

Α.Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ : ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Επόπτης Καθηγητής
Παγγούσης Βασίλειος

Από τον
Τσοκακτσίδα Βασίλειο

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2010

Περιεχόμενα

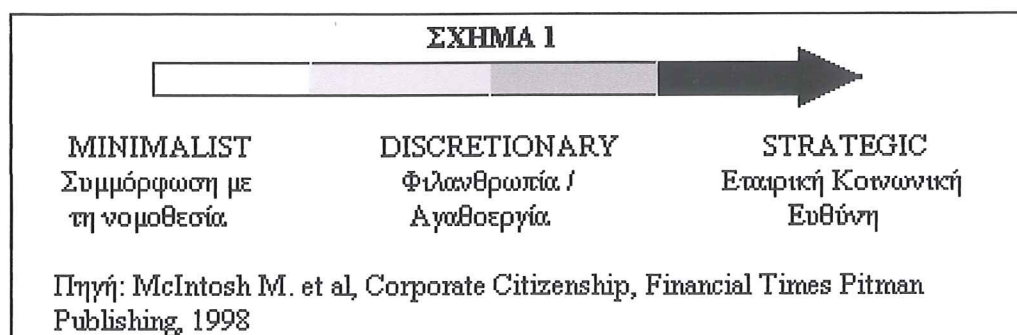
ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Από τον κοινωνικό ρόλο του κράτους στην κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη στο πλαίσιο των σύγχρονων επιχειρηματικών στρατηγικών	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Η αλληλεξάρτηση μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής ευημερίας και ο ρόλος της κρατικής παρέμβασης και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Η εναρμόνιση της επιδίωξης του κέρδους με τη μέριμνα για τον ανθρώπινο παράγοντα, τον κοινωνικό περίγυρο, τις νομοθετικές επιταγές, το φυσικό περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη.....	9
3.1 Ευθύνη απέναντι στον κοινωνικό περίγυρο.....	11
3.2 Ευθύνη απέναντι στις συναλλαγές με το κράτος.....	12
3.3 Ευθύνη απέναντι στις συναλλαγές με τα νοικοκυριά (καταναλωτές).....	13
3.4 Ευθύνη απέναντι στις συναλλαγές με άλλες επιχειρήσεις.....	13
3.5 Ευθύνη απέναντι στους εργαζόμενους της επιχείρησης.....	14
3.6 Ευθύνη απέναντι στους μετόχους της επιχείρησης.....	16
3.7 Ευθύνη απέναντι στο φυσικό περιβάλλον – Η αειφόρος ανάπτυξη.....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Μορφές–τομείς άσκησης εταιρικής κοινωνικής πολιτικής στην Ελλάδα - Χαρακτηριστικά παραδείγματα.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Αναλυτικά παραδείγματα εταιριών Ελληνικών και διεθνών που εφαρμόζουν ικανοποιητικά τον θεσμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Νομοθετικές επιταγές, κρατική παρέμβαση και ιδιωτική πρωτοβουλία.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. Μορφές–τομείς άσκησης εταιρικής κοινωνικής πολιτικής στην Ελλάδα: χαρακτηριστικά παραδείγματα.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. Προσωπική άποψη για την Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων. Τι σημαίνει ο όρος αυτός και τι όφελος μπορεί να αποκομίσει μια επιχείρηση που έχει υιοθετήσει αυτή την στρατηγική.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Στρατηγική των Επιχειρήσεων.....	47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. Μεθοδολογία και Τρόπος Συλλογής Πηγών και Πληροφοριών Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας.....	53
10.1 Συλλογή Δεδομένων	55
10.2 Δευτερεύων Δεδομένα	55
10.2.1 Πηγές Δευτερογενών Δεδομένων	56
10.3 Ανάλυση Δεδομένων	57
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	58
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	60

Εισαγωγή: Από τον κοινωνικό ρόλο του κράτους στην κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης

Η αξία της κοινωνικής αλληλεγγύης δεν ήταν ποτέ αυτονόητη για μια κοινωνία. Στις δυτικές κοινωνίες του 19^{ου} αιώνα το κράτος χαρακτηριζόταν ως «κράτος νυχτοφύλακας» με μοναδικά καθήκοντα την άμυνα και την ασφάλεια. Χρειάστηκε παραπάνω από ένας αιώνας για να χαρακτηριστεί το κράτος ως «κράτος πρόνοιας» και να αναλάβει τον κοινωνικό του ρόλο ως έκφραση κοινωνικής αλληλεγγύης.

Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η εξέλιξη του ρόλου της επιχείρησης ακολούθησε ανάλογη πορεία με την εξέλιξη του ρόλου του κράτους (Σχήμα 1). Στον ανταγωνιστικό καπιταλισμό του 19^{ου} αιώνα η μεγιστοποίηση του κέρδους αποτελούσε επιτακτική ανάγκη κάθε εταιρείας. Η επιχείρηση τότε έχει ως ελάχιστη ευθύνη να λειτουργεί σύννομα. Το 1953 η νομοθεσία στις ΗΠΑ επιτρέπει να προσφέρουν ασχέτως των ιδίων συμφερόντων για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Η επιχείρηση τότε έχει την διακριτική ευχέρεια να αγαθοεργήσει. Στα τέλη του 20^{ου} αιώνα ξεκινά η συζήτηση για την ιδιότητα του εταιρικού πολίτη (corporate citizen). Πλέον, η κοινωνική ευθύνη βρίσκεται μέσα στο πλαίσιο των επιχειρηματικών στρατηγικών.



1. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη στο πλαίσιο των σύγχρονων επιχειρηματικών στρατηγικών

Στην εποχή στην οποία ζούμε όλοι γύρω μας μπορούμε να παρατηρήσουμε ένα εργασιακό περιβάλλον το οποίο διακατέχεται και χαρακτηρίζεται από ένα πλαίσιο εταιρικής ευθύνης το οποίο βοηθά τους επιχειρηματίες αλλά και τους εργαζόμενους να διαχειριστούν αλλά και να δημιουργήσουν κάποιες αξίες για τις επιχειρήσεις τους. Ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θα πρέπει να ορίσουμε την ανάπτυξη της σωστής πολιτικής, πρακτικών και προγραμμάτων τα οποία εξετάζουν αναλυτικά την επιχειρησιακή ηθική και διαφάνεια, τις διάφορες εργασιακές πρακτικές και σχέσεις, τα διάφορα περιβαλλοντολογικά συστήματα καθώς και συστήματα Ασφάλειας & Υγιεινής και τέλος τα ανθρώπινα δικαιώματα

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι για μια επιχείρηση, η εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σημαίνει ότι έχει ή αναπτύσσει τις σωστές πολιτικές και πρακτικές και προγράμματα τα οποία την βοηθούν να διατηρήσει ακέραιες τις κοινωνικές αξίες της εποχής μας. Μια επιχείρηση θα πρέπει να αναγνωρίσει ότι μια μακροπρόθεσμη επιτυχία εξαρτάται από τη δυνατότητά της να έχει την κατάλληλη πρόσβαση σε νέους πόρους καθώς και να δημιουργήσει νέες δυναμικές σχέσεις με τις κοινωνικές τάξεις έτσι ώστε να διαχειριστεί σωστά και υπεύθυνα την οικονομική ανάπτυξη του τόπου όπου βρίσκεται και λειτουργεί.

Κάποιοι επίσης κάνουν λόγο πως σχετικά με τον όρο *Εταιρική κοινωνική ευθύνη*, θα μπορούσε να οριστεί ως «ο άμεσος σκοπός τον οποίο έχουν οι διάφορες επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση των διαφόρων

περιβαλλοντικών και κοινωνικών θεμάτων της εποχής μας». Καθώς οι διάφορες επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν στις μέρες μας ως διαφορετικές οντότητες και οι οποίες είναι στενά συνδεδεμένες με το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο στο οποίο λειτουργούν και εφαρμόζουν τις δραστηριοτητές τους, θα λέγαμε ότι επηρεάζονται αλλά και επηρεάζουν τις καταστάσεις της χώρας αλλά και του χώρου που δραστηριοποιούνται.

Για αυτό λοιπόν τον λόγο θα πρέπει να εφαρμόσουν μια στρατηγική η οποία θα τους επιτρέψει να λάβουν αλλά και να αναγνωρίσουν την ευθύνη την οποία φέρουν ως προς το περιβάλλον αλλά και την ευρύτερη κοινωνία. Το σύστημα αυτό της στρατηγικής το οποίο και καλούνται να εφαρμόσουν ονομάζεται *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*. Θα πρέπει λοιπόν να δείχνουν το αντίστοιχο σεβασμό ως προς τις διάφορες αρχές και αξίες σχετικά με τον πολιτισμό μας αλλά και τις ανθρώπινες αξίες και αξιοπρέπεια η οποία σχετίζεται άμεσα με το βιοτικό μας επίπεδο, διαμορφώνοντας έτσι μια καλύτερη ποιότητα ζωής η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την διατήρηση των αξιών αυτών αλλά και το σεβασμό προς τον άνθρωπο.

Για τις περισσότερες εταιρίες οι οποίες λειτουργούν στις μέρες μας, θα λέγαμε ότι μια σωστή διαχείριση του τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής τους Ευθύνης δεν αντιμετωπίζεται πλέον ως ένα απλό κόστος ή ένα βάρος όπου οι επιχειρήσεις πρέπει να επωμιστούν, αλλά ως μια αντίληψη και ιδέα η οποία πρέπει να εφαρμοστεί από όλες αυτές τις επιχειρήσεις λαμβάνοντας υπόψιν την άψογη επιχειρηματική συμπεριφορά των επιχειρήσεων αλλά και τον σεβασμό των αξιών του κοινωνικού συνόλου.

Το ζητούμενο δεν είναι μόνο να είναι κάποιος καλός γείτονας και να σέβεται τους ανθρώπους που μένουν δίπλα του, αλλά και ως επιχειρηματίας να εφαρμόζει τις ίδιες αρχές και στην επιχείρησή του και να σέβεται αντιστοίχως τις αρχές αυτές και αξίες. Θα μπορούσαμε λοιπόν συμπερασματικά να πούμε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μια συνεχή δέσμευση των επιχειρήσεων για σωστή συμπεριφορά με ηθικό τρόπο, ο οποίος τις βοηθά να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη τους βοηθώντας συγχρόνως στην βελτίωση της ζωής των υπαλλήλων αλλά και των οικογενειών τους, στην κοινωνία όπου ζούν και εργάζονται. Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα ότι μια σωστή εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από μέρος των επιχειρήσεων μπορεί να οδηγήσει σε μια διαδικασία η οποία απαιτεί συγκεκριμένη δέσμευση αυτών για συνεργασία και σεβασμό των ηθικών αξιών.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη—ΕΚΕ (Corporate Social Responsibility—CSR) ορίζεται ως η συστηματική εθελοντική ενσωμάτωση από τις εταιρείες στην επιχειρηματική τους λειτουργία δραστηριοτήτων με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση.

Η ΕΚΕ δεν είναι απλή φιλανθρωπία, αλλά βρίσκεται στην καρδιά των επιχειρηματικών στρατηγικών. Δεν είναι μία ακόμη τακτική δημοσίων σχέσεων ή διαφήμισης, ούτε αφορά μεμονωμένες πρωτοβουλίες από ηθική υποχρέωση ή αλτρουϊσμό, αλλά αποτελεί **συνολική μεταστροφή της φιλοσοφίας που διέπει τη σύγχρονη επιχείρηση και μία νέα προσέγγιση της επιχειρηματικότητας**. Η νέα αυτή προσέγγιση μπορεί να ξεκινήσει μόνο μέσα από τη μεταβολή της αντίληψης του management, που αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της επιχείρησης. Οποιοσδήποτε προσπάθειες άνωθεν

επιβολής (π.χ. με νομικές ρυθμίσεις) μάλλον θα την καταδικάσουν σε αποτυχία. Επιγραμματικά θα λέγαμε ότι την ΕΚΕ θα πρέπει να τη μελετούν φοιτητές management παρά φοιτητές νομικής.

Σημαντικό ζήτημα που ανακύπτει είναι αυτό της αξιολόγησης και μέτρησης του βαθμού που οι επιχειρήσεις εντάσσουν την ΕΚΕ στη λειτουργία τους. Χρειάζονται έγκυρα και αξιόπιστα εργαλεία συγκρίσεων (benchmarking), που θα συνοψίζουν τον κοινωνικό απολογισμό μιας επιχείρησης. Το FTSE Group έχει δημιουργήσει το FTSE4Good, μια σειρά δεικτών που ξεχωρίζουν τις επιχειρήσεις αναλόγως των αποδεκτών αρχών της ΕΚΕ. Σχετικές πιστοποιήσεις είναι τα πρότυπα: Κοινωνικής Ευθύνης (SA8000)–Υγιεινής & Ασφάλειας (OHSAS18001)–Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ISO14001)–Διασφάλισης Ποιότητας (ISO9001).

Η προώθηση της ιδέας της ΕΚΕ καθίσταται ακόμα πιο επιτακτική κάτω από τις σημερινές συνθήκες παγκοσμιοποίησης και διεθνοποίησης της οικονομίας. Η εγκατάσταση βιομηχανικών μονάδων σε λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, λόγω χαμηλότερου εργατικού κόστους, θα ήταν ευκαίριο να συνδυάζεται με μεταφορά των αρχών της ΕΚΕ στις χώρες αυτές. Για παράδειγμα, για αγαθά πρώτης ανάγκης όπως φάρμακα χρειάζεται διαφοροποίηση της τιμολογιακής πολιτικής των επιχειρήσεων. Αν υιοθετείτο μαζικά, η ιδιωτική πρωτοβουλία θα μπορούσε να αντισταθμίσει το αδύναμο θεσμικό πλαίσιο των χωρών αυτών και να συμβάλλει δραστικά στην ευημερία τους.

Αξιομνημόνευτες πρωτοβουλίες σε διεθνές επίπεδο είναι η ίδρυση του Ευρωπαϊκού Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή το 1996, το Οικουμενικό Σύμφωνο του ΟΗΕ το 2000 και η Πράσινη Βίβλος για την ΕΚΕ

της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 2001, που προωθεί την «τριπλή βασική αρχή» (triple bottom line) για τη συνεισφορά της επιχείρησης στην οικονομική ευημερία, την περιβαλλοντική ποιότητα και το κοινωνικό κεφάλαιο. Όλες οι εξελίξεις διαμορφώνουν μια νέα σχέση επιχείρησης και κοινωνίας.

2. Η αλληλεξάρτηση μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής ευημερίας και ο ρόλος της κρατικής παρέμβασης και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας

Η μεταστροφή της στάσης της επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία συνδέεται με την αλλαγή της αντίληψης για τη σχέση οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής ευημερίας. Παλαιότερα κυριαρχούσε η ιδέα των «trickle-down effects», δηλαδή με διάχυση προς τα κάτω του οφέλους της οικονομικής ανάπτυξης θα βελτιωνόταν αυτόματα και η κοινωνική ευημερία.

Αυτή η θεωρία δεν επαληθεύθηκε, αλλά έγινε κατανοητό ότι για να προαχθεί η κοινωνική ευημερία παράλληλα με την οικονομική ανάπτυξη θα έπρεπε να ληφθούν υπόψη ορισμένες παράμετροι όπως: μόλυνση του περιβάλλοντος, εξάντληση των μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και άνιση διανομή του προϊόντος που προκύπτει. Έτσι, για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που δεν επιλύονται από την οικονομική ανάπτυξη ή προκύπτουν από αυτήν, ορίσθηκε η έννοια της κοινωνικής ανάπτυξης.

Η οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μιας κοινωνίας μπορεί να συντελεστεί με τη συνδρομή τόσο της κρατικής παρέμβασης όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Η κρατική παρέμβαση με κατάλληλη αντικυκλική

πολιτική, δημόσιες επενδύσεις (λ.χ. σε έργα υποδομής) και διαρθρωτικές αλλαγές (λ.χ. απλοποίηση γραφειοκρατικών διαδικασιών) συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη. Η άσκηση κοινωνικής και αναδιανεμητικής πολιτικής αυξάνουν την κοινωνική ευημερία. Η ιδιωτική πρωτοβουλία με την ανάληψη επιχειρηματικών σχεδίων με έμφαση στην καινοτομία δίνει ώθηση στην οικονομία και αυξάνει την απασχόληση. Τέλος, η υιοθέτηση της ΕΚΕ συμβάλλει σημαντικά στην κοινωνική ευημερία. Πώς όμως εναρμονίζεται η ΕΚΕ με την επιδίωξη του κέρδους;

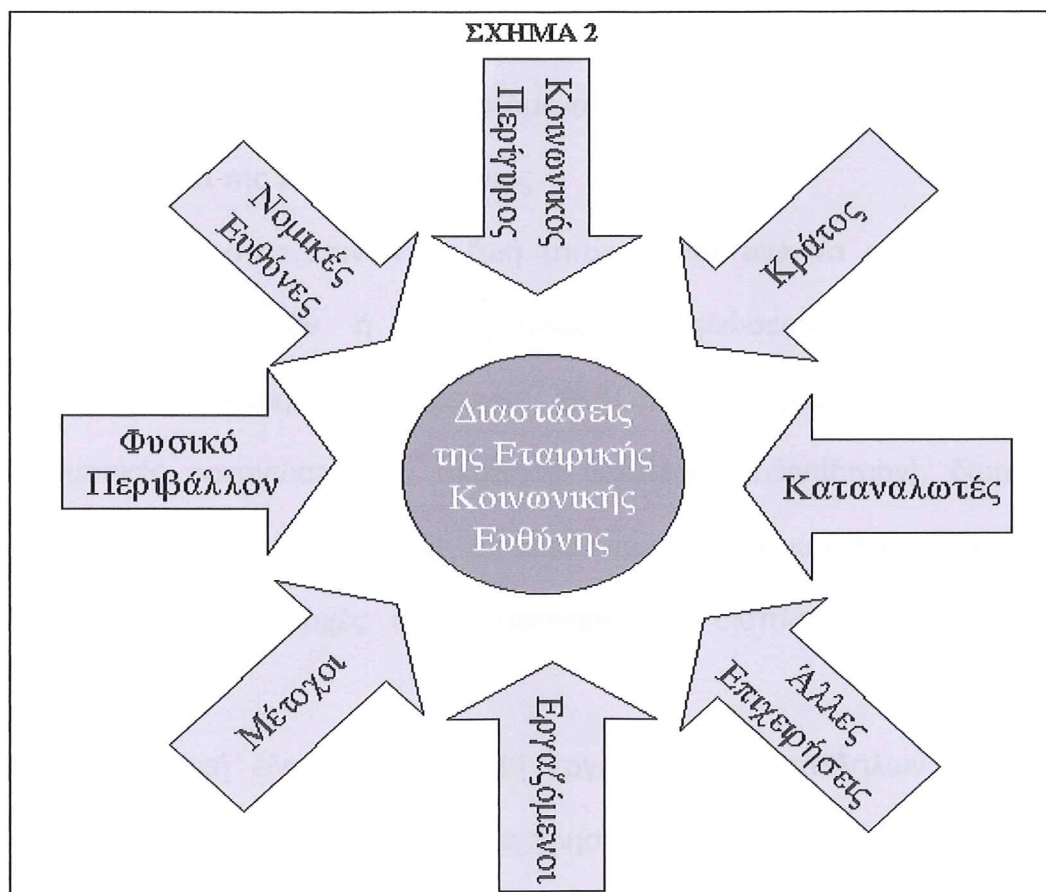
3. Η εναρμόνιση της επιδίωξης του κέρδους με τη μέριμνα για τον ανθρώπινο παράγοντα, τον κοινωνικό περίγυρο, τις νομοθετικές επιταγές, το φυσικό περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη

Η αξία της επωνυμίας (brand value) και η φήμη ολοένα και περισσότερο αναγνωρίζονται ως τα πολυτιμότερα στοιχεία του ενεργητικού μιας επιχείρησης. Και ακριβώς επειδή είναι τόσο πολύτιμα, πρέπει να τα διαφυλάξει, να τα προστατέψει και να τα διατηρήσει. Η ΕΚΕ ενσωματωμένη στο brand management μπορεί να κτίσει την μακροχρόνια εμπιστοσύνη του καταναλωτή στην επιχείρηση και να εξασφαλίσει αφενός την κερδοφορία της, αφετέρου την ευημερία της κοινωνίας.

Η σύγκρουση ανάμεσα στην επιδίωξη του κέρδους και στην ΕΚΕ οφείλεται σε μία θεμελιώδη διαφορά: η επιχείρηση που ενδιαφέρεται μονάχα για το κέρδος αναγνωρίζει ως κρίσιμο παράγοντα μόνο τους μετόχους της (shareholders), ενώ η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση αναγνωρίζει ως

σημαντικούς παράγοντες για τη λειτουργία της όλους όσους συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στη δραστηριότητά της (μέτοχοι, εργαζόμενοι, πελάτες, προμηθευτές, τοπική κοινότητα) και τους ονομάζει συμμετόχους (stakeholders).

Στη βάση αυτής της υπόθεσης θα προχωρήσουμε στην ανάλυση των καλών πρακτικών (best practices) των επιμέρους διαστάσεων της ΕΚΕ (Σχήμα 2). Αυτές περιλαμβάνουν τον κοινωνικό περίγυρο, τις βασικές μονάδες του οικονομικού κυκλώματος και τους βασικούς παραγωγικούς συντελεστές. Οι νομικές ευθύνες της επιχείρησης εντάσσονται σε επιμέρους διαστάσεις.



3.1 Ευθύνη απέναντι στον κοινωνικό περίγυρο

Κάθε επιχείρηση είναι εξίσου οικονομική και κοινωνική οντότητα. Η επιχείρηση λειτουργεί μέσα σε έναν κοινωνικό περίγυρο στον οποίο απευθύνεται και από τον οποίο εξαρτάται και είναι σημαντικό να χαίρει εκτίμησης και καλής φήμης συμμετέχοντας στη ζωή της κοινωνίας και στην επίλυση των προβλημάτων της.

Ένα πρόβλημα που είναι σε θέση άμεσα να επιλύσει μια επιχείρηση είναι το εντεινόμενο πρόβλημα της ανεργίας. Είναι σημαντικό, στο πλαίσιο της αναπτυξιακής της πορείας, να δημιουργούνται θέσεις εργασίας. Αντίστροφα, σε περιπτώσεις περικοπών οι απολύσεις να είναι οι ελάχιστες δυνατές ή/ και να τίθενται σε διαθεσιμότητα οι εργαζόμενοι, ώστε να μην διαταράσσεται η κοινωνική αρμονία της τοπικής κοινωνίας.

Η συμμετοχή στην κοινωνική ζωή μπορεί *inter alia* να είναι χορηγία πολιτιστικών, αθλητικών ή ψυχαγωγικών εκδηλώσεων (*sponsorship*), χρηματοδότηση ακαδημαϊκής έρευνας (*R&D*), οικονομική ενίσχυση σε φιλανθρωπικές οργανώσεις και σκοπούς (*strategic philanthropy*), δωρεάν παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, επιλογή σημείων λιανικού δικτύου και σε αραιοκατοικημένες περιοχές και συμμετοχή στη διάπλαση του αστικού περιβάλλοντος.

Άλλη πρακτική είναι η εθελοντική εργασία των υπαλλήλων για την κοινότητα σε ώρες εργασίας της επιχείρησης (*corporate volunteering*). Η έρευνα καταδεικνύει ότι τέτοια προγράμματα βελτιώνουν το ηθικό των υπαλλήλων και προσφέρουν σε χαμηλότερο κόστος τα οφέλη που υπόσχονται οι οργανωτές εργασιών για *team-building* και *skill-building*.

Η συμμετοχή της επιχείρησης στην κοινωνία των πολιτών δια μέσου επιμελητηρίων, συλλόγων και άλλων μη κυβερνητικών οργανώσεων είναι σημαντική. Με τη συμμετοχή της αντλεί διαπραγματευτική δύναμη και αντιπροσωπεύεται. Σε αυτές μπορεί να μεταφέρει τεχνογνωσία (know-how) σε θέματα οργάνωσης.

3.2 Ευθύνη απέναντι στις συναλλαγές με το κράτος

Οι ευθύνες της επιχείρησης επεκτείνονται και στην αυτονόητη τήρηση της νομοθεσίας. Η επιχείρηση «καλός πολίτης» είναι συνεπής στις υποχρεώσεις της, ανάμεσα στις οποίες είναι και η καταβολή των αναλογούντων φόρων. Η φοροδιαφυγή των επιχειρήσεων μειώνει σημαντικά τα έσοδα του κρατικού προϋπολογισμού και συνεπώς τα κοινωνικά οφέλη που θα προέκυπταν από τη διάθεσή τους.

Στις συναλλαγές με το κράτος περιλαμβάνεται και η ανάληψη δημοσίων έργων. Η ευθύνη της επιχείρησης έγκειται στο να μην αποπειραθεί με παράνομα μέσα –όπως η δωροδοκία– να εξασφαλίσει τα έργα αυτά. Σύμφωνα με την Transparency International στις πλούσιες χώρες, παρά τους νόμους και τις συμβάσεις, εταιρείες από την Ιταλία, τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία προσφεύγουν στη δωροδοκία σε μεγάλη κλίμακα. Η έννομη λειτουργία της επιχείρησης εναρμονίζεται με την επιδίωξη του κέρδους, γιατί αποφεύγει διάφορα πρόστιμα που ενδέχεται να επιβάλλει το κράτος.

3.3 Ευθύνη απέναντι στις συναλλαγές με τα νοικοκυριά (καταναλωτές)

Η αξιοπιστία, η σταθερή ποιότητα, η καλή εξυπηρέτηση και οι ανταγωνιστικές τιμές στα διάφορα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις αποτελούν την *conditio sine qua non* για την ανάπτυξη μακροχρόνιας σχέσης μεταξύ καταναλωτή και επιχείρησης (*consumer loyalty*). Κάθε προσπάθεια διαφημιστικής ή άλλης εξαπάτησης καταδικάζει το προϊόν σε εμπορική αποτυχία. Αντίθετα, επιχειρήσεις που χαίρουν μιας καλής φήμης απολαμβάνουν τα οφέλη από τη διαφήμισή τους «από στόμα σε στόμα» (*word-of-mouth communication*). Η ανταπόκριση στις ανάγκες των καταναλωτών με γραμμές παραπόνων δείχνει το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων για τους πελάτες τους. Αν η επιχείρηση δεν είναι υπεύθυνη απέναντί τους κινδυνεύει να αντιμετωπίσει μηνύσεις για αποζημιώσεις και μποϊκοτάζ των προϊόντων της.

3.4 Ευθύνη απέναντι στις συναλλαγές με άλλες επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις έχουν και συναλλαγές με άλλες επιχειρήσεις (*business to business-B2B*) είτε προμηθευτές, είτε πελάτες, είτε συνεταιίρους. Ανεξαρτήτως της ιδιότητάς τους χρειάζεται να υπάρχει «καλή πίστη» μεταξύ τους. Από τη συνεργασία τους εξαρτώνται οι πωλήσεις τους, η κερδοφορία τους και η ανάπτυξή τους. Η απουσία «καλής πίστης» οδηγεί σε διακοπές συνεργασιών και μηνύσεις ιδιαίτερα ζημιογόνες για την επιχείρηση. Στην

περίπτωση συγχώνευσης, η συνεργασία μεταξύ των στελεχών τους ενισχύεται μέσα από κοινή εργασία τους για την κοινότητα. Στον μεταξύ τους ανταγωνισμό θα πρέπει οι επιχειρήσεις να σέβονται την επιχειρηματική ηθική και να μην υπάρχει αθέμιτος ανταγωνισμός.

3.5 Ευθύνη απέναντι στους εργαζόμενους της επιχείρησης

Ζούμε σε μια εποχή όπου οι επιχειρήσεις δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην εργασία των υπαλλήλων τους, προκειμένου αυτές να επιτύχουν μια καλύτερη λειτουργία εντός της αγοράς που δραστηριοποιούνται και να υλοποιήσουν τους σκοπούς τους. Για να μπορέσουν βέβαια οι περισσότερες των επιχειρήσεων στις μέρες μας να ανταπεξέλθουν στον σκληρό αυτό ανταγωνισμό που έχουν εισέλθει, θα πρέπει να ικανοποιούν στον βαθμό βέβαια που αυτό είναι δυνατό τις απαιτήσεις των εργαζομένων τους και να λαμβάνουν τα μέγιστα από αυτούς στην καθημερινή τους εργασία.

Οι εργαζόμενοι οι οποίοι απασχολούνται στις διάφορες επιχειρήσεις, προσπαθούν από μέρους τους να εργάζονται σκληρά για να παράγουν υπηρεσίες και προϊόντα άριστης ποιότητας. Από την άλλη μεριά όμως, προσπαθούν να διεκδικούν τα δικαιώματά τους ως προς τις αυξήσεις αλλά και τις καλύτερες συνθήκες εργασίας. Για το λόγο λοιπόν αυτό η Ε.Γ.Σ.Σ.Ε. προσπαθεί να προασπίζει τα συμφέροντά τους και να επεμβαίνει όπου κρίνεται απαραίτητο, προκειμένου να διαφυλάσσονται οι εργασιακές ισορροπίες ανάμεσα σε εργοδότες και εργαζομένους. Συζητήσεις που έχουν γίνει, αφορούν την ολική και μερική απασχόληση των εργαζομένων από τις επιχειρήσεις και τον τρόπο με τον οποίο οι εργοδότες ενεργούν σε αυτές τις

περιπτώσεις. Τα προβλήματα τα οποία μπορούν να επέλθουν σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο και σχετικά με την μερική απασχόληση των εργαζομένων, είναι αρκετά περισσότερα σε αντίθεση με εκείνα που προκύπτουν στην περίπτωση της ολικής απασχόλησης.

Ο ανθρώπινος παράγοντας της επιχείρησης ως ανθρώπινος πόρος (human resource) είναι ίσως ο σημαντικότερος πόρος της. Ως εκ τούτου, είναι ιδιαίζουσας σημασίας να υπάρχουν καλές σχέσεις μεταξύ διοίκησης και εργαζομένων, οι οποίες εξασφαλίζονται με θεσμούς πληροφόρησης και διαβούλευσης και γενικώς με την προώθηση της εργατικής συμμετοχής.

Σε επίπεδο ατομικών εργασιακών σχέσεων, η διασφάλιση μακροχρόνιας απασχόλησης, οι ίσες ευκαιρίες σε όλους τους εν ενεργεία και στους εν δυνάμει εργαζομένους, οι ίσες ευκαιρίες και η ίση αμοιβή στις γυναίκες, στις μειονότητες και στα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι επιπλέον παροχές, η πλήρης ασφαλιστική κάλυψη, ο σεβασμός του ελεύθερου χρόνου και γενικά ο σεβασμός των εργασιακών και συνδικαλιστικών δικαιωμάτων, είναι χαρακτηριστικά που συναντώνται σε μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση. Η συνέπεια μιας τέτοιας στάσης της επιχείρησης απέναντι στους εργαζομένους θα έχει αναμφίβολα θετικές επιδράσεις στην παραγωγικότητα των εργαζομένων και στην προσωπική τους δέσμευση (commitment) στην εταιρεία.

Στο επίπεδο των συλλογικών εργασιακών σχέσεων οι κοινωνικοί εταίροι οφείλουν να δείχνουν αμοιβαία εμπιστοσύνη και υποχωρητικότητα για την επίτευξη της κοινωνικής συναίνεσης με την προώθηση του κοινωνικού διαλόγου. Τα εργατικά σωματεία θα πρέπει να ξεφύγουν από την κουλτούρα αντιπαράθεσης, αλλά και οι επιχειρήσεις να επιβραβεύσουν την άνοδο της

παραγωγικότητας της εργασίας. Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας θα πρέπει να αναζητηθεί όχι σε μειώσεις αμοιβών, αλλά σε ποιοτικές ευελιξίες (εισαγωγή νέας τεχνολογίας, εξειδίκευση προσωπικού κ.λπ.).

Η σύγχρονη τάση στην αξιολόγηση των επιχειρήσεων περιλαμβάνει την ανάδειξη των καλύτερων χώρων εργασίας (best workplaces). Οι επιχειρήσεις αυτές ελκύουν το πιο εκλεκτό κομμάτι του εργατικού δυναμικού, που αποτελεί εγγύηση παραγωγικότητας και κερδοφορίας. Τέλος, η λειτουργία των επιχειρήσεων σύμφωνα με την εργατική νομοθεσία εξυπηρετεί και τα συμφέροντα των μετόχων με την αποφυγή νομικών κυρώσεων και προστίμων.

3.6 Ευθύνη απέναντι στους μετόχους της επιχείρησης

Σε έρευνα σε δηλώσεις αποστολής (mission statements) 61 επιχειρήσεων από το Fortune500, το 90% αναφέρουν ως αρχές τους την υγιή χρηματοοικονομική κατάσταση, την κερδοφορία και την ανάπτυξη της επιχείρησης. Τέτοιοι στόχοι ενδεχομένως να θεωρούνται αυτονόητοι για μια επιχείρηση, αλλά τα πρόσφατα λογιστικά σκάνδαλα στις ΗΠΑ αποδεικνύουν ότι ουδόλως αυτονόητοι είναι. Κατά τον νομπελίστα οικονομολόγο Joseph Stiglitz, οι επικεφαλής των εταιρειών αντί να προωθήσουν τη διαφάνεια και τη σωστή εταιρική διακυβέρνηση (corporate governance), υπονόμευσαν οι ίδιοι το καπιταλιστικό σύστημα από το οποίο κέρδιζαν.

Η ευθύνη της επιχείρησης απέναντι στους μετόχους έγκειται αφενός στην προώθηση της διαφάνειας (π.χ. με υιοθέτηση αυστηρών λογιστικών προτύπων όπως τα Διεθνή), αφετέρου στην αποδοτικότητά της, που

αντανακλάται σε μακροχρόνια βελτίωση της αξίας της μετοχής και στη διανομή μερισμάτων. Τόσο η ΕΚΕ όσο και η εταιρική διακυβέρνηση διαφυλάσσουν την αξία της μετοχής.

3.7 Ευθύνη απέναντι στο φυσικό περιβάλλον – Η αειφόρος ανάπτυξη

Το φαινόμενο της ευρείας μόλυνσης του περιβάλλοντος και εξάντλησης των φυσικών πόρων, που προήλθε από την εντατική βιομηχανοποίηση των τελευταίων δεκαετιών, προβλημάτισε τη διεθνή κοινότητα. Έτσι, το 1987 η «Επιτροπή Brundtland» του ΟΗΕ όρισε την αειφόρο ανάπτυξη (sustainable development) ως την ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να αποδυναμώνει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους.

Η μόλυνση του περιβάλλοντος, που προέρχεται από την επιχειρηματική δραστηριότητα, καλείται εξωτερική αντιστοιχία ή επιβάρυνση. Στην προσπάθειά της η επιχείρηση να ελαχιστοποιήσει το κόστος παραγωγής, μεταφέρει ένα μέρος του στην κοινωνία. Όμως η μόλυνση του περιβάλλοντος δεν αντιστοιχεί σε παίγνιο μηδενικού αθροίσματος. Το κόστος που μεταφέρει η επιχείρηση στην κοινωνία για να μειώσει βραχυπρόθεσμα το δικό της, μακροπρόθεσμα επιβαρύνει τη φήμη της και τελικά ζημιώνεται πολλαπλάσια τόσο η επιχείρηση όσο και η κοινωνία.

Αντιθέτως, προϊόντα που είναι φιλικά προς το περιβάλλον αποτελούν συγκριτικό και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Προς επίρρωση του ισχυρισμού αυτού, ευρωπαϊκή έρευνα έδειξε ότι 1 στους 5 καταναλωτές θα πλήρωνε

ευχαρίστως περισσότερα για προϊόντα που σέβονται το περιβάλλον. Αυτό αιτιολογείται από την αφανή ζήτηση των καταναλωτών για καλύτερη ποιότητα ζωής και προστασία του περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις χρειάζονται προϊόντα στα οποία θα ενσωματώνεται η προστασία του περιβάλλοντος (green product design) όπως π.χ. αυτά της αλυσίδας Body Shop. Οι βιολογικές καλλιέργειες συνδυάζουν επίσης την επιχειρηματικότητα με τον σεβασμό στο περιβάλλον.

Άλλη πλευρά της αειφόρου ανάπτυξης είναι η σχέση των επιχειρήσεων με τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Η σχέση είναι διττή: αφορά πρώτον τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ενεργειακό τομέα και προωθούν τις επενδύσεις και την έρευνα για την αξιοποίησή τους, και δεύτερον τις επιχειρήσεις εν γένει που για τις ενεργειακές τους ανάγκες είναι σημαντικό να δημιουργήσουν ζήτηση για καθαρές μορφές ενέργειας. Στη χώρα μας η κρατική γραφειοκρατία είναι υπαίτια για καθυστερήσεις και αποθάρρυνση των επενδυτών. Πάντως, η ανάγκη για σεβασμό και προστασία του περιβάλλοντος, που εκφράστηκε από το οικολογικό κίνημα, παραμένει και γίνεται επιτακτικότερη. Τέλος, με το σεβασμό της περιβαλλοντικής νομοθεσίας αποφεύγονται τα πρόστιμα που περιορίζουν την κερδοφορία.

4. Μορφές-τομείς άσκησης εταιρικής κοινωνικής πολιτικής στην Ελλάδα - Χαρακτηριστικά παραδείγματα

Η υιοθέτηση των καλών πρακτικών της ΕΚΕ συνεπάγεται άσκηση εταιρικής κοινωνικής πολιτικής. Ακολουθεί μία σταχυολόγηση παραδειγμάτων εταιρικής κοινωνικής πολιτικής κατά τομέα πολιτικής.

Στην *πολιτική υγείας* ο **όμιλος Τιτάν** ξεκίνησε πιλοτικά στην Αχαΐα το ΦΑΟΣ, ένα πρόγραμμα πρόληψης σχολικών ατυχημάτων.

Στην *εκπαιδευτική πολιτική* ο **ΟΤΕ** στηρίζει το Τμήμα Επικοινωνιών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου και είναι χορηγός των δραστηριοτήτων του Εθνικού Ιδρύματος Ερευνών και Μελετών «Ελευθέριος Κ. Βενιζέλος». Ο **όμιλος Δέλτα** ίδρυσε την έδρα «Αριστείδη Δασκαλόπουλου» στο ALBA και ενίσχυσε οικονομικά ποικίλες σχολικές δραστηριότητες.

Στην *πολιτική απασχόλησης* ο **όμιλος Intracom** καθιέρωσε την 35ωρη εβδομαδιαίως εργασία, χωρίς μείωση των αποδοχών των εργαζομένων του και γενικά συνέβαλε στην αύξηση της απασχόλησης εγκαθιστώντας θυγατρικές σε ευαίσθητες περιφέρειες της Ελλάδας με υψηλή ανεργία.

Στην *πολιτική πρόνοιας και στην οικογενειακή πολιτική* ο **όμιλος Intracom** παρέχει επίδομα παιδιού στους εργαζομένους του. Η INTRACOM είναι μια γνωστή σε όλους εταιρεία παροχής υπηρεσιών πληροφορικής στην Ελλάδα και συγκαταλέγεται στους μεγαλύτερους κατασκευαστές συστημάτων στην ΝοτιοΑνατολική Ευρώπη αλλά και την Μέση Ανατολή. Η συγκεκριμένη εταιρεία ιδύθηκε το 1977 με προσωπικό 8-10 ατόμων και με ένα αρχικό κεφάλαιο της τάξεως των 5.000.000 δραχμών στην περιοχή της Αργυρούπολης με τον χαρακτηρισμό της βιοτεχνίας και με αντικείμενο την

κατασκευή και συναρμολόγηση διαφόρων εξαρτημάτων τηλεπικοινωνιών. Το 1983 και αφού έχει αρχίσει να διαγράφει μια εξαιρετική πορεία, εγκαθίσταται στα νέα της γραφεία στην Παιανία και ουσιαστικά επενδύει στην έρευνα αλλά και την ανάπτυξη των υπάρχοντων αλλά και των μελλοντικών τηλεπικοινωνιακών προϊόντων. Το 1986 χαρακτηρίζεται ως χρονιά σταθμός για την εταιρεία αφού σε συνεργασία με την Ericsson επιλέγεται για την αναβάθμιση και ψηφιακοποίηση του Ελληνικού Εθνικού Τηλεπικοινωνιακού Δικτύου και ουσιαστικά είναι εκείνη η οποία μέσω των δικών της μηχανικών κατασκευάζει τα διάφορα συστήματα εγκατάστασης.

Το έτος 2001 η εταιρεία προχωρά σε μια ακόμα δυναμική κίνηση αφού γίνεται συγχώνευση της INTRASOFT με την INTRACOM και συνιστάται πλέον η μεγαλύτερη βιομηχανία πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών στην περιοχή της Ευρώπης.

Φτάνοντας λοιπόν στο έτος 2005 η εταιρεία έχει αναπτύξει ένα νέο κύκλο επιχειρηματικής ανάπτυξης όπου με αναφορά τον Δεκέμβριο του 2005, η Intracom κατορθώνει να μετασχηματιστεί σε μια εταιρία συμμετοχών με ταυτόχρονη ίδρυση τριών νέων θυγατρικών στους τομείς των τηλεπικοινωνιών, αμυντικών ηλεκτρονικών και πληροφορικής.

Στις μέρες μας θεωρείται η μεγαλύτερη ελληνική πολυεθνική εταιρία και μία από τις πλέον μεγαλύτερες στην Ευρώπη σχετικά με ολοκληρώσεις έργων πληροφορικής, παροχής λύσεων και επαγγελματικών υπηρεσιών στους τομείς της Δημόσιας Διοίκησης, Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Τραπεζικών Ιδρυμάτων & Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών και άλλων μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Στην ασφαλιστική πολιτική η **Janssen-Cilag** παρέχει ιδιωτική ασφάλεια ζωής στους εργαζομένους.

Στην στεγαστική πολιτική ο όμιλος **Δέλτα** φιλοξενεί σε καλοκαιρινές κατασκηνώσεις παιδιά, άπορους και πρόσφυγες.

Στην περιβαλλοντική πολιτική ο όμιλος **Τιτάν** έχει φυτεύσει περισσότερα από 800.000 δενδρύλλια στις περιοχές όπου δραστηριοποιείται και άλλα τα έχει διαθέσει σε δήμους, κοινότητες και πελάτες της εταιρείας και προβαίνει κάθε χρόνο σε λεπτομερή περιβαλλοντικό απολογισμό (eco-audit).

Στην πολιτική για τον πολιτισμό η **EFG Eurobank Ergasias** από το 1993 είναι αποκλειστικός χορηγός της «Καμεράτα-Ορχήστρα των Φίλων της Μουσικής» του Μεγάρου Μουσικής και εδώ και δύο χρόνια αποκλειστικός χορηγός της Παιδικής Σκηνής του Εθνικού Θεάτρου. Η **Alpha Bank** λειτουργεί Μουσείο Χαρτονομισμάτων στην Κέρκυρα και ο **OTE** Μουσείο Τηλεπικοινωνιών στην Αθήνα.

Στην πολιτική για τον ελεύθερο χρόνο η **Novabank** προβλέπει μειωμένο ωράριο για τις νέες μητέρες για 4 χρόνια. Στον όμιλο **Τιτάν** προσφέρονται τρεις επιπλέον ημέρες άδειας από ό,τι προβλέπεται από το νόμο.

5. Αναλυτικά παραδείγματα εταιριών Ελληνικών και διεθνών που εφαρμόζουν ικανοποιητικά τον θεσμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Μια από τις πλέον χαρακτηριστικές εταιρείες σχετικά με το πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το οποίο εφαρμόζει στις μέρες μας στο εξωτερικό, είναι η DHL.

Καθώς η συγκεκριμένη εταιρεία έχει ως αποστολή να είναι η νούμερο 1 επιλογή στις υπηρεσίες logistics και παγκόσμια δικτυακή κάλυψη, ο απώτερος σκοπός είναι να παρέχει στους διάφορους πελάτες υπηρεσίες οι οποίες θα διακατέχονται από εξαιρετική ποιότητα και οι οποίες θα είναι φιλικές προς το περιβάλλον αλλά συγχρόνως θα λαμβάνουν υπόψιν τους τις τιμές των ανταγωνιστών τους αλλά φυσικά και των κοινωνικών ευθυνών ως προς το περιβάλλον που λειτουργεί.

Όσον αφορά τον Ελλαδικό χώρο, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε την κρατική επιχείρηση του ΟΤΕ (Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος), η οποία εφαρμόζει με άριστο τρόπο το πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής ευθύνης στις μέρες μας. Σχετικά με την τελευταία μέτρηση αλλά και επίσημη αναγνώριση που έγινε από το Global Reporting Initiative (GRI) και σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα του G3, ο ΟΤΕ πραγματοποιεί ένα έργο κοινωνικής προσφοράς το οποίο έχει αποφέρει εκπληκτικά αποτελέσματα στην διαχείριση των πηγών του περιβάλλοντος αλλά έχει συγχρόνως οδηγήσει και σε μια υιοθέτηση στρατηγικής η οποία ενσωματώνει επιτυχώς το πλάνο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Μια σημαντική εταιρεία δραστηριοποιείται στον Ελληνικό χώρο και είναι από τις πλέον σημαντικές εταιρείες στην εφαρμογή και θέσπιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι η εταιρεία παραγωγής και διαμόρφωσης αλουμινίου η Alumil. Η συγκεκριμένη εταιρεία ως βάση και προτεραιότητα από την αρχή της ιδρύσεως της έχει τον άνθρωπο. Ως θεμελιώδες σκοπό έχει την ευημερία αλλά και την ανάπτυξη του ανθρώπου ως άτομο αλλά και ως οντότητα στην κοινωνία όπου ζεί για την περαιτέρω ανάπτυξη των λειτουργιών και

της σχέσης μεταξύ του ανθρώπου, της ευημερίας αλλά και της ανάπτυξης του κοινωνικού περιβάλλοντος.

Η δράση λοιπόν της συγκεκριμένης εταιρείας μέσω της στρατηγικής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν επικεντρώνεται μόνο στην προστασία του περιβάλλοντος αλλά και στις κοινωνικές της ευθύνες έναντι του ατόμου και την κοινωνίας όπου λειτουργεί και παρεμβαίνει. Η συγκεκριμένη εταιρεία έχει κατορθώσει μέσω αυτής της στρατηγικής να δώσει σημαντική έμφαση στον ρόλο όπου διαδραματίζουν οι τεχνολογικές παρεμβάσεις όσον αφορά την οικολογική αποδοτικότητα και την οικονομική ανάπτυξη από την χρήση των φυσικών πόρων μέσω της πολύχρονης εμπειρίας της στο χώρο του αλουμινίου καθώς των εφαρμοσμένων προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Μια άλλη εξίσου σημαντική εταιρεία με εφαρμοσμένο στρατηγικό πλάνο και μελλοντικό σχέδιο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αλλά αυτή την φορά με λειτουργία στο εξωτερικό, είναι η εταιρεία της BAYER S.A.

Η εταιρεία της Bayer CropScience δραστηριοποιείται αρκετά χρόνια σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Για την συγκεκριμένη εταιρεία η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν σημαίνει μόνο η τήρηση των νομικών απαιτήσεων αλλά και η υπέρβαση της απλής συμμόρφωσης και της μεγαλύτερης επένδυσης στο ανθρώπινο δυναμικό, το περιβάλλον και τις σχέσεις με τους συμμετόχους. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της συγκεκριμένης εταιρείας εκφράζεται με διάφορες δράσεις οι οποίες απευθύνονται προς τους εργαζομένους και οι οποίες ουσιαστικά επενδύουν

στο ανθρώπινο δυναμικό αλλά και την συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού και την βελτίωση της επικοινωνίας. Με αυτό τον τρόπο λοιπόν φροντίζει για την ασφάλεια των εργαζομένων αλλά και προς το περιβάλλον με πρακτικές υπευθυνότητας προς τους πελάτες και τους προμηθευτές της σχετικά με τον σεβασμό, την ευθύνη για τη ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων και φυσικά την ενδυνάμωση της εταιρικής καινοτομίας.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε πως η αναφερόμενη εταιρία έχει κατορθώσει να καθιερώσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως πράξη τα τελευταία χρόνια μέσω πρωτοβουλιών και δράσεων που έχουν σκοπό την μεγαλύτερη υποστήριξη των εργαζομένων αλλά και της κοινωνίας όπου δραστηριοποιείται η εταιρεία.

Μια σημαντική εταιρία η οποία δραστηριοποιείται στον Ελληνικό και παγκόσμιο χώρο και θεωρείται από τις πλέον σημαντικές εταιρείες στην εφαρμογή και θέσπιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι η εταιρεία παραγωγής και διαμόρφωσης αλουμινίου η Euro - Κατασκευή Αλουμινίων Συστημάτων. Η συγκεκριμένη εταιρεία ως βάση και προτεραιότητα από την αρχή της ιδρύσεως της έχει τον άνθρωπο. Ως θεμελιώδες σκοπό έχει την ευημερία αλλά και την ανάπτυξη του ανθρώπου ως άτομο αλλά και ως οντότητα στην κοινωνία όπου ζει για την περαιτέρω ανάπτυξη των λειτουργιών και της σχέσης μεταξύ του ανθρώπου, της ευημερίας αλλά και της ανάπτυξης του κοινωνικού περιβάλλοντος

Η δράση λοιπόν της συγκεκριμένης εταιρίας μέσω της στρατηγικής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν επικεντρώνεται μόνο στην προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και στις κοινωνικές της

ευθύνες έναντι του ατόμου και την κοινωνίας όπου λειτουργεί και παρεμβαίνει. Η συγκεκριμένη εταιρεία έχει κατορθώσει μέσω αυτής της στρατηγικής να δώσει σημαντική έμφαση στον ρόλο όπου διαδραματίζουν οι τεχνολογικές παρεμβάσεις όσον αφορά την οικολογική αποδοτικότητα και την οικονομική ανάπτυξη από την χρήση των φυσικών πόρων μέσω της πολύχρονης εμπειρίας της στο χώρο του αλουμινίου καθώς των εφαρμοσμένων προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Όσον αφορά τον διεθνή χώρο, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε την επίχειρηση της Tellas η οποία έχει εξαγοραστεί από την εταιρεία κινητής τηλεφωνίας WIND (Παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών), η οποία εφαρμόζει με άριστο τρόπο το πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής ευθύνης στις μέρες μας. Σχετικά με την τελευταία μέτρηση αλλά και επίσημη αναγνώριση που έγινε από το Global Reporting Initiative (GRI) και σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα του G3, η Tellas πραγματοποιεί ένα έργο κοινωνικής προσφοράς το οποίο έχει αποφέρει εκπληκτικά αποτελέσματα στην διαχείριση των πηγών του περιβάλλοντος αλλά έχει συγχρόνως οδηγήσει και σε μια υιοθέτηση στρατηγικής η οποία ενσωματώνει επιτυχώς το πλάνο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Μια από τις σημαντικότερες επιχειρήσεις στις μέρες μας η οποία εφαρμόζει ένα εξαιρετικό πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και το αποδεικνύει αυτό καθημερινά με τον σεβασμό της προς το περιβάλλον όπου και λειτουργεί, είναι ο όμιλος της εταιρίας Γερμανός.

Η συγκεκριμένη εταιρία έχει υιοθετήσει και εφαρμόζει αξίες οι οποίες την καθοδηγούν αναλόγως έτσι ώστε να αναπτύξει μια συμπεριφορά που επιτρέπει στην εταιρεία να κινείται πέρα από τα στενά όρια των αποδόσεων αλλά και επιδόσεων άλλων εταιρειών. Η εταιρία Γερμανός εφαρμόζει ένα πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το οποίο είναι απαραίτητο αλλά και βασικό για την κουλτούρα της εταιρείας αλλά και μακρυπρόθεσμη ανάπτυξη της στο Ελληνικό αλλά διεθνές δίκτυο όπου λειτουργεί. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όπου ο η εταιρεία Γερμανός ακολουθεί, δεν αποτελεί ξεχωριστό κομμάτι της στρατηγικής της εταιρείας αλλά μια περιφερειακή συνεχής ενασχόληση η οποία έχει ως απώτερο σκοπό την σωστή αντίληψη του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που λειτουργεί η εταιρία.

Η εταιρία πιστεύει ότι οι διάφορες κοινωνικές προσδοκίες είναι αυτές οι οποίες μπορούν να κρίνουν την βιωσιμότητα αλλά και τις αλλαγές οι οποίες συντελούνται κατά καιρούς στην παγκόσμια αγορά και αποζητούν την οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων ταυτόχρονα με την κοινωνική ευημερία.

Ως απόλυτη προτεραιότητα της επιχειρηματικής της δράση, η εταιρία Γερμανός προσπαθεί να λειτουργεί ως ένας κοινωνικά ευαίσθητος πολίτης με μια ανάπτυξη η οποία λαμβάνει σοβαρά υπόψιν της την κοινωνία αλλά και το περιβάλλον καθώς και την διαρκή εκπαίδευση των υπαλλήλων και στελεχών της εταιρείας. Καθώς η εταιρία λειτουργεί και δραστηριοποιείται στην Ελληνική αλλά και την διεθνή αγορά, προσπαθεί να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες οι οποίες ενισχύουν τον σεβασμό των τοπικών κοινωνιών αλλά και την

υποχρέωση για την προάσπιση αυτών των αξιών στο κοινωνικό σύνολο. Η εταιρεία Γερμανός προσπαθεί επίσης να ευαισθητοποιήσει τους πελάτες αλλά και το κοινό που απευθύνεται σε αυτήν, να λαμβάνει σοβαρά υπόψιν του τις σύγχρονες υποδομές της εταιρείας καθώς και τις αυστηρές προδιαγραφές της ποιότητας και της σωστής διαχείρισης του περιβάλλοντος εκφράζοντας έτσι τον σεβασμό προς τον ίδιο τον άνθρωπο και την κοινωνία.

Η εταιρία προχωράει μπροστά με σκέψη στο μέλλον και επιθυμία οι πελάτες της, οι καταναλωτές αλλά και οι συνεργάτες να είναι οι πρώτοι που θα μαθαίνουν την κάθε εξέλιξη στην τεχνολογία. Επίσης προσπαθεί να δίνει στους πελάτες την απαιτούμενη φροντίδα που πρέπει να λαμβάνουν για να είναι πάντα ικανοποιημένοι και σε θέση να χτίζουν σχέσεις εμπιστοσύνης μέσα από διαδικασίες διαφάνειας και συνεχούς ενημέρωση. Φυσικά όλα αυτά απορρέουν από ένα σωστά εφαρμοσμένο πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όπου η εταιρεία προωθεί και προσπαθεί πάντα να εφαρμόζεται και να λειτουργεί εντός των πλαισίων όπου εκείνη επιθυμεί.

Τέλος μια άλλη επιχείρηση η οποία μπορεί και ξεχωρίζει για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που εφαρμόζει και ουσιαστικά αποτελεί μια θεμελιώδη εταιρική αρχή η οποία αγκαλιάζει το σύνολο της επιχειρηματικής της λειτουργίας και επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τόσο τις κοινωνίες μέσα στις οποίες δραστηριοποιείται η επιχείρηση, όσο και τη συνολική οπτική τους ως προς το κοινωνικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα της δραστηριότητάς της, είναι εκείνη της Cosmote.

Οι βασικοί άξονες του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που εφαρμόζεται από την COSMOTE, θεωρούνται οι εξής παράγοντες :

- *Υπεύθυνη Επιχειρηματική Λειτουργία*, η οποία αφορά τον τομέα της Υπεύθυνη Διοίκησης, τους εργαζομένους στην εταιρία και την ανάπτυξη και τη λειτουργία της αγοράς που δραστηριοποιείται
- *Περιβαλλοντική Υπευθυνότητα*
- *Κοινωνική Υπευθυνότητα*
- *Υπεύθυνη Επιχειρηματική Λειτουργία*

Στην επιχείρηση της COSMOTE, οι υπεύθυνοι πιστεύουν πως η *Υπεύθυνη Επιχειρηματική Λειτουργία* δημιουργεί μια σχετική αξία για την εταιρία και ουσιαστικά αποτελεί σημαντικό τμήμα της εταιρικής τους φιλοσοφίας αλλά και του τρόπου εκείνου με τον οποίο λειτουργούν καθημερινά σε όλες τις χώρες δραστηριοποίησής τους. Σημαντικό συστατικό του τομέα της *Υπεύθυνης Επιχειρηματικής Λειτουργίας* τους αποτελεί εν μέρει η *Υπεύθυνη Διοίκηση* η οποία διέπεται από πολιτικές και συστήματα διοίκησης τα οποία εξασφαλίζουν την επιχειρησιακή τους συνέχεια, το άριστο εργασιακό περιβάλλον που προσφέρουν στους ανθρώπους τους και η ανάπτυξη και η λειτουργία της αγοράς που καθιστούν την επιχείρηση πρωτοπόρο στην αντίληψη του κοινού.

Σχετικά με την *Περιβαλλοντική Υπευθυνότητα*, κύριος στόχος της επιχειρηματικής ανάπτυξης της επιχείρησης, αναφέρονται οι αποφάσεις των ανθρώπων της να μην δημιουργούν αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και

σε κάθε άλλη περίπτωση, να περιορίσουν την όποια τυχόν αρνητική επίδραση του σε αυτό ς με την υιοθέτηση μετρήσιμων δεικτών αξιολόγησης.

Στον τομέα της Κοινωνικής Υπευθυνότητας της επιχείρησης, οι υπεύθυνοι εφαρμόζουν ένα πολυδιάστατο μοντέλο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, του οποίου σκοπός είναι η βιώσιμη ανάπτυξη του οργανισμού, σε συνδυασμό με την ευημερία όλων όσοι επηρεάζονται από τις δραστηριότητες της, μέσω βέβαια της συνεισφοράς των ανθρώπων της στην κάλυψη των πραγματικών αναγκών και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των τοπικών κοινωνιών γενικότερα.

Οι υπεύθυνοι αλλά και Μάνατζερς στην επιχείρηση της COSMOTE πιστεύουν ότι η *Υπεύθυνη Επιχειρηματική Λειτουργία* μπορεί και δημιουργεί μια αξία για την εταιρία και το γεγονός αυτό την κάνει να αποτελεί μέρος της εταιρικής της φιλοσοφίας και του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν όλοι οι εργαζόμενοι καθημερινά σε όλες φυσικά τις χώρες που δραστηριοποιείται. Στο πλαίσιο της *Υπεύθυνης Επιχειρηματικής Λειτουργίας* της επιχείρησης, συμπεριλαμβάνεται όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η *Υπεύθυνη Διοίκηση* η οποία διέπεται από διάφορες πολιτικές και αντίστοιχα συστήματα διοίκησης και τα οποία εξασφαλίζουν την επιχειρησιακή της συνέχεια στην αγορά, το άριστο εργασιακό περιβάλλον που προσφέρει η επιχείρηση στους ανθρώπους της καθώς και η ανάπτυξη και λειτουργία της αγοράς που τους καθιστά πρωτοπόρους στην αντίληψη του κοινού συμφέροντος.

Τα μέρη που αποτελούν την επιχείρηση, δηλαδή οι κοινωνικοί εταίροι, οι εργαζόμενοι σε αυτήν, οι διάφοροι πελάτες, οι προμηθευτές της, οι τοπικοί φορείς, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και σε ορισμένες περιπτώσεις η κοινωνία, απαιτούν μια σωστή διαφάνεια αλλά και μια ενεργό συμμετοχή των σύγχρονων εταιριών στη βελτιστοποίηση του «κοινωνικού γίνεσθαι» στο περιβάλλον που δημιουργείται, στη βιώσιμη αυτή ανάπτυξη της κοινωνίας και πρώτιστα απ'όλα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Για τους συγκεκριμένους λόγους, η επιχείρηση της Cosmote μπορεί και δεσμεύεται ακέραια απέναντι στους κοινωνικούς της εταίρους με σκοπό να συνεχίσει να εφαρμόζει το πολυδιάστατο μοντέλο της Εταιρικής της Ευθύνης, με απώτερο στόχο το σημείο «ευ επιχειρείν» και την μεγάλη προσφορά στην εξυπηρέτηση των ευρύτερων κοινωνικών αναγκών που συντελούνται στην κοινωνία.

Στην COSMOTE πιστεύουμε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δημιουργεί αξία για την εταιρία. Εναρμονίζεται πλήρως με τις επιχειρηματικές μας αξίες, τις πολιτικές και τη διακυβέρνηση που υιοθετούμε στην επιχειρηματική μας πρακτική. Αποτελεί μέρος της εταιρικής μας φιλοσοφίας και του τρόπου με τον οποίο λειτουργούμε καθημερινά. Οι υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές σε όλο το εύρος των δράσεών μας έχουν γίνει αναπόσπαστο τμήμα των στρατηγικών στόχων και πρακτικών της εταιρίας.

Οι Επιχειρηματικές Αρχές που εφαρμόζονται από την επιχείρηση της Cosmote έχουν ως απώτερο σκοπό να επιτύχουν τα παρακάτω :

- *Ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με ειλικρίνεια, σεβασμό και ακεραιότητα*

- Σεβασμός στους νόμους και υιοθέτηση των αρχών επιχειρηματικής ηθικής
- Δημιουργία και πρωτοπορία με θέληση για έντονο ανταγωνισμό
- Συνεργασία μεταξύ των ατόμων που εργάζονται στην επιχείρηση και καλλιέργεια ομαδικού πνεύματος
- Τήρηση υποσχέσεων και δημιουργία ειλικρινούς πνεύματος

Ως συμπέρασμα θα πρέπει να αναφερθεί πως στην επιχείρηση της COSMOTE, οι υπεύθυνοι θεωρού ότι έχουν ένα σημαντικό μερίδιο ευθύνης για την προαγωγή και την ευημερία της κοινωνίας, της οποίας αποτελούν μέρος. Η συγκεκριμένη αυτή αντίληψη, αποτελεί ουσιαστικά ένα θεμέλιο λίθο της φιλοσοφίας της εταιρίας αλλά και ένα σημαντικό δείγμα συνέπειας απέναντι στην κοινωνία που τους «γέννησε». Φυσικό επακόλουθο αυτής της συλλογιστικής, είναι η κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης COSMOTE να αποτελεί πλέον έναν οδηγό διοίκησης, λειτουργίας και κοινωνικής διαγωγής.

Οι υπεύθυνοι για το λόγο αυτό έχουν υιοθετήσει και συνεχίζουν συστηματικά να ενσωματώνουν σε όλες τις επιχειρηματικές πρακτικές και δραστηριότητες τους μια κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση. Παράλληλα, έχουν πετύχει μια πολυεπίπεδη και αρμονική σύνδεση με όλους τους κοινωνικούς συμμετόχους στους οποίους απευθύνονται. Όλοι οι εργαζόμενοι, μέτοχοι, πελάτες, προμηθευτές και η κοινωνία στο σύνολό της καθώς και το φυσικό περιβάλλον, είναι αποδέκτες μια σειρά συγκεκριμένων δράσεων και συμπεριφορών οι οποίες εντάσσονται στο ευρύτερο πολυδιάστατο Πρόγραμμα Κοινωνικής Ευθύνης της επιχείρησης COSMOTE, το οποίο

ονομάζεται «Συμμετοχή», αποδίδοντας σχεδόν κυριολεκτικά το πνεύμα της ενεργούς παρουσίας της επιχείρησης στην κοινωνία. Η υλοποίηση της έννοιας «Συμμετοχής», δεν αποτελεί μια απλή συμμόρφωση προς τις κοινωνικές προσδοκίες και απαιτήσεις πέραν της εκπλήρωσης των νομικών υποχρεώσεων της εταιρίας. Στόχος των ανθρώπων της είναι το όνομα της COSMOTE να γίνει σύμφυτο και με την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

6. Νομοθετικές επιταγές, κρατική παρέμβαση και ιδιωτική πρωτοβουλία

Εξ ορισμού η ΕΚΕ έχει μη υποχρεωτικό χαρακτήρα, δεδομένου ότι στηρίζεται στην εθελοντική πρωτοβουλία και δράση των εταιρειών. Ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ πρέπει να παραμείνει ως έχει. Αφενός γιατί είναι επαρκής και αφετέρου γιατί θα λειτουργήσει αποδοτικότερα όταν αυτή διαμορφώνεται χωρίς την παρέμβαση του κράτους. Η επάρκεια έγκειται στο ότι η αγορά από μόνη της θα εξωθήσει τις εταιρείες στην υιοθέτηση της ΕΚΕ, ενώ η κρατική παρέμβαση θα την εγκλώβιζε σε γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Οι διεθνείς και ευρωπαϊκές εξελίξεις αναφορικά με την ΕΚΕ φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΚΕ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

- ΟΗΕ (2000): με πρωτοβουλία του Γ. Γ. Κόφι Ανάν συντάχθηκε το Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact), έναν κώδικα συμπεριφοράς για μεγάλες εταιρείες. Ο κώδικας αυτός συμπεριλαμβάνει εννέα αρχές των ΗΕ για πολυεθνικές επιχειρήσεις που αναγνωρίζουν ποικίλες μορφές των δικαιωμάτων του ανθρώπου, καθώς επίσης των εργατικών και περιβαλλοντικών δικαιωμάτων. (βλ. παράρτημα)
- ΟΟΣΑ: σε έκθεσή του παρουσιάζει τις κατευθυντήριες γραμμές για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις
- ΔΟΕ: τριμερής δήλωση για τις πολυεθνικές εταιρείες και την κοινωνική πολιτική

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

- συνέδριο του Λονδίνου (1995): επί προεδρίας J. Delors, το οποίο κατέληξε στην ευρωπαϊκή διακήρυξη του επιχειρηματικού κόσμου κατά του κοινωνικού αποκλεισμού
- ιδρύθηκε το Copenhagen Center (1998), μια αυτόνομη οργάνωση που ίδρυσε η κυβέρνηση της Δανίας για να ενθαρρύνει εθελοντικές συμπράξεις μεταξύ κυβερνήσεων και επιχειρήσεων για την προώθηση της κοινωνικής συνοχής.
- Σύνοδος Κορυφής της Λισσαβόνας (2000) η Ε.Ε. έθεσε ως στρατηγικό στόχο να γίνει ως το 2010 «η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή».
- συστάθηκε υπουργείο για την ΕΚΕ στη Βρετανία (2000)
- η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εκδίδει το «πράσινο βιβλίο» για την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ (Ιούλιος του 2001).

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤ
ΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

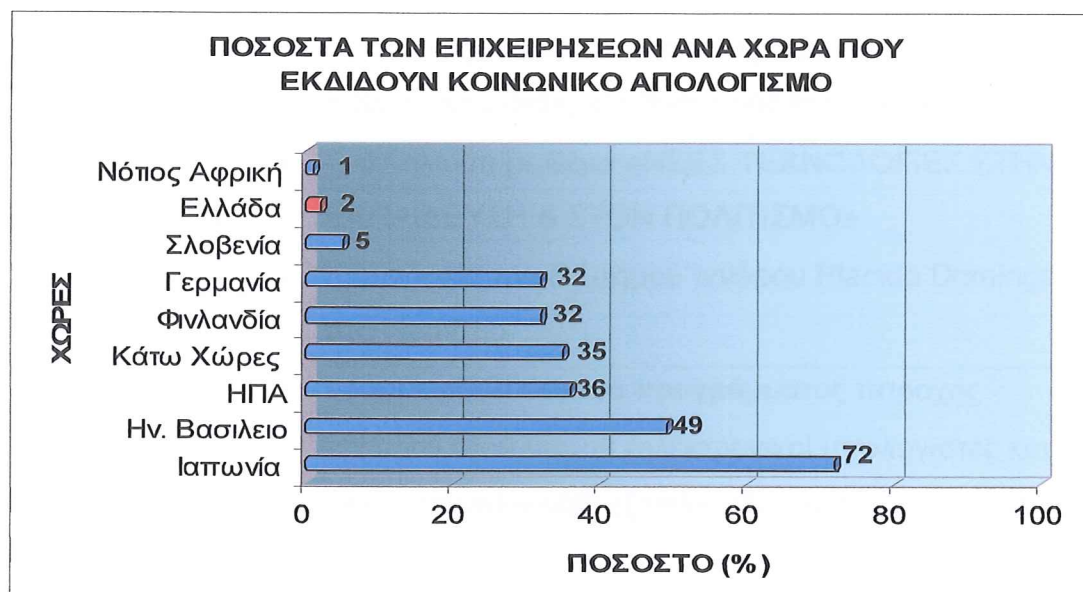
- Συνοδός Κορυφής στο Γκέτεμποργκ (2001). Στρατηγική για βιώσιμη ανάπτυξη. Συμπόρευση οικονομικής ανάπτυξης, κοινωνικής συνοχής και περιβαλλοντικής προστασίας.
- δημοσιεύεται η ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την ΕΚΕ, όπου αναφέρονται τα αποτελέσματα του δημόσιου διαλόγου, αιτία έναρξης του οποίου αποτέλεσε το «πράσινο βιβλίο» (Ιούλιος του 2002).
- δημιουργία του ευρωπαϊκού δικτύου CSR Europe (1996) με έδρα τις Βρυξέλλες.
- έρευνα καταναλωτών από την MORI.

Η ελληνική νομοθεσία έχει προνοήσει για την προστασία του περιβάλλοντος με το νόμο 998/1979 περί Προστασίας των Δασών και των Δασικών Εκτάσεων. Μόλις το 2002, και αφού είχαν προηγηθεί η κατάρρευση του ελληνικού Χρηματιστηρίου και τα διεθνή οικονομικά σκάνδαλα (όπως Enron, WorldCom), η ελληνική κυβέρνηση ψήφισε το νόμο 3016 για την Εταιρική Διακυβέρνηση. Αξιόλογη ιδιωτική πρωτοβουλία αποτελεί η ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, τον Ιούνιο του 2000, από 13 εταιρείες και τρεις επιχειρηματικούς οργανισμούς ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός.¹

¹ Το ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ αποτελεί τον εθνικό εταίρο του CSR Europe και σκοπός του είναι η προώθηση της έννοιας της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων και η προαγωγή της ιδέας της κοινωνικής συνοχής στη χώρα μας, μέσα από την ανάδειξη και αξιοποίηση καλών πρακτικών (best practices). Σήμερα αριθμεί περισσότερα από 50 μέλη.

7. Μορφές-τομείς άσκησης εταιρικής κοινωνικής πολιτικής στην Ελλάδα: χαρακτηριστικά παραδείγματα

Στη χώρα μας η έννοια της ΕΚΕ βρίσκεται σε βρεφικό στάδιο. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν αντιληφθεί την αναγκαιότητα για την εφαρμογή κοινωνικών πρακτικών δεν είναι ενθαρρυντικό. Λίγες είναι οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις που ενεργούν ως καλοί πολίτες και που παράλληλα εκδίδουν ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό. Σε έρευνα μάλιστα που διεξήχθη σε παγκόσμιο επίπεδο το 2002,² μόνο το 2% των επιχειρήσεων που βρίσκονται στην ελληνική επικράτεια εκδίδουν κάθε χρόνο κοινωνικό απολογισμό.³



πηγή : <http://www.kpmg.hu>

Οι περισσότερες εταιρείες που εφαρμόζουν κοινωνικές πρακτικές είναι και μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ. Σε αυτό το τμήμα θα

² KPMG International Corporate Reporting

³ Ενθαρρυντικό, ωστόσο, είναι το γεγονός ότι τα ποσοστά αυτά έχουν ανερχόμενη τάση, ενώ ολοένα αυξάνονται και οι επιχειρήσεις – μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ.

αναφέρουμε ενδεικτικά μορφές άσκησης εταιρικής κοινωνικής πολιτικής από επιχειρήσεις στην Ελλάδα.⁴

Στο *κοινωνικό πεδίο* αξίζει να αναφερθούν κάποιες από τις κοινωνικές ενέργειες που σκιαγραφούν το κοινωνικό πρόσωπο της τράπεζας **EFG EUROBANK ERGASIAS** (πίνακας).

ΤΡΑΠΕΖΑ EFG EUROBANK ERGASIAS Ενδεικτικές κοινωνικές πρακτικές	
ΧΟΡΗΓΙΕΣ (Μόνο το έτος 2000 η Τράπεζα EFG Eurobank Ergasias χορήγησε 1 δισ. δρχ. σε χορηγίες, δωρεές και φιλανθρωπικό έργο)	<ul style="list-style-type: none"> • από το 1993 είναι αποκλειστικός χορηγός της «ΚΑΜΕΡΑΤΑ - Ορχήστρα των Φίλων της Μουσικής» του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών. • αποκλειστικός χορηγός της Παιδικής Σκηνής του Εθνικού Θεάτρου (το «Παιδικό Στέκι - Θέατρο Κατίνα Παξινού» του Εθνικού Θεάτρου) • υποστήριξη εκδόσεων από τρίτους φορείς, όπως το βιβλίο «Κηφισιά», «Ο θησαυρός της Ορθοδοξίας»
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> • η εκδήλωση με θέμα «ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ & ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ» • η συναυλία του διάσημου τενόρου Placido Domingo στο Ηρώδειο
ΆΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	<ul style="list-style-type: none"> • εφαρμογή (2000) του προγράμματος παροχής τεχνικού εξοπλισμού (ηλεκτρονικοί υπολογιστές και άλλος τεχνολογικός εξοπλισμός) σε δημόσια σχολεία της περιφέρειας.

Πηγή: www.eurobank.gr

Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της εταιρείας **ΦΑΓΕ**, όπου χρηματοδότησε το μεγαλύτερο ασφαλιστικό πρόγραμμα στην Ελλάδα, με την ασφαλιστική κάλυψη 700.000 μαθητών δημοσίων σχολείων⁵. Η γνωστή σε

⁴ Πρέπει να σημειωθεί πως οι εταιρικές πρακτικές που αναφέρονται είναι ενδεικτικές και πως οι εταιρείες δεν εξαντλούν τη δράση τους στις πρακτικές και στους τομείς που αναφέρουμε.

⁵ Από την επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας www.fage.gr

όλους μας εταιρεία γαλακτοβιομηχανίας «ΦΑΓΕ» της οικογενείας Φιλίππου και η οποία εμφανίστηκε το 1920 ως ένα μικρό γαλακτοπωλείο στην οδό Πατησίων, μετά το 1974 κατάφερε να εξελιχθεί σε έναν βιομηχανικό κολοσσό με σημαντική κυριαρχία στην αγορά του γιαουρτιού και του γάλακτος. Η εταιρεία ουσιαστικά δραστηριοποιήθηκε και αναπτύχθηκε με το 50% της συγκεκριμένης εταιρείας, τη σημερινή Hellenic Quality Foods και τον όμιλο Ιωφίλ να ανήκουν στο Γιάννη Φιλίππου, και το υπόλοιπο 50% της γαλακτοβιομηχανίας, την Elbisco, την ΕΒΓΑ, τον Μόρνο και τον όμιλο Φιλίππου Investments να ανήκουν στον αδερφό του Κυριάκο Φιλίππου, άξιοι συνεχιστές του οράματος του πατέρα τους ο οποίος πρωτοξεκίνησε με το μαγαζάκι πώλησης γαλακτομικών προϊόντων στην Αθήνα.

Το σλόγκαν στο οποίο στηρίχθηκε η συγκεκριμένα γαλακτοβιομηχανία εδώ και χρόνια και το οποίο την βοήθησε σημαντικά να αναπτυχθεί αναφέρει πως *«Δεν θα φτιάχναμε ποτέ ένα προϊόν που δεν θα δίναμε στα παιδιά μας»*. Ένα σλόγκαν και μια φράση η οποία των ιδρυτών της ΦΑΓΕ που ουσιαστικά αναφέρει και συνοψίζει όλη τη φιλοσοφία της εταιρίας. Ουσιαστικά λοιπόν η φράση αυτή έδωσε ώθηση και κινητήρια δύναμη στην συγκεκριμένη εταιρεία και όρισε σε σημαντικό βαθμό την αποστολή της. Με αυτό τον τρόπο η εταιρεία ΦΑΓΕ κατάφερε να είναι στις μέρες μας μια εταιρία της οποίας το όνομα αποτελεί σημαντική εγγύηση και έχει καταφέρει να το εμπιστεύονται εκατομμύρια καταναλωτές τόσο στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό. Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε πως ο βαθμός δημιουργικότητας της συγκεκριμένης εταιρείας αντικατοπτρίζεται στα γαλακτοκομικά της προϊόντα τα οποία χαρακτηρίζονται ως άριστα από πλευράς ποιότητας και τα οποία

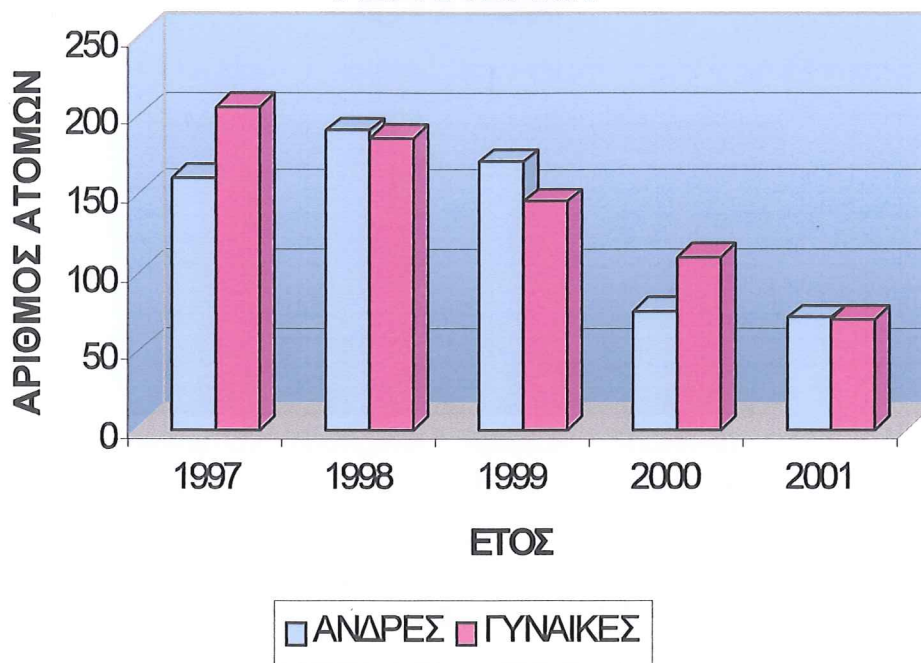
παρασκευάζονται με άρτιους τρόπους με μέσα προηγμένης τεχνολογίας αλλά παραδοσιακές συνταγές πολλών χρόνων.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι η εταιρεία **Shell Hellas**, που έχει να επιδείξει ένα εξαιρετικό ιστορικό κοινωνικών ενεργειών που αντανακλούν το κοινωνικό της πρόσωπο. Εκτός από τις φιλανθρωπικές δωρεές και τις υποτροφίες, οι κοινωνικές δραστηριότητες της **Shell Hellas** (οι οποίες εφαρμόζονται από το 1990) περιλαμβάνουν χορηγίες πολιτιστικών εκδηλώσεων και διάφορα κοινωνικά προγράμματα. Σε αυτό το πλαίσιο δημιουργήθηκαν τα πάρκα κυκλοφοριακής αγωγής των Δήμων Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Σε ένα δεύτερο πεδίο ανάλυσης θα μπορούσε να συμπεριληφθεί το γεγονός ότι αρκετές εταιρείες, όπως η **AEE Αργυρομεταλλευμάτων και Βαρυτίνης** υιοθέτησαν το σύστημα εταιρικής διακυβέρνησης, που εξασφαλίζει μεταξύ άλλων την αποδοτικότερη χρήση των παραγωγικών πόρων, καθώς και τη διαφάνεια στις ενέργειες των επιχειρήσεων.

Αναφορικά με τον ανθρώπινο παράγοντα και ειδικότερα σε ό,τι έχει να κάνει με την ύπαρξη ίσων ευκαιριών και για τα δύο φύλα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πολιτική που ακολουθεί η **ALPHA BANK** στο θέμα αυτό. Όπως φαίνεται και από το σχετικό διάγραμμα σε δύο από τα εμφανιζόμενα έτη, ο αριθμός των γυναικών που προσελήφθησαν υπερβαίνει εκείνον των ανδρών, ενώ κατά το έτος 2001 η αναλογία διαμορφώθηκε σχεδόν σε 1:1.

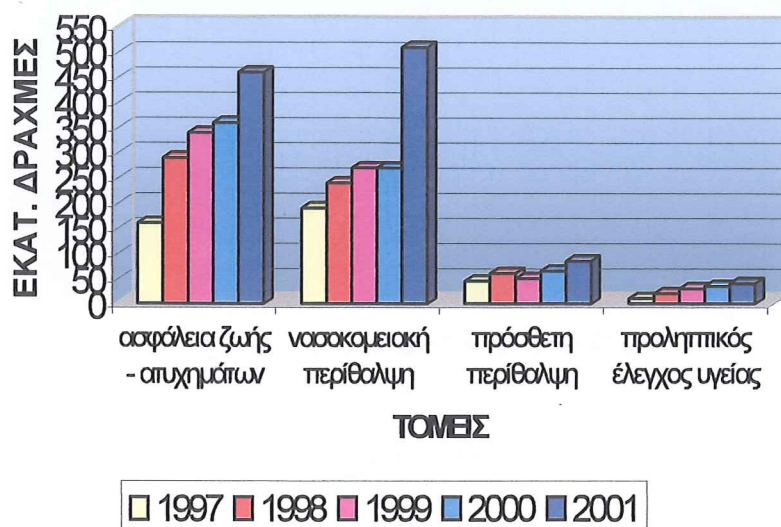
ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΛΗΨΕΩΝ ΚΑΤΑ ΦΥΛΟ ALPHA BANK



Πηγή: Κοινωνικός απολογισμός 2001 της ALPHA BANK

Εξίσου σημαντική είναι η πολιτική μέριμνας όσον αφορά την υγεία του προσωπικού της ίδιας εταιρείας. Η ομαδική ασφάλιση απορροφά τα περισσότερα κονδύλια. Ωστόσο το ενδιαφέρον της τράπεζας εκδηλώνεται και σε άλλα επίπεδα, όπως η ασφάλιση ζωής και ατυχήματος, η κάλυψη νοσοκομειακής περίθαλψης, η πρόσθετη κάλυψη υπηρεσιών περιθάλψεως πέραν εκείνων που προσφέρει το ταμείο υγείας, καθώς και ο προληπτικός έλεγχος της υγείας των στελεχών.

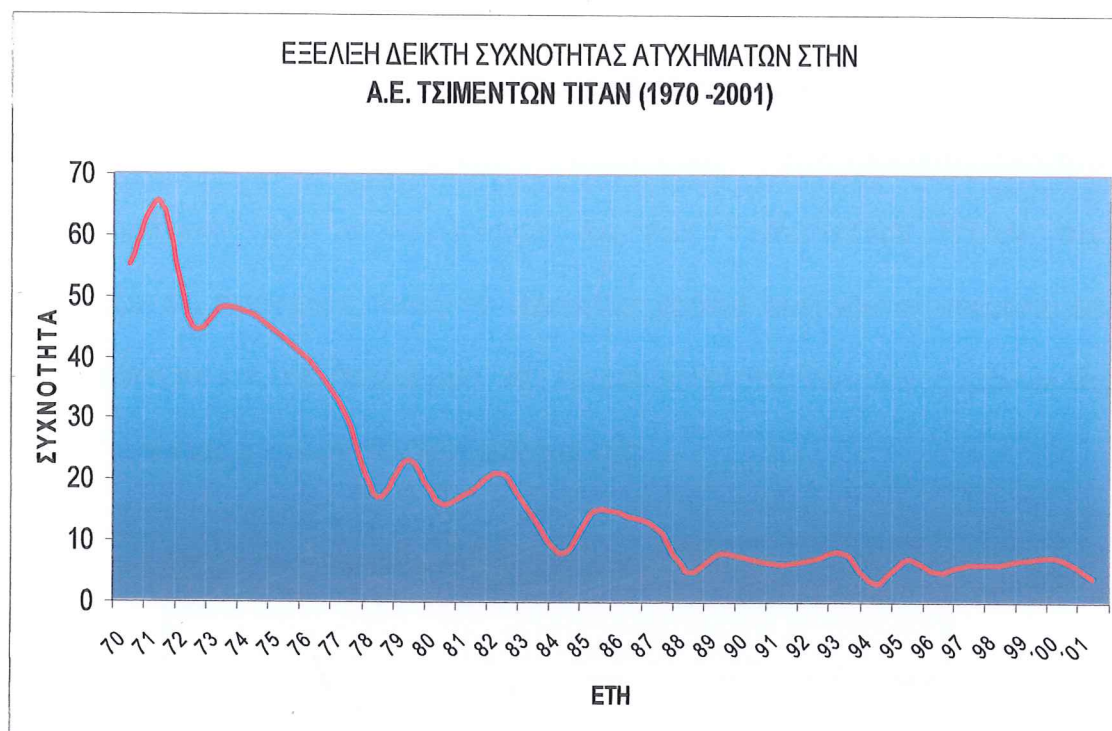
ΔΑΠΑΝΕΣ ΠΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ ALPHA BANK



Πηγή: Κοινωνικός απολογισμός 2001 της ALPHA BANK

Όσον αφορά την ασφάλεια των εργαζομένων, αξιοσημείωτο είναι το έργο της **A.E. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ ΤΙΤΑΝ**. Στο παρακάτω διάγραμμα διαφαίνεται η αποτελεσματικότητα των μέτρων που λαμβάνει η εταιρεία για την ασφάλεια των εργαζομένων της⁶.

⁶ Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι το 2001 η εταιρεία βραβεύτηκε από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό για την Ασφάλεια και την Υγεία στην Εργασία, όργανο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για την εφαρμογή Καινοτόμων Εκπαιδευτικών Προγραμμάτων Πρόληψης Ατυχημάτων



Πηγή: Κοινωνικός απολογισμός 2001 της Α.Ε. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ ΤΙΤΑΝ

Τέλος όσον αφορά θέματα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, ιδιαίτερα αξιόλογο έργο έχει να επιδείξει η **ΑΕΕ Αργυρομεταλλευμάτων και Βαρυτίνης**. Η εταιρεία, υιοθετώντας τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης⁷, δημιούργησε μονάδα βιολογικού καθαρισμού αποβλήτων λυμάτων στη Φωκίδα, ενώ από το 1990 ανακυκλώνει τα λάδια των οχημάτων, τα κατάλοιπα του πετρελαίου και τα ελαστικά. Ενδεικτικό είναι ότι το Νοέμβριο του 2000 έγινε πιστοποίηση κατά ISO 14001 στα μεταλλεία της Φωκίδας.⁸ Επιπροσθέτως, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, η εταιρεία προχώρησε και στην αποκατάσταση του περιβάλλοντος επαναφέροντας έτσι την φύση στο ορυχείο.

⁷ α) Ελαχιστοποίηση της διαταραχής του περιβάλλοντος από την εξορυκτική δράση β) διατήρηση των φυσικών πόρων γ) μείωση κάθε τύπου ρύπανσης

⁸ Η πιστοποίηση κατά ISO 14001 σημαίνει ότι η εγκατάσταση θεωρείται περιβαλλοντικά άρτια σε κάθε δραστηριότητά της

Καταλήγοντας, η υιοθέτηση εταιρικών κοινωνικών πρακτικών στην Νέα Οικονομία⁹ δεν συνεπάγεται οικονομική αναποτελεσματικότητα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Α.Ε. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ ΤΙΤΑΝ, που εφαρμόζει τις πρακτικές αυτές τα τελευταία χρόνια αυξάνοντας παράλληλα, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, την παραγωγικότητα των εργαζομένων της και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά της.

ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΑΕΕ ΑΡΓΥΡΟΜΕΤΑΛΛΕΥΜΑΤΩΝ & ΒΑΡΥΤΙΝΗΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ					
	Έως το 1982	Έως το 1988	Έως το 1994	Έως το 2000	200 1
Αναπλάσει ς- Χωματοκαλ ύψεις (σε m ³)	125. 000	324.00 0	1.590.0 00	3.390. 000	40. 000
Υδροσπορ ά (σε m ²)	701. 000	1.990.0 00	3.110.0 00	4.720. 000	358 .00 0
Φυτεύσεις (σύνολο φυτών)	102. 000	379.00 0	584.00 0	897.0 00	51. 000
Περιφράξει ς (σε m)	12.0 00	60.000	104.00 0	166.0 00	15. 000

Πηγή: Κοινωνικός απολογισμός 2001 της ΑΕΕ Αργυρομεταλλευμάτων & Βαρυτίνης

⁹ Με τον όρο Νέα Οικονομία εννοούμε έναν κόσμο όπου οι άνθρωποι δουλεύουν με τον νου παρά με τα χέρια. Έναν κόσμο στον οποίο η τεχνολογία της επικοινωνίας δημιουργεί παγκόσμιο ανταγωνισμό για την πώληση των αγαθών και την παροχή των υπηρεσιών. Έναν κόσμο όπου η καινοτομία είναι σημαντικότερη από τη μαζική παραγωγή.



Πηγή: Κοινωνικός Απολογισμός 2001 της Α.Ε. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ ΤΙΤΑΝ

Φτάνοντας στο τέλος της εργασίας μας, παρατηρούμε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη γίνεται αστραπιαία παγκόσμια προσδοκία, η οποία απαιτεί μία ολοκληρωμένη ανταπόκριση από τις επιχειρήσεις. Στη Νέα Οικονομία, καθοριστικό ρόλο θα διαδραματίσει ο πολίτης-καταναλωτής, επιβραβεύοντας ή τιμωρώντας την επίδειξη ή όχι κοινωνικής υπευθυνότητας από τις επιχειρήσεις. Έτσι, η επιχείρηση, πλαισιωμένη από την σύγχρονη οικονομία, το φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον αλλά και την κοινωνία στο σύνολό της, καλείται να ενεργεί ως «καλός πολίτης», ώστε μέσα από το σεβασμό, την υπευθυνότητα και την εμπιστοσύνη να περάσει στην ανάπτυξη και στην ανταγωνιστικότητα και τελικά στην κερδοφορία.

8. Προσωπική άποψη για την Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων. Τι σημαίνει ο όρος αυτός και τι οφέλη μπορεί να αποκομίσει μια επιχείρηση που έχει υιοθετήσει αυτή την στρατηγική

Κάθε εταιρία η οποία δραστηριοποιείται στην σημερινή κοινωνία και παρέχει τις υπηρεσίες της στους πολίτες, έχει ως σκοπό την δέσμευση και την σωστή εφαρμογή μιας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης η οποία θα αποτελεί ένα θεμέλιο για δημιουργία αλλά και συντήρηση των αξιών της Κοινωνίας. Στις μέρες μας ο θεσμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να εντοπιστεί και να προσδιοριστεί μέσω των πολιτικών δράσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και η οποία έχει ως άμεσο στόχο την επιβράβευση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων στον τομέα αυτό αλλά και την ενθάρυνση κάποιων οι οποίες δεν εφαρμόζουν ακόμα μια στρατηγική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οι επιχειρήσεις από μέρους τους θα πρέπει να αναγνωρίσουν ότι στις μέρες μας επιβάλλεται ο θεσμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με απώτερο σκοπό την καλύτερη επίτευξη των στόχων της διατήρησης των κοινωνικών αξιών αλλά και των αξιών που διέπουν το περιβάλλον και τον χώρο τον οποίο ζούμε και εργαζόμαστε. Έτσι λοιπόν μέσω των διαφόρων νόμων των οποίων έχουν θεσπιστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την προστασία του περιβάλλοντος, θα πρέπει να εφαρμοστεί από όλες τις επιχειρήσεις ένα τέτοιο πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το οποίο θα προάγει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια.

Θα μπορούσαμε να πούμε πως ο ορισμός ο οποίος μπορεί να δοθεί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μετά από την έρευνα την οποία διαξάγαμε

για το συγκεκριμένο θέμα, είναι μια υπεύθυνη και κοινωνική συμπεριφορά μιας επιχείρησης μέσα στο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και οφείλει να σέβεται ως προς τις διάφορες κοινωνικές αξίες και συνθήκες που διέπουν την λειτουργία της συγκεκριμένης κοινωνίας. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να προσφέρει σε μια εταιρεία πολλά οφέλη όπως η βελτίωση και ενδυνάμωση της φήμης της. Με αυτόν τον τρόπο θα δημιουργηθεί ένας μεγαλύτερος αριθμός ικανοποιημένων καταναλωτών και εργαζομένων αλλά και μιας αλυσίδας συμμετεχόντων μετόχων και συνεργατών .

Τα οφέλη τα οποία θα προσφέρει ένα τέτοιο πρόγραμμα στις επιχειρήσεις θα είναι πολλά και σημαντικά. Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα τα οποία θα προσφέρει είναι το γεγονός ότι θα αποτελεί μια βάση η οποία θα βοηθά τις εταιρείες να υιοθετήσουν ένα κώδικα δεοντολογίας και η οποία θα προάγει σημαντικά την ποιότητα ζωής όλων των ανθρώπων σε μια κοινωνία αλλά συγχρόνως θα καλυτερεύσει και τις εργασιακές συνθήκες των εργαζομένων.

Επίσης ένα πρόγραμμα Εταιρικής Ευθύνης θα λέγαμε ότι θα μπορεί να διαμορφώσει ένα κατάλληλο περιβάλλον στο οποίο οι διάφοροι επιχειρηματίες θα είναι απολύτως σεβαστοί και θα παράγουν μεγάλα κέρδη αλλά συγχρόνως θα ανταποκρίνονται στις διάφορες κοινωνικές προκλήσεις του περιβάλλοντος και στις συνθήκες διαβίωσης των ανθρώπων. Επιπλέον θα αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης σε αντίθεση με αυτές οι οποίες δεν εφαρμόζουν προγράμματα εφαρμογής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και στρατηγικών οι οποίες θα αυξήσουν τον ανταγωνισμό.

Συνοψίζοντας θα λέγαμε ότι στις μέρες μας υπάρχουν διάφορες θεωρίες οι οποίες σχετίζονται με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Μια από τις πιο γνωστές είναι εκείνη η οποία σχετίζεται με την θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών ή εμπλεκόμενων μερών και τα οποία ενδιαφερόμενα μέρη είναι εκείνο το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) στο οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις διάφορες δραστηριότητες της.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θα πρέπει να γίνει ένας θεσμός ο οποίος θα επιβάλλεται ανεξαρτήτως από όλες τις επιχειρήσεις και θα έχει ως άμεσο σκοπό την διατήρηση των κοινωνικών αξιών στις μέρες μας αλλά και στο μέλλον. Τέλος θα πρέπει να πούμε πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη η οποία εφαρμόζεται από τις διάφορες εταιρείες και επιχειρήσει, μπορούν αποδεδειγμένα να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα αυτών των επιχειρήσεων και εφόσον αυτές εφαρμοσθούν με συγκεκριμένους κανόνες και με τον αναγκαίο σεβασμό στον άνθρωπο και στην κοινωνία.

9. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Στρατηγική των Επιχειρήσεων

Η εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνική Ευθύνης στις επιχειρήσεις μπορεί να βοηθήσει αποτελεσματικά αυτές στην διαμόρφωση των στρατηγικών τους ομάδων. Ως Στρατηγικές Ομάδες, ονομάζονται το σύνολο των επιχειρηματικών μονάδων ή επιχειρήσεων που επιζητούν στρατηγικές με την χρησιμοποίηση παρόμοιων πόρων. Οι επιχειρήσεις που ανήκουν στην ίδια στρατηγική ομάδα μπορεί να είναι παρόμοιες μεταξύ τους σε έναν διαφορετικό αριθμό παραγόντων όπως :

- *Αριθμός παραγόμενων προϊόντων*
- *Χρησιμοποιούμενη τεχνολογία*
- *Αγοραστές που απευθύνονται*
- *Σχετική έμφαση στην ποιότητα του προϊόντος*
- *Αριθμός εξυπηρετούμενων αγορών*

Με βάση το συγκεκριμένο παράδειγμα της Alpha Bank στις παραπάνω σελίδες, θα μπορούσαμε να αναφερθούμε στο παράδειγμα των τραπεζών, οι οποίες παράγουν σχεδόν τα ίδια προϊόντα, χρησιμοποιούν την ίδια τεχνολογία, απευθύνονται στην ίδια ομάδα αγοραστών, δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα των προϊόντων τους και εξυπηρετούν επίσης σχεδόν όλες τις αγορές πελατών. Δύο κριτήρια τα οποία θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικά για τις επιχειρήσεις αυτές, είναι οι πελάτες που απευθύνονται αλλά και ο αριθμός των αγορών που εξυπηρετούν.

Για το γεγονός ότι η τραπεζική αγορά στις μέρες μας θεωρείται περισσότερο πλήρως ανταγωνιστική, οι επιχειρήσεις του κλάδου φροντίζουν να διοχετεύουν στην αγορά προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας και υπηρεσίες, αφού μέσω αυτών θα καταφέρουν να ανακτήσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών αλλά να προσελκύσουν και νέες αγορές. Για το λόγο όμως ότι βασικοί πελάτες των τραπεζών αυτών είναι οι επιχειρηματίες και οι έμποροι, οι υπεύθυνοι των τραπεζών προσέχουν πάρα πολύ την ποιότητα των προϊόντων –υπηρεσιών που διοχετεύουν αλλά και τις αγορές που προσελκύουν.

Σίγουρα η κάθε εταιρεία που εφαρμόζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη επιθυμεί να αυξήσει το πελατολόγιο της και να αναδειχθεί σε «ηγέτη» στην αγορά όπου και λειτουργεί, όμως θα πρέπει πάντα να λαμβάνονται υπόψιν κάποιοι σημαντικοί παράγοντες όπως τι ρόλο κατέχει ο παράγοντας της τιμής στην αγορά των καταναλωτών που απευθύνονται αλλά και πως ο αριθμός των εξυπηρετούμενων αγορών επηρεάζει την θέση των επιχειρήσεων εντός της αγοράς και φυσικά την πορεία τους μέσα σε αυτή. Οι προσδιορισμοί αυτοί θα επιτελέσουν σημαντικό επίσης ρόλο στον αριθμό των εξυπηρετούμενων αγορών αλλά και των καταναλωτών που επιθυμούν να προσεγγίσουν οι υπεύθυνοι της κάθε επιχείρησης.

Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί πως με βάση τα δύο αυτά κριτήρια από μέρους των εταιριών και τα οποία συνδέονται με το αγοραστικό κοινό που απεύθυνονται και την αγορά καταναλωτών που θέλουν να εξυπηρετήσουν, θα πρέπει να γίνει κατηγοριοποίηση των αναγκών της αγοράς αλλά και των απειλών ή ευκαιριών που «κρύβονται» εντός αυτής και πως θα μπορούσαν οι

επιχειρήσεις να προσέξουν και να εκμεταλλευτούν τις όποιες δυνατότητες παρουσιάζονται για περαιτέρω ανάπτυξη και κερδοφορία μέσω της εφαρμογής προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Προκειμένου να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ανταπεξέλθουν στον σκληρό ανταγωνισμό που δέχονται καθημερινά μέσω αυτής της εφαρμογής, θα πρέπει να εφαρμόσουν κάποιες συγκεκριμένες στρατηγικές ανάπτυξης οι οποίες θα τις βοηθήσουν να αναδειχθούν και να προχωρήσουν δυναμικά προς την κερδοφορία και μακροχρόνια ύπαρξη εντός της αγοράς όπου και λειτουργούν. Οι διάφορες στρατηγικές ανάπτυξης που μπορεί να εφαρμόσει μια επιχείρηση και η οποία δραστηριοποιείται δυναμικά στον συγκεκριμένο χώρο, σχετίζεται όπως αναφέρθηκε και παραπάνω με τον αριθμό των προϊόντων –υπηρεσιών που παράγει, την τεχνολογία που χρησιμοποιεί, το αγοραστικό κοινό που απευθύνεται, την έμφαση που δίνει στην ποιότητα του προϊόντος –υπηρεσιών καθώς και στον αριθμό των αγορών που εξυπηρετεί.

Αυτό που θα πρέπει σίγουρα να προσέξουν οι υπεύθυνοι της επιχείρησης, είναι η φύση της αγοράς μέσα στην οποία λειτουργεί αλλά και το πως θα πρέπει να προωθήσει τα εμπορεύματα της μέσα σε αυτήν. Μέσω του πλάνου το οποίο ασχολείται λεπτομερώς με τους οικονομικούς, πολιτικούς, κοινωνικούς και περιβαντολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν την λειτουργία της επιχείρησης, οι υπεύθυνοι θα πρέπει να εκτιμήσουν το πως οι παράγοντες αυτοί μπορούν να ασκήσουν θετική ή αρνητική επιρροή στην επιχείρηση. Μια κατάλληλη στρατηγική για μια επιχείρηση του κλάδου θα ήταν σίγουρα η επεκτατική της πολιτική και η προσέγγιση νέων αγορών είτε με καλύτερης τεχνολογίας μηχανήματα, είτε με χαμηλότερες τιμές και

προκειμένου να ανοίξει η μερίδα των καταναλωτών και εμπόρων που επιθυμούν να αγοράζουν από την συγκεκριμένη επιχείρηση.

Προβλήματα που μπορούν να παρουσιαστούν στην συγκεκριμένη περίπτωση, σχετίζονται με την χρησιμοποίηση προηγμένης τεχνολογίας η οποία μπορεί να ανεβάσει το κόστος παραγωγής και συνεπώς και τις τιμές των τελικών προϊόντων. Πάντα η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ενός προϊόντος μπορεί να είναι τέτοια, ώστε να συμβάλει αποτελεσματικά στην διαμόρφωση κόστους παραγωγής αλλά και της τελικής διάθεσης των αγαθών στους καταναλωτές και στις ομάδες εκείνες που η επιχείρηση επιθυμεί να προσεγγίσει και να εντάξει στο πελατολόγιο της. Μπορεί δηλαδή η χρησιμοποίηση ενός συγκεκριμένου τεχνολογικού μοντέλου να επιφέρει παραπάνω κόστος και να συρρικνώσει τα έσοδα που θα επέλθουν στην επιχείρηση.

Αντιθέτως όμως υπάρχουν και στοιχεία τα οποία μπορούν να βοηθήσουν μια συγκεκριμένη στρατηγική των επιχειρήσεων να επιτύχουν τους στόχους τους εντός της αγοράς όπου και λειτουργούν μέσω της χρήσης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Στην περίπτωση αυτή οι υπεύθυνοι κρίνουν πως η αλλαγή τεχνολογικά προηγμένων μηχανημάτων τα οποία είναι φιλικά προς το περιβάλλον, οφελεί την λειτουργία της επιχείρησης, αφού λειτουργεί υπέρ αυτής. Οι καταναλωτές απαιτούν πάντα για καλύτερα προϊόντα και αυτό που επιθυμούν είναι να τα αγοράζουν στην σωστή ποιότητα. Η ποιότητα πάντα αναζητείται από όλους και πολλές φορές η τιμή αντιπαρέρχεται του αυξημένου κόστους παραγωγής.

Τα σενάρια προγραμματισμού και στρατηγικής μιας επιχείρησης, αναφέρονται στον σχεδιασμό στρατηγικών κινήσεων από μέρους των υπεύθυνων εντός της αγοράς όπου λειτουργεί εκείνη και αναπτύσσει συγκεκριμένους κλάδους της παραγωγής της. Μετά από την ανάλυση λοιπόν των παραπάνω, μπορεί να αναφερθεί πως η κάθε εταιρία λειτουργεί σε ένα πλήρως ανταγωνιστικό περιβάλλον στο οποίο θα πρέπει πρώτιστα να εφαρμόζει προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με σκοπό να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών – καταναλωτών. Για το σκοπό αυτό, οι υπεύθυνοι της κάθε εταιρείας επιβάλλεται να κινηθούν βάσει των σεναρίων προγραμματισμού και να αναλύσουν τέσσερις βασικές λειτουργίες στην αγορά οι οποίες αναφέρονται ως ακολούθως :

Έρευνα Αγοράς : η κάθε επιχείρηση προκειμένου να ανταπεξέλθει αποτελεσματικά στην ικανοποίηση των αναγκών του κάθε πελάτη για νέα προϊόντα, πρέπει να χρησιμοποιεί πρωτογενείς έρευνες για τη συλλογή στοιχείων των καταναλωτών αυτών και ανταγωνιστών της αγοράς, καθώς και δευτερογενή στοιχεία από εταιρείες ερευνών

Τμηματοποίηση Αγοράς : η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να διακρίνει σε επιμέρους τμήματα την αγορά βάσει δημογραφικών και ψυχογραφικών χαρακτηριστικών των υπαρχόντων ή πιθανών πελατών και μεταχειρίζεται με τον ίδιο τρόπο καταναλωτές με παρόμοιο προφίλ

Πολιτική Προϊόντων και Υπηρεσιών : η κάθε επιχείρηση προσπαθεί να επιτύχει την ανάπτυξη των προϊόντων της βασιζόμενη στην τεχνολογία και το σύστημα παραγωγής και μετά να ακολουθεί η εισαγωγή

τους στην αγορά προκειμένου οι ανάγκες των καταναλωτών για προϊόντα ιχθυοκαλλιέργειας να ικανοποιηθούν στο 100%

Πολιτική Προβολής : Οι υπεύθυνοι εφαρμογής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της κάθε εταιρίας προσπαθούν να σχεδιάζουν την προβολή των προϊόντων τους βάσει του μέσου όρου ή του χαρακτηριστικού τύπου της αγοράς – στόχου με σκοπό την έγκαιρη πρόβλεψη των αναγκών των καταναλωτών σε μια συγκεκριμένη κατηγορία αυτών των προϊόντων. Επειδή τα κλασσικά μέσα ενημέρωσης οδηγούν σε απρόσωπη επικοινωνία και ο αποδέκτης των διαφημιστικών μηνυμάτων αρνείται να απορροφήσει τις πληροφορίες του μηνύματος, εκτός των περιπτώσεων της προσωπικής πώλησης, οι πωλητές τράπεζας αναλαμβάνουν την δημιουργία των σχέσεων με των πελάτη καθώς και τις δυσκολίες μέτρησης αποτελεσματικότητας των αναγκών τους.

Η θεωρία των πόρων και των ικανοτήτων έχει αναπτυχθεί κατά τις τελευταίες δύο δεκαετίες και αναφέρει πως κάθε επιχείρησης διαφέρει από τους ανταγωνιστές της ως προς τους πόρους και τις ικανότητες των υπαλλήλων της αλλά και με τον τρόπο που τους «εκμεταλλεύεται» την εφαρμογή της εταιρικής της κοινωνικής ευθύνης. Εκείνοι που υποστηρίζουν την θεωρία αυτή, έχουν αναφέρει ότι σε μια περίοδο που το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων αλλάζει συνεχώς και με ταχείς ρυθμούς, ενώ την ίδια στιγμή οι προσδοκίες των πελατών παραμένουν άστατες και η τεχνολογία εξελίσσεται συνεχώς, τα χαρακτηριστικά στο εσωτερικό της επιχείρησης που αναφέρονται ως οι πόροι και οι ικανότητες των υπαλλήλων

της μπορούν να προσδώσουν μια συγκροτημένη βάση για τον απώτερο σχεδιασμό και εφαρμογή της στρατηγικής της.

Από την συγκεκριμένη θεωρία απορρέουν δύο κατευθύνσεις, προκειμένου να γίνει αντιληπτή το πόσο σημαντικό είναι το εσωτερικό περιβάλλον της κάθε επιχείρησης και με σκοπό τον σχεδιασμό της στρατηγικής της. Γεγονός πάντως είναι πως οι πόροι και οι ικανότητες εντός της κάθε επιχείρησης παρέχουν την βασική κατεύθυνση για την χάραξη της στρατηγικής της και δεύτερον οι δύο αυτοί παράγοντες αποτελούν πηγές κερδοφορίας και επιτυχίας. Για το γεγονός λοιπόν πως η επιτυχία μιας επιχείρησης συνδέεται άμεσα με τους πόρους και τις ικανότητες αυτής, σίγουρα οι πηγές αυτές μπορούν να επηρεάσουν άμεσα την στρατηγική της.

Οι φυσικοί πόροι που θέτονται στην ευχέρεια μιας επιχείρησης περιλαμβάνουν τις πρώτες ύλες, τον μηχανολογικό εξοπλισμό, την τεχνολογία και τις διάφορες καινοτομίες. Οι ανθρώπινοι πόροι αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, τις γνώσεις του προσωπικού, την εμπειρία τους και τις ικανότητες τους. Τέλος οι οργανωσιακοί πόροι περιλαμβάνουν την χρηματοδότηση, την διοίκηση, την ηγεσία και την κουλτούρα της επιχείρησης.

10. Μεθοδολογία και Τρόπος Συλλογής Πηγών και Πληροφοριών Εκπόνησης Πτυχιακής Εργασίας

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται οι τρόποι με τους οποίους ολοκληρώθηκε η συγκέντρωση των απαραίτητων στοιχείων για την συγγραφή αυτής της πτυχιακής εργασίας. Η συλλογή των στοιχείων ολοκληρώθηκε μέσω βιβλιογραφικής έρευνας και συλλογής σχετικών πληροφοριών για την λειτουργία των εταιριών οι οποίες λειτουργούν και φέρουν ουσιαστικά την υποχρέωση εφαρμόζουν τους κανόνες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Από τις αντίστοιχες πηγές που αφορούν το συγκεκριμένο αντικείμενο μελέτης, εξάχθηκαν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά το πως λειτουργούν επιχειρήσεις οι οποίες στηρίζονται στις βασικές αρχές λειτουργίας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Η έρευνα διεξήχθη στην συγκεκριμένη μελέτη, βοήθησε τον φοιτητή στην κατανόηση του θέματος της πτυχιακής της εργασίας αλλά και στα καθημερινά γεγονότα που συνδέονται άμεσα με το θέμα που παραθέτει. Οι άνθρωποι διεξάγουν κάποια έρευνα για να συλλέξουν αποτελέσματα με ένα συστηματικό τρόπο, και επομένως να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους¹⁰. Κάθε ακαδημαϊκή έρευνα απαιτεί μια “μεθοδολογία” προκειμένου να αναλύσει τα αποτελέσματα. Αυτή αποτελείται από τρόπους και μεθόδους παραγωγής και ανάλυσης δεδομένων έτσι ώστε οι διάφορες θεωρίες να δοκιμαστούν και να γίνουν αποδεκτές είτε να απορριφθούν. Επομένως η μεθοδολογία η οποία χαρακτηρίζεται ως πρωταρχική, σχετίζεται τόσο με την λεπτομερή έρευνα μέσω της οποίας συλλέγονται τα δεδομένα καθώς και με τις πιο γενικές

¹⁰ Saunders et all, (2005), “Specified ways for research and analysis of data”, Prentice Hall

φιλοσοφικές απόψεις. Ο τρόπος που σκεφτόμαστε σχετικά με την ανάπτυξη των γνώσεων μας, επηρεάζει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο διεξάγουμε την έρευνα¹¹.

10.1 Συλλογή Δεδομένων

Λόγω της βιβλιογραφικής και ερευνητικής φύσης της συγκεκριμένης εργασίας, ένα είδος μεθοδολογίας δευτερογενούς έρευνας χρησιμοποιείται για να οδηγήσει στα αποτελέσματα τα οποία επιθυμεί ο φοιτητής. Ένας αριθμός μεθόδων εμπλέκεται, προκειμένου να την καταστήσει ικανή να επιτύχει μια μεγαλύτερη κατανόηση των πηγών που χρειάζεται για την ανάλυση των σκέψεων της σχετικά με το θέμα που ερευνά. Αυτό είναι αναγκαίο μέσα σε μια έρευνα και μελέτη, καθώς τα αποτελέσματα τα οποία συλλέγονται από μια συγκεκριμένη περιοχή μπορούν να είναι περισσότερο αποτελεσματικά από εκείνα που προέρχονται από κάπου αλλού. Κάθε μέθοδος συλλογής δεδομένων έχει τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα.

10.2 Δευτερεύων Δεδομένα

Ως Δευτερεύων δεδομένα περιγράφονται εκείνα στα οποία οι πληροφορίες συλλέγονται και καταγράφονται από κάποιον άλλον νωρίτερα

¹¹ Zikmund W.G., (2000), "*Business Research Methods*". London: Harcourt college publishers.

και για σκοπούς, οι οποίοι είναι διαφορετικοί από εκείνους του συγγραφέα¹². Τα δευτερεύων δεδομένα παρέχουν την βάση για ένα καλό ιστορικό πληροφοριών, θέτοντας ικανή την συγγραφέα να καταλάβει το αντικείμενο εργασίας της καθώς και να παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για στήριξη των θεωριών από την πρωταρχική έρευνα. Είναι ευνόητο λοιπόν ότι μπορεί ευκολότερα κάποιος να βρει δευτερεύων δεδομένα για την έρευνα του, αφού αυτά έχουν γραφτεί προηγουμένως και έχουν εκδοθεί σε κάποια έντυπο τύπο ή στο διαδίκτυο. Τα περιοδικά και ο έντυπος τύπος είναι πρωταρχική φιλολογική πηγή για κάθε πληροφορία. Τα άρθρα σε αυτά είναι ικανοποιητικά προσβάσιμα και αναφέρονται σε ποικίλα θέματα της καθημερινότητας¹³.

10.2.1 Πηγές Δευτερογενών Δεδομένων

Οι πηγές των δευτερογενών δεδομένων, χαρακτηρίζονται ως εσωτερικές και εξωτερικές. Ως εσωτερικές αναφέρονται εκείνες οι οποίες περιλαμβάνουν πληροφορίες και ερμηνείες σχετικά με την λειτουργία των επιχειρήσεων ως προς την εφαρμογή του όρου εταιρική κοινωνική ευθύνη και ως εξωτερικές χαρακτηρίζονται εκείνες που παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες και στοιχεία που έχουν δημοσιευθεί νωρίτερα σε διάφορες μελέτες ή παρέχονται επί πληρωμή από διάφορους οργανισμούς έρευνας, τις διάφορες κλαδικές μελέτες και δημοσιεύσεις Οργανισμών και Υπουργείων.

¹² Saunders M., Lewis P. and Thornhill A., 2000, "Research Methods For Business Students", London: Prentice Hall.

¹³ Zikmund W.G., 2000, "Business Research Methods". London: Harcourt college publishers.

10.3 Ανάλυση Δεδομένων

Τα στοιχεία που συλλέγονται από τον φοιτητή παράγουν ποιοτικά δεδομένα, τα οποία αναλύονται και επεξεργάζονται από το άτομο αυτό. Οι απαντήσεις που προσφέρονται σε αυτήν και σε συνδυασμό με τις πηγές που η ίδια έχει επιλέξει για να τεκμηριώσει την έρευνα της, θα την βοηθήσουν στην συνέχεια να εκτιμήσει σωστά τα γεγονότα και τις πηγές αυτές και να καταλήξει στα συμπεράσματα της. Θα προχωρήσει έτσι με αυτό τον τρόπο στην καταγραφή των απόψεων της αλλά και του τι πραγματικά συμβαίνει με το θέμα που θέλει να αναλύσει εις βάθος.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Αντί επιλόγου: Ιδιωτική πρωτοβουλία versus κρατικής παρέμβασης;

Η αδυναμία της οικονομίας της αγοράς να λειτουργήσει ανταγωνιστικά είναι γνωστή ήδη από την εποχή των νεοκλασικών οικονομολόγων Ρίγου και Walras, οι οποίοι πρότειναν ως δεύτερη καλύτερη επιλογή την κρατική παρέμβαση.

Μήπως η ανάληψη κοινωνικής ευθύνης από την ιδιωτική πρωτοβουλία έρχεται να αντικαταστήσει την κρατική παρέμβαση; Η απάντηση είναι μάλλον αρνητική. Η ΕΚΕ δεν υποκαθιστά τον κοινωνικό ρόλο του κράτους, έχει σαφώς εθελοντικό χαρακτήρα και μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά προς την κρατική παρέμβαση. Τελικά, σε μία κοινωνία όπου οι επιχειρήσεις λειτουργούν ως καλοί πολίτες μέσα στο πλαίσιο που περιγράψαμε εδώ και το κράτος παρεμβαίνει για την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής και την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού, οι κοινωνικές συγκρούσεις θα αμβλύνονται και θα προάγεται η ευμάρεια του συνόλου της κοινωνίας.

Το όραμα της κοινωνικής ευθύνης κλείνει μέσα του κάτι το ανατρεπτικό. Αν υιοθετηθεί σταδιακά από τις επιχειρήσεις και τελικά ενσωματωθεί ως αναπόσπαστο κομμάτι στη λειτουργία κάθε επιχείρησης, τότε ένα μεγάλο βήμα της ανθρωπότητας προς το καλύτερο θα έχει γίνει. Ο ανταγωνισμός κάθε επιχείρησης για το μέγιστο κέρδος θα έχει μετασχηματιστεί σε ευγενή άμιλλα των επιχειρήσεων για το μέγιστο κοινωνικό όφελος. Και αυτό θα οδηγήσει σε μία κοινωνία με την κοινωνική αλληλεγγύη περισσότερο παρούσα από ποτέ.

Βιβλιογραφία

A) ΒΙΒΛΙΑ

i) *Ελληνόγλωσσα*

Κουζής Γ.-Γεωργακοπούλου Β., Σύνδεση αμοιβής-παραγωγικότητας. Ο ρόλος της συλλογικής διαπραγμάτευσης, 1993, ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, εκδ.

Παπαζήσης

Κουκιάδης Δ.Ι., *Εργατικό Δίκαιο*, Θεσσαλονίκη, 1995, Εκδόσεις Σάκκουλα

Στασινοπούλου Ο., *Κράτος Πρόνοιας*, Αθήνα, εκδ. Gutenberg, 2000

Ψαλιδόπουλος Μ., *Οικονομικές θεωρίες και κοινωνική πολιτική*, 2^η έκδ., Αθήνα, Εκδόσεις Αίολος, 1997

Παπαλεξανδρή Ν. και Μπουραντάς, Δ., *Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων*, Αθήνα 2002

Χυτήρης, Λ., *Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων*

Τσακλαγκνός, Α., *Μάρκετινγκ*, τόμος Β΄,

Πράσινο Βιβλίο, Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Βρυξέλλες 18/7/2001.

Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Βρυξέλλες 2/7/2002.

ii) Ξενόγλωσσα

McIntosh M. Leipziger D. Jones K. Coleman G., *Corporate Citizenship*, London, 1998,

Financial Times – Pitman Publishing

Miller A., *Strategic Management*, 3^η εκδ., McGrawHill International Edition, 1998

Rees G.- Smith C., *Economic Development*, 2^η εκδ., MacMillan Press, 1998

Sagawa S.-Segal E., *Common Interest, Common Good*, Harvard Business School Press

Corporate Social Responsibility: A business Contribution to Sustainable development, Industrial relations and industrial change, European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs, July 2002

B) ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ-ΤΥΠΟΣ

i) Ελληνόγλωσσα

Αναλυτής Ν., πρόεδρος του Ελληνικού Δικτύου ΕΚΕ, συνέντευξη στην «Καθημερινή-Οικονομική», Κυριακή 22 Φεβρουαρίου 2009

Γαρυφαλάκης Σ., Συνέντευξη στην *Οικονομική και Βιομηχανική*

Επιθεώρηση, τόμος 69, τεύχος 784, Νοέμβριος 2002

Κυριακόπουλος Ο., Ομιλία με θέμα «Κοινωνική Ευθύνη» στο 1^ο

Πανευρωπαϊκό Συνέδριο για την ΕΚΕ, *Δελτίο ΣΕΒ*, Τεύχος 599,

Νοέμβριος–Δεκέμβριος 2001

Παπαλεξόπουλος Δ., Συνέντευξη στην *Οικονομική και Βιομηχανική*

Επιθεώρηση, τόμος 70, τεύχος 786, Ιανουάριος 2007

Stiglitz J., Συνέντευξη στον *Οικονομικό Ταχυδρόμο*, φ. 31(2517), 2002

«Οι επιχειρήσεις που αξίζει να δουλεύει κανείς» στον *Οικονομικό*

Ταχυδρόμο, φ.9 (2547), 2003

«Δωροδοκία, η συνήθης πρακτική ρωσικών και κινεζικών επιχειρήσεων» ©

The Economist Newspaper, London, από την *Οικονομική και Βιομηχανική*

Επιθεώρηση, τόμος 69, τεύχος 781

ii) Ξενόγλωσσα

Martin L.R., «The Virtue Matrix: Calculating the Return on Corporate

Responsibility», *Harvard*

Business Review, March 2002

«Integrating CSR in international trade», *CSR Magazine*, January 2003

«The case for brands», Leaders, *The Economist*, 8th Sep. 2001

Γ) ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

<http://www.fgi.org.gr> (Δικτυακός τόπος ΣΕΒ)

<http://www.csreurope.org> (Δικτυακός τόπος European Business Network for CSR)

<http://www.ote.gr> (Δικτυακός τόπος ΟΤΕ)

<http://www.delta.gr> (Δικτυακός τόπος ομίλου Δέλτα)

<http://www.titan.gr> (Δικτυακός τόπος ομίλου Τιτάν)

<http://www.eurobank.gr> (Δικτυακός τόπος EFG Eurobank-Ergasias)

<http://www.alpha.gr> (Δικτυακός τόπος Alpha Bank)

<http://www.intracom.gr> (Δικτυακός τόπος Intracom)

<http://www.rand.org> (Δικτυακός τόπος Research AND Development institute)

<http://www.cosmote.gr> (Δικτυακός τόπος Cosmote)