



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

**Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. Η  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ 5  
ΑΣΤΕΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

---

Εισηγητής: Αθανάσιος Νάτσης, Αριθμός μητρώου:855

Επιβλέπων: Νικόλαος Τριχάς

©2013



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE**

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS**

**DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING**

---

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN TOURIST  
ENTERPRISES. THE CASE OF 5-STAR HOTELS IN  
GREECE**

---

**DIPLOMA THESIS**

Student : ATHANASIOS NATSIS, A.M.855

Supervisor : NIKOLAOS TRIHAS

**<2013>**

**Υπεύθυνη Δήλωση** : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας, είναι η ανάλυση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) καθώς και η διερεύνηση εφαρμογής της σε ξενοδοχειακές μονάδες πέντε αστέρων στην περιοχή της Αττικής. Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε για την επίτευξη του στόχου αυτού, χρησιμοποιεί ένα ερωτηματολόγιο βάσει του οποίου πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις σε βάθος με τα αρμόδια στελέχη των ξενοδοχειακών μονάδων.

Λέξεις Κλειδιά: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πρακτικές ΕΚΕ, ποιοτική και ποσοτική έρευνα, ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων, Ελλάδα.

## **ABSTRACT**

The aim of this diploma thesis is the analysis of the term, Corporate Social Responsibility and to explore with what way it is applied in five-star hotels at the region of Athens. The methodology used to achieve this goal, is a questionnaire, in order to be more precise, in-depth interviews with the managers of the hotels.

**KEY TERMS:** Corporate Social Responsibility (CSR), applied areas of CSR, quality and quantity research methods, 5-star hotels, Greece.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	i
ABSTRACT .....	ii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ .....	7
2.1. Οι ορισμοί της Ε.Κ.Ε.....	7
2.2. Ιστορική Αναδρομή της Ε.Κ.Ε.....	9
2.3. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα .....	11
2.3.1. Ιδρυτική Διακήρυξη .....	12
2.3.2. Στόχοι και Προτεραιότητες Δικτύου .....	15
2.4. Σύντομη αναφορά σε εταιρικές μη-χρηματοοικονομικές εκθέσεις.....	18
2.5. Οφέλη της Ε.Κ.Ε. ....	19
2.6. Η εκπαίδευση στα ζητήματα αειφορίας στον ξενοδοχειακό κλάδο .....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Ε.Κ.Ε.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Η Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	32
6.1. Ορισμός της Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας .....	32
6.1.1. Ορισμός της Ποσοτικής Έρευνας.....	32
6.1.2 Ορισμός της Ποιοτικής Έρευνας.....	33
6.2. Μεθοδολογία Έρευνας.....	34
6.3. Ανάλυση Ερωτηματολογίου-Οδηγού συνέντευξης.....	36
6.4. Περιορισμοί Έρευνας .....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	40
7.1. Η επίδοση στο περιβάλλον .....	40
7.2. Η επίδοση στους εργαζόμενους.....	40

7.3. Η επίδοση στην κοινωνία .....	41
7.4. Η επίδοση στον πολιτισμό.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	45
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ-ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	48

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ασχολείται με την ενσωμάτωση των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών προβληματισμών στις επιχειρηματικές στρατηγικές και πρακτικές. Σύμφωνα με τη συνομοσπονδία του Ηνωμένου Βασιλείου της Βρετανικής βιομηχανίας υποστηρίζεται ότι «η Ε.Κ.Ε. είναι πολύ υποκειμενική και σαν αποτέλεσμα δεν επιτρέπει την εφαρμογή ενός ορισμού.» Παρ' όλα αυτά διάφορες οργανώσεις έχουν δώσει κάποιους ορισμούς οι οποίοι έχουν γίνει κοινά αποδεκτοί. (Jones et. al., 2006; Zhen-Yu Zhao, et. al., 2012)

Παρατηρείται ότι η ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υπήρχε από πολύ παλιά με τις επιχειρήσεις να εναντιώνονται σε κοινωνικούς στόχους επικαλούμενες συνήθειες του Μεσαίωνα. Όσον αφορά τις εκθέσεις Ε.Κ.Ε. (Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης) έχουν εντοπιστεί τρεις φάσεις, όπου η πρώτη χρονολογείται στις αρχές της δεκαετίας του '70 όπου επικεντρωνόταν στα περιβαλλοντικά ζητήματα, αλλά εκείνα που δεν συνδέονταν με την εταιρική απόδοση. Η δεύτερη φάση ήταν στα τέλη της δεκαετίας του '80 όπου εισήχθη ο κοινωνικός έλεγχος όπου οι εταιρείες ελέγχονταν στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε σχέση με τις κοινότητες, τους εργαζομένους, τους πελάτες τους προμηθευτές και τους επενδυτές. Τέλος, η τρίτη φάση χρονολογείται από τα τέλη του '90 με την ενίσχυση του κοινωνικού ελέγχου με την εισαγωγή προτύπων. (Jones et. al., 2006)

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα παρουσιαστούν αρχικά κάποιες βασικές έννοιες για την Ε.Κ.Ε καθώς και συναφείς όροι. Μέσα από τη βιβλιογραφική έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε και απέδωσε απαντήσεις σε ερωτήματα όπως είναι «υπάρχουν σημαντικές διαφορές όσον αφορά τη φύση και την έκταση των εκθέσεων σε θέματα που αφορούν ημερήσιες διατάξεις της Ε.Κ.Ε.», «υπάρχει σαφής και σταθερή έμφαση στο περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια καθώς και στον ανθρώπινο παράγοντα;» κλπ

Σε επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν οι ορισμοί τόσο της ίδιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης όσο και των συναφών όρων της και εν συνεχεία θα γίνει μια σύντομη αναφορά στην ιστορική αναδρομή καθώς επίσης θα αναφερθούμε και στη μεθοδολογία της έρευνας. Κατόπιν, θα ακολουθήσει η ανάλυση γύρω από τα αποτελέσματα της έρευνας όπως προέκυψαν από τις συνεντεύξεις που



πραγματοποιήθηκαν σε στελέχη 5αστέρων ξενοδοχείων της Αθήνας. Στο τελευταίο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα και οι προτάσεις.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

### 2.1. Οι ορισμοί της Ε.Κ.Ε.

Η έννοια της ηθικής είναι πολύπλοκη πόσο μάλλον όταν αναφερόμαστε σε κάτι πιο ευρύ όπως αυτό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.). Οι απόψεις δίστανται και διαφέρουν ανάλογα από την οπτική πλευρά που τα αντιμετωπίζει κάποιος. Ανάλογα με τις προτεραιότητες που θέτονται σε τι είναι ηθικό και τι όχι. Ο κάθε ένας μπορεί να δώσει και από έναν ορισμό όσον αφορά την Ε.Κ.Ε. εστιάζοντας σε αυτό που πιστεύει ότι θα «προσδώσει περισσότερη ηθική» στην εταιρεία. Για παράδειγμα, για τους κοινωνικούς επιστήμονες ηθικό είναι ότι βοηθά και εξυπηρετεί στη σωστή ανάπτυξη και διαμόρφωση της κοινωνίας, μικρές κοινωνικές διαφορές, ισότητα των φύλων, σωστή και ίδια αντιμετώπιση των διαφόρων εθνοκοιτητων και πολλά άλλα. Για τους περιβαλλοντολόγους ηθικό είναι ότι προστατεύει τη χλωρίδα και την πανίδα, ότι δε μολύνει, ότι βοηθάει στην ανάπτυξη των Α.Π.Ε . Όπως είναι εύκολα από τα προηγούμενα, ορισμοί για την Ε.Κ.Ε. υπάρχουν πολλοί και όλοι εστιάζουν σε κάτι διαφορετικό. Για τους οικονομολόγους όμως παραμένει βασικό θέμα η βιωσιμότητα και η κερδοφορία της επιχείρησης προσαρμόζοντας πάντα τις στρατηγικές τους σύμφωνα με τις αλλαγές του περιβάλλοντος.

Κατά τον Keith Davis η κοινωνική ευθύνη είναι οτιδήποτε αποφάσεις και δράσεις γίνονται στα πλαίσια μιας επιχειρηματικής μονάδας που δεν έχουν σχέση με οικονομικά και τεχνολογικά θέματα (Davis, 1960). Οι Eells και Walton ορίζουν την Ε.Κ.Ε. ως την έμφαση που δίνεται σε θέματα τα οποία σχετίζονται με εκείνα του κοινωνικού ενδιαφέροντος πάντα συσχετιζόμενα με την εταιρεία (Eells και Walton, 1961). Το 1991 όμως και κατόπιν μελέτης της Ε.Κ.Ε., ο Wood δίνει έναν άλλο ορισμό στον οποίο συνδέει τις έννοιες της επιχείρησης και της κοινωνίας ως αλληλοεξαρτώμενες και άμεσα συνδεδεμένες μεταξύ τους και με κοινή πορεία (Wood, 1991).

Σύμφωνα λοιπόν με τη βιβλιογραφία και την εμπάθυνση που γίνεται στο θέμα την τελευταία δεκαπενταετία τουλάχιστον καταλήγουμε σε πολιτικές πολιτισμικές,

περιβαλλοντικές και οικονομικές αλλαγές οι οποίες επηρεάζουν την παγκόσμια κοινότητα άρα και τις ηθικές αρχές του κόσμου. Σε αντίθεση με τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται καθημερινά, νέες απειλές και κίνδυνοι προς το περιβάλλον και την κοινωνία δημιουργούνται για τις οποίες θα πρέπει να ληφθούν αποφάσεις και μέτρα για να αντιμετωπιστούν. Σε αυτό μέρος λαμβάνει η Ε.Κ.Ε. και οι αποφάσεις της. Στα παραπάνω συμβάλλει η αυξημένη ζήτηση για Ε.Κ.Ε. από την Ε.Ε. , όπου προσθέτει συνεχώς νέες περιβαλλοντικές απαιτήσεις στην παραγωγή των προϊόντων (Παναγιωτόπουλος και Delattre, 2007).

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Πράσινη βίβλος, 2001) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη», για το WBCSD «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα» (WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, 1998). Επιπλέον, για το Novethic «Η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες : τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποδηλώνει ότι μια εταιρία ασχολείται σοβαρά όχι μόνον με την αποδοτικότητα και ανάπτυξή της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της : εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερο». (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2012).

Οι εταιρείες και κυρίως εκείνες που σημειώνουν μεγάλα κέρδη και απευθύνονται σε περισσότερο κόσμο και πόσο μάλλον σε πανευρωπαϊκό ή και παγκόσμιο επίπεδο ενσωματώνουν στις λειτουργίες ότι είναι κοινά αποδεκτό στα πλαίσια της Ε.Ε. και τις κοινά αποδεκτές γνώμες. Αντικείμενο μελέτης για την παρούσα διπλωματική αφορούν οι κατασκευαστικές εταιρείες και κατά πόσο αυτές ενσωματώνουν πρακτικές Ε.Κ.Ε. Κοινά χαρακτηριστικά των πρακτικών αποτελούν, ο εθελοντικός

χαρακτήρας, η σχέση, με τη βιωσιμότητα και οι στρατηγικές επιλογές που θα ακολουθηθούν από την εταιρεία.

Συμπερασματικά, οι διάφοροι ορισμοί δίνουν και διάφορες προσεγγίσεις του θέματος. Σύμφωνα όμως με την έρευνα του Dahlsrud (2008), ο πιο συχνά χρησιμοποιημένος όρος είναι «Ε.Κ.Ε. είναι μια έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες αποφασίζουν οικειοθελώς να ενσωματώσουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες, στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στη διαβούλευση τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη».(CEC,2001)

## **2.2. Ιστορική Αναδρομή της Ε.Κ.Ε.**

Αν και ο όρος ΕΚΕ είναι σύγχρονος και έχει εισαχθεί στην χώρα μας από τον Φεβρουάριο του 2008<sup>1</sup> εντούτοις είχε χρησιμοποιηθεί αρχικά από την δεκαετία του 6<sup>ου</sup> αιώνα. Ενώ σύμφωνα με το τι εκφράζει η ΕΚΕ είχε εμφανιστεί αρχικά στην αρχαία Μεσοποταμία όταν ο Χαμουραμί με νόμο του καταδίκασε με θανατική ποινή τους εργοδότες όταν κατά την διάρκεια των εργασιών τους συνέβαινε θανατηφόρο ατύχημα στους εργάτες τους. Στην αρχαία Ελλάδα οι πλούσιοι κάτοικοι των πόλεων έκαναν χορηγίες στους οικονομικά ασθενέστερους προκειμένου όλα τα κοινωνικά στρώματα να επωφελούνται από τις πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις των πόλεων- Δήμων. Ενώ στην αρχαία Ρώμη οι εύποροι ενίσχυαν οικονομικά τον ρωμαϊκό στρατό κατά την περίοδο των ρωμαϊκών εκστρατειών. Με την εμφάνιση της θρησκείας του χριστιανισμού εμφανίστηκε και ο όρος φιλανθρωπία μέσω του οποίου επίκεντρο έγινε ο άνθρωπος και πιο συγκεκριμένα αυτός που έχει ανάγκη την στήριξη και την βοήθεια του κατέχοντος<sup>2</sup>.

Ο «πατέρας» της οικονομικής επιστήμης Adam Smith το 1776 διατύπωσε το οικονομικό μοντέλο το οποίο αποτελεί την βάση της σύγχρονης οικονομικής επιστήμης, σύμφωνα με τον νόμο αυτό απαιτείται ειλικρίνεια και δικαιοσύνη προκειμένου η ελεύθερη αγορά να επιτύχει τα ιδανικά της<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> [www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=12](http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=12)

<sup>2</sup> <https://sites.google.com/site/blueeef/e-koinonike-euthyne-tes-epicheireses/photostory>

<sup>3</sup> <https://sites.google.com/site/blueeef/e-koinonike-euthyne-tes-epicheireses/photostory>

Με την βιομηχανική επανάσταση 1750 είχε εισαχθεί στην παραγωγική διαδικασία η νέα τεχνολογία μέσω της οποίας γινόταν δυνατή μεγαλύτερη και γρηγορότερη παραγωγή προϊόντων αλλά παράλληλα είχε αυξηθεί το φαινόμενο της εκμετάλλευσης των εργαζομένων που συμμετείχαν σε αυτήν<sup>4</sup>.

Μέσω της Γαλλικής Επανάστασης το 1789 και του κινήματος του Διαφωτισμού στα τέλη του 17<sup>ου</sup> και αρχές 18<sup>ου</sup>, επανήρθε στο προσκήνιο η ανάγκη για την διασφάλιση και προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων μία ανάγκη που επηρέασε και τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων<sup>5</sup>

Το 1898 ο Sherman νομοθέτησε τον «αντιπράστ» νόμο συμφωνά με τον οποίο καταπολέμησε τις αντικοινωνικές και ανταγωνιστές πρακτικές χαλιναγωγώντας ταυτόχρονα τις επιχειρήσεις προστατεύοντας ταυτόχρονα τους εργαζόμενους, πελάτες και την κοινωνία εν γένει. Ο νόμος του Sherman είναι η πρώτη νομοθετική πράξη που πλησιάζει την σημερινή έννοια της Ε.Κ.Ε.<sup>6</sup>

Στις δεκαετίες μεταξύ του 1900 και 1960 το κοινωνικό κίνημα προσθέτει ευθύνες στις επιχειρήσεις. Το 1960-1970 με την ραγδαία αύξηση του καταναλωτισμού καθώς και η αύξηση της περιβαλλοντικής συνείδησης των καταναλωτών δημιούργησαν αυξημένες προσδοκίες τόσο στις κοινωνίες όσο και στις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με αυτόν τον γνώμονα, απαιτήθηκε από τις κοινωνίες οι επιχειρήσεις να συμμετέχουν δυναμικά στην πρόληψη των κοινωνικών προβλημάτων καθώς και στην επίλυση τους, ενώ από το 1995 και μετά, έχει παρατηρηθεί μια ραγδαία αύξηση του ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων για την Ε.Κ.Ε., το οποίο εστιάζεται κυρίως στους τομείς της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

---

<sup>4</sup> <https://sites.google.com/site/blueeeref/e-koinonike-euthyne-tes-epicheireses/photostory>

<sup>5</sup> <https://sites.google.com/site/blueeeref/e-koinonike-euthyne-tes-epicheireses/photostory>

<sup>6</sup> <https://sites.google.com/site/blueeeref/e-koinonike-euthyne-tes-epicheireses/photostory>

### **2.3. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα**

Το "Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη" (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2012) αποτελεί ένα δίκτυο επιχειρήσεων με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα. Σκοπός του είναι η προώθηση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε όλο τον επιχειρηματικό κόσμο της χώρας, εστιάζοντας το ενδιαφέρον του στο κοινωνικό περιβάλλον, που θα οδηγήσει τελικά στην ισόρροπη επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης

Τον Μάιο του 1994 μια ομάδα Ευρωπαίων Επιχειρηματιών και Διευθυντών επιχειρήσεων υπέγραψε την «Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού» που στόχευε στην ανεύρεση μεθόδων για την προαγωγή της κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων.

Ως αποτέλεσμα της διακήρυξης του Μαΐου 1994 ήταν η δημιουργία το 1995 του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή (EBNSC). Τον Οκτώβριο 1996 το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), έχοντας συνάψει συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο, παρουσίασε σε μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις τις δραστηριότητες του Ευρωπαϊκού Δικτύου. Με την πράξη του αυτή, στόχευε στην διερεύνηση για το κατά πόσο υπάρχουν οι δυνατότητες ίδρυσης ενός Ελληνικού Δικτύου Επιχειρήσεων αντίστοιχο με το Ευρωπαϊκό, προκειμένου να προαχθεί η Κοινωνική Συνοχή.

Στην συγκεκριμένη εκδήλωση συμμετείχαν 18 μεγάλες ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις καθώς και εκπρόσωποι του Ευρωπαϊκού Δικτύου. Ενδεικτικά αναφέρουμε κάποιες επιχειρήσεις: Τσιμέντα ΤΙΤΑΝ Α.Ε., Βωξίτες Παρνασσού Α.Ε., Interamerican Α.Ε., Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. κ.α.

Το 1999, το Ευρωπαϊκό Δίκτυο (EBNSC) ανέλαβε μία νέα πρωτοβουλία για σύσταση και στην Ελλάδα Δικτύου αντίστοιχου του ευρωπαϊκού. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, διοργανώθηκε στο ΕΒΕΑ εκδήλωση με τη συμμετοχή των εκπροσώπων του EBNSC. Στην εκδήλωση έλαβαν μέρος επιχειρήσεις καθώς και οι τρεις συλλογικοί φορείς το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και βιομηχανιών και ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΕΒΕΑ, ΣΕΒ και ΣΒΒΕ). Αποτέλεσμα της συγκεκριμένης εκδήλωσης ήταν η δημιουργία μίας

ολιγομελούς συντονιστικής επιτροπής προκειμένου να δημιουργηθεί το Ελληνικό Δίκτυο.

Το Νοέμβριο του 1999, δεκατρείς ελληνικές επιχειρήσεις μαζί με τους τρεις προαναφερθέντες επιχειρηματικούς φορείς (ΕΒΕΑ, ΣΕΒ και ΣΒΒΕ) υπέγραψαν την διακήρυξη ιδρύσεως του «Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή».

Το καταστατικό ίδρυσης της Αστικής και Μη κερδοσκοπικής εταιρίας κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών την 15η Ιουνίου 2000 όπου και καταχωρήθηκε με αριθμό 10147/29.6.2000 έκτοτε έχει τροποποιηθεί δύο φορές.

Η πρώτη τροποποίηση του καταστατικού άλλαξε την ονομασία του Δικτύου σε «Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» που αντιστοιχεί στη μετάφραση της αντίστοιχης αγγλικής επωνυμίας “Hellenic Network for Corporate Social Responsibility” (HNCSR).

Την 27η Νοεμβρίου 2002 και με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μελών του το Δίκτυο άλλαξε τη νομική μορφή του σε μη κερδοσκοπικό Σωματείο που καταχωρήθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών με αριθμό 24483/9.4.2003 διατηρώντας την ίδια ονομασία και τον ίδιο διακριτικό τίτλο. Στην συνέχεια παραθέεται η ιδρυτική διακήρυξη του Δικτύου όπως αυτή παρουσιάζεται στο (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2012)

### **2.3.1. Ιδρυτική Διακήρυξη**

«Ο κόσμος μας χαρακτηρίζεται από έναν διαρκώς διευρυνόμενο οικουμενισμό, τόσο στη διακίνηση και διαμόρφωση ιδεών, αντιλήψεων, συμπεριφορών και προτύπων, όσο και στους τομείς της οικονομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης. Προϊόντα, υπηρεσίες, κεφάλαιο και άνθρωποι μετακινούνται πλέον ευκολότερα από ποτέ.

Ταυτόχρονα, οι νέες τεχνολογίες, σε συνδυασμό με τη νέα τεχνογνωσία σε ότι αφορά τη ρυθμιστική οργάνωση των αγορών, μετασχηματίζουν νευραλγικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας - ενέργεια, τηλεπικοινωνίες, πληροφορική, μεταφορές - απεξαρτώντας τους σε μεγάλο βαθμό από τις πολιτικές διαδικασίες και προσδίδοντας έναν ολοένα σημαντικότερο ρόλο στις αγορές. Η παρέμβαση του κράτους σε περιοχές στις οποίες άλλοτε κυριαρχούσε, σταδιακά μειώνεται, προς όφελος μικρότερων, πολύ

πιο ευέλικτων και αποτελεσματικών σχημάτων που στηρίζονται στην ιδέα της δικτύωσης και της ανταλλαγής πληροφοριών.

Το νέο αυτό μοντέλο αλληλεπίδρασης και συνέργιας των δομικών συντελεστών της κοινωνίας και της οικονομίας, με βασικό άξονα την αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας, αναδεικνύει νέες προκλήσεις και ευκαιρίες, νέα αιτήματα και προσδοκίες, νέες δομές και αξίες, τόσο για τις Μονάδες όσο και τις Ομάδες.

Αναγνωρίζοντας ότι οι επιχειρήσεις ΣΗΜΕΡΑ καλούνται να επιταχύνουν τις διαδικασίες προσαρμογής στα νέα δεδομένα, διαμορφώνοντας ένα ευρύτατο φάσμα ευκαιριών στο νέο περιβάλλον και αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες για την αναγέννηση της κοινωνικής συνείδησης, δραστηριότητας, αλληλεγγύης και συνοχής,

#### ΔΙΑΚΗΡΥΣΣΟΥΜΕ ΟΤΙ

Ιδρύουμε το Ελληνικό Δίκτυο για την Κοινωνική Συνοχή με την ονομασία :**"ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΟΧΗ"**(ΔΙΚΤΥΟ)

Στόχοι μας είναι :

1. Η ευαισθητοποίηση και η συστράτευση της επιχειρηματικής κοινότητας αλλά και των επιμέρους κοινωνικών ομάδων προς την κατεύθυνση της προώθησης της κοινωνικής συνοχής στη χώρα μας.
2. Η συγκέντρωση των πόρων, ο συντονισμός και η διάθεσή τους προς ένα κοινό σκοπό : την κοινωνική αλληλεγγύη.
3. Η ανάπτυξη μηχανισμών επικοινωνίας, συνέργιας και συντονισμού ανάμεσα στις επιχειρήσεις - μέλη του δικτύου, για την από κοινού εφαρμογή προγραμμάτων ή την ανταλλαγή καλών πρακτικών.
4. Η προσφορά στο δημόσιο διάλογο ενός πλούτου ιδεών και προτάσεων, τον οποίο οι κυβερνητικοί και λοιποί φορείς θα είναι σε θέση στη συνέχεια να αξιοποιήσουν και ενδεχομένως να υιοθετήσουν.



Ως κριτήριο συμμετοχής προκρίνουμε την ελεύθερη βούληση των Ελληνικών Επιχειρήσεων να ενταχθούν στο Δίκτυο και να συμβάλλουν ουσιαστικά στην προώθηση της ιδέας της κοινωνικής συνοχής, μέσω της αποδοχής του πλαισίου λειτουργίας του Δικτύου, όπως αυτό περιγράφεται στο καταστατικό ίδρυσής του.

Ως βασικοί άξονες δράσης του Δικτύου προτάσσονται :

1. Η ομαλή ένταξη στο κοινωνικό σύνολο των κοινωνικά μειονεκτουσών ομάδων, όπως: τα άτομα με ειδικές ανάγκες οι οικονομικοί μετανάστες και πολιτικοί πρόσφυγες απεξαρτημένοι, πρώην χρήστες ναρκωτικών αποφυλακισθέντες μακροχρόνια άνεργοι, ώριμης ηλικίας
2. Η ανάπτυξη της ιδέας του κοινωνικού εθελοντισμού στο εσωτερικό των επιχειρήσεων - μελών του Δικτύου
3. Η προστασία του περιβάλλοντος.

Ως κύριες προτεραιότητες ορίζονται :

1. Η καταγραφή -σε όσο το δυνατόν εκτενέστερη βάση εταιρειών- της ύπαρξης προγραμμάτων Κοινωνικής Ευθύνης, της φιλοσοφίας τους, της κατεύθυνσης και της μεθοδολογίας τους.
2. Η ανάδειξη των νέων στοιχείων κοινωνικού προβληματισμού και η διεύρυνση των μελών του Δικτύου στο χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Όλοι Εμείς που υπογράφουμε την ιδρυτική αυτή διακήρυξη, συμφωνούμε και αποδεχόμαστε τους ειδικούς κανόνες δεοντολογίας και το καταστατικό λειτουργίας του Δικτύου και τέλος δεσμευόμαστε να προσδώσουμε ουσία και νόημα στο παρόν με φαντασία, νεωτερισμό, τόλμη και δυναμισμό.

Ακολουθούν οι υπογραφές των εκπροσώπων των πιο κάτω εταιριών και φορέων :

1. Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ)
2. Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ)
3. Σύνδεσμος Βιομηχανιών Β. Ελλάδος (ΣΒΒΕ)
4. TITAN A.E.

5. BP Hellas A.E.
6. Fanco A.E., Βιομηχανία Ειδών Ένδυσης
7. IBM Hellas A.E.
8. Nestle ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
9. Shell Hellas A.E.
10. Α.Ε.Ε. Αργυρομεταλλευμάτων & Βαρυτίνης
11. ΔΕΛΤΑ Συμμετοχών Α.Ε.
12. TVX Hellas A.E.
13. Epikinonia - Business Communications Network
14. Philip Morris Hellas AEBE
15. Janssen - Cilag Greece
16. ΦΑΓΕ Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε.»

### **2.3.2. Στόχοι και Προτεραιότητες Δικτύου**

Προκειμένου το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη να υλοποιήσει την αποστολή για κοινωνική συνοχή έχει θέσει μία σειρά από στόχους, συγκεκριμένα:

- Τη συνεχή ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της Ε.Κ.Ε., με την συγκεκριμένη τακτική στοχεύει το Δίκτυο να ενημέρωση για τυχόν εξελίξεις τις εταιρείες που εφαρμόζουν Ε.Κ.Ε. καθώς και να ενημερώσει για τα οφέλη της Ε.Κ.Ε. εταιρείες που ακόμα δεν έχουν εντάξει στην λειτουργία τους σχετικά προγράμματα
- Τη δικτύωση και συνεργασία με επιχειρήσεις, συλλογικούς και άλλους φορείς σε κάθε επίπεδο για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών, μέσω του δικτύου παρέχονται χρήσιμες πληροφορίες στα νέα μέλη-επιχειρήσεις του δικτύου από τις εταιρείες που ήδη εφαρμόζουν τα προγράμματα.

- Την ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού για την κοινωνική δράση και συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, σκοπός του Δικτύου είναι η ενημέρωση των επιχειρήσεων αλλά και των ανθρώπων είτε είναι πελάτες είτε εργαζόμενοι είτε προμηθευτές είτε συμβαλλόμενα μέρη, ότι οι επιχειρήσεις δεν δρουν ανεξάρτητα από τις κοινωνίες. Αντιθέτως αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι τους, συνεπώς η κοινωνική τους δράση αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επιχειρηματική τους πρόοδο αλλά αποτελεί και καταλυτικός παράγοντας για την κοινωνική ευημερία.
- Την κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών για την προώθηση προγραμμάτων συλλογικής προσφοράς και την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων, όπως έχει επισημανθεί στην ιδρυτική διακήρυξη του Δικτύου, ένας από τους βασικούς σκοπούς της ΕΚΕ είναι η καταπολέμηση αποκλεισμένων κάποιων κοινωνικών ομάδων όπως είναι τα Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες (ΑΜΕΑ), μακροχρόνιοι άνεργοι κλπ. το Δίκτυο ΕΚΕ σκοπό έχει την αντιμετώπιση φαινομένων κοινωνικών αποκλεισμών, συνεπώς η συνεργασία μεταξύ φορέων και επιχειρήσεων για την επίτευξη του συγκεκριμένου στόχου κρίνεται αν όχι απαραίτητη σίγουρα αναγκαία.
- Τη μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπως είναι φυσικό οι κοινωνίες εξελίσσονται και αλλάζουν συνεπώς και οι τακτικές που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις αναφορικά με τα προγράμματα ΕΚΕ θα πρέπει να προσαρμόζονται στις νέες απαιτήσεις προκειμένου να επιτυγχάνουν τους στόχους τους για κοινωνική συνοχή. Οι ανάγκες της ελληνικής κοινωνίας δεν είναι οι ίδιες προ οικονομικής ύφεσης και μετά, συνεπώς οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και να βοηθήσουν το κοινωνικό σύνολο να αντιμετωπίσει την κρίση, άλλωστε οι ίδιες (επιχειρήσεις) αποτελούν ένα κομμάτι της ελληνικής κοινωνίας.

Φυσικά πέρα από τους στόχους που έχει θέσει το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, και τους οποίους αναλύσαμε παραπάνω, έχει θέσει και

προτεραιότητες που θα το βοηθήσουν να υλοποιήσει τους στόχους με αποτελεσματικότητα. Συγκεκριμένα οι προτεραιότητες που έχει θέσει είναι:

- Η συλλογή νέων στοιχείων σχετικά με την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων δεν αποτελεί ένα στατικό πεδίο δράσης, αντιθέτως αναπροσαρμόζονται και τροποποιούνται σύμφωνα με τα δεδομένα της κάθε κοινωνίας σε κάθε χρονική στιγμή. Είναι επομένως βασική προτεραιότητα του Δικτύου η συλλογή και κατά επέκταση η σωστή ανάλυση των δεδομένων, προκειμένου να αντιμετωπιστούν με αποτελεσματικό τρόπο τα ζητήματα που εμποδίζουν την επιτυχή εφαρμογή της κοινωνικής συνοχής.
- Η αύξηση της ενημέρωσης και υποστήριξη των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων στην ανάπτυξη φιλοσοφίας για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ένα από τα βασικότερα εμπόδια για την εφαρμογή των προγραμμάτων ΕΚΕ ιδιαίτερα από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι η άγνοια του τι ακριβώς πρεσβεύει η ΕΚΕ. Επομένως σκοπός τους Δικτύου αποτελεί η ενημέρωση όλων των επιχειρήσεων σχετικά με την ΕΚΕ καθώς και η ενημέρωση των υπευθύνων για τα οφέλη που έχει τόσο στις εταιρείες όσο και στο κοινωνικό σύνολο.
- Ανάπτυξη κοινών δράσεων μεταξύ των μελών του για αντιμετώπιση έκτακτων κοινωνικών ή περιβαλλοντικών αναγκών, είναι σαφές πως μία συνεργασία μεταξύ πολλών επιχειρήσεων μπορεί να οδηγήσει στην ταχύτερη και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση κοινωνικών ή και περιβαλλοντικών αναγκών.
- Ανάπτυξη κώδικα δεοντολογίας που θα υπογράφουν τα μέλη του, κατά την γνώμη η δημιουργία, η θέσπιση και τέλος η υπογραφή ενός κώδικα δεοντολογίας από τις επιχειρήσεις που εργάζονται στην Ελλάδα θα πρέπει να αποτελέσει την βασική και αρχική προτεραιότητα του Δικτύου. Μία τέτοια θέσπιση θα οδηγήσει στην «αναγκαστική» εφαρμογή κάποιων προγραμμάτων από όλες τις επιχειρήσεις από τα οποία δε θα μπορεί να αποκλείει καμία. Με

άλλα λόγια θα υπάρχουν κάποια προγράμματα ΕΚΕ τα οποία θα είναι υποχρεωτικά από τις επιχειρήσεις και όχι προαιρετικά που είναι όλα τα προγράμματα στην παρούσα φάση.

#### **2.4. Σύντομη αναφορά σε εταιρικές μη-χρηματοοικονομικές εκθέσεις**

«Η Ε.Κ.Ε. είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και απαιτητικούς τομείς δραστηριότητας για τη σύγχρονη επιχείρηση. Υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπισή της οικονομικής κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής» (Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων, 2006).

Πλέον οι εταιρείες ενσωματώνοντας τις πρακτικές Ε.Κ.Ε. δημοσιεύουν αναφορές στις οποίες παρουσιάζονται όλα εκείνα που χρειάζονται για τη σωστή ενημέρωση του πολίτη όσον αφορά στόχους και σκοπούς της εταιρείας, επενδυτικές προτάσεις και μελλοντικά σχέδια, το ανθρώπινο δυναμικό και γενικά ότι αφορά το εσωτερικό περιβάλλον της. Με αυτόν τον τρόπο ο κόσμος μπορεί να κρίνει την επιχείρηση και αν πληρεί τις προϋποθέσεις του είτε να γίνει νέος πελάτης της, είτε αφοσιωμένος σε αυτήν πελάτης της ή ακόμα και διαφημιστής της. Κατανοητό είναι ότι προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα, αλλά δημιουργεί και υποσχέσεις που πρέπει να πραγματοποιήσει.

Αναγνωρίζοντας λοιπόν την ανάγκη της κοινωνίας για σωστή ενημέρωση γύρω από περιβαλλοντικά θέματα αλλά και κοινωνικά, οι επιχειρήσεις αρχίζουν να επικοινωνούν με τους πολίτες μέσω των εκθέσεων αειφορίας. Εκθέσεις αειφορίας χαρακτηρίζονται ως δημόσια διαθέσιμες. Παρέχουν πληροφορίες για κοινωνικά, περιβαλλοντολογικά και οικονομικά θέματα που αφορούν την επιχείρηση (WBCSD, 2002:17). Οι εκθέσεις αειφορίας είναι εκείνες από τις οποίες αποσπώνται ποσοτικές αλλά και ποιοτικές πληροφορίες για θέματα οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντολογικών, χωρίς να επικεντρώνονται σε κάποια κατηγορία. (KPMG, 2002:7)

## 2.5. Οφέλη της Ε.Κ.Ε.

Η οικονομική κρίση που έπληξε πολλές χώρες του κόσμου έχει φέρει στην επικαιρότητα το θέμα της επιχειρηματικής υπευθυνότητας και του ρόλου των επιχειρήσεων στην κοινωνία. Αιτία για τη στροφή αυτή στην Ε.Κ.Ε. είναι η ανεπαρκής αξιολόγηση των κινδύνων, στην εστίαση σε βραχυχρόνια αποτελέσματα και στη μη τήρηση ελάχιστων κανόνων λειτουργίας και ελέγχου που οδήγησαν στην αποσταθεροποίηση των αγορών. Ύστερα από αυτό, θέματα όπως η διαχείριση των κινδύνων, η μακροχρόνια αποτελεσματικότητα και η υπευθυνότητα κερδίζουν σήμερα γρήγορα έδαφος. Επιπλέον, στην περιφρόνηση των προβληματισμών της κοινωνίας και των ενδιαφερόμενων μερών και στον ανεπαρκή σεβασμό θεμάτων που έχουν σχέση με το περιβάλλον, τη διακυβέρνηση και την κοινωνία κατά τη διάρκεια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, με αποτέλεσμα ο επιχειρηματικός κόσμος να χάσει μεγάλο μέρος της αξιοπιστίας του στα μάτια πολλών κυβερνήσεων και κοινωνιών. Αυτό είχε σαν συνέπεια τη βύθιση της εμπιστοσύνης προς τις επιχειρήσεις και τις ηγεσίες τους σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Δεν απέχει καθόλου από την πραγματικότητα ο τίτλος που πήρε το 2009 ως "ο Αρμαγεδδών της εμπιστοσύνης".» (Αναλυτής,2010)

Οι πρακτικές της Ε.Κ.Ε. αποτελούν για τις εταιρείες αλλά για τον πολίτη ένα πολύ σημαντικό εργαλείο μέσα από το οποίο τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να εκτιμήσουν το βαθμό εφαρμογής των δεσμεύσεων της εταιρείας απέναντι στη βιώσιμη και υπεύθυνη ανάπτυξη, στηριζόμενοι πάντα στην προσδιόρισα επίδοση. (Skouloudis και Evangelinos, 2009)

Συμπερασματικά, οι βασικοί λόγοι που μια επιχείρηση μπορεί να θέλει να παρουσιάσει υπευθυνότητα των πρακτικών της, πέρα των ηθικών μπορεί να είναι η μείωση του κόστους των προσλήψεων, η προστασία της εικόνας από τυχόν μηνύσεις και από το ρίσκο μιας ξαφνικής ζημιάς, η δυνατότητα που δίνει στη διαφοροποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών της.

## 2.6. Η εκπαίδευση στα ζητήματα αειφορίας στον ξενοδοχειακό κλάδο

Τα τελευταία χρόνια, ο αριθμός των επιχειρήσεων που δημοσιεύουν μη χρηματοοικονομικές πληροφορίες έχει αυξηθεί σημαντικά (Skouloudis et al., 2010) και αυτό λόγω της ανάγκης για έναρξη διαλόγου μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας των πολιτών, προκειμένου να ανακτηθεί η χαμένη εμπιστοσύνη των καταναλωτών προς τις επιχειρήσεις, πράγμα που ανέδειξε η έρευνα που διεξήχθη από την MRB Hellas ([www.csrhellas.org](http://www.csrhellas.org))

Η έννοια της αειφορίας κερδίζει την προσοχή στην ακαδημαϊκή κοινότητα. Βιβλία εκδίδονται όπως: «Μια εισαγωγή στη βιώσιμη ανάπτυξη», «Η Επιστήμη της Αειφόρου Ανάπτυξης: επιβίωση των τοπικών κοινωνιών και το παγκόσμιο περιβάλλον» κ.α. Ο μεγάλος αριθμός των ατόμων που ασχολείται με θέματα που σχετίζονται με την αειφόρο ανάπτυξη δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν άμεσα τα προβλήματα του αναπτυσσόμενου κόσμου. (Pearce, 2007)

Γενικά η αειφορία αποτελεί ένα σημαντικό ζήτημα για κάθε επιχείρηση, σε συνδυασμό με τις εξελίξεις του περιβάλλοντος καλούνται να επιλύσουν θέματα που σχετίζονται με αυτήν. Ανεξάρτητα από το είδος της επιχείρησης και τον κλάδο δραστηριοποίησης της, εργαζόμενοι και ανώτατα στελέχη καλούνται να εκπαιδευτούν σε ότι αφορά τα ζητήματα αειφορίας. Έχοντας εκπαιδευτεί για βασικά θέματα όπως οι πρώτες βοήθειες δίνει τη δυνατότητα στην εταιρεία να προβάλλει τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της. Τα ανώτατα στελέχη καλούνται τις περισσότερες φορές να συντάξουν αναφορές, που για να γίνει θα πρέπει να εκπαιδευτούν σωστά. Η δια βίου μάθηση είναι βασικό χαρακτηριστικό για πολλές επιχειρήσεις που δηλώνει ότι «η επιβίωση ενός οργανισμού εξαρτάται από την ικανότητά του να μαθαίνει γρηγορότερα από τους ανταγωνιστές του και να προσαρμόζεται ταχύτερα στο συνεχώς μεταβαλλόμενο γνωστικό περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιχειρήσεις επενδύουν στην εκπαίδευση/κατάρτιση των ανθρώπων τους, φροντίζοντας για τη δια βίου μάθηση, με στόχους:

- τη βελτίωση των υπαρχουσών ικανοτήτων και δεξιοτήτων τους
- τη βελτίωση της απόδοσης και της αποτελεσματικότητάς τους

- την ανάπτυξη νέων ικανοτήτων και δεξιοτήτων που δεν είχαν πριν την ενίσχυση της απασχολησιμότητάς τους» (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2012).

Ένας από τους πιο ισχυρούς κλάδους στην χώρα μας είναι αυτός των ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Λόγω των σημαντικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων δίνεται ιδιαίτερη προσοχή σε ζητήματα βελτίωσης των έργων ως προς το περιβάλλον με γνώμονα τις απαιτήσεις του κράτους αλλά και των πελατών τους. Ως εκ τούτου, η αειφόρος δόμηση έχει αναδειχθεί ως ένα από τα βασικά ζητήματα κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας (Ortiz et al., 2008).



### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ Ε.Κ.Ε.**

«Κατά την τελευταία δεκαετία, η θέση του ιδιωτικού τομέα για την Ε.Κ.Ε. βασίζεται κυρίως στη διπλή αναγνώριση ότι η επιχείρηση είναι μέρος της κοινωνίας και ότι οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να συμβάλλουν στους περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς στόχους» (Αναλυτής, 2010). Παρατηρείται ότι η Ε.Κ.Ε. λαμβάνει πλέον σημαντικό ρόλο για την επιχείρηση και κυρίως για αποφάσεις που αφορούν μακροπρόθεσμα θέματα, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν αρχές της Ε.Κ.Ε.

Σύμφωνα με άρθρο που έχει δημοσιευτεί στο <http://www.igd.com> οι εταιρείες σήμερα «εκμεταλλεύονται» την οικονομική κρίση προς όφελος τους. Δανείζονται με μικρά επιτόκια και επενδύουν σε λύσεις που συμβάλουν στην αειφορία προστατεύοντας τις αρχές Ε.Κ.Ε. Ειδικότερα για την Αγγλία εκτιμάται ότι κάθε χρόνο το 2% των κερδών κατανέμονται με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνεται καλύτερη αξιοποίηση των πόρων, πράγμα που συμβάλει και στην κερδοφορία της εταιρείας αλλά και στην προστασία του περιβάλλοντος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Από την έρευνα που δημοσιεύτηκε στο Economist Intelligence Unit για το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας, «Η ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα υπήρξε σπασμωδική...» περνώντας εναλλασσόμενες φάσεις ραγδαίας ανάπτυξης και ύφεσης. Το τουριστικό προϊόν της χώρας διένυσε τις φάσεις της εισαγωγής και της ανάπτυξης στην παγκόσμια αγορά του τουρισμού (δεκαετίες 1960, '70) και εισήλθε σταδιακά στο στάδιο της ωριμότητας. «Η Ελλάδα βρίσκεται τώρα αντιμέτωπη με το δίλημμα, το οποίο ποτέ δεν επιλύθηκε- εάν θα συνεχίσει σαν ένας προορισμός μαζικού ή υψηλού τουρισμού...» (Ibid., σελ.6)

Στις μέρες μας ο τουριστικός τομέας είναι μία από τις βασικές πηγές εσόδων του ΑΕΠ, αλλά γνωρίζει και δύσκολες μέρες ταυτόχρονα. Μεγάλο ποσοστό εισοδήματος των ελληνικών νοικοκυριών προέρχεται από τον τουρισμό. Όμως με την παγκόσμια οικονομική κρίση που επικρατεί στις μέρες μας έχει επηρεαστεί και αυτός ο τομέας.

«Οι σημαντικότερες επιπτώσεις που είχε η εμφάνιση της οικονομικής κρίσης των ετών 2008-2012 είναι οι εξής:

- Κρίση ρευστότητας, αποτέλεσμα της μη χορήγησης επαγγελματικών και καταναλωτικών δανείων.
- Αύξηση επιτοκίων, βραχυπρόθεσμα μείωση επενδυτικής δραστηριότητας και περιορισμός καταναλωτικής πίστης.
- Μείωση παραγωγής /μείωση κατανάλωσης/μείωση εθνικού εισοδήματος (ΑΕΠ).
- Μείωση του εμπορικού ισοζυγίου.
- Ραγδαία αύξηση της τιμής του πετρελαίου και, συνεπώς, αύξηση του κόστους παραγωγής.
- Πτώση του πληθωρισμού και, συνεπώς, σε επόμενη φάση δημιουργία ζήτησης.
- Πτώση των τιμών των πρώτων υλών και συνεπακόλουθη μείωση του κόστους και του πληθωρισμού. Πτώση στις τιμές των ακινήτων και άρα ευκαιρίες για αγορές.» (Marge, Τεύχος 56, σελ. 71-72).

Μία ξενοδοχειακή μονάδα έχει την δυνατότητα να απασχολεί προσωπικό ανάλογα βέβαια και με το μέγεθός της. Λόγω των πολυάριθμων υπηρεσιών που παρέχει στους πελάτες του, ένα ξενοδοχείο, έχει και τις αντίστοιχες ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό.

«Για να είναι μία επιχείρηση επιτυχημένη, θα πρέπει να κατανοεί τον τρόπο που αντιλαμβάνονται τις υπηρεσίες και τα προϊόντα, τη σπουδαιότητα τους και τον τρόπο που αυτά προβάλλονται και ειδικότερα όταν αυτά συγκρίνονται με άλλα όμοια.» (Chu & Choi, 2000:364).

Μία ξενοδοχειακή μονάδα αποτελεί μια ολοκληρωμένη επιχείρηση που σαν στόχο της έχει το κέρδος. Το πλήθος των ανθρώπων που καθημερινά απολαμβάνουν τις ξενοδοχειακές υπηρεσίες των επιχειρήσεων είναι μεγάλο. Βάσει της θεωρίας των οικονομιών κλίμακας, το κέρδος έχει άμεση σχέση με το ύψος των παρεχόμενων υπηρεσιών και του κατά μονάδα κόστους. Συνεπώς για την επίτευξη της μεγαλύτερης δυνατής κερδοφορίας, η επιχείρηση θα πρέπει να παρέχει την καλύτερη δυνατή υπηρεσία διασφαλίζοντας και το χαμηλότερο δυνατό κατά μονάδα κόστος.

Η επιχείρηση οφείλει να παρέχει στους πελάτες της τις υπηρεσίες της για τις οποίες έχει κάνει λόγο, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα και την ανάλογη ποιότητα τους. Κατ' επέκταση δημιουργείται μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης ανάμεσα στην επιχείρηση και στα ενδιαφερόμενα μέρη.

Σύμφωνα με τα πρότυπα της Ε.Κ.Ε., οι εγκαταστάσεις ενός ξενοδοχείου οφείλουν να πληρούν όσον τον δυνατόν περισσότερες προδιαγραφές που να είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Συγκεκριμένα να εφαρμόζουν προγράμματα σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης (EMAS, ECOLABEL, ISO14001), βελτίωση ενεργειακής απόδοσης κτιρίου, ενέργειες εξοικονόμησης ενέργειας, εξοικονόμησης νερού, διαχείρισης αποβλήτων (στερεών και υγρών), ενημέρωση προσωπικού σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης και συμπεριφοράς. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, τα ξενοδοχεία που εφαρμόζουν τις συγκεκριμένες πολιτικές, ενθαρρύνουν τους πελάτες τους για συμπεριφορά φιλική προς το περιβάλλον. Με αυτό τον τρόπο προάγεται μία ουσιαστική και αποτελεσματική περιβαλλοντική συνείδηση από όλα τα συμβαλλόμενα μέρη.

Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε όμως τον βασικό παραγωγικό συντελεστή μιας ξενοδοχειακής μονάδας που δεν είναι άλλος από το εργατικό δυναμικό της. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας ξενοδοχειακής μονάδας μπορεί να ενδυναμωθεί από το έμπειρο και ικανό προσωπικό της, τα χαρακτηριστικά του οποίου μπορούν να αναβαθμιστούν με αποτελεσματικότητα όταν συμμετέχουν σε προγράμματα δια βίου μάθησης, σύμφωνα με τις πρακτικές που ορίζει η Ε.Κ.Ε.. Η εκπαίδευση που γενικά θα πρέπει να έχει ένας ξενοδοχειακός υπάλληλος είναι απαραίτητη και χρήσιμη. Επομένως, θα πρέπει η διοίκηση της εταιρείας να εστιάζει την προσοχή της σε θέματα όπως είναι η συνεχής εκπαίδευση των εργαζομένων ώστε να παρέχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι μία επιχείρηση που ακολουθεί με συνέπεια τις πρακτικές της Ε.Κ.Ε. δεν θα πρέπει να ξεχνάει την κοινωνική της πλευρά. Πιο συγκεκριμένα αναφερόμαστε σε προγράμματα στήριξης εργαζομένων ηλικίας 55-64, εργαζομένων μητέρων, μεταφορά εργαζομένων στον χώρο εργασίας τους, παροχή επιπρόσθετης ασφάλειας, πρόσληψη μακροχρόνια ανέργων, ατόμων με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ), συμμετοχή σε προγράμματα κοινωνικής επανένταξης αποφυλακισμένων, τοξικομανών, προγράμματα επιβράβευσης απόδοσης, παροχή ευέλικτου ωραρίου. Οι επιχειρήσεις γενικά αποτελούν κομμάτι του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου, συνεπώς η ευημερία της κοινωνίας εν γένει είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ευημερία των επιχειρήσεων. Μέσω της υλοποίησης των πρακτικών της Ε.Κ.Ε. δημιουργείται μια ουσιαστική κοινωνική συνείδηση ανάμεσα στα αλληλοεξαρτώμενα μέρη (επιχειρησιακή κοινωνία) με στόχο την βιώσιμη ανάπτυξη τους.

Εν συνεχεία, οι ξενοδοχειακές μονάδες θα πρέπει να εφαρμόζουν προγράμματα κοινωνικής πολιτικής π.χ. να συνεργάζονται με μικρές επιχειρήσεις της τοπικής αγοράς, να προμηθεύονται τα προϊόντα που χρησιμοποιούν από μικρούς τοπικούς παραγωγούς, να διαφημίζουν άλλες τοπικές υπηρεσίες, να διαθέτουν μέσα μεταφοράς στους πελάτες για την εύκολη τους πρόσβαση στο τοπικό εμπορικό κέντρο, να παρέχουν οικονομική στήριξη στην τοπική κοινωνία (φιλανθρωπίες, χορηγίες, δωρεές κ.α.)

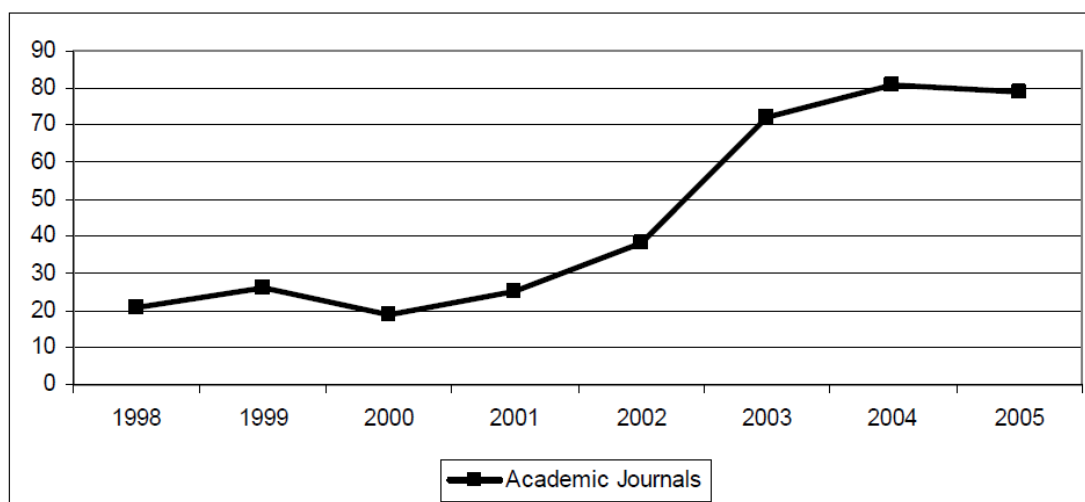
Πολλές επιχειρήσεις εκσυγχρονίζονται και χρηματοδοτούνται για να μπορέσουν να βελτιώσουν τις εγκαταστάσεις τους και να μπορέσουν να προσφέρουν ποιοτικότερες υπηρεσίες στους πελάτες τους. Προκειμένου να επιτευχθεί ο συγκεκριμένος στόχος

θα πρέπει οι επιχειρήσεις του κλάδου να προάγουν με αποτελεσματικότητα την πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της χώρας. Συμμετέχοντας οι ξενοδοχειακές μονάδες σε προγράμματα χορηγιών σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, ενημερώνοντας τους πελάτες για τις τρέχουσες πολιτιστικές εκδηλώσεις-εκθέσεις, παρέχοντας χώρους των ξενοδοχείων αφιλοκερδώς σε πολιτιστικά δρώμενα, παρέχοντας εκπαιδευτικά κουπόνια ή πακέτα στους πελάτες του για την πρόσβαση σε διάφορους πολιτιστικούς και αρχαιολογικούς χώρους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Η Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Γενικά παρατηρείται ότι τα τελευταία χρόνια οι εταιρείες στρέφονται προς την Ε.Κ.Ε.. Ακόμα και επιστημονικά άρθρα τη δεκαετία 1996-2005 είναι περισσότερα σε σχέση με άλλα θέματα. Συγκεκριμένα καταγράφηκαν 1524 άρθρα με βάση τη φράση «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» σε 45 περιοδικά, με τα περισσότερα από αυτά να εστιάζουν στην εταιρική ηθική, περιβαλλοντικά ζητήματα ή διοικητικά και διαχειριστικά θέματα. Κατά μέσο όρο ο αριθμός τέτοιου είδους άρθρων μέχρι το 1998 ήταν 20 άρθρα ανά περιοδικό, πράγμα που αυξήθηκε τα τελευταία χρόνια κατά 90%. (Βλέπε Διάγραμμα 1). Αντίστοιχη ανταπόκριση για το θέμα δείχνουν και οι εταιρείες όπου παρατηρείται για τον Ευρωπαϊκό επιχειρηματικό τύπο τα άρθρα με θέμα την Ε.Κ.Ε. να αυξάνονται από 4 σε 273 το χρόνο. Κατά την περίοδο 1996 με 1999 μόνο 31 άρθρα είχαν ως θέμα την Ε.Κ.Ε., ενώ το 2000 δημοσιεύτηκαν 40 και για το 2001 και 2002 υπήρχε σταδιακή άνοδος για την έκδοση τέτοιων άρθρων καθώς και τα επόμενα χρόνια. (Windell, 2006)

**Διάγραμμα 1: ΕΚΔΟΣΗ ΑΡΘΡΩΝ ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΗΝ Ε.Κ.Ε. ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 1998-2005**



**Πηγή: Windell Karolina, 2006**

Η στροφή που παρατηρήθηκε τα τελευταία χρόνια αναφορικά με την ΕΚΕ σε ακαδημαϊκό επίπεδο είχε ως αποτέλεσμα την εφαρμογή της ΕΚΕ και μέσα στην επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις άρχισαν να ενσωματώνουν στις διαδικασίες και στις

λειτουργίες τους πρακτικές που θα αφορούν την Ε.Κ.Ε. κάνοντας συμμάχους τους πολλούς καταναλωτές.

Ο ξενοδοχειακός κλάδος δε θα μπορούσε να αποτελέσει εξαίρεση όσον αφορά την υιοθέτηση πρακτικών σχετικά με την Ε.Κ.Ε. Η υιοθέτηση γενικών κανόνων που αφορούν για παράδειγμα το περιβάλλον, την ασφάλεια των εργαζομένων κλπ. προσφέρουν επιπλέον κύρος και σεβασμό στην εταιρεία. Οι καταναλωτές σήμερα λόγω της πληθώρας των πληροφοριών είναι ενημερωμένοι και επιδιώκουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τους ίδιους, για το περιβάλλον τους, αλλά και για το ανθρώπινο προσωπικό μιας εταιρείας.

Στον ξενοδοχειακό κλάδο εκτιμάται ότι ένας από τους παράγοντες που συμβάλλουν στην αειφόρο ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι οι πρακτικές Ε.Κ.Ε. διότι θεωρείται ότι διατηρούν μια θετική εταιρική εικόνα. Παρ' όλα αυτά ο όρος Ε.Κ.Ε. για κάποιες από τις ξενοδοχειακές μονάδες δεν είναι ακόμα γνωστός.

Ενώ η κάθε εταιρεία έχει τα δικά της χαρακτηριστικά, τις δικές της προκλήσεις και τα δικά της θέματα προς λύση, μπορούν να δοθούν κάποια κοινά χαρακτηριστικά που να επιτρέπουν την ομαδοποίηση των εταιρειών αυτών πάντα ως προς την ευρύτερη κοινωνική σφαίρα. Τέτοια χαρακτηριστικά μπορούν να αποτελέσουν η απασχόληση, η υγεία και η ασφάλεια των εργαζομένων, περιβαλλοντικά ζητήματα, οι σχέσεις με τις κοινότητες και τις εφοδιαστικές τους αλυσίδες. (Jones et. al., 2006).

Αρχικά, οι συμβάσεις εργασίας αν και προσφέρουν τη δυνατότητα σε περισσότερα άτομα να εργαστούν, εμποδίζουν την καινοτομία σε παρεχόμενες υπηρεσίες και την εκπαίδευση των ατόμων. Η εκπαίδευση λόγω του αυξημένου αριθμού αυτοαπασχολούμενων έχει μειωθεί σημαντικά και αναφέρεται ότι πάνω από το 90% των ατόμων παρουσίασαν έλλειψη δεξιοτήτων το 2005. Επιπλέον, τίθενται και θέματα ισότητας των δύο φύλων με τις γυναίκες να αποτελούν τη μειονότητα των εργαζομένων στον κλάδο που με τα χρόνια παρατηρείται σταδιακή μείωση της διαφοράς. (Jones et. al., 2006)

Ένα από τα σημαντικότερα θέματα των ξενοδοχειακών εταιρειών αποτελούν η υγεία και η ασφάλεια. Επιπλέον, λόγω κυρίως της καθαριότητας σε κοινόχρηστους και μη χώρους υπάρχουν και πολλές ασθένειες που προκαλούνται στον εργασιακό χώρο,

όπως και οι αλλεργίες κυρίως δερματικής φύσεως. Πέραν από τα εσωτερικά θέματα που έχει να ρυθμίσει κάποια ξενοδοχειακή μονάδα, σημαντικό θέμα για αυτήν είναι οι αντιδράσεις κατοίκων στην περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται. Πολλοί κάτοικοι διαμαρτύρονται για θόρυβο, για παρεμπόδιση της κυκλοφορίας, για την καθαριότητα των παράκτιων περιοχών καθώς και για μολύνσεις στις θαλάσσιες περιοχές και πολλές φορές για συμπεριφορές των εργαζομένων τους. Συμπερασματικά, όταν μία ξενοδοχειακή μονάδα αναφέρεται στην υγεία και την ασφάλεια δεν αναφέρεται μόνο στους εργαζόμενούς της, αλλά και στους ανθρώπους που οι δραστηριότητες τους επηρεάζουν. (Jones et. al., 2006)

Είναι σαφείς και κατανοητές οι επιπτώσεις και οι μεταβολές που ασκούνται στο περιβάλλον από δραστηριότητες των ξενοδοχειακών μονάδων. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να λαμβάνονται μέτρα τα οποία να προστατεύουν το περιβάλλον και το κυριότερο να γνωστοποιούνται και στο ευρύ κοινό. Πολλοί επισημαίνουν ότι οι επιπτώσεις των ξενοδοχείων στο περιβάλλον είναι πολλές φορές αρνητικές και κάποιες και καταστροφικές. Πολλές φορές μία τουριστική μονάδα αντιμετωπίζει κατά τη διάρκεια του έργου της διαταραχές, βανδαλισμούς, ρύπανση αέρα και νερού, κλπ. (Jones et. al., 2006). Οι επιπτώσεις για το περιβάλλον δυσμενείς και πολλές φορές περιλαμβάνουν, θόρυβο, εκπομπές αερίων, παραγωγή αποβλήτων, κακή χρήση του νερού, κακή χρήση της γης και ρύπανση, προβλήματα που αναφέρονται συνεχώς.

Η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας αποτελεί και αυτή με τη σειρά σημαντικό θέμα, όχι μόνο για τις ξενοδοχειακές μονάδες, αλλά και για κάθε είδους εταιρεία. Η επιλογή των προμηθευτών τους είναι πολύ σημαντική για τη διασφάλιση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους ευθυνών.

Επιγραμματικά λοιπόν, τα στοιχεία που πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στις εκθέσεις Ε.Κ.Ε. για τις ξενοδοχειακές μονάδες θα πρέπει να είναι 1. το περιβάλλον, 2. η υγεία και η ασφάλεια 3. το ανθρώπινο δυναμικό, 4. η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας, 5. πελάτες και κοινότητες και 6. πολιτική και ηθική (Jones et. al., 2006)

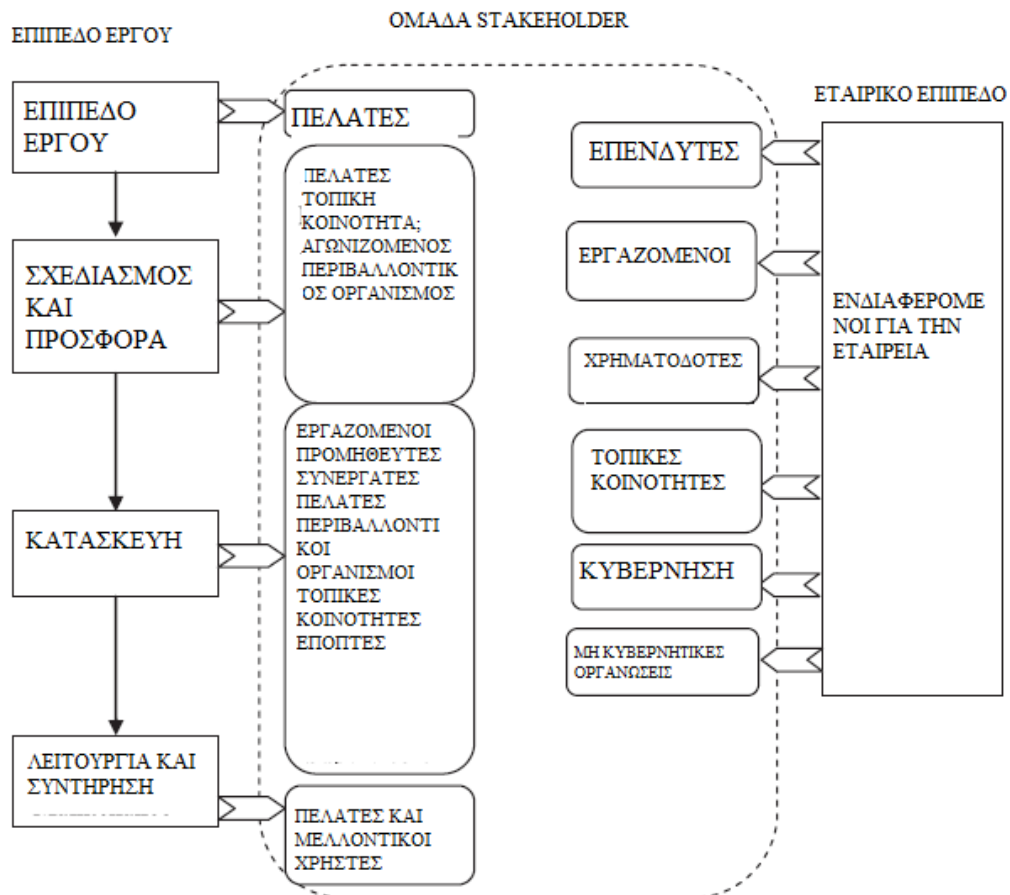
Οι σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στην εταιρεία και τους stakeholders μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό τους. Η ανάλυση αυτών παρέχει χρήσιμα στοιχεία με τα οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί η ιεράρχησή τους σε βραχυπρόθεσμη και μακροχρόνια βάση. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφερθεί ότι με τη έννοια



stakeholders θα νοείται ομάδα αποτελούμενη από μετόχους, εργαζομένους, πελάτες, δυνητικούς πελάτες, χρηματοδότες, προμηθευτές, συνεργάτες, κοινότητες, κυβερνήσεις και ανταγωνιστές. (Zhen-Yu Zhao, et. al., 2012)

Μία ξενοδοχειακή εταιρεία κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού και της υλοποίησης του έργου της θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτική σε πολλά θέματα. Αρχικά κατά το σχεδιασμό θα πρέπει να διαχειριστεί οποιαδήποτε κρίση που πιθανόν να προκύψει είτε αυτό αφορά κάποιο ατύχημα λ.χ. πυρκαγιά, είτε κάποιο περιβαλλοντικό ζήτημα. Στο παρακάτω σχήμα (Σχήμα 1) παρουσιάζεται η σχέση των stakeholders ανά επίπεδο. (Zhen-Yu Zhao, et. al., 2012)

**ΣΧΗΜΑ 1: STAKEHOLDERS ΣΕ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**



**ΠΗΓΗ: Zhen-Yu Zhao, et. al., 2012**

Όπως μπορεί εύκολα να διαπιστώσει κάποιος η σημασία των stakeholders είναι σημαντική για μια επιχείρηση και ειδικότερα με τις ξενοδοχειακές εταιρείες, όπου η

κάθε τους κίνηση αφορά κάποιον ενδιαφερόμενο. Λόγω της δραστηριότητας τους πρέπει να είναι προσεκτικοί οι άνθρωποι που την απαρτίζουν για να μπορεί η εταιρεία να ανταπεξέλθει στις ανάγκες του καταναλωτή και γενικότερα του κόσμου από τον οποίο επηρεάζονται και επηρεάζουν. Γενικότερα θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν κάθε φορά σε κάθε στρατηγική τους κινδύνους που πιθανόν να εμφανιστούν και να προκληθούν, έτσι ώστε η αντιμετώπισή τους να γίνει ευκολότερη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 6.1. Ορισμός της Ποιοτικής και Ποσοτικής Έρευνας.

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο δίνονται οι ορισμοί για την ποιοτική έρευνα καθώς και για την ποσοτική, και γίνεται αναφορά στις βασικές διαφορές μεταξύ των δύο.

#### 6.1.1. Ορισμός της Ποσοτικής Έρευνας

Οι ποσοτικές έρευνες επεξεργάζονται ένα πλήθος από ποσότητες/αριθμούς που θα πρέπει να συγκεντρωθούν, να περιγραφούν και να αναλυθούν. Τα χαρακτηριστικά των ποσοτικών δεδομένων περιγράφονται και αναλύονται με ποσοτικά μεγέθη (π.χ. διαγράμματα, ιστογράμματα, πίνακες κ.α.) (Lacey et al, 2001).

Βασικά χαρακτηριστικά των ποσοτικών ερευνών σύμφωνα με τους Cassel και Symon (1994, σελ. 3-7) είναι ότι τα δεδομένα εκφράζονται με αριθμούς, με την χρήση των οποίων οι ποσοτικοί ερευνητές αναζητούν αντικειμενικές περιγραφές δηλαδή δείκτες. Η ποσοτική έρευνα εστιάζει περισσότερο στην «πρόβλεψη» τείνει δηλαδή να προβλέπει το πρόβλημα πριν ακόμα αυτό εμφανιστεί.

Ο Gibbs (2005) αναφέρει: “Η κωδικοποίηση στην ποσοτική ανάλυση γίνεται για τη συρρίκνωση των δεδομένων σε μερικούς “τύπους” πληροφορίας με σκοπό να τους αποδοθούν μαθηματικά μεγέθη. Για παράδειγμα, οι απαντήσεις σε μία ερώτηση στα πλαίσια ενός ερωτηματολογίου κωδικοποιούνται σε μία έως τέσσερις πιθανές απαντήσεις. Οι απαντήσεις έπειτα μετρούνται έτσι ώστε να γίνει κάποια αριθμητική σύνοψη ή να διεξαχθεί ένας στατιστικός έλεγχος”. Στην ποσοτική έρευνα όπως έχει ήδη αναφερθεί, αντικειμενικός σκοπός της είναι η επαγωγή των αποτελεσμάτων από το δείγμα στον πληθυσμό (επαγωγική στατιστική). Στην επαγωγή από ένα ογκώδη αριθμό από συγκεκριμένες παρατηρήσεις ή τοποθετήσεις εξάγεται ένας γενικός ή καθολικός νόμος. Η επαγωγή περιγράφει ξεκάθαρα ένα πολύ συχνό τύπο της ανθρώπινης σκέψης, αυτόν που συλλαμβάνει τη μορφή των σκέψεων των περισσότερων ανθρώπων. Υποστηρίζεται επίσης ότι βρίσκεται πίσω από την αρμονική συνύπαρξη των προϋποθέσεων και των προκαταλήψεων με τις οποίες αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο (Gibbs, 2005).

Στην αρχή του εικοστού αιώνα, οι φιλόσοφοι έρχονται να συνειδητοποιήσουν ότι η επαγωγή από μόνη της δεν θα μπορούσε ποτέ λογικά να δικαιολογήσει κάθε γενική ή

καθολική τοποθέτηση. Όπως διαπίστωσε ο Popper (1959), δεν υπάρχει περιορισμός στον αριθμό των παρατηρήσεων που χρειάζεται κάποιος για να δικαιολογήσει τον κάθε νόμο. Είναι πάντα πιθανό ότι αύριο κάποιος μπορεί να κάνει μία νέα παρατήρηση που θα αντικρούσει την καθιερωμένη άποψη. Υποστήριξε ότι η επιστήμη που βασίζεται στον επαγωγικό συλλογισμό είναι φτωχή επιστήμη, ή στην καλύτερη περίπτωση μεταβατική επιστήμη (Gibbs, 2005).

### 6.1.2 Ορισμός της Ποιοτικής Έρευνας

Στον αντίποδα της ποσοτικής μεθόδου συναντάμε την ποιοτική όπου πλέον διεξάγονται μελέτες με την χρήση μη αριθμητικών δεδομένων. Πιο συγκεκριμένα, οι Denzin και Lincoln (1994, σελ 2) έδωσαν έναν ορισμό για την ποιοτική έρευνα που προτείνει μία a priori προσέγγιση τεκμηριωμένη με φιλοσοφικές υποθέσεις. Η ποιοτική έρευνα υφίσταται, όταν υπάρχουν πολλαπλές πηγές πληροφοριών και προσεγγίσεις αφήγησης διαθέσιμες στον ερευνητή. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό η ποιοτική έρευνα είναι μία «πολυμέθοδος» στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, που εμπεριέχει μία ερμηνευτική, νατουραλιστική προσέγγιση για κάθε αντικείμενο που μελετά. Αυτό συνεπάγεται ότι οι ποιοτικοί ερευνητές μελετούν τα αντικείμενα στο φυσικό τους περιβάλλον, προσπαθώντας να τα κατανοήσουν ή να τα ερμηνεύσουν αναφορικά με την σπουδαιότητα που οι άνθρωποι τους αποδίδουν. Ως εκ τούτου, εμπεριέχει τη μελετημένη χρήση και συλλογή μίας ποικιλίας εμπειρικού υλικού όπως: προσωπικής εμπειρίας, συνέντευξης, παρατήρησης, οπτικοακουστικού υλικού κλπ, (Creswell, 1998).

Το κλειδί για την κατανόηση της ποιοτικής ανάλυσης βρίσκεται στην ιδέα ότι το νόημα που εμπεριέχεται στην ποιοτική πληροφορία τεκμηριώνεται κοινωνικά από τα μεμονωμένα άτομα σε αλληλεπίδραση με την πραγματικότητά τους, η οποία δεν αποτελεί ένα σταθερό, μοναδικό, φαινόμενο. Οι ποιοτικοί ερευνητές ενδιαφέρονται να κατανοήσουν το τι αντανακλούν αυτές οι ερμηνείες σε μία συγκεκριμένη στιγμή και για ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο. Το να γίνεται κατανοητό με ποιο τρόπο τα άτομα βιώνουν και αλληλεπιδρούν με τον κοινωνικό τους περίγυρο και τι αντιπροσωπεύει γι' αυτούς. Θεωρείται λοιπόν μία ερμηνευτική ποιοτική προσέγγιση όπου οι ερευνητές προσπαθούν να κατανοήσουν το νόημα που έχουν διατυπώσει τα άτομα σε σχέση με τον κόσμο τους και τις εμπειρίες τους (Merriam, 2002).

## 6.2. Μεθοδολογία Έρευνας.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία, χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος των συνεντεύξεων σε βάθος. Για την υλοποίηση της χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο-οδηγός συνέντευξης αποτελούμενο από ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Πιο συγκεκριμένα, προγραμματίσαμε συναντήσεις με τους υπευθύνους των ξενοδοχειακών μονάδων πέντε αστέρων που λειτουργούν στην Αττική, με σκοπό την συλλογή των δεδομένων μέσα από την διαδικασία της συνέντευξης.

Το δείγμα της έρευνας μας αποτελείται από τρεις ξενοδοχειακές μονάδες πέντε αστέρων στην περιοχή της Αττικής. Πιο συγκεκριμένα τα: Athens Plaza, Ledra Marriott και Saint George. Στην προσπάθεια μας να συλλέξουμε τις απαραίτητες πληροφορίες απευθυνθήκαμε και σε άλλα ξενοδοχεία τα οποία όμως δεν θέλησαν να μας απαντήσουν. Η περίοδος διεξαγωγής της ερευνάς είναι ο Δεκέμβριος του 2012. Στο παρακάτω πίνακα αναφέρονται αναλυτικά τα στοιχεία των τριών ξενοδοχείων καθώς και τα ονόματα των υπευθύνων

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Στοιχεία ερωτώμενων**

<b>Επωνυμία</b>	<b>Διεύθυνση</b>	<b>Όνομα Υπεύθυνου</b>
<b>NJV ATHES PLAZA</b>	Βασιλέως Γεωργίου Α ορ.2	Θάνος Γιαννακούρας
<b>ASTY AE- ledra Marriott</b>	Λεωφόρος Συγγρού 115	Δήμητρα Γιαννοκώστα ,
<b>Saint George Lycabettus Hotel</b>	Κλεομένους 2	Μ. Ρουζιότη

Αξίζει να αναφερθούμε ότι η συνέντευξη είχε ως στόχο την διερεύνηση του κατά πόσο και κατά πως αντιλαμβάνονται οι διοικήσεις των συγκεκριμένων ξενοδοχείων τα προγράμματα υλοποίησης Ε.Κ.Ε. που περιβάλλονται στο τρίπτυχο περιβάλλον, κοινωνία και πολιτισμός.

Μέσα από τις απαντήσεις που δόθηκαν στις υποβληθείσες ερωτήσεις μπορέσαμε να βγάλουμε συμπεράσματα σχετικά με το κατά πόσο οι ερωτώμενοι ενδιαφέρονται ουσιαστικά να ακολουθήσουν τις πρακτικές Ε.Κ.Ε. επειδή όντως θεωρούν ότι μέσω αυτών των πρακτικών προάγεται η βιώσιμη ανάπτυξη, τόσο στο περιβάλλον, στην κοινωνία, στον πολιτισμό όσο και στην επιχειρηματική τους ανάπτυξη.

Προσπάθεια επίσης έγινε στο να διερευνηθεί κατά πόσο και σε τι βαθμό αντιλαμβάνονται οι μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις την αλληλεπίδραση που υπάρχει ανάμεσα σε αυτές και στο περιβάλλον. Δεν νοείται υγιής επιχείρηση τόσο μάλλον ξενοδοχειακή, χωρίς να δραστηριοποιείται σε ένα υγιές περιβάλλον. Αξίζει να τονιστεί ιδιαίτερα, πως στον ξενοδοχειακό κλάδο της χώρας μας, το κύριο προσφερόμενο «προϊόν» είναι το ίδιο το περιβάλλον. Δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα λοιπόν στο αν οι επιχειρήσεις υιοθετούν πρακτικές για την προστασία του περιβάλλοντος.

Μέσα από την διαδικασία της συνέντευξης που πραγματοποιήθηκε, προσπαθήσαμε να συμπεράνουμε κατά πόσο οι ερωτώμενοι έχουν αντιληφθεί την αλληλεξάρτηση που υπάρχει και στον τομέα του πολιτισμού. Ένα ακόμα προσφερόμενο «προϊόν» από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελεί ο πολιτισμός της χώρας μας.

Σημαντική είναι επίσης η αλληλεπίδραση που ασκείται και στην κοινωνία. Οι επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να ξεχνάνε ότι δραστηριοποιούνται, υπάρχουν και αποτελούν κομμάτι της ίδιας της κοινωνίας. Προσπαθήσαμε λοιπόν να συμπεράνουμε σε τι βαθμό έχουν κατανοήσει οι επιχειρήσεις την σπουδαιότητα της κοινωνίας. Τέθηκαν λοιπόν ζητήματα προς συζήτηση στους υπευθύνους των ξενοδοχείων στο κατά πόσο εφαρμόζουν προγράμματα κοινωνικής πολιτικής σύμφωνα με την Ε.Κ.Ε, χωρίς όμως να παραλείψουμε το εργατικό δυναμικό και τα κριτήρια που επιλέγονται οι εργαζόμενοι.

### **6.3. Ανάλυση Ερωτηματολογίου-Οδηγού συνέντευξης**

Στην διαδικασία εκπόνησης της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας, βασικό ρόλο έρευνας και μελέτης αποτέλεσε το ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελείται από τέσσερις θεματικές ενότητες: Ε.Κ.Ε., περιβάλλον, πολιτισμός και κοινωνία. Πιο συγκεκριμένα:

#### **Ενότητα 1: Ε.Κ.Ε.**

Όπως έχουμε αποσαφηνίσει ο όρος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελεί αναμφισβήτητα ένα ζήτημα πολύπλοκο και πολυδιάστατο, ενσωματώνοντας στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων μέσα στο πλαίσιο της ευρύτερης υπευθυνότητας έναντι του κοινωνικού συνόλου.

Στην παρούσα έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Αττικής έγινε μεγάλη προσπάθεια κατανόησης στο εάν αυτές (επιχειρήσεις) ενσωματώνουν, αποφασίζουν και εφαρμόζουν οικειοθελώς τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρακτικές της Ε.Κ.Ε..

Τα παραπάνω διαπιστώθηκαν με ερωτήσεις ανοικτού τύπου όπως είναι η σημασία που δίνουν τα ξενοδοχεία στην Ε.Κ.Ε., η αξιοποίηση των προγραμμάτων Ε.Κ.Ε., η αύξηση ή μείωση των ετήσιων συνολικών δαπανών, στις μελλοντικές επενδύσεις των εταιρειών. Σημασία επίσης δόθηκε και στα οφέλη που θεωρούν ότι έχουν κερδίσει οι επιχειρήσεις από την υιοθέτηση της Ε.Κ.Ε.. Θελήσαμε να αποσπάσουμε πληροφορίες και απόψεις σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προβολής της Ε.Κ.Ε., καθώς επίσης και την σημασία που δίνουν στην ανταπόκριση των πελατών τους και με ποίο τρόπο μετράτε αυτή. Τέλος θέλαμε να διαπιστώσουμε το όραμα των επιχειρήσεων και τις μελλοντικές τους ενέργειες που έχουν προγραμματίσει ή σκεφτεί να ακολουθήσουν.

#### **Ενότητα 2: ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Το περιβάλλον αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της Ε.Κ.Ε. και των εφαρμογών της. Συνεπώς στο ερωτηματολόγιο μας δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στο κομμάτι του περιβάλλοντος.

Μέσω της συνέντευξης μπορέσαμε λοιπόν να εξετάσουμε αν τα ξενοδοχεία εφαρμόζουν προγράμματα για την προστασία του περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα, εστίασαμε την προσοχή μας στην εφαρμογή προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης (EMAS, ECOLABEL, ISO14001), στην βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των κτιρίων, στις δράσεις εξοικονόμησης ενέργειας και νερού, στην διαχείριση αποβλήτων (στερεών και υγρών), στην ενημέρωση προσωπικού πάνω σε θέματα περιβαλλοντικής συνείδησης και συμπεριφοράς, καθώς και στην ενθάρρυνση των πελατών για συμπεριφορά φιλική προς το περιβάλλον.

### **Ενότητα 3: ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Δεν θα μπορούσαμε να παραλείψουμε και τον παράγοντα κοινωνία καθώς και την σπουδαιότητα που αυτή εκφράζεται μέσα από την σημασία της. Εξετάζουμε σε αυτή την ενότητα του ερωτηματολογίου μας και το αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας που δεν είναι άλλο από το εργατικό δυναμικό των επιχειρήσεων.

Στο σημείο λοιπόν αυτό, οι διοικήσεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Αττικής, καλούνται να απαντήσουν στο κατά πόσο αναπτύσσουν ενέργειες Ε.Κ.Ε. που αφορούν τους εργαζόμενους. Πιο συγκεκριμένα, θελήσαμε να συλλέξουμε πληροφορίες που αφορούν επιμορφωτικά σεμινάρια, πρόσληψη και απασχόληση ατόμων ηλικίας 55-64, προγράμματα στήριξης εργαζομένων μητέρων, μεταφορά εργαζομένων στον χώρο εργασίας τους, παροχή επιπρόσθετης ασφάλειας, πρόσληψη μακροχρόνια ανέργων, ατόμων με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ), συμμετοχή σε προγράμματα κοινωνικής επανένταξης αποφυλακισμένων, τοξικομανών, προγράμματα επιβράβευσης απόδοσης, παροχή ευέλικτου ωραρίου.

Επίσης ρωτήσαμε τους υπευθύνους εάν εφαρμόζουν προγράμματα κοινωνικής πολιτικής. Δηλαδή αν συνεργάζονται με μικρές επιχειρήσεις της τοπικής αγοράς, αν προμηθεύονται τα προϊόντα που χρησιμοποιούν από μικρούς τοπικούς παραγωγούς, αν διαφημίζουν άλλες τοπικές υπηρεσίες, αν διαθέτουν μέσα μεταφοράς στους πελάτες για την εύκολη τους πρόσβαση στο τοπικό εμπορικό κέντρο και αν παρέχουν οικονομική στήριξη στην τοπική κοινωνία (φιланθρωπίες, χορηγίες, δωρεές κ.α.)



## **Ενότητα 4: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ**

Ο τελευταίος αλλά εξίσου σημαντικός με τους παραπάνω πυλώνες της Ε.Κ.Ε. είναι ο πολιτισμός. Συνεπώς δεν θα μπορούσε να λείπει από το ερωτηματολόγιο που δόθηκε στους υπευθύνους των ξενοδοχείων.

Σε αυτό το σημείο τα ανώτατα στελέχη των επιχειρήσεων καλούνται να απαντήσουν αν εφαρμόζουν προγράμματα για την ανάδειξη του πολιτισμού τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και σε πανελλήνιο. Με άλλα λόγια, αν συμμετέχουν σε προγράμματα χορηγιών σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, αν ενημερώνουν τους πελάτες του για τις τρέχουσες πολιτιστικές εκδηλώσεις-εκθέσεις, αν παραχωρούν τους χώρους τους αφιλοκερδώς σε πολιτιστικά δρώμενα, αν παρέχονται στα ξενοδοχεία εκπαιδευτικά κουπόνια ή πακέτα στους πελάτες για την πρόσβαση σε διάφορους πολιτιστικούς και αρχαιολογικούς χώρους.

Μέσα λοιπόν από την δομή του ερωτηματολογίου που αναφέραμε παραπάνω, κατευθύνοντας απλά τους συνεντευξιαζόμενους, τους δόθηκε ο απαραίτητος χώρος να απαντήσουν αυθόρμητα και με ειλικρίνεια στα υπό εξέταση θέματα. Από τις απαντήσεις που δόθηκαν μπορέσαμε να βγάλουμε συμπεράσματα και να σχηματίσουμε γνώμη στο κατά πόσο οι επιχειρήσεις ακολουθούν οικειοθελώς τις πρακτικές της Ε.Κ.Ε.. Οι ερωτήσεις δομήθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχουν οι τέσσερις ενότητες που αποτελούν τις βασικές πτυχές της Ε.Κ.Ε., όπου οι συνεντευξιαζόμενοι σταδιακά κατευθύνθηκαν από μια γενική αντίληψη της Ε.Κ.Ε. και κατέληξαν σε αναπτυξιακά και επενδυτικά οράματα.

### **6.4. Περιορισμοί Έρευνας**

Στον αρχικό σχεδιασμό της παρούσας πτυχιακής εργασίας είχε προβλεφθεί η μελέτη του θέματος με την αποστολή του ερωτηματολογίου σε ξενοδοχεία 5 αστέρων απ' όλη την Ελλάδα. Λόγω όμως του χρονικού περιορισμού για την ολοκλήρωση και εκπόνηση της πτυχιακής μου εργασίας, αποφασίστηκε η διεξαγωγή συνεντεύξεων σε ξενοδοχεία 5 αστέρων στην περιοχή της Αττικής.

Λόγω του πολύ μικρού δείγματος, μόλις 3 ξενοδοχεία, τα αποτελέσματα της έρευνας δεν θα μπορούσαν σε καμία περίπτωση να αποτελέσουν μια γενίκευση και να

θεωρηθούν ότι αποτελούν πρακτικές που ακολουθούν όλα τα ξενοδοχεία 5 αστέρων σε όλη την χώρα.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι στην προσπάθεια μου να συλλέξω δεδομένα για την πτυχιακή μου εργασία, συνάντησα σε πολλές περιπτώσεις την άρνηση των υπευθύνων για τον προγραμματισμό μιας συνάντησης προκειμένου να τους πάρω την απαραίτητη για την έρευνα μας συνέντευξη.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο της πτυχιακής μας εργασίας, θα αναφερθούμε στα αποτελέσματα της έρευνας μας.

### **7.1. Η επίδοση στο περιβάλλον**

Η ενότητα αυτή αποτελεί μια από τις ενότητες του ερωτηματολογίου μας, που σημείωσε χαμηλή κάλυψη. Συγκεκριμένα η εταιρεία Athens Plaza, εστιάζει το ενδιαφέρον στο προφίλ της επιχείρησης. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από τις απαντήσεις που έδωσε σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος. Παρόλο που παρουσιάζεται ως επιχείρηση που πληρεί όλες τις προδιαγραφές και φιλική προς το περιβάλλον, δεν απάντησε σε συγκεκριμένες ενέργειες που έχει ακολουθήσει ή θα ακολουθήσει στο μέλλον. Και το Saint George εστίασε το ενδιαφέρον του στο προφίλ της εταιρείας παρουσιάζοντας ακριβώς την ίδια τακτική με το Athens Plaza. Ενώ το Ledra Marriott, απάντησε καταφατικά στην ερώτηση σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος παρόλα αυτά δεν παραδέχτηκε ότι ακολουθεί καμία τακτική σχετική με το θέμα.

### **7.2. Η επίδοση στους εργαζόμενους**

Τα ξενοδοχεία αναφορικά με την ερώτηση σχετικά με τους εργαζόμενους έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον καθώς και στις τρεις περιπτώσεις απάντησαν θετικά. Και σε αυτή την περίπτωση, το Athens Plaza, απάντησε θετικά χωρίς όμως να μας αναφέρει συγκεκριμένες πολιτικές που να αποδεικνύουν την συγκεκριμένη τους δράση.

Στην αντίθετη πλευρά βρίσκονται τα άλλα δύο ξενοδοχεία. Το Saint George, δείχνει να προσπαθεί να ακολουθεί τις ενέργειες Ε.Κ.Ε. που αφορούν τους εργαζόμενους προκειμένου να βελτιώσει την επίδοσή τους. Παρέχει επιμορφωτικά σεμινάρια, προγράμματα επιβράβευσης απόδοσης, παράλληλα παρέχει επιπρόσθετη ασφάλεια και επιπλέον παροχές. Δεν εστιάζει καθόλου στην πρόσληψη ατόμων που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 55-64, μακροχρόνια ανέργων, ατόμων με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ). Δεν συμμετέχει σε προγράμματα κοινωνικής επανένταξης αποφυλακισμένων, τοξικομανών κλπ. Μολοταύτα με την απάντηση αυτή μας παρουσιάζει ένα ειλικρινές πρόσωπο που δέχεται και επιθυμεί περεταίρω βελτίωση. Το ξενοδοχείο Ledra Marriott, παρέχει πρακτικές της Ε.Κ.Ε. που αφορούν

επιμορφωτικά σεμινάρια, παροχή προγραμμάτων επιβράβευσης και επιπρόσθετης ασφάλειας, αγνοώντας κάθε άλλη ενέργεια που θα μπορούσε να ακολουθήσει σύμφωνα με τις οδηγίες της Ε.Κ.Ε..

### **7.3. Η επίδοση στην κοινωνία**

Σε αυτή την ενότητα οι ξενοδοχειακές μονάδες κλήθηκαν να μας απαντήσουν αν ακολουθούν οποιεσδήποτε πρακτικές που αφορούν προγράμματα κοινωνικής πολιτικής.

Το Ledra Marriott δεν εφαρμόζει προγράμματα κοινωνικής πολιτικής παρά μόνο διαθέτει μέσα μεταφοράς στους πελάτες για την εύκολη τους πρόσβαση στο τοπικό εμπορικό κέντρο. Μια τακτική που δεν στοχεύει στην κοινωνία όπως ορίζει η Ε.Κ.Ε.. Τόσο το Athens Plaza όσο και το Saint George στρέφουν, σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, το μεγαλύτερο μέρος της προσοχής τους σε αυτή την ενότητα καθώς εφαρμόζουν προγράμματα κοινωνικής πολιτικής όπως είναι η συνεργασία τους με μικρές επιχειρήσεις της τοπικής αγοράς, προμηθεύονται τα προϊόντα που χρησιμοποιούν από μικρούς τοπικούς παραγωγούς, διαφημίζουν άλλες τοπικές υπηρεσίες, διαθέτουν μέσα μεταφοράς στους πελάτες για την εύκολη τους πρόσβαση στο τοπικό εμπορικό κέντρο, παρέχουν οικονομική στήριξη στην τοπική κοινωνία, χωρίς όμως να αναφέρουν συγκεκριμένες ενέργειες που αφορούν φιλανθρωπίες, χορηγίες, δωρεές. Αξίζει όμως να σημειωθεί πως μόνο το ξενοδοχείο Saint George παρέχει δωρεάν γεύματα στους αστέγους του Δήμου Αθηνών.

### **7.4. Η επίδοση στον πολιτισμό**

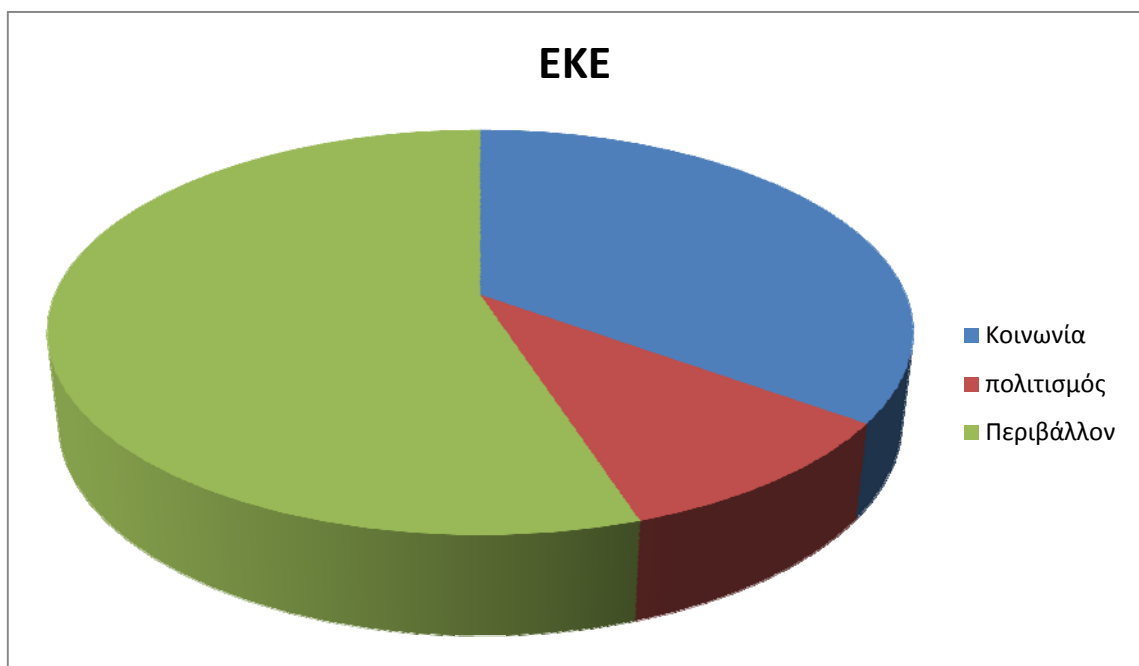
Αναμφισβήτητα η παρούσα ενότητα αποτελεί σημαντικό μέρος της Ε.Κ.Ε. παρόλα αυτά όμως οι επιχειρήσεις δεν έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στον πολιτισμό

Αναφορικά με αυτή την ενότητα οι απαντήσεις που δόθηκαν από τα τρία ξενοδοχεία ήταν εκ διαμέτρου αντίθετες. Καθώς τα δύο από αυτά και συγκεκριμένα τα Athens Plaza και Saint George δήλωσαν ότι δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στον πολιτισμό, εφαρμόζοντας προγράμματα για την ανάδειξη του πολιτισμού τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και σε πανελλήνιο. Για παράδειγμα συμμετέχουν σε προγράμματα χορηγιών σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, ενημερώνουν τους πελάτες τους για τις τρέχουσες πολιτιστικές εκδηλώσεις-εκθέσεις, παραχωρούνται οι χώροι του ξενοδοχείου αφιλοκερδώς σε πολιτιστικά δρώμενα, παρέχουν εκπτωτικά κουπόνια ή πακέτα στους πελάτες τους για την πρόσβαση σε διάφορους πολιτιστικούς και αρχαιολογικούς

χώρους. Και σε αυτή την περίπτωση αρκέστηκαν στην υπογράμμιση των παραδειγμάτων του ερωτηματολογίου χωρίς περαιτέρω αναφορές. Στην αντίπερα όχθη βρίσκεται το Ledra Marriott το οποίο δήλωσε με ειλικρίνεια ότι μέχρι στιγμής δεν ενδιαφέρεται καθόλου για τις συγκεκριμένες πρακτικές της Ε.Κ.Ε..

Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των συνεντευξιζόμενων επικεντρώνεται στο περιβάλλον και το μικρότερο στον πολιτισμό.

#### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ: ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΥΠΟ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η πλειοψηφία των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων στην Αττική παρουσιάζουν την Ε.Κ.Ε. με μια δική τους προσέγγιση στο θέμα. Περισσότερο έμφαση δόθηκε στο περιβάλλον όπου και είχαμε τις περισσότερες αναφορές από όλες τις εταιρείες. Μια πιο μικρή και όχι σαφής αναφορά γίνεται στην κοινωνία, στους πελάτες και στον πολιτισμό.

Σύμφωνα με τα προαναφερθέντα σχόλια οι επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου επιθυμούν να ακολουθούν τις πρακτικές της Ε.Κ.Ε χωρίς όμως να δεσμεύονται ξεκάθαρα για μελλοντικές επενδύσεις παρουσιάζοντας όμως την επιθυμία τους για βελτίωση. Το ερώτημα που δημιουργείται πλέον είναι το κατά πόσο σε βάθος χρόνου θα συνεχιστεί η ενσωμάτωση της Ε.Κ.Ε. στις λειτουργίες τους;

Απόρροια της έρευνας που πραγματοποιήθηκε για την παρούσα πτυχιακή εργασία είναι και η άρνηση πολλών επιχειρήσεων για τη συμμετοχή τους στην έρευνα μας. Ένας πιθανός λόγος είναι η μη εφαρμογή των προγραμμάτων ΕΚΕ ή και η άγνοια που πιθανόν να έχουν για το συγκεκριμένο θέμα. Βάσει αυτής μου της διαπίστωσης, θεωρώ πως κρίνεται αναγκαίο περισσότερο από κάθε άλλη φορά η ενημέρωση όλων των επιχειρήσεων όχι μόνο των μικρομεσαίων, για την αναγκαιότητα εφαρμογής των προγραμμάτων ΕΚΕ. Ιδιαίτερα στην παρούσα χρονική στιγμή που η χώρα μαστίζεται από την οικονομικής κρίση, για να αντιμετωπίσει το κοινωνικό σύνολο και κατά συνέπεια και οι επιχειρήσεις την ύφεση, θα πρέπει να εφαρμοστούν από όλο τον επιχειρηματικό κόσμο της χώρας τα προγράμματα ΕΚΕ.

Το Δίκτυο για την ΕΚΕ στην Ελλάδα σε στενή συνεργασία με τον δημόσιο τομέα, θα πρέπει να θεσπίσουν νόμους που να συνδυάζουν τα προγράμματα ΕΚΕ έτσι ώστε όλες οι επιχειρήσεις να τα εφαρμόζουν. Θα πρέπει να υποχρεωθούν οι επιχειρήσεις να απαντούν ετησίως σε ερωτηματολόγια αναφορικά με το ζήτημα και να εκδίδεται από έναν ανεξάρτητο κρατικό φορέα μια βαθμολόγηση σχετικά με την εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις, η βαθμολογία φυσικά θα πρέπει να δημοσιεύεται έτσι ώστε να ενημερώνεται το ενδιαφερόμενο κοινό σχετικά.

Όσον αφορά την παρούσα έρευνα, προκειμένου να έχουμε μια εμπειριστατωμένη και πιο ολοκληρωμένη άποψη σχετικά με τα ξενοδοχεία 5 αστέρων στην Ελλάδα, θα πρέπει να διεξαχθεί αντίστοιχη έρευνα με μορφή ερωτηματολογίου- συνέντευξης σε

ξενοδοχεία σε όλη την χώρα, ώστε να διαπιστωθούν διαφορές μεταξύ των ξενοδοχείων της Αττικής και της επαρχίας, μεταξύ ξενοδοχείων πόλης και παραθερισμού κλπ. φυσικά για να είναι έγκυρα, αναβαθμισμένα και συγκρίσιμα τα αποτελέσματα της έρευνας που προτείνουμε, θα πρέπει να επαναληφθεί και στο μέλλον Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί το ενδιαφερόμενο κοινό να συγκρίνει και να σημειώνει την πρόοδο που σημειώνει ο κλάδος αλλά και η κάθε επιχείρηση μεμονωμένα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Βιβλία

Cassel, C., & Symon, G. (1994). *Qualitative research in work context*. In C. Cassel & G. Symon (Eds.), *Qualitative methods in organization research: a practical guide*. London: Sage Publications.

Gibbs, G. R. (2005) *Qualitative Data Analysis: Explorations with NVivo*, Open University Press, Cromwell Press, Great Britain

Creswell, J.W. (1998) *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. London and Thousand Oaks, CA; Sage Publications.

Davis, K., (1960), *Can Business afford to ignore its social responsibilities*, California Management Review.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S., (1994). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage

Eells, R. and Walton, C., (1961), *Conceptual Foundations of Business*, Richard D. Irwin Inc., Homewood Illinois.

Joshua M. Pearce, (2007), *Teaching Science by Encouraging Innovation in Appropriate Technologies for Sustainable Development*, peer reviewed papers

KPMG/UVa, (2002), *KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002*, De Meern: KPMG Global Sustainability Services

Merriam, S. B. (2002). *Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*. San Francisco: Jossey Bass

Oscar Ortiz, Francesc Castells and Guido Sonnemann, (2008), *Towards sustainable construction in a developed and a developing country based on Life Cycle Assessment*, PLEA 2008 – 25th Conference on Passive and Low Energy Architecture, Dublin

Popper, K. (1959) *The Logic of Scientific Discovery*. London: Hutchinson.

Wood, D.J., (1991), *Corporate Social Responsiveness Revisited*, Academy of Management Review.



### *Επιστημονικά άρθρα*

Carroll B.A (1999), *Business and Society, corporate social responsibility: evolution of a definitional construct*, 38(3), σ.σ. 268-295.

Davis-Walling and Batterman (1999), *Environmental Management, Environmental reporting by the fortune 50 firm*, 21(6), σ.σ.865-875.

Jones Peter, Comfort Daphne, Hillier David (2006), *Journal of Corporate Real Estate Corporate social responsibility and the UK construction industry*, 8( 3), σ.σ. 134 – 150.

Marge J., *Επιστημονικό Μάρκετινγκ, Πως λαμβάνονται οι αποφάσεις*, 40, σ.σ. 106-108

Raymond K.S. Chu, Tat Choi (2000), *Tourism Management., An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travellers*, 21,σ.σ. 363-377.

Skouloudis and Evangelinos (2009), *Environmental Quality Management, Sustainability reporting in Greece: are we there yet*, 19(1), σ.σ. 43-60.

Skouloudis A., Evangelinos K., Kourmoussis F. (2010), *Journal of cleaner Production, Assessing non-financial reports according to the global Reporting Initiative guidelines: evidence from Greece*», 18, σ.σ. 426-438.

[Zhen-Yu Zhao](#), [Xiao-Jing Zhao](#),[Kathryn Davidson](#), [Jian Zuo](#), *Journal of Cleaner Production, A corporate social responsibility indicator system for construction enterprises*, 29-30,σ.σ. 277-289

### *Διαδίκτυο*

Αναλυτής (2010), *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως Στρατηγικό Εργαλείο για τις Επιχειρήσεις και την Κοινωνία*, πηγή από το διαδίκτυο:[http://www.csrhellas.org/portal/images/stories/ARTICLES/na\\_2010\\_12\\_eleftherotypia.pdf](http://www.csrhellas.org/portal/images/stories/ARTICLES/na_2010_12_eleftherotypia.pdf), [προσβαση 10/12/2012]

Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική κοινωνική Ευθύνη (2010), πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.csrhellas.org/portal/portal.php?&lang=>, [πρόσβαση: 01/12/2012]

Παναγιωτόπουλος Κυριαζόπουλος Νικόλας, Delattre Miguel, (2007), Πληροφοριακά Συστήματα και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Μια ματιά στις δυνατότητες και πρακτικές των συστημάτων PLM, πηγή από το διαδίκτυο: [http://edutice.archives-ouvertes.fr/docs/00/20/60/97/PDF/4th\\_Student\\_Conference\\_of\\_Management\\_Science\\_and\\_Technology\\_17th\\_May\\_2007\\_Athens.pdf](http://edutice.archives-ouvertes.fr/docs/00/20/60/97/PDF/4th_Student_Conference_of_Management_Science_and_Technology_17th_May_2007_Athens.pdf). [πρόσβαση 09/12/2012]

CCRA, (2010), CR Reporting Awards '10, Global Winners and Reporting Trends, , πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.corporateregister.com/pdf/CRRA10.pdf>, [πρόσβαση 01/12/2012]

Global Reporting Initiative (GRI) (2006), Κατευθυντήριες οδηγίες έκδοσης απολογισμών βιωσιμότητας, πηγή από το διαδίκτυο: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Greek-G3-Reporting-Guidelines.pdf> [πρόσβαση 07/12/2012]

KPMG, (2008), KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2008, KPMG International, πηγή από το διαδίκτυο [http://www.kpmg.com/EU/en/Documents/KPMG\\_International\\_survey\\_Corporate\\_responsibility\\_Survey\\_Reportin\\_g\\_2008.pdf](http://www.kpmg.com/EU/en/Documents/KPMG_International_survey_Corporate_responsibility_Survey_Reportin_g_2008.pdf) [πρόσβαση 07/12/2012]

Lacey A., Luff D., (2001), Trent Focus for Research and Development in Primary Health CareQ Quantative Data Analysis, Trent focus, England. πηγή από το διαδίκτυο <http://www.trentrdsu.org.uk/cms/uploads/Qualitative%20Data%20Analysis.pdf>, [πρόσβαση 08/12/2012]

Windell Karolina, (2006), Corporate Social Responsibility under Construction: Ideas, Translations, and Institutional Change, Uppsala University, Department of Business Studies, Box 513, SE-751 20 Uppsala, Sweden, πηγή από το διαδίκτυο <http://www.ggm.se/karolinaw/WindellDissertation.pdf> [πρόσβαση 07/12/2012]







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

11. Ποια είναι τα σημαντικότερα οφέλη που θεωρείτε ότι έχει κερδίσει η επιχείρησή σας από την υιοθέτηση της Ε.Κ.Ε.;

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

12. Έχετε προβεί σε ενέργειες ενημέρωσης και προβολής για τις ενέργειες Ε.Κ.Ε. που εφαρμόζει η επιχείρησή σας; Με ποιους τρόπους (ιστοσελίδα, εταιρικά έντυπα, δημοσιεύματα στον τύπο, ενημέρωση tour operators και άλλων συνεργατών); Έχετε ανταπόκριση από τους πελάτες σας και με και με ποίο τρόπο την μετράτε;

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

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

13. Έχετε προγραμματίσει για τα επόμενα χρόνια πρόσθετες δράσεις στον τομέα της Ε.Κ.Ε. του ξενοδοχείου σας; Αν ναι παρακαλούμε να αναφερθείτε συγκεκριμένα

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

Ευχαριστούμε για τον χρόνο σας