

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
2012

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ: ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

ΑΚΡΙΤΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Κέρστιν Σιάκα
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2012



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αυτή η πτυχιακή εργασία αποτελεί ένα χρήσιμο οδηγό για όσους ενδιαφέρονται να διαβάσουν και να κατανοήσουν την ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Συγκεκριμένα, ο αναγνώστης θα μάθει τι σημαίνει να είναι μια εταιρία κοινωνικά υπεύθυνη, ποια κριτήρια πρέπει να τηρούν και να υλοποιούν οι εταιρίες και επίσης θα αναγνώσει ποια είναι η αντίθετη άποψη.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται λεπτομερής ανάλυση της έννοιας της Ε.Κ.Ε. όπως έχει περιγραφεί από την Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, παρουσιάζονται τα οφέλη της Ε.Κ.Ε. για τις εταιρίες, πως επηρεάζονται οι οντότητες που αλληλεπιδρούν με τις εταιρίες και γενικότερα ποιος πρέπει να είναι ο ρόλος των εταιριών μέσα στην κοινωνία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση του ISO 26000 το οποίο αποτελεί την Βίβλο για τα θέματα κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Το ISO 26000 είναι ένα Διεθνή Πρότυπο μέσω του οποίου ο αναγνώστης έχει την ευκαιρία να μάθει σε ποιους τομείς διακρίνεται η κοινωνική ευθύνη των εταιριών. Για κάθε ένα από αυτούς τους τομείς ορίζονται και περιγράφονται κάποια ζητήματα τα οποία αν μια εταιρία επιθυμεί να προσδιορίζεται και να αναγνωρίζεται από την κοινωνία ως υπεύθυνη οφείλει να τα εφαρμόζει. Επιπλέον το ISO 26000 αποτελεί μια πηγή έμπνευσης για τους αναγνώστες για το πώς πρέπει να είναι δομημένες οι επιχειρήσεις και το τι μπορούμε να κάνουμε για να αλλάξουμε τον κόσμο.

Στο τρίτο κεφάλαιο ο αναγνώστης έχει την ευκαιρία να προβληματιστεί σχετικά με το πόσο εφικτό είναι μια εταιρία να είναι κοινωνικά υπεύθυνη στις μέρες μας. Με λίγα λόγια διατυπώνεται η αντίθετη άποψη για το θεσμό της Ε.Κ.Ε., αναλύονται οι βαθύτερες πτυχές της Ε.Κ.Ε. με απώτερο σκοπό τον προβληματισμό του αναγνώστη για τα πραγματικά κίνητρα των επιχειρήσεων, δηλαδή αν είναι όντως αγνά όπως παρουσιάζονται από τις ίδιες.

Το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί το πρακτικό μέρος της πτυχιακής εργασίας στο οποίο παρουσιάζεται μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τις δράσεις των Ελληνικών Εταιριών Πληροφορικής σε ζητήματα Ε.Κ.Ε. Παρουσιάζονται 15 εταιρίες πληροφορικής που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο της πληροφορικής και αναφέρεται ποιο είναι το κοινωνικό πρόγραμμα της κάθε μιας.

Η πτυχιακή εργασία ολοκληρώνεται με καταγραφή των συμπερασμάτων που εξήγαγε ο συγγραφέας της πτυχιακής εργασίας από την έρευνα που πραγματοποίησε και παρουσίαση των πηγών των πληροφοριών πάνω στις οποίες βασίστηκε η εργασία για να μπορέσει να υλοποιηθεί.

ABSTRACT

This thesis is a useful guide for those that are interested to read and understand the idea of Corporate Social Responsibility. Specifically, the reader will learn what means a corporation to be socially responsible, which standard must the corporation keep and materialize and also will read the opposite view.

In the first chapter we have a detailed analysis of the meaning of CSR as it was described by the Commission of the European Communities, a presentation of the benefits that the corporations gain from CSR activities, how the entities that interact with the corporations are being affected and generally what should be the role of the corporations inside the society.

In the second chapter there is a presentation of ISO 26000 which is the Bible for topics about the social responsibility of the companies. ISO 26000 is an International Standard through which the reader has the opportunity to learn which the sectors that the social responsibility of the corporations is being distinguished in are. For each one of these sectors some issues are being described and defined that if a company desire to be determined and recognized by society as responsible should implement. In addition the ISO 26000 is a source of inspiration for the readers as to how the companies should be structured and what can we do to change the world.

In the third chapter the reader has the opportunity to wonder about how feasible is for a corporation to be socially responsible in our days. In a few words the opposite view for the constitution of CSR is expressed, the deeper aspects of CSR are being analyzed with further purpose to make the reader wonder what the real incentives of the companies are, i.e. are they indeed pure as the corporations claim to be.

The fourth chapter consist the practical part of the thesis in which it is presented a research that was held to discover what the actions of the Greek corporations of informatics related to CSR are. 15 corporations in the field of informatics that operate in Greece are presented and the social program each one of those is reported.

The thesis is being completed with a recording of the conclusions that the writer of the thesis made out through the research that he accomplished and a presentation of the sources of information on which this thesis was based and without them the thesis would not be achieved.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	11
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	11
Εισαγωγή	11
1.1 Τι είναι η εταιρική κοινωνική ευθύνη;	13
1.2 Εταιρική κοινωνική ευθύνη: η εσωτερική διάσταση	16
1.3 Εταιρική κοινωνική ευθύνη: η εξωτερική διάσταση	19
1.4 Εταιρική ευθύνη, επικοινωνία και διαδίκτυο	23
1.5 Κοινωνικά και οικολογικά σήματα	25
1.6 Κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις	27
1.7 Πως ωφελούνται οι εταιρίες από την εταιρική κοινωνική ευθύνη;	29
1.7.1 ΕΚΕ και δείκτης κίνησης προσωπικού	30
1.7.2 ΕΚΕ και ικανοποίηση πελατών	31
1.7.3 ΕΚΕ και φήμη	33
1.7.4 Άλλα πιθανά οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ	35
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	38
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ISO 26000	38
Εισαγωγή	38
Γενικά	39
2.1 Οργανωτική Διακυβέρνηση.....	40
2.2.1 Διεργασίες λήψης αποφάσεων και δομές	40
2.2 Ανθρώπινα Δικαιώματα	41
2.2.1 Απαιτούμενη Επιμέλεια (due diligence).....	41
2.2.2 Αποφυγή συνενοχής.....	41
2.2.3 Επίλυση αδικιών.....	42
2.2.4 Διάκριση και ευάλωτες ομάδες.....	42
2.2.5 Αστικά και πολιτικά δικαιώματα.....	43

2.2.6	Οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα	44
2.2.7	Θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία	44
2.3	Εργασιακές Πρακτικές	45
2.3.1	Εργασία και εργασιακές σχέσεις	45
2.3.2	Συνθήκες εργασίας και κοινωνική προστασία	46
2.3.3	Κοινωνικός διάλογος	46
2.3.4	Υγεία και ασφάλεια στην εργασία	47
2.3.5	Ανθρώπινη ανάπτυξη και εκπαίδευση στο χώρο εργασίας.....	48
2.4	Το Περιβάλλον.....	49
2.4.1	Πρόληψη της ρύπανσης	49
2.4.2	Βιώσιμη χρήση πόρων	50
2.4.3	Κατευνασμός και προσαρμογή στις κλιματικές αλλαγές.....	52
2.4.4	Προστασία του περιβάλλοντος, της βιοποικιλότητας και αποκατάσταση των φυσικών εδαφών	53
2.5	Πρακτικές Δίκαιης Λειτουργίας.....	54
2.5.1	Αντί-διαφθορά.....	54
2.5.2	Υπεύθυνη εμπλοκή στην πολιτική.....	55
2.5.3	Δίκαιος ανταγωνισμός.....	55
2.5.4	Σεβασμός προς τα δικαιώματα ιδιοκτησίας	56
2.6	Καταναλωτικά Ζητήματα	57
2.6.1	Προστασία της υγείας και ασφάλειας των καταναλωτών	57
2.6.2	Βιώσιμη κατανάλωση	58
2.6.3	Service, υποστήριξη, παράπονα καταναλωτών και επίλυση αντιδικιών.....	59
2.6.4	Προστασία των προσωπικών στοιχείων και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών	60
2.6.5	Μόρφωση και επίγνωση	61
2.7	Συμμετοχή και Ανάπτυξη της Κοινότητας	62
2.7.1	Παιδεία και πολιτισμός	63
2.7.2	Δημιουργία θέσεων εργασίας και βελτίωση των δεξιοτήτων	63
2.7.3	Ανάπτυξη της τεχνολογίας και πρόσβαση σε αυτήν.....	64
2.7.4	Παραγωγή πλούτου και εσόδων	65
2.7.5	Κοινωνική επένδυση	66
2.7.6	Υγεία	67
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	68

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	69
ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ	69
3.1 Ανάλυση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	69
3.1.1 Οι θετικές και αρνητικές όψεις της Ε.Κ.Ε.	71
3.1.2 Πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κατά των κρίσεων.....	75
3.1.3 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και δημόσιες σχέσεις	77
3.2 Κριτική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	78
3.2.1 Τι είναι υπευθυνότητα;	82
3.2.2 Τι είναι μια εταιρία;.....	82
3.3 Προβληματισμοί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	84
3.3.1 Μπορεί ο καταναλωτής να αλλάξει την αγορά;.....	86
3.3.2 Πως θα πρέπει να είναι μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία;.....	88
3.3.3 Πώς οι ΜΚΟ αξιολογούν την απόδοση της ΕΚΕ;	90
3.3.4 Διάφοροι ορισμοί της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	92
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	94
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	96
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ.....	96
Εισαγωγή.....	96
4.1 Microsoft Hellas.....	97
4.2 Xerox Hellas	102
4.3 EXODUS.....	109
4.4 Όμιλος DIONIC.....	113
4.5 Uni Systems	118
4.6 MLS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ	122
4.7 ΟΜΙΛΟΣ QUEST.....	126
4.8 Intersys	132
4.9 CPI.....	135
4.10 ΩMEGA TECHNOLOGY	137
4.11 ACTIVE COMPUTER SYSTEMS	140
4.12 Space Hellas.....	141
4.13 GENIUSNET	144
4.14 ALL WEB.....	146
4.15 Q BASE R & P.....	147
4.16 Συγκριτικοί Πίνακες	149

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

4.16.1 Συγκριτικός πίνακας πολυεθνικών εταιριών.....	150
4.16.2 Συγκριτικός πίνακας μεγάλων ελληνικών εταιριών.....	151
4.16.3 Συγκριτικός πίνακας μικρομεσαίων ελληνικών εταιριών.....	153
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	155
ΣΥΖΗΤΗΣΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	157
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	160

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Εισαγωγή

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη (Ε.Κ.Ε.), σύμφωνα με την πλέον αποδεκτή άποψη, είναι η εθελοντική δέσμευση των επιχειρήσεων σε στρατηγικές που ενσωματώνουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες και εκφράζονται με συναφείς πρακτικές που συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη, τις σχέσεις με το ανθρώπινο δυναμικό τους, την κοινωνική αλληλεγγύη και τη διασφάλιση σχέσεων εμπιστοσύνης με την τοπική κοινότητα και το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.

Η ενσωμάτωση της έννοιας και των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην επιχειρηματική πρακτική σηματοδοτεί μια νέα αντίληψη, η οποία διέπει το όραμα, τις αξίες και τις αρχές σύμφωνα με τις οποίες λειτουργεί η επιχείρηση. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να συνδυάσουν αποτελεσματικά την οικονομική τους απόδοση και ανάπτυξη με τη συνεισφορά τους στο κοινωνικό σύνολο και την προστασία του περιβάλλοντος, πέραν της συμμόρφωσης με το νομοθετικό πλαίσιο.

Η Ε.Κ.Ε. έχει κατά συνέπεια δυο διακριτά πεδία εφαρμογής: αφ' ενός το εσωτερικό, αφ' ετέρου το εξωτερικό πεδίο. Στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, το ανθρώπινο δυναμικό και η προστασία του περιβάλλοντος από την λειτουργία της είναι οι βασικότεροι τομείς εφαρμογής της Ε.Κ.Ε. Χαρακτηριστικές περιπτώσεις πρακτικής εφαρμογής της Ε.Κ.Ε. στο εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης αποτελούν:

- Η συνεχής και συστηματική ανάπτυξη των προσόντων και των ικανοτήτων τους ανθρώπινου δυναμικού που αποσκοπούν στην επαγγελματική και προσωπική τους εξέλιξη.
- Η αναγνώριση της διαφορετικότητας και η παροχή ίσων ευκαιριών, καθώς και η συστηματική και αμφίδρομη επικοινωνία διοίκησης – εργαζομένων.
- Η διασφάλιση και συνεχής βελτίωση των συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας, καθώς και της ποιότητας στους χώρους εργασίας.
- Η ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων και η συστηματική προσπάθεια για εξοικονόμηση τους.
- Η εφαρμογή νέας τεχνολογίας, φιλικής προς το περιβάλλον και ανάλογων συστημάτων για την παραγωγή των προϊόντων.

Στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης η Ε.Κ.Ε. επεκτείνεται και αφορά όλα τα άμεσα και έμμεσα επηρεαζόμενα μέρη από την επιχειρηματική δραστηριότητα και ειδικότερα: την τοπική κοινότητα, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις κ.α.

Η κάθε επιχείρηση ανάλογα με το μέγεθος και το αντικείμενο της δραστηριότητας της ιεραρχεί διαφορετικά τις σχέσεις και τις προτεραιότητες της με κάθε ένα από τα μέρη που επηρεάζονται από αυτήν. Σε ό,τι αφορά την τοπική κοινότητα ο άμεσος θετικός αντίκτυπος είναι η συμβολή της επιχείρησης στην τοπική ανάπτυξη και πρόοδο που αποτελεί βασική έκφραση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κάθε επιχείρησης που επιδιώκει να λειτουργεί ως υπεύθυνος «πολίτης» - μέλος της τοπικής κοινωνίας στην οποία λειτουργεί.

Η σχέση της επιχείρησης με τους προμηθευτές της είναι σε πολλές περιπτώσεις σχέση αλληλεπίδρασης ή και αλληλεξάρτησης. Κάθε επιχείρηση λειτουργεί στηριζόμενη σε ένα ευρύτατο πλήθος προμηθευτών από τους οποίους επηρεάζεται αλλά και επηρεάζει. Η υιοθέτηση και εφαρμογή των αρχών της Ε.Κ.Ε. από την επιχείρηση εκφράζεται προς τους προμηθευτές της με δράσεις που συμβάλλουν στη μεταφορά γνώσεων και εμπειριών προς εκείνους που είναι εξαρτώμενοι από την επιχείρηση, με την υιοθέτηση κριτηρίων υπεύθυνης επιχειρηματικότητας για την επιλογή και σύναψη επιχειρηματικών σχέσεων μαζί τους και από την υποστήριξη κοινών πρωτοβουλιών στο πλαίσιο κοινών στόχων και προτεραιοτήτων.

Εξίσου σημαντική είναι η σχέση κάθε επιχείρησης με τους πελάτες της. Η παραγωγή, διάθεση και προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον, θεωρείται το πλαίσιο για την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. έναντι των πελατών. Η ανταπόκριση της επιχείρησης στις ανάγκες και επιθυμίες των πελατών της μέσω της παροχής προϊόντων και υπηρεσιών ανώτερης ποιότητας, ασφάλειας, αξιοπιστίας και εξυπηρέτησης, διασφαλίζει την οικοδόμηση σχέσεων διαρκείας και εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές προσφέροντας ορατά οφέλη και στις δυο πλευρές.

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

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

Τέλος, η ορθή υιοθέτηση και εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην επίτευξη του στρατηγικού στόχου που ετέθη στη Λισαβόνα το 2000: «Μέχρι το 2010 η Ευρωπαϊκή Ένωση να γίνει η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή».

1.1 Τι είναι η εταιρική κοινωνική ευθύνη;

Οι περισσότεροι ορισμοί περιγράφουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως την έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με τα εμπλεκόμενα μέρη.

Το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος δεν σημαίνει μόνον ότι εκπληρώνει πλήρως τις νομικές υποχρεώσεις του, αλλά και ότι υπερβαίνει τα όρια της τήρησης του νόμου επενδύοντας περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στις σχέσεις του με τα εμπλεκόμενα μέρη. Η πείρα από τις επενδύσεις στις περιβαλλοντικά υπεύθυνες τεχνολογίες και επιχειρηματικές πρακτικές δείχνει ότι η υπέρβαση της τήρησης του νόμου μπορεί να συμβάλλει στην ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης. Η υπέρβαση των ορίων των βασικών νομικών υποχρεώσεων στον κοινωνικό τομέα π.χ. επαγγελματική κατάρτιση, συνθήκες εργασίας, σχέσεις διοίκησης-υπαλλήλων μπορεί επίσης να έχει άμεσο αντίκτυπο στην παραγωγικότητα και την ποιότητα της παραγωγής. Ανοίγει το δρόμο για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με την βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ουσιαστικά μια έννοια με την οποία οι εταιρίες αποφασίζουν οικειοθελώς να συμβάλλουν για μια καλύτερη κοινωνία και ένα καθαρότερο περιβάλλον. Σε μια περίοδο όπου η Ευρωπαϊκή Ένωση προσπαθεί να αναγνωρίσει τις κοινές αρχές της εγκρίνοντας το Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων, όλο και περισσότερες ευρωπαϊκές εταιρίες αναγνωρίζουν την κοινωνική τους ευθύνη με τρόπο όλο και πιο σαφή, θεωρώντας την ως μέρος της ταυτότητας τους. Αυτή η ευθύνη εκφράζεται προς στους υπαλλήλους και γενικότερα σε όλους τους παράγοντες που μπορούν να επηρεαστούν από μια επιχείρηση και οι οποίοι με τη σειρά τους μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία της.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν πρέπει ωστόσο να θεωρηθεί υποκατάστατο των κανονιστικών ρυθμίσεων ή της νομοθεσίας όσον αφορά τα κοινωνικά δικαιώματα ή τα περιβαλλοντικά πρότυπα, συμπεριλαμβάνοντας την ανάπτυξη νέας κατάλληλης νομοθεσίας. Σε χώρες στις οποίες δεν υπάρχουν τέτοιες δεν υπάρχουν ρυθμίσεις, οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στη θέσπιση του κατάλληλου ρυθμιστικού ή νομοθετικού πλαισίου για τον καθορισμό ενιαίας βάσης πάνω στην οποία μπορούν να αναπτυχθούν οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές.

Παρ' ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη μέχρι σήμερα προωθείται κυρίως από ορισμένες πολυεθνικές εταιρίες, είναι σημαντική για όλα τα είδη εταιριών και όλους τους κλάδους δραστηριοτήτων, από τις ΜΜΕ (μικρομεσαίες επιχειρήσεις) έως τις πολυεθνικές εταιρίες. Έχει ζωτική σημασία να εφαρμοστεί και στις ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένων των πολύ μικρών και ατομικών εταιριών, δεδομένου ότι αυτές συμβάλλουν στο μέγιστο στην οικονομία και την απασχόληση. Παρ' ότι πολλές ΜΜΕ έχουν ήδη αναλάβει τις κοινωνικές τους ευθύνες, ειδικότερα μέσω της ανάμιξης τους στα θέματα της κοινότητας, η περαιτέρω

αύξηση της ευαισθητοποίησης και η υποστήριξη για την διάδοση των ορθών πρακτικών μπορούν να βοηθήσουν την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μεταξύ τους. Οι εργατικοί συνεταιρισμοί και τα συστήματα συμμετοχής, καθώς και άλλες επιχειρήσεις με τη μορφή συνεταιρισμών, φορέων αλληλασφάλισης και ενώσεων, ενσωματώνουν στην δομή τους τα συμφέροντα άλλων παραγόντων και αναλαμβάνουν αυτόματα τις κοινωνικές ευθύνες τους και τις ευθύνες απέναντι στον πολίτη.

Ορισμένες εταιρίες με καλό κοινωνικό και περιβαλλοντικό μητρώο αναφέρουν ότι αυτές οι δραστηριότητες μπορούν να οδηγήσουν σε καλύτερες επιδόσεις και να παράγουν περισσότερα κέρδη και ανάπτυξη. Για πολλές εταιρίες είναι μια νέα δραστηριότητα και δεν έχει γίνει ακόμα η μακροπρόθεσμη αξιολόγηση. Οι οικονομικές συνέπειες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης διακρίνονται σε άμεσες και έμμεσες. Τα θετικά άμεσα αποτελέσματα ενδέχεται για παράδειγμα να προκύπτουν από ένα καλύτερο εργασιακό περιβάλλον, το οποίο συνεπάγεται ένα πιο αφοσιωμένο και παραγωγικό εργατικό δυναμικό ή από την αναποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων. Επιπλέον, τα έμμεσα αποτελέσματα απορρέουν από την αυξανόμενη προσοχή των καταναλωτών και των επενδυτών που θα αυξήσει τις ευκαιρίες τους στις αγορές. Αντίστροφα, η κριτική των επιχειρηματικών πρακτικών μπορεί μερικές φορές να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην φήμη μιας εταιρείας. Αυτό μπορεί να επηρεάσει τα βασικά στοιχεία του ενεργητικού μιας εταιρείας, όπως τις εμπορικές μάρκες και την εικόνα της.

Τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα προσφεύγουν όλο και περισσότερο σε καταλόγους κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων προκειμένου να αξιολογήσουν τους κινδύνους δανεισμού και τα επενδύσεις σε εταιρείες. Παρόμοια, η αναγνώριση μιας εταιρείας ως κοινωνικά υπεύθυνης, π.χ. μέσω της εγγραφής της σε χρηματιστηριακό δείκτη δεοντολογικών αρχών, μπορεί να αυξήσει την αξιολογική κατάταξη της και συνεπώς να επιφέρει απτά οικονομικά οφέλη.

Οι κοινωνικοί δείκτες του χρηματιστηρίου είναι χρήσιμα σημεία αναφοράς γιατί δείχνουν τη θετική επίδραση που έχει η λεπτομερής ανάλυση των χρηματοοικονομικών επιδόσεων με κοινωνικά κριτήρια: ο κοινωνικός δείκτης Domini 400 (DSI) ξεπέρασε κατά 1% και πάνω το δείκτη S&P 500 με βάση τη συνολική απόδοση σε ετήσια βάση και λαμβάνοντας υπόψη την προσαρμογή ανάλογα με τον κίνδυνο από την έναρξη λειτουργίας του το Μάιο του 1990, ενώ ο Dow Jones Sustainable Index έχει σημειώσει αύξηση κατά 180% από το 1993 συγκριτικά με 125% για τον Dow Jones Global Index την ίδια περίοδο.

Η επακριβής αξιολόγηση των στοιχείων που καθορίζουν την οικονομική αποδοτικότητα μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας είναι δύσκολη. Έρευνες (περιοδικό Industry Week, 15 Ιανουαρίου 2001) έδειξαν ότι περίπου το ένα ήμισυ των επιδόσεων άνω του μέσου όρου που σημειώνουν οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες μπορούν να αποδοθούν στην κοινωνικά ευθύνη τους, ενώ το άλλο ήμισυ μπορεί να εξηγηθεί ως επιδόσεις του κλάδου τους. Αναμένεται από τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες να παραγάγουν οικονομικά οφέλη άνω του μέσου όρου, εφόσον η ικανότητα μιας εταιρείας να αντιμετωπίζει επιτυχώς περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα μπορεί να αποτελέσει αξιόπιστο μέτρο διαχειριστικής ποιότητας.

Είναι αναγκαία η καλύτερη γνώση καθώς και οι περαιτέρω μελέτες για τον αντίκτυπο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις επιδόσεις των εταιριών. Αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει ένα πεδίο για περαιτέρω έρευνα μεταξύ εταιριών, δημόσιων

αρχών και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων. Αυτές οι προσπάθειες θα μπορούσαν να υποστηριχθούν από τα προγράμματα-πλαίσιο για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη.

Πηγή: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2001), *“Πράσινο Βιβλίο”*, Κεφ. 2 σελ. 6-8, Βρυξέλλες 18/1/2001
http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=com2001_0366en01&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Feur-lex.europa.eu%2FLEXUriServ%2Fsite%2Fen%2Fcom%2F2001%2Fcom2001_0366en01.pdf&ei=t4MDT5eXIJDV4QSJ0OCNCA&usg=AFQjCNHOQF7g4zGaGCycXkxSfgVYVTsVDg&cad=rja

1.2 Εταιρική κοινωνική ευθύνη: η εσωτερική διάσταση

Σε μια εταιρεία, οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής ενώ οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με την διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Ανοίγουν το δρόμο για την αλλαγή και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

Διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού

Σήμερα μια από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρίες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου εργατικού προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας, οικογένειας και ελεύθερου χρόνου, τον καταμερισμό των κερδών και τα συστήματα παροχής μεριδίων του μετοχικού κεφαλαίου. Οι υπεύθυνες πρακτικές πρόσληψης, ιδιαίτερα με την εφαρμογή της αρχής των μη διακρίσεων, πιθανότατα θα διευκολύνουν να προσλαμβάνονται άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι, γυναίκες, μακροχρόνια άνεργοι και μειονεκτούντα άτομα. Σε σχέση με την δια βίου μάθηση, οι εταιρίες θα διαδραματίσουν βασικό ρόλο σε διάφορα επίπεδα: θα συμβάλουν στον καλύτερο καθορισμό των αναγκών σε επαγγελματική κατάρτιση μέσω της στενής συνεργασίας με τοπικούς φορείς που καταρτίζουν προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης. Θα υποστηρίξουν τη μετάβαση των νέων από το σχολείο στην εργασία, δημιουργώντας για παράδειγμα θέσεις μαθητείας. Θα προσδώσουν αξία στη μάθηση, ειδικότερα με την αναγνώριση προηγούμενων και εμπειρικών γνώσεων (Accreditation of Prior and Experiential Learning – APEL) και θα διαμορφώσουν ένα περιβάλλον όπου θα ενθαρρύνεται η δια βίου μάθηση για όλους τους υπαλλήλους, ιδιαίτερα εκείνους με τη λιγότερη μόρφωση, τις λιγότερες δεξιότητες και τους μεγαλύτερους σε ηλικία εργαζομένους.

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

Σε σχέση με τη δια βίου μάθηση, οι εταιρίες θα διαδραματίσουν βασικό ρόλο σε διάφορα επίπεδα: α) θα συμβάλουν στον καλύτερο καθορισμό των αναγκών σε επαγγελματική κατάρτιση, μέσω της στενής συνεργασίας με τοπικούς φορείς που καταρτίζουν προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης β) θα υποστηρίξουν την μετάβαση των νέων από το σχολείο στην εργασία, δημιουργώντας για παράδειγμα θέσεις μαθητείας γ) θα προσδώσουν αξία στη μάθηση, ειδικότερα με την αναγνώριση προηγούμενων και

εμπειρικών γνώσεων (Accreditation of Prior and Experiential Learning – APEL) και δ) θα διαμορφώσουν ένα περιβάλλον όπου θα ενθαρρύνεται η δια βίου μάθηση για όλους τους υπαλλήλους, ιδιαίτερα εκείνους με τη λιγότερη μόρφωση, τις λιγότερες δεξιότητες και τους μεγαλύτερους σε ηλικία εργαζομένους.

Υγεία και ασφάλεια στην εργασία

Οι προσεγγίσεις του θέματος της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία παραδοσιακά έγκεινται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρίες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις επιδόσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας και ιδιαίτερα εκείνων που στους ίδιους χώρους των εν λόγω εταιριών.

Οι εταιρίες, οι κυβερνήσεις και οι κλαδικές οργανώσεις εξετάζουν όλο και πιο πολύ επιπλέον τρόπους για την προώθηση της υγείας και της ασφάλειας χρησιμοποιώντας αυτές τις δυο παραμέτρους ως κριτήρια κατά την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες εταιρίες και ως στοιχείο προώθησης των προϊόντων ή και των υπηρεσιών τους. Καθώς αυξάνει η προσοχή που δίνεται στις επιδόσεις όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία αλλά και στα θέματα χαρακτηριστικά των προϊόντων και των υπηρεσιών, σημειώνεται επίσης αυξανόμενη ζήτηση τόσο για την μέτρηση, την τεκμηρίωση και την ανακοίνωση αυτών των θετικών χαρακτηριστικών στο υλικό διαφημιστικής προώθησης.

Προσαρμογή στην αλλαγή

Η ευρύτατα διαδεδομένη αναδιάρθρωση που συντελείται στην Ευρώπη προκαλεί την ανησυχία όλων των υπαλλήλων και άλλων εμπλεκόμενων μερών, δεδομένου ότι το κλείσιμο ενός εργοστασίου ή οι σημαντικές περικοπές στο προσωπικό του ενδέχεται να επιφέρουν οικονομική, κοινωνική ή πολιτική κρίση σε μια κοινότητα. Λίγες εταιρίες δεν υποκύπτουν στην ανάγκη για αναδιάρθρωση, συχνά μέσω της μείωσης του προσωπικού, ενώ το 2000 ήταν το έτος με τις περισσότερες συγχωνεύσεις και εξαγορές από οποιοδήποτε άλλο στην ιστορία. Σύμφωνα με μια μελέτη, λιγότερο από μια στις τέσσερις δραστηριότητες αναδιάρθρωσης επιτυγχάνουν τους σκοπούς τους (μείωση του κόστους, αύξηση της παραγωγικότητας και βελτίωση της ποιότητας και της εξυπηρέτησης των πελατών), εφόσον συχνά διεξάγονται με τρόπο που κλονίζει τα κίνητρα, την πίστη, τη δημιουργικότητα και την παραγωγικότητα των υπαλλήλων.

Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει ότι εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Στην πράξη, η διαδικασία συχνά είναι τόσο σημαντική όσο και η ουσία για την επιτυχία της αναδιάρθρωσης. Ειδικότερα, αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των εμπλεκόμενων μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. Επιπλέον, η αναδιάρθρωση πρέπει να προετοιμαστεί καλά, με τον προσδιορισμό των σημαντικότερων κινδύνων, τον υπολογισμό του συνολικού κόστους, άμεσου και έμμεσου, που συνδέεται με εναλλακτικές στρατηγικές και πολιτικές και τέλος με την αξιολόγηση όλων των εναλλακτικών λύσεων που ενδεχομένως θα μειώσουν την ανάγκη για απολύσεις.

Υποστηρίζοντας την τοπική ανάπτυξη και τις ενεργούς στρατηγικές για την αγορά εργασίας μέσω της συμμετοχής σε τοπικές συμπράξεις απασχόλησης ή/και κοινωνικής ένταξης, οι εταιρίες μπορούν να μειώσουν τον κοινωνικό και τοπικό αντίκτυπο των αναδιαρθρώσεων μεγάλης κλίμακας.

Διαχείριση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και των φυσικών πόρων

Γενικά η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Ενδέχεται να ωφελήσει και τις επιχειρήσεις μειώνοντας τους λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας και διάθεσης των αποβλήτων καθώς και τις δαπάνες για τις πρώτες ύλες και για την απορρύπανση. Οι μεμονωμένες εταιρίες έχουν καταλήξει ότι η μειωμένη χρήση μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αποδοτικότητα και ανταγωνιστικότητα.

Στον περιβαλλοντικό τομέα, οι περιβαλλοντικές επενδύσεις αναφέρονται κανονικά ως ευκαιρίες διπλού κέρδους – και για τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον. Αυτή η αρχή υπάρχει εδώ και αρκετά χρόνια και πολύ πρόσφατα αναγνωρίστηκε στο 6^ο πρόγραμμα δράσης της Επιτροπής για το περιβάλλον. Εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση και οι κυβερνήσεις των κρατών μελών μπορούν να εκπληρώσουν το ρόλο τους για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να εντοπίσουν ευκαιρίες της αγοράς και να προχωρήσουν σε επενδύσεις διπλού κέρδους. Όρισε ορισμένα άλλα μέτρα με στόχο τις επιχειρήσεις: α) θέσπιση ενός προγράμματος στήριξης της συμμόρφωσης για να βοηθήσουν οι επιχειρήσεις να κατανοήσουν τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις της Ευρωπαϊκής Κοινότητας β) ανάπτυξη εθνικών, αλλά εναρμονισμένων συστημάτων επιβράβευσης που εντοπίζουν και επιβραβεύουν τις εταιρίες με καλές επιδόσεις και ενθάρρυνση εθελοντικών δεσμεύσεων και συμφωνιών. Οι επιχειρήσεις γνωρίζουν επίσης τις ευκαιρίες που συνδέονται με τις βελτιωμένες περιβαλλοντικές επιδόσεις και εργάζονται συστηματικά για να τις εκμεταλλευτούν:

*Η European Eco-Efficiency Initiative (EEEI) (ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για την οικολογική αποδοτικότητα) είναι μια πρωτοβουλία του Παγκόσμιου Συμβούλιου Επιχειρήσεων για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη και των ευρωπαϊκών εταιριών για το περιβάλλον σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και στοχεύει στην ένταξη της οικολογικής αποδοτικότητας σε όλες τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και στην βιομηχανική και οικονομική πολιτική.
(<http://www.wbcsd.ch/eurint/eeei.htm>)*

Πηγή: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2001), “Πράσινο Βιβλίο”, Κεφ. 2.1 σελ. 8-11, Βρυξέλλες 18/1/2001
http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=com2001_0366en01&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Feur-lex.europa.eu%2FLEXUriServ%2Fsite%2Fen%2Fcom%2F2001%2Fcom2001_0366en01.pdf&ei=t4MDT5eXIJDV4QSI0OCNCA&usg=AFQjCNHOQF7g4zGaGCycXkxSfgVYVTsVDg&cad=rja

1.3 Εταιρική κοινωνική ευθύνη: η εξωτερική διάσταση

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη εκτείνεται πέρα από το εσωτερικό της εταιρίας έως την τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο εμπλεκόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μ.Κ.Ο. που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον. Σε έναν κόσμο πολυεθνικών επενδύσεων και παγκόσμιων αλυσίδων εφοδιασμού, η εταιρική κοινωνική ευθύνη πρέπει να επεκταθεί πέρα από το σύνορα της Ευρώπης. Η ταχεία παγκοσμιοποίηση έχει ενθαρρύνει τη συζήτηση του ρόλου και την ανάπτυξη της παγκόσμιας διακυβέρνησης. Επίσης η ανάπτυξη εθελοντικών πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να θεωρηθεί ότι συμβάλλει σε αυτό.

Τοπικές κοινότητες

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά επίσης την ένταξη των εταιριών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρίες συνεισφέρουν στις κοινότητες τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρίες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Για παράδειγμα, προσλαμβάνουν την πλειονότητα των υπαλλήλων τους από τις τοπικές αγορές εργασίας και συνεπώς έχουν άμεσο συμφέρον να είναι διαθέσιμες οι δεξιότητες που χρειάζονται επί τόπου. Ειδικότερα οι ΜΜΕ συχνά αντλούν την πελατεία τους από την περιοχή όπου βρίσκονται. Η φήμη μιας εταιρίας στον τόπο εγκατάστασης της, η εικόνα της ως εργοδότη και ως παραγωγού αλλά και ως παράγοντα στην τοπική σκηνή, σίγουρα επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της.

Υπάρχει επίσης αλληλεπίδραση μεταξύ εταιριών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους – καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα ή δρόμοι χωρίς κίνηση. Μπορεί επίσης να υπάρχει σχέση μεταξύ του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος και της ικανότητας των επιχειρήσεων να προσελκύουν εργαζόμενους στην οποία έχουν εγκατασταθεί. Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις μπορεί επίσης να είναι υπεύθυνες για ορισμένες ρυπογόνες δραστηριότητες: θόρυβος, φως, μόλυνση των υδάτων, εκπομπές αερίων, ρύπανση του εδάφους και περιβαλλοντικά προβλήματα που συνδέονται με τις μεταφορές και την διάθεση αποβλήτων. Οι εταιρίες που είναι πιο ευαισθητοποιημένες για το περιβάλλον συμμετέχουν συνεπώς με δυο τρόπους στην περιβαλλοντική εκπαίδευση της κοινότητας.

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

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

Επιχειρηματικοί εταίροι, προμηθευτές και καταναλωτές

Μέσα από την στενή συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους, οι εταιρίες μπορούν να μειώσουν την πολυπλοκότητα και τις δαπάνες και να αυξήσουν την ποιότητα. Η επιλογή των προμηθευτών δεν γίνεται πάντα αποκλειστικά μέσα από διαγωνισμούς προσφορών. Το ίδιο σημαντικές είναι οι σχέσεις με εταίρους της συμμαχίας της κοινής επιχείρησης και με δικαιοδόχους. Μακροπρόθεσμα η οικοδόμηση σχέσεων ενδέχεται να οδηγήσει σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες καθώς και ποιότητα και αξιόπιστη παράδοση ή εκτέλεση. Ωστόσο, όταν υιοθετούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές όλες οι εταιρίες πρέπει να τηρούν τους σχετικούς κανόνες της κοινοτικής και της εθνικής νομοθεσίας περί ανταγωνισμού.

Οι μεγάλες εταιρίες είναι παράλληλα επιχειρηματικοί εταίροι των μικρότερων εταιρειών, είτε ως πελάτες, προμηθευτές, υπεργολάβοι ή ανταγωνιστές. Οι εταιρίες πρέπει να γνωρίζουν ότι οι κοινωνικές επιδόσεις τους μπορούν να επηρεαστούν ως αποτελεσμάτων των πρακτικών των εταίρων και των προμηθευτών τους σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Το αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δεν θα περιοριστεί στην ίδια την εταιρία αλλά θα επηρεάσει και τους οικονομικούς εταίρους της. Αυτό συμβαίνει ιδίως στις μεγάλες εταιρίες που έχουν αναθέσει εξωτερικά ένα μέρος της παραγωγής ή των υπηρεσιών τους και συνεπώς ενδέχεται να έχουν αποκτήσει πρόσθετη εταιρική κοινωνική ευθύνη όσον αφορά τους προμηθευτές και το προσωπικό τους, λαμβάνοντας υπόψη ότι μερικές φορές η οικονομική ευημερία αυτών των προμηθευτών εξαρτάται κυρίως ή ολικώς από μια μεγάλη εταιρία.

Ορισμένες μεγάλες εταιρίες επιδεικνύουν εταιρική κοινωνική ευθύνη προωθώντας επιχειρησιακές πρωτοβουλίες στην περιοχή στην οποία έχουν εγκατασταθεί. Παραδείγματα τέτοιων πρακτικών περιλαμβάνουν σχέδια καθοδήγησης και επίβλεψης που παρέχονται από τις μεγάλες εταιρίες στις νέες εταιρίες και τις τοπικές ΜΜΕ ή παροχή βοήθειας σε μικρότερες εταιρίες για την υποβολή εκθέσεων κοινωνικού περιεχομένου και για τη διάδοση των δραστηριοτήτων τους που αφορούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Ως μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης, ζητείται από τις εταιρίες να παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες που οι καταναλωτές χρειάζονται και επιθυμούν με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον. Οι εταιρίες που οικοδομούν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζουν όλη την οργάνωσή τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών και τους παρέχουν ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες. Η εφαρμογή της αρχής του σχεδιασμού για όλους (δηλαδή ο σχεδιασμός των προϊόντων και των υπηρεσιών έτσι ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όσο το δυνατόν περισσότερους

ανθρώπους, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτών με μειονεξίες) είναι ένα σημαντικό παράδειγμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Ανθρώπινα δικαιώματα

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενέχει έντονη διάσταση των δικαιωμάτων του ανθρώπου, ιδιαίτερα όσον αφορά τις διεθνείς δραστηριότητες και τις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού. Αυτό αναγνωρίζεται στα διεθνή μέσα όπως η τριμερής δήλωση για τις πολυεθνικές εταιρίες και την κοινωνική πολιτική της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (the Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy) και οι κατευθυντήριες γραμμές για τις πολυεθνικές εταιρίες (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) του ΟΟΣΑ. Τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι ένα ιδιαίτερα πολύπλοκο θέμα, το οποίο θέτει πολιτικά, νομικά και ηθικά διλήμματα. Οι εταιρίες αντιμετωπίζουν προκλήσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται ερωτήματα σχετικά με τους τρόπους προσδιορισμού των τομέων ευθύνης τους σε αντιδιαστολή με εκείνους των κυβερνήσεων, σχετικά με την εξασφάλιση ότι οι επιχειρηματικοί εταίροι τους συμμορφώνονται με τις βασικές αξίες τους και τους τρόπους προσέγγισης κρατών με ευρείες παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει την υποχρέωση, στο πλαίσιο της πολιτικής για τη συνεργασία, να εξασφαλίζει την τήρηση των κανόνων εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος και το σεβασμό των δικαιωμάτων του ανθρώπου. Αντιμετωπίζει επίσης την πρόκληση να εξασφαλίσει πλήρη συνοχή μεταξύ της αναπτυξιακής και της εμπορικής πολιτικής της καθώς και της στρατηγικής ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα στις αναπτυσσόμενες χώρες ιδίως μέσω της προώθησης των ευρωπαϊκών επενδύσεων.

Μια βασική καινοτομία της συμφωνίας του Κοτονού είναι η αναγνώριση ότι η καταπολέμηση της διαφθοράς είναι ένα «ουσιαστικό στοιχείο» και μια ρητή αναφορά στη διαφθορά ως ένα σημαντικό αναπτυξιακό πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπιστεί. Σοβαρές περιπτώσεις διαφθοράς – συμπεριλαμβανομένων δωροδοκίες που οδηγούν σε τέτοια διαφθορά – μπορούν να θεωρηθούν ως λόγοι για τη διακοπή της συνεργασίας. Αυτή η συμπερίληψη της ρήτρας διαφθοράς στη συμφωνία στοχεύει όχι μόνο να δώσει ένα σαφές μήνυμα σε όσους λαμβάνουν βοήθεια, αλλά και να προωθήσει δραστηριότητες των ευρωπαϊκών επενδυτών και άλλων φορέων που χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη διαφάνεια. Η Ε.Ε. και η Α.Κ.Ε. συμφώνησαν σε μια ειδική διαδικασία για την αντιμετώπιση παρόμοιων περιπτώσεων διαφθοράς (Άρθρο 9).

Ύστερα από αυξανόμενη πίεση των Μ.Κ.Ο. και των ομάδων των καταναλωτών, οι εταιρίες και οι κλάδοι υιοθετούν όλο και περισσότερο κώδικες συμπεριφοράς που καλύπτουν τις εργασιακές συνθήκες, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές πτυχές, ειδικότερα όσον αφορά τους υπεργολάβους και τους προμηθευτές τους. Αυτό συμβαίνει για διάφορους λόγους, ιδίως για να βελτιώσουν την εταιρική εικόνα τους και να μειώσουν τους κινδύνους αρνητικών αντιδράσεων από τους καταναλωτές. Ωστόσο οι κώδικες συμπεριφοράς δεν αποτελούν εναλλακτική λύση στους εθνικούς, κοινοτικούς και διεθνείς νόμους και δεσμευτικούς κανόνες: οι δεσμευτικοί κανόνες εξασφαλίζουν τα ελάχιστα πρότυπα που ισχύουν για όλους, ενώ οι κώδικες συμπεριφοράς και άλλες

εθελοντικές πρωτοβουλίες μπορούν μόνο να τα συμπληρώσουν και να προωθήσουν υψηλότερα πρότυπα για όσους τα υιοθετούν.

Παγκόσμιες περιβαλλοντικές ανησυχίες

Μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και της κατανάλωσης πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρίες διαδραματίζουν επίσης ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον. Συνεπώς μπορούν να επιδιώξουν την κοινωνική ευθύνη τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στην Ευρώπη. Για παράδειγμα μπορούν να ενθαρρύνουν την καλύτερη περιβαλλοντική επίδοση μέσω της αλυσίδας εφοδιασμού στο πλαίσιο της προσέγγισης ΟΠΠ και να χρησιμοποιήσουν ευρύτερα τα ευρωπαϊκά και διεθνή εργαλεία που συνδέονται με την διαχείριση και το προϊόν. Οι επενδύσεις και οι δραστηριότητες των εταιριών επί τόπου σε τρίτες χώρες μπορούν να έχουν άμεση επίδραση στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη στις χώρες αυτές.

Η ΟΠΠ (Ολοκληρωμένη Πολιτική των Προϊόντων) λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο των προϊόντων σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους και καλεί επιχειρήσεις και άλλους παράγοντες σε διάλογο για την εξεύρεση της προσέγγισης με την καλύτερη σχέση κόστους – αποτελέσματος. Στον περιβαλλοντικό τομέα μπορεί να θεωρηθεί ως ένα ισχυρό υπάρχον πλαίσιο για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Η συζήτηση για τον ρόλο των εταιριών για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης γίνεται όλο και πιο σημαντική στη διεθνή σκηνή. Ο Γενικός Γραμματέας του ΟΗΕ έθεσε σε λειτουργία την πρωτοβουλία «Global Compact», η οποία αποβλέπει στη σύναψη εταιρικής σχέσης με τις επιχειρήσεις με σκοπό την επίτευξη παγκόσμιων κοινωνικών και περιβαλλοντικών βελτιώσεων. Οι κατευθυντήριες γραμμές για τις πολυεθνικές εταιρίες του ΟΟΣΑ προωθούν επίσης τη βιώσιμη ανάπτυξη. Η ανακοίνωση της Επιτροπής με θέμα «Δέκα χρόνια μετά τη διάσκεψη του Ρίο – Προετοιμασία για την παγκόσμια διάσκεψη για την αειφόρο ανάπτυξη» (COM 2001/53) περιέχει περαιτέρω λεπτομέρειες σχετικά με το πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλλουν στην παγκόσμια βιώσιμη ανάπτυξη.

Πηγή: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2001), “Πράσινο Βιβλίο”, Κεφ. 2.2 σελ. 11-15, Βρυξέλλες 18/1/2001

http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=com2001_0366en01&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Feur-lex.europa.eu%2FLEXUriServ%2Fsite%2Fen%2Fcom%2F2001%2Fcom2001_0366en01.pdf&ei=t4MDT5eXIJDV4QJSJ0OCNCA&usg=AFQjCNHOQF7g4zGaGCycXkxSFgVYVTsVDg&cad=rja

1.4 Εταιρική ευθύνη, επικοινωνία και διαδίκτυο

Από το 1980, κάποιοι συγγραφείς (Grunig, 1979; Manheim και Pratt, 1986; Bruning και Lendingham, 1999; Dawkins, 2005; Ingenhoff, 2004; Lewis, 2003) προσπάθησαν να διατυπώσουν τεχνικές για την αποτελεσματική επικοινωνία της εταιρικής ευθύνης. Παρόλα αυτά, η επικοινωνία συνεχίζει να είναι ένα παραμελημένο ζήτημα που σχετίζεται με την εταιρική ευθύνη. Ο Dawkins επισημαίνει ότι η επικοινωνία παραμένει ο χαμένος σύνδεσμος για την εξάσκηση της εταιρικής ευθύνης. Για τον Lewis, παρόλο που πολλές εταιρίες είναι πραγματικά δεσμευμένες για την εκπλήρωση των εταιρικών ευθυνών τους, συχνά αποτυγχάνουν να επικοινωνούν με ένα επαρκή ενεργητικό τρόπο με τα εμπλεκόμενα μέρη.

Το διαδίκτυο έχει μετατραπεί, σε σύντομο χρονικό διάστημα, σε ένα απαραίτητο επικοινωνιακό εργαλείο για τους οργανισμούς. Ο Stuart και ο Jones επισημαίνουν ότι μέσω του διαδικτύου μπορεί να πραγματοποιηθούν μια ευρεία κλίμακα από δραστηριότητες. Συγκεκριμένα χαρακτηρίζει το διαδίκτυο με τα εξής: πειστικό διαφημιστικό μέσο, μέσο για την εκπαίδευση και πληροφόρηση των πελατών, τρόπος για επικοινωνία και αλληλεπίδραση με τους εκάστοτε αγοραστές, μέσο για το χτίσιμο και την διατήρηση πελατειακών σχέσεων ή απλά μια πηγή διασκέδασης.

Ο Sullivan εξηγεί οι ιστοσελίδες των εταιριών λειτουργούν σαν εργαλεία δημιουργίας εταιρικού προφίλ. Παρομοίως, ο Clark αναφέρει ότι το διαδίκτυο επιτρέπει στρατηγική επικοινωνία καθώς επιτρέπει αυτούς που το επισκέπτονται να δραστηριοποιούνται και άρα υπάρχουν καλές πιθανότητες οι επισκέπτες της σελίδας της να βρουν πληροφορίες για την εταιρική ευθύνη.

Προγενέστερη μελέτη έχει δείξει την αξία του διαδικτύου και των εταιρικών ιστοσελίδων ως επικοινωνιακά εργαλεία (Kent και Taylor, 1998; Hill και White, 2000; White και Raman, 1999) και την αυξανόμενη σημασία των εταιρικών ιστοσελίδων σε θέματα επικοινωνίας για τις ευθύνες των οργανισμών (Maignan και Ralston, 2002; Esrock και Leichty, 1998, 2000).

Με σεβασμό στο ζήτημα της εταιρικής ευθύνης, η πλειοψηφία των μελετών επικεντρώνονται σε τι είδους και τι τύπου θα είναι το περιεχόμενο που θα είναι διαθέσιμο στις ιστοσελίδες των εταιριών. Επίσης αν θα βρίσκεται αυτό καθαυτό μέσα στις ιστοσελίδες ή θα υπάρχουν αναφορές που θα είναι διαθέσιμες μέσω της σελίδας. Ωστόσο, έχει αφιερωθεί μικρή έρευνα στην ανάλυση για το πώς αυτό το περιεχόμενο θα είναι οργανωμένο και παρουσιασμένο.

Η οργάνωση και παρουσίαση των πληροφοριών που βρίσκονται στις εταιρικές ιστοσελίδες είναι μεγάλης σημασίας. Επίσης, εξίσου σημαντικό είναι και το πώς αλλά και το που θα εμφανίζεται οι πληροφορίες, καθώς αυτά τα τελευταία ζητήματα καθορίζουν την χρησιμότητα και προσβασιμότητα για τους χρήστες. Ειδικά για αυτό, ο Nielsen (2000) υποστηρίζει ότι η ελλιπής δομή πληροφοριών πάντοτε θα σημαίνει ελλιπής χρηστικότητα. Για να αναπτυχθεί μια επαρκή αρχιτεκτονική πληροφοριών σε μια ιστοσελίδα, μια από τις πιο σχετικές ερωτήσεις είναι αυτή των πληροφοριών του οργανισμού (Rosenfeld και

Morville, 2002; Geest, 2001). Εν κατακλείδι, ο τρόπος με τον οποίο ομαδοποιούνται και ταξινομούνται οι πληροφορίες είναι το κυρίως ζητούμενο.

Οι πληροφορίες για τους οργανισμούς μέσα μια ιστοσελίδα ορίζονται με διαγράμματα και δομές. Τα διαγράμματα ορίζουν τα κοινά χαρακτηριστικά των ομάδων του περιεχομένου και επηρεάζουν την λογική ομαδοποίηση του περιεχομένου. Οι δομές ορίζουν τους τύπους των σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των μονάδων και ομάδων πληροφοριών και εγκαθιδρύουν τις βασικές διαδρομές μέσω των οποίων οι χρήστες μπορούν να πλοηγηθούν στην ιστοσελίδα (Rosenfeld και Morville, 2002).

Με σεβασμό στα διαγράμματα ενός οργανισμού για το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, ο Rosenfeld και ο Morville, επισημαίνουν ότι ένα διάγραμμα που είναι βασισμένο σε θέματα είναι το πιο χρήσιμο για την οργάνωση των πληροφοριών. Για να μπορεί να εντοπιστεί κάποια πληροφορία που σχετίζεται με ένα ξεχωριστό θέμα, θα πρέπει να είναι δομημένη και ταξινομημένη καθώς σε μια ιεραρχική σειρά που συνδέει όλα τα υπό-θέματα που εμπλέκονται (Lynch και Horton, 2004). Στις ιστοσελίδες των εταιριών, η εταιρική ευθύνη συνήθως είναι ένα θέμα που δεν απευθύνεται συγκεκριμένα σε κάποιο εμπλεκόμενο μέρος, αλλά αντιθέτως μπορεί να ενδιαφέρει μια ομάδα εμπλεκόμενων μερών (επενδυτές, και εμπλεκόμενα μέρη, δημοσιογράφοι, καταναλωτές, τοπικές κοινότητες, προμηθευτές, διακινητές κ.α.).

Σε ότι αφορά τα διαγράμματα ενός οργανισμού, οι Rosenfeld και Morville (2002) και οι Lynch και Horton, υποστηρίζουν ότι η ιεραρχία είναι ο πιο κοινός και απλός τρόπος για να οργανωθούν οι πληροφορίες. Ο Nielsen με την σειρά του υποστηρίζει ότι η ιεραρχία των πληροφοριών θα πρέπει να δημιουργείται ανάλογα με την αξία της, όμως επίσης υποδεικνύει ότι η ιεραρχία μπορεί να είναι δομημένη έτσι ώστε να κατευθύνεται από το πιο γενικό ή σημαντικό θέμα στο πιο ειδικό ή λεπτομερή.

Άρα ο τρόπος με τον οποίο οργανώνονται οι πληροφορίες (μέσω διαγραμμάτων και δομών δεδομένων) σε μια ιστοσελίδα όχι μόνο καθορίζει την χρηστικότητα και προσβασιμότητα των περιεχομένων της στους επισκέπτες, αλλά επίσης επιτρέπει την τοποθέτηση του επιπέδου σημασίας του κάθε θέματος στην σελίδα μέσα. Άρα καθίσταται δυνατό να αξιολογηθεί το επίπεδο της σημασίας που έχει δοθεί σε ένα συγκεκριμένο θέμα μέσω ανάλυσης των διαγραμμάτων και δομών δεδομένων του οργανισμού.

Πηγή: Paul Capriotti και Angeles Moreno (2007), *“Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain”*, *Corporate Communications: An International Journal*, Τομ. 12, Αρ. 3, σελ. 224

<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1356-3289>

1.5 Κοινωνικά και οικολογικά σήματα

Έρευνες¹ έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές θέλουν όχι μόνο καλά και ασφαλή προϊόντα αλλά θέλουν επίσης να γνωρίζουν αν έχουν παραχθεί με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο. Για πολλούς ευρωπαίους καταναλωτές η δέσμευση που έχει αναλάβει μια εταιρία απέναντι στην κοινωνική της ευθύνη, είναι σημαντική κατά την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Αυτό το γεγονός δημιουργεί ενδιαφέρουσες εμπορικές ευκαιρίες, καθώς ένας σημαντικός αριθμός καταναλωτών δηλώνει ότι θα ήταν πρόθυμος να πληρώσει ακριβότερα για τέτοια προϊόντα, αν και μέχρι σήμερα μόνο μια μειονότητα το πράττει. Τα θέματα κοινωνικής ευθύνης τα οποία απασχολούν περισσότερο τους ευρωπαίους καταναλωτές είναι η προστασία της υγείας και της ασφάλειας των εργαζομένων, ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων σε όλες τις δραστηριότητες των εταιριών και σε όλη την αλυσίδα των προμηθευτών (π.χ. η μη προσφυγή στη παιδική εργασία), η διασφάλιση του περιβάλλοντος γενικότερα και ειδικότερα η μείωση των εκπομπών αερίων για τον περιορισμό του προβλήματος του φαινομένου του θερμοκηπίου.

Ως απάντηση σε αυτή την τάση, δημιουργούνται όλο και περισσότερα κοινωνικά σήματα είτε από μεμονωμένους κατασκευαστές (ιδιωτικά κατατεθειμένα σήματα ή μάρκες) ή από βιομηχανικούς κλάδους, Μ.Κ.Ο. και κυβερνήσεις. Αποτελούν μια πρωτοβουλία που βασίζεται στην αγορά (και όχι μια ρυθμιστική πρωτοβουλία), η οποία μπορεί να βοηθήσει τη διαμόρφωση θετικών κοινωνικών αλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών. Ωστόσο οι πρωτοβουλίες κοινωνικής και οικολογικής σήμανσης έχουν περιορισμένη εμβέλεια και εν δυνάμει αντίκτυπο, λόγω του ότι γενικά περιορίζονται σε συγκεκριμένους τομείς της λιανικής αγοράς και όσον αφορά τα κοινωνικά σήματα συνήθως καλύπτουν μόνο εισαγόμενα προϊόντα και είναι προσιτές μόνο στους εύπορους καταναλωτές. Συνεπώς, το μερίδιο τους στην αγορά αυξάνεται αλλά εξακολουθεί να είναι μικρό, γεγονός που καθιστά εμφανή την ανάγκη για βελτίωση της αποτελεσματικότητας αυτών των σημάτων.

Τα κοινωνικά σήματα που συνεπάγονται την εγγύηση ότι ένα συγκεκριμένο αντικείμενο παράχθηκε χωρίς εκμετάλλευση και κατάχρηση τείνουν να παρουσιάζουν έλλειψη διαφάνειας και ανεξάρτητης επαλήθευσης των ισχυρισμών τους. Αντίθετα από τα σήματα που αφορούν το περιεχόμενο ή την ασφάλεια ενός προϊόντος τέτοιου είδους ισχυρισμοί δεν μπορούν να επαληθευθούν με τη διεξαγωγή δοκιμών στο ίδιο το προϊόν. Προκειμένου να είναι αξιόπιστα τα κοινωνικά και οικολογικά σήματα θα απαιτούσαν μόνιμη επαλήθευση στους σχετικούς χώρους εργασίας, η οποία θα διεξάγεται σύμφωνα με συμφωνημένα πρότυπα.

Το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα αφορά τις περιβαλλοντικές επιδόσεις συγκεκριμένων προϊόντων. Ο αριθμός των εταιριών με προϊόντα που φέρουν οικολογικό σήμα αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς.

Επιπλέον, ο αυξανόμενος αριθμός των συστημάτων κοινωνικής σήμανσης στην Ευ-

ρώπη ενδέχεται να αποβεί επιβλαβής για την αποτελεσματικότητα τους, δεδομένου ότι μπορεί να προκύψει σύγχυση μεταξύ των καταναλωτών λόγω των πολλών και διαφορετικών κριτηρίων που χρησιμοποιούνται και της έλλειψης σαφήνειας με τη σημασία των διάφορων σημάτων.

Υπάρχει επίσης μια αυξανόμενη ανάγκη για δημόσια συζήτηση σχετικά με την αξία και τη σκοπιμότητα – στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς και των διεθνών υποχρεώσεων – των δημόσιων ενεργειών που έχουν στόχο να καταστήσουν αποτελεσματικότερα τα κοινωνικά και οικολογικά σήματα. Στα παραδείγματα τέτοιων ενεργειών περιλαμβάνεται η υποστήριξη της επιμόρφωσης και της ευαισθητοποίησης σχετικά με θέματα συνθηκών εργασίας, η προώθηση των βέλτιστων πρακτικών μέσω της καθιέρωσης χορηγιών για τα βραβεία προς τις εταιρίες, η διευκόλυνση της καθιέρωσης συμπράξεων μεταξύ πολλών ενδιαφερόμενων μερών, η ανάπτυξη προδιαγραφών για την κοινωνική σήμανση και η χρήση των δημόσιων προμηθειών και των φορολογικών πρωτοβουλιών για την προώθηση των προϊόντων με σήμα.

Πηγή: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2001), “Πράσινο Βιβλίο”, Κεφ. 3.4 σελ. 19-20, Βρυξέλλες 18/1/2001
http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=com2001_0366en01&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Feur-lex.europa.eu%2FLEXUriServ%2Fsite%2Fen%2Fcom%2F2001%2Fcom2001_0366en01.pdf&ei=t4MDT5eXIJDV4QJSJ0OCNCA&usg=AFQjCNHOQF7g4zGaGCycXkxSFgVYVTsVDg&cad=rja

1.6 Κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις

Τα τελευταία χρόνια οι κοινωνικές υπεύθυνες επενδύσεις (SRI) έχουν γνωρίσει μεγάλη δημοτικότητα μεταξύ των επενδυτών γενικής φύσης. Οι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πολιτικές παρέχουν μια καλή ένδειξη στους επενδυτές σχετικά με την ορθή εσωτερική και εξωτερική διαχείριση. Συμβάλλουν στην ελαχιστοποίηση των κινδύνων, μέσω της πρόληψης και της αποφυγής των κρίσεων που μπορούν να επηρεάσουν τη φήμη μιας εταιρίας και να προκαλέσουν δραματικές πτώσεις στις τιμές των μετοχών. Καθώς στην Ευρώπη αυξάνεται ραγδαία η ζήτηση για κοινωνικά κεφάλαια υπεύθυνων επενδύσεων, οι κανονικοί επενδυτικοί οίκοι ανταποκρίνονται προσφέροντας περισσότερα τέτοια κεφάλαια. Παρά ταύτα, έως σήμερα έχουν δημοσιευθεί λίγες πληροφορίες σχετικά με τον αριθμό, το μέγεθος και τις επιδόσεις τους, εκτός από το Ηνωμένο Βασίλειο όπου οι κοινωνικά υπεύθυνες οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις αποτελούν το 5% όλου του επενδυμένου κεφαλαίου.

Τα κοινωνικά υπεύθυνα επενδυτικά κεφάλαια επενδύονται σε εταιρίες που συμμορφώνονται με συγκεκριμένα κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια. Τα κριτήρια μπορούν να είναι αρνητικής φύσης όπως π.χ. όταν βάσει αυτών εξαιρούνται οι βιομηχανίες καπνού και οιοσπνευματωδών ποτών και στρατιωτικού εξοπλισμού. Όμως τα κριτήρια μπορούν να είναι και θετικά όταν καλύπτουν εταιρίες με κοινωνική και περιβαλλοντική διορατικότητα. Άλλη μια σημαντική επιλογή για τους επενδυτές είναι να υιοθετήσουν μια στάση ακτιβισμού ως παράγοντες, έτσι ώστε να ωθήσουν τη διοίκηση μιας εταιρίας να υιοθετήσει κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Ο ακτιβισμός των ενδιαφερόμενων παραγόντων αναμένεται ότι θα αυξηθεί σε συνάρτηση με τη σημασία που δίνεται στα θέματα εταιρικής διακυβέρνησης και την ανάπτυξη των συνταξιοδοτικών ταμείων.

Ωστόσο, προκειμένου οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις (ΚΥΕ) να αναπτυχθούν περαιτέρω πρέπει οι χρηματοοικονομικές αγορές να βελτιώσουν τις γνώσεις τους όσον αφορά τις δυνατότητες τους για κέρδη. Ακολουθώντας το Φόρουμ Κοινωνικών Επενδύσεων που ιδρύθηκε στο ΗΒ το 1991, συγκροτήθηκαν και άλλα φόρουμ κοινωνικών επενδύσεων (SIF) στην Γαλλία, την Γερμανία, τις Κάτω Χώρες και την Ιταλία, με σκοπό να παράσχουν ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τις πολιτικές για την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Το προβλεπόμενο Ευρωπαϊκό Φόρουμ Κοινωνικών Επενδύσεων, ένα δίκτυο εθνικών SIF, αναμένεται να υποστηρίξει την περαιτέρω ανάπτυξη των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων.

Το Μάιο του 2000, Ευρωπαϊκή Επιτροπή διοργάνωσε στη Λισσαβόνα το πρώτο ευρωπαϊκό συνέδριο με θέμα τις επενδύσεις βάσει της τριπλής αρχής στην Ευρώπη. (http://ec.europa.eu/employment_social/soc_dial/csr/csr_conf_lisbon.html)

Το 2000, συστάθηκε η ομάδα έργου του ΗΒ για τις κοινωνικές επενδύσεις (UK Social Investment Taskforce) με σκοπό να εντοπίσει τα εμπόδια στην επέκταση των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων και να προσδιορίσει λύσεις για την εξάλειψή τους.

Από τον Ιούλιο του 2000, ο νόμος περί διαχειριστών ταμείων του ΗΒ («Trusted Act») απαιτεί από όλους τους διαχειριστές των συνταξιοδοτικών ταμείων να δημοσιοποιούν τις πολιτικές τους όσον αφορά τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις αποτελούν αναδυόμενη αγορά με πολλά εξειδικευμένα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου (μη οικονομικοί αναλυτές) που χρησιμοποιούν έναν ορισμένο αριθμό διαφορετικών εργαλείων και προτύπων μέτρησης. Συνεπώς φαίνεται πως οι εταιρίες έχουν επιβαρυνθεί με υπερβολικά και αποκλίνοντα αιτήματα για πληροφόρηση. Έτσι η περαιτέρω επέκταση των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων ενδέχεται να προσκρούσει στην αυξανόμενη αποστροφή και την έλλειψη συνεργασίας από τις εταιρίες. Μια θετική λύση στο πρόβλημα αυτό μπορεί να δοθεί με τις προσπάθειες για μια προκαταρκτική τυποποίηση της υποβολής κοινωνικών εκθέσεων, στις οποίες συνδράμουν τα κυριότερα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου. Υπάρχει ωστόσο η ανάγκη για περισσότερη σύγκλιση μεταξύ δεικτών που καταρτίζονται από τις εταιρίες και κριτηρίων που χρησιμοποιούνται από τους αναλυτές για την αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων μιας εταιρίας. Επιπλέον, η έλλειψη διαφάνειας στις μεθόδους αξιολόγησης που χρησιμοποιούν τα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου μπορεί επίσης να αποθαρρύνει τους μεγάλους επενδυτές που ενδεχομένως σκόπευαν να προβούν σε σημαντικές κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις. Οπότε είναι αναγκαία η επιπλέον τυποποίηση, εναρμόνιση και διαφάνεια των εργαλείων ελέγχου και μέτρησης που χρησιμοποιούν τα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου.

*Τον Αύγουστο του 2000, 11 ομάδες ερευνών στον τομέα των επενδύσεων συνδύασαν τις ικανότητες τους στο πλαίσιο της ομάδας **SIRI**, προκειμένου να δημοσιεύσουν εναρμονισμένα χαρακτηριστικά επιχειρήσεων με συγκρίσιμη μορφή.*

Το Σεπτέμβριο του 2000 ο συνασπισμός των παγκόσμιων εταιριών για την έρευνα στον τομέα της εταιρικής ευθύνης («Global Partners for Corporate Responsibility Research») δημοσίευσε δέκα απαιτήσεις για υψηλότερα πρότυπα διαφάνειας τον 21^ο αιώνα, με τις οποίες προβάλλει ένα μείγμα εθελοντικών, ρυθμιστικών και εμπορικών προσεγγίσεων που αποβλέπουν στη σημαντική βελτίωση της πρόσβασης των εταιριών στα δεδομένα, καθώς και στην ακεραιότητα και την πληρότητα σε θέματα ενημέρωσης έτσι ώστε να διευκολύνεται ο κατάλληλος έλεγχος και η συγκριτική αξιολόγηση.

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Στοκχόλμης αναγνώρισε την ανάγκη για δημιουργία μιας δυναμικής και αποτελεσματικής ευρωπαϊκής αγοράς κινητών αξιών έως τα τέλη του 2003. Στο πλαίσιο αυτό, οι δείκτες που εντοπίζουν τις εταιρίες της ευρωπαϊκής αγοράς με τις υψηλότερες κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδόσεις, θα καταστούν όλο και περισσότερο αναγκαίοι ως βάση για την κυκλοφορία κοινωνικά υπεύθυνων επενδυτικών κεφαλαίων και ως σημείο μέτρησης των επιδόσεων για τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ποιότητα και η αντικειμενικότητα αυτών των δεικτών, η αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων πρέπει να διεξαχθεί βάσει των πληροφοριών που θα δοθούν από τη διοίκηση τους αλλά και από τα υπόλοιπα εμπλεκόμενα μέρη. Επιπλέον, για την επίβλεψη και τη διατήρηση της ακρίβειας των δεδομένων, των διαδικασιών αξιολόγησης και των αποτελεσμάτων, οι εταιρίες πρέπει να προσφεύγουν στον εξωτερικό έλεγχο και στις εσωτερικές διαδικασίες εξασφάλισης της ποιότητας.

Πηγή: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2001), “Πράσινο Βιβλίο”, Κεφ. 3.5 σελ. 20-21, Βρυξέλλες 18-1-2001

1.7 Πως ωφελούνται οι εταιρίες από την εταιρική κοινωνική ευθύνη;

Μπορούν οι εταιρίες να επωφεληθούν εφαρμόζοντας πρακτικές και πολιτικές που χαρακτηρίζονται ως κοινωνικά υπεύθυνες; Σύμφωνα με την φιλολογία για πάνω από τρεις δεκαετίες λόγιοι έχουν μελετήσει την σχέση μεταξύ της ΕΚΕ και της απόδοσης των εταιριών για να απαντήσουν το ερώτημα (Margolis και Walsh, 2003). Παρόλο που τα αποτελέσματα των ερευνών είναι συγκεχυμένα, η τάση φαίνεται να δείχνει μια θετική σχέση μεταξύ ΕΚΕ και της απόδοσης των εταιριών (Griffin Mahon, 1997; Stanwick, 1998; Orlitzky, 2003). Ωστόσο, τα υποτιθέμενα οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ είναι πάρα πολλά και περιλαμβάνουν οφέλη πέρα από τα καθαρά οικονομικά, όπως την διατήρηση της άδειας λειτουργίας, μείωση κινδύνων και ρίσκων, αύξηση της αποτελεσματικότητας και φορολογικά πλεονεκτήματα (Weber, 2008). Μερικοί λόγιοι αφιέρωσαν μεγάλη προσπάθεια για να τεστάρουν εμπειρικά επιπλέον οφέλη από την ΕΚΕ.

Στην μελέτη, ο Maignan διαπίστωσε ότι σε ένα δείγμα με αμερικάνικες εταιρίες, η ΕΚΕ είναι θετικά συνδεδεμένη με την εργασιακή δέσμευση και την πελατειακή πίστη. Σε μια παρόμοια μελέτη, οι Maignan και Ferrel (2001) βρήκαν ότι η ΕΚΕ είναι θετικά συνδεδεμένη με την εργασιακή δέσμευση σε ένα δείγμα γαλλικών εταιριών. Οι Brown και Dacin (1997), Sen και Bhattacharya (2001) και Scholder (2006), μελετώντας αμερικανικές εταιρίες, βρήκαν ότι η ΕΚΕ επηρεάζει θετικά την αγοραστική πρόθεση των καταναλωτών και την αντίληψη τους για τα προϊόντα των εταιριών μαζί. Τέλος, μελετώντας αμερικάνικες εταιρίες από την βάση δεδομένων των Kinder, Lydenberg, Domini & Co, οι Green και Turban (2000) βρήκαν ότι η επίδειξη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι σημαντική για την προσέλκυση υποψήφιων επενδυτών. Ενώ κάθε μια από αυτές τις μελέτες προσφέρει σημαντική επίγνωση, υπολείπονται στην επαλήθευση αυτών των προβλεπόμενων οφελών (Weber, 2008). Συνεχής έρευνα είναι επομένως απαραίτητη για επιπρόσθετο ξεκαθάρισμα της κατανόησης του πως η ΕΚΕ ωφελεί τις εταιρίες. Επιπλέον οφέλη περιλαμβάνουν τον δείκτη κίνησης προσωπικού, την ικανοποίηση των πελατών και την φήμη της εταιρίας.

Σύμφωνα με την λογοτεχνία, ο δείκτης κίνησης προσωπικού, η φήμη της εταιρίας, και η ικανοποίηση των πελατών είναι πολύ σημαντικά στην μελέτη των λογίων (Shaw, 1998; Mahon, 2002; Homburg, 2005). Ο δείκτης κίνησης προσωπικού είναι σημαντικός γιατί η απώλεια ανθρωπίνου δυναμικού σε μια εταιρία μπορεί να έχει δραματικές επιδράσεις στον τομέα του ανταγωνισμού με τις αντίπαλες εταιρίες (Barney, 1991; Huselid, 1995). Η φήμη είναι σημαντική γιατί αντικατοπτρίζει πως μια εταιρία στέκεται απέναντι στους ανταγωνιστές της (Rao, 1994). Κάθε μια από αυτές τις περιπτώσεις μπορεί να επηρεάσει την δυνατότητα για τροποποίηση των τιμών προς του καταναλωτές (Kihlstrom και Riordan, 1984), να προσφέρει ένα μαξιλάρι για επανάκαμψη από κρίσεις και απειλές (Gregory, 1998; Pelozo, 2006) και να δημιουργήσει ευκαιρίες εντός της επιχείρησης. Η ικανοποίηση των πελατών έχει μελετηθεί επαρκώς και χαρακτηρίζεται κρίσιμη για την κερδοφορία των εταιριών αλλά και ως μηχανισμός μέσω του οποίου μια εταιρία θα επιτύχει κλίμα εμπιστοσύνης με τους πελάτες της (Anderson, 1997). Ακόμη, η σημασία της μείωσης του δείκτη κίνησης προσωπικού, το κτίσιμο καλής φήμης και η βελτίωση της ικανοποίησης των

πελατών συνεχίζει να είναι ανάμεσα στις πρώτες προτεραιότητες των εκτελεστικών διευθυντών ανά τον κόσμο (PricewaterhouseCoopers, 2007).

Υπάρχει κάτι έμφυτο στην ΕΚΕ που μπορεί να οδηγήσει σε οφέλη όπως μείωση του δείκτη κίνησης προσωπικού, καλύτερη φήμη και βελτιωμένη ικανοποίηση των πελατών; Η φιλολογία υποδηλώνει ότι υπάρχει. Για παράδειγμα, η Aguilera εισηγείται ότι η ΕΚΕ καλύπτει τις ανθρώπινες ανάγκες των εργαζομένων οπότε οδηγεί σε χαμηλότερο επίπεδο για τον δείκτη κίνησης προσωπικού. Παρομοίως, οι πελάτες αναπτύσσουν είτε θετική ή αρνητική άποψη για τις εταιρίες, μέσω της αξιολόγησης της δικαιοσύνης που επιδεικνύουν οι εταιρίες, από την χρήση προϊόντων και υπηρεσιών. Η ΕΚΕ προσδοκεί να επιδείξει επιείκεια και δικαιοσύνη απέναντι στους πελάτες, οδηγώντας σε υψηλότερη ικανοποίηση. Τέλος, η φήμη είναι ένα γενικό χαρακτηριστικό των εταιριών και αντικατοπτρίζει την έκταση στην οποία μια εταιρία αντιμετωπίζεται από τον κόσμο ως καλή ή κακή. (Roberts και Dowling, 2002). Η ΕΚΕ επίσης μπορεί να αλλάξει την γνώμη των εμπλεκόμενων μερών για την εταιρική συμπεριφορά αυξάνοντας με αυτό τον τρόπο την φήμη της εταιρίας.

Παρόλο που οι εταιρίες έχουν τις ίδιες ευθύνες, όχι όλες οι εταιρίες επιδεικνύουν κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά ισόποσα (Birch, 2002). Οι εταιρίες που εκ των προτέρων επιδεικνύουν κοινωνική ευθύνη και δρουν πέρα από τις ελάχιστες υποχρεώσεις τους δεν προσδοκούν να συνεισφέρουν στην κοινωνική ευημερία μόνο, αλλά και στην δική τους επιτυχία (Carroll, 1979). Άρα, η εφαρμογή της ΕΚΕ μπορεί να θεωρηθεί σαν επίδειξη κοινωνικής απόδοσης, με την έννοια ότι μετράει τον βαθμό με τον οποίο μια εταιρία επιδεικνύει θετικές δραστηριότητες προς τα έξω οι οποίες σχετίζονται άμεσα στις κοινωνικές υποχρεώσεις της. Παρακάτω θα αναλύσουμε τις τρεις κατηγορίες που διακρίνεται η ΕΚΕ οι οποίες είναι:

- Δείκτης κίνησης προσωπικού (employee turnover).
- Ικανοποίηση πελατών.
- Φήμη.

1.7.1 ΕΚΕ και δείκτης κίνησης προσωπικού

Οι διευθυντές συνεχίζουν να υπαινίσσονται ότι οι υπάλληλοι τους είναι το πιο πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο τους και η ικανότητα μιας εταιρίας να διατηρήσει τους υπαλλήλους τους είναι το σήμα κατατεθέν της και εάν σύμβολο της επιτυχίας της. Η ικανότητα να διατηρεί τους υπαλλήλους της δεν δείχνει μόνο ότι η εταιρία είναι ένα αξιόλογο μέρος για να εργαστεί κάποιος (κάτι που μπορεί να αποσπάσει θετικές εταιρικές συνεργασίες από το κοινό), αλλά διάφοροι λόγιοι επίσης βρήκαν ότι με την διατήρηση των υπαλλήλων η εταιρία αποκτά οφέλη όπως καλύτερη οικονομική απόδοση και παραγωγικότητα. (Huselid, 1995; Guthrie, 2001). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον δείχνουν οι εταιρίες έπειτα για τους μηχανισμούς και τις ενέργειες που θα τους επιτρέψουν να μειώσουν τον δείκτη κίνησης προσωπικού. Με το να βασίζονται στις πεποιθήσεις των υπαλλήλων περί δικαίου και σωστού οι εταιρίες καταφέρνουν να αυξάνουν τις πιθανότητες να μειώσουν τον δείκτη κίνησης προσωπικού.

Οι αντιλήψεις των υπαλλήλων περί δικαιοσύνης υποδεικνύουν ότι οι υπάλληλοι αντλούν τις ιδέες τους για τις εταιρίες από το επίπεδο εντιμότητας και δικαίου που οι ίδιες οι εταιρίες επιδεικνύουν. Έρευνες έχουν δείξει ότι σε εργασιακά περιβάλλοντα τα οποία θεωρούνται ως δίκαια, η συμπεριφορά των υπαλλήλων έχει επηρεαστεί προς το καλύτερο και συγκεκριμένα σε τομείς όπως η ικανοποίηση για την εργασία και το στρες (Colquitt, 2001). Έρευνες επίσης δείχνουν ότι τα εργασιακά περιβάλλοντα τα οποία θεωρούνται ως δίκαια έχουν θετικές επιδράσεις και στα οργανωτικά αποτελέσματα, καθώς εμφανίζονται χαμηλότερα ποσοστά εργασιακής απουσίας και υψηλότερα επίπεδα εργασιακής δέσμευσης (Colquitt, 2001). Ακριβώς το αντίθετο, στα εργασιακά περιβάλλοντα που υπάρχει η αντίληψη ότι είναι άδικα και μεροληπτικά οι υπάλληλοι έχουν χαμηλότερη απόδοση και πολύ συχνά οι εργαζόμενοι επιδεικνύουν εκδικητικοί συμπεριφορά. (Alquino, 2001; Ambrose, 2002).

Σύμφωνα με την Aguilera (2007), η ΕΚΕ είναι μια δραστηριότητα που επιδεικνύει ανησυχία για τα εσωτερικά και εξωτερικά εμπλεκόμενα μέρη και μέσω υπεύθυνων κοινωνικών πολιτικών, οι εταιρίες δείχνουν εντιμότητα στις πράξεις τους. Αυτή η επίδειξη εντιμότητας είναι πιθανόν να έχει επίδραση στο επίπεδο του δείκτη κίνησης προσωπικού. Για παράδειγμα, ο Tyler (1987) υποστηρίζει ότι τα άτομα έχουν ψυχολογική ανάγκη για έλεγχο. Αυτή η ανάγκη για έλεγχο βασίζεται σε μια αυτό-εξυπηρετούμενη ανησυχία για δικαιοσύνη και από την οπτική σκοπιά του εργαζομένου, το δίκαιο ή άδικο που δείχνουν οι εταιρίες τους παρέχει πληροφορίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να προλέγουν τις ενέργειες της εταιρίας. Άρα, όταν η ΕΚΕ επιδεικνύεται προληπτικά και επίμονα, οι υπάλληλοι μπορούν να υπολογίσουν το μέγεθος στο οποίο θα τους φερθούν δίκαια.

Χτίζοντας σε αντιλήψεις δικαιοσύνης, οι υπάλληλοι έχουν επίσης ηθικά πλαίσια που επηρεάζουν την λήψη των αποφάσεων τους. Από την στιγμή που τα περισσότερα άτομα δείχνουν σεβασμό προς την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και αξία, οι εταιρίες που είναι άδικες παραβιάζουν ηθικές ανησυχίες για δικαιοσύνη. Πιο συγκεκριμένα, οι εταιρίες που δεν δείχνουν συμπεριφορά σύμφωνη με το πλαίσιο ηθικής των εργαζομένων είναι πιθανόν να υποφέρουν αρνητικές συνέπειες. Εν κατακλείδι, αν οι εταιρίες επιδείξουν καλή συμπεριφορά ως μέλη της κοινωνίας, οι υπάλληλοι της θα την αξιολογήσουν ως δίκαιη και έντιμη, κάτι που πιθανότατα θα οδηγήσει σε μικρότερους δείκτες κίνησης προσωπικού αφού οι στόχοι των πολιτών και οργανώσεων συγκλίνουν. Συνεπώς μπορούμε να αποφανθούμε πως η ΕΚΕ μειώνει τον δείκτη κίνησης προσωπικού.

1.7.2 ΕΚΕ και ικανοποίηση πελατών

Η ικανοποίηση των πελατών είναι παγκόσμια αξιολόγηση βασισμένη σε εμπειρίες με εταιρίες και είναι ένας θεμελιώδης δείκτης για την παρελθούσα, τωρινή και μελλοντική απόδοση (Anderson, 1994). Για αυτό τον λόγο, η επίτευξη υψηλών επιπέδων πελατειακής ικανοποίησης έχει γίνει ένας από τους πιο ουσιώδεις στόχους των εταιριών και είναι μια σημαντική κατεύθυνση της εταιρικής στρατηγικής (Homburg, 2005). Για να εξερευνηθεί ο συσχετισμός ΕΚΕ και ικανοποίηση πελατών πρέπει να χρησιμοποιηθούν η θεωρία της δικαιοσύνης (Oliver και Swan, 1989; Oliver, 1997).

Η θεωρία της δικαιοσύνης, η οποία απορρέει από την θεωρία για τις κοινωνικές ανταλλαγές, επικεντρώνεται στην εντιμότητα, ορθότητα και στην κρίση των ατόμων για άλλα άτομα ή άλλες ομάδες σχετικά με τι αξίζει και τι λαμβάνει. Η θεωρία υποστηρίζει ότι στις συναλλαγές, αν οι πελάτες αισθάνονται ότι τους φέρονται δίκαια – αναφορικά με το πόσα δίνουν στις συναλλαγές και το τι παίρνουν – θα έχει ως αποτέλεσμα να αισθάνονται ικανοποιημένοι (Goodwin και Ross, 1992; Oliver, 1997). Ως εκ τούτου, οι πελάτες επιβαρύνονται συγκεκριμένα κόστη στις συναλλαγές για ένα συγκεκριμένο επίπεδο απόδοσης από τις εταιρίες. Σύμφωνα με τον Oliver και τον Swan (1989) και τους Bolton και Lemon (1999), η δικαιοσύνη είναι η αντίδραση του πελάτη σε αυτές τις αναλογίες εισφορών ως προς την απόδοση. Η δικαιοσύνη με την σειρά της, επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο ο πελάτης βλέπει την εταιρία. Με σεβασμό για αυτή την μελέτη, υπάρχουν ποικίλοι τρόποι με τους η ΕΚΕ προσδοκεί να επιδείξει δικαιοσύνη προς τους πελάτες και να αυξήσει τα επίπεδα ικανοποίησης τους.

Πρώτον, οι εταιρίες επιχειρούν να αυξήσουν την πελατειακή ικανοποίηση με το να επικεντρώνονται σε εσωτερικές διεργασίες (Kaplan και Norton, 2007). Ένα κλασικό παράδειγμα είναι η περίπτωση του γίγαντα λιανικής Sears, Roebuck και Company, όπου σε προσπάθεια να φέρουν τα πάνω κάτω στην περιούσια τους μετά από αρκετά ταραχώδη χρόνια, ανέπτυξαν και εφάρμοσαν μοντέλο αλυσίδας κέρδους υπαλλήλου και πελάτη. Στο πυρήνα του μοντέλου αυτού ήταν η βελτίωση της μάθησης των υπαλλήλων και της ανταγωνιστικότητας τους μέσω μεγάλων επενδύσεων στην εκπαίδευση τους και σε άλλες δραστηριότητες (Rucci, 1998; Westbrook, 2000). Η Sears τελικά κατάφερε να βελτιώσει την ποιότητα των συναλλαγών της μεταξύ υπαλλήλων και πελατών, με αποτέλεσμα την βελτίωση της πελατειακής ικανοποίησης αλλά και της δικής τους οικονομικής επιτυχίας. Ο Maignan (1999) διατυπώνει ότι δεν είναι όλες οι εταιρίες νομικά υποχρεωμένες να προσφέρουν τον τύπο εκπαίδευσης ή να κάνουν τις επενδύσεις στους υπαλλήλους τους όπως έκανε η Sears. Η εκπαίδευση και οι επενδύσεις σε εργαζομένους δείχνει ότι μια εταιρία είναι κοινωνικά υπεύθυνη (de la Cruz Deniz-Deniz και De Saa-Perez, 2003).

Δεύτερον, οι πελάτες επιζητούν αξία στις συναλλαγές που κάνουν (Zeithaml, 1988). Ακολουθώντας την θεωρία της δικαιοσύνης, η αξία είναι ένας τρόπος με τον οποίο οι πελάτες αξιολογούν την εντιμότητα ή ισάξια αντιμετώπιση που έχουν από τις εταιρίες κατά τις συναλλαγές τους. Στην περίπτωση της Volvo, στα μέσα της δεκαετίας του 90, η εταιρία εφάρμοσε μια στρατηγική για την βελτίωση της πελατειακής ικανοποίησης. Αντί να επικεντρωθεί στην εξυπηρέτηση πελατών όπως η Sears, η Volvo έδωσε έμφαση στην βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων της (Dahlsten, 2003). Μετά από μια σειρά πρωτοβουλιών για την ποιότητα που οδήγησαν στην ανάπτυξη νέων μοντέλων αυτοκινήτων με πρόσθετα χαρακτηριστικά σε σχέση με τα προηγούμενα μοντέλα, η Volvo κατάφερε να αυξάνει συστηματικά την ικανοποίηση των πελατών της μέσω της καλύτερης απόδοσης βάσει της αξίας (Dahlsten, 2003). Σύμφωνα με τον Carroll (1979) και τον Maignan (1999), η παράδοση ποιοτικών προϊόντων που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των πελατών είναι σύμφωνη με την ΕΚΕ, ιδιαίτερα με τις οικονομικές υποχρεώσεις τους.

Τέλος, αποδείξεις υποδηλώνουν ότι η ηθική κατάσταση των εταιριών έχει επίδραση στις αντιλήψεις των καταναλωτών (Maignan, 2001). Για παράδειγμα, από την ίδρυση της, μια κεντρική αξία της Enterprise Rent-A-Car ήταν να παρέχει υψηλά επίπεδα ικανοποίησης

στους πελάτες της με το να είναι ειλικρινής, δίκαιη, και να προσφέρει μόνους στους πελάτες της, χαρακτηριστικά που ορίζουν μια ηθική δέσμευση. Παρόλο που η εταιρία είχε συνεχώς θετικούς οικονομικούς απολογισμούς, στις αρχές της δεκαετίας του 90, έπεσε η ικανοποίηση των πελατών. Αφού έλαβε δράση για να προσδιορίσει το πρόβλημα μέσω πρωτοβουλιών όπως εκσυγχρονισμό της υποστήριξης πελατών, η Enterprise Rent-A-Car κατάφερε να βελτιώσει την πελατειακή ικανοποίηση σε μεγάλο βαθμό. Ωστόσο, ένας παράγοντας κλειδί για την επιτυχία της εταιρίας ήταν ο αυτό-επαναπροσανατολισμός στις κεντρικές αξίες της δηλαδή την ειλικρίνεια, εντιμότητα και ακεραιότητα στην αντιμετώπιση των πελατών της (Taylor, 2003). Όταν επιδεικνύεται ειλικρίνεια και εντιμότητα, οι πελάτες νιώθουν ότι αντιμετωπίζονται δίκαια. Το ζήτημα της ειλικρίνειας, εντιμότητας και ακεραιότητας είναι εγγενώς συνυφασμένο με την ηθική διάσταση των εταιρικών κοινωνικών υποχρεώσεων και για αυτό αντανακλά τις δραστηριότητες ΕΚΕ (Carroll, 1979).

Οι εταιρίες εξακολουθούν να ψάχνουν τρόπους για να βελτιώνουν την ικανοποίηση των πελατών τους. Κρίνοντας ότι η ΕΚΕ φαίνεται να επιδεικνύει δικαιοσύνη προς τους πελάτες, η προσδοκία είναι ότι η ΕΚΕ είναι θετικά συνυφασμένη με την ικανοποίηση των πελατών.

1.7.3 ΕΚΕ και φήμη

Η καλή φήμη υποδεικνύει ότι μια εταιρία είναι υψηλά αγαπητή ή καλά εκτιμημένη. Σύμφωνα με τους Brown και Logsdon (1999), η φήμη είναι ορισμένη ως «εξωτερικές εκτιμήσεις για το τι είναι ένας οργανισμός, πόσο καλά τηρεί τις δεσμεύσεις του πόσο καλά καλύπτει τις προσδοκίες των εμπλεκόμενων μερών του και πόσο αποτελεσματικά η συνολική απόδοση του ταιριάζει με το κοινωνικό-πολιτικό περιβάλλον». Άρα, η φήμη είναι ένα γενικό χαρακτηριστικό των εταιριών και αντανακλά την έκταση στην οποία τα εμπλεκόμενα μέρη βλέπουν τις εταιρίες σαν «καλές» ή «μη κακές» (Roberts και Dowling, 2002).

Παρόλο που η οικονομική απόδοση έχει πρωτεύον ενδιαφέρον για μια εταιρία, η φήμη είναι επίσης μια μονάδα μέτρησης επιτυχίας, μια υπολογίσιμη μεταβλητή. Ακόμη, διάφοροι λόγιοι (Dierickx και Cool, 1989; Shrivastava, 2001) υποστηρίζουν ότι η καλή φήμη είναι ένα στρατηγικό κλειδί, κάτι που βοηθάει τις εταιρίες να κτίζουν και να διατηρούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η φήμη είναι στρατηγικό κεφάλαιο των εταιριών και μονάδα μέτρησης της επιτυχίας, αρκετοί ερευνητές έχουν ενδιαφερθεί στην μελέτη δραστηριοτήτων που ασχολούνται με το κτίσιμο καλής φήμης (Winters, 1986; Varadarajan και Menon, 1988; Drumwright, 1996; Brown και Dacin, 1997). Ωστόσο, μια θεωρία υπαινίσσεται ότι η διαμόρφωση της φήμης μπορεί να κατανοηθεί ευρέως διεργασία σηματοδότησης στην οποία οι στρατηγικές επιλογές και δραστηριότητες στέλνουν σημάδια στα εμπλεκόμενα μέρη (Weigelt και Camerer, 1988). Τα εμπλεκόμενα μέρη με την σειρά τους χρησιμοποιούν αυτά τα σημάδια για να σχηματίσουν εντυπώσεις ή σχέσεις με τις εταιρίες. Η ΕΚΕ είναι αυξανόμενα σχετική με τις στρατηγικές επιλογές και στρατηγικές ενέργειες (Porter και Kramer, 2006) και είναι μέρος των διεργασιών σηματοδότησης των εταιριών. Υπάρχουν δυο μέσα με τα οποία η ΕΚΕ προσδοκεί να αλλάξει

προς το καλύτερο τις αξιολογήσεις των εμπλεκόμενων μερών προς τις εταιρίες και επομένως να φτιάξει μια καλή αντιληπτή φήμη: ουσιαστικές σηματοδοτικές ενέργειες και συμβολικές σηματοδοτικές ενέργειες.

Οι ουσιαστικές σηματοδοτικές ενέργειες είναι αυτές που είναι αισθητές, μετρήσιμες και/ή αντικατοπτρίζουν ορατές δαπάνες πόρων (Mahon, 2002). Για παράδειγμα, εταιρίες στην Αυστραλία, τις Η.Π.Α. και άλλες βιομηχανοποιημένες χώρες επιζητούν να διαφοροποιήσουν τους εαυτούς τους από άλλους ανταγωνιστές δαπανώντας πόρους για την υποστήριξη κοινωνικών σκοπών ή σε έργα κεφαλαίων που προοδεύουν τους στόχους των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν (Birch, 2002; Cone, 2003). Οι εταιρίες που υιοθετούν αυτή την προσέγγιση χρησιμοποιούν την διακριτική διάσταση της ΕΚΕ (Carroll, 1979) για να στείλουν σημάδια στα εμπλεκόμενα μέρη που είναι κοινωνικά υπεύθυνα. Ως αποτέλεσμα η φήμη προσδοκείται να ενισχυθεί. Οι εταιρίες επίσης επιζητούν να διαφοροποιήσουν τους εαυτούς του αναπτύσσοντας προϊόντα που θα κάνουν έφεση στους καταναλωτές και ιδιαίτερα στις αγορές. Μπορούν να το κάνουν αυτό στοχεύοντας υψηλά ορατά κοινωνικά ζητήματα, για παράδειγμα, χρησιμοποιώντας υβριδικά οχήματα για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των μορφωμένων και περιβαλλοντικά ενήμερων ατόμων στην αυτοκίνητη αγορά (McWilliams, 2006). Εδώ, οι εταιρίες δείχνουν στην αγορά την ευαισθησία τους για τις ανησυχίες των εμπλεκόμενων μερών για το ζήτημα της κλιματικής αλλαγής, επικεντρώνοντας στην οικονομική τους ευθύνη (Carroll, 1979). Για να γίνει αυτό, μια εταιρία που ασκεί τις οικονομικές ευθύνες της, για να ανταποκριθεί σε ένα κοινωνικό ζήτημα όπως η κλιματική αλλαγή, εμπλέκεται σε δραστηριότητες με τις οποίες χτίζει την φήμη της.

Οι συμβολικές σηματοδοτικές ενέργειες είναι μάλλον λιγότερη προφανείς και εύκολες για να εντοπιστούν. Οι συμβολικές σηματοδοτικές ενέργειες είναι ενέργειες όπου ελάχιστες έως και καθόλου δεσμεύσεις για πόρους γίνονται από τις εταιρίες. Για παράδειγμα, κάποιο διάστημα στην ιστορία των παιδικών τροφών Gerber, έγιναν ισχυρισμοί ότι βρέθηκε γυαλί μέσα στα προϊόντα της, κάτι που ενείχε σοβαρό κίνδυνο για τα βρέφη (Nash, 1993). Η Gerber αμέσως ανακάλεσε τα προϊόντα και έκανε διερεύνηση για το πρόβλημα. Τα ευρήματα έδειξαν ότι εξαιρετικά μικρά κομμάτια γυαλιού βρέθηκαν στα προϊόντα όμως ήταν εξαιτίας της μεταφοράς τους και όχι της παραγωγής και ενέθεταν κανένα κίνδυνο. Λίγο αργότερα, παρόμοιοι ισχυρισμοί έγιναν ξανά. Ωστόσο αυτή την φορά, η Gerber δεν ανακάλεσε τα προϊόντα αλλά έκανε αναφορά των ευρημάτων που βρέθηκαν στην εκτεταμένη έρευνα την πρώτη φορά. Οι πελάτες, τα ΜΜΕ και άλλα εμπλεκόμενα μέρη βρήκαν τους ισχυρισμούς της Gerber αποδεκτούς, εν μέρει, λόγω των ευρημάτων της προηγούμενης έρευνας (Nash, 1993), το οποίο ταιριάζει με την αντίληψη της Pelozo (2006) η οποία είναι γνωστή ως «ασφάλεια φήμης», η οποία μπορεί να προστατέψει την εικόνα μιας εταιρίας σε καιρούς κρίσεων και απειλών. Εδώ, η Gerber έδειξε στην αγορά την ηθική αξιοπιστίας της σαν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία. Αυτό επετεύχθηκε δίνοντας έμφαση τις παρελθούσες ενέργειες σε μια κατάσταση κρίσης επιδεικνύοντας συνάμα την ηθική τους δέσμευση. Το να ακολουθείται η ηθική ευθύνη του Carroll είναι στρατηγικό κλειδί της ΕΚΕ και δίνει σημάδια στα εμπλεκόμενα μέρη ότι η εταιρία επιζητά την αποφυγή κακού ή κοινωνικού τραυματισμού, σέβεται τα ηθικά δικαιώματα των ανθρώπων και είναι σοβαρή στο να κάνει αυτό που είναι σωστό και δίκαιο.

Για να συνοψίσουμε, οι δραστηριότητες της ΕΚΕ παρέχουν ορατά σημάδια από τα οποία τα εμπλεκόμενα μέρη συμπεραίνουν ποικίλα θετικά χαρακτηριστικά για τις εταιρίες. Η ΕΚΕ επομένως είναι ένα μηχανισμός κλειδί με το οποίο μια εταιρία μπορεί να κτίσει την φήμη της. Ως εκ τούτου η ΕΚΕ είναι καλώς συνυφασμένη με την εταιρική φήμη.

Πηγή: Jeremy Galbreath (2010), *“How does corporate social responsibility benefit firms? Evidence from Australia”*, European Business Review, Τομ. 22, σελ.411-417
www.emeraldinsight.com/0955-534X.htm

1.7.4 Άλλα πιθανά οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ

Βελτιωμένη καινοτομία, ανταγωνιστικότητα και θέση στην αγορά*

Η ΕΚΕ συνδέεται τόσο με το άρπαγμα ευκαιριών όσο και με την αποφυγή ρίσκων. Η αναπληροφόρηση (feedback) από διαφορετικά εμπλεκόμενα μέρη μπορεί να είναι μια πλούσια πηγή ιδεών για νέα προϊόντα και διεργασίες, που θα έχουν ως αποτέλεσμα την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Για παράδειγμα, μια εταιρία μπορεί να αποκτήσει πιστοποίηση σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά standards ώστε να γίνει προμηθευτής σε συγκεκριμένους λιανοπωλητές. Η προϊστορία των καλών επιχειρήσεων δείχνει πως μια επιχείρηση για να έχει επιτυχία πρέπει να είναι έτοιμη να ανταποκριθεί στην αγορά. Όλο και περισσότερο, η διαφήμιση γενικά έχει ως χαρακτηριστικά τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη των προϊόντων (π.χ. υβριδικά αυτοκίνητα, αμόλυβδη βενζίνη², ηθικά παραγμένος καφές, ανεμογεννήτριες, κ.τ.λ.). Τέλος, στην μεγαλύτερη έρευνα για την ΕΚΕ που πραγματοποιήθηκε ποτέ σε πάνω από 25000 ανθρώπους σε 23 χώρες οι οποίοι ρωτήθηκαν μεταξύ άλλων, εάν ποτέ στο παρελθόν «τιμώρησαν» μια εταιρία για μη ένδειξη ηθικής και κοινωνικής συμπεριφοράς, περίπου το 20% των ερωτηθέντων απάντησαν θετικά (Millennium Poll in Corporate Social Responsibility, 1999).

Επαυξημένη λειτουργική αποτελεσματικότητα και μείωση κόστους λειτουργίας

Το 78% των ανώτερων επιχειρησιακών ηγετών σε όλη την Ευρώπη θεωρούν ότι μόνο με ενσωμάτωση υπεύθυνης επιχειρησιακής πρακτικής οι επιχειρήσεις θα είναι περισσότερο ανταγωνιστικές και σχεδόν το 70% των διευθυντών πιστεύουν ότι η ΕΚΕ είναι απαραίτητη για κερδοφορία (CSR Europe, Deloitte & Euronext, 2003). Από 80 μελέτες του London Business School για την ΕΚΕ, οι 42 μελέτες έδειξαν θετική επίδραση μεταξύ ΕΚΕ και οικονομικής επίδοσης, οι 19 δεν έδειξαν κάποια σχέση, οι 15 έδειξαν μεικτά αποτελέσματα και μόνο οι 4 έδειξαν αρνητική επίδραση. Επίσης, από μελέτες του πανεπιστημίου του Harvard βρέθηκε πως οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους έχουν 4 φορές μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης από εκείνες που είναι επικεντρωμένες μόνον στους μετόχους τους. Ακόμη, η ΕΚΕ συμβάλλει ώστε οι οργανισμοί να έχουν χαμηλότερα λειτουργικά έξοδα. Για παράδειγμα, η βελτίωση των συσ-

² Δείτε, για παράδειγμα, AccountAbility and National Council (2006), *“What assures Consumers”*

τημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης συνεπάγεται σε καλύτερη λειτουργική απόδοση το οποίο συνεπάγεται σε οικονομικά οφέλη για τους οργανισμούς αλλά και περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη. Επίσης, οι εταιρίες επωφελούνται από την μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και πόρων. Ακόμη, η ανακύκλωση των αναλώσιμων υλικών συμβάλλει στην μείωση των αποβλήτων. Τέλος, οι καλές, ασφαλείς και ευέλικτες εργασιακές συνθήκες έχουν ως αποτέλεσμα την μείωση των απουσιών και ατυχημάτων από την πλευρά των εργαζομένων και την ταυτόχρονη αύξηση της παραγωγικότητας.

Αυξημένη ικανότητα για πρόβλεψη αλλαγών*

Μια εταιρία η οποία έρχεται σε διάλογο πολλές φορές με τα εμπλεκόμενα μέρη είναι σε καλύτερη θέση να προβλέπει και να ανταποκρίνεται σε νομοθετικές, οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές αλλαγές που ενδέχεται να πραγματοποιηθούν. Όλο και περισσότερο οι εταιρίες χρησιμοποιούν την ΕΚΕ σαν «ραντάρ» για να εντοπίσουν τάσεις που αναδύονται στην αγορά. Επίσης η παρακολούθηση και εξέταση των συμφερόντων των εμπλεκόμενων μερών είναι ένας ακόμη τρόπος πρόβλεψης των αλλαγών.

Ευνοϊκή μεταχείριση και καλές σχέσεις με τους νομοθέτες

Όσο περισσότερο μια εταιρία δείχνει δέσμευση σε δράσεις ΕΚΕ συμμορφούμενη με την νομοθεσία και πέραν αυτής, τόσο περισσότερο ανεκτικές είναι οι κυβερνήσεις και οι λοιπές αρχές με αυτήν. Επίσης σε πολλά κράτη, οι κυβερνήσεις αποφασίζουν να δώσουν δημόσια έργα σε οργανισμούς που διακρίνονται στον τομέα της ΕΚΕ σαν επιβράβευση των σκοπών τους.

Πρόσβαση στο κεφάλαιο και καλύτερη απήχηση σε επενδυτικούς κύκλους*

Οικονομικά ιδρύματα όλο και περισσότερο ενσωματώνουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια στην αξιολόγηση των projects τους. Όταν λαμβάνουν αποφάσεις για το που θα τοποθετήσουν τα χρήματά τους, οι επενδυτές ψάχνουν εταιρίες που εφαρμόζουν αποτελεσματικά πρακτικές ΕΚΕ. Ένα επιχειρηματικό πλάνο που συσσωματώνει μια προσέγγιση ΕΚΕ συχνά βλέπεται ως ενδιάμεσο για καλό management.

Πηγή: Knowledge and Innovation Circles (2008), *“Αειφορία, Αειφόρα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη”*, Τρίτη 2 Δεκεμβρίου 2008, Αθήνα

<http://www.etat.gr/knowshycles/training/Sustainability.pdf>

Corporate Watch CSR Report (2006), *“What’s wrong with corporate social responsibility?”*

<http://www.corporatewatch.org>

* Paul Hohnen (2007), *“Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business”*, International Institute for Sustainable Development, Καναδάς, σελ. 11-12

http://www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο όρος «εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα» έχει εδώ και λίγα χρόνια εισαχθεί στην ορολογία της οικονομικής επιστήμης και αναμένεται να μας απασχολήσει ευρέως και στη χώρα μας. Στον όρο αυτόν συμπεριλαμβάνονται όλες οι δράσεις που μπορεί να αναλάβει μία επιχείρηση για την επίτευξη κάποιων γενικά αποδεκτών κοινωνικών επιδιώξεων που είναι πέραν των στενών ενδιαφερόντων των ιδιοκτητών ή μετόχων της, όπως επίσης και πέραν των απαιτούμενων νομικών κανόνων που διέπουν τη λειτουργία της. Στις δράσεις αυτές μπορούν να συμπεριλαμβάνονται διάφορες ενέργειες, που αφορούν όχι μόνο το φυσικό περιβάλλον, αλλά και την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών, το κοινωνικό κεφάλαιο εν γένει, όπως επίσης και την εσωτερική οργανωτική δομή της επιχείρησης.³ Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι σημαντική γιατί αντικατοπτρίζει τις θεμελιώδεις αξίες της κοινωνίας στην οποία επιθυμούμε να ζούμε. Έχει σημασία και θα πρέπει να ενσωματωθεί στο DNA των επιχειρήσεων, μεγάλων ή μικρών, οι οποίες μέσα από προϊόντα και υπηρεσίες με χαρακτήρα καινοτομίας, νέες δεξιότητες και δέσμευση όλων των ενδιαφερόμενων μερών μπορούν να βελτιώσουν τις οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις τους τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Επίσης, θα πρέπει να γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της φιλοσοφίας των όσων εργάζονται μέσα σε εταιρίες αλλά και γι' αυτές τις ίδιες, γιατί μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία ενός εργασιακού περιβάλλοντος με καλύτερα κίνητρα και ανταμοιβές. Δεν θα μπορούσε να αρνηθεί κανείς ότι η ΕΚΕ, έχει σημασία για όσους αγοράζουν από επιχειρήσεις, δηλαδή για τους καταναλωτές, που δίνουν όλο και μεγαλύτερη προσοχή στα κοινωνικά και περιβαλλοντικά διαπιστευτήρια των προϊόντων και των υπηρεσιών που αγοράζουν. Ακόμη, έχει σημασία για τις τοπικές κοινότητες στις οποίες λειτουργούν οι εταιρίες, οι οποίες επιθυμούν να γνωρίζουν ότι φιλοξενούν οργανισμούς που μοιράζονται τις ίδιες αξίες και ανησυχίες με αυτές. Την λαμβάνουν υπόψη τους, ως ένα σημαντικό οικονομικό δείκτη οι επενδυτές, που πιστεύουν ότι πρέπει να ενθαρρυνθεί η υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά, καθώς μακροπρόθεσμα μπορεί να αποτελέσει παράγοντα αύξησης των κερδών της επιχείρησης. Πάνω από όλα όμως, θα πρέπει να έχει σημασία για τους ανθρώπους σε άλλα μέρη του πλανήτη που αναμένουν από τις εταιρίες που έχουν την έδρα τους στην Ευρώπη να συμπεριφέρονται σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές και διεθνείς αξίες και αρχές αλλά και για τις μελλοντικές γενεές που προσδοκούν να ζήσουν σε ένα κόσμο που θα σέβεται τους ανθρώπους και την φύση.

⁴Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σήμερα λειτουργεί εμβληματικά, σαν μια σημαία που σηκώνουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις για μια «συναινετική» κοινωνική επανάσταση όπου όλοι οι κοινωνικοί εταίροι της κοινωνίας των πολιτών θα είναι εντέλει ωφελημένοι.

Πηγή: ³Ομιλία Προέδρου κου Αρμόδιου Γιαννίδη στην ανοικτή συγκέντρωση με Θέμα: «Κοινωνική Ευθύνη της Χημικής Βιομηχανίας», Σύνδεσμος Ελλήνων Χημικών Βιομηχανιών, Ετήσια Τακτική Συνέλευση Μελών 2006

⁴Μπέττυ Τσακαρέστου, “ Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα”, σελ. 11

<http://www.csrhellas.org/portal/images/stories/files/DiktioElliniko.pdf>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ISO 26000

Εισαγωγή

Το Διεθνές Πρότυπο ISO 26000 παρέχει οδηγίες σε όλους τους τύπους οργανισμών, άσχετα από το μέγεθος ή την τοποθεσία τους σε:

- ιδέες, όρους, και ορισμούς που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη.
- ιστορικό, τάσεις και χαρακτηριστικά της κοινωνικής ευθύνης.
- αρχές και πρακτικές που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη.
- βασικά θέματα και ζητήματα της κοινωνικής ευθύνης.
- ενσωμάτωση, εφαρμογή και προώθηση της κοινωνικής υπεύθυνης συμπεριφοράς στους οργανισμούς, μέσω πολιτικών και πρακτικών και εντός της σφαίρας επιρροής των οργανισμών.
- αναγνώριση και εμπλοκή με τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- επικοινωνιακές δεσμεύσεις, απόδοση και άλλες πληροφορίες που έχουν σχέση με την κοινωνική ευθύνη.

Ο σκοπός αυτού του Διεθνούς Προτύπου είναι να βοηθήσει οργανισμούς στην προσπάθεια τους να συνεισφέρουν στην βιώσιμη ανάπτυξη. Επίσης τους ενθαρρύνει να προχωρήσουν πέρα από την νόμιμη συμμόρφωση, αναγνωρίζοντας ότι η συμμόρφωση με τον νόμο είναι ένα θεμελιώδη καθήκον κάθε οργανισμού και ένα σημαντικό μέρος της κοινωνικής ευθύνης τους. Ακόμη σκοπεύει να προωθήσει κοινή κατανόηση στο πεδίο της κοινωνικής ευθύνης και να συμπληρώσει άλλα όργανα και πρωτοβουλίες για την κοινωνική ευθύνη, όχι να τα αντικαταστήσει.

Για να εφαρμοστεί αυτό το Διεθνές Πρότυπο, είναι ορθό ένας οργανισμός να λάβει υπόψη του τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές, νομικές, πολιτισμικές, πολιτικές και οργανωτικές ποικιλίες, όσο και τις διαφορές σε οικονομικές καταστάσεις, παραμένοντας πάντοτε συνεπής με διεθνείς κανόνες συμπεριφοράς.

Αυτό το Διεθνές Πρότυπο δεν είναι ένα πρότυπο διαχείρισης συστήματος. Δεν προορίζεται ούτε είναι κατάλληλο για σκοπούς πιστοποίησης ή ρυθμιστική και συμβολαιογραφική χρήση. Οποιαδήποτε προσφορά για πιστοποίηση του ISO 26000 θα ήταν διαστρέβλωση του σκοπού και της πρόθεσης και μια λανθασμένη χρήση του προτύπου αυτού. Καθώς αυτό το πρότυπο δεν περιέχει απαιτήσεις, οποιαδήποτε τέτοια πιστοποίηση δεν θα ήταν σύμφωνη με το πρότυπο.

Το Διεθνές Πρότυπο ISO 26000 δεν προορίζεται για να εμποδίσει την ανάπτυξη εθνικών κριτηρίων τα οποία μπορεί να είναι πιο συγκεκριμένα, πιο απαιτητικά ή διαφορετικού τύπου. Τέλος δεν προορίζεται για να παρέχει μια βάση για νομικές δράσεις,

παράπονα, υπερασπίσεις ή άλλους ισχυρισμούς σε οποιαδήποτε διεθνή, εγχώρια ή άλλη κίνηση.

Γενικά

Για να ορίσει κάποιος τους σκοπούς της κοινωνικής ευθύνης, να αναγνωρίσει σχετικά ζητήματα και να θέσει τις προτεραιότητες του, θα πρέπει να επισημάνει τα παρακάτω κεντρικά θέματα:

- Οργανωτική διακυβέρνηση
- Ανθρώπινα δικαιώματα
- Εργασιακές πρακτικές
- Το περιβάλλον
- Πρακτικές δίκαιης λειτουργίας (fair operating practices)
- Καταναλωτικά ζητήματα
- Συμμετοχή και ανάπτυξη της κοινότητας

Οικονομικές απόψεις, όσο και απόψεις που σχετίζονται με την υγεία και ασφάλεια και την αλυσίδα αξίας, αντιμετωπίζονται διαμέσου των επτά παραπάνω θεμάτων. Οι διαφορετικοί τρόποι με τους οποίους τα άτομα μπορούν να επηρεαστούν από κάθε ένα από τα επτά θέματα επίσης εξετάζονται.

Κάθε κεντρικό θέμα περιλαμβάνει μια σειρά από ζητήματα κοινωνικής ευθύνης. Αυτά περιγράφονται μαζί με σχετιζόμενες ενέργειες και προσδοκίες. Καθώς η κοινωνική ευθύνη είναι δυναμική, αντανακλά την εξέλιξη κοινωνικών, περιβαλλοντικών ανησυχιών, περαιτέρω ζητήματα μπορεί να εμφανιστούν στο μέλλον.

Για κάθε κεντρικό θέμα, ένας οργανισμός θα πρέπει να αναγνωρίσει και να επισημάνει όλα τα ζητήματα εκείνα τα οποία σχετίζονται ή είναι σημαντικά για τις αποφάσεις και πράξεις του. Παρόλο που όλα τα κεντρικά θέματα είναι αλληλένδετα και συμπληρωματικά, η φύση της οργανωτικής διακυβέρνησης είναι κάπως διαφορετική από τα άλλα κεντρικά θέματα. Αποτελεσματική οργανωτική διακυβέρνηση επιτρέπει έναν οργανισμό να λάβει δράση στα άλλα κεντρικά θέματα και ζητήματα και να εφαρμόσει τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης.

Αναδεικνύοντας αυτά τα κεντρικά θέματα και ενσωματώνοντας την κοινωνική ευθύνη μέσα στις αποφάσεις και ενέργειες, ένας οργανισμός μπορεί να επιτύχει σημαντικά οφέλη (αναλύθηκαν διεξοδικά στο 1^ο κεφάλαιο).

2.1 Οργανωτική Διακυβέρνηση

Η οργανωτική διακυβέρνηση είναι το σύστημα μέσω του οποίου ένας οργανισμός παίρνει και εφαρμόζει αποφάσεις στην προσπάθεια να υλοποιήσει τους στόχους του.

Η οργανωτική διακυβέρνηση μπορεί να περιλαμβάνει μαζί επίσημους μηχανισμούς διακυβέρνησης βασισμένους σε καθορισμένες δομές και διαδικασίες και ανεπίσημους μηχανισμούς οι οποίοι εμφανίζονται σε συνδυασμό με τις αξίες και την κουλτούρα του οργανισμού, συχνά επηρεασμένους από τα άτομα που ηγούνται τον οργανισμό. Η οργανωτική διακυβέρνηση είναι μια κεντρική λειτουργία κάθε είδους οργανισμού αφού είναι ο σκελετός για την λήψη αποφάσεων μέσα στον οργανισμό.

Η οργανωτική διακυβέρνηση είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για να δώσει την δυνατότητα σε ένα οργανισμό ή εταιρία να πάρει την ευθύνη για το αντίκτυπο των αποφάσεων και των δράσεων τους και να ενσωματώσει την κοινωνική ευθύνη σε όλο τον οργανισμό και τις σχέσεις του.

2.2.1 Διεργασίες λήψης αποφάσεων και δομές

Οι διεργασίες λήψης αποφάσεων και οι δομές που συμβάλλουν στην κοινωνική ευθύνη είναι αυτές που προωθούν την χρήση των αρχών και των πρακτικών που περιγράφηκαν στο 1^ο κεφάλαιο.

Κάθε οργανισμός θα πρέπει να έχει διεργασίες λήψης αποφάσεων και δομές. Σε κάποιες περιπτώσεις αυτές είναι επίσημες, εξεζητημένες και υποκείμενες στους νόμους και στις ρυθμίσεις του κάθε κράτους, σε άλλες περιπτώσεις είναι ανεπίσημες, με ρίζες τις αξίες και την κουλτούρα του οργανισμού. Όλοι οι οργανισμοί θα πρέπει να εφαρμόζουν διεργασίες, συστήματα, δομές και άλλους μηχανισμούς που τους κάνουν δυνατούς να εφαρμόζουν τις αρχές και πρακτικές της κοινωνικής ευθύνης.

Ένας οργανισμός που θα υιοθετήσει τέτοιες διεργασίες και δομές θα καταφέρει να:

- αναπτύξει στρατηγικές, στόχους και σκοπούς που θα αντανakλούν την δέσμευση τους στην κοινωνική ευθύνη.
- χρησιμοποιήσει οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και ανθρώπινους πόρους αποτελεσματικά.
- ισορροπήσει τις ανάγκες του οργανισμού και των εμπλεκόμενων μερών, συμπεριλαμβανομένων και των αναγκών των μελλοντικών γενεών.
- δημιουργήσει ένα σύστημα με οικονομικά και μη οικονομικά κίνητρα που σχετίζονται με την απόδοση πάνω στην κοινωνική ευθύνη.
- ισορροπήσει τις ανάγκες του οργανισμού και των εμπλεκόμενων μερών του, συμπεριλαμβανομένων και των επειγουσών αναγκών όπως και των μελλοντικών γενεών.

2.2 Ανθρώπινα Δικαιώματα

Τα ανθρωπινά δικαιώματα είναι τα βασικά δικαιώματα που όλοι οι άνθρωποι έχουν δικαίωμα. Η πρώτη κατηγορία αφορά αστικά και πολιτικά δικαιώματα και περιλαμβάνει τέτοια δικαιώματα όπως το δικαίωμα για ζωή και ελευθερία, ισότητα μπροστά στον νόμο και ελευθερία του λόγου. Η δεύτερη κατηγορία αφορά οικονομικά, κοινωνικά και πολιτισμικά δικαιώματα και περιλαμβάνουν το δικαίωμα να εργάζεσαι, να τρέφεσαι, το δικαίωμα για την καλύτερη ιατρική περίθαλψη που μπορεί να προσφέρει το κράτος, το δικαίωμα για εκπαίδευση και κοινωνική ασφάλεια. Τα ζητήματα που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα αντιστοιχούν στις παρακάτω ενότητες.

2.2.1 Απαιτούμενη Επιμέλεια (due diligence)

Για να σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα, οι οργανισμοί έχουν ευθύνη να δείχνουν απαιτούμενη επιμέλεια για να εντοπίσουν, εμποδίσουν και να επιστημάνουν πραγματικό ή πιθανό αντίκτυπο σε ανθρωπινά δικαιώματα αποτέλεσμα των επιχειρησιακών δράσεων ή των δράσεων αυτών με τους οποίους συνεργάζονται. Η απαιτούμενη επιμέλεια μπορεί να επιστήσει την προσοχή σε ένα οργανισμό να πάρει την ευθύνη ώστε να επηρεάσει την συμπεριφορά άλλων, η οποία πιθανόν να είναι η αιτία για παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων στις οποίες ο ίδιος ο οργανισμός μπορεί να εμπλέκεται.

2.2.2 Αποφυγή συνενοχής

Η συνενοχή έχει νομικές και μη νομικές έννοιες.

Κατά το νομικό πλαίσιο, η συνενοχή έχει οριστεί σε κάποιες ετυμηγορίες σαν μια πράξη ή παράλειψη που έχει τεράστια επίδραση στην διάπραξη μιας παράνομης πράξης όπως ενός εγκλήματος, ενώ έχεις γνώση για αυτό, ή πρόθεση να συνεισφέρεις στην παράνομη αυτή πράξη.

Κατά το μη νομικό πλαίσιο, η συνενοχή προέρχεται από ευρείς κοινωνικές προσδοκίες της συμπεριφοράς. Σε αυτό το πλαίσιο ένας οργανισμός θεωρείται συνένοχος όταν βοηθάει στην διάπραξη άδικων πράξεων άλλων οι οποίοι είναι ασυνεπής ή δεν σέβονται διεθνείς κανόνες συμπεριφοράς τους οποίους ο οργανισμός μέσω εξάσκησης της απαιτούμενης επιμέλειας, γνώριζε ή θα έπρεπε να γνωρίζει ότι θα οδηγούσαν σε τεράστιο αρνητικό αντίκτυπο στην κοινωνία, οικονομία και το περιβάλλον. Ένας οργανισμός μπορεί επίσης να θεωρηθεί συνένοχος εάν κρατά σιωπή ή επωφελείται από άδικες πράξεις.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- μην παρέχει αγαθά και υπηρεσίες σε μια οντότητα η οποία χρησιμοποιεί τέτοιες πρακτικές και επιφέρει παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

- αυτό-ενημέρωνεται για τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνθήκες στις οποίες τα αγαθά και οι υπηρεσίες, που αγόρασε, δημιουργήθηκαν.
- αποφεύγει σχέσεις με οντότητες που εμπλέκονται σε αντί-κοινωνικές ενέργειες.

2.2.3 Επίλυση αδικιών

Ακόμη και εκεί όπου τα ιδρύματα λειτουργούν με τον πλέον βέλτιστο τρόπο, αντιδικίες πάνω στον αντίκτυπο στα ανθρώπινα δικαιώματα από τις αποφάσεις και ενέργειες ενός οργανισμού μπορεί να συμβούν. Αποτελεσματικοί μηχανισμοί αδικιών παίζουν σημαντικό ρόλο στην αρμοδιότητα του κράτος να προστατεύει τα ανθρώπινα δικαιώματα. Οι οργανισμοί θα πρέπει να εγκαθιδρύσουν μηχανισμούς για αυτούς που πιστεύουν πως τα ανθρώπινα δικαιώματα τους έχουν παραβιαστεί ώστε να το φέρει το ζήτημα στην αντίληψη του οργανισμού και να επιζητήσει αποζημίωση. Αυτοί οι μηχανισμοί δεν θα πρέπει να δημιουργήσουν προκατάληψη στην πρόσβαση σε διαθέσιμα νομικά μέσα. Μη κρατικοί μηχανισμοί δεν θα πρέπει να υπονομεύουν την ενδυνάμωση των κρατικών ιδρυμάτων, ειδικά των δικαστικών μηχανισμών, αλλά θα πρέπει να προσφέρουν επιπρόσθετες ευκαιρίες για πόρους και αποζημιώσεις.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να καθιερώσει, ή αλλιώς να εξασφαλίσει την διαθεσιμότητα των μηχανισμών αποκατάστασης για δική του χρήση αλλά και για τα εμπλεκόμενα μέρη. Για να είναι αποτελεσματικοί αυτοί οι μηχανισμοί θα πρέπει να είναι:

- νόμιμοι.
- προσπελάσιμοι.
- προβλέψιμοι.
- δίκαιοι.
- ξεκάθαροι και διαφανείς.
- βασισμένοι στο διάλογο και την μεσολάβηση.

2.2.4 Διάκριση και ευάλωτες ομάδες

Η διάκριση αφορά οποιαδήποτε παραγκωνισμό, αποκλεισμό ή προτίμηση που έχει αντίκτυπο στην κατάργηση της ισότητας όσον αφορά την αντιμετώπιση ή τις ευκαιρίες, όταν η αντίληψη για αυτά προέρχεται από κάποια προκατάληψη και όχι από νόμιμη βάση. Μη νόμιμη βάση για διακρίσεις περιλαμβάνουν χωρίς να περιορίζονται σε: καταγωγή, χρώμα, φύλο, ηλικία, γλώσσα, ιδιοκτησία, εθνικότητα ή εθνική προέλευση, θρησκεία, τάξη, οικονομική κατάσταση, αναπηρία, εγκυμοσύνη, ιθαγένεια, πολιτικό δεσμό, πολιτική ή άλλη άποψη. Αναδυόμενα απαγορευμένα πεδία επίσης περιλαμβάνουν την συζυγική οικογενειακή κατάσταση, τις προσωπικές σχέσεις και την κατάσταση υγείας (HIV/AIDS ασθένεια). Η απαγόρευση της διάκρισης είναι μια από τις πιο θεμελιώδεις αρχές των διεθνή νόμων για τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Η πλήρης και αποτελεσματική συμμετοχή και συμπερίληψη στην κοινωνία όλων αυτών των ομάδων, συμπεριλαμβανομένων αυτών που είναι ευάλωτοι παρέχει και αυξάνει ευκαιρίες για όλους τους οργανισμούς όσο και τους ανθρώπους που αφορά. Ένας οργανισμός έχει πολλά να κερδίσει με το να πάρει μια ενεργή θέση για την διασφάλιση ίσων ευκαιριών και σεβασμό για όλα τα άτομα.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να φροντίσει ώστε να εξασφαλίσει ότι δεν κάνει διακρίσεις απέναντι στους εργαζομένους, συνέταιρους, πελάτες, εμπλεκόμενους φορείς, μέλη και οποιοδήποτε άλλο έχει επαφή ή μπορεί να του δημιουργήσει κάποια επίδραση. Επίσης θα πρέπει να ενημερώνει όλες αυτές τις ευάλωτες ομάδες για τα δικαιώματά τους και να προτείνει τρόπους για να τα διεκδικούν.

Ένας οργανισμός ακόμη θα πρέπει να συνεισφέρει στην αποζημίωση λόγω διακρίσεων ή τις συνέπειες παλαιότερων διακρίσεων όπου είναι αυτό δυνατό. Για παράδειγμα, θα πρέπει να παλέψει ώστε να απασχολήσει ή κάνει συνεργασία με άλλους οργανισμούς που δουλεύονται από ανθρώπους που ανήκουν σε ομάδες με ιστορικό διακρίσεων προς τους ίδιους. Περαιτέρω αν είναι εφικτό, θα πρέπει να υποστηρίξει προσπάθειες για την αύξηση της πρόσβασης στην εκπαίδευση και βελτίωση κοινωνικών υπηρεσιών που απευθύνονται σε ευάλωτες ομάδες.

2.2.5 Αστικά και πολιτικά δικαιώματα

Τα αστικά και πολιτικά δικαιώματα περιλαμβάνουν απόλυτα δικαιώματα όπως το δικαίωμα για ζωή, το δικαίωμα για μια ζωή με αξιοπρέπεια, το δικαίωμα της ελευθερίας από βασανιστήρια, το δικαίωμα για ασφάλεια ενός πολίτη, το δικαίωμα της ατομικής ιδιοκτησίας και το δικαίωμα να προσφύγει στην δικαιοσύνη με δίκαιη αντιμετώπιση όταν κατηγορείται για εγκλήματα. Επιπρόσθετα περιλαμβάνουν την ελευθερία της γνώμης και έκφρασης, ελευθερία να υιοθετήσει και να ασκήσει μια θρησκεία, ελευθερία να κρατά την πίστη του, ελευθερία από αυθαίρετη παρέμβαση στα οικογενειακά, προσωπικά και σπιτικά ζητήματα, ελευθερία από επιθέσεις στην τιμή και υπόληψη του κάθε ατόμου, το δικαίωμα να έχει πρόσβαση σε δημόσιες υπηρεσίες και το δικαίωμα να πάρει μέρος σε εκλογές.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να σέβεται όλα τα αστικά και πολιτικά δικαιώματα ενός ατόμου. Παραδείγματα περιλαμβάνουν χωρίς να περιορίζονται στα ακόλουθα:

- Την ζωή των ατόμων.
- Ελευθερία της γνώμης και έκφρασης. Ένας οργανισμός δεν θα πρέπει να στοχεύει να καταπιέζει την άποψη του οποιοδήποτε, ακόμα και αν το άτομο ασκεί κριτική στον οργανισμό.
- Το δικαίωμα της ιδιοκτησίας, ατομικής ή σε σύμπραξη, και ελευθερία από αυθαίρετη στέρηση αυτής της ιδιοκτησίας.
- Ελευθερία ειρηνικής συγκέντρωσης και συνεταιρισμού.

2.2.6 Οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα

Κάθε άτομο, σαν μέλος της κοινωνίας, έχει οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα τα οποία είναι απαραίτητα για την δική του αξιοπρέπεια και προσωπική ανάπτυξη. Αυτά περιλαμβάνουν το δικαίωμα στην: παιδεία, εργασία σε δίκαιες και επιθυμητές συνθήκες εργασίας, αξιοπρεπές επίπεδο υγείας, επίπεδο διαμονής επαρκώς καλό για την σωματική και πνευματική υγεία και καλή κατάσταση του ίδιου και της οικογένειάς του, ιματισμός, σίτιση, κατοικία, ιατρική περίθαλψη και απαραίτητη κοινωνική προστασία, όπως προστασία στο ενδεχόμενο να μείνει άνεργος, ασθένειας, αναπηρία, θανάτου συζύγου και γηρατειά. Η εξάσκηση μιας θρησκείας και οι ευκαιρίες να συμμετέχει χωρίς διάκριση στην λήψη αποφάσεων οι οποίες υποστηρίζουν θετικές πρακτικές και αποθαρρύνουν αρνητικές πρακτικές σχετίζονται με αυτά τα δικαιώματα.

Ένας οργανισμός μπορεί να εξετάσει να:

- διευκολύνει την πρόσβαση, και όπου είναι εφικτό να παρέχει υποστήριξη και ευκολίες για εκπαίδευση και δια βίου μάθηση για όλα τα μέλη μιας κοινότητας.
- ενώσει τις προσπάθειες με άλλους οργανισμούς και κυβερνητικά ιδρύματα που υποστηρίζουν σεβασμό και ρεαλισμό για τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα.
- προσαρμόσει αγαθά και υπηρεσίες στην αγοραστική δύναμη των φτωχότερων κοινωνικών ομάδων.

2.2.7 Θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία

Οι θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα της εργασίας επικεντρώνονται σε εργασιακά ζητήματα. Έχουν υιοθετηθεί από την διεθνή κοινότητα σαν βασικά ανθρώπινα δικαιώματα και για αυτό τον λόγο περιλαμβάνονται στον τομέα των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας έχει εντοπίσει τα θεμελιώδη δικαιώματα στην εργασία. Αυτά είναι:

- Ελευθερία να δημιουργηθούν συνεταιρισμοί και αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος για συλλογική διαπραγμάτευση.
- Εξάλειψη όλων των μορφών αναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.
- Αποτελεσματική κατάργηση της παιδικής εργασίας.
- Εξάλειψη των διακρίσεων που αφορά την εργασία και απασχόληση.

2.3 Εργασιακές Πρακτικές

Οι εργασιακές πρακτικές ενός οργανισμού περικλείουν όλες τις πολιτικές και πρακτικές που συσχετίζονται με την εργασία η οποία πραγματοποιείται μέσα, από ή εκ μέρους του οργανισμού, συμπεριλαμβανομένου και των συμβάσεων εργασίας.

Οι εργασιακές πρακτικές εκτείνονται πέρα από τις σχέσεις του οργανισμού με τους άμεσους εργαζομένους τους ή τις ευθύνες που ένας οργανισμός έχει στον χώρο εργασίας που του ανήκει ή ελέγχει άμεσα.

Οι εργασιακές πρακτικές περιλαμβάνουν την στελέχωση και προώθηση των εργαζομένων, μεταφορά και αλλαγή των πόστων των εργαζομένων, ανάπτυξη δεξιοτήτων και εκπαίδευση, υγεία, ασφάλεια και βιομηχανική υγιεινή και οποιαδήποτε πολιτική ή πρακτική που επηρεάζει τις συνθήκες εργασίας και ιδιαίτερα το ωράριο εργασίας και την αμοιβή. Επίσης, περιλαμβάνουν την αναγνώριση των εργατικών σωματείων και αντιπροσωπειών και την συμμετοχή των εργατικών και εργοδοτικών σωματείων σε συλλογικές διαπραγματεύσεις, δημόσιους διαλόγους για την συζήτηση περί κοινωνικών ζητημάτων που σχετίζονται με την εργασία.

2.3.1 Εργασία και εργασιακές σχέσεις

Η σημασία της εργασίας για την παγκόσμια ανάπτυξη είναι παγκοσμίως αποδεκτή. Σαν εργοδότης, ένας οργανισμός συνεισφέρει σε ένα από τους πιο σημαντικούς σκοπούς της κοινωνίας, δηλαδή την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου μέσω πλήρους και ασφαλούς απασχόλησης και αξιοπρεπής δουλειάς.

Κάθε χώρα παρέχει ένα νομικό πλαίσιο εργασίας που ρυθμίζει την σχέση μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων. Αν και τα ακριβή τεστ και κριτήρια για να διαπιστωθεί εάν μια εργασιακή σχέση υπάρχει ποικίλουν από χώρα σε χώρα, το γεγονός είναι ότι η δύναμη των αντικρουόμενων παρατάξεων δεν είναι ίση. Επομένως, είναι παγκοσμίως κοινός αποδεκτό ότι οι εργαζόμενοι χρειάζονται επιπλέον προστασία και αυτό δομεί την βάση των εργασιακών νόμων.

Η εργασιακή σχέση εκχωρεί δικαιώματα και επιβάλλει υποχρεώσεις σε εργοδότες και εργαζόμενους αντίστοιχα για το συμφέρον του οργανισμού και της κοινωνίας. Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- αναγνωρίσει την σημασία της ασφαλούς εργασίας στο ανεξάρτητο εργάτη και στην κοινωνία συνάμα: θα πρέπει να χρησιμοποιήσει ενεργητικό σχεδιασμό εργατικής δύναμης για να αποφύγει την εκτέλεση εργασίας σε καθημερινή βάση ή υπέρμετρη εκτέλεση εργασίας σε προσωρινή βάση, εκτός και αν η φύση της εργασίας είναι γνησίως μεσοπρόθεσμη ή εποχιακή.
- εξασφαλίσει ίσες ευκαιρίες για όλους τους εργαζόμενους και να μην κάνει διακρίσεις είτε άμεσα ή έμμεσα σε οποιαδήποτε εργασιακή πρακτική.
- εξαλείψει οποιαδήποτε αυθαίρετη ή διακριτική πρακτική απολύσεων.

- προστατέψει προσωπικά δεδομένα και την ιδιωτική ζωή των εργαζομένων.

2.3.2 Συνθήκες εργασίας και κοινωνική προστασία

Οι συνθήκες εργασίας περιλαμβάνουν μισθούς και άλλες μορφές αποζημίωσης, ώρες εργασίας, ώρες ξεκούρασης, διακοπές, πειθαρχία, πρακτικές απόλυσης, προστασία εγκυμοσύνης και θέματα καλής μεταχείρισης όπως ασφαλής κατανάλωση νερού, υγιεινή, κυλικεία και πρόσβαση σε υπηρεσίες περίθαλψης. Πολλές από τις συνθήκες εργασίας έχουν τεθεί μέσω εθνικών νόμων και ρυθμίσεων ή με νομικές συμφωνίες δέσμευσης μεταξύ των εργοδοτών και των εργαζομένων. Ο εργοδότης ορίζει πολλές από τις συνθήκες εργασίας.

Οι συνθήκες εργασίας επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την ποιότητα της ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους και επίσης την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Δίκαιη και κατάλληλη μελέτη θα πρέπει να γίνει για την ποιότητα των συνθηκών εργασίας.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- σιγουρευτεί ότι οι συνθήκες εργασίας εναρμονίζονται με τους εθνικούς νόμους και ρυθμίσεις και είναι σύμφωνοι τα διεθνή εργασιακά εφαρμόσιμα κριτήρια.
- παρέχει αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας με σεβασμό στους μισθούς, ώρες εργασίας, μια μέρα ξεκούρασης, υγεία και ασφάλεια, προστασία των εγκύων και δυνατότητα συνδυασμού εργασίας με οικογενειακές υποχρεώσεις.
- όποτε δυνατό, να γίνεται διερεύνηση των εθνικών ή θρησκευτικών παραδόσεων και εθίμων και προσαρμογή σε αυτές.
- παρέχει ίση πληρωμή εργασίας με ίση αξία της εργασίας.
- σέβεται τις οικογενειακές υποχρεώσεις των εργαζόμενων παρέχοντας λογικό ωράριο εργασίας, γονική αποχώρηση από την εργασία και όταν είναι δυνατό να παρέχεται φροντίδα για τα παιδιά και άλλες ευκολίες που θα βοηθήσουν τους εργαζομένους να καταφέρουν μια κατάλληλη ισορροπία ζωής-εργασίας.

2.3.3 Κοινωνικός διάλογος

Ο κοινωνικός διάλογος περιλαμβάνει όλους τους τύπους διαπραγμάτευσης, διαβούλευσης ή ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ αντιπροσώπων της κυβέρνησης, εργοδοτών και εργαζομένων σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος που σχετίζονται με οικονομικές και κοινωνικές ανησυχίες. Θα μπορούσε να λάβει χώρα μεταξύ εργοδότη και αντιπροσώπων εργαζομένων, σε θέματα που επηρεάζουν τα συμφέροντα τους και θα

μπορούσαν να περιλαμβάνουν ακόμα και κυβερνήσεις, όταν ευρύτεροι παράγοντες, όπως η νομοθεσία και κοινωνική πολιτική βρίσκονται σε ρίσκο.

Ο κοινωνικός διάλογος βασίζεται στην αναγνώριση ότι οι εργοδότες και οι εργαζόμενοι έχουν ανταγωνιστικά και αμοιβαία συμφέροντα μαζί και σε πολλές χώρες παίζει σημαντικό ρόλο στις βιομηχανικές σχέσεις, στην διατύπωση πολιτικής και στην διακυβέρνηση.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να :

- αναγνωρίσει την αξία για τους οργανισμούς των ιδρυμάτων κοινωνικού διαλόγου, που περιλαμβάνονται σε διεθνή επίπεδο, και των δομών για τις συλλογικές διαπραγματεύσεις.
- σέβεται πάντοτε το δικαίωμα των εργαζομένων να σχηματίζουν ή να εισέρχονται σε εργατικά συνδικάτα για την προάσπιση των συμφερόντων τους ή για να διαπραγματεύονται συλλογικά.
- μην εμποδίζουν τους εργαζόμενους που αναζητούν να σχηματίσουν ή να προσχωρήσουν σε συνδικάτα και να διαπραγματευτούν συλλογικά τις συμβάσεις εργασίας τους. Παραδείγματα παρεμπόδισης είναι όταν γίνονται διακρίσεις ή αποκλεισμοί ενάντια στους εργαζόμενους μέσω αντεκδικήσεων ή με τις άμεσες και έμμεσες απειλές ώστε να δημιουργηθεί ένα κλίμα τρομοκρατίας και φόβου.
- σκεφτούν να συμμετέχουν στα εργατικά συνδικάτα σαν μέσω δημιουργίας ευκαιριών κοινωνικού διαλόγου ώστε να επεκτείνουν την έκφραση κοινωνικής ευθύνης μέσω τέτοιων κινήσεων.

2.3.4 Υγεία και ασφάλεια στην εργασία

Η υγεία και η ασφάλεια στην εργασία αφορά την προώθηση και διατήρηση στον μέγιστο βαθμό της καλής σωματικής, πνευματικής και κοινωνικής κατάστασης των εργαζομένων και την εμπόδιση της βλάβης της υγείας τους που προκαλείται με το να εργάζονται κάτω από κακές συνθήκες. Ακόμη σχετίζεται με την προστασία των εργαζομένων από ρίσκα στην υγεία και την προσαρμογή του εργασιακού περιβάλλοντος στις φυσιολογικές και ψυχολογικές ανάγκες των εργαζομένων.

Το οικονομικό και κοινωνικό βάρος της κοινωνίας από ασθένειες που σχετίζονται με την εργασία είναι δυσβάστακτο. Χρόνια μόλυνση και μόλυνση από ατυχήματα και άλλοι κίνδυνοι του εργασιακού χώρου είναι βλαβεροί για τους εργαζόμενους και μπορούν επίσης να επηρεάσουν την κοινωνία και το περιβάλλον. Τα ζητήματα της υγείας και της ασφάλειας προέρχονται από την χρήση επικίνδυνων εξοπλισμών, διεργασιών, πρακτικών και ουσιών (χημικές, φυσικές και βιολογικές).

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- αναπτύξει, εφαρμόσει και διατηρήσει μια επαγγελματική πολιτική για την υγεία και ασφάλεια βασισμένοι στην αρχή ότι δυνατά, ασφαλή και υγιή στάνταρτ και απόδοση είναι αμοιβαία υποστηρικτικά και ενισχυμένα.
- αναλύσει και ελέγξει τα ρίσκα υγείας και ασφάλειας που εμφανίζονται στις επιχειρησιακές λειτουργίες της.
- καταγράψει και ερευνήσει όλα τα περιστατικά και προβλήματα που αφορούν τα δυο ζητήματα έτσι ώστε να τα ελαχιστοποιήσει και να τα εξαλείψει αν είναι αυτό εφικτό.
- παρέχει επαρκή εκπαίδευση σε όλο το προσωπικό για όλα τα σχετιζόμενα πράγματα.
- σέβεται την αρχή ότι τα μέτρα για ασφάλεια και υγεία στον χώρο εργασίας δεν πρέπει να επιβαρύνουν οικονομικά τους εργαζόμενους.
- παρέχει ίση προστασία, στην υγεία και ασφάλεια, στους μερικής απασχόλησης και προσωρινούς εργαζόμενους όσο και στους εργαζομένους με σύμβαση.

2.3.5 Ανθρώπινη ανάπτυξη και εκπαίδευση στο χώρο εργασίας

Η ανθρώπινη ανάπτυξη περιλαμβάνει την διαδικασία της αύξησης των επιλογών που έχουν οι άνθρωποι επεκτείνοντας τις δυνατότητες και τις λειτουργίες, επιτρέποντας τα άτομα να ζήσουν μακροχρόνιες και υγιείς ζωές, να έχουν γνώση και ένα αξιοπρεπή βιοτικό επίπεδο. Η ανθρώπινη ανάπτυξη επίσης περιλαμβάνει την πρόσβαση σε πολιτικές οικονομικές και κοινωνικές ευκαιρίες για να γίνει κάποιος δημιουργικός και παραγωγικός και να απολαμβάνει αυτό-σεβασμό και την αίσθηση ότι ανήκει στην κοινωνία και ότι προσφέρει σε αυτήν.

Οι οργανισμοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν πολιτικές και πρωτοβουλίες που σχετίζονται με τον χώρο εργασίας προς όφελος της ανθρώπινης ανάπτυξης αναδεικνύοντας σημαντικές ανθρώπινες ανησυχίες, όπως την πάλη ενάντια στις διακρίσεις, ισορροπία των οικογενειακών ευθυνών, προώθηση της υγείας και της ευημερίας και βελτιώνοντας την ποικιλία του εργατικού δυναμικού. Επίσης μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις άνωθεν πολιτικές και πρωτοβουλίες για να αυξήσουν τον αριθμό των εργαζομένων.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- παρέχει σε όλους τους εργαζόμενους, σε όλα τα στάδια της εργασιακής διαδρομής τους, την δυνατότητα να βελτιώνουν τις δεξιότητες τους, εκπαίδευση και μαθητείες και ευκαιρίες για εξέλιξη της καριέρας τους, σε μια ισάξια και μη διακριτική βάση.
- εξασφαλίσει, όταν είναι απαραίτητο, ότι όσοι εργαζόμενοι γίνουν ποτέ περιττοί θα βοηθούν και θα δεχτούν υποστήριξη για εύρεσης νέα εργασία, εκπαίδευση και διαβούλευση.

2.4 Το Περιβάλλον

Οι αποφάσεις και οι δραστηριότητες των οργανισμών έχουν αντίκτυπο στο περιβάλλον όπου και αν είναι η θέση τους. Αυτή επίδραση μπορεί να συνδέεται με τους οργανισμούς λόγω της χρήσης πόρων, την τοποθεσία που λαμβάνουν χώρα οι δραστηριότητες, την δημιουργία μόλυνσης και αποβλήτων και τις επιδράσεις που έχουν οι δραστηριότητες του οργανισμού σε φυσικά ενδιαιτήματα. Για να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο, οι οργανισμοί πρέπει να υιοθετήσουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση η οποία εξετάζει τις άμεσες και έμμεσες οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές συνέπειες των αποφάσεων και δραστηριοτήτων τους.

Η κοινωνία αντιμετωπίζει σήμερα πολλές περιβαλλοντικές προκλήσεις, όπως την μείωση των φυσικών πόρων, καταστροφή των φυσικών ενδιαιτημάτων, απώλεια ειδών ζώων και φυτών, την κατάρρευση ολόκληρου του οικοσυστήματος και την υποβάθμιση των αστικών και αγροτικών περιοχών. Όσο ο παγκόσμιος πληθυσμός και η κατανάλωση αυξάνεται, αυτές οι αλλαγές αυξάνουν και τις απειλές προς την υγεία και την ασφάλεια των ανθρώπων. Υπάρχει η ανάγκη να βρούμε επιλογές για να μειωθεί και να επαλειφθεί ο μη βιώσιμος ρυθμός παραγωγής και κατανάλωσης και να εξασφαλίσουμε ότι το ποσοστό κατανάλωσης ανά άτομο παραμένει βιώσιμο. Περιβαλλοντικά ζητήματα σε τοπικό, περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο είναι αλληλένδετα. Για να τα αναδείξουμε χρειάζεται περιεκτική, συστηματική και συλλογική προσέγγιση.

Η περιβαλλοντική υπευθυνότητα είναι μια προ-συνθήκη για την επιβίωση και ευημερία των ανθρώπων. Είναι επομένως μια σημαντική πτυχή της κοινωνικής εταιρικής ανάπτυξης. Τα περιβαλλοντικά θέματα είναι στενά συνδεδεμένα με άλλα κεντρικά θέματα και ζητήματα κοινωνικής ευθύνης. Η περιβαλλοντική μόρφωση και το μέγεθος των κτιριακών υποδομών είναι θεμελιώδη στην προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμων κοινωνιών και τρόπων ζωής.

2.4.1 Πρόληψη της ρύπανσης

Ένας οργανισμός μπορεί να βελτιώσει την περιβαλλοντική του απόδοση εμποδίζοντας την ρύπανση η οποία διακρίνεται στις εξής κατηγορίες:

- Εκπομπές στην ατμόσφαιρα
- Ξεφορτώματα στο νερό
- Διαχείριση αποβλήτων
- Χρήση και διάθεση τοξικών και βλαβερών χημικών
- Άλλες αναγνωρίσιμες μορφές μόλυνσης

Για να βελτιώσει την πρόληψη της ρύπανσης από τις δραστηριότητες, ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- εξακριβώσει ποιες είναι οι πτυχές και επιδράσεις των αποφάσεων και δραστηριοτήτων στο τριγύρω περιβάλλον.
- εξακριβώσει τις πηγές της ρύπανσης και αποβλήτων που σχετίζονται με τις δραστηριότητες της.
- μετρήσει, καταγράψει και αναφέρει στις σημαντικές πηγές της ρύπανσης και μείωση της ρύπανσης, κατανάλωση νερού, παραγωγή αποβλήτων και κατανάλωση ενέργειας.
- εφαρμόσει μέτρα για την προοδευτική μείωση και ελαχιστοποίηση της άμεσης και έμμεσης ρύπανσης εντός του ελέγχου και της επιρροής που έχει ο οργανισμός, συγκεκριμένα μέσω της ανάπτυξης και προώθησης της γρήγορης πρόσληψης πιο φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και υπηρεσιών.
- εφαρμόσει μέτρα με στόχο την παρεμπόδιση της ρύπανσης και των αποβλήτων, χρησιμοποιώντας την ιεραρχία διαχείρισης αποβλήτων, και εξασφαλίζοντας σωστή διαχείριση μη αποφευκτής ρύπανσης και παραγωγής αποβλήτων.
- εφαρμόσει μέτρα για την προοδευτική μείωση και ελαχιστοποίηση άμεσης και έμμεσης ρύπανσης εντός της σφαίρας επιρροής του. Συγκεκριμένα μέσω της ανάπτυξης και προώθησης γρήγορων προσλήψεων περισσότερων προϊόντων και υπηρεσιών που είναι φιλικά προς στο περιβάλλον.
- συστηματική εξακρίβωση και αποφυγή της χρήσης:
 - απαγορευμένων χημικών χαρακτηρισμένα από εθνικούς νόμους ή ανεπιθύμητων χημικών που βρίσκονται στην λίστα σε διεθνείς συσκέψεις.
 - όπου είναι δυνατό, χημικών που εντοπίστηκαν από επιστήμονες ή όποιο άλλο εμπλεκόμενο άτομο με λογική και επαληθεύσιμη βάση. Επίσης θα πρέπει να προσπαθήσει να παρεμποδίσει την χρήση αυτών των χημικών από άλλους οργανισμούς εντός της σφαίρας επιρροής του.
- εφαρμόσει ένα πρόγραμμα πρόληψης περιβαλλοντικών ατυχημάτων και να προετοιμάσει ένα έκτατο πλάνο ανάκαμψης ατυχημάτων και περιστατικών.

2.4.2 Βιώσιμη χρήση πόρων

Για την εξασφάλιση των πόρων στο μέλλον, τα τωρινά πρότυπα κατανάλωσης και παραγωγής πρέπει να αλλάξουν ώστε να λειτουργούν μέσα στο πλαίσιο που ο πλανήτης μπορεί να ανταπεξέλθει. Η βιώσιμη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σημαίνει ότι χρησιμοποιούνται σε κλίμακα που είναι μικρότερη ή ίση από την κλίμακα της αναπλήρωσης των φυσικών πόρων. Για τις μη ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (όπως τα ορυκτά καύσιμα, μέταλλα και ορυκτά), η μακροχρόνια βιωσιμότητα απαιτεί η κλίμακα χρήσης αυτών των πηγών να είναι μικρότερη από την κλίμακα με την οποία οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Ένας οργανισμός μπορεί να κάνει πρόοδο στην χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας χρησιμοποιώντας ηλεκτρισμό, καύσιμα, πρώτες ύλες και μεταποιημένα υλικά, έδαφος και νερό πιο υπεύθυνα και συνδυάζοντας ή αντικαθιστώντας μη ανανεώσιμες πηγές με βιώσιμες ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, για παράδειγμα, χρησιμοποιώντας καινοτόμες τεχνολογίες. Τέσσερα πεδία κλειδιά για αποτελεσματική πρόοδο είναι:

- **Αποδοτική χρήση ενέργειας:** Ένας οργανισμός θα πρέπει να εφαρμόσει προγράμματα υψηλής ενεργειακής απόδοσης για την μείωση της ενεργειακής απαίτησης των κτιρίων, μεταφορών, διεργασιών παραγωγής, συσκευών και ηλεκτρονικού εξοπλισμού, την παροχή υπηρεσιών ή άλλων σκοπών. Βελτιώσεις στην αποδοτικότητα της ενεργειακής χρήσης μπορούν να επιτευχθούν με την χρήση εναλλακτικών τρόπων παραγωγής ενέργειας όπως η ηλιακή ενέργεια, γεωθερμική ενέργεια, υδροηλεκτρική ενέργεια, κυματική ενέργεια, αιολική ενέργεια και βιομάζα.
- **Διατήρηση νερού, χρήση και πρόσβαση στο νερό:** Η πρόσβαση σε ασφαλή, αξιόπιστα αποθέματα πόσιμου νερού και υπηρεσίες υγιεινής είναι μια θεμελιώδη ανθρώπινη ανάγκη και ένα βασικό ανθρώπινο δικαίωμα. Ένας οργανισμός θα πρέπει να συντηρεί, μειώνει την χρήση και επαναχρησιμοποιεί το νερό στις λειτουργικές δραστηριότητες και να τονώνει την συντήρηση νερού εντός της σφαίρας επιρροή του.
- **Αποδοτικότητα στην χρήση υλικών:** Ένας οργανισμός θα πρέπει να εφαρμόσει προγράμματα αποδοτικής χρήσης υλικών για να μειώσει τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο που προκαλείται από την χρήση πρώτων υλών στην παραγωγή ή από ολοκληρωμένα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στις δραστηριότητες του. Αυτά τα προγράμματα βασίζονται στην αναγνώριση των τρόπων για αύξηση της απόδοσης της χρήσης πρώτων υλών εντός της σφαίρας επιρροής του οργανισμού. Η χρήση υλικών ευθύνεται για αρκετές άμεσες και έμμεσες περιβαλλοντικές επιδράσεις όπως στην μείωση του μεγέθους των δασικών εκτάσεων ή στην ποιότητα της ατμόσφαιρας στις αστικές περιοχές.
- **Ελαχιστοποίηση των απαιτήσεων σε πόρους ενός προϊόντος:** Θα πρέπει να γίνει ανάλυση των απαιτήσεων σε πόρους ενός ολοκληρωμένου προϊόντος που βρίσκεται σε χρήση.

Σε σχέση με όλες τις δραστηριότητες του ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- διερευνήσει τις πηγές ενέργειας, νερού και άλλων πόρων που χρησιμοποιούνται.
- καταμετρά, καταγράφει και αναφέρει τις χρήσεις που κάνει ενεργειακών και άλλων πόρων.
- χρησιμοποιεί ανακυκλωμένα υλικά και να επαναχρησιμοποιεί το νερό όσο πιο πολύ γίνεται.
- προωθεί την βιώσιμη προμήθεια.
- προωθεί την βιώσιμη κατανάλωση.
- συμπληρώνει ή αντικαταστέι μη ανανεώσιμες πηγές όπου είναι δυνατό με εναλλακτικές βιώσιμες, ανακυκλώσιμες και χαμηλής επίδρασης πηγές.

- εφαρμόσει μέτρα για την αποδοτικότητα των πηγών του ώστε να μειώσει την χρήση της ενέργειας, νερού, και άλλων πόρων.

2.4.3 Κατευνασμός και προσαρμογή στις κλιματικές αλλαγές

Είναι αναγνωρισμένο ότι οι εκπομπές των αερίων του θερμοκηπίου από τις ανθρώπινες δραστηριότητες, όπως διοξείδιο του άνθρακα και νιτρικό οξύ, είναι πολύ πιθανό να είναι μια από τις αιτίες της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής, που έχει σημαντικές επιδράσεις στο φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον. Ανάμεσα στις τάσεις που παρατηρούνται και προβλέπονται είναι: η αύξηση της θερμοκρασίας, η αλλαγή στον ρυθμό των βροχοπτώσεων, πιο συχνά φαινόμενα ακραίων καιρικών φαινομένων, η άνοδος της στάθμης της θάλασσας και αλλαγές στα οικοσυστήματα, στην γεωργία και στην αλιεία. Προβλέπεται ότι η κλιματική αλλαγή μπορεί να ξεπεράσει το σημείο πέρα από το οποίο οι αλλαγές θα γίνουν πιο δραστικές και δύσκολο να αναφερθούν.

Κάθε οργανισμός είναι υπεύθυνος για εκπομπές αερίων (είτε άμεσα ή έμμεσα) και θα επηρεαστεί σε κάποιο βαθμό από την κλιματική αλλαγή. Η προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή έχει κοινωνική συνέπεια στους τομείς της υγείας, ευημερίας και ανθρώπινων δικαιωμάτων.

Για να κατευνάσει τις επιδράσεις των κλιματικών αλλαγών που σχετίζονται με τις δραστηριότητες του ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- αναγνωρίσει τις πηγές των άμεσων και έμμεσων συσσωρευμένων εκπομπών και ορίσει τα όρια της εταιρικής κοινωνική ευθύνης.
- μετρήσει, καταγράψει και αναφέρει τις σημαντικές εκπομπές αερίων, χρησιμοποιώντας κατά προτίμηση διεθνή συμφωνημένα στάνταρτ.
- εφαρμόσει βέλτιστα στάνταρτ μετρήσεων για να μειώσει και ελαχιστοποιήσει προοδευτικά τις άμεσες και έμμεσες εκπομπές του ίδιου και να ενθαρρύνει ανάλογες κινήσεις προς άλλους οργανισμούς μέσα στην σφαίρα επιρροής του.
- αναθεωρήσει την ποιότητα και τον τύπο των σημαντικών καυσίμων που χρησιμοποιεί και να εφαρμόσει προγράμματα για αύξηση της αποδοτικότητας.
- εμποδίσει και να μειώσει την απελευθέρωση αερίων (ειδικά αυτά που ευθύνονται για την μείωση του όζοντος) από την χρήση μηχανημάτων θέρμανσης, εξαερισμού, κλιματισμού κ.α.

2.4.4 Προστασία του περιβάλλοντος, της βιοποικιλότητας και αποκατάσταση των φυσικών εδαφών

Από την δεκαετία του 60, η ανθρώπινη δραστηριότητα έχει αλλάξει τα οικοσυστήματα πιο γρήγορα και εκτενώς συγκριτικά με οποιαδήποτε άλλη περίοδο στην ιστορία. Η απότομη και αυξανόμενη ανάγκη για φυσικούς πόρους έχει ως αποτέλεσμα την σημαντική και μη αναστρέψιμη απώλεια εδαφών και ποικιλίας ζωής στον πλανήτη. Τεράστιες εκτάσεις, αστικές και αγροτικές, έχουν μεταμορφωθεί λόγω της ανθρώπινης δραστηριότητας.

Ένας οργανισμός γίνεται πιο κοινωνικά υπεύθυνος ενεργώντας υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντος και της αποκατάστασης φυσικών τοπίων. Τα σημεία κλειδιά για αυτό το ζήτημα είναι:

- Εκτίμηση και προστασία της βιοποικιλότητας.
- Εκτίμηση, προστασία και αποκατάσταση των οικοσυστημάτων.
- Βιώσιμη χρήση των εδαφικών και φυσικών πόρων.
- Προώθηση της περιβαλλοντικής ανάπτυξης σε αστικές και αγροτικές περιοχές.

Σε σχέση με όλες τις δραστηριότητες του ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- δώσει υψηλότερη προτεραιότητα στην αποφυγή των φυσικών οικοσυστημάτων, δεύτερον στην αποκατάσταση των οικοσυστημάτων και τελικώς αν οι δυο προηγούμενες ενέργειες δεν είναι δυνατές ή πλήρως αποδοτικές, να αποζημιώσει για τις απώλειες μέσω δραστηριοτήτων που θα οδηγήσουν σε όφελος μέσω υπηρεσιών ειδικά σχεδιασμένων για την ενίσχυση του οικοσυστήματος.
- πάρει μέτρα για να την διατήρηση των ενδημικών, απειλούμενων ή υπό-εξαφάνιση ειδών που έχουν επηρεαστεί δυσμενώς.
- λάβει υπόψη ότι τα άγρια ζώα και οι περιοχές του είναι μέρος του φυσικού οικοσυστήματος, επομένως θα πρέπει να τα δίνουμε αξία και να τα προστατεύουμε και να θεωρούμε σημαντική την ευημερία τους.
- αποφύγει προσεγγίσεις που απειλούν την επιβίωση ή θα οδηγήσουν στην παγκόσμια ή τοπική εξαφάνιση των ειδών.
- εγκαθιδρύσει και εφαρμόσει μια ολοκληρωμένη στρατηγική για την επίβλεψη της γης, νερού και του οικοσυστήματος η οποία προωθεί την διατήρηση και βιώσιμη χρήση τους με κοινωνικά δίκαιο τρόπο.
- υιοθετήσει βιώσιμες αγροτικές, αλιευτικές και δασικές πρακτικές οι οποίες θα περιλαμβάνουν απόψεις που σχετίζονται με την ευημερία των ζώων.
- προοδευτικά να χρησιμοποιήσει μεγαλύτερη αναλογία προϊόντων που προέρχονται από προμηθευτές οι οποίοι χρησιμοποιούν πιο βιώσιμες τεχνολογίες και διεργασίες.

2.5 Πρακτικές Δίκαιης Λειτουργίας

Οι πρακτικές δίκαιης λειτουργίας αφορούν την ηθική συμπεριφορά των αντιμετωπίσεων ενός οργανισμού απέναντι σε άλλους οργανισμούς. Περιλαμβάνονται επίσης οι σχέσεις μεταξύ οργανισμών και κυβερνητικών υπηρεσιών, όσο και οι σχέσεις μεταξύ οργανισμών και συνεργατών, προμηθευτών, πελατών, ανταγωνιστών και των ενώσεων στις οποίες είναι μέλη.

Τα ζητήματα των πρακτικών δίκαιης λειτουργίας εμφανίζονται στα πεδία της αντί-διαφθοράς, υπεύθυνη εμπλοκή στον δημόσιο τομέα, δίκαιος ανταγωνισμός, κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά, σχέσεις με άλλους οργανισμούς και σεβασμός για δικαιώματα ιδιοκτησίας.

Στο πεδίο της κοινωνικής ευθύνης, οι πρακτικές δίκαιης λειτουργίας αφορούν τον τρόπο με τον οποίο ένας οργανισμός χρησιμοποιεί τις επαφές και σχέσεις του με άλλους οργανισμούς για να προωθήσουν κάποιο θετικό αποτέλεσμα. Θετικά αποτελέσματα μπορούν να επιτευχθούν προωθώντας την υιοθέτηση της κοινωνικής ευθύνης ευρύτερα στην σφαίρα επιρροής ενός οργανισμού.

2.5.1 Αντί-διαφθορά

Η διαφθορά είναι η κατάχρηση της εξουσίας για προσωπικό όφελος. Η διαφθορά μπορεί να πάρει πολλές μορφές. Παραδείγματα διαφθοράς περιλαμβάνουν την δωροδοκία (προσέλκυση, προσφορά ή αποδοχή δωροδοκίας σε μορφή χρήματος ή είδους) ατόμων του άμεσου δημόσιου τομέα ή ατόμων στον ιδιωτικό τομέα, σύγκρουση συμφερόντων, απάτη, ξέπλυμα βρώμικου χρήματος, υπεξαίρεση, παρεμπόδιση της δικαιοσύνης και εμπόριο για επιρροή.

Η διαφθορά υπονομεύει την αποδοτικότητα ενός οργανισμού και την ηθική φήμη του και τον κάνουν εκτεθειμένο σε εγκληματική δίωξη όσο και σε αστικές και διοικητικές κυρώσεις. Η διαφθορά μπορεί να αποτελέσει παράγοντα παραβίασης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την διάβρωση πολιτικών διεργασιών, εξαθλίωση των κοινωνιών και ζημιά στο περιβάλλον. Μπορεί επίσης να χαλάσει τον ανταγωνισμό, την κατανομή του πλούτου και την οικονομική ανάπτυξη.

Για να εμποδίσει την διαφθορά ένας οργανισμός πρέπει να:

- εξασφαλίσει ότι η ηγεσία του στέκεται ως παράδειγμα στο θέμα της αντί-διαφθοράς και παρέχει δέσμευση, ενθάρρυνση και επίβλεψη για την εφαρμογή των πολιτικών περί αντί-διαφθοράς.
- εξασφαλίσει ότι η αμοιβή των υπαλλήλων και των αντιπροσώπων είναι κατάλληλο και για νόμιμες υπηρεσίες μόνο.
- εγκαθιδρύσει και διατηρήσει ένα αποδοτικό σύστημα για την αντιμετώπιση της διαφθοράς.

- αυξήσει την επίγνωση των υπαλλήλων, αντιπροσώπων, ανάδοχων έργων και προμηθευτών για την διαφθορά και για τους τρόπους αντιμετώπισης της.
- Υποστηρίξει και να εκπαιδεύσει τους υπαλλήλους και αντιπροσώπους του στις προσπάθειες του για εξάλειψη της δωροδοκίας παρέχοντας τους κίνητρα για πρόοδο.

2.5.2 Υπεύθυνη εμπλοκή στην πολιτική

Οι οργανισμοί μπορούν να υποστηρίξουν δημόσιες πολιτικές διεργασίες και να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη την δημόσιας πολιτικής που θα ωφελεί την κοινωνία στο σύνολο της. Οι οργανισμοί θα πρέπει να απαγορέψουν την χρήση αδικαιολόγητης επιρροής και να αποφύγουν συμπεριφορές, όπως δημαγωγία, εκφοβισμός και εξαναγκασμός, που μπορεί να υπονομεύσουν την δημόσια πολιτική διαδικασία.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- εκπαιδεύσει τους υπαλλήλους και αντιπροσώπους του και να αυξήσει την επίγνωση τους όσο αφορά την υπεύθυνη πολιτική εμπλοκή και συνεισφορά και πώς να αντιμετωπίζονται συγκρούσεις συμφερόντων.
- είναι διαφανείς όσο αφορά τις πολιτικές και δραστηριότητες που σχετίζονται με το lobbying, την πολιτική συνεισφορά και εμπλοκή.

2.5.3 Δίκαιος ανταγωνισμός

Ο δίκαιος και ευρέως διαδεδομένος ανταγωνισμός τονώνει την καινοτομία και την αποδοτικότητα, μειώνει το κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών, εξασφαλίζει όλοι οι οργανισμοί έχουν ίσες ευκαιρίες, ενθαρρύνει την ανάπτυξη νέων και βελτιωμένων προϊόντων ή διεργασιών και μακροπρόθεσμα ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη και το επίπεδο ζωής. Μη ανταγωνιστική συμπεριφορά βλάπτει την φήμη του οργανισμού και των εμπλεκόμενων μερών και μπορεί να δημιουργήσει νομικά προβλήματα. Όταν οι οργανισμοί αρνούνται να εισέρχονται σε τέτοιες τακτικές βοηθούν να κτιστεί ένα κλίμα στο οποίο τέτοια συμπεριφορά δεν είναι ανεκτή και αυτό ευνοεί όλους.

Υπάρχουν πολλές μορφές μη ανταγωνιστικής συμπεριφοράς. Κάποια παραδείγματα είναι: καθορισμός τιμών, όπου διαφορετικές πλευρές συνωμοτούν για να πουλήσουν το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία στην ίδια τιμή, προσπάθεια επηρεασμού προσφοράς, όπου διαφορετικές πλευρές συνωμοτούν για να χτυπήσουν ανταγωνιστική προσφορά, επιθετική τιμολόγηση (predatory pricing), το οποίο σημαίνει να πουλάς ένα προϊόν ή υπηρεσία σε πολύ χαμηλή τιμή με σκοπό να πετάξεις τους ανταγωνιστές εκτός αγοράς και να επιβάλλεις άδικες κυρώσεις στους ανταγωνιστές.

Για να προωθήσει ένας οργανισμός τον δίκαιο ανταγωνισμό θα πρέπει να:

- εκτελεί τις δραστηριότητες του με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι σύμφωνοι με τους νόμους και τις ρυθμίσεις περί ανταγωνισμού και να συνεργάζεται με τις αρμόδιες αρχές.
- προωθήσει την επίγνωση των εργαζομένων του για την σημασία της συμμόρφωσης με την νομοθεσία περί ανταγωνισμού και για τον δίκαιο ανταγωνισμό.
- έχει στο νου του το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί και να μην εκμεταλλεύεται συγκεκριμένες κοινωνικές συνθήκες, όπως την φτώχεια για επίτευξη μη δίκαιου ανταγωνιστικού οφέλους.
- εγκαθιδρύσει διεργασίες και άλλες δικλείδες ασφαλείας για να εμποδιστεί η εμπλοκή ή η συνενοχή σε αντί-ανταγωνιστικές συμπεριφορές.

2.5.4 Σεβασμός προς τα δικαιώματα ιδιοκτησίας

Το δικαίωμα να κατέχεις ιδιοκτησία είναι ένα ανθρώπινο δικαίωμα αναγνωρισμένο στην Παγκόσμια Διακήρυξη για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα. Τα δικαιώματα ιδιοκτησίας, καλύπτουν υλική και πνευματική ιδιοκτησία και περιλαμβάνουν συμφέροντα σε γη και άλλα υλικά αποκτήματα, πνευματικά δικαιώματα, πατέντες, καταθέσεις, ηθικά δικαιώματα και άλλα δικαιώματα. Μπορεί επίσης να εμπεριέχει μια ευρύτερη αντίληψη για τα δικαιώματα, όπως παραδοσιακή γνώση από συγκεκριμένες ομάδες π.χ. ιθαγενείς.

Η αναγνώριση των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας προωθεί την επένδυση και την οικονομική και υλική ασφάλεια, όπως επίσης ενθαρρύνει την δημιουργικότητα και καινοτομία.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- εφαρμόσει πολιτικές και πρακτικές που προωθούν τον σεβασμό για τα δικαιώματα ιδιοκτησίας και την παραδοσιακή γνώση.
- μην εμπλέκεται σε δραστηριότητες οι οποίες παραβιάζουν τα δικαιώματα ιδιοκτησίας, περιλαμβανομένων της κακής χρήσης μιας υψηλής κοινωνικής ή επαγγελματικής θέσης, παραχάραξη και πειρατεία.
- πληρώσει δίκαιη αποζημίωση για ιδιοκτησία που απαιτεί ή χρησιμοποιεί.
- εξετάσει τις προσδοκίες της κοινωνίας, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις βασικές ανάγκες των ατόμων όταν εξασκεί και προστατεύει τα πνευματικά και υλικά ιδιοκτησιακά δικαιώματα του.

2.6 Καταναλωτικά Ζητήματα

Οι οργανισμοί που παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες στους καταναλωτές, όπως και σε άλλους πελάτες, έχουν ευθύνες απέναντι σε αυτούς τους καταναλωτές και πελάτες. Οι ευθύνες περιλαμβάνουν την παροχή εκπαίδευσης και ακριβής πληροφόρησης, χρήση δίκαιης, διαφανής και χρήσιμης πληροφόρησης για θέματα marketing και συμβατικών διεργασιών, προώθηση της βιώσιμης κατανάλωσης και σχεδιασμός προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν πρόσβαση στην μέριμνα, όπου είναι δυνατό, για τα ευάλωτα άτομα. Ο όρος καταναλωτής αναφέρεται στα άτομα ή ομάδες που κάνουν χρήση του αποτελέσματος των αποφάσεων και δραστηριοτήτων ενός οργανισμού κάτι το οποίο δεν σημαίνει απαραίτητα ότι οι καταναλωτές πληρώνουν χρήματα για αυτά τα προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι ευθύνες επίσης περιλαμβάνουν την ελαχιστοποίηση των ρίσκων από την χρήση των προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω σχεδίασης, κατασκευής, διανομής παροχής πληροφοριών, υποστήριξη υπηρεσιών και διαδικασιών απόσυρσης προϊόντων. Πολλοί οργανισμοί μαζεύουν ή χειρίζονται προσωπικές πληροφορίες και έχουν ευθύνη να προστατέψουν την ασφάλεια τέτοιων πληροφοριών και την προστασία της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών.

2.6.1 Προστασία της υγείας και ασφάλειας των καταναλωτών

Η προστασία της υγείας και ασφάλειας των καταναλωτών περιλαμβάνει την παροχή των προϊόντων και υπηρεσιών που είναι ασφαλή και δεν διαθέτουν κάποιο ρίσκο βλάβης προς τον καταναλωτή όταν χρησιμοποιούνται ή καταναλώνονται. Η προστασία πρέπει να καλύπτει συγχρόνως την αναμενόμενη και την προβλεπόμενη κακή χρήση. Ξεκάθαρες οδηγίες για ασφαλή χρήση, συμπεριλαμβανομένων της συναρμολόγησης και της διατήρησης, είναι επίσης ένα σημαντικό μέρος της προστασίας της υγείας και ασφάλειας των καταναλωτών.

Η φήμη ενός οργανισμού μπορεί να επηρεαστεί άμεσα από την επίδραση των προϊόντων και υπηρεσιών του στην υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες πρέπει να είναι ασφαλή, άσχετα αν απαιτείται ή όχι από τον νόμο. Η ασφάλεια περιλαμβάνει πρόβλεψη πιθανών ρίσκων για αποφυγή βλάβης ή ζημιάς. Καθώς όλα τα ρίσκα δεν μπορούν να προβλεφτούν ή εξαλειφθούν, τα μέτρα για την προστασία της ασφάλειας πρέπει να περιλαμβάνουν μηχανισμούς απόσυρσης και ανάκλησης των προϊόντων.

Για την προστασία της υγείας και ασφάλειας των καταναλωτών, ένας οργανισμός θα πρέπει να κάνει τις ακόλουθες κινήσεις και να δώσει ιδιαίτερη προσοχή σε ευάλωτες ομάδες (με ιδιαίτερη προσοχή στα παιδιά) που μπορεί να μην έχουν την ικανότητα να αναγνωρίσουν ή να αξιολογήσουν πιθανούς κινδύνους.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες όπου, κάτω από κανονικές και λογικά προβλέψιμες συνθήκες χρησιμοποίησης, είναι ασφαλή για τους χρήστες και άλλα άτομα, την περιουσία τους και το περιβάλλον.
- κατασκευάζει προϊόντα με απαιτήσεις ασφαλείας μεγαλύτερες από τις ελάχιστες που ορίζονται από τον νόμο αν διαπιστώσει ότι υψηλότερες απαιτήσεις ασφαλείας θα επιτύχουν σημαντικά καλύτερη ασφάλεια.
- όταν ένα προϊόν, αφού έχει διοχετευθεί στην αγορά, παρουσιάζει έναν απρόβλεπτο κίνδυνο, έχει κάποιο σοβαρό ελάττωμα ή περιέχει παραπλανητικές ή λανθασμένες οδηγίες, να σταματήσει τις υπηρεσίες προς αυτό ή να αποσύρει όλα τα προϊόντα που βρίσκονται στην αλυσίδα διανομής.
- ελαχιστοποιήσει τα ρίσκα στην φάση του σχεδιασμού του προϊόντος.

2.6.2 Βιώσιμη κατανάλωση

Η βιώσιμη κατανάλωση είναι η κατανάλωση των προϊόντων και πόρων σε ποσοστά σύμφωνα με την βιώσιμη ανάπτυξη. Για να επιτευχθεί βιώσιμη ανάπτυξη και υψηλότερο επίπεδο ζωής για όλους τους ανθρώπους, τα κράτη πρέπει να μειώσουν και να εξαλείψουν μη βιώσιμα μοντέλα ανάπτυξης και κατανάλωσης. Η ιδέα της βιώσιμη ανάπτυξης επίσης εμπεριέχει μια ανησυχία για την ευημερία των ζώων, σεβασμό για την σωματική ακεραιότητα των ζώων και αποφυγή της σκληρότητας.

Ο ρόλος ενός οργανισμού στην βιώσιμη κατανάλωση αναδύεται από τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει, τον κύκλο ζωής τους και την αλυσίδα αξίας τους και την φύση της πληροφορίας που παρέχει στους καταναλωτές.

Τα σημερινά ποσοστά κατανάλωσης είναι ξεκάθαρα μη βιώσιμα και συμβάλουν στην περιβαλλοντική καταστροφή και την εξάντληση των φυσικών πόρων. Οι καταναλωτές παίζουν σημαντικό ρόλο στην βιώσιμη ανάπτυξη, παίρνοντας ηθικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς, και περιβαλλοντικούς παράγοντες υπόψη τους βασισμένοι σε ακριβείς πληροφορίες για να κάνουν τις επιλογές τους και να αγοράσουν προϊόντα και υπηρεσίες.

Για να συνεισφέρει στην βιώσιμη ανάπτυξη ένας οργανισμός, όπου είναι δυνατό, θα πρέπει να:

- παρέχει αποτελεσματική εκπαίδευση ενδυναμώνοντας τους καταναλωτές να κατανοήσουν ποιος είναι ο αντίκτυπος των επιλογών τους σε προϊόντα και υπηρεσίες στην ζωής τους και στο περιβάλλον. Πρακτικές συμβουλές μπορούν επίσης να δοθούν στο πώς να αλλάξουν τις καταναλωτικές συνήθειες του και πώς να κάνουν τις απαραίτητες αλλαγές.
- προσφέρει στους καταναλωτές κοινωνικά και περιβαλλοντικά ωφέλιμα προϊόντα και υπηρεσίες μελετώντας τον πλήρη κύκλο ζωής τους, μειώνοντας δυσμενείς επιδράσεις στην κοινωνία και στο περιβάλλον με το να:

- εξαλείφει, όπου δυνατό, ή να ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιδράσεις στην υγεία και στο περιβάλλον των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγει.
- προσφέρει υψηλότερης ποιότητας προϊόντα με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και σε προσιτές τιμές.
- προτιμά προμήθειες που συνεισφέρουν στην βιώσιμη ανάπτυξη.
- σχεδιάζει προϊόντα και το πακετάρισμα αυτών με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι πολύ εύκολη η χρήση, διόρθωση, επαναχρησιμοποίηση και ανακύκλωση τους και αν γίνεται να προσφέρει υπηρεσίες απόσυρσης και ανακύκλωσης των συσκευών.
- προσφέρει στους καταναλωτές πληροφορίες για τα προϊόντα οι οποίες θα περιλαμβάνουν: αποδοτικότητα, επιδράσεις στην υγεία, χώρα προέλευσης, ενεργειακή αποδοτικότητα, συντήρηση, αποθήκευση, πακετάρισμα και απόρριψη των προϊόντων.

2.6.3 Service, υποστήριξη, παράπονα καταναλωτών και επίλυση αντιδικιών

Το service, η υποστήριξη, τα παράπονα καταναλωτών και η επίλυση αντιδικιών είναι μηχανισμοί που χρησιμοποιεί ένας οργανισμός για να χειριστεί τις ανάγκες των καταναλωτών αφού αγοραστούν τα προϊόντα. Τέτοιοι μηχανισμοί περιλαμβάνουν κατάλληλη εγκατάσταση, εγγυήσεις και εξουσιοδοτήσεις, τεχνική υποστήριξη που αφορά την χρήση, όπως και παροχές για επιστροφή, επιδιόρθωση και διατήρηση.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που δεν παρέχουν ικανοποιητική απόδοση, είτε λόγω ελαττωμάτων ή σαν αποτέλεσμα κακής χρήσης, μπορεί να οδηγήσουν σε παραβίαση των δικαιωμάτων των καταναλωτών όπως επίσης και σε απώλεια χρημάτων, πόρων και χρόνου.

Οι προμηθευτές των προϊόντων και υπηρεσιών μπορούν να αυξήσουν την ικανοποίηση των καταναλωτών και να μειώσουν τα επίπεδα των παραπόνων προσφέροντας υψηλότερη ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών. Πρέπει να παρέχουν ξεκάθαρες συμβουλές στους καταναλωτές για πρέπουσα χρήση. Μπορούν επίσης να παρακολουθούν την αποτελεσματικότητα του service, υποστήριξης, και των διαδικασιών επίλυσης αντιδικιών με έρευνες που θα γίνονται στους χρήστες.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- πάρει μέτρα για να μην εμφανιστούν παράπονα προσφέροντας στους καταναλωτές, συμπεριλαμβανομένων αυτών που απέκτησαν προϊόντα εξ αποστάσεως, την επιλογή να τα επιστρέψουν μέσα σε μια συγκεκριμένη περίοδο ή να αποκτήσουν άλλα ανάλογα αποκτήματα.

- εξετάζει τα παράπονα και να βελτιώνει τις πρακτικές ανταπόκρισης στα παράπονα.
- προσφέρει εξουσιοδοτήσεις και εγγυήσεις πέρα από το χρονικό όριο που ορίζεται βάσει νόμου ώστε να επεκταθεί μέχρι το προσδοκώμενο κύκλο ζωής του προϊόντος.
- ενημερώσει ξεκάθαρα τους καταναλωτές για το πώς μπορούν να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες και υποστήριξη μετά την αγορά των προϊόντων όπως επίσης και για μηχανισμούς αποζημίωσης.
- προσφέρει επαρκή και αποδοτική υποστήριξη αλλά και συμβουλευτικά συστήματα.
- προσφέρει συντήρηση και επισκευή σε λογικές τιμές και σε εύκολα προσβάσιμες τοποθεσίες.

2.6.4 Προστασία των προσωπικών στοιχείων και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών

Η προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών αφορά τον τρόπο συλλογής, αποθήκευσης, χρήσης και προστασίας των στοιχείων του καταναλωτή. Η συνεχής χρήση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας (συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών συναλλαγών) όπως και της αύξησης του μεγέθους των βάσεων δεδομένων εγείρει ανησυχίες για το πώς μπορούν τα προσωπικά δεδομένα του καταναλωτή να προστατευτούν, ειδικά τα στοιχεία ταυτότητας.

Οι οργανισμοί μπορούν να διατηρήσουν την αξιοπιστία τους και την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι καταναλωτές σε αυτούς μέσω της χρήσης αυστηρών συστημάτων για απόκτηση, χρησιμοποίηση και προστασία των δεδομένων του καταναλωτή.

Για να εμποδίσει την συλλογή και επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων από οποιαδήποτε παραβίαση ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- περιορίσει την συλλογή προσωπικών δεδομένων σε πληροφορίες που είτε είναι σημαντικές για την παροχή των προϊόντων και υπηρεσιών ή δίνονται με την εθελοντική συγκατάθεση του καταναλωτή.
- αποκτά δεδομένα μόνο με νόμιμα και δίκαια μέσα.
- προσδιορίζει τον λόγο για τον οποίο συλλέγονται τα δεδομένα είτε κατά την διάρκεια της συλλογής ή μετά.
- προστατεύσει τα προσωπικά δεδομένα με κατάλληλες δικλίδες ασφαλείας.
- παρέχει στους καταναλωτές το δικαίωμα να εξακριβώσουν εάν ο οργανισμός έχει στοιχεία που σχετίζονται με αυτούς και να αποκτήσουν δικαίωμα σε αυτά. Εάν ο καταναλωτής επιθυμήσει να ασκήσει τα δικαιώματά του, τότε τα στοιχεία αυτά πρέπει να διαγραφούν, διορθωθούν, τροποποιηθούν, ολοκληρωθούν, ανάλογα με την επιθυμία του ίδιου.

2.6.5 Μόρφωση και επίγνωση

Η μόρφωση και επίγνωση επιτρέπουν τους καταναλωτές να είναι καλά ενημερωμένοι, να έχουν συνείδηση των δικαιωμάτων και ευθυνών τους και να αποφασίζουν σοφά στις αγορές όπως και να καταναλώνουν υπεύθυνα. Οι καταναλωτές, που βρίσκονται σε εξαιρετικά μειονεκτική θέση στις αστικές και αγροτικές περιοχές περιλαμβανομένων των χαμηλόμισθων καταναλωτών και αυτών με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, έχουν ειδικές ανάγκες για μόρφωση και αυξημένη επίγνωση. Οποτεδήποτε υπάρχει ένα επίσημο συμβόλαιο μεταξύ ενός οργανισμού και ενός καταναλωτή, ο οργανισμός πρέπει να εξακριβώσει ότι ο καταναλωτής είναι καταλλήλως ενημερωμένος για τις δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του. Ο σκοπός της μόρφωσης των καταναλωτών δεν είναι μόνο η μεταβίβαση γνώσης, αλλά η ενδυνάμωση των καταναλωτών να χρησιμοποιήσουν αυτή την δύναμη. Αυτό περιλαμβάνει την ανάπτυξη δεξιοτήτων για να αξιολογήσει προϊόντα και υπηρεσίες και να κάνει συγκρίσεις. Επίσης υπάρχει πρόθεση να εγερθεί η επίγνωση των καταναλωτών για τον αντίκτυπο των καταναλωτικών επιλογών τους σε άλλους και στην βιώσιμη ανάπτυξη. Τέλος παροχή μόρφωσης δεν απαλλάσσει έναν οργανισμό από το να είναι υπεύθυνος σε περίπτωση που ένας καταναλωτής χρησιμοποιώντας κάποιο προϊόν ή υπηρεσία πάθει κάποιο κακό.

Για να μορφώσει του καταναλωτές ένας οργανισμός πρέπει να υπερθεματίσει τα εξής:

- Υγεία και ασφάλεια, περιλαμβανομένων των κινδύνων που έχουν τα προϊόντα.
- Πληροφορίες για τα ρίσκα που σχετίζονται με την χρήση και οποιαδήποτε προφύλαξη.
- Περιβαλλοντική προστασία.
- Αποδοτική χρήση υλικών, ενέργειας και νερού.
- Βιώσιμη κατανάλωση.
- Κατάλληλη απόρριψη στα απορρίμματα περιτυλιγμάτων, σκουπιδιών και προϊόντων.
- Τοποθέτηση ταμπελών και ετικετών σε προϊόντα και υπηρεσίες και παροχή πληροφοριών μέσω μενού οδηγιών.
- Οικονομικά και επενδυτικά προϊόντα και υπηρεσίες.
- Πληροφορίες για κατάλληλους νόμους και ρυθμίσεις, τρόπους για να πάρει κάποιος αποζημίωση και οργανισμούς που ασχολούνται με την προστασία των καταναλωτών.

2.7 Συμμετοχή και Ανάπτυξη της Κοινότητας

Είναι ευρέως αποδεκτό στην σημερινή εποχή ότι οι οργανισμοί έχουν μια σχέση με τις κοινότητες μέσα στις οποίες λειτουργούν. Αυτή η σχέση πρέπει να βασίζεται στην εμπλοκή της κοινότητας ώστε να συνεισφέρει στην ανάπτυξη της κοινότητας. Η κοινοτική συμμετοχή – είτε ατομικά ή μέσω ενώσεων που επιζητούν να ενισχυθεί το δημόσιο συμφέρον – βοηθά να ενδυναμώσει η κοινωνία. Οι οργανισμοί που εμπλέκονται με σεβαστό τρόπο με την κοινότητα και τους θεσμούς της αντανακλούν και ενισχύουν τις δημοκρατικές και πολιτιστικές αξίες.

Ως κοινότητα σε αυτό το υποκεφάλαιο εννοούμε τις κατοικήσιμες ή άλλες κοινωνικές εγκαταστάσεις που βρίσκονται σε μια γεωγραφική περιοχή η οποία βρίσκεται σε μια φυσική εγγύτητα την τοποθεσία του οργανισμού ή μέσα στην περιοχή που προκαλεί αντίκτυπο ο οργανισμός. Η περιοχή και τα μέλη της κοινότητας που επηρεάζονται από τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων ενός οργανισμού θα εξαρτώνται από το περιεχόμενο και ειδικά από το μέγεθος και την φύση αυτού του αντίκτυπου. Γενικά, ο όρος κοινότητα μπορεί επίσης να σημαίνει ως μια ομάδα ανθρώπων που έχουν ιδιαίτερα κοινά χαρακτηριστικά.

Η συμμετοχή της κοινότητας και η ανάπτυξη της κοινότητας είναι και τα δυο αναπόσπαστα μέρη της βιώσιμης ανάπτυξης.

Η συμμετοχή της κοινότητας ξεπερνά την αναγνώριση και ενασχόληση με τα εμπλεκόμενα μέρη όσον αφορά τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων ενός οργανισμού. Επίσης, εμπεριέχει υποστήριξη για και κτίσιμο μιας σχέσης με την κοινότητα. Πάνω απ' όλα, συνεπάγεται την αναγνώριση της αξίας της κοινότητας. Η αλληλένδετη σχέση μεταξύ οργανισμού και κοινότητας διακρίνεται από το γεγονός ότι ένας οργανισμός είναι στην ουσία ένα εμπλεκόμενο μέρος μέσα στην κοινότητα, αφού μοιράζεται κοινά συμφέροντα με αυτήν.

Η συνεισφορά ενός οργανισμού στην ανάπτυξη μιας κοινότητας μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου μέσα στην κοινότητα. Τέτοια ανάπτυξη είναι γενικά κατανοητή ως η βελτίωση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού. Η ανάπτυξη της κοινωνίας δεν είναι μια γραμμική διαδικασία. Περαιτέρω, είναι μια μακροπρόθεσμη διαδικασία στην οποία διαφορετικά και αντικρουόμενα συμφέροντα θα εμφανιστούν. Ιστορικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά κάνουν κάθε κοινότητα μοναδική και επηρεάζουν τις δυνατότητες της για το μέλλον. Η ανάπτυξη της κοινότητας επομένως είναι το αποτέλεσμα κοινωνικών, πολιτικών, οικονομικών και πολιτισμικών στοιχείων και εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών δυνάμεων που εμπλέκονται. Τα ενδιαφερόμενα μέρη σε μια κοινότητα συχνά μπορεί να έχουν διαφορετικά – ακόμη και αντικρουόμενα – συμφέροντα. Κοινή ευθύνη χρειάζεται για να προωθηθεί η ευημερία της κοινότητας σαν κοινός στόχος.

Τα ζητήματα της κοινωνικής ανάπτυξης στα οποία ένας οργανισμός μπορεί να συνεισφέρει περιλαμβάνουν την δημιουργία θέσεων εργασίας μέσω επέκτασης και διαφοροποίησης των οικονομικών δραστηριοτήτων και της τεχνολογικής ανάπτυξης.

Μπορεί επίσης να συνεισφέρει μέσω κοινωνικών επενδύσεων και δημιουργία εσόδων από τοπικές οικονομικές πρωτοβουλίες. Επίσης, η επέκταση προγραμμάτων βελτίωσης των δεξιοτήτων και μόρφωσης, προώθηση και διατήρηση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών στοιχείων και παροχή υπηρεσιών υγείας είναι κάποια ακόμη ζητήματα.

Η κοινωνική ανάπτυξη είναι συνήθως προηγμένη όταν οι κοινωνικές δυνάμεις σε μια κοινότητα παλεύουν για να προωθήσουν δημόσια συμμετοχή και αξιοπρεπή επίπεδα ζωής για όλους τους πολίτες, χωρίς διακρίσεις. Είναι μια διεργασία εσωτερική στην κοινότητα και λαμβάνει υπόψη τις υπάρχουσες σχέσεις και υπερπηδά τα εμπόδια για την ικανοποίηση όλων. Η ανάπτυξη της κοινότητας ενισχύεται από την κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά.

2.7.1 Παιδεία και πολιτισμός

Η παιδεία και ο πολιτισμός είναι θεμέλια για την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη και μέρος της ταυτότητας της κοινότητας. Η διατήρηση και προώθηση του πολιτισμού και η προώθηση της μόρφωσης όταν είναι συμβατά με τον σεβασμό για τα ανθρώπινα δικαιώματα έχει θετικές επιδράσεις στην κοινωνική συνοχή και ανάπτυξη.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- προωθήσει και να υποστηρίξει την παιδεία σε όλα τα επίπεδα και να εμπλακεί σε ενέργειες που θα βελτιώσουν την ποιότητα και την πρόσβαση στην παιδεία.
- προωθήσει ευκαιρίες μάθησης για ευάλωτες κοινωνικές ομάδες.
- ενθαρρύνει την εγγραφή των παιδιών στην επίσημη εκπαίδευση και να συνεισφέρει στην εξάλειψη των εμποδίων για την απόκτηση της γνώσης από τα παιδιά (πχ παιδική εργασία).
- προωθήσει πολιτισμικές δραστηριότητες όπου δυνατό, να αναγνωρίσει και να δώσει αξία στις τοπικές παραδόσεις και έθιμα που συμβαδίζουν με τις αρχές σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- βοηθήσει στην διάσωση και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς ειδικά όταν οι επιχειρησιακές δραστηριότητες έχουν κάποιο αντίκτυπο σε αυτήν.

2.7.2 Δημιουργία θέσεων εργασίας και βελτίωση των δεξιοτήτων

Η εργασία είναι ένα διεθνώς αναγνωρισμένο αντικείμενο που σχετίζεται με την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Με το να δημιουργούνται θέσεις εργασίας, όλοι οι οργανισμοί, μεγάλοι και μικροί, συνεισφέρουν στην μείωση της φτώχειας και προώθηση της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης. Η ανάπτυξη δεξιοτήτων είναι ένα ουσιώδη συστατικό για την ενίσχυση της αγοράς εργασίας και μια βοήθεια προς τους ανθρώπους να

εξασφαλίσουν μια αξιοπρεπή και παραγωγική εργασία και είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- αναλύσει την επίδραση που έχουν οι επενδυτικές αποφάσεις στην δημιουργία θέσεων εργασίας και όταν είναι οικονομικά βιώσιμο να κάνει άμεσες επενδύσεις που θα ανακουφίσουν την φτώχεια μέσω των καινούργιων θέσεων εργασίας.
- εξετάσει τον αντίκτυπο των τεχνολογικών επιλογών στην εργασία και να επιλέξει τεχνολογίες που μεγιστοποιούν τις ευκαιρίες εργασίας.
- λάβει υπόψη το όφελος της δημιουργίας άμεσων θέσεων εργασίας παρά εποχιακών και προσωρινών θέσεων.
- μελετήσει την δυνατότητα δημιουργίας προγραμμάτων βελτίωσης των δεξιοτήτων των μελών μιας κοινότητας για να ενισχυθεί η συνεργασία μεταξύ τους.

2.7.3 Ανάπτυξη της τεχνολογίας και πρόσβαση σε αυτήν

Για βοηθηθεί η πρόοδος της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, οι τοπικές κοινότητες και τα μέλη τους χρειάζονται, μεταξύ άλλων, πλήρη και ασφαλή πρόσβαση στην σύγχρονη τεχνολογία. Οι οργανισμοί μπορούν να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη των κοινοτήτων που δραστηριοποιούνται εφαρμόζοντας ειδικευμένη γνώση, δεξιότητες και τεχνολογία με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να ενισχύσουν την ανάπτυξη ανθρώπινων πόρων και την διάχυση της τεχνολογικής γνώσης.

Οι τεχνολογίες πληροφόρησης και επικοινωνίας χαρακτηρίζουν πολύ την σύγχρονη ζωή και είναι μια αξιόλογη βάση για πολλές οικονομικές δραστηριότητες. Η πρόσβαση στην ενημέρωση είναι το κλειδί για την υπερπήδηση των ανισοτήτων που υπάρχουν μεταξύ κρατών, περιοχών, γενεών φύλων, κ.τ.λ. Ένας οργανισμός μπορεί να συνεισφέρει για την βελτίωση της πρόσβασης σε αυτές τις τεχνολογίες μέσω της εκπαίδευσης, συνεργασιών και άλλων ενεργειών.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- εξετάσει να συνεισφέρει στην ανάπτυξη καινοτόμων τεχνολογιών που μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων στις τοπικές κοινότητες.
- εξετάσει να συνεισφέρει στην ανάπτυξη χαμηλού κόστους τεχνολογιών που είναι εύκολο να αναπαραχθούν και έχουν θετικές επιδράσεις στην φτώχεια και στην εκρίζωση της πείνας.
- εξετάσει να την δυνατότητα συνεργασίας με άλλους οργανισμούς, όπως πανεπιστήμια ή ερευνητικά εργαστήρια, για να ενισχυθεί η επιστημονική

και τεχνολογική ανάπτυξη με συνεργάτες από την τοπική κοινότητα αλλά και να προσλάβει ντόπιους για εργασία.

2.7.4 Παραγωγή πλούτου και εσόδων

Ανταγωνιστικές και διαφορετικές επιχειρήσεις και συνεργασίες είναι κρίσιμες για την παραγωγή πλούτου σε οποιαδήποτε κοινότητα. Οι οργανισμοί μπορούν να βοηθήσουν ώστε να δημιουργηθεί ένα περιβάλλον στο οποίο η επιχειρηματικότητα μπορεί να ευδοκιμήσει, φέρνοντας διαρκή οφέλη για τις κοινότητες. Οι οργανισμοί μπορούν να συνεισφέρουν θετικά στην δημιουργία πλούτου και εσόδων μέσω προγραμμάτων επιχειρηματικότητας, προόδου τοπικών προμηθευτών και δίνοντας εργασία στα μέλη της κάθε κοινότητας αλλά και μέσω μεγαλύτερων προσπαθειών για ενδυνάμωση οικονομικών πόρων και κοινωνικών σχέσεων που διευκολύνουν την οικονομική και κοινωνική ευημερία ή θα παράγουν οφέλη για την κοινότητα. Περαιτέρω, βοηθώντας να δημιουργηθεί πλούτος και έσοδα σε τοπικό επίπεδο και προάγοντας μια ισορροπημένη διανομή των οφελών της κοινότητας στα μέλη της, οι οργανισμοί παίζουν σημαντικό ρόλο στην μείωση της φτώχειας. Τα επιχειρηματικά προγράμματα και οι συνεργασίες με επίκεντρο τις γυναίκες είναι ιδιαίτερα σημαντικά καθώς είναι ευρέως αναγνωρισμένο ότι η ενδυνάμωση των γυναικών συνεισφέρει βαθύτατα στην ευημερία της κοινωνίας.

Η παραγωγή πλούτου και εσόδων εξαρτάται από μια δίκαιη διανομή των κερδών από οικονομικές δραστηριότητες. Οι κυβερνήσεις βασίζονται στο ότι οι οργανισμοί θα είναι συνεπείς στις φορολογικές υποχρεώσεις τους ώστε να αποκτήσουν τα απαραίτητα έσοδα και να ανταπεξέλθουν στα σημαντικά αναπτυξιακά ζητήματα που τους απασχολούν.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- αναλογιστεί τις οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις της εισόδου ή αποχώρησης από μια κοινότητα, συμπεριλαμβανομένων και των επιδράσεων σε βασικούς πόρους που χρειάζονται για την βιώσιμη ανάπτυξη της κοινότητας.
- εξετάσει την προτίμηση τοπικών προμηθευτών για προϊόντα και υπηρεσίες και την συνεισφορά στην ανάπτυξη αυτών, όπου είναι δυνατό.
- εκπληρώνει τις φορολογικές υποχρεώσεις του και να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες στο κράτος για να καθορίσουν αυτές σωστά.
- ενθαρρύνει την αποτελεσματική χρήση διαθέσιμων πόρων συμπεριλαμβανομένων της καλής φροντίδας σε κατοικίδια ζώα.
- εξετάσει να συνεισφέρει βοήθεια στην συνταξιοδότηση και στις συντάξεις των εργαζομένων.
- εξετάσει να συνεισφέρει σε μακροχρόνια προγράμματα και συνεργασίες που βοηθούν τα μέλη της κοινότητας, ειδικά τις γυναίκες και άλλες ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, να ξεκινήσουν τις δουλειές τους.

2.7.5 Κοινωνική επένδυση

Η κοινωνική επένδυση λαμβάνει χώρα όταν ένας οργανισμός επενδύει τους πόρους του σε πρωτοβουλίες και προγράμματα που στόχο έχουν να βελτιώσουν τα κοινωνικά θέματα της ζωής μέσα στην κοινότητα. Τύποι κοινωνικών επενδύσεων μπορεί να περιλαμβάνουν σχέδια που σχετίζονται με την παιδεία, εκπαίδευση, πολιτισμό, υγεία και πρόνοια, παραγωγή εσόδων, ανάπτυξη υποδομών, βελτίωση της πρόσβασης στην ενημέρωση ή όποια άλλη δραστηριότητα που πιθανότητα θα συμβάλει στην οικονομική ή κοινωνική ανάπτυξη.

Για να αναγνωρίσει ευκαιρίες για κοινωνική επένδυση, ένας οργανισμός πρέπει να εναρμονίσει την συνεισφορά του με τις ανάγκες και προτεραιότητες των κοινοτήτων μέσα στις οποίες δραστηριοποιείται, λαμβάνοντας υπόψη τις προτεραιότητες που έχουν τεθεί από τοπικούς και εθνικούς πολιτικούς. Ανταλλαγή πληροφοριών, διαβούλευση και διαπραγμάτευση είναι χρήσιμα εργαλεία για μια συμμετοχική προσέγγιση που στόχο έχει την αναγνώριση και εφαρμογή των κοινωνικών επενδύσεων. Οι κοινωνικές επενδύσεις δεν αποκλείουν την φιλανθρωπία (για παράδειγμα χορηγήσεις, δωρεές και εθελοντισμό).

Οι οργανισμοί πρέπει επίσης να ενθαρρύνουν την συμμετοχή της κοινότητας στον σχεδιασμό και εφαρμογή έργων καθώς αυτό μπορεί να βοηθήσει ώστε τα έργα να επιβιώσουν και ευημερήσουν όταν πια δεν θα εμπλέκεται ο οργανισμός. Οι κοινωνικές επενδύσεις πρέπει να δίνουν προτεραιότητα σε έργα που είναι βιώσιμα στο χρόνο και συνεισφέρουν στην βιώσιμη ανάπτυξη.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- αποφύγει ενέργειες που θα διαιωνίσουν την εξάρτηση μιας κοινότητας στις φιλανθρωπικές δραστηριότητες, συνεχή παρουσία και υποστήριξη του οργανισμού.
- αξιολογήσει τις δικές του υπάρχουσες πρωτοβουλίες που σχετίζονται με την κοινότητα και δίνει αναφορά στην κοινότητα και στους ανθρώπους μέσα στον οργανισμό για οποιαδήποτε βελτίωση πραγματοποιήθηκε.
- εξετάσει την συνεργασία με άλλους οργανισμούς όπως κυβερνητικούς, επιχειρηματικούς ή ΜΚΟ για να μεγιστοποιήσει τις συνεργίες και να κάνει χρήση συμπληρωματικών πόρων, γνώσεων και δεξιοτήτων.
- εξετάσει την συνεισφορά σε προγράμματα που παρέχουν πρόσβαση σε τροφή και άλλα σημαντικά προϊόντα για ευάλωτες ή διακριμένες ομάδες και άτομα με χαμηλό εισόδημα. Επίσης, να λάβει υπόψη του την σημασία της συνεισφοράς στις αυξημένες ανάγκες, δυνατότητες και ευκαιρίες αυτών των ατόμων.
- λάβει υπόψη την πρόοδο της ανάπτυξης της κοινότητας στον σχεδιασμό των έργων με κοινωνικές επενδύσεις. Όλες οι ενέργειες πρέπει να διευρύνουν τις ευκαιρίες για τους πολίτες, για παράδειγμα με την αύξηση των τοπικών προμηθειών στηρίζεται η τοπική ανάπτυξη.

2.7.6 Υγεία

Η υγεία είναι ένα σημαντικό στοιχείο της ζωής σε μια κοινωνία και ένα αναγνωρισμένο ανθρώπινο δικαίωμα. Απειλές στη δημόσια υγεία μπορεί να έχουν σοβαρό αντίκτυπο στις κοινότητες και να εμποδίσουν την ανάπτυξη τους. Άρα, όλοι οι οργανισμοί, μεγάλοι και μικροί, πρέπει να σέβονται το δικαίωμα για πρόσβαση στην υγεία και πρέπει να συνεισφέρουν, εντός των δυνατοτήτων τους και όπου είναι εφικτό, στην πρόοδο της υγείας, στην αντιμετώπιση των απειλών στην υγεία και των ασθενειών και τον κατευνασμό των ζημιών που υπέστη κάποια κοινότητα. Αυτό μπορεί επίσης να περιλαμβάνει την συμμετοχή σε εκστρατείες για την δημόσια υγεία. Οι οργανισμοί πρέπει επίσης να συνεισφέρουν όπου είναι δυνατό στην βελτίωση της πρόσβασης σε υπηρεσίες υγείας και συγκεκριμένα με το να ενδυναμώνουν και να υποστηρίζουν δημόσιες υπηρεσίες. Ακόμη και σε χώρες όπου η παροχή δημόσιου συστήματος υγείας είναι υπόθεση τους κράτους, όλοι οι οργανισμοί θα πρέπει να εξετάσουν πως μπορούν να συνεισφέρουν στην υγεία στις κοινότητες τους. Μια υγιείς κοινότητα μειώνει το βάρος του δημόσιου τομέα και συνεισφέρει για ένα καλό οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον για όλους τους οργανισμούς.

Ένας οργανισμός θα πρέπει να:

- επιζητά την εξάλειψη των αρνητικών επιδράσεων στη υγεία από την οποιαδήποτε παραγωγική διεργασία και παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών των οργανισμών.
- εξετάσει την προώθηση της καλής υγείας, για παράδειγμα, συνεισφέροντας στην πρόσβαση σε φάρμακα και εμβόλια και ενθαρρύνοντας για πιο υγιείς τρόπους ζωής, που περιλαμβάνουν άσκηση και καλή διατροφή, πρόληψη των ασθενειών και αποθάρρυνση της κατανάλωσης ανθυγιεινών προϊόντων και ουσιών. Ειδική μέριμνα πρέπει να δοθεί στην παιδική διατροφή.
- εξετάσει την έγερση επίγνωσης για κινδύνους προς την υγεία και σοβαρές ασθένειες, όπως το HIV/AIDS, ο καρκίνος, καρδιακά νοσήματα, μαλάρια, φυματίωση και παχυσαρκία.
- Εξετάσει την υποστήριξη για μακροχρόνια και καθολική πρόσβαση σε σημαντικές υπηρεσίες υγείας και φροντίδας. Επίσης να βοηθήσει στην καθαριότητα του νερού και σε θέματα υγιεινής που θα έχει ως αποτέλεσμα την εμπόδιση διάδοσης ασθενειών.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Το πρότυπο ISO 26000 δεν είναι ένα πρότυπο διαχείρισης συστήματος. Ο σκοπός του είναι να προσφέρει στους οργανισμούς ένα χρήσιμο εργαλείο για να τους βοηθήσει να στραφούν σε μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη. Τα κοινωνικά ρίσκα που βαρύνουν ή αντιμετωπίζονται από έναν οργανισμό στις τρέχουσες καθημερινές επιχειρηματικές λειτουργίες του είναι τεράστια. Η εμφάνιση κοινωνικών συγκρούσεων μέσα στην κοινωνία και γύρω από κάθε οργανισμό όπως και η ενδυνάμωση οργανισμών και κοινωνίας αντίστοιχα είναι μια αμοιβαία δέσμευση. Με την εφαρμογή του ISO 26000 η βιωσιμότητα κάθε οργανισμού και η ευημερία της κοινωνίας προσδοκείτε ότι θα κάνουν πρόοδο. Αυτό το πρότυπο δεν είναι μια μαγική λύση για όλα τα προβλήματα του πλανήτη, όμως σήμερα είναι το κλειδί για την λύση. Ας ελπίσουμε ότι οι κυβερνήσεις θα το υιοθετήσουν και θα ενσωματώσουν τα κριτήρια του ώστε να γίνουν οι κατάλληλες ρυθμίσεις και κανόνες για υπεύθυνο ανταγωνισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΚΡΙΤΙΚΗ

3.1 Ανάλυση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό γίνεσθαι μια πρακτική που εφαρμόζουν ολοένα και εντονότερα οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και ενσωματώνουν στους στόχους και τους τομείς δράσης τους, με βραδύτερο ρυθμό, οι ελληνικές επιχειρήσεις είναι η έννοια της Εταιρικής ή Επιχειρηματικής Κοινωνικής Ευθύνης. Πρακτική που αν και ξεπρόβαλλε τη δεκαετία του 1990, γεννήθηκε αρκετά χρόνια πριν. Ο Jeremy Rifkin από τη δεκαετία κιάλας του 1970 είχε προβλέψει ότι η ύπαρξή της ήταν αποτέλεσμα «πίεσης που πάντα προέρχεται από την κοινωνία των πολιτών, τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς, τις ομάδες πίεσης κ.ο.κ. Αυτοί είναι που πιέζουν και διευρύνουν τις δράσεις μιας εταιρείας, αλλά και το όραμά της, περνώντας από τη λογική της εξυπηρέτησης των συμφερόντων των μετόχων στη λογική των ενδιαφερόμενων μερών (Stakeholders). Και τα ενδιαφερόμενα μέρη δεν είναι παρά, από τη μια μεριά, οι εργαζόμενοι, οι μέτοχοι, οι πελάτες και οι προμηθευτές και από την άλλη μεριά οι ΜΚΟ, οι κυβερνήσεις και η τοπική κοινότητα. Έτσι, αν και επιτυγχάνεται συνέργεια μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων μελών, εντούτοις υπάρχει διάσταση συμφερόντων μεταξύ τους, με αποτέλεσμα κάποιοι να είναι πραγματικά ωφελημένοι και άλλοι ζημιωμένοι.

Αν και οι ορισμοί της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ποικίλουν (Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, Social Responsibility, Social Responsiveness, Corporate Responsibility, Corporate Philanthropy) το περιεχόμενό της είναι συγκεκριμένο και περιγράφει τις εταιρίες που «εντάσσουν εθελοντικά στις επιχειρηματικές ενέργειες και συναλλαγές τους, δραστηριότητες με ιδιαίτερη κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση προς το κοινωνικό σύνολο. Μια εταιρία είναι κοινωνικά υπεύθυνη όταν όχι μόνο συμμορφώνεται με τις υποχρεώσεις που της επιβάλλουν οι νόμοι, αλλά προχωρεί εθελοντικά σε δράσεις και ενέργειες που υπερβαίνουν αυτές τις υποχρεώσεις και έχουν σχέση τόσο με τους εργαζόμενούς της όσο και με το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, στο οποίο δραστηριοποιείται και συμμετέχει ως υπεύθυνος πολίτης» (Πράσινη Βίβλος, 2001). Κοντολογίς, πρόκειται για μια επιχειρηματική στρατηγική στα πλαίσια της οποίας οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν οικειοθελώς δράσεις και υπηρεσίες στον τομέα του περιβάλλοντος, της υγείας, της παιδείας, της έρευνας, της τοπικής κοινότητας, κλπ. με απώτερο στόχο την ενδυνάμωση της οικονομικής τους θέσης, έχοντας την ηθική (όχι τόσο νομική) υποχρέωση να επιστρέφουν στο κοινωνικό σύνολο ένα μέρος της προστιθέμενης αξίας που απέκτησαν από αυτό.

Σχηματικά μπορούμε να πούμε πως πρωταγωνιστικό ρόλο στην εφαρμογή της ΕΚΕ έχουν τρία μέρη. Το κράτος, οι επιχειρήσεις και ο πολίτης. Το κράτος στην ουσία μειώνει τις κοινωνικές δαπάνες που πρέπει να καταβάλλει και μεταθέτει την ευθύνη άσκησης κοινωνικής πολιτικής στις επιχειρήσεις. Δηλαδή ο ρόλος του κοινωνικού ρυθμιστή αντικαθίστατο από την υπεύθυνη, και ηθική επιχείρηση και η επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων περνά από την αρμοδιότητα του κράτους στην επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις, που στην ουσία αποτελούν τον πυρήνα της ΕΚΕ, αποκομίζουν πολλαπλά οφέλη. Ενισχύουν τα άυλα στοιχεία του ενεργητικού τους (φήμη, κύρος), αποκτούν αφοσιωμένους πελάτες, βελτιώνουν τις οικονομικές τους αποδόσεις (κέρδη, πωλήσεις), μειώνουν τις διαφημιστικές δαπάνες, ενισχύουν τη θέση τους στην αγορά, αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Και μέσα σε όλα αυτά αξιολογείται να προστεθεί πως η σύσφιξη των σχέσεων κράτους-επιχείρησης σφραγίζεται με την παροχή ευνοϊκών μέτρων, όπως φορολογικές απαλλαγές και ελαφρύνσεις ακριβώς για την κοινωνική ευαισθησία και το φιλανθρωπικό πρόσωπο που δείχνουν οι επιχειρήσεις.

Ενώ λοιπόν έχει αναπτυχθεί έντονη φιλολογία από επιχειρηματικά στελέχη, πολιτικούς φορείς και επιστήμονες, η οποία συνοδεύεται από πληθώρα εμπειρικών μελετών για τον θετικό συσχετισμό της ΕΚΕ με το κράτος και τις επιχειρήσεις, η συζήτηση γύρω από τα πραγματικά οφέλη που εικάζεται ότι αποκομίζει ο πολίτης (ως καταναλωτής αλλά κυρίως ως εργαζόμενος) τίθενται από πολλούς σε έντονη αμφισβήτηση. Έτσι, οι επικριτές της ΕΚΕ αναγορεύουν το συγκεκριμένο «νεωτερικό» θεσμό ως άλλοθι που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις προκειμένου να αποπροσανατολίσουν τον κόσμο από τον πυρήνα της οικονομικής τους πολιτικής, ο οποίος αντικατοπτρίζεται όχι μόνο στην κερδοφορία που αυτές παρουσιάζουν (πολλές φορές με τη μετακύλιση ενός μεγάλου μέρους του κόστους παραγωγής στους καταναλωτές), αλλά και στον τρόπο με τον οποίο επιτυγχάνεται το εν λόγω οικονομικό αποτέλεσμα (ένταση του ανταγωνισμού, ελαστικοποίηση εργασιακών σχέσεων).

Βεβαίως, η ολοένα και μεγαλύτερη αξιοποίηση της ΕΚΕ δεν αναφέρεται μόνο στη μονάδα (εργαζόμενο, καταναλωτή), αλλά κυρίως στο οργανωμένο κράτος που με τον ένα ή άλλο τρόπο επηρεάζει – άμεσα ή έμμεσα – την παραγωγική διαδικασία. Ένας προσεκτικός αναλυτής θα μπορούσε εύκολα να διαπιστώσει πως πίσω από τη βιτρίνα της κοινωνικής προσφοράς ξεδιπλώνεται ορισμένες φορές μια «ανταλλακτική» συμπεριφορά ανάμεσα στο κράτος (ως αυτόνομη οργανωτική οντότητα) και την επιχειρησιακή μονάδα με ξεκάθαρα χαρακτηριστικά και προφανείς λόγους. με αποτέλεσμα η αξία της «κοινωνικής προσφοράς» των επιχειρήσεων να είναι συγκριτικά ελάχιστη με τα κέρδη που αυτές τελικά αποκομίζουν.

3.1.1 Οι θετικές και αρνητικές όψεις της Ε.Κ.Ε.

Το πεδίο της εταιρικής κοινωνική ευθύνης είναι ένας πολύπλευρος και αδιευκρίνιστος χώρος, μέσα στον οποίο υπάρχουν πολλές αντιφάσεις που καθιστούν τον προσδιορισμό του σκοπού της Ε.Κ.Ε. ακόμα πιο δύσκολο. Ως αποτέλεσμα αυτών των συνθηκών είναι λογικό να διακρίνονται πολλές θετικές αλλά και αρνητικές όψεις της Ε.Κ.Ε. Στις θετικές όψεις εντοπίζουμε τα προτερήματα και πλεονεκτήματα της Ε.Κ.Ε. ενώ στις αρνητικές τους κινδύνους, τα εμπόδια και τα εγγενή μειονεκτήματα που έχει η Ε.Κ.Ε. Παρακάτω θα γίνει ανάλυση των πιο βασικών σημείων που ξεχωρίζουν μέσα στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε.

⁶Κάποιες από τις πολιτικές ΕΚΕ των επιχειρήσεων μπορούν να αποδώσουν σημαντικά στη μείωση του κινδύνου περιορίζοντας τις σπατάλες, τις περιπτώσεις αναποτελεσματικής αξιοποίησης των πόρων (φυσικών ή ανθρωπίνων) ή βελτιώνοντας την παραγωγικότητα όπως για παράδειγμα, η βελτιωμένη αποδοτικότητα στη χρήση ενέργειας και φυσικών πόρων, η μείωση των αποβλήτων, η πώληση ανακυκλωμένων υλικών.

Πολλές πρωτοβουλίες για παράδειγμα, στοχεύουν στη μείωση των εκπομπών ρύπων. Με τον τρόπο αυτό, συμβάλλουν στην παγκόσμια κλιματολογική βελτίωση, αλλά παράλληλα αυξάνουν την ενεργειακή επάρκεια και μειώνουν τα λειτουργικά είδη κόστους. Επίσης, στο χώρο του Ανθρώπινου Δυναμικού, εργασιακά προγράμματα που συμβάλλουν στην παρατεταμένη απασχόληση των εργαζομένων και τη μείωση των φαινομένων όπως η συστηματική αδικαιολόγητη απουσία τους, συχνά εξοικονομούν χρήματα στις επιχειρήσεις, μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας και της μείωσης του κόστους πρόσληψης και εκπαίδευσης προσωπικού.

Πρόσφατα παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση της Dell Computer, η οποία ανήγγειλε πριν από λίγες μέρες την πρόθεσή της να υπογράψει σύμβαση με τους αμερικανούς φυλακισμένους προκειμένου να αναλάβουν την ανακύκλωση των προϊόντων της ανταποκρινόμενη στις πιέσεις των περιβαλλοντικών οργανώσεων για αύξηση του ρυθμού ανακύκλωσης των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Η ΕΚΕ έχει κάποια εξωτερικά πλεονεκτήματα πέρα από τις αλλαγές που επιφέρει στις επιχειρήσεις. Αυτό διότι σήμερα έχουν αλλάξει οι προτεραιότητες των καταναλωτών και γενικότερα οι προσδοκίες της κοινωνίας από το τι πρέπει να προσφέρει μία επιχείρηση. Είναι ευδιάκριτο, παραδείγματος χάριν, ότι πολλές δημόσιες υπηρεσίες έχουν εγκαταστήσει πλέον ράμπες αναπήρων, ενώ ένα ποσοστό των εργαζομένων πρέπει να είναι άτομα με ειδικές ανάγκες ή γυναίκες για να αποφεύγονται οι διακρίσεις. Λίγα χρόνια πριν τέτοιες τακτικές θα φάνταζαν αδιανόητες. Έτσι σε μία κοινωνία όπου η καλή διάθεση και η προσφορά στο κοινωνικό σύνολο είναι η σωστή συμπεριφορά, η εφαρμογή της ΕΚΕ θα επιφέρει ακριβώς αυτό το αποτέλεσμα, τη θετική άποψη του πελάτη για την επιχείρηση.

⁶ Αλεξάνδρα Λεφοπούλου, "Επηρεάζει η Ε.Κ.Ε. τις οικονομικές επιδόσεις;", MARKETING WEEK, 14-7-2003 <http://news.disabled.gr/?p=8049>

Στο ίδιο μήκος κύματος βρίσκεται και η αλλαγές που έχουν προκληθεί από την νομοθεσία σε διάφορα κράτη, όχι τόσο επιβάλλοντας αλλά προτρέποντας τις επιχειρήσεις να αναπτύσσουν κοινωνικές στρατηγικές μέσα από κίνητρα και ανταμοιβές σε περίπτωση εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ.

⁷Στο μεταξύ, η κοινωνική ευαισθησία των επιχειρήσεων δείχνει να συνοδεύεται και από ενίσχυση των οικονομικών τους επιδόσεων. Σύμφωνα με ανάλυση μελετών για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, που έγινε από το London Business School, σε ποσοστό 52,5% η ανάπτυξη προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης επέφερε θετικά αποτελέσματα και στα οικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων. Σε ανάλογο μήκος κύματος κινούνται και τα συμπεράσματα του Πανεπιστημίου Harvard, το οποίο διαπίστωσε πως εταιρείες που ασχολούνται με όλους όσους συνδέονται με τις δραστηριότητές τους (πελάτες, εργαζομένους κ.ά.) εμφανίζουν τετραπλάσιο ρυθμό ανάπτυξης σε σύγκριση με επιχειρήσεις που λειτουργούν μόνον έχοντας ως σημείο αναφοράς τους μετόχους τους. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη επηρεάζει όμως και τους εργαζομένους. Βάσει μελέτης, το 78% των ερωτηθέντων ανέφεραν πως θα προτιμούσαν να εργάζονται για μια επιχείρηση η οποία έχει εξαιρετική φήμη αλλά τους πληρώνει μισθό που απλώς καλύπτει τις ανάγκες τους. Αντιθέτως, μόνο το 17% είπε ότι θα εργαζόταν για μια επιχείρηση που θα έδινε υψηλούς μισθούς αλλά θα είχε κακή φήμη. ⁸Ακόμη έρευνα που έγινε σε καταναλωτές αποδεικνύει ότι ο δεύτερος πιο σημαντικός παράγοντας επιρροής του κοινού σε σχέση με μια επιχείρηση είναι η εταιρική φήμη/ποιότητα (40%) με πρώτο παράγοντα την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης (49%). [2001 Environics International CSR Monitor survey]

Πρέπει να αναφερθεί ένα ακόμη θετικό στοιχείο όχι πάντα εύκολα να προσδιοριστεί μέσα από μία στρατηγική ΕΚΕ. Η εταιρική ευθύνη γενικότερα επιβάλλει ή καλύτερα προτρέπει την επικοινωνία μεταξύ διοίκησης και εργαζομένων. Μέσω του διαλόγου αυτών των δύο μερών επιτυγχάνεται η μείωση του εσωτερικού κινδύνου της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα αποφεύγεται η πιθανότητα αποχώρησης προσωπικού από την επιχείρηση ακριβώς διότι οι πρώτοι αισθάνονται ότι ακούγονται και ότι μπορούν να επιλύσουν τις διαφορές τους. Παράλληλα οποιαδήποτε προβλήματα εντός επιχείρησης αντιμετωπίζονται προτού φτάσουν στον καταναλωτή και άρα να χαλάσει η εικόνα της επιχείρησης. Έτσι γίνεται δυνατή η βελτίωση της Εταιρικής Διακυβέρνησης.

Τέλος τα βασικότερα προτερήματα της Ε.Κ.Ε. έχουν αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο. Αυτά είναι η δημιουργία νέων αγορών και επιχειρηματικών συμμαχιών. Παράλληλα μειώνεται σημαντικά το κόστος λειτουργίας την ίδια στιγμή που ισχυροποιείται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, γίνεται καλύτερη διαχείριση των κινδύνων και υπάρχει αυξημένη ασφάλεια των προϊόντων. Περαιτέρω η παραγωγικότητα των εργαζομένων είναι αυξημένη όπως και η ποιότητα του παραγόμενου έργου και υπάρχει ευνοϊκή νομική και υψηλή ανταγωνιστικότητα.

⁷ Ιστοσελίδα: Τα ΝΕΑ online <http://www.tanea.gr/oikonomia/article/?aid=4444931>

⁸ Knowledge and Innovation Circles, "Αειφορία, Αειφόρα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη", Τρίτη 2 Δεκεμβρίου 2008, Αθήνα

Από την άλλη πλευρά η Ε.Κ.Ε. παρουσιάζει ένα αριθμό αρνητικών όψεων που εμφανίζουν το αδύναμο πρόσωπο της. Ένα από τα προβλήματα που παρουσιάζει η Ε.Κ.Ε. είναι η έλλειψη ενός διεθνούς ορισμού της έννοιας στην ακαδημαϊκή και επιχειρησιακή κοινότητα (Silberhorn και Warren, 2007; Weber, 2008). Αντίθετα υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός ορισμών, όπου ο καθένας έχει και ένα μέρος της πραγματικότητας στην οποία ανήκει η ΕΚΕ. Πολλοί διαφορετικοί ορισμοί δυσκολεύουν την προσπάθεια εφαρμογής της ΕΚΕ. Συγχρόνως, δεν είναι πάντα εύκολη η σωστή εφαρμογή της. Αρκετές εταιρίες χρησιμοποιούν την Ε.Κ.Ε. λανθασμένα. Είτε δεν εφαρμόζουν την πραγματική ΕΚΕ αλλά την χρησιμοποιούν ως ένα μέρος των δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης, χωρίς να εκμεταλλεύονται τα πραγματικά της οφέλη. Έτσι προκαλείται σύγχυση στους πελάτες οι οποίοι δεν μπορούν να αντιληφθούν την πραγματική αξία της Ε.Κ.Ε. και βλέπουν μόνο ένα διαφημιστικό τέχνασμα της εταιρίας.

Ένα ακόμη μεγάλο μειονέκτημα που έχει η ΕΚΕ είναι η σύγκριση της με τη φιλανθρωπία. Εδώ η επιχείρηση απλά δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τις δυνατότητες της ΕΚΕ για την αύξηση του ονόματος και της αξίας της. Ωστόσο ένα ακόμη μεγαλύτερο πρόβλημα αποτελεί η μεταφορά του κόστους μίας στρατηγικής στους εργαζομένους ή τους μετόχους της εταιρίας. Αν δεν γίνει ένα προσεκτικό επιχειρησιακό σχέδιο είναι πιθανό το κόστος της ΕΚΕ να βαρύνει άλλες δραστηριότητες ακυρώνοντας έτσι τα θετικά αποτελέσματα που θα είχε κανονικά η εταιρία.

Κάποιες φορές δημιουργούνται σκέψεις στον κόσμο σχετικά με τα κίνητρα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, δηλαδή κατά πόσο είναι αγνά ή στοχεύουν σε κάποιο αποτέλεσμα. Οι εταιρίες δεν πρέπει να αφήσουν περιθώρια σκεπτικισμού πάνω στα κίνητρα με τα οποία επιλέγουν την Ε.Κ.Ε. Σε αντίθετη περίπτωση το κοινό αυτό θα αντιμετωπίσει την προσπάθεια απλά σαν ένα διαφημιστικό τέχνασμα, που απευθύνεται αφενός και μόνο στην κερδοφορία της επιχείρησης και όχι στην ωφέλεια του γενικότερου καλού. Το κοινό αυτό τις περισσότερες φορές είναι οι καταναλωτές ή οι πελάτες της επιχείρησης αλλά δεν υπάρχουν λίγες περιπτώσεις που και άλλα εμπλεκόμενα μέρη όπως οι εργαζόμενοι βρήκαν ύποπτες τις καινούργιες πρακτικές αμφιβάλλοντας για τα πραγματικά κίνητρα της διοίκησης.

Προφανώς αυτό δεν είναι καθόλου παράξενο, καθώς υπάρχουν πολλά περιστατικά εταιριών όπου η Ε.Κ.Ε. χρησιμοποιήθηκε καθαρά σαν ένα μέσο διεύρυνσης του μεριδίου αγοράς τους και προσέλκυσης νέων πελατών ή επενδυτών. Συγχρόνως, αρκετές οργανώσεις όπως και το Κέντρο Προστασίας του Καταναλωτή ή ΚΕΠΚΑ έχουν εναντιωθεί πολλές φορές σε τακτικές πλαστής εταιρικής ευθύνης ιδίως σε περιπτώσεις που οι πολιτικές των εταιριών έχει στόχο παιδιά. Η περίπτωση της Coca Cola η οποία προσπάθησε να περάσει μηνύματα υγιεινής διατροφής μέσα από μια σειρά εκδηλώσεων και φυλλαδίων ήρθε σε αντιπαράθεση με το ΚΕΠΚΑ, το οποίο και θεώρησε την προσπάθεια αυτή καλυμμένο marketing που ως στόχο είχε τα παιδιά και την κατανάλωση του ομώνυμου ανθρακούχου ποτού της εταιρίας. Επίσης πρόσφατο είναι το παράδειγμα μεγάλης αμερικανικής εταιρείας, που ενώ συγκέντρωσε 70 εκατ. δολάρια στο πλαίσιο δράσεων ΕΚΕ, διέρρευσε στον Τύπο ότι επένδυσε άλλα 100 εκατ. δολάρια για να τις διαφημίσει, γεγονός που έπληξε σημαντικά την εικόνα της.

Ακόμη, η εταιρία πρέπει να αναπληρώσει το κενό για προγενέστερη έλλειψη πρακτικών. Στην περίπτωση όπου δεν εφαρμόζονταν στο παρελθόν μία ανάλογη πρακτική, ο κόσμος μπορεί να αναρωτηθεί γιατί αποφάσισε να ασχοληθεί με την ΕΚΕ τώρα και όπως προηγουμένως, να αμφισβητήσει τα πραγματικά κίνητρα της επιχείρησης. Έχοντας περάσει το στάδιο της απόδειξης της καλής διάθεσης της, η επιχείρηση πρέπει να δεσμευτεί ότι οι στόχοι που έθεσε θα συνεχίσουν να λειτουργούν και πως δε θα παρεκκλίνει από αυτούς. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση που έχει θέσει ως στόχο την προστασία του περιβάλλοντος μέσα από μια σειρά χορηγιών δεν πρέπει να διατηρεί διαδικασίες που καταστρέφουν το τοπικό οικοσύστημα. Άρα θα πρέπει να επιλέξει ένα στόχο τον οποίο θα εφαρμόσει κατά μήκος όλων των δραστηριοτήτων της. Από την άλλη πλευρά, θα πρέπει να γίνει αντιληπτό από το απευθυνόμενο κοινό ότι η διοίκηση θεωρεί το στόχο αρκετά σημαντικό ώστε να δεσμευτεί σε αυτόν για μεγάλο χρονικό διάστημα. Δεν είναι σκόπιμο να εγκαταλείψει μετά από μικρό χρονικό διάστημα και να προσπαθήσει να παρουσιάσει την προσπάθεια αυτή ως σημαντική.

⁹ Η κοινωνική υπευθυνότητα δεν είναι πρόσθετο στοιχείο αλλά πρέπει να βρίσκεται μέσα στην καρδιά της επιχείρησης. Δηλαδή να πιστεύεται από τους ανθρώπους. Στις περισσότερες των περιπτώσεων οι ενέργειες που προβάλλονται ως ενέργειες ΕΚΕ (Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης) δεν είναι τίποτε περισσότερο από τις υποχρεώσεις των εταιριών. Δηλαδή σχετικά με τις δράσεις για το περιβάλλον (οι οποίες είναι της μόδας και με μανία οι πάντες ξαφνικά θυμήθηκαν πως πρέπει να επιδείξουν αγωνία και ενδιαφέρον για το περιβάλλον) δεν είναι τίποτα παραπάνω από τις υποχρεώσεις προς την ίδια την κοινωνία. Δεν είναι υποχρέωση όλων μας και των εταιριών να προστατέψουμε το περιβάλλον; Άρα τι διαφημίζουμε; Τις υποχρεώσεις μας. Σε πολλές περιπτώσεις είναι ιδιαίτερα έντονη η προσπάθεια, οι επιχειρήσεις να προσπαθούν να «ξεγελάσουν» την κοινή γνώμη και να προσποιηθούν συμπεριφορές τις οποίες ή δεν ασπάζονται ή δεν τους πολυενδιαφέρουν ή στην πιο συνηθισμένη περίπτωση δεν έχουν συμπεριλάβει τις συμπεριφορές αυτές στην κουλτούρα τους, δηλαδή στην καρδιά των επιχειρήσεων. Πρόσφατη τάση, που σχετίζεται με την Κοινωνική Υπευθυνότητα ή πιο συχνά αποκαλούμενη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη οδηγεί τις επιχειρήσεις σε προσποιητή συμπεριφορά δήθεν ενδιαφέροντος, κυρίως για το περιβάλλον. Το φαινόμενο αυτό εκδηλώνεται με πολυδάπανες διαφημιστικές καμπάνιες στις οποίες οι εταιρίες προσπαθούν με αγωνία να πείσουν την κοινωνία, πως ενδιαφέρονται για αυτήν και την προστασία της. Η Κοινωνική Υπευθυνότητα σαφώς και δεν είναι μόνο το περιβάλλον αλλά δεκάδες δράσεις που είναι πλήρως συμπεριλαμβανόμενες στην κουλτούρα και στην καρδιά της επιχείρησης γιατί αυτή πιστεύει πλήρως στην κοινωνική της δράση, την οποία και θεωρεί υποχρέωση της απέναντι στην κοινωνία και άρα όταν τις πράττει δεν τις διαφημίζει αλλά αφήνει την ίδια την κοινωνία να τις αξιολογήσει.

⁹ Γιώργος Παπατριανταφύλλου (2011), Βιβλίο: "Εταιρική Εικόνα", Εκδ. Σταμούλης, Ιστοσελίδα: <http://georgepatriantafyllou.wordpress.com/2010/06/28/%CE%BF%CE%B9-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%81%CE%B9%CE%B8%CE%BC%CE%B7%CF%84%CE%B5%CF%83-%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CF%83-%CE%B1%CF%80%CE%B1%CF%84%CE%B5%CF%83-%CF%80%CE%B5%CF%81/>

Φυσικό είναι η στρατηγική ΕΚΕ που χρησιμοποιήθηκε να εφαρμοσθεί ουσιαστικά και όχι επιφανειακά. Το κοινό πολύ πιθανό να ζητήσει αποτελέσματα της βοήθειας που προσέφερε η εταιρία στην κοινωνία. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να δοθεί ή να υπάρχει δημοσίως η απόδειξη της κοινωνικής προσφοράς. Ειδάλλως πολύ πιθανό είναι η στρατηγική να χαρακτηριστεί ανούσια και υποτυπώδεις.

Τέλος ο συνδυασμός όλων των παραπάνω μπορεί και δημιουργεί άλλο ένα μεγάλο πρόβλημα στην εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η έλλειψη βασικού θεωρητικού πλαισίου, άρα και κανόνων ή μεθόδων μέτρησης δεν επιτρέπει την ορθή αξιολόγηση και αποτύπωση ενός κατά τα άλλα σωστού σχεδίου Ε.Κ.Ε. Αυτό και σε συνδυασμό με την πρόσφατη σχετικά χρήση της στρατηγικής αυτής στις επιχειρήσεις, δυσκολεύει τα καθήκοντα των στελεχών που πρέπει αφενός μεν να την εφαρμόσουν και αφετέρου να την αξιολογήσουν.

3.1.2 Πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κατά των κρίσεων

ΟΙ ΚΑΙΡΟΙ είναι δύσκολοι. Οπότε με συμφέρει να μην παίρνω μέτρα για τη μόλυνση του περιβάλλοντος, άρα να πληρώνω διαρκώς πρόστιμα και αγωγές και να είμαι στο στόχαστρο των περιβαλλοντικών ομάδων; Οπότε δε με νοιάζει να χάσω ανθρώπινο δυναμικό από προκαταλήψεις για το φύλο, την ηλικία, την εθνικότητα, τη θρησκεία και τις σεξουαλικές προτιμήσεις. Οι παράνομοι οικονομικοί μετανάστες μου κοστίζουν λιγότερο, άρα μπαίνω στο στόχαστρο των Μ.Κ.Ο., του κράτους, της επιθεώρησης εργασίας. Οπότε ποιος νοιάζεται αν οι καταναλωτές αλλάζουν συμπεριφορά και προτιμήσεις προς τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, άρα περιορίζω το κόστος εις βάρος της ποιότητας και ρισκάρω ανά πάσα στιγμή τη φήμη και την εμπιστοσύνη της κοινής γνώμης – μαζί και το μερίδιο αγοράς μου. Οπότε γιατί να ανησυχώ αν η τοπική κοινωνία εμφανίζει προβλήματα υγείας, υποφέρει από τα απόβλητα και το θόρυβο ή η περιοχή είναι υποβαθμισμένη; Μέσα στα στενά όρια των εγκαταστάσεών μου φροντίζω για το καλώς έχει των εργαζομένων μου, όπως ο νόμος ορίζει. Και στο κάτω-κάτω οι μέτοχοι της εταιρείας μου νοιάζονται μόνο για την οικονομική απόδοση της επένδυσής τους. Πόσες επερχόμενες κρίσεις αναγνωρίσατε στην παραπάνω «εταιρική στρατηγική;»

Η σύγχρονη επιχειρηματική τακτική απαιτεί τη συνειδητοποίηση -από πλευράς των επιχειρήσεων- του ευρύτερου ρόλου που μπορούν να διαδραματίσουν υπερβαίνοντας τον αμιγώς οικονομικό σκοπό τους. Η αλλαγή του τρόπου με τον οποίο αντιλαμβάνονται τη σχέση τόσο με τους εργαζόμενους όσο και με το εξωτερικό περιβάλλον, ανοίγει νέα πεδία δραστηριοποίησης της επιχείρησης, πέρα από το παραδοσιακό πλέγμα σχέσεων που αναπτύσσει ως καθαρά οικονομική μονάδα.

Το να μένει σήμερα μια επιχείρηση αδιάφορη στα σημεία των καιρών μόνο σε κρίσεις μπορεί να οδηγήσει. Οι καταναλωτές υπηρεσιών και προϊόντων - σήμερα περισσότερο ευαισθητοποιημένοι από ποτέ - καταδικάζουν τις εταιρείες που πίσω από λαμπερές, ευφάνταστες καμπάνιες κρύβουν παιδική εργασία, μόλυνση του περιβάλλοντος, επιβάρυνση ή καταστροφή των τοπικών κοινοτήτων και πρώτες ύλες αμφίβολης ποιότητας

και προέλευσης. Με την ταχύτητα που διαδίδονται τα νέα σήμερα, λόγω της ύπαρξης των ηλεκτρονικών ΜΜΕ και ιδιαίτερα του διαδικτύου, οι τριγμοί στα θεμέλια των μετόχων αρχίζουν ήδη από το πρώτο 24ωρο.

Ας δούμε ένα παράδειγμα. Μια εταιρεία κατασκευής ηλεκτρονικών υπολογιστών, με έδρα σε ένα κράτος της Ευρώπης, προμηθεύεται εξαρτήματα από βιομηχανία μιας αναπτυσσόμενης χώρας, η οποία χρησιμοποιεί ως εργάτες παιδιά που δουλεύουν σε εξαθλιωμένο περιβάλλον, το οποίο εγκυμονεί σοβαρούς κινδύνους για την υγεία τους. Με τα πρώτα κρούσματα, μια Μ.Κ.Ο. αποκαλύπτει το γεγονός στον Τύπο, η είδηση κάνει το γύρο του κόσμου, παίρνει τη μορφή σκανδάλου και μέσα σε 48 ως 72 ώρες οι τιμές των μετοχών αρχίζουν να πέφτουν. Και είναι οι ίδιοι μέτοχοι που νοιάζονται μόνο για την οικονομική απόδοση της επένδυσής τους, που πανικοβάλλονται, πιέζουν και τελικά ξεπουλάνε τις μετοχές τους οδηγώντας την εταιρεία σε κλείσιμο.

Ακραίο σενάριο; Υπερβολή; Κι όμως, αν η εταιρεία είχε φροντίσει να ελέγξει τον προμηθευτή της και να βεβαιωθεί ότι κι εκείνος με τη σειρά του τηρούσε τους κοινωνικούς αλλά και ηθικούς νόμους περί εργασίας, τίποτα από όλα αυτά δε θα είχε συμβεί.

Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές, προσαρμοσμένες στις απαιτήσεις που προκύπτουν από τις νέες οικονομικοκοινωνικές συνθήκες, αντλούν οφέλη τόσο σε ότι αφορά την παραγωγικότητά τους όσο και σχετικά με τη φήμη και την εικόνα της επιχείρησης και τελικά με την οικονομική τους επίδοση. Αρκεί να φροντίσουν για ικανοποιημένο και άρα πιο παραγωγικό ανθρώπινο δυναμικό, για βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών και για βελτίωση των σχέσεων με την τοπική κοινωνία. Έτσι εξασφαλίζουν τη θετική ανταπόκριση της κοινής γνώμης μέσα από τη βελτίωση της εταιρικής εικόνας.

Όλα αυτά μεταφράζονται σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα για μια επιχείρηση, καθώς την κάνουν πιο ανθεκτική σε μια αιφνίδια κρίση της αγοράς και αυξάνουν την πιθανότητα προσέλκυσης και διατήρησης πελατών και εργαζομένων. Οι επιχειρήσεις που κάνουν την εταιρική ευθύνη αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής επιχειρηματικής πρακτικής τους, έχουν τη δυνατότητα να προβλέψουν και να αντιμετωπίσουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα που ενδέχεται να έχουν επίδραση στην ανταγωνιστικότητά τους και, τελικά, να βελτιώσουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική της επίδοση με οφέλη σταθερά και διαχρονικά.

Πηγή: Φωτεινή Σφακιανάκη (2007), *“Πρακτικές Ε.Κ.Ε. κατά των κρίσεων”*

<http://news.disabled.gr/?p=14195>

3.1.3 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και δημόσιες σχέσεις

Οι σκέψεις που ανακύπτουν από αυτές τις δύο εντελώς διαφορετικές έννοιες είναι ανησυχητικές για το μέλλον της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Οι επιχειρήσεις σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας επιδιώκουν να παρουσιάζουν τις ενέργειες ΕΚΕ που πραγματοποιούν σε κοσμικά πάρτι και πάντα στα πλαίσια μιας ακόμη επαγγελματικής επιτυχίας. Το γεγονός αυτό δημιουργεί σύγχυση ανάμεσα στους ειδήμονες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και στους υπευθύνους δημοσίων σχέσεων των επιχειρήσεων.

Εδώ και καιρό οι περισσότερες Ελληνικές, αλλά και διεθνείς εταιρίες φροντίζουν σε κάθε τους εκδήλωση να τονίζουν πως το εκάστοτε κοινωνικό γεγονός, το οποίο συνήθως προωθείται μέσω κάποιας καταχώρισης σε κοσμικό περιοδικό, γίνεται στα πλαίσια του φιλανθρωπικού έργου ή των ενεργειών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης. Αυτού του είδους οι εκδηλώσεις αποσκοπούν στην δημιουργία εντυπώσεων σε αυτούς που επιθυμεί η επιχείρηση και στην βελτίωση της εικόνας της προς πελάτες, συνεργάτες και κοινωνία. Όλα τα παραπάνω είναι εντελώς αντίθετα με αυτά που πρεσβεύει και αποσκοπεί η εταιρική κοινωνική ευθύνη και ο επιχειρηματικός κόσμος πρέπει επιτέλους να το καταλάβει και να επανορθώσει.

Αυτό που πρέπει να κάνει πρώτα μια εταιρία που επιθυμεί να υιοθετήσει το σκεπτικό της Ε.Κ.Ε. είναι η προώθηση της εσωτερικής πολιτικής, του κώδικα δεοντολογίας και συμπεριφοράς. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις πρέπει να αντιλαμβάνονται ταχύτατα τις εξελίξεις στην κοινωνία και το περιβάλλον και να προσαρμόζουν τις διαδικασίες και τη λειτουργία τους σε σχέση με αυτές. Τέλος, οι επιχειρήσεις πρέπει να προσέχουν και να μην χρησιμοποιούν τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με σκοπό την επιπρόσθετη προβολή και την ενίσχυση του εταιρικού τους κοινωνικού προφίλ, για να αποφύγουν το ενδεχόμενο να γυρίσει εναντίον τους η οποιαδήποτε δημοσιοποίηση.

3.2 Κριτική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ο βασικότερος πολέμιος της Ε.Κ.Ε., ο νομπελίστας οικονομολόγος Milton Friedman¹⁰, υποστηρίζει ότι η ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η επίτευξη του κέρδους. Θεωρεί ότι υπάρχει μία και αποκλειστικά μόνο μία κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, το κέρδος, στο πλαίσιο βέβαια του ανοικτού και ελεύθερου ανταγωνισμού και την αποφυγή απάτης και δόλου, και υπό αυτή τη λογική 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. Επισημαίνει, βέβαια, ότι «πρακτικά η doctrine της κοινωνικής υπευθυνότητας είναι συχνά ένας μανδύας για πράξεις που δικαιολογούνται σε άλλη βάση παρά σε ένα λόγο για αυτές τις πράξεις». «Σε κάθε μια - και πολλές παρόμοιες- περιπτώσεις υπάρχει μια ισχυρή πρόκληση για εκλογίκευση αυτών των δράσεων σαν εξάσκηση “κοινωνικής υπευθυνότητας”. Στο παρόν κλίμα της κοινής γνώμης με την ευρέως διαδεδομένη αποστροφή για τον καπιταλισμό, τα κέρδη, την άψυχη επιχείρηση κλπ, αυτός είναι ένας τρόπος για την επιχείρηση να δημιουργήσει καλό όνομα (και πελατεία) σαν ένα παραπροϊόν δαπανών που είναι απόλυτα δικαιολογημένες για τα ίδια της τα κέρδη».

Από την άλλη, ωστόσο, θεωρεί ότι η κοινωνική υπευθυνότητα βοηθά στην ενδυνάμωση της ήδη πολύ διαδεδομένης οπτικής ότι η επιδίωξη του κέρδους είναι ανήθικη και κακή και πρέπει να ελεγχθεί και να καμφθεί από εξωτερικές δυνάμεις, πράγμα που βλάπτει τα θεμέλια μιας ελεύθερης κοινωνίας, την οποία ο ίδιος εκλαμβάνει και οραματίζεται ως άρρηκτα συνδεδεμένη με τον καπιταλισμό σε συνθήκες ελεύθερου και ανοικτού ανταγωνισμού.

¹¹Άλλοι λόγιοι οι οποίοι υποστηρίζουν πως η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ένα ακόμη τέχνασμα των εταιριών για να αυξήσουν τα κέρδη τους και πως στην πραγματικότητα δεν ενδιαφέρονται για το περιβάλλον και την κοινωνία είναι οι Th. Levitt, οι Koontz και Donnel και ο N. Chamberlain. Όλοι τους ακολούθησαν περίπου την ίδια γραμμή, ότι οι επιχειρήσεις έχουν ως κύριο στόχο τη μεγιστοποίηση των κερδών τους, και οι κοινωνικές ευθύνες ανήκουν στις κυβερνήσεις.

Ο Th. Levitt ήταν αυτός που υποστήριξε ότι η ανάληψη κοινωνικών ευθυνών από οικονομικούς οργανισμούς θα οδηγήσει στην απόκλιση της πορείας τους προς τους στόχους τους, και ότι υπεύθυνο για την κοινωνία είναι το κράτος. Οι δε Koontz και Donnel ήταν αυτοί που ανέφεραν πως οι επιχειρήσεις αποσκοπούν στην παραγωγή αγαθών για την κάλυψη των αναγκών της κοινωνίας, χρησιμοποιώντας σωστά τους πόρους και όντας παραγωγικές, υιοθετώντας δε τους ηθικούς κοινωνικούς κανόνες. Αναλαμβάνοντας όμως κοινωνικές ευθύνες, δεν εκπληρώνουν το σκοπό τους, με άλλα λόγια, οι Koontz και Donne

¹⁰ Milton Freedman, “The social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, The New York Times Magazine, 13 Σεπτεμβρίου 1970

Περιέχεται στο: Michael Hoffman- Robert Frederick (ed.), Business Ethics Readings and Cases in corporate morality, McGraw .Hill, Inc, 1995.

¹¹ Ιστοσελίδα: http://en.wikipedia.org/wiki/corporate_social_responsibility

απέρριψαν την ανάληψη κοινωνικών ευθυνών από τις επιχειρήσεις. Τέλος, ο N. Chamberlain, ήταν αυτός που θεωρητικά ακολούθησε μία μέση οδό. Αναγνώριζε στις επιχειρήσεις κοινωνικές ευθύνες, αλλά υποστήριζε πως αυτό είναι πρακτικά αδύνατο, αφού πρέπει πρώτα να ασχοληθούν με τον ανταγωνισμό που υπάρχει μεταξύ τους. Θεωρεί ότι η ανάληψη κοινωνικών ευθυνών με τη διάθεση κεφαλαίων, θέτει σε κίνδυνο την οικονομική ισορροπία, και πίστευε πως πολλές φορές μπορεί να μην αξίζει τον κόπο, γιατί πολλοί μέτοχοι δεν διαθέτουν κοινωνική συνείδηση.

¹²Η Ευρωπαϊκή Ένωση αναφέρει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ακριβέστερη έννοια του όρου είναι υπευθυνότητα) σαν μια έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι δράσεις αυτές είναι εθελοντικές και πέρα από τις (ελάχιστες) νομικές, κανονιστικές ή θεσμικές υποχρεώσεις για συμμόρφωση που τις βαρύνουν. Η ανταπόδοση συνίσταται στο ότι οι ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση περιβαλλοντικών ζητημάτων δημιουργούν καλή φήμη, αναγνωρισιμότητα και, τελικά, κέρδη.

Από το παραπάνω απόσπασμα γίνεται με μια πρώτη ματιά εμφανές πως δεν προκύπτει μια ηθική και ευαισθησία των επιχειρήσεων που υπάρχουν έμφυτες σε αυτές, αλλά αυτές οι έννοιες εισάγονται από έξω, αφού γίνεται λόγος για δράσεις που εθελοντικά μπορούν να υιοθετηθούν. Επίσης, δεν επιβάλλεται η εφαρμογή αυτών των δράσεων στις επιχειρήσεις με κάποιο νόμο. Ωστόσο, είναι στη στρατηγική της ΕΕ και των εθνικών κυβερνήσεων να προωθούν, να ελέγχουν και να αναπροσαρμόζουν συστηματικά την πολιτική τους για την ΕΚΕ καθώς θεωρείται πως συμβάλλει σημαντικά στην προώθηση της ανταγωνιστικότητας της καπιταλιστικής οικονομίας και των στόχων της ΕΕ. Από το παραπάνω απόσπασμα προκύπτει επίσης πως σκοπός της ΕΚΕ δεν είναι τίποτα άλλο παρά μόνο το κέρδος (και δε θα μπορούσε να είναι αλλιώς) μέσω της φήμης και της αναγνωρισιμότητας. Με άλλα λόγια, η πολυδιαφημιζόμενη ΕΚΕ, η γεμάτη ευαισθησία και συμπόνια φιλανθρωπία των καπιταλιστών δεν είναι τίποτα άλλο παρά επιχειρηματικές δραστηριότητες, ενταγμένες στη στρατηγική της καπιταλιστικής επιχείρησης με σκοπό το κέρδος.

Δεν είναι τυχαίο πως στην εκφρασμένη αγωνία για την παραπέρα ενίσχυση της Ε.Κ.Ε. εν μέσω οικονομικής κρίσης και μειωμένης αντοχής των επιχειρήσεων να αντεπεξέλθουν σ' αυτή οι ίδιοι οι επιχειρηματίες απαντάνε πως η «κοινωνική υπευθυνότητα» αποτελεί μακροπρόθεσμη επένδυση και όχι περιττή πολυτέλεια με στόχο το συγκυριακό κέρδος. Επίσης, πρέπει να προσθέσουμε πως τα χρηματικά ποσά που επενδύονται στην ΕΚΕ είναι αμελητέα μπροστά στα οικονομικά μεγέθη αυτών των επιχειρήσεων.

¹² Μαρία Θεοφίλη, "Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Η φιλανθρωπία ως εκμετάλλευση", Τρίτη 6-12-2011

http://www.praxisred.blogspot.com/2011/12/blog-post_06.html

Αυτού του είδους η επένδυση είναι μια περιορισμένη πλευρά μιας πολύμορφης δραστηριότητας του κεφαλαίου σε παγκόσμιο επίπεδο που απλώνεται σε διάφορες χώρες, που η «φιλανθρωπία» και η «κοινωνική ευαισθησία» γίνεται το περιβλήμα μιας αναπτυσσόμενης παγκόσμιας βιομηχανίας, σε αλληλοσύνδεση με τη λεγόμενη κοινωνική οικονομία. Είναι μια μορφή άμεσης και κατευθείαν τοποθέτησης κεφαλαίων σε τομείς που δεν καλύπτονται ή καλύπτονται περιορισμένα από τον κρατικό τομέα, ή που έχουν αυξημένο ρίσκο και το αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις για να ανακαλύψουν νέες «πρωτοπόρες» λύσεις, οι οποίες θα μπορούν να υιοθετηθούν σε μεγαλύτερη κλίμακα. Δίνουμε ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα ως προς αυτό. Απ' το Ίδρυμα Γκέιτς δόθηκαν 7,5 εκατομμύρια δολάρια σε έναν άλλο αμερικανικό μη κερδοσκοπικό Οργανισμό, τον TechnoServe, για να εκπαιδεύσει αγρότες που παράγουν μάνγκο και άλλα φρούτα στην Ουγκάντα και την Κένυα, ώστε να βελτιώσουν την ποιότητα και ν' αυξήσουν την παραγωγή τους, την οποία όμως θα πρέπει να πουλούν σε εταιρεία στην οποία έχει επενδύσει το Ίδρυμα Γκέιτς. Θα δοθούν χρήματα και στους αγρότες, αλλά με τη μορφή δανείου. Δηλαδή, και κέρδη για την εταιρεία του Γκέιτς και μόνιμη εξάρτηση των αγροτών από τις τράπεζες. Δεν είναι καθόλου υπερβολή ότι χρέος στις τράπεζες είναι μια σύγχρονη μορφή της δουλείας. Με άλλα λόγια, το κεφάλαιο αναζητά νέα πεδία δράσης, από την «πράσινη ανάπτυξη» και την «αιεφορία», ως την «κοινωνική οικονομία» και τις δήθεν μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεις για να απομυζήσει κέρδη, να εξασφαλίσει τη διευρυμένη αναπαραγωγή του.

Όπως δείχνει αυτό το παράδειγμα, η τρέχουσα έννοια της CSR μπορεί να είναι πολύ αποτελεσματική σε ότι αφορά τη δημιουργία μιας θετικής εταιρικής εικόνας, έχει κάνει όμως ελάχιστα πράγματα για τη βελτίωση της επιχειρηματικής ηθικής. Πράγματι, μια ανάλυση για το πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρηματικές κοινότητες την έννοια της CSR αποκαλύπτει πως δεν την έχουν καλωσορίσει και επευφημήσει για τις ηθικές εφαρμογές της, αλλά για την ικανότητά της να προστατεύει και ενδεχομένως να βελτιώνει τη θέση τους στην αγορά. Για παράδειγμα, το World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), αρνείται να παράσχει έναν γενικό ορισμό της CSR, παρέχει όμως επτά κεντρικές αξίες που πιστεύει ότι αποτελούν την πρακτική της CSR, συμπεριλαμβανομένων των “ανθρώπινων δικαιωμάτων, δικαιωμάτων των εργαζομένων, περιβαλλοντικής προστασίας, κοινοτικής συμμετοχής, σχέσεις προμήθειας, εποπτείας και δικαιωμάτων των μερών”. Είναι σημαντικό ωστόσο ότι καθιστά σαφές πως συνιστάται στις επιχειρήσεις να ανταποκρίνονται σε αυτά τα ζητήματα, καθώς διαφορετικά μπορούν να οδηγηθούν σε αρνητικά οικονομικά αποτελέσματα όπως «μπούκοτάζ των καταναλωτών, πρόσθετες δαπάνες για την επανόρθωση παλιών σφαλμάτων, εμπόδια στη συγκέντρωση χρημάτων και στις ασφάλειες και επιθέσεις σε σταθερά περιουσιακά στοιχεία όπως γεωργικές εκτάσεις και κτίρια».

¹³Ο Timothy Clark πρότεινε να στρέψει η διεθνής κοινότητα το ενδιαφέρον της στην ιδέα μιας Εταιρικής Κοινωνικής Ανευθυνότητας (Corporate Social Irresponsibility- CSIR), όπου οι εταιρίες θα υποχρεώνονται να τεκμηριώνουν όχι αυτά που έχουν κάνει αλλά αυτά που δεν έχουν κάνει¹⁴. Αντί να διευκολύνει τον τρέχοντα και συχνά απατηλό εταιρικό κομπασμό που επιτυγχάνεται εύκολα από οποιαδήποτε λογική ομάδα μάρκετινγκ, η CSIR ε-

¹³ Chris Brown, “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η επέκταση της αγοράς προτεινόμενη ως διαφάνεια” παρ. 11, αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα <http://www.re-public.gr/?p=4036>

¹⁴ Clark, “What CSR is not”

πικεντρώνεται στις επιζήμιες αλλά αντιμετωπίσιμες πτυχές της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, ακολουθώντας μια προσέγγιση του τύπου «κάνε ζημιά» που απαιτεί εταιρικές εγγυήσεις ότι τα θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα θα γίνουν δεκτά. Είναι σημαντικό ότι μια τέτοια προσέγγιση καθιστά αυτά τα θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα αδιαπραγμάτευτα, ανεξάρτητα από τον αριθμό των εταιρικών διεκδικήσεων και κινήτρων. Η CSIR ρίχνει επιτυχώς το μπαλάκι στις εταιρίες να αποδείξουν την ηθική πρακτική τους, αντί να πρέπει οι τοπικές κοινότητες να αποδείξουν πώς τα ανθρώπινα δικαιώματά τους παραβιάστηκαν.

Από την άλλη πλευρά, οι «κριτές» της Ε.Κ.Ε. σήμερα υποστηρίζουν πως μπορούν να αριθμήσουν πολλές επιχειρήσεις που ενώ ξοδεύουν πολύ χρόνο στο να προωθούν τις πολιτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και σταθερής ανάπτυξης, καταστρέφουν αποδεικτικά στοιχεία. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτών των περιπτώσεων αποτελούν οι εταιρίες Mc Donald's και Shell, οι οποίες δέχθηκαν ισχυρές κριτικές και έφτασαν μέχρι και τα δικαστήρια. Η πρώτη αρχικά κατηγορήθηκε για ανήθικες εταιρικές πρακτικές και τελικά της επιβλήθηκε πρόστιμο για κακομεταχείριση εργαζομένων, παραπλανητική διαφήμιση και αναιτία βία σε ζώα, ενώ η δεύτερη κατηγορήθηκε για υποκρισία σε θέμα που είχε προκύψει με τα αποθέματα των πετρελαίων της.

Αυτά τα γκρουπ, συγκεκριμένα φτάνουν στο συμπέρασμα πως αυστηρότεροι κυβερνητικοί αλλά και διεθνείς νόμοι θα συντελέσουν στην καλύτερευση της συμπεριφοράς των εταιρειών στο συγκεκριμένο θέμα και όχι τα εθελοντικά μέτρα. Επίσης σε αναφορές τους τονίζουν πως:

- Οι εταιρίες στην πραγματικότητα ενδιαφέρονται πολύ λίγο για τους εργαζόμενους και το περιβάλλον και με την πρώτη ευκαιρία εύκολα θα μεταφερόντουσαν σε χώρες με όχι τόσο αυστηρή νομοθεσία.
- Οι εταιρίες δεν πληρώνουν ολόκληρα τα ποσά που θα έπρεπε να πληρώνουν για την «υποτιθεμένη» εταιρική κοινωνική ευθύνη. Για παράδειγμα, το κόστος του καθαρισμού των αποβλήτων τους, το μετακυλούν συνήθως στα προϊόντα τους, με αποτέλεσμα να αυξάνουν το κέρδος τους και από εκεί.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια εξαπάτηση που στηρίζεται στην εθελοντική φιλανθρωπία. Τονίζεται ο ρόλος της φιλανθρωπίας ως στάχτη στα μάτια των ανθρώπων, την ώρα που οι μεγάλες εταιρίες σπαταλούν άπειρα ποσά για να «ενσπεύρουν» την επιστημονική αβεβαιότητα προς την κατεύθυνση που τις εξυπηρετεί κάθε φορά. Οι εταιρίες χρησιμοποιούν την Ε.Κ.Ε. ως πρακτική δημόσιων σχέσεων και δόμησης εταιρικού προφίλ. Επιπλέον, με την χρήση της Ε.Κ.Ε. αποφεύγουν την κοινωνική κατακραυγή και αποκτούν πρόσχημα απέναντι στο κράτος για αποφυγή ουσιαστικού ελέγχου.¹⁵ Για να είναι πειστική η εταιρική κοινωνική ευθύνη, πρέπει η εταιρεία να επιδεικνύει μια ισορροπημένη συμπεριφορά σε όλους τους τομείς της δραστηριότητάς της, με την έννοια ότι δεν μπορεί να επικεντρώνει την ευαισθη-

¹⁵ Νίκος Προγούλης, “Μια προσπάθεια οριοθέτησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης”, παρ.6, Ιστοσελίδα: Ελληνική Εταιρία Ηθικής <http://www.ethics.gr/content.php?id=37>

σία της σε έναν τομέα, π.χ. στο περιβάλλον, και ταυτόχρονα να καταπατά εργατικά δικαιώματα, να εξαπατά πελάτες, συνεργάτες, το δημόσιο ή να παραβαίνει τους νόμους. Τέτοια φαινόμενα είναι, δυστυχώς συχνότατα, και αποσκοπούν στην προβολή του καλού προσώπου της εταιρείας σε έναν τομέα και την απόκρυψη των πρακτικών της σε έναν άλλο, που ουσιαστικά χρηματοδοτεί τον πρώτο.

3.2.1 Τι είναι υπευθυνότητα;

Η υπευθυνότητα υποδηλώνει αποκριτικότητα, υποχρέωση, έλεγχο, αρμοδιότητα και καθήκον για φροντίδα¹⁶. Άρα είναι αυτή η λέξη κατάλληλη για το ζήτημα της Ε.Κ.Ε.; Μέσω της ΕΚΕ οι εταιρίες επιζητούν να εμπλακούν με τα ενδιαφερόμενα μέρη, χωρίς όμως να έχουν την θέληση να λογοδοτήσουν σε αυτά.

Οι εταιρίες προτιμούν την λέξη «δέσμευση» από την λέξη «καθήκον». Για παράδειγμα, οι εταιρικοί και κυβερνητικοί ορισμοί κατά κανόνα κάνουν αναφορά στην ιδέα ότι η Ε.Κ.Ε. σημαίνει ενέργειες που γίνονται από τις επιχειρήσεις οι οποίες ξεπερνούν τις νομικές υποχρεώσεις τους – με άλλα λόγια ενέργειες που δεν έχουν την υποχρέωση να τις πραγματοποιήσουν. Ο σκοπός επομένως των ευθυνών μιας εταιρίας είναι αυτό-ορισμένος και όχι κοινωνικά ορισμένος. Επίσης δεν μπορούν να μετρηθούν, άρα η αξία μπορεί να αποδοθεί τελείως αυθαίρετα.

Στο «For Business Ethics»¹⁷ οι Jones, Parker και Bos ισχυρίζονται πως με το να επιλέγουν με ποια εμπλεκόμενα μέρη θα ενασχοληθούν, οι επιχειρήσεις κάνουν κακή χρήση του όρου υπευθυνότητα και εμπορίου στις θετικές συνεκδοχές τους. Ισχυρίζονται ότι υπευθυνότητα σημαίνει «άνευ όρων ευλικρίνεια σε σχέση με άλλους, χωρίς να γνωρίζεις εκ των προτέρων ποιος θα είναι ο άλλος και πως θα ανταποκριθείς σε αυτόν», ενώ οι εταιρίες ενασχολούνται μόνο με αυτούς που είναι χρήσιμοι στις ίδιες, και αντί να ανταποκρίνονται σε αυτούς, τους αποσπούν την προσοχή ή τους καθησυχάζουν.

3.2.2 Τι είναι μια εταιρία;

Μια επιχείρηση είναι η ιδιοκτησία των μετόχων της. Οι διευθυντές των επιχειρήσεων είναι νομικά δεσμευμένοι να δρουν προς το καλύτερο συμφέρον των ιδιοκτητών της επιχείρησης. Όπως ο Joel Bakan υποστηρίζει στο “The Corporation”, αυτό δημιουργεί μια δομή η οποία είναι παθολογική στην επιδίωξη της για κέρδος. Οι εταιρίες δεν είναι απλά άπληστες, η μόνη ανησυχία που έχουν είναι να συγκεντρώνουν πλούτο στα χέρια των μετόχων¹⁸. Μέσω της Ε.Κ.Ε. οι επιχειρήσεις διατυμπανίζουν τις «αξίες» τους, όμως μια επιχείρηση μπορεί να έχει μόνο μια αξία: την μετοχική αξία της.

¹⁶ Cambridge Advanced Learner's Dictionary – online, <http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=67349&dict=CALD> αναγνώστηκε στις 12/12/11

¹⁷ Campbell Jones, Martin Parker, Rene ten Bos (2005), “For Business Ethics: A Critical Approach”, Routledge

¹⁸ J. Bakan (2004), “The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power” βλ. σημείωμα 14, σελ.56-57

Ο οικονομολόγος Milton Friedman αναφέρει ότι επειδή μια επιχείρηση είναι η ιδιοκτησία των μετόχων της, η Ε.Κ.Ε. μπορεί να είναι μόνο ανειλικρινής¹⁹. Με άλλα λόγια, οι επιχειρήσεις μπορούν να πάρουν μια απόφαση που θα ευνοήσει το ευρύ κοινό καλό αν το αποτέλεσμα είναι επίσης το πιο επικερδές για τις επιχειρήσεις. Άρα, το ευρύ κοινό καλό μπορεί να συμβεί μόνο αν μέσω αυτού μπορεί να δημιουργηθεί κέρδος. Αυτό είναι τελείως αντίθετο από την κοινή παραδοχή – ότι το συμφέρον της κοινωνίας τοποθετείται ψηλότερα από το ατομικό συμφέρον.

Η ΕΚΕ μπορεί να δουλέψει μόνο αν το κοινό αποδέχεται την ιδέα ότι οι εταιρίες μπορούν να κάνουν ηθικές επιλογές. Εάν το κοινό πιστεύει ότι οι «κοινωνικά υπεύθυνες» εταιρίες απλά δρουν με τρόπο που ευνοεί τα συμφέροντα τους, θα τους επιβράβευαν για αυτό τον λόγο; Εάν τα κέρδη είναι ο πρωταρχικός σκοπός, τότε μπορεί η ΕΚΕ να κάνει την διαφορά στα προβλήματα που προκαλούν οι ίδιες οι εταιρίες; Τι συμβαίνει όμως όταν η αντιμετώπιση κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προβλημάτων δεν ευνοεί την οικονομική ανάπτυξη; Όπως υποστηρίζει η αναφορά Corporate Law and Structures, «για τους 'εταιρικούς περιβαλλοντιστές' ο πρώτος στόχος είναι να κάνουν όσα περισσότερα λεφτά μπορούν, αλλά αν είχαν δυο τρόπους για να το κάνουν θα διαλέγουν πάντοτε αυτόν που απαιτεί τον λιγότερο φόνο, κραυγαλέα κλοπή ή περιβαλλοντική καταστροφή». Από την στιγμή που η Ε.Κ.Ε. δεν θα δώσει τέλος σε καταστροφικές δραστηριότητες για όσο καιρό είναι αυτές επικερδείς, μπορεί πραγματικά να περιγραφεί ως «υπεύθυνη»;

Οι εταιρίες έχουν μεγάλες καταστροφικές επιδράσεις στην κοινωνία και στο περιβάλλον και είναι οι κυρίαρχοι θεσμοί στην κοινωνία μας, οπότε αν ο μοναδικός τύπος ενεργειών που μπορούν να κάνουν για να κατευνάσουν τις καταστροφικές επιδράσεις τους είναι οι πιο επικερδείς ενέργειες, τότε οι προοπτικές για τον πλανήτη δεν φαίνονται τόσο καλές. Κάτι σε αυτήν την εξίσωση πρέπει να αλλάξει, και η Ε.Κ.Ε. δεν δείχνει να είναι το σωστό μέσο για να γίνει αυτό.

¹⁹ J. Bakan (2004) *"The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power"*, βλ. σημείωμα 14, σελ.34

Πηγή: Corporate Watch CSR Report (2006), *"What's wrong with corporate social responsibility?"* Μέρος 2 σελ. 9 <http://www.corporatewatch.org>

3.3 Προβληματισμοί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Το Asian Monitor Source Centre (AMRC) κριτικός οδηγός σε εταιρικούς κώδικες συμπεριφοράς ηχεί στις κριτικές του τα ευρύτερα προβλήματα της Ε.Κ.Ε.²⁰. Το AMRC υποστηρίζει ότι αντί να υπάρχουν λύσεις στις εταιρικές καταχρήσεις στον χώρο εργασίας, οι κώδικες συμπεριφοράς είναι συνήθως ανεπαρκείς για να το αλλάξουν. Η μελέτη τους, η οποία βασίζεται σε εμπειρία δεκαετούς μελέτης των εργασιακών ζητημάτων στην Ασία, τους αφήνει αναποφάσιστους για το αν οι κώδικες συμπεριφοράς έχουν οδηγήσει σε βελτίωση στα επίπεδα εργασίας.

Οι κώδικες συμπεριφοράς χρησιμοποιούνται σαν εναλλακτικό των σωματείων εμπορίου, των συλλογικών διαπραγματεύσεων και της ενδυνάμωσης του εργαζόμενου. Αναπτύχθηκαν κυρίως από το ενδιαφέρον των καταναλωτών από τον Βορρά (Β. Κίνα). Αυτή η προσέγγιση μπορεί να επιτύχει μικρές, ασταθείς βελτιώσεις στις συνθήκες εργασίας ή μισθούς. Η ανάλυση του AMRC εγείρει σημαντικά ζητήματα για το ποιος θα αποφασίζει ποιες είναι οι αποδεκτές συνθήκες. Στο παρόν, σε πολλές περιπτώσεις είναι η επιχείρηση, οι καταναλωτικές εκστρατείες και οι ΜΚΟ. Οι εργαζόμενοι δεν μπορούν να εξαρτώνται στην διαρκή πίεση των καταναλωτών του Βορρά. Τα εργασιακά δικαιώματα μπορούν να προστατευτούν μόνο, όπως οι ίδιοι υποστηρίζουν, μέσω αυτό-οργάνωσης των εργαζομένων²¹.

Οι πολυεθνικές δεν πληρώνουν το κόστος της συμμόρφωσης με τους κώδικες αλλά το μεταφέρουν στους προμηθευτές και τελικά στους εργαζόμενους, που δεν έχουν καμιά εγγύηση ότι δεν θα γίνουν θύματα σε περίπτωση που το φέρουν στο προσκήνιο το θέμα. Οι εργαζόμενοι συχνά αναγκάζονται να δουλεύουν έξτρα ώρες για να καθαρίσουν το εργοστάσιο πριν καταφθάσουν οι επιθεωρητές για θέματα εταιρικής ευθύνης. Επειδή οι αγορές αρνούνται να πληρώσουν τα επιπρόσθετα κόστη των μη εκμεταλλευτικών πρακτικών εργασίας, οι κώδικες είναι απειλή για τους εργαζόμενους και όχι ένα εργαλείο για την ενδυνάμωση τους.

Η αναδόμηση ειδικά της βιομηχανίας ένδυσης προς την «just in time» παραγωγή ενέχει περαιτέρω κινδύνους για τα εργασιακά δικαιώματα, αφού οι εταιρίες όλο και περισσότερο δεν χρειάζεται να κάνουν τακτικές παραγγελίες από τα εργοστάσια. Χωρίς βιώσιμες σχέσεις δεν υπάρχουν βιώσιμα μέσα για κρίση της εργασιακής συμμόρφωσης. Ο αγώνας δρόμου προς τον πάτο σε όρους εργασιακών δικαιωμάτων είναι ένα ενδημικό πρόβλημα στην παγκοσμιοποιημένη οικονομία και κάτι που η εθελοντική ΕΚΕ είναι ανίκανη να σηκώσει στις πλάτες της. Αυτό ισχύει όχι μόνο στους εργασιακούς κώδικες αλλά και σε άλλους τομείς. Έξι χρόνια μετά την εγκαθίδρυση του Forest Stewardship Council, τα ποσοστά της αποψίλωσης των δέντρων στα τροπικά μέρη έχει αυξηθεί²². Οι κώδικες συμπεριφοράς προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν την δύναμη της αγοράς παρά να την μειώσουν.

²⁰ AMRC, 2004 βλ. σημείωμα 5.

²¹ AMRC, 2004 βλ. σημείωμα 5, pp96-8

²² Bass, S., X. Font και L. Danielson (2001), "Standards and certification: A leap forward and a step back for sustainable development. *The Future is Now: Equity for a Small Planet.*" International Institute for Environment and Development, Λονδίνο

Οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις (Κ.Υ.Ε.), ή ηθικές επενδύσεις, χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν μια επένδυση που επιζητά να έχει θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία ή τουλάχιστον να ελαχιστοποιήσει τις αρνητικές επιδράσεις. Κ.Υ.Ε. μπορεί να σημαίνει μια ευρεία κλίμακα πράξεων, από αποκλειστικές επενδύσεις σε επιχειρήσεις που έχουν θετικό αντίκτυπο (όπως η πολιτική του Triodos²³ και της Grameen Bank²⁴), έως τον αποκλεισμό εταιριών που δραστηριοποιούνται στους χειρότερους τομείς όπως του τσιγάρου, των όπλων και των βιομηχανιών πετρελαίου ή εταιρίες που εκτελούν πειράματα σε ζώα (έτσι κάνουν η Cooperative Bank²⁵ και το ταμείο συντάξεων²⁶ Friends Provident 'Stewardship').

Το γεγονός όμως είναι ότι οι περισσότερες από αυτές τις κοινωνικές επενδύσεις πέφτουν στο κενό. Οι κοινωνικά υπεύθυνοι επενδυτές, όπως και όλοι οι επενδυτές, πρέπει να εξασφαλίσουν την οικονομική επιτυχία των προϊόντων τους, Οπότε μπορούν να υποστηρίξουν τις προσπάθειες μια εταιρίας να είναι κοινωνικά υπεύθυνη μόνο όταν αυτό είναι επικερδές για την ίδια. Για αυτό τον λόγο ο ρόλος των Κ.Υ.Ε. είναι περιορισμένος σε ζητήματα όπως διαχείρισης ρίσκων, πληρωμές ανώτερων υπαλλήλων και κλείσιμο συμφωνιών που ευνοούν τα συμφέροντα των μετόχων. Επιβραβεύουν εταιρίες όταν αυτές κάνουν μικρές αλλαγές όταν οι συνολικές επιχειρηματικές δραστηριότητες της εταιρίας είναι ένα σοβαρό πρόβλημα. Το New Economics Foundation το έχει βαπτίσει όλο αυτό το θέμα ως «ethics lite»²⁷.

«Όπως το παγόβουνο, οι περισσότερες δραστηριότητες ΕΚΕ είναι αόρατες... Είναι συχνά μια ενεργή προσπάθεια να αυξηθεί η εταιρική κυριαρχία παρά μια απλή αμυντική λειτουργία "image management"»²⁸.

Η ΕΚΕ υποτίθεται ότι είναι μια πρακτική κέρδος-κέρδος. Οι εταιρίες αποκτούν κέρδη και η κοινωνία επωφελείται. Όμως ποιος πραγματικά κερδίζει; Εάν υπάρχει κάποιο όφελος για την κοινωνία, που σε αρκετές περιπτώσεις είναι αμφισβητήσιμο, μήπως οι απώ-

²³ Triodos Bank ιστοσελίδα, <http://www.triodos.co.uk/en/personal/investments/>

²⁴ Grameen Bank ιστοσελίδα, "About Grameen Bank", <http://www.grameen-info.org/>

²⁵ Co-operative Bank ιστοσελίδα, "Ethical Policy", <http://www.co-operativebank.co.uk/servlet/Satellite/1193206375355.CFSweb/Page/Bank?WT.svl=nav1>

²⁶ Friends Provident ιστοσελίδα, "Stewardship", http://www.friendslife.co.uk/common/layouts/subSectionLayout.jhtml?pagelId=fpcouk/SitePage5imple%3Aportal_csr#

²⁷ Ed Mayo και Deborah Doane, "An Ethical Door Policy; How to avoid the erosion of ethics in Socially Responsible Investment.", New Economics Foundation, Απρίλιος 2002, σελ. 9

²⁸ David Miller, "Unspinning the globe", Red Pepper, Ιούνιος 2003

λεις που έχει η κοινωνία σε διάφορους τομείς από την επιχειρηματική δραστηριότητα των εταιριών και τα οφέλη που αποκομίζει ως αποτέλεσμα αυτών υπερτερούν; Η ΕΚΕ έχει κρυφά κίνητρα. Μια μελέτη δείχνει ότι πάνω από το 80% των ατόμων που λαμβάνουν αποφάσεις σε ζητήματα ΕΚΕ είναι πολύ αισιόδοξοι στην δυνατότητα της εφαρμογής της ΕΚΕ ώστε αυτή να επιφέρει οφέλη για τους εργαζομένους²⁹. Ας πάρουμε το παράδειγμα της απλής εταιρικής κοινωνικής φιλανθρωπίας, όταν οι εταιρίες κάνουν δωρεές σε αγαθοεργίες αυτό που στη πραγματικότητα κάνουν είναι να δίνουν τα χρήματα των μετόχων τους, κάτι που μπορούν να το κάνουν όμως αν διαπιστώσουν κάποιο πιθανό κέρδος από αυτή την κίνηση. Αυτό το κάνουν επειδή μπορεί να θέλουν να βελτιώσουν την εικόνα της εταιρίας συνδέοντας την με κάποιον σκοπό, για να εκμεταλλευτούν βέβαια έναν εύκολο τρόπο διαφήμισης ή για να αντιμετωπίσουν τα αιτήματα συγκεκριμένων ομάδων που της ασκούν πίεση. Πάντοτε όμως υπάρχει ένα βαθύτερο οικονομικό κίνητρο, ώστε η επιχείρηση να επωφελείται περισσότερο από την κοινωνία. Η Ε.Κ.Ε. επιτρέπει στις επιχειρήσεις να παραθέτουν αναποτελεσματικές λύσεις βασισμένες στους κανόνες της αγοράς για τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές κρίσεις, αποστρακίζοντας το φταίξιμο για τα προβλήματα που προκαλούν οι επιχειρηματικές δραστηριότητες τους στους καταναλωτές. Κατά αυτό τον τρόπο προστατεύουν τα συμφέροντα τους ενώ παράλληλα παρεμποδίζουν τις προσπάθειες για εξεύρεση δίκαιων και βιώσιμων λύσεων.

3.3.1 Μπορεί ο καταναλωτής να αλλάξει την αγορά;

Πολλές λύσεις βασισμένες στους νόμους και κανόνες της αγοράς επικεντρώνονται στην δύναμη του καταναλωτή ώστε να δημιουργήσει την απαραίτητη αλλαγή για μια πιο βιώσιμη αγορά. Οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν να αγοράσουν προϊόντα που συνεισφέρουν στις τοπικές κοινότητες και δεν έχουν ζημιόγνο περιβαλλοντικό αντίκτυπο, παρόλα αυτά υπάρχει ένας αριθμός προβλημάτων με την θεώρηση της ηθικής κατανάλωσης ως κλειδί για την μεταφορά σε πιο βιώσιμες οικονομίες.

Πρώτα από όλα οι στατιστικές δείχνουν ότι οι καταναλωτές δεν είναι, στην ουσία, ηθικοί καταναλωτές, ακόμη και όταν τους ενδιαφέρουν οι κοινωνικές επιδράσεις των προϊόντων. Σε μια έρευνα της Co-operative Bank, το 89% των Βρετανών καταναλωτών είπαν ότι ανησυχούν για τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδράσεις, όμως μόνο το 18% είτε εφαρμόζει στις αγοραστικές αποφάσεις αυτές τις ανησυχίες³⁰. Σύμφωνα με ένα γκάλοπ της MORI, λιγότερο από 5% ήταν το ποσοστό εκείνων που έπαιρναν αγοραστικές αποφάσεις με καθαρά ηθικά κριτηρία³¹. Αλλά ακόμα και εάν οι καταναλωτές έπαιρναν ξεκάθαρες ηθικές αποφάσεις για τα προϊόντα που αγοράζουν, αυτό δεν αναδεικνύει το θεμελιώδη ζήτημα: το μέγεθος της κατανάλωσης μας και την νέα κουλτούρα που αποκτάμε με την υπέρ-κατανάλωση.

Η ιδέα της ηθικής κατανάλωσης επίσης προ-υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές έχουν

²⁹ Echo Research, "CSR reaches top table of global business and political leaders"

³⁰ Roger Cowe και Simon Williams (2000), "Who are the Ethical Consumers?", Co-operative Bank

³¹ Βλ. ³⁰

πρόσβαση σε αμερόληπτες πληροφορίες, όμως με τα εκατομμύρια που ξοδεύουν οι επιχειρήσεις σε διαφημίσεις πολλές από τις διαθέσιμες πληροφορίες είναι μεροληπτικές. Ο κύριος σκοπός της διαφήμισης είναι να κάνουν τα προϊόντα να φαίνονται πιο σημαντικά, πιο ουσιώδη, πιο συναρπαστικά και στην περίπτωση μας πιο ηθικά από ότι πραγματικά είναι. Από την στιγμή που λίγοι καταναλωτές εξετάζουν λεπτομερώς τους ηθικούς ισχυρισμούς των επιχειρήσεων, οι ίδιες καταφέρνουν και γλιτώνουν με παραπλανητικά μηνύματα ακόμα και όταν διαψεύδονται από ανεξάρτητες πηγές. Επομένως οι καταναλωτές δεν είναι πραγματικά δυνατοί. Παρόλο που εταιρίες και κυβέρνηση συνεχώς αναφέρονται στην δύναμη του καταναλωτή, οι καταναλωτές συχνά είναι απομονωμένοι και φτωχά ενημερωμένοι. Επιπλέον, έχουν κεκτημένα συμφέροντα μέσα στο σύστημα που σημαίνει ότι ο λεπτομερής έλεγχος που κάνουν τακτικά είναι περιορισμένος σε συγκριτικά επιφανειακά ζητήματα. Σε κάποιες περιπτώσεις είναι συνένοχοι με την Ε.Κ.Ε., γιατί θέλουν να την πιστεύουν.

Ο Νόαμ Τσόμσκι επισημαίνει ότι οι εταιρίες χρησιμοποιούν την διαφήμιση για να πλάσουν τις επιθυμίες και τον τρόπο ζωής των καταναλωτών εις βάρος του ίδιου. Λέει, «το ιδανικό είναι να έχουμε άτομα που είναι τελείως διαχωρισμένα το ένα από το άλλο... των οποίων η αίσθηση για το τι αξίζει θα είναι “Απλά πόσες δημιουργημένες ανάγκες μπορώ να ικανοποιήσω;”»³². Άρα η στέρηση των πολιτικών δικαιωμάτων των καταναλωτών είναι ένα σημείο κλειδί των στρατηγικών της εταιρικής διαφήμισης. Μέσω της Ε.Κ.Ε., οι επιχειρήσεις προσπαθούν να επικαλούνται στους ηθικούς καταναλωτές αλλά επίσης να υπονομεύουν την αρχή της ηθικής κατανάλωσης.

Οι κύριες ανησυχίες των καταναλωτών είναι το κόστος και η άνεση. Εξαιτίας αυτού, είναι απίθανο οι καταναλωτές να ενεργήσουν σε κοινωνικά ζητήματα με τον ίδιο τρόπο που πολιτογραφημένοι πολίτες θα έκαναν αν καλούνταν να πάρουν δημοκρατικές αποφάσεις σχετικά με το τι θα πρέπει μια εταιρία να έχει δικαίωμα να κάνει και τι όχι.

Η ηθική κατανάλωση συχνά παρουσιάζεται ως δημοκρατική. Οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται άμεσα στις ανησυχίες του κοινού. Εάν το κοινό ενδιαφερόταν τότε δεν θα αγόραζε το προϊόν. Όμως ευσταθεί αυτό το επιχείρημα; Η ιδέα ότι οι καταναλωτές θα «ψηφίσουν με τα λεφτά τους» είναι στην πραγματικότητα αντί-δημοκρατική. Σημαίνει ότι οι αποφάσεις παίρνονται με βάση την αγοραστική δύναμη. Η πρόσβαση των ατόμων σε αυτή δύναμη αποφασίζεται σύμφωνα με το μέγεθος του πορτοφολιού τους. Όμως τι γίνεται με αυτούς που είναι πολύ φτωχοί για να συμμετάσχουν στην καταναλωτική οικονομία; Η δύναμη να αποφασιστεί τι είναι αποδεκτό και τι όχι στις εταιρικές πρακτικές δεν πρέπει να ανήκει μόνο στους πλούσιους καταναλωτές, αλλά και στους εργαζόμενους, παραγωγούς και τις κοινότητες παγκοσμίως που επηρεάζονται από αυτές τις πρακτικές.

Η επικέντρωση στην ηθική κατανάλωση αφήνει τις εταιρίες εκτός. Είναι εύκολο για τις εταιρίες να μεταφέρουν την ευθύνη για αδράνεια στους καταναλωτές τους οποίους τους έχουν ωθήσει σε απάθεια. Όμως αν χρησιμοποιούσαν την γλώσσα της υπευθυνότητας τότε θα πρέπει να υπάρχει μια συνδεδεμένη υποχρέωση με ή χωρίς την απαίτηση των καταναλωτών.

³² J. Bakan (2004), *“The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power”*, βλ. σημείωμα 14, σελ. 135

3.3.2 Πως θα πρέπει να είναι μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία;

Τι σημαίνει κοινωνική ευθύνη; Αυτό πρέπει να αφεθεί στην κοινωνία να το αποφασίσει και όχι στις εταιρίες. Η κοινωνική ευθύνη πρέπει να σημαίνει το λιγότερο να μην ζημιώνεται η κοινωνία, ανταπόκριση σε κρίσιμα κοινωνικά προβλήματα και δράση υπέρ του κοινωνικού συμφέροντος. Μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία θα πρέπει να ξεχωρίζει για τα εξής στοιχεία:

Ανάδειξη της κλιματικής αλλαγής – Η κλιματική αλλαγή είναι η μείζων οικολογική κρίση της εποχής μας. Ο David King, βρετανός κυβερνητικός επιστημονικός σύμβουλος την χαρακτήρισε μεγαλύτερη απειλή από την τρομοκρατία³³. Η κυβέρνηση του ΗΒ έχει δεσμευθεί σε μείωση των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα έως το 2050³⁴. Την ίδια ώρα πετρελαϊκές εταιρίες συνεχώς εξερευνούν για να βρουν περισσότερο πετρέλαιο για να κάψουν, ενεργειακές εταιρίες διευθύνουν σταθμούς ενέργειας φυσικού αερίου και άνθρακα με αποτέλεσμα να διοχετεύουν όλο και περισσότερο διοξείδιο του άνθρακα στην ατμόσφαιρα, εταιρίες κατασκευής αυτοκινήτων προωθούν σπορ βενζινοκίνητα οχήματα με υψηλή κατανάλωση βενζίνης και οι αεροπορικές εταιρίες εκμεταλλεύονται την έλλειψη φόρου καυσίμου για να προσφέρουν φθηνές πτήσεις. Μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία θα πρέπει να μειώσει τις εκπομπές των αερίων τους θερμοκηπίου μειώνοντας την ενεργειακή κατανάλωση, να χρησιμοποιεί ανανεώσιμη ενέργεια και να δώσει τέλος στην εξάρτηση της από το πετρέλαιο.

Μη πώληση προϊόντων που είναι εγγενώς επιβλαβή – Η καπνοβιομηχανία είναι χωρίς καμιά αμφισβήτηση η μόνη νόμιμη βιομηχανία όπου οι καταναλωτές πεθαίνουν μέσω της σωστής χρήσης των προϊόντων τους. Η βιομηχανία όπλων κερδοσκοπεί από τους πολέμους, θανάτους και τα μαρτύρια των ανθρώπων. Οι επιχειρήσεις fast food κερδοσκοπούν από την παχυσαρκία και την κακή υγεία. Μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση θα πρέπει να σταματήσει να παράγει προϊόντα που είναι εγγενώς επιβλαβή. Για κάποιες βιομηχανίες αυτό θα σήμαινε το τέλος της ύπαρξης τους.

Σταμάτημα της χειραγώγησης του κοινού – Γιατί αγοράζουμε τόσα πολλά πράγματα που δεν χρειαζόμαστε; Γιατί η εταιρική διαφήμιση μας λέει ότι το χρειαζόμαστε και ότι η κατανάλωση θα μας κάνει πιο ευτυχισμένους και ολοκληρωμένους. Το καπιταλιστικό σύστημα απαιτεί συνεχή οικονομική ανάπτυξη, από την οποία οι καταναλωτικές δαπάνες αποτελούν σημαντικό μέρος. Τα τωρινά επίπεδα των δαπανών των καταναλωτών στέλνουν τα ατομικά χρέη στα ύψη, ενώ παράλληλα κέρδη παράγονται στις πλάτες του ιδρώτα των εργαζομένων και του αφανισμένου περιβάλλοντος. Μια επιχείρηση που δρα υπέρ του δημόσιου συμφέροντος θα πρέπει να πουλά μόνο αγαθά που χρειάζονται και να μην χειραγωγεί τους καταναλωτές να ξοδεύουν περισσότερο από ότι μπορούν ή να προωθούν την υπερκατανάλωση πέρα από τα επίπεδα που αντέχει ο πλανήτης.

³³ Γράφτηκε στην ιστοσελίδα του BBC, "Global warming 'biggest threat", 09-01-04, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/3381425.stm> αναγνώστηκε στις 13-12-2011

³⁴ Βλ. ³³

Εσωτερίκευση του κόστους – Όταν οι επιχειρήσεις μιλούν για «αποδοτικότητα» και «ελαχιστοποίηση κόστους» μιλούν γενικά για εξωτερίκευση του πραγματικού κόστους των δραστηριοτήτων τους στην ευρύτερη κοινωνία. Οι λογαριασμοί για τον καθαρισμό της ρύπανσης, την παροχή υποστήριξη για την ευημερία των εργαζομένων που δεν βγάζουν αρκετά για να ζήσουν ή για την κατασκευή δρόμων ώστε να μπορούν να διανέμονται τα προϊόντα τους, μεταφέρονται στη κοινωνία είτε άμεσα μέσω της φορολογίας ή έμμεσα μέσω της διαβίωσης σε μια υποβαθμισμένη κοινωνία και κατεστραμμένο περιβάλλον. Μια επιχείρηση που εργάζεται υπέρ του δημόσιου συμφέροντος θα κάλυπτε αυτά τα κόστη αντί όπως συμβαίνει στο καπιταλιστικό σύστημα να επιζητά όλους τους δυνατούς τρόπους για να τα εξωτερικεύσει.

Πληρωμή όλων των φόρων – Η πληρωμή των φόρων απαιτείται από τον νόμο και είναι παράλληλα κομμάτι κλειδί της συνεισφοράς στην κοινωνία σαν υπεύθυνος πολίτης. Εν τούτοις η ελαχιστοποίηση των φόρων βλέπεται σαν ένα από τα κύρια καθήκοντα των διευθυντών των εταιριών για να προστατέψουν τα έσοδα των μετόχων. Εταιρίες στο Η.Β. εκτιμάται ότι αποφεύγουν να πληρώσουν 20 δισεκατομμύρια λίρες σε φόρους³⁵. Σε μια ιδιωτική έρευνα από την Deloitte και Touche το 2000, βρέθηκε ότι το 85% των εταιριών που ερευνήθηκαν χρησιμοποιούσε σχέδια αποφυγής πληρωμής φόρων που περίμεναν ότι θα αντιμετωπίσουν από το Inland Revenue³⁶. Ακόμη πιο σημαντικά, πολυεθνικές εταιρίες εκμεταλλεύονται την φτώχεια των αναπτυσσόμενων χωρών, καθώς η ρευστότητα των κεφαλαίων ενθαρρύνει τις χώρες να ανταγωνίζονται μεταξύ τους για τα χαμηλότερα επίπεδα φορολογίας σε ένα αγώνα προσέλκυσης επενδυτών. Μια πραγματικά υπεύθυνη εταιρία θα ήταν διαφανής σε θέματα που αφορούν τα επίπεδα των φόρων που πληρώνει σε κάθε χώρα στην οποία δραστηριοποιείται και θα έβλεπε την πληρωμή φόρων σαν μέρος της ευθύνης που έχει απέναντι στην κοινωνία παρά σαν κάτι που πρέπει να αποφύγει.

Σταμάτημα του lobbying κατά του κοινού συμφέροντος – Το lobbying των εταιριών λειτουργεί ενάντια στην δημοκρατία. Οι εταιρίες είναι ικανές να επηρεάζουν την πολιτική κρατών σε όλα τα επίπεδα και έχουν προνομιά πρόσβαση σε αυτούς που παίρνουν τις αποφάσεις (κυβερνώντες). Οι επιχειρήσεις που ισχυρίζονται ότι είναι κοινωνικά υπεύθυνες συνεχίζουν να κάνουν lobbying ενάντια στο δημόσιο συμφέρον, κάνουν δωρεές σε πολιτικά πρόσωπα από τα οποία προσδοκούν κάποιο όφελος και ακόμη χρησιμοποιούν την θέση τους σαν υποτιθέμενη «κοινωνικά υπεύθυνοι εταιρικοί πολίτες» για να αποκτήσουν πρόσβαση σε διεθνή φόρουμ που αντιμετωπίζουν παγκόσμια ζητήματα όπως η φτώχεια, η βιώσιμη ανάπτυξη και κλιματική αλλαγή. Επιπλέον, ελέγχουν την θεματική ατζέντα και υπονομεύουν κινήσεις προς την πραγματική αλλαγή.

Εκδημοκρατισμός του χώρου εργασίας – Οι «κοινωνικά υπεύθυνες» εργασιακές πρακτικές όταν εφαρμόζονται από πάνω προς τα κάτω από μία εταιρία είναι αναποτελεσματικές στην αντιμετώπιση των εργασιακών κάτεργων (sweatshops). Οι εργαζόμενοι χρειάζονται τη δυνατότητα για συλλογική διαπραγμάτευση όπου θα αποφασί-

³⁵ Nick Davies, "Cosy relationship keeps corporates happy but could cost £20bn in taxes", The Guardian, 23-07-02 <http://www.guardian.co.uk/politics/2002/jul/23/uk.economy>

³⁶ βλ. ³⁵

ζουν τα δικαιώματα τους και θα τα απαιτήσουν. Μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση θα λειτουργούσε προς όφελος των ανθρώπων. Οι εργαζόμενοι θα αναγνωρίζονταν όχι σαν «ανθρώπινοι πόροι» που θα χρησιμοποιούνταν αποδοτικά από την επιχείρηση, αλλά ως άνθρωποι που δημιουργούν τον πλούτο της επιχείρησης και για αυτό τον λόγο θα πρέπει να καθορίζουν οι ίδιοι ποιες πρέπει να είναι οι εργασιακές συνθήκες.

Μείωση της κατανάλωσης και περιορισμός της ανάπτυξης – Ο τωρινός ρυθμός υποβάθμισης των φυσικών οικοσυστημάτων που είναι ζωτικής σημασίας για την επιβίωση μας, δάση, ωκεανοί, εδάφη φρέσκο νερό και η ικανότητα της γης να απορροφήσει την ρύπανση μπορούν να ανακοπούν μόνο με μια κατεπείγον μείωση της κατανάλωσης. Λιγότερη κατανάλωση σημαίνει λιγότερα κέρδη για τις επιχειρήσεις, όμως αν μια επιχείρηση ήταν πραγματικά υπεύθυνη θα έπρεπε να αποδεχτεί αυτή την οικολογική επιτακτική ανάγκη.

Αυτό το επίπεδο κοινωνικής ευθύνης δεν είναι κάτι που μια εταιρία, όπως είναι δομημένες αυτή την στιγμή, μπορεί να χειριστεί. Δεν βρίσκεται μέσα στην κοσμοθεωρία των εταιριών. Η κοινωνία πρέπει να δημιουργήσει νέες δομές για να αντικαταστήσει τις εταιρίες, δομές οι οποίες θα λειτουργούν με τρόπο που θα καλύπτει όλα από αυτά τα κριτήρια.

Πηγή: Corporate Watch CSR Report (2006), *“What’s wrong with corporate social responsibility?”*
Μέρος 2-3, σελ. 11-22 <http://www.corporatewatch.org>

3.3.3 Πώς οι ΜΚΟ αξιολογούν την απόδοση της ΕΚΕ;

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η κοινωνία των πολιτών και τα κινήματα των καταναλωτών κερδίζουν σταθερά έδαφος ωθώντας συχνά τις επιχειρήσεις σε επαναπροσδιορισμό των θέσεών τους και της στάσης τους απέναντι στην κοινωνία. Τα μεγάλα σκάνδαλα της Enron, της TYCO και της WorldCom φαίνεται επίσης να επέδρασαν στην μείωση της εμπιστοσύνης των πολιτών προς τις επιχειρήσεις.

Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις καθώς και οι διεθνείς οργανώσεις αποτέλεσαν αντικείμενο πολυάριθμων συζητήσεων του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Φόρουμ που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα στο Παρίσι συγκεντρώνοντας εκατοντάδες ενώσεις, μη κυβερνητικές οργανώσεις (Μ.Κ.Ο.), συλλογικά όργανα και συνδικάτα από όλον τον κόσμο (40.000 συμμετέχοντες). Οι οργανώσεις καταγγέλλουν ότι συχνά κάποιοι μεγάλοι διεθνείς οργανισμοί εγγυώνται παραβιάσεις βασικών ανθρωπίνων δικαιωμάτων διανέμοντας δημόσια κονδύλια σε επιχειρήσεις που ελάχιστα σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Η κοινωνική και περιβαλλοντική συμπεριφορά των επιχειρήσεων στις χώρες του Νότου χαρακτηρίζεται από την έλλειψη δημόσιας ρύθμισης σε σχέση με τις διεθνείς

δραστηριότητές τους, τόνισε ο William Bourdon, δικηγόρος της Ένωσης Sherpa, ενός διεθνούς δικτύου δικηγόρων που συνεργάζεται με τις ΜΚΟ πάνω σε αυτά τα θέματα.

Ταυτόχρονα, δεν λείπουν οι φωνές αυτών που ζητούν τα μεγάλα σχέδια να χρηματοδοτούνται από δημόσια διεθνή ταμεία καθώς και να περιλαμβάνουν τοπική ανάπτυξη που να βελτιώνει τη ζωή των πληθυσμών. Για παράδειγμα, ένα από τα μεγαλύτερα projects της Αφρικής που αφορούσε στην ανάπτυξη του Καμερούν (με χρηματοδότηση 4 εκατομμυρίων δολαρίων), κατά την προπαρασκευαστική του φάση, αποτέλεσε μέρος καμπάνιας ευαισθητοποίησης κάποιων Μ.Κ.Ο. σε σχέση με τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς κινδύνους που εμπεριείχε καθώς, σύμφωνα με αυτές, δημιουργούσε μεγαλύτερη φτώχεια και ρήξεις από τα προβλήματα που έλυσε. Τελικά, το Καμερούν δεν γνώρισε καμία ανάπτυξη. Οι Μ.Κ.Ο. συχνά ασκούν πίεση στις επιχειρήσεις προκειμένου οι τελευταίες να «συμμορφώνονται» με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ρυθμίσεις.

Η Veronica Nelson, που εκπροσωπεί το συνδικάτο TUAC του ΟΟΣΑ το οποίο περιλαμβάνει όλα τα εθνικά συνδικάτα των χωρών μελών του ΟΟΣΑ, υπερασπίζεται την ύπαρξη και το ρόλο των «σημείων επαφής» του ΟΟΣΑ σε εθνικό επίπεδο, εξηγώντας ότι λειτουργούν αρκετά αποτελεσματικά και βοηθούν στην επίλυση διαφορών που σχετίζονται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Με τη βοήθεια των Μ.Κ.Ο. του Βορρά, οι λαοί σε τοπικό επίπεδο μπορούν να αναπτύξουν πρωτοβουλίες μέσω των τοπικών οργανώσεων, ακόμη κι αν αυτό απαιτεί ιδιαίτερη τεχνογνωσία για την προσέγγισή του.

Η Christiane Schnura, μέλος της Clean Clothes Campaign, ενός κινήματος που γεννήθηκε τη δεκαετία του '90 ενάντια στις κοινωνικές καταχρήσεις στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και του ενδύματος, τονίζει ότι, παρά την ύπαρξη καμπάνιας σε 10 ευρωπαϊκές χώρες, οι στόχοι της οργάνωσης δεν επετεύχθησαν και η κατάσταση των εργαζομένων στις επιχειρήσεις όπου οι εργαζόμενοι υπό-αμείβονται δεν βελτιώθηκε κατά πολύ, καθώς παρατηρήθηκε βελτίωση των συνθηκών εργασίας κατά τη διάρκεια της εν λόγω καμπάνιας, ενώ στη συνέχεια επέστρεφαν στο συνήθη τρόπο λειτουργίας τους.

Σε πρόσφατη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Burson-Masteller, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες δημοσίων σχέσεων στον κόσμο, και την RoperASW, εταιρεία ερευνών αγοράς, οι ΜΚΟ διατυπώνουν την άποψη ότι οι απολογισμοί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης περιλαμβάνουν μη συμβατή αλλά και χαμηλή κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση καθώς και μεγάλες προκλήσεις. Οι περισσότερες μη κυβερνητικές οργανώσεις που διαδραματίζουν εμφανώς σημαντικό ρόλο στην αξιολόγηση των απολογισμών Ε.Κ.Ε., παρουσιάζονται σκεπτικές σε σχέση με τους απολογισμούς αυτούς, σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα. Από τις 56 Μ.Κ.Ο. που συμμετείχαν στην έρευνα της Burson-Masteller και της RoperASW, 79% των ερωτώμενων βρίσκει τους απολογισμούς Ε.Κ.Ε., «πολύ» ή «λίγο» χρηστικούς αλλά μόνο το 44% εκτιμά ότι αυτοί είναι έγκυροι και αξιόπιστοι.

Το κτίσιμο έγκυρων και αξιόπιστων πολιτικών Ε.Κ.Ε. δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να αποτελεί αποσπασματική προσέγγιση από την πλευρά των επιχειρήσεων, καθώς η εταιρική εικόνα προσεγγίζεται από τους καταναλωτές με αυστηρά κριτήρια. Όπως μάλιστα επεσήμανε πρόσφατα σε ημερίδα, η πρόεδρος της ActionAid Hellas, Αλεξάνδρα

Μητσοτάκη: «Μοιάζει τελικά η βοήθεια των πλούσιων χωρών προς τις φτωχές να μην είναι τόσο φιλανθρωπία όσο απαραίτητη προϋπόθεση επιβίωσης φτωχών και πλουσίων».

Πηγή: Αλεξάνδρα Λεφοπούλου, “Πως οι Μ.Κ.Ο. αξιολογούν την απόδοση της Ε.Κ.Ε.;;”,
MARKETING WEEK, 24-11-2003 <http://news.disabled.gr/?p=8020>

3.3.4 Διάφοροι ορισμοί της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Διάφοροι φορείς και κράτη έχουν διατυπώσει τους δικούς τους ορισμούς³⁷ για την ΕΚΕ. Η διαφορετικότητα των ορισμών συνδέεται με τη διαφορετική φιλοσοφία, τον διαφορετικό βαθμό ανάπτυξης κάθε χώρας, τις διαφορετικές προτεραιότητες που υπάρχουν στις διάφορες περιφέρειες. Παρατίθενται μερικοί από αυτούς παρακάτω:

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

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.

WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, 1998 - 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.

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 γενικότερα.

³⁷ Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, “Ορισμοί”,
http://www.csrhellas.org/portal/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=183&Itemid=136&lang=

ΗΠΑ – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει να αναλαμβάνεις προσωπική ευθύνη για τις πράξεις σου και τις συνέπειες που έχουν αυτές στην κοινωνία. Εταιρίες και εργαζόμενοι οφείλουν να περάσουν μια φάση προσωπικής αλλαγής, να επανεξετάσουν τους ρόλους και τις ευθύνες τους και να ενισχύσουν την ικανότητα ανάληψης ευθύνης.

ΒΡΑΖΙΛΙΑ - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει δέσμευση να αγωνιστείς για την καλύτερη οικονομική ανάπτυξη της κοινότητας, να σέβεσαι τους εργαζομένους και να βελτιώνεις τις ικανότητές τους, να προστατεύεις το περιβάλλον και να συμβάλλεις στη δημιουργία των πλαισίων μέσα στα οποία μπορεί να ευημερήσει μια ηθική επιχείρηση.

ΟΛΛΑΝΔΙΑ - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει να αναλαμβάνεις την ηγετική δέσμευση ότι θα σεβαστείς τις ηθικές αξίες και θα αναγνωρίσεις τις τοπικές και πολιτιστικές διαφορές όταν εφαρμόζεις τη συνολική πολιτική σου. Σημαίνει ότι οι εταιρίες υιοθετούν τη Σύμβαση του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και τη Χάρτα του Παγκόσμιου Οργανισμού Εργασίας για τα Δικαιώματα στην Εργασία.

ΤΑΪΒΑΝ - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η συμβολή στην ανάπτυξη του φυσικού και ανθρώπινου κεφαλαίου, παράλληλα με την επίτευξη της κερδοφορίας.

ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει ότι οι εταιρείες προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην κοινωνία.

ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει ικανότητα των επιχειρήσεων να ανταποκρίνονται στις τοπικές προκλήσεις. Ξεκινάει με την ανάπτυξη καλών σχέσεων με τους γείτονες. Οι εταιρείες οφείλουν να δεσμευτούν για τη συμβολή τους στην εκπαίδευση, τον σεβασμό τους στα δικαιώματα των εργαζομένων, τη δυνατότητά τους να δημιουργούν, και την ικανότητα να παρέχουν ασφάλεια στην εργασία. Ε.Κ.Ε. είναι να δίνεις ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη μιας κοινωνίας.

ΤΑΪΛΑΝΔΗ – Η εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει σημασία για τις τοπικές κοινωνίες μόνο όταν συνοδεύεται από έργα.

ΓΚΑΝΑ - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει ικανότητα να δημιουργείς συνθήκες για βιώσιμους πόρους. Σέβεται τις πολιτιστικές διαφορές και αντλεί επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσα από τη βελτίωση των προσόντων των εργαζομένων, της κοινότητας και της κυβέρνησης.

Από την στιγμή που οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να ενεργήσουν υπέρ του ευρύτερου δημόσιου συμφέροντος παρά μόνο υπέρ των μετόχων τους ώστε να κάνουν κέρδη, η Ε.Κ.Ε. μπορεί να χρησιμοποιηθεί ελάχιστα για να δημιουργήσει κάποια κοινωνική αλλαγή. Από την στιγμή που η Ε.Κ.Ε. είναι επίσης ένα μέσο για τις επιχειρήσεις να ματαιώνουν τις προσπάθειες για έλεγχο της εταιρικής δύναμης και να έχουν πρόσβαση στις αγορές, η Ε.Κ.Ε. είναι ένα πρόβλημα και όχι μια λύση.

Οι προσπάθειες να ελεγχθούν οι καταστροφικές εταιρικές επιδράσεις πρέπει να συνοδεύονται με κριτική προς την καρδιά της εταιρικής δύναμης και με θέληση να διαλύσουν αυτή την δύναμη σαν κύριο στόχο. Διαφορετικά ενισχύουν παρά προκαλούν τις εταιρικές δομές και υπονομεύουν δημοφιλείς αγώνες για αυτονομία, δημοκρατία, ανθρώπινα δικαιώματα και περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

Εάν η Ε.Κ.Ε. είναι η λάθος στρατηγική τότε η πολύτιμη ερώτηση είναι, ποιες στρατηγικές θα είναι αποτελεσματικές σε αυτό τον αγώνα; Παρακάτω ξεχωρίζουν οι πιο αξιόλογες στρατηγικές για το ερώτημα αυτό.

Νομοθεσία – Η νομοθεσία είναι ένα βήμα κλειδί για αυτή την αλλαγή. Μα θα γίνει μόνο όταν η πίεση προς τις κυβερνήσεις να νομοθετήσουν θα είναι μεγαλύτερη από την πίεση που δέχονται από τα εταιρικά lobby. Οι εκστρατείες πίεσης για δεσμευτική νομοθεσία των εταιριών δεν μπορούν να είναι επιτυχείς εάν γίνονται ξεχωριστά από τις συγκρουσιακές εκστρατείες που επιτίθενται στην βάση της εταιρικής δύναμης.

Απλές ενέργειες και διεθνή αλληλεγγύη – Κάποιες από τις πιο αποτελεσματικές ενέργειες τωρινά που λαμβάνουν χώρα γίνονται από Νότιες κοινότητες που άμεσα αγωνίζονται για τις ζωές και τα προς το ζην τους ενάντια στις εταιρικές καταχρήσεις. Αυτό περιλαμβάνει δίκτυα όπως: η διεθνή αγροτική κίνηση, Via Campesina, το Brazilian Landless Workers Movement (MST), Oilwatch (το Νότιο δίκτυο που αντιτίθεται στις πετρελαϊκές εταιρίες), ακτιβιστές διεθνώς που αντιτίθενται στην ιδιωτικοποίηση υπηρεσιών από την Βολιβία έως την Νότια Αφρική και παίρνουν οι ίδιοι στον έλεγχο τους τις βασικές ανάγκες τους, Αργεντινοί εργαζόμενοι οι οποίοι παίρνουν στον έλεγχο τους εγκαταλελειμμένα εργοστάσια και εκατοντάδες άλλες διαφορετικές εκστρατείες γύρω από τον πλανήτη. Αυτή η πάλη χωρίς συμβιβασμούς αντικατοπτρίζει ένα διεθνή ξεσηκωμό και δίνει ένα κάλεσμα για διεθνή αλληλεγγύη για να χτυπηθούν οι καταχράστηκες επιχειρήσεις στα παγκόσμια οικονομικά κέντρα και να μην προδοθούν από τις Βόρειες ΜΚΟ που ισχυρίζονται ότι δρουν από μόνες τους. Οι εκστρατείες μας θα πρέπει να πάρουν μια συγκρουσιακή προσέγγιση, που θα έχει σκοπό να μην καλέσει τις επιχειρήσεις να κάνουν απλά αναδομήσεις αλλά να επιτεθεί στην νομιμότητα και άδεια τους να λειτουργούν.

Πρόκληση της διεύρυνσης της εταιρικής δύναμης – Μέσω διεθνών κανονισμών εμπορίου για υπηρεσίες, πνευματική ιδιοκτησία, ανταγωνισμό, προμήθειες και επενδύσεις, οι εταιρίες πιέζουν για να διευρύνουν την δύναμη τους. Η εμπλοκή των εταιριών σε διεθνείς συνόδους κορυφής και πολυμετοχικές συναντήσεις έχει ως κίνητρο ξεκάθαρα την επιθυμία τους να επεκτείνουν την έκταση του πεδίου εταιρικής επιρροής τους, ώστε να

αποκτήσουν πρόσβαση σε αγορές και να ισχυροποιήσουν την κυριαρχία τους. Σε όλα τα στάδια αυτό πρέπει να περιοριστεί. Παρομοίως, η τάση προς τον εταιρικό συγκεντρωτισμό αντιπροσωπεύει περαιτέρω συγκεντρωτική δύναμη.

Αποκάλυψη της εταιρίας – Η πληροφόρηση είναι δύναμη. Η παραπληροφόρηση που διακρίνει την κοινωνία μας μέσω των μεγάλων μέσων ενημέρωσης - που μας λένε ότι ο καπιταλισμός είναι ο μόνος τρόπος για να οργανώσουμε τις κοινωνίες μας, ότι οι εταιρίες είναι κοινωνικά υπεύθυνες, ότι η κατανάλωση θα μας κάνει ευτυχισμένους - είναι ένας θεμέλιος λίθος της συναίνεση μας στην εταιρική κυριαρχία. Η διάλυση αυτών των μύθων μέσω έρευνας που θα αποκαλύψει τα εγκλήματα, την διαφθορά, την εκμετάλλευση και την απληστία των εταιριών είναι ο μόνος τρόπος να αφυπνιστεί η κοινωνία για την ανάγκη εύρεσης νέων τρόπων οργάνωσης των κοινωνιών μας που θα υποστηρίζουν τα δικαιώματα των ανθρώπων να ελέγχουν τις οικονομίες και τους πόρους τους.

Δόμηση εναλλακτικών λύσεων – Κανονισμοί δίκαιου εμπορίου, τοπικά και οργανικά τρόφιμα, σχέδια εναλλακτικής ενέργειας για τις κοινότητες, συνεταιρισμοί, κοινωνικές επιχειρήσεις, οργανώσεις κοινοτήτων, μη ιεραρχική οργάνωση, λήψη αποφάσεων βασισμένη στην συναίνεση και αναρίθμητες άλλες πρωτοβουλίες και τρόπους οργάνωσης, με καθένα από αυτούς να αναπαριστά με τον δικό του τρόπο κάτι το εναλλακτικό απέναντι στην εταιρικά κυριαρχημένη κοινωνία έτσι ώστε να επιτρέπει τους ανθρώπους να έχουν αυτονομία πάνω στις ζωές τους, να καλύπτουν τις ανάγκες τους και να συμμετέχουν στις αποφάσεις που τους επηρεάζουν. Η δόμηση εναλλακτικών λύσεων βοηθά στην δημιουργία νέων κοινωνιών στην θέση των παλιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει παρουσίαση των ευρημάτων από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σχετικά με τις δράσεις Ε.Κ.Ε. των ελληνικών εταιριών πληροφορικής. Εντοπίστηκαν 15 εταιρίες πληροφορικής που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και έχουν συμπεριλάβει μέσα στις επιχειρηματικές δραστηριότητες κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες. Η εξέταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κάθε εταιρίας βασίστηκε στην ανάλυση των πληροφοριών που διέθεταν οι εταιρίες μέσω των ιστοσελίδων τους. Σκοπός της έρευνας αυτής είναι να διαπιστωθεί κατά πόσο οι ελληνικές εταιρίες πληροφορικής έχουν εντάξει δράσεις Ε.Κ.Ε. στην κύρια επιχειρηματική στρατηγική τους, στα μέσα διαχείρισης και στις δραστηριότητες τους. Από τα ευρήματα της έρευνας ο αναγνώστης μπορεί να διαπιστώσει ποια από τις εταιρίες που παρουσιάζονται προσφέρει περισσότερο στην κοινωνία (αναλογικά με το μέγεθος της), πόσο συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος, τι προσφέρει στους πελάτες της και πόσο καλός εργασιακός χώρος είναι. Επίσης θα παρουσιαστούν συγκριτικοί πίνακες μέσω των οποίων ο αναγνώστης θα έχει την ευκαιρία να παρατηρήσει σε ποια ζητήματα εστιάζουν περισσότερο οι εταιρίες, ποια παραμελούν και ποια απουσιάζουν τελείως από το επιχειρηματικό πρόγραμμά τους.

Η εύρεση των εταιριών έγινε ύστερα από επίμονη αναζήτηση μέσω του διαδικτύου. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε η ιστοσελίδα <http://www.qualitynet.gr>. Το QualityNet Foundation (QNF), το Δίκτυο των Υπεύθυνων Οργανισμών και Ενεργών Πολιτών, είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, που προωθεί την Κοινωνική Υπευθυνότητα, λειτουργώντας ως κοινωνικός διαμεσολαβητής με στόχο την ανάπτυξη συνεργασιών για την κάλυψη κοινωνικών αναγκών. Μέσα στην ιστοσελίδα του Δικτύου υπάρχει καταχωρημένος μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων ο οποίος είναι κατηγοριοποιημένος ανά κλάδο. Επίσης, για την εύρεση εταιριών χρησιμοποιήθηκε η ιστοσελίδα <http://www.icapbusiness.gr>. Με τον ίδιο τρόπο όπως και στην προηγούμενη περίπτωση υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης εταιριών πληροφορικής. Ακόμη χρησιμοποιήθηκε η ιστοσελίδα <http://www.kariera.gr> η οποία είναι μια ιστοσελίδα εξεύρεσης εργασίας. Στην συγκεκριμένη σελίδα πολλές εταιρίες πληροφορικής και όχι μόνο αποστέλλουν αγγελίες θέσεων εργασίας δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο μια πηγή πληροφοριών για όσους αναζητούν εταιρίες. Τέλος χρησιμοποιήθηκε το Google μέσω του οποίου αναζητήθηκαν και εντοπίστηκαν τυχαία εταιρίες που πληρούσαν τα κριτήρια αναζήτησης.

Παρακάτω γίνεται παρουσίαση της εταιρικής ταυτότητας, των οικονομικών στοιχείων και του κοινωνικού προγράμματος των εταιριών που εντοπίστηκαν για την κοινωνική και περιβαλλοντική δράση τους.

4.1 Microsoft Hellas

Η Microsoft Corporation (Nasdaq "MSFT") ιδρύθηκε το 1975 και αποτελεί σήμερα τη μεγαλύτερη εταιρία ανάπτυξης και παραγωγής προϊόντων λογισμικού στον κόσμο. Τα κεντρικά γραφεία βρίσκονται στο Redmond της Ουάσιγκτον ενώ η εταιρία έχει θυγατρικές σε περισσότερες από 85 χώρες και απασχολεί περισσότερους από 100.000 υπαλλήλους. Από την ίδρυσή της η Microsoft έχει ενεργό ρόλο στην αλλαγή του τρόπου εργασίας, ψυχαγωγίας και επικοινωνίας. Ο ρόλος αυτός συνδέεται άμεσα με την αποστολή της εταιρίας που είναι: «Να επιτρέψει σε ανθρώπους και εταιρείες σε όλο τον κόσμο να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητές τους».

Η Microsoft στην Ελλάδα

Η Microsoft Hellas ιδρύθηκε το 1992 και είναι θυγατρική της Microsoft Corporation. Για τη Microsoft Hellas εργάζονται παραπάνω από 150 άνθρωποι με σκοπό την πληρέστερη και ποιοτικότερη εξυπηρέτηση των πελατών μας. Οι πελάτες της Microsoft αξιοποιούν την τεχνολογία και τεχνογνωσία της επιτυγχάνοντας απλοποίηση διαδικασιών, μεγαλύτερη παραγωγικότητα, αποτελεσματικότερη συνεργασία, χαμηλότερο κόστος επιχειρηματικής δραστηριότητας και ευέλικτες λύσεις για τις επιχειρηματικές τους ανάγκες.

Τα προϊόντα της Microsoft, τα οποία είναι διαθέσιμα σε πάνω από 30 γλώσσες και πωλούνται σε 100 και πλέον χώρες σε όλον τον κόσμο, είναι συμβατά με τους περισσότερους προσωπικούς υπολογιστές. Μεταξύ των δημοφιλέστερων προϊόντων της Microsoft συγκαταλέγονται: Microsoft® Windows® XP, Microsoft® Windows 7®, Microsoft® Office 2007, η οικογένεια των Windows Server, SQL Server, καθώς και εργαλεία ανάπτυξης εφαρμογών όπως η Visual Basic και το Visual Studio και πολλά άλλα προϊόντα που την κατέστησαν κορυφαία εταιρία ανάπτυξης λογισμικού παγκοσμίως. Τα Windows 7, το καινούργιο λειτουργικό της Microsoft, κυκλοφόρησαν στην αγορά τον Οκτώβριο 2009 και απέσπασαν τις καλύτερες κριτικές από τους ειδικούς του χώρου για την ταχύτητα, την συμβατότητα και ευκολία στην χρήση τους. Τα Windows 7 έχουν σχεδιαστεί ακριβώς όπως τα θέλει ο κόσμος, κάνουν τις καθημερινές εργασίες γρηγορότερα και ευκολότερα και ενσωματώνουν καινούριες δυνατότητες, όπως την τεχνολογία αφής.

Η Microsoft παρέχει ένα ευρύ φάσμα συμβουλευτικών, εκπαιδευτικών και τεχνικών υπηρεσιών, εξασφαλίζοντας ολοκληρωμένη υποστήριξη για τους συνεργάτες και τους πελάτες της. Παρακάτω παρουσιάζεται ένας πίνακας με τα οικονομικά στοιχεία της Microsoft Hellas για τα έτη 2007 και 2008:

	2008	2007
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	13.665.755	14.306.371
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1.335.162	2.280.964
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧ/ΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	13.082.668	12.710.899

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚ/ΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	560.435	623.567
ΠΑΓΙΟ	4.326.521	4.073.297
ΣΥΣ. ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	3.014.011	2.764.238
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	32.270.019	29.554.816
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	7.054.712	7.135.817
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	0	0
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	14.978.266	15.615.431
ΜΕΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ ΚΑΙ ΕΣΟΔΑ	9.134.313	8.950.811

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

Προσφορά στην παιδεία: Όραμα της Microsoft είναι να ενδυναμώσει εκπαιδευτικούς και μαθητές σε ολόκληρο τον κόσμο προκειμένου, μέσα από τη δύναμη της τεχνολογίας, να μπορέσουν να μεγιστοποιήσουν τις δυνατότητές τους. Η προσπάθεια αυτή πηγάζει από την πεποίθηση ότι η χρήση της τεχνολογίας στην εκπαίδευση μπορεί να μετασχηματίσει ζωές, ακόμα και ολόκληρες κοινωνίες. Έτσι η Microsoft έχει θεσπίσει μία σειρά από προγράμματα όπως οι «Πρωτοπόροι Δάσκαλοι» με στόχο την ενίσχυση της εκπαίδευσης. Επιπλέον, πέρα από τις δράσεις μας στην Πρωτοβάθμια και Δευτεροβάθμια εκπαίδευση, συνεργαζόμαστε και με Πανεπιστήμια και Τεχνικά Ιδρύματα, δωρίζοντας software, προσφέροντας υποτροφίες και επενδύοντας στο R&D. Η Microsoft Ελλάς μέσα από όλες αυτές τις δράσεις έχει προσεγγίσει εδώ και ένα χρόνο περισσότερους από 115.000 ανθρώπους.

Δωρεά λογισμικού: Η Microsoft Ελλάς διαθέτει κάθε χρόνο λογισμικό σημαντικής χρηματικής αξίας, εντελώς ΔΩΡΕΑΝ, σε πολλούς Μη Κυβερνητικούς, Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς που παράγουν φιλανθρωπικό έργο, όπως το **WWF, τη MoM, τον Αρκτούρο, την Ένωση Μεταναστών Ελλάδος, το Σύλλογο Βοήθειας Παιδιών Αιθιοπίας, το Make-A-Wish Κάνε Μια Ευχή Ελλάδος, το Ίδρυμα Θρακικής Τέχνης και Παράδοσης, το Χαμόγελο του Παιδιού, κ.α.** Αυτή η πρωτοβουλία, στόχο έχει να ενισχύσει το σημαντικό κοινωνικό έργο των οργανισμών αυτών, μέσα από τη χρήση της πιο προηγμένης τεχνολογίας. Μέχρι στιγμής έχει δωρίσει λογισμικό σε περισσότερους από 20 ΜΚΟ, προσφέροντας τους έτσι πολύτιμη αρωγή στην καθημερινή τους εργασία, κυρίως μέσω αύξησης της παραγωγικότητας και της ταχύτητας των λειτουργιών, αλλά και της ευκολίας δημιουργίας και καταγραφής αρχείων, βάσεων δεδομένων και άλλων projects που είναι σημαντικά για τους εκάστοτε ΜΚΟ.

Εθελοντική εργασία: Η Microsoft Ελλάς ενισχύει κοινωνικές δράσεις με την συμμετοχή εργαζομένων της σε αυτές. Δημιούργησε μια σειρά από εθελοντικές δράσεις για τους εργαζομένους της, όπως η αναδάσωση στο Πάνειο Όρος που πραγματοποιήθηκε το Νοέμβριο του 2009 σε συνεργασία με τον ΜΚΟ Αρκτούρο, η συλλογή παιχνιδιών και άλλων δώρων για τα παιδιά του Χατζηκυριάκειου Ιδρύματος Παιδικής Προστασίας και η επίσκεψη στο Ίδρυμα για την ενίσχυση των αναγκών του σε διάφορες περιστάσεις, όπως τα Χριστούγεννα του 2010 που 12 εθελοντές της Microsoft Ελλάς επισκέφτηκαν και

προσέφεραν στα παιδιά του Ιδρύματος πολλά δώρα που είχαν συγκεντρώσει, καθώς και ένα ποσό που μάζεψε από ότι χρήματα μπορούσε να προσφέρει κάθε συνάδελφος. Επίσης η Microsoft Ελλάς ήταν χορηγός των Παγκόσμιων Αγώνων Special Olympics που πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα τον Ιούνιο του 2011.

Ενίσχυση Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων: Η Microsoft Ελλάς ενισχύει φορείς και οργανισμούς όπως το **Εθελοντικό Σώμα Ελλήνων Πυροσβεστών & Αναδασωτών (ΕΣΕΠΑ)** που τόσα έχει προσφέρει σε δύσκολες στιγμές και ιδιαίτερα κατά την καλοκαιρινή περίοδο των πυρκαγιών. Η εταιρία έχει δωρίσει οκτώ οχήματα πυρόσβεσης τα οποία έχουν ήδη παραδοθεί και αξιοποιήθηκαν σε τρεις νέους πυροσβεστικούς σταθμούς, στο Δήμο Ζαγορίου, στο Δήμο Μελιβοίας και στα Βραχνεία του Ν. Αχαΐας ενώ διαθέσαμε και 2 πυροσβεστικά οχήματα στα Ριζώματα του Ν. Ημαθίας, όπου βρίσκεται ο κεντρικός σταθμός του ΕΣΕΠΑ. Η εταιρία για τέσσερις συνεχείς χρονιές απέστειλε μόνο ηλεκτρονικές ευχετήριες κάρτες και πρόσφερε το ποσό που θα διέθετε για την παραγωγή και εκτύπωση χριστουγεννιάτικων καρτών, στο **Χατζηκυριάκειο ίδρυμα το 2006**, στο **Τμήμα Ενδοσοκομειακής Νοσηλείας (Τ.Ε.Ν.), της Ψυχιατρικής Κλινικής του Πανεπιστημίου Αθηνών το 2007**, στα **Δημοτικά Σχολεία του Πρώτου Διαμερίσματος του Δήμου Αθηναίων το 2008** και στα **Παιδικά Χωριά SOS το 2009**. Τα παιδιά σχεδίασαν σε υπολογιστή τις ευχετήριες κάρτες αξιοποιώντας τις άπειρες δυνατότητες που τους προσφέρει η τεχνολογία.

Πολιτική για τα ανθρώπινα δικαιώματα

Η Microsoft έχει δηλώσει υπεύθυνα την δέσμευση της στην Διακήρυξη του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών για τα ανθρώπινα δικαιώματα ως υπογραφή για το Παγκόσμιο Συμβόλαιο του Ο.Η.Ε. Κάποια στοιχεία για τα οποία διακρίνεται η δέσμευση αυτή είναι τα εξής:

- Μέσα στον χώρο εργασίας της δεν γίνονται διακρίσεις και εφαρμόζονται πρακτικές δίκαιης απασχόλησης.
- Οι προμηθευτές της – συμπεριλαμβανόμενων αυτών που κατασκευάζουν το Xbox και άλλο hardware – συμμορφώνονται με αυστηρά κριτήρια σε ζητήματα ανθρώπινων δικαιωμάτων και συνθηκών χώρου εργασίας.
- Σεβασμός στην ιδιωτικότητα των πελατών και ελευθερία έκφρασης τους.
- Διαθέτει αυστηρές πολιτικές Εταιρικής Διακυβέρνησης που διατηρούν εσωτερικούς ελέγχους και ισορροπίες, προωθούν την υπεύθυνη λήψη αποφάσεων και εξασφαλίζουν ότι είναι συνεπής με τον νόμο όποτε δραστηριοποιείται επιχειρηματικά.

Πολιτική για τα δικαιώματα των καταναλωτών

Ασφάλεια στο διαδίκτυο: Το Διαδίκτυο (internet) εκτός από ανεξάντλητη πηγή κάθε είδους πληροφόρησης αποτελεί μέσο ψυχαγωγίας και ένα από τα πλέον δημοφιλή μέσα επικοινωνίας μεταξύ των νέων. Η χρήση του όμως πολλές φορές εγκυμονεί κινδύνους. Η Microsoft Ελλάς στο πλαίσιο της δράσης της σχετικά με θέματα ασφάλειας και ευρύτερης κοινωνικής συμμετοχής συνεργάζεται στενά με αρμόδιες αρχές και οργανισμούς, για την

από κοινού αντιμετώπιση τόσο των κινδύνων του Διαδικτύου όσο και της παραπληροφόρησης και της τεχνοφοβίας που συχνά οδηγεί σε παρανοήσεις και υπερβολές.

Στόχος της είναι η ενημέρωση των πολιτών, η πρόληψη αλλά και η αντιμετώπιση κινδύνων που σχετίζονται με τις νέες τεχνολογίες πληροφορικής και ηλεκτρονικών επικοινωνιών, μέσα από ημερίδες που πραγματοποιούνται σε διάφορες πόλεις της Ελλάδας. Μέχρι στιγμής έχει επισκεφθεί περισσότερες από 15 πόλεις της Ελλάδας πραγματοποιώντας ημερίδες για την ενημέρωση περισσότερων των 3.000 μαθητών και 500 γονιών. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτών μας των δράσεων ήταν η διοργάνωση ημερίδας το 2009, με την αφορμή του εορτασμού της Πανευρωπαϊκής Ημέρας Ασφαλούς Πλοήγησης στο Διαδίκτυο, σε συνεργασία με την Ομάδα Δράσης για την Ψηφιακή Ασφάλεια (D.A.R.T.) της Ειδικής Γραμματείας Ψηφιακού Σχεδιασμού του Υπουργείου Οικονομίας & Οικονομικών. Την εκδήλωση παρακολούθησαν περισσότεροι από 400 μαθητές Γυμνασίου, οι οποίοι ενημερώθηκαν σχετικά με τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν κατά τη διάρκεια της πλοήγησής τους στο διαδίκτυο. Εκπρόσωποι της D.A.R.T. και του Πανελληνίου Σχολικού Δικτύου, στελέχη της Microsoft και της ECDL Ελλάς, έδωσαν στα παιδιά απλές και πρακτικές συμβουλές πάνω στην καθημερινή χρήση του διαδικτύου, παρουσίασαν παραδείγματα συμπεριφοράς που θα πρέπει να αποφεύγουν, ενώ στη συνέχεια απάντησαν σε ερωτήσεις τους. Αντίστοιχα, στις **9 Φεβρουαρίου 2010**, Πανευρωπαϊκή Ημέρα Ασφαλούς Πλοήγησης στο Διαδίκτυο η Microsoft Ελλάς διοργάνωσε για δεύτερη συνεχή χρονιά ημερίδα ενημέρωσης για 300 μαθητές δημοτικού σχολείου.

Το **Φεβρουάριο του 2011** η Microsoft Ελλάς οργάνωσε μια πρωτότυπη εκδήλωση μαζί με τον Οργανισμό "Το Χαμόγελο του Παιδιού", με θέμα «Ασφάλεια στο Διαδίκτυο: Μέσα από τα μάτια των νέων». Περισσότεροι από 100 μαθητές Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης βρέθηκαν στα γραφεία της Microsoft Ελλάς για να ανταλλάξουν απόψεις και να μοιραστούν εμπειρίες σχετικά με τη ασφαλή χρήση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου. Η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε με την υποστήριξη του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πληροφορικής και Επικοινωνιών Ελλάδας (ΣΕΠΕ) και τελούσε υπό την αιγίδα του Δήμου Αμαρουσίου. Το κύριο μέρος της εκδήλωσης αναπτύχθηκε σε δύο διαφορετικές συζητήσεις, στις οποίες το νεαρό ακροατήριο κλήθηκε να παρέμβει δυναμικά, μεταφέροντας τις απόψεις, τις εμπειρίες και τους προβληματισμούς του. Στο πρώτο πάνελ συζήτησης με θέμα την «Εμπειρία της χρήσης του Υπολογιστή στο σπίτι από τα παιδιά και τη σχέση με τους γονείς», τις απόψεις τους επί του θέματος διατύπωσαν δύο μαθητές από το 1ο Λύκειο Κηφισιάς, ενώ την «ενήλικη» διάσταση έδωσαν η κα Κωνσταντίνα Καρνάτσου, ως γονιός, και η κα Σίσσυ Γκίκα, ως εκπαιδευτικός. Η συζήτηση που διεξήχθη μεταξύ των συμμετεχόντων επικεντρώθηκε στη σχέση των νέων με τον υπολογιστή και το διαδίκτυο, τα μέτρα ασφαλείας που οι ίδιοι γνωρίζουν και λαμβάνουν, καθώς και τις πηγές ενημέρωσής τους όσον αφορά στα θέματα αυτά. Επίσης, τα παιδιά μίλησαν για το βαθμό εξοικείωσης των γονέων τους με την ψηφιακή τεχνολογία, καθώς και για τους κανόνες που έχουν υιοθετηθεί στο σπίτι τους σχετικά με τη χρήση του υπολογιστή. Στη δεύτερη συζήτηση, η οποία είχε θέμα «Cyberbullying και άλλες απειλές, διάγνωση κινδύνων και έξυπνη αντιμετώπιση», συμμετείχαν δύο μαθήτριες από το Λύκειο της Σχολής Ουρσουλίνων, οι οποίες συζήτησαν με τον κ. Μανώλη Σφακιανάκη, Διευθυντή στην

Υπηρεσία Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της Ελληνικής Αστυνομίας και τον κ. Κώστα Γιαννόπουλο, Πρόεδρο του οργανισμού «Το Χαμόγελο του Παιδιού» για το φαινόμενο του cyberbullying και τις διαστάσεις του στο σχολικό περιβάλλον. Στο πλαίσιο της εν λόγω συζήτησης, ο κ. Σφακιανάκης και ο κ. Γιαννόπουλος αναφέρθηκαν σε παραδείγματα περιστατικών, όπου νέοι έχουν έρθει αντιμέτωποι με σοβαρούς κινδύνους. Παράλληλα, διατύπωσαν προτάσεις για την αντιμετώπιση των κινδύνων αυτών, μεταξύ των οποίων ήταν η σύσταση εθελοντικών ομάδων τεχνολογίας μέσα στα σχολεία, αποτελούμενων από γονείς, εκπαιδευτικούς και μαθητές. Στόχος των ομάδων αυτών είναι οι ίδιοι οι νέοι να εκπαιδεύσουν τους ενήλικες στη χρήση της τεχνολογίας. Από την πλευρά τους οι μαθητές μοιράστηκαν προσωπικές εμπειρίες και αναφέρθηκαν στους κινδύνους, που οι ίδιοι ή φίλοι τους έχουν διαπιστώσει ως χρήστες του διαδικτύου. Η συζήτηση ολοκληρώθηκε με τη διαπίστωση ότι η συνεχής επαγρύπνηση είναι απαραίτητη για τον έγκαιρο εντοπισμό και την έξυπνη αντιμετώπιση των διαδικτυακών απειλών. Σύντομους χαιρετισμούς στην εκδήλωση απήθυναν ο κ. Γιώργος Πατούλης, Δήμαρχος Αμαρουσίου, ο κ. Κωνσταντίνος Λουκάς, Εμπορικός Διευθυντής της Microsoft Ελλάς και ο κ. Κώστας Γιαννόπουλος, Πρόεδρος του οργανισμού «Το Χαμόγελο του Παιδιού».

Πηγή: <http://www.microsoft.com/hellas/Citizenship/>
<http://www.statbank.gr/companies/balance/0205426/002/9.html>
<http://www.kariera.gr>

4.2 Xerox Hellas

Η εταιρία Xerox εδρεύει στο Norwalk, CT, και διαθέτει 136.000 εργαζομένους σε 160 χώρες. Είναι η κορυφαία εταιρία στον κόσμο στο χώρο της διαχείρισης επιχειρησιακών διαδικασιών και εγγράφων. Επίσης, παρέχει πραγματικά ολοκληρωμένες λύσεις, από την υποστήριξη των τμημάτων διεκπεραίωσης έως την εκτυπωμένη σελίδα, οι οποίες διευκολύνουν την λειτουργία των επιχειρήσεων και την διαχείριση των πληροφοριών.

Η Xerox HELLAS από το ίδρυσή της το 1972, οδηγεί την Ελληνική αγορά στους δρόμους της τεχνολογικής εξέλιξης με πρωτοποριακά προϊόντα, τεχνολογίες και σύγχρονους τρόπους ποιοτικού management. Δραστηριοποιείται στον ευρύτερο κλάδο της πληροφορικής. Διαθέτει την πιο ολοκληρωμένη και καινοτόμο μηχανημάτων και λογισμικών για τη διαχείριση και παραγωγή εγγράφων, καθώς και ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών που συμπεριλαμβάνουν συμβουλευτικές υπηρεσίες, ψηφιοποίηση εγγράφων, διαχείριση περιεχομένου και υπηρεσίες outsourcing. Απασχολεί 130 ανθρώπους, εκπαιδευομένους σε όλους τους τομείς προϊόντων, υπηρεσιών και διοίκησης. Διαθέτει εκτεταμένο δίκτυο πωλήσεων και τεχνικής εξυπηρέτησης που καλύπτει όλη την Ελλάδα μέσω 22 αντιπροσώπων και πολλών μεταπωλητών. Θεωρώντας τη μέριμνα για το περιβάλλον ως μια από τις θεμελιώδεις αρχές της, η XEROX αντιμετωπίζει κάθε πτυχή των δραστηριοτήτων της με υπεύθυνο τρόπο, ώστε να συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος.

Παρακάτω παρουσιάζεται ένας πίνακας με τα οικονομικά στοιχεία της Xerox Ελλάς για τα έτη 2008 και 2007:

	2008	2007
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	22.759.298	19.944.239
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	18.896.006	22.227.038
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧ/ΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	13.054.468	5.951.934
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚ/ΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	1.899.533	1.458.213
ΠΑΓΙΟ	22.902.010	19.081.179
ΣΥΣ. ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	11.931.803	9.515.243
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	36.964.535	39.618.094
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	2.912.308	4.595.623

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.405.217	1.419.806
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	33.850.007	29.637.186
ΜΕΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ ΚΑΙ ΕΣΟΔΑ	13.966.043	15.569.355

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Τα τελευταία 40 χρόνια η Xerox έχει επιδείξει ηγετικές ικανότητες ως προς την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και κοινωνική ευθύνη σχεδιάζοντας προϊόντα «καθαρά από απορρίμματα», τα οποία κατασκευάζονται σε εργοστάσια «καθαρά από απορρίμματα», επενδύοντας σε καινοτομίες που φέρουν μετρήσιμα οφέλη για το περιβάλλον, υποστηρίζοντας εκπαιδευτικά και κοινοτικά προγράμματα σε ολόκληρο τον κόσμο, και μέσω διαφόρων άλλων πρωτοβουλιών που ενσωματώνονται στην αποστολή του οργανισμού με γνώμονα την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Ανταποκρινόμενη στη δέσμευση ολόκληρης της εταιρίας ως προς την περιβαλλοντική διαχείριση, το σχέδιο ανάπτυξης περιβαλλοντικής βιωσιμότητας της Xerox περιελάμβανε μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 10 τοις εκατό σε ολόκληρο τον κόσμο από το 2002 έως το 2012. Η Xerox έχει ήδη ξεπεράσει το στόχο του 2012 για μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου (GHG) έξι χρόνια νωρίτερα, έχοντας επιτύχει μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 18 τοις εκατό από το 2002. Μεταξύ των προσπαθειών ολόκληρης της εταιρίας περιλαμβανόταν η διάνυση λιγότερων μιλιών, η συνετή ενεργειακή διαχείριση, νέες τεχνολογίες μεταποίησης, και πιο αποδοτικός εξοπλισμός θέρμανσης και ψύξης. Η Xerox ανεβάζει πλέον τον πήχη κατά 100 τοις εκατό, θέτοντας ως στόχο τη μείωση ύψους 25 τοις εκατό μέχρι το 2012.

Πολιτική για το περιβάλλον

Οι εταιρείες του κλάδου της Xerox οφείλουν να συμμετέχουν στην προσπάθεια διατήρησης των κλιματικών συνθηκών. Για το σκοπό αυτό, η Xerox μειώνει το ενεργειακό της αποτύπωμα περιορίζοντας την κατανάλωση ενέργειας στις εγκαταστάσεις της, επενδύοντας στη σχεδίαση προϊόντων που εξοικονομούν ενέργεια και έχουν λιγότερες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου και προσφέροντας ψηφιακούς πολυλειτουργικούς εκτυπωτές και λύσεις εξοικονόμησης ενέργειας στους πελάτες της.

Μείωση του αποτυπώματος άνθρακα: Η Xerox υλοποίησε με σχολαστικότητα μια ολοκληρωμένη πολιτική διαχείρισης ενέργειας και νέες τεχνολογίες, επιτυγχάνοντας μείωση κατά 21% στις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου (GHG) μέχρι το τέλος του 2007.

Εξοικονόμηση ENERGY STAR:

- Κάθε νέα γενιά προϊόντων Xerox παρέχει περισσότερες λειτουργίες ενώ καταναλώνει λιγότερη ενέργεια, εξοικονομώντας έτσι χρήματα στους πελάτες της και περιορίζει το αποτύπωμα άνθρακα των επιχειρήσεών τους.

- Η Xerox είναι ιδρυτικός συνεργάτης του διεθνούς προγράμματος ENERGY STAR και έχει κυκλοφορήσει σχεδόν 500 πιστοποιημένα προϊόντα ENERGY STAR από το 1994.
- Η ετήσια εξοικονόμηση ενέργειας από τον πιστοποιημένο εξοπλισμό ENERGY STAR που εγκατέστησε στους πελάτες της ισοδυναμεί με ενέργεια ικανή να φωτίσει ένα εκατομμύριο νοικοκυριά στις ΗΠΑ για έναν ολόκληρο χρόνο.

Οι πολυλειτουργικοί εκτυπωτές εξοικονομούν ενέργεια: Οι πολυλειτουργικοί εκτυπωτές Xerox μειώνουν την κατανάλωση ενέργειας με το συνδυασμό λειτουργιών από πολλά προϊόντα σε ένα μηχάνημα. Επίσης, ένας πολυλειτουργικός εκτυπωτής καταναλώνει περίπου 50% λιγότερη ενέργεια από τη συνολική ετήσια κατανάλωση των μεμονωμένων προϊόντων που αντικαθιστά.

Συνεργασίες για την μείωση των κινδύνων από τις κλιματικές αλλαγές:

- Η Xerox ήταν η πρώτη εταιρεία υψηλής τεχνολογίας που συμμετείχε στην οργάνωση United States Climate Action Partnership (USCAP).
- Επίσης, η Xerox συμμετέχει στο πρόγραμμα Business Roundtable's Climate RESOLVE.
- Η Xerox συμμετέχει στο Έργο Κοινοποίησης Αποτυπώματος Άνθρακα (Carbon Disclosure Project), που διευθύνεται από επενδυτές και ενθαρρύνει τις εταιρείες να κοινοποιήσουν τις εταιρικές θέσεις σχετικά με τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που παρουσιάζει η κλιματική αλλαγή για την επιχείρηση, καθώς και τις στρατηγικές υπολογισμού και μείωσης των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου.

Ως ένας από τους μεγαλύτερους προμηθευτές χαρτιού για ψηφιακή εκτύπωση στον κόσμο, η Xerox πιστεύει ότι έχει καθήκον να υποστηρίζει τη συνετή χρήση χαρτιού καθώς και έναν διατηρητέο κύκλο επεξεργασίας χαρτιού. Για να εξασφαλίσει τη συνετή εκμετάλλευση των πολύτιμων φυσικών πόρων, επιβάλλει αυστηρές περιβαλλοντικές προδιαγραφές στους προμηθευτές χαρτιού, παρέχει οικολογικό χαρτί και υποστηρίζει τις μεθόδους προστασίας των δασών μέσω συνεργασίας με την περιβαλλοντική οργάνωση «The Nature Conservancy».

Πηγές χαρτιού: Οι εταιρίες που παρέχουν χαρτί στη Xerox για μεταπώληση πρέπει να πληρούν τις αυστηρές απαιτήσεις που καλύπτουν όλες τις πλευρές της χαρτοποιίας, από τη διαχείριση δασών μέχρι την παραγωγή τελειωμένων αγαθών. Οι προμηθευτές χαρτιού της Xerox πρέπει να παρέχουν αναλυτική τεκμηρίωση που επιβεβαιώνει τη συμμόρφωσή τους με την πολιτική για τις πηγές και τους προμηθευτές χαρτιού της Xerox.

Αποδοτική χρήση χαρτιού:

- Ο εξοπλισμός και το λογισμικό της Xerox είναι σχεδιασμένα με δυνατότητες που επιτρέπουν στους πελάτες να κάνουν αποδοτική χρήση του χαρτιού, περιλαμβάνοντας αξιόπιστη εκτύπωση διπλής όψης (duplex).
- Στα μέσα του 2010, η Xerox ενσωμάτωσε τη δυνατότητα «earth smart» στο παγκόσμιο πρόγραμμα οδήγησης εκτύπωσής της. Το «earth smart» συνδυάζει ορισμένες ρυθμίσεις εξοικονόμησης πόρων με ένα μόνο πάτημα ενός κουμπιού,

όπως λειτουργίες duplex, εκτύπωσης n-up, ελέγχου εκτύπωσης και εξοικονόμησης γραφίτη. Έτσι είναι πιο εύκολο για τους πελάτες να κάνουν υπεύθυνες επιλογές εκτύπωσης.

- Οι πελάτες της Xerox Enterprise Print Services έχουν πρόσβαση σε προηγμένα εργαλεία διαχείρισης εκτύπωσης και αναφοράς, όπως το Xerox Print Agent, τα οποία παρέχουν επιπλέον μεθόδους ενθάρρυνσης και παρακολούθησης της υπεύθυνης συμπεριφοράς κατά την εκτύπωση.
- Λογισμικά προϊόντα, όπως DocuShare, SMARTsend και FreeFlow Digital Workflow Collection, βοηθούν τους πελάτες της Xerox να μειώνουν την κατανάλωση χαρτιού διευκολύνοντας τη διαχείριση ηλεκτρονικών δεδομένων, τη σάρωση σε email, την εκτύπωση κατ' απαίτηση και τις ροές εργασίας διανομής και κατόπιν εκτύπωση.

Προϊόντα ανακυκλωμένου χαρτιού: Η Xerox παρέχει μια μεγάλη ποικιλία ανακυκλωμένων χαρτιών με διάφορα ποσοστά απορριμμάτων κατανάλωσης, μεταξύ των οποίων και χαρτί από 100% απορρίμματα κατανάλωσης. Επίσης, απαιτείται τα ανακυκλωμένα προϊόντα να πληρούν τις ίδιες αυστηρές προδιαγραφές απόδοσης με τα παρθένα προϊόντα, ενώ είναι σχεδιασμένα για βέλτιστη απόδοση του εξοπλισμού της Xerox.

Χαρτιά με πιστοποίηση FSC και PEFC: Η Xerox έχει λάβει πιστοποίηση FSC (Forest Stewardship Council) και πιστοποίηση PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) στην αλυσίδα παραγωγής δασικών προϊόντων (Chain of Custody) που της επιτρέπουν να παρέχει χαρτιά με πιστοποίηση FSC και PEFC στους πελάτες της. Τα χαρτιά με πιστοποίηση FSC και PEFC επιτρέπουν στους πελάτες να αναγνωρίζουν τα προϊόντα που πληρούν αυστηρές προδιαγραφές για την προστασία των δασών και τη διαχείριση της αλυσίδας παραγωγής δασικών προϊόντων (Chain of Custody), από τη διαχείριση δασών έως την τελική διανομή.

Πολιτική για τα δικαιώματα των εργαζομένων

Η Xerox διαθέτει μια μεγάλη σειρά προϊόντων και λύσεων που βοηθούν τη διαχείριση των εγγράφων σε κάθε κομμάτι της επιχειρηματικής ζωής. Πέρα του εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων και τεχνικής εξυπηρέτησης που καλύπτει όλη την Ελλάδα μέσω αντιπροσώπων και συνεργατών, στην Αθήνα η ομάδα της Xerox Ελλάς, καλύπτει τις άμεσες πωλήσεις και την τεχνική εξυπηρέτηση των παραγωγικών συστημάτων και λύσεων έγχρωμης και ασπρόμαυρης παραγωγής καθώς και τις συμβουλευτικές και out-sourcing υπηρεσίες διαχείρισης και παραγωγής εγγράφων. Προσφέρουμε ένα δυναμικό, δομημένο και ανταγωνιστικό περιβάλλον εργασίας που παρέχει εξαιρετικές ευκαιρίες εκπαίδευσης και προσωπικής εξέλιξης, σε αυτούς που θέλουν να επιτυγχάνουν αποτελέσματα, έχουν όρεξη για δουλειά και μάθηση, και προσωπική φιλοδοξία. Η εταιρία παρέχει πλήρες πακέτο πρόσθετων ασφαλιστικών παροχών, όπως συνταξιοδοτικό πρόγραμμα, ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, ασφάλεια ζωής και ατυχημάτων.

Πρόγραμμα εξάλειψης ατυχημάτων: Πριν από μια δεκαετία, η Xerox ενίσχυσε τα προγράμματά της για την προστασία της υγείας και της ασφάλειας με σκοπό την πλήρη

εξάλειψη των εργατικών ατυχημάτων. Από τότε, το ποσοστό Συνολικών Καταγεγραμμένων Περιστατικών (TRI) και τα ποσοστά περιστατικών που απαιτούσαν Απουσία από την εργασία (DAFW) μειώθηκαν περισσότερο από το μισό. Παρόλη αυτή την επιτυχία, ο στόχος μας παραμένει μια ετήσια βελτίωση κατά 10% στα εργατικά ατυχήματα. Τέλος, η Xerox έχει θεσπίσει αυστηρά όρια έκθεσης για τις λειτουργίες παραγωγής, έρευνας και παροχής υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο για να προστατέψει τους υπαλλήλους της από τη βλαβερή έκθεση σε χημικά, θόρυβο και ακτινοβολία.

Επείγουσα ετοιμότητα: Το πρόγραμμα επείγουσας ετοιμότητας και ανταπόκρισης της Xerox βοηθά στην προστασία της υγείας και της ασφάλειας των εργαζομένων στη Xerox, των κοινωνικών ομάδων που τους περιβάλλουν και του περιβάλλοντος. Όλες οι επιχειρήσεις της Xerox παγκοσμίως αναπτύσσουν τεκμηριωμένα σχέδια δράσης σε περίπτωση πυρκαγιάς, διαρροής χημικών ουσιών, φυσικών καταστροφών και άλλων πιθανών κινδύνων.

Χώροι εργασίας: Η Xerox έχει αναγνωριστεί παγκοσμίως ως ένα σπουδαίο μέρος για να εργαστεί κάποιος από τους εξής:

- Νούμερο 91 στο *ComputerWorld's* "100 Best Places to Work in IT", 2010.
- "Best Places to Work for LGBT Equality," Εκστρατεία για τα ανθρώπινα δικαιώματα, 2010.
- "Most Admired Companies in Research Science," *Black Engineer & Information Technology*, 2010.
- "Best Places to Work in Greece," 2010.
- Αναγνωρίστηκε από το περιοδικό Fortune στη λίστα "Most Admired for HR" το 2010.
- Κατατάχθηκε 3^η στη λίστα της iSixSigma για τα "Best Places to Work for Six Sigma Professionals".

Θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία: Μέσω των παγκόσμιων δραστηριοτήτων της εταιρίας, υπάρχουν εργαζόμενοι που είναι εκπρόσωποι σε εργατικά σωματεία, εμπορικά σωματεία ή συμβούλια εργαζομένων. Οι σχέσεις με αυτές τις ομάδες βασίζονται στους νόμους που εφαρμόζονται σε κάθε χώρα. Στην Ευρώπη, η Xerox αναγνωρίζει μια σειρά εργατικών συμβουλίων και εμπορικών σωματείων που καθιερωθήκαν υπό τους Ευρωπαϊκούς εργασιακούς νόμους με σκοπό την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων.

Πολιτική για τα ανθρώπινα δικαιώματα

Η άποψη της Xerox για μια ποικιλόμορφη δύναμη εργασίας εκφράστηκε πιο εύγλωττα από την Πρόεδρο και Γενική Διευθύντρια της Xerox Anne M. Mulcahy: "Είμαι πεπεισμένη ότι η διαφορετικότητα είναι το κλειδί της επιτυχίας. Η εμπειρία μας έχει διδάξει ότι οι εταιρίες με διαφορετικότητα, εταιρίες που λειτουργούν με ιεράρχηση φαντασίας και διαθέτουν ανθρώπους κάθε ηλικίας, φυλής, και υπόβαθρου είναι οι πιο επιτυχημένες". Με κάποιο τρόπο, η διαφορετικότητα τρέφει τη δημιουργικότητα. Ίσως γιατί οι άνθρωποι με διαφορετικό υπόβαθρο προκαλούν τις βασικές παραδοχές του άλλου και

έτσι απελευθερώνονται όλοι από κάθε είδους συμβάσεις και κανόνες. Οι πρωτοβουλίες της Xerox για διαφορετικότητα εφαρμόστηκαν εδώ και πολλά χρόνια και έχουν τιμηθεί με πολλά βραβεία σε όλον τον κόσμο. Οι καινοτόμες πρακτικές της Xerox έχουν συχνά χρησιμοποιηθεί ως σημείο αναφοράς από άλλες επιχειρήσεις.

Πολιτική για τα δικαιώματα των καταναλωτών

Ασφάλεια προϊόντων Xerox: Η πολιτική της Xerox απαιτεί ότι όλα τα προϊόντα καλύπτουν τα ελάχιστα κριτήρια ασφαλείας που ορίζονται από αναγνωρισμένους οργανισμούς και κυβερνητικές νομοθετικές ρυθμίσεις. Για κάθε προϊόν που βγάζει στην αγορά η Xerox έχει ένα περιεκτικό Πλάνο Ασφαλείας Προϊόντος διαθέσιμο που αναφέρει λεπτομερώς τις συγκεκριμένες απαιτήσεις ασφαλείας. Αξιολογήσεις γίνονται για όλους τους πιθανούς κινδύνους: ηλεκτρικούς, μηχανικούς, βιολογικούς, ακτινοβολίας, ζέστης, εκπομπών και θορύβου. Τα αποτελέσματα των αξιολογήσεων πρέπει να είναι ικανοποιητικά για όλους τους τομείς πριν κάποιο προϊόν προμηθευτεί προς τους πελάτες. Επιπροσθέτως, διεργασίες service, υλικά service, ειδικά εργαλεία και το εγχειρίδιο χρήσης πρέπει όλα να εγκριθούν πριν αποσταλούν τα προϊόντα στον πελάτη. Παρακάτω παρουσιάζεται τι μέτρα λαμβάνονται για την αντιμετώπιση τέτοιων πιθανών κινδύνων.

- Ηλεκτρομαγνητική συμβατότητα: Τα προϊόντα της Xerox είναι σχεδιασμένα να λειτουργούν απρόσκοπτα στο ηλεκτρομαγνητικό περιβάλλον για το οποίο προορίζονται χωρίς να προκαλούν επιβλαβή παρεμβολή σε γειτνιάζοντα εξοπλισμό ή σε τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες. Τα προϊόντα της Xerox συμμορφώνονται με όλες τις κυβερνητικές νομοθετικές ρυθμίσεις που αφορούν την ηλεκτρομαγνητική συμβατότητα.
- Εργονομικοί/Ανθρώπινοι παράγοντες: Οι ανθρωπίνους παράγοντες είναι ένα αναπόσπαστο μέρος των αποφάσεων της εταιρίας. Η ομάδα της Xerox αξιολογεί τα προϊόντα της εταιρίας για να εξασφαλίσει ότι είναι εύχρηστα για τους πελάτες, κατάλληλα για να τεχνική υποστήριξη για τους τεχνικούς και εύκολα για κατασκευή για το προσωπικό του τμήματος κατασκευής.
- Lasers: Τα προϊόντα της Xerox που περιέχουν lasers δεν αποτελούν κίνδυνο στους χειριστές των μηχανημάτων ούτε και στους διερχομένους καθώς είναι σχεδιασμένα και κατασκευασμένα ώστε να συμμορφώνονται με τις αυστηρές απαιτήσεις ασφαλείας που καθορίζει η νομοθεσία.

Προστασία προσωπικών δεδομένων: Η Xerox πιστεύει πως το δικαίωμα για ιδιωτικότητα περιλαμβάνει το δικαίωμα των ανθρώπων να έχουν φωνή στην χρησιμοποίηση και διάδοση των προσωπικών πληροφοριών τους. Επίσης θεωρεί ότι η επιτυχία τους εξαρτάται άμεσα στο μέγεθος που οι πελάτες τους εμπιστεύονται στην διαχείριση των επιχειρηματικών διεργασιών τους. Για αυτούς τους λόγους, η Xerox εφαρμόζει πολιτικές που εξασφαλίζουν ότι τα προσωπικά στοιχεία των πελατών τους προστατεύονται βέλτιστα. Επίσης, χρησιμοποιεί τεχνολογίες, όπως η κρυπτογράφηση και προστασία στην απώλεια δεδομένων, ώστε να εξασφαλίσει ότι τα προσωπικά δεδομένα των πελατών μπορούν να εξακριβωθούν, ελεγχθούν και προστατευτούν, βάση των απαιτήσεων που έχουν οριστεί. Η Xerox συμμορφώνεται με την Οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης 95/46/EC που αφορά την

προστασία των προσωπικών δεδομένων. Η Xerox δεν κοινοποιεί τα προσωπικά δεδομένα των πελατών της σε άλλες εταιρίες ή άτομα χωρίς την άδεια των ίδιων.

Ικανοποίηση πελατών: Για να αλληλεπιδρά με τους πελάτες της η Xerox χρησιμοποιεί διάφορα κοινωνικά επικοινωνιακά εργαλεία που σκοπό έχουν την υποστήριξη των πελατών τους. Αυτά είναι:

- Η Κοινότητα Πελατών της Xerox και το Φόρουμ της προσφέρουν έναν «τόπο συνεύρεσης» στους πελάτες για να μπορούν να αναρτούν ερωτήσεις, να συνεργάζονται και να μοιράζονται λύσεις. Η κοινότητα βρίσκεται στην διεύθυνση **forum.support.xerox.com**.
- Μέσω του twitter στο @XeroxSupport twitter handle.
- Οι πελάτες μπορούν να έχουν υποστήριξη και πληροφορίες για drivers για τα μηχανήματα Xerox τους, μέσω της ιστοσελίδας **www.xerox.com/mysupport**.
- Μέσω του blog **atyourservice.blogs.xerox.com** οι χρήστες που είναι εγγεγραμμένοι μπορούν να δουν πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών της Xerox.

4.3 EXODUS

Η EXODUS είναι μια εταιρία πληροφορικής που έχει ως κύρια δραστηριότητα την παραγωγή λογισμικού που αφορά το πεδίο της Διαχείρισης Πιστωτικού Κινδύνου. Ιδρύθηκε το 1989 και απασχολεί 120 επαγγελματίες. Η EXODUS παραδίδει ειδικευμένα προϊόντα λογισμικού και υπηρεσίες για τον τραπεζικό κλάδο. Επικεντρώνεται σε ένα μικρό αριθμό προϊόντων στο πεδίο της διαχείρισης πιστωτικού κινδύνου κάτι που της δίνει την δυνατότητα να κατασκευάζει και συντηρεί ένα διακριτό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η κύρια πλατφόρμα της εταιρίας ονομάζεται «EXODUS Financial Suite» (EFS) η οποία παρέχει λύσεις για συλλογή και ανάκαμψη πίστωσης (credit collection and recovery), προέλευση δανείου (loan origination), scoring και τραπεζιτικές εργασίες μέσω διαδικτύου και κινητού τηλεφώνου. Βασισμένη στην ιδιόκτητη τεχνολογία «RightFit™» και μεθοδολογίας RapidDeploy™, η EFS εγγυάται μια λύση που είναι τέλεια προσαρμοσμένη στις ανάγκες του οργανισμού και όλα αυτά σε σύντομο χρόνο ανάπτυξης.

Στον χώρο του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας η εταιρία έχει αναπτύξει πρωτοποριακές, βραβευμένες λύσεις για τους πρωτοποριακούς πελάτες της από το 1984. Αυτές περιλαμβάνουν μεγάλα εταιρικά portals και εφαρμογές για iPhone, iPad και Android. Η EXODUS στοχεύει στις αγορές του τραπεζικού και τηλεπικοινωνιακού κλάδου, με παρουσία στην Ευρώπη, Μέση Ανατολή και Αφρική και έχει περισσότερους από 300 ενεργούς πελάτες. Επίσης, η εταιρία υποστηρίζει ότι έχει ένα ποσοστό ικανοποίησης πελατών που αγγίζει το 76%.

Τέλος η εταιρία EXODUS αξιολογήθηκε από το ICAP σαν μια από τις πιο δυνατές οικονομικά εταιρίες για το 2010 και τοποθετήθηκε στους 10 πρώτους καλύτερους χώρους εργασίας για τις χρονιές 2005, 2007 και 2009. Το σύστημα εταιρικής διακυβέρνησης της εταιρίας είναι κυρίως βασισμένο στις αρχές του EFQM's Excellence Model και των standards του ISO 9001:2000 και είναι το πρώτη εταιρία λογισμικού που βραβεύτηκε στην Ευρώπη με βραβείο 5 αστέρων για τον τρόπο λειτουργίας της και τις υπηρεσίες της.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η εταιρία Exodus έχει ορίσει μια επιτροπή που είναι υπεύθυνη για θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης η οποία πρωτοσυστάθηκε στις 27/02/2004. Αποτελείται από εθελοντές συναδέλφους. Τα άτομα που απαρτίζουν την επιτροπή είναι οι Υβόννη Πατακίδου, E. Witkamp με αναπληρώτρια την Δωροθέα Μάρσαλ. Η επιτροπή υποστηρίζεται κατά καιρούς από συναδέλφους διάφορων τομέων. Ο ρόλος της είναι η διαμόρφωση ενός πλαισίου δράσης της εταιρείας για θέματα που αφορούν το περιβάλλον, την εκπαίδευση/ενημέρωση σε σχετικά θέματα και την υγεία με απώτερο στόχο την αποτελεσματική, οργανωμένη και συντονισμένη δράση της εταιρείας ως υπεύθυνο μέλος ενός ευρύτερου κοινωνικού συνόλου. Σκοπός της επιτροπής είναι επίσης, βάσει των προτάσεων του προσωπικού, να οργανώσει το πεδίο δράσης και να διευρύνει τις ενέργειες και τις δραστηριότητες της εταιρείας στον τομέα της Κοινωνικής Ευθύνης. Κλειδί για τη βελτίωση της οργάνωσης και της ποιότητας των ενεργειών θεωρείται η συνεργασία με αντίστοιχες επιτροπές και οργανισμούς μη κερδοσκοπικούς. Ένα παράδειγμα συμμετοχής

της EXODUS σαν ιδρυτικό μέλος σε οργανισμό είναι το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR που εκπροσωπεί το "European Business Ethics Network" στη χώρα μας. Στόχος του σωματείου είναι η προώθηση των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής, της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Εταιρικής Διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, την ακαδημαϊκή κοινότητα και σε εθελοντικούς οργανισμούς, www.eben.gr. Η ανάπτυξη και φιλοξενία του 1^{ου} site του ήταν χορηγία της EXODUS. Κύριος στόχος θα παραμείνει για την επιτροπή και για το 2011 η ένταξη της ΕΚΕ σε όλες δραστηριότητες της εταιρείας, μέσα από ενέργειες που θα αποβλέπουν στο καλό του κοινωνικού συνόλου και του περιβάλλοντος, βελτιώνοντας παράλληλα την εικόνα της EXODUS ως κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία.

Πολιτική για το περιβάλλον

- Σε ότι αφορά τις προμήθειες η εταιρία στην αξιολόγηση των υλικών που προμηθεύετε, καθώς και των προμηθευτών, λαμβάνει υπόψη και οικολογικά κριτήρια.
- Προωθούνται και υποστηρίζονται οι ενέργειες για ένα paperless office και στα πλαίσια αυτά έχει εγκατασταθεί ένα σύστημα ηλεκτρονικής λήψης και παραλαβής fax, διότι με αυτό τον τρόπο εξοικονομείται χαρτί κάτι που είναι πολύ σημαντικό για το περιβάλλον.
- Σχετικά με τα αναλώσιμα η εταιρία τα αγοράζει σε μεγάλες ποσότητες ώστε να εξοικονομείται χρήμα και υλικό συσκευασίας. Τα τρόφιμα και άλλα αναλώσιμα αγοράζονται κατά προτίμηση σε μεγάλες συσκευασίες ή οικολογικές συσκευασίες.
- Τα υλικά καθαρισμού που αγοράζονται είναι μη τοξικά για να μην επιβαρύνεται επιπλέον το περιβάλλον.
- Όταν είναι δυνατό γίνεται προμήθεια μηχανημάτων με ανταλλακτικά μεγαλύτερης διάρκειας ζωής και δυνατότητα ανακύκλωσης τους (όπως συμβαίνει με όλους τους εκτυπωτές), καθώς με αυτό τον τρόπο εξοικονομούνται αφενός πόροι και αφετέρου είναι ωφέλιμο για το περιβάλλον.
- Η εταιρία μεριμνά για την ανακύκλωση χαρτιού και άλλων υλικών, όταν είναι εφικτό, καθώς και για την ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση των μηχανημάτων ή εξαρτημάτων.
- Φροντίζει για την εξοικονόμηση ηλεκτρικού ρεύματος π.χ. τοποθετώντας λάμπες χαμηλής κατανάλωσης ρεύματος όπου μπορεί η εταιρία.
- Αγοράζει μηχανήματα για πόσιμο νερό με μπουκάλες ανταλλακτικά (έχουν τοποθετηθεί στον 2^ο, 4^ο και 5^ο όροφο).
- Το εταιρικό αυτοκίνητο είναι οικολογικό (υβριδικό αυτή την στιγμή), εξοικονομεί πολύ ενέργεια και έτσι μειώνει τους ρύπους και συμβάλει πολύ στο καθαρό περιβάλλον.
- Κατανάλωση ενέργειας ανά άτομο 2.424,5 KWH όταν ο στόχος ήταν <2000 KWH.
- Θέτονται ετήσιοι στόχοι σχετικά με την κατανάλωση ενέργειας, μετριέται σε τακτική βάση η απόδοση της εταιρίας σχετικά με αυτό τον στόχο και εκδίδεται ετήσια αναφορά.

Πολιτική για τα δικαιώματα των εργαζομένων

- Τα γραφεία και τα περισσότερα σημεία συνάντησης έχουν κηρυχθεί ως χώροι μη καπνίσματος: διότι έτσι δημιουργούνται καλύτερες συνθήκες εργασίας.
- Μεταξύ του εργατικού δυναμικού δίνεται φροντίδα για ίση απασχόληση και ευκαιρίες καριέρας για τους άντρες και τις γυναίκες συνάμα. Για παράδειγμα έχει επιτευχθεί ένα καλό ποσοστό (32% αυτή τη στιγμή) παρουσίας γυναικών σε όλους τους τομείς απασχόλησης. Στόχος είναι η αναλογία να φθάσει το 50%-50% σταδιακά μέσα στα επόμενα χρόνια.
- Η εταιρία παρέχει θέσεις πρακτικής άσκησης σε φοιτητές με υψηλά ποσοστά ικανοποίησης από την πλευρά των ασκούμενων.
- Το υψηλότερο ποσοστό ικανοποίησης για τον εργασιακό χώρο και τις συνθήκες εργασίας ήταν 80% θετικά για τις χρονιές 2007 και 2008 και το χαμηλότερο ήταν 65% θετικά την χρονιά 2006. Η σχετική ερώτηση που υποβλήθηκε ήταν «Είμαι ικανοποιημένος/η με τον τρόπο και το έργο που συνεισφέρουμε στο κοινωνικό σύνολο».
- Για το 2010 το ποσοστό του προσωπικού που συμμετείχε εθελοντικά στις δράσεις E.K.E. ανήλθε στο 60% όταν ο στόχος που τέθηκε ήταν το 65%.
- Η εταιρία επενδύει σε ετήσια βάση ένα ποσοστό 2% των εξόδων για αμοιβές εργαζομένων σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες και κατά μέσον όρο 600 ευρώ ανά εργαζόμενο για την εκπαίδευση.
- Η εταιρία έχει υιοθετήσει ένα σύστημα mentoring με το οποίο βοηθάει τον νέο συνεργάτη να προσαρμοστεί τόσο στο αντικείμενο της εργασίας του όσο και στο εργασιακό περιβάλλον ώστε να λάβει την απαραίτητη γνώση προκειμένου να εμπλακεί ενεργά στα έργα και στα καθήκοντα της εταιρείας.
- Η εταιρία έχει θεσπίσει ένα σχέδιο αναγνώρισης και επιβράβευσης του προσωπικού, το λεγόμενο σχέδιο του «Ηρακλή», το οποίο δίνει ηθική και υλική ανταμοιβή στους εργαζομένους που παράγουν έργο.
- Η εταιρεία δίνει μια σειρά παροχές στους μόνιμους υπαλλήλους της, όπως teleworking, μακροχρόνιες άδειες για πιστοποιήσεις ή σπουδές, δωρεάν ετήσιο check-up σε ιατρικό κέντρο για την ομάδα των διευθυντών, υποδιευθυντών και υπευθύνων τομέων, δωρεάν κάρτα νοσηλείας Μετροπόλιταν, γιατρό εργασίας στην εταιρεία μία φορά την εβδομάδα, 300 ευρώ επίδομα γέννας, ολόκληρο μισθό στις μητέρες κατά τη διάρκεια της άδειας μητρότητας, στους νέους πατέρες δίνεται η δυνατότητα να έχουν ένα πιο ευέλικτο σχήμα εργασίας κατά τις πρώτες εβδομάδες γέννησης των παιδιών τους, κινητά τηλέφωνα, stock options της Τράπεζας Πειραιώς για την ομάδα των διευθυντών και υπευθύνων τομέων, αγορά αυτοκινήτου κτλ. Στην περίπτωση της αγοράς αυτοκινήτου υπάρχει στη διάθεση των εργαζομένων του ομίλου Πειραιώς μια έκθεση μεταχειρισμένων αυτοκινήτων σε αρκετά συμφέρουσες τιμές.

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

Δημιουργήθηκε τράπεζα αίματος για τους υπαλλήλους της εταιρίας και φυσικά για οποιονδήποτε έχει ανάγκη για αίμα μέσω του προγράμματος εθελοντικής αιμοδοσίας. Συγκεκριμένα την εξαετία 2005-2010 συγκεντρώθηκαν 515 λίτρα αίματος από τα οποία εξυπηρετήθηκαν πολλοί συνάδελφοι αλλά και συγγενείς και φίλοι τους στην ώρα ανάγκης. Τέλος, η εταιρία διακρίνεται για τις δράσεις της σε θέματα αναδοχής παιδιών. Σχετικά με την αναδοχή 4 παιδιών για το έτος 2010 πραγματοποιήθηκαν τα ακόλουθα:

- Ετήσια χρηματική υποστήριξη της Laxmi και του Idrisa μέσω της Action Aid από την εταιρεία.
- Επικοινωνία μέσω επιστολών με την Laxmi και τον Idrisa, την οποία ανέλαβαν εθελοντές συνάδελφοι (ή και τα παιδιά τους)
- Χρηματική υποστήριξη δύο παιδιών των «Παιδικά Χωριά SOS Ελλάδας» από την εταιρεία.
- 3 επισκέψεις στα ανάδοχα παιδιά μας, τον Κωνσταντίνο και την Ιωάννα, του χωριού SOS από συναδέλφους.
- Συγκέντρωση χρηματικού ποσού από τους συναδέλφους το 2010 για τη συμμετοχή στα έξοδα ανατροφής της Ιωάννας και του Κων/νου από τα «Χωριά SOS Ελλάδας» και της Laxmi του Idrisa της Action Aid – **862 €**.

4.4 Όμιλος DIONIC

Με περισσότερους από 300 εργαζόμενους και ένα διευρυμένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων σε προσοδοφόρους και αναπτυσσόμενους τομείς, η DIONIC διαθέτει 25.000.000 τεμάχια, ετησίως, και 35.000 προϊόντα σε 10.000 πελάτες, μέσα από 25 κανάλια διανομής, συνεργαζόμενη με 500 προμηθευτές απ' όλο τον κόσμο. Αποτελεί έναν ισχυρό όμιλο ευρωπαϊκού προφίλ, που δραστηριοποιείται στους τομείς της Εμπορίας και Διανομής, Λογισμικού, Ενέργειας, Ανάπτυξη Ακινήτων και Συμβουλευτικών Υπηρεσιών. Η μακροχρόνια εξειδίκευση, η δημιουργικότητα, η άρτια οργάνωση και η αποδεδειγμένη τεχνογνωσία, αλλά και η στρατηγική επέκτασης σε αγορές της Ελλάδας και του εξωτερικού έχουν καθιερώσει την DIONIC, ως έναν από τους πιο καινοτόμους αξιόπιστους και αναγνωρισμένους ομίλους στην αγορά. Οι δραστηριότητες του ομίλου διακρίνονται στους τομείς της εμπορίας/διανομής, λογισμικού, προσφοράς υπηρεσιών, κατασκευής ακινήτων και ενέργειας.

Ο Όμιλος DIONIC εισάγει, αντιπροσωπεύει και διανέμει σε μεταπωλητές προϊόντα οικιακής ψυχαγωγίας, πληροφορικής, τηλεπικοινωνιακών μέσων και συστημάτων ασφαλείας, αναλωσίμων, παιχνιδιών, ειδών βρεφικής ανάπτυξης, ειδών ένδυσης και υπόδησης, τροφίμων και ευρέως καταναλωτικών προϊόντων μέσω των εταιρειών DIONIC, DIONIC BULGARIA, DIONIC TRADING, MEDIA VIS, MARM LIGHTING, ΠΡΟΤΥΠΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΔΙΑΝΟΜΩΝ, SHENZHEN TOP LEAD, INTERNATIONAL GAMING ENTERTAINMENT (I.G.E).

Η στρατηγική τοποθέτηση του Ομίλου Dionic στον τομέα του Λογισμικού, υλοποιείται μέσω της συμμετοχής του στις θυγατρικές εταιρείες ATCOM Internet & Multimedia A.E. και SKROUTZ A.E., οι οποίες κατέχουν δεσπόζουσα θέση στην ανάπτυξη προϊόντων και στην παροχή υπηρεσιών Διαδικτύου.

Η Atcom A.E. ιδρύθηκε το 2000 και εδρεύει στην Αθήνα, ενώ ταυτόχρονα δραστηριοποιείται και στη Διεθνή Αγορά, μέσω της θυγατρικής της Atcom Internet and Multimedia Ltd., η οποία ιδρύθηκε στις αρχές του 2008 και εδρεύει στο κέντρο του Λονδίνου. Η Atcom Internet and Multimedia A.E. είναι πρωτοπόρος εταιρεία παροχής υπηρεσιών και προϊόντων διαδικτύου, με εκτεταμένη εμπειρία και εξειδίκευση στην ανάπτυξη συναφών εφαρμογών, καθώς και στη διαχείριση πολυγλωσσικού ψηφιακού περιεχομένου. Προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις, οι οποίες προστατεύουν τις επενδύσεις των πελατών της και ενδυναμώνουν την online προβολή και την επιχειρηματικότητα εταιριών και οργανισμών. Σήμερα, η Atcom κατέχει εξέχουσα θέση στην ελληνική αγορά με πάνω από 800 επιτυχώς ολοκληρωμένα έργα και πλούσιο πελατολόγιο, που περιλαμβάνει μεγάλες και μικρομεσαίες εταιρίες του ιδιωτικού τομέα αλλά ταυτόχρονα και φορείς του ευρύτερου δημοσίου Τομέα. Οι πελάτες της Atcom δραστηριοποιούνται στους κλάδους του εμπορίου, της βιομηχανίας, των τηλεπικοινωνιών, του τουρισμού και γενικότερα της παροχής υπηρεσιών.

Η Atcom διαφοροποιείται από ανταγωνιστικές επιλογές με πολλαπλούς τρόπους. Οι κυριότεροι εξ' αυτών είναι:

- Διαθέτει δική της πλατφόρμα ανάπτυξης εφαρμογών Internet και δικό της τελικό προϊόν CMS (Content Management System), τα οποία έχουν εξελιχθεί και τελειοποιηθεί τα προηγούμενα χρόνια, μέσα από ένα πλήθος εγκαταστάσεων, με διαφορετικές επιχειρησιακές ανάγκες και λειτουργικά συστήματα.
- Διαθέτει μοναδικό συνδυασμό προϊόντων, ίδιας ανάπτυξης, για την διαφανή διαχείριση περιεχομένου και υπηρεσιών στο Διαδίκτυο (Internet) και σε κινητές συσκευές (Mobile phones and devices).
- Κατέχει υψηλού επιπέδου τεχνογνωσία σε τεχνολογίες ανάπτυξης διαδικτυακών εφαρμογών και εφαρμογών πολυμέσων, που της δίνει τη δυνατότητα να προσφέρει καινοτόμες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας.
- Διαθέτει την μεγαλύτερη, ίσως, εμπειρία στην Ελλάδα στη κατασκευή διαδικτυακών πυλών και ιστοτόπων.
- Μπορεί να αξιοποιεί τις υπάρχουσες επενδύσεις και υποδομές χωρίς να επιβάλλει αλλαγές τεχνολογίας.

Η Atcom έχει τη δυνατότητα να καλύψει ολοκληρωμένα, αποτελεσματικά και υπεύθυνα, ανάγκες όπως εταιρική διαδικτυακή παρουσίαση, ηλεκτρονικό εμπόριο, τηλεδιάσκεψη και τηλε-εκπαίδευση, εύχρηστη διαχείριση περιεχομένου, αξιόπιστη φιλοξενία εφαρμογών, διασύνδεση μεταξύ ετερογενών συστημάτων, έξυπνες προωθητικές ενέργειες, δικτυακές εταιρικές υποδομές, μεταφράσεις σε πολλές γλώσσες, παροχή ελκυστικού περιεχομένου, και άλλες. Επιπλέον, η εταιρεία έχει πιστοποιηθεί κατά ISO 9001:2000, για όλους τους τομείς της παραγωγικής της λειτουργίας και τις εσωτερικές της διαδικασίες.

Η μηχανή αναζήτησης με το όνομα Skroutz, η οποία Ιδρύθηκε το 2004 από μία ομάδα αποφοίτων Ηλεκτρολόγων Μηχανικών του ΕΜΠ, ξεκίνησε τη λειτουργία της με συμμετοχή μόλις 15 ηλεκτρονικών καταστημάτων και 40.000 προϊόντων. Πολύ γρήγορα όμως, λόγω του έξυπνου ονόματός της, καθώς και της ιδιαίτερα αξιόπιστης λειτουργίας της, έγινε ευρέως γνωστή σε δεκάδες χιλιάδες χρήστες του ελληνικού Internet. Η SKROUTZ ΑΕ έχει ως βασικό αντικείμενο την επέκταση και εξέλιξη των δυνατοτήτων της μηχανής αναζήτησης www.skroutz.gr, αλλά παράλληλα και του www.gameover.gr και www.mobilearena.gr και την εμπορική εκμετάλλευσή της. Τις δραστηριότητες της εταιρείας συμπληρώνουν η παροχή υπηρεσιών διαδικτύου, όπως η κατασκευή διαδικτυακών ιστοσελίδων και η δημιουργία και εμπορική εκμετάλλευση διαδικτυακών portals. Σήμερα εξυπηρετεί χιλιάδες χρήστες καθημερινά. Δέχεται πάνω από 30.000 διαφορετικούς επισκέπτες κάθε μέρα, ενώ πραγματοποιούνται πάνω από 50.000 αναζητήσεις ημερησίως, παρουσιάζοντας συνεχόμενη ανάπτυξη της κίνησης του από μήνα σε μήνα, της τάξεως του 10%. Παράλληλα, εμπλουτίζεται συνέχεια με νέες πληροφορίες και δυνατότητες, που βοηθούν τους χρήστες του να έχουν ολοένα και πιο ολοκληρωμένη εικόνα της αγοράς. Από το Νοέμβριο του 2006 η μηχανή εξελίχθηκε παράλληλα και σε εργαλείο ηλεκτρονικής δημοπράτησης προϊόντων, δίνοντας μια επιπλέον ώθηση στην ανάπτυξή της.

Το Skroutz αφορά αποκλειστικά σε προϊόντα που ο χρήστης του Internet μπορεί να προμηθευτεί από ηλεκτρονικά καταστήματα (είτε αυτά λειτουργούν στην Ελληνική Αγορά, είτε λειτουργούν στο εξωτερικό και έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούν τους Έλληνες καταναλωτές), ενώ ενημερώνεται διαρκώς και για όλα τα προϊόντα που πρωτοεμφανίζονται

στην αγορά και τα οποία είναι διαθέσιμα στους καταναλωτές για ηλεκτρονική παραγγελία. Συγκρίνει τις τιμές τους με πολύ γρήγορο τρόπο και με χρήση των πλέον σύγχρονων εργαλείων αναζήτησης. Με τη βοήθεια της μηχανής αναζήτησης οι χρήστες μπορούν να εντοπίσουν το κατάστημα που θα τους δώσει τη δυνατότητα για την πιο συμφέρουσα γι' αυτούς αγορά. Παράλληλα, παρέχεται η δυνατότητα δημοπράτησης προϊόντων από τους ίδιους τους χρήστες, καθώς και η δυνατότητα εντοπισμού τεχνολογικών άρθρων και νέων που αφορούν προϊόντα. Πέραν όμως όλων αυτών, οι χρήστες του Skroutz έχουν τη δυνατότητα να διαβάσουν παρουσιάσεις και συγκρίσεις από τις πιο διάσημες ελληνικές και ξένες ιστοσελίδες, να επικοινωνήσουν μεταξύ τους μέσω μηνυμάτων, αλλά και να συμμετάσχουν σε online συζητήσεις. Οι χρήστες καλούνται να πραγματοποιήσουν μία αναζήτηση στη μηχανή, με τη χρήση μίας ή περισσότερων λέξεων-κλειδιών που έχουν άμεση σχέση με το προϊόν που τους ενδιαφέρει, λαμβάνοντας αμέσως όλα τα παραπάνω αποτελέσματα διαχωρισμένα ανά είδος (τιμές από καταστήματα, ενεργές δημοπρασίες, άρθρα και τεχνολογικά νέα).

Τα οικονομικά στοιχεία του Ομίλου για τα έτη 2008, 2009, και 2010 είναι:

	2008	2009	2010
Πωλήσεις	80.928.710	73.128.597	72.066.404
Κόστος Πωληθέντων	-61599414	-55119367	-56.244.093
Μικτό Κέρδος	19.329.295	18.009.229	15.822.311
Λοιπά έσοδα / (έξοδα)			
Έξοδα διάθεσης/πωλήσεων	-8.147.101	-8.855.453	-7.100.994
Έξοδα διοίκησης	-4.890.615	-673.057	-4.267.560
Έξοδα έρευνας & ανάπτυξης	-581.603	-552.217	-606.584
Αποτελέσματα εκμετάλλευσης	5.787.876	3.887.022	1.256.380
Χρηματοοικονομικά κόστος-(καθαρό)	-2.625.698	-2.167.941	-2.338.441
Κέρδη προ φόρων	3.307.373	1.680.817	679.433
Φόρος εισοδήματος	-1.013.947	-637.344	-648.973
Κέρδη μετά από φόρους	2.293.426	1.043.473	30.460
Μετόχους της μητρικής	1.373.877	363.032	559.965
Δικαιώματα Μειοψηφίας	972.913	663.502	-514.573
Κέρδη ανά μετοχή (σε ευρώ ανά μετοχή) :	0,0457	0,0138	0,0206
Βασικά	0,0471	0,0156	0,0242

(τα ποσά είναι εκφρασμένα σε ευρώ)

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Ο Όμιλος DIONIC παράλληλα με τη δυναμική ανάπτυξη που σημειώνει τα τελευταία χρόνια, δραστηριοποιείται ενεργά και με συνέπεια στα πλαίσια των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αναπτύσσοντας καινοτόμες δράσεις και παρουσιάζοντας σημαντικό κοινωνικό έργο, τόσο για τους εργαζόμενους, όσο και για την ελληνική κοινωνία. Οι κύριοι τομείς εφαρμογής του προγράμματος της Ε.Κ.Ε. είναι:

- Κοινωνία
- Περιβάλλον
- Εργασιακό Περιβάλλον

Ο Όμιλος επιδιώκει την ενεργό παρέμβαση, τον ανοιχτό διάλογο με κοινωνικούς φορείς και τοπικές κοινωνίες, συνεισφέροντας με αυτό τον τρόπο στο κοινωνικό καλό και στην προσπάθεια όλων για μια καλύτερη κοινωνία και ένα καθαρότερο φυσικό περιβάλλον. Φιλοσοφία του Ομίλου σε θέματα Ε.Κ.Ε. αποτελεί ο συνδυασμός της επιχειρηματικής δραστηριότητας με τη διατήρηση μίας συνολικά υπεύθυνης στάσης, όσον αφορά στον άνθρωπο-εργαζόμενο και τον άνθρωπο-πολίτη, αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος.

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

- Η εταιρία δημιούργησε «Τράπεζα Αίματος» και πραγματοποιεί εθελοντική αιμοδοσία εργαζομένων 2 φορές τον χρόνο. Η πρωτοβουλία διοργανώνεται σε συνεργασία με την **Κεντρική Μονάδα Αιμοδοσίας του Υπουργείου Υγείας**, ενώ το πρόγραμμα γνωρίζει σημαντική στήριξη από το σύνολο των εργαζομένων του Ομίλου.
- Υποστηρίζει τόσο οικονομικά όσο και υλικά το έργο της Μη Κυβερνητικής Οργάνωσης «**Χαμόγελο του Παιδιού**».
- Ενισχύει, με τη θυγατρική εταιρεία Skroutz A.E., την πρωτοβουλία του Κέντρου Υποδοχής Αστέρων Δήμου Αθηναίων, που διοργάνωσε πρόσφατα τη «**Δημοπρασία Αγάπης**», δημιουργώντας ειδικό χώρο στον τομέα δημοπρασιών της ιστοσελίδας της.
- Υποστήριξε το έργο της περιβαλλοντικής οργάνωσης **ΑΡΚΤΟΥΡΟΣ** για την προστασία της άγριας ζωής και του φυσικού περιβάλλοντος, **υιοθετώντας** την "**Ειρήνη**", μία καφέ αρκούδα. Η **κηδεμονία** καλύπτει μέρος των εξόδων περίθαλψης, διατροφής και φιλοξενίας της αρκούδας για ένα χρόνο, καθώς και τη συντήρηση των χώρων φιλοξενίας της, στο **Καταφύγιο της Αρκούδας**, κοντά στο Νυμφαίο.

Πολιτική για το περιβάλλον

Λειτουργώντας με γνώμονα την **προστασία του περιβάλλοντος**, ο Όμιλος πραγματοποιεί σειρά ενεργειών με σκοπό την ευαισθητοποίηση και την ενημέρωση του προσωπικού μέσα από το εσωτερικό διαδίκτυο (Intranet) δημοσιεύοντας άρθρα που αφορούν το περιβάλλον. Επίσης, προωθούνται συγκεκριμένες πρακτικές όσον αφορά:

- Στη χρήση ανακυκλωμένου χαρτιού, εγκαθιστώντας ειδικούς κάδους για συγκέντρωση και προώθηση για ανακύκλωση υλικών, όπως είναι το χαρτί, αναλώσιμα, κ.ά.
- Στη μείωση εκτυπώσεων στον ελάχιστο δυνατό βαθμό.

Πολιτική για τα δικαιώματα των εργαζομένων

- Η εταιρία προσφέρει επιπλέον παροχές, όπως η **ομαδική ασφάλιση**.
- Έχει δημιουργήσει και διατηρεί έναν ασφαλή χώρο εργασίας, που επιβεβαιώνεται από την παρουσία **ιατρού εργασίας και τεχνικού ασφαλείας** στους χώρους της

εταιρίας, με στόχο την ενίσχυση της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, αλλά και την πρόληψη και εξάλειψη θεμάτων υγείας.

- Ενισχύει τη **συνεχή εκπαίδευση** και ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους.
- Πιστεύοντας ότι η υψηλή απόδοση συνδυάζεται με την ισορροπημένη προσωπική ζωή, **ενθαρρύνει τη συμμετοχή** των ανθρώπων της σε **αθλητικά δρώμενα**, όπως ο «Γύρος της Αθήνας 2007 & 2008» και ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών 2007 & 2008», όπου οι εργαζόμενοι βίωσαν μία ξεχωριστή εμπειρία.
- Προσφέρει στους εργαζόμενους τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν **πολιτιστικά και καλλιτεχνικά δρώμενα**, διανέμοντας στους εργαζόμενους **εισιτήρια για συναυλίες**, όπως για τη συναυλία της Ελένης Καραϊνδρου στο Θέατρο Βράχων και για τη συναυλία "**Μαζί... τραγουδάμε για το πράσινο...**" που διοργανώθηκε στο Καλλιμάρμαρο με τη συμμετοχή 15 σπουδαίων καλλιτεχνών.
- Υποστηρίζει την έκφραση των εργαζομένων μέσα από την τέχνη και στήριξε με μεγάλη χαρά την προσπάθεια δύο συναδέλφων να **ανεβάσουν το θεατρικό έργο** του Δ. Κεχαΐδη "**Το τάβλι**". Με την αποκλειστική **χορηγία** της δόθηκαν δύο **παραστάσεις** στο θέατρο Αργώ, για όλους τους εργαζόμενους του Ομίλου, για συνεργάτες, φίλους και συγγενείς.

4.5 Uni Systems

Η Uni Systems είναι ελληνική εταιρία πληροφορικής με έτος ίδρυσης το 1964. Είναι από τις πρώτες εταιρίες που ιδρύθηκαν στον ελληνικό χώρο και θεωρείται πλέον στις μεγαλύτερες το κλάδου της πληροφορικής και επικοινωνιών στην Ελλάδα. Κατέχει ισχυρή θέση στον χώρο του Δημόσιου Τομέα όπως και στον Τραπεζικό Τομέα, έχοντας υλοποιήσει κάποια από τα πλέον καινοτόμα έργα. Επίσης έχει ισχυρή παρουσία στο χώρο των Τηλεπικοινωνιών και των μεγάλων εταιρειών του Ιδιωτικού Τομέα. Διαθέτει περισσότερα από 500 εξειδικευμένα στελέχη και τα έσοδα της ετησίως ανέρχονται περίπου στα 100 εκ. ευρώ εκ των οποίων το 60% προέρχεται από πώληση υπηρεσιών.

Την εικόνα της εταιρείας συνθέτουν χαρακτηριστικά, όπως μέγεθος, εμπειρία, τεχνογνωσία υψηλού επιπέδου, δυνατότητα κατανόησης των επιχειρησιακών αναγκών του πελάτη σε βάθος, υψηλής εξειδίκευσης ανθρώπινο δυναμικό, ευρύ χαρτοφυλάκιο προσφερομένων λύσεων και αποδεδειγμένη ικανότητα στη σχεδίαση, υλοποίηση και υποστήριξη σύνθετων έργων Πληροφορικής και Επικοινωνιών. Αυτά τα χαρακτηριστικά της Uni Systems, αποτελούν και τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαφοροποιούν την Εταιρεία από τις υπόλοιπες του κλάδου. Επιπλέον, διαθέτοντας σημαντική ευελιξία κινείται με άνεση μεταξύ των αγορών, των πελατών, των τεχνολογιών και των επιχειρηματικών περιοχών, ξεπερνώντας τις δυσκολίες των διάφορων τομέων της αγοράς ή τους γεωγραφικούς περιορισμούς. Δραστηριοποιούμενη σε ένα εξελισσόμενο περιβάλλον, που υπόκειται σε αέναο κοινωνικό, περιβαλλοντικό και επιχειρηματικό μετασχηματισμό, η Uni Systems συνεργάζεται στενά με τους εργαζομένους και συνεργάτες της για τη διαμόρφωση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής της πολιτικής. Η ύπαρξη Συστήματος Εσωτερικού Ελέγχου, ενισχύει τη διασφάλιση του πλαισίου Κοινωνικής Ευθύνης για τους εργαζομένους και τους συνεργάτες της Εταιρείας, καθώς και εκείνου που αφορά στις ενέργειες για τη βέλτιστη Περιβαλλοντική διαχείριση.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

Η Uni Systems αναδεικνύει την ευαισθησία της στα κοινωνικά προβλήματα της εποχής μας και υιοθετώντας σειρά ενεργειών και θέσεων με βάση το πρότυπο Διαχείρισης Κοινωνικής Ευθύνης SA 8000, διασφαλίζει τα δικαιώματα των εργαζομένων και αποδεικνύει τη δέσμευσή της για βέλτιστες συνθήκες εργασίας. Στο πλαίσιο του SA 8000, εφαρμόζει όσα ορίζει το πρότυπο και στο Σύστημα Διοίκησης και Αξιολόγησης της Εταιρείας. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι έχει δημιουργήσει και υποστηρίζει σε τακτά χρονικά διαστήματα, Τράπεζα Αίματος σε συνεργασία με το Νοσοκομείο Παίδων Αγλαΐα Κυριακού, ενώ στηρίζει με ετήσιες ενέργειές του το ΝΠΙΔ Κέντρο Βρεφών Η ΜΗΤΕΡΑ, βελτιώνοντας τις συνθήκες διαβίωσης των παιδιών που ζουν στο Ίδρυμα.

Πολιτική για το περιβάλλον

Η Uni Systems αναγνωρίζει ότι η ανάπτυξη της οικονομίας εξαρτάται άμεσα από την βιωσιμότητα του περιβάλλοντος και την αρμονική και ισορροπημένη διαβίωση του

ανθρώπου μέσα σε αυτό. Συμβάλει ενεργά στην προστασία του περιβάλλοντος και την εξοικονόμηση των φυσικών πόρων, με τη θέσπιση συγκεκριμένων κανόνων και την εφαρμογή τους σε ολόκληρη την Εταιρεία. Η Uni Systems ακολουθεί μία σαφή περιβαλλοντική πολιτική εκπληρώνοντας ταυτόχρονα τις προσδοκίες του προσωπικού, των μετόχων και των πελατών της. Οι ενέργειες που γίνονται για την προστασία του περιβάλλοντος είναι οι παρακάτω:

Για την εξοικονόμηση ενέργειας: Επιδίωξή της εταιρίας είναι η μείωση της κατανάλωσης ηλεκτρικού ρεύματος, νερού και πετρελαίου θέρμανσης και η περαιτέρω ανακύκλωση συσκευών, μπαταριών, χαρτιού, πλαστικού και άλλων υλικών, σε όλες τις εγκαταστάσεις της Εταιρείας. Για τον σκοπό αυτό υπάρχουν σαφείς οδηγίες στο προσωπικό για την λογική χρήση των ηλεκτρικών συσκευών, του κλιματιστικού συστήματος και εν γένει όλων των πόρων.

Ανακύκλωση Συσκευών: Η Uni Systems, αντιμετωπίζοντας τα θέματα που αφορούν το περιβάλλον με υψηλό αίσθημα ευθύνης και ευαισθησίας, άρχισε προ πολλού τη συνεργασία με το πρώτο και μοναδικό σύστημα συλλογής ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών στην Ελλάδα, την εταιρία "Ανακύκλωση Συσκευών Α.Ε.". Η Εταιρεία αποστέλλει εκεί τον παλαιό ή κατεστραμμένο ηλεκτρομηχανολογικό εξοπλισμό της, ηλεκτρονικούς υπολογιστές κ.λπ., ο οποίος ανακυκλώνεται και συνεπώς αξιοποιείται.

Τήρηση Περιβαλλοντικών Αρχών από Προμηθευτές: Κατά την αξιολόγηση των προμηθευτών που προηγείται της σύναψης συμφωνίας και σύμφωνα με το Σύστημα Ποιότητας της Εταιρείας, λαμβάνεται υπόψη η τήρηση των κριτηρίων περιβαλλοντικής προστασίας που αφορούν στις υπηρεσίες και τα προϊόντα τους. Αποκλείεται η προώθηση προϊόντων που δεν πληρούν τις προδιαγραφές εξοικονόμησης ενέργειας και προστασίας του περιβάλλοντος.

Διάλογος με Κοινωνικούς Εταίρους: Η Uni Systems δεσμεύεται να εφαρμόζει όλες τις σχετικές με περιβαλλοντικά θέματα αποφάσεις τόσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και της Ελλάδας και να συνεργάζεται για τον σκοπό αυτό με τους εργαζόμενους, τους μετόχους, τους πελάτες, τους προμηθευτές και την πολιτεία.

Πολιτική για τα δικαιώματα των εργαζομένων

Χώροι Γραφείων: Οι εγκαταστάσεις της Εταιρείας στην Αθήνα, στον Ρέντη και το Μενίδι πληρούν όλες τις προδιαγραφές υγιεινής και ασφάλειας, και έχουν ληφθεί όλα τα μέτρα για εξοικονόμηση ενέργειας. Η πρόσβαση τρίτων στους χώρους της Εταιρείας είναι ελεγχόμενη από ειδική υπηρεσία ασφαλείας, υπάρχουν όλα τα απαιτούμενα μέσα προστασίας και πυροπροστασίας, θερμικής μόνωσης και ηχομόνωσης, οι παλαιοί λαμπτήρες έχουν αντικατασταθεί από νέους χαμηλής κατανάλωσης ρεύματος, ενώ έχουν προβλεφθεί ειδικοί συλλέκτες ανακύκλωσης μπαταριών, χαρτιών και γενικότερα ανακυκλώσιμων υλικών σε όλες τις ανωτέρω εγκαταστάσεις. Για την καλύτερη αντιμετώπιση θεμάτων που σχετίζονται με την υγεία, την ασφάλεια και το περιβάλλον, η Uni Systems διαθέτει ιατρό εργασίας και τεχνικό ασφαλείας σε όλες τις εγκαταστάσεις της.

Πολιτική κατά του καπνίσματος: Η Εταιρεία, με αίσθημα ευθύνης για την προστασία της υγείας των εργαζομένων, εφαρμόζει πολιτική κατά του καπνίσματος και το απαγορεύει σε όλους τους εσωτερικούς χώρους της.

Πολιτική για την ποιότητα

Σταθερή αρχή της Εταιρείας, είναι η παροχή υπηρεσιών και προϊόντων υψηλής ποιότητας και αξιοπιστίας που ικανοποιούν τις επιχειρησιακές και λειτουργικές ανάγκες των πελατών της τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή αγορά. Στο πλαίσιο αυτό η εταιρεία προβαίνει σε διαρκή αξιολόγηση και αξιοποίηση τεχνολογιών αιχμής τις οποίες μετουσιώνει σε ολοκληρωμένες λύσεις πληροφορικής, υψηλής προστιθέμενης αξίας για τους πελάτες της.

Πιστοποιητικό Συμμόρφωσης Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001:2008

Η εταιρεία δείχνει τη σαφή δέσμευσή της στην ποιότητα από το 1998 θέτοντας σε λειτουργία Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας, που εγγυάται την ακριβή τήρηση των υποχρεώσεων της απέναντι στους πελάτες της, τους προμηθευτές της και το προσωπικό της, τη δημιουργία μακροχρόνιων συνεργασιών μαζί τους και τη βέλτιστη ικανοποίηση των αναγκών τους. Το Σύστημα αυτό έχει αξιολογηθεί από τον ΕΛΟΤ και έχει χορηγηθεί στην Εταιρεία Πιστοποιητικό Συμμόρφωσης Συστήματος Ποιότητας, σύμφωνα με το Πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 9001:2008, για:

- Σχεδιασμό και παροχή υπηρεσιών ολοκλήρωσης συστημάτων
- Πωλήσεις και υποστήριξη πληροφοριακών συστημάτων και δικτύων μεταφοράς δεδομένων και φωνής
- Σχεδιασμό, ανάπτυξη και υποστήριξη λογισμικού
- Παροχή υπηρεσιών κέντρων δεδομένων

Πιστοποιητικό Ποιότητας ISO 9001:2008 για το Υποκατάστημα της Εταιρείας στη Ρουμανία

Ενισχύοντας της παρουσία της στη Ρουμανία και γενικότερα στην Αγορά της Ανατολικής Ευρώπης, η Εταιρεία το Μάρτιο του 2011 πιστοποιήθηκε με ISO 9001:2008 για την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, υπηρεσιών υλοποίησης και συντήρησης ολοκληρωμένων συστημάτων πληροφορικής. Την πιστοποίηση αυτή την έλαβε από τον ιταλικό οργανισμό πιστοποίησης RINA, έναν οργανισμό με μακροχρόνια διεθνή παρουσία που είναι διαπιστευμένος από την ACCREDIA (τον ιταλικό φορέα διαπίστευσης).

Πιστοποιητικό Ασφαλείας ISO27001:2005 για τις Τεχνικές Διευθύνσεις

Η Uni Systems εφαρμόζει αυστηρή πολιτική, διαδικασίες και πρακτικές εσωτερικής ασφάλειας που αφορούν:

- τη φυσική ασφάλεια των υποδομών και των συστημάτων της,
- την ηλεκτρονική ασφάλεια των συστημάτων της προκειμένου να εγγυηθεί την προστασία των ευαίσθητων δεδομένων και πληροφοριών τόσο της ίδιας της Εταιρείας όσο και των πελατών και των προμηθευτών της.

Για το λόγο αυτό είναι πιστοποιημένη με το σύστημα διαχείρισης ασφάλειας πληροφοριών ISO 27001:2005 που αφορά τις υπηρεσίες που παρέχουν τα τεχνικά τμήματα του Τομέα Τηλεπικοινωνιών και IT Professional Services.

Πιστοποιητικό Ασφαλείας ISO27001:2005 για το Κέντρο Δεδομένων (Data Center)

Αρχές Μαρτίου του 2011, πιστοποιήθηκε και το Data Center της Uni Systems με ISO 27001:2005 με πεδίο εφαρμογής την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας για συστήματα πληροφορικής και τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού. Η Uni Systems έχει μακρά εμπειρία στη διαχείριση εμπιστευτικών πληροφοριών γεγονός που της επιτρέπει να φιλοξενεί στις εγκαταστάσεις του Data Center εξαιρετικά ευαίσθητα δεδομένα των πελατών της (Τράπεζες, Τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, κλπ).

4.6 MLS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

Η MLS Πληροφορική Α.Ε. ιδρύθηκε τον Οκτώβριο του 1995 στη Θεσσαλονίκη με σκοπό την ανάπτυξη της τεχνολογίας στο χώρο των multimedia και την μετέπειτα εμπορική αξιοποίησή της. Το 1998 η εταιρία κατέκτησε το Χρυσό Πανερωπαϊκό Βραβείο Τεχνολογίας (European Information Technology Grand Prize) ενώ τον Μάιο του 2001 εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Σήμερα το όνομα της είναι συνυφασμένο με καινοτομικά προϊόντα τεχνολογίας, πολλά από τα οποία είναι μοναδικά στο είδος τους, που βρίσκουν εφαρμογή σε όλα τα πεδία όπου χρησιμοποιούνται υπολογιστικές συσκευές, από την αυτοκίνηση και την εκπαίδευση έως το γραφείο και την ψυχαγωγία.

Έχοντας υιοθετήσει αμιγώς πελατοκεντρική πολιτική, η εταιρία δημιουργεί πρωτοποριακά προϊόντα που εξασφαλίζουν τη μεγαλύτερη δυνατή αξία για τους πελάτες. Η συνεχής εξέλιξη της πηγάζει από την ισχυρή της δέσμευση στην έρευνα και ανάπτυξη (R&D). Οι επενδύσεις στον τομέα του R&D, σε συνδυασμό με την ικανότητα ανάπτυξης καινοτομικών λύσεων, επιτρέπουν στην MLS να προσφέρει συνεχώς προηγμένα και χρήσιμα προϊόντα στις αγορές που ήδη δραστηριοποιείται αλλά και να επεκτείνεται σε νέους τομείς που προωθούν την τεχνολογία. Το 2003 ανέπτυξε το πρώτο σύστημα αυτόματης πλοήγησης της Ελληνικής αγοράς ενώ το 2005 προχώρησε στην κυκλοφορία του MLS Destinator, το οποίο αποτελεί σήμερα το κορυφαίο σύστημα πλοήγησης, κατέχοντας ηγετική θέση στην αγορά. Παράλληλα, το 2006 βρέθηκε στην κορυφή της παγκόσμιας πρωτοπορίας αλλάζοντας τα δεδομένα στο χώρο της πλοήγησης με την κυκλοφορία του **MLS Destinator Talk&Drive™**, του μοναδικού συστήματος πλοήγησης με αναγνώριση φωνής. Το 2010 ολοκλήρωσε την ανάπτυξη του δικού της πρωτοποριακού, διαδραστικού πίνακα αφής **MLS IQBord™** για να καλύψει τις σύγχρονες και διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες στην εκπαίδευση. Από το 2011 η εταιρία εισήλθε σε νέα πορεία με στόχο την ανάπτυξη σε αγορές του εξωτερικού με αιχμή του δόρατος το πρωτοποριακό σύστημα πλοήγησης MLS Destinator Talk&Drive™. Προς την κατεύθυνση αυτή, η εταιρία προχώρησε στην είσοδο στην αγορά της Τουρκίας και της Χιλής. Σημειώνεται ότι η εταιρία, αξιοποιώντας την τεχνογνωσία που έχει αποκτήσει από την ανάπτυξη των προϊόντων της αλλά και από τη συμμετοχή της σε δεκάδες σχετικά ερευνητικά έργα, παρέχει τις εξειδικευμένες υπηρεσίες της σε τρίτους φορείς για την ανάπτυξη και υποστήριξη εφαρμογών στους τομείς της εκπαιδευτικής τεχνολογίας, της γλωσσικής τεχνολογίας, της τηλεματικής αλλά και των multimedia εφαρμογών.

Τα έσοδα της εταιρίας για το έτος 2010 έφτασαν τα 21.919.067 ευρώ ενώ τα κέρδη προ φόρων έφτασαν τα 4.338.617 ευρώ.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για το περιβάλλον

Πρόγραμμα Ανακύκλωσης και Επιβράβευσης MLS Destinator: Η MLS υλοποίησε ένα πρωτοποριακό πρόγραμμα ανακύκλωσης παλιών κινητών και πλοηγών από τις 7 Ιουνίου μέχρι τις 31 Ιουλίου 2010 σε συνεργασία με όλα τα καταστήματα ηλεκτρονικών ειδών της

ελληνικής αγοράς. Στο πλαίσιο των δράσεων της για την προστασία του περιβάλλοντος, η εταιρία κάλεσε τους Έλληνες καταναλωτές να ανακυκλώσουν παλιές συσκευές πλοήγησης και κινητά τηλέφωνα και τους επιβράβευσε με το σύστημα πλοήγησης MLS Destinator Talk&Drive 43SL σε τιμή-έκπληξη. Το MLS Destinator Talk&Drive 43SL έχει βραβευθεί ως Product of the Year στον καταξιωμένο διαγωνισμό για τα καλύτερα προϊόντα και τεχνολογίες της ελληνικής αγοράς, Tech Excellence Awards, που διοργανώνουν τα περιοδικά PC Magazine και T3. Με το πρόγραμμα ανακύκλωσης παλιών κινητών και πλοηγών η MLS άνοιξε για ακόμη μια φορά δρόμους στην καινοτομία, συνεισφέροντας στην προστασία του περιβάλλοντος και ταυτόχρονα στηρίζοντας τον Έλληνα καταναλωτή σε μια δύσκολη οικονομική συγκυρία.

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

25 ημέρες προσφοράς, 365 Ημέρες Χαράς: Η εταιρία MLS στήριξε κατά τη διάρκεια των εορτών των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς την Εταιρεία Ψυχοκοινωνικής Υγείας του Παιδιού και του Εφήβου(ΕΨΥΠΕ). Συγκεκριμένα, υλοποίησε το πρόγραμμα «25 ημέρες Προσφοράς, 365 ημέρες Χαράς» με επίκεντρο το σύστημα πλοήγησης MLS Destinator Talk&Drive™. Στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης η MLS προσέφερε τη δυνατότητα στους καταναλωτές να αποκτήσουν όλους τους πλοηγούς της σειράς MLS Destinator™ Talk&Drive™ σε προνομιακές τιμές. Η πρωτοβουλία πραγματοποιήθηκε από τις 5 Δεκεμβρίου μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2010 σε όλες τις συνεργαζόμενες αλυσίδες λιανικής. Μέρος των εσόδων από τις πωλήσεις διατέθηκε στην ΕΨΥΠΕ για την ενίσχυση των δράσεων της Εταιρείας στον τομέα της προώθησης της ψυχικής υγείας του παιδιού και του εφήβου.

Η MLS χορηγός της Partalios Racing Team στο 43ο Ράλλυ ΔΕΘ: Την προσπάθεια της Partalios Racing Team στο 43ο Ράλλυ ΔΕΘ στήριξε η MLS, που βρίσκεται δίπλα στην ομάδα ως χορηγός τα τελευταία δυο χρόνια. Η συμμετοχή της Partalios Racing Team στέφθηκε με επιτυχία καθώς τερμάτισε στην 4η θέση της κατηγορίας Α6(αγωνιστικά έως 1.600 κεκ). Η ομάδα συμμετείχε στην διαδικασία του Shakedown, το Σάββατο 18 Σεπτεμβρίου 2010, η οποία αποδείχτηκε απόλυτα χρήσιμη καθώς βρήκαν την λύση τους όλες οι εκκρεμότητες που αφορούσαν αγωνιστικό και πλήρωμα. Αμέσως μετά το Shakedown, σύσσωμη η ομάδα παρατάχθηκε στην πλατεία Αριστοτέλους όπου πολύ κόσμος περίμενε και ανυπομονούσε να δει αγωνιστικά και πληρώματα από κοντά. Η εταιρία MLS, κύριος χορηγός της προσπάθειας ήταν παρούσα και στο shakedown και στην εκκίνηση όπως έπραξε και στο 42^ο Ράλλυ ΔΕΘ. Κοπέλες της εταιρίας ντυμένες στα χρώματα του MLS Destinator ενημέρωναν τους θεατές για τα προϊόντα και στην συνέχεια κόσμησαν με την παρουσία τους την ράμπα εκκίνησης. Μάλιστα, το Citroen Saxo VTS, με πλήρωμα τους Βελέζη - Βογιατζή πήρε εκκίνηση από την εκπρόσωπο της MLS.

Shark Tennis Open 2011: Η εταιρία MLS στήριξε τον εθελοντικό οργανισμό μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα "το Χαμόγελο του παιδιού" μέσα από τη συμμετοχή της ως χορηγός στην εκδήλωση "Shark Tennis Open 2011". Το τουρνουά έλαβε χώρα στον πιο ιστορικό όμιλο της πόλης, τον Όμιλο Αντισφαίρισης Θεσσαλονίκης από τη 01 έως 16 Ιουνίου 2011 και αποτέλεσε ένα απ' τα μεγαλύτερα αθλητικά δρώμενα της Θεσσαλονίκης καθώς συμμετείχαν εκατοντάδες φίλοι του αθλήματος ενώ οι Θεσσαλονικείς είχαν την

ευκαιρία να παρακολουθήσουν και ζωντανά μερικούς από τους καλύτερους Έλληνες τενίστες, όπως τον Αλέξανδρο Γιακούποβιτς και τον Πάρι Γεμουχίδη. Το σύνολο των εσόδων της διοργάνωσης διατέθηκε στον μη κερδοσκοπικό οργανισμό "Το Χαμόγελο του παιδιού", κύριο μέλημά του οποίου είναι να προασπίσει τα δικαιώματα των παιδιών και να εξασφαλίσει τα απαραίτητα για τη σωματική, ψυχική και πνευματική ισορροπία τους.

3^ο Μαθητικό Συνέδριο Πληροφορικής Κεντρικής Μακεδονίας: Η εταιρία MLS Πληροφορική υπήρξε χορηγός του 3^{ου} μαθητικού συνεδρίου πληροφορικής κεντρικής Μακεδονίας το οποίο πραγματοποιήθηκε τις ημέρες 4 και 5 Μαΐου 2011 στο κέντρο διάδοσης και μουσείο τεχνολογίας. Στο συνέδριο συμμετείχαν σχολεία πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης των νομών κεντρικής Μακεδονίας.

Πολιτική για τα δικαιώματα των καταναλωτών

Η MLS Πληροφορική δίνει μεγάλη βαρύτητα στην προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών. Αυτό αποδεικνύεται από τις ενέργειες που έχει κάνει για αυτό τον σκοπό.

Ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα: Η Εταιρεία σε καμία περίπτωση δεν συλλέγει ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα, όπως αυτά νοούνται στο πλαίσιο του Ν. 2472/1997. Η αποστολή προς την Εταιρεία επιστολής, περιλαμβανομένου του e-mail, που εμπεριέχει ευαίσθητα δεδομένα, θεωρείται γραπτή συγκατάθεση κατά την έννοια της περ. α, παρ. 2, άρθ. 7 του Ν. 2472/1997, και θα διατηρείται στο αρχείο της Εταιρείας για το πρόσφορο και αναγκαίο διάστημα, εφόσον η ισχύουσα νομοθεσία δεν επιβάλλει την άμεση καταστροφή της.

Μη ευαίσθητα δεδομένα: Τυχόν επεξεργασία μη ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων γίνεται με αποκλειστικό σκοπό τη διευκόλυνση και βελτιστοποίηση της χρήσης του ιστοχώρου. Ο διαχειριστής μπορεί να χρησιμοποιεί cookies για την αναγνώριση του επισκέπτη/χρήστη ορισμένων υπηρεσιών και σελίδων του δικτυακού τόπου (π.χ. newsletters). Τα cookies είναι μικρά αρχεία κειμένου που αποθηκεύονται στο σκληρό δίσκο κάθε χρήστη και δεν λαμβάνουν γνώση οποιουδήποτε εγγράφου ή αρχείου από τον υπολογιστή του. Χρησιμοποιούνται για την διευκόλυνση πρόσβασης του χρήστη όσον αφορά τη χρησιμοποίηση συγκεκριμένων υπηρεσιών/σελίδων του δικτυακού τόπου, για στατιστικούς λόγους και προκειμένου να καθορίζονται οι περιοχές οι οποίες είναι χρήσιμες ή δημοφιλείς ή για λόγους marketing. Ο χρήστης του δικτυακού τόπου μπορεί να ρυθμίσει τον διακομιστή του κατά τέτοιο τρόπο ώστε είτε να τον προειδοποιεί για τη χρήση των cookies σε συγκεκριμένες υπηρεσίες της Εταιρείας είτε να μην επιτρέπει την αποδοχή της χρήσης cookies σε καμία περίπτωση. Σε περίπτωση που ο χρήστης των συγκεκριμένων υπηρεσιών και σελίδων δεν επιθυμεί την χρήση cookies για την αναγνώριση του δεν μπορεί να έχει περαιτέρω πρόσβαση στις υπηρεσίες αυτές. Το cookie κατ' αρχήν δεν συνδέεται με προσωπικά δεδομένα, και ούτε υπάρχει τέτοια βούληση της εταιρείας, αλλά κάτι τέτοιο, δεν θα πρέπει να αποκλείεται.

Υποχρέωση μη περαιτέρω κοινοποίησης σε τρίτους: Η Εταιρεία δεν θα κοινοποιήσει σε τρίτους τα στοιχεία των χρηστών χωρίς τη συγκατάθεσή τους και δεν θα τα χρησιμοποιήσει για σκοπούς άλλους από τους ανωτέρω αναφερόμενους.

4.7 ΟΜΙΛΟΣ QUEST

Η Quest Συμμετοχών είναι ένας από τους μεγαλύτερους ομίλους εταιριών στην Ελλάδα. Ξεκινώντας πριν 30 χρόνια με πρωτοποριακή δραστηριοποίηση στην αγορά Πληροφορικής, υπό την επωνυμία Info-Quest, ο Όμιλος είναι σήμερα εδραιωμένος και δυναμικά αναπτυσσόμενος στους τομείς της ψηφιακής τεχνολογίας, της πράσινης ενέργειας και των ταχυμεταφορών.

Στο χώρο της ψηφιακής τεχνολογίας ο Όμιλος κατέχει πρωτεύουσα θέση με δραστηριότητες σ' όλο το φάσμα της αγοράς Πληροφορικής, από την παραγωγή και τη διάθεση υλικού, ως τον σχεδιασμό, την εφαρμογή και την υποστήριξη Ολοκληρωμένων Λύσεων Πληροφορικής για μεγάλους οργανισμούς, ιδιωτικούς και δημόσιους. Στην αγορά αυτή η Quest Συμμετοχών δραστηριοποιείται μέσω των ισχυρότερων εταιριών του κλάδου: την **Info Quest Technologies**, την **Uni Systems** και την **iSquare**.

Στο χώρο της πράσινης ενέργειας ο Όμιλος υλοποιεί μεγάλα επενδυτικά προγράμματα παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, με αδειοδοτημένη ισχύ άνω των 400 MW, σε περισσότερα από 30 αιολικά και ηλιακά πάρκα. Στην αγορά αυτή η Quest Συμμετοχών δραστηριοποιείται μέσω της **Quest Energy** και των θυγατρικών της. Θα γίνει λεπτομερής περιγραφή της εταιρίας παρακάτω.

Παράλληλα ο Όμιλος δραστηριοποιείται στον τομέα των ταχυμεταφορών, μέσω της μεγαλύτερης ελληνικής και πιο σύγχρονης εταιρείας του χώρου, της **ACS**. Η ACS προσφέρει σε ανταγωνιστικές τιμές αξιόπιστες και ποιοτικές υπηρεσίες ταχυμεταφοράς δεμάτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα και την Κύπρο, με περισσότερα από 350 καταστήματα. Το ανθρώπινο δυναμικό της ανέρχεται σε 400 περίπου άτομα. Στα καταστήματα του δικτύου ACS απασχολούνται 3000 εργαζόμενοι περίπου. Οι πωλήσεις της το 2010 ανήλθαν σε € 85 εκ.

Το ανθρώπινο δυναμικό του Ομίλου ξεπερνά τα 1300 άτομα, που στην πλειοψηφία τους κατέχουν πτυχία Ανωτάτων Σχολών και Μεταπτυχιακούς Τίτλους Σπουδών. Πολιτική του Ομίλου είναι η προσέλκυση υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού και η διαρκής επένδυση στην ανάπτυξή του. Ο Όμιλος χρησιμοποιεί σύγχρονες υποδομές σε κτίρια, εγκαταστάσεις και εξοπλισμό. Διαθέτει κοινές για όλες τις εταιρείες του υποδομές ηλεκτρονικών εφαρμογών, που προσφέρουν αποδοτική λειτουργία και διαφάνεια. Ο Όμιλος λειτουργεί σε πλαίσιο συγκεκριμένου συστήματος αρχών και αξιών. Θέτει σε προτεραιότητα τον σεβασμό στο πελάτη, στο συνεργάτη, στον εργαζόμενο, στο μέτοχο. Ενεργεί με συναίσθηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής του ευθύνης.

Ο ενοποιημένος κύκλος εργασιών του Ομίλου ανήλθε σε € 332 εκ. το 2010. Αναλυτικά παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του κύκλου εργασιών της Info-Quest AEBE και της μητρικής εταιρίας Info-Quest AEBE:

Συνοπτικά Ενοποιημένα Αποτελέσματα Info-Quest AEBE* / Quest Συμμετοχών ΑΕ**

	(Σε '000 €)		Δ.Λ.Π.		
	2006	2007	2008	2009	2010
Κύκλος Εργασιών	421.308	443.835	458.568	402.252	331.463
Μικτό Κέρδος	44.964	61.378	45.545	61.333	54.727
Λειτουργικό Αποτέλεσμα (EBITDA)	9.661	8.454	(11.835)	14.812	9.297
Κέρδη χρήσεως προ φόρων (ΚΠΦ)	235.344	4.806	(32.547)	7.682	4.519
Κέρδη μετά από φόρους χρήσης (ΚΜΦ)	224.920	(6.093)	(26.955)	3.254	(1.272)
Κέρδη μετά από φόρους χρήσης & Δικαιωμάτων Μειοψηφίας (ΚΜΦ & ΔΜ)	224.426	(7.029)	(26.351)	3.739	(846)

* Σύμφωνα με τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα
 ** Η Info-Quest AEBE μετά την απόσχιση των δραστηριοτήτων της το 2011 μετανομάζεται σε Quest Συμμετοχών ΑΕ.

Συνοπτικά Αποτελέσματα Μητρικής Εταιρίας Info-Quest AEBE* / Quest Συμμετοχών ΑΕ**

	(Σε '000 €)		Δ.Λ.Π.		
	2006	2007	2008	2009	2010**
Κύκλος Εργασιών	267.336	268.041	259.877	210.666	98.684
Μικτό Κέρδος	24.894	21.999	21.795	17.565	8.137
Λειτουργικό Αποτέλεσμα (EBITDA)	2.083	1.271	1.003	975	(1.885)
Κέρδη χρήσεως προ φόρων (ΚΠΦ)	235.202	4.261	(34.851)	-1.534	(4.367)
Κέρδη μετά από φόρους χρήσης (ΚΜΦ)	227.845	(3.569)	(30.440)	-1.212	(3.920)

* Σύμφωνα με τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα
 ** Ο δραστηριότητες του Κλάδου ICT της Μητρικής Εταιρίας Info-Quest AEBE, μετά την απόσχιση των δραστηριοτήτων το 2011, συνεχίζονται υπό νέο νομικό σχήμα, με την ονομασία Info-Quest Τεχνολογίες Α.Ε.
 *** Στα αποτελέσματα του 2010 δεν συμπεριλαμβάνεται το 24% που αποσπασθέντος ICT Κλάδου, ημερομηνία απόσχισης του ICT Κλάδου από την Μητρική Εταιρία Info-Quest AEBE (effective date) 30/9/2010.

Ο Όμιλος Quest, έχοντας επίγνωση του κοινωνικού του ρόλου, συμβάλλει από την ίδρυσή του στην ανάπτυξη και τη βελτίωση των συνθηκών του κοινωνικού συνόλου. Από φύση και θέση σε ένα νευραλγικό τομέα όπως οι τεχνολογίες, ο Όμιλος Quest εξ αρχής έχει προσανατολιστεί στην επιδίωξη της διαρκούς ανάπτυξης, στον εκσυγχρονισμό, στη βελτίωση του επιχειρηματικού και εργασιακού περιβάλλοντος, στην ανάπτυξη νέων θέσεων εργασίας, στη βελτίωση του επιπέδου ζωής, στην άνοδο του κοινωνικού συνόλου.

Παρακάτω θα γίνει ανάλυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης του ομίλου Quest σε ζητήματα που αφορούν τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται ο όμιλος, περιβαλλοντικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και εκπαιδευτικά ζητήματα όπως επίσης θα γίνει αναφορά στην ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχει.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Συνεισφορά στον κλάδο της Πληροφορικής

Ο Όμιλος Quest συμπληρώνοντας 30 χρόνια δράσης στον τομέα της τεχνολογίας και ενεργής συμμετοχής στη διαμόρφωση του κλάδου, έχει καταγράψει στο ενεργητικό του την εξελικτική πορεία της διάδοσης των νέων τεχνολογιών στην ελληνική κοινωνία. Ο Όμιλος με την συμμετοχή των εταιρειών του έχει συμβάλλει:

- Στη διαμόρφωση και εξέλιξη της ελληνικής αγοράς πληροφορικής
- Στην ανάπτυξη και διάδοση των νέων τεχνολογιών
- Στην αποδοχή των νέων τεχνολογικών εργαλείων ανάπτυξης
- Στην εισαγωγή και χρήση της πληροφορικής στην παιδεία
- Στη διάδοση και χρήση της πληροφορικής στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο
- Στη δημιουργία των νέων θεσμικών πλαισίων για την αποδοχή και χρήση των νέων τεχνολογιών
- Στον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση του επιπέδου ζωής του Έλληνα πολίτη

Πολιτική για την ποιότητα

Η Διαχείριση Ποιότητας αποτελεί εξειδικευμένο τομέα του Ομίλου Quest που ρυθμίζει και παρακολουθεί τις διαδικασίες Πιστοποίησης Ποιότητας των εταιρειών σύμφωνα με τα Διεθνή πρότυπα. Οι εταιρείες του Ομίλου έχουν εναρμονίσει τις διαδικασίες τους, σε νευραλγικούς τομείς για την δραστηριότητά τους η κάθε μία, σύμφωνα με τα διεθνή ποιοτικά πρότυπα που επιβάλλονται στις αγορές. Όλες οι εταιρίες του ομίλου συμπεριλαμβανομένης και της InfoQuest έχουν αποκτήσει πιστοποιητικό ποιότητας υπηρεσιών [ISO 9001:2008](#).

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

Συνεισφορά στην παιδεία, την έρευνα και την καινοτομία: Η παιδεία αποτελεί το θεμέλιο για την ανάπτυξη και την ευημερία του κοινωνικού συνόλου. Ξεκινάει από την απόκτηση γνώσεων και την ανάπτυξη δεξιοτήτων και καταλήγει στην ανάπτυξη καινούργιων ιδεών και καινοτόμων προτάσεων που θα αποτελέσουν αργότερα προστιθέμενη αξία για την κοινωνική πρόοδο.

Ο Όμιλος Quest από την αρχή της λειτουργίας του προσανατολίστηκε στη διάδοση της χρήσης της πληροφορικής, των νέων τεχνολογιών και των εφαρμογών τους στο κοινωνικό σύνολο, με ενεργό συμμετοχή, δράσεις, προγράμματα και χορηγίες. Σύμφωνα με την αντίληψη ότι η γνώση και η καλλιέργεια πρέπει να είναι ένα αγαθό το οποίο απευθύνεται σε όλα τα κοινωνικά στρώματα, ο Όμιλος κατευθύνει τις δράσεις του σε τρία επίπεδα:

- Σε εταιρικό επίπεδο με την αναβάθμιση και παροχή ευκαιριών ανάπτυξης γνώσεων και εξειδίκευσης στους εργαζόμενους των εταιριών του ομίλου, προσφέροντας έτσι τη δυνατότητα για περαιτέρω εξέλιξη στην αγορά εργασίας.
- Στο χώρο της παιδείας και της έρευνας.
- Σε ευρύτερους κοινωνικούς τομείς που στοχεύουν στην αναβάθμιση των μελών τους.

Ο Όμιλος παραδοσιακά συνεργάζεται με κέντρα εκπαίδευσης, πανεπιστήμια και φορείς που προάγουν τη γνώση και την καινοτομία, συμμετέχει σε διοργανώσεις και θεσμούς που έχουν στόχο την ανάπτυξη και την επιστημονική έρευνα και, τέλος, ενισχύει και υποστηρίζει τομείς οι οποίοι στοχεύουν στην αναβάθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος και της ευνοϊκής ένταξης των νέων στην αγορά εργασίας.

Κοινωνική υπευθυνότητα: Ο σεβασμός προς τον άνθρωπο, η ανθρώπινη αξιοπρέπεια και η παροχή ίσων ευκαιριών, ο σεβασμός στο περιβάλλον και η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής αποτελούν θεμελιώδεις αξίες για τον Όμιλο Quest. Ο Όμιλος σαν ενεργό μέλος του κοινωνικού συνόλου έχει αναπτύξει συμμετοχή σε φορείς και οργανισμούς που συμβάλλουν στη βελτίωση της λειτουργίας και στην αναβάθμιση της επιχειρηματικής και κοινωνικής ζωής του τόπου, συμμετέχοντας σε προγράμματα, ομάδες εργασίας και συνεισφέροντας οικονομικά για την υλοποίηση των στόχων αυτών. Παράλληλα οι εταιρίες του Ομίλου συμμετέχουν σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων

κοινωνικού οφέλους και κοινωνικής αλληλεγγύης που είναι προσανατολισμένα στην υγεία, τη μέριμνα για το παιδί και την προστασία του περιβάλλοντος.

Συνεισφορά στον Πολιτισμό: Η διάδοση του ελληνικού πολιτισμού και η ευρύτερη προβολή των τεχνών είναι ένας από τους άξονες δράσης του Ομίλου. Η στήριξη του καλλιτεχνικού οράματος και πολιτιστικών δραστηριοτήτων υψηλής καλλιτεχνικής αξίας έχει ιδιαίτερη σημασία για το ευρύτερο σύνολο και ο Όμιλος Quest δίνει το «παρών» διαχρονικά.

Πολιτική για το περιβάλλον

Διάθεση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων– Green IT: Η Info Quest Technologies εισάγει στην Ελληνική αγορά προϊόντα τεχνολογίας, τα οποία, χάρη στις εξελίξεις στην επιστημονική έρευνα, τείνουν να είναι λιγότερο ενεργοβόρα, κατασκευάζονται από φιλικότερα προς το περιβάλλον υλικά και διατίθενται σε ανακυκλώσιμες συσκευασίες. Άξια αναφοράς είναι τα προϊόντα της Apple, τα οποία έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να χρησιμοποιούν λιγότερα υλικά, να διατίθενται σε μικρότερη συσκευασία, να μην περιέχουν τοξικά, να καταναλώνουν λιγότερη ενέργεια και να είναι ανακυκλώσιμα.

Ως εταιρεία κατασκευής των ηλεκτρονικών υπολογιστών Quest, η Info Quest Technologies παράγει προϊόντα με προηγμένες λειτουργικές δυνατότητες και μειωμένη κατανάλωση ενέργειας, ο τρόπος κατασκευής των οποίων ρυπαίνει λιγότερο και θέτει τις προϋποθέσεις για ευκολότερη και λιγότερο δαπανηρή ανακύκλωση. Ως υπεύθυνο μέλος της εφοδιαστικής αλυσίδας της Ελληνικής αγοράς, ο Όμιλος Quest μειώνει τον όγκο και το βάρος των ηλεκτρονικών συσκευών που είναι πιο φιλικά στο χρήστη και το περιβάλλον, αποσκοπώντας μεταξύ άλλων, στη μείωση απαιτήσεων για καύσιμα κατά τη μεταφορά τους καθώς και στη μείωση των ρύπων.

Τα προϊόντα και συστήματα που χρησιμοποιούνται από τη Uni Systems για τη δημιουργία Ολοκληρωμένων Λύσεων είναι επίσης φιλικά προς το περιβάλλον, με «πράσινη» αρχιτεκτονική, η οποία επιτρέπει την εκμετάλλευση στο μέγιστο, τεχνολογιών που οδηγούν σε ένα εντελώς νέο επίπεδο οικονομίας, ευελιξίας και απόδοσης. Τέτοιες Τεχνολογίες εισάγουν νέα φιλοσοφία στο επιχειρηματικό μοντέλο λειτουργίας και συντελούν εκτός από τη μείωση του κόστους, στη βελτίωση της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας, σε συνδυασμό με την προστασία του περιβάλλοντος.

Ανακύκλωση: Ο Όμιλος Quest επί σειρά ετών συμμετέχει σε προγράμματα ανακύκλωσης συσκευών που έχουν διατεθεί στην ελληνική αγορά και είναι ιδρυτικό μέλος της «ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΑΕ». Η διαδικασία της ανακύκλωσης περιλαμβάνει συλλογή και διάθεση των συσκευών σε εργοστάσια ανακύκλωσης ηλεκτρικών συσκευών, διαδικασία αποσυναρμολόγησης, διαχωρισμό των υλικών και πώληση αυτών σε εξειδικευμένες βιομηχανίες για την επανένταξή τους κατόπιν στην παραγωγή. Οι συσκευασίες των προϊόντων επίσης συλλέγονται και ανακυκλώνονται, μειώνοντας σημαντικά την επιβάρυνση στο περιβάλλον. Στην εσωτερική του λειτουργία ο Όμιλος εφαρμόζει προγράμματα συλλογής και ανακύκλωσης χαρτιού, toner εκτυπωτών,

μπαταριών και λαμπτήρων, φροντίζοντας να ενημερώνει και ενθαρρύνει το προσωπικό του για ενεργό συμμετοχή. Ενδεικτικά, μέσα σε διάστημα ενός έτους συγκεντρώθηκαν προς ανακύκλωση 16 τόνοι χαρτιού, αποφεύγοντας την κοπή 265 δέντρων, περίπου 100 toners, 2.635 κιλά μπαταριών από UPS και 120 κιλά λοιπών μπαταριών.

Εξοικονόμηση ενέργειας – λοιπές δράσεις περιβαλλοντικής συνείδησης: Ο Όμιλος προσαρμόζοντας τις επιχειρηματικές του πρακτικές έχει θέσει διαδικασίες για την καταμέτρηση του Ανθρακικού Αποτυπώματος με στόχο τη διαρκή βελτίωση στον τομέα της ενέργειας, ενώ παράλληλα προβαίνει σταθερά σε ενέργειες για την αναβάθμιση και βελτίωση των κτηριακών και τεχνολογικών υποδομών του:

- Ενσωμάτωση τελευταίων τεχνολογιών αυτοματισμού που εξασφαλίζουν έλεγχο, μείωση δαπάνης, εξοικονόμηση ενέργειας.
- Νέα συστήματα στις κτιριακές εγκαταστάσεις, που διασφαλίζουν έλεγχο και καλύτερη λειτουργία παράλληλα με την εξοικονόμηση ενέργειας.

Παράλληλα οι κτιριακές εγκαταστάσεις του Ομίλου διαθέτουν :

- Φωτοβολταϊκά συστήματα στις κεντρικές μονάδες της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, η λειτουργία των οποίων εκτιμάται ότι αποφέρει ετήσια παραγωγή ρεύματος 142.000 KWh και ετήσια μείωση εκπομπής 140 τόνων CO₂ προς το περιβάλλον.
- Σύστημα συγκέντρωσης όμβριων υδάτων σε κεντρικό κτίριο τα οποία χρησιμοποιούνται για πότισμα.
- Πρόβλεψη σε νέο κτήριο για τη λειτουργία μονάδας γεωθερμίας ισχύος 200kW για δική του χρήση.

Τέλος να αναφέρουμε πως ο όμιλος έχει εντάξει κατά καιρούς περιβαλλοντικές δράσεις στο Πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Προσφοράς του. Ειδικότερα, στο πλαίσιο ειδικού προγράμματος αρωγής προς τις περιοχές που είχαν πληγεί από τις καταστροφικές πυρκαγιές του 2007, δώρισε μεταξύ άλλων ηλεκτρονικούς υπολογιστές στο Δήμο Ολυμπίας, ένα πυροσβεστικό όχημα στο Δήμο Μαρμαρίου, Καρύστου Ευβοίας, και να συμμετάσχει στη χρηματοδότηση της ανακατασκευής του αρδευτικού συστήματος στην Αρτεμισία της Μεσσηνίας, για την εξασφάλιση υδάτινων πόρων σε όλη την ευρύτερη περιοχή.

Σε αυτό το σημείο θα γίνει περιγραφή της εταιρίας **Quest Energy** η οποία είναι εταιρία του ομίλου και είναι υπεύθυνη για την υλοποίηση επενδύσεων στην πράσινη ενέργεια. Το μεγαλύτερο μέρος των επενδύσεων της Quest Energy θα διατεθεί κατά την περίοδο 2011-2015 στην ανάπτυξη των πάρκων, με τον ρυθμό που θα απαιτεί η πρόοδος των εργασιών κατασκευής τους. Η πρώτη μεγάλη εγκατάσταση – φωτοβολταϊκό πάρκο στα Ρεβένια Βοιωτίας, ισχύος 7,5 MW- τίθεται σε παραγωγική λειτουργία την Άνοιξη του 2011. Στο μετοχικό κεφάλαιο της Quest Energy συμμετέχουν η Quest Συμμετοχών (55%) και η Thrush Investments Ltd του Ομίλου Λεβέντη (45%).

Δραστηριότητες Quest Energy

Ο Όμιλος Quest δραστηριοποιείται στον τομέα της Ενέργειας από το 2006. Υλοποιεί μεγάλα επενδυτικά προγράμματα παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, με αδειοδοτημένη ισχύ άνω των 400 MW. Η Quest Energy δραστηριοποιείται στην μελέτη, σχεδίαση, αδειοδότηση, κατασκευή και λειτουργία ενεργειακών εγκαταστάσεων αξιοποίησης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (αιολικής, ηλιακής, γεωθερμίας και υβριδικών συνδυασμών) στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Η εταιρεία έχει συνάψει ισότιμη (50%-50%) συνεργασία με τη Γαλλική εταιρεία EDF - Energies Nouvelles, για την από κοινού ανάπτυξη αιολικών πάρκων στην Ελλάδα, με την ίδρυση της ANEMOΠΥΛΗΣ ΑΕ.

Η Quest Energy, απευθείας ή μέσω θυγατρικών της, στο τέλος του 2010:

- Διαθέτει άδεια εγκατάστασης για αιολικό πάρκο ισχύος 20,7 MW στο νομό Βοιωτίας.
- Διαθέτει άδειες παραγωγής για 5 αιολικά πάρκα στους νομούς Βοιωτίας, Φωκίδας, Κοζάνης και Λάρισας συνολικής ισχύος 107,5MW.
- Αναμένει την αδειοδότηση 9 αιολικών πάρκων της ANEMOΠΥΛΗΣ ΑΕ, στη Νότια Εύβοια, ισχύος 169 MW.
- Αναμένει την αδειοδότηση 4 αιολικών πάρκων με συνολική ισχύ 97,4 MW στους νομούς Βοιωτίας και Σερρών. Αναμένει επίσης την αδειοδότηση 7 αιολικών πάρκων της ANEMOΠΥΛΗΣ ΑΕ, στη Θράκη, ισχύος 240 MW.
- Ολοκληρώνει την άνοιξη του 2011 φωτοβολταϊκό πάρκο 7,5 MW στην περιοχή της Θήβας, μέσω της θυγατρικής της Quest Solar.
- Διαθέτει άδειες παραγωγής για 5 φωτοβολταϊκά πάρκα συνολικής ισχύος 8 MW στην Μαγνησία, τη Χαλκιδική και τη Φλώρινα.
- Υπέβαλε αιτήσεις αδειοδότησης για 9 νέα φωτοβολταϊκά έργα συνολικής ισχύος 14 MW.

Επιδιώξεις και στόχοι της Quest Energy

Η Quest Energy στοχεύει στην έγκαιρη κατασκευή και θέση σε λειτουργία των αιολικών και φωτοβολταϊκών πάρκων για τα οποία αδειοδοτείται. Παράλληλα, επιδιώκει τη σύναψη συνεργασιών που προσφέρουν μεταφορά τεχνογνωσίας και επιχειρηματικές συνέργειες για την περαιτέρω ανάπτυξή της. Η εταιρεία πρόκειται να διαθέσει σημαντικά κεφάλαια κατά τα προσεχή έτη, ώστε να ολοκληρώσει επενδύσεις σε πάρκα ισχύος εκατοντάδων MW.

Πηγή: <http://www.quest.gr/content/company>
<http://www.quest.gr/content/quest-energy#2>

4.8 Intersys

Η Intersys ΑΕ ιδρύθηκε το 1968 με την επωνυμία INTERDATA ΑΕ και είναι σήμερα μία από τις μεγαλύτερες και αναγνωρισμένες εταιρείες στην Ελλάδα στο χώρο των Ηλεκτρονικών Καταναλωτικών Προϊόντων, των Συστημάτων Οργάνωσης Γραφείου και Πληροφορικής. Η Intersys διατηρεί αποκλειστική και μακρόχρονη σχέση με κορυφαίους κατασκευαστές του εξωτερικού όπως η **Canon**, η **Pioneer** και η **Toshiba**. Από το 2009 και πέρα η Intersys εκπροσωπεί κατά αποκλειστικότητα και την κορυφαία εταιρεία προϊόντων πλοήγησης **TomTom**. Διαθέτοντας τεράστια γκάμα προϊόντων και ευρύ δίκτυο διάθεσης των προϊόντων της, η Intersys υποστηρίζει 2.000 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα, ενώ παράλληλα διαθέτει οργανωμένο Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών και Υποκατάστημα στη Βόρεια Ελλάδα.

Με την πολυετή εμπειρία της, το άρτια οργανωμένο δίκτυο συνεργατών σε όλη την Ελλάδα, τους καταρτισμένους τεχνικούς και τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών τόσο πριν όσο και μετά την πώληση η Intersys αποτελεί βασικό συνεργάτη της σύγχρονης ελληνικής επιχείρησης σε θέματα εξοπλισμού. Παράλληλα, προσφέρει το συγκριτικό πλεονέκτημα της παροχής ολοκληρωμένης σειράς προϊόντων και υπηρεσιών που συνδυάζονται λειτουργικά μεταξύ τους, τα οποία καλύπτουν το ευρύ φάσμα των αναγκών του τελικού καταναλωτή. Η γκάμα των προϊόντων της περιλαμβάνει φωτογραφικές μηχανές και βιντεοκάμερες για τον επαγγελματία και τον ερασιτέχνη χρήστη, λύσεις φωτοαντιγραφής και εκτύπωσης για το γραφείο και το σπίτι, συστήματα οικιακής διασκέδασης, τηλεοράσεις και προβολικά συστήματα, συστήματα ψυχαγωγίας και πλοήγησης αυτοκινήτου και μια πλειάδα προϊόντων που συμβάλλουν στην οργάνωση και διαχείριση της εικόνας στο γραφείο και το σπίτι.

Επενδύοντας διαρκώς στο ανθρώπινο δυναμικό που αποτελεί και τον βασικό πυρήνα της και σε υλικοτεχνική υποδομή, η Intersys εγκαινίασε πρόσφατα νέες, ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της στο Μαρκόπουλο Μεσογαίας, στις οποίες φιλοξενείται και η νέα της έδρα. Σε οικόπεδο 15 στρεμμάτων, σε μια από τις πλέον αναπτυσσόμενες περιοχές των Μεσογείων, η Intersys δημιούργησε ένα κτήριο μοντέρνας αισθητικής, έκτασης 8.500 m², όπου στεγάζονται το κέντρο διανομής και διακίνησης προϊόντων καθώς και υπερσύγχρονα γραφεία.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για το περιβάλλον

Η Intersys σύναψε συμφωνία με την εταιρία ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΣΥΣΚΕΥΩΝ Α.Ε. με σκοπό την Εναλλακτική Διαχείριση των Αποβλήτων Ηλεκτρικού και Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού. Επίσης πάνω στα προϊόντα ενδέχεται να εμφανίζεται το παρακάτω σύμβολο το οποίο υποδεικνύει το συγκεκριμένο προϊόν δεν πρέπει να απορρίπτεται μαζί με τα οικιακά απορρίμματα, σύμφωνα με την Οδηγία για τα Απόβλητα από Ηλεκτρικό και Ηλεκτρονικό Εξοπλισμό (Α.Η.Η.Ε) (2002/96/ΕΚ) και την εθνική νομοθεσία. Η Intersys δίνει τις κατάλληλες πληροφορίες και οδηγίες για την σωστή ανακύκλωση των προϊόντων. Συγκεκριμένα για το



προϊόν που περιέχει το σύμβολο αυτό αναφέρει ότι πρέπει να παραδίδεται σε καθορισμένο σημείο συλλογής, π.χ. σε μια εξουσιοδοτημένη βάση ανταλλαγής, όταν αγοράζετε ένα νέο παρόμοιο προϊόν ή σε μια εξουσιοδοτημένη θέση συλλογής για την ανακύκλωση των αποβλήτων ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού (ΗΗΕ). Ο ακατάλληλος χειρισμός αυτού του τύπου αποβλήτων θα μπορούσε να έχει πιθανό αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και την υγεία του ανθρώπου, λόγω δυνητικώς επικίνδυνων ουσιών που γενικά συνδέονται με τον ΗΗΕ. Επίσης αναφέρει την ιστοσελίδα που μπορεί να επισκεφτεί κάποιος που θέλει να μάθει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την επιστροφή και ανακύκλωση των προϊόντων Α.Η.Η.Ε. η οποία είναι www.electrocycle.gr. Τέλος δίνει την δυνατότητα στους καταναλωτές να στείλουν κάποιο σχετικό αίτημα, για συγκεκριμένες πληροφορίες που αφορούν την ανακύκλωση στο τμήμα Περιβάλλοντος, στην ηλεκτρονική διεύθυνση environment@intersys.gr.

Πολιτική για την ποιότητα

Το 2000 απέκτησε την πιστοποίηση του διεθνούς προτύπου **ISO 9002:94**, για τον Τομέα των Ολοκληρωμένων Λύσεων. Τρία χρόνια αργότερα, το 2003, το πεδίο πιστοποίησης επεκτάθηκε για τη συνολική λειτουργία της Εταιρίας, η οποία πλέον έχει εγκαταστήσει και εφαρμόζει ένα Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας σύμφωνα με τις απαιτήσεις του **ISO 9001:2000**. Πρόσφατα η εταιρία απέκτησε το νέο πιστοποιητικό Συστήματος Διαχείρισης σύμφωνα με το **EN ISO 9001:2008**, βάση των διαδικασιών TUV NORD CERT.

Οι βασικές αρχές της πολιτικής ποιότητας όπως εκφράζονται μέσα στο Σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας που εφαρμόζεται στην Intersys είναι:

- Η πλήρης ταύτιση με τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις του πελάτη, όπως έχουν συμφωνηθεί μέσω των γραπτών ή προφορικών συμβάσεων αλλά και του διαφημιστικού υλικού της Εταιρίας.
- Η συμμόρφωση στις απαιτήσεις του προτύπου ISO 9001:2000/EN ISO 9001:2008.
- Η συνεχής υποστήριξη και εξυπηρέτηση του Πελάτη μετά την πώληση.
- Η εποικοδομητική συνεργασία με τους προμηθευτές.
- Η συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού σε σχέση με τις τεχνολογικές εξελίξεις.
- Η μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη.
- Η σε βάθος διερεύνηση των αιτιών των παραπόνων και των μη συμμορφώσεων και ο καθορισμός προληπτικών και διορθωτικών ενεργειών.

Παλαιότερα Πιστοποιητικά:

- Πιστοποίηση TÜV CERT (έως 2006)
- TÜV CERT Certificate (έως 2006)
- Πιστοποίηση TÜV CERT
- TÜV CERT Certificate

Πηγή: <http://www.intersys.gr/default.asp?pid=60&la=1>
<http://www.intersys.gr/default.asp?pid=61&la=1>
<http://www.intersys.gr/default.asp?pid=94&la=1>

4.9 CPI

Η CPI είναι μια εταιρία πληροφορικής με έτος ίδρυσης το 1990 με έδρα την Αθήνα. Δραστηριοποιείται στον κλάδο των περιφερειακών ως διανομέας και αντιπρόσωπος. Η διανομή των προϊόντων γίνεται από ένα δίκτυο 2000 συνεργατών που καλύπτει όλη την Ελλάδα, καθώς και από την ίδια την εταιρία όταν πρόκειται για μεγάλες εταιρίες. Η εταιρία διαθέτει και ένα υποκατάστημα στην Θεσσαλονίκη.

Η CPI υιοθέτησε πελατοκεντρική φιλοσοφία και την ενσωμάτωσε στο στρατηγικό σχεδιασμό της, με αποτέλεσμα να αναπτύξει ένα σύνολο υπηρεσιών που καλύπτει το ευρύ φάσμα αναγκών μηχανογράφησης των σύγχρονων επιχειρήσεων. Οι υπηρεσίες της CPI απευθύνονται σε όλες τις επιχειρήσεις, ανεξάρτητα εάν έχουν προμηθευτεί τα προϊόντα ή τις λύσεις από τη CPI.

Σύνολο παρεχόμενων υπηρεσιών:

- Τεχνική Υποστήριξη Προϊόντων CPI
- Τεχνική Υποστήριξη τρίτων κατασκευαστών
- Ψηφιοποίηση, Αρχαιοθέτηση και Διαχείριση Εγγράφων
- Διαχείριση Εκτυπώσεων
- Εξατομικευμένες Υπηρεσίες
- Υπηρεσίες Εκπαίδευσης
- Υπηρεσίες IMAC
- Υπηρεσίες Υποδομής

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για τα δικαιώματα των εργαζομένων

Η CPI εφαρμόζει ένα αντικειμενικό σύστημα προσλήψεων. Τα βασικά κριτήρια για την επιλογή των συνεργατών της είναι η επιστημονική κατάρτιση, η υπευθυνότητα, η αξιοπιστία, η συνέπεια και η διάθεση για συνεργασία. Η ίδια υποστηρίζει ότι το εργασιακό της περιβάλλον είναι ασφαλές, δίκαιο χωρίς διακρίσεις και εξασφαλίζει την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού μας. Η εταιρεία παρέχει στους εργαζομένους της συστηματική εκπαίδευση τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά. Η φιλοσοφία της εστιάζεται στη «δια βίου μάθηση» των εργαζομένων ώστε να αναπτύσσουν διαρκώς τις δυνατότητες τους σύμφωνα με τις επιχειρηματικές ανάγκες. Η εκπαίδευση πραγματοποιείται τόσο εσωτερικά από τα στελέχη μας όσο και εξωτερικά σε συνεργασία με καταξιωμένες εταιρίες συμβούλων και εκπαιδευτικούς φορείς.

Πολιτική για την ανάπτυξη της κοινωνίας

Η CPI πιστεύει πως η ανάπτυξη και επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα της εταιρείας είναι ολοκληρωμένη όταν συνδυάζεται με υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά. Η εταιρία επενδύει στην κοινωνία και στηρίζει ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες και κυρίως τα παιδιά που έχουν ανάγκη, καθώς και τους οργανισμούς που

προσπαθούν να κάνουν καλύτερη τη ζωή τους, μέσω χορηγιών και δωρεών. Με αυτή τη φιλοσοφία, η CPI έχει προχωρήσει σε δωρεές εξοπλισμού και χορηγίες σε οργανισμούς που δρουν και φροντίζουν για τα παιδιά.

Πολιτική για το περιβάλλον

Η CPI με σεβασμό στο περιβάλλον έχει αναπτύξει δράσεις που στοχεύουν στην απευθείας προσπάθεια προστασίας του περιβάλλοντος αλλά και στην εκπαίδευση του προσωπικού της για τη φροντίδα του περιβάλλοντος. Η προσπάθεια στοχεύει προς την ευαισθητοποίηση για την εξοικονόμηση ενέργειας και στην ανάπτυξη περιβαλλοντικής συνείδησης. Η CPI συμμετέχει σε πρόγραμμα ανακύκλωσης χαρτιού και η περισυλλογή χαρτιού γίνεται μία φορά την εβδομάδα από την CPI σε ειδικούς κάδους ανακύκλωσης. Η ενέργεια αυτή πραγματοποιείται σε συνεργασία με τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό ΚΛΙΜΑΚΑ που μεταξύ των άλλων δραστηριοτήτων του, περισυλλέγει χαρτί προς ανακύκλωση, τα έσοδα από την οποία διαθέτει για την ενίσχυση αδύναμων οικονομικά κοινωνικών ομάδων, την υποστήριξη ατόμων με ψυχολογικά προβλήματα και άλλα, έχοντας γενικότερα μία σημαντική κοινωφελή δράση.

Πηγή:

<http://www.cpi.gr/%CE%97%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%95%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7%CE%95%CF%80%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CF%84%CF%8E%CE%BD/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%A5%CF%80%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%85%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1.aspx>

4.10 ΩMEGA TECHNOLOGY

Η Omega Technology ιδρύθηκε το 1985 και έχει πολυετή εμπειρία στο χώρο της πληροφορικής στην χώρα μας έχοντας αναπτύξει επιτυχημένα και αξιόλογα έργα για τον Δημόσιο και Ιδιωτικό τομέα. Η εταιρία αναπτύσσει εφαρμογές e-επιχειρείν, e-government, εκπαιδευτικού λογισμικού, γεωγραφικών πληροφοριακών συστημάτων, διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς, πολυμέσων και εικονικής πραγματικότητας (3D). Στην εταιρία απασχολείται εξειδικευμένο προσωπικό το οποίο παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες οργάνωσης, εγκατάστασης και υποστήριξης εξοπλισμού και λογισμικού. Η εταιρεία έχει στενή συνεργασία με τα κυριότερα ανώτατα και ανώτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας μας, με ερευνητικά Ινστιτούτα, Νομαρχίες, Δήμους, Επιμελητήρια, αναπτυξιακούς φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης, κλαδικούς φορείς, επιχειρήσεις πληροφορικής, συμβούλους επιχειρήσεων, Κέντρα επαγγελματικής κατάρτισης και με πλήθος φορέων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με τους παραπάνω φορείς συμμετέχει στην υλοποίηση εθνικών και κοινοτικών προγραμμάτων. Η εταιρεία με την συμμετοχή της σε ερευνητικά προγράμματα και την συνεργασία της με εκπαιδευτικά ιδρύματα και ερευνητικά Ινστιτούτα της χώρας μας και του εξωτερικού αποκτά τεχνογνωσία, αναπτύσσει νέες και καινοτομικές τεχνολογίες που ενσωματώνει στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει.

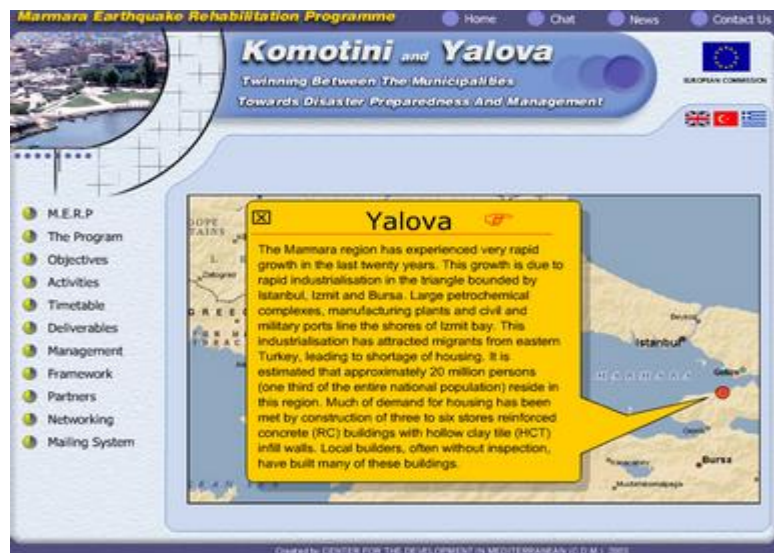
Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η βασική συνιστώσα της αλληλεπίδρασης μεταξύ μιας εταιρείας και του περιβάλλοντος - κοινωνικού και φυσικού - στο οποίο δραστηριοποιείται. Η Εταιρία δίνει ιδιαίτερη έμφαση στον κοινωνικό της ρόλο προσπαθώντας να αναλαμβάνει αλλά και να συμμετέχει σε δράσεις που συμβάλλουν σε αυτό. Παραδείγματα τέτοιων δραστηριοτήτων είναι:

1. Κάλυψη της ιδιωτικής συμμετοχής του έργου με τίτλο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ AGENDA 21 (ΤΔ 21) ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΜΙΑΣ ΝΕΟΥ ΤΥΠΟΥ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟΥ 21 ΑΙΩΝΑ που υλοποιήθηκε στα πλαίσια του προγράμματος ENTER 2004 με ανάδοχο φορέα το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών. Το έργο αυτό έχει ως στόχο την ανάδειξη, προώθηση και μετατροπή της Local Agenda 21 σε βασικό εκφραστή της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης δηλαδή της σύμπραξης των κοινωνικών, οικονομικών και οικολογικών παραμέτρων ως νέων δεδομένων για μια ολοκληρωμένη εναλλακτική μορφή ενδυνάμωσης της ελληνικής επικράτειας στο θέμα αυτό.



2. Συμμετοχή στελεχών της εταιρείας ως εθελοντές στην υλοποίηση έργου υποστήριξης του Δήμου Γιάλοβας της Τουρκίας (σε συνεργασία με τον Δήμο Κομοτηνής την μη κυβερνητική οργάνωση Κέντρο Ανάπτυξης για την Μεσόγειο και τον Δήμο Γιάλοβα) μετά τους καταστρεπτικούς σεισμούς που έπληξαν την γειτονική μας χώρα το 1999.



3. Ανάπτυξη και φιλοξενία δωρεάν ιστοσελίδων για φιλανθρωπικούς και άλλους οργανισμούς.



4. Επίσης η εταιρία παρέχει βοήθεια και τεχνογνωσία σχετικά με τις νέες τεχνολογίες σε μη-κυβερνητικές, μη-κερδοσκοπικές οργανώσεις.

Πολιτική για την ποιότητα

Η εταιρεία κατέχει πιστοποιητικό ποιότητας ISO 9001:2008 για την ανάπτυξη των εφαρμογών της. Στο πλαίσιο των διαδικασιών διασφάλισης ποιότητας των αναπτυσσόμενων εφαρμογών (που συμμορφώνονται στο ISO 9001:2008) το τμήμα ποιοτικού ελέγχου χρησιμοποιεί το ISO/IEC 9126 σύμφωνα με το οποίο υπολογίζει την ποιότητα της κάθε εφαρμογής σε επίπεδα:

- Λειτουργικότητας (Functionality)
- Χρησιμότητας (Usability)
- Αξιοπιστίας (Reliability)
- Απόδοσης (Efficiency)
- Συντηρησιμότητας (Maintainability)
- Μεταφερσιμότητας (Portability)

Πηγή:

<http://site.omegatechnology.gr/%CE%97%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7/tabid/63/Default.aspx>

4.11 ACTIVE COMPUTER SYSTEMS

Η ACTIVE COMPUTER SYSTEMS SA, ξεκίνησε τις εργασίες της τον Μάιο του 1995 με κύριο αντικείμενο εργασιών την προώθηση και την υποστήριξη συστημάτων πληροφορικής σε εταιρείες και οργανισμούς του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Το ανθρώπινο δυναμικό της εταιρείας φτάνει τα 35 άτομα και η έδρα της, από το 1999, βρίσκεται στην Αγία Παρασκευή, Αττικής. Η ACTIVE COMPUTER SYSTEMS SA στεγάζεται σε ένα σύγχρονο κτίριο συνολικής επιφάνειας 600m². Επιπλέον, εξουσιοδοτημένοι συνεργάτες μας στη Θεσσαλονίκη και στο Ηράκλειο Κρήτης παρέχουν υποστήριξη σε πελάτες.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για το περιβάλλον

Η ACTIVE COMPUTER SYSTEMS SA, μέσα από μια σειρά ενεργειών και δραστηριοτήτων κοινωνικού και περιβαλλοντικού χαρακτήρα βοηθά άτομα, οργανισμούς και ιδρύματα που σκοπό έχουν την μόρφωση και την προστασία του περιβάλλοντος.

Η ACTIVE COMPUTER SYSTEMS SA είναι εταιρικό μέλος της **HELMERA - ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ** συνδράμοντας στην παγκόσμια αναγνωρισμένη - κοινωφελής και μη κερδοσκοπική - 25ετή ένωση και ειδικότερα της διακήρυξης της, "Να Σώσουμε τις Θάλασσες".

Πολιτική για την ποιότητα

Η διασφάλιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών της ACTIVE, έχει πιστοποιηθεί κατά ISO9001 από την TUV Hellas. Πιο συγκεκριμένα οι βασικότεροι τομείς στους οποίους ενεργοποιείται η εταιρεία, όπως η παραγωγή Η/Υ, η υλοποίηση ολοκληρωμένων λύσεων αλλά και η παροχή service, έχουν ελεγχθεί και πιστοποιηθεί από την TUV Hellas κατά ISO9001:2000.

4.12 Space Hellas

Η Space Hellas είναι ένας κορυφαίος System Integrator και Value Added Solutions Provider στο χώρο των Τηλεπικοινωνιών, Πληροφορικής και Ασφάλειας. Προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις και υπηρεσίες πιστοποιημένες σύμφωνα με το πρότυπο διασφάλισης ποιότητας ISO 9001:2008 καθώς και το πρότυπο ISO/IEC 27001:2005 για το σύστημα διαχείρισης ασφάλειας πληροφοριών. Στο πελατολόγιο της συγκαταλέγονται οι μεγαλύτερες τράπεζες και ιδιωτικές εταιρίες, βιομηχανίες, αλυσίδες καταστημάτων, πάροχοι τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, υπουργεία και οργανισμοί του Δημοσίου, καθώς και οι Ένοπλες Δυνάμεις. Ειδικότερα η εταιρία δραστηριοποιείται με λύσεις και υπηρεσίες στους εξής τομείς:

- Ολοκληρωμένα δίκτυα δεδομένων (ενσύρματα, ασύρματα, δορυφορικά).
- Παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και γραμμών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Λύσεις, εφαρμογές και υπηρεσίες πληροφορικής για μεγάλες επιχειρήσεις.
- Τηλεφωνικά κέντρα, εταιρικά τηλεφωνικά δίκτυα και υπηρεσίες.
- Συστήματα ασφάλειας πληροφοριακών συστημάτων και δικτύων - Μελέτες, εφαρμογές και πιστοποιήσεις.
- Ηλεκτρομηχανολογικές και δικτυακές υποδομές - Data Centres.
- Δομημένη καλωδίωση κτιρίων με χαλκό και οπτικές ίνες.
- Συστήματα φυσικής ασφάλειας και εποπτείας εγκαταστάσεων.
- Υποδομές δικτύων και πληροφορικής τηλεπικοινωνιακών φορέων.
- Ολοκλήρωση συστημάτων υψηλής τεχνολογίας (System Integration).
- Εμπορικό δίκτυο διάθεσης προϊόντων κινητής τηλεφωνίας.
- Ερευνητικά και αναπτυξιακά προγράμματα, σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο.

Τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας βρίσκονται στην Αθήνα, ενώ διατηρούνται υποκαταστήματα στη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα, το Ηράκλειο της Κρήτης και τα Ιωάννινα. Επίσης, τα γραφεία της Space Hellas Cyrgus Ltd βρίσκονται στη Λεμεσό Κύπρου. Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται η εξέλιξη των ιδίων κεφαλαίων, των πωλήσεων, των κερδών προ φόρων της Space Hellas με στοιχεία από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ίδια Κεφάλαια (χιλ. €)	9.556	10.352	11.578	14.022	14.209	14.045
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις) (χιλ. €)	24.676	29.141	44.455	49.565	49.167	49.192
Καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) χρήσεως προ φόρων (χιλ. €)	1.170	802.000	1.716	1.334	34	88

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Πολιτική για την ποιότητα

Με σκοπό την ικανοποίηση των πελατών της από κάθε άποψη, η **Space Hellas** ακολουθεί σταθερά μία Πολιτική Ποιότητας που κύριοι στόχοι της είναι:

- **Η εξασφάλιση υψηλής Ποιότητας** παρεχομένων προϊόντων και υπηρεσιών, με τα τεχνικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά που προκύπτουν από τις διατυπωμένες ανάγκες της αγοράς.
- **Η συνεχής βελτίωση της Ποιότητας** και των χαρακτηριστικών των παρεχομένων υπηρεσιών, αλλά και γενικότερα της Ποιότητας σε όλες τις διεργασίες και διαδικασίες της εταιρίας.

Στην επίτευξη των στόχων αυτών συμβάλει αποτελεσματικά το Σύστημα Ποιότητας που η **Space Hellas** εφαρμόζει από το 1996 (από τις πρώτες του χώρου της στην Ελλάδα), χρησιμοποιώντας αποτελεσματικές μεθόδους σχεδίασης και παρακολούθησης της επιτυγχανόμενης ποιότητας και προδιαγραφών, σε όλα τα στάδια προμήθειας προϊόντων και παροχής υπηρεσιών. Η Εταιρία έχει πιστοποιηθεί για την εφαρμογή Συστήματος Ποιότητας διαδοχικά σύμφωνα με τα Πρότυπα:

- Διασφάλισης Ποιότητας **EN ISO 9002:1994** 1996 – 1999
- Διασφάλισης Ποιότητας **EN ISO 9001:1994** 1999 – 2003
- Διαχείρισης Ποιότητας **EN ISO 9001:2000** 2004 – 2009
- Διαχείρισης Ποιότητας **EN ISO 9001:2008** 2010 – 2013

Στα πλαίσια του Συστήματος Ποιότητας και της ευρύτερης Πολιτικής της για την Ποιότητα, η **Space Hellas**:

- Ερευνά συστηματικά τις εξελίξεις της τεχνολογίας σε θέματα που αφορούν τις ανάγκες των πελατών της.
- Επιλέγει Προμηθευτές με διεθνώς αναγνωρισμένη Ποιότητα Προϊόντων.
- Εξασφαλίζει το απαιτούμενο ανθρώπινο δυναμικό και την αναγκαία υλικοτεχνική υποδομή.
- Εκπαιδεύει συστηματικά το προσωπικό της στα θέματα των αρμοδιοτήτων τους και παροτρύνει την εμπέδωση "Πνεύματος Ποιότητας".
- Σχεδιάζει, υιοθετεί και παρακολουθεί την εφαρμογή συστήματος Δεικτών & Στόχων Ποιότητας και Απόδοσης, με απώτερο στόχο τον καλύτερο δυνατό έλεγχο και βελτιστοποίηση των διεργασιών παροχής υπηρεσιών.
- Ελέγχει την ορθή εφαρμογή των Διεργασιών & Διαδικασιών Διαχείρισης Ποιότητας.

Κοινοποιεί την παρούσα Πολιτική Ποιότητας σε όλο το προσωπικό της και φροντίζει για τη συνεχή αναβάθμισή της, ώστε να είναι πάντα συμβατή με τους γενικότερους εταιρικούς στόχους.

Η Space Hellas έλαβε τον Φεβρουάριο του 2009, την πιστοποίηση **ISO/IEC 27001:2005** για το **Σύστημα Διαχείρισης Ασφάλειας Πληροφοριών** σε επίπεδο Οργανισμού και για όλες τις εμπορικές της δραστηριότητες, τόσο στα κεντρικά της γραφεία, όσο και στα υποκαταστήματά της σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ιωάννινα και Κρήτη. Η πιστοποίηση της Space Hellas κατά ISO/IEC 27001, εξασφαλίζει ότι στις διαδικασίες της εμπεριέχονται όλοι οι απαραίτητοι έλεγχοι σε θέματα εμπιστευτικότητας, ακεραιότητας και διαθεσιμότητας της πληροφορίας για να προστατεύουν τα δεδομένα και τους εμπλεκόμενους πόρους σε κάθε εμπορική δραστηριότητα. Η σημαντική αυτή πιστοποίηση είναι προς όφελος όλων όσων συναλλάσσονται με τη Space Hellas και ιδίως των σημαντικών πελατών της που διαχειρίζονται κρίσιμες πληροφορίες ή προσωπικά δεδομένα.

Πολιτική για τα δικαιώματα των εργαζομένων

Σε ότι αφορά τα εργασιακά ζητήματα η SPACE HELLAS αναγνωρίζοντας τις προσπάθειες των εργαζομένων της και στοχεύοντας πάντα στην επιβράβευσή τους, μεταξύ άλλων προσφέρει:

- Ανταγωνιστικό πακέτο αποδοχών
- Σύγχρονο περιβάλλον εργασίας, με άριστες και ασφαλείς εγκαταστάσεις
- Ευχάριστη και δυναμική ατμόσφαιρα
- Προοπτικές εξέλιξης
- Συνεχή εκπαίδευση

Πολιτική για τα δικαιώματα των καταναλωτών

Εκπαίδευση πελατών: Συγκεκριμένα για το θέμα της εκπαίδευσης η SPACE HELLAS πιστεύει ότι η θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση του πελάτη είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη μετέπειτα σωστή λειτουργία του δικτύου και αποτελεί εγγύηση για την πλήρη εκμετάλλευση της επένδυσης. Για αυτό τον λόγο έχει δώσει ιδιαίτερο βάρος στην εκπαίδευση των πελατών της, έχοντας για το σκοπό αυτό ειδικευμένους μηχανικούς που παρέχουν :

- εκπαίδευση σε θέματα εφαρμοσμένης τεχνολογίας.
- εισαγωγική γενική εκπαίδευση επικοινωνιών για νέο προσωπικό.
- προϊοντικές εκπαιδεύσεις για όλες τις σειρές προϊόντων που προωθεί η Space Hellas.
- εκπαιδεύσεις σε θέματα λειτουργίας, χειρισμού και διαχείρισης δικτύων.
- εκπαίδευση σε νέες τεχνολογίες αιχμής και στις εφαρμογές τους.

4.13 GENIUSNET

Η GENIUSNET είναι μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών και πώλησης προϊόντων πληροφοριακών συστημάτων που ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2003, εδρεύει στο Χαλάνδρι Αττικής και δραστηριοποιείται στον κλάδο της πληροφορικής και της παροχής μηχανογραφικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (B2B σε S&MB). Αποτελεί συνέχεια και μετεξέλιξη της εταιρείας AMMOS COMPUTERS η οποία είχε διαρκή παρουσία στο χώρο της πληροφορικής από το 1988. Οι ιδρυτές της GENIUSNET, Βασίλης Νικολάου και Γεωργία Μαμαλάκη, έχουν μακρά προϋπηρεσία στον τομέα της πληροφορικής και της χρηματοοικονομικής υποστήριξης αλλά και των επιχειρήσεων γενικότερα.

Οι δραστηριότητες της εταιρείας διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- Παροχή Υπηρεσιών Υποστήριξης Δικτύων, Hardware και Software.
- Παροχή Ολοκληρωμένων Λύσεων Microsoft, Hewlett Packard και ALTEC Software.
- Επισκευές Hardware.
- Συμβουλευτικές Υπηρεσίες.
- Υπηρεσίες Εκπαίδευσης & Παραμετροποίησης ALTEC Software, Microsoft, Hewlett Packard και Watchguard.
- Υπηρεσίες Internet Εμπορία Η/Υ, Περιφερειακών και Λογισμικού.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η GENIUSNET συνδέει το όραμα της για πρωτοπορία στο χώρο της πληροφορικής με παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών και προϊόντων με τη δέσμευση της Εταιρείας για υιοθέτηση αρχών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ). Η Διοίκηση της Εταιρείας αναγνωρίζοντας την ευθύνη που της αναλογεί απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον έχει προχωρήσει:

- στην εθελοντική υιοθέτηση κωδίκων και προτύπων επαγγελματικής συμπεριφοράς για το σύνολο του προσωπικού.
- στην εθελοντική εφαρμογή Διεθνών Προτύπων Διασφάλισης Ποιότητας και Περιβαλλοντικής Διαχείρισης για το σύνολο των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- στη διαμόρφωση ειδικών χώρων για ανακυκλώσιμα υλικά.
- στη παράδοση των ηλεκτρικών συσκευών στους αναγνωρισμένους χώρους ανακύκλωσης.

Κάθε επιχειρηματική απόφαση σχεδιάζεται και υλοποιείται με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη λαμβάνοντας υπόψη την προστασία του περιβάλλοντος σε συνδυασμό με την μέγιστη επιχειρηματική επιτυχία. Η πίστη μας στην βιώσιμη ανάπτυξη είναι ο γνώμονας για την δημιουργία υποδομών με ευαισθησία απέναντι στο φυσικό περιβάλλον και στη βιωσιμότητα.

Πηγή: <http://www.geniusnet.gr/efthini.htm>

4.14 ALL WEB

Η εμπειρία της all web στο πεδίο της πληροφορικής ξεκίνησε το 1992, αλλά η πραγματική ανάπτυξη της ξεκίνησε στο τέλος τους έτους 1999 όταν η εταιρία ξεκίνησε την οργάνωση της ξανά επικεντρώνοντας σε δραστηριότητες αποκλειστικά πάνω στην web τεχνολογία. Στις μέρες μας, η all web υπερέχει στον χώρο της ανάπτυξης web και διατήρησης υπηρεσιών, ανάπτυξη εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας, ανάπτυξη εφαρμογών, τεχνολογική διαβούλευση, υπηρεσίες ολοκλήρωσης, βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης κ.α. Η all web συνδυάζει βαθιά επιχειρηματική γνώση και εμπειρία στις πωλήσεις με επικέντρωση στις στρατηγικές προτεραιότητες. Η εταιρία all web κατέχει πιστοποιητικό ποιότητας ISO 9001:2008. Διαθέτει πελάτες που είναι μεγάλες εταιρίες όπως οι Vodafone, Cosmote, Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, κέντρο καινοτομίας της Microsoft.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Παγκοσμίως η βιομηχανία της πληροφορικής ευθύνεται για το 2% των εκπομπών σε διοξείδιο του άνθρακα. Η πολιτική E.K.E. της εταιρίας είναι στοχεύει στην αποκατάσταση της συνεισφοράς σε αυτή την ρύπανση όσο πιο πολύ γίνεται. Μέσω των υπηρεσιών, μπορούμε να βοηθήσουμε στην μείωση των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα. Η στενή εργασία μαζί με τους πελάτες της, δίνει στην εταιρία την δυνατότητα να εγγυηθεί μια κοινωνικά υπεύθυνη λύση.

Η εταιρία παραδίδει λύσεις που εξοικονομούν πόρους και είναι φιλικές προς το περιβάλλον και επιτρέπουν στους πελάτες της να επιτύχουν τους περιβαλλοντικούς στόχους τους. Η εταιρία κάνει βέλτιστη χρήση των υπηρεσιών τεχνολογίας επικοινωνιών και πληροφόρησης εσωτερικά αλλά και εξωτερικά που συνεισφέρουν στην μείωση των εκπομπών. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με δυο τρόπους:

- Αποδοτική κατανάλωση ενέργειας στις υποδομές και λειτουργίες της πληροφορικής.
- Βελτίωση της βιωσιμότητας σε όλες τις επιχειρηματικές διεργασίες του οργανισμού.

Για πάνω από δέκα χρόνια η εταιρία εμπλέκεται ενεργά σε εταιρικά και κοινωνικά events που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος και της βιώσιμης ανάπτυξης.

4.15 Q BASE R & P

Η Q base R&D είναι εταιρία έντασης γνώσης (spin off) και εδρεύει στα Ιωάννινα. Στεγάζεται στο Επιστημονικό & Τεχνολογικό Πάρκο Ηπείρου (ΕΤΕΠΗ) και απασχολεί εξειδικευμένο προσωπικό με ερευνητική εμπειρία στους τομείς της τεχνητής νοημοσύνης και την ανάλυση ψηφιακών σημάτων, εικόνων και βίντεο. Το προσωπικό της έχει εξειδίκευση στους τομείς της εφαρμοσμένης έρευνας και στην εφαρμογή των αποτελεσμάτων σε διαδικτυακά περιβάλλοντα.

Οι υπηρεσίες που παρέχει η εταιρία καλύπτουν όλο το φάσμα των διαδικτυακών εφαρμογών είναι οι εξής:

- Σχεδιασμός και ανάπτυξη ιστοσελίδων.
- Ανάπτυξη ηλεκτρονικών καταστημάτων.
- Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail). Δημιουργία εταιρικού e-mail.
- Φιλοξενία διαδικτυακών ιστοσελίδων, εφαρμογών και e-mail (web hosting).
- Έλεγχος διαθεσιμότητας και κατοχύρωση ονόματος στο Διαδίκτυο (domain name)

Επιπλέον, παρέχονται λύσεις για την προώθηση επιχειρήσεων και προϊόντων στο διαδίκτυο:

- Βελτιστοποίηση ως προς τις μηχανές αναζήτησης.
- Διαχείριση διαδικτυακής φήμης.
- Εκπαίδευση προσωπικού για την υποστήριξη της επιχείρησης και την προώθηση στο διαδίκτυο.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Q base R&D διακρίνεται για την ευαισθησία της σε διάφορους τομείς, προσφέροντας τις υπηρεσίες της σε φορείς και ομάδες ανθρώπων που αφιλοκερδώς συνεισφέρουν προς το κοινωνικό σύνολο. Συγκεκριμένα έχει κατασκευάσει αφιλοκερδώς την ιστοσελίδα της ζωοφιλικής ομάδας του πανεπιστημίου Ιωαννίνων και την ιστοσελίδα για την σταδιοδρομία των γυναικών στην εκπαίδευση.

Ζωοφιλική Ομάδα Πανεπιστημίου Ιωαννίνων: Η διεύθυνση για την συγκεκριμένη σελίδα είναι η <http://www.zwopi.gr/>. Η ζωοφιλική ομάδα του πανεπιστημίου υποστηρίζει την προσπάθεια για υιοθεσία των αδέσποτων από ανθρώπους που αγαπούν τα ζώα. Δίνει την δυνατότητα σε όποιον ενδιαφέρεται να αποκτήσει κάποιο κατοικίδιο να επικοινωνήσει με την ομάδα και να πάρει υπό την προστασία κάποιο από τα ζώακια που είναι διαθέσιμα. Στην ιστοσελίδα υπάρχουν φωτογραφίες και βίντεο των ζώων αλλά και φόρμα επικοινωνίας.

Σταδιοδρομία γυναικών στην εκπαίδευση: Η διεύθυνση για την συγκεκριμένη σελίδα είναι η <http://www.womeninedu.gr/>. Η παρούσα έρευνα εντάσσεται στο πλαίσιο

του προγράμματος Πυθαγόρας II.-Φύλο. ΥΠ 1. Σταδιοδρομίες γυναικών στην εκπαίδευση. Κοινωνικοί επικαθορισμοί και προσωπικές στρατηγικές. (Χρηματοδότης ΥΠ.Ε.Π.Θ). στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση του ρόλου της γυναίκας σε θέσεις στελεχών της Διεύθυνσης και των Γραφείων Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης αλλά και σε καθηγητικές θέσεις (μέλη ΔΕΠ) Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

4.16 Συγκριτικοί Πίνακες

Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν συγκριτικοί πίνακες με τις επιδόσεις σε θέματα Ε.Κ.Ε. των άνωθεν εταιριών. Κάθε πίνακας περιλαμβάνει τα standards του ISO 26000 ακριβώς όπως περιγράφηκαν στο 2^ο κεφάλαιο. Οι εταιρίες είναι χωρισμένες σε τρεις κατηγορίες. Κάθε κατηγορία προσδιορίζει το μέγεθος και τον τύπο της εταιρίας. Η πρώτη κατηγορία που εμφανίζεται στον πρώτο πίνακα περιλαμβάνει τις δυο πολυεθνικές εταιρίες – Microsoft και Xerox – οι οποίες όμως δραστηριοποιούνται και στον ελληνικό χώρο. Η δεύτερη κατηγορία του δεύτερου πίνακα εμφανίζει τις μεγάλες ελληνικές εταιρίες – λαμβάνονται υπόψη τα οικονομικά στοιχεία και ο αριθμός εργαζομένων – και τέλος η τρίτη κατηγορία εμφανίζει τις μικρομεσαίες ελληνικές εταιρίες. Για κάθε εταιρία σημειώνεται ποιο standard, από αυτά που ορίζει το ISO 26000, έχει υιοθετηθεί και εφαρμόζεται στην πράξη. Ο αναγνώστης μπορεί να επαληθεύσει τα στοιχεία εάν ανατρέξει στο κοινωνικό πρόγραμμα της κάθε εταιρίας όπως παρουσιάστηκε στις προηγούμενες ενότητες. Σκοπός αυτής της ενότητας είναι να δώσει στον αναγνώστη την δυνατότητα να διαπιστώσει με εύκολο τρόπο σε ποιους τομείς εστιάζουν οι εταιρίες και που βρίσκονται οι αδυναμίες τους.

4.16.1 Συγκριτικός πίνακας πολυεθνικών εταιριών

	Microsoft	Xerox		Microsoft	Xerox
Οργανωτική διακυβέρνηση			Προστασία του περιβάλλοντος, βιοποικιλότητας και αποκατάσταση των φυσικών εδαφών	⊙	⊙
Ανθρώπινα δικαιώματα			Πρακτικές δίκαιης λειτουργίας		
Απαιτούμενη επιμέλεια			Αντί-διαφθορά		
Αποφυγή συνενοχής	⊙	⊙	Υπεύθυνη εμπλοκή στην πολιτική		
Επίλυση αδικιών			Δίκαιος ανταγωνισμός		
Διάκριση και ευάλωτες ομάδες	⊙	⊙	Σεβασμός στα δικαιώματα ιδιοκτησίας	⊙	
Αστικά και πολιτικά δικαιώματα	⊙	⊙	Καταναλωτικά ζητήματα		
Οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά δικαιώματα			Προστασία της ασφάλειας των καταναλωτών	⊙	⊙
Θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία	⊙	⊙	Βιώσιμη κατανάλωση		
Εργασιακές Πρακτικές			Service, υποστήριξη, παράπονα καταναλωτών και επίλυση αντιδικιών	⊙	⊙
Εργασία και εργασιακές πρακτικές		⊙	Προστασία των προσωπικών στοιχείων και ιδιωτικής ζωής	⊙	⊙
Συνθήκες εργασίας και κοινωνική προστασία		⊙	Μόρφωση και επίγνωση		
Κοινωνικός διάλογος			Συμμετοχή και ανάπτυξη της κοινότητας		
Υγεία και ασφάλεια στην εργασία	⊙	⊙	Παιδεία και πολιτισμός	⊙	
Ανθρώπινη ανάπτυξη και εκπαίδευση στο χώρο εργασίας			Δημιουργία θέσεων εργασίας και βελτίωση των δεξιοτήτων	⊙	
Περιβάλλον			Ανάπτυξη της τεχνολογίας και πρόσβαση σε αυτήν		
Πρόληψη της ρύπανσης		⊙	Παραγωγή πλούτου και εσόδων		
Βιώσιμη χρήση πόρων		⊙	Κοινωνική επένδυση	⊙	
Κατευνασμός και προσαρμογή στη κλιματική...		⊙	Υγεία		

4.16.2 Συγκριτικός πίνακας μεγάλων ελληνικών εταιριών

	CPI	DIONIC	EXODUS	INTERSYS	MLS	QUEST	UNISYSTEMS
Οργανωτική διακυβέρνηση							
Ανθρώπινα δικαιώματα							
Απαιτούμενη επιμέλεια							
Αποφυγή συνενοχής							⊙
Επίλυση αδικιών							
Διάκριση και ευάλωτες ομάδες	⊙		⊙				⊙
Αστικά και πολιτικά δικαιώματα							
Οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά δικαιώματα							
Θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία							
Εργασιακές Πρακτικές							
Εργασία και εργασιακές πρακτικές	⊙	⊙	⊙			⊙	⊙
Συνθήκες εργασίας και κοινωνική προστασία		⊙	⊙				⊙
Κοινωνικός διάλογος							⊙
Υγεία και ασφάλεια στην εργασία		⊙	⊙			⊙	⊙
Ανθρώπινη ανάπτυξη και εκπαίδευση στο χώρο εργασίας	⊙	⊙	⊙			⊙	
Περιβάλλον							
Πρόληψη της ρύπανσης			⊙	⊙		⊙	
Βιώσιμη χρήση πόρων	⊙	⊙	⊙		⊙	⊙	⊙
Κατευνασμός και προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή							
Προστασία του περιβάλλοντος, βιοποικιλότητας και αποκατάσταση των φυσικών εδαφών							
Πρακτικές δίκαιης λειτουργίας							
Αντί-διαφθορά							

	CPI	DIONIC	EXODUS	INTERSYS	MLS	QUEST	UNISYSTEMS
Υπεύθυνη εμπλοκή στην πολιτική							
Δίκαιος ανταγωνισμός							
Σεβασμός στα δικαιώματα ιδιοκτησίας							
Καταναλωτικά ζητήματα							
Προστασία της ασφάλειας των καταναλωτών							
Βιώσιμη κατανάλωση							
Service, υποστήριξη, παράπονα καταναλωτών και επίλυση αντιδικιών	⊙			⊙			
Προστασία των προσωπικών στοιχείων και ιδιωτικής ζωής					⊙		
Μόρφωση και επίγνωση							
Συμμετοχή και ανάπτυξη της κοινότητας							
Παιδεία και πολιτισμός		⊙			⊙	⊙	
Δημιουργία θέσεων εργασίας και βελτίωση των δεξιοτήτων							
Ανάπτυξη της τεχνολογίας και πρόσβαση σε αυτήν						⊙	
Παραγωγή πλούτου και εσόδων							
Κοινωνική επένδυση	⊙	⊙	⊙		⊙	⊙	⊙
Υγεία						⊙	

4.16.3 Συγκριτικός πίνακας μικρομεσαίων ελληνικών εταιριών

	ACTIVE	ALL WEB	GENIUSNET	Q BASE R&D	SPACE	ΩMEGA
Οργανωτική διακυβέρνηση						
Ανθρώπινα δικαιώματα						
Απαιτούμενη επιμέλεια						
Αποφυγή συνενοχής						
Επίλυση αδικιών						
Διάκριση και ευάλωτες ομάδες						
Αστικά και πολιτικά δικαιώματα						
Οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά δικαιώματα						
Θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία						
Εργασιακές Πρακτικές						
Εργασία και εργασιακές πρακτικές						
Εργασία και εργασιακές πρακτικές						
Συνθήκες εργασίας και κοινωνική προστασία					⊙	
Κοινωνικός διάλογος						
Υγεία και ασφάλεια στην εργασία						
Ανθρώπινη ανάπτυξη και εκπαίδευση στο χώρο εργασίας						
Περιβάλλον						
Πρόληψη της ρύπανσης		⊙				
Βιώσιμη χρήση πόρων		⊙	⊙			
Κατευνασμός και προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή						

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

154

	ACTIVE	ALL WEB	GENIUSNET	Q BASE R&D	SPACE	ΩMEGA
Προστασία του περιβάλλοντος, βιοποικιλότητας και αποκατάσταση των φυσικών εδαφών						
Πρακτικές δίκαιης λειτουργίας						
Αντί-διαφθορά						
Υπεύθυνη εμπλοκή στην πολιτική						
Δίκαιος ανταγωνισμός						
Σεβασμός στα δικαιώματα ιδιοκτησίας						
Καταναλωτικά ζητήματα						
Προστασία της ασφάλειας των καταναλωτών						
Βιώσιμη κατανάλωση						
Service, υποστήριξη, παράπονα καταναλωτών και επίλυση αντιδικιών					⊙	
Προστασία των προσωπικών στοιχείων και ιδιωτικής ζωής						
Μόρφωση και επίγνωση					⊙	
Συμμετοχή και ανάπτυξη της κοινότητας						
Παιδεία και πολιτισμός						
Δημιουργία θέσεων εργασίας και βελτίωση των δεξιοτήτων						
Ανάπτυξη της τεχνολογίας και πρόσβαση σε αυτήν						⊙
Παραγωγή πλούτου και εσόδων						
Κοινωνική επένδυση	⊙			⊙		⊙
Υγεία						

Η επεξεργασία των στοιχείων της έρευνας που πραγματοποιήθηκε οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο βαθμός υιοθέτησης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι ακόμη περιορισμένος. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι παρουσιάζει δυναμική και αναμένεται να αναπτυχθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια. Στην παρούσα φάση, η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν φαίνεται να αποτελεί μία πραγματικά συστηματική δραστηριότητα. Από τη στιγμή που δεν υπάρχει κάποιο καθορισμένο κανονιστικό πλαίσιο, η οποιαδήποτε δημοσιοποίηση Ε.Κ.Ε γίνεται κατά το δοκούν και με μη τυποποιημένο τρόπο. Ένα ακόμη συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι η υιοθέτηση της Ε.Κ.Ε. παρουσιάζει κάποια συγκεκριμένα «δημογραφικά» χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα παρατηρείται ότι μόνο οι μεγάλοι πολυεθνικοί οργανισμοί – Microsoft και Xerox – εκδίδουν ετήσιες αναφορές Ε.Κ.Ε στην Ελλάδα μέχρι στιγμής. Βέβαια το γεγονός ότι εκδίδουν αναφορές δεν τις καταστέλλει υπεύθυνες εταιρίες αφού λόγω του οικονομικού μεγέθους τους μπορούν να επιτύχουν πολλά περισσότερα από αυτά που έχουν ήδη κάνει. Πέρα από αυτό οι συγκεκριμένες εταιρίες ναι μεν επιλύουν κάποια προβλήματα όμως η ίδια η επιχειρηματική δραστηριότητα τους δημιουργεί άλλα. Για αυτό το λόγο οι Microsoft και Xerox αξιολογήθηκαν αυστηρότερα σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρίες.³⁸ Επίσης, η απουσία εξειδικευμένων Τμημάτων Ε.Κ.Ε στα οργανογράμματα των επιχειρήσεων στο 50% περίπου των περιπτώσεων φανερώνει ότι ακόμα σε αρκετές περιπτώσεις η Ε.Κ.Ε. γίνεται αντιληπτή ως μία επικοινωνιακή δραστηριότητα και όχι ως ένα σημαντικό στοιχείο της επιχειρησιακής στρατηγικής που επηρεάζει δραστικά τον προγραμματισμό και τις διαδικασίες της εταιρείας.

Παρόλα αυτά πρέπει να δοθούν εύσημα στην εταιρία Exodus για τον τρόπο λειτουργίας της. Η Exodus θεωρείται ως ένας από τους καλύτερους χώρους εργασίας στον ελληνικό χώρο της πληροφορικής καθώς σέβεται σε μεγάλο βαθμό τα εργασιακά δικαιώματα και δείχνει τεράστιο ενδιαφέρον στην προστασία του περιβάλλοντος. Ένα ακόμη στοιχείο που την κάνουν να ξεχωρίζει είναι η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχει στους πελάτες της. Ακολουθούν οι εταιρίες Uni systems και Dionis οι οποίες ξεχωρίζουν για τις εργασιακές πρακτικές αλλά και για τις κοινωνικές επενδύσεις τους. Από τις μικρομεσαίες εταιρίες ξεχωρίζει η ΩMEGA TECHNOLOGY για την μικρή μεν αλλά φιλότιμη προσφορά.

³⁹Καταλήγοντας, η εταιρική κοινωνική ευθύνη βρίσκεται ακόμα σε εμβρυϊκό στάδιο στην Ελλάδα. Υπάρχουν επιχειρήσεις που την υιοθετούν και προσπαθούν να τη βελτιώνουν και να την επεκτείνουν χρόνο με το χρόνο. Υπάρχουν, βέβαια, και άλλες επιχειρήσεις, οι οποίες απλά ακολουθούν το παράδειγμα των δυνατών και προσπαθούν να μιμηθούν τις πρακτικές τους, χωρίς να συνειδητοποιούν απόλυτα το νόημά της, ταυτίζοντάς την ως μία επικοινωνιακή δραστηριότητα. Η έκδοση των αναφορών Ε.Κ.Ε. χρειάζεται περαι-

³⁸ Ν.Α. Παναγιώτου, "Αναφορές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα, μια εμπειρική μελέτη", 23-10-2008 <http://www.qualitynet.gr/displayITM1.asp?ITMID=60885&LANG=GR>

³⁹ Βλ. ³⁸

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

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ένα ζήτημα που θα απασχολήσει έντονα την ελληνική κοινωνία, και όχι μόνο, τα επόμενα χρόνια. Οι Έλληνες προς το παρόν δεν γνωρίζουν πολλά πράγματα για την Ε.Κ.Ε., όμως έρευνες⁴⁰ έχουν καταδείξει ότι είναι διατεθειμένοι να τιμωρήσουν μια εταιρικά ανεύθυνη επιχείρηση. Το γεγονός αυτό το λαμβάνουν υπόψη τους οι εταιρίες για αυτό και προσπαθούν να προβάλλουν προς την κοινωνία την κοινωνικά συνειδητοποιημένη πλευρά τους. Τα τελευταία 10-15 χρόνια για κάποιες εταιρίες η Ε.Κ.Ε. μεταλλάχθηκε από απλή φιλανθρωπία ή χορηγία και έλαβε τη διάσταση μιας σημαντικής επιχειρηματικής στρατηγικής που διέπει όλη την οργάνωση της εταιρίας. Υπάρχουν αρκετές εταιρίες οι οποίες εφαρμόζουν προγράμματα Ε.Κ.Ε. αλλά χρειάζεται ακόμα μεγάλη προσπάθεια την προώθηση της έννοιας στις ελληνικές εταιρίες, ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες. Πρέπει να γίνουν ακόμα πολλά πράγματα στην Ελλάδα για να πλησιάσουμε το επίπεδο που βρίσκεται η Ε.Κ.Ε. σε άλλες χώρες.

⁴¹Η έννοια της Ε.Κ.Ε. διαθέτει και διεθνή διάσταση, η οποία αυξάνεται σε σημασία καθώς οι εταιρείες εξερευνούν νέες αγορές και πηγές εφοδιασμού. Όλο και περισσότερες εταιρείες υιοθετούν κώδικες συμπεριφοράς που καλύπτουν τις συνθήκες εργασίας, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές προδιαγραφές που εφαρμόζουν απέναντι στους προμηθευτές τους και τους υπεργολάβους τους. Η δεοντολογική σήμανση είναι άλλη πρακτική, της οποίας η χρήση αυξάνει, καθώς οι μεμονωμένοι κατασκευαστές ή οι βιομηχανίες ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των καταναλωτών για εγγυήσεις σχετικά με την προέλευση ή τις προδιαγραφές εργασίας. Ωστόσο, για να επεκταθούν αυτές και πέρα από τα προϊόντα συγκεκριμένων τομέων, ίσως να είναι απαραίτητο να εισαχθούν αποτελεσματικοί τρόποι για την επαλήθευση των δεοντολογικών ισχυρισμών. Η επένδυση κεφαλαίων σε εταιρείες που τηρούν αυτά τα συγκεκριμένα κοινωνικά κριτήρια και όχι σε εκείνες που δεν συμμορφώνονται με αυτά αποτελεί ένα περαιτέρω φαινόμενο που μπορεί να προωθήσει την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Όμως, αν η πρακτική αυτή γίνει όλο και πιο δημοφιλής, οι επενδυτές θα ζητούν να λάβουν σαφή εικόνα των δραστηριοτήτων και της συμπεριφοράς μιας εταιρείας – μια εικόνα που θα μπορούσε να προκύψει από πιο τυποποιημένες εκθέσεις για κοινωνικά θέματα. Ορισμένες εταιρείες, ιδίως πολυεθνικές έχουν ήδη δημοσιεύσει εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σχετικά με ζητήματα περιβάλλοντος, ή υγείας και ασφάλειας. Οι τομείς όμως που καλύπτονται και οι λεπτομέρειες που παρέχονται διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό. Για να επιτευχθεί μεγαλύτερη συνέπεια και διαφάνεια, η Πράσινη Βίβλος προτείνει μεγαλύτερη συναίνεση όσον αφορά το είδος των πληροφοριών που οι εταιρείες είναι διαθέσιμες να αποκαλύψουν, καθώς και πιο πλήρη κάλυψη της λογιστικής, των εκθέσεων και του ελέγχου σε κοινωνικά θέματα.

⁴⁰ Ινστιτούτο Επικοινωνίας και το Πάντειο Πανεπιστήμιο, “5^η Έρευνα για την Ε.Κ.Ε. και την Υπεύθυνη Κατανάλωση”, Ιανουάριος 2009

⁴¹ ΜΑΝΑΤΖΕΡ, “Προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης: Δεοντολογικές πρακτικές”, Μάιος 2003 <http://news.disabled.gr/?p=8021>

Τα επιχειρήματα για μια εταιρία να αναλάβει κοινωνικές δραστηριότητες είναι πολλά. Πρώτα από όλα έχει ηθική υποχρέωση να εμπλέκεται σε τέτοιες δραστηριότητες. Οι επιχειρήσεις δεν λειτουργούν αποκομμένες από τον υπόλοιπο κόσμο. Επομένως, οι όποιοι περιβαλλοντικοί ή κοινωνικοί προβληματισμοί που απασχολούν την κοινωνία αυτή θα πρέπει να απασχολούν και αυτές. Έπειτα της δίνει την δυνατότητα να βελτιώσει την ζωή των κατοίκων της περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται. Ακόμη αυξάνει τις πωλήσεις της και το μερίδιο αγοράς της, καλυτερεύει την εταιρική εικόνα της, προσελκύει και διατηρεί τους εργαζόμενους, αποκτά μειωμένο κόστος λειτουργίας και ευνοεί τους μετόχους της εταιρίας αφού αυξάνεται η τιμή των μετοχών τους.

Από την άλλη πλευρά, «ακυρώνεται» ο πραγματικός στόχος της εταιρίας που είναι η μεγιστοποίηση των κερδών της. Ύστερα, η Ε.Κ.Ε. συνεπάγεται και κόστος, το οποίο αφορά τον χρόνο και το κόστος για την επένδυση σε πολιτικές και εργαλεία Ε.Κ.Ε., ιδιαίτερα από μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν την κατάλληλη τεχνογνωσία και τους απαραίτητους πόρους. Περαιτέρω, το κόστος των κοινωνικών δραστηριοτήτων είναι υψηλό και μπορεί να αυξήσει τις τιμές. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι η Ε.Κ.Ε. μπορεί να την εκλάβει ο κόσμος ως ένα επικοινωνιακό τέχνασμα το οποίο αποτελεί μέρος του μάρκετινγκ της επιχείρησης με αποτέλεσμα να μην έχουν ευρεία υποστήριξη από τον κόσμο οι κινήσεις των επιχειρήσεων.

Όσον αφορά την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τις ελληνικές εταιρίες σημαντικό είναι να τονιστεί ότι οι πληροφορίες που εκδίδουν οι ίδιες οι εταιρίες είναι λίγες και εστιάζονται μόνο στο θετικό αντίκτυπο τους και όχι στις υποχρεώσεις που έχουν απέναντι στην κοινωνία. Για αυτό τον λόγο αποστάλθηκαν ερωτηματολόγια σε αρκετές εταιρίες, πολλές από τις οποίες παρουσιάστηκαν παραπάνω, χωρίς όμως να απαντηθεί κανένα ερωτηματολόγιο από κάποια εταιρία. Εδώ πρέπει να επισημανθεί όμως πως την περίοδο που εγράφησαν και αποστάλθηκαν τα ερωτηματολόγια η Ελλάδα κλονίζονταν από την οικονομική κρίση κάτι το οποίο αποτελεί ελαφρυντικό για την στάση των εταιριών. Οι δράσεις των ελληνικών εταιριών διακρίνονται κυρίως σε ενέργειες που δεν έχουν κάποιο κόστος – αιμοδοσία, ανακύκλωση, μείωση της κατανάλωσης ενέργειας – κάτι το οποίο δείχνει ότι λίγες εταιρίες είναι διατεθειμένες να στηρίξουν οικονομικά την κοινωνία. Οι περισσότερες πραγματοποιούν ενέργειες στοχεύοντας σε βραχυπρόθεσμα οφέλη και λίγες είναι αυτές που κάνουν κοινωνικές επενδύσεις με στόχο μακροπρόθεσμα οφέλη. Επίσης, καμιά δεν απέδειξε τον ανιδιοτελή χαρακτήρα των πράξεων της κάτι που δείχνει ότι οι περισσότερες εταιρίες βλέπουν αυτές τις κινήσεις ως μέρος του επιχειρηματικού προγράμματος τους.

Για την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας θα δοθούν κάποιες προτάσεις⁴² οι μπορούν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάδειξη και ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε. και δείχνουν τι θα πρέπει να ισχύει για τον ρόλο και την λειτουργία των επιχειρήσεων:

⁴² Γεώργιος Παπατριανταφύλλου, “...η Ε.Κ.Ε. όπως την γνωρίζουμε ως σήμερα έφτασε στο τέλος της...”, 27-2-2011, <http://georgepatriantafyllou.wordpress.com/2011/02/27/%CE%B7-%CE%B5%CE%BA%CE%B5-%CF%8C%CF%80%CF%89%CF%82-%CF%84%CE%B7-%CE%B3%CE%BD%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B5-%CF%89%CF%82-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1-%CE%AD%CF%86/>

1. Οι επιχειρήσεις πρέπει να δημιουργούνται και να λειτουργούν βασισμένες σε ανθρωπιστικές αξίες .
2. Να μην διαφημίζουν τις κοινωνικές τους υποχρεώσεις αλλά να αφήνουν την κοινωνία να τις διαπιστώσει και εάν πρόκειται για συνέργεια με ίδρυμα ή οργανισμό (ΜΚΟ – φιλανθρωπικό ίδρυμα κ.τ.λ.) τότε εάν είναι σύμφωνος και ο οργανισμός να υπάρχουν ενέργειες δημοσιοποίησης (και όχι διαφημιστικά προγράμματα) δηλαδή συνέντευξη τύπου , δελτίο τύπου κ.α.
3. Να πραγματοποιούν κάθε κοινωνική ενέργεια και όχι όσες είναι στη μόδα.
4. Να μην χρησιμοποιούν τίτλους του τύπου «είμαστε κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνοι». Αυτό το συμπέρασμα θα το βγάλει η κοινωνία.
5. Στις ενέργειες τους να μην χρησιμοποιούν τη λέξη πρόγραμμα , διότι αυτό φανερώνει τη λογική του σχεδιασμού προς επίδειξη των δήθεν κοινωνικών μας προθέσεων.
6. Κάθε επιχείρηση να είναι προσηλωμένη στον άνθρωπο . Ο ανθρωπισμός , ο σεβασμός , η ειλικρίνεια , το ήθος , η αγάπη για τον άνθρωπο είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Αυτές οι αξίες δεν διαφημίζονται αλλά ούτε και υπηρετούνται.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- ACTIVE COMPUTER SYSTEMS, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.active.gr/responsibility.html>
- ALL WEB, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.allweb.gr/corporate-social-responsibility.html>
- BBC (2004), "Global warming 'biggest threat'"
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/3381425.stm>
- Chris Brown, "Εταιρική κοινωνική ευθύνη: Η επέκταση της αγοράς προτεινόμενη ως διαφάνεια"
<http://www.re-public.gr/?p=4036>
- Corporate Watch, corporate critical research since 1996
<http://www.corporatewatch.org>
- CPI, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.cpi.gr/%CE%97%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%95%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7%CE%95%CF%80%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85%CF%84%CF%8E%CE%BD/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%A5%CF%80%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%85%CE%BD%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1.aspx>
- DIONIC, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.dionicgroup.com/default.aspx?pid=10&la=1>
- EXODUS, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.exodussa.com/Default.aspx?id=1218&nt=18&lang=2>
- Friends Life
http://www.friendslife.co.uk/common/layouts/subSectionLayout.jhtml?pagelId=fp couk/SitePageSimple%3Aportal_csr#
- GENIUSNET, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.geniusnet.gr/efthini.htm>
- Grameen Bank
<http://www.grameen-info.org/>
- Icap Business
<http://www.icapbusiness.gr>

- Intersys, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.intersys.gr/default.asp?pid=60&la=1>
<http://www.intersys.gr/default.asp?pid=61&la=1>
<http://www.intersys.gr/default.asp?pid=94&la=1>
- kariera.gr, αγγελίες εργασίας, εργασία και καριέρα στη Ελλάδα
<http://www.kariera.gr>
- MICROSOFT HELLAS, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.microsoft.com/hellas/Citizenship/>
- MLS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.mls.gr/?pid=56&la=1>
- OMEGA TECHNOLOGY, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://site.omegatechnology.gr/%CE%97%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7/tabid/63/Default.aspx>
- Q BASE R&D, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.qbase.gr/social-responsibility>
- QualityNet, Δίκτυο υπεύθυνων πολιτών και ενεργών πολιτών
<http://www.qualitynet.gr>
- QUEST, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.quest.gr/content/company>
<http://www.quest.gr/content/quest-energy#2>
- SPACE HELLAS, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.space.gr/pages.php?langID=1&pageID=2>
- The co-operative bank, good with money
<http://www.co-operativebank.co.uk/servlet/Satellite/1193206375355,CFSweb/Page/Bank?WT.svl=nav1>
- Triodos Bank
<http://www.triodos.co.uk/en/personal/investments/>
- UNISYSTEMS, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.unisystems.gr/el/company-inside/etairiki-koinoniki-upeufthinotita.html>
- Wikipedia, ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια
http://en.wikipedia.org/wiki/corporate_social_responsibility

- XEROX HELLAS, ελληνική εταιρία πληροφορικής
<http://www.xerox.com/about-xerox/elgr.html>
<http://www.xerox.com/corporate-citizenship/2011/index.html>
- Αλεξάνδρα Λεφοπούλου (2003), “ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ Η Ε.Κ.Ε. ΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ;”, MARKETING WEEK
<http://news.disabled.gr/?p=8049>
- Αλεξάνδρα Λεφοπούλου (2004), “Πώς οι ΜΚΟ αξιολογούν την απόδοση της ΕΚΕ;”, MARKETING WEEK
<http://news.disabled.gr/?p=8020>
- Γιώργος Παπατριανταφύλλου (2011), “... η Ε.Κ.Ε. όπως την γνωρίζουμε ως σήμερα έφτασε στο τέλος της...”
<http://georgepatriantafyllou.wordpress.com/2011/02/27/%CE%B7-%CE%B5%CE%BA%CE%B5-%CF%8C%CF%80%CF%89%CF%82-%CF%84%CE%B7-%CE%B3%CE%BD%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B5-%CF%89%CF%82-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1-%CE%AD%CF%86/>
- Διαδικτυακό λεξιλόγιο του Cambridge
<http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=67349&dict=CALD>
- Ελληνική Εταιρία Ηθικής, “Μια προσπάθεια οριοθέτησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης”
<http://www.ethics.gr/content.php?id=37>
- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
<http://www.csrhellas.org>
- Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, “Κοινωνικός Διάλογος”
http://ec.europa.eu/employment_social/soc_dial/csr/csr_conf_lisbon.html
- ΜΑΝΑΤΖΕΡ (2003), “Πρωτόηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης”, Μάιος
<http://news.disabled.gr/?p=8021>
- Μαρία Θεοφίλη (2011), “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Η φιλανθρωπία ως εκμετάλλευση”, Μέλος του συλλόγου εμποροϋπαλλήλων Αθήνας
http://wwwpraxisred.blogspot.com/2011/12/blog-post_06.html
- Ν.Α. Παναγιώτου (2008), “ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΜΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ”
<http://www.qualitynet.gr/displayITM1.asp?ITMID=60885&LANG=GR>
- Παππά Ευαγγελία (2008), “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Τα συν και τα πλην”
http://enthesis-files.blogspot.com/2008/02/blog-post_06.html
- ΤΑ ΝΕΑ online (2006), “Η κοινωνική ευθύνη φέρνει κέρδη”
<http://www.tanea.gr/oikonomia/article/?aid=4444931>

- ΤΟ ΒΗΜΑ (2008), “ΕΧΟΔΟΣ: Τα σχόλια των εργαζομένων”
<http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=187639>
- ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
<http://www.statbank.gr/companies/balance/0205426/002/9.html>
- Φωτεινή Σφακιανάκη (2007), “Πρακτικές Ε.Κ.Ε. κατά των κρίσεων”, EXECUTIVE
<http://news.disabled.gr/?p=14195>

[E%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.etat.gr%2Fknowshycles%2Ftraining%2FSustainability.pdf&ei=OskET6HGJqfP4QTzj8iNCA&usg=AFQjCNGs8-gaw5O5klJnuCeHmQoabDOV2A&cad=rja](http://www.etat.gr/knownshycles/training/Sustainability.pdf)

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bass, S., X. Font και L. Danielson (2001), “Standards and certification: A leap forward and a step back for sustainable development.” *The Future is Now: Equity for a Small Planet.* International Institute for Environment and Development, Λονδίνο
- Campbell Jones, Martin Parker, Rene ten Bos (2005), “For Business Ethics: A Critical Approach”, Routledge
http://books.google.gr/books/about/For_business_ethics.html?id=7CSKX2HdnikC&redir_esc=y
- Clark, “What CSR is not”
- Corporate Watch CSR Report (2006), “What’s wrong with corporate social responsibility?”
<http://www.corporatewatch.org>
- David Miller (2003), “Unspinning the globe”, Red Pepper,
<http://www.redpepper.org.uk/June2003/x-June2003-globalpr.html>
- Ed Mayo και Deborah Doane (2002), “An Ethical Door Policy; How to avoid the erosion of ethics in Socially Responsible Investment.”, New Economics Foundation http://www.i-r-e.org/bdf/docs/a002_ethical-standard-for-sri.pdf
- Echo Research, “CSR reaches top table of global business and political leaders”
<http://www.echoresearch.com/us/research-services/market-research/csr/>
- International Organization for Standardization, “ISO 26000”
http://www.iso.org/iso/social_responsibility
- J. Bakan, 2004, “The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power”, Λονδίνο
<http://www.amazon.com/Corporation-Pathological-Pursuit-Profit-Power/dp/0743247442>
- Jeremy Galbreath (2010), “How does Corporate Social Responsibility benefit firms? Evidence from Australia”, *European Business Review*, Τομ. 22, σελ.411-417, Curtin University of Technology, Perth, Australia www.emeraldinsight.com/0955-534X.htm
- Maya Forstater και Jeannette Oelchcaegel με την Maria Sillanpaa (2006), “What assures Consumers?”, AccountAbility and National Consumer Council
<http://www.accountability.org/images/content/0/5/052/What%20Assures%20consumers.pdf>
- Milton Friedman (1970), “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *The New York Times Magazine*
<http://www.springerlink.com/content/m2141pp14981487h/>

- Nick Davies (2002), “*Cosy relationship keeps corporates happy but could cost £20bn in taxes*”, The Guardian <http://www.guardian.co.uk/politics/2002/jul/23/uk.economy>
- Paul Capriotti και Angeles Moreno (2007), “*Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain*”, Corporate Communications: An International Journal – University Rovira Virgili, Tarragona, Spain και Angeles Moreno – Group of Advanced Studies in Communication, University of Rey Juan Carlos, Madrid, Spain <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1356-3289>
- Paul Hohnen (2007), “*Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business*”, International Institute for Sustainable Development, Καναδάς http://www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf
- Roger Cowe και Simon Williams (2000), “*Who are the Ethical Consumers?*”, Co-operative Bank <http://www.caseplace.org/pdfs/All-Cooperative%20Bank-2000-Who%20are%20the%20ethical%20consumers%20pt.%201.pdf>