sup>Πηγη: [www.greatplacetowork.gr](http://www.greatplacetowork.gr)

Πάνω από 250 εργαζόμενοι		50-250 εργαζόμενοι	
1	Mondelez BU Greece	1	JTI
2	Pfizer Hellas	2	Xerox Hellas
3	Papastratos AVES	3	Microsoft Hellas
4	Diamantis Masoutis S.A. SuperMarkets	4	Mars Hellas
5	Nestlé Hellas	5	Diageo Hellas
6	Dixons South-East Europe (Kotsovolos)	6	Amgen Hellas
7	PepsiCo-Tasty Foods	7	Barilla Hellas
8	Schneider Electric	8	Roche Hellas
9	Mitera, General, Maternity/Gynaecological & Paediatric Clinic	9	Genesis Pharma
10	V. Kafkas SA	10	Data Communication

## 11.ACCOUNTABILITY RATING GREECE

To Accountability Rating, είναι η μοναδική πρωτοβουλία που αξιολογεί ποσοτικά τον τρόπο με τον οποίο οι μεγάλες εταιρείες, στο πλαίσιο της επιχειρηματικής στρατηγικής τους, επιδιώκουν, επιτυγχάνουν και επικοινωνούν, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους, παράλληλα με τους οικονομικούς, καθώς και τον βαθμό που οι στόχοι είναι ενταγμένοι στην εταιρική κουλτούρα, στρατηγική και πρακτική.

Η κατάταξη εταιρικής υπευθυνότητας και λογοδοσίας, στοχεύει στο να προβάλλει την αξία των κοινωνικών απολογισμών και άλλων σχετικών αναφορών των μεγάλων εταιρειών, ως εργαλείων επικοινωνίας και διαφάνειας, για την κοινωνική, περιβαλλοντική και οικονομική τους επίδραση. Η συγκεκριμένη μεθοδολογία, έχει εκπονηθεί από το διεθνές think – tank Accountability, πρωτοπόρο μη κερδοσκοπικό οργανισμό σε θέματα έρευνας της εταιρικής υπευθυνότητας, σε συνεργασία με την βρετανική εταιρεία csnetwork και το περιοδικό «fortune».

Η πρώτη δημοσίευση του Accountability Rating, έγινε το 2004 και έκτοτε επαναλαμβάνεται κάθε χρόνο για τις 100 μεγαλύτερες εταιρείες παγκοσμίως (G-100). Η επιστημονική πληρότητα και η αντικειμενικότητα του μηχανισμού αξιολόγησης, έχουν καθιερώσει τον θεσμό σε διεθνές επίπεδο και έχουν δημιουργήσει ένα «απόθεμα» τεχνογνωσίας και καλών πρακτικών, το οποίο οι ενδιαφερόμενες εταιρείες αξιοποιούν, για να μεγιστοποιήσουν την αποτελεσματικότητα των σχετικών προγραμμάτων τους και να πληροφορήσουν το ευρύ κοινό, σε ποιο βαθμό οι αναφορές

των πολύ μεγάλων εταιρειών, ανταποκρίνονται στις αρχές της εταιρικής υπευθυνότητας και διαφάνειας.

Στην Ελλάδα, ο θεσμός Accountability Rating, εφαρμόστηκε για πρώτη φορά το 2007, μέσω της συνεργασίας του Ινστιτούτου Κοινωνικής Καινοτομίας, με τον διεθνή οργανισμό Accountability και εντοπίστηκε στην αξιολόγηση των 50+ μεγαλύτερων ελληνικών επιχειρήσεων, βάσει του κύκλου εργασιών τους.<sup>25</sup>

## 12. GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) <sup>26</sup>

Οργανισμός, ο οποίος θέτει σε παγκόσμιο επίπεδο, τα κριτήρια και το πλαίσιο για τους απολογισμούς ΕΚΕ. Τα βραβεία Απολογισμών «Readers' Choice Awards», είναι μια πρωτοβουλία του οργανισμού GRI. Στόχος των βραβείων, είναι να αναδειχθούν οι απολογισμοί εκείνοι των εταιρειών, που αποτυπώνουν καλύτερα τις πρακτικές τους σε θέματα ΕΚΕ και είναι απόλυτα κατανοητοί από το κοινό.

Μία διεθνή διάκριση κέρδισε η **Γέφυρα Ρίου - Αντιρρίου**<sup>27</sup>, για την πολιτική μείωσης της κατανάλωσης ενέργειας και αντιστάθμισης ρύπων διοξειδίου του άνθρακα. Ήταν το Βραβείο Καινοτομίας για την Αειφόρο Ανάπτυξη, που απονέμεται κάθε δύο χρόνια από το γαλλικό όμιλο Vinci, το μεγαλύτερο φορέα παγκοσμίως στους τομείς των κατασκευών και των παραχωρήσεων. Ο όμιλος Vinci είναι, ως γνωστόν, ο κύριος μέτοχος της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., αναδόχου του έργου της ζεύξης, ενώ στην Ελλάδα δραστηριοποιείται και στα μεγάλα αυτοκινητοδρομικά έργα της Βορειοδυτικής Οδού Πελοποννήσου (Ολυμπία Οδός) και του τμήματος Μαλιακός - Κλειδί του ΠΑΘΕ (Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου). Η πολιτική μείωσης εκπομπών και αντιστάθμισης ρύπων διακρίθηκε για πρώτη φορά με το Βραβείο Περιβαλλοντικής Ευαισθησίας Οικόπολις 2009, που απονεμήθηκε στη ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. τον περασμένο Ιούνιο.

Η εταιρεία **Interamerican** παρουσίασε τον πρώτο της «Απολογισμό Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», που ήταν και ο πρώτος στο σύνολο της ελληνικής ασφαλιστικής βιομηχανίας. Ο απολογισμός έχει συνταχθεί στο πλαίσιο των δεικτών GRI (Global Reporting Initiative), που αποσκοπούν στην τυποποίηση των σχετικών απολογισμών, ώστε να αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο για την αειφορία.

Τέλος, αναφέρει την **Coca-Cola Τρία Έψιλον**, πιστή στην πολιτική διαφάνειας και ενημέρωσης των κοινωνικών της εταίρων όσον αφορά την αναγνωρισμένη δράση της στον τομέα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, προχώρησε για πέμπτη συνεχή χρονιά στην έκδοση απολογισμού εταιρικής υπευθυνότητας, αποδεικνύοντας ότι «It's so easy being green».

<sup>25</sup>Πηγή: [www.accountabilityrating.gr](http://www.accountabilityrating.gr)

<sup>26</sup><https://www.globalreporting.org/languages/greek/Pages/default.aspx>

<sup>27</sup>[http://www.cse-net.org/sites/default/files/cse\\_sustainability\\_report\\_2009\\_0.pdf](http://www.cse-net.org/sites/default/files/cse_sustainability_report_2009_0.pdf)

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ – ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ - ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Ο τουρισμός αποτελεί διεθνώς οικονομική δραστηριότητα με σημαντικές θετικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη και την απασχόληση. Οι υποδομές που δημιουργούνται για την τουριστική δραστηριότητα συμβάλλουν στην τοπική ανάπτυξη, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στη διατήρηση υφιστάμενων θέσεων εργασίας, και μάλιστα, συχνά, σε περιοχές που βρίσκονται σε βιομηχανική ή αγροτική παρακμή.

Η τουριστική ανάπτυξη επίσης εμμέσως συμπαρασύρει ανοδικά και πολλούς άλλους παραγωγικούς τομείς με τους οποίους συνδέεται στενά όπως: η οικοδομική δραστηριότητα και τα τεχνικά έργα, το λιανικό εμπόριο, δραστηριότητες αναψυχής και εστίασης καθώς και πολυάριθμους τομείς παραγωγής προϊόντων που έχουν σχέση με διακοπές ή παροχής υπηρεσιών σχετικά με επαγγελματικά ταξίδια.

Ταυτόχρονα οι τουριστικές δραστηριότητες εντάσσονται στις οικονομικές εκείνες δραστηριότητες οι οποίες επηρεάζουν αλλά και επηρεάζονται σε σημαντικό βαθμό από το περιβάλλον και μάλιστα με την ευρεία του έννοια: φυσικό περιβάλλον, τοπίο, οικιστικό περιβάλλον, πολιτιστική κληρονομιά, σύγχρονες πολιτιστικές και πολιτισμικές δραστηριότητες. Η μεταξύ τους σχέση (τουρισμός-περιβάλλον) δεν πρέπει να εντάσσεται σε μια βραχυ-μεσοπρόθεσμη λογική, η οποία δημιουργεί τον κίνδυνο υπερεκμετάλλευσης και σταδιακής υποβάθμισης των περιβαλλοντικών πόρων αλλά πρέπει να εντάσσεται στη λογική της βιώσιμης ανάπτυξης. Η ανάγκη για βελτίωση της τουριστικής ελκυστικότητας τα τελευταία χρόνια ωθεί τους εμπλεκόμενους φορείς να στραφούν προς πρακτικές και πολιτικές περισσότερο βιώσιμες και φιλικές προς το περιβάλλον.

Η αειφόρος ανάπτυξη μέσω του τουρισμού μπορεί να διαδραματίσει μείζονα ρόλο στη διατήρηση και την αναβάθμιση της πολιτιστικής και της φυσικής κληρονομιάς σε έναν ολοένα μεγαλύτερο αριθμό τομέων, από τις τέχνες έως την τοπική γαστρονομία, την τοπική αρχιτεκτονική ή τη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

Η εξέλιξη των μεταφορών, οι δημογραφικές αλλαγές και οι διεθνείς οικονομικές εξελίξεις είναι παράγοντες καθοριστικής σημασίας για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης.

Η Ευρώπη, με τα ποικίλα αξιοθέατα και με την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών της, είναι ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο. Η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει αυξήσει την ποικιλία των ευρωπαϊκών τουριστικών προορισμών και προϊόντων, προσφέροντας πολυάριθμα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα που συχνά ήταν άγνωστα σε πολλούς ευρωπαίους πολίτες.

Βέβαια εκείνο το οποίο θα πρέπει να σημειώσουμε είναι το ότι ο τουριστικός τομέας παρουσιάζει ιδιαίτερη ευαισθησία στις οικονομικές μεταβολές. Το χαρακτηριστικό αυτό οφείλεται στο ότι το τουριστικό προϊόν δεν αποτελεί προϊόν πρώτης ανάγκης αλλά εντάσσεται στα αγαθά των οποίων η εισοδηματική ελαστικότητα είναι υψηλή, δηλαδή αποτελεί αγαθό το οποίο συνοδεύει συνθήκες οικονομική ευμάρειας.

Οι πρόσφατες κρίσεις σε θέματα ασφάλειας και ο φόβος στον τομέα της υγείας, που προσέγκυσαν την ευρύτατη προσοχή των μέσων ενημέρωσης και προξένησαν συγκεχυμένες αντιδράσεις των κυβερνήσεων, προκάλεσαν αλλαγές στα μοντέλα τουρισμού και στη ζήτηση, που αντικατοπτρίζουν επίσης την παρούσα επιβράδυνση της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης. Ιδίως, οι επιχειρήσεις μειώνουν τις ταξιδιωτικές τους δαπάνες. Η ανεργία, ο φόβος για την ασφάλεια, τα αυστηρότερα μέτρα ασφάλειας που καθιστούν λιγότερο εύκολα τα ταξίδια, καθώς και οι επιβαλλόμενες μεγαλύτερες επιβαρύνσεις εμποδίζουν τα ταξίδια. Επίσης, παρατηρείται απροθυμία των τουριστών να επισκεφθούν ορισμένους προορισμούς για πολιτικούς λόγους και λόγους ασφάλειας.

Ως εκ τούτου, οι τουρίστες στρέφονται προς τις εσωτερικές αγορές τους και τους κοντινούς προορισμούς και μειώνουν τις δαπάνες για τις διακοπές. Για την Ευρώπη, αυτό σημαίνει ότι μειώνεται ο εισερχόμενος τουρισμός από το εξωτερικό και ότι οι ευρωπαίοι ταξιδεύουν λιγότερο σε άλλα μέρη του κόσμου και μένουν πιο κοντά στο σπίτι τους.

Όπως είναι αναμενόμενο η σημερινή διεθνής οικονομική κρίση, μεταξύ άλλων, έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις και στον τομέα του τουρισμού. Εκείνοι οι οποίοι έχουν πληγεί πρώτιστα από την κρίση είναι τα νοικοκυριά χαμηλού και μεσαίου εισοδήματος που αναφορικά με τον τουριστικό τομέα εντάσσονται στην κατηγορία του μαζικού τουρισμού που αποτελεί και την πλειοψηφία των αφίξεων στη χώρα μας.

Παρ'όλα αυτά, «κλειδί» για την ανάπτυξη παραμένει ο τομέας των ταξιδιών και του τουρισμού, παρά τις προβλέψεις για αργή ανάκαμψη, η οποία έχει ήδη ξεκινήσει σύμφωνα με ΤΟ ΒΗΜΑ<sup>28</sup>, καθώς αναφέρει την αύξηση κατά 3,1% της συμβολής του ελληνικού τουρισμού στο εγχώριο ΑΕΠ το 2014 και κατά 3,4% ετησίως, από το 2014 έως το 2024, φθάνοντας τα 16,2 δισ. ευρώ (7,4% του συνολικού ΑΕΠ), προβλέπει η έκθεση «Greece Economic Impact Report» του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), τονίζοντας την οικονομική και κοινωνική σημασία του τομέα στη χώρα, καθώς και τις δυνατότητές του για την επόμενη δεκαετία. Σύμφωνα με την έκθεση, στο πλαίσιο της ετήσιας οικονομικής ανάλυσης, που αναλαμβάνει το WTTC, για τις επιπτώσεις του τομέα «Ταξίδια και Τουρισμός» σε 184 χώρες, το 2013 η άμεση συμβολή του τομέα στο ελληνικό ΑΕΠ ήταν 11,2 δισ. ευρώ (6,5% του συνόλου), ενώ η συνολική

<sup>28</sup><http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578336>

του συνεισφορά ανήλθε στα 28,3 δις. ευρώ (16,3% του ΑΕΠ) και αναμένεται να ενισχυθεί κατά 3% το 2014 και κατά 3,7% ετησίως έως το 2024, αγγίζοντας τα 41,8 δις. ευρώ (19,1% του ΑΕΠ).

### 3.1 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε αντίθεση με τις αναπτυξιακές και περιφερειακές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης που είναι θετικές, η ανορθολογική και αδιαφανή, σε πολλές περιπτώσεις, λειτουργία του κρατικού μηχανισμού επιφέρει αρνητικές χωρικές επιπτώσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού, όπως:

-Οικοδόμηση σε ευαίσθητα οικοσυστήματα όπως δάση, ακτές και άμεση παραλία, ενίοτε και σε περιοχές Natura.

-Αλλοίωση του τοπίου (συχνά μη αντιστρεπτή), κυρίως στις παράκτιες και περιαστικές ζώνες τουριστικών προορισμών, με τη διάχυση της διάσπαρτης δόμησης σε εκτεταμένες πρώην αγροτικές ζώνες.

-Σημαντικό ποσοστό κατασκευών, χωρίς άδεια ή με υπέρβαση άδειας (όχι μόνο στις εκτός σχεδίου περιοχές).

-Δημιουργία άτυπων «οικισμών» εκτός σχεδίου χωρίς οργάνωση, κάτι που έχει αρνητικές συνέπειες στη λειτουργικότητά τους ως τουριστικών περιοχών, στο περιβάλλον λόγω π.χ. δυσκολίας διαχείρισης των αποβλήτων αλλά και στην οικιστική ανάπτυξη, καθώς είναι δυσχερές έως αδύνατον να υπάρξει εκ των υστέρων ορθολογική πολεοδόμηση.

-Αλλοίωση της μορφής και του χαρακτήρα των παλαιότερων οικισμών που εντάχθηκαν στα τουριστικά κυκλώματα. Ανάλογα με την περίπτωση, αυτό πήρε τη μορφή της κατεδάφισης του παραδοσιακού κτηριακού αποθέματος, ή της αλλοίωσής του.

Στη βάση των προηγούμενων χαρακτηριστικών δύο είναι οι βασικές διαπιστώσεις:

Πρώτον, ότι σε μεγάλο βαθμό η μέχρι σήμερα ανάπτυξη του τουρισμού συνδέεται με την υπερεκμετάλλευση των τουριστικών πόρων (που συνοψίζεται στα αρνητικά χωρικά χαρακτηριστικά, καθώς και στις επίσης αρνητικές περιβαλλοντικές συνέπειες).

Δεύτερον, μακροπρόθεσμα, η υποβάθμιση των χωρικών και περιβαλλοντικών τουριστικών πόρων που παρατηρείται οδηγεί στη μείωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα, και ιδίως του τμήματός του που απευθύνεται στα ανώτερα τμήματα της αγοράς.

Το πρόβλημα είναι ήδη αισθητό, και καθιστά σαφές ότι το συγκεκριμένο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που δεν συνυπολογίζει τη χωρική και περιβαλλοντική υποβάθμιση έχει χρονικά όρια, που έχουν αρχίσει να προσεγγίζονται.<sup>29</sup>

Είναι κοινά αποδεκτό ότι για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει μεγαλύτερη δυναμική, και μάλιστα κατά τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον, θα πρέπει, εκτός από τις παραδοσιακές μορφές

<sup>29</sup> Γνώμη πρωτοβουλίας της ΟΚΕ, “Τουρισμός και Περιβάλλον” Δεκέμβριος 2008

του, να αναπτυχθούν και άλλες μορφές, οι λεγόμενες εναλλακτικές. Ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται αυτές οι οποίες επιδιώκουν την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιδράσεων.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από:

- 1) μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη,
- 2) ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική/ανεξάρτητη βάση ή μικρής κλίμακας και
- 3) έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και παραδόσεις.

Μεταξύ των εναλλακτικών μορφών τουρισμού περιλαμβάνονται ο Οικολογικός τουρισμός (οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο θεραπευτικός - ιαματικός τουρισμός, ο συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός, ο θρησκευτικός.

Με την πάροδο του χρόνου, γίνεται ολοένα και περισσότερο κοινή συνείδηση σε όσους δραστηριοποιούνται και απασχολούνται στον τομέα του τουρισμού ότι η επένδυση στην προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί επένδυση στο μέλλον του τουρισμού και κατ' επέκταση στην οικονομική ευημερία.

Το περιβάλλον αποτελεί τουριστικό πόρο, ο οποίος αν δεν είναι σε καλή κατάσταση, έχει άμεσες επιπτώσεις και στην τουριστική δραστηριότητα. Ο τουρισμός από την πλευρά του έχει τη δυνατότητα να συμβάλλει στην περιβαλλοντική προστασία και διατήρηση της ποιότητας του περιβάλλοντος όταν όμως αναπτύσσεται με τον σωστό τρόπο, δηλαδή με την ανάπτυξη τουριστικών εγκαταστάσεων που προσαρμοσμένες στην τοπική αρχιτεκτονική, δίνουν το παράδειγμα του πώς πρέπει να είναι οι νέες κατασκευές σε μια περιοχή.

Καθίσταται πλέον απαραίτητο ο τουρισμός να ακολουθήσει τις αρχές της αειφορίας, όχι μόνον εξαιτίας των νέων απαιτήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και εξαιτίας της ζήτησης για καλύτερο περιβάλλον από την πλευρά των (ευαίσθητοποιημένων) τουριστών. Επί πλέον, η τουριστική βιομηχανία, τουλάχιστον η οργανωμένη, έχει πόρους τους οποίους θα μπορούσε να διαθέσει για το περιβάλλον, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της, με παράλληλο στόχο και την δική της, μακροπρόθεσμα, επιβίωση.

Ειδικότερα για ένα βιώσιμο τουρισμό η ΟΚΕ θεωρεί<sup>30</sup>:

Ιδιαίτερο ρόλο σε όλα τα στάδια του σχεδιασμού και της πολιτικής έχει η αξιολόγηση των επιπτώσεων με τις διαδικασίες των μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων και της στρατηγικής περιβαλλοντικής εκτίμησης. Η αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης και των αναπτυξιακών

---

<sup>30</sup>ΓΝΩΜΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε. «Τουρισμός και Περιβάλλον», 2009

<http://www.larissa-chamber.gr/Uploads/Files/TANEO/OKE8.pdf>



δυνατοτήτων, των εναλλακτικών πολιτικών και σχεδίων (πάντα βάσει μεθόδων ανάλυσης επιπτώσεων) συμπληρώνει το κενό της πληροφόρησης, υποβοηθά το δύσκολο έργο της λήψης αποφάσεων και κρίνει την πορεία της αναπτυξιακής διαδικασίας.

Σε μακροπρόθεσμη βάση προτείνεται η αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού να γίνει με ένα μοντέλο εισροών-εκροών, ανάλογο με αυτά που χρησιμοποιούνται για την εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων, το οποίο θα μπορούσε να δείξει σχέσεις μεταξύ τουριστικής ζήτησης και περιβαλλοντικής επιβάρυνσης.

Βέβαια, με δεδομένες τις μεγάλες δυσκολίες δημιουργίας περιβαλλοντικών δεικτών για κάθε ένα τομέα της οικονομίας, το χτίσιμο ενός μοντέλου περιβαλλοντικής αλληλεπίδρασης για όλη την οικονομία γενικά και τον τουρισμό ειδικά, είναι κάτι που θα προβληματίσει σίγουρα τους ερευνητές αλλά είναι και ένα απαραίτητο βήμα για ορθολογική τουριστική ανάπτυξη.

Οι περιβαλλοντικές μελέτες είναι αναγκαίο να μην είναι ανεξάρτητες για κάθε τουριστική επιχείρηση, αλλά να αναφέρονται σε μια ευρύτερη περιοχή που θα περιλαμβάνει περισσότερες της μιας επιχειρήσεις.

Στην περιοχή αυτή θα πρέπει να εξετάζεται η αλληλεπίδραση των διαφόρων δραστηριοτήτων, τουριστικών και μη. Ειδικότερα κρίνεται σκόπιμο για κάθε τουριστική περιοχή να συντάσσεται ενιαία περιβαλλοντική μελέτη που θα αποτελεί σημείο αναφοράς και θα διευρύνεται ή αναπροσαρμόζεται ανάλογα με τις τροποποιήσεις ή την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, θα πρέπει δηλαδή να δημιουργηθεί ένας «περιβαλλοντικός φάκελος».

Παράλληλα θα πρέπει να αναπτυχθεί ένας μηχανισμός ελέγχου και σεβασμού των περιβαλλοντικών μελετών και προδιαγραφών και να επιβάλλεται υποχρεωτικά η συμμόρφωση προς ένα *minimum* περιβαλλοντικών προδιαγραφών από όλους που έχουν δικαίωμα ανάπτυξης οχλούσης δραστηριότητας.

Είναι αναγκαίο ο τουριστικός τομέας να αντιμετωπίσει τις κλιματικές αλλαγές, με δράσεις: μείωσης των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου που προκύπτουν από υπηρεσίες μεταφοράς και διαμονής, προσαρμογής των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες κλιματικές συνθήκες και εφαρμογής της υπάρχουσας και νέας τεχνολογίας για αποτελεσματικότερη χρήση της ενέργειας. Σημαντική επίσης είναι η συμβολή των νέων "καθαρών" τεχνολογιών και των τεχνολογιών μείωσης των αποβλήτων.

Απαιτείται η εξισορρόπηση της τουριστικής δραστηριότητας με μείωση των αιχμών στο χώρο.

Κάποιες περιοχές θα πρέπει να θεωρηθούν κορεσμένες, ενώ σε άλλες να δοθούν οι δυνατότητες ν' αναπτυχθούν τουριστικά, χωρίς όμως αυτό να γίνεται σε βάρος του τοπίου και του περιβάλλοντος.

Απαιτείται επίσης η εξισορρόπηση της τουριστικής κίνησης με μείωση των αιχμών στο χρόνο.

Αυτό μεταφράζεται σε ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (αρχαιολογικός, συνεδριακός, οικολογικός τουρισμός), ώστε να υπάρξουν δυνατότητες επέκτασης της τουριστικής περιόδου και εκτός της αιχμής Ιουλίου-Αυγούστου, αφού γι' αυτές τις μορφές τουρισμού ο καιρός δεν αποτελεί περιοριστικό παράγοντα.

Ιδιαίτερο ρόλο στην προώθηση του αειφορικού τουρισμού μπορεί να παίξει η τουριστική βιομηχανία. Οι ξενοδοχειακές μονάδες, ή τα οργανωμένα ξενοδοχειακά συγκροτήματα μπορούν να λειτουργήσουν ως κέντρα αειφορικής περιβαλλοντικής διαχείρισης. Έχουν αναπτυχθεί διάφορα πρότυπα για την πρακτική ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης κατά τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, τα οποία διακρίνονται σε:

α) Εκείνα που επιδιώκουν συνεχή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων και συνδέονται κυρίως με τις διαδικασίες διοίκησης και τις οργανωτικές δομές μιας τουριστικής επιχείρησης (συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης).

β) Εκείνα που αποβλέπουν στην εφαρμογή βέλτιστων τεχνικών λύσεων και προσαρμογών στους τομείς της πρόληψης και αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων (οικολογικά σήματα και σφραγίδες περιβαλλοντικής ποιότητας).

Επιπρόσθετα οι ειδικές δράσεις που οι τουριστικές μονάδες θα μπορούσαν ν' αναλάβουν αφορούν στις ακόλουθες δύο κατηγορίες προβλημάτων:

A. Εσωτερικό περιβάλλον των ίδιων των ξενοδοχειακών μονάδων (Ποιότητα και διαχείριση γλυκού νερού, ποιότητα εσωτερικού αέρα, φυσικός φωτισμός, θόρυβος και συγγενείς οχλήσεις, αέριες και υγρές εκπομπές, στερεά απόβλητα, ενεργειακά συστήματα, ποιότητα αναλώσιμων προϊόντων, ποιότητα υλικών διατροφής).

Στόχοι είναι η ελαχιστοποίηση των εκπομπών, η εξοικονόμηση πόρων και η χρησιμοποίηση μη τοξικών υλικών και προϊόντων.

B. Εξωτερικό περιβάλλον (ευαίσθητα οικοσυστήματα, οικονομικές δραστηριότητες που μπορούν να επηρεάσουν το παράκτιο περιβάλλον, ψυχαγωγικά ενδιαφέροντα των τοπικών κοινωνιών).

Στόχος είναι η μετατροπή σταδιακά των μονάδων από παράγοντες προβλήματος σε κέντρα διαχείρισης και προστασίας του ευρύτερου περιβάλλοντος των περιοχών. Ένα παράδειγμα είναι η σχέση με τη γεωργία. Η χημική γεωργία έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον (μέσω των απορροών λιπασμάτων, φυτοφαρμάκων κτλ.) και αφήνει τοξικά υπολείμματα στις τροφές. Η αλλαγή των γεωργικών πρακτικών και η υιοθέτηση πρακτικών αειφορικής γεωργίας, θα μπορούσε να μειώσει τις χημικές απορροές και να τροφοδοτήσει τις μονάδες με προϊόντα περισσότερο υγιεινά. Αυτό είναι δυνατόν γιατί τα ξενοδοχεία συνιστούν μία σημαντική και σταθερή αγορά που μπορεί να εξασφαλίσει εισόδημα στην εναλλακτική γεωργία. Από την άλλη μεριά αυτό βελτιώνει την

ποιότητα διατροφής και απαντά στις απαιτήσεις μιας όλο και μεγαλύτερης κατηγορίας καταναλωτών.

Έτσι, οι τουριστικές αυτές επιχειρήσεις θα είχαν κάθε λόγο να ενισχύσουν τις προσπάθειες της μη χημικής γεωργίας.

Απαιτείται η υιοθέτηση εργαλείων περιβαλλοντικής διαχείρισης για τις τουριστικές επιχειρήσεις (αποτίμηση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος των μονάδων, υιοθέτηση κριτηρίων (δεικτών) για την αξιολόγηση των δράσεων).

Με τον τρόπο αυτό θα καταστεί δυνατόν να εισαχθούν συστήματα πιστοποίησης ελέγχου ποιότητας και πιστοποίησης των διαδικασιών (EMAS, ISO 14000, Eco-label κτλ.).

Θα πρέπει άμεσα να αντιμετωπισθεί το σημαντικό έλλειμμα ενημέρωσης που υπάρχει σε θέματα περιβαλλοντικής νομοθεσίας και τεχνολογιών προστασίας του περιβάλλοντος. Η περιβαλλοντική ενημέρωση και η συνεπαγόμενη ευαισθητοποίηση των επιχειρηματιών του τουριστικού τομέα του δίνει τη δυνατότητα διείσδυσης σε νέες και ιδιαίτερα δυναμικές αγορές ευαισθητοποιημένων επισκεπτών υψηλού επιπέδου και κατ'έκταση υψηλών εισοδηματικών στρωμάτων.

Τέλος θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι μεμονωμένες πρωτοβουλίες και ενέργειες αρκετών ξενοδοχείων δεν μπορούν εύκολα να αποδώσουν αν δεν υπάρχει συντονισμός σε ευρύτερο επίπεδο με συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς και συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση.<sup>31</sup>

Αυτό αναφέρεται μεταξύ άλλων στην έκδοση Γνώμης Πρωτοβουλίας της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής Ελλάδας στο κεφάλαιο των προτάσεων που καταθέτει για την υιοθέτηση περιβαλλοντικής πολιτικής στο πλαίσιο διαμόρφωσης ενός νέου τουριστικού μοντέλου.

Σύμφωνα με την ΟΚΕ καθίσταται πλέον απαραίτητο ο τουρισμός να ακολουθήσει τις αρχές της αειφορίας, όχι μόνον εξαιτίας των νέων απαιτήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και εξαιτίας της ζήτησης για καλύτερο περιβάλλον από την πλευρά των (ευαισθητοποιημένων) τουριστών. Επιπλέον, η οργανωμένη τουριστική βιομηχανία έχει πόρους τους οποίους θα μπορούσε να διαθέσει για το περιβάλλον, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της, με παράλληλο στόχο και τη δική της, μακροπρόθεσμα, επιβίωση.

### **3.2 ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΠΡΑΣΙΝΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ**

Οι κλιματικές συνθήκες παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιλογή προορισμού διακοπών. Ωστόσο, οι κλιματικές αλλαγές βάζουν στο στόχαστρο τη τουριστική βιομηχανία, όχι μόνο σε τοπικό επίπεδο αλλά και διεθνώς, καθώς μεγάλες είναι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις που απορρέουν από αυτή με αρνητικό αντίκτυπο στα παραδοσιακά τουριστικά θέρετρα.

<sup>31</sup>Γνώμη πρωτοβουλίας της ΟΚΕ, “Τουρισμός και Περιβάλλον” Δεκέμβριος 2008

Η περιβαλλοντική ευαισθησία των Ευρωπαίων καταναλωτών ώθησε, εδώ και αρκετά χρόνια, τους διακινητές μαζικού τουρισμού (τουρ οπερέιτορ) να καταρτίζουν ειδικές μπροσούρες με τις «πράσινες» περιοχές και ξενοδοχεία, που λαμβάνουν μόνιμα μέτρα για την προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος. Έτσι, όλες οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες της χώρας αλλά και μεμονωμένες μονάδες κατανόησαν ότι η επιβίωσή τους συναρτάται άμεσα από τις φιλοπεριβαλλοντικές πολιτικές τους, δημιουργώντας για τον σκοπό αυτό ειδικά τμήματα με εξειδικευμένο προσωπικό.

Χαρακτηριστικό είναι ότι οι ίδιοι οι τουρ οπερέιτορ παρακινούν τους πελάτες τους να σεβαστούν το περιβάλλον της περιοχής, που επισκέπτονται, να κάνουν οικονομία στο νερό και στο ηλεκτρικό και, γενικώς, να συμβάλουν στον περιορισμό ενός προβλήματος, που δεν θα υπήρχε χωρίς τη δική τους παρουσία. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι νόρμες περιβάλλοντος «Umwelt-TÜV» στη Γερμανία, σαν τις αντίστοιχες, ευρύτατα γνωστές νόρμες ποιοτικής επάρκειας και ασφάλειας συσκευών, μηχανών, αυτοκινήτων κ.λπ. Εδώ ελέγχεται αν και σε ποιο βαθμό το ταξιδιωτικό πρόγραμμα λαμβάνει υπόψη τις παραμέτρους προστασίας του περιβάλλοντος, π.χ. μετάβαση στο αεροδρόμιο αναχώρησης όχι με ρυπογόνα μεταφορικά μέσα, αλλά με τον ηλεκτροκίνητο σιδηρόδρομο και άλλα συναφή.

Έτσι, οι τουρίστες προσέχουν ιδιαίτερα τις κτιριοδομικές κατασκευές των καταλυμάτων και αν αυτά έχουν συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας, οικοτουριστικές δραστηριότητες, συστήματα ποτίσματος των πάρκων και των γηπέδων γκολφ με νερό που έχει υποστεί βιολογικό καθαρισμό, τη βέλτιστη διαχείριση των απορριμμάτων τους και των αποβλήτων τους, κ.ά.

Το θεσμικό πλαίσιο στη χώρα μας υποστηρίζει ιδιαίτερω τη χρήση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) στα ξενοδοχεία, που ευθύνονται για το περίπου 10% της συνολικής ενεργειακής κατανάλωσης στη χώρα. Σύμφωνα με μελέτες<sup>32</sup>, το 3%-9% του λειτουργικού κόστους των ελληνικών ξενοδοχείων αντιστοιχεί στην ενέργεια, με πιο ενεργοβόρους τομείς αυτούς της θέρμανσης - ψύξης - κλιματισμού (έως 60%), των διεργασιών παρασκευής τροφίμων (περίπου 20%) και του ζεστού νερού (15%). Περί το 5%-10% της ενέργειας έκαστος καταναλώνουν οι τομείς φωτισμού και πλυντηρίων.

Εκτιμάται ότι τα ελληνικά ξενοδοχεία, που λειτουργούν κατά μέσο όρο πέντε μήνες, θα μπορούσαν τους υπόλοιπους επτά - αν ανέπτυσαν συστήματα ΑΠΕ - να πωλούν το 95% της παραγόμενης ενέργειας στη ΔΕΗ, εξασφαλίζοντας πρόσθετα έσοδα. Τα ελληνικά ξενοδοχεία - το 64% των οποίων λειτουργεί εποχικά - καταναλώνουν κατά μέσο όρο 278 KWh/τ.μ., ετησίως. Με παρεμβάσεις στο κέλυφος του κτιρίου (π.χ. μονώσεις στην τοιχοποιία και την οροφή), στον

---

<sup>32</sup>Ελληνικό ξενοδοχειακό δυναμικό –Τεχνικές προτάσεις εξοικονόμησης ενέργειας στα ξενοδοχεία  
Άγις Μ.Παπαδόπουλος - Σοφία-Ναταλία Μπόεμη  
[http://www.renewablesb2b.com/data/shared/GR\\_Effizienz\\_01\\_Aristotle\\_University\\_Papadopoulos.pdf](http://www.renewablesb2b.com/data/shared/GR_Effizienz_01_Aristotle_University_Papadopoulos.pdf)

φωτισμό και την ψύξη - θέρμανση (όπως λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, «αισθητήρες» απουσίας του επισκέπτη για να σβήνει αυτόματα ο κλιματισμός, «πράσινες» οροφές) αλλά και στον περιβάλλοντα χώρο του ξενοδοχείου (αυτόματος φωτισμός ανάλογα με τη φωτεινότητα) θα μπορούσε να επιτευχθεί εξοικονόμηση ενέργειας 5%- 40%.

Και μόνο η εγκατάσταση μίας μικρής ειδικής συσκευής σε μανιέρες, ντουζιέρες και νιπτήρες ξενοδοχείων μπορεί να μειώσει την κατανάλωση νερού κατά 35%, ενώ αντίστοιχο όφελος για την ενέργεια (-31%) έχει η χρήση «ενεργειακών» λαμπτήρων. Παράλληλα, σε περιοχές όπως η Κρήτη, όπου οι τάρτσες έχουν συνολικό εμβαδόν 12 χλμ., η χρήση φωτοβολταϊκών συστημάτων μπορεί να διαδοθεί ευρέως.

Η έννοια της προστασίας του περιβάλλοντος συνδέεται και με την ανάπτυξη του οικοτουρισμού, που πρακτικά σημαίνει ήπιας μορφής τουριστική ανάπτυξη σε περιοχές με ιδιαίτερο φυσικό και πολιτιστικό κάλλος. Η ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού προσφέρει πολλαπλά πλεονεκτήματα για την προστασία του περιβάλλοντος, την ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη και την παραμονή του πληθυσμού σε μία συγκεκριμένη περιοχή. Υπό προϋποθέσεις δεν μπορεί να λειτουργεί συμπληρωματικά στο μοντέλο «ήλιος, ακτές, θάλασσα», που δέχεται μεγάλες πιέσεις από τον διαρκώς εντεινόμενο διεθνή ανταγωνισμό.

Το πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης των επόμενων ετών στη χώρα μας αναμένεται να δώσει το ειδικό χωροταξικό πλαίσιο για τον τουρισμό, το οποίο ήδη συζητείται μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων. Το σχέδιο, εάν διαμορφωθεί σωστά, μπορεί να δώσει σαφείς κατευθύνσεις ισόρροπης ανάπτυξης και ταυτόχρονης προστασίας του περιβάλλοντος με βάση την παγκόσμια εμπειρία.<sup>33</sup>

Υπέρ της τουριστικής χρήσης ενός ελάχιστου ποσοστού των χέρσων και θαμνοειδών εκτάσεων της χώρας τάσσεται το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), σε μελέτη, με την οποία επιχειρείται μία προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης με την περιβαλλοντική προστασία.

Όπως επισημαίνει ο κος. Στάθης Κουσούνης, αρθρογράφος της εφημερίδα “Καθημερινή”:  
«Το να παρεμποδίζεται η παραγωγική χρήση από τον τουρισμό ενός τόσο ελάχιστου κλάσματος των ούτως ή άλλως αναλογικά μεγάλων μη παραγωγικών εκτάσεων στη χώρα μας, σημειώνεται στη μελέτη και μάλιστα σε περιοχές που δεν έχουν άλλο πόρο ανάπτυξης, συγκράτησης του πληθυσμού και βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου, με το επιχείρημα ότι αυτό θα προκαλέσει ανεπανόρθωτες βλάβες στο περιβάλλον, στερείται μέτρου και λογικής<sup>34</sup>».

Στη μελέτη γίνεται ιδιαίτερη αναφορά στην πρακτική που ακολουθεί το Συμβούλιο Επικρατείας να ακυρώνει συχνά πράξεις της διοίκησης, που συνδέονται με την εκτέλεση έργων, τα οποία άμεσα ή έμμεσα αφορούν την τουριστική ανάπτυξη, επισημαίνοντας ότι το ΣΤΕ φαίνεται να

<sup>33</sup>Πηγή : <http://sete.gr/GR/KENTRO%20TYPOY/Idisis%20ke%20Anakinosis/?naID=1621>

<sup>34</sup>ΠΗΓΗ: <http://www.kathimerini.gr/278900/article/oikonomia/epixeirhseis/aysthrh-h-nomodesia-gia-tis-toyristikes-ependyseis>

παραγνωρίζει τον οικονομικό παράγοντα, αυξάνοντας την αβεβαιότητα στην οποία υπόκεινται οι επιχειρηματικές αποφάσεις στον τουριστικό τομέα και δυσχεραίνοντας έτσι την ανάπτυξή του.

Στη μελέτη γίνεται, επίσης, σύντομη αναφορά στον διάλογο που διεξάγεται διεθνώς σχετικά με τις μεθόδους εντοπισμού και πρόληψης εκολαπτόμενων περιβαλλοντικών προβλημάτων σε τουριστικές περιοχές υψηλών πυκνοτήτων και επισημαίνεται ότι στην Ελλάδα, με ελάχιστες εξαιρέσεις, οι τουριστικές πυκνότητες δεν υπερβαίνουν τη φέρουσα ικανότητα των αντίστοιχων περιοχών.<sup>35</sup>

Στα αποκαλούμενα "πράσινα" ξενοδοχεία στρέφονται ολοένα και περισσότεροι ταξιδιώτες ανά τον κόσμο, με το 80% των Γερμανών τουριστών να δηλώνουν ότι τα υψηλά περιβαλλοντικά πρότυπα παίζουν σημαντικό ή πολύ σημαντικό ρόλο όταν σχεδιάζουν τις διακοπές τους.

Αλλά και το ένα τρίτο των Αμερικανών υποστηρίζουν ότι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω, αρκεί το ταξίδι και η διαμονή τους να είναι πιο φιλικά προς το περιβάλλον. Περιβαλλοντική συνείδηση αναπτύσσουν και οι Βρετανοί, καθώς - σύμφωνα με έρευνα του Trip Advisor σε δείγμα 8.000 ατόμων (τέλος 2008) - το 21% αυτών επιθυμούν να λαμβάνουν πιο "πράσινες" αποφάσεις για τις διακοπές τους.

Η προσέλκυση περισσότερων πελατών δεν αποτελεί το μοναδικό όφελος για τα περιβαλλοντικά, φιλικά ξενοδοχεία, αφού οι "πράσινες" πρακτικές βοηθούν τις ξενοδοχειακές αλυσίδες να κρατήσουν χρήματα στα ταμεία τους.

Όλο και περισσότερα καταλύματα στην Ελλάδα- αν και με καθυστέρηση σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες- κάνουν στροφή στον πράσινο τουρισμό. Περιορίζουν δηλαδή τις σπατάλες νερού, ανακυκλώνουν περισσότερο, προσφέρουν βιολογικά προϊόντα στους πελάτες τους, χρησιμοποιούν Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας. Ο αριθμός των πράσινων ξενοδοχείων στην Ελλάδα είναι άγνωστος. Ωστόσο, βρίσκεται στα σκαριά μελέτη του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και της Ομοσπονδίας Ξενοδόχων προκειμένου να καταγραφούν και στη συνέχεια να καθοριστούν κριτήρια πιστοποίησής τους.

Κάποια γνωστά πιστοποιητικά περί περιβαλλοντικής ηθικής και δράσης είναι το "Πράσινο Κλειδί", το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα ecolabel και το πρότυπο του ISO 14001.

Έχουν δημιουργηθεί διάφοροι φορείς πιστοποίησης τουριστικών επιχειρήσεων και στην Ελλάδα, που πιστοποιούν ότι αυτές συμμορφώνονται με τα διεθνή πρότυπα βιωσιμότητας. Ένα παράδειγμα τέτοιου φορέα είναι η εταιρία Travelife που εξειδικεύεται στην πιστοποίηση τουριστικών επιχειρήσεων παγκοσμίως, σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, ενώ έχουμε και τα τέσσερα πρώτα τουριστικά γραφεία που βρίσκονται στη διαδικασία αξιολόγησης από αυτήν.

Η πιστοποίηση των τουριστικών επιχειρήσεων υποδηλώνει την υπευθυνότητά τους απέναντι στον τόπο, και την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρουν στους προμηθευτές τους και στους

---

<sup>35</sup>XeniaNews, Αρ.Φύλλου 8, Ιαν-Φεβ-Μαρ 2007, σελ 11

τουρίστες. Μέσα από την πιστοποίησή τους και τους απολογισμούς βιωσιμότητας μπορούν να αποδείξουν πως διαχειρίζονται την ευθύνη τους αυτή σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό πλαίσιο.

Σε οχτώ ελληνικά ξενοδοχεία έχει απονεμηθεί το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα ecolabel. Το σήμα απονέμεται από το Ανώτατο Συμβούλιο Απονομής Οικολογικού Σήματος του ΥΠΕΧΩΔΕ σε ξενοδοχειακές μονάδες που εφαρμόζουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον και πληρούν συνολικά 70 υποχρεωτικά και 60 προαιρετικά κριτήρια.

Στην Ελλάδα τα καταλύματα που διαθέτουν το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα (EcoLabel<sup>36</sup>) είναι τα ακόλουθα:

1) **Alexander Beach Hotel and Convention Center**, Αλεξανδρούπολη  
[www.alexbh.gr](http://www.alexbh.gr)

2) **Apollonia Beach Resort and Spa**, Ηράκλειο Κρήτης  
<http://www.apollonia.gr/>

3) **Daphne's Club Hotel Apartment**, Ξυλόκαστρο  
<http://www.daphnesclub.com/>

4) **Eagles Palace Hotel and Spa**, Χαλκιδική  
<http://www.eaglespalace.gr/>

5) **Greotel Pella Beach**, Χαλκιδική  
<http://www.greotel.com/>

6) **Sungarden Rhodes**, Ρόδος  
<http://www.ving.se/start/start.aspx>

7) **Sunwing Resort, Καλλιθέα**, Ρόδος  
<http://www.ving.se>

8) **Sunwing Resort Makrigialos**, Κρήτη  
<http://www.makrigialos.sunwing.net>

---

<sup>36</sup>[http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm)

Το «Green Key» (Πράσινο Κλειδί), ένα οικολογικό σήμα ποιότητας (eco-label) για τις τουριστικές μονάδες, το οποίο κάνει σιγά-σιγά την εμφάνισή του και στην Ελλάδα χαρίζοντας πιο «πράσινη» χροιά στον τουρισμό μας. Το μόνο που χρειάζεται για να το αποκτήσουν ξενοδοχεία, ξενώνες, κατασκηνωτικοί χώροι και συνεδριακά κέντρα είναι να τηρούν τα συγκεκριμένα οικολογικά κριτήρια του προγράμματος, είναι ένα διεθνές Πρόγραμμα.

Το Πρόγραμμα αυτό ενεργεί ως ερέθισμα για τη μετατροπή κάθε τουριστικής μονάδας, μικρής ή μεγάλης, σε «πράσινη». Αποτελεί ένα σημαντικό θεσμό στο ζωτικό χώρο της Βιομηχανίας του Τουρισμού, αφού ευαισθητοποιεί και προτρέπει για την υιοθέτηση πρακτικών φιλικών προς το περιβάλλον, που εγγυώνται την προστασία του και προάγουν την αειφορία.

Το Πρόγραμμα “GREEN KEY” συντονίζεται από το διεθνές ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ (FEE-FOUNDATION FOR THE ENVIRONMENTAL EDUCATION) και λειτουργεί σήμερα σε 17 χώρες παγκοσμίως.

Εθνικός χειριστής του Προγράμματος είναι Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΦΥΣΗΣ, η αρχαιότερη περιβαλλοντική Μη Κυβερνητική Οργάνωση πανελλήνιας εμβέλειας, η οποία κάνει πράξη από το 1951 την ηθική δέσμευσή της που αφορά στη διαφύλαξη και προστασία του Περιβάλλοντος, αλλά και στη διαμόρφωση ισχυρής περιβαλλοντικής συνείδησης.

Η Εθνική Επιτροπή Κρίσεων του GREEN KEY βράβευσε το 2008, μετά από αίτησή τους και με βάση τη διαδικασία του Προγράμματος, τις πρώτες ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα που ικανοποιούν τα κριτήρια του. Σήμερα<sup>37</sup> είναι βραβευμένες 158 ξενοδοχειακές μονάδες σε σχέση με τις 52 που ήταν το 2008.

Τα κριτήρια εστιάζουν στην περιβαλλοντική διαχείριση της τουριστικής μονάδας και στην περιβαλλοντική εκπαίδευση, που πρέπει να οργανώνεται για τους επισκέπτες, το προσωπικό, τους προμηθευτές και τους συνεργάτες της μονάδας που βραβεύεται με το GREEN KEY. Καλύπτουν τομείς που σχετίζονται με την κατανάλωση ενέργειας, την κατανάλωση νερού, τη διαχείριση των απορριμμάτων, τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων προσωπικής καθαριότητας και απορρυπαντικών, την ποιότητα της τροφής και των ποτών, τη μετατροπή των ελεύθερων χώρων σε χώρους πρασίνου και επιπλέον την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση.

Παρακάτω θα αναφέρουμε κάποια ξενοδοχεία που από το 2008 και μετά έχουν διακριθεί ή βραβευτεί για τις πρακτικές τους σε διάφορα θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και κυρίως στα θέματα περι περιβαλλοντικής ευθύνης που είναι έντονα συζητήσιμα τα τελευταία χρόνια.

---

<sup>37</sup><http://bit.ly/1xPjtqH>



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΚΕ**

### **Sunwing Resort Kallithea**

Το Sunwing Resort Kallithea στο νησί της Ρόδου, είναι ένας κρίκος από την αλυσίδα ξενοδοχείων της MyTravel Northern Europe Resorts & Hotels που έχει βάση την Σουηδία και εξυπηρετεί 300.000 πελάτες σε 10 ξενοδοχεία (Ρόδο, Κρήτη, Μαγιόρκα, Τενερίφη, Γκραν Κανάρια, Κύπρο και Σουηδία). Σήμερα διαθέτει 572 δωμάτια και διαμερίσματα, λειτουργεί περίπου 200 ημέρες το χρόνο (Απρίλιο με Οκτώβριο), απασχολεί 260 άτομα την περίοδο αιχμής και εξυπηρετεί πελάτες από τις Σκανδιναβικές χώρες.

Το Sunwing Resort Kallithea είναι το πρώτο ξενοδοχείο στην Ευρώπη που το Σεπτέμβριο του 2003 απέκτησε το σήμα της Ευρωπαϊκής Οικολογικής Ετικέτας EU - Flower , επιβραβεύοντας έτσι τις περιβαλλοντικές προσπάθειες 10 χρόνων οι οποίες μέχρι τότε ακολουθούσαν τις οδηγίες του Σκανδιναβικού οργανισμού « The Natural Step ». Επιπροσθέτως, από το 1985 έως σήμερα, το ξενοδοχείο βραβεύεται από το Διεθνές Πρόγραμμα Γαλάζιων Σημαιών για τον τρόπο διαχείρισης της ακτής και διατήρησης του παραλιακού περιβάλλοντος και της ποιότητας των θαλάσσιων νερών.

Το 2006 βραβεύτηκε με το 2ο βραβείο οικολογικού προϊόντος από την ΠΑΣΣΕΠΕ, στα πλαίσια του θεσμού των ελληνικών βραβείων επιχειρήσεων για το περιβάλλον.

Το 2010 πήρε τη πρώτη πιστοποίηση από την εταιρία Travelife όπου το 2013 ανανεώθηκε και τώρα κατέχει το χρυσό βραβείο. Το σύστημα αυτό, το οποίο λειτουργεί ο ABTA, ο Βρετανικός Ταξιδιωτικός Σύνδεσμος, βοηθά τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα να διαχειρίζονται τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους και να επικοινωνούν τα επιτεύγματά τους στη βιωσιμότητα στους πελάτες τους.

Το ξενοδοχείο έθεσε σαφείς περιβαλλοντικούς στόχους όπως η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, νερού και χημικών, η ανακύκλωση των απορριμμάτων, η αγορά πιο υγιεινών και βιολογικών προϊόντων αλλά και προϊόντων με μεγαλύτερο κύκλο ζωής κλπ. Για την επίτευξη των στόχων, τέθηκαν σε ισχύ σε κάθε τμήμα διαδικασίες λειτουργίας που σχετίζονται με τη σωστή περιβαλλοντική διαχείριση. Επίσης, πραγματοποιήθηκαν διάφορες επενδύσεις οι χαρακτηριστικότερες από τις οποίες είναι η ανάκτηση ενέργειας από το a / c , η αντικατάσταση των λαμπτήρων πυρακτώσεων με οικονομικούς, η τοποθέτηση διπλών τζαμιών στις μπαλκονόπορτες και η εγκατάσταση συστήματος Building Management System ( BMS ) μέσω του οποίου επιτυγχάνεται πλήρης έλεγχος και ρύθμιση λειτουργίας των ενεργοβόρων μηχανημάτων και των συστημάτων της εγκατάστασης.

Τέλος, το Sunwing Resort Kallithea έδωσε ιδιαίτερη βαρύτητα στην προσεκτική επιλογή των προσωπικού του και επένδυσε στην εκπαίδευσή του. Η πορεία των 10 ετών περιβαλλοντικής προσπάθειας εναλλάσσεται από περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες οι οποίες αναθεωρούνται και αναπτύσσονται συνεχώς, ούτως ώστε η λειτουργία των ξενοδοχείων της εταιρείας να προσαρμόζεται και να ακολουθεί τις καλύτερες περιβαλλοντικές πρακτικές.<sup>38</sup>

### **Ξενοδοχείο Μεγάλη Βρετανία**

Το Ξενοδοχείο Μεγάλη Βρετανία, ως υγιής, δραστήρια και κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση, δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην **υποστήριξη αξιόλογων ενεργειών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης** και στην ανάληψη πρωτοβουλιών επικεντωμένων **σε τρεις συγκεκριμένους πυλώνες**, το περιβάλλον, την κοινωνία και τον άνθρωπο.

Όσο αφορά το περιβάλλον, το 2010 βραβεύτηκε με το σήμα Green Key και παρουσίασε τα Green Rooms, όπου στα δωμάτια έχουν προϊόντα Beekind της εταιρείας Gilehrst&Soames, από ανακυκλώσιμες συσκευασίες, δεν περιέχουν τα χημικά parabens και φθαλικούς εστέρες, παράγωγα πετρελαίου, ορυκτέλαιο, ουρία DEA, TEA ή προπυλενογλυκόλη. Αντ'αυτού περιέχουν φυσικά συστατικά. Η συλλογή δεν περιέχει επίσης τεχνητές χρωστικές ουσίες και βαφές και υποστηρίζουν της μη βίαιες παρασκευαστικές πρακτικές, διασφαλίζοντας ότι τα προϊόντα δεν έχουν δοκιμαστεί σε ζώα. Επίσης, ένα μέρος των καθαρών κερδών τως εν λόγω προϊόντων στηρίζουν την έρευνα του μελιού και της βιώσιμης επικοινωνίας.

Ακόμα σε κάθε δωμάτιο υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης για γυαλί/αλουμίνιο και χαρτί, κάτι το οποίο προστίθεται στο ισχύον πρόγραμμα του ξενοδοχείου, όπου από το 2006 ανακυκλώνει γυαλί, χαρτί, πλαστικά, λαμπτήρες, χρησιμοποιημένα λάδια κουζίνας, μελάνια, μπαταρίες, ηλεκτρικές συσκευές, κλπ.

Έχει θεσπιστεί Ειδική Επιτροπή περιβαλλοντολογικής υγιεινής και ασφάλειας του ξενοδοχείου, η οποία διασφαλίζει την εναρμόνιση του Ξενοδοχείου αναφορικά με τους Ελληνικούς νόμους, τους νόμους της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις πρωτοβουλίες της Starwood για το περιβάλλον, έχει θεσπιστεί Ετήσια εβδομάδα περιβάλλοντος στο Ξενοδοχείο, η οποία προηγείται της “Ωρα της Γής” με συμμετοχή και παρουσιάσεις στους εργαζομένους του ξενοδοχείου από τη WWF Ελλάδος. Χρησιμοποιούν Οικολογικά Χημικά της εταιρείας ECOLAB. Το 95% τον πρώτων υλών τους είναι βιοδιασπώμενο, λαμπτήρες εξοικονόμησης ενέργειας στους χώρους του ξενοδοχείου, προχώρησαν σε Εγκατάσταση φυσικού αερίου και χρήση του στις Κουζίνες του Ξενοδοχείου καθώς και όπου αυτό είναι εφικτό επιλέγουν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

---

<sup>38</sup>πηγή:[http://www.csrhellas.org/portal/index.php?option=ozo\\_content&perform=view&id=1247&Itemid=198&lang=](http://www.csrhellas.org/portal/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=1247&Itemid=198&lang=)

Συμμετείχαν ενεργά στην Δενδροφύτευση- Αναδάσωση που διοργάνωσε ο ραδιοτηλεοπτικός σταθμός ΣΚΑΙ την Κυριακή 13 Μαρτίου 2011 στην ευρύτερη περιοχή της Πεντέλης. Επίσης, το ξενοδοχείο προσέφερε σε όλους τους εθελοντές σάντουιτς και ζεστή φασολάδα και η ομάδα των Εργαζομένων του Ξενοδοχείου φύτευσε 150 δέντρα.

Το ξενοδοχείο παίρνει διάφορες κοινωνικές πρωτοβουλίες όπως εράνους, συλλογή και διανομή ρουχισμού για τους αστέγους, δωρίζει εξοπλισμό του ξενοδοχείου και συνεργάζεται με την Ελληνική Αντικαρκινική Εταιρεία. Επίσης, συμμετέχουν στο πλαίσιο του νέου προγράμματος "**Starwood Associate Relief Fund**", στο οποίο εργαζόμενοι όλων των ξενοδοχείων Starwood έχουν δημιουργήσει με τις εισφορές τους ένα ταμείο στήριξης συναδέλφων τους σε όλον τον κόσμο, που έχουν πληγεί από φυσικές καταστροφές.

Τέλος, συνεργάζεται με το Νοσοκομείο Παιδών "Αγία Σοφία" και έχουν δημιουργήσει Τράπεζα Αίματος των εργαζομένων, με προγραμματισμένες αιμοδοσίες δύο φορές το χρόνο. Φροντίζει για τη διασφάλιση κατάλληλων συνθηκών εργασίας και την τήρηση κανόνων υγείας και ασφάλειας, με στόχο την προστασία των εργαζομένων και την παροχή ενός ασφαλούς περιβάλλοντος εργασίας. Επικεντρώνεται στην Ανάπτυξη & Εκπαίδευση του προσωπικού και διοργανώνει Εσωτερικές Εταιρικές Εκδηλώσεις για το προσωπικό του ξενοδοχείου, στα πλαίσια των ενεργειών εσωτερικής επικοινωνίας.

## **Greotel Kalliston**

Το ξενοδοχείο της Greotel Kalliston, που βρίσκεται στο Γλάρο Νέας Κυδωνίας στα Χανιά της Κρήτης, ακολουθώντας την περιβαλλοντική πολιτική της Greotel, εφαρμόζει αρχές προστασίας του περιβάλλοντος σε όλους τους τομείς της λειτουργίας του σύμφωνα με το πρότυπο του ISO 14001, με το οποίο έχει πιστοποιηθεί.

Υπογραμμίζεται ότι από την πρώτη χρονιά λειτουργίας του (2006) και μέχρι σήμερα, το Greotel Kalliston βραβεύεται με το διεθνές βραβείο "TUI UMWELT CHAMPION" από την TUI, του κορυφαίου ανά τον κόσμο Τουριστικού Οργανισμού. Το βραβείο απονέμεται κάθε χρόνο σε 100 ξενοδοχεία από όλο τον κόσμο που συνεργάζονται με την TUI, με γνώμονα την περιβαλλοντική υποδομή, τη δράση των ξενοδοχείων όπως και τη βαθμολογία των πελατών τους βάσει της ενημέρωσής τους για τα περιβαλλοντικά μέτρα και τη συμμετοχή τους στις ενέργειες του ξενοδοχείου για το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Τα τελευταία δύο χρόνια το ξενοδοχείο Greotel Kalliston έχει συμπεριληφθεί από τον τουριστικό οργανισμό TUI στο νέο πρόγραμμα βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης "ECO RESORT hotels" με την απονομή ανάλογου eco-label, μετά από περιβαλλοντική επιθεώρηση που πραγματοποιήθηκε από ανεξάρτητο επιθεωρητή περιβάλλοντος από την Γερμανία και για λογαριασμό της TUI.

Επίσης, να πούμε ότι τα τελευταία τέσσερα χρόνια βραβεύεται η παραλία του με τη Γαλάζια Σημαία και για πρώτη φορά το 2009, βραβεύτηκε επίσης από το διεθνές Ίδρυμα Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (FEE - Foundation for the Environmental Education) με το βραβείο "Green Key", διάκριση που δίνεται στα ξενοδοχεία που δίνουν ιδιαίτερη σημασία στη διαχείριση νερού, ενέργειας, στο διαχωρισμό απορριμμάτων, στην προτίμηση προμήθειας προϊόντων από την τοπική αγορά, στην εκπαίδευση προσωπικού σε θέματα περιβάλλοντος, τη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων προσωπικής καθαριότητας και απορρυπαντικών, την ποιότητα της τροφής και των ποτών, τη μετατροπή των ελεύθερων χώρων σε χώρους πρασίνου και επιπλέον την Περιβαλλοντική εκπαίδευση.<sup>39</sup>

Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, η Εθνική Επιτροπή Κρίσεων του "Green Key" συντονίζεται και λειτουργεί σήμερα σε 17 χώρες παγκοσμίως και βράβευσε φέτος, μετά από αίτησή τους και με βάση τη διαδικασία του Προγράμματος, τις πρώτες ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα που ικανοποιούν τα κριτήρια του. Επισημαίνεται ότι σημαντικό επίτευγμα αποτελεί η ευαισθητοποίηση και δέσμευση της Διεύθυνσης και του προσωπικού του ξενοδοχείου, να μεριμνούν για την προστασία του τόπου που τους φιλοξενεί παροτρύνοντας τους πελάτες, συνεργάτες και τοπική κοινωνία να συμμετάσχουν σ' αυτή την προσπάθεια για ένα βιώσιμο μέλλον.

### **Porto Carras Grand Resort**

Τα ξενοδοχεία Μελίτων και Σιθωνία του Porto Carras Grand Resort είναι από τα πρώτα ξενοδοχεία στην Ελλάδα που βραβεύονται με το Green Key, αποτελώντας πρότυπο οικολογικής ευαισθητοποίησης και δράσης για όλους. Η διάκριση έρχεται να επιβραβεύσει για άλλη μια φορά τις προσπάθειες του Porto Carras Grand Resort να καθιερωθεί ως ένας οικολογικός και εναλλακτικός τουριστικός προορισμός που σέβεται το περιβάλλον.

Το Porto Carras Grand Resort αποτελεί ένα πρότυπο, για τα Ελληνικά δεδομένα, οικολογικό προορισμό και έχει επενδύσει σε έργα υποδομής που όχι μόνο δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον, αλλά το ενισχύουν και το διατηρούν για τις επόμενες γενιές. Τα εργοστάσια αφαλάτωσης και βιολογικού καθαρισμού, η πλήρως βιολογική καλλιέργεια του Κτήματος Porto Carras, η διατήρηση της καθαρότητας των ακτών αλλά και η διαφύλαξη της χλωρίδας και της πανίδας είναι μερικές μόνο από τις πολιτικές που εφαρμόζει το Συγκρότημα που σκοπό έχουν την απόλυτη φιλικότητά του με το περιβάλλον.

---

<sup>39</sup> Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα της επιχείρησης [www.grecotel.com](http://www.grecotel.com)

## **P.A.P Corp: Τέσσερις ξενοδοχειακές μονάδες, τέσσερα “Green Keys”.**

Η Εθνική Επιτροπή Κρίσεων του “Green Key” βράβευσε για το 2009-2010 και τα 4 ξενοδοχειακά συγκροτήματα της P.A.P Corp. (το ανακαινισμένο Astoria Θεσσαλονίκης, το Alexander the Great beach, στην Κρυοπηγή Χαλκιδικής, και τα Agionissi Resort στην Αμολιανή και Xenia Ουρανούπολης).<sup>40</sup>

### **Το οικολογικό σήμα European Ecolabel στο Alexander Beach Hotel**

Το Ανώτατο Συμβούλιο Απονομής Οικολογικού Σήματος (ΣΑΟΣ), αρμόδιος φορέας στην Ελλάδα για την απονομή του κοινοτικού οικολογικού σήματος, απένειμε στο ξενοδοχείο Alexander Beach Hotel and Convention Center της Αλεξανδρούπολης το Οικολογικό Σήμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το European Ecolabel.

Το Alexander Beach Hotel and Convention Center είναι το έβδομο ξενοδοχείο στην Ελλάδα, που παίρνει το European Ecolabel, ένα σήμα περιβαλλοντικής και ποιοτικής πιστοποίησης διεθνώς αναγνωρίσιμο, που δίδεται εφόσον πληρούνται συγκεκριμένα υποχρεωτικά και βαθμολογούμενα προαιρετικά κριτήρια. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση το European Ecolabel έχει απονεμηθεί μέχρι στιγμής σε 190 τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία και Campings).

Το European Ecolabel επιτρέπει στους Ευρωπαίους καταναλωτές να εντοπίζουν με ευκολία και να εμπιστεύονται μονάδες παροχής τουριστικών υπηρεσιών, που διακρίνονται για τις περιορισμένες αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις κατά τον κύκλο ζωής τους και πληρούν υψηλά κριτήρια περιβαλλοντικής επίδοσης και ποιότητας σε τομείς κατανάλωσης ενέργειας και νερού, διαχείρισης απορριμάτων και αποβλήτων, χρήσης προϊόντων με οικολογική σήμανση και χρήσης τοπικών προϊόντων, διασφάλισης περιβαλλοντικής εκπαίδευσης του προσωπικού καθώς και ευαισθητοποίησης των πελατών σε θέματα περιβάλλοντος και χαρακτηριστικών της ευρύτερης περιοχής.<sup>41</sup>

## **Sofitel Athens Airport**

Το ξενοδοχείο Sofitel Athens Airport, μέλος του γαλλικού ομίλου ACCOR, πιστοποιήθηκε κατά EN ISO 14001:2004 και κατά EN ISO 22000:2005 στα τέλη Νοεμβρίου. Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14001 παρέχει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να εφαρμόσει διαδικασίες για τον καθορισμό περιβαλλοντικής πολιτικής και στόχων και να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητά τους. Ήδη, λόγω της θέσης του, το ξενοδοχείο από την αρχή της λειτουργίας του υπόκειται σε περιοδικούς περιβαλλοντικούς ελέγχους από την Υπηρεσία Περιβάλλοντος του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών και υποχρεούται να συμμορφώνεται προς τυχόν υποδείξεις της.

<sup>40</sup> Πηγή: <http://www.epr.gr/release/131814/>

<sup>41</sup> Πηγή: [http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=45979&subcategory\\_id=13](http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=45979&subcategory_id=13)

Τα κύρια προγράμματα περιβαλλοντικής διαχείρισης στο ξενοδοχείο αφορούν την εξοικονόμηση ενέργειας, την ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση προσωπικού σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και την αύξηση της ανακύκλωσης χαρτιού.

Στο Σύστημα Διαχείρισης για την Ασφάλεια των Τροφίμων στους τομείς Παραλαβής, Επεξεργασίας και Διάθεσης Γευμάτων ISO 22000 ενσωματώνεται η δέσμευση της Διοίκησης της εταιρείας για προσεκτική μεταχείριση ενός τόσο σημαντικού και λεπτού θέματος όπως είναι το παραπάνω.

Η εφαρμογή αυτού του ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης θα συμβάλει στην επίτευξη των ακόμα υψηλότερων στόχων που τέθηκαν από την αλυσίδα, ώστε το Sofitel Athens Airport να στέκεται επάξια ανάμεσα στα κορυφαία ξενοδοχεία 5\* της πόλης αλλά και στον απαιτητικό χώρο στον τομέα παροχής υπηρεσιών του αεροδρομίου.<sup>42</sup>

### **Skiathos Palace**

Με το σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14001:2004 πιστοποιήθηκε το ξενοδοχείο Skiathos Palace, στις Κουκουναριές Σκιάθου, το μεγαλύτερο ξενοδοχείο στη Θεσσαλία με 550 κλίνες.

Το ISO 14001:2004 αποτελεί επιβεβαίωση της αυξημένης περιβαλλοντικής συνείδησης των εργαζομένων και της διοίκησης της εταιρίας για τη μείωση των επιπτώσεων των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον.

Το σύστημα, παρέχει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να εφαρμόσει διαδικασίες για τον καθορισμό περιβαλλοντικής πολιτικής και στόχων στο τετράπτυχο:

α) κατανάλωση ενέργειας, β) κατανάλωση νερού, γ) διαχείριση απορριμάτων και δ) χρήση αναλώσιμων προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον.

Επιπρόσθετα, το προσωπικό του ξενοδοχείου συμβάλλει ενεργά στην καθαριότητα των ακτών Μάραθα και Κουκουναριές στη Σκιάθο και έχει βραβευθεί από τον Σύλλογο Οικολόγων Σκιάθου για την αμέριστη οικολογική προσφορά, τόσο στον υγροβιότοπο των Κουκουναριών, όσο και γενικότερα στο νησί της Σκιάθου.

### **Athens Ledra Marriot**

Το προσωπικό του ξενοδοχείου Athens Ledra Marriott συμμετείχε στη δενδροφύτευση 5.000 δενδρυλλίων που έλαβε χώρα την Κυριακή 7 Φεβρουαρίου 2010 στη νοτιοδυτική Αθήνα. Καθώς η Αθήνα υπέστη μεγάλο πλήγμα από τις φωτιές του 2009, αυτή η ενέργεια θα βοηθήσει στην αποκατάσταση του οικολογικού συστήματος. Με την ενέργεια αυτή οι υπάλληλοι της Marriott

---

<sup>42</sup> Πηγή: <http://www.epr.gr/release/127421/>

δείχνουν την ενεργή συμμετοχή τους στο να κάνουν την Αθήνα να αποκτήσει τους χαμένους πνεύμονες πρασίνου.

Επίσης τον Απρίλιο του 2009 το ξενοδοχείο Athens Ledra Marriott δημιούργησε ένα «πράσινο» πακέτο συνεδρίων που ελαχιστοποιεί τη ζημιά στο περιβάλλον κατά τη διάρκεια των συνεδρίων και των εκδηλώσεων. Το πράσινο πακέτο συνεδρίων χρησιμοποιεί φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, επικεντρώνεται στο διοξείδιο του άνθρακα των προϊόντων που χρησιμοποιεί, μειώνει τα απόβλητα και αυξάνει την ανακύκλωση. Το «πράσινο» πακέτο συνεδρίων του Athens Ledra Marriott θα επεκτείνει το όραμα της Marriott να γίνει ο παγκόσμιος ηγέτης που θα αποδεικνύει πως η υπεύθυνη ξενοδοχειακή επιχείρηση μπορεί να έχει θετική επίδραση για το περιβάλλον και να δημιουργήσει τις οικονομικές ευκαιρίες στις κοινότητες όπου εργαζόμαστε και ζούμε.

### **Aldemar - Πρόγραμμα «Mare Verde»**

Βασικός άξονας της δράσης Κοινωνικής Ευθύνης της Aldemar αποτελεί, από το 2000, το περιβαλλοντικό πρόγραμμα «Mare Verde». Στόχος του προγράμματος είναι η διαφύλαξη και προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και η διαμόρφωση περιβαλλοντικής συνείδησης μέσα από ορθές εταιρικές πρακτικές. Στο πλαίσιο αυτό, η Aldemar, προσφέρει το 2% των ετήσιων εσόδων της στην υποστήριξη των τοπικών κοινωνιών όπου δραστηριοποιείται και οργανώνει προγράμματα αναδάσωσης με τον εθελοντισμό των εργαζομένων της σε συνεργασία με μη κυβερνητικούς οργανισμούς.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με άρθρο που δημοσιεύτηκε το 2009<sup>43</sup>:

-85% των ενεργειακών αναγκών καλύπτεται με τη χρήση ηλιακής ενέργειας  
- 7.010 τμ. ηλιακοί συλλέκτες για εξοικονόμηση ενέργειας - ένα από τα μεγαλύτερα solar fields στην Ευρώπη

- 1.320.000 ευρώ συνολικό κόστος επένδυσης για ηλιακούς συλλέκτες

-2 συστήματα βιολογικού καθαρισμού ανά ξενοδοχείο

-35% ετήσια εξοικονόμηση νερού με τη χρήση βιολογικού καθαρισμού

-40% ετήσια εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας, με χρήση ψυκτών θαλασσινού νερού, για το σύστημα κλιματισμού

-25 στρέμματα γης ποτίζονται με το νερό που εξοικονομείται από το βιολογικό καθαρισμό

-25% των καλοκαιρινών αναγκών σε λαχανικά και φρούτα καλύπτεται από τη φάρμα βιολογικών προϊόντων της Aldemar

Ανακυκλώνονται σε όλες τις μονάδες: 4.500 κιλά χαρτί, 25.000 κιλά γυαλί, 8.000 κιλά μαγειρικό λάδι, 345 κιλά ηλεκτρικά στοιχεία και 230 είδη εξοπλισμού H/Y.

<sup>43</sup><http://www.aldemarhotels.com/blog/el/tag/csr/>

Τέλος το 2014 πήρε την πιστοποίηση ISO14001 από την TUV HELLAS, το πιο αναγνωρισμένο παγκοσμίως, πιστοποιητικό.

Η διοίκηση του Ομίλου Aldemar και οι εργαζόμενοι τόσο των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων στην Κρήτη, τη Ρόδο και τη Δυτική Πελοπόννησο, όσο και των κεντρικών γραφείων, από την πρώτη κιόλας στιγμή βρέθηκαν στο πλευρό των πληγέντων της Πελοποννήσου, διασφαλίζοντας την κατάσταση των εργαζομένων τους και των οικογενειών τους. Ταυτόχρονα, τοποθετώντας τον άνθρωπο πάνω από όλα, η Aldemar παρείχε στέγη σε πυρόπληκτους και διασώστες, καθώς και ιματισμό αλλά και καθημερινή σίτιση σε 500 άστεγους από τα χωριά της περιοχής του Πύργου, τις περιοχές της Ανδρίτσαινα και της Ζαχάρωσ για όσο διάστημα χρειάστηκε.  
Project «Πράσινο Δωμάτιο»

Το «Πράσινο Δωμάτιο» είναι μια καινοτομία η οποία βρίσκεται σε πιλοτική φάση. Η Aldemar είναι μέλος του ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) και του Συμβουλίου Ιδεών & Δράσης, το οποίο παρουσίασε την ιδέα του «Πράσινου Δωματίου» με τη συνέργεια εταιριών στον ξενοδοχειακό κλάδο, κατά τη διάρκεια της έκθεσης XENIA, πριν 3 μήνες. Το «Πράσινο Δωμάτιο» έχει στόχο να αποτελέσει ένα οπτικό ερέθισμα για την κατεύθυνση που μπορούμε και πρέπει να ακολουθήσουμε στις μελλοντικές μας κατασκευές και επεμβάσεις στον χώρο του τουρισμού και αποτελείται από τεχνολογίες και προϊόντα που έχουν στόχο την εξοικονόμηση ενέργειας. Ο χώρος διαιρέθηκε σε τρία τμήματα, ένα μικρό χώρο υποδοχής και ενημέρωσης, ένα χώρο δωματίου και ένα χώρο λουτρού. Το τελευταίο κρίθηκε απαραίτητο μιας και αποτελεί σημαντικότερο πεδίο εφαρμογής πλήθους τεχνολογιών και προϊόντων για την εξοικονόμηση ενεργείας. Το «Πράσινο Δωμάτιο» έχει ιδιαίτερο χαρακτήρα με σκοπό να προσελκύσει το κοινό και να επικοινωνήσει το μήνυμά του. Έτσι έχουν χρησιμοποιηθεί κρύσταλλα για να φαίνονται οι χώροι από τους διαδρόμους, μεγάλες γραφιστικές εφαρμογές και ειδική σήμανση στα σημεία ενδιαφέροντος.

Τέλος, το 2009 ο όμιλος Aldemar, τιμήθηκε με τη σημαντικότερη διάκριση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), το βραβείο καλύτερης «πράσινης» επιχειρηματικής πρωτοβουλίας «THALES Green Award for Excellence 2009».

### **Aldemar Olympian Village**

Το διεθνές βραβείο/Σήμα Ποιότητας **Green Key** του Ιδρύματος Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης (Fee-Foundation for the Environmental Education) απενεμήθη στο ξενοδοχειακό συγκρότημα του Ομίλου Aldemar, “Olympian Village”, στη Σκαφιδιά του Νομού Ηλείας.

Το Aldemar Olympian Village συγκαταλέγεται στις πρώτες ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας μας που βραβεύτηκαν από την Εθνική Επιτροπή Κρίσεων του **Green Key** και αξιολογήθηκαν, έπειτα



από αίτησή τους, ως προς τις περιβαλλοντικές τους πρακτικές, βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων που προβλέπει το πρόγραμμα.

Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αποτελεί δέσμευση για τον Όμιλο Aldemar. Η συνέπεια στην τήρηση των υποσχέσεων του, η ευαισθησία του σε περιβαλλοντικά ζητήματα και οι συνεχείς προσπάθειες για περαιτέρω βελτίωση των οικολογικών πρακτικών του Ομίλου αποτυπώνονται στο πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης “Mare Verde”.

Μέσω του προγράμματος “Mare Verde”, οι ξενοδοχειακές μονάδες του Ομίλου Aldemar και το προσωπικό τους κάθε χρόνο εξοικονομούν και προστατεύουν πολύτιμους φυσικούς πόρους, συμβάλλουν στην καθαριότητα των ακτών και μεταφέρουν το μήνυμα της οικολογικής συνείδησης σε πελάτες, συνεργάτες, προμηθευτές και στην τοπική κοινωνία.<sup>44</sup>

### **Μηλιά Mountain Retreat**

Εδώ και χρόνια αποκαλείται από τις ξένες εφημερίδες «οικολογικός παράδεισος». Αναφέρονται στη Μηλιά, τον αναπαλαιωμένο οικισμό κοντά στο χωριό Βλάτος, που απέχει 55 χλμ. από τα Χανιά και προσφέρει διακοπές μέσα στη φύση, μακριά από τη φασαρία, σε πέτρινα παραδοσιακά σπίτια. Ο οικισμός διαθέτει περιορισμένο ηλεκτρικό ρεύμα από ηλιακή ενέργεια και μία γεννήτρια. Όπως τονίζουν οι υπεύθυνοι του οικισμού, «αυτό δεν ενοχλεί, γιατί μάλλον δεν θα μπορούσε να συμβαίνει και αλλιώς. Αν βεβαίως φοβάστε το σκοτάδι, είναι καιρός να το ξεπεράσετε και σίγουρα θα σας ανταμείψει η βραδινή θέα προς τον ουρανό με τα αμέτρητα αστέρια». Γι’ αυτό άλλωστε και στο site οι υπεύθυνοι της Μηλιάς συμβουλεύουν τους ενδιαφερόμενους να έχουν μαζί τους έναν φακό...

Πολλοί από αυτούς που επιλέγουν για τις διακοπές τους τη Μηλιά, «έρχονται και ξαναέρχονται. Και αρκετοί είναι αυτοί που επιθυμούν οικολογικές διακοπές, κοντά στη φύση. Η μορφή τουρισμού που προσφέρουμε εδώ δεν απευθύνεται σε όλο τον κόσμο. Εδώ θα βρουν ησυχία, ζεστή ατμόσφαιρα» αναφέρει ο κ. Γιώργος Μακράκης<sup>45</sup>, από τους υπεύθυνους του οικισμού.

Ένα από τα ατού της Μηλιάς είναι ότι βρίσκεται κυριολεκτικά μέσα στη φύση: είναι χτισμένη σε πλαγιά βουνού (σε υψόμετρο 500) και γύρω της υπάρχει μεγάλη ποικιλία φυτών και δέντρων. Ανάμεσά τους, καστανιές, χαρουπιές, αγλαδιές, βελανιδιές.

Όσο για τα 13 δωμάτια, σε καμία περίπτωση δεν θυμίζουν ξενοδοχείο αφού πρόκειται για αναπαλαιωμένα αγροτικά σπίτια, φτιαγμένα με πέτρα και ξύλο. Από τον πράσινο οικισμό δεν θα μπορούσε να λείπει το κατάλληλο φαγητό, που παρασκευάζεται με βιολογικές πρώτες ύλες.

Για όσους ενδιαφέρονται και αντέχουν, η Μηλιά προσφέρει τη δυνατότητα να συμμετέχουν στις αγροτικές δουλειές. Δεν υπάρχει συγκεκριμένο πρόγραμμα, άλλωστε οι επισκέπτες έχουν έρθει για

<sup>44</sup>[www.aldemarhotels.com](http://www.aldemarhotels.com)

<sup>45</sup>Πηγή: <http://www.inout.gr/showthread.php?t=42246>

διακοπές και ξεκούραση. Ωστόσο, «όσοι επιθυμούν, μπορούν να μας ακολουθήσουν στις αγροτικές εργασίες που κάνουμε καθημερινά όπως είναι το πότισμα των κήπων, το κόψιμο φρούτων, το άρμεγμα των ζώων» λέει ο κ. Μακράκης.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΈΡΕΥΝΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Για την διεξαγωγή της έρευνας, απο ξενοδοχειακούς παράγοντες, χρησιμοποιήσαμε ερωτηματολόγιο με συνδιασμό ερωτήσεων ανοιχτού και κλειστού τύπου. Πιο συγκεκριμένα, προγραμματίσαμε συναντήσεις με τους υπεύθυνους του τμήματος marketing (εάν υπήρχε, διαφορετικά με τον αμέσως υπεύθυνο), απο διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες της Αθήνας που κυμαίνονται απο 2\* έως 5\*.

Συγκεκριμένα τα ξενοδοχεία που δέχτηκαν να απαντήσουν στις ερωτήσεις μας, είναι τα:

Exarchion Hotel, 2\* - Εξάρχεια

Areos Athens Hotel 3\* - Πεδίον του Άρεως/Βικτώρια

Amalia Hotel, 4\* - Σύνταγμα (Κάτοχος σήματος “Green Key”)

Electra Athens, 4\* - Σύνταγμα

Electra Palace, 5\* - Πλάκα (Κάτοχος σήματος “Green Key”)

Στην προσπάθειά μας να συλλέξουμε τις απαραίτητες πληροφορίες, απευθυνθήκαμε και σε άλλα ξενοδοχεία, όμως δεν μπόρεσαν να μας απαντήσουν, λόγω της αυξημένης τουριστικής κίνησης στη Αθήνα. Η περίοδος της έρευνας ήταν το 1ο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου 2014.

Στόχος της έρευνας ήταν να διαπιστώσουμε κατά πόσο γνωστή είναι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, και κατά πόσο αποτελεί μέρος του οργανογράμματος των επιχειρήσεων. Απο την έρευνα που διεξάγαμε, λοιπόν, παρατηρήσαμε οτι ενώ είναι γνωστός ο ορισμός της Ε.Κ.Ε απο τις περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις, ωστόσο οι υπεύθυνοι δεν την θεωρούν προτεραιότητα, καθώς δεν αποφέρει άμεσο οικονομικό κέρδος.

Ως προς το περιβάλλον, αν εξαιρέσουμε τα Electra Palace και Amalia Hotel, που είναι κάτοχοι του σήματος “Green Key”, οι υπόλοιπες επιχειρήσεις, κάνουν κάποιες μεμονωμένες ενέργειες, χωρίς όμως αυτές να οφείλονται σε κάποιο συγκεκριμένο προγραμματισμό, όπως είναι τα Exarchion Hotel και το Areos Athens Hotel.

Απο την άλλη μεριά το Athens Electra Hotel, ναι μεν κάνει ανακύκλωση χαρτιού, και ανακύκλωση μαγειρικού λαδιού, αλλά δεν το διαφημίζει στους πελάτες του. Η ανακύκλωση χαρτιού γίνεται απο τους ίδιους τους εργαζόμενους της επιχείρησης, και όχι απο τους πελάτες,

καθώς στους χώρους του ξενοδοχείου, δεν υπάρχει κάδος ανακύκλωσης. Ανακύκλωση λαμπτήρων και συσκευών γίνεται από τον ίδιο τον συντηρητή της επιχείρησης.

Άλλες ενέργειες που κάνουν τα Electra Athens και Electra Palace αφορούν την κοινωνική υπευθυνότητα, όπου δίνουν τρόφιμα, ρούχα και έπιπλα σε εθελοντικές οργανώσεις και έχουν αναπτύξει πολιτικές προώθησης ελληνικών προϊόντων.

Οι υπεύθυνοι σχεδόν όλων των ξενοδοχείων, συμφώνησαν πως η Ε.Κ.Ε προσφέρει αναγνώριση και συμπαράσταση από την κοινωνία, αύξηση πωλήσεων καθώς αυξανόμενο κομμάτι του παγκόσμιου πληθυσμού ευαισθητοποιείται στο συγκεκριμένο θέμα με αποτέλεσμα να διαλέγουν ξενοδοχεία τα οποία βοηθάνε σε κοινωνικά θέματα αλλά αυτό το ποσοστό είναι πολύ μικρό πλέον καθώς λόγω κρίσης το πρώτο πράγμα που ενδιαφέρει τους καταναλωτές τουρίστες, είναι οι χαμηλές τιμές.

Σε όλα τα ξενοδοχεία, δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη πολιτική σχετικά με την εκπαίδευση των υπαλλήλων, απλά προσπαθούν να ενημερώνονται για τα σεμινάρια που τους ενδιαφέρουν, ενώ η εξέλιξη των υπαλλήλων τους βασίζεται κυρίως στην απόδοσή τους.

Το Συμπέρασμα λοιπόν της έρευνας είναι ό,τι ενώ γνωρίζουν όλοι την έννοια της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, και κάνουν κάποιες μεμονωμένες ενέργειες, δεν αρκούν για να περιληφθούν στις αρχές της Ε.Κ.Ε. Η ευρωπαϊκή κρίση, και η έντασή της που τη βιώνουμε εδώ στην Ελλάδα, καθιστά απογορευτικές κάποιες δράσεις, για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ο,τι η Ε.Κ.Ε θα ήταν περισσότερο σαν κόστος, παρά ως επένδυση, καθώς τα αποτελέσματα δεν θα φαινονταν άμεσα.

Οφείλουμε να αναφέρουμε, πως όπως φαίνεται από την πρωτογενή και τη δευτερογενή έρευνα της παρούσας πτυχιακής εργασίας, η εννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είχε πολύ δυναμική παρουσία το 2009 και μέχρι σήμερα παραμένει σταθερή. Αναφορές για τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος γίνονται διαρκώς, αλλά περαιτέρω προσπάθειες των τουριστικών επιχειρήσεων όσων αφορά αποκλειστικά την Ε.Κ.Ε παραμένουν στάσιμες και δίνουν περισσότερη βαρύτητα κυρίως στα αναγνωρισμένα πρότυπα ποιότητας όπως τα πιστοποιητικά “Green Key” και “Travelife”.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:**

### **ΒΙΒΛΙΑ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ-ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ:**

#### **ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΑ:**

- Περιοδικό «Τουριστική Αγορά», τεύχος 229, Νοέμβριος 2009
- Γνώμη πρωτοβουλίας της ΟΚΕ, 2008, “Τουρισμός και Περιβάλλον”
- Παπαδόπουλος Κ. Ιορδάνης, 2002“Επιχειρηματική Ηθική – Θεωρία και Εφαρμογές”, Εκδόσεις Ο.Π.Α., Αθήνα
- Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, «Τουριστικό Μάρκετινγκ» 1999, εκδόσεις Interbooks, Ηράκλειο.
- Kotler Philip, Armstrong Gary, 2009, “Εισαγωγή στο Marketing”, εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα
- Σωτ. Καρβούνης, Δημ. Γεωργακέλλος, 2003, «Διαχείριση Περιβάλλοντος, επιχειρήσεις και βιώσιμη ανάπτυξη», εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ, Αθήνα
- Χρήστου Ευαγ., 1999, «Ερευνα Τουριστικής Αγοράς», εκδόσεις interbooks, Αθήνα
- Athens laboratory of research in marketing (ALARM) – Κέντρο Αειφορίας (CSE)
- Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008, Τόμος Γ’, «Τουριστικός Τομέας», Έκδοση για Ε.Α.Π.
- Τσακαρέστου Μπέττυ, 2001 «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα – Θέματα & Προοπτικές - Συνοπτική Έκθεση Αποτελεσμάτων», Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή – 2001, «Πράσινη Βίβλος: Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη» – COM 366 τελικό, Βρυξέλλες
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή – 2002, «Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη» – COM 347 τελικό, Βρυξέλλες
- XeniaNews, Αρ.Φύλλου 8, 2007
- Bonny, Clive & Moon, Chris, 2004, “Ηθική των Επιχειρήσεων – Αντιμέτωποι με το ζήτημα”, The Economist Books, Εκδόσεις Κέρκυρα
- Λυμπερόπουλος Κωνσταντίνος 2006«Μάρκετινγκ Χρηματοπιστωτικών Υπηρεσιών, εξελίξεις – τάσεις – στρατηγικές» εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Περικλής Ν. Λύτρας, 1993,«Τουριστική Ψυχολογία», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Λεωνίδα Σ. Χυτήρης, 2001, «Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- «Χάρτα Δικαιωμάτων & Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών.

## **ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ:**

- William M. Pride, O. C. Ferrell, G. Tomas M. Hult, 2013, «Marketing» international 15th edition, South-Western College Publishing, Boston, U.S.A
- Warren J. Keegan, Mark C. Green, 2008, «Global Marketing» international 4th edition, Pearson /Prentice Hall, Publications, U.S.A.
- World Summit on Sustainable Development 2002– Johannesburg, South Africa

## **ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ:**

- <http://www.kathimerini.gr/278900/article/oikonomia/epixeirhseis/aysthrh-h-nomo8esia-gia-tis-toyristikes-ependyseis>
- <http://sete.gr/GR/KENTRO%20TYPOY/Idisis%20ke%20Anakinosis/?naID=1621>
- [http://www.renewablesb2b.com/data/shared/GR\\_Effizienz\\_01\\_Aristotle\\_University\\_Papadopoulos.pdf](http://www.renewablesb2b.com/data/shared/GR_Effizienz_01_Aristotle_University_Papadopoulos.pdf)
- <http://www.larissa-chamber.gr/Uploads/Files/TANEO/OKE8.pdf>
- <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=578336>
- [http://www.cse-net.org/sites/default/files/cse\\_sustainability\\_report\\_2009\\_0.pdf](http://www.cse-net.org/sites/default/files/cse_sustainability_report_2009_0.pdf)
- <https://www.globalreporting.org/languages/greek/Pages/default.aspx>
- [www.greatplacetowork.gr](http://www.greatplacetowork.gr)
- [www.csreurope.org/toolbox](http://www.csreurope.org/toolbox)
- [www.csr-supplychain.org](http://www.csr-supplychain.org)
- [www.globalcompactnetworkhellas.gr](http://www.globalcompactnetworkhellas.gr)
- <http://www.epistimonikomarketing.gr/i-xarta-tou-seb-os-praksi-kai-paradeigma/>
- <http://www.gatesfoundation.org/>
- <http://www.kathimerini.gr/186437/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/h-etairikh-koinwnikh-ey8ynh-kerdizei-edafos>
- <http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/assets/researchpapers/04-2003.PDF>
- <http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.pyramidofcsr.pdf>
- [http://www.europedia.moussis.eu/books/Book\\_2/5/16/02/?all=1](http://www.europedia.moussis.eu/books/Book_2/5/16/02/?all=1)
- <http://www.larissa-chamber.gr/Uploads/Files/KEE/teyxos6132.pdf>
- [www.un.org/esa/sustdev](http://www.un.org/esa/sustdev)
- [www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr) – Ελληνικό Δίκτυο για την EKE
- [www.meda.gr](http://www.meda.gr)
- [www.qualitynet.gr](http://www.qualitynet.gr)
- [www.cse-net.org](http://www.cse-net.org)
- [www.globalcompactnetworkhellas.gr](http://www.globalcompactnetworkhellas.gr)
- [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)
- [www.eben.gr](http://www.eben.gr)
- [www.instofcom.gr](http://www.instofcom.gr)
- <http://www.edee.gr/institute.html>
- <http://www.plant-management.gr/index.php?id=2377>
- [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- [www.csrhellas.org](http://www.csrhellas.org)
- [www.creurope.org](http://www.creurope.org)
- [www.tovima.gr/default.asp?pid=2&artid=305805&ct=19&dt=20/12/2009](http://www.tovima.gr/default.asp?pid=2&artid=305805&ct=19&dt=20/12/2009)
- [www.citypress.gr](http://www.citypress.gr)
- [www.etasa.gr](http://www.etasa.gr)

- [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
- [www.e-kyklades.gr](http://www.e-kyklades.gr)
- [www.actclick.com](http://www.actclick.com)
- [www.uhc.gr](http://www.uhc.gr)
- [www.morax.gr](http://www.morax.gr)
- [www.eurocharity.org](http://www.eurocharity.org)
- [www.instofcom.gr](http://www.instofcom.gr)
- [www.economist.gr](http://www.economist.gr)
- [www.ecocrete.gr](http://www.ecocrete.gr)
- [www.csreurope.org](http://www.csreurope.org)
- [www.responsibletravel.com](http://www.responsibletravel.com)
- [www.eturbanews.com](http://www.eturbanews.com)
- [www.grateplacetowork.gr](http://www.grateplacetowork.gr)
- [www.accountabilityrating.gr](http://www.accountabilityrating.gr)
- [www.epr.gr](http://www.epr.gr)
- [www.touristnews.gr](http://www.touristnews.gr)
- [www.aidemarhotels.com](http://www.aidemarhotels.com)
- [www.tanea.gr](http://www.tanea.gr)
- [www.eepf.gr](http://www.eepf.gr)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ:

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

**Όνομα Συμμετέχοντα (προαιρετικό):**

**1. Ηλικία**

Κάτω από 25 ετών

25 . 36 ετών

36 . 50 ετών

Πάνω από 50 ετών

**2. Εκπαίδευση**

Πρωτοβάθμια

Δευτεροβάθμια

Τριτοβάθμια

Μεταπτυχιακές σπουδές ή διδακτορικό

Άλλο (διευκρινίστε: )

**3. Θέση στον οργανισμό/επιχείρηση:**

**4. Φύλο**

Άνδρας

Γυναίκα

**5. Χρόνος απασχόλησης στον οργανισμό/ επιχείρηση**

Λιγότερο από 3 μήνες

3-12 μήνες

1-3 χρόνια

Πάνω από 3 χρόνια

**6. Επωνυμία επιχείρησης:**

**7. Εταιρική ιστοσελίδα (site):**

**8. Εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας**

Τοπικό

Εθνικό

Διεθνές

**9. Μέγεθος επιχείρησης σε αριθμό δωματίων:**

**10. Αριθμός υπαλλήλων που απασχολεί** (αν είναι διεθνής ο όμιλος, μας ενδιαφέρουν τα αριθμητικά δεδομένα που αφορούν τη χώρα μας):

**11. Ποιες είναι, κατά την άποψή σας, οι πιο σημαντικές προκλήσεις και προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η τουριστική βιομηχανία, στην Ελλάδα;**

**12. Γνωρίζετε την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης - EKE (Corporate Social Responsibility -CSR);**

Ναι

Όχι

**13. Υπάρχει κάποιος υπεύθυνος στην επιχείρησή σας για θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης;**

Ναι

Όχι

**14. Πόσο δεκτικός πιστεύετε ότι είναι ο ξενοδοχειακός κλάδος στην ανάληψη δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης; Γιατί;**

**15. Τι μπορεί να προσφέρει η εταιρική κοινωνική ευθύνη στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, κατά την άποψή σας;**

**16. Ποιές ενέργειες της επιχείρησής σας πιστεύετε ότι δείχνουν κοινωνική υπευθυνότητα;**

**17. Έχει η επιχείρησή σας κάποια δήλωση της εταιρικής της αποστολής (mission statement);**

Ναι

Όχι

**18. Έχει κάποιο κώδικα επιχειρηματικής ηθικής ή καλής πρακτικής (code of conduct);**

Ναι

Όχι

**19. Σε τι ποσοστό οι υπάλληλοί σας προέρχονται από την τοπική κοινότητα στην οποία λειτουργεί η επιχείρησή σας** (αν έχετε περισσότερες από μία ξενοδοχειακές μονάδες προσδιορίστε συνολικά το ποσοστό για την Ελλάδα, ανάλογα με την εντοπιότητα της εκάστοτε μονάδας και των υπαλλήλων που απασχολεί) % των υπαλλήλων μας προέρχονται από την τοπική/-ες κοινότητα/-ες που λειτουργούμε.

**20. Προσδιορίστε το ποσοστό των αλλοδαπών υπαλλήλων που απασχολούνται στην επιχείρησή σας, σε σχέση με το συνολικό προσωπικό σας.**

**21. Υπάρχει κάποια επιχειρησιακή πολιτική για την πρόσληψη των υπαλλήλων σας; (π.χ. αναφορικά με άτομα ανήκουν σε ευαίσθητες ή κοινωνικά αποκλεισμένες ομάδες, αντικειμενικά κριτήρια και προϋποθέσεις που απευθύνονται σε όλους τους υπαλλήλους κ.ο.κ.)**

Ναι (Διευκρινίστε: )

Όχι

**22. Υπάρχει κάποια πολιτική ως προς την προώθηση ίσων ευκαιριών στην επαγγελματική**

**εξέλιξη των υπαλλήλων σας;**

Ναι (Διευκρινίστε: )

Όχι

**23. Υπάρχει κάποια πολιτική ως προς τη συνεχή εκπαίδευση και επιμόρφωση των εργαζόμενων;**

Ναι (Διευκρινίστε: )

Όχι

**24. Υιοθετούνται ειδικά μέτρα για τη διασφάλιση της υγείας και την ασφάλεια των υπαλλήλων σας;**

Ναι (Διευκρινίστε: )

Όχι

**25. Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο περιβαλλοντικό πρότυπο (πχ. ISO14000, EMAS, CERES κλπ);**

Ναι (Διευκρινίστε ποιο: )

Όχι

**26. Εφαρμόζει η επιχείρησή σας κάποιο πρότυπο υγιεινής και ασφάλειας;**

Ναι

Όχι

**27. Αναλαμβάνει η επιχείρησή σας κάποιες από πρωτοβουλίες και δράσεις στα παρακάτω πεδία;**

Υποστήριξη τοπικών ή εθνικών εθελοντικών οργανισμών

Υποστήριξη περιβαλλοντικών οργανώσεων

Φιλανθρωπίες και έρανοι

Χορηγίες

Ανακύκλωση

Συμμετοχή σε διεθνή ή εθνικά περιβαλλοντικά προγράμματα

Χρήση βιολογικών προϊόντων

Χρήση προϊόντων που παράγονται από την τοπική κοινότητα στην οποία λειτουργεί

Έκδοση ή/και διανομή φυλλαδίων ευαισθητοποίησης για το περιβάλλον

Συμμετοχή προσωπικού/διοίκησης σε σεμινάρια και συνέδρια για θέματα περιβάλλοντος και βιώσιμης ανάπτυξης

Τουριστικά πακέτα για συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού (ηλικιωμένοι, άτομα με αναπηρίες κ.ο.κ.)

Συμμετοχή στα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού

Ενημέρωση τουριστών για την ανάγκη προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί

Δεν πραγματοποιεί καμιά δράση σε σχέση με το περιβάλλον ή κοινωνικά θέματα

**28. Ποια είναι τα κίνητρα που επηρέασαν (ή πρόκειται να επηρεάσουν) την ανάμειξη της επιχείρησής σας σε περιβαλλοντικές και κοινωνικές δράσεις;**

Προσωπικές πεποιθήσεις των ιδιοκτητών/της διεύθυνσης

Ηθικοί επιχειρηματικοί κώδικες του οργανισμού

Επαγγελματικοί κώδικες συμπεριφοράς για τον τομέα του τουρισμού

Νομικές δεσμεύσεις

Διεθνείς εταιρικές πολιτικές

Εταιρική φήμη

Απαιτήσεις πελατών

Απαιτήσεις μετόχων

Πρωτοβουλίες και προτάσεις υπαλλήλων

Κοινωνικές ανάγκες

Έχει γίνει μόδα

Ανταγωνισμός μεταξύ εταιριών, κυρίως αυτών που έχουν ανάλογα προγράμματα

Φορολογικές ελαφρύνσεις



Για το 2014, οι 158 βραβευμένες, με το “GREEN KEY”,  
ξενοδοχειακές μονάδες, είναι:

**Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (2)**

**Δράμα:**

**-JENNIFER HOTEL**

<http://www.hotel-jennifer.com>

**Θάσος**

**-ATRIUM HOTEL THASSOS** (Ποτός Θάσου)

<http://www.atriumthassos.gr>

**Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (20)**

**Θεσσαλονίκη:**

**ASTORIA HOTEL:**

<http://www.astoriathessaloniki.com/>

**CITY HOTEL:**

<http://www.cityhotel.gr>

**THE EXCELSIOR:**

<http://www.cityhotel.gr>

**Σέρρες:**

**-CHATEAUX CONSTANTIN** (Αγγιστρο Σερρών):

<http://www.toarchontikotoukosti.gr>

**Χαλκιδική:**

**AGIONISSI RESORT** (Αμολιανή):

<http://www.agionissiresort.com>

**AKRATHOS BEACH HOTEL - MEDITERRANEAN  
RESORT** (Ουρανούπολη):

<http://www.akrathos-hotel.gr>

**ALEXANDER THE GREAT BEACH HOTEL**

(Κρυπηγή Κασσάνδρας):

<http://www.alexanderthegreatbeachhotel.com>

**ANTHEMUS SEA BEACH HOTEL & SPA** (Νικιτή  
Σιθωνίας):

<http://www.anthemussea.gr>

**EAGLES PALACE HOTEL & SPA** (Ουρανούπολη):

<http://www.eaglespalace.gr>

**KASSANDRA PALACE** (Κρυοπηγή Κασσάνδρας):

<http://www.kassandra-palace.gr>

**MELITON BEACH - PORTO CARRAS – G.R.** (Νέος  
Μαρμαράς):

<http://www.portocarras.com>

**OCEANIA CLUB** (Νέα Μουδανιά):

<http://www.oceaniacub.gr>

**PORTO SANI VILLAGE** (Σάνη Κασσάνδρας):

<http://www.saniresort.gr>

**RAHONI CRONWELL PARK HOTEL** (Νέα Σκιώνη):

<http://www.rahoni.gr>

**SANI ASTERIAS SUITES** (Σάνη):

<http://www.saniresort.gr>

**SANI BEACH CLUB** (Σάνη)

<http://www.saniresort.gr>

**SANI BEACH HOTEL** (Σάνη):

<http://www.saniresort.gr>

**SITHONIA BEACH - PORTO CARRAS – G.R.** (Νέος  
Μαρμαράς):

<http://www.portocarras.com>

**VILLA GALINI - PORTO CARRAS RESORT** (Νέος

**XENIA OURANOUPOLIS** (Ουρανούπολη):

Μαρμαράς):  
<http://www.portocarras.com>

<http://www.xeniaouranoupolis.com>

#### **Περιφέρεια Ηπείρου (7)**

##### **Ιωάννινα:**

-MONOPATIA MOUNTAIN RESORT (Άνω Πεδινά - Κεντρικό Ζαγόρι ):  
<http://www.monopatiaresort.gr>

-MIKRO PAPIGO 1700 - HOTEL AND SPA (Ζαγοροχώρια):  
<http://www.mikropapigo.gr>

##### **Πρέβεζα:**

DALUZ BOUTIQUE HOTEL (Ψαθάκι):  
<http://www.daluzaparthotel.gr>

DIONI BOUTIQUE HOTEL (Πρέβεζα):  
<http://www.boutiquehoteldioni.gr>

MARGARONA ROYAL HOTEL (Πρέβεζα):  
<http://www.amaliahotels.com>

PARGA BEACH RESORT (Πάργα):  
<http://www.pargabeachhotel.gr>

PREVEZA CITY HOTEL (Πρέβεζα):  
<http://www.prevezacity.gr>

#### **Περιφέρεια Θεσσαλίας (4)**

##### **Λάρισα:**

-PARK HOTEL (Λάρισα):  
<http://www.parkhotellarisa.gr>

##### **Σκιάθος:**

-SKIATHOS PALACE (Κουκουναριές):  
<http://www.skiathos-palace.gr>

-SKIATHOS PRINCESS ELIZABETH (Παραλία Αγίας Παρασκευής):  
<http://www.santikoshotels.com>

##### **Σκόπελος**

-SKOPELOS VILLAGE SUITE HOTEL (Σκόπελος):  
<http://www.skopelosvillagehotel.com>

#### **Περιφέρεια Ιονίων Νήσων (14)**

##### **Ζάκυνθος:**

BEST WESTERN ZANTE PARK (Λαγανάς):  
<http://www.zanteparkhotels.travel>

CASTELLI HOTEL (Άγιος Σώστης – Λαγανάς):  
<http://www.castellihotel.com>

DIANA PALACE HOTEL (Αργάσι):  
<http://www.dianahotels.gr>

ELEON GRAND RESORT AND SPA (Τραγάκι):  
<http://www.eleon-grand-resort.gr>

FILOXENIA HOTEL (Τσιλιβή):  
<http://www.dianahotels.gr>

GALAXY HOTEL (Λαγανάς):  
<http://www.zanteparkhotels.travel>

### **Κέρκυρα:**

**CORFU APARTMENTS BY THE BEACH** (Νησάκι):  
<http://www.nissaki-corfú.com>

**CORFU CHANDRIS** (Δασιά):  
<http://www.chandris.gr>

**KONTOKALI BAY RESORT & SPA** (Κοντόκαλι):  
<http://www.kontokalibay.com>

**MARBELLA CORFU HOTEL** (Αγ.Ιωάννης  
Περιστερών):  
<http://www.marbella.gr>

**SEABIRD HOTEL** (Μωραϊτικά Μελιτειέων):  
<http://www.seabirdhotel.gr>

### **Κεφαλονιά:**

**-SKINOS ILIVATOS BOUTIQUE - ECO VILLA** (Χαβριάτα):  
<http://www.skinos-ilivatos.gr>

**-IDEALES RESORT** (Μουσάτα):  
<http://www.IdealesResort.gr>

### **Λευκάδα:**

**-PORTO GALINI HOTEL** (Νικιάνα):  
<http://www.portogalini.gr>

### **Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (3)**

#### **Ηλεία:**

**-ALDEMAR OLYMPIAN VILLAGE** (Σκαφιδιά):  
<http://www.aldemarhotels.com>

**- GRECOTEL OLYMPIA RIVIERA RESORT** (Κάστρο Κυλλήνης):  
<http://www.grecotel.gr>

**-KYLLINI BEACH RESORT** (Κάστρο Κυλλήνης):  
<http://www.kyllinibeach.com>

### **Περιφέρεια Πελοποννήσου (4)**

#### **Αργολίδα:**

**-AMALIA NAUPLIA HOTEL** (Ναύπλιο):  
<http://www.amaliahotels.com>

#### **Κορινθία:**

**CLUB HOTEL CASINO LOUTRAKI** (Λουτράκι):  
<http://www.clubhotelloutraki.gr>

**DAPHNE'S CLUB HOTEL APARTMENTS** (Συκιά-  
Ξυλόκαστρο):  
<http://www.daphnesclub.com>

**VILLA ARMONIA** (Λίμνη Βουλιαγμένης – Λουτράκι):  
<http://villa-armonia.com>

**THE WESTIN RESORT - COSTA NAVARINO** (Nav-  
arino Dunes):  
<http://www.costanavarino.com>

## Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας (8)

### Εύβοια:

**ARGO HOTEL – STUDIOS** (Άγιοι Απόστολοι – Πετριές):  
<http://www.argoevia.gr>

**ELEONAS** (Ροβιές):  
<http://www.eleonashotel.com>

**MIRAMARE HOTEL ERETRIA** (Ερέτρια):  
<http://www.miramare-eretria.gr>

**MIRAMARE HOTEL ERETRIA CONFERENCE CENTER** (Ερέτρια):  
<http://www.miramare-eretria.gr>

**NEGREPONTE RESORT ERETRIA** (Ερέτρια):  
<http://www.negroponteresort.gr>

**NEGREPONTE RESORT ERETRIA CONFERENCE CENTER** (Ερέτρια):  
<http://www.negroponteresort.gr>

**THALATTA SEASIDE HOTEL** (Παραλία Αγίας Άννας):  
<http://www.thalattahotel.gr>

### Ευρυτανία:

**-NINEMIA BUNGALOWS RESORT** (Ποταμιά – Καρπενήσι)  
<http://www.ninemia.gr>

## Περιφέρεια Αττικής (10)

### Αθήνα:

**AMALIA ATHENS HOTEL** (Αθήνα):  
<http://www.amaliahotels.com>

**ATHENAEUM INTERCONTINENTAL** (Αθήνα):  
<http://www.athens.intercontinental.com>

**ELECTRA PALACE** (Αθήνα):  
<http://www.electrahotels.gr>

**GRANDE BRETAGNE** (Αθήνα):  
<http://www.grandebretagne.gr>

**HILTON ATHENS** (Αθήνα):  
<http://www.hiltonathens.gr>

**KING GEORGE** (Αθήνα):  
<http://www.grandebretagne.gr>

**NEW HOTEL** (Αθήνα):  
<http://www.yeshotels.gr/category/hotels/newhotel/>

### Ανατολική Αττική:

**- ARION, A LUXURY COLLECTION RESORT & SPA/ASTIR PALACE ATHENS**  
(Βουλαγαμένη): <http://www.luxurycollection.com/arion>

**-THE WESTIN ATHENS - ASTIR PALACE BEACH RESORT** (Βουλαγαμένη): <http://www.westinathens.com>

**-GRAND RESORT LAGONISSI** (Λαγονήσι):  
<http://www.grandresort.gr>

## Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (14)

### Άνδρος:

**-ANEROUSSA BEACH HOTEL** (Μπατσι):  
<http://www.aneroussabeach.gr>

### **Μύκονος:**

-APHRODITE BEACH RESORT & HOTEL (Καλαφάτης):

<http://www.aphrodite-mykonos.com>

-ROCABELLA ART HOTEL MYKONOS (Αγ. Στέφανος):

<http://www.rocabella.gr>

### **Ρόδος:**

ALDEMAR PARADISE MARE (Ρένη Κοσκινού):

<http://www.aldemarhotels.com>

ELYSIUM RESORT & SPA (Καλλιθέα):

<http://www.elysium.gr>

SUN BEACH APARTMENTS (Ιαλυσός):

<http://www.sunbeach-rhodes.gr>

ELECTRA PALACE RESORT (Παραλία Ιαλυσός):

<http://www.greeknature.org/www.electrahotels>

MELENOS – LINDOS (Λίνδος):

<http://www.melenoslindos.com>

SUN BEACH HOTEL RESORT (Ιαλυσός):

<http://www.sunbeach-rhodes.gr>

### **Σαντορίνη:**

-ROCABELLA SANTORINI RESORT & SPA (Σαντορίνη):

<http://www.rocabella.gr>

### **Σίφνος:**

-KAMPOS HOME (Σίφνος):

<http://www.kamposhome.gr>

-NYMFES HOTEL (Σίφνος):

<http://www.nymfes.gr>

### **Σύρος:**

-VENTOURA STUDIOS & APARTMENTS (Γαλησάς):

<http://www.syrosventoura.com>

### **Τήνος:**

-PORTO RAPHAEL (Άγιος Ιωάννης):

<http://www.portoraphael.gr>

## **Περιφέρεια Κρήτης (71)**

### **Ηράκλειο:**

AKROGIALI BEACH HOTEL & APARTMENTS –  
MALIA (Μάλια):

<http://www.akrogiالي-hotel.gr>

ALDEMAR KNOSSOS ROYAL (Ανισσαράς  
Χερσόνησος):

<http://www.aldemarhotels.com>

APOLLONIA BEACH HOTEL RESORT & SPA  
(Αμμουδάρα):

<http://www.cyanhotels.com>

CANDIA MARIS RESORT & SPA (Αμμουδάρα):

<http://www.candiamaris.gr>

FODELE BEACH & WATER PARK HOLIDAY RE-

ALDEMAR CRETAN VILLAGE (Ανισσαράς  
Χερσόνησος):

<http://www.aldemarhotels.com>

ALDEMAR ROYAL MARE (Ανισσαράς Χερσόνησος):

<http://www.aldemarhotels.com>

AQUILA ATLANTIS HOTEL (Ηράκλειο):

<http://www.aquilahotels.com>

CRETA MARIS BEACH RESORT (Λιμένας  
Χερσονήσου):

<http://www.maris.gr>

LYTTOS BEACH (Ανισσαράς Χερσονήσου):

**SORT** (Φόδελε Μαλεβίζου):  
<http://www.fodelebeach.gr>

<http://www.lyttosbeach.gr>

**MALIA BEACH HOTEL** (Μάλια Χερσόνησος):  
<http://www.maliabeach.gr>

**NANA BEACH ALL INCLUSIVE RESORT**  
(Χερσόνησος):  
<http://www.nanabeach.gr>

**SANTA MARINA RESORT** (Αμμουδάρα):  
<http://www.cyanhotels.com>

**THE VILLAGE HEIGHTS GOLF RESORT** (Ανο  
Χερσόνησος):  
<http://www.villageheights.gr>

**THE VILLAGE HOLIDAY CLUB – KOUTOULOU-  
FARI** (Χερσόνησος):  
<http://www.koutouloufarivillage.gr>

#### **Λασιθι:**

**AQUILA ELOUNDA VILLAGE** (Πηγαδάκια Ελούντα):  
<http://www.aquilahotels.com>

**BIG BLUE APARTMENTS-STUDIOS** (Μύρτος  
Ιεράπετρα):  
<http://www.big-blue.gr>

**DAIOS COVE LUXURY RESORT & VILLAS**  
(Κριτσά - Άγιος Νικόλαος):  
<http://www.daioscove.com>

**DESSOLE HERMES HOTEL** (Αγ. Νικόλαος):  
<http://www.iberostar.com>

**EL GRECO HOTEL IERAPETRA** (Ιεράπετρα):  
<http://www.elgreco-ierapetra.gr>

**ELOUNDA AQUA SOL RESORT** (Πηγαδάκια  
Ελούντα):  
<http://www.aquasolhotels.com>

**MOHLOS VILLAS** (Μόχλος Σητείας):  
<http://www.mohlos.com>

**ROBINSON CLUB KALIMERA KRITI HOTEL &  
VILLAGE RESORT** (Σίσι):  
<http://www.robinson-hellas.gr>

**SITIA BEACH CITY RESORT & SPA** (Σητεία):  
<http://www.cyanhotels.com>

#### **Ρέθυμνο:**

**AQUILA PORTO RETHYMNO** (Ρέθυμνο):  
<http://www.aquilahotels.com>

**AQUILA RITHYMNA BEACH HOTEL** (Αδελιανός  
Κάμπος):  
<http://www.aquilahotels.com>

**ATLANTIS BEACH HOTEL** (Ρέθυμνο):  
<http://www.atlantisbeach.gr>

**ATRIUM HOTEL** (Ρέθυμνο):  
<http://www.atrium.reth.gr>

**AXOS HOTEL** (Πλατανιάς):  
<http://www.axos-hotel.gr>

**BALI PARADISE BEACH HOTEL** (Μπαλί  
Μυλοποτάμου):  
<http://www.baliparadise.gr>

**BIO HOTEL SUITES** (Ρέθυμνο):  
<http://www.biohotel.gr>

**CRETA ROYAL HOTEL - AEGEAN STAR HOTELS**  
(Σκαλέτα):  
<http://www.aegeanstar.com>

**CRETA STAR HOTEL - AEGEAN STAR HOTELS**  
(Σκαλέτα):  
<http://www.aegeanstar.com>

**FILION SUITES RESORT & SPA** (Μπαλί  
Μυλοποτάμου):  
<http://www.filionhotel-crete.gr>

**GRECOTEL CRETA PALACE** (Ρέθυμνο):  
<http://www.grecotel.com>

**IBEROSTAR CRETA MARINE HOTEL** (Πάνορμος):  
<http://www.iberostar.com>

**IBISCOS GARDEN HOTEL** (Ρέθυμνο):  
<http://www.ibiscos.gr>

**ILIOS BEACH HOTEL – APARTMENTS** (Ρέθυμνο):  
<http://www.ilioshotel.gr>

**KYMA BEACH HOTEL** (Ρέθυμνο):  
<http://www.ok-rethymno.gr>

**MINOS MARE HOTEL** (Πλατανιάς):  
<http://www.minosmare.gr>

**OLYMPIC II HOTEL APARTMENTS** (Ρέθυμνο):  
<http://www.olympic-hotels-crete.com>

**RETHYMNO MARE HOTELS** (Σκαλέτα Πρίνος, Ρέθυμνο):  
<http://www.rethymnomare.gr>

**THEARTEMIS PALACE** (Ρέθυμνο):  
<http://www.theartemis.gr>

**HOTEL KRITI BEACH** (Ρέθυμνο):  
<http://www.OK-rethymno.gr>

**IBEROSTAR CRETA PANORAMA & MARE HOTEL** (Πάνορμος):  
<http://www.iberostar.com>

**IDEON HOTEL** (Ρέθυμνο):  
<http://www.hotelideon.gr>

**KIRKI VILLAGE** (Πάνορμος):  
<http://www.kirkivillage.com>

**MARELINA VILLAS** (Πάνορμος):  
<http://www.marelina-villas.gr>

**MINOS MARE ROYAL HOTEL** (Πλατανιάς):  
<http://www.minosmare.gr>

**OLYMPIC PALLADIUM** (Ρέθυμνο):  
<http://www.olympic-hotels-crete.com>

**STERIS BEACH HOTEL APARTMENTS** (Ρέθυμνο):  
<http://www.hotel.steris.gr>

### ***Χανιά:***

**ALIANTHOS SUITES** (Χανιά):  
<http://www.alianthos-suites.gr/>

**ATRION SUITES** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.hotelatrion.com>

**BEST WESTERN KALYVES BEACH HOTEL**  
(Καλύβες Αποκορώνου):  
<http://www.kalyvesbeach.com>

**CORISSIA BEACH** (Γεωργιούπολη Χανίων):  
<http://www.corissia.com>

**ELOTIS SUITES HOTEL** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.elotis.com>

**INDIGO MARE APARTMENTS** (Πλατανιάς):  
<http://www.indigomare.gr>

**MENIA BEACH HOTEL** (Πλατανιάς):  
<http://www.lgh.gr/en/menia/welcome.aspx>

**MINOS VILLAGE HOTEL** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.minosvillage.gr>

**RANIA BEACH HOTEL – APARTMENTS**  
(Πλατανιάς):

**ATRION HOTEL** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.hotelatrion.com>

**ATRION VILLAGE** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.hotelatrion.com>

**CAVO SPADA LUXURY RESORT & SPA** (Ραπαϊνανιά - Κολυμβάρι Χανίων):  
<http://www.cavospada.gr>

**CORISSIA PRINCESS** (Γεωργιούπολη Χανίων):  
<http://www.corissia.com>

**GRAND BAY BEACH RESORT** (Κολυμβάρι Χανίων):  
<http://www.grandbay.gr>

**KIANI BEACH RESORT** (Καλύβες Αποκορώνου):  
<http://www.kianibeach.com>

**MINOA PALACE RESORT & SPA** (Πλατανιάς):  
<http://www.minoapalace.gr>

**PORTO PLATANIAS - BEACH RESORT & SPA**  
(Πλατανιάς):  
<http://www.portoplatanias.gr>

**SANTA MARINA BEACH** (Αγία Μαρίνα):

<http://www.rania-hotel.com>

**SANTA MARINA PLAZA** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.santamarina-plaza.gr>

<http://www.santamarina-hotel.gr>

**STEFAN VILLAGE** (Αγία Μαρίνα):  
<http://www.stefanvillage.com>

**ΠΗΓΗ:** Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης (ΕΕΕΠ): <http://bit.ly/1xPjtqH>

### **Πιστοποιήσεις TRAVELIFE.**

Το σύστημα Travelife για Ξενοδοχεία υποστηρίζει τα τουριστικά καταλύματα με γνώσεις και με τα μέσα για να βελτιώσουν τη βιωσιμότητά τους. Ανταποκρινόμενα στα κοινωνικά και περιβαλλοντικά πρότυπα, επωφελούνται από την εξοικονόμηση δαπανών και κερδίζουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, προωθώντας την επιχείρησή τους με μία διάκριση Travelife για τα καταλύματα. Ηγετικές επιχειρήσεις διοργάνωσης οργανωμένων ταξιδιών, όπως η TUI, η Thomas Cook, η Virgin Holidays και η Kuoni, εφαρμόζουν ήδη το Travelife.

Το Travelife προσφέρει μία σταδιακή προσέγγιση προς τη βιωσιμότητα, συνδεδεμένη με διαφορετικές κατηγορίες μελών. Το κάθε στάδιο, αποκτά το δικό του Βραβείο από την εταιρία Travelife, και λειτουργούν ως αναγνωριστικά σήματα (όπως με κάθε σήμα ποιοτικού ελέγχου).

Αυτά είναι:

-Στάδιο 1: Bronze Award - Δεσμευμένος στο Travelife

-Στάδιο 2: Silver Award - Συνεργάτης Travelife

-Στάδιο 3: Gold Award - Πιστοποιημένος από το Travelife

### **Πρότυπα και κριτήρια:**

**EMASIII** - Το Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου.

**ISO 14001** - Περιβαλλοντική διαχείριση.

**UNEP** - Εγχειρίδια για την πρωτοβουλία των επιχειρήσεων διοργάνωσης οργανωμένων ταξιδιών και τη διαχείριση της προμηθευτικής αλυσίδας.

**GRI** - Παγκόσμια Πρωτοβουλία Αναφοράς, παράρτημα για τον τουρισμό.

**GSTC** - Παγκόσμια Κριτήρια για τον Βιώσιμο Τουρισμό.

**OECD** - Κατευθυντήριες Γραμμές για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις.

**ISO 26000** - Κατευθυντήριες γραμμές και αρχές για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Το πρότυπο βοηθάει τις επιχειρήσεις, να διαχειριστούν ολόκληρο το φάσμα των θεμάτων και ζητημάτων βιωσιμότητας (με βάση το Παγκόσμιο Συμβούλιο για τον Βιώσιμο Τουρισμό - GSTC) και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ISO 26000):

Διαχείριση του νερού και των αποβλήτων

Εργασιακές πρακτικές

Σχέσεις κοινοτήτων

Πολιτιστικές επιπτώσεις

Δίκαιες επιχειρηματικές πρακτικές

Ενεργειακή απόδοση και εξοικονόμηση

Εκπομπές αερίων θερμοκηπίου

Ανθρώπινα δικαιώματα

Διατήρηση του οικοσυστήματος

Υγεία και ασφάλεια

Προστασία πελατών

Περισσότερα από 200 κριτήρια και μετρήσεις Travelife περιλαμβάνουν όλους τους σχετικούς τομείς διαχείρισης μιας ταξιδιωτικής επιχείρησης.

### **Ξενοδοχειακές μονάδες βραβευμένες από το Travelife:**

<b>GOLD AWARDS:</b>	
Sani Beach Hotel & Spa – Κασσάνδρα, Χαλκιδικής <a href="http://www.saniresort.gr">www.saniresort.gr</a>	Atlantica Princess Hotel – Ιαλυσσός, Ρόδος <a href="http://www.atlantichotels.com">www.atlantichotels.com</a>



Mythos Beach Resort – Αφάντου, Ρόδος <a href="http://www.aquasolhotels.com">www.aquasolhotels.com</a>	Atlantica Caldera Palace-Sensatori Resort - Χερσόνησος, Κρήτη <a href="http://www.atlanticahotels.com">www.atlanticahotels.com</a>
SENTIDO Port Royal Villas & Spa – Κολυμπιά, Ρόδος <a href="http://www.portroyal.gr">www.portroyal.gr</a>	Porto Sani Village – Κασσάνδρα, Χαλκιδική <a href="http://www.saniresort.gr">www.saniresort.gr</a>
Agapi Beach – Αμμουδάρα, Ηράκλειο – Gold Award. <a href="http://www.agapibeach.gr">www.agapibeach.gr</a>	Nana Beach Hotel – Χερσόνησος, Κρήτη <a href="http://www.nanabeach.gr">www.nanabeach.gr</a>
Oceania Club – Νέα Μουδανιά, Χαλκιδική – Gold Award. <a href="http://www.oceaniaclub.gr">www.oceaniaclub.gr</a>	Atlantica Aegean Park – Κολυμπιά, Ρόδος <a href="http://www.atlanticahotels.com">www.atlanticahotels.com</a>
Kassandra Bay hotel – Κασσάνδρα, Χαλκιδική <a href="http://www.kassandrabay.com">www.kassandrabay.com</a>	Sani Asterias Suites – Κασσάνδρα, Χαλκιδική <a href="http://www.saniresort.gr">www.saniresort.gr</a>
Atlantica Caldera Palace-Sensatori Resort – Χερσόνησος, Ηράκλειο <a href="http://www.atlanticahotels.com">www.atlanticahotels.com</a>	Aquila Elounda Village – Ελούντα, Κρήτη <a href="http://www.aquilahotels.com">www.aquilahotels.com</a>
Grecotel el Greco Resort – Ρέθυμνο <a href="http://www.thewhitepalace.com">www.thewhitepalace.com</a>	Aquila Rithymna Beach Award. <a href="http://www.aquilahotels.com">www.aquilahotels.com</a>
Olympia Golden Beach Resort & Spa – Κυλλήνη <a href="http://www.ogb.gr">www.ogb.gr</a>	
<b>SILVER AWARDS:</b>	
Orion Hotel – Αδελιανός Κάμπος, Ρέθυμνο <a href="http://www.orionhotelcrete.com">www.orionhotelcrete.com</a>	Blue Palace Resort and Spa - Ελούντα, Κρήτη <a href="http://www.bluepalace.gr">www.bluepalace.gr</a>
Palazzo Del Mare – Μαρμάρι, Κως <a href="http://www.bluelagoongroup.com">www.bluelagoongroup.com</a>	Blue Lagoon Village – Κως <a href="http://www.bluelagoongroup.com">www.bluelagoongroup.com</a>
<b>BRONZE AWARDS:</b>	
Pefkos Village Resort – Ρόδος <a href="http://www.pefkosvillageresort.gr">www.pefkosvillageresort.gr</a>	Pefkos Village Resort - Πεύκοι, Ρόδος <a href="http://www.pefkosvillageresort.gr">www.pefkosvillageresort.gr</a>
Neptune Hotels Resort, Convention Centre & Spa – Μαστιχάρι, Κως – Bronze Award. <a href="http://www.neptune.gr">www.neptune.gr</a>	