



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**ΘΕΜΑ : «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ  
ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ  
ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΤΗΣ Ε.Ε.»**



ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :  
ΚΑΡΓΙΔΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ :  
ΚΙΛΙΓΚΑΡΙΔΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ  
ΚΕΣΙΣΟΓΛΟΥ ΑΛΕΞΙΟΣ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>4</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>6</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> ΕΚΕ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ</b> .....	<b>8</b>
1.1 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	8
1.1.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	8
1.1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ.....	10
1.1.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΚΕ.....	14
1.1.4 Η ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ CSR.....	15
1.2.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ.....	16
1.3 Η ΘΕΣΗ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	18
1.3.1 Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΟΥΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗ.....	19
1.3.2 ΕΚΕ ΚΑΙ ΑΠΟΦΥΓΗ / ΜΕΙΩΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....	201
1.4 ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	212
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> ΤΑ ΠΕΔΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ</b> .....	<b>234</b>
2.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΔΙΟ.....	234
2.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΔΙΟ.....	245
2.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ.....	256
2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ.....	30
2.5 Ο ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΕΔΙΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	31
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b> .....	<b>36</b>
3.1. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΕΚΕ.....	356
3.2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ.....	378
3.2.1 GLAXO SMITHKLINE BEECHAM.....	378
3.2.1.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΔΡΑΣΗΣ ΕΚΕ.....	389
3.2.1.2 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	40
3.2.1.3 ΤΟ ΣΗΜΕΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	40
3.2.1.4 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ.....	401
3.2.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝ.....	423
3.2.2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΡΑΣΗΣ ΕΚΕ.....	434
3.2.2.2 ΤΙΤΑΝ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ.....	445
3.2.2.3 ΣΗΜΕΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	456
3.2.2.4 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΣΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ.....	46
3.2.3 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ NOVARTIS.....	478
3.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ.....	49
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ</b> .....	<b>55</b>
4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	555
4.2 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ.....	577
4.3 ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	588
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b> .....	<b>60</b>
5.1.ΜΟΡΦΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΕΚΕ.....	60
5.2 ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΕ.....	61
5.3. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ.....	655
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ Ε.Ε.</b> .....	<b>71</b>
6.1 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	73
6.2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗΝ Ε.Ε.....	733

6.3 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	80
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup> .....</b>	<b>82</b>
7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	82
7.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....	833
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>844</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο όρος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πηγάζει από τα αρχαία χρόνια, αλλά για τις σημερινές επιχειρήσεις είναι κάτι καινούργιο που απασχολεί ιδιαίτερα τα στελέχη τους. Για να είναι αποτελεσματικές οι κινήσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις επιχειρήσεις είναι απαραίτητο να πηγάζουν από την κουλτούρα, την εταιρική πολιτική και τη στρατηγική τους.

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί και να αναλυθεί η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης καθώς και η διάστασή και η εφαρμογή της σε πανελλαδικό επίπεδο σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Θα δούμε πως χρησιμοποιούνε τις εφαρμογές αυτές για να πλαισιώσουν τη στρατηγική τους και να βελτιώσουν τη θέση τους στην αγορά.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας αποτελεί το εισαγωγικό μέρος στο οποίο γίνεται μια εκτενής ανάλυση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της διάστασής της στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, εξετάζεται και η θέση και η δράση της επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνία αλλά και το εσωτερικό της περιβάλλον.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα τέσσερα πεδία δραστηριοποίησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, δηλαδή το οικονομικό, κοινωνικό, περιβαλλοντικό πεδίο και ο κοινωνικός διάλογος. Επίσης αναλύεται ο συσχετισμός των πεδίων αυτών και η συμβολή τους στην βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Στο τρίτο κεφάλαιο μελετάται η κατάσταση στην οποία βρίσκεται η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Συγκεκριμένα αναφέρονται οργανισμοί ΕΚΕ και περιπτώσεις κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων που αποτελούν πρότυπο για πολλές επιχειρήσεις και δημιουργούν τις προϋποθέσεις για μια υπεύθυνη επιχειρηματικότητα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αρχικά καταγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας σε συνδυασμό με την διευκρίνιση της μεθόδου ανάλυσης και του τύπου

έρευνας που ακολουθήθηκε. Κατόπιν γίνεται παρουσίαση του σκοπού και των στόχων αυτής.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται η διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις μικρομεσαίες εταιρίες στην Ελλάδα. Αναλύονται οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές με τις οποίες δραστηριοποιούνται και η άποψή τους για την εφαρμογή τους. Επίσης παραθέτονται στατιστικά στοιχεία τα οποία επιβεβαιώνουν την δράση των μικρομεσαίων εταιριών της Ελλάδας σχετικά με την ΕΚΕ.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται μια ιστορική αναδρομή της διάστασης της ΕΚΕ στις μικρομεσαίες εταιρίες των υπόλοιπων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ανάλυση της παρούσας κατάστασης. Επιπρόσθετα, παραθέτονται παραδείγματα και στατιστικά στοιχεία των παραπάνω εταιριών.

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο αυτής της εργασίας παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας τα οποία προέκυψαν από την σύγκριση και ανάλυση στατιστικών στοιχείων. Παραθέτονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την διαδικασία της έρευνας και παρέχονται σχετικές προτάσεις για βελτίωση των δραστηριοτήτων ΕΚΕ από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της χώρας μας.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Μπουραντάς Δ. στο βιβλίο του το MANATZMENT το οποίο εκδόθηκε το 2001 αναφέρει στη σελίδα 456 «Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ανά πάσα στιγμή έτοιμες να εγκαταλείψουν ότι έκαναν μέχρι τώρα». Η συγκεκριμένη φράση διατυπώνεται από το συγγραφέα στη προσπάθειά του να δείξει τη μεταβλητότητα του επιχειρηματικού κόσμου, αλλά και τη δυναμική που πρέπει να δείχνουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να την αντιμετωπίσουν.

Οι καθημερινές αλλαγές και οι συχνές εξωτερικές πιέσεις, αναγκάζουν τις τελευταίες να είναι σε συνεχή εγρήγορση, αλλά και συνεχή αγώνα προκειμένου να προσαρμόζονται στις εξωγενείς αλλαγές. Μια από τις βασικότερες πιέσεις της εποχής μας είναι η κοινωνική και εταιρική ευθύνη που έχουν απέναντι στον άνθρωπο και το περιβάλλον<sup>1</sup>.

Η συγκεκριμένη θεωρητική περιοχή δεν είναι ένα φαινόμενο του σήμερα, η ηθική, αιώνες πριν, αποτελεί σημείο αναφοράς των λαών. Σήμερα λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού αλλά και της έλλειψης ηθικών αναστολών, η κοινωνική και εταιρική ευθύνη αποτελεί από τη μία ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις εταιρίες και από την άλλη υποχρέωση τους μιας και είναι αυτές που έχουν υποχρέωση να διατηρήσουν την ισορροπία στον σύγχρονο κόσμο.

Η υπεύθυνη επιχειρηματικότητα σημαίνει ουσιαστικά η διατήρηση της οικονομικής επιτυχίας και επίτευξη εμπορικού πλεονεκτήματος αποκτώντας φήμη και κερδίζοντας την εμπιστοσύνη του κόσμου που συνεργάζεται με την εταιρεία ή ζει από αυτήν. Οι πελάτες θέλουν έναν αξιόπιστο προμηθευτή με καλή φήμη για προϊόντα και υπηρεσίες ποιότητας. Οι προμηθευτές θέλουν να πουλάνε σε έναν πελάτη ο οποίος θα επιστρέψει και θα ξαναγοράσει από αυτούς και θα κάνει τις πληρωμές του εγκαίρως.

Η κοινότητα που περιτριγυρίζει μια εταιρία θέλει να είναι βέβαιη ότι η επιχείρηση λειτουργεί με τρόπο που είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά

---

<sup>1</sup> Μπουραντάς Δ. (2001) Μάνατζμεντ: Θεωρητικό Υπόβαθρο, Σύγχρονες Πρακτικές, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου

υπεύθυνος. Και τέλος, οι υπάλληλοι μιας εταιρίας θέλουν να εργάζονται σε μία εταιρεία για την οποία να είναι υπερήφανοι, και η οποία γνωρίζουν ότι εκτιμάει τη συνεισφορά τους.

Η υπεύθυνη επιχειρηματικότητα δεν κάτι καινούριο. Οι περισσότερες επιχειρήσεις, ιδίως οι μικρότερες, βρίσκονταν ανέκαθεν πολύ κοντά στην κοινότητά τους και επιδίωκαν να είναι καλοί εταιρικοί πολίτες. Πράγματι, πολλοί επιχειρηματίες γνωρίζουν ενστικτωδώς ότι το να «κάνουν το σωστό» , παρέχοντας καλές υπηρεσίες στους πελάτες, προσέχοντας το ηθικό του προσωπικού τους, ενισχύοντας τους προμηθευτές και προστατεύοντας το περιβάλλον, είναι πολύ καλό από επιχειρηματική άποψη. Πρόσφατα, εμφανίστηκαν άλλα κίνητρα για την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα, όπως είναι η πίεση από τους πελάτες, από τις τοπικές κοινότητες, από τις τράπεζες, τους δανειστές και τους ασφαλιστές<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Μπουραντάς Δ. (2001) Μάνατζμεντ: Θεωρητικό Υπόβαθρο, Σύγχρονες Πρακτικές, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> ΕΚΕ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ

## 1.1 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

### 1.1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Το γεγονός ότι μέχρι σήμερα η επίτευξη κέρδους πολλών εταιριών στηριζόταν στην ασεβή κατάχρηση των φυσικών εισροών του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της επιχείρησης περνούσε απαρατήρητο από τους εταίρους της εποχής. Ο πολλαπλασιασμός όμως των επιχειρήσεων, η δημιουργία εταιρικών γιγάντων και η υπερεκμετάλλευση των φυσικών πόρων οδήγησαν τους κρατικούς φορείς και τις τοπικές κοινωνίες στην εξέταση της φύσης των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και στην επίσημη εισαγωγή της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ξεκίνησε στις Η.Π.Α. ως “corporate citizenship”<sup>3</sup> κυρίως με την έννοια της φιλανθρωπίας. Στην Ευρώπη εμφανίστηκε σε σχέση με τη δέσμευση των εταιριών προς το περιβάλλον διότι στον τομέα αυτόν ήταν κυρίως ορατά τα αποτελέσματα της χρόνιας αλόγιστης χρήσης φυσικών πόρων και βάνουσης παρέμβασης του περιβάλλοντος από πλευρά των εταιριών. Το φαινόμενο του θερμοκηπίου, οι αλλοπρόσαλλες αλλαγές του καιρού και η εκδήλωση ακραίων καιρικών φαινομένων όπως τυφώνες και φονικές πλημμύρες έφεραν τις επιχειρήσεις στο αδιέξοδο της αναγνώρισης της κοινωνικής τους ευθύνης.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι πάνω από το ένα τρίτο των καταγγελιών<sup>4</sup> και των παραβιάσεων της νομοθεσίας της ΕΕ από τα κράτη μέλη αφορούν το περιβάλλον. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λαμβάνει πια πάνω από 500 καταγγελίες ετησίως. Συγκεκριμένα το 2003 προσήγαγε στο Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΔΕΚ) 58 νέες υποθέσεις καταγγελίας κατά διαφόρων κρατών μελών για την μη εφαρμογή της περιβαλλοντικής νομοθεσίας της ΕΕ.

Οι τέσσερις πρωταρχικοί τομείς στους οποίους οι χώρες αδυνατούν να εφαρμόσουν ορθά την περιβαλλοντική νομοθεσία της ΕΕ είναι οι εξής:

<sup>3</sup>Κονταξή Μ.,(2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον

<sup>4</sup> Περιοδικό της Γενικής Διεύθυνσης Περιβάλλοντος, Ιούνιος 2005, αρ.20.



- προστασία της φύσης,
- διαχείριση αποβλήτων,
- νερό και
- αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Ωστόσο, άνω του 50% των διαπιστωμένων παραβιάσεων αφορά την ατμόσφαιρα. Μέχρι το 2020 προβλέπεται διπλασιασμός του παγκόσμιου αριθμού αεροσκαφών. Η επέκταση αυτή όμως συνεπιφέρει ένα σοβαρό μειονέκτημα: τη δυσμενή αύξηση του αντίκτυπου στο κλίμα της Γης.

Ενώ οι συνολικές εκπομπές αερίων υπεύθυνων για το φαινόμενο του θερμοκηπίου στην ΕΕ μειώθηκαν κατά 3% μεταξύ 1990 και 2002, οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (CO<sub>2</sub>) από τις διεθνείς αερομεταφορές αυξήθηκαν κατά περίπου 70%.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει το δικαίωμα να κινηθεί δικαστικά κατά των κρατών μελών που δεν τηρούν τις νομικές δεσμεύσεις τους και δεν κοινοποιούν στην Επιτροπή τα μέτρα που λαμβάνουν για την εφαρμογή της Οδηγίας της ΕΕ. Οι αρχές της ΕΚΕ έχουν μεγάλη σημασία στις ακόλουθες πολιτικές της ΕΕ<sup>5</sup>:

- **περιβαλλοντική πολιτική**

Διαρκής αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, συνεκτίμηση των περιβαλλοντικών ζητημάτων στις ετήσιες εκθέσεις των επιχειρήσεων, συμβολή στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής τεχνολογίας που σέβεται περισσότερο το περιβάλλον και μακροπρόθεσμα οφέλη των επιχειρήσεων.

- **πολιτική για τους καταναλωτές**

Συνεκτίμηση των συμφερόντων των καταναλωτών οι οποίοι ενδιαφέρονται ολοένα περισσότερο για περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα.

---

<sup>5</sup> Κονταξή Μ.,(2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον

- **εξωτερική, αναπτυξιακή και εμπορική πολιτική**

Αξιοποίηση των διαφόρων δεσμών με τρίτες χώρες στο πλαίσιο πολιτικών και εμπορικών συμφωνιών για να γίνουν σεβαστοί οι διεθνείς κοινωνικοί και περιβαλλοντικοί κανόνες και εκείνοι που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα. Εκ μέρους της ΕΕ, άμεσες επαφές με πολυεθνικές επιχειρήσεις για την προώθηση των ανωτέρων πτυχών.

- **δημόσιες διοικήσεις**

Ενσωμάτωση των αρχών της ΕΚΕ στη διαχείρισή τους καθώς και στη διαχείριση της ίδιας της Επιτροπής. Ειδικά εσωτερικά προγράμματα για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την προώθηση της έννοιας της ΕΚΕ στις υπηρεσίες της.

- **πολιτικές απασχόλησης και κοινωνικών υποθέσεων**

Περιλαμβάνει την εκπαίδευση, την πληροφόρηση, ισότητα ευκαιριών, ένταξη των ατόμων με ειδικές ανάγκες, πρόβλεψη βιομηχανικών αλλαγών και αναδιαρθρώσεων.

- **πολιτική επιχειρήσεων**

Ισορροπημένη προσέγγιση που μεγιστοποιεί τις συνεργίες ανάμεσα στην οικονομική, την κοινωνική και την περιβαλλοντική διάσταση.

### **1.1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ**

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ως έννοια έχει συνδεθεί στενά με την συνεισφορά των επιχειρήσεων στην αειφόρο ανάπτυξη της κοινωνίας. Η αειφορική ανάπτυξη, η ανάπτυξη δηλαδή που δεν κατασπαταλά τους μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους και παράλληλα προστατεύει την ποιότητα του περιβάλλοντος, αποτελεί κεντρικό στόχο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η λέξη αειφόρος έχει την έννοια της βιωσιμότητας και συγκεκριμένα αναφέρεται στην ανάπτυξη που «αεί φέρει», δηλ. συνεχίζεται για πάντα. Το 1987 η Επιτροπή Brundtland εισήγαγε την έννοια της Αειφόρου ανάπτυξης στο

διεθνές πολιτικό και επιστημονικό προσκήνιο, με την έκθεση “Our Common Future”<sup>6</sup>.

Η Επιτροπή πρότεινε τον καθολικά πλέον αποδεκτό ορισμό, ότι «...Αειφόρος είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του σήμερα χωρίς να υποσκάπτει την δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Μετά το 1992 η ιδέα της Αειφόρου ανάπτυξης αποκτά πλέον κεντρική σημασία και αποτελεί την βάση του Πέμπτου Κοινοτικού Προγράμματος δράσης για το περιβάλλον (1992–2000). Το πρόγραμμα ενσωματώνει την περιβαλλοντική διάσταση σε όλες τις άλλες πολιτικές της Ε.Ε και ειδικότερα στοχεύει σε πέντε τομείς κλειδιά, οι οποίοι έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον: βιομηχανία, ενέργεια, μεταφορές, γεωργία και τουρισμός.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή<sup>7</sup> : «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μία σύγχρονη έννοια που κερδίζει συνεχώς έδαφος και μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων, καθώς όλο και περισσότερες εταιρείες συνδυάζουν πλέον το κέρδος με την ηθική και περιβαλλοντική πρακτική. Με τον όρο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» θεωρούμε τη συστηματική, οργανική και εθελοντική «ενσωμάτωση» από τις εταιρείες στην επιχειρηματική τους λειτουργία δραστηριοτήτων με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση, με ουσιαστική συνεισφορά προς το κοινωνικό σύνολο, σε διάδραση με όλους τους συμμετόχους (stakeholders).

Έχει δοθεί πλήθος ορισμών από διάφορους έγκυρους οργανισμούς όπως το World Business Council for Sustainable Development, το Ελληνικό δίκτυο για την Ε.Κ.Ε και το CSREurope. Το κοινό σημείο όλων αυτών των ορισμών είναι η έμφαση που δίνουν στην εθελοντική φύση της Ε.Κ.Ε διότι δεν υπάρχει νομοθεσία που να υποχρεώνει τις εταιρείες να ενσωματώσουν στις δραστηριότητές τους κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση.

Μετά την δημοσίευση του Πράσινου Βιβλίου «Πρώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ)» τον Ιούλιο

---

<sup>6</sup> World Commission on Environment and Development 1987

<sup>7</sup> [www.europa.eu.int.](http://www.europa.eu.int.), 2005, Εταιρική κοινωνική Ευθύνη.

του 2001 πραγματοποιήθηκε διαβούλευση οργανώσεων εργοδοτών, επιχειρήσεων και άλλων θεσμικών οργάνων και εκδόθηκαν κάποια συμπεράσματα, όπως :

- Οι επιχειρήσεις υπογράμμισαν την εθελοντική φύση της ΕΚΕ και διαπίστωσαν ότι δεν μπορεί να εφαρμοστεί με ομοιόμορφο τρόπο, δεδομένης της ποικιλομορφίας των εθνικών προσεγγίσεων.
- Οι συνδικαλιστικές οργανώσεις τόνισαν ότι οι εθελοντικές πρωτοβουλίες δεν επαρκούν για να προστατέψουν τους εργαζομένους και ζήτησαν η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους στον κοινωνικό τομέα να πραγματοποιείται μέσω αποτελεσματικών μηχανισμών. Μέσω του καθορισμού συγκεκριμένης εσωτερικής εταιρικής πολιτικής για την προστασία των εργαζομένων όπου αντιπρόσωποι των εργαζομένων και κάποια υπεύθυνα τμήματα όπως το τμήμα προσωπικού μέσα από τακτές συζητήσεις και επαφές να επανακαθορίζουν τις υπάρχουσες πολιτικές.
- Οι επενδυτές τόνισαν την ανάγκη να βελτιωθεί η διάδοση και η διαφάνεια των πρακτικών των επιχειρήσεων ώστε να έχουν ξεκάθαρη εικόνα για το πώς γίνεται η διαχείριση των χρημάτων τους καθώς και να γνωρίζουν την τρέχουσα κατάσταση της εταιρίας ανά πάσα στιγμή και της φιλοσοφίας που ακολουθεί.
- Οι οργανώσεις των καταναλωτών υπογράμμισαν τη σημασία αξιόπιστων πληροφοριών σχετικά με τους όρους παραγωγής και εμπορίας των αγαθών. Επεσήμαναν την αυξημένη ευαισθησία σε θέματα προστασίας περιβάλλοντος, σεβασμού της ισορροπίας της φύσης και μιας βιώσιμης ανάπτυξης που δεν θα θέτει σε κίνδυνο το μέλλον των νέων γενεών γεγονός που μεταφράζεται πρακτικά σε μια κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνη κατανάλωση.

Αν εξαιρέσουμε τους περιστασιακούς επιχειρηματίες στόχος των οποίων είναι η μεγιστοποίηση του άμεσου κέρδους, σκοπός των υπολοίπων είναι η

βιώσιμη, δηλαδή η σε βάθος χρόνου, αποδοτικότητα και ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους, η οποία, όπως υποστηρίζεται, είναι συνυφασμένη με<sup>8</sup>:

- την οικονομική ευημερία του συνόλου,
- την κοινωνική συνοχή και
- τη μέριμνα για το φυσικό περιβάλλον.

Αν δεχθούμε τη συσχέτιση αυτή, δεχόμαστε εμμέσως και ότι το οικονομικό αποτέλεσμα δεν αποτελεί πλέον μονοδιάστατο δείκτη επιτυχίας και προκρίσεως για τη βιώσιμη ανάπτυξη, αλλά συγχρόνως απαιτείται και η κοινωνική ευαισθησία και η μέριμνα για το περιβάλλον.

Είναι η αρχή γνωστή ως, «triple bottom line», σε αντιδιαστολή με το ποσόν «στην κάτω γραμμή» των ετήσιων αποτελεσμάτων χρήσεως, δηλαδή, του κέρδους. Από το «τρισδιάστατο» αυτό κριτήριο γεννήθηκε η ιδέα της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», η οποία ευρύτατα είναι γνωστή ως CSR, ακρωνύμιο του Corporate Social Responsibility.

Τι εννοούμε όμως με τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ή CSR; Όπως προαναφέραμε υπάρχουν πολλοί ορισμοί, δείγμα του ότι η εντύπωση που επικρατεί περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν είναι ξεκάθαρη. Έχει υιοθετηθεί λοιπόν ένας γενικόλογος ορισμός, ο οποίος δεν μπορεί να δημιουργήσει αμφισβητήσεις:

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η πολιτική της επιχειρήσεως να δαπανά οικονομικούς πόρους, πέραν των νομικών της υποχρεώσεων, σε δραστηριότητες με κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση, που συμβάλλουν<sup>9</sup>:

- στην κοινωνική συνοχή.
- στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και
- στην πολιτισμική ανύψωση του κοινωνικού ιστού.

Πρακτικά, η κοινωνική ευθύνη μιας επιχείρησης σημαίνει όχι μόνο συμμόρφωση προς τη νομοθεσία αλλά μεγαλύτερη έμφαση στην εκπαίδευση

---

<sup>8</sup> Κονταξή Μ.,(2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον

<sup>9</sup> Βούλαρη Ε., (2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΣΕΒ.

και την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, επένδυση στο περιβάλλον και στις σχέσεις με το κοινό με το οποίο συναλλάσσεται. Κατ' επέκταση, σημαίνει μία νέα, σύγχρονη αντίληψη διοίκησης που επηρεάζει άμεσα και καθοριστικά τις βασικές εταιρικές αξίες και αρχές και επαγγέλλεται νέους τρόπους διαχείρισης των αλλαγών που συμβαίνουν στην παγκόσμια κοινωνία με στόχο τη συμφιλίωση της οικονομικής ανάπτυξης και της κοινωνικής ευημερίας.

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων διακρίνεται σε εσωτερική και εξωτερική. Η εσωτερική διάσταση αφορά δράσεις που αναπτύσσονται μέσα στην επιχείρηση και αφορούν τη διαχείριση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, την υγιεινή και ασφάλεια στην εργασία και τη διαχείριση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων.

Η εξωτερική διάσταση αφορά δράσεις που επεκτείνονται πέρα από τα όρια της επιχείρησης, όπως στις τοπικές κοινότητες, στους επιχειρηματικούς εταίρους, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τις δημόσιες αρχές και τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς».

### 1.1.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΚΕ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε έξι κατηγορίες προγράμματα ανάλογα με τη φύση της πρωτοβουλίας. Αυτά είναι<sup>10</sup>:

- 1. Cause promotion ή Προώθηση Σκοπού:** Η επιχείρηση προσφέρει χρήματα, προϊόντα ή υπηρεσίες για κάποιο κοινωνικό σκοπό και την ευαισθητοποίηση του κοινού γύρω από αυτό.
- 2. Cause - related marketing ή Μάρκετινγκ Σκοπού:** Συνδέονται οι πωλήσεις ενός συγκεκριμένου προϊόντος με ένα ποσοστό από τα έσοδά του, το οποίο προσφέρεται σε συγκεκριμένο σκοπό.
- 3. Corporate social marketing ή Κοινωνικό Μάρκετινγκ:** Συνδράμει στην αλλαγή της συμπεριφοράς του κοινού όσο αφορά σε κάποιο θέμα και συνήθως υπάρχει συνεργασία με κάποιο δημόσιο φορέα.
- 4. Corporate philanthropy ή Εταιρική Φιλανθρωπία:** Είναι συνήθως η

---

<sup>10</sup> Ανδρουτσόπουλος Θ., Φουντής Γ., 2010, Η ΕΚΕ ως εργαλείο του μάρκετινγκ. Ανακτημένο από: <http://www.hrima.gr/article.asp?view=413&ref=407>

προσφορά χρημάτων σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό ή σκοπό.

**5. Community volunteering ή Εταιρικός Εθελοντισμός:** Η επιχείρηση υποστηρίζει και προτρέπει εργαζομένους και συνεργάτες να προσφέρουν τον χρόνο τους σε κάποιο σκοπό.

**6. Socially responsible business practices ή Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές:** Πρόκειται για πρακτικές που έχουν να κάνουν με τη βελτίωση της ζωής σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας και το περιβάλλον.

#### **1.1.4. Η ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ CSR**

Η ραγδαία έκρηξη της τεχνολογίας, πρακτικώς κατήργησε το χρόνο διαδόσεως της πληροφορίας, με αποτέλεσμα την ταχύτατη παγκοσμιοποίηση ιδεών και κοινωνικών ρευμάτων, δημιουργώντας κοινωνικές ομάδες με νέα αίσθηση περί δικαίου και δικαιωμάτων. Από την άλλη μεριά, η κοινωνία συνειδητοποίησε τη συντελούμενη υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και θεωρεί ότι οφείλει να αντιδράσει σ' αυτήν. Έτσι δημιουργούνται κοινωνικές πιέσεις και τίθεται πλέον υπό αμφισβήτηση, ασχέτως νομικού ερείσματος, το δικαίωμα λειτουργίας της επιχειρήσεως.

Η CSR έρχεται ως απάντηση σ' αυτήν τη συνεχώς αυξανόμενη κοινωνική πίεση και δρα ως συντελεστής της βιώσιμης αναπτύξεως της επιχείρησης. Βλέπουμε ότι ήδη πολλές είναι οι επιχειρήσεις που ενστερνίζονται τη θέση αυτή, του «καλού πολίτη», χωρίς όμως να είναι και γενικώς αποδεκτή<sup>11</sup>.

Υπάρχει και η άποψη ότι οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων τελειώνουν με την εκπλήρωση των νομικών τους υποχρεώσεων και είναι η πολιτεία εκείνη η οποία έχει την αποκλειστική ευθύνη για τη μέριμνα του κοινωνικού και περιβαλλοντικού τομέα, συμπληρώνοντας κυνικά ότι αποκλειστική προσπάθεια της διοικήσεως πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση του οικονομικού αποτελέσματος της επιχειρήσεως.

---

<sup>11</sup> Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, "Corporate Responses to Environmental Challenges", Quorum Books, N.Y,USA

Δεν επιτρέπεται λένε στη διοίκηση μιας εταιρείας να κάνει ελεημοσύνη (charity) με ξένα χρήματα, τα χρήματα των επενδυτών δηλαδή. Εδώ διαφαίνεται η επίδραση του αγγλοσαξονικού μοντέλου εταιρείας. Αντιθέτως, αναφέρονται πολλά παραδείγματα επενδυτών οι οποίοι προτιμούν μετοχές εταιρειών με κοινωνική δραστηριότητα.

Δεν παραβλέπεται ότι η αδυναμία άμεσης συσχετίσεως αιτίας - αιτιατού στην πλειονότητα των δραστηριοτήτων CSR μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα στις σχέσεις διοικήσεως και μετόχων. Αυτό όμως δεν δικαιολογεί εφησυχασμό, αφήνοντας στην πολιτεία την αποκλειστική αντιμετώπιση της κοινωνικής πιέσεως. Το CSR αποκτά και διάσταση εταιρικού συμφέροντος και παύει να είναι αποκλειστικά και μόνο απόρροια της κοινωνικής ευαισθησίας της ιδιοκτησίας. Υπό αυτό το πρίσμα η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μακροχρόνια επένδυση<sup>12</sup>.

## **1.2.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ**

Μέχρι πριν από λίγες μόνο δεκαετίες, στο σύνολο σχεδόν των επιχειρήσεων της χώρας μας, αλλά και σε μεγάλο μέρος του εξωτερικού, η έννοια του ιδιοκτήτη ήταν ταυτόσημη με την έννοια της διοίκησης της εταιρείας. Σήμερα, σε κάθε σύγχρονη εταιρεία τη θέση της ιδιοκτησίας - διοίκησης έχει αναλάβει η «επαγγελματική διοίκηση»<sup>13</sup>.

Η ιδιοκτησία δεν ταυτίζεται πλέον αναγκαστικώς με τη διοίκηση και η διοίκηση των παλαιότερων εποχών αντικαθίσταται με ένα σύστημα γραπτών θεσμοθετημένων πολιτικών και διαδικασιών, οι οποίες διαμορφώνονται με γνώμονα τις «Αρχές Εταιρικής Διακυβερνήσεως» της επιχειρήσεως, που κατά κανόνα βασίζονται στο κείμενο «OECD Principles of Corporate Governance».

Γίνεται αντιληπτό ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, έχοντας διάσταση εταιρικού συμφέροντος, δεν μπορεί παρά να εμπίπτει σε καθορισμένες εταιρικές πολιτικές, συμβατές με τις υπόλοιπες της επιχειρήσεως. Η

---

<sup>12</sup> Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, "Corporate Responses to Environmental Challenges", Quorum Books, N.Y,USA

<sup>13</sup> Davis K.& Blomstrom R., 1975, "Business and Society: Environment and Responsibility", 3<sup>rd</sup> ed.



διαχείριση της CSR δεν είναι απλή, πρέπει να υπηρετεί το εταιρικό συμφέρον χωρίς παρέκκλιση από την κοινωνική παράδοση της εταιρείας. Σκόπιμο λοιπόν είναι το έργο CSR να ανατίθεται σε ξεχωριστή εταιρική μονάδα, στελεχωμένη με έμπειρους επαγγελματίες.

Μια επιχείρηση που έχει προσχωρήσει στην ιδέα της CSR οφείλει να εντάσσει στις πολιτικές της οικιοθελείς δαπάνες για

- το ανθρώπινο δυναμικό της,
- το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον και
- τις σχέσεις της με τους stakeholders.

Δεν υπάρχει αμφισβήτηση ότι CSR είναι κάθε οικιοθελής μέριμνα για το προσωπικό όπως πρόσθετη ασφάλιση, συμβολή στη δια βίου εκπαίδευση, ασφάλεια και υγιεινή στο χώρο εργασίας, εδραίωση του αισθήματος αξιοκρατίας, ανάπτυξη εθελοντισμού κ.λ.π. Για το φυσικό περιβάλλον είναι δραστηριότητες με βάση τις αρχές της βιώσιμης αναπτύξεως και οικονομία φυσικών πόρων, αποκατάσταση του διαταραγμένου τοπίου, αντιρρυπαντική λειτουργία κ.λ.π. Υπάρχει όμως αμφισβήτηση αν CSR είναι κάθε κοινωνική προσφορά της επιχειρήσεως (χορηγία στη στήριξη των γραμμάτων και τεχνών, συνδρομή στην εκπαίδευση, στις επιστήμες και στη διαφύλαξη της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου, αντιμετώπιση εκτάκτων κοινωνικών αναγκών, συμπαράσταση στις μη κυβερνητικές / μη κερδοσκοπικές οργανώσεις κ.λπ.).

Γενικώς είναι παραδεκτό ότι κάθε κοινωνική προσφορά που διοχετεύεται στους χώρους δραστηριότητας της επιχειρήσεως είναι CSR διότι μειώνει το κοινωνικό ρίσκο της επιχειρήσεως. Υπάρχουν όμως αντιρρήσεις όταν αυτή απευθύνεται στην ευρύτερη κοινωνία.

Ένα άλλο αμφισβητούμενο πεδίο είναι το πού τελειώνει η CSR και αρχίζει η διαφήμιση. Η διάθεση σε παιδιά του Τρίτου Κόσμου 1 ευρώ από τα 40 ευρώ της τιμής ενός μπουκαλιού ούισκι στα ράφια του σουπερ μάρκετ, ασφαλώς υπηρετεί κοινωνικό σκοπό. Μήπως όμως η προσφορά αυτή στόχο έχει την προβολή του προϊόντος, οπότε δεν είναι CSR<sup>14</sup>;

---

<sup>14</sup> Κυριακόπουλος Κ.,(2005), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ένωση Ελλήνων Βιομηχάνων

Και ένα άλλο ερώτημα: Είναι CSR η ελεημοσύνη; Θεωρείται ότι σπανίως είναι, και τούτο διότι η ελεημοσύνη κατά κανόνα είναι αποτέλεσμα οίκτου προς τον αδύνατο και αυτό κάθε άλλο παρά χαρακτηριστικό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι. Ανάλογα ερωτήματα τίθενται και για τη φιλανθρωπία. Σήμερα η έννοια «φιλανθρωπία» τείνει να ταυτιστεί με αυτήν της ελεημοσύνης, οπότε επανερχόμαστε στο προηγούμενο ζήτημα. Αν όμως ανατρέξουμε στην αρχική φιλοσοφική της έννοια, ως υπέρτατο αίσθημα φιλαλληλίας και αλληλεγγύης, που δεν συναρτάται με διαφορά κοινωνικής ή οικονομικής ισχύος, τότε κατά κανόνα είναι CSR.

Συμπερασματικά υπάρχουν πολλές απόψεις τού τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τι όχι. Πάντως, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι μεγαλοψυχία των επιχειρήσεων, είναι επιχειρηματική ανάγκη των καιρών.

### **1.3 Η ΘΕΣΗ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Η επίδραση μιας εταιρίας στην κοινωνία είναι πολύπλευρη και περιλαμβάνει τα προϊόντα και υπηρεσίες της, πώς αγοράζει και πώς πουλά, πώς επιδρά στο περιβάλλον, πώς ελκύει, εκπαιδεύει και αναπτύσσει τους υπαλλήλους της, πώς επενδύει και συνεισφέρει στην κοινωνία και πώς σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα. Η παγκοσμιοποίηση, οι πολιτικές ανακατατάξεις και οι τεχνολογικές εξελίξεις προκαλούν ραγδαίες και ριζικές αλλαγές στην κοινωνία παγκοσμίως. Οι προσδοκίες της κοινωνίας για το ρόλο και τις ευθύνες των επιχειρήσεων αλλάζουν δραματικά. Στη νέα οικονομία που δημιουργείται, οι εταιρίες κρίνονται όχι μόνο με βάση τα οικονομικά αποτελέσματα, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια.

Οι εταιρίες που μετρούν και διαχειρίζονται την ευρύτερη επίδρασή τους στην κοινωνία έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την εικόνα της εταιρίας τους ανάμεσα στους συμμετόχους: τους πελάτες, τους προμηθευτές, το προσωπικό και την υπόλοιπη κοινωνία, να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα της εταιρίας και να βοηθούν στην αποφυγή ή μείωση κινδύνων.

### **1.3.1 Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΟΥΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗ**

Οι συμμετοχοί των επιχειρήσεων, οι κυβερνήσεις, οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί, η κοινωνία, οι υπάλληλοι, οι μέτοχοι και οι πελάτες αυξάνουν συνεχώς τις προσδοκίες και απαιτήσεις τους.

1. Έρευνα ανάμεσα σε 750 ανώτατα στελέχη επιχειρήσεων (CEOs) έδειξε ότι η αυξημένη πίεση από τους συμμετόχους είναι το δεύτερο κατά σειρά σημαντικό θέμα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις<sup>15</sup>.
2. Πολλές έρευνες αγοράς δείχνουν ότι το ενδιαφέρον του κοινού για τις επενδύσεις των επιχειρήσεων στην κοινωνία αυξάνεται συνεχώς.

#### **Σε σχέση με τους πελάτες:**

1. Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την επίδραση των επιχειρήσεων στην κοινωνία.
2. Το 81τις εκατό των καταναλωτών συμφωνούν ότι, όταν η τιμή και η ποιότητα είναι ίσες, προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα που είναι συσχετισμένα με κάποιο καλό σκοπό.
3. Το 70 τις εκατό των Ευρωπαίων καταναλωτών υποστηρίζουν ότι η δέσμευση μιας εταιρίας στην κοινωνική ευθύνη είναι σημαντική όταν αγοράζουν ένα προϊόν ή υπηρεσία και ένας στους πέντε είναι διατεθειμένος να πληρώσει πιο ακριβά για προϊόντα τα οποία είναι "κοινωνικά και περιβαλλοντικά πιο υπεύθυνα".

#### **Σε σχέση με τους υπάλληλους:**

1. Οι υποψήφιοι υπάλληλοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική συνεισφορά των εταιριών, όταν επιλέγουν τους μελλοντικούς τους εργοδότες. Οι υπάλληλοι που γνωρίζουν ότι ο οργανισμός τους εμπλέκεται και συνεισφέρει στην κοινωνία είναι πολύ πιο πιθανό να μιλήσουν θετικά για τους εργοδότες τους. Εταιρίες οι οποίες φαίνονται να

---

<sup>15</sup>"Most Respected Companies Survey "Financial Times/PricewaterhouseCoopers Dec 7th 1999

υποστηρίζουν τις ανάγκες της κοινωνίας και τα ενδιαφέροντα των υπαλλήλων ελκύουν και συγκρατούν καλύτερους υπαλλήλους.

2. 73 τις εκατό απάντησαν ότι θα ήταν πιο αφοσιωμένοι σε ένα εργοδότη που υποστηρίζει την τοπική κοινότητα<sup>16</sup>.

Το 1999 έρευνα ανάμεσα σε 25.000 πολίτες σε 23 χώρες σε έξι ηπείρους έδειξε ότι:

1. Οι αντιλήψεις της κοινωνίας για τις εταιρίες είναι πιο στενά συνδεδεμένες με την κοινωνική ευθύνη (56 τις εκατό) παρά με την ποιότητα/φήμη του ονόματος (40 τις εκατό) ή με βασικές επιχειρησιακές παραμέτρους (34 τις εκατό) όπως οικονομικούς παράγοντες, μέγεθος της εταιρίας και στρατηγική.

2. 2 στους 3 πολίτες θέλουν τις εταιρίες να ξεπεράσουν τον παραδοσιακό τους ρόλο, που ήταν να κάνουν κέρδη και τις θέλουν να συνεισφέρουν σε ευρύτερους κοινωνικούς στόχους.

3. Οι μισοί που έλαβαν μέρος στην έρευνα δίνουν προσοχή στην κοινωνική συμπεριφορά των επιχειρήσεων.

### **1.3.2 ΕΚΕ ΚΑΙ ΑΠΟΦΥΓΗ / ΜΕΙΩΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ**

Συνολικά το 40 τις εκατό των πολιτών παγκοσμίως έχουν σκεφτεί να "τιμωρήσουν" (17 τις εκατό) ή "τιμώρησαν" (23 τις εκατό) συγκεκριμένες εταιρίες οι οποίες δεν συμπεριφέρονταν, κατά τη γνώμη τους, κοινωνικά υπεύθυνα τον προηγούμενο χρόνο. Αυτό το εύρημα επιβεβαιώνει κάτι που αρκετές εταιρίες έχουν μάθει με "σκληρό" τρόπο - ότι, και η εταιρική εικόνα και οι πωλήσεις κινδυνεύουν όταν οι πελάτες έχουν αρνητική αντίληψη για τη συμπεριφορά μιας εταιρίας.

Εξετάζοντας και συγκρίνοντας τις απαντήσεις των διαμορφωτών της κοινής γνώμης με αυτές του κοινού γενικά, φάνηκε ότι οι διαμορφωτές

---

<sup>16</sup> Most Respected Companies Survey "Financial Times/PricewaterhouseCoopers Dec 7th 1999

κοινής γνώμης είναι δύο φορές πιο πιθανό να μιλήσουν για τη συμπεριφορά εταιριών και να τιμωρήσουν μια "κοινωνικά ανεύθυνη" εταιρία. Αυτό υποδηλώνει ότι τα επόμενα χρόνια οι εταιρίες θα βρεθούν κάτω από ακόμα μεγαλύτερη πίεση να αναλάβουν τις κοινωνικές τους ευθύνες.

Όλες οι επιχειρήσεις επιδρούν στην κοινωνία μέσα στην οποία λειτουργούν. Όταν η επίδραση αυτή τυγχάνει σωστής διαχείρισης, μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη και στην κοινωνία και στην επιχείρηση. Οι εταιρίες οι οποίες φαίνονται να υποστηρίζουν τις ανάγκες της κοινωνίας και τα ενδιαφέροντα των υπαλλήλων τους απολαμβάνουν μεγαλύτερης υποστήριξης από καταναλωτές και επενδυτές, έχουν την εμπιστοσύνη της κοινωνίας και ελκύουν και συγκρατούν καλύτερους υπαλλήλους.

Όλα τα παραπάνω δείχνουν ότι η κοινωνική εταιρική ευθύνη γίνεται αστραπιαία παγκόσμια προσδοκία, η οποία απαιτεί μια ολοκληρωμένη ανταπόκριση από τις επιχειρήσεις. Ο μόνος τρόπος για αποδοτικό χειρισμό του θέματος είναι να γίνει η εταιρική κοινωνική ευθύνη βασική επιχειρησιακή αξία και στρατηγική και να ενσωματώνεται σε όλες τις πτυχές της επιχείρησης. Οι εμπειρίες από τις πρωτοπόρες στο θέμα αυτό εταιρίες δείχνουν ότι η κοινωνική εταιρική ευθύνη θα γίνει ένας νέος τομέας επίδοσης και υπευθυνότητας για τις πετυχημένες εταιρίες<sup>17</sup>.

## **1.4 ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Η επιχείρηση αρχίζει πλέον να γίνεται το καθοριστικό μέσον κοινωνικής προόδου, τεχνολογικής ανάπτυξης, εκπαίδευσης και αλλαγής. Για τον λόγο αυτό η σύγχρονη επιχείρηση οφείλει να έχει κοινωνικά αποδεκτές διαδικασίες ή καλύτερα μια επιχειρηματική ηθική διατυπωμένη με συνέπεια και κοινωνική συμβατότητα. Οι αρχές επιχειρηματικής ηθικής που διέπουν την επιχείρηση και πηγάζουν από ένα γενικότερο πλαίσιο ηθικής που οι ιδιοκτήτες, οι εργαζόμενοι, οι πελάτες και όλοι όσοι συνδέονται με την επιχείρηση

---

<sup>17</sup> Χατζησοφοκλέους Μ.,(2004), Υποστήριξη Επιχειρησιακής Διεύθυνσης, Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ΑΤΗΚ) <http://www.cyta.com.cy/pr/newsletter>

αποδέχονται θα πρέπει να καθορίζουν και συγκεκριμένους κώδικες επιχειρηματικής δεοντολογίας (business ethics codes). Οι κώδικες αυτοί περιγράφουν κάθε επιχειρησιακή δράση και συμπεριφορά και μεταβάλλονται ανάλογα με τις απαιτήσεις των καιρών ή τον χώρο δραστηριοποίησης της εταιρίας.

Οι επιχειρήσεις πλέον έχουν συνειδητοποιήσει τη σημασία της ΕΚΕ στις δραστηριότητές τους καθώς και τα ακόλουθα σημεία<sup>18</sup>:

- Η εικόνα, η φήμη και κατά συνέπεια η επιτυχία των επιχειρήσεων εξαρτάται από τη συμπεριφορά τους απέναντι στους εργαζομένους(σεβασμός των δικαιωμάτων τους και έμφαση στην ανάπτυξη του προσωπικού), τους καταναλωτές(προσφορά προϊόντων υψηλής ποιότητας και υπηρεσιών ειδικά προσαρμοσμένων στις ανάγκες τους) , το περιβάλλον(μείωση των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων) και γενικότερα την κοινωνία(συμβολή στην ευημερία και πρόοδο της κοινωνίας, με ιδιαίτερη έμφαση στην παιδεία, και την υγεία).
- Η παγκοσμιοποίηση και η αυξανόμενη επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο εξωτερικό οδήγησε σε νέες ευθύνες σε παγκόσμια κλίμακα ιδίως σε σχέση με τις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ζητούν την αποκάλυψη πληροφοριών να προσδιορίσουν καλύτερα τους παράγοντες επιτυχίας και κινδύνου που ενυπάρχουν σε μια επιχείρηση.
- Η ανάπτυξη πρακτικών που συνεκτιμούν την περιβαλλοντική και κοινωνική διάσταση συμβάλλει στον εκσυγχρονισμό των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και, κατά συνέπεια, στη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητά τους.

Οι επιχειρήσεις πλέον ενδιαφέρονται περισσότερο για την εκπαίδευση και ανάπτυξη της γνώσης καθώς και για την εισαγωγή της καινοτομίας.

---

<sup>18</sup> Χατζησοφοκλέους Μ.,(2004), Υποστήριξη Επιχειρησιακής Διεύθυνσης, Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ΑΤΗΚ) <http://www.cyta.com.cy/pr/newsletter>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> ΤΑ ΠΕΔΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ

### 2.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΔΙΟ

Οι οικονομικές υποχρεώσεις ήταν και παραμένουν βασικός στόχος για κάθε επιχείρηση. Η επιχειρησιακή κοινωνική ευθύνη περιλαμβάνει όμως και οικονομικό αυτό-ενδιαφέρον από την πλευρά τους.<sup>19</sup> Πολλές επιχειρήσεις και ιδίως αυτές που ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα, αναλαμβάνουν την πρωτοβουλία να συνδυάσουν την οικονομική αποδοτικότητα με την αποδοτικότητα στον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα, αυτό βέβαια δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση ότι θα υποκαταστήσουν το κράτος και τους φορείς κοινωφελούς χαρακτήρα στο έργο τους.

Η εμπλοκή των επιχειρήσεων στο οικονομικό πεδίο αφορά την συμμετοχή τους σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες, σε χορηγίες πολιτιστικών εκδηλώσεων, οργάνωση διαγωνισμών, απονομή βραβείων, υποτροφιών κτλ.. Το επίπεδο της απόδοσης ΕΚΕ εξαρτάται από το μέγεθος της κάθε επιχείρησης, την οικονομική της απόδοση και τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται.

Σε περιπτώσεις χαμηλής οικονομικής απόδοσης, οι εταιρίες μπορεί να είναι λιγότερο διατεθειμένες να διαθέσουν κονδύλια για δραστηριότητες της ΕΚΕ . Για παράδειγμα μεγάλες τηλεοπτικές επιχειρήσεις, γίνονται χορηγοί επικοινωνίας ή συμπαραγωγοί κινηματογραφικών ταινιών, δίνουν εργασία σε καλλιτέχνες, κάνουν σχετικές εκδόσεις, παρέχουν εκπαίδευση και υποτροφίες, ιδρύουν πινακοθήκες, επιστρέφοντας πολλές φορές στην περιοχή ή σε χώρες όπου δραστηριοποιούνται ένα μέρος των κερδών τους. Στην προσπάθειά τους ακριβώς οι επιχειρήσεις να αποκτήσουν την αποδοχή εκ μέρους των τοπικών, περιφερειακών και εθνικών κοινωνιών, απ' ευθείας ή διαμέσου ιδρυμάτων, που μερικά εξ αυτών συντηρούν, παίρνουν ενεργά μέρος στην εξέλιξη της κοινωνίας διατυπώνοντας προτάσεις πολιτισμού και παρέχοντας οικονομική στήριξη.

---

<sup>19</sup> <http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/articles>

## 2.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΔΙΟ

Οι επιχειρήσεις προσφέρουν κοινωνικό έργο σε πολλαπλά επίπεδα, τόσο σε θέματα της καθημερινής πραγματικότητας, τοπικής ή παγκόσμιας, όσο και σε άλλα βαθύτερα. Η προσφορά εργασίας αποτελεί από μόνη της κοινωνικό έργο. Υπάρχουν όμως και ευθύνες απέναντι στο προσωπικό από την πλευρά της διοίκησης της επιχείρησης.

Ευθύνες όπως η ύπαρξη ασφαλών και υγιεινών χώρων εργασίας και η συνεχής βελτίωσή τους για την επίτευξη του στόχου «μηδέν ατύχημα» καθώς η δίκαιη αμοιβή των εργαζομένων, η τήρηση των ωραρίων και ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Οι διατήρηση σχέσεων σεβασμού και εμπιστοσύνης με τις γειτονικές κοινότητες είναι το ίδιο σημαντική όσο και η άδεια λειτουργίας μιας επιχείρησης.

Επίσης η κοινωνία είναι αυτή που έχει αρχικά επιτρέψει στις εταιρίες να χρησιμοποιούν φυσικούς και ανθρώπινους πόρους και τους έχει δώσει το δικαίωμα να εκτελούν τις παραγωγικές τους λειτουργίες. Ως αποτέλεσμα η κοινωνία έχει ένα κρυφό κοινωνικό συμβόλαιο με την εταιρία το οποίο η τελευταία πρέπει να σεβαστεί για να διασφαλίσει την ύπαρξη και περαιτέρω εξέλιξή της στον χώρο.

Επιπλέον στο κοινωνικό πεδίο δραστηριοποίησης της ΕΚΕ συμπεριλαμβάνονται δραστηριότητες όπως η συμμετοχή των εταιριών στην τοπική ανάπτυξη με την χορηγία τοπικών και εθνικών πολιτιστικών ιδρυμάτων όπως θέατρα και μουσεία, η εκδήλωση ενδιαφέροντος για τις Τέχνες και τα Γράμματα καθώς και τον αθλητισμό. Χορηγώντας παιδικές και εφηβικές αθλητικές ομάδες η εταιρία συντελεί στην μετάδοση του αθλητικού πνεύματος κρατώντας τα παιδιά μακριά από κινδύνους όπως η εγκληματικότητα και τα ναρκωτικά<sup>20</sup>.

Εργασία με τις τοπικές εξουσίες για την αναγέννηση μικρών επιχειρήσεων καθώς και του εσωτερικού περιβάλλοντος της πόλης καθώς και η συμμετοχή σε κοινωνικούς σκοπούς (από ανθρώπινα δικαιώματα,

---

<sup>20</sup> Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, "Corporate Responses to Environmental Challenges", Quorum Books, N.Y,USA



εθελοντική αιμοδοσία μέχρι εκπαίδευση για το AIDS) προσδίδουν στην εταιρία τον απαιτούμενο κοινωνικό χαρακτήρα.

## 2.3 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ

Το περιβάλλον αποτελεί ένα από τα βασικά θέματα για τα οποία οι επιχειρήσεις καλούνται να δείξουν υπευθυνότητα.<sup>21</sup> Θα πρέπει να προχωρήσουν στην ανάπτυξη εσωτερικής περιβαλλοντικής στρατηγικής και στην κοινοποίηση των σχετικών πρωτοβουλιών τους. Να υιοθετήσουν συστήματα τεχνολογίας που σέβονται περισσότερο το περιβάλλον και μακροπρόθεσμα τα οφέλη των επιχειρήσεων.

Να γίνεται διαρκής αξιολόγηση από μέρους τους, των περιβαλλοντικών επιδόσεων των συστημάτων αυτών καθώς και σύγκριση της ποσότητας των παραγόμενων προϊόντων με τον αντίκτυπο της παραγωγής αυτής στο περιβάλλον. Οι ίδιες οι επιχειρήσεις τόνισαν τη σημασία της ανταλλαγής εμπειριών και ορθών πρακτικών σχετικά με το περιβαλλοντικό πεδίο της ΕΚΕ. Επομένως, οι επιχειρήσεις πρέπει να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων δομών ενισχύοντας τη δικτύωση και το συντονισμό ώστε να επιτύχουν την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένη περιβαλλοντικής πολιτικής. Για την πραγμάτωση της Αποστολής του, το Δίκτυο έχει θέσει ως στόχους :

Στην συνεχή ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της Ε.Κ.Ε. <sup>22</sup>στην Ελλάδα είναι σημαντική η συμβολή του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το οποίο δημιουργήθηκε τον Νοέμβριο του 200 και απαρτίζεται από μεγάλες Ελληνικές επιχειρήσεις όπως : Cosmote, Eurobank, BP Hellas A.E., Intracom, Ελληνικά Πετρέλαια, Α.Ε. Τσιμέντων Τιτάν, Interbeton Δομικά Υλικά Α.Ε., ΕΚΟ, Α.Γ.Ε.Τ. Ηρακλής και άλλες. Αποστολή του Ελληνικού Δικτύου είναι η προώθηση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και η προβολή της, τόσο προς τον επιχειρηματικό κόσμο όσο και προς το κοινωνικό περιβάλλον, με απώτερο στόχο την ισόρροπη

---

<sup>21</sup> Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, "Corporate Responses to Environmental Challenges", Quorum Books, N.Y,USA

<sup>22</sup> Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης. Οι τομείς εφαρμογής των προγραμμάτων ΕΚΕ στο περιβάλλον επικεντρώνονται στα εξής:

- Βιώσιμη ανάπτυξη
- Πράσινες δράσεις
- Διαχείριση αποβλήτων
- Πρόληψη από ρύπανση

Ο όρος "Βιώσιμη ανάπτυξη" όπως έχει προαναφερθεί εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1987 στο Brundland Report. Καλύπτει τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί επιδιώκουν σήμερα οικονομική ανάπτυξη με την ταυτόχρονη προστασία των πόρων για την ανάπτυξη του αύριο.

Αυτό είναι ένα θέμα αυξανόμενης σημασίας και προβληματισμού για τους υπεύθυνους οργανισμούς. Σήμερα οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη την επίδρασή τους στο περιβάλλον σε όλους τους επιχειρηματικούς τους σχεδιασμούς, διαχειρίσεις και μετρήσεις αποτελεσματικότητας.

Η "βιωσιμότητα" αναφέρεται στις δράσεις μιας εταιρίας για μείωση της αρνητικής επίδρασής της. Για παράδειγμα, η ύπαρξη διαχειριστικών συστημάτων μείωσης των εκπεμπόμενων ρύπων και η αποτελεσματική χρήση των φυσικών πόρων.

Οι πράσινες δράσεις αφορούν δράσεις που αναπτύσσει η επιχείρηση μέσα και έξω από την οργάνωσή της για αύξηση της γνώσης των περιβαλλοντικών θεμάτων. Σύμφωνα με την προεργασία μίας καταγραφής καλών πρακτικών ΕΚΕ των μελών του Ελληνικού Δικτύου φαίνεται ότι το περιβάλλον αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τις Ελληνικές Εταιρίες εφόσον υπάρχουν πλούσιες δραστηριότητες στον τομέα αυτό<sup>23</sup>.

Είναι επίσης σημαντικό να αναφέρουμε στο σημείο αυτό, ότι σε έρευνα που έγινε για να εκτιμηθεί πώς οι Αμερικάνοι αντιλαμβάνονται την κοινωνική συμπεριφορά των επιχειρήσεων, από τα 20 κορυφαία χαρακτηριστικά που καταγράφηκαν τα 8 αναφέρονται σε περιβαλλοντικές παραμέτρους (αποφυγή

---

<sup>23</sup> Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, "Corporate Responses to Environmental Challenges", Quorum Books, N.Y,USA

μόλυνσης, ανακύκλωση, χρήση φιλικών υλικών, τήρηση περιβαλλοντικής νομοθεσίας κλπ).

Παράλληλα, επιχειρήσεις κυρίως μικρού μεγέθους δεν έχουν την τεχνολογική και οικονομική υποδομή ώστε να εφαρμόσουν τα υπάρχοντα προγράμματα για την προστασία του περιβάλλοντος. Οι πολυεθνικές εταιρίες ακολουθούν τα ίδια standards στις επιχειρήσεις τους σε όλες τις χώρες που έχουν εργοστάσια ή μόνο στις χώρες που υπάρχει αυστηρότερος έλεγχος; Η κάλυψη μόνο των ελάχιστων προϋποθέσεων του νόμου από κάποιες επιχειρήσεις διασφαλίζει την προστασία του περιβάλλοντος;

Είναι φανερό ότι υπάρχουν ακόμα πολλά κενά στον χώρο της περιβαλλοντολογικής ευθύνης των επιχειρήσεων και ότι θα χρειαστεί μεγάλη προσπάθεια και συνεργασία μεταξύ των κοινωνικών ομάδων πίεσης και των επιχειρήσεων για την εξεύρεση κάποιας λύσης.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη όμως, δεν αφορά μόνο τη βιομηχανία<sup>24</sup> όπου οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι εμφανής αλλά και τον αγροτικό, κτηνοτροφικό και αλιευτικό τομέα όπου εξαιτίας της ιδιομορφίας των κλάδων (πολλοί μικροί παραγωγοί που δραστηριοποιούνται κυρίως μέσω συνεταιρισμών χωρίς στιβαρή διοικητική υποδομή), δεν μπορούν να ελεγχθούν οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους.

Πιο συγκεκριμένα, η αγροτική δραστηριότητα θεωρείται να έχει μεγαλύτερη επίδραση στο περιβάλλον από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα. Συμβάλλει στο φαινόμενο του θερμοκηπίου και με την αλόγιστη χρήση χημικών και εντομοκτόνων μολύνει τους υδάτινους πόρους. Η Ε.Ε. απέσυρε πρόσφατα πάνω από 100 τύπους εντομοκτόνων που κρίθηκαν ιδιαίτερα επικίνδυνα για την υγεία.

Παράλληλα, ο αγροτικός κλάδος είναι με μεγαλύτερη διαφορά ο μεγαλύτερος καταναλωτής νερού της χώρας. Ως αειφόρος γεωργία, νοείται η οργανωμένη προσπάθεια διατήρησης διαχρονικά υψηλών ρυθμών παραγωγής και απόδοσης της γης και παράλληλα της χρήσης μη ανανεώσιμων πρώτων υλών στη διαδικασία αυτή. Οι αρχές που πρέπει να διέπουν την κοινωνικά υπεύθυνη γεωργία συνοψίζονται στα εξής:

---

<sup>24</sup> Ο.Κ.Ε., (2003), Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

1. Παραγωγή εσοδειών με μεγάλη παραγωγικότητα και θρεπτική αξία κάνοντας όσο το δυνατόν μικρότερη χρήση πόρων.
2. Διασφάλιση ότι παρενέργειες στην ευφορία της γης, την ποιότητα του νερού και του αέρα και τη βιοποικιλότητα μειώνονται ενώ πραγματοποιούνται θετικές παρεμβάσεις όπου αυτό είναι δυνατό.
3. Χρήση ανανεώσιμων πόρων όπου είναι δυνατό με αντίστοιχη μείωση μη ανανεώσιμων πόρων.
4. Προστασία της ευημερίας και του περιβάλλοντος των κοινωνιών.

Σε αντίστοιχο πνεύμα διατυπώνονται και οι αρχές που πρέπει να διέπουν την κτηνοτροφία. Η μνήμη της κοινής γνώμης είναι ακόμα νωπή όσον αφορά στο θέμα των τρελών αγελάδων αλλά το θέμα έχει περισσότερες διαστάσεις από τη χρήση χημικών στη ζωική παραγωγή. Οι αρχές που διέπουν την γεωργία θα πρέπει να διέπουν και την κτηνοτροφία κυρίως ως προς την χρήση χημικών.

Στην αλιεία τα θέματα είναι πιο σοβαρά. Σύμφωνα με έρευνα του οργανισμού γεωργίας και αλιείας των Ηνωμένων Εθνών, 485 των θαλασσών εκμεταλλεύονται πλήρως, 16% υπεραλιεύονται και 9% έχουν εξαντληθεί δημιουργώντας μεγάλα προβλήματα στα θαλάσσια οικοσυστήματα αλλά και τις παραλιακές κοινότητες που στηρίζονται στην αλιεία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στη χώρα μας η διαμαρτυρία των αλέων του Βόλου για τη συστηματική υπεραλίευση και τη δραματική μείωση των αλιευμάτων του Παγασητικού. Επιπλέον χαρακτηριστικό και των τριών κλάδων είναι ότι στη συνείδηση του πολίτη φαίνονται να λειτουργούν σε αρμονία με το περιβάλλον σε αντίθεση με την βιομηχανία όπου τα αποτελέσματα επίπτωσης του περιβάλλοντος είναι πιο διακριτά και άμεσα<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Κονταξή Μυρτώ 2004, ΕΚΕ & Περιβάλλον, PriceWaterhouseCoopers.

## 2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ

Ο κοινωνικός διάλογος καθορίζει τις διαδικασίες συνεννόησης και διαβούλευσης στις οποίες συμμετέχουν οι ευρωπαϊκοί κοινωνικοί εταίροι: η Ένωση Συνομοσπονδιών Βιομηχανίας και Εργοδοτών της Ευρώπης (BUSINESSEUROPE), το Ευρωπαϊκό Κέντρο Δημόσιων Επιχειρήσεων (CEEP) και η Ευρωπαϊκή Συνομοσπονδία Συνδικάτων (CES).

Περιλαμβάνει τις συζητήσεις μεταξύ των ευρωπαϊκών κοινωνικών εταίρων, τις κοινές ενέργειές τους και τις τυχόν διαπραγματεύσεις τους, καθώς και τις συζητήσεις μεταξύ των κοινωνικών εταίρων και των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ο διάλογος αυτός ξεκίνησε το 1985 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και, μετά την ενιαία ευρωπαϊκή πράξη, η Συνθήκη υποχρεώνει ρητώς την Επιτροπή να τον αναπτύσσει (άρθρο 138 της συνθήκης ΕΚ)<sup>26</sup>.

Μέχρι σήμερα έχουν διατυπωθεί δεκαπέντε κοινές γνώμες όσον αφορά την οικονομική ανάπτυξη, την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, την εκπαίδευση, την επαγγελματική κατάρτιση κ.τ.λ. Ο κοινωνικός διάλογος μπορεί επίσης να οδηγήσει σε συμβατικές σχέσεις, συμπεριλαμβανομένων των συμφωνιών, η εφαρμογή των οποίων εξαρτάται από το Συμβούλιο ή από τους ίδιους τους κοινωνικούς εταίρους, με βάση πρόταση της Επιτροπής. Μέχρι σήμερα υπάρχουν πέντε διεπαγγελματικές συμφωνίες-πλαίσιο του είδους αυτού που αφορούν τη γονική άδεια, τη μερική απασχόληση, την εργασία ορισμένου χρόνου, την τηλεργασία και το στρες.

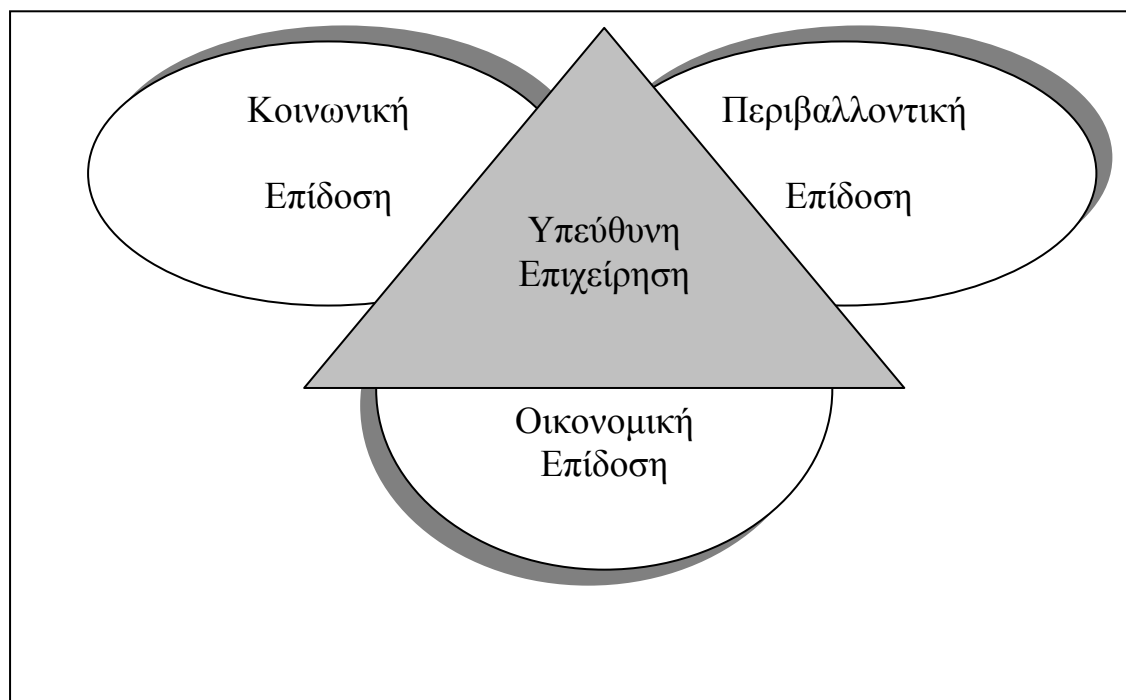
Για να δοθεί νέα ώθηση στον ευρωπαϊκό κοινωνικό διάλογο, το Μάρτιο του 2003 διοργανώθηκε τριμερής κοινωνική σύνοδος κορυφής για την ανάπτυξη και την απασχόληση. Στη σύνοδο αυτή συμμετέχουν σε ανώτατο πολιτικό επίπεδο ο Πρόεδρος του Συμβουλίου, ο Πρόεδρος της Επιτροπής και οι ευρωπαϊκοί κοινωνικοί εταίροι. Η σύνοδος συνεδριάζει μία φορά το χρόνο, την παραμονή του εαρινού Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στη διάρκεια του οποίου συζητείται η οικονομική και κοινωνική κατάσταση της Ένωσης.

---

<sup>26</sup> Κοινωνικός διάλογος, 2010, ανακτημένο από: [http://europa.eu/scadplus/glossary/social\\_dialogue\\_el.htm](http://europa.eu/scadplus/glossary/social_dialogue_el.htm)

## 2.5 Ο ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΕΔΙΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Όπως είναι φανερό από την παραπάνω ανάλυση υπάρχει έντονη αλληλεξάρτηση μεταξύ των πεδίων δραστηριοποίησης της ΕΚΕ. Δεν εννοείται υπεύθυνη επιχείρηση με πραγματική κοινωνική ευθύνη χωρίς οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση.<sup>27</sup>



Ο τρόπος που θα επιλέξουν να ενεργήσουν οι επιχειρήσεις σχετικά με την ευθύνη τους απέναντι στο περιβάλλον και την κοινωνία κρίνει και την βιωσιμότητά τους.<sup>28</sup> Σε μια αγορά που αφορά την εταιρική προσωπικότητα, οι επιχειρήσεις προβάλλουν πλέον τις πολιτικές ΕΚΕ τους, γνωρίζοντας καλά ότι η σαφή αναφορά των στόχων και των αξιών που τις διέπουν τις διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές τους. Μια επιχείρηση, ενεργός πολίτης, που προστατεύει τις επενδύσεις της μέσω της διαφάνειας των λειτουργιών της και θέτει την ΕΚΕ στην καρδιά της εταιρικής της φιλοσοφίας,

<sup>27</sup> Κονταξή Μυρτώ 2004, ΕΚΕ & Περιβάλλον, PriceWaterhouseCoopers.

<sup>28</sup> Λεφοπούλου Αλεξάνδρα, 2003, "Επαναπροσδιορισμός της ΕΚΕ", περιοδ."Marketing Week", 09-03.

τυγχάνει αποδοχής από το ευρύτερο σύνολο γεγονός που επηρεάζει θετικά τα οικονομικά της αποτελέσματα.<sup>29</sup>

Είναι σημαντικό να γίνει κατανοητή η δυναμική φύση του όλου συστήματος των εταιρικών υποχρεώσεων. Συγκεκριμένες επιχειρήσεις παίρνουν πρωτοβουλίες, από προστασία του περιβάλλοντος μέχρι ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας, δημιουργώντας αξίες και μέσω αυτών προσδοκίες στους κοινωνικούς εταίρους. Αυτό όμως που ως ένα σημείο ξεκινά σαν εθελοντική πρωτοβουλία κάποιων, βαθμιαία γίνεται ηθική ευθύνη και καθίσταται υποχρέωση από όλες τις επιχειρήσεις.

Ιδίως στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος, οι επιχειρήσεις δέχονται μεγάλες πιέσεις από το κράτος καθώς και από την κοινωνία στην οποία λειτουργούν για την λήψη των κατάλληλων μέτρων και την εγκατάσταση των απαιτούμενων από τον νόμο ειδικών φίλτρων για την επεξεργασία των λυμάτων και την μείωση των βλαβερών αερίων καθώς και την απαραίτητη ανανέωση με καινοτόμες μηχανές του τεχνολογικού εξοπλισμού για την ελάχιστη δυνατή μόλυνση.

Οι ίδιες οι εταιρίες όμως παίρνουν από μόνες τους την πρωτοβουλία και επενδύουν μεγάλο ποσό χρημάτων για νέες τεχνολογίες πιο παραγωγικές και οικολογικές ώστε να μην χάνουν την ανταγωνιστικότητά τους σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου.

Με το πέρασμα του χρόνου και την συνέχιση εκδήλωσης τραγικών γεγονότων όπως διαρροή δηλητηριωδών αερίων από εργοστάσια (1984, Union Carbide, Ινδία) , δημιουργία πετρελαιοκηλίδων από διαρροή δεξαμενόπλοιων και εκδήλωση φονικών φυσικών φαινομένων, η ανάληψη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης καθίσταται παγκόσμιο ζήτημα. Το πρόσφατο ναυάγιο του τάνκερ «Prestige»(13 Νοεμβρίου 2005) που μετέφερε 77.000 τόνους πετρελαίου, είχε ως αποτέλεσμα να διαρρεύσουν στην θάλασσα περίπου 20.000 τόνοι αργού πετρελαίου προκαλώντας ρύπανση σε περίπου 500 ακτές, σκοτώνοντας 50.000 θαλασσοπούλια αφήνοντας χιλιάδες ψαράδες χωρίς δουλειά. Κάθε χρόνο υπολογίζεται ότι 1/1.000 του μεταφερομένου

---

<sup>29</sup> Davis K.& Blomstrom R., 1975, "Business and Society: Environment and Responsibility", 3<sup>rd</sup> ed.

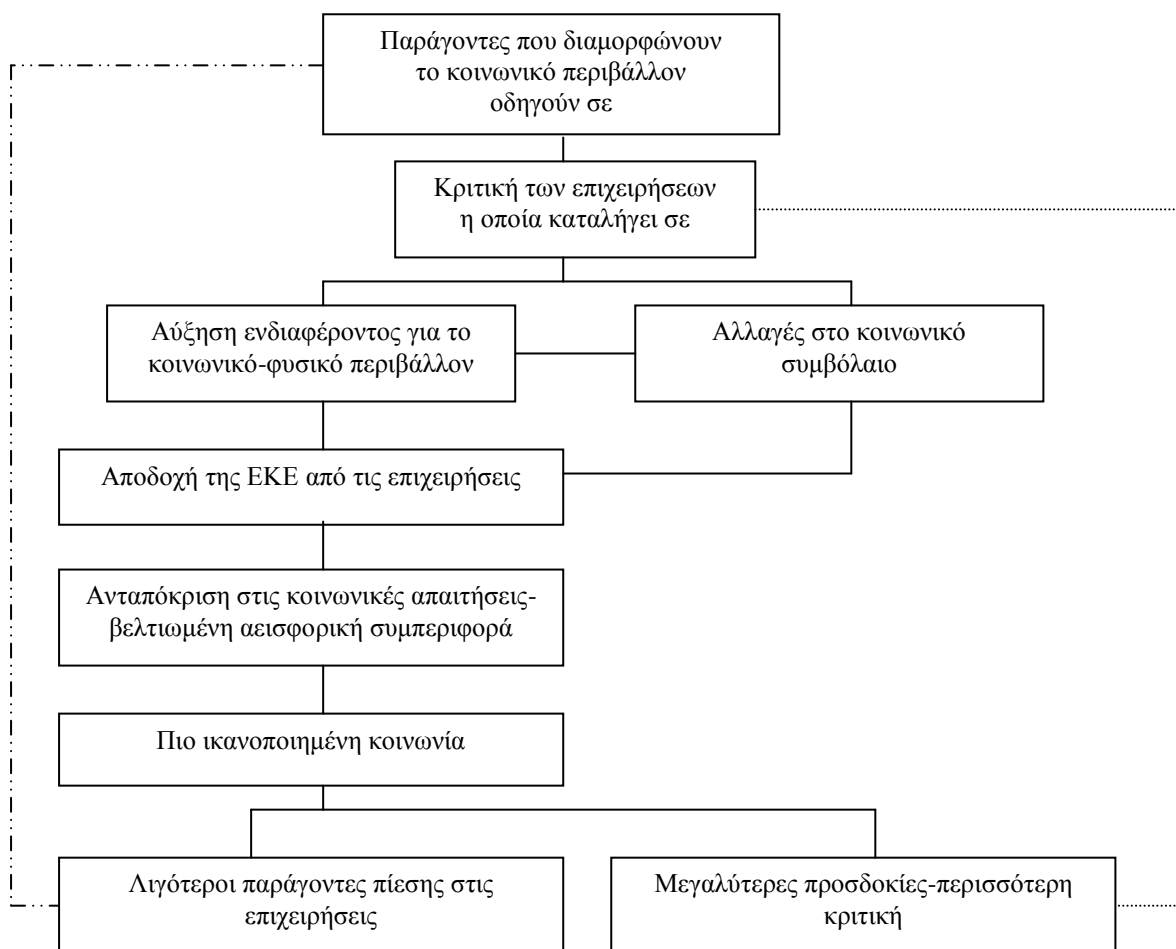
πετρελαίου διεθνώς τελικά διαρρέει στις θάλασσες (κάπου 2 εκατ. τόνοι τον χρόνο).

Το φονικό «τσουνάμι» στην Νοτιοανατολική Ασία τον Δεκέμβριο του 2004 άφησε πίσω εκατοντάδες χιλιάδες νεκρούς και ανεπανόρθωτη ζημιά στο οικολογικό σύστημα. Οι εθνικοί νομοθέτες μεταμόρφωσαν την γενική κατακραυγή του κόσμου για τις αλληπάλληλες αυτές καταστροφές σε νομοθετήματα με τα οποία έσπευσαν να ευθυγραμμιστούν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις, πολλές φορές πλειοδοτώντας σε όρια και σε πρότυπα σε σχέση με τις κρατικές επιταγές. Η κάθε επιχείρηση προχώρησε εσπευσμένα στην ανάπτυξη εσωτερικής περιβαλλοντικής στρατηγικής και στην κοινοποίηση των σχετικών πρωτοβουλιών της.

Οι εθνικές ιδιωτικές επιχειρήσεις δέχονται συνεχείς πιέσεις από τα σχετικά θεσμικά όργανα δηλαδή πολιτικούς και τοπικούς άρχοντες καθώς και την κοινωνία να ακολουθήσουν το παράδειγμα των πολυεθνικών επιχειρήσεων και να αναγνωρίσουν την κοινωνική τους ευθύνη γεγονός που τις υποχρεώνει να αλλάξουν την υπάρχουσα απόλυτη κερδοσκοπική τους αντίληψη. Το γεγονός αυτό μπορεί να γίνει καλύτερα αντιληπτό από το σχεδιάγραμμα που ακολουθεί.



## Κύκλος της εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων



Πηγή: Davis K.& Blomstrom R., 1975, "Business and Society: Environment and Responsibility", 3<sup>rd</sup> ed.

Σήμερα δεν υπάρχει σοβαρή επιχείρηση που να μην επαίρεται σε κάποιο επίσημο έντυπό της ή σε κάποια ιστοσελίδα της για την αυστηρή και υπεύθυνη στάση της σε θέματα ασφάλειας και περιβάλλοντος, για την τήρηση των προβλεπομένων ορίων ρύπανσης, για την εφαρμογή κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης όπως το ISO 14000 ή το EMAS.

Το CSR λοιπόν δεν αποτελεί μορφή μιας περαστικής τάσης, «μόδας». Υπάρχει και θα συνεχίσει να υπάρχει, να ερευνάται, να εξελίσσεται και να επεκτείνεται και σε άλλες χώρες. Αποτελεί και θα αποτελεί θέμα σε

επιστημονικά συνέδρια, διεθνείς οργανισμούς και επιτροπές. Αποτελεί λοιπόν μια πραγματικότητα της εποχής μας την οποία οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να αγνοήσουν παραμένοντας στάσιμες σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους. Εδώ και αρκετά χρόνια μάλιστα οι επιχειρήσεις μπορούν να μετρήσουν τα αποτελέσματα των πολιτικών τους μέσα από κοινωνικούς δείκτες, όπως ο δείκτης FTSE4Good , που μπορούν να δώσουν σημαντικά στοιχεία για την ενσωμάτωση επιχειρησιακών πρακτικών σε σχέση με το περιβάλλον, τον εργασιακό χώρο και την κοινότητα<sup>30</sup>.

Η εμπειρία διδάσκει ότι η μακροπρόθεσμη ευδοκίμηση των επιχειρήσεων περνάει μέσα από την κοινωνική αποδοχή της συμπεριφοράς τους. Το γεγονός αυτό εξηγεί την υιοθέτηση και διατυμπάνιση της αειφορικής συμπεριφοράς πολλών πολυεθνικών επιχειρήσεων, όπως ο Όμιλος Τιτάν. Σχετικές μελέτες που έγιναν σε Αμερικανικές επιχειρήσεις με σκοπό να συνδέσουν την κοινωνικά υπεύθυνη στάση των επιχειρήσεων με τα χρηματοοικονομικά τους αποτελέσματα δεν συμφωνούν ως προς τα ευρήματα πιθανόν λόγω της μη σύμπτωσης της μεθοδολογίας συλλογής, οργάνωσης και αξιολόγησης των δεδομένων τους. Σε γενικές γραμμές πάντως υπάρχει θετική σχέση μεταξύ των κοινωνικών και οικονομικών επιδόσεων τουλάχιστον των Αμερικανικών επιχειρήσεων.

---

<sup>30</sup> Χατζησοφοκλέους Μ.,(2004), Υποστήριξη Επιχειρησιακής Διεύθυνσης, Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ΑΤΗΚ) <http://www.cyta.com.cy/pr/newsletter>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 3.1. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΕΚΕ

Σήμερα στην Ελλάδα η ΕΚΕ έχει τέσσερις οργανώσεις-φορείς και εταιρείες οι οποίες έχουν αναλάβει όχι μόνο να ενημερώνουν, αλλά και να αναλαμβάνουν δράσεις και να παρέχουν λύσεις για την ανάπτυξη και την ανάδειξη της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις. Αναλυτικά αυτές είναι<sup>31</sup>:

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

Το Δίκτυο αντιλαμβάνεται την ΕΚΕ ως «την οικιοθελή 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 που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους». Γι' αυτόν άλλωστε τον λόγο, στους βασικούς άξονες δράσης του προβάλλει την ομαλή ένταξη στο κοινωνικό σύνολο των κοινωνικά μειονεκτουσών ομάδων (π.χ. άτομα με ειδικές ανάγκες, αποφυλακισθέντες, οικονομικοί μετανάστες), την ανάπτυξη της ιδέας του κοινωνικού εθελοντισμού στο εσωτερικό των επιχειρήσεων-μελών του Δικτύου και την προστασία του περιβάλλοντος.

2.CSE-Κέντρο Αειφορίας: Το Κέντρο Αειφορίας είναι μια ομάδα προβληματισμού (με γραφεία σε Αθήνα, Σικάγο και Βρυξέλλες), η οποία παρέχει επιστημονικές συμβουλές και λύσεις σε επιχειρήσεις και

---

<sup>31</sup> Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>

οργανισμούς, στο πλαίσιο της προώθησης της αειφόρου ανάπτυξης, της επιχειρηματικής αριστείας και της καταπολέμησης της κλιματικής αλλαγής.

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

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

Η εταιρεία παρουσίασε το 2003, στο πλαίσιο των ειδικευμένων εργαλείων της για την ΕΚΕ, και για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά, το Βαρόμετρο Αναγνωρισιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς, το οποίο μεταξύ άλλων προσφέρει μετρήσιμα στοιχεία για την κοινωνική ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά των Ελλήνων πολιτών, συνεισφέρει στη βαθύτερη γνώση και κατανόηση του κοινωνικού περιβάλλοντος όπου δραστηριοποιούνται οι εταιρείες και οι εθελοντικές οργανώσεις και εξετάζει τη διεισδυτικότητα, την αναγνωρισιμότητα και τη δημοτικότητα του κοινωνικού έργου των εταιρειών και των εθελοντικών και μη κυβερνητικών οργανώσεων<sup>32</sup>.

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

---

<sup>32</sup> Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>

εργαζόμενους όλων των βαθμιδών μιας εταιρείας. QualityNet:

4. Το QualityNet Foundation: είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που λειτουργεί ως «πλατφόρμα αλληλεπίδρασης» μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας, για την επίτευξη της κοινωνικής συνοχής. Το QnF προωθεί δράσεις που έχουν στόχο να ευαισθητοποιήσουν και να ενημερώσουν το επιχειρηματικό κοινό για την υιοθέτηση κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς και δράσης, να προωθήσουν την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας στο ευρύ κοινό, κάνοντάς το συμμετοχό στην προώθηση της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης, και να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ επιχειρηματικών μονάδων και κοινωνικών φορέων.

Στο πλαίσιο αυτό, το QnF συγκεντρώνει και καταγράφει όλα τα στοιχεία που σχετίζονται με τους προβληματισμούς των επιχειρήσεων και τις ανάγκες της κοινωνίας σε ότι έχει σχέση με τους τέσσερις τομείς εξειδίκευσής του, δηλαδή την ποιότητα, το περιβάλλον, την υγιεινή και ασφάλεια και την ΕΚΕ.

## **3.2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ**

### **3.2.1 GLAXO SMITHKLINE BEECHAM**

Στις 17 Ιανουαρίου του 2000 δημιουργήθηκε μια από τις μεγαλύτερες φαρμακοβιομηχανίες στο κόσμο, η οποία προήλθε από τη συγχώνευση των εταιρειών Glaxo Welcome και SmithKline Beecham. Η συγχώνευση αυτή τους έδωσε τη δυνατότητα ν' αυξήσουν τη κερδοφορία και τις πωλήσεις τους, αλλά και να δημιουργήσουν έναν ουσιαστικό ρυθμιστή της φαρμακευτικής αγοράς, ο οποίος είχε τους πόρους, σ' όλα τα επίπεδα, να παρέχει ουσιαστικές υπηρεσίες, σ' έναν άκρως ανταγωνιστικό και μεταβαλλόμενο περιβάλλον<sup>33</sup>.

Η νέα κοινή εταιρεία, Glaxo Smithkline, αντιπροσωπεύει σήμερα το 7,6% της παγκόσμιας αγοράς φαρμάκων και η αξία της αποτιμάται σε 114 δισ. Λίρες. Οι μέτοχοι της Glaxo κατέχουν το 58,75% της νέας εταιρείας και οι μέτοχοι της SmithKline Beecham το υπόλοιπο 41,25%. Η νέα εταιρεία είχε από

<sup>33</sup> GSK.,(2009), Social Responsibility, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.gsk.com/responsibility/index.htm>

τη στιγμή της σύστασης της ένα τεράστιο ετήσιο κύκλο εργασιών της τάξεως των 17 δισ. λιρών για τον πρώτο χρόνο δραστηριοποίησής της. Οι δύο εταιρείες αύξησαν τα κέρδη τους έως και 20% μέσα σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα<sup>34</sup>.

Η Glaxo σ' επίπεδο υποστήριξης της κοινωνίας και του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου, αλλά και σ' επίπεδο ευθύνης προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον, αναπτύσσει αρκετά προγράμματα στήριξης και προσφοράς. Η εταιρεία έχει αναπτύξει το πρόγραμμα «κατ' οίκον νοσηλείας» για παιδιά με καρκίνο, το πρόγραμμα πρόσβασης σε φτηνά φάρμακα, ειδικά των χωρών της Αφρικής και της Ασίας, όπου οι υιοί ως απόρροιας της ανέχειας και της φτώχειας μαστίζουν τους εκεί λαούς, το πρόγραμμα έρευνα και ανάπτυξη, όπου με δικούς της πόρους ερευνά τις θανατηφόρες ασθένειες στοχεύοντας να βρει θεραπείες και τέλος αναπτύσσει περιβαλλοντικά προγράμματα, προκειμένου να προστατέψει τη φύση και το περιβάλλον από τη συνεχή καταστροφή, την οποία προκαλεί και η ίδια μέσα από τις παραγωγικές της μονάδες.

### **3.2.1.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΔΡΑΣΗΣ ΕΚΕ**

Ο Σύλλογος Φλόγα, ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ο οποίος ασχολείται κυρίως με τα παιδιά, στοχεύοντας στην καλή σωματική και ψυχική τους υγεία, ξεκίνησε το 2007 σε συνεργασία με δύο παιδιατρικά νοσοκομεία να υλοποιεί πρωτοποριακό πρόγραμμα για παιδιά με καρκίνο με στόχο την αναβάθμιση της ιατρικής περίθαλψης και της ποιότητας ζωής τους<sup>35</sup>.

Ο οργανισμός Φλόγα ανακοίνωσε συγκεκριμένα ανήμερα της Παγκόσμιας Ημέρας Κατά του Καρκίνου της Παιδικής Ηλικίας την υλοποίηση προγράμματος κατ' οίκον νοσηλείας για παιδιά με καρκίνο, την οποία θα αναλάμβανε, με την εξ' ολοκλήρου χρηματοδότηση της GlaxoSmithKline<sup>36</sup>. Το όνομα του προγράμματος ήταν «*Κατ' οίκον νοσηλείας για παιδιά με καρκίνο*»

---

<sup>34</sup> GSK.,(2009), Historical Background, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.gsk.com>

<sup>35</sup> Φλόγα.,(2007), κατ' οίκον νοσηλείας για παιδιά με καρκίνο Αθήνα, 16 Φεβρουαρίου 2009, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από [http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art\\_id=7578](http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art_id=7578)

<sup>36</sup> GSK.,(2009), Social Responsibility, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.gsk.com/responsibility/index.htm>

### **3.2.1.2 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Ο βασικός στόχος του προγράμματος, είναι αρχικά η στήριξη στη περιοχή της Αττικής, των παιδιών με νεοπλασματική ασθένεια και στη συνέχεια η διεύρυνση του προγράμματος σ' όλες τις περιοχές της Ελλάδος. Οι ευρύτεροι στόχοι είναι οι ακόλουθοι<sup>37</sup>:

1. Ενίσχυση των επιλεγμένων Νοσοκομείων όπου εφαρμόστηκε το πρόγραμμα, το Νοσοκομείο Παιδων «Π. & Α. Κυριακού» και το Νοσοκομείο Παιδων «Αγία Σοφία».
2. Η πιλοτική αρχικά εφαρμογή του προγράμματος και η συνεχή μελέτη του ώστε το πρόγραμμα μέσα σε μια δεκαετία να πραγματώνεται στο σύνολο της Ελλάδος. Το πρόγραμμα αρχικά εφαρμόστηκε για έξι μήνες σε συνεργασία με την ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παιδων «Αγλαΐα Κυριακού» και στη συνέχεια επεκτάθηκε στις τρεις ογκολογικές κλινικές των δύο νοσοκομείων, εξυπηρετώντας όλα τα παιδιά με καρκίνο που ζουν στην Αττική.
3. Η κάλυψη των αναγκών των παιδιών με καρκίνο με επισκέψεις στο σπίτι, προκειμένου να αποφευχθεί η νοσηλεία και η ευρύτερη ταλαιπωρία του ασθενούς.

### **3.2.1.3 ΤΟ ΣΗΜΕΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Με βάση και τα προαναφερόμενα, κατανοούμε ότι το πρόγραμμα είχε ως σημείο αναφοράς του, να «χτυπήσει» τη μάστιγα του καρκίνου βοηθώντας παιδιά τα οποία είχαν το δυστύχημα να προσβληθούν από αυτή σε πολύ μικρή ηλικία. Το πρόγραμμα αναφέρετε ειδικά σ' οικογένειες που δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα ν' αντιμετωπίσουν το καρκίνο, μια και το κόστος νοσηλείας, οι χημειοθεραπείες, η πιθανή εγχείρηση, το κόστος των φαρμάκων είναι πολύ υψηλό.

---

<sup>37</sup> Κατζουράκης Γ.,(2008), Πρόγραμμα Κατ' οίκον νοσηλεία για παιδιά με Καρκίνο, Ανάκτηση στις 5-5-2009 από [http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art\\_id=7578](http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art_id=7578)

Σύμφωνα με τη πρόεδρο του Συλλόγου Φλόγα, Μαρία Τρυφωνίδη<sup>38</sup>: «Το πρόγραμμα «κατ' οίκον παροχής νοσηλευτικής φροντίδας» έρχεται να αντιμετωπίσει συγκεκριμένα προβλήματα, μειώνοντας τις ώρες αναμονής των παιδιών και των γονιών τους στα νοσοκομεία, αναβαθμίζοντας την ποιότητα ζωής τους μέσω παροχής υπηρεσιών στο σπίτι τους και βελτιώνοντας την πρόσβαση και περίθαλψη στο νοσοκομείο για τα παιδιά που πραγματικά χρειάζονται νοσοκομειακή περίθαλψη.»

#### **3.2.1.4 ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ**

Στην Ελλάδα υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο εμφανίζονται 270 νέες περιπτώσεις παιδιών με καρκίνο. Λόγω της διάρκειας της θεραπείας και της μακράς παρακολούθησης που απαιτείται, ο συνολικός αριθμός παιδιών με καρκίνο είναι δύσκολο να εκτιμηθεί. Τα παιδιά με καρκίνο συχνά απαιτείται να επισκέπτονται καθημερινά το νοσοκομείο για απλές ιατρικές πράξεις και παρακολούθηση, με αποτέλεσμα πολλές ώρες αναμονής στα νοσοκομεία, απουσία των παιδιών από τα σχολεία τους και των γονιών από την εργασία τους<sup>39</sup>.

Με βάση αυτό το δεδομένο η εταιρεία Glaxo, αποφάσισε να δώσει τη δυνατότητα μέσα από τις χορηγίες της, να επισκέπτονται γιατροί τα παιδιά με καρκίνο στο σπίτι τους. Η ιδέα αυτή της Glaxo βασίστηκε σε μια μελέτη σκοπιμότητας που πραγματοποιήθηκε το 2004 από την ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παίδων «Π. & Α. Κυριακού», η οποία έδειξε ότι από τις 444 επισκέψεις παιδιών με καρκίνο στο νοσοκομείο σε διάστημα ενός μηνός, το 23% θα μπορούσαν να εξυπηρετηθούν στο σπίτι. Στην Αθήνα υπάρχουν τρεις ογκολογικές κλινικές σε δύο παιδιατρικά νοσοκομεία και υπολογίστηκε ότι κάθε μήνα περίπου 300 επισκέψεις θα μπορούσαν να πραγματοποιούνται στο σπίτι, καλύπτοντας τις απλές ιατρικές ανάγκες των παιδιών που ζουν

---

<sup>38</sup> Τρυφωνίδη Μ.,(2008), Περιγραφή του Προγράμματος Κατ' οικον Νοσηλεία, Ανάκτηση στις 4-5-2009 από <http://www.iatronet.gr/>

<sup>39</sup> Παπαδόπουλος Σ.,(2008), Η υγεία στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.iatronet.gr/>



στην περιοχή της Αττικής. Αυτό αποτέλεσε το έναυσμα για την ανάπτυξη της δράσης<sup>40</sup>.

Σύμφωνα με τη Βασιλάτου Ελένη, η έρευνα του ογκολογικού τμήματος έδειξε την ανάγκη, η GSK, άδραξε την ευκαιρία, μια και για πρώτη φορά υπήρχε μια εμπειριστατωμένη και καλά σχεδιασμένη μελέτη και την υλοποίησε<sup>41</sup>. Τα αποτελέσματα της δράσης ήταν άκρως ικανοποιητικά μια και από τη στιγμή που έγινε υπάρχουν χιλιάδες παιδιά, τα οποία έπαψαν να επισκέπτονται το Νοσοκομείο και δέχονται επισκέψεις σε συγκεκριμένες ημερομηνίες στο χώρο τους. Αυτό μειώνει το βαθμό ταλαιπωρίας των παιδιών, ενώ συνάμα αυξάνει και τις πιθανότητες αντιμετώπισης του καρκίνου ειδικά σε ψυχολογικό επίπεδο.

Η επιτυχία του προγράμματος, αναφέρετε και μέσα από προηγούμενες σχετικές δράσεις της GSK..Συγκεκριμένα από το 1999, η GlaxoSmithKline Ελλάδα υποστηρίζει το 10ήμερο θεραπευτικό ταξίδι για τα παιδιά του Ιδρύματος Φλόγα στο Barretstown Camp στην Ιρλανδία. Κατά τη διάρκεια της διαμονής τους, τα παιδιά έχουν την ευκαιρία να ασχοληθούν με δραστηριότητες, εγκεκριμένες από ψυχολόγους βοηθώντας τα να ενισχύσουν την αυτό-εκτίμηση και αυτοπεποίθησή τους καθώς και να επανακτήσουν τη χαμένη παιδικότητά τους. Μέχρι σήμερα περισσότερα από 100 παιδιά του Ιδρύματος Φλόγα έχουν συμμετάσχει στο θεραπευτικό αυτό ταξίδι.

Η GlaxoSmithKline αποτελεί ιδρυτικό μέλος και τον μεγαλύτερο χορηγό του Προγράμματος της θεραπευτικής κοινότητας Barretstown στην Ιρλανδία όπου φιλοξενούνται παιδιά ηλικίας από 7 έως 17 ετών που πάσχουν από καρκίνο και άλλες σοβαρές ασθένειες. Σκοπός του προγράμματος είναι τα παιδιά που συμμετέχουν να επανακτήσουν τις δυνάμεις τους και να θωρακίσουν τον ψυχολογικό τους κόσμο με δύναμη και αυτοπεποίθηση. Το 2008 περίπου 1.721 παιδιά από 22 Ευρωπαϊκές χώρες επισκέφθηκαν το Barretstown. Βλέπουμε ότι η GSK έχει μεγάλη ευαισθησία στο συγκεκριμένο θέμα και βοηθά με τις δράσεις της και ψυχολογικά και σωματικά τα παιδιά με

---

<sup>40</sup> Π. & Α. Κυριακού.,(2005), Έρευνα για παιδιά με Καρκίνο, Ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παίδων «Π. & Α. Κυριακού»

<sup>41</sup> Βασιλάτου Ε.,(2007), Πρόγραμμα Κατ' οίκον Νοσηλεία, Ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παίδων «Π. & Α. Κυριακού»

καρκίνο. Η επιτυχία του προγράμματος αποδεικνύεται μέσα και πάλι από τα λόγια της Βασιλάτου Ελένη, η οποία αναφέρει ότι στο μέλλον παρόμοια στρατηγική θα μπορούσε να ακολουθηθεί και σ' άλλες ανίατες και επώδυνες ασθένειες<sup>42</sup>.

### 3.2.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝ

Η Εταιρία Τιτάν ιδρύθηκε το 1902 με την κατασκευή του πρώτου εργοστασίου της στην Ελευσίνα. Αποστολή της Εταιρίας ήταν και είναι να παράγει και να διαθέτει προϊόντα υψηλής ποιότητας προς χρήση από την κατασκευαστική βιομηχανία<sup>43</sup>.

Οι δραστηριότητες της Α.Ε. Τσιμέντων Τιτάν, μητρική εταιρία του Ομίλου Τιτάν καλύπτουν ένα ευρύτατο φάσμα προϊόντων, από αδρανή μέχρι φαιό και λευκό τσιμέντο, σκυρόδεμα, κονιάματα και επεξεργασμένη ιπτάμενη τέφρα, καθώς επίσης θαλάσσιες και χερσαίες μεταφορές και άλλες σχετικές υπηρεσίες.

Η εισαγωγή των μετοχών της στο ΧΑΑ έγινε το 1912 και το 1948 έκανε τις πρώτες εξαγωγές στη Μέση Ανατολή. Μέσω προσεκτικού σχεδιασμού και σωστής στρατηγικής η Εταιρία αναπτύχθηκε σημαντικά διατηρώντας τις παραδοσιακές αρχές, την αξιοπιστία και το κύρος της. Η ανάπτυξή της βοηθήθηκε σημαντικά μέσω των κοινοπραξιών στο Beni Suef (1999) και στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου (2002), εξαγορές της Tarmac America Inc. (2000) με εργοστάσια στη Βιρτζίνια και την Φλόριντα και της τσιμεντοβιομηχανίας στο Kosjeric της Σερβίας καθώς και της εταιρίας STI στις ΗΠΑ.

Ο πυρήνας των δραστηριοτήτων του Ομίλου Τιτάν αποτελείται από 11 μονάδες παραγωγής τσιμέντου σε 6 χώρες, σταθμούς διανομής τσιμέντου στις ΗΠΑ και στη Δυτική Ευρώπη καθώς και 4 εργοστάσια τσιμέντου σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Ο Όμιλος εξυπηρετεί κυρίως ανάγκες σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Τα προϊόντα του χρησιμοποιούνται επί των πλείστον για την κατασκευή ιδιόκτητων κτιρίων, κατοικιών και γραφείων ενώ

<sup>42</sup> Βασιλάτου Ε.,(2007), Πρόγραμμα Κατ' οίκον Νοσηλεία, Ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παίδων «Π. & Α. Κυριακού»

<sup>43</sup> Τιτάν, 2003, Απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης

μικρότερες ποσότητες αναφέρονται σε δημόσια έργα όπως κατασκευή οδών, γεφυρών, σχολείων κτλ. Ακολουθεί η ιστορία της Εταιρίας κατά χρονολογική σειρά.

### **3.2.2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΡΑΣΗΣ ΕΚΕ**

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, πέρα από τη συμμόρφωση προς τη νομοθεσία, αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της φιλοσοφίας της Εταιρίας Τιτάν από την στιγμή της ίδρυσής της. Οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρακτικές αντανακλούν τις θεμελιώδεις αρχές και αξίες των ιδρυτών του Τιτάν.

Το ενδιαφέρον της επιχείρησης για την διασφάλιση των εργαζομένων της, για την μείωση των επιπτώσεων της λειτουργίας της στο περιβάλλον και για την παροχή κοινωνικού έργου είναι φανερό καθ' όλη την επιχειρηματική της πορεία.

Συγκεκριμένα το 1922 προχωρά στην ασφάλιση των εργαζομένων της για ατυχήματα στους χώρους εργασίας και μετά από δύο χρόνια μειώνει της ώρες εργασίας για το εργατοτεχνικό προσωπικό της.

Το 1934 χορηγεί επίδομα Χριστουγέννων ίσο προς την αμοιβή ενός μηνός και στην συνέχεια επίδομα Πάσχα ίσο προς το μισό της αμοιβής ενός μηνός<sup>44</sup>.

Το 1960 εγκαθιστά πρώτη στην Ελλάδα το ηλεκτροστατικό φίλτρο και προσλαμβάνει γιατρούς εργασίας σε όλα τα εργοστάσιά της καθώς και κοινωνικούς λειτουργούς λίγο αργότερα. Το 1969 παρέχει επίδομα γάμου στους εργαζομένους της ίσο προς την αμοιβή ενός μηνός.

Η έναρξη συστηματικής περιβαλλοντικής διαχείρισης ξεκινά δύο χρόνια μετά περιλαμβανομένης της αποκατάστασης και αναδάσωσης λατομείων. Μέχρι της αρχές του 1980 σχηματίζονται μικτές Επιτροπές εργαζομένων για την πρόληψη ατυχημάτων και για την υγιεινή εργασίας και ο Όμιλος Τιτάν προβαίνει στην διοργάνωση προγραμμάτων «δια βίου εκπαίδευσης» για όλο το προσωπικό της.

---

<sup>44</sup> Τιτάν, 2003, Απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης

Η επιχείρηση Τιτάν συνεχίζει να καινοτομεί στον χώρο των επιχειρήσεων τσιμέντου με την εφαρμογή το 1985 μιας νέας πολιτικής για τη μείωση της βιομηχανικής ηχορύπανσης. Τρία χρόνια αργότερα η Εταιρία αποδίδει στο προσωπικό της ετήσιο επίδομα αδείας ίσο προς το μισό της αμοιβής ενός μηνός, επί πλέον του νόμιμου σχετικού επιδόματος και υλοποιεί Προγράμματα Επαγγελματικού Προσανατολισμού για τα παιδιά του προσωπικού και τους μαθητές των γειτονικών κοινοτήτων.

Ακόμα συμμετέχει στην ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου ΕΚΕ (2000), στην Πρωτοβουλία ΦΑΟΣ για την πρόληψη ατυχημάτων στα σχολεία (2000), στην Πρωτοβουλία των Ηνωμένων Εθνών για ένα Οικουμενικό Σύμφωνο (2002) και στο Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη όπως και στην κλαδική πρωτοβουλία Cement Sustainability Initiative (2003).

### **3.2.2.2 ΤΙΤΑΝ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΣΥΝΕΙΔΗΣΗΣ**

Ο Όμιλος Τιτάν αναγνωρίζει την σημαντικότητα της κοινωνικής ευθύνης στο πεδίο της προστασίας του περιβάλλοντος και εφαρμόζει αυστηρή πολιτική. Τα σημεία της ακολουθούμενης πολιτικής συγκεκριμένα είναι<sup>45</sup>:

- Εισαγωγή και ενσωμάτωση των βέλτιστων διαθέσιμων τεχνολογιών
- Διαρκής συνειδητοποίηση του κινδύνου ατυχημάτων και ετοιμότητα για πρόληψη
- Αυστηρή εφαρμογή σε όλο τον Όμιλο Τιτάν της εταιρικής πολιτικής για το περιβάλλον (φροντίδα για την κοινωνία και τη φύση)
- Συνεχείς και συνεπείς προσπάθειες για περιορισμό των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων από βιομηχανικές δραστηριότητες
- Καθορισμός υψηλών στόχων και παρακολούθηση της συντελούμενης προόδου
- Πρωτοποριακές νέες εφαρμογές των πιο προηγμένων τεχνολογικών εξελίξεων

---

<sup>45</sup> Τιτάν, 2003, Απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης

- Καθορισμός περιβαλλοντικών στόχων σε συμφωνία με εθνικές και ευρωπαϊκές οργανώσεις
- Παροχές πληροφοριών με πνεύμα συνεργασίας και αμοιβαίου σεβασμού

### **3.2.2.3 ΣΗΜΕΙΟ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Είναι απαραίτητο να αναφέρουμε ότι ο Όμιλος Τιτάν για να διασφαλίσει ότι όλοι οι εργαζόμενοι και συνεργάτες του έχουν πλήρη και βαθιά γνώση των εταιρικών αξιών και αρχών δημιούργησε και εισήγαγε έναν εταιρικό κώδικα συμπεριφοράς. Ο κώδικας αυτός καθορίζει τα πρότυπα και τις δεσμεύσεις του Ομίλου σε σχέση με τα ενδιαφερόμενα μέρη όπως εργαζόμενοι, μέτοχοι, πελάτες, προμηθευτές και τοπικές κοινότητες.

Εφαρμόζεται σε όλες τις μονάδες του Ομίλου ώστε η επιχείρηση να διαθέτει μία ενιαία, σταθερή συμπεριφορά που τονίζει το κύρος και τη φερεγγυότητά της. Επίσης ο κώδικας αυτός συνδέει την πολιτική της επιχείρησης όσον αφορά το περιβάλλον, την υγεία, την ασφάλεια και την διαχείριση ανθρωπίνων πόρων σε παγκόσμιο επίπεδο<sup>46</sup>.

Λόγω της διεθνούς επέκτασης του Ομίλου και της αυξανόμενης απαίτησης για υπευθυνότητα η διοίκηση του Τιτάν δημιούργησε την Επιτροπή ΕΚΕ που αποτελείται από τρία μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και το Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού καθώς και τη Διεύθυνση ΕΚΕ που έχει την ευθύνη υποστήριξης και συντονισμού της εφαρμογής της στρατηγικής ΕΚΕ.

Όλοι οι νέο-προσλαμβανόμενοι υπάλληλοι συμμετέχουν σε προγράμματα ένταξης κατά την διάρκεια των οποίων ενημερώνονται διεξοδικά για τον κώδικα συμπεριφοράς.

Σε τακτά χρονικά διαστήματα οι υπάλληλοι συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα όπου αναφέρεται η στρατηγική που έχει θέσει η επιχείρηση όσο αναφορά την αναβάθμιση των περιβαλλοντικών

---

<sup>46</sup> Τιτάν, 2003, Απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης

προδιαγραφών καθώς και τις νέες προηγμένες τεχνολογίες που βοηθούν στην μείωση των βλαβερών επιπτώσεων της λειτουργίας των εργοστασίων της στο περιβάλλον όπως την ελαχιστοποίηση των εκπομπών από την παραγωγική διαδικασία. Γίνεται παροχή πληροφοριών σε πνεύμα συνεργασίας με σκοπό την δημιουργία οικολογικής ηθικής ανάμεσα στους εργαζομένους και τονίζεται συνεχώς ο υψηλός κίνδυνος ατυχημάτων (εκδήλωση πυρκαγιάς, διαρροή βλαβερών αερίων) από απρόσεκτη συμπεριφορά.

#### **3.2.2.4 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΣΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ**

Ο Όμιλος Τιτάν έχει αποκτήσει τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μεσοπρόθεσμα οφέλη μέσω της κοινωνικής δραστηριότητάς του όσο αναφορά την προστασία του περιβάλλοντος και των δικαιωμάτων των εργαζομένων.

Ο αποτελεσματικός έλεγχος των εκπομπών ρύπων μέσω των βέλτιστων διαθέσιμων τεχνολογιών μπορούν να οδηγήσουν σε μείωση του κόστους όταν τέτοιου είδους επενδύσεων γίνεται από την εταιρία με δικό της χρονοδιάγραμμα αντί να της επιβάλλονται από τον νόμο ή τον ανταγωνισμό σε στιγμές που αδυνατεί να ανταπεξέλθει λόγω οικονομικής στενότητας. Εάν μάλιστα αναλάβει πρωτοβουλία και προχωρήσει σε μια τέτοια επένδυση πρώτη, χωρίς ακόμη να έχει χαρακτηριστεί αναγκαία θα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου. Ακόμα η χρησιμοποίηση βιομηχανικών παραπροϊόντων ως υποκατάστατων συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας καθώς και φυσικών πόρων κάτι που ευνοεί συγχρόνως περιβάλλον και επιχείρηση<sup>47</sup>.

Η αποκατάσταση λατομείων αυξάνει την αξιοπιστία της επιχείρησης και ενισχύει την πιθανότητα απόκτησης νέων αδειών εκμετάλλευσης. Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και οι καλές εργασιακές σχέσεις έχουν άμεση θετική επίδραση στην παραγωγικότητα και βοηθούν στην προσέλκυση και στην παραμονή ικανού εργατοτεχνικού προσωπικού. Ο Τιτάν ανέκαθεν έδινε

---

<sup>47</sup> Frazer, B.W., 2005, "Corporate Social Responsibility", Vol. 13, pp. 42 – 47.

και εξακολουθεί να δίνει ιδιαίτερη έμφαση στον αμοιβαίο σεβασμό και εμπιστοσύνη με τις τοπικές κοινότητες.

Μέσω των διακριτικών πρωτοβουλιών του υπό μορφή δωρεών, βοήθειας σε κατοίκους της περιοχής, οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, χορηγήσεις και γενικώς ενεργή συμμετοχή και ενδιαφέρον για τα κοινά, συντέλεσε στο χτίσιμο μιας υπεύθυνης κοινωνικής εικόνας κερδίζοντας την ευνοϊκή αντιμετώπιση της κοινωνίας και των τοπικών αρχών. Συγκεκριμένα η επιτυχημένη συμβολή του σε μια σειρά από δημόσια έργα, προγράμματα αναδάσωσης, παιδικές χαρές και βιβλιοθήκες του πρόσφερε μεγάλο προτέρημα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες του κλάδου της σε δημοπρατήσεις δημοσίων έργων για την προμήθεια τους με τσιμέντο και άλλα δομικά υλικά. Επίσης η Εταιρία έχει στο πλευρό της ένα ισχυρό σύμμαχο που σε διάφορες περιπτώσεις όπως πιθανής επέκτασής της στην περιοχή θα αποδειχθεί πολύ χρήσιμος.

### **3.2.3 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ NOVARTIS**

Η Novartis (Hellas) A.E.B.E., η οποία ανήκει στον Όμιλο Novartis AG, είναι μια πρωτοπόρος και δυναμική εταιρεία στον ελληνικό φαρμακευτικό χώρο. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες της Novartis (Hellas) A.E.B.E., στην οποία εργάζονται 470 άτομα, επικεντρώνονται στους τομείς των Συνταγογραφούμενων Ιδιοσκευασμάτων και των Μη Συνταγογραφούμενων Φαρμάκων (OTC). Τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας ευρίσκονται στη Μεταμόρφωση Αττικής, ενώ λειτουργούν γραφεία της εταιρείας στη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα, το Ηράκλειο Κρήτης, τα Ιωάννινα, τη Λάρισα και την Καβάλα.

Στην Ελλάδα, η Novartis “αγκαλιάζει” τα παιδιά στα «Παιδικά Χωριά SOS», βρίσκεται κοντά στους ηλικιωμένους στο Γηροκομείο Αθηνών, δενδροφύτεσαι μια καμένη πλαγιά του Διονύσου και έζησε μια ολόκληρη μέρα με τα παιδιά του Συλλόγου «Το Χαμόγελο του Παιδιού». Στις 19 Μαΐου 2008, οι εργαζόμενοι στα γραφεία της Μεταμόρφωσης φύτεψαν περισσότερα από 1.500 φυτά σε 6 κεντρικές πλατείες του δήμου. Οι εργαζόμενοι στην

Θεσσαλονίκη επέλεξαν να καθαρίσουν την Ακτή του Δήμου Πυλαίας, όπου η αλόγιστη καταστροφή της φύσης ξεπερνά κάθε φαντασία.

Το 2008, η Novartis ενίσχυσε πολυάριθμα ερευνητικά και εκπαιδευτικά προγράμματα Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων, Κλινικών, Ιατρικών Εταιρειών. Παράλληλα, ενίσχυσε Συλλόγους Ασθενών και Κοινωνικές Οργανισμούς που έχουν σκοπό την υποστήριξη των πασχόντων συνανθρώπων μας.

Επιπλέον, η Novartis Hellas ήταν χορηγός εκδηλώσεων του Μήνα Ενημέρωσης για τον Καρκίνο του Μαστού. Η ενημέρωση και η ενεργός συμμετοχή της κοινωνίας αποτελούν την ασπίδα προστασίας μας από τον Καρκίνο του Μαστού, μέσω της Εθνικής Αντικαρκινικής Εκστρατείας «Η ζωή νικά τον καρκίνο». Η Novartis Hellas, συμβάλλοντας στο δύσκολο έργο της ευαισθητοποίησης του κοινού σε θέματα υγείας, συμμετέχει ενεργά στις εκδηλώσεις της Εθνικής Αντικαρκινικής Εκστρατείας, που πραγματοποιούνται υπό την αιγίδα του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης.

Στο κομμάτι των υποτροφιών η Novartis στηρίζει την επιστημονική κοινότητα και ιδιαίτερα τους νέους επιστήμονες στο ερευνητικό τους έργο με χορηγίες υποτροφιών. Έτσι, το 2008 προχώρησε στην επιχορήγηση του Προγράμματος Υποτροφίας «Κωνσταντίνου Τέντα» συμβάλλοντας στο φιλόδοξο εκπαιδευτικό πρόγραμμα της. Παράλληλα, τον Φεβρουάριο του 2008, το Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής (ΕΛ.Ι.ΓΑΣΤ), ανακοίνωσε υποτροφία διάρκειας 12 μηνών στους τομείς της Γαστρεντερολογίας και της Ηπατολογίας, στο Βέλγιο με χορηγία της Novartis Hellas

Τέλος, τον Μάρτιο του 2008, ανακοινώθηκε η υποτροφία Ζετούς διάρκειας στον Τομέα της Οργανικής και Φαρμακευτικής Χημείας, η οποία πραγματοποιείται με χορηγία της Novartis Hellas. Η Novartis Hellas, αναγνωρίζοντας τις ανάγκες μετεκπαίδευσης των αιματολόγων, συνεχίζει και το 2008 την χορηγία τεσσάρων υποτροφιών<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Novartis Hellas, ανακτημένο από:  
<http://www.novartis.gr/NovartisHellas/tabid/62/Default.aspx>



Η Novartis προσφέρει σε επιλεγμένους φοιτητές κορυφαίων πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων από όλο τον κόσμο πρακτική εμπειρία στον Τομέα της Βιοτεχνολογίας. Στη Novartis, οτιδήποτε γίνεται έχει ως επίκεντρο τον ασθενή. Με πίστη στις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, στηρίζει και ενισχύει εκδηλώσεις Ιατρικών Εταιρειών, Συλλόγων και άλλων φορέων που στόχο έχουν να ενημερώσουν και να ευαισθητοποιήσουν το κοινό σχετικά με την πρόληψη διαδεδομένων παθήσεων.

### **3.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ**

Στο μέλλον οι προσεγγίσεις στο θέμα της ΕΚΕ θεωρείται ότι θα ποικίλλουν και διαμορφώνονται ανάλογα με την οπτική γωνία που βλέπει κάθε επιχειρηματίας την CSR. Η ίδια κατεύθυνση ξεκαθαρίζει επίσης τη θέση της Επιτροπής απέναντι στην CSR και δίνει στην ευρωπαϊκή εταιρεία την ελευθερία να αποφασίσει εκείνη για την πολιτική κατεύθυνση, η οποία θα της προσδώσει νέο κύρος και θα χρησιμεύσει ως βάση για συνεχή διάλογο μεταξύ όλων των μετόχων. Στο σημείο αυτό, η Επιτροπή προτείνει την επανάληψη του πολυμετοχικού φόρουμ με τον ίδιο στόχο, ώστε να καταστεί δυνατό να ενημερωθούν όλες οι ευρωπαϊκές εταιρείες για τη νέα τάση της κοινωνικής ευθύνης τους<sup>49</sup>.

Μόνο η χρήση της CSR ως βασικό σκεπτικό μιας επιχείρησης δεν αρκεί για να φθάσει ο χρήστης στο ποθούμενο αποτέλεσμα. Αναγνωρίζει ότι οι εταιρείες είναι οι πρωταγωνιστές της διαδικασίας αυτής και πρέπει να τους δίνεται η ευκαιρία και οι δυνατότητες να καθορίζουν στο μεγαλύτερο δυνατό επίπεδο την εμπλοκή τους σε ανάλογες δράσεις που να αποδεικνύουν το κοινωνικό τους πρόσωπο.

Για να στηρίξει αυτή την προοπτική -και όχι για να ασκήσει πίεση- καταρτίζει μια ατζέντα που θα προσφέρει τις καλύτερες ευκαιρίες σε εταιρείες που οι δράσεις τους θα επηρεάζουν θετικά τους εργαζόμενους, το κοινωνικό σύνολο και την κυβέρνηση και να τις ενθαρρύνει να θέσουν υψηλότερα τον τη κοινωνική επιχειρηματική δράση με προοπτική να γίνουν περισσότερο

---

<sup>49</sup> Frazer, B.W., 2005, "Corporate Social Responsibility", Vol. 13, pp. 42 – 47.

ανταγωνιστικές.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ), προωθεί ένα όραμα για τη λογοδοσία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερομένων πέραν των μετόχων και των επενδυτών. Οι βασικοί τομείς ενδιαφέροντος της ΕΚΕ είναι η προστασία του περιβάλλοντος και της ευημερίας των εργαζομένων, της κοινότητας και της κοινωνίας των πολιτών εν γένει, τόσο σήμερα όσο και στο μέλλον<sup>50</sup>. Η έννοια της ΕΚΕ στηρίζεται στην ιδέα ότι οι εταιρείες δεν μπορούν πλέον να λειτουργούν ως απομονωμένες οικονομικές οντότητες που δραστηριοποιούνται απομακρυσμένες από την κοινωνία.<sup>51</sup> Οι παραδοσιακές απόψεις σχετικά με την ανταγωνιστικότητα, την επιβίωση και την αποδοτικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν υπάρχουν πλέον. Ορισμένες από τις αιτίες που ωθούν τις επιχειρήσεις προς την κατεύθυνση της ΕΚΕ είναι οι ακόλουθες:

## **1. Η συρρίκνωση του ρόλου της κυβέρνησης**

Στο παρελθόν, οι κυβερνήσεις επικαλούνταν τη νομοθεσία και τους κανονισμούς για την επίτευξη κοινωνικών και περιβαλλοντικών στόχων στον τομέα των επιχειρήσεων. Η συρρίκνωση όμως των κυβερνητικών πόρων, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη δυσπιστία για τους κανονισμούς, έχει οδηγήσει στην ανάληψη εθελοντικών και μη κανονιστικών πρωτοβουλιών.

## **2. Απαιτήσεις για μεγαλύτερη δημοσιοποίηση**

Υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση για την αποκάλυψη των εταιριών από τους ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των πελατών, των προμηθευτών, των εργαζομένων, των κοινοτήτων, των επενδυτών, και των ακτιβιστικών οργανώσεων.

---

<sup>50</sup> Carroll, A.B., 1991, "The pyramid of corporate social responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, 34, p. 39 – 48.

<sup>51</sup> Frazer, B.W., 2005, "Corporate Social Responsibility", Vol. 13, pp. 42 – 47.

### **3. Η αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών**

Υπάρχουν στοιχεία που δείχνουν ότι η δεοντολογική συμπεριφορά των εταιρειών ασκεί αυξανόμενη επιρροή στις αγοραστικές αποφάσεις των πελατών. Σε μια πρόσφατη έρευνα της Διεθνούς Environics, περισσότεροι από ένα στους πέντε καταναλωτές ανέφεραν ότι είτε επιβράβευσαν είτε τιμώρησαν εταιρείες με βάση τις κοινωνικές επιδόσεις που αυτές είχαν.

### **4. Οι αυξανόμενες πιέσεις των επενδυτών**

Οι επενδυτές αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο αξιολογούν τις επιδόσεις των εταιριών, και λαμβάνουν αποφάσεις που βασίζονται σε κριτήρια που περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, και ηθικές ανησυχίες.

### **5. Οι ανταγωνιστικές αγορές εργασίας**

Οι εργαζόμενοι αναζητούν περισσότερα πράγματα από ένα μισθό και μπόνους, θέλουν εργοδότες των οποίων οι φιλοσοφίες και οι πρακτικές λειτουργίας να ταιριάζουν με τις δικές τους αρχές. Προκειμένου να μπορούν να προσλαμβάνουν και να διατηρούν εξειδικευμένους εργαζόμενους, οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να βελτιώσουν τις συνθήκες εργασίας.

### **6. Οι σχέσεις με τους προμηθευτές**

Λόγω του ότι τα ενδιαφερόμενα μέρη ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για τις επιχειρηματικές υποθέσεις, πολλές εταιρίες λαμβάνουν μέτρα για να διασφαλίσουν ότι οι εταίροι τους συμπεριφέρονται με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο. Ορισμένες από αυτές έχουν καθιερώσει κώδικες δεοντολογίας για τους προμηθευτές τους για να εξασφαλίσουν ότι οι προμηθευτές δεν θα χρησιμοποιήσουν πολιτικές ή πρακτικές που θα αμαυρώσουν τη φήμη τους. Ορισμένα από τα θετικά αποτελέσματα που μπορεί να προκύψουν όταν οι επιχειρήσεις υιοθετούν την πολιτική της κοινωνικής ευθύνης περιλαμβάνουν:

1. Εταιρικά οφέλη: Βελτιωμένες οικονομικές επιδόσεις, χαμηλότερο κόστος λειτουργίας, βελτιωμένη εικόνα της επωνυμίας και φήμη, αύξηση των πωλήσεων και της εμπιστοσύνης των πελατών, αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας, μεγαλύτερη ικανότητα προσέλκυσης και διατήρησης των εργαζομένων, μειωμένη ρυθμιστική εμποπτεία, πρόσβαση σε κεφάλαια, πολυμορφία του εργατικού δυναμικού και ασφάλεια των προϊόντων.

2. Οφέλη για την κοινότητα και το ευρύ κοινό<sup>52</sup>: Φιλανθρωπικές εισφορές, προγράμματα εργαζομένων εθελοντών, εταιρική συμμετοχή σε κοινοτικά προγράμματα για την εκπαίδευση, την απασχόληση και προγράμματα για τους άστεγους και ασφάλεια των προϊόντων και ποιότητα.

3. Πλεονεκτήματα για το περιβάλλον: αύξηση της ανακύκλωσης υλικών, βελτίωση της λειτουργικότητας και της αντοχής του προϊόντος, μεγαλύτερη χρήση των ανανεώσιμων πόρων, ενσωμάτωση εργαλείων περιβαλλοντικής διαχείρισης στα επιχειρηματικών σχεδίων, συμπεριλαμβανομένης της αξιολόγησης του κύκλου ζωής και της κοστολόγησης, προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης, καθώς και οικολογική σήμανση. Ωστόσο, πολλές μικρομεσαίες εταιρείες εξακολουθούν να παραβλέπουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην αλυσίδα εφοδιασμού τους - για παράδειγμα εισάγουν και πωλούν ξυλεία που είναι παράνομα υλοτομημένη. Ενώ οι κυβερνήσεις μπορούν να επιβάλουν εμπάργκο και κυρώσεις για τις παράνομες επιχειρήσεις, οι επιχειρήσεις μπορούν να δεσμευτούν για την αειφορία με το να είναι πιο απαιτητικές όσον αφορά στην επιλογή των προμηθευτών.

Η έννοια της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων είναι πλέον βαθιά ριζωμένη στην παγκόσμια επιχειρηματική ατζέντα. Αλλά για να περάσουμε από τη θεωρία στην συγκεκριμένη δράση, πρέπει να ξεπεραστούν πολλά εμπόδια.

Μια βασική πρόκληση που αντιμετωπίζει η σύγχρονη επιχείρηση είναι η ανάγκη για πιο αξιόπιστους δείκτες της προόδου στον τομέα της εταιρικής

---

<sup>52</sup> Arlow, P. & Gannon M.1982, " Social Responsiveness, corporate structure and economic performance, Academy of Management Review, p. 235-241.

κοινωνικής ευθύνης, μαζί με τη διάδοση των στρατηγικών ΕΚΕ. Η διαφάνεια και ο διάλογος μπορούν να βοηθήσουν στο να γίνει μια επιχείρηση πιο αξιόπιστη, και την ίδια στιγμή να ανέβουν τα πρότυπα (standards) των άλλων επιχειρήσεων.<sup>53</sup>

Οι επικριτές της ΕΚΕ, θεωρούν ότι αμφισβητούν την σχέση της ΕΚΕ με την φύση της επιχείρησης και θεωρούν ότι τα κίνητρα της σχετίζονται περισσότερο με την ανειλικρίνεια και την υποκρισία. Πιστεύουν ότι είναι αποτελεσματικότερο να επιβληθούν κυβερνητικές και διεθνείς ρυθμίσεις προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι επιχειρήσεις θα συμπεριφέρονται με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο.

Όσον αφορά στην σχέση της ΕΚΕ με την φύση των επιχειρήσεων, οι επικριτές υποστηρίζουν ότι σκοπός των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή προϊόντων και η απόδοση κερδών στους μετόχους. Θεωρητικοί όπως ο Milton Friedman και άλλοι πάνε ένα βήμα παραπέρα και υποστηρίζουν ότι ο στόχος των εταιριών είναι η μεγιστοποίηση των αποδόσεων προς τους μετόχους της, και ότι μόνο οι άνθρωποι μπορούν να έχουν κοινωνικές ευθύνες, οι εταιρείες είναι υπεύθυνες μόνο για τους μετόχους τους και όχι για την κοινωνία ως σύνολο. Αν και παραδέχονται ότι εταιρείες θα πρέπει να τηρούν τη νομοθεσία της χώρας στην οποία εργάζονται, αυτές δεν έχουν καμία άλλη υποχρέωση ως προς την κοινωνία.

Άλλοι επικριτές της ΕΚΕ υποστηρίζουν ότι κάποιες εταιρίες όπως η British American Tobacco κ.α. χρησιμοποιούν την ΕΚΕ προκειμένου να αποσπάσουν το ενδιαφέρον του κοινού από ηθικά ζητήματα που τίθενται σχετικά με τις βασικές τους λειτουργίες. Υποστηρίζουν ότι ορισμένες εταιρείες ξεκινούν τα προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τα εμπορικά οφέλη που απολαμβάνουν μέσω της αύξησης η φήμη τους με το κοινό ή με την κυβέρνηση. Υποστηρίζουν ότι οι εταιρίες που υπάρχουν μόνο για να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη είναι δεν είναι σε θέση να προωθήσει τα συμφέροντα της κοινωνίας στο σύνολό της.

---

<sup>53</sup> Dierkes, M., 1990, "A new Challenge to the Social Role of Business", Atlantic Economic Journal, Vol.18 (3), p. 38-41.

Ένα άλλο πρόβλημα είναι όταν οι εταιρείες προωθούν την ΕΚΕ δεσμεύονται επίσης για αειφόρο ανάπτυξη, ενώ στην πραγματικότητα ασκούν επιβλαβείς επιχειρηματικές πρακτικές.<sup>54</sup> Για παράδειγμα, η Mc Donald's ενώ προωθεί την ΕΚΕ, οι μισθοί των εργαζομένων της είναι ιδιαίτερα χαμηλοί, εργάζονται σε ανθυγιεινά περιβάλλοντα και τα δε προϊόντα της αποτελούν κίνδυνο για την υγεία λόγω της υψηλής περιεκτικότητάς τους σε λίπος.

Παρά τα προβλήματα που προαναφέρθηκαν και τη χρήση της ΕΚΕ από ορισμένες εταιρίες ως συγκάλυψη για κακές επιχειρηματικές πρακτικές δεν θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι όλες οι εταιρίες δρουν κατά τον ίδιο τρόπο.

---

<sup>54</sup> Lantos, G.P., 2001, " The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility", Journal of Consumer Marketing, Vol. 18 (7), p. 595 – 630.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

### 4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στα προηγούμενα κεφάλαια αναπτύχθηκε το αντικείμενο της έρευνας δηλαδή η έννοια της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και η διάστασή της. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο ασχολείται με την μεθοδολογία, τους διερευνητικούς σκοπούς και τους περιορισμούς που παρουσιάστηκαν κατά την προσέγγιση αλλά και την στρατηγική της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε ως προς την ερευνητική διαδικασία.

Η Μεθοδολογία της έρευνας αναλύεται μέσα από τρεις βασικές μεθόδους που χρησιμοποιούνται σε μία μελέτη: το θετικισμό, τη φαινομενολογία και την ενεργητική μελέτη. Υπάρχουν ποικίλα μέσα μεθοδολογίας έρευνας. Εδώ θα επικεντρωθούμε στα τρία πιο βασικά, το θετικισμό, τη φαινομενολογία και την ενεργητική μελέτη.

Ο θετικισμός και η φαινομενολογία είναι φιλοσοφικές έννοιες των κοινωνικών επιστημών. Κάθε φιλοσοφική έννοια έχει τις δικές της αρχές και αξίες και στηρίζεται σε διαφορετικές ερευνητικές απόψεις. Φυσικά κάθε ερευνητής ακολουθεί κάποιες από τις φιλοσοφικές αυτές έννοιες. Συχνότερα οι ερευνητές στηρίζονται στην αντίστροφη φιλοσοφία κατά τη διάρκεια της μελέτης τους δηλαδή αντιστρέφουν τα γεγονότα προκειμένου να δούνε τι θα γινόταν στην πραγματικότητα αν τα γεγονότα θα συνέβαιναν διαφορετικά. Ο θετικισμός σαν φιλοσοφία παρουσιάζει πως πραγματικά είναι τα γεγονότα και πώς θα έπρεπε να τα μελετήσουμε στηριζόμενοι σε λογικά επιχειρήματα προκειμένου να φτάσουμε στο επιθυμητό αποτέλεσμα .

Κάποια από τα βασικά συμπεράσματα στα οποία καταλήγουμε χρησιμοποιώντας αυτή τη μέθοδο είναι: 1) Ότι ο ερευνητής πρέπει να λειτουργεί ανεξάρτητα και ανεπηρέαστα προκειμένου να καταλήξει σε σωστά συμπεράσματα. 2) Ο ερευνητής πρέπει να στηρίζεται μόνο σε στοιχεία τα οποία απορρέουν από την ερευνά του και όχι από τα προσωπικά του πιστεύω και τις αξίες που τον χαρακτηρίζουν. 3) Ο ερευνητής πρέπει να δίνει σημασία μόνο στα γεγονότα. Συγχρόνως πρέπει να γνωρίζει τις γνώμες άλλων

ερευνητών να έχει γνώση της βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας του θέματος που αναλύει άλλα και της νομοθεσίας που το διέπει αν υπάρχει. Ο ερευνητής εφόσον έχει γνώση όλων των παραπάνω πρέπει να έχει την αφαιρετική ικανότητα να κρατάει από όλα τα στοιχεία που γνωρίζει μόνο αυτά που πραγματικά των ενδιαφέρουν. 4) Ο ερευνητής πρέπει να υποστηρίξει το θέμα του χρησιμοποιώντας λειτουργικά μέσα όπως ερωτηματολόγια έχοντας ένα μεγάλο δείγμα προκειμένου να προχωρήσει σε στατιστική ανάλυση.

Αντίθετα με τον θετικισμό η φαινομενολογική έρευνα παρουσιάζει τον κόσμο να στηρίζεται μόνο σε κοινωνικά θεμέλια και όχι σε αντικειμενικά . Γι αυτό το λόγο ο ερευνητής δεν χρειάζεται να στηριχτεί σε ανάλυση συμπεριφορών και γεγονότων αλλά σε φαινομενικά κριτήρια όπως η εμπειρία . Ο ερευνητής μπορεί να μελετάει τους γύρω του ακόμα και τον ίδιο του τον εαυτό, όποτε όμως τον “συμφέρει” μπορεί να αφαιρέσει τον εαυτό του από αυτή τη μελέτη.

Από την άλλη στην φαινομενολογική μέθοδο ο ερευνητής πέρα από την επιφάνεια των γεγονότων πρέπει να ερευνήσει και τους δευτερεύοντες παράγοντες στους οποίους στηρίζονται αυτά τα γεγονότα. Πρέπει να ελέγχει το κάθε στοιχείο σαν μια ολοκληρωμένη εικόνα , και να παράγει τις δικές του ιδέες και αντιλήψεις . Σε γενικές γραμμές η φαινομενολογική έρευνα βασίζεται σε γνώμες και αντιλήψεις άλλων πάνω στις οποίες πρέπει να στηρίζεται ο ερευνητής για να διαμορφώσει τις δικές του ιδέες και απόψεις για το θέμα.

Η τρίτη ερευνητική μέθοδος είναι η δραστική έρευνα. Αυτή η μέθοδος δανείζεται πολλά από τις προηγούμενες. Η βασική παράμετρος αυτής της μεθόδου είναι η βάση για την αλλαγή . Η αλλαγή είναι ο βασικός στόχος μιας έρευνας. Το κλασικό μοντέλο της δραστικής μελέτης στηρίζεται σε πέντε βασικές παραμέτρους: σκοπός και επιλογή, μελέτη, αλλαγή βασισμένη σε στοιχεία - πληροφορίες αλλά και την αίσθηση του ερευνητή, προσωπική άποψη στην έρευνα, γνώσεις.

**Σκοπός και επιλογή:** Σημαίνει ότι η δραστική έρευνα δεν δέχεται την επιστήμη απόλυτα ανεξάρτητη από τις αξίες και τονίζει τη σημασία της πιθανότητας σε σχέση με την πρόβλεψη. Οι άνθρωποι πρέπει να έχουν ξεκάθαρες αξίες προκειμένου να έχουν ποιο ξεκάθαρες βλέψεις αλλά και να



μπορούν να τις επιτύχουν.

**Μελέτη:** Η δραστική έρευνα είναι ένας συνδυασμός επίλυσης ρεαλιστικών και πρακτικών προβλημάτων . Οπότε η έρευνα βοηθάει στην επίλυση προβληματικών καταστάσεων, χρησιμοποιώντας υπαρκτές θεωρίες και όχι κατασκευασμένες. Η μελέτη επικεντρώνεται στο πρόβλημα αλλά και στην επίλυση του.

**Αλλαγή βασισμένη σε στοιχεία - πληροφορίες αλλά και την αίσθηση του ερευνητή:** Αυτή η παράμετρος βοηθάει στην περίπτωση που η αλλαγή είναι ο απόλυτος στόχος του ερευνητή . Ο ερευνητής κάνει συστηματική συλλογή στοιχείων μέχρι να επιτύχει το στόχο του.

**Προσωπική άποψη στην έρευνα:** Η προσωπική άποψη στην έρευνα παίζει ρόλο προκειμένου να βάλει ο ερευνητής την δική του σφραγίδα στην έρευνα.

**Γνώσεις:** Ο ερευνητής προτού αρχίσει την ερευνά του πρέπει να αυξήσει τις γνώσεις του προκειμένου να επιτύχει τον στόχο του δηλαδή να επιλύσει τα προβλήματα του οργανισμού που αναλύει.

Ο μελετητής πρέπει να επικεντρωθεί στην δραστική έρευνα συμπεριλαμβάνοντας και άλλους ανθρώπους σε αυτήν και στη διαδικασία αλλαγής να συμπεριλάβει όλα τα τμήματα του οργανισμού. Πρέπει να λάβει υπόψη του τους ανθρώπινους παράγοντες που επηρεάζουν την κατάσταση χρησιμοποιώντας τεστ, συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια.

Η συγκεκριμένα έρευνα βασίστηκε σε πρόσφατα στατιστικά στοιχεία σε σχέση με την παρουσία των ΜΜΕ σε Ευρώπη και σε Ελλάδα αλλά και την εφαρμογή της ΕΚΕ.

## 4.2 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Οι περιορισμοί που εμφανίστηκαν κατά την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας ήταν η δυσκολία προσέγγισης και συγκέντρωσης πληροφοριών σε σχέση με το αντικείμενο, λόγω της απροθυμίας των

οργανισμών ΕΚΕ της χώρας για συνεργασία και αποστολή συγκεκριμένων στατιστικών στοιχείων.

## **4.3 ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ**

Γενικός στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση και ανάλυση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και η μελέτη της διάστασής της στις μικρομεσαίες εταιρίες σε πανελλαδικό επίπεδο σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

### **ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ**

- Να αναλυθεί η έννοια της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.
- Να διερευνηθεί η διάστασή της ΕΚΕ στην εταιρική διακυβέρνηση.
- Να ερευνηθεί η θέση της εταιρίας απέναντι σε τρίτους σχετικά με κοινωνικά και ηθικά ζητήματα.
- Να καταγραφούν οι κίνδυνοι που μειώνονται μέσω εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ.
- Να διαπιστωθούν τα πιθανά ρίσκα που προκύπτουν.
- Να αναλυθούν τα πεδία εφαρμογής δραστηριοτήτων ΕΚΕ και η μεταξύ τους συσχέτιση.
- Να διερευνηθεί η διάσταση της ΕΚΕ στις χώρες της Ε.Ε. και ειδικότερα την Ελλάδα.
- Να μελετηθούν οι μελλοντικές τάσεις των δραστηριοτήτων των εταιριών σχετικά με την ΕΚΕ.
- Να εξεταστεί η διάσταση της ΕΚΕ στις μικρομεσαίες εταιρίες .
- Να εντοπιστούν οι διαφορές των κοινωνικά υπεύθυνων εταιριών της Ελλάδας σε σχέση με τις αντίστοιχες των υπόλοιπων χωρών της Ε.Ε.

- Να καταγραφούν οι προτάσεις βελτίωσης των δραστηριοτήτων ΕΚΕ στις μικρομεσαίες εταιρίες στην Ελλάδα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### **5.1.ΜΟΡΦΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΕΚΕ**

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

Η αναγνώριση από τις σύγχρονες κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη και των θεμελιωδών αλλαγών που αυτή προϋποθέτει για τον τρόπο που οργανώνονται και λειτουργούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αποτελεί την κύρια αιτία για την ανάπτυξη και διάδοση της ιδέας της ΕΚΕ.

Τα τελευταία χρόνια οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να απομακρύνονται από τις παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο απλώς σε ορισμένες δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους και υιοθετούν σταδιακά μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον του. Με αυτή την μεταστροφή στοχεύουν στη μακροπρόθεσμη αύξηση της απόδοσης τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή, τα άτομα και τις ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν και να επηρεαστούν από τη λειτουργία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης<sup>55</sup>.

Επιπροσθέτως, οι πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέονται με την παγκοσμιοποίηση προκαλούν ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές με συνέπεια τη ριζική αλλαγή των προσδοκιών της κοινωνίας για το ρόλο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Οι εταιρίες κρίνονται, πλέον, όχι μόνο με βάση

---

<sup>55</sup> Frazer, B.W., 2005, "Corporate Social Responsibility", Vol. 13, pp. 42 – 47.

οικονομικά αποτελέσματα ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια.

Στην Ελλάδα ενώ πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στους τομείς της κοινωνικής προσφοράς και της περιβαλλοντικής προστασίας, είναι λίγες αυτές που διαχειρίζονται συστηματικά την Κοινωνική τους Ευθύνη. Το 2000 όπως προαναφέρθηκε, δημιουργήθηκε στην Ελλάδα το Δίκτυο ΕΚΕ με πρωτοβουλία 13 επιχειρήσεων και συλλογικών φορέων. Το Δίκτυο είναι μια κοινοπραξία με κύρια αποστολή την προαγωγή και ανάπτυξη της ιδέας της ΕΚΕ στις ελληνικές επιχειρήσεις και την ευρύτερη κοινή γνώμη, που αριθμεί περισσότερα από 60 μέλη και εκπροσωπεί την Ελλάδα στο αντίστοιχο ευρωπαϊκό δίκτυο CSR Europe.

Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων εκδίδει ετήσιο κοινωνικό απολογισμό, διαθέτει κώδικες συμπεριφοράς ή δραστηριοποιείται ενεργά σε προγράμματα κοινωνικής υποστήριξης και ορισμένες εξ αυτών έχουν ήδη αρχίσει να προσεγγίζουν συστηματικά τη διαχείριση της κοινωνικής τους ευθύνης, υιοθετώντας διεθνή πρότυπα οργάνωσης και συμμετέχοντας σε διεθνείς πρωτοβουλίες και δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων.

## **5.2 ΑΠΟΨΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΕ**

Είναι πλέον ευρέως αποδεκτό ότι η πεποίθηση πως οι επιχειρήσεις μπορούν να επιβιώσουν μονάχα με γνώμονα το κέρδος έχει εξαλειφθεί. Το CSE προάγει την ιδέα ότι οι επιχειρήσεις είναι υπεύθυνες για τις ενέργειές τους και πρέπει να επιδιώξουν θετικά αποτελέσματα τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο. Ειδικότερα οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ), λόγω του πολύ σημαντικού ρόλου που διαδραματίζουν στην κοινωνία, έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν και να διαμορφώσουν την άποψη που σχηματίζει η κοινωνία σε κάποια θέματα<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> Κονταξή Μ.,(2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον

Οι εταιρείες της νέας χιλιετίας αντιμετωπίζουν ένα τριπλό στόχο: να αναπτύσσονται οικονομικά ταυτόχρονα με το να εξασφαλίζουν ότι οι περιβαλλοντολογικές και κοινωνικές υπευθυνότητες που τους αναλογούν έχουν καλυφθεί. Σίγουρα το επιχειρηματικό περιβάλλον γίνεται ακόμα πιο απαιτητικό και περίπλοκο. Ειδικά στην Ελλάδα όπου η «πολυπλοκότητα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος», όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, είναι τεράστια, ήδη το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρόλο το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων, ακόμα θεωρείται, και ίσως όχι άδικα, πολυτέλεια. Αυτή η αντίληψη πρέπει να αλλάξει τόσο με πρωτοβουλίες της κυβέρνησης όσο και με πρωτοβουλίες των ίδιων των επιχειρηματιών που πρέπει να αντιληφθούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μείωση του επιχειρηματικού ρίσκου.

Παραδείγματα υπάρχουν και ίσως το πιο χαρακτηριστικό είναι αυτό της COCO-MAT που διαφοροποίησε έντονα τα προϊόντα της μέσα από κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια ενισχύοντας σημαντικά τα οικονομικά της αποτελέσματα. Αν κάθε ΜΜΕ στην Ελλάδα αντιληφθεί την σημασία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, τότε τόσο η χώρα μας όσο και οι επιχειρήσεις έχουν να ωφεληθούν από κοινού.

Το CSE είναι ένας εξειδικευμένος οργανισμός στον τομέα της Αειφόρου Ανάπτυξης και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, με γραφεία στις Βρυξέλλες, στην Αθήνα και Ντουμπάι. Μέσω της διεθνούς συνεργασίας με υψηλού επιπέδου επιστήμονες και ειδικούς, το CSE προσφέρει σειρά υπηρεσιών που σχετίζονται με το σύγχρονο και πρωτοποριακό μάνατζμεντ. Πρωταρχικός στόχος είναι η ενδυνάμωση της Αειφόρου Ανάπτυξης και της Επιχειρηματικής Αριστείας (Sustainability & Excellence) των οργανισμών τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημόσιου τομέα, τηρώντας περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Έτσι, το CSE μέσα από την εφαρμογή των μοντέλων και των πρακτικών μεθοδολογιών που το ίδιο έχει αναπτύξει και εφαρμόσει με επιτυχία σε δεκάδες οργανισμούς, επιτυγχάνει τη βελτίωση της εταιρικής φήμης τους αλλά και της σχέσης τους με την κοινωνία<sup>57</sup>.

Υποστηρίζει με τις υπηρεσίες του εταιρείες όπως οι Lloyds TSB,

---

<sup>57</sup> Κονταξή Μ.,(2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον

Eurocontrol, European Investment Bank, DELL, BP, DHL. Μάλιστα, το CSE βραβεύτηκε από το CSR Europe στις Βρυξέλλες για το πρόγραμμα «Leadership and Governance» που εφαρμόστηκε στον βρετανικό τραπεζικό κολοσσό Lloyds TSB. Επίσης, πρόσφατα ξεκίνησε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων.

Το CSE έχει υλοποιήσει σημαντικές ενέργειες διεθνώς για την προβολή της σημασίας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις ΜΜΕ όπως εκπαίδευση, έρευνες, δημιουργία μοντέλου ΕΚΕ σε συνεργασία με τα Ηνωμένα Έθνη, ενώ χαρακτηριστική πρωτοβουλία, η οποία ξεκίνησε το 2006 και στην οποία συμμετέχει με άλλους διεθνείς εταίρους και την υποστήριξη της Ε.Ε., είναι αυτή για την προώθηση της ΕΚΕ στις χώρες της Βαλτικής.

Οι μικρομεσαίες εταιρίες που μετρούν και διαχειρίζονται την ευρύτερη επίδρασή τους στην κοινωνία έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την εικόνα τους ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη (όπως τους πελάτες, τους προμηθευτές, το προσωπικό, τις κυβερνητικές υπηρεσίες, τους καταναλωτές, τις επιχειρηματικές και εργατικές ενώσεις και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις). Εκτός από αυτά ωστόσο, τα κέρδη από τη συστηματική διαχείριση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούν να είναι πολύπλευρα και ξεφεύγουν από την απλή βελτίωση της δημόσιας εικόνας μιας μικρομεσαίας επιχείρησης.

Οι μικρομεσαίες εταιρίες μπορούν ακόμα να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να αξιολογήσουν και διαχειριστούν αποτελεσματικά τους επιχειρηματικούς κινδύνους, καθώς θα είναι σε θέση να οικοδομήσουν αμοιβαία επωφελείς σχέσεις και συμμαχίες με ευρεία γκάμα φορέων και οργανισμών και να αναπτυχθούν αρμονικά και σε συνεργασία με τους εργαζόμενους και τους προμηθευτές τους. Επίσης, η εμπλοκή με τη συστηματική διαχείριση της ΕΚΕ δίνει την ευκαιρία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να εκτιμήσουν καλύτερα το εξωτερικό περιβάλλον και να ευθυγραμμίσουν τη λειτουργία τους με μια σειρά από κανονιστικές διατάξεις, κοινωνικές απαιτήσεις και επιθυμίες που ενδεχομένως διέφευγαν της προσοχής τους στο παρελθόν.

Τα βασικότερα πλεονεκτήματα που έχουν πείσει τις πιο σημαντικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις να υιοθετήσουν ένα μοντέλο ανάπτυξης και

διαχείρισης της ΕΚΕ είναι συνοπτικά τα ακόλουθα<sup>58</sup>:

- Αξιολόγηση και διαχείριση των πιθανών επιχειρηματικών κινδύνων και ιδιαίτερα των σχετικών με τη φήμη της εταιρίας. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που εμπλέκονται ενεργά σε διάλογο και συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν καλύτερη εικόνα για τους πιθανούς κινδύνους που αντιμετωπίζουν και παράλληλα, τη δυνατότητα να χειριστούν καλύτερα μια πιθανή κρίση και να εξέλθουν ταχύτερα και με μικρότερες απώλειες από αυτήν<sup>11</sup>.
- Αναγνώριση των ενδιαφερομένων μερών (stakeholder groups – όπως π.χ. εργαζόμενοι, πελάτες, μέτοχοι, κυβερνήσεις και κρατικοί φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, τοπικές κοινότητες κ.α.). Η συστηματική προσέγγιση αποκαλύπτει συχνά ενδιαφερόμενα μέρη που η μικρομεσαία εταιρία αγνοούσε στο παρελθόν και διαστάσεις του ενδιαφέροντός τους που αν και σημαντικές δεν είχαν γίνει κατανοητές στο παρελθόν.
- Συμμόρφωση με το υπάρχον και μελλοντικό κανονιστικό πλαίσιο σε τομείς όπως η προστασία του περιβάλλοντος, τα εργασιακά δικαιώματα και η παροχή πληροφοριών.
- Βελτίωση της εικόνας και εταιρικής φήμης. Συχνά αποτελεί τον πρώτο λόγο που αναφέρεται από τη διοίκηση μιας μικρομεσαίας επιχείρησης για την ενασχόληση με την ΕΚΕ. Η εταιρική φήμη που στηρίζεται στην εκτίμηση και την εμπιστοσύνη, χρειάζεται χρόνια για να οικοδομηθεί, αλλά μπορεί να χαθεί σε μικρό χρονικό διάστημα αν η εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων μερών και της κοινής γνώμης χαθεί. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ξοδεύουν ποσά για να υποστηρίξουν άλλες μορφές των άυλων περιουσιακών τους στοιχείων, αλλά συχνά αγνοούν τις συνέπειες που το κοινωνικό προφίλ μπορεί να έχει στα επιχειρηματικά τους αποτελέσματα. Έρευνα<sup>12</sup> που έγινε σε 23 χώρες και 25.000 πολίτες το 1999, έδειξε πως οι δύο στους τρεις ερωτηθέντες επιθυμούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να συνεισφέρουν σε κοινωνικούς σκοπούς, ενώ, το 40% έχει «τιμωρήσει» ή σκεφτεί να

---

<sup>58</sup> Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη



«τιμωρήσει» με την καταναλωτική του συμπεριφορά εταιρίες που δε θεωρεί κοινωνικά υπεύθυνες. Παράλληλα σύμφωνα με την ίδια έρευνα, η φήμη μιας εταιρίας σχετίζεται περισσότερο με την κοινωνική της ευθύνη (56%) παρά με την ποιότητα ή τη φήμη των προϊόντων της (40%).

- Οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και του εξωτερικού της περιβάλλοντος, μέσα από τη συνεργασία και την ανταλλαγή πληροφοριών για τα ζητήματα κοινωνικής ευθύνης της εταιρίας.
- Βελτίωση εταιρικής διακυβέρνησης, μέσω της καλύτερης κατανόησης των σημαντικών ζητημάτων που αντιμετωπίζει η επιχείρηση στους τομείς της εργασίας, του περιβάλλοντος και της κοινωνικής προσφοράς, αλλά και μέσα από τη συστηματική θεώρηση των συναφών με τα θέματα αυτά διαδικασιών που ακολουθεί.
- Μακροπρόθεσμη οικονομική επιτυχία μέσα από την ικανοποίηση των σημαντικότερων ενδιαφερομένων μερών για τη λειτουργία της επιχείρησης και τη δημιουργία αμοιβαία επωφελών σχέσεων (win – win relationships).
- Μέσα από όλα τα παραπάνω οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τη συστηματική και ολοκληρωμένη διαχείριση της κοινωνικής τους ευθύνης ουσιαστικά επιδιώκουν να εξασφαλίσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις αγορές τις οποίες κινούνται<sup>59</sup>.

### **5.3. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ**

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Αθήνα, που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των ποτών και των τροφίμων τηρούν σε μεγάλο ποσοστό όλες τις μεταβλητές της ΕΚΕ. Επιδιώκουν αφενός, τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους αλλά και πιστεύουν στην ΕΚΕ και στη συμβολή των επιχειρήσεων στην ευημερία της κοινωνίας, με μία όμως διαφορά . Έχουν προχωρήσει πολύ περισσότερο και έχουν διαμορφώσει έναν κώδικα ηθικής επιχειρηματικής

---

<sup>59</sup> Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

συμπεριφοράς, τον οποίο τηρούν και έχουν κοινοποιήσει σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Γενικότερα, ως τοποθέτηση θα λέγαμε ότι η στρατηγική ηθική είναι ένα στάδιο μετάβασης από την εγωκεντρική/ καπιταλιστική επιχείρηση στην διατηρήσιμη/ κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση και αποτελεί ελπίδα πολιτισμού για την κοινωνία ενώ αντίστοιχα η επιστροφή των επιχειρήσεων στην αποκλειστική μεγιστοποίηση του κέρδους είναι κάτι που οι σύγχρονες συνθήκες δεν επιτρέπουν<sup>60</sup>.

Οι φαρμακευτικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Αθήνα, βασίζονται στους ανθρώπους και βέβαια στα καινοτόμα σκευάσματα που παρέχουν στους Έλληνες ασθενείς. Διαθέτουν στην ελληνική αγορά μεγάλη σειρά φαρμακευτικών σκευασμάτων, μέσα από ένα εξειδικευμένο δίκτυο πωλήσεων αλλά και προωθητικών δραστηριοτήτων, με στόχο την εξυπηρέτηση της ιατρικής κοινότητας και των πασχόντων συνανθρώπων μας.

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των περισσότερων φαρμακευτικών μικρομεσαίων εταιριών στην Αθήνα, επικεντρώνονται στους τομείς των Συνταγογραφούμενων Ιδιοσκευασμάτων και των Μη Συνταγογραφούμενων Φαρμάκων (OTC). Παρέχουν επίσης μια ευρεία σειρά προϊόντων υγείας μέσα από τους Τομείς των Συνταγογραφούμενων Ιδιοσκευασμάτων, των Εμβολίων και Διαγνωστικών, των γενοσήμων (Sandoz) και των Καταναλωτικών Προϊόντων Υγείας. Οι εταιρίες αυτές θεωρούν ότι το επικεντρωμένο σε αυτούς τους τομείς χαρτοφυλάκιο απαντά πλήρως στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που δημιουργούνται σε ένα δυναμικά μεταβαλλόμενο περιβάλλον στο χώρο της Υγείας.

Μη συνταγογραφούμενα φάρμακα και καταναλωτικά προϊόντα που δίνουν τη δυνατότητα στον ασθενή να επιλέξει ο ίδιος την φαρμακευτική του αγωγή καθώς και έναν υγιεινό τρόπο ζωής.

Σκοπός των εταιριών αυτών είναι να ανακαλύπτουν, να αναπτύσσουν και να διαθέτουν στην αγορά καινοτόμα σκευάσματα που προλαμβάνουν και θεραπεύουν παθήσεις, απαλύνουν τον πόνο, και βελτιώνουν την ποιότητα της

---

<sup>60</sup> Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>

ζωής.

Με αυτή τη διαδικασία, δημιουργούν σχέσεις εμπιστοσύνης με όλους τους εταίρους τους, δηλαδή τους ασθενείς, την ιατρική και ακαδημαϊκή κοινότητα, τον Τύπο και τις Υγειονομικές Αρχές.

Στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι μικρομεσαίες φαρμακευτικές εταιρίες δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα μέσα από ενέργειες που βασίζονται στους άξονες του περιβάλλοντος, της κοινωνίας, της αγοράς και του ανθρώπινου δυναμικού της.

Οι τέσσερις πυλώνες της Κοινωνικής Ευθύνης είναι<sup>61</sup>:

#### A ΠΥΛΩΝΑΣ - Ασθενείς:

Οι εταιρίες προσυπογράφουν το δικαίωμα κάθε ανθρώπου στην υγεία. Σε συνεργασία με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας Π.Ο.Υ προμηθεύουν σε τιμή κόστους το ανθελονοσιακό της φάρμακο σε χώρες όπου ενδημεί η ελονοσία ενώ εκατομμύρια συσκευασίες του ανθελονοσιακού σκευάσματος της, έχουν διανεμηθεί σε 40 χώρες βοηθώντας να σωθούν 450.000 πάσχοντες από την ελονοσία .

#### B ΠΥΛΩΝΑΣ - Επιχειρηματική δεοντολογία

Οι εταιρίες κατοχυρώνουν και διασφαλίζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα, την εργασία, την προστασία του περιβάλλοντος και την πάταξη της διαφθοράς. Λειτουργούν επίσης με υπευθυνότητα και διαφάνεια, τηρώντας πιστά τους κανόνες δεοντολογίας σε όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

#### Γ ΠΥΛΩΝΑΣ - Μέριμνα για το περιβάλλον

Οι εταιρίες έχουν μειώσει το ρυθμό αύξησης της κατανάλωσης ενέργειας και ύδατος. Ανακυκλώνουν επίσης χαρτί, μπαταρίες και μελάνια εκτυπωτών, συμμετέχουν ενεργά στην προσπάθεια ανακύκλωσης συσκευασιών δίνοντας κάθε χρόνο πάνω από 50,000 € στην Εταιρεία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης ενώ μειώνουν τις εκπομπές ρύπων χρησιμοποιώντας υβριδικά αυτοκίνητα.

---

<sup>61</sup> Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>

Ο σχεδιασμός μιας ενέργειας, η οποία πρωταρχικά ευαισθητοποιεί τους ανθρώπους των εταιριών αυτών σε κοινωνικά θέματα, αλλά παράλληλα:

- προϋποθέτει τη συμμετοχή του συνόλου των εργαζομένων και όχι μέρος αυτών
- προωθεί την ενεργό συμμετοχή και τη διαδραστικότητα των ανθρώπων τους
- εντάσσει τους εργαζομένους σε ομαδικές & ενδιαφέρουσες δραστηριότητες
- έχει ως αποτέλεσμα την ισχυροποίηση των μεταξύ τους σχέσεων (team bonding).

Μελετώντας τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα θα διαπιστώσουμε τα ακόλουθα<sup>62</sup>:

1. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι πολλές και ουσιαστικά στηρίζουν και την απασχόληση αλλά και οικονομικά το κράτος.
2. Για κάθε 1000 κατοίκους υπάρχουν 69 επιχειρήσεις. Ο αριθμός είναι υπερβολικός και δεν υπάρχει καλός κρατικός σχεδιασμός προκειμένου να υποστηριχτούν οι επίδοξοι επιχειρηματίες αλλά και να βοηθηθούν ώστε να δημιουργήσουν μια επικερδής μικρή επιχείρηση. Τα τελευταία χρόνια και λόγω των επιδοτήσεων από την Ευρωπαϊκή Ένωση, έχει γίνει μια προσπάθεια στήριξης σε επίπεδο τεχνογνωσίας των μικρών επιχειρηματιών. Είναι βασικό για το ελληνικό κράτος να υποστηριχτούν οι μικρές επιχειρήσεις, μια και σα χώρα έχει το μεγαλύτερο ποσοστό από όλα τα μέλη της Ευρώπης.
3. Στην Ελλάδα η ανεργία καταπολεμάτε μόνο μέσω των ΜΜΕ. Αυτό σημαίνει ότι στη περίπτωση που δεν υπάρξει κρατική στήριξη και κλείσουν κάποιες από αυτές πολλοί άνθρωποι θα μείνουν άνεργοι και

---

<sup>62</sup> Panagiotis Liargovas(2005), The White Paper on Growth, Competitiveness and Employment and Greek Small and Medium Sized Enterprises Small Business Economics 11: 201–214,

δε θα μπορούν να απορροφηθούν από άλλους φορείς.

4. Η μόνη υποστήριξη που γίνεται από το ελληνικό κράτος σε σχέση με τις μικρές επιχειρήσεις, εστιάζεται στη τήρηση των εμπορικών βιβλίων. Συγκεκριμένα οι μικρές επιχειρήσεις απαλλάσσονται από τη τήρηση των προβλεπόμενων από την εμπορική νομοθεσία βιβλίων.

Προκειμένου να δείξουμε καλύτερα τη δυναμική των ΜΜΕ στην Ελλάδα, ώστε να γίνει πιο κατανοητό το πόσο σημαντική είναι η στήριξη τους από το ελληνικό κράτος παραθέτουμε το παρακάτω πίνακα:

ΧΩΡΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΑ 1000 ΑΤΟΜΑ	
	2007	2008	2007	2008
ΕΛΛΑΔΑ	1000(4,6%)	1020(4.4%)	67	69
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	260(0,9%)	260(0,8%)	36	35
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	740(4,4%)	700(3,8%)	62	59
ΕΥ-12	14800(100%)	15780(100%)	45	49

ΠΗΓΗ: European Observatory for SMEs (2009), p. 29

Όπως βλέπουμε η Ελλάδα βρίσκεται μπροστά και σε αριθμό μικρών επιχειρήσεων σε σχέση με τις άλλες Ευρωπαϊκές αλλά και σε ρυθμό

ανάπτυξης σε σχέση με το άνοιγμα νέων μικρών επιχειρήσεων<sup>63</sup>.

Ο ορισμός της ΜΜΕ, μπορεί να γίνει με τη βοήθεια των ακολούθων<sup>64</sup>: 1. Από τον αριθμό των εργαζόμενων, 2. Από τα ίδια κεφάλαια τα οποία έχει η εταιρία, 3. Από τα πάγια και τα κτήρια τα οποία έχει στην ιδιοκτησία της, 4. Από τη δράση του ιδιοκτήτη της. Πέρα από τα παραπάνω οι ΜΜΕ μπορεί να προσδιοριστούν και από κάποια επιμέρους χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα:

1. Πολλές φορές δεν έχει συγκεκριμένη δομή και τύπο, συνήθως ανήκουν σε ένα άτομο ή σε μια μικρή ομάδα ατόμων. Ο/ οι υπεύθυνος/ οι είναι και οι διευθυντές της εταιρίας.
2. Τα χρήματα της επιχείρησης προέρχονται από έναν ή και περισσότερους επενδυτές
3. Το μέγεθος της εταιρίας αλλά και το μερίδιο της στην αγορά είναι μικρό
4. Μικρή δυναμική σε προσωπικό, πράγμα που πολλές φορές της επηρεάζει αρνητικά.
5. Μικρές επενδύσεις σ' ερευνητικό πεδίο.
6. Συνήθως καταστρώνεται μετά από κάποια κρίση με σκοπό την αντιμετώπιση των προβλημάτων.
7. Έχει ελλείψεις και δεν προβλέπει εναλλακτικές λύσεις.
8. Δεν υπάρχει επαρκής πληροφόρηση.

---

<sup>63</sup> Acs, Zoltan J. and David B. Audretsch (eds.), 1993, Small Firms and Entrepreneurship: An East-West Perspective, Cambridge: Cambridge University Press.

<sup>64</sup> Acs, Zoltan J. and David B. Audretsch (eds.), 1993, Small Firms and Entrepreneurship: An East-West Perspective, Cambridge: Cambridge University Press.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ Ε.Ε.**

Είναι δύσκολο ιστορικά να προσεγγιστεί η Μικρομεσαία Επιχείρηση. Συγκεκριμένα δεν υπήρξε κάποιο γεγονός μέσα στην ιστορία το οποίο να δηλώνει το χρονικό σημείο, στο οποίο κάποιος ή κάποιοι ίδρυσαν την πρώτη μικρή ή μεσσία επιχείρηση. Ουσιαστικά αυτό που μπορεί κάποιος να πει είναι ότι ο όρος Επιχείρηση γενικά, ο οποίος προέρχεται ετυμολογικά από το ρήμα επιχειρώ, το οποίο και σημαίνει δρω κάνω μια κίνηση, αναπτύχθηκε από τότε που ο άνθρωπος πρωτοεμφανίστηκε ως ζώντας οργανισμός στη γη.

Οι άνθρωποι από τη πρώτη στιγμή επιχειρούσαν πράγματα και όσο περισσότερο κατανοούσαν τη δύναμη του πνεύματος τους, τόσο περισσότερο προχωρούσαν σε δράσεις οι οποίες αρχικά τους βοήθησαν να επιβιώσουν καλύτερα και στη συνέχεια να πετύχουν το βασικό τους στόχο, ο οποίος μέσα στα χρόνια πήρε βασική θέση στη σκέψη και στη συνείδηση τους, αυτός ήταν να κερδίσουν περισσότερα χρήματα και να επιτύχουν την οικονομική τους εξασφάλιση.

Οι πρώτες μορφές μικρών επιχειρήσεων αναφέρονται αιώνες πριν σε πολιτισμούς, που πιο γρήγορα από τους άλλους κατάφεραν να αναπτυχθούν και να καταστούν ως οι πιο ισχυροί για την εποχή που άκμασαν. Στην Αρχαία Αίγυπτο, στην Αρχαία Ελλάδα, στην Αρχαία Κίνα αλλά και στη Φοινίκη παρατηρούνται οι πρώτοι έμποροι οι οποίοι ήταν οι μικροί επιχειρηματίες της εποχής. Αυτοί μπορεί να μην είχαν ευγενικοί καταγωγή ήταν όμως πλούσιοι και έτσι μπορούσαν να ελέγχουν τα δρώμενα της χώρας τους. Αυτοί αποτελούν τους προγόνους των σημερινών μικρών και μεσαίων επιχειρηματιών.

Η εξέλιξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων ως βάση ανάπτυξης των λαών είχε μια συνεχής και γεωμετρική ανάπτυξη στα χρόνια που επακολούθησαν. Φτάνοντας στο 18 και 19 αιώνα, η ανάγκη του ανθρώπου να βελτιώσει τις συνθήκες διαβίωσης του ανέδειξαν πολλούς μεγάλους εφευρέτες οι οποίοι είτε οι ίδιοι είτε μέσω κάποιων τρίτων που αξιοποίησαν τα επιτεύγματα τους ανέπτυξαν τις πιο σύγχρονες μορφές επιχειρηματικής

δράσης<sup>65</sup>.

Μέχρι τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα και ξεκινώντας από το 18, παρατηρήθηκαν αξιολογες εξελίξεις στην Ευρώπη. Ουσιαστικά υπήρξαν μικρές εκφάνσεις επιχειρηματικών δράσεων, νομοθετικές κινήσεις κατοχύρωσης των επιχειρηματιών και των εργαζομένων και ουσιαστικά, είναι η περίοδος η οποία οδήγησε τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στη σημερινή τους μορφή. Μεγάλοι θεωρητικοί της εποχής όπως ο Adam Smith, F. Taylor κ.α ανέπτυξαν θεωρίες γύρω από τη διοίκηση αναφερόμενοι πάντα στις μικρές οργανωμένες επιχειρηματικές προσπάθειες της εποχής<sup>66</sup>.

Οι καινοτόμες δράσεις του 19<sup>ου</sup> αιώνα από ανθρώπους σαν τον Thomas Edison, αποτέλεσαν το προπομπό ανάπτυξης της οικονομίας, όχι μόνο διότι ο Edison προώθησε στην αγορά τα ευρήματα του τα οποία άλλαξαν τη ζωή του τότε ανθρώπου αλλά και γιατί βοήθησε στην ανάπτυξη των παραγωγικών διαδικασιών, οδηγώντας τη παραγωγή μέσα από τις ΜΜΕ, στη σημερινή της μορφή. Ο Thomas Edison δημιούργησε μια από τις πρώτες ΜΜΕ της εποχής η οποία βέβαια σύντομα κατέστη σε υπερεπιχείρηση, προωθώντας στην αγορά 1000 πατέντες. Πέρα από τον Έντισον.<sup>67</sup>

Η σημερινή μορφή της ΜΜΕ η οποία συνεχίζει να είναι η βάση έναρξης των μεγαλύτερων επιχειρήσεων αλλά και ο ακρογωνιαίος λίθος των διεθνών οικονομιών, πήρε σάρκα και οστά, από την ανάγκη κάποιων εφευρετικών ανθρώπων να προωθήσουν τις πατέντες τους στην αγορά. Η διαφορά με τότε είναι ότι σήμερα οι ΜΜΕ, δεν ξεκινούν με βάση πάντα κάποια καινοτόμος δράση, αλλά κυρίως με βάση την ανάγκη κάποιων νέων κυρίως ανθρώπων να δημιουργήσουν κάτι δικό τους.

Σήμερα οι ΜΜΕ μπορούν να αποτελούν τη βάση των οικονομιών, είναι όμως και αυτές που πρώτες αντιμετωπίζουν τις πιέσεις του εξωτερικού περιβάλλοντος. Για κάποιους πάντως αυτές που επιβιώνουν σήμερα πιο εύκολα είναι οι ακόμα πιο μικρές επιχειρήσεις, αυτές δηλαδή που είναι

---

<sup>65</sup> Ζευγαρίδη Σ(1985),Οργάνωση και Διοίκηση, Εκδόσεις Κυριακίδης

<sup>66</sup> Ζευγαρίδη Σ(1985),Οργάνωση και Διοίκηση, Εκδόσεις Κυριακίδης

<sup>67</sup> DamanPour F et al(1984),Organization Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag, Administrative Science Quarterly, pp.34-35



ευέλικτες, στηρίζονται σε λίγους και μπορούν πιο εύκολα να κινηθούν μέσα στην αγορά. Ιστορικά φτάσαμε στην εποχή των λεγόμενων μικρών πολυεθνικών επιχειρήσεων, σύμφωνα με τους θεωρητικούς οι ΜΜΕ για να επιβιώσουν θα πρέπει να μεταλλαχθούν σε μικρές πολυεθνικές<sup>68</sup>.

## **6.1 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

Γενικότερα η οικονομική θεωρία αναφέρει ότι οι ΜΜΕ παίζουν σημαίνοντα ρόλο στην οικονομία και συγκεκριμένα στο παράγοντα απασχόληση. Ο ρόλος των ΜΜΕ στο κομμάτι της απασχόλησης πηγάζει από την ανάγκη τους σε προσωπικό το οποίο θα παράγει διπλά από ότι το προσωπικό μιας μεγάλης επιχείρησης. Συγχρόνως οι ΜΜΕ ανταποκρίνονται λόγω μεγέθους καλύτερα στο παραγωγικό κύκλο από ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες λόγω μεγέθους δε παρουσιάζουν ευελιξία. Στην Αγγλία οι τελευταίες παίζουν σημαίνοντα ρόλο στη στήριξη της οικονομίας.

## **6.2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗΝ Ε.Ε**

Η *Telvill*, μία κατασκευαστική εταιρεία τεχνολογίας πληροφοριών στην πόλη Miskolc της Ουγγαρίας ,που είναι πιστοποιημένη με τα ISO 9001 και 14001, θεωρεί ότι η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η δημιουργία ενός καλού εργασιακού περιβάλλοντος και η βελτίωση των επιπέδων διαβίωσης είναι στοιχεία αναγκαία και σημαντικά για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Πέραν της συμμόρφωσης προς αυστηρά πρότυπα περιβάλλοντος και διαχείρισης ποιότητας, στηρίζουμε τις ομάδες της τοπικής κοινότητας και δημιουργούμε αειφόρο απασχόληση. Η *Telvill* επίσης αναγνωρίζει ότι η καλή περιβαλλοντική επίδοση φέρει απτά επιχειρηματικά οφέλη όπως είναι η καλύτερη φήμη στους πελάτες και η βελτιωμένη σχέση με την κοινότητα.

Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών της στο πλαίσιο της υπεύθυνης

---

<sup>68</sup> Naisbitt J(2003),Από τα Έθνη Κράτη στα δίκτυα, Εκδόσεις Καστανιώτης 293-295

επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν:

- στήριξη προς το πάρκο Bereskalja Conquest Park, η οποία στοχεύει στην ενθάρρυνση ενός υγιούς τρόπου ζωής και υγιεινού περιβάλλοντος για τους ντόπιους
- στήριξη προς το πάρκο ζώων Miskolc Animal Park «Πάρκο Γλυπτών», που είναι μνημείο στα τοπικά είδη που έχουν εξαφανιστεί εξαιτίας των ανθρώπινων

δραστηριοτήτων

- τακτική συμμετοχή σε φόρα που διοργανώνονται από το Εμπορικό Επιμελητήριο της πόλης μας
- ενημέρωση και συντήρηση της τεχνολογίας πληροφοριών του δημοτικού σχολείου της περιοχής, όπως επίσης και παροχή βοήθειας για το εκπαιδευτικό του πρόγραμμα στην τεχνολογία πληροφοριών
- οικονομική στήριξη προς την αεροναυτική λέσχη Borsod Aeroclub και
- στήριξη προς τεχνικά γυμνάσια στο Miskolc.

Η *Meblo Jogi*, στην πόλη Nova Gorica της Σλοβενίας, μία εταιρεία κατασκευής κρεβατιών και στρωμάτων, πιστεύει ότι η ευαισθητοποίηση σε ζητήματα περιβάλλοντος και καλών συνθηκών εργασίας αποτελούν, μαζί με την ασφάλεια και την ποιότητα, αναπόσπαστο μέρος της καλής επιχειρηματικής πολιτικής. Προσπαθούμε ασταμάτητα να συμπεριλάβουμε αυτές τις αξίες στους στόχους και στους σκοπούς της επιχείρησης. Η *Meblo Jogi* έχει δεσμευτεί στο να διασφαλίζει την ικανοποίηση, την ευημερία και την ανάπτυξη των εργαζομένων και έχουμε αναπτύξει μία καλή σχέση συνεργασίας με τους υπαλλήλους μας. Η επιχείρηση έχει ξεκινήσει να παρέχει υγιές και ασφαλές περιβάλλον εργασίας για τους εργαζομένους, όπως επίσης να μειώνει και να απαλείφει τους κινδύνους για το περιβάλλον. Η *Meblo Jogi* επίσης πιστεύει ότι η εκπαίδευση και η μόρφωση όλων των υπαλλήλων είναι ζωτικής σημασίας για τα κίνητρα προς το προσωπικό και την καινοτομία<sup>69</sup>.

---

<sup>69</sup> Ζευγαριδής Σ(1985), Οργάνωση και Διοίκηση, Εκδόσεις Κυριακίδης

Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών της στο πλαίσιο της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν:

- πιστοποίηση με το πρότυπο κοινωνικής ευθύνης SA 8000 (η πρώτη σλοβενική εταιρεία που το κατόρθωσε)
- εισαγωγή ενός δεκάλεπτου «ενεργητικού διαλείμματος» δύο φορές την ημέρα για όλους τους εργαζόμενους, ενός προγράμματος που αναπτύχθηκε από έναν φυσιοθεραπευτή
- διοργάνωση ημερών εκτός πόλεως (εκδρομές, αναβάσεις ή σκι) τρεις φορές τον χρόνο
- εφαρμογή ενός προγράμματος εκπαίδευσης σε θέματα υγείας και ασφάλειας για όλους τους εργαζομένους
- ενθάρρυνση των εκπροσώπων των εργαζομένων να εκφράζουν τις ανησυχίες και τις απορίες των εργαζομένων
- ενθάρρυνση και έμφαση στην εκπαίδευση, στην επιμόρφωση και στην ανέλιξη της καριέρας, (ειδικότερα για γυναίκες εργαζόμενες) – η εταιρεία προσφάτως βραβεύτηκε με το ειδικό βραβείο από την Ένωση Διευθυντών επειδή ήταν μία

«φιλική προς τις γυναίκες» εταιρεία και

- αύξηση μισθών και εισαγωγή σχεδίων ατομικής αποζημίωσης και δώρων.

Η εταιρεία Matusewicz, στην Πολωνία, πιστοποιημένη με ISO 9001 παροχέας βιομηχανικών προϊόντων και υπηρεσιών, έχει δεσμευθεί να αναπτύσσει τις δεξιότητες, τις γνώσεις, τα κίνητρα και το ηθικό του προσωπικού του μέσω της εξειδικευμένης εκπαίδευσης εργαζομένων. Επίσης προσπαθούμε να βελτιώνουμε συνεχώς την ποιότητα των υπηρεσιών μας, όπως επίσης και να μειώνουμε και να αποφεύγουμε τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Η επιχείρηση επίσης έχει δεσμευθεί να είναι καλή γείτονας – στηρίζουμε και χορηγούμε τοπικές ομάδες και προσπαθούμε να έχουμε εμπλοκή μέσα στην κοινότητα. Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών της στο πλαίσιο της

υπεύθυνης επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν<sup>70</sup>:

- διεξαγωγή εξειδικευμένης εκπαίδευσης υπαλλήλων κάποιοι από τους οποίους

επιτυγχάνουν να τους δοθούν πιστοποιητικά ΤΎΝ (πανευρωπαϊκά αποδεκτά τεχνικά πιστοποιητικά για εκπαίδευση σε ορισμένου τομείς)

- χορηγία για την ανάπτυξη μίας αίθουσας με υπολογιστές στο Κέντρο Εκπαίδευσης και Παιδείας στο Lwówek Slaski

- χορηγία της τοπικής μπάντας Gryfow Brass Band

- ενεργή ενασχόληση σε τοπικές οργανώσεις όπως η Ένωση για τους Τυφλούς,

αθλητικά κλαμπ νέων και η Ένωση Βετεράνων

- κατασκευή ενός αθλητικού και ψυχαγωγικού κέντρου για τους κατοίκους του Gryfow Slaski

- παροχή τεχνικής και οικονομικής βοήθειας στις τοπικές υπηρεσίες πυροσβεστικής και ασθενοφόρων π.χ. επισκευή οχημάτων και αγορά μία μονάδας κλιματισμού

- ανακύκλωση των απορριμμάτων της επιχείρησης τοπικά και
- χρησιμοποίηση των ανακυκλωμένων υλικών στην παραγωγή.
- 

Ως εταιρεία βιομηχανικού καθαρισμού η Lippemeier στην Γερμανία, πιστεύει ότι έχει αφενός την ευκαιρία, αφετέρου την υποχρέωση να παρέχει υπηρεσίες κατά περιβαλλοντικά φιλικό τρόπο. Η επιχείρηση είναι επίσης δεσμευμένη απέναντι στην ευημερία των υπαλλήλων και στην αιφόρο απασχόληση.

Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών της στο πλαίσιο της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν:

- χρήση βιώσιμων διαδικασιών και εξοπλισμού, όπως είναι το σύστημα καθαρισμού πατωμάτων 'Envirostar Green

---

<sup>70</sup> Ζευγαριδής Σ(1985), Οργάνωση και Διοίκηση, Εκδόσεις Κυριακίδης

- χρήση περιβαλλοντικά φιλικών υλικών που μειώνουν την ανάγκη επιθετικών χημικών καθαρισμού, όπως είναι η έξυπνη, αντικολλητική επικάλυψη για ευκολότερο καθαρισμό
- κατασκευή ενός νέου οικήματος της επιχείρησης με ηλιακούς πίνακες για τη θέρμανση, οικολογική επίστρωση του δαπέδου και χώρο πρασίνου «βιοτύπου» με λιβελλούλες και φυτά
- χρήση βρόχινου νερού για την πλήση του εξοπλισμού καθαρισμού
- εφαρμογή ενός προγράμματος επιμόρφωσης που προσφέρει ευκαιρία εκπαίδευσης σε νέους μαθητευόμενους αλλά και σε παλαιούς, χρόνια εργαζόμενους
- ολοκλήρωση του συστήματος οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου (EMAS) το 2005.

Ως μία μικρή οικογενειακή επιχείρηση, η Koffie Kàn έχει ενσωματωθεί στον ιστό της τοπικής κοινότητας στην οποία λειτουργεί από το 1972 στο Βέλγιο. Πιστεύουν ότι η «τέχνη του ψησίματος του καφέ είναι στο επίκεντρο της οικογενειακής και κοινοτικής ζωής, με τον ίδιο τρόπο που κατά τόπους το κάνει η τέχνη του ψησίματος του ψωμιού». Καμαρώνουν επειδή είναι καλοί γείτονες που εμπλέκονται σε μεγάλο βαθμό στην κοινότητα και σε ανοιχτό διάλογο με την κοινότητα, και ενδιαφέρονται για την περιβαλλοντική επίπτωση της επιχείρησής τους.

Η εταιρεία Hanley Economic Building Society είναι ένας τοπικός, αμοιβαίος ανεξάρτητος στεγαστικός συνεταιρισμός (αποταμιευτική τράπεζα και τράπεζα δανείων) που ιδρύθηκε το 1854 στη Μεγάλη Βρετανία, προς όφελος της τοπικής κοινότητας. Έχουν

προσφέρει στην κοινότητα με διάφορους τρόπους, μεταξύ των οποίων οι χορηγίες, η συγκέντρωση χρημάτων και οι συνεταιρισμοί. Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών μας στο πλαίσιο της υπεύθυνης

Επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν:

- ένα δεκαετές πρόγραμμα χορηγίας από το οποίο επωφελούνται οι εκπαιδευτικοί χώροι του Staffordshire Wildlife Trust, που δίνει την ευκαιρία σε παιδιά από τοπικά σχολεία να μαθαίνουν για το περιβάλλον.

- έναν τριετή συνεταιρισμό με τον Συμβούλιο του Newcastle under Lyme Borough για διάφορα κοινοτικά σχέδια συμπεριλαμβανομένου του προγράμματος “Britain in Bloom” και το καρναβάλι του Newcastle·
- συνεχιζόμενη εμπλοκή με το πρόγραμμα “Youth Business” του καταπιστεύματος Prince’s Trust<sup>71</sup>.
- διοργάνωση εκδήλωσης για τη συγκέντρωση χρημάτων για δύο τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ειδικών αναγκών, συμπεριλαμβανομένης της Ιππασίας του Endon για τα Άτομα με Ειδικές Ανάγκες και της «Παιδικής Χαράς Ειδικής Περιπέτειας» του North Staff. Τρία τέταρτα των υπαλλήλων μας εμπλέκονται ενεργητικά σε αυτά τα δύο προγράμματα εντός και εκτός ωρών εργασίας
- έμπειροι υπάλληλοι γίνονται μέντορες νέων ανθρώπων, ηλικίας μεταξύ 18 και 30, που αρχίζουν τις δικές τους επιχειρήσεις
- δωρεά του ανεπιθύμητου εξοπλισμού γραφείου και υπολογιστών σε τοπικές φιλανθρωπίες και
- εφαρμογή ενός σχεδίου ανακύκλωσης με τη βοήθεια των προμηθευτών μας.

Η εταιρεία Galfinband στη Ρουμανία προσεγγίζει όλες τις δραστηριότητές της με μία περιβαλλοντικά υπεύθυνη στάση και πιστεύουμε ότι είναι σημαντικό να αναπτύξουμε τις δεξιότητες των υπαλλήλων μας και να συνεισφέρουμε στην ανάπτυξη των δεξιοτήτων μέσα στην τοπική κοινότητα.

Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών μας στο πλαίσιο της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν:

- συνεργασία με το πανεπιστήμιο της περιοχής για να προσφέρουμε στους φοιτητές δεξιότητες της τεχνολογίας πληροφοριών
- οικονομική στήριξη για τη δημιουργία ενός σύγχρονου κέντρου Τεχνολογίας Πληροφοριών με 14 υπολογιστές, εξοπλισμό και σύνδεση στο Διαδίκτυο για το τοπικό σχολείο Simion Mehedinti στην Galati·

<sup>71</sup> Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>

- χορηγία και υποστήριξη για τοπικές δραστηριότητες και βελτιώσεις·
- παροχή κινήτρων στα παιδιά των εργαζομένων για όλες τις μορφές εκπαίδευσης που έχουν θετικά αποτελέσματα μέσω της απονομής επιπρόσθετων ετήσιων βραβείων·
- χορηγία κάποιων τοπικών δραστηριοτήτων·
- η αντίληψη ότι οι περιβαλλοντικές δραστηριότητες εμπíπτουν στον πυρήνα των δραστηριοτήτων της επιχείρησής μας, όπως η ελαχιστοποίηση, η ανακύκλωση και η διαχείριση των αποβλήτων, η εκπαίδευση των εργαζομένων ώστε να φροντίζουν για το περιβάλλον και να λειτουργούν ως παραδείγματα προς μίμηση στην τοπική κοινότητα και η εφαρμογή τεχνολογιών αποδοτικότητας πόρων.

Τέλος η εταιρεία Pinifer στην Φινλανδία, σέβεται τις περιβαλλοντικές αξίες σε όλους τους τομείς της λειτουργίας της από την επιλογή των πρώτων υλών και προσθετικών μέχρι τη χρησιμοποίηση και διάθεσή τους. Η ανάπτυξη προϊόντων είναι μία από τις κύριες δραστηριότητές μας και στοχεύει στη συνεχή ανάπτυξη νέων και στην εξέλιξη ήδη υπαρχόντων προϊόντων και στη βελτίωση της περιβαλλοντικής τεχνολογίας<sup>72</sup>.

Ορισμένα παραδείγματα των προσπαθειών μας στο πλαίσιο της υπεύθυνης Επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν:

- έναν κλειστό κύκλο παραγωγής·
- τα προϊόντα μας να μην είναι τοξικά και να είναι βιοδιασπώμενα και αυτές οι ιδιότητές τους έχουν πιστοποιηθεί από ένα ανεξάρτητο ινστιτούτο τεχνικής κατηγοριοποίησης (TÜV)·
- πιστοποίηση με τα πρότυπα συστήματος διαχείρισης ISO 14001, ISO 9001 και με το σύστημα αξιολόγησης εργασιακής υγείας (OHSAS 18001)· και
- υπαλλήλους οι οποίοι εκπαιδεύονται προκειμένου να ευαισθητοποιηθούν σε ζητήματα περιβάλλοντος, ποιότητας και ασφάλειας.

<sup>72</sup> Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>

## 6.3 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Όπως αναφέραμε και στη προηγούμενη ενότητα, οι ΜΜΕ θεωρούνται ως η βάση ανάπτυξης για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι ΜΜΕ υποδηλώνουν τη μορφή του σύγχρονου κόσμου. Ουσιαστικά ο μεγαλύτερος αριθμός επιχειρήσεων στην Ευρώπη είναι είτε μικρές, είτε μικρομεσαίες. Αυτού του τύπου οι επιχειρήσεις αποτελούν ζωτικό παράγοντα για τη δυναμική ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής οικονομίας<sup>73</sup>. Η Ε.Ε γνωρίζει το σημαίνον ρόλο των ΜΜΕ, γι αυτό και προσπαθεί να τις ενισχύσει από τη μια με συνεχείς χρηματοδοτήσεις, είτε για επιχειρήσεις που υφίστανται είτε για νέες, και από την άλλη με συνεχή καθοδήγηση και εκπαίδευση, προσπαθώντας με αυτό τον τρόπο να τις βοηθήσει να γίνουν πιο ανταγωνιστικές.

Για τους Ευρωπαίους ηγέτες η μετατροπή της Ευρώπης σ' ένα ευνοϊκό για επενδύσεις περιβάλλον αλλά και η στοχοθέτηση της λεγόμενης ανταγωνιστικής και δυναμικής «οικονομία της γνώσης» περνά μέσα από την ανάπτυξη και προώθηση ισχυρών ΜΜΕ, οι οποίες θα έχουν να επιδείξουν στόχους, οικονομική εφορία αλλά και σαφείς στρατηγικούς προσανατολισμούς. Η Ε.Ε για να επιτύχει τους στόχους τους επενδύει συνεχώς στις ΜΜΕ, ειδικά στο τομέα της τεχνολογικής ανάπτυξης. Στο κομμάτι της τεχνολογίας γίνεται μια προσπάθεια άρσης των εμποδίων που δεν επιτρέπουν στις ΜΜΕ να συμμετέχουν στη Νέα Οικονομία. Τα εμπόδια αυτά υπάρχουν για όλες τις επιχειρήσεις αλλά επηρεάζουν ιδιαίτερα τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα εμπόδια αυτά τα οποία έχουν αντιμετωπισθεί και καταπολεμούνται είναι τα ακόλουθα<sup>74</sup>:

- Οι ΜΜΕ αποδέχονται τις συνθήκες της αγοράς ως έχουν γιατί δεν είναι σε θέση να τις διαμορφώσουν. Όσο οι αμφιβολίες για τα οφέλη των

<sup>73</sup> Hillary R(2004), Environmental management systems and the smaller enterprise ,Volume 12, Issue 6, August 2004, pp.561-569

<sup>74</sup> Hillary R(2004), Environmental management systems and the smaller enterprise ,Volume 12, Issue 6, August 2004, pp.561-569



προτεινόμενων διεξόδων συμπεριλαμβανομένου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν από την Ε.Ε παραμένουν, τόσο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα είναι διστακτικές στην υιοθέτηση τους.

- Οι ΜΜΕ δεν διαθέτουν τα απαραίτητα εφόδια για πειραματισμούς και δεν μπορούν να κάνουν «ακριβά» λάθη. Αν και πρωτίστως οικονομικά, αυτού του τύπου τα εμπόδια έχουν να κάνουν και με τις περιορισμένες πηγές που διαθέτουν οι ΜΜΕ σε ότι αφορά το προσωπικό, management, κτλ.
- Συχνά οι ΜΜΕ χρησιμοποιούν την πληροφορική σε μικρό βαθμό και μόνο για συγκεκριμένες εργασίες, όπως ο έλεγχος μετοχών και η λογιστική, οπότε οι γνώσεις τους για την πληροφορική είναι περιορισμένες. Παράλληλα παρατηρείται το πρόβλημα πολλές λύσεις πληροφορικής που διατίθενται για τις ΜΜΕ να είναι είτε ανεπαρκείς, μια που στόχος τους είναι να καλύψουν μεμονωμένες ανάγκες, είτε πολύ περίπλοκες και ακριβές μια που ουσιαστικά έχουν σχεδιαστεί για την εξυπηρέτηση μεγάλων επιχειρήσεων και όχι των ΜΜΕ.
- Συχνά οι ΜΜΕ, έχουν μικρή και πολύ συγκεκριμένη πελατεία, η οποία εντοπίζεται σε συγκεκριμένες περιοχές ή σε συγκεκριμένα τμήματα της παραγωγικής διαδικασίας.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία και συμπεράσματα επιβεβαιώνουν πως τα εμπόδια για την περαιτέρω ανάπτυξη των ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ακόμα πολλά. Τα εμπόδια αυτά διαφέρουν από κράτος σε κράτος και μεταβάλλονται με το χρόνο. Η Ε.Ε συνεχίζει να προσπαθεί να στηρίξει τις μικρές και μεσαίες επιχειρηματικές δράσεις, γνωρίζοντας ότι εκεί βρίσκεται η λύση για την επερχόμενη οικονομική ανάπτυξη των Ευρωπαϊκών χωρών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7<sup>ο</sup>

### 7.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη φαίνεται λοιπόν να κερδίζει έδαφος ολοένα και περισσότερο στην Ελλάδα αλλά και σε όλο τον κόσμο. Γίνεται πλέον απαραίτητη η εφαρμογή της από όλες τις επιχειρήσεις και δίνει μια νέα διάσταση στην μελλοντική ανάπτυξή τους. Μεγάλες Πολυεθνικές Εταιρίες όπως ο Τιτάν αντιλήφθηκαν νωρίς τα οφέλη της υιοθέτησης της ΕΚΕ και την ανάδειξή της σε μέσω έκφρασης των αξιών, της μεθοδολογίας και των στόχων τους. Αντιλήφθηκαν πως μέσα από μια σωστή πολιτική ΕΚΕ θα πετύχαιναν διπλά αποτελέσματα. Προβολή υπεύθυνου, κοινωνικού χαρακτήρα άρα αποδοχή από το κοινωνικό σύνολο και ευνοϊκότερη αντιμετώπιση αλλά και θετική επίδραση τόσο στην παραγωγικότητα όσο και την οργάνωση τους. Για τον λόγο αυτό ανάθεσαν σε εξειδικευμένα άτομα με κατάλληλες γνώσεις και εμπειρία εξολοκλήρου την διαχείριση ενός τόσο λεπτού θέματος. Η καταστροφική επίπτωση των λειτουργιών των επιχειρήσεων στο περιβάλλον με αποτέλεσμα τον αφανισμό εκατοντάδων χιλιάδων ανθρώπων δεν αφήνουν πλέον κανένα περιθώριο σε καμία εταιρία να αγνοεί την εταιρική κοινωνική της ευθύνη. Δεν είναι λοιπόν μόνο πολιτική δημοσίων σχέσεων και απόκτησης προτερημάτων σε σχέση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις η αναγνώριση από μία εταιρεία της κοινωνικής της ευθύνης αλλά ούτε αποτελεί μόνο εσωτερική υπόθεση του κάθε κράτους. Έχει ξεπεράσει τα όρια των κρατικών συνόρων και αποτελεί παγκόσμια ευθύνη. Βέβαια οι περισσότερες εταιρίες δεν βλέπουν τόσο μακροπρόθεσμα. Αναλαμβάνουν την ΕΚΕ τους για λόγους απόκτησης φήμης και κοινής αποδοχής. Αναλυτικότερα έχει αποδειχθεί μέσα και από μετρήσεις από κοινωνικούς δείκτες ότι η εικόνα, η φήμη και κατά συνέπεια η επιτυχία των επιχειρήσεων εξαρτάται από την συμπεριφορά τους απέναντι στους καταναλωτές, τους εργαζομένους, τις τοπικές αρχές, το περιβάλλον και την κοινωνία γενικά. Ο ρόλος όμως και του κράτους για την επιτυχή διάδοση της ΕΚΕ και της πολιτικής της κρίνεται αναγκαίος. Στην Ελλάδα το κράτος υπολειτουργεί στον τομέα αυτό. Δεν παρέχει την απαιτούμενη στήριξη και διευκόλυνση για την αύξηση των κοινωνικών επενδύσεων από την πλευρά των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Θα πρέπει να

δοθεί από την πλευρά της κυβέρνησης η δέουσα σημασία στον τομέα αυτό και να ακολουθηθεί το παράδειγμα των άλλων αναπτυγμένων κρατών- μελών με όσο το δυνατό πιο γρήγορους ρυθμούς. Κράτος, ιδιωτικές επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη θα πρέπει να αποτελέσουν αλληλένδετες έννοιες ώστε να αναδειχθεί ο κοινωνικός χαρακτήρας ενός τόπου συνεισφορά των επιχειρήσεων στην αειφόρο ανάπτυξη της κοινωνίας.

## **7.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Αναφορικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μπορούμε να προτείνουμε ότι προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές, πρέπει να είναι σε θέση να προσαρμόζονται σε αυτές τις νέες απαιτήσεις της αγοράς και της κοινωνίας στην οποία λειτουργούν.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Lippemeier, μίας μικρής εταιρείας παροχής υπηρεσιών καθαριότητας σε βιομηχανίες, η οποία ανέπτυξε νέες υπηρεσίες και προϊόντα προκειμένου να ανταποκριθεί στη συνεχώς αυξανόμενη ανάγκη για πιο περιβαλλοντικά φιλικές υπηρεσίες καθαριότητας.

Η ευέλικτη φύση και το ανθρώπινο πρόσωπο πολλών μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) συχνά επιτρέπει σε αυτές να ανταποκρίνονται με ταχύτητα στις αλλαγές αυτές, επειδή μπορούν να επισημάνουν τις ευκαιρίες της αγοράς και να επωφεληθούν από αυτές ευκολότερα από πολλές μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Acs, Zoltan J. and David B. Audretsch (eds.), 1993, *Small Firms and Entrepreneurship: An East-West Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press.
2. Arlow, P. & Gannon M. 1982, " Social Responsiveness, corporate structure and economic performance, *Academy of Management Review*, p. 235-241.
3. Carroll, A.B., 1991, "The pyramid of corporate social responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders", *Business Horizons*, 34, p. 39 – 48.
4. Damanpour F et al(1984), *Organization Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag*, *Administrative Science Quarterly*, pp.34-35
5. Davis K.& Blomstrom R., 1975, "Business and Society: Environment and Responsibility", 3<sup>rd</sup> ed.
6. Dierkes, M., 1990, " A new Challenge to the Social Role of Business", *Atlantic Economic Journal*, Vol.18 (3), p. 38-41.
7. Frazer, B.W., 2005, " Corporate Social Responsibility", Vol. 13, pp. 42 – 47.
8. GSK.,(2009), *Historical Background*, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.gsk.com>
9. GSK.,(2009), *Social Responsibility*, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.gsk.com/responsibility/index.htm>
10. Hillary R(2004), *Environmental management systems and the smaller enterprise* ,Volume 12, Issue 6, August 2004, pp.561-569
11. <http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/articles>
12. Lantos, G.P., 2001, " The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 (7), p. 595 – 630.
13. Most Respected Companies Survey "Financial Times/PricewaterhouseCoopers Dec 7th 1999

14. Naisbitt J(2003), Από τα Έθνη Κράτη στα δίκτυα, Εκδόσεις Καστανιώτης 293-295
15. Novartis Hellas, ανακτημένο από: <http://www.novartis.gr/NovartisHellas/tabid/62/Default.aspx>
16. Panagiotis Liargovas(2005), The White Paper on Growth, Competitiveness and Employment and Greek Small and Medium Sized Enterprises Small Business Economics 11: 201–214,
17. Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, “Corporate Responses to Environmental Challenges”, Quorum Books, N.Y,USA
18. World Commission on Environment and Development 1987
19. [www.euroopa.eu.int](http://www.euroopa.eu.int), 2005, Εταιρική κοινωνική Ευθύνη.
20. Ανδρουτσόπουλος Θ., Φουντής Γ., 2010, Η ΕΚΕ ως εργαλείο του μάρκετινγκ. Ανακτημένο από: <http://www.hrma.gr/article.asp?view=413&ref=407>
21. Βασιλάτου Ε.,(2007), Πρόγραμμα Κατ’ οίκον Νοσηλεία, Ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παιδών «Π. & Α. Κυριακού»
22. Βούλγαρη Ε., (2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΣΕΒ.
23. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
24. Ζευγαρίδη Σ(1985), Οργάνωση και Διοίκηση, Εκδόσεις Κυριακίδης
25. Κατζουράκης Γ.,(2008), Πρόγραμμα Κατ’ οίκον νοσηλεία για παιδιά με Καρκίνο, Ανάκτηση στις 5-5-2009 από [http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art\\_id=7578](http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art_id=7578)
26. Κοινωνικός διάλογος, 2010, ανακτημένο από: [http://europa.eu/scadplus/glossary/social\\_dialogue\\_el.htm](http://europa.eu/scadplus/glossary/social_dialogue_el.htm)
27. Κονταξή Μ.,(2004), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον
28. Κονταξή Μυρτώ 2004, ΕΚΕ & Περιβάλλον, PriceWaterhouseCoopers.
29. Κυριακόπουλος Κ.,(2005), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ένωση Ελλήνων Βιομηχάνων
30. Λεφοπούλου Αλεξάνδρα, 2003, “Επαναπροσδιορισμός της ΕΚΕ”, περιοδ.”Marketing Week”, 09-03.
31. Μπουραντάς Δ. (2001) Μάνατζμεντ: Θεωρητικό Υπόβαθρο, Σύγχρονες Πρακτικές, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου
32. Ο.Κ.Ε., (2003), Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

33. Π. & Α. Κυριακού.,(2005), Έρευνα για παιδιά με Καρκίνο, Ογκολογική κλινική του νοσοκομείου Παίδων «Π. & Α. Κυριακού»
34. Παπαδόπουλος Σ.,(2008), Η υγεία στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από <http://www.iatronet.gr/>
35. Περιοδικό της Γενικής Διεύθυνσης Περιβάλλοντος, Ιούνιος 2005, αρ.20.
36. Σπύρου Π.,(2009), ΕΚΕ στην Ελλάδα, Ανάκτηση στις 20-7-2010 από <http://www.citypress.gr/>
37. Τιτάν, 2003, Απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Βιώσιμης Ανάπτυξης
38. Τρυφωνίδα Μ.,(2008), Περιγραφή του Προγράμματος Κατ' οικον Νοσηλεία, Ανάκτηση στις 4-5-2009 από <http://www.iatronet.gr/>
39. Φλόγα.,(2007), κατ' οίκον νοσηλείας για παιδιά με καρκίνο Αθήνα, 16 Φεβρουαρίου 2009, Ανάκτηση στις 2-5-2009 από [http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art\\_id=7578](http://www.iatronet.gr/newsarticle.asp?art_id=7578)
40. Χατζησοφοκλέους Μ.,(2004), Υποστήριξη Επιχειρησιακής Διεύθυνσης, Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ΑΤΗΚ) <http://www.cyta.com.cy/pr/newsletter>