

**Α.Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**  
**ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ:**  
**Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΩΣ ΚΑΛΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ**

ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2008



**ΑΓΙΟΜΥΡΓΙΑΝΝΑΚΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ, Α.Μ. 2206, ΠτΣΤ'**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: Κα ΑΝΘΗ ΠΙΝΑΚΟΥΛΑΚΗ**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Με την περάτωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, μου δίνεται η ευκαιρία να ευχαριστήσω θερμά την καθηγήτρια και επόπριά μου Κα Πινακουλάκη Ανθή. Χωρίς την υποστήριξή και βοήθειά της, καθώς και την άμεμπτη κατανόηση και υπομονή της η εργασία δεν θα είχε ολοκληρωθεί.

Ακόμα θα ήθελα να ευχαριστήσω όλες τις πηγές που μου επέτρεψαν να φέρω σε πέρας την εργασία.

Αγιομυργιαννάκη Αναστασία

Νοέμβριος 2008

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b><u>Περίληψη (Ελληνική)</u></b> .....	5
<b><u>Περίληψη (Αγγλική)</u></b> .....	6
<b><u>Εισαγωγή</u></b> .....	7
<b><u>Κεφάλαιο 1ο :</u></b>	
1. Έννοια και περιεχόμενο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	8
2. Τι σημαίνει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον απλό πολίτη;.....	10
3. Γιατί μία επιχείρηση πρέπει να είναι κοινωνικά υπεύθυνη;.....	11
<b><u>Κεφάλαιο 2ο :</u></b>	
1. Τι γίνεται στην Ελλάδα, σε πιο σημείο βρισκόμαστε, πόσο πίσω είμαστε και τι προοπτικές δημιουργούνται;.....	13
2. Αρχές που διέπουν την Ε.Κ.Ε.....	15
3. Πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε.;.....	15
4. Ποια τα οφέλη και τα κόστη για τις επιχειρήσεις;.....	16
5. Δείκτες μέτρησης της Ε.Κ.Ε.....	18
a. Domini 400	
b. FTSE 4 Good	
6. Χάρτα Δικαιωμάτων.....	20
7. Πράσινη Βίβλος.....	23
<b><u>Κεφάλαιο 3ο :</u></b>	
1. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ανθρώπινο Δυναμικό.....	28
2. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Περιβάλλον.....	28
3. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Καταναλωτές.....	29

## **Κεφάλαιο 4ο :**

1. Πότε ιδρύθηκε το Ελληνικό Δίκτυο και ποιοι είναι οι στόχοι του;..	31
2. Επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τη στρατηγική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης:	
a. COCA - COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ.....	32
b. ΦΑΓΕ ΑΕ.....	33
c. ΕΛΑΪΣ ΑΕ.....	34
d. CHAMPION – ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ.....	35
e. Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ.....	36
3. Η Ε.Κ.Ε. μειώνει το κόστος των επιχειρήσεων.....	37
4. Ο ρόλος των Δημόσιων Σχέσεων στην Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	38
5. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνες Επενδύσεις.....	39
<b><u>Μελλοντικές προτάσεις</u></b> .....	40
<b><u>Συμπεράσματα</u></b> .....	41
<b><u>Βιβλιογραφία</u></b> .....	42

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Την τελευταία δεκαετία, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις αναλαμβάνουν να συνεισφέρουν ενεργά στην κοινωνία, επιδεικνύοντας κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις, ενισχύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την οικονομική ανάπτυξη τόσο της κοινωνίας, όσο και της ίδιας της επιχείρησης.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, ορίζεται σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο, ως η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους.

Οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Η εφαρμογή τους εντοπίζεται κυρίως στο ανθρώπινο δυναμικό και στα ανθρώπινα δικαιώματα, στις συνθήκες εργασίας και στην εκπαίδευση, σε κοινωνικές δραστηριότητες και στην προστασία του περιβάλλοντος.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη για να λειτουργήσει σωστά στην επιχείρηση και στην κοινωνία, πρέπει να ταυτιστεί με τις πολιτικές στο εσωτερικό της επιχείρησης και τους εργαζομένους της, να ενσωματωθεί στη λειτουργία του marketing, αλλά και στις στρατηγικές για την ανάπτυξή της στην αγορά.

## **CONSPECTUS**

The last decade, more and more companies undertake to contribute actively in the society, demonstrating socially responsible actions. In this way the economic growth is strengthening the society, and the corporation.

The corporate social responsibility, is prescribed according to the Greek Network, as the willing engagement of the enterprises for incorporation in their enterprising practices for social and environmental actions, which are beyond and above those who they are imposed by the legislation and have relation with those whose are influenced by their activities.

The Greek consumers know that the companies have to demonstrate socially responsible actions. Their application is located mainly in the human potential and in the human rights, in the conditions of work and in the education, in social activities and in the protection of environment.

The corporate social responsibility in order to function right in the company and in the society, should be identified with the policies in the interior of corporation and her workers, be incorporated in the function of marketing, but also in the strategies for her growth in the market.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε μία εποχή, όπου το κύριο χαρακτηριστικό του ανταγωνισμού είναι η διαρκώς αυξανόμενη έντασή του, οι επιχειρήσεις καλούνται, όχι μόνο να επιβιώσουν, αλλά και να αναπτυχθούν, κερδίζοντας με το μέρος τους την κοινή γνώμη.

Εδώ και μια δεκαετία περίπου, η ηθική ευθύνη των επιχειρήσεων έχει καταστεί ένας από τους βασικούς στρατηγικούς στόχους τους, και αυτό, επειδή έχει γίνει πλέον κατανοητό σε πολλούς, ότι η παραγωγή αγαθών υπό τη μορφή προϊόντων ή υπηρεσιών δεν αρκεί στον καταναλωτή.

Οι ίδιοι οι πολίτες πιέζουν όλο και περισσότερο για την ενίσχυση της υπευθυνότητας των επιχειρήσεων σε σοβαρά κοινωνικά ζητήματα. Η δέσμευση μιας επιχείρησης απέναντι στη λεγόμενη εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι κριτήριο για την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, ενώ ένας στους πέντε καταναλωτές είναι διατεθειμένος να πληρώσει περισσότερο για τέτοια προϊόντα.

Η ταυτότητα και η κουλτούρα μιας επιχείρησης καθορίζουν και το εύρος της ευθύνης. Οι ηθικοί κώδικες, οι ανθρώπινες κοινωνικές πολιτικές, η ιδέα της επιχειρηματικής δεοντολογίας και οι περιβαλλοντικές διαδικασίες μειώνουν τους επιχειρηματικούς κινδύνους, αναπτερώνουν την δημιουργικότητα και την αφοσίωση των εργαζομένων και βελτιώνουν την οικονομική απόδοση για το παρόν και το μέλλον.

Ωστόσο, η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν περιορίζεται μόνο στην συμπεριφορά της επιχείρησης πέρα από τις εγκαταστάσεις της, απέναντι στους πελάτες της, την κοινωνία και το περιβάλλον, αλλά και στη σχέση μεταξύ εργοδότη και εργαζόμενου. Το ενδιαφέρον της, εκτός των άλλων, πρέπει να επικεντρώνεται στις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων της, στην υγεία και την ασφάλεια τους, καθώς και στις ίσες ευκαιρίες που πρέπει να υπάρχουν για την αξιοποίηση των εργαζομένων της.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### Έννοια και περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Ε.Κ.Ε. – Corporate Social Responsibility) υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπιση της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής, το οποίο είναι και η κύρια αιτία για την ανάπτυξη και διάδοση της ιδέας της Ε.Κ.Ε..

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης άρχισε να συζητείται από τη δεκαετία του 1930 στις ΗΠΑ. Στο πέρασμα των τελευταίων δεκαετιών, η Ε.Κ.Ε. αποτελεί μία έννοια σε συνεχή εξέλιξη. Η υιοθέτησή της από πολλές επιχειρήσεις ανά τον κόσμο, συνδέθηκε με τη δημιουργία ενός μεγάλου αριθμού εθελοντικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που προέβλεπαν την ευθύνη της κάθε επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον.

Τα τελευταία χρόνια οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου έχουν αρχίσει να απομακρύνονται από τις παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο απλώς σε ορισμένες δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους και υιοθετούν σταδιακά μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον του. Με αυτή την μεταστροφή στοχεύουν στη μακροπρόθεσμη αύξηση της απόδοσής τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή, τα άτομα και τις ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν και να επηρεαστούν από τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Επιπροσθέτως, οι πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέονται με την παγκοσμιοποίηση προκαλούν ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές, με συνέπεια τη ριζική αλλαγή των προσδοκιών της κοινωνίας για



το ρόλο των επιχειρήσεων. Οι εταιρίες κρίνονται, πλέον, όχι μόνο βάσει των οικονομικών αποτελεσμάτων ή της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και βάσει των περιβαλλοντικών και κοινωνικών κριτηρίων.

Ενώ παρατηρείται ότι η έννοια της Ε.Κ.Ε. χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο ως αντικείμενο στρατηγικών συζητήσεων των επιχειρήσεων, δεν έχει υπάρξει μέχρι σήμερα διεθνώς ένας ενιαίος και κοινά αποδεκτός ορισμός της.

Οι περισσότεροι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί για την Ε.Κ.Ε. τονίζουν την ανάγκη να συνειδητοποιήσει μία επιχείρηση ότι αποτελεί ενεργό μέλος της κοινωνίας στην οποία δραστηριοποιείται. Επίσης, περιγράφουν τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης, όπως η εθελοντική δράση, η τριπλή απόδοση της επιχειρηματικής δραστηριότητας (οικονομικός, περιβαλλοντικός και κοινωνικός αντίκτυπος) και οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες μιας επιχείρησης ως αναπόσπαστο μέρος της επιχειρηματικής στρατηγικής της.

Η ποικιλομορφία που παρατηρείται στον ορισμό της Ε.Κ.Ε., αντανακλά κυρίως στις διαφορετικές εθνικές παραδόσεις, συνθήκες και προκλήσεις, που αντιμετωπίζει η κάθε επιχείρηση.

Για παράδειγμα στη Βραζιλία «Ε.Κ.Ε. σημαίνει δέσμευση να αγωνιστείς για την καλύτερη οικονομική ανάπτυξη της κοινότητας, να σέβεσαι τους εργαζόμενους και να βελτιώνεις τις ικανότητές τους, να προστατεύεις το περιβάλλον και να συμβάλεις στη δημιουργία πλαισίων μέσα στα οποία να μπορεί να ευημερήσει μια ηθική επιχείρηση<sup>1</sup>».

Στις Η.Π.Α. «Ε.Κ.Ε. σημαίνει να αναλαμβάνεις προσωπική ευθύνη για τις πράξεις σου και τις συνέπειες που έχουν αυτές στην κοινωνία. Εταιρίες

---

<sup>1</sup> «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: η λογική της καλής επιχειρηματικότητας», Richard Holme, Rio Tinto & Philip Watts, Royal Dutch/Shell Group, Περιοδικό Μάνατζερ, Τεύχος 15, Απρίλιος – Μάιος 2003, σ.7.

και εργαζόμενοι οφείλουν να περάσουν μια φάση προσωπικής αλλαγής, να επανεξετάσουν τους ρόλους και τις ευθύνες τους και να ενισχύσουν την ικανότητα ανάληψης ευθύνης<sup>2</sup>».

Στην Ελλάδα, το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. διατυπώνει τον εξής ορισμό: « Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες, κ.λπ.)».

Όσον αφορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στην Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η Ε.Κ.Ε. περιγράφεται ως: «η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη<sup>3</sup>».

### **Τι σημαίνει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον απλό πολίτη;**

Παρόλο που οι Έλληνες πολίτες καταναλωτές, δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ειλικρινή πρόθεση να συνεισφέρουν στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων, αναγνωρίζουν ότι μπορούν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις.

Η πρόθυμη αποδοχή και καταξίωση των ενεργειών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη συνείδηση των καταναλωτών και η σύμπραξή τους

---

<sup>2</sup> “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: η λογική της καλής επιχειρηματικότητας”, Richard Holme, Rio Tinto & Philip Watts, Royal Dutch/Shell Group, Περιοδικό Μάνατζερ, Τεύχος 15, Απρίλιος – Μάιος 2003, σ.7.

<sup>3</sup> “Οδηγός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης”, Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων, Λευκωσία, Ιούνιος 2006, σ.4.

στις σχετικές εταιρικές πρωτοβουλίες, μπορούν να ενισχυθούν υπό ορισμένες προϋποθέσεις:

1. Εφόσον η εταιρεία ή το σήμα-προϊόν που φιλοδοξεί να συνδεθεί με την προώθηση ενός κοινωνικού σκοπού, είναι αδιαμφισβήτητης αξίας και ποιότητας.
2. Εφόσον το κόστος της κοινωνικής πολιτικής των προϊόντων δεν θα μετατίθεται στον πολίτη-καταναλωτή.
3. Εφόσον ο κοινωνικός απολογισμός των επιχειρήσεων θα διαχέεται σε όλη την κοινωνία.

### **Γιατί μια επιχείρηση πρέπει να είναι κοινωνικά υπεύθυνη;**

Στην εποχή μας, ο ανταγωνισμός είναι ολοένα και αυξανόμενος. Για να μπορέσουν, λοιπόν, οι επιχειρήσεις να καταπολεμήσουν τον ανταγωνισμό αυτό και να αντεπεξέλθουν στις ανάγκες των καταναλωτών, θα πρέπει να είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Άλλωστε το απαιτεί όλο και περισσότερο η κοινωνία, αφού το ενδιαφέρον της επικεντρώνεται στις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων, στην υγεία και στην ασφάλειά τους, στις ίσες ευκαιρίες, στην αξιοποίηση των εργαζομένων, στα ανθρώπινα δικαιώματα, στα περιβαλλοντικά θέματα και στην υποστήριξη και ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων και περιοχών όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

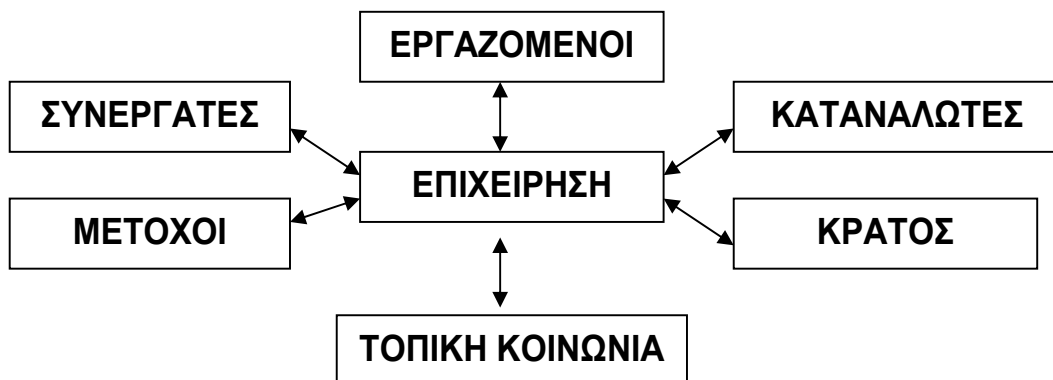
Οι καταναλωτές δίνουν μεγάλη σημασία στην κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων. Είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρει μια επιχείρηση, αν η επιχείρηση αυτή σέβεται το περιβάλλον, τον ανθρώπινο παράγοντα και τον κοινωνικό περίγυρο. Με τον τρόπο αυτό, βελτιώνει την φήμη και την δημόσια εικόνα της, αλλά και την αφοσίωση των πελατών της.

Σήμερα οι επιχειρήσεις καλούνται να ενσωματώσουν στη στρατηγική τους και να εφαρμόσουν πρακτικές ανάπτυξης της κοινωνικής πολιτικής. Οι παράγοντες που οδηγούν σε αυτή την ανάπτυξη είναι οι παρακάτω:

1. Το πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις
2. Η αναγκαιότητα για μεγαλύτερη διαφάνεια
3. Η αμεσότητα των πληροφοριών και της ενημέρωσης
4. Η απαξίωση του δημόσιου τομέα στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων του πολίτη
5. Η απαίτηση των ενδιαφερόμενων μερών (Stakeholders) για βιώσιμη ανάπτυξη.

Ο αγγλικός όρος των ενδιαφερόμενων μερών είναι Stakeholders, δηλαδή αυτοί που κρατούν-έχουν ενδιαφέρον. Ενδιαφερόμενα μέρη είναι:<sup>4</sup>

- Όσοι συμμετέχουν άμεσα στην οικονομική δραστηριότητα μιας επιχείρησης (υπάλληλοι, διεύθυνση, μέτοχοι, Δ.Σ., προμηθευτές, πελάτες).
- Όσοι παρακολουθούν τους τρόπους διαχείρισής της (φορείς, κυβέρνηση, ΜΚΟ).
- Όσοι επηρεάζονται από τη δράση της (καταναλωτές, τοπική κοινωνία).



<sup>4</sup> “Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη(Ε.Κ.Ε.): Η οικοδόμηση μιας νέας σχέσης ανάμεσα στην επιχείρηση και την κοινωνία”, Βαρβάρα Γεωργοπούλου, σ.7.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### Τι γίνεται στην Ελλάδα, σε πιο σημείο βρισκόμαστε, πόσο πίσω είμαστε και τι προοπτικές δημιουργούνται;

Στο κλείσιμο του 2003, παρατηρώντας και εκτιμώντας τις πολιτικές και πρακτικές Ε.Κ.Ε. που αναπτύχθηκαν στις επιχειρήσεις, θα μπορούσε καταρχήν να αναγνωρίσει κανείς ότι συγκριτικά με τις χρονιές που προηγήθηκαν στην χώρα μας η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αρχίζει πλέον να προσεγγίζει περισσότερο τον ορισμό και το περιεχόμενό της. Ωστόσο, οι πολιτικές και πρακτικές που αναπτύχθηκαν το 2003 εξακολουθούν να διατηρούν «έντονους δεσμούς» ή επιδράσεις από τον θεσμό της χορηγίας. Σημαντική υπήρξε η ανάπτυξη της ενασχόλησης με τον παράγοντα «Άνθρωπο» και κυρίως με τα παιδιά, είτε αυτό αφορούσε σε δράσεις σε ακριτικά σχολεία, είτε σε θέματα που άπτονται της υγείας τους. Ταυτόχρονα δεν ήταν λίγες οι πρωτοβουλίες και πρακτικές που αφορούσαν στις γυναίκες. Το περιβάλλον, παραμένει η μεγάλη πρόκληση για τις επιχειρήσεις καθώς οι ολοκληρωμένες πρακτικές Ε.Κ.Ε. γύρω από τα θέματα προστασίας του, περιβαλλοντικής εκπαίδευσης κλπ., είναι ακόμη λίγες, όμως πολύ σημαντικές.

Με δεδομένο το μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων, η συζήτηση για την Ε.Κ.Ε. δεν έχει απήχηση παρά μόνο σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων στην Ελλάδα, καθώς οι διεθνείς πρακτικές της Ε.Κ.Ε. μπορούν να εφαρμοστούν μόνο από μία μειοψηφία επιχειρήσεων στη χώρα μας. Όπως επισημαίνει η Γνώμη της Ο.Κ.Ε. (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή), υπάρχει ανάγκη στην Ελλάδα για ανάπτυξη επιχειρηματικών στελεχών εξοικειωμένων με το πνεύμα της κοινωνικής υπευθυνότητας. Αν λάβει κανείς υπόψη του ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα δεν διοικούνται από επαγγελματικά στελέχη αλλά από αυτοδίδακτους επαγγελματίες, η ανάγκη «εκπαίδευσης» των

στελεχών μετατοπίζεται και προς τους επιχειρηματίες στην περίπτωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις διαπιστώνουν τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο αυτών των δραστηριοτήτων τους και αναπτύσσουν πολιτικές Ε.Κ.Ε., εκτιμώντας ότι οι καταναλωτές θα αναγνωρίσουν τη σημασία των προβλημάτων τους.

Η σημερινή τάση συνηγορεί υπέρ της κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων. Αυτό επιδρά θετικά στις προσδοκίες των εργαζομένων και έχει θετικά αποτελέσματα στην απόδοσή τους. Τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας υπάρχει έντονη η αντίληψη ότι οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να διαδραματίσουν έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο όχι μόνον στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου αλλά και στην κοινωνική. Αυτή η διαδικασία εάν τελικά επεκταθεί, είναι ικανή να δημιουργήσει ένα νέο πλέγμα κοινωνικής δράσης και οργάνωσης πρωτόγνωρο για τα ελληνικά δεδομένα και με πολλαπλασιαστικές θετικές επιδράσεις στη ζωή των πολιτών.

Οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Επίσης, αποδέχονται ότι υπάρχουν αξιόπιστα προϊόντα-σήματα τα οποία εμπιστεύονται. Ωστόσο, οι κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις των επιχειρήσεων δεν τις αναγορεύουν αυτομάτως στη συνείδηση των καταναλωτών ως κοινωνικά υπεύθυνους οργανισμούς. Το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς ή την «ακυρώνει» ως τεχνική marketing, ιδίως μάλιστα, όταν συνδυάζεται ταυτόχρονα με έντονο πρόγραμμα δημοσιότητας.

Με δεδομένο ότι η εφαρμογή των αρχών της Ε.Κ.Ε. βασίζεται στην εθελοντική τους φύση, ο κοινωνικός ρόλος των επιχειρήσεων δεν μπορεί παρά να είναι συμπληρωματικός σε αυτόν του κράτους. Η αναγνώριση της συμβολής του επιχειρηματικού κόσμου στη βελτίωση του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος, προϋποθέτει ουσιαστικές αλλαγές στη νοοτροπία και στις προκαταλήψεις της κοινωνίας.

## **Αρχές που διέπουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

### **Βασικές Αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης<sup>9</sup>**

**Αρχή 1η:** Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως ανθρώπινο πρόσωπο των επιχειρήσεων. Η Ε.Κ.Ε. είναι απαραίτητη για τη μακροπρόθεσμη ευημερία των επιχειρήσεων καθώς τους παρέχει τη δυνατότητα να επιδείξουν το ανθρώπινο πρόσωπο των επιχειρήσεων, μέσα από την ακεραιότητα, τις ηθικές αξίες και την μακρόπνοη προσέγγιση των θεμάτων.

**Αρχή 2η:** Παγκόσμιες αρχές-τοπικές συμμαχίες, είναι αναπόσπαστες. Διαφορετικές εταιρίες που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς, αναπόφευκτα δίνουν έμφαση σε διαφορετικές πλευρές της Ε.Κ.Ε.. Για παράδειγμα, μια εταιρία που δραστηριοποιείται στους φυσικούς πόρους μπορεί να δώσει έμφαση στη συμμετοχή της στα κοινά, ενώ μια εταιρία λιανικού εμπορίου μπορεί να ρίξει βάρος στον εφοδιασμό της αλυσίδας παραγωγής.

**Αρχή 3η:** Γνωστοποιεί τις αρχές της, τις κάνει πράξη, και κάνει τη διαφορά. Οι εταιρίες πρέπει να δηλώσουν τις αρχές τους και να επιδείξουν στην πράξη ότι τηρούν. Αν η εταιρία αποφασίσει ότι τα ανθρώπινα δικαιώματα ή η κοινωνική επένδυση αποτελούν προτεραιότητα των λειτουργιών της, τότε να δεσμευτεί σε αυτά. Ας εκδηλώσει δυναμικά τις αρχές που τη διέπουν και να τις υποστηρίξει με έργα.

## **Πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Η δραστηριότητα των ελληνικών επιχειρήσεων σε προγράμματα εφαρμογής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εντοπίζεται κυρίως στο ανθρώπινο δυναμικό, τα ανθρώπινα δικαιώματα, στις συνθήκες εργασίας, στην εκπαίδευση, σε κοινωνικές δραστηριότητες και στην προστασία του περιβάλλοντος

---

<sup>9</sup> των Richard Holme, Rio Tinto, και Watts, Royal Dutch/Shell Group

Οι εταιρίες κατά την εφαρμογή των στρατηγικών τους για την Ε.Κ.Ε, θα πρέπει να αναγνωρίσουν και να σέβονται τις πολιτιστικές διαφορές, ενώ την ίδια στιγμή θα πρέπει να διατηρούν υψηλά και συνεπή κριτήρια και πολιτικές.

Μία στρατηγική Ε.Κ.Ε δίνει την ευκαιρία στην επιχείρηση να επιδείξει το ανθρώπινο πρόσωπό της. Τέτοια στρατηγική απαιτεί την ύπαρξη δέσμευσης για ανοιχτό διάλογο και εποικοδομητικές συμμαχίες με κυβερνήσεις σε πολλά επίπεδα, διακυβερνητικούς οργανισμούς, μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) και με διάφορες κοινωνικές ομάδες – συγκεκριμένα με τοπικές κοινωνίες.

Οι προτεραιότητες της Ε.Κ.Ε είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα, τα δικαιώματα των εργαζομένων, η περιβαλλοντική προστασία, η συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες και οι σχέσεις με τους προμηθευτές. Πρέπει να δώσουμε σημασία στην ενθάρρυνση των εταιριών ώστε να διαμορφώσουν τον δικό τους κώδικα αξιών και συμπεριφοράς, ή σε περίπτωση που δεν τα καταφέρουν, να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν πρακτικές που δοκιμάστηκαν από άλλους. Επίσης, πρέπει να τονίσουμε τη σημασία που έχει το να είμαστε ευαίσθητοι στις τοπικές και πολιτιστικές διαφορές κάθε φορά που εφαρμόζουμε τη συνολική πολιτική μας.

### **Ποια τα οφέλη και τα κόστη για τις επιχειρήσεις;**

Η Ε.Κ.Ε. γίνεται αντιληπτή ως λογική της καλής επιχειρηματικότητας, αλλά και ως παράγοντας που συμβάλλει στην μακροπρόθεσμη ευημερία των εταιριών και εν τέλει στην επιβίωσή τους.

Μια λογική στρατηγική που βασίζεται στην ακεραιότητα, στις σταθερές αξίες και στη μακρόπνοη προσέγγιση, προσφέρει καθαρά επαγγελματικά οφέλη στις εταιρίες και συμβάλλει θετικά στην κοινωνική ευημερία.



Τα *οφέλη* που έχουν οι επιχειρήσεις από την εφαρμογή τους, μπορούν να διακριθούν σε *άμεσα* και *έμμεσα*. Ως άμεσα, μπορούν να αναφερθούν το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον, επομένως και η μείωση του αριθμού των υπαλλήλων που θα ήθελαν να πάνε σε άλλη εταιρία, η δέσμευση και η μεγαλύτερη παραγωγικότητα του προσωπικού, η άμεση εμπλοκή των εργαζομένων σε θέματα που αφορούν στις κοινότητες όπου είναι δραστηριοποιημένες, τα εμπορικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών κ.λπ. Έμμεσα, μπορούν να χαρακτηριστούν η αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών και επενδυτών της, γεγονός που αυξάνει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες τους, η επαύξηση της καλής φήμης, η θετική ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού στο σήμα τους. Σεβασμός και καλό όνομα σαν εργοδότης αποτελούν υψηλής αξίας εμπορεύσιμα προϊόντα.

Μία θετική ανταπόκριση από το καταναλωτικό κοινό, θεωρείται ότι είναι το κλειδί για την μακροπρόθεσμη εμπορική επιτυχία της κάθε εταιρίας στον σημερινό κόσμο. Και αυτό γιατί τα κέρδη εξαρτώνται από το καλό εταιρικό όνομα, το οποίο με τη σειρά του εξαρτάται όλο και περισσότερο από την εικόνα που βγάζει κάποιος προς τα έξω ως κοινωνικά υπεύθυνος φορέας. Έτσι, ακολουθώντας κανείς το μονοπάτι της Ε.Κ.Ε., στην ουσία βοηθά την εταιρία του να σημειώσει κέρδη. Η συμπεριφορά του θα προσελκύσει τη στήριξη και την αποδοχή του έξω από την εταιρία και θα ενισχύσει την αφοσίωση και την πίστη των εργαζομένων σε αυτή.

Υπάρχει, επίσης, μια ευρύτερη διάσταση που ξεπερνάει τα όρια κάθε επιχείρησης. Η υιοθέτηση της Ε.Κ.Ε. από τις εταιρίες γενικότερα θεωρείται αναγκαία για την εξασφάλιση της συνεχούς υποστήριξης της κοινής γνώμης προς το ίδιο σύστημα της ιδιωτικής οικονομίας συνολικά. Για να μπορέσει ο σύγχρονος καπιταλισμός να γίνει αποδεκτός και ως εκ τούτου βιώσιμος, πρέπει να αποκτήσει «ένα ανθρώπινο πρόσωπο».

Τα *εμπόδια* που μπορεί να συναντήσει μια επιχείρηση προέρχονται αρχικά «εκ των έσω», και αφορούν στην εσωτερική διοίκηση. Αναφέρονται δηλαδή, σε πόρους, σε λειτουργικά έξοδα, σε

λειτουργικές δυσκολίες για την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. στο δεδομένο επιχειρηματικό περιβάλλον, στις διαδικασίες και στα συστήματα εσωτερικού management, είτε στην ενσωμάτωση της καινοτομίας στα ισχύοντα συστήματα.

Αναφέρονται, επίσης, σε εξωτερικά εμπόδια, μνημονεύοντας ισχύοντες κανονισμούς, θεσμικές είτε κυβερνητικές αποφάσεις, αλλά και σε δυσκολίες στη συνεργασία.

### **Δείκτες μέτρησης της Ε.Κ.Ε.**

Υπάρχουν δείκτες που μετρούν την απόδοση και την ανταπόκριση των επιχειρήσεων, οι οποίες είναι ενσωματωμένες ή καλούνται να ενσωματωθούν στο πρόγραμμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι πιο γνωστοί δείκτες είναι ο DOMINI 400 και ο FTSE4Good.

### **DOMINI 400**

Ο κοινωνικός δείκτης Domini 400 (KLD DS 400) είναι η καθιερωμένη αμερικανική συγκριτική μέτρηση επιδόσεων για τη μέτρηση του αντίκτυπου της κοινωνικής διαλογής στη χρηματοοικονομική απόδοση.

Αυτός ο σχετικά νέος δείκτης σχεδιάστηκε για να βοηθήσει τους κοινωνικά συνειδητούς επενδυτές να εκτιμήσουν τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες στις επιλογές επένδυσής τους.

Εταιρίες που ανταποκρίνονται στα πρότυπα αυτού του δείκτη είναι αυτές που αφορούν σε ζητήματα όπως, οι υπάλληλοι και οι ανθρώπινες σχέσεις, η ασφάλεια των προϊόντων καθώς και του περιβάλλοντος, όπως και η εταιρική διακυβέρνηση.

Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς του οινοπνεύματος, του καπνού, των τυχερών παιχνιδιών, της πυρηνικής ενέργειας και των στρατιωτικών όπλων, αποκλείονται αυτόματα.

## FTSE4Good

Η σειρά δεικτών FTSE4Good, έχει ως σκοπό να μετρήσει την απόδοση των επιχειρήσεων που ανταποκρίνονται στα αναγνωρισμένα εταιρικά πρότυπα ευθύνης, ώστε να διευκολύνει την επένδυση σε αυτές τις επιχειρήσεις.

Οι δείκτες FTSE4Good, μπορούν να χρησιμοποιηθούν με τέσσερις τρόπους:

1. Επένδυση: Μία βάση για κοινωνικά αξιόπιστα οικονομικά έγγραφα και κεφαλαιουχικά προϊόντα.
2. Έρευνα: Ως ερευνητικός οδηγός, για να προσδιορίσει τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις.
3. Σύμβολο αναφοράς: Ως αναφορικό εργαλείο, ώστε να παρέχει στις επιχειρήσεις διαυγή και εξελισσόμενα πρότυπα εταιρικής ευθύνης.
4. Αξιολόγηση: Ως δείκτης συγκριτικών μετρήσεων, ώστε να παρακολουθήσει και να αξιολογήσει την απόδοση για αξιόπιστες επενδύσεις.

Οι δείκτες FTSE4Good καλύπτουν τρεις τομείς:

- Της περιβαλλοντικής αειφορίας
- Την ανάπτυξη θετικών σχέσεων των εμπλεκόμενων φορέων (stakeholders)
- Την προάσπιση και υποστήριξη των οικουμενικών ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Εάν μια επιχείρηση επιθυμεί να συμμετέχει στο πρόγραμμα του δείκτη FTSE4Good, πρέπει να συμφωνεί με τα κριτήρια του δείκτη αυτού. Τα κριτήρια έχουν σκοπό να επικεντρωθούν στις προσπάθειες των επιχειρήσεων ώστε να τους παρέχουν σαφείς, διαυγείς και επιτεύξιμους στόχους και στους τρεις τομείς. Οι επιχειρήσεις που πληρούν τα πρότυπα αυτά, θεωρούνται ηθικές και αξιόλογες, ώστε να αναπτύξουν κοινωνικές και πολιτικές πρακτικές.

Οι επιχειρήσεις αυτές επανεξετάζονται κάθε έξι μήνες από μία ανεξάρτητη επιτροπή. Η Nestle για παράδειγμα, έχει αποκλειστεί από το δείκτη λόγω της στρατηγικής marketing για την εμπορία του μητρικού γάλακτος.

Ο δείκτης FTSE4Good χρησιμοποιείται ευρέως από τους επενδυτές σε όλο τον κόσμο, για την ανάλυση επενδύσεων, μέτρηση απόδοσης, κατανομή περιουσιακών στοιχείων, προστασία χαρτοφυλακίων και για τη δημιουργία ενός ευρέως φάσματος αξιολόγησης αποδόσεως των επενδύσεων.

### **Χάρτα δικαιωμάτων**

Στα πλαίσια της Ετήσιας Συνέλευσης των μελών του Συνδέσμου Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ) που έλαβε χώρα τον Μάιο του 2005, εγκρίθηκε και υιοθετήθηκε μια «Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων».

Η Χάρτα *ορίζει* τις βασικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων απέναντι στους εργαζομένους τους, του περιβάλλοντος, αλλά και της κοινωνίας και της πολιτείας ευρύτερα, καθώς και τα δικαιώματά τους για ένα οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον που θα διασφαλίζει τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητά τους. Δηλαδή, έχει ως *στόχο*, να διαμορφώσει ένα γενικό πλαίσιο λειτουργίας μιας κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης.

Σύμφωνα με την Χάρτα, η επιχείρηση *οφείλει*:

- ✓ να θέτει σε προτεραιότητα την επιβίωσή της, να αναλαμβάνει τις ευθύνες της και να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της·
- ✓ να ανταποκρίνεται στις θεσμοθετημένες υποχρεώσεις της και να συμβάλλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς.
- ✓ να αποδίδει εύλογο μέρισμα στους μετόχους της, να εφαρμόζει τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης και να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της προς τους εργαζομένους, προμηθευτές και πελάτες της.

- ✓ να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος του καταναλωτή.
- ✓ να επενδύει στη γνώση στο χώρο εργασίας, στην κατάρτιση και δια βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.
- ✓ να συνεισφέρει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να εφαρμόζει ένα αξιοκρατικό σύστημα αξιολόγησης της απόδοσης, των προαγωγών και των αμοιβών, να διασφαλίζει καλές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας με ίσα δικαιώματα και ευκαιρίες για όλους και να σέβεται την ισορροπία μεταξύ εργασιακού χρόνου και προσωπικής ζωής.
- ✓ να πειθαρχεί στους κανόνες προστασίας του καταναλωτή και να σέβεται το δικαίωμά του για παροχή ασφαλών, ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.
- ✓ να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες παραγωγής της και να καινοτομεί στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει.
- ✓ να σέβεται το περιβάλλον, να εφαρμόζει μέτρα πρόληψης καταστροφών, να προωθεί ενεργά την ανακύκλωση και να συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας.
- ✓ Τέλος, η επιχείρηση, ως ενεργός εταιρικός πολίτης, δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα.

Παράλληλα, η επιχείρηση έχει δικαίωμα :

- ✓ να λειτουργεί σε σταθερό, σαφές, κωδικοποιημένο, αντικειμενικό, προβλέψιμο, διεθνώς ανταγωνιστικό θεσμικό και νομικό πλαίσιο που προάγει την επιχειρηματικότητα και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα,
- ✓ σε χρηστή και διαφανή διαχείριση των δημοσίων οικονομικών, καθώς και σε σταθερό και προβλέψιμο φορολογικό πλαίσιο που στηρίζει την επιχειρηματικότητα και τις επενδύσεις,

- ✓ να διεκδικεί διαφάνεια, φερεγγυότητα και αμοιβαιότητα στις σχέσεις της πολιτείας με τους πολίτες και τις άλλες επιχειρήσεις, καθώς και την αποτελεσματική προστασία της δικαιοσύνης.
- ✓ πρόσβασης σε μια ενοποιημένη και αποτελεσματική ευρωπαϊκή αγορά που δεν περιορίζεται από κανένα μονοπώλιο και λειτουργεί με όρους που δεν θίγουν την άμεση ή μακρόχρονη ανταγωνιστική ικανότητα της ίδιας και της οικονομίας συνολικά.
- ✓ σε ένα σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα που προσφέρει δεξιότητες, γνώσεις και αξίες που αντιστοιχούν στις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες, που προάγει την ατομική ευθύνη, την ομαδική εργασία, τη δημιουργία και την καινοτομία.
- ✓ πρόσβασης σε μια αγορά εργασίας που δεν επιβαρύνει την ικανότητα προσαρμογής της στις αλλαγές και ενθαρρύνει την αύξηση της απασχόλησης, καθώς και διεκδίκησης ενός αποτελεσματικού δικτύου κοινωνικής προστασίας των ανέργων από την πολιτεία.
- ✓ να διεκδικεί από την πολιτεία ένα απλό και αποτελεσματικό πλαίσιο κανόνων και προτύπων για την προστασία του καταναλωτή, την προστασία της φήμης της και την αντικειμενική μεταχείρισή της.
- ✓ σε μια ενιαία εθνική και ευρωπαϊκή πολιτική προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, στήριξης της έρευνας και ανάπτυξης της καινοτομίας.
- ✓ Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε σαφή και ολοκληρωμένο εθνικό χωροταξικό σχεδιασμό και σύγχρονες υποδομές που θα της εξασφαλίζουν δίκτυα μεταφορών, διαχείριση αποβλήτων, τηλεπικοινωνίες και ενέργεια.
- ✓ Τέλος, η επιχείρηση που σέβεται τις παραπάνω υποχρεώσεις διεκδικεί αναγνώριση της συνεισφοράς της στην κοινωνία και σεβασμό των δικαιωμάτων της από την πολιτεία.

## **Πράσινη Βίβλος**

Το Πράσινο Βιβλίο αποσκοπεί στο να δώσει την εκκίνηση για μια ευρύτερη δημόσια συζήτηση με θέμα τον τρόπο με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να προωθήσει την εταιρική κοινωνική ευθύνη τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Το Πράσινο Βιβλίο προτείνει μια προσέγγιση που βασίζεται στην εμπάθυνση των εταιρικών σχέσεων, στις οποίες όλοι οι παράγοντες διαδραματίζουν ενεργό ρόλο.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ουσιαστικά μια έννοια με την οποία οι εταιρίες αποφασίζουν οικειοθελώς να συμβάλλουν για μια καλύτερη κοινωνία και ένα καθαρότερο περιβάλλον. Αυτή η ευθύνη εκφράζεται προς τους υπαλλήλους και γενικότερα σε όλους τους παράγοντες που μπορούν να επηρεαστούν από μια επιχείρηση και οι οποίοι με τη σειρά τους μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχία της.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η πρόκληση συνίσταται στον τρόπο με τον οποίο η εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί να συμβάλλει στο στόχο της Λισσαβόνας να οικοδομηθεί μια δυναμική, ανταγωνιστική και συνεκτική οικονομία με βάση τη γνώση. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στη Λισσαβόνα απηύθυνε ιδιαίτερη έκκληση στο αίσθημα κοινωνικής ευθύνης των εταιριών όσον αφορά στις βέλτιστες πρακτικές για τη διαβίου μάθηση και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Σήμερα μία από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρίες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου εργατικού προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη διαβίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζόμενους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες.

Οι υπεύθυνες πρακτικές πρόσληψης, ιδιαίτερα με την εφαρμογή της αρχής των μη διακρίσεων, πιθανότατα θα διευκολύνουν να προσλαμβάνονται άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι, γυναίκες, μακροχρόνια άνεργοι και μειονεκτούντα άτομα.

Σε σχέση με τη δια βίου μάθηση, οι εταιρίες θα διαδραματίσουν βασικό ρόλο σε διάφορα επίπεδα: θα συμβάλλουν στον καλύτερο καθορισμό των αναγκών σε επαγγελματική κατάρτιση, μέσω της στενής συνεργασίας με τοπικούς φορείς που καταρτίζουν προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Οι εταιρίες, οι κυβερνήσεις και οι κλαδικές οργανώσεις εξετάζουν όλο και περισσότερο επιπλέον τρόπους για την προώθηση της υγείας και της ασφάλειας χρησιμοποιώντας αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια κατά την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες εταιρίες και ως στοιχείο προώθησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Αυτό έχει ως συνέπεια την αυξανόμενη ζήτηση για την μέτρηση, τεκμηρίωση και ανακοίνωση αυτών των θετικών χαρακτηριστικών στο υλικό διαφημιστικής προώθησης. Επιπλέον, η τάση των εταιριών και των οργανώσεων να περιλαμβάνουν κριτήρια που αφορούν την ασφάλεια και την υγεία στην εργασία στο σύστημα προμηθειών τους, υποστήριξε την ανάπτυξη γενικών συστημάτων προμήθειας που βασίζονται σε ομοιόμορφες απαιτήσεις όσον αφορά τα συστήματα κατάρτισης ή διαχείρισης που εφαρμόζουν οι εργολάβοι στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία.

Γενικά, η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Ενδέχεται να ωφελήσει και τις επιχειρήσεις μειώνοντας τους λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας και διάθεσης των αποβλήτων καθώς και τις δαπάνες για τις πρώτες ύλες και για την απορρύπανση. Οι μεμονωμένες εταιρίες έχουν καταλήξει ότι η μειωμένη χρήση μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αποδοτικότητα και ανταγωνιστικότητα. Ένα καλό παράδειγμα μιας προσέγγισης που επιτρέπει στις δημόσιες αρχές να εργαστούν με επιχειρήσεις είναι η Ολοκληρωμένη Πολιτική των Προϊόντων (ΟΠΠ). Η ΟΠΠ λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο των προϊόντων σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους, και καλεί επιχειρήσεις και άλλους παράγοντες σε διάλογο για την εξεύρεση της προσέγγισης με την καλύτερη σχέση κόστους – αποτελέσματος. Στον περιβαλλοντικό τομέα μπορεί να θεωρηθεί ως ένα



ισχυρό υπάρχον πλαίσιο για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Η ευρύτητα διαδεδομένη αναδιάρθρωση που συντελείται στη Ευρώπη προκαλεί την ανησυχία όλων των υπαλλήλων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών, δεδομένου ότι το κλείσιμο ενός εργοστασίου ή οι σημαντικές περικοπές στο προσωπικό του, ενδέχεται να επιφέρουν οικονομική, κοινωνική ή πολιτική κρίση σε μία κοινότητα. 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. Η πείρα από τις κυριότερες αναδιρθρώσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ευρώπη στις βιομηχανίες του χάλυβα, του άνθρακα και των ναυπηγείων, έδειξε ότι η επιτυχημένη αναδιάρθρωση μπορεί να επιτευχθεί καλύτερα μέσω κοινών προσπαθειών στις οποίες συμμετέχουν οι δημόσιες αρχές και οι εκπρόσωποι των εταιριών και των εργαζομένων. Η διαδικασία αυτή επιδιώκει να διαφυλάξει τα δικαιώματα των εργαζομένων και να τους δώσει τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν, όταν αυτό χρειάζεται, πρόγραμμα επαγγελματικής κατάρτισης, να εκσυγχρονιστούν τα εργαλεία και οι διαδικασίες παραγωγής, έτσι ώστε να αναπτυχθούν οι επιτόπιες δραστηριότητες, να κινητοποιηθεί δημόσια και η ιδιωτική χρηματοδότηση και να οριστούν διαδικασίες για ενημέρωση, διάλογο, συνεργασία και συμπράξεις.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη επεκτείνεται πέρα από την εταιρία στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών, δηλαδή στους εργαζόμενους, τους μετόχους και τους επιχειρηματικούς εταίρους, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τις δημόσιες αρχές και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά επίσης την ένταξη των εταιριών στο τοπικό περιβάλλον τους, είτε αυτό είναι στη Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο πλανήτη. Οι εταιρίες συνεισφέρουν στις κοινότητές τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρίες εξαρτώνται από την υγεία,

τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν.

Μέσα από τη στενή συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους, οι εταιρίες μπορούν να μειώσουν την πολυπλοκότητα και τις δαπάνες και να αυξήσουν την ποιότητα. Οι μεγάλες εταιρίες είναι παράλληλα επιχειρηματικοί εταίροι των μικρότερων εταιριών, ως πελάτες, προμηθευτές, υπεργολάβοι ή ανταγωνιστές. Ως μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης, ζητείτε από τις εταιρίες να παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες που οι καταναλωτές χρειάζονται και επιθυμούν με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενέχει έντονη διάσταση των ανθρώπινων δικαιωμάτων του ανθρώπου, όσον αφορά τις διεθνείς δραστηριότητες και τις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού. Έπειτα από αυξανόμενη πίεση των ΜΚΟ και των ομάδων των καταναλωτών, οι εταιρίες και οι κλάδοι υιοθετούν όλο και περισσότερο κώδικες συμπεριφοράς που καλύπτουν τις εργασιακές συνθήκες, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές πτυχές. Αυτό συμβαίνει για διάφορους λόγους, ιδίως για να βελτιώσουν την εταιρική εικόνα τους και να μειώσουν τους κινδύνους αρνητικών αντιδράσεων από τους καταναλωτές.

Ο κώδικες συμπεριφοράς πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης και παραγωγής. Είναι σημαντική η πλήρης διαφάνεια της ενημέρωσης και των τοπικών κοινοτήτων από τις εταιρίες, στο πλαίσιο ενός συνεχούς διαλόγου. Όσον αφορά τα δικαιώματα του ανθρώπου, είναι αναγκαίο να επαληθεύονται σε μόνιμη βάση τα συστήματα συμμόρφωσης με τους κώδικες και η εφαρμογή τους. Η επαλήθευση αυτή πρέπει να διαμορφωθεί και να διεξαχθεί σύμφωνα με προσεχτικά καθορισμένα πρότυπα και κανόνες που να ισχύουν για τις οργανώσεις και τα άτομα που αναλαμβάνουν τον επονομαζόμενο "κοινωνικό έλεγχο".

Μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και της κατανάλωσης

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

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

### **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ανθρώπινο Δυναμικό**

Συνήθως, όταν μιλά κανείς για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τη σχέση της με το Ανθρώπινο Δυναμικό, η συζήτηση αφορά κυρίως στον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζει πολιτικές σε σχέση με το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και την επιχειρηματική ηθική.

Μιλώντας για ανθρώπινα δικαιώματα, αναφερόμαστε στον τρόπο με τον οποίο μία επιχείρηση εφαρμόζει πολιτικές που επιτρέπουν την αποφυγή της παιδικής εργασίας, τη μη συμμετοχή σε ενέργειες που περιορίζουν τις βασικές αστικές ελευθερίες των ατόμων και την αποφυγή της εξαναγκαστικής εργασίας των φυλακισμένων.

Μερικά από τα ανθρώπινα δικαιώματα για τα οποία οι επιχειρήσεις αξιολογούνται θετικά ή αρνητικά είναι οι κώδικες συμπεριφοράς, οι διακρίσεις, η ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι, η Υγεία και Ασφάλεια, η εργασία μεταναστών, οι μισθοί που εξασφαλίζουν τα προς το ζην, το ωράριο εργασίας, τα δικαιώματα των ανθρώπων που ζουν στις περιοχές της επιχειρηματικής λειτουργίας.

Η πρακτική της κοινωνικής ευθύνης μιας επιχείρησης μπορεί να προσελκύσει, να διατηρήσει και να παρακινήσει τους εργαζόμενους καλύτερα, δημιουργώντας μια νέα πρόκληση για την επιχείρηση καθώς αγγίζει όχι μόνο το υπάρχον Ανθρώπινο Δυναμικό της επιχείρησης αλλά και πιθανούς εργαζόμενους.

### **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Περιβάλλον**

Η σημαντική επιβάρυνση στον οικολογικό πλούτο, δεν μπορεί και δεν πρέπει να συνεχιστεί. Οι κυβερνήσεις και οι λαοί της υδρογείου, πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι το πρόβλημα της ατμοσφαιρικής, θαλάσσιας και χερσαίας ρύπανσης, δεν είναι πρόβλημα που απασχολεί μόνο κάποιους ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένους στα θέματα αυτά, αλλά ολόκληρο το ανθρώπινο γένος. Οι δαπάνες για την όσο το δυνατόν

καλύτερη αποκατάσταση, αλλά κυρίως για την πρόληψη νέων ατυχημάτων και επιβαρύνσεων, πρέπει να είναι μεγάλες και ουσιαστικές. Χωρίς καθαρή φύση και προφυλαγμένο περιβάλλον, κανένα ανθρώπινο έργο, καμία ανθρώπινη προσπάθεια και καμία δράση, δεν μπορεί να έχει μακροπρόθεσμη προοπτική.

Επιχειρήσεις έχουν προχωρήσει στην ανάπτυξη εσωτερικής περιβαλλοντικής στρατηγικής καθώς και στην κοινοποίηση των σχετικών πρωτοβουλιών τους, είτε με κάποιο επίσημο έντυπο είτε σε κάποια ιστοσελίδα τους, για την αυστηρή και υπεύθυνη στάση τους σε θέματα ασφάλειας και περιβάλλοντος, για την τήρηση προβλεπόμενων ορίων ρύπανσης, για την εφαρμογή κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης, όπως το ISO 14000 ( International Organization for Standardization) ή το EMAS (Eco Management and Audit Scheme).

### **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Καταναλωτές**

Οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν πότε μια επιχείρηση έχει ή όχι να προσφέρει κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Άλλωστε, κριτήριο για την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι η δέσμευση της επιχείρησης απέναντι στο περιβάλλον, στον ανθρώπινο παράγοντα και τον κοινωνικό περίγυρο. Δεν είναι λίγοι οι καταναλωτές που θα αγοράσουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία έχοντας υπόψη το ύψος της υπευθυνότητας της επιχείρησης.

Η έρευνα που πραγματοποίησαν, στα τέλη του 2001, το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε, το Πάντειο Πανεπιστήμιο και η εταιρεία Research International σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ανέδειξε τρεις τυπολογίες πολιτών-καταναλωτών:

Ο «αποστασιοποιημένος» καταναλωτής. Πρόκειται για τον καταναλωτή που αισθάνεται κοινωνικά και πολιτικά αδύναμος και μεταθέτει τις ευθύνες του στο κράτος και τους αρμόδιους φορείς.

Ο «ευαισθητοποιημένος» καταναλωτής. Είναι ο καταναλωτής που μπορεί να δραστηριοποιηθεί ανάλογα με το θέμα και ταυτόχρονα, είναι ανοιχτός σε νέες ιδέες και πρακτικές.

Ο «ενεργός» καταναλωτής. Διακρίνεται για τη συγκροτημένη και συνεπή στάση του στους περισσότερους τομείς της ζωής του.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

### Πότε ιδρύθηκε το Ελληνικό Δίκτυο και ποιοι είναι οι στόχοι του;

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί τον εθνικό εταίρο του Ευρωπαϊκού Δικτύου (CSR Europe). Ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2000 με στόχο τη συνεργασία και υποστήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων για την επίτευξη της αποδοτικότητας και της διαρκούς επιχειρηματικής και ανθρώπινης ανάπτυξης, με την ένταξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις βασικές επιχειρηματικές στρατηγικές και πρακτικές. Το Ελληνικό Δίκτυο αποτελείται μέχρι σήμερα από 28 εταιρίες/ φορείς-μέλη, οι οποίες είναι: BP Hellas, Fanco, IBM Hellas, Nestle, Shell Hellas, Αργυρομεταλλευμάτων και Βαρυτίνης, Titan, TVX Hellas, ΔΕΛΤΑ Συμμετοχών, ΦΑΓΕ, Janssen - Cilag Pharmaceutical SACI, Philip Morris Hellas, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος, ΕΠΙΚΙΝΟΝΙΑ Business Communication Network, Ατλάντικ, Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς, Chipita International, ΣΦΕΕ, ΕΛΟΤ, Intracom, Q-PLAN, Τσιμέντα ΗΡΑΚΛΗΣ, EFG Eurobank Ergasias, TUV Hellas και Ελληνική Αεροπορική Βιομηχανία.

Για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ο 21ος αιώνας σηματοδοτεί αλλαγές που συντελούνται σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο, την παγκοσμιοποίηση, την αυξανόμενη ευαισθησία των κοινωνικών συνόλων σε θέματα περιβάλλοντος, ανθρώπινης αλληλεγγύης, από την ταχύτητα μετάδοσης της πληροφόρησης και από της νέας μορφής «απειλές» σε θέματα ασφάλειας, κοινωνικής ευημερίας και ανάπτυξης.

## **Επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τη στρατηγική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης**

Το καταναλωτικό κοινό βλέπει, ακούει, ενημερώνεται και κρίνει. Η ανάδειξη του κοινωνικού και οικολογικού προφίλ και των σχετικών δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων είναι πλήρως ενταγμένη στους κανόνες του μάρκετινγκ. Όπως είναι φυσικό, καθορίζει και την επικοινωνιακή στρατηγική των επιχειρήσεων αυτών.

Γιατί η ανάπτυξη ενός προσεκτικά επιλεγμένου και αποτελεσματικού προγράμματος που περιλαμβάνει δράσεις κοινωνικού και οικολογικού περιεχομένου συμβάλλει στη βελτίωση και την ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης.

### **COCA - COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ**

Η αναγνώριση της ευθύνης της για την προστασία του περιβάλλοντος είναι μία από τις βασικές αρχές της εταιρείας. Στο πλαίσιο της συστηματικής περιβαλλοντικής πολιτικής της εντάσσεται η πιστοποίηση των εγκαταστάσεών της στο Σχηματάρι, τη Θεσσαλονίκη, την Κρήτη, τη Ρόδο, το Βόλο και το Αίγιο κατά το πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης ΕΛΟΤ EN ISO 14001. Όλα τα εργοστάσιά της που έχουν πιστοποιηθεί ή βρίσκονται στη διαδικασία πιστοποίησης διαθέτουν εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού για την επεξεργασία των υγρών λυμάτων, εφαρμόζουν προγράμματα ανακύκλωσης υλικών και ελέγχου της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας, νερού και καυσίμων με στόχο την εξοικονόμηση φυσικών πόρων, ενώ παράλληλα χρησιμοποιούν δείκτες για την παρακολούθηση όλων των σχετικών παραμέτρων.

Η COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ ενισχύει επίσης τις οικολογικού περιεχομένου πρωτοβουλίες των εργαζομένων στις κατά τόπους μονάδες της για τη συστηματική οργάνωση δενδροφυτεύσεων και τον καθαρισμό παράλιων περιοχών στις οποίες λειτουργούν εργοστάσιά της. Οι υπεύθυνοι της εταιρείας εκτιμούν ότι η συνεργασία με φορείς



προστασίας του περιβάλλοντος και με οργανώσεις που πραγματοποιούν ανθρωπιστικό έργο δεν είναι απλά εφικτή, αλλά και επιβεβλημένη. Έτσι η COCA-COLA TRIA ΕΨΙΛΟΝ έχει συνεργαστεί κατά καιρούς με φορείς και οργανώσεις όπως είναι η WWF, η Ελληνική Ορνιθολογική Εταιρεία, η MEDASSET, το MDA, το σωματείο Σώστε τα Παιδιά κ.α.

#### **ΦΑΓΕ Α.Ε.**

Η εταιρεία της είναι έτοιμη και πάντα πρόθυμη να μελετά κάθε είδους πρόταση, εφόσον αυτή συμβαδίζει με τη στρατηγική και την πολιτική της. Στο πλαίσιο αυτό έχει ήδη αναπτύξει μία ιδιαίτερα επιτυχημένη συνεργασία με την UNICEF. Σε ό,τι αφορά θέματα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, η πολιτική της ΦΑΓΕ φαίνεται πως έχει «γερά θεμέλια», εάν κρίνει κανείς από τον τρόπο με τον οποίο έκτισε το εργοστάσιό της στη Μεταμόρφωση Αττικής. Πιστεύοντας στην ανάπτυξη της βιομηχανίας με σεβασμό στο περιβάλλον, δημιούργησε ένα εργοστάσιο για το οποίο οι κατασκευαστές του τιμήθηκαν με το πρώτο βραβείο εφαρμοσμένης αρχιτεκτονικής. Επένδυσε μεγάλα ποσά σε συστήματα ανακτήσεως ενέργειας, ενώ χρησιμοποιεί υγραέριο για την παραγωγή της ενέργειας που απαιτείται για τη λειτουργία του εργοστασίου. Επίσης το βιομηχανικό συγκρότημα διαθέτει την υποδομή για να δεχθεί ως πηγή ενέργειας το φυσικό αέριο, μόλις ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του δικτύου στη συγκεκριμένη περιοχή. Με τον σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό του κατόρθωσε να περιορίσει την εκπομπή αερίων ρύπων κάτω από το 50% των επιτρεπόμενων ορίων, ενώ διαθέτει και συστήματα εξοικονόμησης νερού. **Στόχος της εταιρείας** είναι να περιορίσει την περιεκτικότητα των υγρών αποβλήτων σε ρυπογόνες ουσίες κάτω από το 50% των επιτρεπόμενων ορίων και για το λόγο αυτό έχει επενδύσει 2,5 εκατ. ευρώ σε εγκαταστάσεις πρωτογενούς και δευτερογενούς βιολογικής επεξεργασίας με ταυτόχρονη έγχυση καθαρού οξυγόνου επί των υγρών αποβλήτων.

Η ΦΑΓΕ είναι ιδρυτικό μέλος της ελληνικής Εταιρείας Ανάκτησης και Ανακύκλωσης στερεών αποβλήτων, μίας μη κερδοσκοπικής

εταιρείας, στην οποία συμμετέχουν οι μεγαλύτερες βιομηχανίες παραγωγής συσκευασμένων προϊόντων και υλικών συσκευασίας. Στόχος της είναι η ανάπτυξη λύσεων για την ανακύκλωση των στερεών αποβλήτων σύμφωνα με τις αντίστοιχες Κοινοτικές οδηγίες. Εκτός αυτού υπάρχει και ενδοεπιχειρησιακό πρόγραμμα συλλογής και ανακύκλωσης των συσκευασιών και των ξύλινων παλετών που χρησιμοποιούνται στη βιομηχανία, ενώ μέσω των μηνυμάτων στις ετικέτες των παιδικών γιουρτιών Junior, οι μικροί καταναλωτές ευαισθητοποιούνται σε περιβαλλοντικά θέματα.

### **ΕΛΑΪΣ Α.Ε.**

Από το 1996 η ΕΛΑΪΣ είναι η πρώτη εταιρεία στην Ελλάδα που έχει πιστοποιηθεί για το σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001. Η συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού και η σταθερή δέσμευση της διοίκησης της εταιρείας συνθέτουν το κατάλληλο πλαίσιο για την ανάπτυξη της περιβαλλοντικής παιδείας. Τα πρότυπα συστήματα προληπτικής συντήρησης, αλλά και η συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού εξασφαλίζουν συνέπεια στην προστασία του περιβάλλοντος και οικονομία στη χρήση των φυσικών πόρων και της ενέργειας - στοιχεία που είναι απαραίτητα συστατικά της βιώσιμης ανάπτυξης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της προσπάθειας που καταβάλλει η διοίκηση της εταιρείας για την προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί η μείωση της χρήσης νερού από το 1996 μέχρι σήμερα κατά 85%.

Η υποδειγματική περιβαλλοντική πολιτική που ακολουθεί η ΕΛΑΪΣ εδώ και χρόνια βασίζεται στην χρήση νέων τεχνολογιών, που απαιτούν πολύ χαμηλότερο συντελεστή κατανάλωσης ηλεκτρικού ρεύματος, στο διαχωρισμό και τη διάθεση των στερεών αποβλήτων σε τρίτους, τη συνεχή παρακολούθηση του σταθμού επεξεργασίας λυμάτων με σύγχρονους βιομηχανικούς αυτοματισμούς και από άρτια εκπαιδευμένους εργαζόμενους. Όλα αυτά εξασφάλισαν σταθερή και συνεχή βελτίωση στην περιβαλλοντική διαχείριση, με αποτέλεσμα να ακολουθήσουν και οι αντίστοιχες διακρίσεις τόσο στην Ελλάδα όσο και

στο εξωτερικό. Επίσης το 2001 η εταιρεία κατέκτησε το πρώτο βραβείο EBEA 2001 στον τομέα «Επιχείρηση και Περιβάλλον».

Η ευαισθητοποίησή της σε θέματα περιβάλλοντος αποδεικνύεται και από την επαφή της με φορείς όπως η WWF. Με την WWF συνεργάζεται επί σειρά ετών πάνω σε ένα εθνικό ενημερωτικό πρόγραμμα που αφορά κρίσιμα περιβαλλοντικά θέματα, όπως τα απειλούμενα πουλιά της χώρας μας και τους ελληνικούς βιότοπους. Επιπλέον μέσω της συνεργασίας της με την Τράπεζα Τροφίμων τα τρία τελευταία χρόνια, συμβάλλει σημαντικά στην αποστολή προϊόντων σε ιδρύματα με ανεπαρκείς πόρους. Αξιοσημείωτη είναι και η δραστηριότητα μίας ομάδας γυναικών εργαζομένων στις εταιρείες του ομίλου UNILEVER, οι οποίες έχουν δημιουργήσει τον Όμιλο Φιλανθρωπικών Εκδηλώσεων με σκοπό τη στήριξη οικογενειών ή ατόμων που ζουν στα όρια της φτώχειας. Το ποσό που επενδύεται συνολικά για ενέργειες κοινωνικής συμβολής ανέρχεται ετησίως περίπου στο 2,5% των κερδών της εταιρείας.

#### **CHAMPION ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**

Η CHAMPION ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ με το πρόγραμμα «Ποιοτική Οδός» προχωρά εδώ και καιρό σε συνεχή αναβάθμιση της ποιότητας των τροφίμων που διακινούνται μέσα από τα καταστήματά της. Με τη χαρακτηριστική σφραγίδα, που αποτελεί και σήμα εγγύησης για όλα τα στάδια της παραγωγής των προϊόντων ζωικής και φυτικής προέλευσης, επιζητεί σταθερές συνεργασίες με τον αγροτικό κόσμο σε μία προσπάθεια διασφάλισης της ποιότητας, ενώ ταυτόχρονα προωθεί τη διάθεση των βιολογικών προϊόντων. Στο πλαίσιο της σύνδεσης του ονόματος και της πολιτικής της με την εγγύηση ποιότητας που δίνει η ίδια η φύση, η εταιρεία, με αφορμή την παγκόσμια ημέρα περιβάλλοντος τον Ιούνιο του 2002, δραστηριοποιήθηκε σε μια σειρά ενεργειών με το σύνθημα «Η Φύση Προηγείται». Ανέλαβε πρωτοβουλίες για την υποστήριξη του Ελληνικού Κέντρου Περίθαλψης Άγριων Ζώων, συμβάλλοντας στη διάσωση 60 σπάνιων πουλιών που απειλούνται με εξαφάνιση. Φρόντισε για τη διαμόρφωση ειδικών

χώρων φιλοξενίας των ειδών αυτών, για την προμήθεια της απαραίτητης τροφής και για την κάλυψη των συνολικών εξόδων περιθαλψής τους.

Τα καταστήματα του ομίλου CHAMPION διαθέτουν κάδους για τη συλλογή μπαταριών και την ανακύκλωσή τους μετά από ειδική επεξεργασία. Με τον τρόπο αυτό ο όμιλος συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας του αέρα (λιγότερα τοξικά αέρια κατά τη διαδικασία αποτέφρωσης), στη διατήρηση της ποιότητας των υπόγειων υδάτων και στην προστασία των φυσικών πόρων από την εξοικονόμηση των πρώτων υλών.

#### **A-B ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.**

Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει στον ετήσιο απολογισμό της η διοίκηση της εταιρείας, «οι λιανέμποροι τροφίμων όχι μόνο πωλούν, αλλά και καταναλώνουν πολλές θερμίδες»! Έτσι, η **εξοικονόμηση ενέργειας** είναι μία παράμετρος η οποία λαμβάνεται προσεκτικά υπ' όψιν σε όλες τις λήψεις αποφάσεων, είτε πρόκειται για ανάπτυξη είτε για αναμόρφωση καταστημάτων, είτε για αποθήκευση και διανομή προϊόντων. Κατά τη διαδικασία ένταξης των καταστημάτων ΤΡΟΦΟ και ΕΝΑ στον τρόπο λειτουργίας της Α-Β ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ενσωματώθηκε σε όλα αυτά τα καταστήματα το ενιαίο σύστημα διακίνησης προϊόντων. Το αποτέλεσμα ήταν να μειωθεί δραστικά ο αριθμός παραδόσεων εμπορευμάτων από 52 σε 10 ανά κατάστημα την ημέρα. Το όφελος για το περιβάλλον δεν ήταν μόνο η μείωση της κατανάλωσης καυσίμων και της ρύπανσης, αλλά και η μείωση της παρεμπόδισης της κυκλοφορίας και της ηχορύπανσης στις περιοχές γύρω από τα υποκαταστήματα.

Στην εταιρεία εφαρμόζεται η αξιοποίηση της επιστροφής των φορτηγών στη βάση τους (back-hauling), για την εξοικονόμηση καυσίμου μεταφορών. Προκειμένου να διασφαλιστεί η επιτρεπόμενη εκπομπή καυσαερίων και η οικονομία στην κατανάλωση, τα περισσότερα φορτηγά είναι εξοπλισμένα με μηχανές βάσει των

προδιαγραφών EURO - 2 (53% του στόλου) και EURO - 1 (26% του στόλου). Σε αρκετά καταστήματα της εταιρείας τοποθετήθηκε σύστημα φωτισμού που εξοικονομεί ενέργεια. Παράλληλα χρησιμοποιείται το Σύστημα Διαχείρισης Κτιρίων (BMS), το οποίο παρακολουθεί και ελέγχει την απόδοση και την κατανάλωση όλου του εξοπλισμού ψύξης από μία κεντρική θέση. Μία ακόμη πρωτοβουλία εξοικονόμησης ενέργειας, η οποία εφαρμόζεται σχεδόν σε όλα τα καταστήματα, είναι η **ανακύκλωση της θερμότητας** που αποβάλλεται από τον ψυκτικό κύκλο. Η διαχείριση των αποβλήτων αποτελεί άλλη μία απόδειξη του ενδιαφέροντος της A-B ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ για την προστασία του περιβάλλοντος. Όλα τα χαρτοκιβώτια, καθώς και τα άλλα προϊόντα χαρτιού συλλέγονται και προωθούνται σε επεξεργαστές ανακύκλωσης. Έξω από τα κυριότερα καταστήματα έχουν τοποθετηθεί κάδοι συλλογής μεταλλικών δοχείων του Κέντρου Ανακύκλωσης και τα έσοδα από αυτή την δραστηριότητα διατίθενται υπέρ του συλλόγου το Χαμόγελο του Παιδιού. Παράλληλα η εταιρεία έχει εγκαταστήσει σε διάφορα καταστήματά της κιβώτια συλλογής χρημάτων για λογαριασμό οργανισμών όπως η UNICEF, ο Ερυθρός Σταυρός κ.α.

### **Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μειώνει το κόστος των επιχειρήσεων**

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

Πολλές πρωτοβουλίες για παράδειγμα, στοχεύουν στη μείωση των εκπομπών ρύπων (π.χ. η εταιρία A-B Βασιλόπουλος Α.Ε.). Με τον τρόπο αυτό, συμβάλλουν στην παγκόσμια κλιματολογική βελτίωση, αλλά παράλληλα αυξάνουν την ενεργειακή επάρκεια και μειώνουν τα λειτουργικά είδη κόστους. Επίσης, στο χώρο του Ανθρώπινου

Δυναμικού, εργασιακά προγράμματα που συμβάλλουν στην παρατεταμένη απασχόληση των εργαζομένων και τη μείωση των φαινομένων όπως η συστηματική αδικαιολόγητη απουσία τους, συχνά εξοικονομούν χρήματα στις επιχειρήσεις, μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας και της μείωσης του κόστους πρόσληψης και εκπαίδευσης προσωπικού.

## **Ο ρόλος των Δημόσιων Σχέσεων στην Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης**

Συχνά, η συζήτηση γύρω από το ρόλο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στρέφεται γύρω από το σε ποια λειτουργία της επιχείρησης αυτή αφορά. Στο Ανθρώπινο Δυναμικό; Στο Marketing; Ή μήπως στην Επικοινωνία;

Είναι, ωστόσο, προφανές το γεγονός ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά σε μία μόνο διεύθυνση της επιχείρησης καθώς δεν μπορεί να ταυτιστεί ούτε μόνο με τις πολιτικές στο εσωτερικό της επιχείρησης και τους εργαζομένους της, ούτε με τις στρατηγικές της για την ανάπτυξή της στις αγορές, αλλά επίσης δεν είναι μόνο η εικόνα της επιχείρησης. Πέρα από την αναζήτηση της θέσης της Ε.Κ.Ε. στο εσωτερικό της επιχείρησης, η ιστορία που ακολουθεί μπορεί να τεκμηριώσει την ανάγκη ενσωμάτωσης της Ε.Κ.Ε. στο σχεδιασμό των Δημοσίων Σχέσεων.

Εταιρείες, όπως το Body Shop, ήδη από τον ίδρυσή τους έθεσαν την κοινωνική υπευθυνότητα σαν βασικό τους γνώρισμα κτίζοντας μια πλατφόρμα υπευθυνότητας προκειμένου να προβάλλουν τις αξίες τους για τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση πρέπει να συμπεριφέρεται και τη διαφοροποίησή της μέσα στην αγορά της.

## **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις (μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό τμήμα στην εφαρμογή της Ε.Κ.Ε.;)**

Την τελευταία δεκαετία, ένας μεγάλος αριθμός εταιριών αναγνωρίζει τα επιχειρηματικά οφέλη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ως πολιτική και πρακτική. Ταυτόχρονα, μία νέα πρακτική που κερδίζει διαρκώς έδαφος στις παγκόσμιες επενδύσεις είναι αυτό που ονομάζεται «Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις» (Socially Responsible Investments). Οι επενδύσεις αυτές είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς, όχι μόνο στους μεγάλους επενδυτές, αλλά και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τις ασφαλιστικές εταιρίες, ακόμα και στους μεμονωμένους επενδυτές, ενώ αξιολογούνται ως ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για την εξυπηρέτηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών στόχων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Παράλληλα, τις χαρακτηρίζουν ως ευκαιρία win-win, καθώς συνδυάζουν την οικονομική ανταπόδοση με την ελαχιστοποίηση των κινδύνων σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Στόχος της πρακτικής αυτής είναι η ανάκτηση της εμπιστοσύνης των επενδυτών και πελατών, οι οποίοι γίνονται όλο και πιο κριτικοί σε θέματα διαφάνειας και ηθικής του management.

## **ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Σήμερα οι επιχειρήσεις καλούνται να ενσωματώσουν στη στρατηγική τους και να εφαρμόσουν πρακτικές ανάπτυξης της κοινωνικής πολιτικής.

Για να είναι επιτεύξιμη η πολιτική αυτή της επιχείρησης, θα πρέπει να προβληθεί με τα σωστά μέσα η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη τόσο μέσα στην επιχείρηση, όσο και έξω από αυτήν.

Η προβολή της ΕΚΕ μέσα στην επιχείρηση μπορεί να ξεκινήσει με τακτικές συναντήσεις όλου του προσωπικού, ώστε να ενημερώνετε για το είδος και τον τρόπο προβολής της κοινωνικής ευθύνης που θα πραγματοποιήσει η εκάστοτε επιχείρηση. Αυτό μπορεί να εφαρμοστεί με τη διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων, αφισών και πανό, με υπομνήματα ή ηλεκτρονικά μηνύματα, καθώς και με ειδησεογραφικά δελτία.

Η προβολή της ΕΚΕ στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης μπορεί να υλοποιηθεί με τη διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων σε καταναλωτές, πελάτες, προμηθευτές, εργατικές ενώσεις, στην τοπική κοινωνία, δημόσιες και τοπικές Αρχές. Επίσης, ένας άλλος τρόπος προβολής της ΕΚΕ είναι οι διαφημίσεις, τα ειδησεογραφικά δελτία και οι εκθέσεις της επιχείρησης. Επιπροσθέτως, μπορούμε να αναφερθούμε και στην ιστοσελίδα της επιχείρησης, εφόσον είναι εφικτή. Ένα πολύ γνωστό και επικρατέστερο είδος προβολής της ΕΚΕ είναι η αναφορά ενημερώσεων στην ετικέτα της συσκευασίας που εμπορεύεται η επιχείρηση. Τέλος, οι διάφορες δραστηριότητες και ειδικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις για την συγκέντρωση χρημάτων, είναι μία πολύ εύλογη μέθοδος προώθησης και προέκτασης της επιχείρησης.



## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο διαρκώς μεταβαλλόμενο επιχειρησιακό περιβάλλον των τελευταίων ετών, ιδιαίτερη βαρύτητα λαμβάνουν οι σχέσεις που διέπουν την έννοια της κοινωνικής ευθύνης που οφείλει μια επιχείρηση να αναλαμβάνει στο πλαίσιο της λειτουργίας της. Στοιχεία, όπως η παγκοσμιοποίηση, η τεχνολογική ανάπτυξη, η ελεύθερη αγορά, ο ανταγωνισμός και πολλά άλλα, έχουν προσδώσει ουσιαστική διαφοροποίηση μεταξύ των κοινωνικών δομών, με αποτέλεσμα τη μετακίνηση των κοινωνικών ευθυνών σε επιχειρησιακούς φορείς.

Δεν είναι λίγες πλέον οι επιχειρήσεις που προβάλλουν τις πολιτικές Ε.Κ.Ε τους, έχοντας σαφή αίσθηση των στόχων και των αξιών που διαφοροποιούν μία επιχείρηση από τους ανταγωνιστές της.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντιπροσωπεύει το ανθρώπινο πρόσωπο του άκρως ανταγωνιστικού κόσμου του εμπορίου. Η συνεχής εκπαίδευση, η μετάδοση γνώσης και εμπειρίας, οι νέες τεχνολογικές λύσεις, αλλά και ο πλήρης σεβασμός των ανθρώπινων δικαιωμάτων, είναι στοιχεία που καταδεικνύουν το σκοπό μιας επιχείρησης που επιθυμεί να λειτουργήσει με την ανθρώπινη διάσταση και να βοηθήσει στη δημιουργία βιώσιμων πόρων διαβίωσης.

Αυτό, λοιπόν, που αναδεικνύεται σε παράγοντα σημαντικό για τις επιχειρήσεις, είναι ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να αποτελεί αντικείμενο εκμετάλλευσης ή απλής προβολής με σκοπό το marketing, αλλά κυρίαρχο συνθετικό στοιχείο εταιρικής κουλτούρας, που οδηγεί σαφώς στη διαφοροποίηση της επιχείρησης σε σχέση με τον ανταγωνισμό και συνολικά στην επιτυχία της δράσης.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

1. Εφημερίδα «Ημερησία», «Κοινωνικό Πρόσωπο σημαίνει κέρδη για τα έξυπνα στελέχη».
2. Εφημερίδα «Ελευθεροτυπία», «Υπεραξία για τις εταιρίες οι κοινωνικές στρατηγικές»
3. Εφημερίδα «Executive», «Βαρόμετρο 2004 για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Καίτη Θεοδοσοπούλου
4. Εφημερίδα «Executive», «Περί αειφορίας και κοινωνικής ευθύνης», Μαρία Ρέρρα, CSE
5. Εφημερίδα «Τα Νέα», «Η κοινωνική Ευθύνη φέρνει κέρδη».
6. Εφημερίδα «Οικονομικός Ταχυδρόμος», «Κοινωνική Ευθύνη των Επιχειρήσεων», Σοφία Τσαραμπίδου.
7. Περιοδικό «Marketing Week», «Απολογισμοί, τάσεις και μελλοντικοί ρόλοι της Ε.Κ.Ε.», της Αλεξάνδρας Λεφοπούλου.
8. Περιοδικό «Marketing Week», «Ενσωμάτωση της Ε.Κ.Ε. στις οικονομικές επενδύσεις», της Αλεξάνδρας Λεφοπούλου.
9. Περιοδικό «Marketing Week», «Καταναλωτές και κοινωνικές πρακτικές», της Αλεξάνδρας Λεφοπούλου.
10. Περιοδικό «Marketing Week», «Κοινωνική ευθύνη και ανθρώπινο δυναμικό», της Αλεξάνδρας Λεφοπούλου
11. Περιοδικό «Marketing Week», «Επηρεάζει η Ε.Κ.Ε. τις οικονομικές επιδόσεις;», της Αλεξάνδρας Λεφοπούλου
12. Περιοδικό «Μάνατζερ», «Προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης».
13. Ιστοσελίδα Disabled
14. «Οδηγός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων, Λευκωσία, Ιούνιος 2006, σ.4.

- 15.Άρθρο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Πρωτοβουλίες προώθησης στις ελληνικές επιχειρήσεις»
- 16.Άρθρο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη:παρόν και μέλλον στη χώρα μας», του κ. Ιωάννη Σταύρου, Εκτελεστικού Αντιπροέδρου Συνδέσμου Βιομηχάνων Βορείου Ελλάδας.