

**Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ Η  
ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ  
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**



**ΑΡΑΓΗ ΔΡΟΣΟΥΛΑ      ΑΜ:086/07**

**ΜΟΛΛΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ      ΑΜ:249/07**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΥΡΜΙΖΟΓΛΟΥ ΠΑΝΤΕΛΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΥΠΟΒΛΗΘΕΙΣΑ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ  
ΤΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟΥ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ  
ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2013**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	7
1.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ .....	9
2.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΗΜΗ .....	12
3.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	13
4.Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΚΕ) .....	15
5. ΟΡΙΣΜΟΙ.....	17
6. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	20
7. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	22
ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	22
ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ.....	22
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ, ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ .....	23
ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ .....	23
ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ.....	24
ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΣΚΟΠΟΥ (CAUSE PROMOTION) .....	24
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΚΟΠΟΥ (CAUSE RELATED MARKETING).....	24
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (CORPORATE SOCIAL MARKETING).....	25
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΑ (CORPORATE PHILANTHROPY) .....	25
ΕΤΑΙΡΙΚΟΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ (COMMUNITY VOLUNTEERING).....	25
ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ (SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS PRACTICES).....	26
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	26
ΗΘΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	27
ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	28
8. ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΙΣΤΟΥΝ ΑΝΑΓΚΑΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΩΣ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ .....	29
9. ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	30
10. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ .....	32
11. Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ.....	34
ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΣΚΟΠΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΟΡΑΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	35

ΟΡΙΣΜΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	35
ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΩΝ .....	36
ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	36
ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΕΝΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ .....	37
ΕΦΑΡΜΟΓΗ – ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ.....	39
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ – ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗ .....	40
12. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΒΡΑΒΕΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	41
13. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ.....	45
14. ΤΟΜΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ.....	47
15. 10 ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ .....	50
16. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	52
Α) ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	52
Διαχείριση του Ανθρώπινου Δυναμικού .....	52
Προσαρμογή στην Αλλαγή .....	53
Διαχείριση του Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και των Φυσικών Πόρων... ..	54
Β) ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ .....	55
Τοπικές Κοινότητες.....	55
Επιχειρηματικοί Εταίροι, Προμηθευτές και Καταναλωτές.....	55
Ανθρώπινα Δικαιώματα .....	56
Παγκόσμιες Περιβαλλοντικές Ανησυχίες.....	56
17. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ .....	57
18. ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΑΠΟ ΑΥΤΗ.....	62
ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ .....	62
19. 25 ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΕ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ .....	65
20. ΑΛΛΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΕ .....	68
21. ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΚΕ - ΑΣΚΗΣΗ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΡΟΛΟ ΤΗΣ .....	70
22. ΠΙΘΑΝΑ ΟΦΕΛΗ ΑΝΑ ΠΕΔΙΟ ΤΗΣ ΕΚΕ .....	72
ΧΩΡΟΙ ΕΡΓΑΣΙΑΣ .....	72
ΑΓΟΡΑ 72	
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	72

ΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	73
ΓΕΝΙΚΑ .....	73
23. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	74
A) ΕΠΙΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑ.....	74
B) ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ.....	76
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ .....	76
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ .....	78
ALPHA BANK.....	79
ΑΤΤΙΣΑ BANK.....	81
VODAFONE .....	83
COSMOTE.....	84
ΟΠΑΠ .....	85
ΤΙΤΑΝ.....	93
ΔΕΗ.....	95
STARBUCKS CORPORATION.....	99
ΝΙΚΕ.....	100
24. ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ .....	101
A) ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΦΟΡΕΙΣ .....	101
Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο .....	101
Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact).....	105
Center for Sustainability and Excellence (CSE).....	106
Global Reporting Initiative (GRI) .....	106
Accountability Rating .....	107
Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας.....	108
B) ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ .....	108
Το ελληνικό δίκτυο για την ΕΚΕ.....	108
Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ) .....	110
Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής .....	111
Quality Net Foundation .....	112
Great Place to Work Institute .....	112
EuroCharity.....	113
Ινστιτούτο Επικοινωνίας.....	113

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	115
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	116
ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΗ .....	116
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	116
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	117

*«Η υπευθυνότητα αναφέρεται στην υποχρέωση των επιχειρηματιών να επιδιώκουν εκείνες τις πολιτικές, να λαμβάνουν εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθούν εκείνες τις δράσεις που να συνάδουν με τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας μας»*

*(Howard Bowen, ο πατέρας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης)*

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η παρουσίαση και η ανάδειξη της *Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης* που εφαρμόζεται από τις επιχειρήσεις, τους τρόπους με τους οποίους αυτή εφαρμόζεται και ενσωματώνεται στην στρατηγική δομή της κάθε επιχείρησης, καθώς επίσης το πόσο σημαντική είναι η ύπαρξή της για την επιβίωση των επιχειρήσεων που ζουν και αναπνέουν σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Στην πρώτη ενότητα αναλύονται οι ορισμοί της εταιρικής εικόνας, της εταιρικής φήμης και της εταιρικής επικοινωνίας που συνδέονται άμεσα με την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Στην δεύτερη ενότητα παρουσιάζεται και αναλύεται, εννοιολογικά και σημασιολογικά, με διάφορους ορισμούς, έτσι ώστε να γίνει πλήρως κατανοητή. Στην τρίτη γίνεται μια ιστορική αναδρομή, το πώς αυτή η έννοια ξεκίνησε ως μια απλή ιδέα και πως κατέληξε σήμερα ως ο σημαντικότερος πυρήνας της επιχειρηματικής σκέψης. Ακολουθεί ο διαχωρισμός της σε κατηγορίες και η καταγραφή όλων των παραγόντων που την καθιστούν αναγκαία με απώτερο σκοπό την καλύτερη και πιο ολοκληρωμένη παρουσίαση της. Παρακάτω αναλύεται σε σχέση με την οικονομική κρίση και την λογιστική, δείχνοντας με αυτόν τον τρόπο τα αποτελέσματά της και με αριθμούς.

Θεωρήσαμε σκόπιμη την αναφορά των παγκόσμιων αρχών της ώστε να γίνει αποτελεσματικότερη σύγκριση με βάση την εφαρμογή της. Στην συνέχεια περιγράφονται αναλυτικά όλες οι κοινωνικές της δράσεις και

επιπτώσεις που επιφέρουν. Παράλληλα τονίζουμε την εφαρμογή τόσο της εσωτερικής όσο και της εξωτερικής ευθύνης που πρέπει να έχει μία επιχείρηση που επιδιώκει να αποκαλείται υπεύθυνη. Στις επόμενες ενότητες περιγράφονται οι δείκτες απόδοσης και οι τρόποι για την καλύτερη δυνατή εφαρμογή της. Σε αυτό το σημείο τέθηκε ο μεγάλος προβληματισμός του κατά πόσο σωστά εφαρμόζεται η πραγματική έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οπότε γι' αυτό τον λόγο αναπτύξαμε την ενότητα στην οποία γίνεται η άσκηση κριτικής του πραγματικού της ρόλου.

Στις επόμενες ενότητες παρουσιάζονται επιγραμματικά και αναλυτικά παραδείγματα μικρών, μεσαίων και μεγάλων πολυεθνικών εταιριών που εφαρμόζουν σωστά και αποτελεσματικά την έννοια της πραγματικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Αναπτύσσοντας τους τρόπους, τα μέσα, την στρατηγική, τις καλές πρακτικές και τα θετικά αποτελέσματα που επιφέρουν στις ίδιες και στο κοινωνικό, πολιτισμικό και οικολογικό τους περιβάλλον.

Στις τελευταίες ενότητες γίνεται η αναφορά των φορέων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε διεθνές και ελληνικό επίπεδο, περιγράφοντας τον κάθε φορέα ξεχωριστά για να αποδοθεί σωστότερα και αντικειμενικότερα η σπουδαιότητα του ρόλου και του έργου, του κάθε φορέα χωριστά.

Μέσα από όλες αυτές τις τοποθετήσεις, τις ερμηνείες και τα παραδείγματα θέλουμε να τονίσουμε την αναγκαιότητα της κοινωνικής ευθύνης και ευαισθητοποίησης από πλευράς εταιριών, για την ανάπτυξη και εξέλιξή τους και μέσα από αυτές, του τόπου που δραστηριοποιούνται.

Ελπίζουμε ότι η παρούσα πτυχιακή εργασία θα συμβάλλει στην κατανόηση και διασάφηση της προσφοράς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, στην αναθεώρηση σκέψεων των επικριτών της και στην ενίσχυση επιχειρημάτων των υποστηρικτών της.

Θερμές Ευχαριστίες οφείλουμε στους καθηγητές μας και ιδιαίτερα στον επιβλέποντα καθηγητή μας, Κυρμίζογλου Παντελή, για την πολύτιμη βοήθεια και στήριξή του, για τη βελτίωση και περάτωση της παρούσας εργασίας.



## 1.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ

Ως *εταιρική εικόνα* ορίζεται το σύνολο των συναισθηματικών αντιδράσεων που δημιουργούνται στον πολίτη κάθε φορά που έρχεται στη σκέψη του κάποια εταιρεία, και τα οποία οδηγούν σε μία συγκεκριμένη συμπεριφορά. Στην εταιρική εικόνα συμπεριλαμβάνονται η γνώμη, τα συναισθήματα και η εμπιστοσύνη.

Η εταιρική εικόνα επιτυγχάνει τη διείσδυση στον λογικό αλλά και συναισθηματικό κόσμο των ανθρώπων. Η διαδικασία αυτή φέρει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία μιας συνολικής εμπειρίας στον ανθρώπινο εγκέφαλο, η οποία τοποθετεί, σε αναλογία με το βαθμό θετικότητάς της την εταιρεία σε υψηλή θέση στο συναισθηματικό και λογικό κόσμο του αγοραστή κατά τη διαδικασία επιλογής των υλικών αγαθών.

Η δημιουργία της εταιρικής εικόνας είναι μια σύνθετη διαδικασία. Ουσιαστικά, πρόκειται για τη σύνθεση πολλών ψυχολογικών συνιστωσών. Η εικόνα δημιουργείται στον ανθρώπινο εγκέφαλο από τις παραστάσεις που προσλαμβάνει, μέσω περίπλοκων διεργασιών που αφορούν, παραστάσεις, διαπιστώσεις και εμπειρίες του προσώπου στο οποίο δημιουργείται η εικόνα, και εγγράφεται στα αποθηκευτικά νευρωτικά δίκτυα.

Αναλόγως με την αντίδραση του εγκεφάλου, οι παραστάσεις γίνονται δεκτές είτε θετικά είτε αρνητικά. Η θετική εικόνα διαμορφώνεται όταν ο εγκέφαλος ιεραρχεί την καλή και την κακή εντύπωση που έχει για την επιχείρηση. Η εικόνα αυτή βρίσκεται πάντα στο μυαλό του και τον ακολουθεί σε κάθε επικείμενη αγορά ή επένδυσή του στην κάθε εταιρεία.

Η καλή εταιρική εικόνα μετράται ανάλογα με το βαθμό ικανοποίησης που νιώθει κάθε ομάδα με την οποία η επιχείρηση συνεργάζεται και

επικοινωνεί. Οι άνθρωποι της κάθε ομάδας με την οποία επικοινωνεί μια επιχείρηση αισθάνονται και σκέφτονται με συγκεκριμένους τρόπους για την εταιρεία. Οι σκέψεις και τα συναισθήματα είναι απόρροια των αξιών που η εταιρεία ενσωματώνει στα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

Οι ομάδες κοινού, στις οποίες απευθύνεται μια εταιρεία, δεν είναι μόνο οι ορατές ή οι άμεσα συνεργαζόμενες. Παραδείγματος χάριν, μια μέση επιχείρηση απευθύνεται στους εργαζομένους της, στους ανθρώπους των Μεσών Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), στους προμηθευτές, στην τοπική κοινωνία, στα συνδικάτα, σε ομάδες ειδικού ενδιαφέροντος για αυτήν, στους μετόχους, στους πελάτες, στους επενδυτές της. Όλοι αυτοί δημιουργούν μια εικόνα για την εταιρεία μέσα από τις εμπειρίες τους μαζί της, είτε αγοράζοντας υπηρεσίες και προϊόντα, είτε από τις μεθόδους επικοινωνίας, είτε από την ποιότητα της εξυπηρέτησης και των σχέσεων, καθώς και από έναν επιπλέον παράγοντα, την συνολική εικόνα του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία.

Παράγοντες που επηρεάζουν την εταιρική εικόνα είναι οι ακόλουθοι:

- *Ανάπτυξη σχέσεων.* Η ανάπτυξη των σχέσεων μιας εταιρείας και των ομάδων με τις οποίες επικοινωνεί έχει θετικό αντίκτυπο στις ομάδες. Όσο καλύτερες είναι οι σχέσεις, τόσο πιο πολύ επηρεάζουν την επικοινωνία
- *Οικειότητα του κοινού με την εταιρεία.* Δηλαδή το κατά πόσο οικεία, φιλική, κοντά τους αισθάνονται την εταιρεία οι συνεργάτες της είναι κριτήριο επένδυσης προς αυτήν
- *Αξιοπιστία.* Δηλαδή, σε τι βαθμό η εταιρεία είναι συνεπής με τις δηλώσεις της ή την εικόνα που θέλει να χτίσει, ή σε μελλοντικό χρόνο σε τι βαθμό είναι συνεπής με την εικόνα που έχει ήδη επικοινωνήσει
- *Καινοτομία.* Κατά πόσον ακολουθεί τις καινούριες τάσεις, επενδύει σε ερευνητικά προγράμματα και στην ανάπτυξη, έχει τη διάθεση να παράγει διάφορα νέα προϊόντα ή να προτείνει νέες υπηρεσίες

- *Στυλ διοίκησης και συμπεριφοράς των στελεχών.* Ο τρόπος που η επιχείρηση διαχειρίζεται είτε τους ανθρώπινους είτε τους υλικούς πόρους της αποτελεί κριτήριο επιλογής των προϊόντων της που γίνεται ολοένα και πιο σημαντικό κάθε χρόνο. Ήδη καταρτίζεται λίστα επιχειρήσεων με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον σε διεθνές, αλλά και σε ελληνικό επίπεδο. Η λίστα αναδεικνύει εταιρείες, ανά χώρα ή περιφέρεια, χρησιμοποιώντας μεθοδολογία μέσα από την οποία διερευνάται η άποψη των εργαζομένων σε σχέση με το επίπεδο εμπιστοσύνης και την ποιότητα των υφιστάμενων σχέσεων ανάμεσα σε αυτούς και τη διοίκηση. Αυτό το επίπεδο εμπιστοσύνης *«σφραγίζει και το στυλ διοίκησης της εταιρείας»*. Από την άλλη μεριά, η συμπεριφορά των στελεχών της επιχείρησης έναντι του κοινού είναι πολύ κρίσιμος παράγοντας επιλογής των προϊόντων της.
- *Ευαισθητοποίηση έναντι της κοινωνίας.* Δηλαδή, σε ποιο βαθμό απασχολούν την εταιρεία ευρύτερα κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά θέματα. Αυτό σημαίνει ότι η εταιρική εικόνα βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) όπως θα δούμε στη συνέχεια της παρούσας εργασίας.

Εν κατακλείδι και με βάση τα όσα προαναφέρθηκαν, καλή εταιρική εικόνα δημιουργείται όταν η εταιρεία:

- Παρέχει ποιότητα
- Διαθέτει καινοτομικά προϊόντα
- Εμφανίζει αρμονία στις σχέσεις της με τους συμμετόχους και τα ΜΜΕ
- Εμφανίζει κοινωνική δράση, και τέλος
- Επιλέγει συνεργατική πολιτική (Παπατριανταφύλλου, 2011).

## 2.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΗΜΗ

Ως *εταιρική φήμη* ορίζεται η συνειδητή, από μέρους των ανθρώπων, απόδοση χαρακτηρισμών που είναι κοινωνικά θετικά αποδεκτοί προς μία εταιρεία, οι οποίοι χαρακτηρισμοί δηλώνουν την εκτίμηση των πολιτών του κοινωνικού πεδίου προς τους ανθρώπους της εταιρείας και αποτελούν αναγνώριση και μαρτυρία της επιτυχημένης επικοινωνίας πρωτογενώς ή και μέσω ενδιάμεσων δικτύων που τα δύο μέρη διατηρούν.

Στην περίπτωση που οι χαρακτηρισμοί για κάποια εταιρεία δεν είναι κοινωνικά θετικά αποδεκτοί τότε, η εταιρική φήμη δεν δύναται να προσδιοριστεί και κατά συνέπεια, ούτε να χρησιμοποιηθεί σε επαγγελματικό ή επιστημονικό επίπεδο. Συμπερασματικά, είναι μη δόκιμο επιστημονικά να χρησιμοποιείται η φράση ότι *«η εταιρεία αυτή έχει κακή εταιρική φήμη»*, εφόσον ο συγκεκριμένος όρος χρησιμοποιείται αποκλειστικά όταν αυτή είναι καλή. Όταν οι φήμες δεν είναι εποικοδομητικές για την εικόνα μιας επιχείρησης, τότε είναι ευνόητο ότι δεν έχει θετική εταιρική φήμη.

Στη διαμόρφωση της εταιρικής φήμης προσμετρούνται:

- Το ήθος
- Η εντιμότητα
- Η υπευθυνότητα
- Η αυθεντικότητα
- Η ακεραιότητα
- Η συνέπεια
- Η ειλικρίνεια
- Ο σεβασμός έναντι της κοινωνίας (Παπατριανταφύλλου, 2011).

### 3.ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Οι τεχνικές επικοινωνίας που χρησιμοποιεί μια εταιρεία με σκοπό να δημιουργήσει εταιρική φήμη και εταιρική εικόνα και στην πορεία να τις διαχειριστεί ονομάζεται *εταιρική επικοινωνία*. Η εταιρική επικοινωνία δεν αφορά κατ' εξοχήν τα προϊόντα της εταιρείας, αλλά την ίδια, δηλαδή τη θέση της στην αγορά, το όραμά της, τις αξίες της, τη στρατηγική και τους ανθρώπους της.

Η εταιρική επικοινωνία πραγματοποιείται όταν η εταιρεία επιθυμεί να τη σχέση με ένα ειδικό και πολύ συγκεκριμένο κοινό, όπως για παράδειγμα είναι μια τοπική κοινωνία, και περιλαμβάνει newsletter, εταιρική διαφήμιση και δημοσιότητα. Η εταιρική επικοινωνία πραγματοποιείται επιπρόσθετα όταν οι αγοραστές επιλέγουν προϊόντα και εταιρεία στον ίδιο βαθμό, δηλαδή τα προϊόντα είναι καθαυτή η επιχείρηση.

Τα βασικά είδη της εταιρικής επικοινωνίας είναι:

1. Image Communication, η οποία περιλαμβάνει:

- Την επικοινωνία των ενεργειών κοινωνικής υπευθυνότητας
- Τις λύσεις που προτείνει η επιχείρηση στην κοινωνία
- Τις ενέργειες για την προαγωγή του πολιτισμού από πλευράς εταιρείας
- Τη βοήθεια σε ευπαθείς ομάδες
- Την ενημέρωση των οικονομικών μεγεθών
- Τα επιτεύγματα και τις επιτυχίες των στελεχών
- Την επικοινωνία των αλλαγών που πραγματοποιούνται

**2. Issue Communication, η οποία περιλαμβάνει:**

- Τις στρατηγικές συμμαχίες
- Την επικοινωνία για την επίλυση θεμάτων και διαφορών.

Δύο είναι επίσης οι κατηγορίες μηνυμάτων της εταιρικής επικοινωνίας:

**1. Μηνύματα εταιρικής επικοινωνίας προς ομάδες επενδυτών:**

- Οι επιδιώξεις της επιχείρησης θα πρέπει να είναι ορατές
- Οι λύσεις στα προβλήματά τους θα πρέπει να είναι οι κατάλληλες
- Να μην είναι όμορφα μηνύματα, αλλά να είναι πιστευτά

**2. Μηνύματα εταιρικής επικοινωνίας προς ομάδες πελατών:**

- Προβολή των πλεονεκτημάτων
- Επανάληψη των υπηρεσιών ώστε να γίνονται γνωστές, και παράλληλα να χτίζουν σταδιακά την εταιρική εικόνα
- Να προσδιορίζουν τη θέση του πελάτη στη στρατηγική της εταιρείας
- Να διαθέτουν την κατάλληλη αισθητική
- Ο τρόπος ζωής και τα συναισθήματα τα οποία παρουσιάζονται να είναι ειλικρινή (Παπατριανταφύλλου, 2011).

## **4.Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΚΕ)**

Η σχέση της επιχείρησης με την κοινωνία είναι αμφίδρομη και για το λόγο αυτό οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί οφείλουν να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί, απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον και αντίστοιχα να προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους. Οι κοινωνικοί, περιβαλλοντικοί και οικονομικοί παράγοντες, όπως είναι η καταστροφή του περιβάλλοντος, η ζήτηση των καταναλωτών για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων αλλά και η μεταφορά των επιχειρήσεων σε χώρες με πιο φθηνά εργατικά οδήγησαν στην εμφάνιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ).

Κάθε επιχείρηση για να μπορέσει να αποκτήσει φήμη και να καταξιωθεί στο χώρο της, υιοθετεί διάφορες τεχνικές όπως είναι η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις και μία τεχνική των τελευταίων χρόνων είναι η εταιρική κοινωνική ευθύνη. Το καταναλωτικό κοινό αγοράζει αγαθά ή υπηρεσίες ανάλογα με την οικονομική του άνεση και τη φήμη μιας εταιρείας, αλλά θα προτιμήσει εκείνες τις επιχειρήσεις που με τη στάση τους πείθουν ότι ευαισθητοποιούνται για τα προβλήματα, αντιμετωπίζοντάς τα ως κοινά.

Παράγοντες όπως η μόρφωση της κοινωνίας, η επανάσταση στη διάχυση της πληροφορίας και οι νέες οικονομικές συνθήκες μετέβαλαν αποφασιστικά τον παραδοσιακό, τρόπο επικοινωνίας επιχειρήσεων-κοινού. Μέσω της κοινωνικής ευθύνης προβάλλεται η υπευθυνότητα, η κοινωνική ευσυνειδησία, η ευαισθησία, η συνείδηση και η επιχειρηματική ηθική της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν στρατηγικές, με τις οποίες φροντίζουν να λειτουργούν σωστά, να έχουν αξίες και να αναγνωρίζουν την

ευθύνη που έχουν απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Δηλαδή η επιχείρηση ενσωματώνοντας την κοινωνική ευθύνη στις στρατηγικές της, παύει πλέον να έχει ως κύριο στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους της και την κυριαρχία της στην αγορά αλλά προσπαθεί να αναδειχθεί πέρα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει και με το κατά πόσο φροντίζει να ανεβάσει τα πρότυπα της κοινωνικής ανάπτυξης και της προστασίας του περιβάλλοντος και να αποδείξει ότι σέβεται τα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα στις καθημερινές πρακτικές τους. Αυτή άρα είναι και η φιλοσοφία που η επιχείρηση συμμερίζεται: δέχεται να στερηθεί μέρος των κερδών της για την αναβάθμιση των όρων ζωής της ευρύτερης κοινωνίας, η οποία - είτε είναι ο άμεσος αποδέκτης της ωφέλειας είτε όχι - πείθεται για τις καλές προθέσεις.

Τα αποτελέσματα της εφαρμογής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συνήθως δεν είναι άμεσα ορατά, όμως διαμορφώνουν την εικόνα της επιχείρησης, την κάνει να φαίνεται αξιόπιστη στους ενδιαφερόμενους φορείς, να διατηρεί τη φήμη της, να είναι ανταγωνιστική και να είναι μία επιχείρηση αντάξια στο παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον.



## 5. ΟΡΙΣΜΟΙ

Σύμφωνα με το διαφορετικό βαθμό ανάπτυξης της κάθε χώρας και τη διαφορετική τους κουλτούρα και φιλοσοφία έχουν διατυπωθεί διάφοροι ορισμοί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) οι οποίοι όμως συγκλίνουν σε κάποια σημεία. Ένας είναι ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ, η στενή της σχέση με τη βιώσιμη ανάπτυξη και η στρατηγική επιλογή της επιχείρησης. Κάποιοι από αυτούς αναφέρονται παρακάτω:

- “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους”  
(Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)
- “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη”  
(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Πράσινη Βίβλος, 2001)

- “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα ”  
(WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, 1998)
  
- “Η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρεία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες: τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποδηλώνει ότι μια εταιρεία ασχολείται σοβαρά όχι μόνον με την αποδοτικότητα και ανάπτυξή της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της: εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα”  
(Novethic)
  
- “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση της ηγεσίας μιας επιχείρησης για θεμελιώδεις αξίες και αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών. Είναι η υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας”  
(Ολλανδία)
  
- Ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις αποτελούν οντότητες οι οποίες είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το

κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, επηρεάζοντας και επηρεαζόμενες από τα δεδομένα της εποχής και του χώρου δράσης τους. Οφείλουν επομένως να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί, απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Να σέβονται δηλαδή τις αρχές και τις αξίες που χαρακτηρίζουν τον πολιτισμό μας (τον σεβασμό προς τον άνθρωπο - την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και την παροχή ίσων ευκαιριών, τον σεβασμό στο περιβάλλον που κληρονομήσαμε και την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής).

([www.wikipedia.gr](http://www.wikipedia.gr))



### **ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ**

- Συμμόρφωση με τη νομοθεσία
- Φιλανθρωπία
- Εμπορικές χορηγίες
- Δημόσιες Σχέσεις



### **ΤΙ ΕΙΝΑΙ**

- Επένδυση στην αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη
- Διαφάνεια και συνεχής διαλεκτικός διάλογος
- Συνάρτηση αξιών και επιχειρηματικής στρατηγικής
- Έμφαση σε ό, τι δημιουργεί προστιθέμενη αξία και μακροπρόθεσμη προοπτική

## 6. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) φαίνεται να άρχισε στις αρχές του 20ου αιώνα όπου τότε οι επιχειρήσεις ήταν πολύ δυνατές και κυρίως μονοπωλιακές γι' αυτό το λόγο κιάλας δέχονταν συχνά επιθέσεις. Όμως οι επιχειρήσεις άρχισαν να στρέφουν το ενδιαφέρον τους προς τους εργαζόμενους και στο πώς θα γίνουν πιο παραγωγικοί ήδη από τα τέλη του 18ου αιώνα. Η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα μπορεί να θεωρηθεί το σημείο εκκίνησης για την ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών από τη μεριά των επιχειρήσεων οι επιχειρήσεις εξέφραζαν με διάφορους τρόπους την κοινωνική τους υπευθυνότητα (προσφέροντας π.χ. κατοικία στους εργαζόμενους τους, φροντίζοντας για αυτούς και τις οικογένειες τους κ.λπ.). Με τον ερχομό του 20ου αιώνα και την καθιέρωση των νομικών πλαισίων της λειτουργίας των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη του κράτους σε ό,τι αφορά την πρόνοια, ιδιαίτερα μετά το κραχ του 1929, το πνεύμα της φιλανθρωπίας παραχώρησε το πνεύμα του σε εκτεταμένες νομικές, συμβατικές και οργανωτικές δομές. Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, η ανάδειξη των πολυεθνικών εταιριών και η αυξανόμενη επίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου που λέει ότι αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή πλούτου για τους μετόχους τους (the business of business is business) έφερε πάλι στην επιφάνεια το ερώτημα των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας (Carroll, A. (2007), A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

Μετά το 1930 και κυρίως μετά το 1960 η ΕΚΕ έχει αποτελέσει ένα σημαντικό κομμάτι όχι μόνο σε ό,τι αφορά το εταιρικό κομμάτι αλλά ευρύτερα στην πολιτική και την οικονομική παγκόσμια σκηνή. Στις αρχές του 1930 ο Merrick Dodd και ο Adolf Berle υποστήριξαν πως η ΕΚΕ μπορεί να αποτελέσει μια υπηρεσία παρόμοια με έναν κερδοσκοπικό οργανισμό, η οποία, ωστόσο, θα αντλεί τα οφέλη της από την αναγνωρισιμότητα και την αποδοχή των εργαζομένων, των πελατών και των συμβαλλόμενων μερών.

Με το τέλος του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου, η ανάδειξη των πολυεθνικών εταιριών και η αυξανόμενη επίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου που λέει ότι αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή πλούτου για τους μετόχους τους (*the business of business is business*) έφερε πάλι στην επιφάνεια το ερώτημα των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας. Μέχρι και το 1970, παρά τις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις που είχαν θεσπιστεί, οι εταιρείες ακολουθούσαν ένα διαφορετικό δρόμο που αγνοούσε τις πρακτικές της ΕΚΕ. Η συγκεκριμένη πολιτική σκόπευε στην ουσιαστική ικανοποίηση των περαιτέρω αναγκών των εργαζομένων και αγνόηση των υπόλοιπων καλών πρακτικών που όριζε η ιδέα και η φιλοσοφία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Στην κοινωνία της γνώσης, της τεχνολογίας, του πλουραλισμού, της πληροφόρησης και της υπερεθνικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων. Πολλά είναι τα γεγονότα που έκαναν το θέμα της Κοινωνικής Ευθύνης επίκαιρο. Η διεργασία της παγκοσμιοποίησης και της απελευθέρωσης των αγορών, με τα αμφισβητούμενα αποτελέσματά τους, η ανάγκη ύπαρξης ελάχιστων κανόνων λειτουργίας και ελέγχου, έφτιαξαν ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο οι επιχειρήσεις καλούνται σήμερα να εντάξουν τη Βιώσιμη Ανάπτυξη στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους σκέψης. Οι προσδοκίες όλων των ενδιαφερόμενων μερών απέναντι στον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν και συμπεριφέρονται οι επιχειρήσεις διαρκώς αυξάνονται. Οι επιχειρήσεις επομένως αντιμετωπίζουν ένα νέο κόσμο που απαιτεί νέο τρόπο σκέψης, ένα κόσμο που θα πρέπει να καλύψει τις ανάγκες αυτής της γενιάς αλλά και των μελλοντικών (Θανόπουλος, Ν.Γ., 2003).

## **7. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

### **ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Η Εξωτερική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά την επέκταση της ευθύνης της εταιρείας στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες).

### **ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ**

Η ΕΚΕ αφορά την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητές τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων

μέσα στις οποίες λειτουργούν. Επίσης, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους (καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα, δρόμοι χωρίς κίνηση).

## **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΙ ΕΤΑΙΡΟΙ, ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

Μακροπρόθεσμα, η οικοδόμηση σχέσεων με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους προμηθευτές ενδέχεται να οδηγήσει σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες καθώς και ποιότητα και αξιόπιστη παράδοση ή εκτέλεση. Οι εταιρείες που οικοδομούν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζοντας όλη την οργάνωσή τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών και παρέχοντάς τους ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες.

## **ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ**

Αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο ότι ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων μιας εταιρείας στα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και στις τοπικές κοινότητες ξεπερνά το πεδίο των εργατικών δικαιωμάτων. Οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση διεθνών εργασιακών προτύπων, η αποτελεσματικότητα ωστόσο εξαρτάται από τη σωστή εφαρμογή και την επαλήθευσή τους (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες).

## **ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ**

Μέσω των διασυνωριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και την κατανάλωση πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρείες διαδραματίζουν επίσης ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον.

### **ΠΡΩΘΗΣΗ ΣΚΟΠΟΥ (CAUSE PROMOTION)**

Η επιχείρηση προσφέρει χρήματα / προϊόντα / υπηρεσίες για κάποιο κοινωνικό σκοπό και την ευαισθητοποίηση του κοινού γύρω από αυτό.

Επιπλέον η επιχείρηση μπορεί να πάρει την πρωτοβουλία από μόνη της, να είναι ο βασικός χορηγός σε μια ήδη υπάρχουσα πρωτοβουλία κάποιου οργανισμού ή να είναι ένας από τους χορηγούς (Kolter P., 2009, Hunger, Wheelen, Thomas, 2004 ).

### **ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΚΟΠΟΥ (CAUSE RELATED MARKETING)**

Συνδέονται οι πωλήσεις ενός συγκεκριμένου προϊόντος με ένα ποσοστό από τα έσοδά του, το οποίο προσφέρεται σε συγκεκριμένο σκοπό. Το cause - related marketing γίνεται συνήθως για κάποιο συγκεκριμένο προϊόν και για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η συμφωνία είναι αμοιβαίως συμφέρουσα καθώς κερδίζει τόσο η επιχείρηση όσο και ο οργανισμός με τον οποίο συνεργάζεται. Επιπλέον, ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να βοηθήσει τον συγκεκριμένο σκοπό χωρίς να χρειασθεί να δώσει ο ίδιος χρήματα και παράλληλα χωρίς να πάρει τίποτα σε αντάλλαγμα.



## **ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (CORPORATE SOCIAL MARKETING)**

Συνδράμει στην αλλαγή της συμπεριφοράς του κοινού όσο αφορά σε κάποιο θέμα και συνήθως υπάρχει συνεργασία με κάποιο δημόσιο φορέα (Kotler P., 2009).

## **ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΑ (CORPORATE PHILANTHROPY)**

Είναι η προσφορά χρημάτων σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό /σκοπό. Αυτή η ενέργεια είναι η πιο παραδοσιακή μορφή Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

## **ΕΤΑΙΡΙΚΟΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ (COMMUNITY VOLUNTEERING)**

Η επιχείρηση υποστηρίζει και προτρέπει εργαζομένους και συνεργάτες να προσφέρουν τον χρόνο τους σε κάποιο σκοπό, συνήθως σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας. Η ενέργεια μπορεί να ξεκινήσει από την επιχείρηση αυτήν καθ' αυτήν ή να γίνει σε συνεργασία με κάποιον οργανισμό (Kotler P., 2009)

## **ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ (SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS PRACTICES)**

Πρόκειται για πρακτικές που έχουν να κάνουν με τη βελτίωση της ζωής σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας και το περιβάλλον.

Εκτός των παραπάνω και σύμφωνα με τη σύγχρονη διεθνή βιβλιογραφία η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να διακριθεί σε 3 κατηγορίες ανεξάρτητα με το αν επιβάλλεται από την τοπική κοινωνία καθώς και αν όλοι οι συμμετέχοντες ευνοούνται από τα οφέλη της εφαρμογής των συγκεκριμένων προγραμμάτων (Kotler P., 2009).

Οι τρεις προαναφερθείσες κατηγορίες είναι οι εξής:

### **ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Η Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνδυάζει τα κοινωνικά οφέλη με τους άμεσους στρατηγικούς στόχους μιας επιχείρησης. Με την Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η επιχείρηση πραγματοποιεί φιλανθρωπίες προς την κοινωνία με στόχο την ενίσχυση των μακροπρόθεσμων οικονομικών τους στόχων. Συνεπώς η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων αποσκοπεί στην μεγιστοποίηση του κέρδους. Η συγκεκριμένη επιχειρηματική συμπεριφορά αναπτύχθηκε κατά την περίοδο του 1980 και πρακτικά μπορεί αρχικά η υιοθέτηση της να σήμαινε βραχυπρόθεσμες απώλειες σε ότι αφορά τον προϋπολογισμό μιας επιχείρησης. Ωστόσο μακροπρόθεσμα τα οφέλη της επιχείρησης μπορούν να καταγραφούν από τα οικονομικά δεδομένα όπως είναι αποτελέσματα χρήσης, λόγω της βελτίωσης της εικόνας της επιχείρησης έναντι της κοινωνίας. Για αυτόν τον λόγο η Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντιμετωπίζεται ως επένδυση

στην δημιουργία καλής φήμης έναντι των πελατών αλλά και των εν δυνάμει πελατών οι οποίοι είναι αυτοί που ενισχύουν την χρηματοοικονομική απόδοση της επιχείρησης. Η εφαρμογή της Στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης προκαλεί κάποια ερωτήματα από τα προβλήματα που προκύπτουν αναφορικά με την ικανοποίηση όλων των συμφερόντων και των συμμετεχόντων καθώς κάποια από αυτά προσκρούουν μεταξύ τους. Πολλές έρευνες έχουν αποδείξει ότι τα βραχυπρόθεσμα κέρδη των εταιρειών των οποίων τα στελέχη περιλαμβάνουν στην στρατηγική τους κοινωνικούς στόχους, άλλες φορές αυξάνονται και άλλες φορές μειώνονται. Ωστόσο άλλες έρευνες αποδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποδίδουν μακροπρόθεσμα (Kotler P., ( 2009).

## **ΗΘΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Η Ηθική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει ως σκοπό, πέρα από την ικανοποίηση των οικονομικών και νομικών υποχρεώσεων στο κοινωνικό σύνολο, να περιλαμβάνει ενέργειες οι οποίες να αποφεύγουν οποιασδήποτε βλάβης στην κοινωνία είτε οικονομική, πνευματική ή ψυχολογική. Οποιαδήποτε εταιρεία δεν εκπληρώνει τα ηθικά της καθήκοντα λειτουργεί ως ανεύθυνος οργανισμός. Τα στελέχη της επιχείρησης γνωρίζουν ότι θα πρέπει να υπάρχει συμμόρφωση στα ιδανικά, ακόμα και αν βραχυπρόθεσμα καθυστερεί την εμφάνιση του κέρδους ή του άμεσου θετικού αποτελέσματος, καθώς αν προβεί σε ενέργειες που αγνοούν αυτές τις πρακτικές (π.χ. περιβαλλοντική μόλυνση της τοπικής κοινωνίας) μεταγενέστερα θα υπάρξει μείωση στα κέρδη των μετόχων καθώς υποβαθμίζεται η ευρύτερη εικόνα της επιχείρησης (Kotler P., 2009). Πρακτικά μια επιχείρηση η οποία στηρίζεται στην ηθική, αποκτά μεγαλύτερη φερεγγυότητα και δημιουργεί εικόνα εμπιστοσύνης έναντι των πελατών, των προμηθευτών, των εργαζομένων κτλ.

## **ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Με τον όρο «Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», η επιχείρηση δεν αποσκοπεί μόνο στην αποφυγή δημιουργίας κοινωνικής βλάβης αλλά ενισχύει τις προσπάθειες βελτίωσης και εξάλειψης των κοινωνικών προβλημάτων, όπως χαμηλό βιοτικό επίπεδο, ναρκωτικά, εγκληματικότητα, έλλειψη παιδείας. Τα παραπάνω συμβάλλουν στην ύπαρξη κοινωνικής ανισότητας και υποβαθμίζουν τους όρους ζωής (Kotler P., 2009). Η Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη περιλαμβάνει ενέργειες, πολιτικές και δράσεις οι οποίες αποσκοπούν στην άμεση επέμβαση του οργανισμού μέσω της κατανομής πόρων βάσει των υπάρχουσών κοινωνικών αναγκών. Τέτοιες ενέργειες της Ανθρωπιστικής Εταιρικής Ευθύνης είναι οι πολιτικές προστασίας του περιβάλλοντος, οι δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, η συμμετοχή της επιχείρησης σε προγράμματα εύρεσης εργασίας για μακροχρόνια ανέργους, καθώς και διάφορες άλλες δραστηριότητες που η συνιστώσα τους αποσκοπεί στη βελτίωση των όρων και των συνθηκών ζωής.

## **8. ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΙΣΤΟΥΝ ΑΝΑΓΚΑΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΩΣ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ**

- Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης.
- Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.
- Η μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση της παγκόσμιας κοινής γνώμης.
- Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και η βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου.
- Η εικόνα και η φήμη των επιχειρήσεων που είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες
- Τα όρια των δυνατοτήτων του κράτους.
- Η σημασία και ο ρόλος των ενδιαφερόμενων μερών.
- Η αυξανόμενη σημασία της γνώσης.
- Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις παρέχουν τη δυνατότητα προσέλκυσης καλύτερων και εξειδικευμένων στελεχών.
- Η πιστοποίηση στην αλυσίδα εφοδιασμού.
- Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενισχύει την εταιρική εικόνα και προωθεί την οικονομική ανάπτυξη.

## 9. ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Η θεωρία των ενδιαφερομένων είναι η κυριότερη θεωρία πάνω στην οποία στηρίζεται η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο), το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητές της (ο αγγλικός όρος είναι Stakeholders, δηλαδή αυτοί που κρατούν-έχουν ενδιαφέρον). Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι σε μία επιχείρηση είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι δανειστές-πιστωτές (τράπεζες). Έμμεσα ενδιαφερόμενοι είναι το κράτος, οι τοπικές κοινωνίες, στις οποίες δραστηριοποιείται μία επιχείρηση, οι ομάδες πίεσης, π.χ. ακτιβιστές, διαδηλωτές, κ.ά. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (τόσο άμεσα όσο και έμμεσα) και να εμπλακεί σε μία ουσιαστική διαδικασία διαλόγου πριν καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της όσον αφορά την εταιρική κοινωνική της ευθύνη (Booth P., (2009), "Editorial: Corporate Social Responsibility", in the Journal complication,).

Σύμφωνα με τον Νίκο Αναλυτή, πρόεδρο του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, «η έννοια της εταιρικής υπευθυνότητας βρίσκει εφαρμογή σε μεγάλο αριθμό ελληνικών επιχειρήσεων. Είναι πλέον γεγονός πως έχουν αρχίσει να αντιλαμβάνονται πως δίχως την αποδοχή της κοινωνίας δεν θα μπορέσουν να λειτουργήσουν ως επιχειρήσεις. Κατά κάποιο τρόπο μιλάμε για Άδεια Κοινωνικής Λειτουργίας». Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης βρίσκει διαρκώς νέα πεδία δράσης, είναι επόμενο να εισέρχονται επιχειρήσεις με δράσεις που αποβλέπουν στο ίδιο συμφέρον,

αμφισβητώντας έτσι την αξία της εταιρικής υπευθυνότητας. Επιπλέον υπάρχει μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης των συγκεκριμένων εφαρμογών-πρακτικών μελλοντικά από τις επιχειρήσεις, τουλάχιστον όσον αφορά τον τομέα του περιβάλλοντος». Τα ενδιαφερόμενα μέρη μιας επιχείρησης μπορούν να χωριστούν σε 3 κατηγορίες:

1. **Οργανωτικούς** (εσωτερικούς ως προς την εταιρεία): εργαζόμενους, διοικητικά στελέχη, συλλόγους, μετόχους.
2. **Οικονομικούς** (εξωτερικούς ως προς την εταιρεία): πελάτες, πιστωτές, διανομείς, προμηθευτές.
3. **Κοινωνικούς** (εξωτερικούς ως προς την εταιρεία): κοινότητες, κυβέρνηση, μη κερδοσκοπικοί φορείς, περιβάλλον (Αναλυτής, 2007; Booth, 2009 Booth P., (2009), "Editorial: Corporate Social Responsibility", in the Journal complication,).

## **10. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**

Εδώ και κάποια χρόνια η χώρα μας περνάει μια πολύ δύσκολη περίοδο λόγω της οικονομικής κρίσης που επικρατεί. Οι συνθήκες της καθημερινότητας μας έχουν αλλάξει κατά πολύ. Έχει μειωθεί η κατανάλωση σε αγαθά και υπηρεσίες και το ποσοστό της ανεργίας ανεβαίνει με ραγδαία εξέλιξη. Αυτό φυσικά δε θα μπορούσε να μην επηρεάσει και τις επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις έχουν αδυναμία να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους και σαφώς ως επί το πλείστον έχει μειωθεί το ενδιαφέρον για την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησής τους. Όμως τελικά η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη επιβαρύνει την επιχείρηση ή είναι το αντίδοτο στην οικονομική κρίση;

Η ΕΚΕ δεν έχει ως στόχο την προβολή της επιχείρησης σαν ευαισθητοποιημένη μονάδα, αλλά την εξισορρόπηση κερδοφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης με κοινωνικά σκοπούς. Η αναγνώριση της εταιρείας ως κοινωνικά υπεύθυνης έχει ως στόχο την καλύτερη συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων, την αύξηση της παραγωγικότητάς τους αλλά και τη δημιουργία εμπιστοσύνης προς τον καταναλωτή και προς όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς. Με την εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ οι επιχειρήσεις διατηρούν τη φήμη τους προσελκύουν νέους πελάτες και είναι σημαντικό κομμάτι της διαχείρισης κινδύνων. Αποτελέσματα ερευνών δείχνουν ότι οι καταναλωτές επηρεάζονται από το αν μια επιχείρηση είναι κοινωνικά υπεύθυνη για τις αγορές τους και μάλιστα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν και ακριβότερα ένα προϊόν και με αυτό τον τρόπο να στηρίξουν τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες. Οι επιχειρήσεις έχουν λοιπόν, εκτός από ηθικούς λόγους να



δραστηριοποιηθούν στον τομέα της ΕΚΕ, και οικονομικούς λόγους.

Παρακάτω ακολουθούν κάποια ενδιαφέροντα στατιστικά από την έρευνα του Ευρωβαρόμετρου.

- Σε ΗΠΑ και αναπτυσσόμενο κόσμο, οι συμμετέχοντες στην έρευνα υποστηρίζουν ότι οι τοπικές επιχειρήσεις παίρνουν περισσότερο στα σοβαρά το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα κατά την τελευταία δεκαετία (74% στη Βραζιλία, 65% στην Κίνα, 62% στην Ινδία και 44% στις ΗΠΑ).
- Από τους 32.000 ερωτηθέντες, το 79% απάντησε ότι ενδιαφέρεται για τις δράσεις υπευθυνότητας των επιχειρήσεων σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα, αλλά μόνο το 36% απάντησε ότι είχε επαρκή ενημέρωση.
- Οι Ευρωπαίοι θεωρούν τη δημιουργία θέσεων εργασίας ως τον θετικότερο αντίκτυπο των επιχειρήσεων (57%) με τη συμβολή τους στην οικονομική ανάπτυξη να ακολουθεί (37%).
- Στα αρνητικά της επιχειρηματικότητας, η έρευνα ανέδειξε τη διαφθορά (41%), τις απολύσεις (39%) και τη ρύπανση του περιβάλλοντος (39%).
- Η διαφθορά αναφέρεται περισσότερο σε αναπτυσσόμενες οικονομίες και ιδίως στην Ινδία (71%) και την Κίνα (65%).
- Βραζιλιάνοι (65%), Καναδοί (60%) και Ινδοί (57%) ενδιαφέρονται περισσότερο για τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο των επιχειρήσεων, ενώ το ένα τέταρτο των Ευρωπαίων υποστηρίζει πως ενθαρρύνουν την υπερκατανάλωση (<http://www.econews.gr/2013/04/08/eurovarometro-csr-98367/>).

## **11. Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ**

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, για να μπορέσει μια επιχείρηση να εφαρμόσει σωστά και με υπευθυνότητα πολιτικές και λογικές που ακούνε στην έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, θα πρέπει να ακολουθήσει κάποια βήματα τα οποία θα τη βοηθήσουν στο να προσεγγίσει στο μέγιστο βαθμό την έννοια, αλλά και τη σημασία της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας και επιπλέον μακροπρόθεσμα να επωφεληθεί από την επίτευξη των στόχων. Τα βασικότερα βήματα είναι τα εξής: 1. Προσδιορισμός του σκοπού και του οράματος της επιχείρησης, 2. Ορισμός υπευθύνου για την ΕΚΕ, 3. Καθορισμός προτεραιοτήτων, 4. Προσδιορισμός των ενδιαφερόμενων μερών, 5. Καθορισμός ενός προγράμματος επιχειρηματικής δραστηριότητας. 6. Εφαρμογή – Παρακολούθηση εφαρμογής – Μέτρηση, 7. Επικοινωνία – Δημοσιοποίηση (Carroll, A. (2007), A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

## **ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΣΚΟΠΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΟΡΑΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Πέρα από την επιδίωξη πραγματοποίησης ή μεγιστοποίησης του κέρδους, η επιχείρηση θα πρέπει μέσα στους άμεσους στόχους και οραματισμούς της να ενσωματώσει λογικές ευνοϊκές προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον ευρύτερα. Για να μπορέσει μια υπεύθυνα κοινωνικά επιχείρηση να απολαμβάνει της εκτίμησης των εμπορικών συνεργατών της, την ύπαρξη καλών και ουσιαστικών ενδοεταιρικών σχέσεων με τους εργαζόμενους αλλά και την συνεχόμενη αποδοχή της τοπικής κοινωνίας η οποία θα αντιμετωπίζει την επιχείρηση ως υπηρεσία απορρόφησης του τοπικού ενεργού δυναμικού και όχι ως ένα εν δυνάμει ρυπογόνο περιβαλλοντικό παράγοντα, τότε θα πρέπει να αξιολογεί την σημαντικότητα των παραπάνω και να επιδιώκει την ικανοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

## **ΟΡΙΣΜΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Ένα από τα στελέχη της επιχείρησης θα πρέπει να αναλάβει τον συντονισμό και τον έλεγχο των δράσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα στην επιχείρηση. Ο ρόλος του υπευθύνου είναι πολλαπλός και σημαντικός. Ο κύριος στόχος είναι να εμπλέξει και να μεταδώσει σε όλα τα τμήματα της επιχείρησης, όπως Ανθρωπίνου Δυναμικού, Πωλήσεων και Marketing, Δικαστικού, Επικοινωνίας, Ποιότητας, Υγιεινής, Ασφάλειας και περιβάλλοντος, την ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και να συντονίζει τη δράση όλων των τμημάτων με οδηγό το συγκεκριμένο τομέα ευθύνης (Carroll, A. (2007), A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

## **ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΩΝ**

Η ένταξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις στρατηγικές μια επιχείρησης δεν συνεπάγεται ότι το σύνολο των δραστηριοτήτων πρέπει και μπορούν να εφαρμοστούν όλες μαζί. Ανάλογα με την συγκεκριμένη θέση της επιχείρησης ή του κλάδου στον οποίο είναι δραστηριοποιημένη θα πρέπει να θέτονται προτεραιότητες. Για παράδειγμα μια επιχείρηση η οποία δραστηριοποιείται σε χώρο που επιβαρύνει το τοπικό περιβάλλον θα πρέπει να θέσει ως άμεση προτεραιότητα τα περιβαλλοντικά θέματα που θα προκύψουν. Οι προτεραιότητες τίθενται από ομάδες εργασίας που εντοπίζουν και αναλύουν τις επικίνδυνες περιοχές ή συμπεριφορές, που θα μπορούσαν να θέσουν σε κίνδυνο την καλή φήμη της επιχείρησης και προσδιορίζουν τις αρμοδιότητες και ευθύνες. Επίσης θα πρέπει να εξετάζονται και οι δυνατότητες που δίνονται από την εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για καινοτομία, μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και υψηλότερη παραγωγικότητα. Θα πρέπει επομένως να σχηματίζεται ένας οδικός χάρτης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που θα περιλαμβάνει βραχυχρόνιες προτεραιότητες και μακροχρόνιους στόχους (Carroll, A. (2007), *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

## **ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ**

Αφορά όλους εκείνους που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητες της επιχείρησης και που εντάσσονται κάτω από τον όρο «ενδιαφερόμενα μέρη». Οι βασικές ομάδες ενδιαφερόμενων μερών (εργαζόμενοι, κοινότητα, καταναλωτές, περιβάλλον, η ευρύτερη κοινωνία), για κάθε μία από αυτές θα πρέπει να σχεδιαστεί ένας χάρτης που να απεικονίζει τις σχέσεις που έχει η επιχείρηση μαζί της. Η κατά τακτά διαστήματα

συζήτηση και διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί πραγματικά να βελτιώσει την φήμη της επιχείρησης με πολύ μικρό κόστος. Επιπλέον μέσα από τον διάλογο μπορεί να προκύψουν στόχοι αμοιβαίου συμφέροντος που στην συνέχεια μπορούν να εφαρμοστούν στις στρατηγικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

## **ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΕΝΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ**

Ο καθορισμός ενός προγράμματος επιχειρηματικής δραστηριότητας, ανάλογα με την ομάδα των ενδιαφερόμενων μερών, περιλαμβάνει τις δεσμεύσεις της επιχείρησης για τα εξής:

### **ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

- Επίσημη δέσμευση της επιχείρησης στη Βιώσιμη Ανάπτυξη (κάλυψη των αναγκών του παρόντος χωρίς την υπονόμηση των μελλοντικών γενεών να καλύπτουν τις δικές τους)
- Προγράμματα για έλεγχο της χρήσης ενέργειας, νερού και πρώτων υλών και των εκπομπών στο περιβάλλον
- Δέσμευση για χρήση και παραγωγή ανακυκλωμένων και ανακυκλώσιμων υλικών, αυξάνοντας την ανθεκτικότητα των προϊόντων και ελαχιστοποιώντας τη συσκευασία μέσα από αποτελεσματικό σχεδιασμό
  - Αντιστάθμιση των ρυπογόνων εκπομπών π.χ. άνθρακα, με ισοδύναμη μείωση μέσω π.χ. δεντροφυτεύσεων (Carroll, A. (2007), A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

## **ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ**

- Ύπαρξη πολιτικών που διασφαλίζουν την υγιεινή και ασφάλεια όλων των εργαζομένων, οι οποίες να γίνονται γνωστές στους εργαζομένους
- Μεγιστοποίηση της συμμετοχής των εργαζομένων στην εταιρική διακυβέρνηση και βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος
- Προσφορά δυνατοτήτων κατάρτισης και μεγιστοποίησης ευκαιριών προαγωγής μέσα από την ίδια την οργάνωση της. Η κατάρτιση μπορεί να επεκτείνεται σε θέματα διαχείρισης της προσωπικής ζωής, το σχεδιασμό της ζωής μετά την συνταξιοδότηση
- Ανάπτυξη και επικοινωνία πολιτικών που στοχεύουν στην ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής
- Παροχή προγραμμάτων προληπτικού ελέγχου υγείας και ενθάρρυνση πρακτικών που δημιουργούν υγιές εργασιακό περιβάλλον
- Ύπαρξη πολιτικών κατά των διακρίσεων σε προσλήψεις, μισθούς, κατάρτιση ή απόλυση με βάση το γένος, τη φυλή, την ηλικία, τη θρησκεία ή τον σεξουαλικό προσανατολισμό
  - Ανταπόκριση ή υπέρβαση των διεθνώς αναγνωρισμένων εργασιακών προτύπων σε όλα τα μέρη όπου λειτουργεί η επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένης της ελευθερίας του συνδικαλιζέστε (Carroll, A. (2007), *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

## **ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ**

- Υποστήριξη των οργανώσεων που προωθούν την ιδέα του δίκαιου εμπορίου και την συμμόρφωση με τα ανθρώπινα δικαιώματα
  - Γνώση του τόπου και των συνθηκών που παράγονται τα προϊόντα της επιχείρησης και αν κατά την παραγωγή τους ενέχονται θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων (Carroll, A. (2007), *A history of corporate social responsibility*:

concepts and practices, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford).

## **ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

- Μηχανισμούς μεγιστοποίησης και προώθησης της αμφίδρομης επικοινωνίας και συνεργασίας με τις τοπικές κοινωνίες
- Αντιμετώπιση της κοινότητας ως σημαντικού ενδιαφερόμενου μέρους. Η τοπική κοινότητα πρέπει να τηρείται ενήμερη για τις δραστηριότητες της επιχείρησης και οι όποιες επιπτώσεις να λαμβάνονται υπόψη στη λήψη αποφάσεων
- Ύπαρξη κοινωνικών προγραμμάτων που ενθαρρύνουν τον εθελοντισμό των εργαζομένων και βοηθούν την κοινότητα σε είδος
- Εστίαση σε ένα τουλάχιστον σημαντικό θέμα που απασχολεί την κοινότητα και χρήση του οικονομικού και πολιτικού βάρους της επιχείρησης για την επίλυσή του.

## **ΕΦΑΡΜΟΓΗ – ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ**

Η παρακολούθηση της εφαρμογής απαιτεί τη συμμετοχή όλων των εργαζομένων. Όμως για λόγους ευκολίας η διαδικασία αρχίζει με μια ομάδα οδηγό που έχει οριστεί ότι έχει προτεραιότητα. Το πρώτο μέλημα της ομάδας είναι να διαμορφώνει, όπου είναι απαραίτητο, νέες πολιτικές και διαδικασίες και στη συνέχεια να τις κάνει πρακτική στο συγκεκριμένο τομέα. Η ομάδα θα πρέπει να αποτελείται από εργαζόμενους σε διάφορες ιεραρχικές θέσεις, συμπεριλαμβανομένων ατόμων που έχουν τη γενική στρατηγική άποψη της επιχείρησης. Ιδανικά, μια αξιολόγηση κάθε χρόνο βοηθά στην καλύτερη κατανόηση των περιστασιακών σχέσεων μεταξύ εφαρμοζόμενων πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και των πραγματοποιηθέντων αποτελεσμάτων.

Η αξιολόγηση ποιοτικών δεδομένων, όπως π.χ. ικανοποίηση του προσωπικού, θα αναλυθεί στην παρούσα εργασία.

## **ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ – ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗ**

Η δημοσιοποίηση των τρόπων με τους οποίους λειτουργεί μια επιχείρηση, στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, υποδεικνύει ότι έχει αναλάβει σοβαρά τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές της ευθύνες. Επικοινωνιακά η δημοσιοποίηση των καλών πρακτικών βελτιώνει τις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη, παρακινεί θετικά το προσωπικό και βελτιώνει την πρόσβαση σε νέες αγορές και επιχειρηματικές συνεργασίες. Η δημοσιοποίηση δεν πρέπει να περιλαμβάνει βαρύγδουπες λέξεις χωρίς κάποια ουσία στο περιεχόμενο, προκειμένου να υπάρξει προστιθέμενη αξία. Οι δημοσιοποιήσεις πρέπει να βασίζονται σε πραγματική δέσμευση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και διάθεση για περαιτέρω βελτίωση των πεπραγμένων. Η δημοσιοποίηση των πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους παρακάτω τρόπους:

- Δελτία τύπου μέσω του Διαδικτύου
- Ενέργειες marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό
- Βραβεία και Εκδηλώσεις
- Πρότυπα και ετικέτες προϊόντων
- Εσωτερική επικοινωνία
- Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholder forum)
- Πληροφόρηση μέσω Διαδικτύου
- Κώδικας Δεοντολογίας
- Θεματικός Απολογισμός
- Κοινωνικός Απολογισμός



## 12. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΒΡΑΒΕΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Όπως αναφέραμε παραπάνω η αγορά προωθεί και επιβραβεύει την κίνηση των επιχειρηματιών να εισάγουν την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης επιβραβεύοντας τις καλύτερες σε ειδική εκδήλωση. Όμως η κατάταξη των επιχειρήσεων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι δύσκολη. Η δυσκολία οφείλεται στον τρόπο μέτρησης της ΕΚΕ. Αρχικά θα πρέπει να υπάρχει κάποιο έγκυρο μετρήσιμο μέγεθος της κάθε επιχείρησης για να φτάσουμε σε κάποιο συμπέρασμα. Τέτοιου είδους μεγέθη μπορεί να είναι λογιστικά μεγέθη των οικονομικών καταστάσεων των επιχειρήσεων και οικονομικοί δείκτες. Όμως δε γνωρίζουμε κατά πόσο είναι αντιπροσωπευτικά αυτά τα μεγέθη και επιπροσθέτως τα οικονομικά μεγέθη επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες εκτός της ΕΚΕ. Επιπλέον κάθε επιχείρηση δημοσιεύει διαφορετικές οικονομικές καταστάσεις με διαφορετικές οικονομικές λεπτομέρειες και έτσι δε μπορεί να υπάρξει μέτρο σύγκρισης.

Μέσω του «Accountability Rating» αξιολογούνται ποσοτικά οι μεγάλες εταιρείες (συμπεριλαμβανομένων των τραπεζών) και κατατάσσονται ανάλογα με τη βαθμολογία που συγκεντρώνουν. Οι κατατάξεις αυτές έχουν ως στόχο να προβάλλουν στο ευρύ κοινό την απόδοση των εταιρειών, αναφορικά με τους κοινωνικούς στόχους που έχουν δηλώσει ότι θέτουν. Οι άξονες αξιολόγησης είναι τέσσερις.

- **Ο πρώτος κανόνας αξιολόγησης** αφορά το στρατηγικό σκοπό, δηλαδή, κατά πόσο η εταιρεία έχει εντάξει στο βασικό στρατηγικό της

σχεδιασμό κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους.

- **Ο δεύτερος κανόνας αξιολόγησης** αφορά τη Διακυβέρνηση και τη Διοίκηση. Στην περίπτωση αυτή εξετάζεται ο βαθμός ενημέρωσης των ανώτερων στελεχών και του διοικητικού συμβουλίου στους εμπλεκόμενους για την επίτευξη στόχων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- **Τρίτος κανόνας αξιολόγησης** είναι η δέσμευση της εταιρείας να ενημερώσει τους ενδιαφερόμενους για τους κοινωνικούς στόχους ή την επίτευξη περιβαλλοντικών πολιτικών.
- **Τέταρτος κανόνας αξιολόγησης** είναι η λειτουργική επίδοση. Εδώ παρακολουθείται η αποτελεσματικότητα της εταιρείας να υλοποιήσει τις στρατηγικές που έχει θέσει, λαμβάνοντας πάντα υπόψη ότι αυτές, πέρα από τους οικονομικούς, χαρακτηρίζονται και από τους κοινωνικούς τους στόχους.

Όσον αφορά τα βραβεία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης η διαδικασία έχει ως εξής: το Ινστιτούτο εταιρικής ευθύνης, αφού ενημερώσει τις ενδιαφερόμενες εταιρείες και τις βοηθήσει να συμπληρώσουν την αίτηση συμμετοχής τους (βλέπε παράρτημα), ελέγχει όλες τις αιτήσεις για να διαπιστώσει κατά πόσο είναι σωστές. Γι' αυτό το λόγο και επισκέπτονται τις συμμετέχουσες εταιρείες και ελέγχουν τα στοιχεία που έχουν παρουσιάσει. Αφού τελειώσει όλη αυτή η διαδικασία, η επιτροπή αξιολόγησης συγκρίνει τα στοιχεία των επιχειρήσεων αποφασίζοντας ποια είναι αντάξια ενός βραβείου και στέλνει στις επιχειρήσεις τη συγκριτική ανάλυση της κάθε επιχείρησης με κάθε όμοια του κλάδου της. Έπειτα τα αποτελέσματα του δείκτη δημοσιεύονται σε ειδικό Ένθετο μεγάλης Εφημερίδας το οποίο επίσης περιλαμβάνει παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών, case studies, άρθρα γνώμης, συνεντεύξεις καθώς και λίστα με τις πρώτες, σε επιδόσεις, εταιρείες. Αργότερα ακολουθεί η ανακοίνωση των αποτελεσμάτων στην τελετή βράβευσης.

Το ελληνικό δίκτυο για την ΕΚΕ διοργάνωσε εκδήλωση στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών στο πλαίσιο της διοργάνωσης των Ευρωπαϊκών Βραβείων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για την ανάδειξη των καλύτερων πρακτικών

ΕΚΕ. Τα Βραβεία περιλαμβάνουν δύο κατηγορίες, μία για συνεργασίες που αφορούν σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, και μία για συνεργασίες που αφορούν σε μεγάλες επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα απονέμονται και δύο έπαινοι σε κάθε κατηγορία. Στην κατηγορία "Μεγάλη επιχείρηση" βραβεύθηκε η πρακτική "Αποστολή νερό" της εταιρείας Coca-Cola Τρία Έψιλον Ελλάδος Α.Β.Ε.Ε. και στην κατηγορία "Μικρομεσαία επιχείρηση" η πρακτική "Όλοι μαζί μπορούμε" της εταιρείας ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ & ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.Ε. (ΣΚΑΙ 100,3). Επίσης στην κατηγορία "Μεγάλη επιχείρηση" έπαινο πήραν οι πρακτικές "Η Ελλάδα Καινοτομεί!" της τράπεζας Eurobank Ergasias Α.Ε. και "Εργαστήρια Έκφρασης και Δημιουργικής Απασχόλησης στα Παιδικά Χωριά SOS" της εταιρείας VODAFONE – ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ. ενώ στην κατηγορία "Μικρομεσαία επιχείρηση" οι πρακτικές "YouthSpark: GetBusy" της εταιρείας Microsoft Ελλάς Α.Β.Ε.Ε. και "Πόρος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης" της ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ. Οι πρακτικές αυτές επελέγησαν μέσα από ένα σύνολο τριάντα οκτώ επιχειρήσεων από όλη την Ελλάδα (23 Απριλίου 2013 - Τελετή απονομής Ευρωπαϊκών Βραβείων ΕΚΕ - ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ).

Σκοπός των βραβείων αυτών είναι η ανάδειξη και προβολή των καλύτερων και των περισσότερο καινοτόμων προγραμμάτων ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις και έχουν τα καλύτερα και τα πιο βιώσιμα αποτελέσματα στην κοινωνία και φυσικά στην επιχείρηση.

Αναγνωρίσιμες πρωτοβουλίες-δράσεις στην Ελλάδα σύμφωνα με το Βαρόμετρο για τη διετία 2005-2006

Με βάση τα στοιχεία του Βαρόμετρου, οι πιο αναγνωρίσιμες πρωτοβουλίες - δράσεις, με ποσοστό μεγαλύτερο του 10%, ανήκουν στις εξής κατηγορίες:

- Κατηγορία ΠΑΙΔΙ: Το πρόγραμμα «Argoodaki» που υλοποιείται από την εταιρεία Goody's (36,3%) και ο «Ραδιομαραθώνιος για Παιδιά με Ειδικές Ανάγκες» που υλοποιείται από τη Λαϊκή Τράπεζα (13,5%).

- Κατηγορία ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ-ΥΓΕΙΑ: Το πρόγραμμα «Αθλητικό Πανόραμα» που υλοποιείται από την Alpha Bank (17,5%) και η χορηγία Special Olympics από τη Vodafone (14,5%).
- Κατηγορία ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: Το πρόγραμμα «Ανακύκλωση συσκευών και αξεσουάρ κινητής τηλεφωνίας» της Cosmote (14,6%), το πρόγραμμα «Γαλάζιες Σημείες» της Alpha Bank (13%) και «Η πιστωτική κάρτα VISA-WWF» από τη Eurobank (11,4%).
- Κατηγορία ΚΟΙΝΩΝΙΑ-ΓΕΝΙΚΑ: «Τα Πρωτοχρονιάτικα SMS» της Cosmote, μέρος των εσόδων του οποίου διατέθηκε στο έργο εθελοντικών και μη κυβερνητικών οργανώσεων (21,6%) (Κ. Θεοδοσοπούλου, «Κοινωνικό βαρόμετρο ASBI της MEDA COMMUNICATION για την Ελλάδα», εφημερίδα ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, 26/6/2007).

## **13. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ**

Πρώτη φορά ακούστηκε ο όρος "Κοινωνική Λογιστική" το 1931 σε ένα ακαδημαϊκό περιοδικό το Accounting Review. Από τότε αλλά μέχρι και σήμερα δεν είναι ακόμα σαφής η έννοια της Κοινωνικής Λογιστικής και δεν είναι εύκολο να κατανοήσουμε ποια είναι η σχέση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με τη Λογιστική. Ο όρος αυτός φαίνεται να αφορά την καθημερινή λειτουργία μιας επιχείρησης, αλλά στην ουσία φαίνεται να αφορά στη στρατηγική που ακολουθεί και στον τρόπο με τον οποίο θα επιτευχθεί αυτή η στρατηγική.

Η λογιστική παρέχει τις πληροφορίες και τα εργαλεία που χρειάζεται μια επιχείρηση για να υλοποιήσει τις δραστηριότητες της κοινωνικής της ευθύνης. Οι δραστηριότητες της επιχείρησης δεν επηρεάζουν μόνο αυτή, αλλά και όλους τους ευρύτερους φορείς και κατά συνέπεια το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο. Τα πιο συνήθη θέματα, σύμφωνα με τη Δρ. Γιώτα Πάστρα, τα οποία επικεντρώνει τη μελέτη της η κοινωνική λογιστική είναι τα εξής:

- Λογοδοσία και πληροφόρηση
- Δημιουργία και δημοσίευση απολογισμών
- Μέτρηση της κοινωνικής ευθύνης των εταιριών
- Κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις
- Περιβαλλοντική διοικητική λογιστική και περιβαλλοντικά συστήματα διοίκησης
- Εκπαίδευση, μάθηση και διδασκαλία

- Το λογιστικό επάγγελμα και οι ευθύνες των λογιστών

Το θέμα της μέτρησης της κοινωνικής ευθύνης των εταιριών είναι ένα από τα θέματα που φαίνεται να έχει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον. Μέρος της αγοράς κατατάσσει τις εταιρίες σύμφωνα με το πόσο κοινωνικά υπεύθυνη είναι. Μάλιστα υπάρχουν και βραβεύσεις αυτών για την παραδειγματική τους κοινωνική ευθύνη. Η λογιστική έτσι και αλλιώς παίζει μεγάλο ρόλο στη λειτουργία μιας επιχείρησης, συνεπώς η κοινωνική λογιστική μπορεί και να συνεισφέρει στην κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης μέσω της εξέλιξης της στρατηγικής της καθώς και στην εξέλιξη των υπάρχοντων πρακτικών, αν και δεν υπάρχει ακόμα μία σαφής εικόνα στο αν κατατάσσει πόσο και με ποιο τρόπο βοηθάει η εταιρική κοινωνική ευθύνη στην απόδοση μιας επιχείρησης βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα.

## **14. ΤΟΜΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ**

Σύμφωνα με έρευνα της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής (ΟΚΕ) σχετικά με την κοινωνική υπευθυνότητα και την εταιρική κοινωνική ευθύνη ,υπάρχουν δεκάδες τομείς κοινωνικής δράσης μιας εταιρείας. Ενδεικτικά αναφέρονται οι κάτωθι:

- Καταπολέμηση της ανεργίας
- Παροχές και στήριξη σε ευπαθείς ομάδες
- Προστασία του περιβάλλοντος
- Προγράμματα ανακύκλωσης
- Προστασία από την ατμοσφαιρική ρύπανση
- Παροχές στους εργαζομένους καθώς και στις οικογένειές τους
- Περιβάλλον υγιεινής και ασφάλειας στις εταιρείες
- Παροχή εκπαίδευσης στα στελέχη
- Πολιτισμός και ψυχαγωγία για τους εργαζόμενους
- Κοινωνική επιχειρηματικότητα καθώς και ανάπτυξη με γνώμονα το συμφέρον της κοινωνίας και όχι μόνο τα κέρδη της εταιρείας
- Υπεύθυνη διοίκηση
- Βοήθεια προς κάθε τομέα υγείας
- Αιμοδοσία
- Ενημέρωση για απειλητικές συνήθειες για την ανθρώπινη ζωή, όπως είναι για παράδειγμα το κάπνισμα
- Κυκλοφοριακή αγωγή
- Υποστήριξη ομάδων απεξάρτησης από τα ναρκωτικά

- Υποστήριξη ιδρυμάτων προστασίας παιδιών και άλλων σχετικών φορέων και μη κερδοσκοπικών οργανώσεων (ΜΚΟ)
- Εκπαιδευτικές και ενημερωτικές ενέργειες για παιδιά και ενήλικους με στόχο την ορθολογική διαχείριση των λειτουργιών της επιχείρησης ώστε να μην μολύνεται το περιβάλλον
- Θέσεις εργασίας για ειδικές ομάδες και γενικότερα καταπολέμησης της ανεργίας
- Ενίσχυση άπορων ομάδων
- Στήριξη και επιστημονική βοήθεια κακοποιημένων και εγκαταλελειμμένων παιδιών
- Βοήθεια και ενίσχυση άπορων οικογενειών
- Καμπάνια για μη κατανάλωση αλκοόλ πριν από την οδήγηση
- Δωρεάν ιατρικές εξετάσεις
- Ευθύνη για τον πολιτισμό και την τέχνη
- Σεβασμός στο ανθρώπινο δυναμικό
- Ίσες ευκαιρίες
- Υπεύθυνη αντιμετώπιση πελατών και ομάδων κοινού
- Στήριξη του αθλητισμού
- Υποστήριξη αθλητικών ιδεωδών
- Δράση κατά του ρατσισμού και του χουλιγκανισμού
- Δημιουργία βιοκλιματικών σχολείων
- Σεβασμός στο περιβάλλον και στο μαθητή
- Δράση για την ανάπτυξη της κατανάλωσης καυσίμων με τη μικρότερη επιβάρυνση του περιβάλλοντος
- Δημιουργία ενός κοινωνικού τραπεζικού συστήματος, όπως για παράδειγμα παροχή τραπεζικών υπηρεσιών σε άτομα με ειδικές ανάγκες
- Αγροτικός τομέας/κτηνοτροφία
- Επιδόματα στα στελέχη
- Προγράμματα ομαδικής ασφάλισης



- Προώθηση και καλλιέργεια των πνευματικών, καλλιτεχνικών και πολιτιστικών ενδιαφερόντων των εργαζομένων και των οικογενειών τους
- Ίδρυση πολιτιστικών ιδρυμάτων με ειδικές συλλογές έργων τέχνης
- Βοήθεια σε πολίτες εμπόλεμων χωρών ή σε πολίτες χωρών που έχουν ανάγκη (σεισμόπληκτες χώρες).

Σαφώς η κοινωνική υπευθυνότητα δεν επιτυγχάνεται με τα διαφημιστικά προγράμματα, λόγω του ότι η διαφήμιση ωραιοποιεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες και προσπαθεί να διαμορφώσει ένα ευνοϊκό και θετικό περιβάλλον. Η κοινωνική υπευθυνότητα επιτυγχάνεται με ενέργειες δημοσιότητας όπως είναι οι συνεντεύξεις Τύπου, οι δημοσιεύσεις άρθρων, οι συνεντεύξεις σε ένα γενικότερο πλαίσιο (Παπατριανταφύλλου, 2011).

## **15. 10 ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΑΡΧΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Το 1999 ένα παγκόσμιο δίκτυο επιχειρήσεων και οργανισμών για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με την ονομασία Global Compact. Το δίκτυο αυτό αποτελείται από 80 χώρες και 2000 μέλη και όταν μια εταιρεία ή οργανισμός γίνεται μέλος σε αυτό υποχρεούται κάθε έτος να παρουσιάζει έναν ετήσιο κοινωνικό απολογισμό. Πρόκειται για μια συνεχή διαδικασία αξιολόγησης σύμφωνα με την οποία γίνονται πράξη 10 παγκόσμιες αρχές (10 universal principles). Αυτές είναι:

1. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να στηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων
2. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι δεν συνεργούν σε καταπατήσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων
3. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ελευθερία του συνδικαλιζέστε και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος για συλλογικές διαπραγματεύσεις
4. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας
5. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας

6. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων σε σχέση με τις προσλήψεις και την απασχόληση
7. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν μια προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις
8. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την προώθηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας
9. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών
10. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας

Στην Ελλάδα από το 1999 δραστηριοποιείται το "Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη" που είναι ένα Δίκτυο επιχειρήσεων με τη μορφή μη κερδοσκοπικού Σωματείου. Αποστολή του 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 επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης (Αριστείδης Νότης).

## **16. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

### **A) ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Σε μια εταιρεία, η εσωτερική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως, η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής ενώ οι περιβαλλοντικές υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με τη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Ανοίγουν το δρόμο για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες).

### **Διαχείριση του Ανθρώπινου Δυναμικού**

Από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρείες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση

σε όλη την επιχείρηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας, οικογένειας και ελεύθερου χρόνου, τη μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού, την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες, τον καταμερισμό των κερδών και τα συστήματα παροχής μεριδίων του μετοχικού κεφαλαίου, καθώς και τον προβληματισμό σχετικά με την απασχολησιμότητα και την εξασφάλιση της εργασίας. Έχει επίσης αποδειχθεί ότι η ενεργός εποπτεία και διαχείριση των υπαλλήλων που απουσιάζουν από την εργασία τους λόγω αναπηρίας ή τραυματισμού έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των δαπανών (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες).

## **Υγεία και Ασφάλεια στην Εργασία**

Το θέμα της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία παραδοσιακά έγκεινται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρείες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις επιδόσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας. Εθελοντικά προγράμματα ως συμπληρωματικά προς τις δραστηριότητες νομοθεσίας και ελέγχου από τις δημόσιες αρχές υιοθετούνται από τις εταιρείες για την περαιτέρω προώθηση της υγείας και της ασφάλειας, χρησιμοποιώντας αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια για την προμήθεια των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους.

## **Προσαρμογή στην Αλλαγή**

Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει ότι εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Ειδικότερα,

αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες).

## **Διαχείριση του Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και των Φυσικών Πόρων**

Γενικά η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Στον περιβαλλοντικό τομέα, οι περιβαλλοντικές αυτές επενδύσεις αναφέρονται κανονικά ως ευκαιρίες διπλού κέρδους, και για τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον.

## **B) ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

Εξωτερική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά την επέκταση της ευθύνης της εταιρείας στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM 2001 Porter & Kramer, 2006).

### **Τοπικές Κοινότητες**

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητές τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Επίσης, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους (καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα, δρόμοι χωρίς κίνηση).

### **Επιχειρηματικοί Εταίροι, Προμηθευτές και Καταναλωτές**

Μακροπρόθεσμα, η οικοδόμηση σχέσεων με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους προμηθευτές ενδέχεται να οδηγήσει σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες καθώς και ποιότητα και αξιόπιστη παράδοση ή εκτέλεση. Οι εταιρείες που οικοδομούν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζοντας όλη

την οργάνωσή τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών και παρέχοντάς τους ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες.

## **Ανθρώπινα Δικαιώματα**

Αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο ότι ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων μιας εταιρείας στα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και στις τοπικές κοινότητες ξεπερνά το πεδίο των εργατικών δικαιωμάτων. Οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση διεθνών εργασιακών προτύπων, η αποτελεσματικότητά ωστόσο εξαρτάται από τη σωστή εφαρμογή και την επαλήθευσή τους (Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες).

## **Παγκόσμιες Περιβαλλοντικές Ανησυχίες**

Μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και της κατανάλωσης πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρείες διαδραματίζουν επίσης ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον.



## 17. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΔΗΛΩΣΗ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

### ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

**Η Επιχείρησή μας επιθυμεί να λάβει μέρος στη διαδικασία αξιολόγησης  
του Δείκτη "CR INDEX 2012"**

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:.....

ΑΡΙΘΜΟΣ  
ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ:.....

**Στοιχεία επικοινωνίας υπευθύνου για την επικοινωνία με το  
Ινστιτούτο:**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:.....

ΘΕΣΗ:.....

ΟΔΟΣ:.....ΑΡΙΘΜΟΣ:.....

Τ.Κ:.....ΠΟΛΗ:.....

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:..... FAX:..... E-MAIL:  
.....

**Στοιχεία επικοινωνίας υπευθύνου για τη διεξαγωγή της αξιολόγησης:**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: .....

ΘΕΣΗ: .....

ΟΔΟΣ:..... ΑΡΙΘΜΟΣ:.....

Τ.Κ:.....ΠΟΛΗ:.....

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:.....FAX:..... E-MAIL:  
.....

### ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΟ ΔΕΙΚΤΗ

(επιλέξτε ανάλογα ·)

ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ	ΚΟΣΤΟΣ:	ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:
· Συμμετάσχω στη διαδικασία αξιολόγησης του δείκτη CRI 2012 (μέχρι 250 άτομα)	€ + ΦΠΑ (€ 3000)	Καταθέτω άμεσα: € (€+ ΦΠΑ)
· Συμμετάσχω στη διαδικασία αξιολόγησης του δείκτη CRI 2012 (πάνω από 250 άτομα προσωπικό)	€ + ΦΠΑ (€ 4500)	Καταθέτω άμεσα: € (€+ΦΠΑ)
· Γίνω Υποστηρικτής	€ + ΦΠΑ (€ 3500)	Καταθέτω άμεσα: € (€+ΦΠΑ)

Επιθυμώ τη συμμετοχή της εταιρείας μου στο «CR INDEX 2012».

Το παραπάνω ποσό για το κόστος συμμετοχής στο Δείκτη θα κατατεθεί στον λογαριασμό:

100/296100-85 Εθνική Τράπεζα

Διάβασα και αποδέχομαι πλήρως τα παραπάνω καθώς και τους όρους και κανονισμούς που

αναγράφονται στην επόμενη σελίδα.

Για την επιχείρηση

.....  
(Υπογραφή+  
Σφραγίδα)

Αποστέλλω συμπληρωμένη, υπογεγραμμένη και σφραγισμένη την παρούσα δήλωση συμμετοχής υπόψη της κ. Γεωργίας Αγγελοπούλου (τηλ.2106931000, φαξ 2106985812, [info@cri.org.gr](mailto:info@cri.org.gr)). Με την παραλαβή του παρόντος θα μου αποσταλεί τιμολόγιο από το Ινστιτούτο.

### ‘Corporate Responsibility Index 2012’

#### Κανονισμοί και Όροι Συμμετοχής στο Δείκτη CR Index

1. Στο Δείκτη CR Index για την ανάδειξη των ελληνικών επιχειρήσεων με την καλύτερη απόδοση στον Τομέα Εταιρικής Ευθύνης μπορούν να λάβουν μέρος όλες οι εταιρίες, οποιουδήποτε νομικού καθεστώτος - ιδιωτικές και δημόσιες - που απασχολούν τουλάχιστον 50 υπαλλήλους και δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα περισσότερο από 3 χρόνια.
2. Οι εταιρίες που διακρίνονται στις 10 πρώτες θέσεις του προγράμματος αποδέχονται ανεπιφύλαχτα τη δημοσίευση και προβολή του ονόματός τους και της σχετικής τους θέσης στη λίστα, την αναφορά και δημοσίευση κάποιων αξιοσημείωτων πρακτικών που εφαρμόζουν σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθώς και την επικοινωνία των αποτελεσμάτων τους στο Business In the Community στο εξωτερικό αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.
3. Κάθε εταιρεία που συμμετέχει στο δείκτη έχει υποχρέωση να σεβαστεί τη μεθοδολογία, τις οδηγίες, τα χρονικά όρια και τους όρους του Ινστιτούτου Εταιρικής Ευθύνης και του Business In the Community.

4. Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης και το Business In the Community έχουν το δικαίωμα να αποκλείσουν τη συμμετοχή μιας εταιρείας στο δείκτη CRI εφόσον κρίνουν ότι δεν τηρούνται οι προϋποθέσεις / όροι και διαδικασίες όπως αυτές περιγράφονται στο παρόν.
5. Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης και το Business In the Community βεβαιώνουν ότι τα στοιχεία και δεδομένα (Λίστες ονομάτων, πρακτικές της εταιρείας, στοιχεία, συνεντεύξεις υπευθύνων), για τα οποία θα λάβουν γνώση αυτοί και οι εργαζόμενοι τους κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της αξιολόγησης και θα αφορούν την Εταιρεία σας, θα χρησιμοποιηθούν μόνο στο πλαίσιο και για τους σκοπούς του προγράμματος αξιολόγησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης «Corporate Responsibility Index».
6. Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης και το Business In the Community βεβαιώνουν ότι δεν θα μεταβιβάσουν, γνωστοποιήσουν ή αποκαλύψουν κατά οποιονδήποτε τρόπο σε οποιονδήποτε τρίτο, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, τα στοιχεία τα οποία αφορούν την Εταιρεία σας και τα οποία έχουν περιέλθει στην κατοχή τους, λόγω της συμμετοχής της Εταιρείας σας στο δείκτη «Corporate Responsibility Index» (με εξαίρεση τα αναφερθέντα στην παράγραφο 2).
7. Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης και το Business In the Community δηλώνουν υπευθύνως προς την Εταιρεία σας ότι συμμορφώνονται πλήρως προς όλες τις υποχρεώσεις και απαιτήσεις που επιβάλλει η κείμενη νομοθεσία για την Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων (Ν. 2472/97).
8. Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης και το Business In the Community βεβαιώνουν ότι η αξιολόγηση διεξάγεται στην Ελλάδα με τους όρους και τις διαδικασίες που ισχύουν για το πανευρωπαϊκό πρόγραμμα συγκριτικής αξιολόγησης επιχειρήσεων ως προς τις επιδόσεις τους στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, CR Index, το οποίο διοργανώνεται από τον οργανισμό Business in the Community.
9. Η Εταιρεία σας δέχεται ότι το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης λειτουργεί αποκλειστικά και μόνο ως εκπρόσωπος του Business in the Community και εφαρμόζει τις διαδικασίες, τα ερωτηματολόγια, τα κριτήρια και τους

κανονισμούς που έχουν επιβληθεί από το Business in the Community τα οποία αποτελούν πνευματική ιδιοκτησία του τελευταίου.

10. Η Εταιρεία σας, εφόσον τηρηθούν οι διαδικασίες / όροι του ερευνητικού προγράμματος καθώς και οι όροι της παρούσας απαλλάσσει πλήρως τον οργανισμό Business in the Community και τον οργανισμό Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης από κάθε ευθύνη που συνδέεται ή/ και προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμμετοχή της και τα αποτελέσματα του δείκτη αξιολόγησης CRI.
11. Για να θεωρηθεί έγκυρη η συμμετοχή της Εταιρείας σας στο δείκτη CR Index θα πρέπει να καταβληθεί μέχρι την προθεσμία υποβολής δηλώσεων συμμετοχής, το ανάλογο κόστος συμμετοχής το οποίο περιγράφεται στο πίσω μέρος της σελίδας.
12. Σε περίπτωση που για οποιοδήποτε λόγο που δεν αφορά την Εταιρεία σας, δεν πραγματοποιηθεί ή αναβληθεί ή ακυρωθεί το ανωτέρω πρόγραμμα, το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης υποχρεούται όπως αποδώσει στην Εταιρεία το τυχόν προκαταβληθέν ποσό ως αχρεωστήτως καταβληθέν.

-----

\* Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης αποτελεί Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία και εδρεύει στην Αθήνα, Πανόρμου 74 και Λαρίσης.

## **18. ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΚΑΙ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΑΠΟ ΑΥΤΗ**

### **ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ**

Οι δείκτες απόδοσης είναι συστήματα ιεράρχησης των επιχειρήσεων, ανάλογα με τον βαθμό της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Ένας δείκτης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σύμφωνα με το εθνικό παρατηρητήριο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα πρέπει να μελετά τουλάχιστον πέντε τομείς:

1. **Θέση της επιχείρησης στην αγορά:** Θα πρέπει δηλαδή να ερευνά τις συνθήκες ανταγωνισμού και την καταναλωτική συμπεριφορά, ενώ απαιτείται να γίνεται ειδική έρευνα για τα άτομα με ειδικές ανάγκες.
2. **Περιβάλλον:** Μελετάται η κατανάλωση ενέργειας, η χρήση νερού και οι τρόποι διαχείρισης των αποβλήτων που παράγει η επιχείρηση. Η προστασία του περιβάλλοντος, με μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, αζώτου, ραδιενέργειας, αποτελούν σημαντικά κριτήρια, ενώ αξιολογούνται τα συγκεκριμένα μέτρα που λαμβάνονται, για την λειτουργία της επιχείρησης με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον.
3. **Εργασία:** Το περιβάλλον της εργασίας, αλλά και τα στοιχεία για το συνολικό εργατικό δυναμικό, με βάση το γένος, την φυλή,

την ηλικία, την απασχόληση ατόμων με ειδικές ανάγκες, αποτελούν στοιχεία που μελετώνται. Άλλα στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται στις μετρήσεις, είναι ο αριθμός πιθανών ατυχημάτων, οι νομικές κυρώσεις σε θέματα υγιεινής, ασφάλειας και «ίσων ευκαιριών», καθώς και τα πιθανά κρούσματα μη επαγγελματικής συμπεριφοράς. Κάποιες εξελίξεις στην εταιρεία, που μπορεί να επηρεάσουν το ανθρώπινο δυναμικό, όπως εξαγορές και συγχωνεύσεις, είναι ορισμένες ακόμη παράμετροι που αξιολογούνται.

4. **Κοινωνία:** Σε αυτόν τον τομέα, μετράται η χρηματική αξία των χορηγήσεων και δωρεών, ως ποσοστό των κερδών προ φόρων, ενώ αξιολογείται και ο συνολικός χρόνος των εργαζομένων σε φιλανθρωπικές και κοινωνικές εκδηλώσεις.
5. **Ηθική:** Εξετάζονται επίσης στοιχεία σχετικά με φαινόμενα δωροδοκίας, διαφθοράς κ.ά.

Σύμφωνα με το περιοδικό "Χρήμα" (Μάιος 2009), τα κριτήρια για την αποτελεσματικότητα των καλών πρακτικών, ελέγχονται για την αποτελεσματικότητα τους από διεθνή πρότυπα με άξονα τις παραπάνω επισημάνσεις. Οι δείκτες δίνουν επαρκή στοιχεία για την συγκριτική αξιολόγηση των επιχειρήσεων, ως προς τις επιδόσεις τους σε τομείς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η υιοθέτηση του δείκτη CRI (Corporate Responsibility Index) από το Ινστιτούτο Κοινωνικής Ευθύνης αποτελεί τον πρώτο δείκτη μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα. Στόχος του δείκτη CRI είναι να παρέχει στις Ελληνικές επιχειρήσεις και οργανισμούς, ένα αναγνωρισμένο εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για την αναγνώριση των επιδόσεων τους σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με βάση διεθνή κριτήρια. Πιο αναλυτικά βάσει του Ινστιτούτου Εταιρικής Ευθύνης, ο δείκτης CRI μετράει την απόδοση των επιχειρήσεων και την επίδραση τους:

1. **Στην κοινωνία**, την υποστήριξη που παρέχει σε πρωτοβουλίες των τοπικών και εθνικών κοινωνιών βοηθώντας στο χτίσιμο εποικοδομητικών σχέσεων με τις κοινωνίες αυτές και τη δημιουργία Αμοιβαίας Εμπιστοσύνης.
2. **Στο περιβάλλον**, αξιολογώντας τις πολιτικές τους και τις ενέργειές τους για τον περιορισμό των δυσμενών επιδράσεων που εξασκεί στις κλιματικές αλλαγές.
3. **Στην αγορά και τους καταναλωτές**, αξιολογώντας την επίδοσή τους στις σχέσεις τους με τους πελάτες τους και την αγορά και στο κατά πόσο παρακολουθούν, κατανοούν και ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταλλασσόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Στο τρόπο με τον οποίο πωλούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με υπευθυνότητα, σωστή ποιότητα και τιμές.
4. **Στους εργαζομένους**, αξιολογώντας τη συμπεριφορά και τις πολιτικές τους στα εργασιακά θέματα όπως: Ασφάλεια, Υγιεινή, Ειλικρινή Επικοινωνία και Δίκαιη Μεταχείριση



## **19. 25 ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΕ ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ**

### **➤ Επιλογή κοινωνικών σκοπών που θα στηρίξετε:**

1. Επιλέξτε μικρό αριθμό κοινωνικών σκοπών.
2. Επιλέξτε σκοπούς που αφορούν τις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιείστε.
3. Επιλέξτε σκοπούς που σχετίζονται με το όραμα, τις αξίες, τα προϊόντα, και τις υπηρεσίες σας.
4. Επιλέξτε σκοπούς που μπορούν να στηρίξουν τους επιχειρηματικούς στόχους του μάρκετινγκ, τις σχέσεις με τους προμηθευτές, την αύξηση της παραγωγικότητας και τη μείωση του κόστους.
5. Επιλέξτε σκοπούς που αφορούν άμεσα τους κύριους αποδέκτες σας που είναι οι εργαζόμενοι, οι αγορές – στόχοι, οι πελάτες οι επενδυτές και οι ιθύνοντες της εταιρείας.
6. Επιλέξτε σκοπούς που μπορείτε να στηρίξετε σε βάθος χρόνου.

➤ **Επιλογή πρωτοβουλιών που θα στηρίξουν ένα κοινωνικό ζήτημα**

1. Επιλέξτε πρωτοβουλίες, που μπορούν να ανταποκριθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στους επιχειρηματικούς στόχους και τις επιδιώξεις.
2. Επιλέξτε πρωτοβουλίες που ανταποκρίνονται σε βασικές ανάγκες του σκοπού.
3. Επιλέξτε πολυάριθμες πρωτοβουλίες για ένα σκοπό, προσθέτοντας και εκείνες που λείπουν από τις τρέχουσες προσπάθειες.
4. Επιλέξτε πρωτοβουλίες με τις μεγαλύτερες πιθανότητες εξασφάλισης, συνεργασιών με ισχυρούς κοινωνικούς εταίρους.
5. Επιλέξτε πρωτοβουλίες για ζητήματα στα οποία έχετε μακρόχρονη εμπειρία.
6. Επιλέξτε πρωτοβουλίες που θα αξιοποιήσουν τους τρέχοντες αναξιοποίητους πόρους.

➤ **Ανάπτυξη και εφαρμογή σχεδίων προγραμμάτων.**

1. Καταρτίστε εσωτερικές, πολυλειτουργικές ομάδες για την ανάπτυξη των σχεδίων.
2. Συμπεριλάβετε τους κοινωνικούς εταίρους σας στην ανάπτυξη του σχεδίου.
3. Καθορίστε σαφείς στόχους και μετρήσιμα αποτελέσματα για την εταιρεία.
4. Καθορίστε σαφείς στόχους και μετρήσιμα αποτελέσματα για το σκοπό.
5. Καταρτίστε ένα σχέδιο επικοινωνίας.
6. Εντοπίστε και σχεδιάστε την ενσωμάτωση περαιτέρω στοιχείων στρατηγικής.
7. Εξασφαλίστε τη στήριξη της ανώτερης διοίκησης.

➤ **Προσπάθειες αξιολόγησης**

1. Καθορίστε το σκοπό της αξιολόγησης.
2. Μετρήστε και καταγράψτε την αξία επένδυσης των πόρων.
3. Μετρήστε και καταγράψτε τα αποτελέσματα για την εταιρεία, βάσει των στόχων και των επιδιώξεων πρωτοβουλίας .
4. Μετρήστε και καταγράψτε τα αποτελέσματα για το σκοπό, βάσει των στόχων και των επιδιώξεων πρωτοβουλίας.
5. Παρακολουθήστε την κατάσταση των κοινωνικών ζητημάτων που στηρίζουν οι πρωτοβουλίες.
6. Εκχωρήστε επαρκείς πόρους για διαδικασίες μέτρησης απολογισμού.

## **20. ΑΛΛΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΕ**

Μια έννοια που σχετίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό με την ΕΚΕ είναι η έννοια της επιχειρηματικής ηθικής (business ethics). Η επιχειρηματική ηθική αναπτύχθηκε κυρίως τη δεκαετία του 1980 και αφορά τη μελέτη και την ανάλυση των αποφάσεων και των δράσεων των διοικητικών στελεχών, που ανταποκρίνονται στη γενικότερη πολιτική, που στηρίζεται σε ηθικούς κανόνες, ηθικούς νόμους, ηθικές αρχές αρετές και αξίες. Η επιχειρηματική ηθική επιτυγχάνεται κυρίως με την ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης και ηθικών αρχών μεταξύ του ανθρώπινου δυναμικού μιας επιχείρησης και των σχέσεων του με το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης με σκοπό την προαγωγή του κοινωνικού συμφέροντος και της προόδου του κοινωνικού συνόλου.

Μια άλλη έννοια από την όποια ως ένα βαθμό προέκυψε η ΕΚΕ , είναι η έννοια της οργανωσιακής κουλτούρας (organizational culture), στην οποία συμπεριλαμβάνονται οι ιδέες, οι αξίες το στυλ εργασίας, οι εργασιακές σχέσεις, η ενδοεπιχειρησιακή επικοινωνία, η υποκίνηση, η άσκηση εξουσίας, η μορφή εξουσιοδότησης και ανάληψης ευθύνης. Η οργανωσιακή κουλτούρα καθορίζει στην ουσία τους κανόνες και τον τρόπο διαχείρισης μιας επιχειρηματικής μονάδας έχοντας αντίκτυπο στην αποτελεσματικότητά της.

Μια άλλη έννοια που έχει ταυτιστεί με την ΕΚΕ είναι η έννοια του εταιρικού πολίτη (corporate citizen ship). Ως εταιρικός πολίτης θεωρείται το

κοινωνικό σύνολο σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, που σύμφωνα με τις βασικές αρχές της ΕΚΕ, ταυτίζεται με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders). Η έννοια του εταιρικού πολίτη συνεπάγεται για την επιχείρηση την ανάληψη συγκεκριμένων δράσεων, που εξασφαλίζουν τα δικαιώματα διαφόρων ομάδων πολιτών, που επηρεάζονται από αυτές. Τα δικαιώματα του πολίτη, τα οποία οφείλει να σέβεται η επιχείρηση, διακρίνονται σε κοινωνικά, αστικά και πολιτικά.

Τέλος, μια άλλη έννοια που έχει συνδυαστεί με την ΕΚΕ είναι η έννοια της εταιρικής διακυβέρνησης. Με τον όρο εταιρική διακυβέρνηση ορίζεται στη θεωρία το σύνολο των αρχών και των κανόνων που σχετίζονται με τη βελτίωση της εταιρικής διοίκησης. Ως εταιρική διακυβέρνηση ορίζεται ένα σύστημα ρυθμίσεων του συνόλου των σχέσεων μεταξύ των μελών του ΔΣ, της διοίκησης της επιχείρησης, των εργαζομένων, των μετόχων και όλων των τρίτων που έχουν σχέση με την εταιρεία, με βασικό σκοπό την αποδοτική διαχείριση των πόρων της εταιρείας, προκειμένου να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση της αξίας της επιχείρησης, προς το συμφέρον των μετόχων και των συμμετεχόντων, μέσα από διαφανείς διαδικασίες και πρακτικές.

## **21. ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΚΕ - ΑΣΚΗΣΗ ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟ ΡΟΛΟ ΤΗΣ**

Στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητο να επισημανθεί ότι η ΕΚΕ, εκτός από υποστηρικτές έχει και επικριτές. Το γεγονός ότι η ΕΚΕ εμπλέκεται στη διαδικασία του στρατηγικού προγραμματισμού πολλών πολυεθνικών οργανώσεων γεννά πολλά ερωτήματα για τους λόγους που οι επιχειρήσεις την εντάσσουν στη στρατηγική τους ή πολύ περισσότερο, σχεδιάζουν τη στρατηγική τους βάσει της ΕΚΕ.

Κάποιοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι οι εταιρείες είναι αποκλειστικά αρμόδιες για την παραγωγή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας για να επιτυγχάνουν κέρδη, προκειμένου να ικανοποιήσουν τους μετόχους. Άλλοι υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχει καμιά θέση για την κοινωνική ευθύνη ως επιχειρησιακή λειτουργία. Αυτές οι απόψεις υποδεικνύουν τον κανόνα του εταιρικού νόμου που απαγορεύει στους διευθυντές να αναλάβουν οποιαδήποτε δραστηριότητα που θα μείωνε τα κέρδη.

Κάποιοι άλλοι υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις κάνουν επιλογές μεταξύ των πρακτικών, με αποτέλεσμα να εφαρμόζουν κάποιες καλές δραστηριότητες και να αγνοούν συνειδητά κάποιες άλλες επιτυγχάνοντας να βελτιώσουν την εικόνα τους ως κοινωνικά ή περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιχειρήσεις. Άλλοι υποστηρίζουν ότι τα προγράμματα ΕΚΕ αναλαμβάνονται συχνά σε μια προσπάθεια να αποσπαστεί η κοινή γνώμη και ο δημόσιος διάλογος από τις

ηθικές ερωτήσεις που τίθενται από τις κύριες δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Μερικοί υποστηρίζουν ότι ο μόνος λόγος που κάποιες εταιρείες εφαρμόζουν κοινωνικά προγράμματα είναι το εμπορικό όφελος και προσβλέπουν στην αύξηση της φήμης τους τόσο ως το κοινό όσο και ως προς την κυβέρνηση.

Βασικό μήνυμα λοιπόν, είναι ότι η ΕΚΕ δεν πρέπει να εφαρμόζεται αποσπασματικά, ούτε να χρησιμοποιείται ως «βιτρίνα» για να επισκιάσει ή να δικαιολογήσει ανάλγητες οικονομικές δραστηριότητες. Πολύ περισσότερο δεν πρέπει να χρησιμοποιείται απλώς ως αντικείμενο διαφημιστικής εκστρατείας, με στόχο την εκμετάλλευση του ευαισθητοποιημένου κοινού. Η ΕΚΕ πρέπει να αντιμετωπίζεται ως γενική εταιρική φιλοσοφία και ως πολιτική αρχών και αξιών των σύγχρονων οικονομικών μονάδων.

## **22. ΠΙΘΑΝΑ ΟΦΕΛΗ ΑΝΑ ΠΕΔΙΟ ΤΗΣ ΕΚΕ**

### **ΧΩΡΟΙ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

1. Ελκυστικό περιβάλλον - προτιμητέος εργοδότης
2. Στρατολόγηση ταλαντούχων στελεχών
3. Κίνητρο παραγωγικότητας
4. Παράδοση έργων έγκαιρα, εντός προϋπολογισμών
5. Πίστη προσωπικού

### **ΑΓΟΡΑ**

1. Ενδυνάμωση του brand μέσω αύξησης αναγνωσιμότητας
2. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
3. Καλύτερη πιστοληπτική αξιολόγηση
4. Βελτίωση της αλυσίδας παραγωγής
5. Συμμετοχή από "πράσινα" χαρτοφυλάκια

### **ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

1. Οικονομία ενεργειακών πόρων
2. Μείωση αποβλήτων
3. Εξοικονόμηση κόστους



## **ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

1. Αυξημένη πρόσβαση σε τοπικές πιθανές πηγές εισοδήματος
2. Προστασία έναντι τυχόν καταναλωτικών "αντιποίνων"
3. Αυξημένη ασφάλεια σε ό, τι αφορά τις πωλήσεις

## **ΓΕΝΙΚΑ**

1. Πρόσθετη αξία στην επιχείρηση
2. "Χτίσιμο" και προστασία της επιχειρηματικής φήμης
3. Η επιχείρηση αποτελεί βελτιωμένη πρόταση για επένδυση
4. Διαχρονικότητα του brand
5. Πιθανή χαλάρωση των ρυθμιστικών απαιτήσεων σε άλλους τομείς



## **23. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ**

### **A) ΕΠΙΓΡΑΜΜΑΤΙΚΑ**

#### **ΤΡΑΠΕΖΕΣ**

1. Εθνική Τράπεζα Ελλάδος
2. Τράπεζα Κύπρου
3. Λαϊκή Τράπεζα
4. Πειραιώς
5. Alpha bank
6. Εμπορική Τράπεζα
7. Ελληνική Τράπεζα
8. Attica bank

#### **ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΚΙΝΗΤΗΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑΣ**

1. Wind
2. Vodafone
3. Cosmote

#### **ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ**

1. TITAN

2. ΔΕΗ
3. ΟΠΑΠ
4. LIDL
5. COCA-COLA
6. BLUE STAR FERRIES
7. ΔΕΠΑ
8. INTERAMERICAN
9. ΕΛΤΑ
10. FOLLI-FOLLIE
11. INTRACOM
12. SPRIDER STORES
13. MULTIRAMA
14. MYTHOS BREWERY
15. MINOAN
16. ΨΥΧΟΓΙΟΣ
17. PHARMATHEN
18. VIKOS WATER
19. KLEEMANN
20. PYRAMIS
21. SHELL
22. NESTLE
23. NIKE
24. PUMA
25. ASICS
26. FILA
27. BIBEXΡΩΜ
28. STARBUCKS CORPORATION

## **B) ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ**

### **ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ**



Η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος έχει δημιουργήσει ένα πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Δράσης “Ευθύνη”, με το οποίο ενσωματώνει τις βασικές αρχές και αξίες της ΕΚΕ, τόσο στον επιχειρηματικό σχεδιασμό της, όσο και στον καθημερινό τρόπο λειτουργίας της, υποστηρίζοντας ουσιαστικά ένα ευρύτερο φάσμα πολιτιστικών, μορφωτικών, ανθρωπιστικών πρωτοβουλιών καθώς και κοινωνικών δραστηριοτήτων σε τρεις βασικούς άξονες: Ευθύνη για τον Άνθρωπο, Ευθύνη για τον Πολιτισμό, Ευθύνη για το Περιβάλλον (<http://www.nbg.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/Corporate-Social-Responsibility/CSR-framework/content/programma-eythin>).

- Ευθύνη για τον Άνθρωπο: συμμετέχει σε κάθε προσπάθεια εξέλιξης του ανθρώπου σε επίπεδο υγείας, παιδείας, αθλητισμού και κοινής ωφέλειας με απώτερο σκοπό την βελτίωση της

ποιότητας της ζωής τους. Ενδεικτικά αναφέρουμε χορηγίες σε νοσοκομεία όπως το Γενικό Νοσοκομείο Παιδών Αθηνών και το Νοσοκομείο "Ευαγγελισμός", σε εκπαιδευτικά ιδρύματα όπως το Πανεπιστήμιο Πειραιώς, το Οικονομικού Πανεπιστήμιο Αθηνών, την Αμερικανική Γεωργική Σχολή Θεσσαλονίκης και το Anatolia College, σε αθλητικούς οργανισμούς όπως η Ελληνική Γυμναστική Ομοσπονδία (ΕΓΟ) και "Special Olympics Αθήνα 2004", τέλος σε σωματεία όπως "Γραμμή Ζωής", "Ασπίδα του Δαυίδ", "Παιδικά Χωρία SOS", "Το Χαμόγελο του Παιδιού" και "Μέριμνα" (<http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/9d0ae099-62eb-4352-901c-02de6505facb/%CE%9C%CE%B5+%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7+%CE%B3%CE%B9%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CE%BD+%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1+2011.pdf?MOD=AJPERE>).

- Ευθύνη για τον Πολιτισμό: στηρίζει κάθε δραστηριότητα που αναδεικνύει την Εθνική Κληρονομιά μας η οποία με την σειρά της προάγει τον Πολιτισμό μας. Αφιερώνει κάθε χρόνο ένα σημαντικό ποσοστό του χορηγικού της προϋπολογισμού, στηρίζοντας τις προσπάθειες που προάγουν την ιστορία, τις τέχνες, τα ήθη και έθιμα καθώς και την πνευματική δημιουργία του τόπου. Σημαντικό επίτευγμά της είναι η δημιουργία ενός μορφωτικού ιδρύματος, το οποίο είναι ευρύτερα γνωστό ως ΜΙΕΤ (Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τράπεζας). Το ίδρυμα συστάθηκε με το Διάταγμα 311 της 1<sup>ης</sup> Απριλίου 1966 και σήμερα στεγάζεται στο κτίριο της οδού Θουκυδίδου. Η δράση του έχει συμβάλει στην ανάπτυξη τόσο των γραμμάτων όσο και της επιστήμης (<http://www.nbg.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/Corporate-Social-Responsibility/Responsibility-to-the-Society/content/MIET>).

- Ευθύνη για το Περιβάλλον: με απόλυτη ευθύνη και συνέπεια από το 2004 εφαρμόζει το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης σύμφωνα με το διεθνές πρότυπο ISO 14001, με στόχο να ενισχύσει την περιβαλλοντική συνείδηση του προσωπικού της και εμμέσως, των μετόχων και της πελατείας της. Το σύστημα αναλύεται σε πέντε βασικούς άξονες οι οποίοι είναι:
  - I. Η εξοικονόμηση ενέργειας και φυσικών πόρων γενικότερα.
  - II. Ο εξορθολογισμός των επαγγελματικών μετακινήσεων.
  - III. Η αποτελεσματική διαχείριση του χαρτιού και των στερεών αποβλήτων.
  - IV. Η εφαρμογή περιβαλλοντικών κριτηρίων στις προμήθειες.
  - V. Η εφαρμογή πολιτικής ανάλυσης και εκτίμησης περιβαλλοντικών κινδύνων στις επενδυτικές και πιστοδοτικές διαδικασίες (<http://www.nbg.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/Corporate-Social-Responsibility/Responsibility-to-the-Environment/content/ESM>).

## **ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

Η ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ στον τομέα της ΕΚΕ συνεργάζεται με διάφορους οργανισμούς οι οποίοι ασχολούνται με θέματα οικογένειας, παιδιών και υγείας. Ενδεικτικά παραδείγματα είναι τα κάτωθι:

- Σε συνεργασία με την Εκκλησία της Ελλάδος, ενισχύει τις πολυμελείς οικογένειες της Θράκης μέσω ενός ειδικού προγράμματος

- Ενισχύει κοινότητες απεξάρτησης νέων από ναρκωτικές ουσίες και συμμετέχει ενεργά σε προγράμματα εκπαίδευσης και επανένταξής τους στο κοινωνικό γίγνεσθαι
- Ενισχύει συστηματικά οργανωμένες κοινότητες, συλλόγους και οργανώσεις για ορφανά και άπορα παιδιά
- Ενισχύει οργανώσεις για τη στήριξη των ατόμων της τρίτης ηλικίας
- Παρέχει υπηρεσίες προληπτικής ιατρικής σε απομονωμένους ελληνικούς δήμους και κοινότητες. Επί παραδείγματι, υλοποιεί προγράμματα για την παροχή δωρεάν ιατρικής φροντίδας από εθελοντές ιατρούς χρησιμοποιώντας σύγχρονα διαγνωστικά μέσα στους κατοίκους μικρών ελληνικών νησιών
- Όταν συνέβησαν οι πυρκαγιές σε Πελοπόννησο και Εύβοια, με απόφαση της Διοίκησης της Τράπεζας από τον Αύγουστο του 2007, δώρισε 30 υπερσύγχρονα πυροσβεστικά οχήματα προς το Πυροσβεστικό Σώμα για την ενίσχυσή του, στοχεύοντας στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των πυρκαγιών ([www.piraeusbank.gr](http://www.piraeusbank.gr)).

## **ALPHA BANK**

Η Alpha Bank είναι μια εταιρεία με κοινωνική προσφορά, ευαισθησία και αίσθημα ευθύνης. Συγκεκριμένα κατά την διάρκεια του 2012 πραγματοποιήθηκαν από την Τράπεζα και με τη συμμετοχή Εθελοντών από το Προσωπικό της Τραπεζής ενέργειες ως κατωτέρω:

- Τον Απρίλιο του 2012, υπάλληλοι της τράπεζας προσέφεραν ρούχα και τρόφιμα μακράς διάρκειας σε ανθρώπους που βρίσκονταν σε κατάσταση ανάγκης. Την διαλογή και τον έλεγχο των ειδών πραγματοποίησαν 70 Εθελοντές από το Προσωπικό της Τραπεζής. Χάρη στην αθρόα συμμετοχή του Προσωπικού, συγκεντρώθηκαν συνολικά

300 χαρτοκιβώτια με τρόφιμα και 150 χαρτοκιβώτια με ενδύματα και παιχνίδια, τα οποία μοιράσθηκαν ισομερώς και προσφέρθηκαν, κατόπιν υποδείξεως της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών σε Ενορίες του Νομού Αττικής.

- Κατά τους μήνες Νοέμβριο και Δεκέμβριο του 2012, πραγματοποιήθηκε το πρόγραμμα "Χέρι Βοηθείας". Πρόκειται για μια ενέργεια Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στο πλαίσιο των ενεργειών κοινωνικής προσφοράς της Τραπέζης. Το "Χέρι Βοηθείας", αφορά στην προσφορά των τροφίμων σε περιοχές του Νομού Θεσσαλονίκης και του Νομού Αττικής και περιχώρων. Συγκεκριμένα, 4000 καρότσια με ζυμαρικά, ρύζι, όσπρια, κονσέρβες, αλεύρι, λάδι και μπισκότα από ελληνικές εταιρίες παρεδόθησαν σε ενορίες στον Εύοσμο και στην Πολίχνη Θεσσαλονίκης, στα Μέγαρα, στην Ελευσίνα, στον Ασπρόπυργο, στη Σαλαμίνα και σε 44 ενορίες της Μητροπόλεως Ιλίου, Αχαρνών και Πετρούπολεως, στην Αττική. Επιπλέον η Τράπεζα απέστειλε 261 βιβλία και 50 ηλεκτρονικούς υπολογιστές σε σχολεία και άλλα ιδρύματα σε όλη την Ελλάδα. Επίσης κατά την διάρκεια των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς η Τράπεζα προέβη σε οικονομική ενίσχυση και δωρεά τροφίμων στα ιδρύματα που ακολουθούν:

- ❖ ΑΓΑΠΑΝ
- ❖ ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ
- ❖ ΛΥΡΕΙΟ ΠΑΙΔΙΚΟ ΧΩΡΙΟ
- ❖ ΟΡΦΑΝΟΤΡΟΦΕΙΟ ΛΑΜΙΑΣ ΠΑΙΔΙΚΑ ΧΩΡΙΑ SOS ΒΑΡΗΣ
- ❖ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ ΡΕΘΥΜΝΟ

[http://www.alpha.gr/files/deltia\\_typou/Deltio\\_Typou\\_20121225GR.pdf](http://www.alpha.gr/files/deltia_typou/Deltio_Typou_20121225GR.pdf)).



## ΑΤΤΙCΑ ΒΑΝΚ

Η Attica Bank στηρίζει κοινωνικά ευεργετικά ιδρύματα προσφέροντας έτσι χαμόγελα σε παιδιά που τον έχουν ανάγκη. Είναι χορηγός σε Ιδρύματα, Οργανισμούς και Σωματεία που στηρίζουν το Παιδί, προσφέροντας δωρεές χρηματικών ποσών που μεταφράζονται σε δώρα υποστήριξης και αγάπης. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα εξής:

- ❖ ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΑΙΔΙΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ «Η ΜΗΤΕΡΑ»
- ❖ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ Μ.Κ.Ο. «ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΕΙΟ»
- ❖ ΚΕΝΤΡΟ ΑΠΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΠΑΙΔΩΝ ΒΟΥΛΑΣ
- ❖ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΑΝΗΛΙΚΩΝ ΑΘΗΝΩΝ
- ❖ ΟΡΦΑΝΟΤΡΟΦΕΙΟ ΘΗΛΕΩΝ «ΜΕΛΙΣΣΑ» ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- ❖ ΠΑΠΑΦΕΙΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΜΕΡΙΜΝΑΣ ΑΡΕΝΩΝ «Ο ΜΕΛΙΤΕΥΣ» ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- ❖ ΑΝΟΙΧΤΗ ΑΓΚΑΛΙΑ ΤΩΝ ΦΙΛΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΙΑΤΡΙΚΗΣ
- ❖ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΓΟΝΕΩΝ ΚΑΙ ΚΗΔΕΜΟΝΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΜΕ ΝΕΟΠΛΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΘΗΣΕΙΣ «Η ΠΙΣΤΗ»
- ❖ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΑΓΩΝΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟΥ ΝΕΑΝΙΚΟΥ ΔΙΑΒΗΤΗ
- ❖ ΠΝΟΗ (ΦΙΛΟΙ ΕΝΤΑΤΙΚΗΣ ΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΠΑΙΔΙΟΥ)
- ❖ ΣΩΜΑΤΕΙΟ «ΟΙ ΦΙΛΟΙ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ»
- ❖ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΜΗΤΕΡΑΣ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙΟΥ Μ.Κ.Ο. «Η ΚΙΒΩΤΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ»
- ❖ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΑΓΕΝΝΗΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ «Η ΑΓΚΑΛΙΑ»
- ❖ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΠΑΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ «ΜΕΡΙΜΝΑ»
- ❖ ΠΡΟΤΥΠΟ ΟΙΚΟΤΡΟΦΕΙΟ «ΑΓΙΟΙ ΑΝΑΡΓΥΡΟΙ»

Εκτός από την οικονομική ενίσχυση των παραπάνω ιδρυμάτων, οργανισμών και σωματείων προσφέρει κάθε χρόνο στο Γενικό Νοσοκομείο Αλεξάνδρα πάνες και γάλατα 1<sup>ης</sup> βρεφικής ηλικίας για τα εγκαταλελειμμένα νεογνά καθώς και για νεογνά απόρων οικογενειών. Επιπλέον προσφέρει στο Γενικό Νοσοκομείο – Μαιευτήριο «ΕΛΕΝΑ ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ», οξύμετρα για τις θερμοκοιτίδες μεταφοράς νεογνών. Ακόμα μοιράζει παιχνίδια στα παιδιά που

νοσηλεύονται στα εξωτερικά ιατρεία της ογκολογικής κλινικής του Νοσοκομείου Παίδων Αγίας Σοφίας, στα εξωτερικά ιατρεία της ογκολογικής κλινικής του Νοσοκομείου Παίδων Αγγλαΐας Κυριακού καθώς και στο Γενικό Νοσοκομείο Παίδων Πεντέλης (<http://www.atticabank.gr/el/group/news/304-2011-1>).

## VODAFONE



Η VODAFONE είναι μία εταιρεία η οποία έχει επιδείξει ιδιαίτερη μέριμνα για την προστασία του περιβάλλοντος. Η ίδια εφαρμόζει διάφορα προγράμματα με στόχο:

1. Την αποτροπή εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα με χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (στο οικονομικό έτος 2004/2005 αποτράπηκαν περισσότερο από 5.200 τόνοι διοξειδίου του άνθρακα)
2. Τη χρήση ανανεώσιμων μορφών ενέργειας με την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων σε σταθμούς βάσης που λειτουργούν σε απομακρυσμένες περιοχές. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα φωτοβολταϊκά συστήματα που λειτουργούν στους σταθμούς βάσης της Vodafone, καταλαμβάνουν το 14% της συνολικής εγκατεστημένης ισχύος σε εθνικό επίπεδο

3. Την εξοικονόμηση ενέργειας στο δίκτυο με την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων στα γραφεία και στους σταθμούς βάσης, με την αναβάθμιση του συστήματος φωτισμού μέσω του ευρωπαϊκού προγράμματος Green Light
4. Την ανακύκλωση συσκευών κινητής τηλεφωνίας, μπαταριών και αξεσουάρ στην αλυσίδα καταστημάτων της Vodafone και στα κτίρια των γραφείων της πανελλαδικά (το 2006 εστάλησαν πάνω από 56.000 προϊόντα κινητής τηλεφωνίας για ανακύκλωση)
5. Την ανακύκλωση ηλεκτρονικού και ηλεκτρικού εξοπλισμού και συσσωρευτών μολύβδου που χρησιμοποιούνται για τη λειτουργία των δικτύων σε διεθνές επίπεδο (το 95% του εξοπλισμού και το 100% των συσσωρευτών προωθήθηκε για ανακύκλωση)
6. Την ανακύκλωση μελανωτών και χαρτιού (το 2006, ανακυκλώθηκαν περισσότερο από 75 τόνοι χαρτιού και 1.178 μελανωτές) (Βαξεβανίδου, 2011).

## **COSMOTE**

Η COSMOTE αναγνωρίζοντας τη σπουδαιότητα της ισορροπίας μεταξύ της τεχνολογικής ανάπτυξης και της συμμετοχής στο σύνολο της κοινωνίας προσπαθεί συνεχώς μέσα από τη δράση της να συμβάλλει στην ευημερία και προαγωγή της τελευταίας. Υπό αυτό το πρίσμα, η Cosmote, μέσω του προγράμματος ΕΚΕ «Συμμετοχή», στηρίζει την κοινωνική της στρατηγική σε δύο κεντρικούς άξονες:

1. Στην επιθυμία της να συμβάλλει αποτελεσματικά στην αντιμετώπιση καιρίων θεμάτων κοινωνικού χαρακτήρα, και

2. Στην φιλοδοξία της να ευαισθητοποιήσει και να κινητοποιήσει τους πολίτες προς όφελος της ευρύτερης κοινωνίας στο σύνολό της.

Σε όλες τις ενέργειές της, η εταιρεία προσπαθεί να δρα συμπληρωματικά στις προσπάθειες του επίσημου κράτους, ενώ επιπροσθέτως στηρίζει και το έργο μη κυβερνητικών οργανώσεων, φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης και άλλων έγκριτων μη κερδοσκοπικών οργανισμών, που διέπονται από τις ίδιες αξίες και σταθερές της Cosmote. Στο πλαίσιο της στρατηγικής της η Cosmote υλοποιεί ένα σύνολο κοινωνικών παρεμβάσεων και δράσεων που ως στόχο έχουν τα κύρια ζητήματα που απασχολούν την ελληνική κοινωνία. Κάποια από αυτά είναι η κοινωνική μέριμνα με επίκεντρο:

1. Τη φροντίδα του παιδιού
2. Την προληπτική ιατρική
3. Τις ειδικές ομάδες πληθυσμού
4. Την προαγωγή της παιδείας
5. Την προστασία του περιβάλλοντος
6. Την προώθηση του εθελοντισμού.

Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί ότι το ίδιο ανθρωποκεντρικό όραμα έχουν και οι τέσσερις θυγατρικές εταιρείες της Cosmote στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, οι οποίες με συνέπεια υλοποιούν διάφορες δράσεις περιβαλλοντικού και κοινωνικού χαρακτήρα, άμεσα συνυφασμένες με τις ανάγκες που έχουν οι τοπικές κοινωνίες όπου και δραστηριοποιούνται (Βαξεβανίδου, 2011).

## **ΟΠΑΠ**

Το 1958, προσπαθώντας ο Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου (ΟΠΑΠ) να βρει πόρους χρηματοδότησης της ανάπτυξης του αθλητισμού, με μοναδικό παιχνίδι το ΠΡΟΠΟ, πέτυχε, στα χρόνια που μεσολάβησαν, τους στόχους του, κτίζοντας διάφορα στάδια, γήπεδα,

γυμναστήρια και ενισχύοντας οικονομικά όχι μόνο το ποδόσφαιρο, αλλά και τα άλλα αθλήματα ανά την Ελλάδα. Τοιούτοτρόπως, έκτισε στη συνείδηση των Ελλήνων το όνομα του, ως συνώνυμο της προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο.

Το 2000 ο ΟΠΑΠ μετεξελίχθηκε στην ΟΠΑΠ Α.Ε. και έπειτα πολύ γρήγορα έγινε μια από τις πιο ισχυρές εταιρείες του κλάδου τυχερών παιχνιδιών στον κόσμο. Εμπλούτισε την ποικιλία των παιχνιδιών που προσφέρει στην αγορά, τα οποία αγαπήθηκαν από τους Έλληνες χάρη στο ενδιαφέρον και κατά κύριο λόγο στην εγκυρότητά τους, τα οποία αποτέλεσαν την κινητήρια δύναμη της εντυπωσιακής ανάπτυξής της, καθώς και πηγή χρηματοδότησης της διαρκώς διευρυνόμενης κοινωνικής της προσφοράς. Προσφορά η οποία μεταφράζεται κάθε έτος σε ουσιαστικά έργα-παρεμβάσεις, με απτά αποτελέσματα στους τομείς του Πολιτισμού, της Παιδείας, της Υγείας, του Περιβάλλοντος, φυσικά και του Αθλητισμού, δηλαδή συνολικά υπέρ όλης της κοινωνίας.

Στις μέρες μας η ΟΠΑΠ Α.Ε. είναι η ελληνική Εταιρεία με την μεγαλύτερη δράση, από την άποψη της ετήσιας δαπάνης και ποικιλίας δράσεων και έργων, σε ότι αφορά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η οποία εδράζεται στους εξής πυλώνες που άπτονται της κοινωνικής της παρουσίας και συμμετοχής:

- Ο άνθρωπος
- Υπεύθυνο Παιχνίδι
- Κοινωνική Ευθύνη

## **Ο άνθρωπος**

Πυρήνα της φιλοσοφίας της Εταιρείας αποτελεί η έννοια της προσφοράς. Προσφορά στην κοινωνία, σε όσους συμμετέχουν στα παιχνίδια, στους εργαζόμενους του Ομίλου και στους συνεργάτες. Ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας της Εταιρείας επιβεβαιώνεται σε κάθε της ενέργεια και είναι το κίνητρο και ο στόχος της ανάπτυξης στα 50 χρόνια της λειτουργίας της.

## **Υπεύθυνο Παιχνίδι**

Στον άξονα «Υπεύθυνο Παιχνίδι» περιλαμβάνεται το σύνολο των πρωτοβουλιών και δράσεων που η ΟΠΑΠ Α.Ε. αναλαμβάνει, με στόχο να προστατεύσει το κοινό και να αποτρέψει τις ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες από την χωρίς μετρό συμμετοχή στα διάφορα τυχερά παιχνίδια που διαχειρίζεται.

Το Υπεύθυνο Παιχνίδι στοχεύει στη συνετή συμμετοχή στα παιχνίδια της, αποκλειστικά από ενηλίκους. Στο πλαίσιο αυτό, ως μέλη της Διεθνούς Ένωσης Λοταριών (WLA) και της European Lotteries (EL), η Εταιρεία δεσμεύεται για την εφαρμογή του πλαισίου Υπεύθυνου Παιχνιδιού με τους φορείς που το θέσπισαν σκοπεύοντας στη προστασία των παικτών σε παγκόσμια κλίμακα.

## **Κοινωνική Ευθύνη**

Η επιχειρηματική εξέλιξη της Εταιρείας έχει ως βασικό στόχο το κοινωνικό έργο με απτά και μετρήσιμα αποτελέσματα για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών. Το έργο προσφοράς υλοποιείται στους τομείς της Υγείας, της Παιδείας, του Πολιτισμού, του Αθλητισμού, του Περιβάλλοντος καθώς και των ευπαθών κοινωνικών ομάδων.

## **Ενδεικτικές δράσεις**

Το Πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της ΟΠΑΠ Α.Ε. επικεντρώθηκε στην άμεση ανακούφιση των ευρύτατων κοινωνικών ομάδων, οι οποίες βιώνουν σοβαρά προβλήματα υγείας, αλλά και προβλήματα που προέκυψαν από την οικονομική κρίση.

## **Υγεία**

Η ΟΠΑΠ Α.Ε. δρομολόγησε ένα πρόγραμμα εξοπλισμού των νοσοκομείων του κέντρου αλλά και της περιφέρειας με νέα υπερσύγχρονα

μηχανήματα, τα οποία, κατά την εκτίμηση των γιατρών, μπορούν να σώσουν ανθρώπους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αγορά και δωρεά προς το Νοσοκομείο Παιδών «Αγλαΐα Κυριακού», ενός ρομποτικού συστήματος ακτινογραφίας υψηλής ακρίβειας, με έμφαση στις θεραπείες στερεοτακτικής ακτινοχειρουργικής (SRS). Με ασθενοφόρα οχήματα αλλά και ποικίλα εξειδικευμένα μηχανήματα όπως είναι ο Πολυτομικός Τομογράφος, αναπνευστήρες για τη λειτουργία κλινών Μονάδας Εντατικής Θεραπείας, Αξονικός Τομογράφος, συγκρότημα Μαγνητικής Τομογραφίας 1.5T, ενδοσκόπια Video, κυτταρολογικό εργαστήριο, Ψηφιακός Μαστογράφος, Σύστημα Βραχυθεραπείας, Υπερηχοτομογράφος κ.α., εξοπλήστηκαν τα δύο τελευταία χρόνια μεταξύ άλλων τα νοσοκομεία «Ευαγγελισμός», Παιδών «Αγία Σοφία», «Άγιοι Ανάργυροι», «Αγία Όλγα», «Άγιος Σάββας», «Αμαλία Φλέμινγκ», Νοσοκομείο Παιδών Πεντέλης, «Θριασίου», «Αρεταίειο», «Γεννηματάς», «Μεταξά», «Άγιος Διονύσιος» Αττικής και «Άγιος Παύλος» Θεσσαλονίκης, Πανεπιστημιακό Ιωαννίνων, Μολάων Λακωνίας, «Καραμανδάνειο» Πατρών, Καρπενησίου, κ.α.

## **Περιβάλλον**

- το έργο δενδροφύτευσης και αναδάσωσης του Πάνειου Όρους, το οποίο καταστράφηκε από πυρκαγιά το 2007, με την οικονομική ενίσχυση της Αστικής μη Κερδοσκοπικής Εταιρίας «Αρκτούρος»,
- τη διοργάνωση δράσης με θέμα «Ποδήλατο στην Πόλη». Σε συνεργασία με το Δήμο Περιστερίου οργανώθηκαν ποδηλατικοί αγώνες με συμμετοχή 1.500 πολιτών και με παράλληλη ειδική εκδήλωση με θέμα: Το ποδήλατο στην Πόλη. Στην εν λόγω δράση η Εταιρεία είχε σκοπό την ανάδειξη του ποδηλάτου ως το πιο σύντομο, σύγχρονο, υγιές, καθαρό και φιλικό μέσο μετακίνησης και προσέγγισης του αστικού κοινωνικού ιστού,
- τη δράση Καθαρισμού των Ακτών 2006, του Δικτύου «Μεσόγειος SOS" ενώ παράλληλα έλαβε μέρος εθελοντικά,



- την περιβαλλοντική και οικολογική αναβάθμιση των υποδομών του Δήμου της Τήνου,
- δράσεις για το περιβάλλον που περιλαμβάνουν δασοφύτευση, προστασία και καθαρισμό του φυσικού περιβάλλοντος.

## Πολιτισμός

Στον τομέα του πολιτισμού η εταιρεία:

- ενίσχυσε το ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων – Τ.Α.Π.Α. με σκοπό την υλοποίηση του προγράμματος αναβάθμισης και των παρεχομένων υπηρεσιών σε 180 αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία της χώρας,
- υποστήριξε την «Εθνική Λυρική Σκηνή», για μία σειρά σημαντικών παραστάσεων,
- υποστήριξε τη διοργάνωση του 51ου Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης,
- υποστήριξε την περιοδεία εννέα θεατρικών θιάσων νέων δημιουργών σε δεκάδες πόλεις της χώρας κατά τους χειμερινούς μήνες
- βοήθησε στην κάλυψη της δαπάνης ολοκλήρωσης της μελέτης αποκατάστασης του Αρχαίου Θεάτρου της Δήλου, με στόχο την προστασία και ανάδειξη του κορυφαίου αυτού μνημείου,
- συμμετείχε στην κάλυψη των εξόδων υλοποίησης του 3ετούς προγράμματος του Σώματος Ελληνικού Οδηγισμού, με τίτλο «Οδηγοί στην Κοινωνία – γνωρίζουμε το παρελθόν δημιουργούμε το μέλλον» που αφορά στην αναβάθμιση αρχαιολογικών χώρων,
- στηρίζει τα εκπαιδευτικά προγράμματα που απευθύνονται σε μαθητικές ομάδες και επισκέπτονται το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Ν. Γουλανδρή – διετή δράση,
- αναδεικνύει την πολύ-πολιτιστική προσωπικότητα της Θεσσαλονίκης μέσα από ένα πλαίσιο παράλληλων δράσεων, σε ετήσια βάση. Η ιδέα συνοψίζεται στη δημιουργία ενός πολιτιστικού ημερολογίου με βάση το

οποίο θα συντονίζονται όλοι οι πολιτιστικοί φορείς της Θεσσαλονίκης, με στόχο τη φιλοξενία, την προβολή και την παραγωγή καλλιτεχνικού έργου που αφορά μία ή ακόμα και περισσότερες τιμώμενες χώρες και τον πολιτισμό τους,

- υποστήριξε την κάλυψη μέρους των εξόδων συντήρησης πολύτιμων χειρογράφων του «Πατριαρχείου Αλεξάνδρειας και Πάσης Αφρικής» στα οποία είναι αποτυπωμένη η ιστορία του Ελληνισμού και της Ορθοδοξίας και στα οποία αναδεικνύεται ο γραπτός λόγος και η ιστορική πολιτιστική κληρονομιά.

## **Παιδεία**

Η ΟΠΑΠ Α.Ε. στήριξε σημαντικές δράσεις στο χώρο της παιδείας.

Συγκεκριμένα:

- την κατασκευή και λειτουργία πολυαισθητηριακού διαδραστικού εργαστηρίου για μαθητές της Action Aid Hellas με τίτλο «Ένας Κόσμος Άνω Κάτω»,
- τη χρηματοδότηση σχολικών αποστολών σε παγκόσμιες σχολικές διοργανώσεις (συμμετοχή μαθητών σε Ολυμπιάδες Γνώσης), καθώς και την ενίσχυση φορέων υλοποίησης αθλητικών γιορτών πανελληνίων πρωταθλημάτων Λυκείων, παγκοσμίων σχολικών πρωταθλημάτων Λυκείων,
- τις δωρεές μουσικού εξοπλισμού στα καλλιτεχνικά και μουσικά σχολεία της χώρας και εξοπλισμού συσκευών εκτύπωσης και ανάγνωσης για άτομα με προβλήματα όρασης στο ειδικό δημοτικό σχολείο τυφλών, όπως, επίσης, και για την αγορά και διάθεση νοσοκομειακού εξοπλισμού, εργαστηρίου αυτόνομης διαβίωσης και αίθουσας εκπαιδευτικής κουζίνας σε ειδικό δημοτικό σχολείο,
- διάθεση εξοπλισμού σε Καλλιτεχνικά Σχολεία και Ειδικά Δημοτικά Σχολεία,
- χρηματοδότηση σχολικών αθλητικών γιορτών καθώς και Πρωταθλήματα Βαλκανιάδων και Ολυμπιάδων μέσω του Υπουργείου

- Παιδείας Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων, και διενέργεια Σχολικών Αγώνων Επιχειρηματολογίας, μέσω του Ευρωπαϊκού Κέντρου Δελφών
- έρευνα για την παιδική παχυσαρκία μέσω του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου.

## **Αθλητισμός**

Σχετικά με το κομμάτι του αθλητισμού η ΟΠΑΠ Α.Ε. υπήρξε μέγας χορηγός όλων των Αθλημάτων.

Ενδεικτικά:

- ενίσχυσε την Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή καλύπτοντας τις δαπάνες προετοιμασίας των Ελλήνων αθλητών με τη συμμετοχή τους στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λονδίνου το έτος 2012,
- ενίσχυσε την «Ελληνική Παραολυμπιακή Επιτροπή», για την κάλυψη των εξόδων της προετοιμασίας των Ελλήνων Αθλητών με αναπηρία για τη συμμετοχή τους στους «Παραολυμπιακούς Αγώνες του Λονδίνου το 2012»,
- στήριξε το εκπαιδευτικό και ερευνητικό πρόγραμμα της Διεθνούς Ολυμπιακής Ακαδημίας, για τη διάδοση των Ολυμπιακών Ιδεωδών και την ανάπτυξη της Ολυμπιακής Παιδείας,
- στηρίζει την Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου, το ποδόσφαιρο συνολικά αλλά και το μπάσκετ, το βόλεϊ, την ποδηλασία, το τένις και μία σειρά από άλλα αγωνίσματα, ενώ είναι ο Μέγας Χορηγός και του Κλασικού Μαραθωνίου της Αθήνας.

Εκτός από τις διοργανώσεις, χρηματοδότησε τα δύο τελευταία χρόνια τα έργα ανακατασκευής των αγωνιστικών χώρων των γηπέδων σε όλη τη χώρα, κάνοντας πράξη το σύνθημα «Μία εταιρία, Καλό για όλους».

## Άλλοι τομείς

Η ΟΠΑΠ Α.Ε. διέθεσε μεγάλα ποσά για την υλοποίηση προγραμμάτων διανομής τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης σε άπορους, με τη συνεργασία της Αρχιεπισκοπής Αθηνών, της Μητρόπολης Κισσάμου και Σελίνου, της Μητρόπολης Λάμπης, Συβρίτου και Σφακίων και της Μητρόπολης Σύρου, ενώ με τη συνεργασία του Μη Κυβερνητικού Οργανισμού «ΚΛΙΜΑΚΑ», βοήθησε τον άστεγο πληθυσμό, καλύπτοντας τη σίτισή τους με την προσφορά γευμάτων και τη χορήγηση ειδών καθημερινής ανάγκης. Επιπρόσθετα, διέθεσε σημαντικά ποσά για την τροφοδοσία Κοινωνικών Παντοπωλείων στους Δήμους: Αλεξανδρούπολης, Αμαρουσίου, Κερατσινίου, Ηρακλείου, Μαρκοπούλου, Νέας Ιωνίας, Δήμου Χαλκηδόνας, Θέρμης, Παύλου του Νομού Θεσσαλονίκης, Ιεράπετρας, Ιωαννίνων, Καλαμάτας, Καρπενησίου, Λαρίσης, Μεσολογγίου, Ξάνθης, Τιρνάβου, Χανίων. Επίσης, προσέφερε δωρεάν πετρέλαιο θέρμανσης (2.500 lt) σε κάθε έναν από 18 φορείς Πρόνοιας (ιδρύματα). Φρόντισε, επιπλέον, να δώσει χαρά στα παιδιά που την έχουν περισσότερο ανάγκη από κάθε άλλο, οργανώνοντας στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη και στο Ηράκλειο ειδικές εορταστικές εκδηλώσεις για τα παιδιά των ιδρυμάτων με πολύ παιχνίδι και διασκέδαση. Τους δόθηκε η ευκαιρία να συμμετέχουν σε διάφορων ειδών ψυχαγωγικές δραστηριότητες, όπως facepainting, παράσταση με μαριονέτες/θέατρο σκιών, εργαστήριο ζαχαροπλαστικής, εικαστικά εργαστήρια κατασκευών, κολλάζ-graffiti, ηλεκτρονικά παιχνίδια, διαγωνισμό τραγουδιού κ.α.. Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί το γεγονός ότι κάλυψε τα έξοδα για τη διοργάνωση εορταστικών εκδηλώσεων με κλόουν, ταχυδακτυλουργούς, διασκεδαστές κ.α. σε κεντρικές πλατείες της Αθήνας, του Πειραιά καθώς και της Θεσσαλονίκης κατά τις παραμονές των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς του 2011 (<http://www.opap.gr/web/corporate.opap.gr/49>).

## TITAN

Η δέσμευση της εταιρείας TITAN στην ΕΚΕ αποτυπώνεται κυρίως στον τρόπο που λειτουργεί. Ο όμιλος TITAN είναι ενεργό μέλος επιλεγμένων πρωτοβουλιών σε εθνικό, Ευρωπαϊκό, κλαδικό και διεθνές επίπεδο (<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/>).

### **Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ**

Ο TITAN είναι ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, το οποίο ξεκίνησε την λειτουργία του το 2000. Σήμερα πάνω από 150 επιχειρήσεις και φορείς είναι μέλη του Δικτύου. Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ είναι ο εθνικός φορέας ο οποίος διοργανώνει και υποστηρίζει με διάφορες δράσεις του την προώθηση των αρχών και των πρακτικών εφαρμογών της ΕΚΕ στις οποίες ο TITAN, αλλά και η INTERMPETON συμμετέχουν ενεργά. Το 2008 με πρωτοβουλία του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ και σε συνεργασία με το United Nations Development Program δημιουργήθηκε και το Εθνικό Δίκτυο για το Οικουμενικό Σύμφωνο, στο οποίο συμμετέχει επίσης (<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/hellenic-network/>).

### **Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ**

Ο TITAN ως υποστηρικτής της προσπάθειας που φέρει το γενικό τίτλο «Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Συμμαχία για την ΕΚΕ» ανέλαβε την δέσμευση να ηγηθεί μαζί με τη HEWLETT PACKARD, τη VOLKSWAGEN και την L’Oreal του θεματικού Εργαστηρίου για την υπεύθυνη διαχείριση προμηθειών που αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς δράσης για την ευρύτερη προώθηση και ενσωμάτωση των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην επιχειρηματική λειτουργία (<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/csr-europe/>).

## Μέριμνα για το κλίμα

Η κοινή πρωτοβουλία για τη δημιουργία μίας ηγετικής επιχειρηματικής σύμπραξης υιοθετήθηκε το 2007 από το Οικουμενικό Σύμφωνο, την Παγκόσμια Οργάνωση για το Περιβάλλον (UNEP) και το WBCSD, με πρωταρχικό στόχο και τίτλο «Μέριμνα για το Κλίμα». Υποστηρίζει την ανάπτυξη αποτελεσματικών πολιτικών για την αλλαγή του κλίματος. Παρέχει επίσης ένα δίαυλο συνεισφοράς της επιχειρηματικής κοινότητας, με ιδέες και προτάσεις για σημαντικές κυβερνητικές διεργασίες. Με τη συμμετοχή περισσότερων από 300 επιχειρήσεων από 65 χώρες, η πρωτοβουλία αυτή αποσκοπεί:

- στην κινητοποίηση των εταιρειών ανά τον κόσμο, ιδιαίτερα στις αναδυόμενες αγορές, να δραστηριοποιηθούν ώστε να εξοικονομηθεί ενέργεια και να μειωθεί η εκπομπή CO<sub>2</sub> μέσω κατάλληλων στρατηγικών ως προς την παραγωγή προϊόντων, την παροχή υπηρεσιών μέσα από εφοδιαστικές αλυσίδες και από την κατάλληλη ενημέρωση των καταναλωτών αλλά και, γενικότερα, της κοινής γνώμης.
- να πληροφορήσει – μέσω παραδειγμάτων καλών πρακτικών – τους εμπλεκόμενους στις τρέχουσες διαπραγματεύσεις για την κλιματική αλλαγή, συμβάλλοντας κατ' αυτόν τον τρόπο στην επιτυχή έκβαση της επικείμενης Διάσκεψης για το Κλίμα. Η διεθνής κλαδική προσέγγιση για τη βιώσιμη ανάπτυξη στον κλάδο του τσιμέντου, όπως υλοποιείται από το WBCSD/CSI, έχει επιλεγεί από την Πρωτοβουλία «Μέριμνα για το Κλίμα», ως ένα μοναδικό παγκόσμιο παράδειγμα άριστης πρακτικής, υπογραμμίζοντας έτσι τη σημασία της προληπτικής αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής, τόσο σε εταιρικό, όσο και σε κλαδικό επίπεδο (<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/caring-for-climate/>).

## ΔΕΗ



Η ΔΕΗ έχει θέσει την ΕΚΕ ως αναπόσπαστο στοιχείο του στρατηγικού της σχεδιασμού, αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες και εφαρμόζοντας συγκεκριμένες πολιτικές αναφορικά με:

- την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους πελάτες της
- τις τοπικές κοινωνίες και το περιβάλλον
- την αειφόρο ανάπτυξή της, προς όφελος της κοινωνίας και των εργαζομένων.

Για τη ΔΕΗ, η ΕΚΕ προβλέπει τη φροντίδα για την κατά το δυνατόν ικανοποίηση των προσδοκιών όλων των ενδιαφερόμενων μερών, με τρόπο εξισορροπητικό, προς όφελος της κοινωνίας αλλά και της Επιχείρησης. Έχοντας αυτή την αφετηρία, υλοποιεί ένα εξαιρετικά σπουδαίο έργο, το οποίο περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, την κοινωνία, τους πελάτες της, τους εργαζομένους της, το περιβάλλον και τους συνεργάτες, εργολάβους και προμηθευτές της (<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31394&nt=19>).

## **Κοινωνία**

Ενδεικτικά αναφέρονται:

- ενέργειες ανταποδοτικών οφελών στις τοπικές κοινωνίες όπου πραγματοποιούνται έργα μεταφοράς (τσιμεντοστρώσεις, χρήση μηχανημάτων)
- δημιουργία προϋποθέσεων ώστε να αναπτυχθούν εναλλακτικές επιχειρηματικές ενέργειες, ανεξάρτητων από τη δραστηριότητα της ΔΕΗ, με προφανείς ευεργετικές επιπτώσεις στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην ευρύτερη οικονομική ανάπτυξη των περιοχών
- ανάπτυξη υποδομών σε περιοχές δραστηριοποίησης της Εταιρείας (κατασκευή δρόμων και παρακαμπτήριων οδών, κατασκευή δεξαμενών, εγκατάσταση σηματοδότησης και φωτισμού, ανάδειξη περιοχών φυσικού κάλλους, κ.ά.)
- παροχή τεχνογνωσίας στους Δήμους της χώρας σε θέματα οδοφωτισμού και φωτισμού κτιρίων, με στόχο την εξοικονόμηση ενέργειας
- πραγματοποίηση κοπής δένδρων για τα έργα δασικής οδοποιίας που εκτελούν οι Μονάδες της Επιχείρησης σε συνεργασία με τοπικούς φορείς, και δωρεάν απόδοση της ξυλείας σε τοπικούς δασικούς συνεταιρισμούς με στόχο την αξιοποίησή της
- καταβολή αντισταθμιστικού τέλους ανάπτυξης βιομηχανικών περιοχών παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στους Νομούς Φλώρινας, Κοζάνης και Αρκαδίας
- υλοποίηση από μια σειρά επενδύσεων για την παροχή ενέργειας με τη μορφή θερμού νερού για τηλεθέρμανση πόλεων, σε μια προσπάθεια διασφάλισης ενός οικονομικού και περιβαλλοντικά καθαρού τρόπου οικιακής θέρμανσης
- συμβολή στη διαχείριση των υδάτινων πόρων της χώρας καθώς και στην εξυπηρέτηση των αναγκών σε νερό των κοινωνιών της



ευρύτερης περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται η Εταιρεία (παροχή δωρεάν νερού από τις τεχνητές λίμνες της ΔΕΗ για αρδεύσεις γεωργικών καλλιεργειών και ύδρευση, εξασφάλιση αντιπλημμυρικής προστασίας μέσω των φραγμάτων των Υδροηλεκτρικών Έργων, προστασία από ξηρασία - λειψυδρία)

- υποστήριξη πρωτοβουλιών κοινωνικοπολιτιστικού χαρακτήρα σε τοπικές κοινωνίες, ιδιαίτερα εκεί όπου η ΔΕΗ δραστηριοποιείται έντονα (ορυχεία, Μονάδες παραγωγής), πολιτική που εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πρόγραμμα χορηγιών
- προσφορά απασχόλησης σε φοιτητές, σπουδαστές και μαθητές Τεχνικών Σχολών, στα πλαίσια της πρακτικής τους άσκησης
- συνεισφορά στη βελτίωση του εκπαιδευτικού επιπέδου της χώρας (με την ενίσχυση συνεδρίων και ημερίδων, στα οποία συμμετέχει είτε άμεσα είτε έμμεσα, χορηγίες σε σχολεία κ.λπ.) (<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31399&nt=18&lang=1>).

## Πελάτες

Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Συνεχή βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης ενέργειας, αξιοποιώντας νέες τεχνολογίες
- αναβάθμιση της εξυπηρέτησης, με την προώθηση εναλλακτικών τρόπων πληροφόρησης πελατών και πληρωμής των λογαριασμών
- μείωση του χρόνου εργασιών δικτύου (νέες συνδέσεις, μετατοπίσεις, επεκτάσεις, κ.ά.)
- ειδικές τιμολογιακές εκπτώσεις παροχής ηλεκτρισμού σε ομάδες πληθυσμού (π.χ. σεισμοπαθείς, πυροπαθείς, αγρότες) (<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31398&nt=18&lang=1>).

## **Εργαζόμενοι**

Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Εξασφάλιση ίσων ευκαιριών στα δύο φύλα, τόσο στις νέες προσλήψεις, όσο και στην ιεραρχική τους εξέλιξη
- συνεχής ανάπτυξη των γνώσεων και δεξιοτήτων των εργαζομένων μέσω ενδοεπιχειρησιακών προγραμμάτων εκπαίδευσης και ανάπτυξης
- χορήγηση ειδικών αδειών σε εργαζόμενους με μονογονεϊκή οικογένεια
- λειτουργία ιδιόκτητων κατασκηνώσεων καθώς και βρεφονηπιακών σταθμών για τα παιδιά των εργαζομένων της εταιρείας (<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31396&nt=18&lang=1>).

## **Συνεργάτες, Εργολάβοι, Προμηθευτές**

Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Συνεχής επικοινωνία με τους κύριους προμηθευτές για την ανταλλαγή απόψεων σε σχέση με τη συμπεριφορά του προμηθευόμενου εξοπλισμού και μεταφορά τεχνογνωσίας
- τήρηση τακτικού μητρώου δόκιμων προμηθευτών υπηρεσιών και προϊόντων, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα αξιολόγησης της ποιότητας και αξιοπιστίας των υπηρεσιών & προϊόντων που παρέχουν οι προμηθευτές
- ανάρτηση στην ιστοσελίδα της Επιχείρησης του Κανονισμού Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών, καθώς και των διακηρύξεων έργων και προμηθειών για τη διευκόλυνση της άμεσης πρόσβασης όλων των ενδιαφερόμενων
- διακηρύξεις της Επιχείρησης που βγαίνουν σε δημόσια διαβούλευση στον ιστότοπο της εταιρείας, με σκοπό την ανάπτυξη δημόσιου διαλόγου για τη διαμόρφωσή τους με πλήρη διαφάνεια (<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31397&nt=18&lang=1>)

## Περιβάλλον

Σχετικά με το περιβάλλον και την ΕΚΕ της ΔΕΗ, η περιβαλλοντική της στρατηγική είναι ευθυγραμμισμένη με τους στόχους της ενεργειακής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς και του Υπουργείου Περιβάλλοντος Ενέργειας & Κλιματικής Αλλαγής για το 2020 (20% Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, 20% εξοικονόμηση ενέργειας, 20% μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου) και τις θεσμικές παρεμβάσεις για την αλλαγή του κλίματος και την προστασία του περιβάλλοντος, συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ανάπτυξη της Εθνικής Οικονομίας.

Η ΔΕΗ επιδιώκει να ελαχιστοποιήσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τις δραστηριότητές της, όπως την εξόρυξη του λιγνίτη, την παραγωγή, τη μεταφορά και τη διανομή ηλεκτρικής ενέργειας. Αυτό επιτυγχάνεται διότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί βασικό κριτήριο στη λήψη αποφάσεων της Επιχείρησης (<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31378&nt=19&lang=1>).

## STARBUCKS CORPORATION



Η STARBUCKS CORPORATION αποτελεί εξίσου μία πολυεθνική εταιρεία με ανεπτυγμένη ΕΚΕ. Η ίδια ενισχύει τις κοινωνίες όπου και δραστηριοποιείται, υποστηρίζοντας διάφορους οργανισμούς που ασχολούνται για παράδειγμα με την εκπαίδευση, τον πολιτισμό, την ευημερία των παιδιών, τις έρευνες για το AIDS ή την προστασία του περιβάλλοντος (καθαρισμός ακτών, δενδροφυτεύσεις). Σε διεθνές επίπεδο, συμμετέχει σε πλήθος πολιτιστικών δρώμενων, όπως σε συναυλίες, φεστιβάλ θεάτρου κ.α.

Στην Ελλάδα η εταιρεία από την αρχή της λειτουργίας της συνεργάστηκε με τα Παιδικά Χωριά SOS, βάζοντας κερματοσυλλέκτες στα καταστήματά της, με σκοπό τη συγκέντρωση χρημάτων για την πρόσληψη υπαλλήλων στα χωριά SOS. Επιπροσθέτως, η STARBUCKS CORPORATION συνεισφέρει αδιαλείπτως στη διεθνή εταιρεία CARE, μέσω της οποίας χρηματοδοτούνται έργα που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των ανθρώπων που προέρχονται από χώρες προέλευσης του καφέ (ως εν παραδείγματι: καθαρισμός υδάτινων πόρων της Ινδονησίας και της Γουατεμάλα) (Μήλιος, 2006).

## **NIKE**

Στον τομέα της ΕΚΕ η NIKE έχει δραστηριοποιηθεί ενεργά αλλά υπήρξαν και αρκετές αποτυχίες. Η εταιρεία συμμετέχει στη χρηματοδότηση και ανάπτυξη διαφόρων κοινωνικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων που αφορούν κυρίως στον τομέα του αθλητισμού. Πάγια τακτική ΕΚΕ αποτελεί η δωρεά εξοπλισμού και ενδυμάτων, ενώ παράλληλα παίρνει μέρος και σε διάφορα προγράμματα όπως για την παιδική παχυσαρκία των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής.

Επιπρόσθετα, έχουν ξεκινήσει και κάποιες ενέργειες σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, δεδομένου ότι τα τελευταία χρόνια λαμβάνει ιδιαίτερης σημασίας για την κοινή γνώμη. Επίσης, η εταιρεία χρησιμοποιεί φιλικά προς το περιβάλλον υλικά και αποφεύγει τη χρήση επικίνδυνων τοξικών υλικών.

Τέλος, έχουν αναπτυχθεί προγράμματα όπως είναι η «*απόσυρση*» παλιών παπουτσιών, έτσι ώστε να χρησιμοποιηθούν για την κατασκευή ταπήτων στίβου (Μήλιος, 2006).

## **24. ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Λόγω του αυξημένου ενδιαφέροντος, και σε ευρωπαϊκό αλλά και σε ελληνικό επίπεδο, έχουν δημιουργηθεί αρκετοί φορείς για την ΕΚΕ.

### **A) ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΦΟΡΕΙΣ**

#### **Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο**

Η αρχική ιδέα για τη δημιουργία φορέα για την ΕΚΕ ξεκίνησε το Μάιο του 1994 από μια ομάδα ευρωπαίων διευθυντών επιχειρήσεων και επιχειρηματιών, που υπέγραψε την Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή, στοχεύοντας στην ανεύρεση τρόπων για να προάγουν την κοινωνική τους υπευθυνότητα.

Το 1996 στο Λονδίνο, η εν λόγω Διακήρυξη οδήγησε στη δημιουργία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή (European Business network for Social Cohesion - EBNSC) στο πλαίσιο κάποιας επιχειρηματικής συνδιάσκεψης στην οποία 200 εκπρόσωποι μεγάλων εταιρειών, σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και υπό τον πρόεδρο της Jacques Delors, έθεσαν σε εφαρμογή την Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού.

Στις μέρες μας, το Δίκτυο είναι ένας οργανισμός μη κερδοσκοπικός, που με τις ενέργειές του προωθεί την ΕΚΕ. Ως αποστολή του έχει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να επιτύχουν κέρδη και ανάπτυξη βιώσιμη, καθώς και να συμβάλλουν και στην ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων, ενσωματώνοντας την ΕΚΕ στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Το Δίκτυο έχει πολλές εταιρείες-μέλη και 23 εθνικούς αντιπροσώπους και μέσα από αυτούς απευθύνεται σε χιλιάδες επιχειρήσεις πανευρωπαϊκά.

Οι εταιρείες - μέλη του CSR Europe έχουν δεσμευτεί να ακολουθήσουν μια σειρά από αρχές, που αποτελούν μέρος της επιχειρηματικής δραστηριοποίησής τους. Αυτές οι αρχές αφορούν στην:

- Εφαρμογή «Υπεύθυνων Κωδίκων Συμπεριφοράς», οι οποίοι συμβάλλουν στη βιώσιμη και οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών μέσα στις οποίες λειτουργούν.
- Εξασφάλιση υγιών και ασφαλών συνθηκών εργασίας για τους εργαζόμενους, παροχή δίκαιων αποζημιώσεων καθώς και ίσων ευκαιριών για απασχόληση και επαγγελματική ανέλιξη.
- Βελτίωση της ποιότητας, καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών και παροχή ασφαλών υπηρεσιών και προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές.
- Ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων κάθε επιχείρησης στο περιβάλλον και λήψη μέτρων για την εξοικονόμηση φυσικών πόρων που εξαντλούνται.
- Διαφάνεια στα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders).
- Υψηλά πρότυπα επιχειρηματικής ηθικής και καλή δομή διακυβέρνησης.

Το Δίκτυο παρουσίασε τον Χάρτη της Ευρώπης για μια βιώσιμη ανάπτυξη και ανταγωνιστική επιχείρηση. Ο Ευρωπαϊκός Χάρτης προσφέρει διάφορους στόχους και στρατηγικές για την εισαγωγή της ΕΚΕ στην καθημερινότητα της επιχειρηματικής πρακτικής. Αναλυτικότερα, ο Χάρτης περιλαμβάνει σημαίνουσες επισημάνσεις για την ολοκλήρωση της ΕΚΕ σε όλες τις λειτουργίες της εταιρείας, τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, τη δέσμευση των ενδιαφερόμενων μερών, την ανάπτυξη ανθρωπίνων πόρων και

την προστασία του περιβάλλοντος. Τέλος, λειτουργεί ως έκκληση προς τους ευρωπαϊκούς θεσμούς καθώς και την ευρύτερη κοινωνία όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

Το Δίκτυο προσφέρει επίσης μια σειρά από υπηρεσίες προς τα μέλη του, όπως:

- Υπηρεσία παροχής βοήθειας με καθημερινή πρακτική συνεισφορά και πληροφόρηση για θέματα που αφορούν στην ΕΚΕ.
- Ανταλλαγή διαφόρων επιχειρηματικών πρακτικών και σεμινάρια.
- Υπηρεσία πληροφόρησης με ανοικτή προς όλους πρόσβαση σε καλές πρακτικές πολλών επιχειρήσεων και την αποστολή ενημερωτικού εντύπου πάνω στα τελευταία νέα της ΕΚΕ σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Δέσμευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη για την παροχή πρακτικών και τις υπηρεσίες υψηλής ποιότητας για τα μέλη με τους ευρωπαϊκούς φορείς καθώς και τα ηγετικά ενδιαφερόμενα μέρη (leading stakeholders).

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το Δίκτυο το 2008 παρουσίασε μια σειρά από πληροφοριακά εργαλεία (CRS Europe's Toolbox), μέσα από τα οποία παρέχονται διάφορες πληροφορίες, συμβουλές και οδηγίες που στόχο έχουν να βοηθήσουν τις εταιρείες να αντιμετωπίσουν τις κοινωνικο-οικονομικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις στα πλαίσια της πορείας προς τη βιώσιμη ανάπτυξη. Τα εργαλεία πληροφόρησης στηρίζονται στα πρώτα αποτελέσματα των Εργαστηρίων για την ΕΚΕ και σε διάφορα προγράμματα συνεργασίας που έχουν αναπτύξει ευρωπαϊκές επιχειρήσεις από ποικίλους κλάδους δραστηριοποίησης, κάτω από την προστασία της Ευρωπαϊκής Σύμπραξης για την ΕΚΕ.

Ομαδοποιώντας τη δράση του CSR Europe, συμπεραίνεται ότι επεκτείνεται κατά κύριο λόγο σε τέσσερις άξονες:

1. Στο διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη

2. Σε διάφορα θεματικά πεδία, όπως είναι για παράδειγμα οι σχέσεις των εταιρειών με τα ανθρώπινα δικαιώματα, η επικοινωνία, η εκπαίδευση, επιμόρφωση και δια βίου κατάρτιση, η ενσωμάτωση πρακτικών ΕΚΕ και οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις
3. Στην Ευρωπαϊκή επιχειρηματική εκστρατεία για την ΕΚΕ (European Business Campaign on Corporate Social Responsibility), και
4. Στην Ευρωπαϊκή Ακαδημία για την Επιχείρηση στην Κοινωνία (European Academy of Business in Society).

Η Ευρωπαϊκή Ακαδημία για την Επιχείρηση στην Κοινωνία (EABS) αποτελεί κομμάτι της Ευρωπαϊκής Επιχειρηματικής εκστρατείας για την ΕΚΕ. Οι διάφορες Σχολές Διοίκησης Επιχειρήσεων και επιχειρήσεις βρίσκονται σε συνεργασία για την ανάπτυξη της έρευνας πάνω στην ΕΚΕ.

Το έργο της Ακαδημίας αναπτύχθηκε από τη συμβολή του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την ΕΚΕ και το Copenhagen Centre. Από το 1998, διευθυντές εταιρειών, ακαδημαϊκοί και οργανισμοί συνεργάζονται για την εισαγωγή και ανάπτυξη μαθημάτων για την ΕΚΕ και την επιχειρηματική ηθική σε κάθε επίπεδο σπουδών, καθώς και για τη σύμπραξη των επιχειρήσεων και της ακαδημαϊκής κοινότητας για τον εντοπισμό αναγκών επιμόρφωσης σε ό,τι σχετίζεται με την ΕΚΕ.

Ήδη βρίσκονται στο στάδιο της υλοποίησης 90 προγράμματα σπουδών για την ΕΚΕ, σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο, σε 60 πανεπιστήμια 12 χωρών της Ευρώπης. Τα μαθήματα αφορούν την εφαρμογή της ΕΚΕ, την περιβαλλοντική πολιτική και τον έλεγχο, την επιχειρηματική ηθική και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Επιπρόσθετα, τα τελευταία χρόνια, το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ ξεκίνησε να οργανώνει ένα ευρωπαϊκό φόρουμ που ονομάζεται European MarketPlace on CSR και στο οποίο λαμβάνουν χώρα πολλές ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Σε αυτό αναπτύσσονται και ανταλλάσσονται πρωτότυπες ιδέες και καινοτόμες λύσεις για τις διάφορες επιχειρηματικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν. Στην ουσία, το European MarketPlace on CSR αποτελεί



φόρουμ πανευρωπαϊκής εμβέλειας για την ανταλλαγή ιδεών και καλύτερων πρακτικών σε θέματα ΕΚΕ, το οποίο τελεί υπό την αιγίδα και τον συντονισμό του CSR Europe.

Επί παραδείγματι, σε μία συνάντηση που πραγματοποιήθηκε το 2007 στις Βρυξέλλες, παρουσιάστηκαν πρωτότυπες ιδέες και λύσεις από 80 επιχειρήσεις, τις οποίες παρακολούθησαν 500 άνθρωποι, που στην πλειοψηφία τους ήταν εκπρόσωποι από διάφορες εταιρείες, ευρωπαίοι διαμορφωτές πολιτικής και ενδιαφερόμενα μέρη, όπως μη κυβερνητικές και περιβαλλοντικές οργανώσεις (Βαξεβανίδου, 2011).

### **Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact)**

Το Οικουμενικό Σύμφωνο συνιστά πρωτοβουλία των Ηνωμένων Εθνών και μέλη του μπορούν να γίνουν επιχειρήσεις οι οποίες αποδέχονται και ακολουθούν ένα συγκεκριμένο πρωτόκολλο. Μια επιχείρηση που θέλει να ενταχθεί στο δίκτυο Global Compact πρωτίστως πρέπει να στείλει επιστολή στον ΟΗΕ, στην οποία θα αναφέρεται η ρητή της πρόθεση για την υιοθέτηση των 10 αρχών, με ταυτόχρονη έκφραση ενός τουλάχιστον παραδείγματος πρακτικής εφαρμογής μιας ή και περισσότερων από τις 10 αρχές. Τοιουτοτρόπως, αυτό καταγράφεται στον κατάλογο του Οικουμενικού Συμφώνου, αλλά σε διάστημα 2 ετών θα πρέπει να έχει επιδείξει βελτίωση, αφού θα αξιολογηθεί από την αναφορά κοινωνικού απολογισμού που θα δημοσιεύσει. Αν οι ελεγκτές και οι υψηλές προδιαγραφές δεν ικανοποιηθούν, υπάρχει εξαμηνιαία προθεσμία προκειμένου να συμμορφωθεί και να μην διαγραφεί (Βαξεβανίδου, 2011).

## **Center for Sustainability and Excellence (CSE)**

Πρόκειται για έναν εξειδικευμένο οργανισμό στον τομέα της ανάπτυξης, έχοντας γραφεία σε Βρυξέλλες, Αθήνα και Λευκωσία. Είναι ειδικός στην ενδυνάμωση της ανάπτυξης και της επιχειρηματικής αριστείας (Sustainability and Excellence) των οργανισμών, τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα. Το CSE υποστηρίζει οργανισμούς σε διάφορους τομείς όπως στην αποτελεσματική διαχείριση της εταιρικής ευθύνης και στη σύνταξη εκθέσεων αειφορίας, στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, στην χρηματοδότηση μικρών κεφαλαίων, στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, στη διαχείριση απόδοσης και στην εκπαίδευση στελεχών.

Το Κέντρο Αειφορίας (CSE) συνεργάζεται με πολύ σπουδαίους διεθνείς οργανισμούς οι οποίοι ασχολούνται με την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης και υποστηρίζει κορυφαίες επιχειρήσεις ανά τον κόσμο. Για παράδειγμα, ανέλαβε την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής ΕΚΕ της κυπριακής εταιρείας CYTA. Αρχικά αξιολογήθηκαν τα στελέχη της CYTA και αναπτύχθηκε μια προβληματική. Στη συνέχεια αναλύθηκαν η έννοια, ο ρόλος καθώς και τα εργαλεία διαχείρισης της ΕΚΕ, ως μοχλού ανάπτυξης έχοντας ως γνώμονα τις βέλτιστες διεθνείς πρακτικές.

Επιπλέον, ιδρύθηκε γραφείο στο Σικάγο με στόχο να παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες στη Βόρεια Αμερική, διοργανώνοντας τον πρώτο κλιματικό διαγωνισμό «Show Your Carbon Footprint» (Δείξε το Κλιματικό σου Αποτύπωμα), σκοπεύοντας στην ανάδειξη και βράβευση της πιο εποικοδομητικής και πρωτοποριακής ιδέας σχετικά με τη διοργάνωση κλιματικά ουδέτερης εκδήλωσης ή τη δημιουργία κλιματικά ουδέτερου προϊόντος (Βαξεβανίδου, 2011).

## **Global Reporting Initiative (GRI)**

Πρόκειται για έναν Οργανισμό, ο οποίος θέτει, σε παγκόσμια κλίμακα, τα κριτήρια και το πλαίσιο για τους απολογισμούς ΕΚΕ, και ο οποίος είναι

γνωστός για την κίνηση που αφορά τα βραβεία Απολογισμών «Readers Choice Awards». Απώτερος στόχος αυτής της πρωτοβουλίας είναι η ανάδειξη των απολογισμών των εταιρειών, οι οποίες αποτυπώνουν με τον καλύτερο τρόπο τις πρακτικές τους σε θέματα ΕΚΕ και είναι απολύτως κατανοητοί από το κοινό (Βαξεβανίδου, 2011).

## **Accountability Rating**

Πρόκειται για έναν φορέα ο οποίος ασχολείται με τη μέτρηση της εταιρικής λογοδοσίας και υπευθυνότητας. Πρωταρχικό έργο του φορέα είναι η αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο οι εταιρείες ενσωματώνουν με ισορροπία τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια στη λειτουργία τους. Στην ουσία, αξιολογούνται οι επιδράσεις της λειτουργίας των εταιρειών στην κοινωνία, το φυσικό περιβάλλον και την αγορά, καθώς και οι τρόποι με τους οποίους πληροφορούν τους άμεσα ενδιαφερόμενους και το ευρύ κοινό. Διαμέσου της αξιολόγησης διαμορφώνεται η κατάταξη των επιχειρήσεων βάσει της εταιρικής λογοδοσίας και υπευθυνότητας. Ο θεσμός έχει καθιερωθεί σε επίπεδο διεθνές λόγω της επιστημονικής αντικειμενικότητας και πληρότητας του μηχανισμού αξιολόγησης. Επιπρόσθετα, έχει δημιουργήσει μια τεχνογνωσία και πολλές καλές πρακτικές, στα οποία έχουν πρόσβαση οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις, προκειμένου να τις αξιοποιούν.

Η παραπάνω μεθοδολογία εκπονήθηκε από το διεθνές think-tank Accountability, πρωτοπόρο μη κερδοσκοπικό οργανισμό σε θέματα έρευνας της εταιρικής υπευθυνότητας, συνεργαζόμενο με τη βρετανική εταιρεία Csrnetwork και το περιοδικό «Fortune».

Η πρώτη δημοσίευση του Accountability Rating έγινε το 2004 και από τότε επαναλαμβάνεται κάθε έτος για τις 100 μεγαλύτερες εταιρείες σε παγκόσμιο επίπεδο (Βαξεβανίδου, 2011).

## **Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας**

Η Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Responsible Supply Chain Management) αποτελεί μια δικτυακή πύλη η οποία είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση της ΕΚΕ στον τομέα της προμήθειας. Βασικό έργο της είναι να γίνει ένα χρήσιμο εργαλείο για τις εταιρείες που θέλουν να εντρυφήσουν σε θέματα που αφορούν την ΕΚΕ, παρέχοντας οδηγίες για την υιοθέτηση και προτροπή κοινωνικών και περιβαλλοντικών πολιτικών σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα. Συγκεντρώνει επίσης εμπειρίες οι οποίες προέρχονται από την εφαρμογή συστημάτων, διαδικασιών ελέγχου καθώς και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τα οποία έχουν αναπτύξει οι μεγάλες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, αλλά και οι πολυεθνικές από ποικίλους κλάδους, με επικεφαλείς τις HP, Volkswagen και την ελληνική TITAN (Βαξεβανίδου, 2011).

## **B) ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ**

### **Το ελληνικό δίκτυο για την ΕΚΕ**

Ένας πολύ βασικός στόχος του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την ΕΚΕ υπήρξε η υποστήριξη της δημιουργίας αντίστοιχων Εθνικών Δικτύων. Λόγω αυτού, το 1999, 13 μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις προσπάθησαν μαζί με τους 3 από τους μεγαλύτερους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς για την κατάληξη της υπογραφής διακήρυξης για την ίδρυση του «Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή».

Το καταστατικό της αστικής μη κερδοσκοπικής επιχείρησης κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών το 2000 και από έπειτα τροποποιήθηκε 2 φορές. Μετά τις τροποποιήσεις άλλαξε και το όνομα του Δικτύου σε «Ελληνικό Δίκτυο

για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», και η αντίστοιχη αγγλική απόδοση είναι «Hellenic Network for Corporate Social Responsibility». Επίσης, το 2002 το Δίκτυο άλλαξε και τη νομική του μορφή σε μη κερδοσκοπικό Σωματείο.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ συνιστά τον εθνικό αντιπρόσωπο στο Πανευρωπαϊκό Δίκτυο CSR Europe. Σήμερα, δεκάδες ελληνικές επιχειρήσεις είναι μέλη του Δικτύου, και είναι ευαισθητοποιημένες ως προς θέματα που αφορούν την κοινωνία και το περιβάλλον. Παράλληλα, έχουν εντάξει στις διάφορες επιχειρησιακές στρατηγικές τους προγράμματα που:

- Συμβάλλουν στη βιώσιμη και οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών όπου δραστηριοποιούνται
- Ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιπτώσεις που ενδέχεται να έχουν οι δραστηριότητές τους στο φυσικό περιβάλλον και τους φυσικούς πόρους
- Διαμορφώνουν για κάθε εργαζόμενο κατάλληλες συνθήκες εργασίας, ασφάλειας και υγιεινής
- Προσφέρουν ίσες ευκαιρίες εργασίας και επαγγελματικής ανέλιξης σε όλους, χωρίς διάκριση
- Παρέχουν στους μετόχους τους ικανοποιητική απόδοση μέσω της ορθής περιβαλλοντικής και κοινωνικής διαχείρισης.

Πρωτεύουσα αποστολή του Ελληνικού Δικτύου αποτελεί η προώθηση της έννοιας της κοινωνικής ευαισθητοποίησης και ευθύνης των εταιρειών και η προαγωγή της ιδέας της κοινωνικής συνοχής στην Ελλάδα, μέσω της ανάδειξης και αξιοποίησης καλών πρακτικών.

Με αντικειμενικό στόχο την ευαισθησία ολόένα και περισσότερων επιχειρήσεων, όσο αναφορά την ένταξη στρατηγικών ΕΚΕ στις δραστηριότητές τους, το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ έχει θέσει τους εξής στόχους:

1. Τη συνεχή πληροφόρηση και ενημέρωση στον τομέα της ΕΚΕ
2. Τη συνεργασία και τη δικτύωση με επιχειρήσεις, συλλογικούς και άλλους φορείς για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών

3. Την ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού στην κοινωνική ενέργεια και τη συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό καθώς και διεθνές επίπεδο
4. Την κινητοποίηση και ανάπτυξη διαφόρων συνεργασιών για να προωθηθούν προγράμματα συλλογικής προσφοράς και για να αντιμετωπιστούν από κοινού κοινωνικά προβλήματα
5. Τη μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της ΕΚΕ
6. Την ανάπτυξη δράσης οποιασδήποτε μορφής από μέρους των επιχειρήσεων, με στόχο να επιτευχθούν οι σκοποί του Δικτύου.

Τα οφέλη τα οποία μπορούν να αποκομίσουν οι εταιρείες από την ένταξή τους στο Ελληνικό Δίκτυο είναι:

- Η πληροφόρηση μέσω ιστοσελίδας, ενημερωτικού φυλλαδίου (newsletter), ειδικών συναντήσεων και συνεδρίων
- Οι συμβουλές και η κατάρτιση
- Η συμμετοχή στο διάλογο για την ΕΚΕ
- Η ανάπτυξη καλών πρακτικών και η ανταλλαγή εμπειριών
- Η ανάπτυξη των εξειδικευμένων εργαλείων, και
- Οι δυνατότητες της προβολής τους σε όλα τα επικοινωνιακά μέσα (Βαξεβανίδου, 2011).

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

Ο ΣΕΒ αποτελεί ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ και συμμετέχει στο ΔΣ του Δικτύου. Στην έκδοση του πρώτου καταλόγου Καλών Πρακτικών των επιχειρήσεων-μελών του Δικτύου είχε ενεργό συμμετοχή.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ο ΣΕΒ συμμετέχει στην αρμόδια ομάδα εργασίας UNICE (Ένωση Ευρωπαϊκών Βιομηχανικών και Εργοδοτικών Συνδέσμων) για θέματα ΕΚΕ, στη Συμμαχία για την ΕΚΕ μεταξύ Ευρωπαϊκής Επιτροπής και UNICE και στην Ευρωπαϊκή Διάσκεψη για την ΕΚΕ και τον οικονομικό τομέα.

Επιπλέον, το 2008 ιδρύθηκε το Συμβούλιο ΣΕΒ για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, που συνιστά μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία και με σκοπό να αποτελέσει το δυναμικό συντελεστή των επιχειρήσεων που επιθυμούν και μπορούν να διαδραματίσουν ηγετικό ρόλο στην προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης στο ελληνικό επιχειρηματικό γίγνεσθαι. Το Συμβούλιο ΣΕΒ για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη προωθεί διάφορες δράσεις επικοινωνίας, επιμόρφωσης και ενημέρωσης των μελών και της κοινωνίας σε γενικότερο πλαίσιο, δράσεις συνεργασίας και ενέργειες προβολής της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης. Το Συμβούλιο μετέχει επίσης στο περιφερειακό δίκτυο του World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), (Βαξεβανίδου, 2011).

## **Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής**

Το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής (EBEN GR) ιδρύθηκε το 2005 και είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός. Παράλληλα είναι μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρηματικής Ηθικής, έχοντας ως κύρια δραστηριότητα την προώθηση της εταιρικής ηθικής σε κάθε τομέα της σύγχρονης ζωής μέσω της συνεχούς κατάρτισης και εκπαίδευσης των υπαλλήλων και της παρουσίασης σύγχρονων μεθόδων ανάπτυξης, όπως επίσης και της καλλιέργειας εταιρικής κουλτούρας η οποία διασφαλίζει τα συμφέροντα όλων των ενδιαφερόμενων μερών. Το EBEN GR έχει ως όραμα τη διάδοση μεθόδων και αξιών επιχειρηματικής ηθικής στα μέλη του καθώς και σε όλες τις ελληνικές εταιρείες και οργανισμούς. Προκειμένου να καλλιεργηθούν οι επιθυμητοί τρόποι διοίκησης, προτείνεται η αξιολόγηση-ανάπτυξη μέσω του Μοντέλου Επιχειρηματικής Ηθικής EBEN GR. Το εν λόγω μοντέλο έχει ως βάση του τις Αρχές και τις Αξίες ενός Καθολικά αποδεκτού Κώδικα Επιχειρηματικής Ηθικής δεοντολογίας (ΚΚΕΗ) καθώς και τη διάχυσή του σε όλα τα συστήματα, όπως επίσης και τις Ενέργειες Διαδικασιών της

Επιχειρηματικής Ηθικής, δηλαδή στηρίζεται στην Εταιρική Διακυβέρνηση και την ΕΚΕ (Βαξεβανίδου, 2011).

### **Quality Net Foundation**

Αποτελεί ένα μη κερδοσκοπικό οργανισμό που προωθεί την Κοινωνική Υπευθυνότητα. Έχει δημιουργήσει ένα πρόγραμμα εθνικής εμβέλειας με όνομα «Είναι Ευθύνη όλων μας», στο οποίο εντάσσονται διάφορες κοινωνικές δράσεις που συνεισφέρουν σημαντικά σε εθνικούς στόχους για την επίλυση κοινωνικών ζητημάτων. Οι συγκεκριμένες δράσεις έχουν σημαντικά αποτελέσματα, σύμφωνα με τις οδηγίες του Global Reporting Initiative (GRI) του Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών (Βαξεβανίδου, 2011).

### **Great Place to Work Institute**

Το Great Place to Work Institute αποτελεί έναν φορέα μελέτης και έρευνας των παραγόντων που συμβάλλουν στη δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ των εργαζομένων και της ανώτατης διοίκησης. Μέσα από τις μελέτες του Ινστιτούτου έχει αποδειχθεί ότι οι εταιρείες οι οποίες στηρίζονται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη γνωρίζουν μεγαλύτερη κερδοφορία και παραγωγικότητα, αναπτύσσουν καινοτομίες, παρουσιάζουν χαμηλό ποσοστό προσωπικού που αποχωρεί, έχουν λιγότερα έξοδα για τις δαπάνες υγείας και έχουν πιστούς και ικανοποιημένους πελάτες. Κύρια πεποίθηση του φορέα είναι ότι ένας οργανισμός ο οποίος επενδύει στους ανθρώπους του, επενδύει σίγουρα και στην επιτυχία του. Ειδικά στις μέρες μας, είναι βέβαιο ότι οι επιχειρήσεις που φροντίζουν για το ανθρώπινο δυναμικό τους, θα ανταποκριθούν καλύτερα στις καινούριες απαιτήσεις.



Επιπρόσθετα, το Ινστιτούτο διοργανώνει ετησίως την έρευνα BESTWORKPLACES για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα (Βαξεβανίδου, 2011).

## **EuroCharity**

Η EuroCharity είναι μέλος του ελληνικού δικτύου για την ΕΚΕ και έχει υπογράψει το Διεθνές Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών. Στα μέλη της ανήκουν εταιρείες, μη κερδοσκοπικοί και μη κυβερνητικοί οργανισμοί, φορείς του δημοσίου, εκπαιδευτικά ιδρύματα, μέσα μαζικής ενημέρωσης, σύλλογοι, επαγγελματικά σωματεία και άλλοι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς. Η ίδια προσφέρει καινοτόμες on – και off – line υπηρεσίες σε θέματα σχετικά με την εταιρική υπευθυνότητα, την πράσινη ανάπτυξη και οικονομία και την επιχειρηματική αριστεία. Αναλυτικότερα, αναπτύσσει πλήθος δραστηριοτήτων μέσα από το internet, το δεκαπενθήμερο e-newsletter, την ετήσια έκδοση «EuroCharity Yearbook», τη συνδιοργάνωση του ετήσιου «CEO & CSR Money Conference», τις υπηρεσίες δικτύωσης μεταξύ των μελών του (Members-to-Members) και τη δραστηριοποίησή του στο χώρο της μελέτης και έρευνας. Τέλος, στην ιστοσελίδα της υπάρχουν ηλεκτρονικοί οδηγοί για την ΕΚΕ και την Πράσινη οικονομία (Βαξεβανίδου, 2011).

## **Ινστιτούτο Επικοινωνίας**

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας είναι μια εταιρεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που ιδρύθηκε το 2002 στα πλαίσια της προσπάθειας για τη συνένωση του επαγγελματικού και του ακαδημαϊκού χώρου της επικοινωνίας.

Το ίδιο πραγματοποιεί διάφορες έρευνες κοινωνικού χαρακτήρα, με βασικό στόχο την κατανόηση και τη διεύρυνση της σύγχρονης ελληνικής κοινωνίας μέσα από αναλύσεις των αξιών, των αναγκών και του τρόπου ζωής των σπουδαιότερων κοινωνικών ομάδων.

Σκοπός του είναι ην αποτύπωση της αληθινής εικόνας του σύγχρονου Έλληνα και κατ' επέκταση και της ελληνικής κοινωνίας, των τάσεων της κατανάλωσης, των εξελίξεων και του ρόλου που θα διαδραματίσουν στο μέλλον τα μέσα επικοινωνίας. Οι έρευνες διεξάγονται σε συνεργασία με εκπροσώπους του ακαδημαϊκού χώρου και πιο συγκεκριμένα των ανώτατων πανεπιστημιακών ιδρυμάτων – ιδρυτικών μελών του Ινστιτούτου Επικοινωνίας. Σημαντική είναι η έρευνα που πραγματοποιείται κάθε χρόνο από το 2003, σε σχέση με την ΕΚΕ, εξετάζοντας

- α) την ΕΚΕ σχετικά με την υπεύθυνη κατανάλωση και
- β) την ΕΚΕ των μεσών μαζικής ενημέρωσης (Βαξεβανίδου, 2011).

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη λοιπόν, λαμβάνει όλο και μεγαλύτερες διαστάσεις στον χώρο των επιχειρήσεων και των οργανισμών και είναι πλέον απόλυτα σαφές πως οι επιχειρήσεις σήμερα δεν μπορούν να αγνοήσουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Ενσωματώνοντας δηλαδή την εταιρική κοινωνική ευθύνη οι επιχειρήσεις δημιουργούν προσδοκίες στους πολίτες και δείχνουν καλό χαρακτήρα σε εργαζόμενους, σε πελάτες και σε προμηθευτές. Οι δράσεις της επιχείρησης , εφόσον γίνουν με τη σωστή στρατηγική, επιφέρουν ευνοϊκά αποτελέσματα, γίνονται αποδεκτές από την κοινωνία με ικανοποίηση. Είναι λοιπόν αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησης για να εδραιωθεί η φήμη της και να αυξηθούν τα κέρδη της.

Γι αυτό το λόγο βλέπουμε συχνά πολυεθνικές επιχειρήσεις να υιοθετούν στρατηγικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η δυνατότητα που έχουν να αυξήσουν το κέρδος τους και τη φήμη τους οι προαναφερθείσες επιχειρήσεις, κάνουν ελκυστική την ενσωμάτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης η οποία όλο και περισσότερο γίνεται γνωστή και στην Ελλάδα.

Κλείνοντας λοιπόν την παρούσα εργασία συμπεραίνουμε πως η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι πλέον αναγκαία και πως μέσα στα επόμενα χρόνια θα παίζει τόσο σημαντικό ρόλο, ώστε η αγορά να απορρίπτει από μόνη της επιχειρήσεις χωρίς κοινωνικό σκοπό και έργο.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΗ**

ΒΑΞΕΒΑΝΙΔΟΥ, Μ., *Εταιρική κοινωνική ευθύνη*, εκδ. Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2011

ΜΗΛΙΟΣ, Α., *Εταιρική ταυτότητα & εταιρική εικόνα*, εκδ. Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2006

ΠΑΠΑΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ Γ., *Εταιρική εικόνα*, εκδ. Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2011

ΑΝΑΛΥΤΗΣ, Ν., Εισήγηση κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση-CSR 2007», 24 Απριλίου, Αθήνα 2007

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες

ΘΑΝΟΠΟΥΛΟΣ, Ν.Γ., *Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 2003

### **ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ**

BOOTH, P., "Editorial: Corporate Social Responsibility", in the Journal *complication*, 2009

CARROLL, A., *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford GAIL & NOWAK, 2006

KOTLER, P., *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό*

*στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας», Εκδ. ECONOMIA PUBLISHING  
PORTER & KRAMER, 2006*

WBCSD STAKEHOLDER DIALOGUE ON CSR, THE NETHERLANDS, 1998

## **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ**

[www.wikipedia.gr](http://www.wikipedia.gr)

<http://www.econews.gr/2013/04/08/eurovarometro-csr-98367/http://www.nbg.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/Corporate-Social-Responsibility/CSR-framework/content/programma-eythin>

<http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/9d0ae099-62eb-4352-901c-02de6505facb/%CE%9C%CE%B5+%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7+%CE%B3%CE%B9%CE%B1+%CF%84%CE%B7%CE%BD+%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1+2011.pdf?MOD=AJPERE>

<http://www.nbg.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/Corporate-Social-Responsibility/Responsibility-to-the-Society/content/MIET>

<http://www.nbg.gr/wps/portal/el/THE-GROUP/Corporate-Social-Responsibility/Responsibility-to-the-Environment/content/ESM>

[www.piraeusbank.gr](http://www.piraeusbank.gr)

[http://www.alpha.gr/files/deltia\\_typou/Deltio\\_Typou\\_20121225GR.pdf](http://www.alpha.gr/files/deltia_typou/Deltio_Typou_20121225GR.pdf)

<http://www.atticabank.gr/el/group/news/304-2011-1>

<http://www.opap.gr/web/corporate.opap.gr/49>

<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/>

<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/hellenic-network/>

<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/csr-europe/>

<http://www.titan.gr/el/corporate-social-responsibility/participation-of-csr-initiatives/caring-for-climate/>

<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31394&nt=19>

<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31399&nt=18&lang=1>

<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31398&nt=18&lang=1>

<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31396&nt=18&lang=1>

<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31397&nt=18&lang=1>

<http://www.dei.gr/Default.aspx?id=31378&nt=19&lang=1>