

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΜΣ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓΩΓΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΛΟΥΚΙΑ ΓΙΑΛΟΥΡΗ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ



Αθήνα 2012

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΜΣ: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓΩΓΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΛΟΥΚΙΑ ΓΙΑΛΟΥΡΗ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Αθήνα 2012

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην κατεύθυνση:

ΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

που απονέμει το τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας
του Χαροκόπειου Πανεπιστημίου.

Τριμελής Επιτροπή:

Μαλινδρέτος Γεώργιος, Επίκ. Καθηγητής

Γεωργιτσογιάννη Ευαγγελία, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια (Αντιπρύτανης
Ακαδημαϊκών Υποθέσεων και Προσωπικού),

Μητούλα Ρόιδω, Επίκ. Καθηγήτρια

Αθήνα, 2012

Ευχαριστίες

Με την περάτωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας , μου δίνεται η ευκαιρία να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κύριο *Μαλινδρέτο Γεώργιο*, ο οποίος με βοήθησε στην επιλογή του θέματος, όπως επίσης και τις επόπτριές μου κυρία *Γεωεργιτσογιάννη Ευαγγελία* και κυρία *Μητούλα Ρόιδω*. Χωρίς την υποστήριξη και βοήθειά τους, καθώς και την αμέριστη κατανόηση και υπομονή τους η εργασία δεν θα είχε ολοκληρωθεί.

Ακόμα θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους με βοήθησαν να φέρω σε πέρας την παρούσα εργασία, καθώς και όσους δέχθηκαν να απαντήσουν στα ερωτηματολόγια της έρευνάς μου.

Γιαλούρη Λουκία

Σεπτέμβριος 2012

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις αναλαμβάνουν να συνεισφέρουν ενεργά στην κοινωνία, εφαρμόζοντας κοινωνικά υπεύθυνη επιχειρηματική πολιτική, ενισχύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την οικονομική ανάπτυξη και την καλή φήμη της ίδιας της επιχείρησης, αλλά και συμβάλλοντας στην εν γένει ανάπτυξη της χώρας και της κοινωνίας.

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

Οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να εφαρμόζουν κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Η εφαρμογή των πρακτικών αυτών εντοπίζεται κυρίως στο ανθρώπινο δυναμικό και στα ανθρώπινα δικαιώματα, στις συνθήκες εργασίας και στην εκπαίδευση, στην προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και σε δραστηριότητες που στοχεύουν στον πολιτισμό, στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και την υποστήριξη της Τέχνης γενικότερα.

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 των στρατηγικών του marketing και της αγοράς, αλλά και στις επικρατούσες εκάστοτε οικονομικές, κοινωνικές και πολιτισμικές συνθήκες και τη διεθνή συγκυρία.

Όσον αφορά στον πολιτισμό μόνο ένα μικρό μέρος πολιτιστικών και καλλιτεχνικών δράσεων καλύπτεται και υποστηρίζεται από την εφαρμογή πολιτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Abstract

Recently, more and more enterprises consider their actual contribution to the society, adopting policies of Corporate Social Responsibility, reinforcing this way the financial growth and the reputation of the enterprise itself, and contributing to the general development of the country and the society.

The Corporate Social Responsibility, defined as the voluntary commitment of businesses to include into their business practices social, environmental and cultural activities, which are beyond and above all the policies imposed by the current laws and related with all who are affected by enterprise's activities.

Greek consumers know that the enterprises have already started to implement social responsible practices. The implementation of those practices is mainly detected into the human resources and the human rights, the working conditions and studies, the protection of environment, but also to activities focusing to culture, preservation of cultural inheritance and the support of arts in general.

The Corporate Social Responsibility in order to be correctly performed in the enterprise and in the society, should be identified with the policies maintained in the enterprise and its employees, should be incorporated to the functioning of the strategies in marketing and in the market and also to the current economic, social and cultural conditions and the international context as well.

Only a small proportion of cultural and art activities are covered and supported by the implementation of Corporate Social Responsibility practices.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες.....	4
Περίληψη.....	5
Abstract.....	6
Πρόλογος.....	10
Εισαγωγή.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ.....	13
1.1 Ορισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (Διεθνής, στην Ε.Ε., στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες).....	13
1.2 Έννοια και περιεχόμενο της ΕΚΕ.....	14
1.3 Ιστορικό.....	19
1.4 Νέα Ευρωπαϊκή Πολιτική.....	21
1.5 Κατηγορίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	23
1.6 Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders).....	26
1.7 Πρότυπο ISO 26000.....	30
1.8 Πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε.....	36
1.9 Πώς εννοούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη η κοινωνία, οι πολίτες, οι καταναλωτές κ.λπ.	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	40
ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	40
2.1 Πώς εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	40
2.1.1 Τρόποι Δημοσιοποίησης Δράσεων.....	41
2.2 ΕΚΕ και ΜμΕπιχειρήσεις.....	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	51
Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Πολιτισμός.....	51

3.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Πολιτισμός.....	51
3.2 Διαφορά χορηγίας και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης	54
3.3 Παρουσίαση ενδεικτικών παραδειγμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τον πολιτισμό στην Ελλάδα	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	61
Μεθοδολογία της έρευνας	61
4.1 Μεθοδολογία της έρευνας	61
4.1.1 Επιλογή δείγματος	61
4.1.2 Δομή και περιεχόμενο του ερωτηματολογίου	61
4.1.3 Επεξεργασία και μεθοδολογία στοιχείων	62
4.2 Περιγραφική στατιστική.....	62
4.3 Παρουσίαση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων	96
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	106
Συμπεράσματα - Προτάσεις.....	106
5.1 Συμπεράσματα	106
5.2 Προτάσεις	107
Βιβλιογραφία – Πηγές	110
Ελληνική.....	110
Ξενόγλωσση.....	111
Ιστότοποι.....	112
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	113
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	114
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	115
«ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΡΜΗΣ»	118

Διάχυση των αρχών και πρακτικών της ΕΚΕ στις ΜΜΕ.....	118
Παρουσίαση ενδεικτικών παραδειγμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τον πολιτισμό στην Ελλάδα	121
Τράπεζα Πειραιώς	121
Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.....	131
ΕΛΑΪΣ	136
Alpha bank.....	137
ΟΠΑΠ.....	140

Πρόλογος

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του '90 αποτέλεσε θέμα συζήτησης και μελέτης για τις επιχειρήσεις, κυρίως ύστερα από μια σειρά «σκανδάλων» ή αποκαλύψεων σχετικά με τις δράσεις μιας σειράς πολυεθνικών επιχειρήσεων. Ενδεικτικά αναφέρονται: η υπόθεση της Exxon μεγάλης πετρελαϊκής εταιρείας μετά το ναυάγιο του πλοίου Exxon Valdez στην Αλάσκα και την οικολογική καταστροφή που προκλήθηκε. Η υποθέσεις της Shell στη Νιγηρία και τα επεισόδια που προκλήθηκαν. Της Nestle με το παιδικό γάλα που έδινε στην Αφρική υποστηρίζοντας τη διακοπή θηλασμού, καθώς και με την εργασία ανηλίκων σε φυτείες καφέ. Της Nike (αθλητικά είδη) με την καταναγκαστική εργασία ανηλίκων σε χώρες της Ασίας. Της Perrier και της Coca Cola με προβλήματα δηλητηριάσεων από τα προϊόντα τους κ.ά.

Μετά από αυτές και άλλες περιπτώσεις, οι επιχειρήσεις συνειδητοποίησαν πόσο ευάλωτες ήταν σε ζητήματα που συχνά δεν άπτονταν των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παρείχαν. Έτσι το θέμα της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων, που κατά τη γνώμη μας είναι η ανταπόδοση μέρους των κερδών τους στην κοινωνία που στηρίζει τα προϊόντα τους, μέσω δράσεων κοινωνικών, περιβαλλοντικών, πολιτιστικών, έλαβε μεγάλες διαστάσεις παγκοσμίως και ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε το 2001 την Πράσινη Βίβλο για την ΕΚΕ και σήμερα βρίσκεται στη διαδικασία επεξεργασίας σχετικού Σχεδίου Οδηγίας.

Στην παρούσα εργασία γίνεται προσπάθεια να παρουσιαστεί η εφαρμογή πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε σχέση με τον πολιτισμό και τις τέχνες όπως λειτουργούν στην Ελλάδα.

Εισαγωγή

Στην παρούσα εργασία, αφού δώσουμε τα βασικά στοιχεία που αφορούν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θα επικεντρωθούμε στις δράσεις που αναπτύσσονται εντός των ορίων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και που σαν στόχο έχουν τον πολιτισμό, παραθέτοντας και ορισμένα παραδείγματα από ελληνικές εταιρείες που εφαρμόζουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με στόχο τον πολιτισμό.

Έτσι θα ξεκινήσουμε με τον Ορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, όπως αυτός εκφράζεται διεθνώς, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες.

Στη συνέχεια θα προβούμε σε μια σύντομη ιστορική αναδρομή της εξέλιξης του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον κόσμο και στην Ελλάδα. Θα αφιερωθεί ιδιαίτερο κεφάλαιο στη «Νέα Ευρωπαϊκή Πολιτική» που δημοσιεύτηκε τον Οκτώβριο του 2011 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναφέρουμε τις κατηγορίες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Βασικό κεφάλαιο της εργασίας αποτελεί η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), άμεσων και έμμεσων. (Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι σε μία επιχείρηση είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι δανειστές-πιστωτές (τράπεζες). Έμμεσοι ενδιαφερόμενοι είναι το Κράτος, οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται μία επιχείρηση, οι ομάδες πίεσης (pressure groups) π.χ. ακτιβιστές, διαδηλωτές, κ.α. Η Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη).

Ένα αρκετά ενδιαφέρον κεφάλαιο είναι η δημιουργία προτύπων, με τελευταίο και πιο σημαντικό το πρότυπο ISO 26000-Οδηγίες για κοινωνική ευθύνη, το οποίο προτάθηκε από τον ISO (International Organization for Standardization)¹ το 2004 και καθιερώθηκε το 2010 και το οποίο παρέχει κατευθυντήριες οδηγίες για την εφαρμογή από τις επιχειρήσεις της ΕΚΕ.

¹ ISO= Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης.

Στα επόμενα κεφάλαια γίνεται αναφορά στο πώς εννοούν οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αλλά και πώς εννοούν την ΕΚΕ η κοινωνία, οι πολίτες κ.λπ. Όσον αφορά στην εικόνα της ΕΚΕ όπως την αντιλαμβάνονται οι πολίτες, διεξάχθηκε έρευνα με ερωτηματολόγια πολλαπλών επιλογών, τα συμπεράσματα της οποίας αναφέρονται στο συγκεκριμένο κεφάλαιο. Περαιτέρω αφιερώνεται ιδιαίτερο κεφάλαιο στον τρόπο που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ένα κεφάλαιο αφιερώνεται στην εξήγηση της διαφοράς μεταξύ χορηγίας και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, καθώς, ιδιαίτερα στο θέμα του πολιτισμού είναι δυσδιάκριτα τα όρια μεταξύ των δύο αυτών πρακτικών.

Ιδιαίτερο κεφάλαιο αφιερώνεται στην παρουσίαση ενδεικτικών παραδειγμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με στόχο τον πολιτισμό στην Ελλάδα (Alpha bank, Ε.Τ.Ε., ΟΠΑΠ, Τράπεζα Πειραιώς, ΕΛΑΪΣ κ.α.).

Ακολουθεί η ενότητα της παρουσίασης και σχολιασμού των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Τέλος, στα συμπεράσματα – κρίσεις διατυπώνονται απόψεις και σκέψεις που απορρέουν από την εφαρμογή του θεσμού της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ

1.1 Ορισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

(Διεθνής, στην Ε.Ε., στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες).

Ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη νοείται η ηθική ευθύνη, η συμπεριφορά και οι ενέργειες μιας επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνία και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Παρόλο που ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) ή Corporate Social Responsibility (CSR) χρησιμοποιείται ευρύτατα, υπάρχουν διάφοροι ορισμοί σε παγκόσμιο επίπεδο, οι οποίοι διαφέρουν στις λεπτομέρειες ανάλογα με τη φιλοσοφία, τον βαθμό ανάπτυξης κάθε χώρας ή περιφέρειας και τις διαφορετικές προτεραιότητές τους. Στα αγγλικά επίσης υπάρχουν πολλοί όροι για να περιγράψουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη όπως: Corporate Citizenship, Social Responsibility, Social Responsiveness, Corporate Responsibility, κ.λ.π.

Παρακάτω παραθέτουμε μερικούς από τους ορισμούς της ΕΚΕ, οι οποίοι δίνουν μια εικόνα των διαφορών.

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνεται στην Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2001: *«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη».*

Στην Ολλανδία *«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση της ηγεσίας μιας επιχείρησης για θεμελιώδεις αξίες και αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών. Είναι η υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας».*

Στην Ελλάδα σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ: *«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι*

πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους».

«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα» (WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, 1998).

Η Novethic στη Γαλλία, (centre de ressources sur la responsabilité sociale de l'entreprise et l'investissement socialement responsable (ISR))² προεσβεύει ότι: *«Η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες : τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποδηλώνει ότι μια εταιρία ασχολείται σοβαρά όχι μόνον με την αποδοτικότητα και ανάπτυξή της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της : εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα».* Η Novethic παρέχει πιστοποίηση προς τις επιχειρήσεις καθώς και το πλαίσιο για τις πραγματοποιούμενες δράσεις του εντός του πλαισίου της Socially Responsible Investment (SRI)³ .

1.2 Έννοια και περιεχόμενο της ΕΚΕ

Η αναγνώριση από τις σύγχρονες κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη και των θεμελιωδών αλλαγών που αυτή προϋποθέτει για τον τρόπο που οργανώνονται και λειτουργούν οι επιχειρήσεις, αποτελεί την κύρια αιτία για την ανάπτυξη και διάδοση της ιδέας της ΕΚΕ⁴.

² Κέντρο ερευνών για την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων και τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις.

³ Socially Responsible Investment (SRI): Κοινωνικά Υπεύθυνη Επένδυση.

⁴ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΗΜΕΡΙΑΣ, «ΟΔΗΓΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ», Λευκωσία , Ιούνιος 2006.

Τα τελευταία χρόνια οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου έχουν αρχίσει να υιοθετούν σταδιακά μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, μειώνοντας σταδιακά τις παραδοσιακές δράσεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο σε δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους τους. Οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται πλέον ότι αποτελούν οντότητες άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, το οποίο επηρεάζουν αλλά και επηρεάζονται από αυτό και ότι κρίνονται πλέον όχι μόνο με βάση τα οικονομικά τους αποτελέσματα ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με κριτήρια που αφορούν την κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική επίπτωση των πεπραγμένων τους. 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 επιχειρήσεων⁵. Οι επιχειρήσεις δηλαδή οφείλουν να σέβονται τον άνθρωπο, την ανθρώπινη αξιοπρέπεια, το περιβάλλον στο οποίο δρουν και κινούνται και να προσβλέπουν στην παροχή ίσων ευκαιριών και στη βελτίωση του βιοτικού, περιβαλλοντικού και πολιτιστικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στοχεύει στη μεγαλύτερη πολιτική προβολή του θεσμού της Εταιρικής Ευθύνης με τη θεσμοθέτηση επιβράβευσης των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων για τις ενέργειές τους που σχετίζονται με την ΕΚΕ και την έμπρακτη ενθάρρυνση τέτοιου είδους πρωτοβουλιών έχει δε ήδη εξαγγείλει την υποστήριξή της στην δημιουργία ευρωπαϊκής συμμαχίας για την Εταιρική κοινωνική ευθύνη. Έτσι στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπάρχει ένα πλέγμα νόμων και κανόνων για την προστασία του περιβάλλοντος κατά τη διαδικασία παραγωγής που προστατεύει και προάγει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια. Αυτό το πλαίσιο, αποτελεί μία βάση ώστε οι εταιρείες να ξεκινούν από εκεί και να προχωρούν ένα βήμα μπροστά υιοθετώντας έναν κώδικα δεοντολογίας που προάγει την ποιότητα ζωής την εκπαίδευση και επιμόρφωση των εργαζομένων κλπ.

⁵ Οπ.π.

Το 2000 δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών το Global Compact, με στόχο να ενώσει τις προσπάθειες επιχειρήσεων, συνδικαλιστικών φορέων και οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Μέσω του Global Compact ο Ο.Η.Ε. επιχειρεί να προωθήσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και να καταστήσει τις επιχειρήσεις μέρος της λύσης των προβλημάτων που προκύπτουν από την παγκοσμιοποίηση. Στην Ελλάδα ιδρύθηκε στις 28 Μαΐου 2008, το Ελληνικό Δίκτυο Global Compact, στο οποίο είναι ήδη μέλη 76 φορείς (επιχειρήσεις, ακαδημαϊκοί κ.ά.) και το οποίο δεσμεύεται στην τήρηση των δέκα αρχών του Global Compact, που χωρίζονται σε τέσσερις θεματικές ενότητες και είναι οι ακόλουθες⁶:

I. Ανθρώπινα Δικαιώματα

Τα ανθρώπινα δικαιώματα παραμένουν ένας από τους πιο προκλητικούς τομείς της εταιρικής υπευθυνότητας. Εν μέρει αυτό οφείλεται στο ότι παραδοσιακά τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι στην ευθύνη των κρατών και το διεθνές δίκαιο για τα ανθρώπινα δικαιώματα απευθύνεται μόνον σε αυτά. Καθώς όλο και περισσότερες επιχειρήσεις διαπιστώνουν την νομική, ηθική και/ή επιχειρηματική τους ανάγκη να στρέφονται μέσα στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων, βρίσκονται αντιμέτωπες με μια σειρά προκλήσεων.

Αρχή 1η: Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να στηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων

Αρχή 2η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι δεν συνεργούν σε καταπατήσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων

II. Συνθήκες Εργασίας

Οι αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου για τις συνθήκες εργασίας προκύπτουν από τη Διακήρυξη για τις Βασικές Αρχές και τα Δικαιώματα στην Εργασία του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας (1998).

⁶ Πηγή: Global Contact Network Hellas.

Αρχή 3η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ελευθερία του συνδικαλιζέσται και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος για συλλογικές διαπραγματεύσεις

Αρχή 4η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας

Αρχή 5η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας

Αρχή 6η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων σε σχέση με τις προσλήψεις και την απασχόληση

III. Περιβάλλον

Σήμερα ο κόσμος αντιμετωπίζει μοναδικές και φοβερές περιβαλλοντικές προκλήσεις. Αυτές περιλαμβάνουν την κλιματική αλλαγή, μια αναδυόμενη παγκόσμια κρίση στη διαθεσιμότητα και μόλυνση του νερού, τη σημαντική απώλεια βιοποικιλότητας και μακροχρόνια καταστροφή των οικοσυστημάτων, τη μόλυνση της ατμόσφαιρας, την παραγωγή και απόρριψη των αποβλήτων, τον αντίκτυπο της χρήσης χημικών και την απόρριψη τοξικών ουσιών, την καταστροφή των υδάτινων οικοσυστημάτων, την αποψίλωση των δασών και την υποβάθμιση του εδάφους. Οι αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου για το περιβάλλον προκύπτουν από τη Διακήρυξη του Ρίο για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη.

Αρχή 7η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν μια προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις

Αρχή 8η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την προώθηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας

Αρχή 9η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών

IV. Καταπολέμηση της Διαφθοράς

Η διαφθορά αναγνωρίζεται ως μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις του κόσμου. Είναι σημαντικό εμπόδιο στη βιώσιμη ανάπτυξη, με δυσανάλογο

αντίκτυπο στις φτωχές κοινότητες και διαβρώνει την δομή της κοινωνίας. Ο αντίκτυπος στον ιδιωτικό τομέα είναι επίσης σημαντικός – εμποδίζει την οικονομική ανάπτυξη, διαστρεβλώνει τον ανταγωνισμό και περιλαμβάνει σοβαρούς κινδύνους τόσο από νομικής άποψης όσο και από πλευράς φήμης. Η αρχή του Οικουμενικού Συμφώνου για την καταπολέμηση της διαφθοράς προκύπτει από τη Συνθήκη των Ηνωμένων Εθνών ενάντια στη Διαφθορά.

Αρχή 10η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας

Παράλληλα παρατηρείται μία αύξηση των προσδοκιών των ενδιαφερομένων μερών και της κοινής γνώμης όσον αφορά στον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων, και μία σταδιακή συνειδητοποίηση – ιδιαίτερα των μη κυβερνητικών οργανώσεων και των ενώσεων τοπικών συμφερόντων – της μεγαλύτερης δύναμης που τους εξασφαλίζουν οι νέες τεχνολογικές και πολιτικές συνθήκες έναντι των εταιριών, πράγμα που τις οδηγεί σε εντονότερες κινητοποιήσεις για την προώθηση των αιτημάτων και προσδοκιών τους.

Οι καταναλωτές, παρουσιάζουν επίσης φαίνεται να ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν, καθώς και των εταιριών που τα προσφέρουν. Το 70% των ευρωπαίων καταναλωτών υποστηρίζει, ότι η κοινωνική ευθύνη μια επιχείρησης επηρεάζει τις αγοραστικές τους αποφάσεις και ο ένας στους πέντε καταναλωτές είναι διατεθειμένος να πληρώσει ακριβότερα για περιβαλλοντικά και κοινωνικά πιο «υπεύθυνα» προϊόντα⁷.

Ενδεικτική αυτής της αυξημένης ισχύος των καταναλωτών και των μη κυβερνητικών οργανώσεων αποτελεί η τάση που παρουσιάζεται σε πολλές μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις για την επέκταση της εφαρμογής της ΕΚΕ και στα ευρύτερα δίκτυα των συνεργατών τους στην αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους⁸.

⁷ CSR Europe, “12000 consumers in 12 countries”, MORI, Sep. 2000.

⁸ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΗΜΕΡΙΑΣ, «ΟΔΗΓΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ», Λευκωσία, Ιούνιος 2006.

1.3 Ιστορικό

Η ιστορία της κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης των επιχειρήσεων είναι τόσο παλιά όσο και η επιχειρηματικότητα. Για παράδειγμα η υλοτόμηση των δασών υποκείμενη σε νόμους προστασίας του δάσους ανιχνεύεται σχεδόν 5.000 χρόνια πριν. Στην αρχαία Μεσοποταμία το 1700 π.Χ. περίπου ο Χαμουραμί εισήγαγε ένα νόμο με τον οποίο, όποιος οικοδόμος, πανδοχέας ή αγρότης λόγω αμέλειας προκαλούσε τον θάνατο ή μεγάλες ζημιές σε άλλους πολίτες, καταδικαζόταν και ο ίδιος σε θάνατο.

Στην αρχαία Ρώμη οι συγκλητικοί δυσανασχετούσαν αν οι επιχειρήσεις αποτύγχαναν γιατί δεν θα υπήρχαν επαρκείς φόροι για να χρηματοδοτήσουν τις πολεμικές εκστρατείες. Το 1622 δυσαρεστημένοι μέτοχοι της Ολλανδικής Εταιρείας Ανατολικών Ινδιών εξέδιδαν φυλλάδια με τα οποία παραπονούνταν για τη μυστικότητα που περιέβαλε τη διοίκηση της εταιρείας και για αθέμιτο πλουτισμό των διοικούντων.

Με τη βιομηχανοποίηση οι επιπτώσεις των επιχειρήσεων στην κοινωνία και το περιβάλλον έλαβαν μια εντελώς διαφορετική διάσταση. Οι κυρίαρχοι επιχειρηματίες του τέλους του 19^{ου} και των αρχών του 20^{ου} αιώνα χρησιμοποίησαν μέρος του πλούτου που συσσώρευαν στην υποστήριξη φιλανθρωπικών επιχειρήσεων.

Από το 1920 οι συζητήσεις γύρω από την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων αναγνωρίζονται ως η αρχή της σύγχρονης κίνησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το 1929 ο Πρύτανης του Χάρβαρντ στη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Wallace B. Donham, σχολίαζε σε μια διάλεξη που έδωσε στο North Western University: «Οι επιχειρήσεις άρχισαν πολλούς αιώνες πριν από την αυγή της ιστορίας, αλλά οι επιχειρήσεις όπως τις γνωρίζουμε τώρα είναι κάτι νέο – νέο όσον αφορά την έκταση του στόχου, νέο όσον αφορά την κοινωνική τους σημασία. Οι επιχειρήσεις δεν έχουν μάθει πώς να χειρίζονται αυτές τις αλλαγές ούτε αναγνωρίζουν το μέγεθος των ευθυνών τους για το μέλλον του πολιτισμού»⁹.

⁹ Η μετάφραση από το αγγλικό κείμενο είναι δική μας. Το αυθεντικό κείμενο έχει ως εξής: 'Business started long centuries before the dawn of history, but business as we now know it is new - new in its broadening scope, new in its social significance. Business has not learned how

Σχεδόν 75 χρόνια αργότερα αυτά τα λόγια ηχούν αληθινά. Μολονότι σήμερα αντιμετωπίζουμε κάποιες καινούργιες προβληματικές σχετικά με τον ρόλο των επιχειρήσεων στην κοινωνία, από την έκρηξη του διαδικτύου μέχρι τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα, πολλά από τα υπό συζήτηση θέματα δεν είναι πολύ διαφορετικά από αυτά που απασχολούσαν την κοινωνία το 1920.

Τον Μάιο του 1994 μια ομάδα Ευρωπαίων Επιχειρηματιών και Διευθυντών επιχειρήσεων υπέγραψε την «Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού» με στόχο την ανεύρεση τρόπων για προαγωγή της κοινωνικής τους υπευθυνότητας.

Αποτέλεσμα αυτής της Διακήρυξης ήταν η δημιουργία το 1995 του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή (EBNSC).

Ένας από τους βασικούς στόχους του Δικτύου αυτού ήταν και η υποστήριξη δημιουργίας αντίστοιχων Εθνικών Δικτύων.

Στην Ελλάδα, τον Οκτώβριο του 1996 το ΕΒΕΑ, σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο, διοργάνωσε ημερίδα με σκοπό την παρουσίαση σε μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις των δραστηριοτήτων του Ευρωπαϊκού Δικτύου προκειμένου στη συνέχεια να διερευνηθεί η δυνατότητα ίδρυσης ενός Ελληνικού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή, αντίστοιχου με το ευρωπαϊκό.

Στην εκδήλωση συμμετείχαν 18 μεγάλες ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις και εκπρόσωποι του Ευρωπαϊκού Δικτύου.

Οι 18 εταιρίες που έλαβαν μέρος στην ημερίδα ήταν:

Τσιμέντα TITAN A.E.– Βωξίτες Παρνασσού A.E. – Interamerican A.E. – Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος A.E. - Levi Strauss Hellas – Βιοχάλκο A.E.- Triumph International A.G. – ΔΕΛΤΑ A.E. – Αθηναϊκή Ζυθοποιία A.E. – Γιώτης A.E. – Ελληνική Εταιρία Εμφιαλώσεων 3E A.E. - Siemens A.E. – Tasty Foods A.E. – Αθηναϊκή Χαρτοποιία A.E. - Μπισκότα Παπαδοπούλου A.E. – ΦΑΓΕ A.E. - Allianz A.E. – FANCO A.E.

to handle these changes, nor does it recognise the magnitude of its responsibilities for the future of civilisation.'

Το 1999, στέλεχος του Ευρωπαϊκού Δικτύου (EBNSC) ανέλαβε νέα πρωτοβουλία για σύσταση και στην Ελλάδα Δικτύου. Στο πλαίσιο αυτό διοργανώθηκε στο ΕΒΕΑ εκδήλωση με τη συμμετοχή των εκπροσώπων του EBNSC, 12 επιχειρήσεων και τριών συλλογικών φορέων (ΕΒΕΑ, ΣΕΒ και ΣΒΒΕ). Ακολούθησε η δημιουργία ολιγομελούς συντονιστικής επιτροπής για τη δημιουργία Ελληνικού Δικτύου.

Το Νοέμβριο του ίδιου χρόνου, δεκατρείς ελληνικές επιχειρήσεις μαζί με τους τρεις πιο πάνω συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς κατέληξαν στην υπογραφή της διακήρυξης για την ίδρυση του «Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή».

Το σχετικό καταστατικό της Αστικής – Μη κερδοσκοπικής εταιρίας κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών την 15η Ιουνίου 2000 όπου και καταχωρήθηκε με αριθμό 10147/29.6.2000 και έκτοτε τροποποιήθηκε δύο φορές.

Με την πρώτη τροποποίηση του καταστατικού άλλαξε και η ονομασία του Δικτύου σε «Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (Δίκτυο) με την αντίστοιχη αγγλική μετάφραση “Hellenic Network for Corporate Social Responsibility” (HNCSR).

Με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μελών του της 27ης Νοεμβρίου 2002 και μετά από τις απαιτούμενες ενέργειες, το Δίκτυο άλλαξε τη νομική μορφή του σε μη κερδοσκοπικό Σωματείο, το οποίο καταχωρήθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών με αριθμό 24483/9.4.2003 με την ίδια ονομασία και διακριτικό τίτλο.

1.4 Νέα Ευρωπαϊκή Πολιτική

Τον Οκτώβριο του 2011 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε μια νέα πολιτική σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη [137 KB].

Σε αυτήν ορίζεται ότι προκειμένου να ανταποκριθούν πλήρως στην κοινωνική τους ευθύνη, οι επιχειρήσεις «θα πρέπει να έχουν έτοιμη μια διαδικασία ενσωμάτωσης των κοινωνικών, περιβαλλοντικών, ηθικών και ανθρωπίνων δικαιωμάτων που αφορούν στις λειτουργίες της επιχείρησής τους και έναν στρατηγικό πυρήνα σε στενή συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους (stakeholders)».

Ο στόχος είναι αμφότερα η ενδυνάμωση των θετικών επιδράσεων – για παράδειγμα μέσω της καινοτομίας σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες που είναι ευεργετικά για την

κοινωνία και τις ίδιες τις επιχειρήσεις – και στην ελαχιστοποίηση και πρόληψη τυχόν αρνητικών επιδράσεων.

Η νέα πολιτική προωθεί μια ατζέντα δραστηριοτήτων για την περίοδο 2011-2014, η οποία καλύπτει οκτώ περιοχές:

- Ενίσχυση της ορατότητας της ΕΚΕ και διασπορά των καλών πρακτικών: αυτό περιλαμβάνει τη δημιουργία Ευρωπαϊκής βράβευσης και την ίδρυση πλατφόρμας τομέων για τις επιχειρήσεις και τα ενδιαφερόμενα μέρη για ανάληψη υποχρεώσεων και κοινή παρακολούθηση της προόδου των.
- Βελτίωση και παρακολούθηση των επιπέδων εμπιστοσύνης στις επιχειρήσεις: η Επιτροπή θα ξεκινήσει μια δημόσια διαβούλευση πάνω στο ρόλο και τις δυνατότητες των επιχειρήσεων και θα οργανώσει έρευνες πάνω στην εμπιστοσύνη που έχουν οι πολίτες έναντι των επιχειρήσεων.
- Βελτίωση των εσωτερικών και συνδυασμένων διαδικασιών κανονισμών: η Επιτροπή προτείνει την ανάπτυξη ενός συνοπτικού πρωτοκόλλου το οποίο θα διέπει την ανάπτυξη των μελλοντικών εσωτερικών και συνδυασμένων πρωτοβουλιών κανονισμών.
- Ενίσχυση ανταμοιβής της αγοράς για την ΕΚΕ: αυτό σημαίνει δραστικότητα των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης στους τομείς της κατανάλωσης, των επενδύσεων και των δημόσιων προμηθειών προκειμένου να προωθηθεί η ανταμοιβή της αγοράς προς την υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά.
- Βελτίωση της εταιρικής δημοσιοποίησης κοινωνικών και περιβαλλοντικών πληροφοριών: η νέα πολιτική επιβεβαιώνει την πρόθεση της Επιτροπής να προβάλλει μια νέα νομοθετική πρόταση πάνω σε αυτό το ζήτημα.
- Περαιτέρω ενσωμάτωση της ΕΚΕ στην παιδεία, την εκπαίδευση και την έρευνα: η Επιτροπή θα παρέχει περαιτέρω υποστήριξη για την παιδεία και εκπαίδευση στο πεδίο της ΕΚΕ και θα αναζητήσει ευκαιρίες για τη χρηματοδότηση περαιτέρω ερευνών.
- Έμφαση στη σημασία των εθνικών και υποεθνικών πολιτικών ΕΚΕ: η Επιτροπή προσκαλεί τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης να παρουσιάσουν ή να

εκσυγχρονίσουν τα σχέδιά τους σχετικά με την προώθηση της ΕΚΕ μέχρι τα μέσα του 2012./

- Καλύτερη εναρμόνιση των Ευρωπαϊκών και διεθνών προσεγγίσεων στην ΕΚΕ:
- Η Επιτροπή τονίζει τις οδηγίες της OECD¹⁰ (Organisation for Economic Co-operation and Development) για τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις,
- Τις 10 αρχές του Global Compact των Ηνωμένων Εθνών¹¹,
- Τις αρχές των Ηνωμένων Εθνών σχετικά με το Επιχειρείν και τα Ανθρώπινα Δικαιώματα,
- Την Τριμερή Διακήρυξη των Αρχών για τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις και την Κοινωνική πολιτική της ILO¹²,
- Το ISO 26000 Πρότυπο για την Κοινωνική Ευθύνη.

Μια αναφορά για την εφαρμογή αυτής της δραστηριότητας θα πρέπει να δημοσιευθεί έγκαιρα προς αξιολόγηση σε συνάντηση που προγραμματίζεται για τα μέσα του 2014.

1.5 Κατηγορίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Οι δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναπτύσσονται σε δυο μεγάλους άξονες, στις δράσεις που αφορούν το εσωτερικό της επιχείρησης, δηλαδή το προσωπικό της και σε αυτές που αφορούν το εξωτερικό της περιβάλλον, δηλαδή την κοινωνία στην οποία δραστηριοποιούνται.

Οι δράσεις για το προσωπικό, αφορούν τις ενέργειες που μια επιχείρηση κάνει για τη βελτίωση των εργασιακών συνθηκών των εργαζομένων, πέραν των υποχρεώσεων της με βάση την εργατική νομοθεσία. Για παράδειγμα, πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν προγράμματα μετεκπαίδευσης στους εργαζομένους τους, επιχορηγούν και ενθαρρύνουν μεταπτυχιακές σπουδές, προσφέρουν επιπλέον παροχές, δημιουργούν χώρους φύλαξης και δημιουργικής απασχόλησης των παιδιών των εργαζομένων τους,

¹⁰ Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ).

¹¹ Οικουμενικό Σύμφωνο του ΟΗΕ (UN Global Compact).

¹² ILO (International Labor Organisation) - Διεθνής Οργάνωση Εργασίας.

προσφέρουν πρόσθετη ιατροφαρμακευτική ασφάλιση-ασφάλιση ατυχημάτων και ζωής, πραγματοποιούν ψυχαγωγικές εκδηλώσεις – εκδρομές, χριστουγεννιάτικες γιορτές με δώρα για τα παιδιά, συνεστιάσεις, χορούς κ.λπ., βραβεύουν τα παιδιά των εργαζομένων ή προσφέρουν υποτροφίες και άλλα.

Οι δράσεις που αφορούν το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων, μπορούν να αναλυθούν σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, τις κοινωνικές, πολιτιστικές, αθλητικές και περιβαλλοντικές δράσεις. Στις δράσεις αυτές εντάσσονται τα προγράμματα που αφορούν την ευαισθητοποίηση των εργαζομένων και του κοινωνικού συνόλου για διάφορα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά θέματα, οι δωρεές, οι χορηγίες σε χρήμα και είδος, τα προγράμματα εθελοντικής συμμετοχής εργαζομένων, τα προγράμματα ανακύκλωσης, οι τράπεζες αίματος κ.λπ..

Οι βασικοί λόγοι που επηρεάζουν τις αποφάσεις μιας εταιρίας για να ασχοληθεί με την ΕΚΕ είναι οι εξής :

- Ο κατακερματισμός των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)
- Η αύξηση του κόστους διαφήμισης
- Η συσσώρευση πληθώρας εμπορικών σημάτων στα ΜΜΕ παράλληλα με την ενίσχυσή τους.
- Η έντονη ενασχόληση με το περιβάλλον και την υπερθέρμανση του πλανήτη.

Η επιχείρηση επιλέγει την εφαρμογή ΕΚΕ και εστιάζει σε τομείς που συμφωνούν με τις αξίες της, εφαρμόζει προγράμματα για να υποστηρίξει τους εταιρικούς στόχους της και επιλέγει θέματα που σχετίζονται με τα προϊόντα που διαθέτει και τον κοινό στόχο ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι Μάρκετινγκ.

Τα κριτήρια επιλογής ενός ή παραπάνω προγραμμάτων είναι τα εξής:

- α) Η σύνδεση της πολιτικής της ΕΚΕ με τους στόχους για την καλή εικόνα της εταιρίας.
- β) Η σύνδεση του κοινού της ΕΚΕ με εκείνο της εταιρίας.
- γ) Η σύνδεση μεταξύ της ΕΚΕ και του εταιρικού ονόματος ή προϊόντος.
- δ) Το κόστος εφαρμογής κάποιου προγράμματος ΕΚΕ.

Τα κυριότερα οφέλη που θα εισπράξει η επιχείρηση από την πετυχημένη διαμόρφωση Πολιτικής Εταιρικής Ευθύνης και σαφώς από την εξίσου πετυχημένη εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ είναι η αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς, η ενδυνάμωση του brand (εταιρικής επωνυμίας), η βελτίωση της εταιρικής εικόνας, η υποκίνηση και διατήρηση των εργαζομένων, τα μειωμένα λειτουργικά κόστη και τέλος, η θετική εικόνα της στους μετόχους.

Με τον τρόπο αυτό διαμορφώνεται ένα κλίμα στο οποίο οι επιχειρηματίες θα είναι σεβαστοί όχι μόνο επειδή παράγουν κέρδη αλλά και για τη συνεισφορά τους στο κοινωνικό σύνολο και τον πολιτισμό και την ανταπόκριση της της κοινωνικές προκλήσεις.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε έξι (6) κατηγορίες ανάλογα με τη φύση της ανάλογης πρωτοβουλίας-προγράμματος¹³:

1. **Cause promotion ή Προώθηση Σκοπού:** Η επιχείρηση προσφέρει χρήματα / προϊόντα / υπηρεσίες για κάποιο κοινωνικό σκοπό και την ευαισθητοποίηση του κοινού γύρω από αυτόν.
2. **Cause - related marketing ή Μάρκετινγκ Σκοπού:** Με αυτό συνδέονται οι πωλήσεις ενός συγκεκριμένου προϊόντος με ένα ποσοστό από τα έσοδά του, το οποίο προσφέρεται σε συγκεκριμένο σκοπό.
3. **Corporate social marketing ή Κοινωνικό Μάρκετινγκ:** Με τον τρόπο αυτό συνδράμει στην αλλαγή της συμπεριφοράς του κοινού, όσον αφορά σε κάποιο θέμα και συνήθως σε συνεργασία με κάποιον δημόσιο φορέα.
4. **Corporate philanthropy ή Εταιρική Φιλανθρωπία:** Είναι συνήθως η προσφορά χρημάτων σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό ή σκοπό ή ανάληψη χρηματοδότησης κάποιου έργου το οποίο θα αποσκοπεί στην ανακούφιση κάποιων κοινωνικών στρωμάτων που έχουν ανάγκη.

¹³ Εφημερίδα «ΕΘΝΟΣ», ένθετο ΧΡΗΜΑ, Αφιέρωμα εταιρική κοινωνική ευθύνη - Η ΕΚΕ ως εργαλείο του Μάρκετινγκ, Των Θεόδωρου Ανδρουτσόπουλου* - Γρηγόριου Φουντή, Μάιος 2008.

5. **Community volunteering ή Εταιρικός Εθελοντισμός:** Η επιχείρηση υποστηρίζει και προτρέπει εργαζομένους και συνεργάτες να προσφέρουν τον χρόνο και τις γνώσεις τους σε κάποιο σκοπό.
6. **Socially responsible business practices ή Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές:** Πρόκειται για πρακτικές που έχουν να κάνουν με τη βελτίωση της ζωής σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας και όσον αφορά στο περιβάλλον.

1.6 Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders)

Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών έχει αναπτυχθεί σταδιακά από το 1970 έως τις μέρες μας. Η βάση της θεωρίας εδράζεται στο γεγονός ότι το μέγεθος των επιχειρηματικών μονάδων είναι πλέον τόσο μεγάλο και η επίδραση που ασκούν στην κοινωνία είναι τόσο καταλυτική, ώστε οφείλουν να εκδηλώνουν υπευθυνότητα σε περισσότερους τομείς της κοινωνίας και όχι μόνο απέναντι στους μετόχους τους.

Η σχέση των ενδιαφερόμενων μερών με τις επιχειρήσεις αποτελεί στην ουσία μια σχέση ανταλλαγής, όπου οι ομάδες των ενδιαφερόμενων μερών συνεισφέρουν ουσιαστικά στην εκπλήρωση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, καταναλώνοντας τα προϊόντα τους ή χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες τους και σε αντάλλαγμα αναμένουν από τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν ή τουλάχιστον να μην επιβαρύνουν το επίπεδο ζωής τους.

Υπάρχουν αρκετές θεωρίες σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, μεταξύ των οποίων η πλέον διαδεδομένη είναι η θεωρία των ενδιαφερομένων (ενεχομένων) ή εμπλεκόμενων μερών, η θεωρία των stakeholders. Η προσέγγιση αυτή αναλύθηκε αρχικά από τον Freeman το 1984 στο βιβλίο του “Strategic Management: a Stakeholder Approach”. Ο τελευταίος υποστήριξε ότι οι διοικούντες έναν οργανισμό οφείλουν να είναι υπόλογοι απέναντι σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και όχι αποκλειστικά απέναντι στους μετόχους.

Ακολούθησαν πολλές σχετικές μελέτες, μερικές εκ των οποίων επικεντρώθηκαν στην αναζήτηση ενός κανονιστικού πλαισίου, που θα βοηθήσει στην πρακτική εφαρμογή της εν λόγω θεωρητικής προσέγγισης. Από αυτές, αξίζει να αναφερθεί η δημοσίευση επτά αρχών από το Clarkson Center for Business Ethics το 1998 (Leme, 2008). Οι

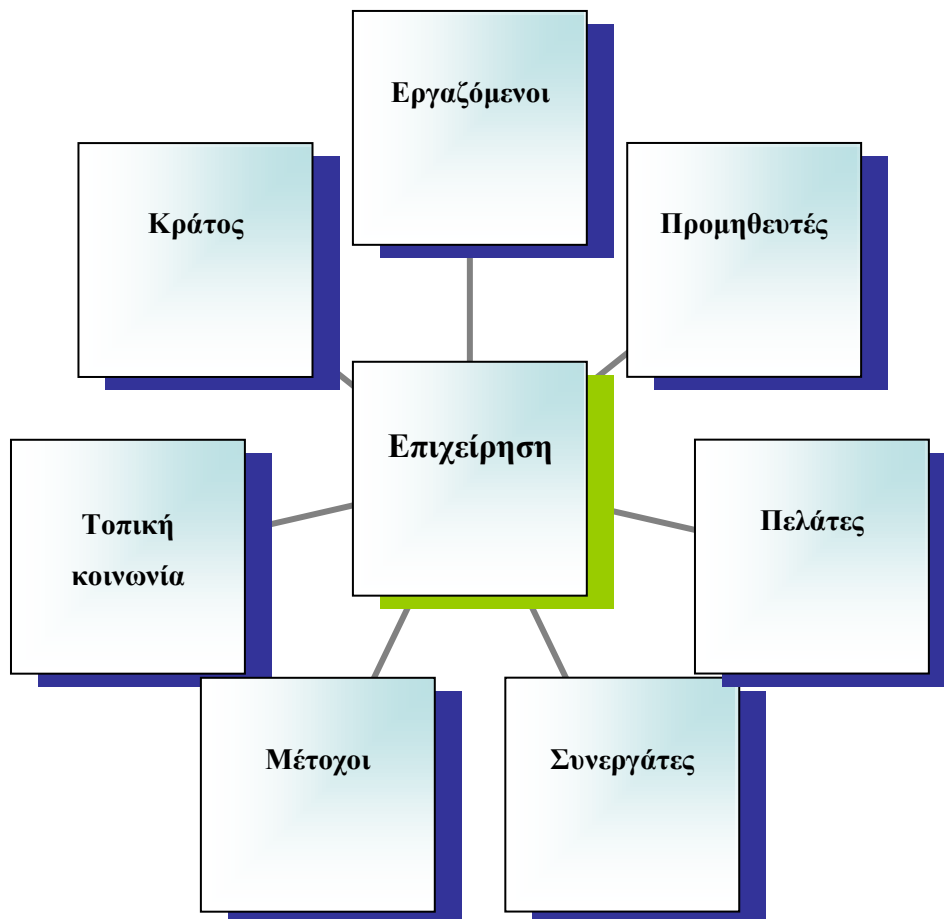
αρχές αυτές εκπροσωπούν την αφύπνιση σε πρώτο στάδιο σχετικά με τα θέματα εταιρικής διοίκησης τα οποία συζητούνταν ευρέως σε συνδυασμό με τα επιχειρηματικά σκάνδαλα των ετών 2001-2003 και είναι οι παρακάτω (σε ελεύθερη μετάφραση):

Αρχή 1	Οι διευθυντές πρέπει να γνωρίζουν και να καταγράφουν τα θέματα όλων των νόμιμων stakeholders και θα πρέπει να υπολογίζουν τα ενδιαφέροντά τους στη λήψη αποφάσεων και λειτουργίας των επιχειρήσεών τους.
Αρχή 2	Οι διευθυντές θα πρέπει να ακούν και να επικοινωνούν ανοιχτά με τους stakeholders αναφορικά με τα αντίστοιχα θέματα και συνεισφορά τους και για τους κινδύνους που συνεπάγονται κατά την εμπλοκή τους με την επιχείρηση.
Αρχή 3	Οι διευθυντές θα πρέπει να υιοθετούν διαδικασίες και μοντέλα συμπεριφοράς που δείχνουν ευαισθησία στα ενδιαφέροντα και τις δυνατότητες των stakeholders.
Αρχή 4	Οι διευθυντές θα πρέπει να αναγνωρίζουν την αλληλεξάρτηση των προσπαθειών και ανταμοιβών των stakeholders και θα πρέπει να προσπαθούν να πετύχουν μια δίκαιη κατανομή των πλεονεκτημάτων και των βαρών της επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ τους, λαμβάνοντας υπόψη τους δικούς τους αντίστοιχους κινδύνους και τρωτά σημεία.
Αρχή 5	Οι διευθυντές θα πρέπει να συνεργάζονται και με άλλες οντότητες, δημόσιες και ιδιωτικές, για να εξασφαλίζουν την ελαχιστοποίηση των κινδύνων και ζημιών που προκύπτουν από την επιχειρηματική δραστηριότητα και όπου δεν μπορούν να αποφευχθούν, να αποζημιώνονται κατάλληλα.
Αρχή 6	Οι διευθυντές θα πρέπει να αποφεύγουν εντελώς δραστηριότητες που θέτουν σε κίνδυνο τα ανθρώπινα δικαιώματα (π.χ. το δικαίωμα στη ζωή) ή να δημιουργούν κινδύνους οι οποίοι θα είναι παντελώς μη αποδεκτοί από τις διάφορες ομάδες stakeholders.
Αρχή 7	Οι διευθυντές θα πρέπει να γνωρίζουν τις πιθανές συγκρούσεις μεταξύ (α) του ρόλου τους ως επιχειρηματικών stakeholders, (β) των νομικών και ηθικών υποχρεώσεών τους έναντι των ενδιαφερόντων των stakeholders, και θα πρέπει αυτές τις συγκρούσεις να τις συζητούν ανοιχτά με επικοινωνία, κατάλληλες αναφορές και κίνητρα και, εν ανάγκη, με τη βοήθεια τρίτων μερών.

Το μοντέλο αυτό συγκλίνει με εκείνο της μεγιστοποίησης της αξίας του μετόχου στο ότι και τα δύο βασίζονται στην ιδέα της δημοκρατίας και των αρχών της οικονομίας της αγοράς. Ωστόσο, διαφέρουν στο ότι εδώ η εταιρεία θεωρείται ότι θα πρέπει να

συγκεράσει τα ποικίλα και αντικρουόμενα συμφέροντα, τόσο των μετόχων όσο και των λοιπών ομάδων που την επηρεάζουν ή επηρεάζονται από αυτή

Ως ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) νοούνται τα μέρη που αποτελούν το άμεσο και έμμεσο περιβάλλον της επιχείρησης και τα οποία επηρεάζονται ή έχουν ενδιαφέρον όσον αφορά τις δραστηριότητές της. Έτσι, ως άμεσα ενδιαφερόμενα μέρη μιας επιχείρησης θεωρούνται οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι δανειστές-πιστωτές (τράπεζες), πελάτες κ.λπ. Ως έμμεσα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούνται το Κράτος, οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται μια επιχείρηση, οι ομάδες πίεσης (pressure groups), στις οποίες περιλαμβάνονται ομάδες προστασίας περιβάλλοντος, ακτιβιστές, τοπικοί σύλλογοι κ.λπ.



Μέσω της θεωρίας των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders) οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη τους και διαλέγονται με όλα τα ενεχόμενα μέρη (άμεσα και

έμμεσα) προκειμένου να καθορίσουν και να οριστικοποιήσουν τα προγράμματα δράσης τους, όσον αφορά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη τους. Σε μια απλοποιημένη κατηγοριοποίηση μια επιχείρηση έχει τριών ειδών stakeholders¹⁴:

- *Οργανωτικούς*: εργαζόμενους, διοικητικά στελέχη, μετόχους-μερισματούχους, συνδικαλιστές.
- *Οικονομικούς*: πελάτες, πιστωτές, διανομείς, προμηθευτές.
- *Κοινωνικούς*: Δημόσιο, κοινότητες, ελεγκτικούς μηχανισμούς, μη κυβερνητικούς και μη κερδοσκοπικούς φορείς προστασίας περιβάλλοντος κ.λπ.

Τα διοικητικά στελέχη του BodyShop, David Wheeler και Maria Sillanpaa βιβλίο τους “The Stakeholder Corporation: a Blueprint for Maximizing Stakeholder Value” (1997, London: Pitman Publishing) κάνουν μια άλλη, επίσης ενδιαφέρουσα κατηγοριοποίηση των stakeholders, η οποία έχει ως εξής:

- *Αρχικοί ή βασικοί stakeholders (άμεσης επικοινωνίας)*:

Κοινωνικοί (μέτοχοι, μεριδιούχοι και επενδυτές, εργαζόμενοι και διοικητικά στελέχη, πελάτες, προμηθευτές και άλλοι επιχειρηματικοί συνεργάτες, τοπικές κοινωνίες).

Μη Κοινωνικοί (το φυσικό περιβάλλον, οι μελλοντικές γενεές, τα μη ανθρώπινα είδη).

- *Δευτερεύοντες stakeholders (έμμεσης επικοινωνίας)*:

Κοινωνικοί (κυβέρνηση και ελεγκτές, αστικοί θεσμοί - ιδρύματα, ομάδες κοινωνικής πίεσης, Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Ακαδημαϊκή κοινότητα, εμπορικά σωματεία, ανταγωνιστές).

Μη Κοινωνικοί (ομάδες περιβαλλοντικής πίεσης, οργανώσεις προστασίας ζώων).

¹⁴ Werther, W.B. & Chandler, D.B. (2006). Strategic Corporate Social Responsibility – Stakeholders in a Global Society. California: Sage Publications.

1.7 Πρότυπο ISO 26000¹⁵

Προκειμένου να διαχειριστούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη, πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν να αναπτύξουν και να υλοποιήσουν ένα εταιρικό σύστημα, το οποίο περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες (εσωτερικούς και εξωτερικούς) που συμμετέχουν και επηρεάζουν το αντικείμενο του συστήματος, δηλαδή την αποτελεσματική εφαρμογή δράσεων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Έτσι, η ανάπτυξη ενός τέτοιου «συστήματος ΕΚΕ» σημαίνει τη διαμόρφωση ενός «εγχειριδίου», κάποιων «διαδικασιών» και στη συνέχεια «οδηγιών», με σκοπό τη συστηματική προσέγγιση δράσεων ΕΚΕ και την υιοθέτηση αντίστοιχων πρακτικών. Μέσω αυτού επιτυγχάνεται μεγαλύτερη ευελιξία όσον αφορά στις επιλεγόμενες δράσεις.

Ο ISO (International Organization for Standardization)¹⁶ αποφάσισε, το 2004, την ανάπτυξη ενός διεθνώς αποδεκτού προτύπου, κατάλληλου για κάθε οργανισμό, σε απλή γλώσσα κατανοητή από μη ειδικούς, που θα παρείχε κατευθυντήριες οδηγίες για την ΕΚΕ. Αυτό το πρότυπο καθιερώθηκε το 2010 και ονομάστηκε ISO 26000, Οδηγίες για κοινωνική ευθύνη. Στοχεύει να είναι το πρώτο βήμα βοήθειας σε όλους τους τύπους οργανισμών αμοιτέρων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, ώστε με την εφαρμογή του να επιτυγχάνουν τα πλεονεκτήματα της λειτουργίας με έναν κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο.

Είναι κοινά αποδεκτά από τις επιχειρήσεις και τους ενεχόμενους (stakeholders) διεθνώς η ανάγκη και τα οφέλη που προκύπτουν από την εφαρμογή της κοινωνικής ευθύνης στόχος της οποίας είναι να συνεισφέρει στην παρατεταμένη ανάπτυξη.

Η συμπεριφορά μιας επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνία στην οποία λειτουργεί και η επίδρασή της στο περιβάλλον αποτελούν κρίσιμο μέτρο της εν γένει επίδοσής της και της δυνατότητάς της να λειτουργήσει αποτελεσματικά. Αυτό εν μέρει είναι η αντανάκλαση της όλο και αυξανόμενης αναγνώρισης της ανάγκης για την εξασφάλιση υγιών οικοσυστημάτων, κοινωνικής ισότητας και καλής οργανωτικής διοίκησης. Μακροχρόνια όλες οι επιχειρηματικές δράσεις εξαρτώνται από την υγεία

¹⁵ www.iso.org/sr - International Standards for Business, Government and Society.

¹⁶ ISO= Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης.

των παγκόσμιων οικοσυστημάτων και βρίσκονται κάτω από το μικροσκόπιο των εμπλεκομένων stakeholders.

Τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από την προοπτική της εφαρμογής του ISO 26000 στη κοινωνική ευθύνη μιας επιχείρησης, μπορούν να επηρεάσουν μεταξύ άλλων:

- Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Την καλή φήμη.
- Την ικανότητα προσέλκυσης και διατήρησης εργαζομένων ή μελών, πελατών, καταναλωτών ή χρηστών.
- Τη διατήρηση του ηθικού των εργαζομένων, την αφοσίωσή τους και την παραγωγικότητα.
- Τη βελτίωση της άποψης των επενδυτών, ιδιοκτητών, δωρητών, χορηγών και της οικονομικής κοινότητας.
- Τις σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, κυβερνήσεις, ΜΜΕ, προμηθευτές, κοινωνικές ομάδες, πελάτες και την κοινότητα εντός της οποίας λειτουργούν.

Το πρότυπο ISO 26000 παρέχει καθοδήγηση σε όλους τους τύπου οργανώσεων, άσχετα από το μέγεθος ή τον τόπο στον οποίο δραστηριοποιούνται, για:

1. Σκέψεις, όρους και ορισμούς σχετικά με την κοινωνική ευθύνη.
2. Υπόβαθρο, τάσεις και χαρακτηριστικά της κοινωνικής ευθύνης.
3. Αρχές και πρακτικές σχετιζόμενες με την κοινωνική ευθύνη.
4. Ουσία, αντικείμενο και θέματα της κοινωνικής ευθύνης.
5. Ενσωμάτωση, εφαρμογή και προώθηση της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς στις οργανώσεις και μέσω των πολιτικών και πρακτικών της στη σφαίρα της επιρροής τους.
6. Προσδιορισμός και σύνδεση με τους stakeholders.
7. Μετάδοση των δεσμεύσεων, της εφαρμογής και άλλων πληροφοριών που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη.

Το πρότυπο ISO 26000 στοχεύει στη βοήθεια των οργανώσεων για τη συμβολή στην αειφόρα ανάπτυξη. Σκοπεύει στην ενθάρρυνση των επιχειρήσεων να προχωρήσουν πέρα από τη συμμόρφωση στο νόμο, αναγνωρίζοντας ότι η συμμόρφωση προς το νόμο είναι θεμελιώδες καθήκον κάθε επιχείρησης και ένα απαραίτητο στοιχείο της κοινωνικής τους ευθύνης. Επίσης στοχεύει στην προαγωγή της κοινής κατανόησης στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης και στη συμπλήρωση άλλων εργαλείων και πρωτοβουλιών, όχι στην αντικατάστασή τους.

Για την εφαρμογή του ISO 26000 συνιστάται η επιχείρηση να λαμβάνει υπόψη την κοινωνική, περιβαλλοντική, νομική, πολιτιστική, πολιτική και οργανωτική διαφορετικότητα, όπως επίσης τις διαφορετικές οικονομικές συνθήκες και συγχρόνως να είναι συνεπής προς τα διεθνή πρότυπα συμπεριφοράς.

Το πρότυπο δεν είναι πιστοποιήσιμο ή κανονιστική ή συμβατική χρήση. Κάθε προσπάθεια χρήσης του ISO 26000 για πιστοποίηση θα σήμαινε λανθασμένη ερμηνεία των στόχων του, κακή χρήση του διεθνούς προτύπου και έλλειψη συμμόρφωσης προς αυτό.

Το ISO 26000 περιλαμβάνει επτά βασικά θέματα κοινωνικής ευθύνης τα οποία καθορίζονται στο πρότυπο και εμφανίζονται στο παρακάτω γράφημα. Οι αριθμοί αναφέρονται στους αντίστοιχους όρους του προτύπου.

Σύμφωνα με άρθρο που δημοσιεύεται στο περιοδικό «ΠΕΡΙΣΚΟΠΙΟ», στη στήλη «Επιστημονικά Θέματα», σελ. 4, με τίτλο «Το πρότυπο ISO 26000 για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών και η εφαρμογή του»¹⁷, βασικό δομικό στοιχείο του προτύπου ISO 26000 είναι οι επτά θεμελιώδεις αρχές της κοινωνικής ευθύνης που αναφέρονται σε θέματα λογοδοσίας, διαύγειας και ηθικής, σεβασμού συμφερόντων, δικαιωμάτων, νόμων και κανόνων.

¹⁷ *Φίλιππος Ι.Καρυπίδης*, Καθηγητής Τμήματος Αγροτικής Ανάπτυξης και Διοίκησης Αγροτικών Επιχειρήσεων, *Κέρστιν Σιάκα*, Αναπλ.Καθηγήτρια Τμήματος Πληροφορικής, *Βασίλειος Κώστογλου*, Αναπλ.Καθηγητής Τμήματος Πληροφορικής, *ΠΕΡΙΣΚΟΠΙΟ*, «Επιστημονικά Θέματα», σελ. 4, με τίτλο «Το πρότυπο ISO 26000 για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών και η εφαρμογή του».

Social responsibility: 7 core subjects



Πηγή: www.iso. Οι αριθμοί δείχνουν τους αντίστοιχους αριθμούς των όρων στο ISO 26000

Επεξήγηση: 6.8. Εμπλοκή και ανάπτυξη της κοινότητας. 6.3. Ανθρώπινα δικαιώματα. 6.7. Θέματα καταναλωτών. 6.4. Εργασιακές πρακτικές. 6.6. Δίκαιες πρακτικές λειτουργίας. 6.5. Το περιβάλλον. 6.2. Οργανωτική διοίκηση.

1. **Λογοδοσία:** Η αρχή προβλέπει για κάθε οργανισμό να λογοδοτεί τόσο για τις επιπτώσεις που έχουν οι αποφάσεις και δραστηριότητες του όσο και για τις ενέργειες του που περιορίζουν τις πιθανές αρνητικές συνέπειες.
2. **Διαύγεια:** Κάθε οργανισμός δημοσιοποιεί με σαφήνεια, ακρίβεια, πληρότητα και επαρκώς αιτιολογημένα, την πολιτική, τις αποφάσεις και τις δραστηριότητες για τις οποίες είναι υπεύθυνος, καθώς και τις επιπτώσεις στην κοινωνία και στο περιβάλλον.
3. **Ηθική:** Η συμπεριφορά του οργανισμού βασίζεται στις αξίες της τιμότητας, της ισότητας και της ακεραιότητας, με αναφορά στους ανθρώπους, στα ζώα και στο περιβάλλον.
4. **Σεβασμός στα συμφέροντα των ενδιαφερομένων μερών:** Η αρχή αναφέρεται σε δικαιώματα, συμφέροντα και απαιτήσεις ιδιοκτητών, μετόχων, εργαζομένων,

πελατών, εταίρων, κοινωνίας, πολιτείας, δημοσίων οργανισμών, αρχών και υπηρεσιών.

5. **Σεβασμός στους νόμους:** Η βασική ιδέα είναι ότι δεν υπάρχει άτομο ή οργανισμός υπεράνω του νόμου ούτε ακόμη και αυτοί που κυβερνούν. Κάθε οργανισμός συμμορφώνεται με όλους τους ισχύοντες νόμους και κανονισμούς.
6. **Σεβασμός στους διεθνείς κανόνες συμπεριφοράς:** Ο οργανισμός σέβεται τους διεθνείς κανόνες συμπεριφοράς και αποφεύγει να γίνει συνένοχος σε δραστηριότητες άλλου οργανισμού που δεν είναι σύμφωνες με αυτούς.
7. **Σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα:** Ένας οργανισμός σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα και αναγνωρίζει τόσο τη σημασία τους όσο και την καθολικότητα τους. Όπου είναι δυνατό, προωθεί τους κανόνες του Παγκόσμιου Χάρτη Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων. Ένας οργανισμός, για να καθορίσει το πεδίο της κοινωνικής ευθύνης του, να εντοπίσει τα σχετικά ζητήματα και να θέσει τις προτεραιότητές του, έχει να ασχοληθεί με επτά βασικά αντικείμενα: τη διακυβέρνησή του, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις εργασιακές πρακτικές, το περιβάλλον, τις πρακτικές δίκαιης λειτουργίας, τους καταναλωτές και την ανάπτυξη του χώρου όπου λειτουργεί.

Για να εφαρμόσουν το πρότυπο ISO 26000 οι επιχειρήσεις και οργανισμοί, είναι απαραίτητο να αποκτήσουν τις κατάλληλες γνώσεις και ικανότητες, ανάγκη που θα μπορούσε να καλυφθεί με τη συνεισφορά των ΑΕΙ. Στο ΑΤΕΙ Θ, βρίσκεται σε εξέλιξη πρωτοβουλία που οδηγεί σε πιστοποιημένη επάρκεια γνώσεων και ικανοτήτων σχετικών με την εφαρμογή του προτύπου σε επιχειρήσεις και οργανισμούς. Πρόκειται για μια διακρατική ευρωπαϊκή προσπάθεια που χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στα πλαίσια του Προγράμματος Διά Βίου Μάθησης (Life Long Learning Program). Ο τίτλος του έργου είναι «Social Responsibilities Training and Certification Schema SOCIRES».

Παραθέτουμε επίσης μεταφρασμένο στα ελληνικά σε πίνακα το Πλαίσιο του ISO 26000.

Πλαίσιο του ISO26000

Τίτλος όρου	Αριθ. Όρου	Περίληψη περιεχομένων
Σκοπός	Όρος 1	Καθορισμός του σκοπού του ISO 26000 και προσδιορισμός ορισμένων περιορισμών και εξαιρέσεων.
Όροι και ορισμοί	Όρος 2	Προσδιορίζει και προβλέπει τον ορισμό των κλειδιών που είναι θεμελιώδους σημασίας για την κατανόηση της κοινωνικής ευθύνης και για τη χρήση του ISO 26000.
Κατανόηση της κοινωνικής ευθύνης	Όρος 3	Περιγράφει τους σημαντικούς παράγοντες και συνθήκες που έχουν επηρεάσει την κοινωνική ευθύνη και που συνεχίζουν να επηρεάζουν τη φύση και την πρακτική τους. Περιγράφει επίσης την ίδια την έννοια της κοινωνικής ευθύνης – τι σημαίνει και πώς εφαρμόζεται στους οργανισμούς. Ο όρος περιλαμβάνει οδηγίες για οργανισμούς μικρού και μεσαίου μεγέθους στη χρήση του ISO 26000.
Αρχές της κοινωνικής ευθύνης	Όρος 4	Εισάγει και εξηγεί τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης.
Αναγνώριση κοινωνικής ευθύνης και σύνδεσης με τους stakeholders	Όρος 5	Απευθύνει δύο πρακτικές κοινωνικής ευθύνης: αναγνώριση της κοινωνικής ευθύνης της οργάνωσης και προσδιορισμός της και σύνδεση με τους stakeholders της. Παρέχει καθοδήγηση στις σχέσεις μεταξύ του οργανισμού, των stakeholders της επιχείρησης και της κοινωνίας, με αναγνώριση των βασικών θεμάτων και αντικειμένων της κοινωνικής ευθύνης και πάνω στη σφαίρα επιρροής της επιχείρησης.
Καθοδήγηση στα βασικά θέματα της κοινωνικής ευθύνης	Όρος 6	Εξηγεί τα βασικά θέματα και τα ζητήματα τα σχετιζόμενα με την κοινωνική ευθύνη. Για κάθε βασικό θέμα, προβλέπεται πληροφόρηση για τον σκοπό, τη σχέση του με την κοινωνική ευθύνη, τις σχετικές αρχές και σκέψεις, τις αντίστοιχες δράσεις και προσδοκίες.

Καθοδήγηση στην ενσωμάτωση της κοινωνικής ευθύνης μέσα στην επιχείρηση.	Όρος 7	Παρέχει οδηγίες για την πρακτική εφαρμογή της κοινωνικής ευθύνης στην επιχείρηση. Αυτό περιλαμβάνει οδηγίες σχετικά με: την κατανόηση της κοινωνικής ευθύνης μιας οργάνωσης, ενσωμάτωση της κοινωνικής ευθύνης στην επιχείρηση, επικοινωνία σχετικά με την κοινωνική ευθύνη, βελτίωση της καλής πίστης της επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνική ευθύνη, ανασκόπηση της προόδου και βελτίωσης της εφαρμογής και αξιολόγηση των εθελοντικών πρωτοβουλιών σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη.
Παραδείγματα εθελοντικών πρωτοβουλιών και εργαλείων της κοινωνικής ευθύνης.	Παρ. Α	Παρουσιάζει έναν ενδεικτικό κατάλογο εθελοντικών πρωτοβουλιών και εργαλείων σχετικών με την κοινωνική ευθύνη σχετικά με τα βασικά θέματα και την ενσωμάτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην επιχείρηση.
Βραχυγραφίες	Παρ. Β	Περιέχει βραχυγραφίες χρησιμοποιούμενες στο ISO 26000.
Βιβλιογραφία	Παρ. Β	

1.8 Πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε.

Ύστερα από έρευνα που έγινε πρόσφατα σε διεθνές επίπεδο, προέκυψε ότι οι επιχειρήσεις κατανοούν με διαφορετικό τρόπο την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Το άνοιγμα της κλιμάκωσης της κατανόησης είναι μεγάλο και μπορεί να χωριστεί στα εξής επίπεδα¹⁸:

1. Στο πρώτο επίπεδο εντάσσονται επιχειρήσεις που θεωρούν ότι κοινωνική ευθύνη είναι η παροχή εργασίας στο προσωπικό τους και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Για αυτές ηθική συμπεριφορά σημαίνει σεβασμός της νομοθεσίας. Βέβαια, στην περίπτωση αυτή δεν μπορούμε να πούμε ότι λόγω του ότι οι επιχειρήσεις αυτές σέβονται τους νόμους είναι και κοινωνικά υπεύθυνες.

2. Σε ένα λίγο υψηλότερο επίπεδο, η Ε.Κ.Ε. εξομοιώνεται με την αγαθοεργία. Στο επίπεδο αυτό οι επιχειρήσεις δημιουργούν συνήθως ένα ίδρυμα, μέσα από το οποίο προωθούν τις δωρεές τους.

¹⁸ www.csrhellas.org/.../35oz_2007110135

3. Στο επίπεδο των “αρνητικών κριτηρίων” έχουμε επιχειρήσεις που λένε ότι “δεν προξενούν ζημιά”. Δεν μολύνουν το περιβάλλον, δεν καταναλώνουν μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους, δεν παράγουν επιβλαβή προϊόντα.

4. Το επόμενο επίπεδο, γνωστό ως “θετικές δράσεις”, για μερικές επιχειρήσεις σημαίνει θετική ενασχόληση με κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, ως μέρος της εσωτερικής τους δυναμικής. Για παράδειγμα εντάσσουν στις στρατηγικές τους κάποιο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ή απασχολούν άτομα από μειονεκτούσες ομάδες.

5. Πέμπτο είναι το επίπεδο της “παγκόσμιας επιρροής”. Εδώ οι επιχειρήσεις δέχονται ότι έχουν επιρροή και ευθύνη που ξεπερνά το χώρο στον οποίο είναι δραστηριοποιημένες. Αυτό περιλαμβάνει και επιχειρήσεις που διενεργούν κοινωνικούς ελέγχους στην παραγωγική τους αλυσίδα.

6. Τέλος έχουμε το επίπεδο “ενσωμάτωσης αποστολής και ευθύνης”. Πρόκειται για καινοτόμες επιχειρήσεις που έχουν δημιουργηθεί σε συνεργασία με ΜΚΟ ή άλλους κοινωνικούς φορείς στην Ολλανδία, το Βέλγιο, τον Καναδά κ.λ.π. ειδικά με στόχο την παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών που σε όλα τα στάδια λαμβάνουν υπόψη τις αρχές της Ε.Κ.Ε.

Γενικά, η δραστηριότητα των ελληνικών επιχειρήσεων σε προγράμματα εφαρμογής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εντοπίζεται κυρίως σε δράσεις που αφορούν στο ανθρώπινο δυναμικό, τα ανθρώπινα δικαιώματα, στις συνθήκες εργασίας, στην εκπαίδευση, σε κοινωνικές δραστηριότητες και στην προστασία του περιβάλλοντος. Το θέμα πολιτισμός για τις περισσότερες είναι δευτερευούσης σημασίας, πλην ελαχίστων εξαιρέσεων, μερικές από τις οποίες θα αναφερθούν στη συνέχεια της παρούσας εργασίας.

Ακόμη, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που αποτελούν και την πλειοψηφία στη χώρα μας, θεωρούν ότι η ΕΚΕ αφορά τις μεγάλες εταιρείες και τους οργανισμούς, γιατί πιστεύουν ότι η εφαρμογή προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης θα αυξήσει το κόστος λειτουργίας τους, πράγμα που θα τις αναγκάσει ή να μετακυλήσουν αυτό το κόστος στην κατανάλωση, με αποτέλεσμα να χάσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ή να μειώσουν τα κέρδη τους.

Όμως αυτή η άποψη είναι λανθασμένη. Στις μικρές επιχειρήσεις, με λίγους εργαζόμενους μπορούν να μπου οι βάσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η οποία δεν έχει κόστος, απαιτεί όμως συμμετοχή και επιμόρφωση όλων των εμπλεκόμενων μερών για να κατανοηθούν τα οφέλη για τις επιχειρήσεις που είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Με τον τρόπο αυτό προοδεύει η επιχείρηση, αλλά προοδεύουν και οι εργαζόμενοι, οι οποίοι αλλάζουν στάση ζωής και με τον τρόπο αυτό επηρεάζουν σε επάλληλους κύκλους τα μέλη της οικογένειάς τους, άλλους εργαζόμενους, φίλους κ.λπ.

1.9 Πώς εννοούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη η κοινωνία, οι πολίτες, οι καταναλωτές κ.λπ.

Μία 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 τύπους πολιτών-καταναλωτών:

- 1) Ο **αποστασιοποιημένος** καταναλωτής: Πρόκειται για τον καταναλωτή, ο οποίος αισθάνεται κοινωνικά και πολιτικά αδύναμος και μεταθέτει τις ευθύνες του στο κράτος και τους αρμόδιους φορείς.
- 2) Ο **ευαισθητοποιημένος** καταναλωτής: Είναι ο καταναλωτής ο οποίος μπορεί να δραστηριοποιηθεί ανάλογα με το θέμα και, συγχρόνως, είναι ανοιχτός στον να υιοθετήσει και να προσαρμοστεί σε νέες ιδέες και πρακτικές.
- 3) Ο **ενεργός** καταναλωτής, ο οποίος διακρίνεται για τη συγκροτημένη και συνεπή στάση του στους περισσότερους τομείς της ζωής του.

Προκειμένου να αντιληφθούμε πώς εννοούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη τα άτομα, οι πολίτες, η κοινωνία γενικότερα, και ακόμη περισσότερο διενεργήσαμε έρευνα με ερωτηματολόγιο.

Τα αποτελέσματα της έρευνας και γενικά τα στοιχεία και η πορεία της έρευνας θα διατυπωθούν σε ξεχωριστό κεφάλαιο, στο τέλος του θεωρητικού μέρους.

Παρά ταύτα, μπορούμε να καταγράψουμε κάποιες πρώτες διαπιστώσεις. Γενικά, οι Έλληνες καταναλωτές φαίνεται να γνωρίζουν πότε μια επιχείρηση προσφέρει ή όχι κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Άλλωστε, συχνά, κριτήριο για την αγορά ενός

προϊόντος ή μιας υπηρεσίας αποτελεί η προβαλλόμενη από τα μέσα ή τη φήμη, δέσμευση και συμπεριφορά της επιχείρησης απέναντι στο περιβάλλον, στον ανθρώπινο παράγοντα και τον κοινωνικό περίγυρο. Δεν είναι λίγοι οι καταναλωτές που δηλώνουν ότι θα αγοράσουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία λαμβάνοντας υπόψη το ύψος της κοινωνικής υπευθυνότητας της επιχείρησης.

Ωστόσο υπάρχει και ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπων, κυρίως μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι πολύ λίγα γνωρίζουν σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Συνήθως τη συγχέουν με τη χορηγία, καθώς είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτή η διαφορά μεταξύ τους.

Σύγχρονο παράδειγμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είναι η δράση «Μαζί Μπορούμε», στην οποία έχουν ενταχθεί πολλά super-market και επιχειρήσεις, ΜΚΟ, οργανισμοί, τηλεοπτικοί σταθμοί κ.λπ., μέσω της οποίας παρακινούνται οι καταναλωτές να συνεισφέρουν με προϊόντα στα σχετικά καλάθια, προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι ανάγκες των συσσιτίων που οργανώνονται για τους ευρισκόμενους σε ανάγκη συμπατριώτες μας.

Παρά το γεγονός ότι φαίνεται πως την προσφορά την κάνουν οι πολίτες, δεν είναι μικρή και η συμβολή των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, οι οποίες πέραν των προσφερόμενων και από αυτές προϊόντων, έχουν και την ευθύνη της διαχείρισης, διαλογής, ταξινόμησης κ.λπ.

Δυστυχώς, η οικονομική κρίση που ταλαιπωρεί τη χώρα, δεν αφήνει πολλά περιθώρια στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στα πλαίσια της ΕΚΕ, να ασχοληθούν με τον πολιτισμό. Στην παρούσα συγκυρία οι ανάγκες είναι επιβίωσης και ο πολιτισμός κατά κάποιο τρόπο μπαίνει στην άκρη.

Ωστόσο, λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις, κυρίως τηλεφωνίας και τράπεζες, που έχουν «υιοθετήσει» αθλητές ή αθλητικές ομάδες, ώστε να μπορούν να έχουν μια ευπρεπή παρουσία στους αγώνες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

2.1 Πώς εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Στην Ελλάδα η ΕΚΕ στις πλείστες των περιπτώσεων (κυρίως στις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις) εφαρμόζεται από τις επιχειρήσεις στο πλαίσιο της άσκησης επικοινωνιακής και περιστασιακής πολιτικής. Βέβαια σαφώς και υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες έχουν αντιληφθεί ότι η εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν είναι απλώς ένα πρόσθετο κόστος και μια «μόδα», αλλά αποτελεί μια μακροχρόνια επένδυση η οποία όχι μόνον αυξάνει την ανταγωνιστικότητά τους και συνεπώς τη δυνατότητά τους για περαιτέρω ανάπτυξη, αλλά μπορεί να συμβάλει άμεσα στην επίτευξη του στόχου για βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας.

Λόγω των παραπάνω διαφορών οι τρόποι εφαρμογής ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις παρουσιάζονται με διαφορετικές μορφές. Σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι τρόποι αυτοί συνοψίζονται ως εξής:

1. Πολλές επιχειρήσεις εφαρμόζουν την ΕΚΕ σε ένα πρώτο επίπεδο, που συνίσταται στη σύνταξη ενός κώδικα ηθικής ή καλής συμπεριφοράς, στον οποίο περιλαμβάνονται μια σειρά από προθέσεις και παραινήσεις που αφορούν στην κοινωνία και το περιβάλλον και πέραν τούτου ουδέν.
2. Σε ένα επόμενο επίπεδο βρίσκονται επιχειρήσεις, οι οποίες επιθυμούν έντονα την έναρξη ενός συγκεκριμένου προγράμματος, το οποίο να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της Ε.Κ.Ε. Έτσι η επιχείρηση δραστηριοποιείται μόνη της και ενεργεί ανεξάρτητα χωρίς συνεργασία με άλλους φορείς, δημιουργώντας προγράμματα είτε που αφορούν τη διαχείριση του περιβάλλοντος είτε τις συνθήκες εργασίας του προσωπικού της κ.λπ. Δηλαδή η επιχείρηση μόνη της θέτει τους στόχους, αναλαμβάνει τις δράσεις και προβαίνει σε ελέγχους. Οι δράσεις μπορεί να είναι εφαπτόμενες ή άμεσα σχετικές με τις βασικές λειτουργίες της.

3. Σε ένα τρίτο επίπεδο οι επιχειρήσεις που αποφασίζουν να εφαρμόσουν κάποια δράση ΕΚΕ, το κάνουν χρησιμοποιώντας κάποιο σύστημα αξιολόγησης, είτε βάσει αναγνωρισμένων προτύπων όπως είναι το EMAS και το ISO 14001 για το περιβάλλον, ή το SA 8000 που αφορά στη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, ή μπορεί και να χρησιμοποιεί δικό της σύστημα αξιολόγησης των δράσεων ΕΚΕ. Η αξιολόγηση μπορεί να γίνεται είτε μέσα στην επιχείρηση είτε χρησιμοποιώντας εξωτερικούς συμβούλους.
4. Το τέταρτο επίπεδο είναι εκείνο κατά το οποίο η επιχείρηση ενσωματώνει τις δράσεις Ε.Κ.Ε. στο πλαίσιο ενός πλήρως εξειδικευμένου συστήματος διαχείρισης. Συνήθως αυτό γίνεται σε σχέση με θέματα που αφορούν στο περιβάλλον και λιγότερο σε θέματα που αφορούν την κοινωνία ή τον πολιτισμό. Λόγου χάριν όταν υπάρχει ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης, αυτό σημαίνει ότι για τη λήψη οποιωνδήποτε αποφάσεων πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνεται υπόψη και η επίπτωσή τους στο περιβάλλον.
5. Στο τελευταίο επίπεδο, όπου είναι οι πλέον συνειδητοποιημένες ως προς την εφαρμογή ΕΚΕ επιχειρήσεις, οι δράσεις που αναλαμβάνονται όχι μόνον εφαρμόζουν ένα πρότυπο ή ένα εξειδικευμένο σύστημα διαχείρισης, αλλά έρχονται σε επαφή και διαπραγματεύονται με τα εμπλεκόμενα μέρη (stakeholders), όσον αφορά τους στόχους των προγραμμάτων τους, την ποιότητα των ελέγχων, τη δυνατότητα ευρύτερης επικοινωνίας των αποτελεσμάτων κ.λ.π. και καταλήγουν σε δράσεις μέσα από τις οποίες θα έχουν όφελος και τα δύο μέρη (επιχείρηση και ενδιαφερόμενα μέρη).

2.1.1 Τρόποι Δημοσιοποίησης Δράσεων

Δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν την ΕΚΕ, έχουν ως απώτερο στόχο τους, πέρα από την ανταπόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών τους, και την περαιτέρω αύξηση της ανταγωνιστικότητάς τους και της επιρροής τους στον τομέα δραστηριότητάς τους – εδώ δεν εφαρμόζεται το «μη γνώτω η δεξιά τι ποιεί η αριστερά» - χρησιμοποιούν διάφορους τρόπους ώστε να γνωστοποιήσουν τις δράσεις τους που έχουν σχέση με εφαρμογή Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οι τρόποι αυτοί διαφέρουν ανάλογα με το είδος της επιχειρήσεως, το είδος των δράσεων κ.λπ. Ενδεικτικά, μερικοί από αυτούς περιγράφονται παρακάτω:

Κοινωνικός Απολογισμός:

Ο όρος "Κοινωνικός απολογισμός" αναφέρεται σε εκδόσεις, οι οποίες μπορεί να είναι «ομαδικές», δηλαδή ένθετο αφιέρωμα εφημερίδας ή οικονομικού περιοδικού (π.χ. Ειδική έκδοση της εφημερίδας «Κόσμος του Επενδυτή» του Μαΐου 2011 με τίτλο *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, κ.ά.), μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις κάνουν μια συνολική αναφορά των ευρείας κλίμακας ευθυνών τους απέναντι σε όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους. Στην αναφορά αυτή, η οποία εκδίδεται σε οικειοθελή βάση, παρά το γεγονός ότι κάθε επιχείρηση υιοθετεί διαφορετικά μοντέλα και μεθόδους, θα μπορούσαν κατά προτίμηση να περιλαμβάνονται και μερικά βασικά στοιχεία, όπως είναι η δήλωση των αρχών της επιχείρησης, των πρακτικών και διαδικασιών που εφαρμόζουν, αλλά και της αποτελεσματικότητας, που αυτές έχουν.

Θεματικός Απολογισμός

Εκτός από τις εκδόσεις που αφορούν στον κοινωνικό απολογισμό, όπως αναφέρεται παραπάνω, ορισμένες επιχειρήσεις προχωρούν και σε ειδικές εκδόσεις, με τις οποίες στοχεύουν στην ενημέρωση του κοινού εν γένει ή ορισμένων συγκεκριμένων ομάδων ή φορέων, προκειμένου να τονίσουν τη δέσμευσή τους στην εφαρμογή των πολιτικών ΕΚΕ που χρησιμοποιούν ή να κάνουν αναφορές σε άλλα θέματα από αυτά του κοινωνικού απολογισμού. (Τέτοια ετήσια Bulletins π.χ. εκδίδει η Coca-Cola και αφορούν στις δράσεις της εταιρείας διεθνώς).

Στις εκδόσεις θεματικού απολογισμού, οι επιχειρήσεις επικεντρώνονται στην αναφορά των αποτελεσμάτων των ενεργειών τους πάνω σε ορισμένα συγκεκριμένα θέματα, όπως στο περιβάλλον, την υγιεινή, την ασφάλεια κ.λπ. ή στη θέση την οποία τηρούν οι επιχειρήσεις πάνω σε ειδικά θέματα όπως η διαφορετικότητα, η διαφθορά και δωροδοκία, τα ανθρώπινα δικαιώματα κ.λπ.

Κώδικας Δεοντολογίας

Ο Κώδικας Δεοντολογίας περιλαμβάνει εκείνα τα έγγραφα της επιχείρησης που έχουν στόχο να θέσουν εσωτερικούς και οικειοθελείς κανόνες για καθορισμό του

είδους των αρχών και των/ αξιών που πρέπει να υιοθετήσει στις σχέσεις της με τους άμεσα ή έμμεσα επηρεαζόμενους από τις δραστηριότητές της.

Πληροφόρηση μέσω του Διαδικτύου

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις περιλαμβάνουν στην ιστοσελίδα τους ειδικό τμήμα που αφορά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Στο τμήμα αυτό, το οποίο ενημερώνεται συνεχώς, περιλαμβάνονται όλες οι δράσεις που έχει αναλάβει η επιχείρηση, όπως επίσης και ανακοινώσεις που αφορούν τις δράσεις ΕΚΕ ή τα αποτελέσματά τους κ.λπ. Η ιστοσελίδα επίσης μπορεί να περιλαμβάνει εκθέσεις και δημοσιεύματα αλλά και νεώτερα πληροφοριακά στοιχεία για την επιχείρηση.

Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholder forum)

Όπως εκθέσαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, [Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders)], η επιχείρηση προκειμένου να προχωρήσει σε δράσεις ΕΚΕ συνιστάται να λαμβάνει υπόψη της τις απόψεις των εμπλεκόμενων μερών, είτε αυτών που είναι σε άμεση επαφή με την επιχείρηση - εργαζόμενοι, πιστωτές, μέτοχοι κ.ά. – είτε αυτών που είναι σε έμμεση σχέση με την επιχείρηση - κράτος και κρατικοί φορείς, τοπική αυτοδιοίκηση, τοπική κοινωνία, ομάδες πίεσης κ.λπ.

Πέραν αυτού, η επαφή της επιχείρησης με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) της δίνει την ευκαιρία να οικοδομήσει σχέσεις εμπιστοσύνης, να προβλέψει και να διαχειριστεί τις αντιθέσεις και συνακόλουθα να επιτύχει τη συναίνεση και την αποδοχή των διαφόρων απόψεων.

Η εμπλοκή της επιχείρησης με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) επιτυγχάνεται με διάφορες μεθόδους, οι οποίες μπορεί να σχετίζονται με μια ορισμένη δράση πάνω σε κάποιο ειδικό θέμα ή τη γενικότερη δόμηση μακροχρόνιας σχέσης της επιχείρησης με τους ενδιαφερόμενους, πράγμα που σημαίνει ότι θα πρέπει να υπάρξουν διαβουλεύσεις. Οι διαβουλεύσεις αυτές μπορούν να επιτευχθούν με κοινές ομάδες εργασίας, δημόσιες συναντήσεις και συζητήσεις, συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια κ.λπ.

Εσωτερική επικοινωνία

Η εσωτερική επικοινωνία αποτελεί συνέχεια της διαβούλευσης με τους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholders) και αφορά την εμπλοκή της επιχείρησης με

τους άμεσα ενδιαφερόμενους, δηλαδή το προσωπικό, τους μετόχους, τους πιστωτές κ.λπ. Για το σκοπό αυτό η επιχείρηση έχει στη διάθεσή της διάφορα εργαλεία όπως είναι το intranet, οι εφημερίδες και τα περιοδικά, οι συναντήσεις με τους εργαζόμενους κ.λπ..

Πρότυπα και ετικέτες προϊόντων

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διαφόρων ειδών πρότυπα για να δημοσιοποιήσουν τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Έτσι είτε χρησιμοποιούν ευρέως αποδεκτά πρότυπα (ISO 9000, ISO 14000, SA 8000, EMAS), τα οποία αφορούν στο περιβάλλον και στην κοινωνία, είτε εμφανίζοντας στις εμπορικές ετικέτες των προϊόντων τους ή στο brand name τους, την εξασφάλιση της τήρησης από μέρους τους πολιτικών οι οποίες αφορούν θέματα περιβάλλοντος, υγιεινής και ασφάλειας, ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών κ.ά., όπως «Green Banking», «Great Place to Work», «CRI-Corporate Responsibility Index», HACCP, TUV CERT κ.λπ.

Βραβεία και Εκδηλώσεις

Τα βραβεία είναι μια πολύ σημαντική αναγνώριση της επιτυχίας και της αναγνώρισης που έχουν οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων. Συνήθη βραβεία είναι αυτά που απονέμονται από τα κατά τόπους Ινστιτούτα Εταιρικής Ευθύνης (CRI) και τα οποία κατατάσσουν με βάση τα διεθνή κριτήρια, τις επιχειρήσεις στις κατηγορίες Platinum, Gold, Silver και Bronze. Στη χώρα μας το 2011 απονεμήθηκαν για τις δράσεις του 2010 βραβεία στις παρακάτω επιχειρήσεις ανά κατηγορία:¹⁹

Platinum: Καμία εταιρεία.

Gold: Coca Cola, Diageo, OTE, Αθηναϊκή Ζυθοποιία, Τράπεζα Πειραιώς.

Silver: Γέφυρα Ρίου-Αντιρρίου, Piscines Ideales, ΕΛΠΕ, Εθνική Τράπεζα.

Bronze: Aldemar, Alpha Bank, Genesis, Jet Oil, Novartis, Regency, Κωτσόβολος, ΟΠΑΠ.

¹⁹ «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Επένδυση στο μέλλον», ειδική έκδοση εφημερίδας Ο Κόσμος του Επενδυτή, σελ. 15, Μάιος 2011.

Επίσης, πέρα από τα βραβεία που λαμβάνει η ίδια η επιχείρηση για τις δράσεις της ΕΚΕ, και τα οποία μπορεί να απονεμηθούν και από κρατικούς ή λοιπούς φορείς, υπάρχουν και τα βραβεία, τα οποία απονέμει η ίδια η επιχείρηση σε τρίτους στα πλαίσια των δράσεων ΕΚΕ. Αυτά τα βραβεία μπορεί να αφορούν άμεσα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως εργαζόμενους, οι οποίοι μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ της επιχείρησης αναβαθμίζονται στον τομέα επιμόρφωσης ή γνώσεων, ή και επιβράβευση ατόμων ή φορέων που μετέχουν σε διάφορες εκστρατείες, ημερίδες, συνέδρια τα οποία οργανώνει η επιχείρηση για την επίτευξη ορισμένων στόχων.

Ενέργειες marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό

Μέσα από πρωτοβουλίες marketing που είναι συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό, οι επιχειρήσεις διαθέτουν οικονομικούς πόρους για αγαθοεργίες ή κοινωνικούς σκοπούς, με την ταυτόχρονη επίτευξη επιχειρηματικών στόχων. Τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις ως επικοινωνιακά εργαλεία για επίδειξη της δέσμευσης και της επένδυσής τους σε κοινωνικούς και / ή περιβαλλοντικούς σκοπούς (π.χ. δωρεά ενός συγκεκριμένου ποσού σε αγαθοεργίες με κάθε μονάδα πωλούμενου προϊόντος). Για παράδειγμα μια τέτοιου είδους ενέργεια στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι και την ενέργεια της P&G, η οποία κάθε χρόνο μοιράζει κάποιες χιλιάδες δέματα με τα προϊόντα της σε άπορες οικογένειες, σύμφωνα με την υπόδειξη τρίτων προσώπων.

Δελτία Τύπου μέσω του Διαδικτύου

Οι περισσότερες επιχειρήσεις που ενεργοποιούνται στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αναρτούν στην ιστοσελίδα τους και στο τμήμα που αναφέρεται στην ΕΚΕ, πολύ συχνά και με διαρκή ενημέρωση δελτία τύπου με τα οποία πληροφορούν το κοινό για τις δράσεις που αναλαμβάνουν.

2.2 ΕΚΕ και ΜμΕπιχειρήσεις

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) μπορεί να βοηθήσει στην επίτευξη των στόχων και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όσον αφορά στη διασφάλιση μακροχρόνιου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, με την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, και την παροχή καλών υπηρεσιών στους πελάτες της και στο κοινωνικό σύνολο γενικότερα.

Με την ΕΚΕ μπορεί να διασφαλιστεί η οικονομική επιτυχία μιας επιχείρησης εφόσον στις αμιγείς εργασίες της συμπεριλάβει και δράσεις, οι οποίες θα άπτονται περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Δηλαδή πέραν από την ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών της, ανταποκρίνεται και στις προσδοκίες και των stakeholders (ενδιαφερομένων ατόμων), ενδεχομένως των εργαζομένων, των προμηθευτών και εν γένει του κοινωνικού περιβάλλοντος.

Για παράδειγμα, θεωρείται ότι μια επιχείρηση συνεισφέρει θετικά στο κοινωνικό σύνολο εφόσον διαχειρίζεται με σωστό τρόπο τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εργασιών της. Πράγμα που θα έχει και άμεσο όφελος για την ίδια την επιχείρηση, αλλά και θα της διασφαλίζει και μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητα, καθιστώντας τη συμπαθή και ελκυστική απέναντι στους πελάτες της.

Μέχρι πρότινος υπήρχε η εσφαλμένη εντύπωση ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορούσε κυρίως στις μεγάλες και στις πολυεθνικές επιχειρήσεις.

Ωστόσο, και οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) μπορούν να αναπτύξουν ΕΚΕ, δεδομένου ότι, τουλάχιστον στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αποτελούν πάνω από το 90% των επιχειρήσεων, απασχολώντας άνω του 60% του εργατικού δυναμικού.

Αν επίσης αναλογισθούμε ότι μια ΜμΕ, λόγω του μεγέθους της, είναι πολύ πιο κοντά στην κοινωνία, καθώς οι εργασίες της εκτείνονται σε μικρότερη κλίμακα και καλύπτουν πιο περιορισμένο χώρο, είναι βέβαιο ότι η εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ θα έχει πιο εμφανή αποτελέσματα.

Ουσιαστικά, η διατήρηση της οικονομικής επιτυχίας μιας ΜμΕ εξαρτάται από την καλή της φήμη και την εμπιστοσύνη των συναλλασσομένων με αυτήν, είτε πρόκειται για εργαζόμενους είτε για πελάτες είτε για προμηθευτές είτε για την κοινότητα μέσα

στην οποία λειτουργεί. Δηλαδή, οι εργαζόμενοι θα είναι πιο αποδοτικοί και πιστοί εάν γνωρίζουν ότι η επιχείρηση στην οποία εργάζονται, τους εκτιμά και αξιολογεί δίκαια τη συνεισφορά τους, επιδιώκει δε τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας τους, αλλά και των ίδιων των εργαζόμενων, προσφέροντάς τους δυνατότητες επιμόρφωσης ή άλλου είδους παροχές, όπως π.χ. διοργάνωση σεμιναρίων, ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, πληρωμή διδάκτρων για αναβάθμιση των γνώσεών τους κ.λπ.

Οι πελάτες επιθυμούν να συναλλάσσονται με μια επιχείρηση η οποία προσφέρει καλές υπηρεσίες, καλή ποιότητα προϊόντων και αξιοπιστία. Ενώ και οι προμηθευτές προτιμούν ως πελάτη μια επιχείρηση η οποία έχει καλό όνομα στην αγορά και είναι συνεπής στις οικονομικές υποχρεώσεις της.

Και φυσικά, η κοινότητα, θέλει να είναι βέβαιη ότι η επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην περιοχή της είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνη, δε ρυπαίνει, προστατεύει το περιβάλλον και δε δημιουργεί οιοδήποτε είδους προβλήματα.

Αυτά όλα είναι ζητήματα, τα οποία ενστικτωδώς οι επιχειρηματίες, πρόσεχαν και εφάρμοζαν πολιτικές που θεωρούσαν σωστές, προκειμένου να διατηρήσουν την επιχείρησή τους, όντας ταυτοχρόνως υπεύθυνοι, σοβαροί και αξιόπιστοι.

Η σημασία της ΕΚΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει δύο σκέλη. Αφενός μεν αφορά την αυθύπαρκτη και αυτόνομη λειτουργία και συνεισφορά τους στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον όπου λειτουργούν, αφετέρου δε τις σχέσεις τους με επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους, για τις οποίες αποτελούν πελάτη, προμηθευτή, υπεργολάβο ή συνεργάτη κάθε μορφής.

Το ανθρώπινο πρόσωπο και η ευελιξία που έχουν πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τους επιτρέπει συχνά να έχουν ταχύτερη ανταπόκριση στις αλλαγές του περιβάλλοντος της αγοράς, να επισημαίνουν πιο εύκολα τις ευκαιρίες και να επωφελούνται από αυτές, περισσότερο από ότι πολλές μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Όμως, οι δράσεις μιας μικρομεσαίας επιχείρησης που εμπεριέχουν εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν αρκεί να πραγματοποιούνται μόνο, αλλά θα πρέπει και να επικοινωνούνται στο κοινό, ώστε να παρέχουν όφελος στην ίδια την επιχείρηση. Εδώ δεν ισχύει η ρήση «κάνε το καλό και ρίξτο στο γιαλό». Προκειμένου να έχει

ανταπόκριση και ανταπόδοση η δράση της επιχείρησης, πρέπει να γίνει γνωστή στα ενδιαφερόμενα μέρη.

Είναι γεγονός ότι πολλές μικρές επιχειρήσεις δεν ενημερώνουν σχετικά με την εφαρμογή ενεργειών κοινωνικής ευθύνης, επειδή πιστεύουν ότι μπορεί να φανεί ότι αυτοπροβάλλονται ή ότι η δράση τους δεν έχει βαθύτερα αίτια, παρά μόνο αποτελεί ένα ακόμα τέχνασμα marketing, χωρίς ουσιαστικό ενδιαφέρον. Άλλες πάλι, πιστεύουν ότι η ενημέρωση αποτελεί προνόμιο των μεγάλων εταιρειών. Και υπάρχουν και μερικές, οι οποίες έχουν εντάξει σε τέτοιο βαθμό στη λειτουργία τους την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα, που δεν σκέφτονται ότι θα έπρεπε και να την επικοινωνήσουν.

Όμως, εάν μια μικρομεσαία επιχείρηση ενημερώνει το κοινό για τις δραστηριότητές της στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, πρώτον πληροφορεί τους ενδιαφερόμενους για τις αξίες που πρεσβεύει ως επιχείρηση, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει στην αγορά και, δεύτερον, η υπεύθυνη επιχειρηματικότητα την οποία εξασκεί αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση και για τις άλλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ίδια περιοχή ή στον ίδιο τομέα.

Επιπλέον, η εφαρμογή πολιτικών ενημέρωσης του κοινού για τις δραστηριότητες που υιοθετεί μια μικρομεσαία επιχείρηση στα πλαίσια της ΕΚΕ, ανοίγει το δρόμο επίσης και για πιθανό εμπορικό όφελος, έχοντας άμεσο και θετικό αντίκτυπο, και παρέχοντας νέες ευκαιρίες επιχειρηματικότητας.

Στα ωφέλιμα αποτελέσματα που μπορεί να απορρέουν από την ενημέρωση για την κοινωνική εταιρική ευθύνη που εφαρμόζει μια επιχείρηση, μεταξύ άλλων περιλαμβάνονται:

- Υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης και σταθερότητας των πελατών.
- Βελτίωση της καλής φήμης της επιχείρησης, του εμπορικού της σήματος, καθώς και των προϊόντων της.
- Κίνητρα για τους εργαζομένους της για μεγαλύτερη παραγωγικότητα.
- Μείωση του κόστους.

- Βελτίωση των σχέσεων της επιχείρησης με την τοπική κοινωνία, τους πιστωτές και το δημόσιο.

Σημαντικό παράγοντα αποτελεί η επιλογή των μηνυμάτων που θα αποφασίσει η επιχείρηση να μεταδώσει και που θα αφορούν την υπεύθυνη επιχειρηματικότητά της.

Τρόποι επικοινωνίας

Υπάρχουν χιλιάδες τρόποι που μπορεί να μεταχειρισθεί μια επιχείρηση, προκειμένου να μεταδώσει τα μηνύματα που αφορούν στην εφαρμογή της κοινωνικής ευθύνης από αυτήν. Η επιλογή του καλύτερου τρόπου εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως είναι τα άτομα τα οποία θέλει να προσεγγίσει, η ικανότητα και διαθέσιμοι πόροι της και, βεβαίως, το θέμα στο οποίο αναφέρεται.

Η αποτελεσματική ενημέρωση επιτυγχάνεται με τη μετάδοση των σχετικών πληροφοριών στην ομάδα-στόχο (π.χ. πελάτες, καταναλωτές, προμηθευτές κ.ά.), οι οποίες πληροφορίες θα πρέπει να σχετίζονται με τους στόχους της επιχείρησης και της ομάδας-στόχου.

Στα εργαλεία που χρησιμοποιούνται συχνότερα για την παροχή πληροφοριών σχετικά με την εφαρμογή της ΕΚΕ από μια επιχείρηση, περιλαμβάνονται:

- οι ετικέτες των προϊόντων και η συσκευασία.
- Οι σχέσεις με τον Τύπο και τα ΜΜΕ, τα δελτία τύπου, τα δελτία ειδήσεων.
- Οι εκθέσεις, οι αφίσες, οι εκδηλώσεις με ειδικό θέμα.
- Το διαδίκτυο, οι ιστοσελίδες, η διαφήμιση, τα διαφημιστικά φυλλάδια και έντυπα, τα πληροφοριακά πακέτα.
- Και το απλούστερο και εν πολλοίς πλέον αξιόπιστο και αποτελεσματικό, η διαφήμιση από στόμα σε στόμα.

Τα πάντα μπορούν να χρησιμοποιηθούν, προκειμένου να επικοινωνήσει τη δραστηριότητά της η επιχείρηση. Ωστόσο, θεωρείται ότι τα φυλλάδια είναι πιο κατάλληλα για συνεργάτες από ό,τι για δημοσιογράφους, τα πληροφοριακά πακέτα είναι καταλληλότερα για δημοσιογράφους από ό,τι για καταναλωτές, και η συσκευασία ή οι ετικέτες των προϊόντων είναι πιο κατάλληλες για καταναλωτές από ό,τι για υπαλλήλους.

Κάθε επιχείρηση, ειδικά μια μικρομεσαία θα σταθμίσει τους πόρους που διαθέτει σε χρήμα, εργατικό δυναμικό και εμπειρία, προκειμένου να επιλέξει τους τρόπους με τους οποίους θα επικοινωνήσει τις δράσεις της υπεύθυνης επιχειρηματικότητάς της.

Στη συνέχεια παραθέτουμε το πρόγραμμα «Ερμής», το οποίο σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε από το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ με σκοπό την υποστήριξη των Ελληνικών ΜΜΕ στην εφαρμογή και αποτελεσματική αποδοχή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως μέσου ενίσχυσης της μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητάς τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Πολιτισμός

3.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Πολιτισμός

Η επιχειρηματική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) είναι μια έννοια η οποία δεν έχει έναν κοινό διεθνή ορισμό. Συχνά συνδέεται με παρεμφερείς όρους όπως: επιχειρηματική σταθερότητα, κοινωνική επιχειρηματική, επιχειρηματικό ήθος και αειφορία κ.λπ. Η ΕΚΕ καλύπτει τους τρόπους με τους οποίους ο ιδιωτικός τομέας (επιχειρήσεις, εταιρείες) ενσωματώνουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές υποχρεώσεις τους στις δραστηριότητές τους. Συνδέεται, δηλαδή με το επίπεδο υπευθυνότητας τους που αφορά στην επίδραση της επιχειρηματικής δραστηριότητάς τους στο περιβάλλον, τους καταναλωτές, τις κοινωνίες και τους stakeholders, κυρίως στο δημόσιο τομέα. Η ΕΚΕ, επίσης, περιλαμβάνει τη δημιουργία καινοτόμων και προωθημένων λύσεων έναντι των κοινωνικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων.

Μια σημαντική και απροσδόκητη παρατήρηση είναι ότι, σχεδόν όλοι οι οργανισμοί, οι διαδικτυακές πλατφόρμες, οι εκδόσεις για την ΕΚΕ, δεν αναφέρουν τις τέχνες και τον πολιτισμό. Ο πολιτισμός και οι τέχνες δεν αποτελούν προτεραιότητα ή στόχο στα προγράμματα, τις επενδύσεις, τις συζητήσεις, τα νέα που σχετίζονται με την ΕΚΕ διεθνώς. Μήπως είναι καιρός να δούμε πώς οι τέχνες, οι καλλιτέχνες, οι πολιτιστικοί οργανισμοί και οι καλλιτεχνικές παραγωγές θα μπορούσαν να αναλάβουν και να διατηρήσουν μια σημαντική θέση στην εμπροσθοφυλακή της ΕΚΕ; (Varbanova, 2009).

Δεν αξίζει ο επιχειρηματικός κόσμος να κατανοήσει τους πολλούς και σοβαρούς λόγους, για τους οποίους η τέχνη και ο πολιτισμός θα έπρεπε να αποτελούν μέρος των επιχειρηματικών τους στρατηγικών και προγραμμάτων που σχετίζονται με την κοινωνική υπευθυνότητα; Σίγουρα είναι απαραίτητο να ριζώσουμε μια πιο προσεκτική και ρεαλιστική ματιά στους μηχανισμούς της στρατηγικής συνεργασίας μεταξύ του κόσμου της τέχνης και του πολιτισμού και του κόσμου των επιχειρήσεων. (Varbanova, 2009)

Από τις αρχές του 1970, ο ανταγωνισμός στις μεταβιομηχανικές χώρες έχει συνεχώς αμφισβητηθεί. Η μετάβαση παρουσιάζει νέους σχεδιασμούς ανάπτυξης, όπου όλοι οι κοινωνικοί παίκτες και οι stakeholders γίνονται μέρος ενός πολύπλοκου πλαισίου και στόχου με την ευκαιρία να βρεθούν καινοτόμες στρατηγικές για την αειφόρο ανάπτυξη. Σε αυτό το πλαίσιο, ο πολιτισμός ίσως αντιπροσωπεύει ένα εργαλείο, το οποίο παρέχει μεγάλη ευκαιρία και μια διαφορετική θεώρηση των χαρακτηριστικών των μεταβιομηχανικών κοινωνιών, το οποίο θα μπορούσε να προσφέρει υψηλή προστιθέμενη αξία και σημαντική βελτίωση των οικονομικών των τοπικών κοινωνιών (Sacco, Ferilli, Pedrini, 2008).

Περαιτέρω ο πολιτισμός παίζει καθοριστικό ρόλο στην αναδόμηση που αναζητείται από τη μεταβιομηχανική μετάβαση του υπάρχοντος αποθέματος κεφαλαίων. Σε αυτό το πλαίσιο η κοινωνική και οικονομική συμπεριφορά γίνεται ολοένα και περισσότερο ενδιαφέρουσα, καθώς η συμπεριφορά των επιχειρήσεων πλέον ερευνάται και κρίνεται συνεχώς από καλλιεργημένους, πληροφορημένους και κριτικούς καταναλωτές (Sacco, Ferilli, Pedrini, 2008).

Η απασχόληση με τις τέχνες και τον πολιτισμό εν γένει δίνει στους πολίτες ένα νέο τρόπο σκέψης, εστιάζοντας στις διαφορετικές ικανότητες των ανθρώπων, υιοθετώντας μια πιο ποιοτική πορεία, μια πορεία που ξεφεύγει από τον περιορισμό που δημιουργεί στη φαντασία η ρουτίνα της καθημερινότητας. Οι ευκαιρίες που περιέχονται με αυτόν το διαφορετικό τρόπο σκέψης, οδηγούν τους ανθρώπους στο να αναπτύξουν τη λειτουργικότητα και τις ικανότητές τους. Εξ αυτού οι άνθρωποι μπορούν να υιοθετήσουν μια κριτική ματιά και μια σταθερή συμπεριφορά και το ίδιο κάνουν και οι επιχειρήσεις (Freeman, 1984).

Μολονότι ο πολιτισμός και η τέχνη έχουν ένα σημαντικό ρόλο στον πολιτισμό των κοινωνιών, αυτό δε σημαίνει απαραίτητα ότι ο πολιτισμός και η τέχνη έχουν την αξία και την υποστήριξη που απαιτείται. Σε ένα περιβάλλον πολιτισμού είναι ευκολότερο να διασωθεί μια υπεύθυνη συμπεριφορά της επιχείρησης, που επηρεάζεται από τις συμπεριφορές των πολιτισμένων καταναλωτών.

Στον κόσμο της οικονομίας, κάθε επένδυση γίνεται έχοντας ως στόχο την ανταπόδοση είτε αυτή έχει τη μορφή προβολής είτε τη μορφή αναγνώρισης είτε ακόμη και κυρίως την επίτευξη κέρδους (Friedman, 1970). Υπό αυτές τις συνθήκες

οι περισσότερες μορφές τέχνης αγωνίζονται να επιβιώσουν, όχι μόνο λόγω των δυσχερειών έκφρασης των καλλιτεχνών και του προβλήματος προσέγγισης του φιλότεχνου κοινού, αλλά επίσης λόγω των οικονομικών περιορισμών. Κανονικά δεν θα έπρεπε να υπάρχουν οι οικονομικοί περιορισμοί. Η πολιτιστική ευφυΐα μπορεί να δημιουργηθεί μόνο με τη συνεχή και δημιουργική εκπαίδευση της κοινωνίας. Μερικές μορφές τέχνης, εικαστικές, έχουν δυσκολία στη μεταφορά της εμπειρίας και της γνώσης στους μεταγενέστερους καλλιτέχνες (Bulut, 2009).

Ένας κόσμος ολόκληρος, που παράγει το σύγχρονο πολιτισμό αγωνίζεται σκληρά για να επιβιώσει, μέσα στη σύγχρονη πραγματικότητα και την κοινωνικο-οικονομική συγκυρία, η οποία τείνει να μετατρέψει τα πάντα σε καταναλωτικά αγαθά, δίνοντας στους ανθρώπους το ρόλο του παραγωγού και του καταναλωτή. Ο επισκέπτης ενός μουσείου ή μιας θεατρικής παράστασης δεν είναι ένας απλός παθητικός δέκτης έχει διαδραστικό λόγο στη δημιουργία και στην πολιτιστική παραγωγή. (Γκάτζιας, 2010).

Με όλα αυτά τα προβλήματα, μερικές μορφές της τέχνης τείνουν διεθνώς να εμπορευματοποιούνται. Νέες μορφές ψυχαγωγίας επισκιάζουν άλλες καλλιτεχνικές δραστηριότητες. Ακόμη και οι καλλιτέχνες και οι κριτικοί τέχνης δυσκολεύονται να ξεχωρίσουν τα όρια τέχνης και ψυχαγωγίας, όσον αφορά μερικές μορφές τέχνης. Ως αποτέλεσμα, μερικές δραστηριότητες τέχνης αυτοϋποστηρίζονται, ενώ άλλες όχι. Αυτό το κενό γίνεται προσπάθεια να πληρωθεί με εξωτερική χρηματοδότηση, αλλά η απαραίτητη υποστήριξη δεν μπορεί να είναι μόνο οικονομική. Στο σημείο αυτό η επιχειρηματική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) στον πολιτισμό και την τέχνη γίνεται ένα σημαντικό θέμα για τις επιχειρήσεις και τις κοινωνίες της τέχνης, τους οργανισμούς και σίγουρα για τους ανεξάρτητους καλλιτέχνες (Bulut, 2009).

Η κρατική επιχορήγηση για τον πολιτισμό και την τέχνη αποτελεί βασική οικονομική πηγή. Οι κυβερνήσεις έχουν τις δικές τους πολιτισμικές πολιτικές και με βάση αυτές τις πολιτικές, σχεδιάζουν την εκπαίδευση στις τέχνες, επενδύουν στην υποδομή για τον πολιτισμό και τις τέχνες, ιδρύουν σχολές τέχνης και εγκαταστάσεις για την τέχνη (όπως θέατρα, όπερες κ.λπ.) προσλαμβάνουν καλλιτέχνες για να επανδρώσουν αυτές τις εγκαταστάσεις και χρηματοδοτούν ανεξάρτητους οργανισμούς τέχνης. Δίνουν δημόσια κεφάλαια σε ιδιωτικές ομάδες και οργανισμούς τέχνης, εφόσον αυτές οι ομάδες ανταποκρίνονται στις πολιτισμικές πολιτικές των κυβερνήσεων. Καθώς οι

κυβερνήσεις αποτελούν μεγάλες πηγές χρηματοδότησης, οι οργανισμοί τέχνης και πολιτισμού επιθυμούν να υποστηρίζονται από τις κυβερνήσεις, αλλά από την άλλη ο έλεγχος και η διαχείριση που επιβάλλονται από τις κυβερνήσεις, θα μπορούσαν συγχρόνως να επιβάλουν περιορισμούς στα προγράμματα και την ελευθερία αυτών των οργανισμών (Lindqvist, 2007). Είναι επίσης πιθανό να περιοριστεί ακόμη και η ελευθερία του λόγου, εξαιτίας των κυβερνητικών επιταγών.

Η επόμενη πηγή για τη στήριξη του πολιτισμού και της τέχνης είναι οι επιχειρήσεις. Καθώς οι επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι μεγάλες από αυτές, διαχειρίζονται και επηρεάζουν μεγάλο μέρος της κοινωνικής ζωής, γίνεται κατανοητό ότι η οικονομική υποστήριξη διαφόρων τομέων, στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είναι απαραίτητη και αναπόφευκτη (Bulut, 2009).

Μερικές φορές είναι δύσκολο να διακρίνεις την επιχειρηματική χρηματοδότηση στον πολιτισμό και τις τέχνες. Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρηματικής χρηματοδότησης στα πλαίσια της ΕΚΕ, που πολλές φορές συγχέονται με τη χορηγία. Η διαφοροποίηση εξαρτάται βασικά από τα κίνητρα της κάθε επιχείρησης αλλά και από τις διαφορετικές επιχειρηματικές δομές, οικονομικό προσανατολισμό και πολιτική, που ακολουθεί στα πλαίσια της εφαρμογής πολιτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

3.2 Διαφορά χορηγίας και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Επειδή, όπως διαπιστώσαμε και από την έρευνα ο κόσμος συγχέει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, όσον αφορά στον πολιτισμό και τις τέχνες, με τη χορηγία, παραθέτουμε κάποιες διαφορές που υφίστανται ανάμεσα στις δύο πολιτικές.

Όπως προαναφέρθηκε, οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν τις πρακτικές της ΕΚΕ ως ένα είδος ανταπόδοσης του κέρδους που αποκομίζουν από τη δραστηριότητά τους προς την κοινωνία. Οι πρακτικές αυτές, ιδίως σήμερα όπου η κρίση μαστίζει την κοινωνία, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε όλη την Ευρώπη και παγκοσμίως, εφαρμόζονται από τις «έξυπνες» επιχειρήσεις, προκειμένου να εξασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη και βιώσιμη επιχειρηματική τους δραστηριότητα, χωρίς να προκαλούν με την ενδεχόμενη συσσώρευση κερδών και ευημερία τους.

Η ΕΚΕ διαφέρει από τη φιλανθρωπία, η οποία ουσιαστικά ικανοποιεί την επιχειρηματική συνείδηση και την ηθική του επιχειρηματία. Επίσης, διαφέρει και από την ανταποδοτική στρατηγική της χορηγίας, η οποία αποτελεί μια επικοινωνιακή στρατηγική, που έχει ως στόχο το αμοιβαίο όφελος τόσο για την επιχείρηση, όσο και για τον χορηγούμενο.

Η πολιτική μιας επιχείρησης στα πλαίσια της ΕΚΕ είναι βασικά η ανάληψη μακροπρόθεσμων επιχειρηματικών δεσμεύσεων, στις οποίες ενσωματώνονται οι προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders) (εργαζόμενων, κοινότητας, συναλλασσομένων κ.λπ.). Οι δραστηριότητες, λοιπόν, της επιχείρησης στα πλαίσια της ΕΚΕ δεν περιορίζονται μόνο στην προσφορά οικονομικής βοήθειας – όπως συμβαίνει με τη χορηγία – αλλά, πέραν των κεφαλαίων, και στην προσφορά των κατάλληλων μέσων, υποδομών, τεχνογνωσίας, εμπειρίας σε φορείς που ασχολούνται με την επίλυση βασικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων, για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων, οι οποίοι θα παρέχουν όφελος στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.

Συνοπτικά οι διαφορές μεταξύ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και χορηγίας είναι:

(α) Η ΕΚΕ αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων χάραξης της επιχειρηματικής στρατηγικής και απαιτεί την κατανόηση της εφαρμογής της πρώτα από την ίδια την επιχείρηση και το ανθρώπινο δυναμικό, που θα πρέπει να εκπαιδευτεί κατάλληλα ώστε οι επιλεγμένες δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης να ενταχθούν στην καθημερινή τους δραστηριότητα.

Η Χορηγία αποτελεί μέρος του συνολικού σχεδιασμού της εταιρικής επικοινωνίας και του marketing της επιχείρησης, όπου επιλέγεται η παροχή οικονομικής βοήθειας σε συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες ή γεγονότα ή δράσεις, με ταυτόχρονη προβολή και σύνδεση του ονόματος της εταιρείας, στοχεύοντας στη βελτίωση της εικόνας της και της επιρροής της σε στοχευμένες κοινωνικές ομάδες.

(β) Με την υιοθέτηση της ΕΚΕ η επιχείρηση αναλαμβάνει μια κοινωνική δέσμευση έναντι των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), με τα οποία ενδιαφερόμενα μέρη ανταλλάσσει απόψεις και ερευνά τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της, ώστε να ανταποκριθεί σωστά στα διάφορα ζητήματα, προσδοκώντας ότι μελλοντικά η επιχείρηση θα επωφεληθεί ανταγωνιστικά αλλά και θα εδραιώσει την καλή της φήμη.

Με τη Χορηγία η επιχείρηση αποβλέπει στα άμεσα οφέλη που πιθανώς θα τις αποφέρει η συνεργασία της με τον χορηγούμενο.

(γ) Με την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μια επιχείρηση προσβλέπει σε μακροπρόθεσμα οφέλη, όπως στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, στην αναβάθμιση της επενδυτικής της αξιολόγησης, στην ενδυνάμωση και ανάπτυξη των ενδοεταιρικών σχέσεων, στην ενίσχυση των σχέσεών της με τους stakeholders, στη βελτίωση της πίστης της έναντι των εργαζομένων, των πελατών και των μετόχων της, στην ελαχιστοποίηση τυχόν αρνητικού αντίκτυπου από τη λειτουργία της.

Τα οφέλη που προκύπτουν για μια επιχείρηση από τη Χορηγία είναι μεσοπρόθεσμα και στοχεύουν κυρίως στη βελτίωση της εικόνας της, στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του σήματος και του brand name, στη βελτίωση της επικοινωνιακής στρατηγικής της, στη προσέγγιση στοχευμένου κοινού αγοράς, στην προώθηση των πωλήσεων (Γαλάνη, 2006).

3.3 Παρουσίαση ενδεικτικών παραδειγμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τον πολιτισμό στην Ελλάδα

Κάνοντας μια μικρή έρευνα στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις και στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, διαπιστώσαμε ότι λίγες από αυτές περιλαμβάνουν στις δράσεις τους τον πολιτισμό. Οι περισσότερες έχουν αναλάβει δράσεις εντός του πλαισίου της ΕΚΕ που αφορούν στο περιβάλλον (Eurobank, Coca Cola, ΑΤΕ κ.α.) ή στις εργασιακές συνθήκες.

Λίγες μόνον έχουν συμπεριλάβει στις δράσεις ΕΚΕ τον πολιτισμό. Τις κυριότερες από αυτές θα παραθέσουμε ενδεικτικά παρακάτω, περιλαμβάνοντας στο παράρτημα τα πλήρη κείμενα των δραστηριοτήτων τους όπως διαλαμβάνονται στις σχετικές ιστοσελίδες τους, προς αποφυγή σφαλμάτων και παρερμηνειών.. Οι περισσότερες επιχειρήσεις από αυτές είναι τράπεζες, μία ΔΕΚΟ και μία ιδιωτική Α.Ε.

Αυτό που παρατηρήθηκε είναι ότι οι επενδύσεις τους στην εταιρική κοινωνική ευθύνη όσον αφορά στον πολιτισμό εστιάζονται κυρίως:

- στη δημιουργία ειδικών μουσείων με στόχο την ανάδειξη και συνέχιση της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, αλλά και συγκεκριμένων προϊόντων και περιοχών,
- στην εκπόνηση ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων και παιδιά σε σχέση με τα εν λόγω μουσεία,
- η χρηματοδότηση θεματικών εκθέσεων,
- η χρηματοδότηση της έκδοσης βιβλίων, τα οποία έχουν σχέση με ιστορικά, περιβαλλοντικά και λοιπά θέματα.

Πιο συγκεκριμένα, σχετικά με τα ενδεικτικά παραδείγματα, λεπτομερή περιγραφή των οποίων παραθέτουμε στο Παράρτημα, αναφέρουμε κωδικοποιημένα μερικά στοιχεία για κάθε μια από τις αναφερόμενες επιχειρήσεις.

Τράπεζα Πειραιώς

Η φιλοσοφία της Τράπεζας Πειραιώς συνοψίζεται στη σκέψη ότι τα βέλτιστα αποτελέσματα στην ανάπτυξη της μπορούν να συντελεστούν μόνον σε ένα εύρωστο κοινωνικά περιβάλλον. Για το λόγο αυτό αποδίδει ιδιαίτερη σημασία σε θέματα ΕΚΕ, με ιδιαίτερη έμφαση στην εταιρική διακυβέρνηση, το κοινωνικό έργο, τις πολιτιστικές παρεμβάσεις και τα περιβαλλοντικά θέματα.

Προκειμένου να διαχειριστεί καλύτερα τις παρεμβάσεις της σε πολιτιστικά θέματα έχει δημιουργήσει το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς (ΠΙΟΠ), το οποίο υλοποιεί τις σχετικές δράσεις, είναι κοινωφελές ίδρυμα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, διοικείται από 7μελές Δ.Σ. και βάσει του καταστατικού του χρηματοδοτείται από την Τράπεζα Πειραιώς όσον αφορά στα λειτουργικά του έξοδα, λαμβάνοντας παράλληλα μια σημαντική επιχορήγηση για την πραγματοποίηση του έργου του. Επίσης, προκειμένου να εξασφαλίσει τα αναγκαία κεφάλαια επιδιώκει τη χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ως άξονα των δραστηριοτήτων του έχει το Δίκτυο των θεματικών μουσείων που εξαπλώνονται σε όλη την Ελλάδα, που στόχο έχουν τη διάσωση και προβολή της ελληνικής κληρονομιάς και της πολιτιστικής ταυτότητας της χώρας μας. Το έργο του ιδρύματος δε σταματά μόνο στην ίδρυση των μουσείων και στον εμπλουτισμό τους με εκθέματα, εγκαταστάσεις κ.λπ., αλλά συνεχίζεται φροντίζοντας με τις τοπικές

κοινωνίες για τη συντήρηση, διατήρηση και καλή λειτουργία τους. Επιπλέον, δημιουργεί σχετικά ερευνητικά προγράμματα, εκπαιδευτικά προγράμματα, ειδικά προγράμματα για παιδιά και σχολεία, διοργανώνει εκθέσεις, εκδίδει βιβλία και ψηφιοποιεί τα επιστημονικά δεδομένα των ερευνών.

Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, ένα από τα παλαιότερα και ισχυρότερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα της χώρας, με μακρόχρονη συνεισφορά στην πρόοδο και την ευημερία της χώρας, θεωρεί ως σημαντικό παράγοντα της επιτυχίας της, να λειτουργεί με υπευθυνότητα και σεβασμό προς όλους τους τομείς που συμβάλλουν στην αειφόρο ανάπτυξη, όπως είναι η αγορά, οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, η κοινωνία και το περιβάλλον.

Μέσω του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Δράσης «Ευθύνη», η τράπεζα υποστηρίζει τους τρεις βασικούς άξονες: ευθύνη για τον άνθρωπο, ευθύνη για τον πολιτισμό, ευθύνη για το περιβάλλον.

Από το 1966 ήδη ιδρύει το Μορφωτικό Ίδρυμα της Εθνικής Τράπεζας (MIET) που στόχο έχει να συμβάλει στην ανάπτυξη των γραμμάτων, των τεχνών και της επιστήμης στην Ελλάδα αλλά και στις κοινότητες των αποδήμων, περιλαμβάνοντας στις δραστηριότητές του:

- Εκδοτικό Έργο
- Εκθέσεις και Εκδηλώσεις
- Ιστορικό και Παλαιογραφικό Αρχείο
- Εργαστήρι Συντήρησης Χάρτινου Υλικού
- Αρχείο Χαρτογραφίας του Ελληνικού Χώρου
- Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο (ΕΛΙΑ).

ΕΛΑΪΣ

Η βιομηχανία ΕΛΑΪΣ, μία από τις πρώτες βιομηχανίες επεξεργασίας ελαιολάδου, από το 1920, και μέλος τους διεθνούς ομίλου Unilever από το 1976, οπότε στις βιομηχανικές της δραστηριότητες εντάσσονται πλέον και άλλα προϊόντα διατροφής, είναι πολυβραβευμένη επιχείρηση και για τα προϊόντα και τις καινοτομίες της, αλλά και για τη δράση της όσον αφορά στο κοινωνικό σύνολο.

Στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει δράσεις που αφορούν στην εκπαίδευση, τον πολιτισμό, την αγωγή υγείας, την πρόληψη. Όσον αφορά στον πολιτισμό η δράση της επικεντρώνεται στη διάσωση και αναστήλωση ιστορικών εγκαταστάσεων, στη δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων για παιδιά, στη δημιουργία ιστορικού επιχειρηματικού αρχείου, καθώς και σε χορηγίες ενταγμένες στα πλαίσια των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Η ΕΚΕ της εταιρείας όσον αφορά στον πολιτισμό, έχει μάλλον χορηγικό χαρακτήρα.

Alpha bank

Ιστορική ιδιωτική τράπεζα, που οι ρίζες της δημιουργίας της ξεκινούν από την Καλαμάτα εδώ και 130 περίπου χρόνια. Οι δράσεις της στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στοχεύουν στο ανθρώπινο δυναμικό και το εργασιακό περιβάλλον, την προστασία της φύσεως, την κοινωνική και πολιτιστική ζωή του τόπου.

Στα πλαίσια των δράσεων ΕΚΕ για τον πολιτισμό, πολλές φορές συμμετέχει οικονομικά και υποστηρίζει διάφορα γεγονότα τέχνης και πολιτισμού και παράλληλα δημιουργεί εκπαιδευτικά προγράμματα, προγράμματα προβολής των συλλογών της – κυρίως τη συλλογή νομισμάτων, μια από τις σπουδαιότερες διεθνώς -, όπως εκθέσεις, εκδόσεις. Πολλές φορές σε συνεργασία με άλλους φορείς πολιτισμού, μουσεία, πρεσβείες κ.λπ., διοργανώνει θεματικές εκθέσεις, οι οποίες συνήθως φιλοξενούν και αντίστοιχα εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδόσεις.

ΟΠΑΠ

Ο Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου, ΟΠΑΠ Α.Ε., σήμερα είναι μια από τις ισχυρότερες εταιρείες τυχερών παιγνίων στον κόσμο.

Με τα έσοδα τα οποία αποκομίζει από τα τυχερά παιχνίδια που διαχειρίζεται, χρηματοδοτεί ως έκφραση της κοινωνικής της προσφοράς τους τομείς του πολιτισμού, της παιδείας, του περιβάλλοντος και του αθλητισμού, προσφέροντας στο κοινωνικό σύνολο.

Στις δράσεις της ΟΠΑΠ Α.Ε., για τον πολιτισμό, περιλαμβάνεται η κατασκευή ή αποπεράτωση ή χρηματοδότηση κτιρίων, όπως μουσείων, αμφιθεάτρου, έργων

βελτίωσης αρχαιολογικών χώρων και, επίσης, την οικονομική στήριξη Φεστιβάλ Κινηματογράφου και θεατρικών θιάσων νέων δημιουργών.

Παρατηρήσεις

Από τα παραπάνω παραδείγματα παρατηρούμε και πάλι ότι μόνο η ΟΠΑΠ Α.Ε. δηλώνει στην άσκηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της την οικονομική στήριξη εκδηλώσεων που έχουν να κάνουν καθαρά με την τέχνη (κινηματογράφος, θέατρο), οι άλλες επιχειρήσεις ασχολούνται κυρίως με τη διατήρηση της παράδοσης με την ίδρυση μουσείων ή με την αναπαλαίωση και ανακατασκευή ιστορικών κτιρίων.

Ωστόσο, είναι προφανές ότι όλες αυτές οι δράσεις μόνο καλό μπορούν να προσφέρουν στην ελληνική κοινωνία, δεδομένου ότι με τα εκπαιδευτικά τους προγράμματα, δίνουν τη δυνατότητα στους μικρούς μαθητές να έρθουν σε επαφή με την εξέλιξη της χώρας από τον πρωτογενή τομέα, στη βιομηχανική εποχή μέχρι το σήμερα. Να εξοικειωθούν με τους τρόπους παραγωγής και επεξεργασίας βασικών γεωργικών και βιομηχανικών προϊόντων.

Με την ίδρυση μουσείων στην επαρχία, δίδεται ανάσα ζωής στην επαρχία, ενώ οι διάφορες θεματικές εκθέσεις, ανοίγουν στο ευρύτερο κοινό ορίζοντες.

Οι εκδόσεις πάλι, αποτελούν ένα πολύ σοβαρό εργαλείο τεκμηρίωσης και πληροφόρησης για τους ενδιαφερόμενους επιστήμονες στη χώρα, αλλά και στο εξωτερικό, καθώς συνήθως είναι απόρροια εργασίας, μελέτης, καταγραφής και τεκμηρίωσης έγκυρων επιστημόνων, πανεπιστημιακών ιδρυμάτων κ.λπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Μεθοδολογία της έρευνας

4.1 Μεθοδολογία της έρευνας

4.1.1 Επιλογή δείγματος

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διερευνηθούν οι γνώσεις των πολιτών σχετικά με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τις εφαρμογές της με στόχο τον πολιτισμό.

Στο ερευνητικό πεδίο της εργασίας και προκειμένου να ανιχνεύσουμε την άποψη των ανθρώπων όσον αφορά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αλλά και τη σχέση της με τον πολιτισμό, καταρτίσαμε ένα ειδικά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο, το οποίο προωθήσαμε σε άτομα διαφορετικών ηλικιών, μορφωτικού επιπέδου, επαγγελματικής κατάστασης (εργαζόμενοι, άνεργοι). Η έρευνα διενεργήθηκε από Μάιο έως τέλος Ιουνίου 2012, στην Αθήνα, αλλά και στην επαρχία.

Μοιράσαμε 200 ερωτηματολόγια, επιλέγοντας διαφορετικές κοινωνικές τάξεις, ηλικίες, μορφωτικό επίπεδο, ακόμη και χώρο (Αθήνα, επαρχία). Μας επιστράφηκαν συμπληρωμένα τα 168.

4.1.2 Δομή και περιεχόμενο του ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 22 ερωτήσεις κλειστού τύπου, εκ των οποίων: οι πρώτες έξι αφορούν δημογραφικά στοιχεία, ήτοι φύλο, ηλικία, οικονομικοκοινωνική κατάσταση, επίπεδο σπουδών.

Από την 7^η έως και τη 17^η ήταν ειδικές ερωτήσεις, οι οποίες αφορούσαν γενικά τη γνώση των ερωτηθέντων σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: τι είναι, τους στόχους της, τις δράσεις κ.λπ.

Οι τελευταίες πέντε ερωτήσεις αφορούσαν τη σχέση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με τον πολιτισμό.

4.1.3 Επεξεργασία και μεθοδολογία στοιχείων

Με την ολοκλήρωση της επιστροφής των 160 ερωτηματολογίων, ακολούθησε η κωδικοποίηση των μεταβλητών που ερευνήθηκαν. Η επεξεργασία των στοιχείων έγινε με το πρόγραμμα SPSS 19.0.

Με τη βοήθεια των προγραμμάτων SPSS 19.0 και Excel 2007 πραγματοποιήθηκαν οι κατανομές των συχνοτήτων για τις μεταβλητές και δημιουργήθηκαν τα σχετικά διαγράμματα.

Πραγματοποιήθηκε συσχέτιση των μεταβλητών με τη στατιστική συνάρτηση χ^2 του Pearson και το συντελεστή συσχέτισης του Kendall. (Ρούσσοις, Τσαούσης, 2002).

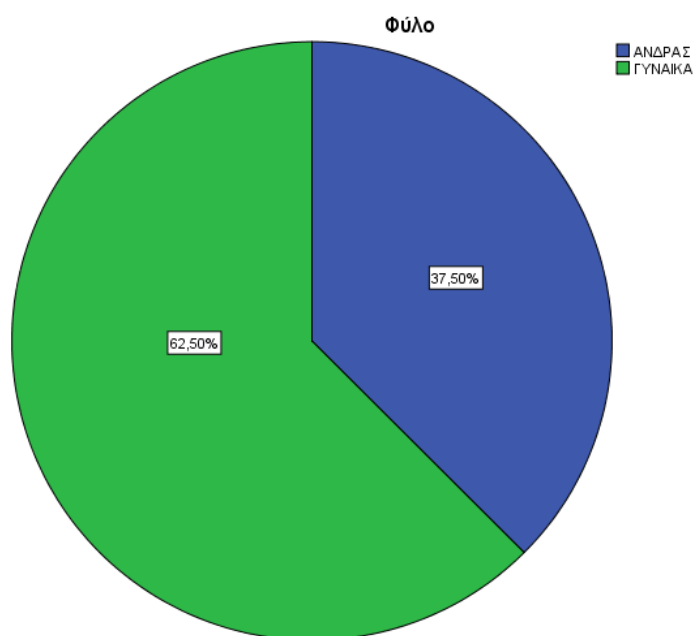
4.2 Περιγραφική στατιστική

Περαιτέρω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη συλλογή των ερωτηματολογίων. Τα γραφήματα είναι σε μορφή πίτας και οι αριθμοί που προέκυψαν δίδονται σε ποσοστά.

Όσον αφορά το φύλο των ερωτηθέντων, απάντησαν στα ερωτηματολόγια 63 άνδρες, ήτοι 37,5% και 105 γυναίκες, ήτοι 62,5%. Γενικά, οι γυναίκες ήταν πιο πρόθυμες να αφιερώσουν χρόνο και να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο της έρευνας.

Φύλο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
ΑΝΔΡΑΣ	63	37,5	37,5	37,5
ΓΥΝΑΙΚΑ	105	62,5	62,5	100,0
Total	168	100,0	100,0	

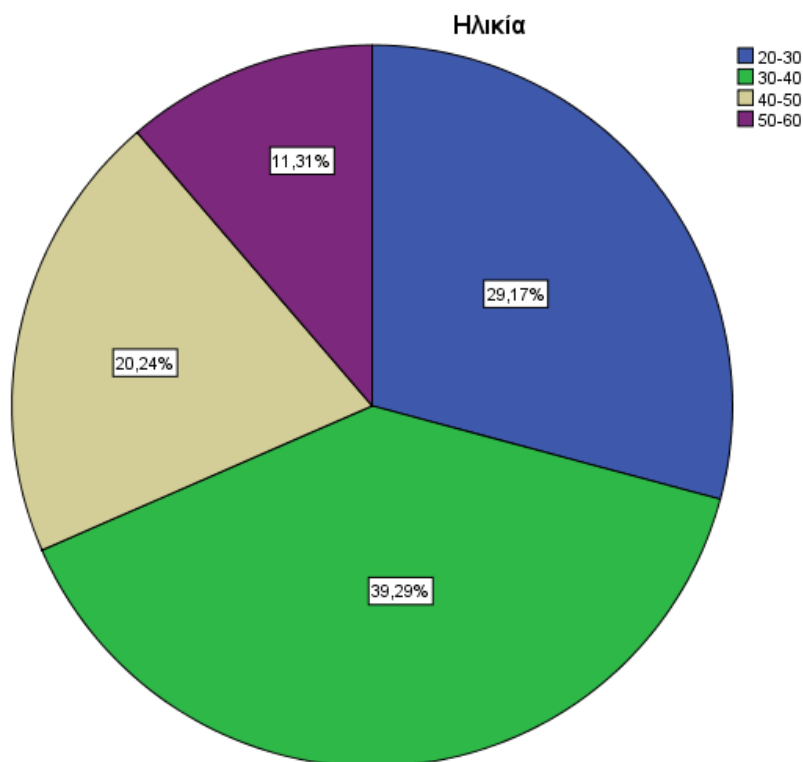


Διάγραμμα 1: Φύλο ερωτηθέντων

Όσον αφορά στην ηλικία των ερωτηθέντων, τους χωρίσαμε σε τέσσερις ηλικιακές κατηγορίες: 20-30, εκ των οποίων απάντησαν στο ερωτηματολόγιο 49, ποσοστό 29,2%, 30-40, απάντησαν 66, ποσοστό 39,3%, 40-50 εκ των οποίων απάντησαν 34, ποσοστό 20,2% και 50-60 ετών, όπου απάντησαν 19 άτομα, ποσοστό 11,3%.

Ηλικία

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30	49	29,2	29,2	29,2
30-40	66	39,3	39,3	68,5
40-50	34	20,2	20,2	88,7
50-60	19	11,3	11,3	100,0
Total	168	100,0	100,0	



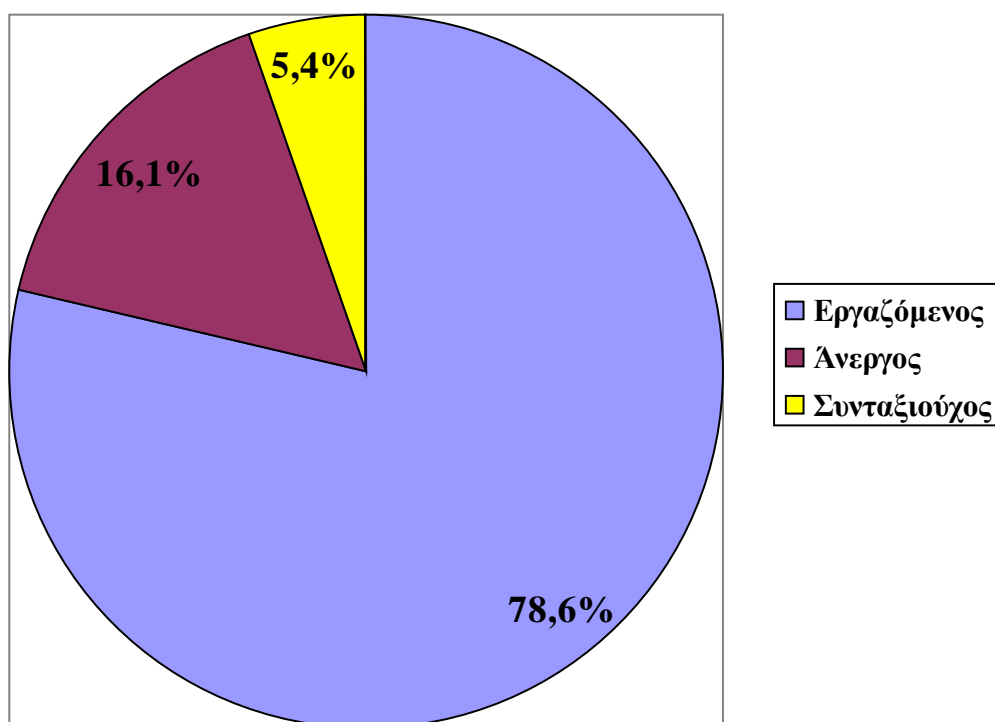
Διάγραμμα 2: Ηλικία ερωτηθέντων

Επόμενη κατηγορία αφορούσε την επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων. Έτσι απάντησαν 132 εργαζόμενοι, ποσοστό 78,6%, 27 άνεργοι, ποσοστό 16,1% και 9 συνταξιούχοι, ποσοστό 5,4%.

Επαγγελματική κατάσταση

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Εργαζόμενος	132	78,6	78,6	78,6
Άνεργος	27	16,1	16,1	16,1
Συνταξιούχος	9	5,4	5,4	5,4
Total	168	100,0	100,0	

Επαγγελματική Κατάσταση

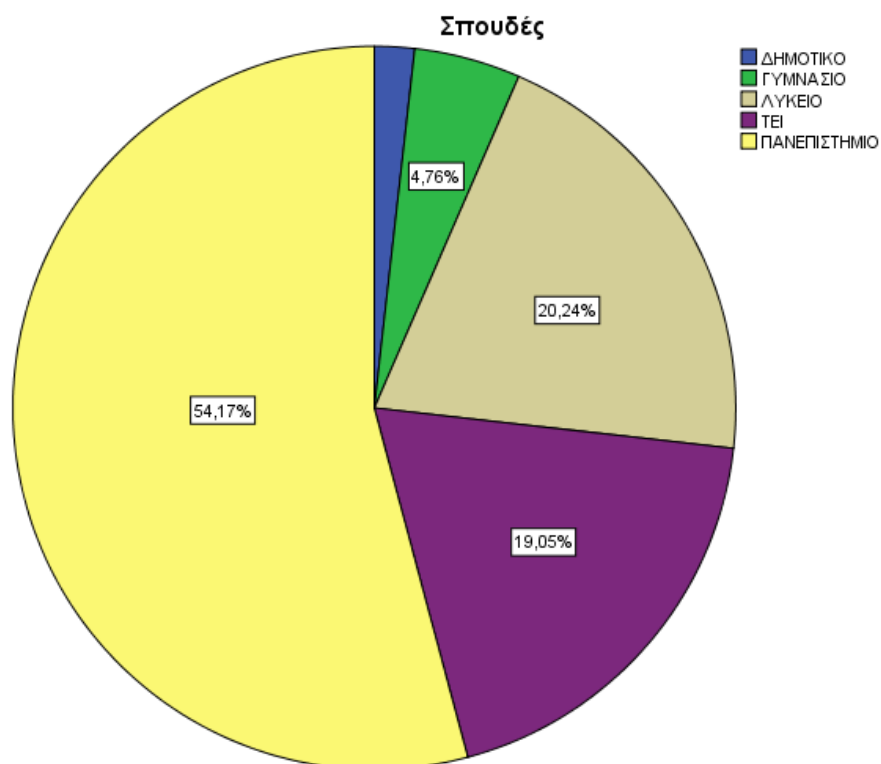


Διάγραμμα 3: Επαγγελματική κατάσταση ερωτηθέντων

Επόμενο δημογραφικό στοιχείο, αποτέλεσε το επίπεδο σπουδών των ερωτηθέντων. Έτσι απάντησαν 3 απόφοιτοι δημοτικού, ποσοστό 1,8%, 8 απόφοιτοι γυμνασίου, ποσοστό 4,8%, 34 απόφοιτοι λυκείου, ποσοστό 20,2%, 32 απόφοιτοι ΤΕΙ, ποσοστό 19,0% και 91 απόφοιτοι πανεπιστημίου, ποσοστό 54,2%.

Σπουδές

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΔΗΜΟΤΙΚΟ	3	1,8	1,8	1,8
ΓΥΜΝΑΣΙΟ	8	4,8	4,8	6,5
ΛΥΚΕΙΟ	34	20,2	20,2	26,8
ΤΕΙ	32	19,0	19,0	45,8
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ	91	54,2	54,2	100,0
Total	168	100,0	100,0	



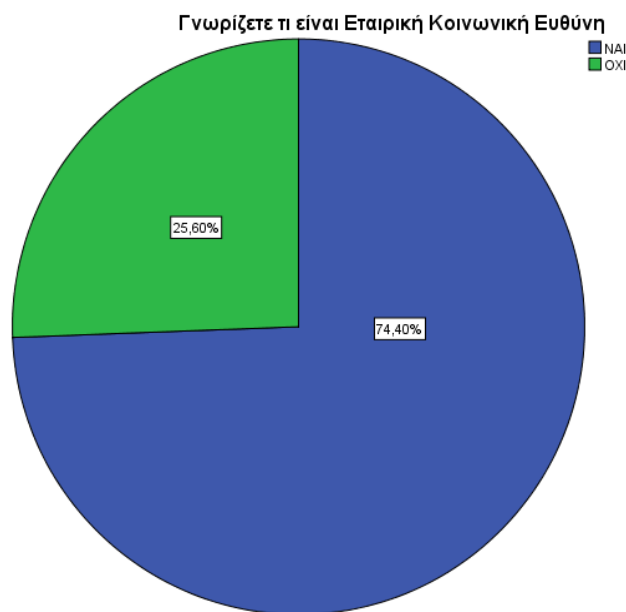
Διάγραμμα 4: Επίπεδο σπουδών ερωτηθέντων

Από τα δημογραφικά στοιχεία προκύπτει ότι το δείγμα ήταν επαρκώς αντιπροσωπευτικό, για τους σκοπούς της έρευνας.

Στο ερώτημα «Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» από τους 168 ερωτηθέντες, απάντησαν καταφατικά 125, ποσοστό 74,4% και αρνητικά 43, ποσοστό 25,6%.

Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	125	74,4	74,4	74,4
OXI	43	25,6	25,6	100,0
Total	168	100,0	100,0	



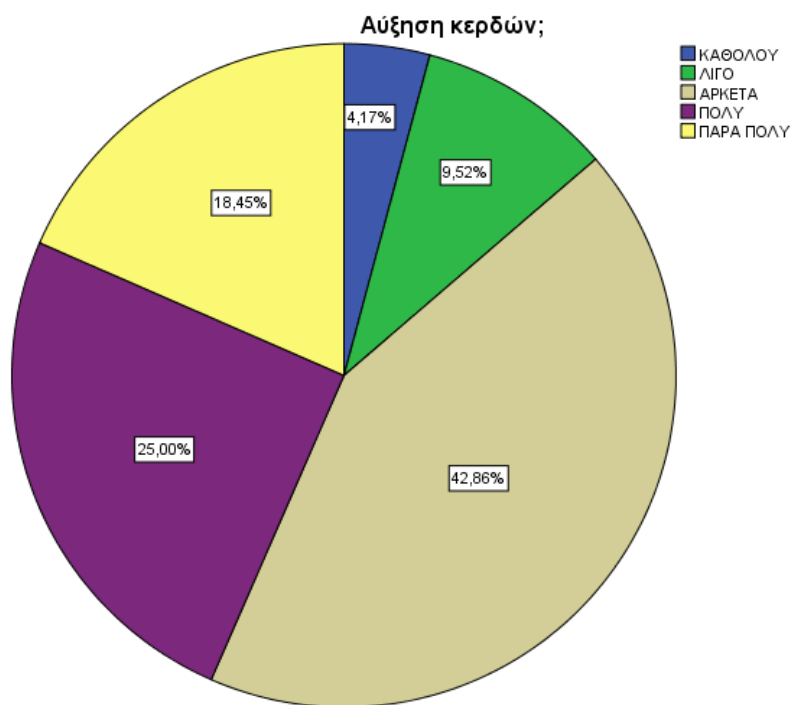
Διάγραμμα 4: Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Στο ερώτημα «Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι αποσκοπεί η επιχείρηση που έχει δράσεις κοινωνικής ευθύνης, στην: αύξηση κερδών, αποκατάσταση της φήμης της στην κοινωνία, αύξηση ανταγωνιστικότητας, ανταπόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών της», διαπιστώθηκαν τα παρακάτω ευρήματα. Υπάρχει η γενική πεποίθηση των ερωτηθέντων με απαντήσεις που κυμαίνονται από Αρκετά έως Πάρα Πολύ, με αντιπροσωπευτικά ποσοστά: 42,9% ότι η επιχείρηση αποσκοπεί στην αύξηση κερδών, στην αποκατάσταση της φήμης της στην κοινωνία 33,3%, στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας 32%, Αντίθετα, ή γενική πεποίθηση είναι ότι από Λίγο έως Καθόλου, με αντιπροσωπευτικό ποσοστό 32%, η επιχείρηση έχει σκοπό την ανταπόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών της.

Παραθέτουμε τους σχετικούς πίνακες με τις αντίστοιχες απαντήσεις.

Αύξηση κερδών;

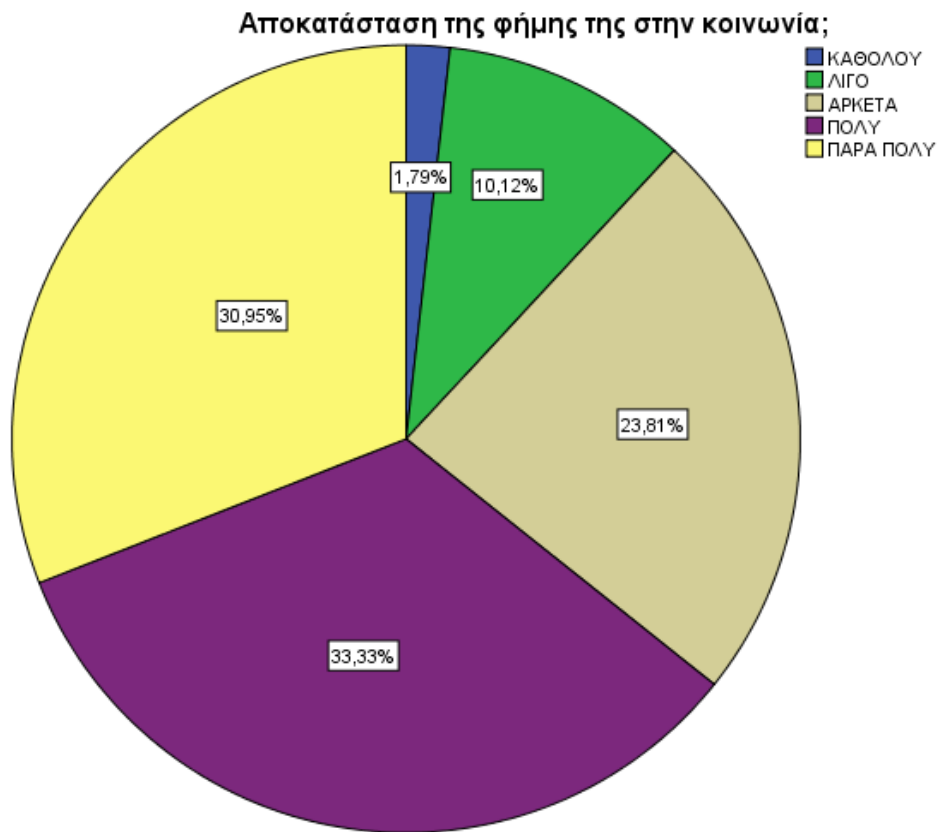
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	7	4,2	4,2	4,2
ΛΙΓΟ	16	9,5	9,5	13,7
ΑΡΚΕΤΑ	72	42,9	42,9	56,5
ΠΟΛΥ	42	25,0	25,0	81,5
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	31	18,5	18,5	100,0
Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 5: Αύξηση κερδών;

Αποκατάσταση της φήμης της στην κοινωνία;

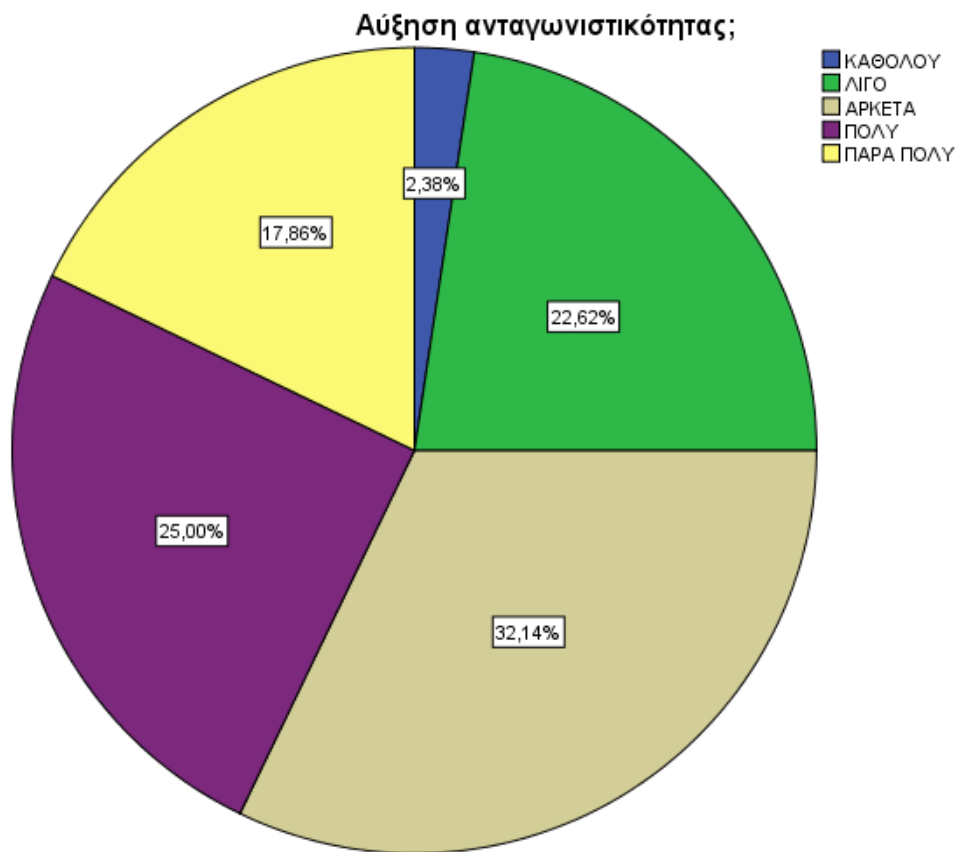
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	3	1,8	1,8	1,8
ΛΙΓΟ	17	10,1	10,1	11,9
ΑΡΚΕΤΑ	40	23,8	23,8	35,7
ΠΟΛΥ	56	33,3	33,3	69,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	52	31,0	31,0	100,0
Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 6: Αποκατάσταση της φήμης της στην κοινωνία;

Αύξηση ανταγωνιστικότητας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	4	2,4	2,4	2,4
ΛΙΓΟ	38	22,6	22,6	25,0
ΑΡΚΕΤΑ	54	32,1	32,1	57,1
ΠΟΛΥ	42	25,0	25,0	82,1
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30	17,9	17,9	100,0
Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 7: Αύξηση ανταγωνιστικότητας;

Ανταπόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών τους;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	44	26,2	26,2	26,2
ΛΙΓΟ	56	33,3	33,3	59,5
ΑΡΚΕΤΑ	33	19,6	19,6	79,2
ΠΟΛΥ	25	14,9	14,9	94,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	10	6,0	6,0	100,0
Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 8: Ανταπόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών τους;

Στο ερώτημα να ονομάσουν τουλάχιστον μια επιχείρηση που πιστεύουν ότι έχει δράση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσαν επιχειρήσεις των οποίων οι δραστηριότητες έχουν προβληθεί από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα. Επίσης, αρκετοί συγχέουν τις επιχειρήσεις με οργανώσεις φιλανθρωπικές ή περιβαλλοντικές. Επισημαίνονται στον πίνακα με κίτρινο χρώμα οι οργανώσεις αυτές.

Μπορείτε να ονομάσετε τουλάχιστον μια επιχείρηση που πιστεύετε ότι έχει δράση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

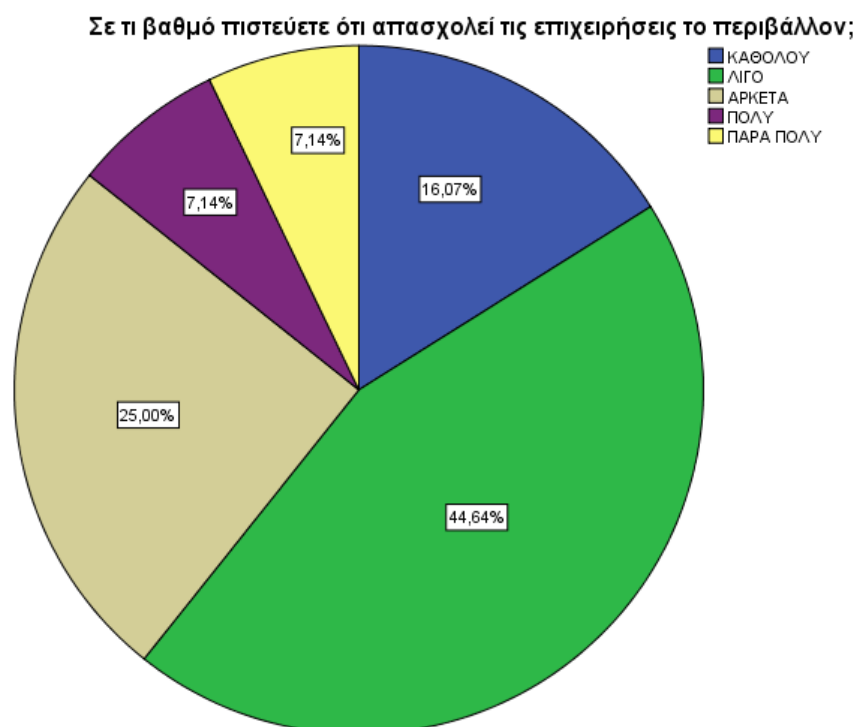
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ETE	1	,6	,6	,6
3E	3	1,8	1,8	2,4
ALPHA BANK	2	1,2	1,2	3,6
ARIVITA	2	1,2	1,2	4,8
CARFOUR-MARINOΠΟΥΛΟΣ	2	1,2	1,2	6,0
COCOMAT	1	,6	,6	6,5
COCA-COLA	2	1,2	1,2	7,7
COSMOTE	17	10,1	10,1	17,9
GAMPER	1	,6	,6	18,5
GOODY'S	3	1,8	1,8	20,2
INTERAMERICAN	3	1,8	1,8	22,0
JOHNSON HELLAS	1	,6	,6	22,6
LIDL	2	1,2	1,2	23,8
P&G	4	2,4	2,4	26,2
PAMPERS	1	,6	,6	26,8
TOM'S	3	1,8	1,8	28,6
UNICEF	2	1,2	1,2	29,8
VODAFONE	4	2,4	2,4	32,1
WIND	5	3,0	3,0	35,1
WWF	1	,6	,6	35,7
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	39	23,2	23,2	58,9
ΕΛΛΙΣ	1	,6	,6	59,5
ΕΜΠΟΡΙΚΗ BANK	2	1,2	1,2	60,7
ETE	5	3,0	3,0	63,7
ΖΑΓΟΡΙ	4	2,4	2,4	66,1
ΚΟΡΡΕΣ	3	1,8	1,8	67,9
ΜΥΤΙΛΙ10Σ	1	,6	,6	68,5
ΝΕΡΟ ΑΥΡΑ	2	1,2	1,2	69,6
ΟΠΑΠ	6	3,6	3,6	73,2
ΟΤΕ	5	3,0	3,0	76,2
ΣΚΑΙ TV	23	13,7	13,7	89,9
ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΕΛΠΙΔΑ	1	,6	,6	90,5
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	12	7,1	7,1	97,6
ΤΣΙΜΕΝΤΑ ΤΙΤΑΝ	3	1,8	1,8	99,4
ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ	1	,6	,6	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Στο ερώτημα «Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον» η γενική εκτίμηση είναι μάλλον απογοητευτική για το κατά πόσον οι επιχειρήσεις

ενδιαφέρονται για το περιβάλλον. Σε ποσοστό 44,6% πιστεύουν λίγο και 16,1% καθόλου, ήτοι περισσότεροι από τους μισούς 60,7% δεν πιστεύουν στο ενδιαφέρον των επιχειρήσεων για το περιβάλλον. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι το περιβάλλον είναι από τις κύριες δράσεις που καλύπτονται από ΕΚΕ.

Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	27	16,1	16,1	16,1
	ΛΙΓΟ	75	44,6	44,6	60,7
	ΑΡΚΕΤΑ	42	25,0	25,0	85,7
	ΠΟΛΥ	12	7,1	7,1	92,9
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	12	7,1	7,1	100,0
	Total	168	100,0	100,0	



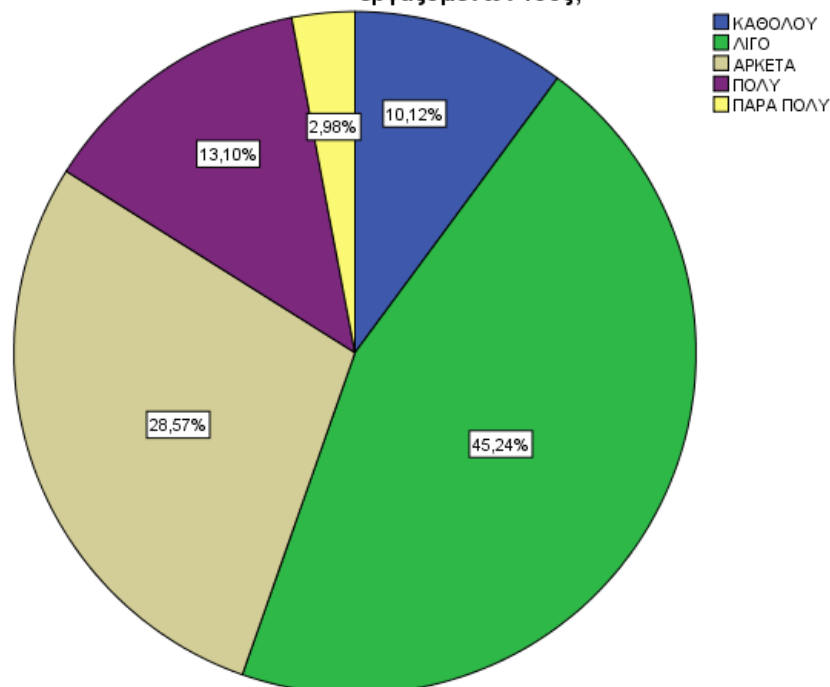
Διάγραμμα 9: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον;

Και στο ερώτημα που αφορά στο ενδιαφέρον των επιχειρήσεων για τις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων τους οι απαντήσεις είναι απογοητευτικές καθώς 45,2% των ερωτηθέντων απάντησαν λίγο και 10,1% καθόλου, που σημαίνει ότι πάνω από τους μισούς δεν εμπιστεύονται τις επιχειρήσεις στον τομέα αυτό 55,3%.

Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολούν τις επιχειρήσεις οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων τους;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	17	10,1	10,1	10,1
ΛΙΓΟ	76	45,2	45,2	55,4
ΑΡΚΕΤΑ	48	28,6	28,6	83,9
ΠΟΛΥ	22	13,1	13,1	97,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	5	3,0	3,0	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολούν τις επιχειρήσεις οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων τους;



Διάγραμμα 10: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολούν τις επιχειρήσεις οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων τους;

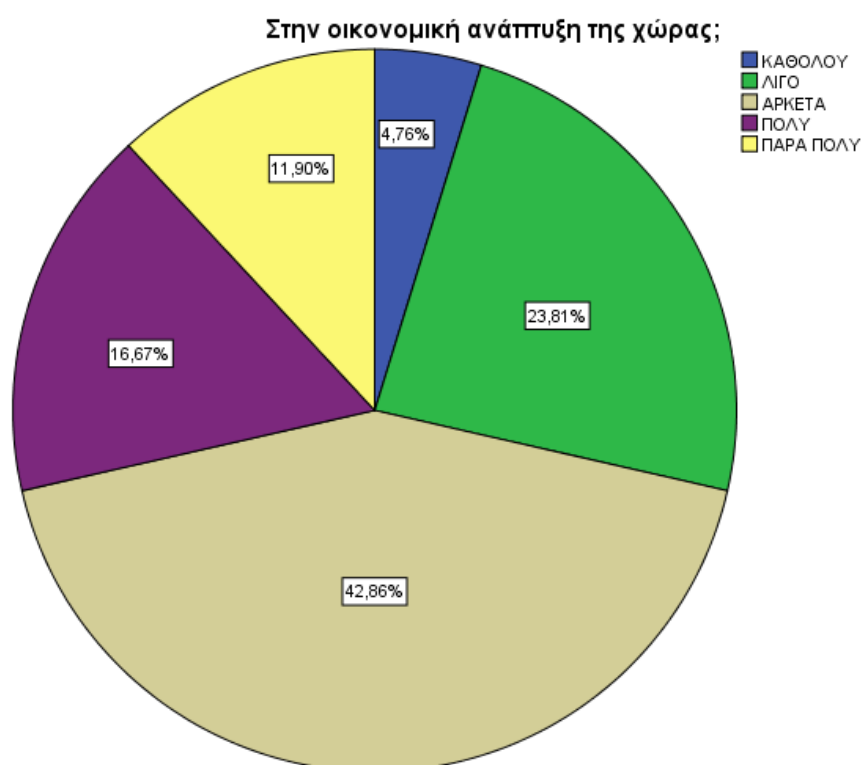
Στο ερώτημα εάν πιστεύουν ότι η υιοθέτηση δράσεων κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις θα μπορούσε να συμβάλει σε διάφορους τομείς, όπως: στην οικονομική

ανάπτυξη της χώρας, στη βελτίωση του περιβάλλοντος, στην καταπολέμηση της φτώχειας, στην αξιοπιστία των επιχειρήσεων, οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες, όπως εμφανίζονται αναλυτικά στους παρακάτω πίνακες και διαγράμματα.

Για τη συμβολή της εφαρμογής ΕΚΕ στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας το 28,6% των ερωτηθέντων απάντησε καθόλου έως λίγο, ενώ 42,9% απάντησε αρκετά και 28,6% πολύ έως πάρα πολύ.

Στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	8	4,8	4,8	4,8
ΛΙΓΟ	40	23,8	23,8	28,6
ΑΡΚΕΤΑ	72	42,9	42,9	71,4
ΠΟΛΥ	28	16,7	16,7	88,1
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	20	11,9	11,9	100,0
Total	168	100,0	100,0	

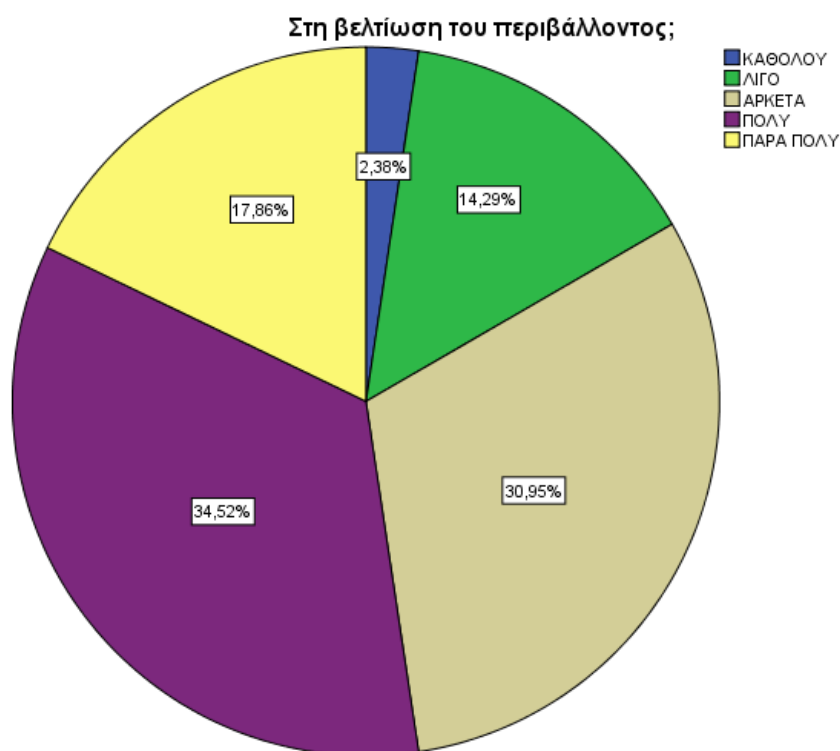


Διάγραμμα 11: Στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας;

Επίσης στο ερώτημα εάν οι δράσεις ΕΚΕ συντελούν στη βελτίωση του περιβάλλοντος, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησαν καταφατικά, 31% αρκετά, 34,5% πολύ, 17,9% πάρα πολύ και μόνο το 16,7% απάντησε καθόλου έως λίγο.

Στη βελτίωση του περιβάλλοντος;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	4	2,4	2,4	2,4
ΛΙΓΟ	24	14,3	14,3	16,7
ΑΡΚΕΤΑ	52	31,0	31,0	47,6
ΠΟΛΥ	58	34,5	34,5	82,1
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30	17,9	17,9	100,0
Total	168	100,0	100,0	

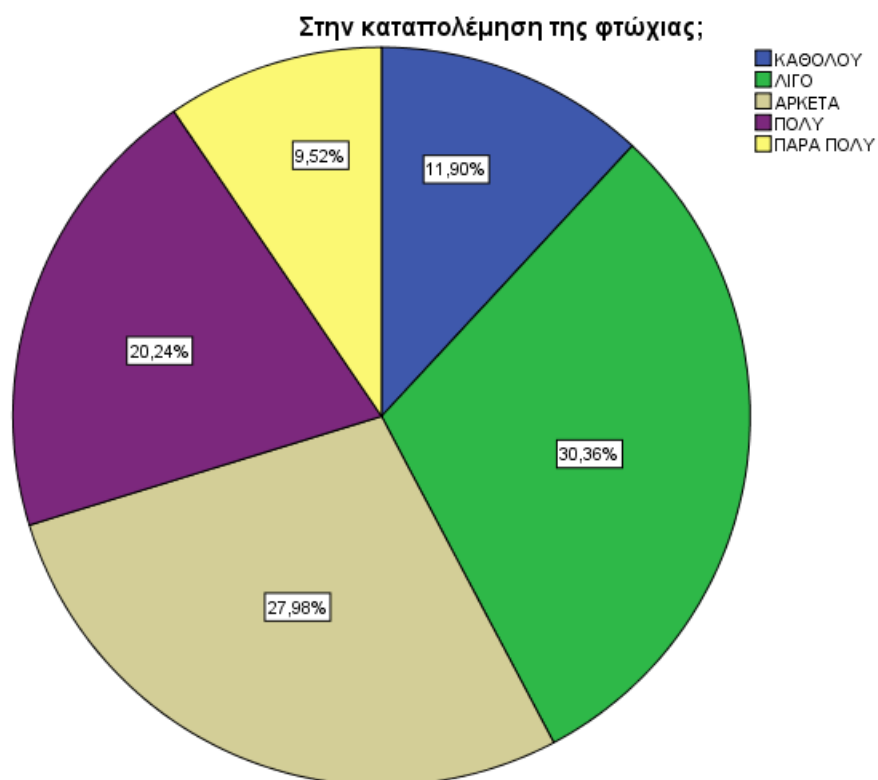


Διάγραμμα 12: Στη βελτίωση του περιβάλλοντος;

Στο ερώτημα εάν οι δράσεις ΕΚΕ συντελούν στην καταπολέμηση της φτώχειας ήταν μοιρασμένες, με μικρή υπερίσχυση των θετικών απαντήσεων 28% αρκετά, 20,2% πολύ, 9,5% πάρα πολύ, ήτοι συνολικά 57,7% έναντι 42,3% που απάντησαν από καθόλου έως λίγο.

Στην καταπολέμηση της φτώχειας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	20	11,9	11,9	11,9
ΛΙΓΟ	51	30,4	30,4	42,3
ΑΡΚΕΤΑ	47	28,0	28,0	70,2
ΠΟΛΥ	34	20,2	20,2	90,5
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	16	9,5	9,5	100,0
Total	168	100,0	100,0	

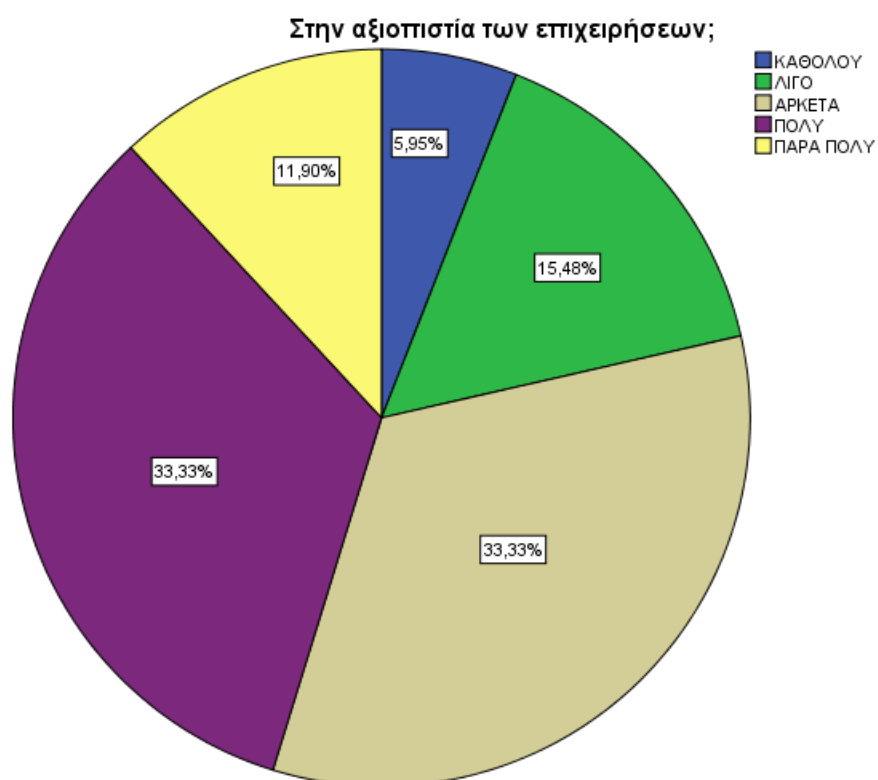


Διάγραμμα 13: Στην καταπολέμηση της φτώχειας;

Στην επόμενη ερώτηση κατά πόσο οι πρακτικές ΕΚΕ συντελούν στην αξιοπιστία των επιχειρήσεων οι θετικές απαντήσεις ήταν συντριπτικά περισσότερες από τις αρνητικές. Εκ των ερωτηθέντων μόνο το 21,4% απάντησε από καθόλου έως λίγο, ενώ από 33,3% απάντησαν αρκετά και πολύ αντίστοιχα και 11,9% πάρα πολύ.

Στην αξιοπιστία των επιχειρήσεων;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	10	6,0	6,0	6,0
	ΛΙΓΟ	26	15,5	15,5	21,4
	ΑΡΚΕΤΑ	56	33,3	33,3	54,8
	ΠΟΛΥ	56	33,3	33,3	88,1
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	20	11,9	11,9	100,0
	Total	168	100,0	100,0	



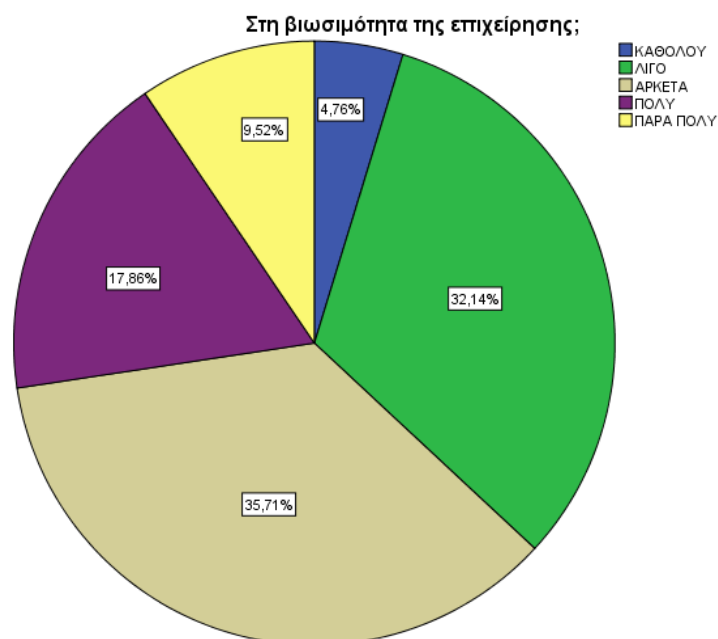
Διάγραμμα 14: Στην αξιοπιστία των επιχειρήσεων;

Στο επόμενο ερώτημα, εάν η υιοθέτηση δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας επιδρούν, όσον αφορά στην ίδια την επιχείρηση: στη βιωσιμότητά της, στη θετική της εικόνα απέναντι στους συναλλασσόμενους και στη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων, οι περισσότερες απαντήσεις ήταν θετικές, όπως φαίνεται αναλυτικά στους παρακάτω πίνακες και διαγράμματα.

Οι ερωτηθέντες σε συνολικό ποσοστό 36,9% θεωρούν ότι η εφαρμογή ΕΚΕ στη βιωσιμότητα επιχείρησης συντελεί από καθόλου έως λίγο, ενώ αρκετά 35,7%, πολύ 17,9% και πάρα πολύ 9,5%.

Στη βιωσιμότητα της επιχείρησης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	8	4,8	4,8	4,8
ΛΙΓΟ	54	32,1	32,1	36,9
ΑΡΚΕΤΑ	60	35,7	35,7	72,6
ΠΟΛΥ	30	17,9	17,9	90,5
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	16	9,5	9,5	100,0
Total	168	100,0	100,0	



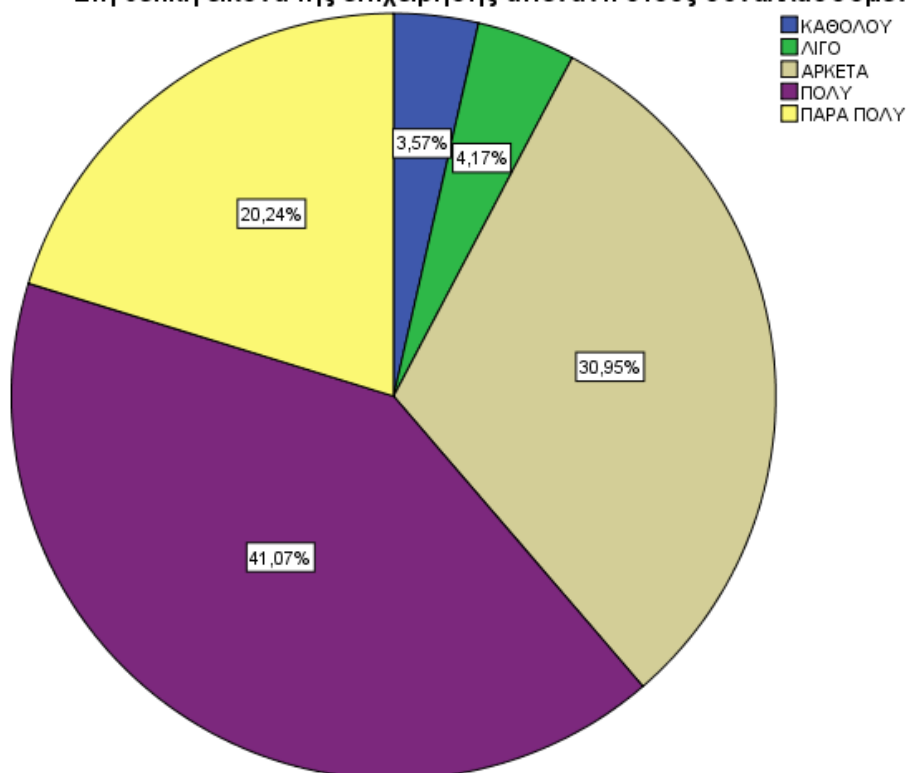
Διάγραμμα 15: Στη βιωσιμότητα της επιχείρησης;

Όσον αφορά στη διαμόρφωση θετικής εικόνας της επιχείρησης έναντι των συναλλασσομένων η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων 92,3%, απάντησε από αρκετά έως πάρα πολύ (31% αρκετά, 41,1% πολύ, 20,2% πάρα πολύ), ενώ μόνο το 7,7% από καθόλου έως λίγο.

Στη θετική εικόνα της επιχείρησης απέναντι στους συναλλασσόμενους;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	6	3,6	3,6	3,6
	ΛΙΓΟ	7	4,2	4,2	7,7
	ΑΡΚΕΤΑ	52	31,0	31,0	38,7
	ΠΟΛΥ	69	41,1	41,1	79,8
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	34	20,2	20,2	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Στη θετική εικόνα της επιχείρησης απέναντι στους συναλλασσόμενους;



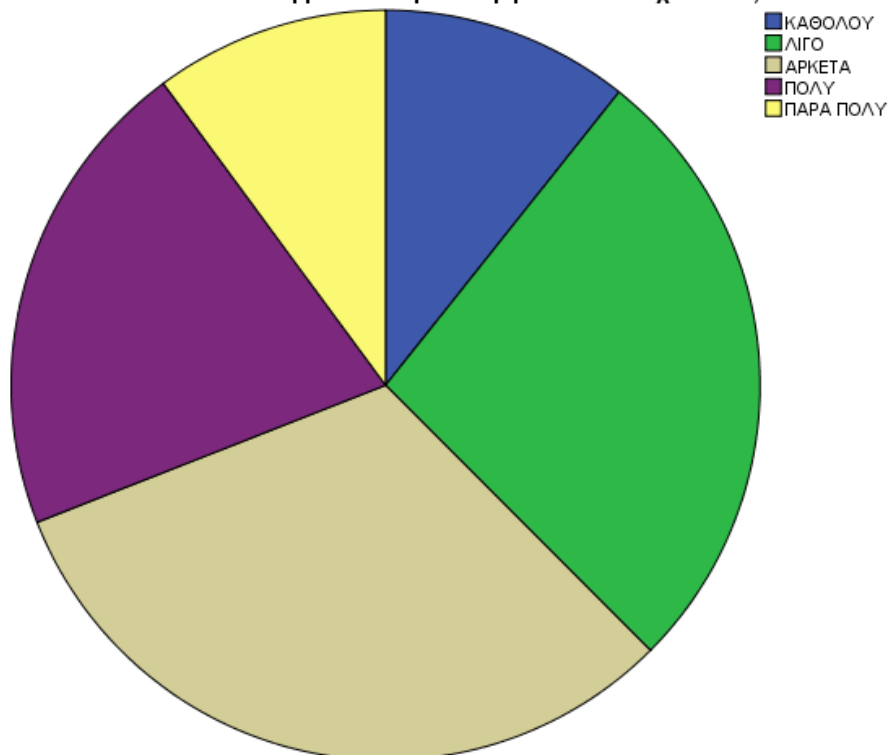
Διάγραμμα 16: Στη θετική εικόνα της επιχείρησης απέναντι στους συναλλασσόμενους;

Στο ερώτημα εάν η εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ συντελεί στη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων υπερισχύουν οι θετικές απαντήσεις, αρκετά 31,5%, πολύ 20,8%, 10,1% πάρα πολύ, αλλά δεν είναι ευκαταφρόνητο και το ποσοστό περίπου 1/3, αυτών που απάντησαν λίγο 26,8% και καθόλου 10,7%.

Στη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	18	10,7	10,7	10,7
ΛΙΓΟ	45	26,8	26,8	37,5
ΑΡΚΕΤΑ	53	31,5	31,5	69,0
ΠΟΛΥ	35	20,8	20,8	89,9
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	17	10,1	10,1	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Στη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων;



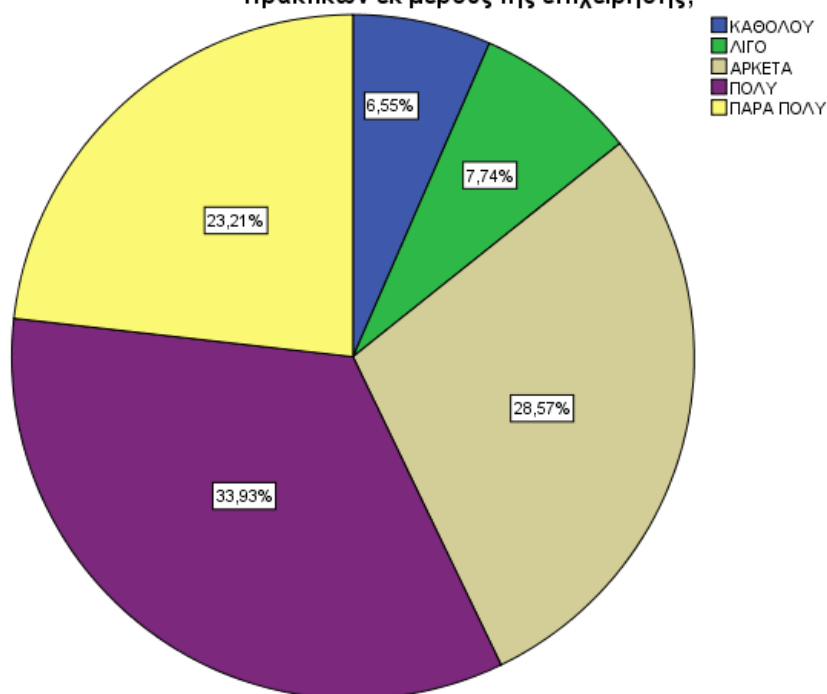
Διάγραμμα 17: Στη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων;

Στο ερώτημα εάν το κράτος μπορεί να συμβάλει στην ενθάρρυνση υιοθέτησης πρακτικών ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις, οι αρνητικές απαντήσεις (καθόλου έως λίγο) ήταν μόνο 14,3%, ενώ 28,6% απάντησαν αρκετά, 33,9% πολύ και 23,2% πάρα πολύ.

Πιστεύετε ότι το κράτος μπορεί να συμβάλει στην ενθάρρυνση υιοθέτησης τέτοιων πρακτικών εκ μέρους της επιχείρησης;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	11	6,5	6,5	6,5
ΛΙΓΟ	13	7,7	7,7	14,3
ΑΡΚΕΤΑ	48	28,6	28,6	42,9
ΠΟΛΥ	57	33,9	33,9	76,8
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	39	23,2	23,2	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Πιστεύετε ότι το κράτος μπορεί να συμβάλει στην ενθάρρυνση υιοθέτησης τέτοιων πρακτικών εκ μέρους της επιχείρησης;



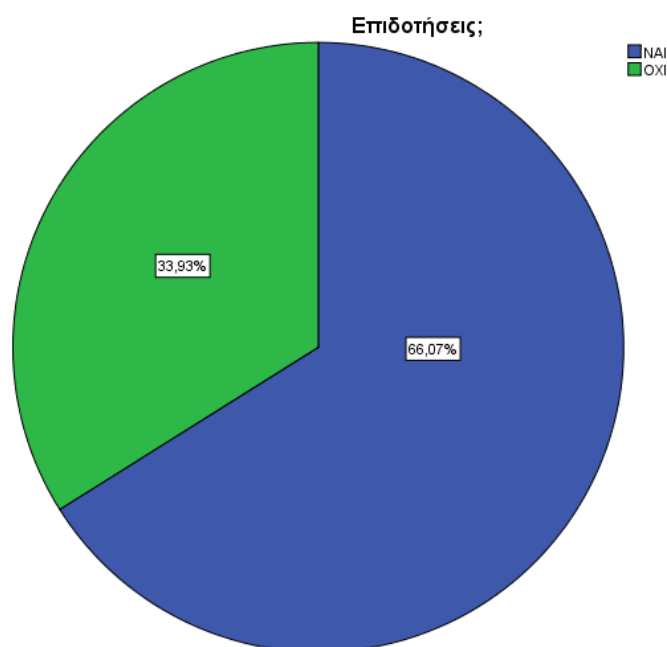
Διάγραμμα 18: Πιστεύετε ότι το κράτος μπορεί να συμβάλει στην ενθάρρυνση υιοθέτησης τέτοιων πρακτικών εκ μέρους της επιχείρησης;

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε τους τρόπους με τους οποίους το κράτος θα μπορούσε να ενθαρρύνει την υιοθέτηση ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις.

Από τους ερωτηθέντες 111 είναι υπέρ των επιδοτήσεων, 118 υπέρ των φοροαπαλλαγών και 134 υπέρ των βραβεύσεων ως κίνητρο από το κράτος για τις επιχειρήσεις προκειμένου να υιοθετήσουν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Παρατηρούμε δηλαδή ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες πιστεύουν στο θεσμό των βραβεύσεων, ως κίνητρο προς τις επιχειρήσεις να εφαρμόζουν ΕΚΕ, ακολουθούν οι φοροαπαλλαγές και τέλος οι επιδοτήσεις.

Επιδοτήσεις;

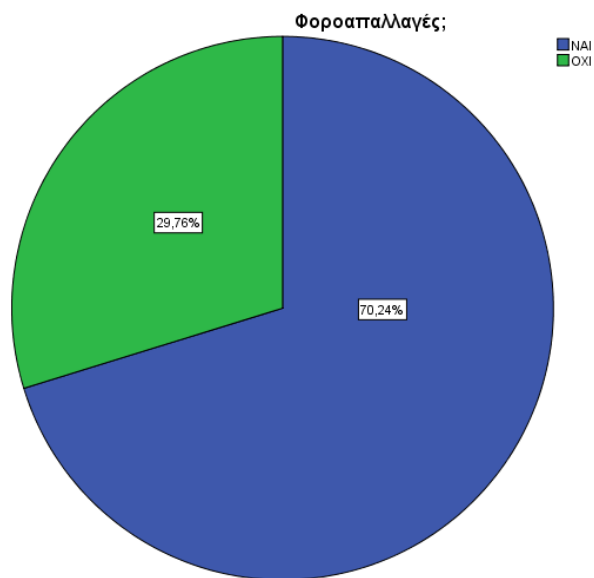
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	111	66,1	66,1	66,1
OXI	57	33,9	33,9	100,0
Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 19: Επιδοτήσεις

Φοροαπαλλαγές;

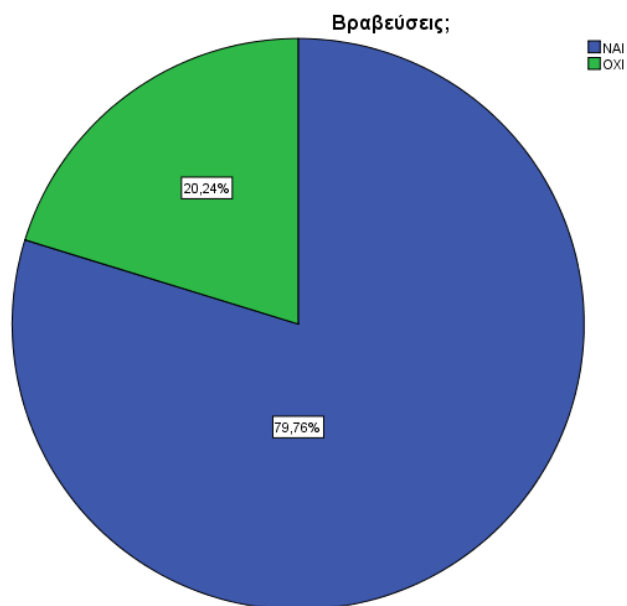
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	118	70,2	70,2	70,2
OXI	50	29,8	29,8	100,0
Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 19: Φοροαπαλλαγές

Βραβεύσεις;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	134	79,8	79,8	79,8
OXI	34	20,2	20,2	100,0
Total	168	100,0	100,0	



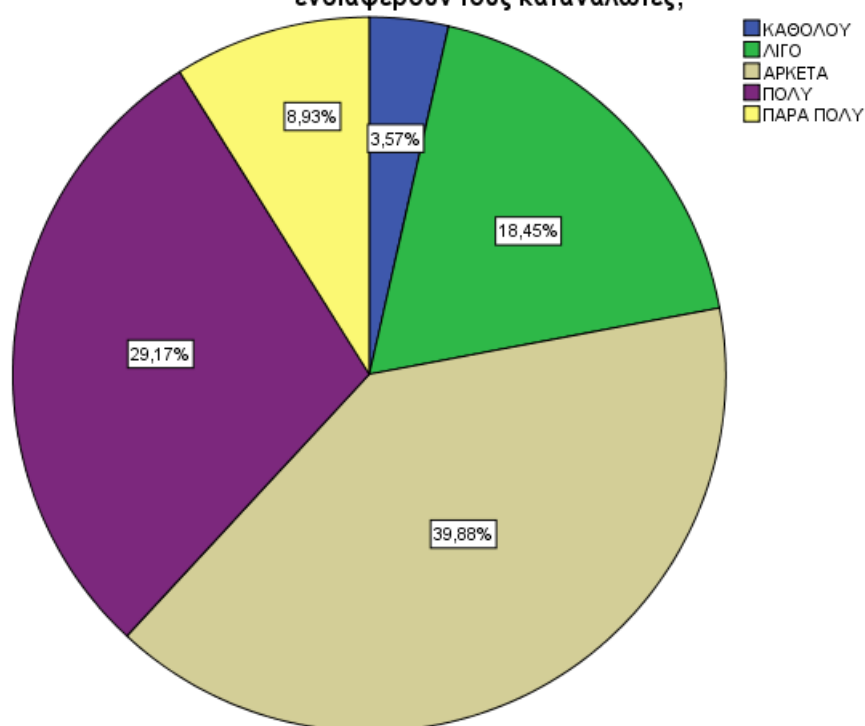
Διάγραμμα 20: Βραβεύσεις

Στο ερώτημα αν οι δράσεις ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις ενδιαφέρουν τους καταναλωτές 39,9% απάντησαν αρκετά, πολύ 29,2%, 8,9% πάρα πολύ και μόνο 22,0% απάντησαν από καθόλου έως λίγο.

Πιστεύετε οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης από μέρους των επιχειρήσεων ενδιαφέρουν τους καταναλωτές;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	6	3,6	3,6	3,6
ΛΙΓΟ	31	18,5	18,5	22,0
ΑΡΚΕΤΑ	67	39,9	39,9	61,9
ΠΟΛΥ	49	29,2	29,2	91,1
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	15	8,9	8,9	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Πιστεύετε οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης από μέρους των επιχειρήσεων ενδιαφέρουν τους καταναλωτές;

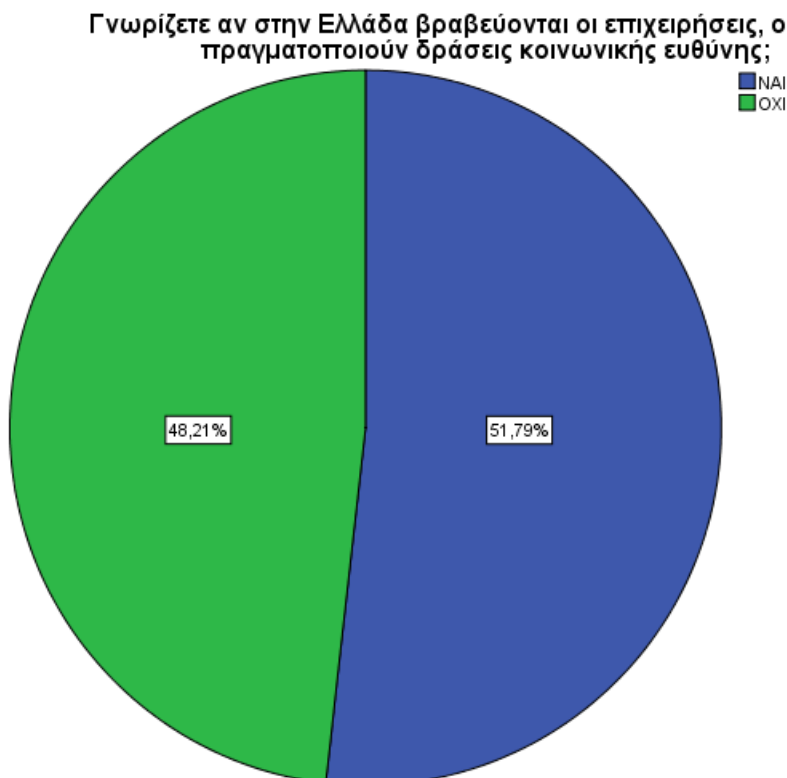


Διάγραμμα 21: Πιστεύετε οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης από μέρους των επιχειρήσεων ενδιαφέρουν τους καταναλωτές;

Στο ερώτημα εάν γνωρίζουν αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις ΕΚΕ, οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες καθώς 51,8% απάντησαν θετικά και 48,2% αρνητικά.

Γνωρίζετε αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	87	51,8	51,8	51,8
	OXI	81	48,2	48,2	100,0
	Total	168	100,0	100,0	



Διάγραμμα 22: Γνωρίζετε αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης;

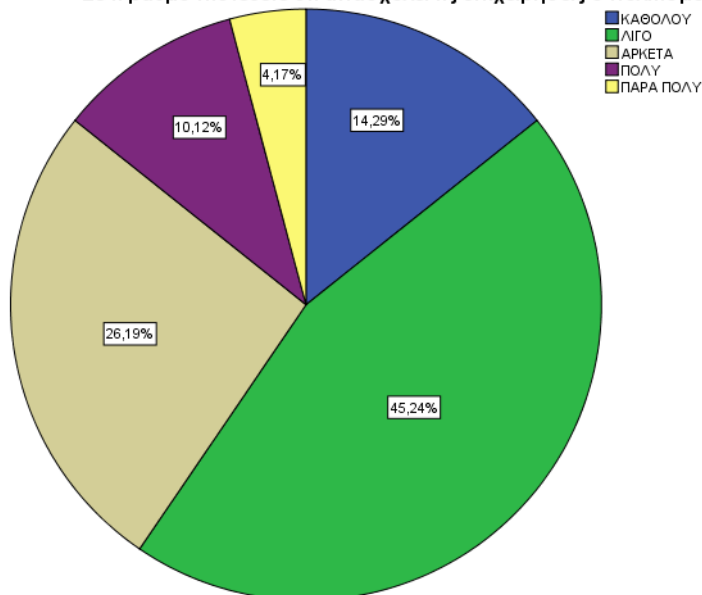
Στις επόμενες ερωτήσεις οι οποίες αφορούν τη σχέση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Πολιτισμού ελήφθησαν οι παρακάτω απαντήσεις.

Στο ερώτημα σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες 59,5% απάντησαν αρνητικά, ήτοι 14,3% καθόλου και 45,2% λίγο. Αρκετά απάντησε το 26,2% των ερωτηθέντων, πολύ το 10,1% και πάρα πολύ το 4,2%.

Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	24	14,3	14,3	14,3
	ΛΙΓΟ	76	45,2	45,2	59,5
	ΑΡΚΕΤΑ	44	26,2	26,2	85,7
	ΠΟΛΥ	17	10,1	10,1	95,8
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	7	4,2	4,2	100,0
	Total	168	100,0	100,0	

Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;

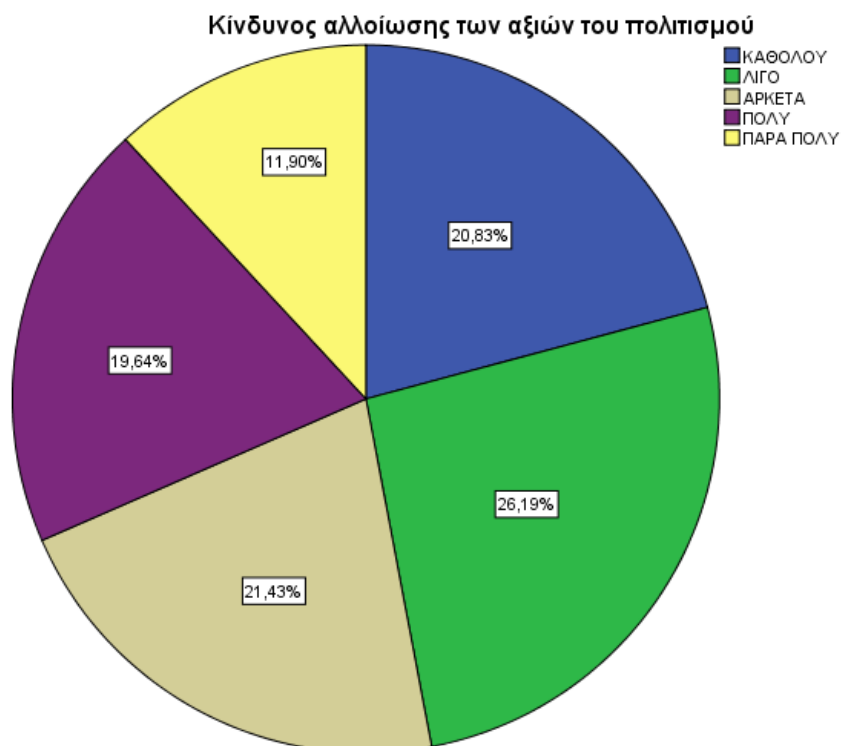


Διάγραμμα 23: Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;

Στο ερώτημα εάν πιστεύουν ότι η εμπλοκή των ιδιωτικών επιχειρήσεων ενδέχεται να επιφέρει αλλοίωση των αξιών του πολιτισμού, οι απαντήσεις ήταν και πάλι μοιρασμένες με το 47% των ερωτηθέντων να απαντά από καθόλου 20,8% έως λίγο 26,2%, ενώ 21,4% απάντησαν αρκετά, 19,6% πολύ και 11,9% πάρα πολύ.

Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΟΛΟΥ	35	20,8	20,8	20,8
	ΛΙΓΟ	44	26,2	26,2	47,0
	ΑΡΚΕΤΑ	36	21,4	21,4	68,5
	ΠΟΛΥ	33	19,6	19,6	88,1
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	20	11,9	11,9	100,0
	Total	168	100,0	100,0	



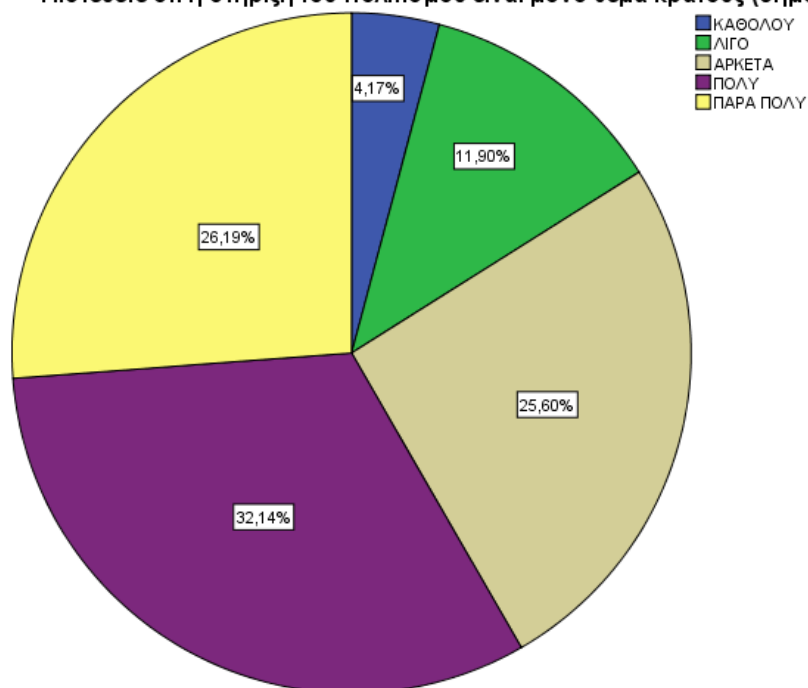
Διάγραμμα 24: Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού

Στο ερώτημα εάν πιστεύουν ότι η στήριξη του πολιτισμού πρέπει να αποτελεί μόνο θέμα του κράτους (δημοσίου) η συντριπτική πλειοψηφία 83,9% είναι υπέρ αυτής της άποψης, αρκετά 25,6%, πολύ 32,1% και πάρα πολύ 26,2%, ενώ μόνο το 16,1% είναι αντίθετο από λίγο 11,9% έως καθόλου 4,2%.

Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	7	4,2	4,2	4,2
ΛΙΓΟ	20	11,9	11,9	16,1
ΑΡΚΕΤΑ	43	25,6	25,6	41,7
ΠΟΛΥ	54	32,1	32,1	73,8
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	44	26,2	26,2	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);



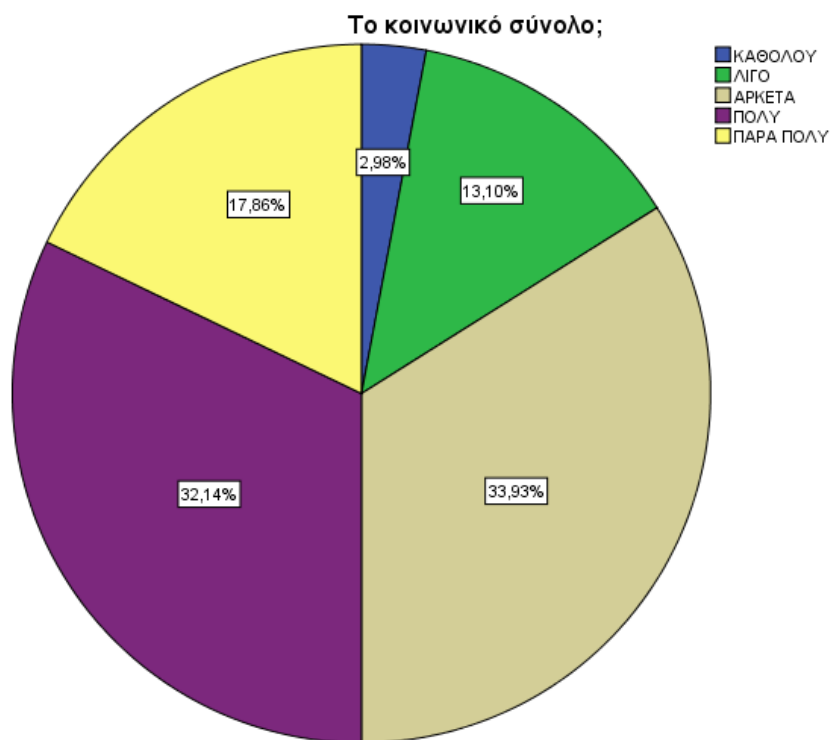
Διάγραμμα 25: Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);

Το επόμενο σύνθετο ερώτημα ήταν εάν πιστεύουν ότι οι δράσεις ΕΚΕ που έχουν σχέση με τον πολιτισμό ωφελούν: το κοινωνικό σύνολο, τον τουρισμό, το προφίλ της επιχείρησης, το προφίλ της χώρας έναντι των ξένων, τη βελτίωση του πνευματικού επιπέδου των πολιτών.

Έτσι, όσον αφορά στο κοινωνικό σύνολο πάλι οι περισσότεροι θεωρούν θετική τη στήριξη του πολιτισμού, ήτοι αρκετά 33,9%, πολύ 32,1%, πάρα πολύ 17,9%, ενώ μόνο το 16,1% απάντησε αρνητικά με 3,0% καθόλου και 13,1% λίγο.

Το κοινωνικό σύνολο;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	5	3,0	3,0	3,0
ΛΙΓΟ	22	13,1	13,1	16,1
ΑΡΚΕΤΑ	57	33,9	33,9	50,0
ΠΟΛΥ	54	32,1	32,1	82,1
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	30	17,9	17,9	100,0
Total	168	100,0	100,0	

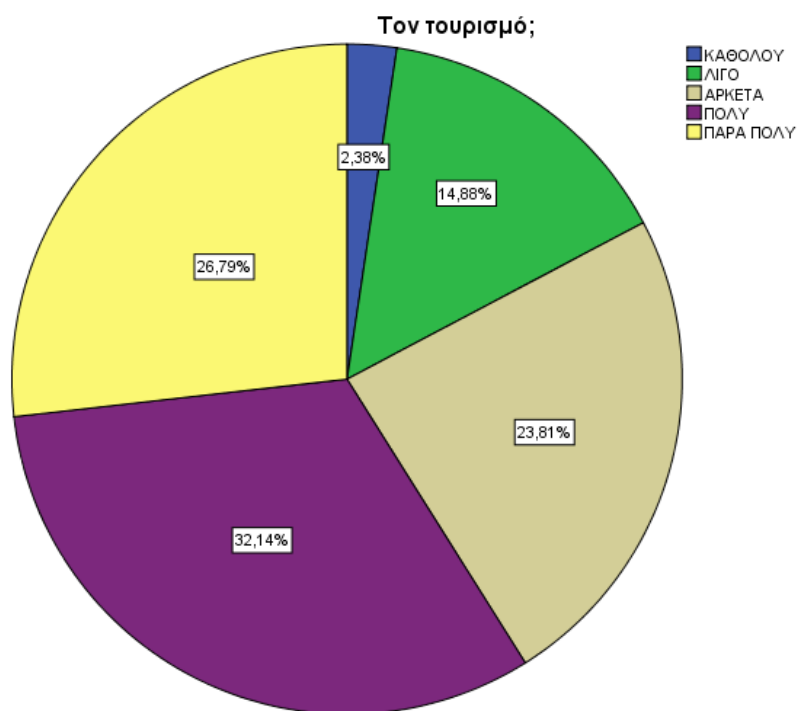


Διάγραμμα 26: Το κοινωνικό σύνολο;

Για τον τουρισμό επίσης οι περισσότερες απαντήσεις ήταν θετικές, αρκετά 23,8%, πολύ 32,1%, πάρα πολύ 26,8% και μόνο 17,3% αρνητικές, καθόλου 2,4% και λίγο 14,9%.

Τον τουρισμό;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	4	2,4	2,4	2,4
ΛΙΓΟ	25	14,9	14,9	17,3
ΑΡΚΕΤΑ	40	23,8	23,8	41,1
ΠΟΛΥ	54	32,1	32,1	73,2
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	45	26,8	26,8	100,0
Total	168	100,0	100,0	



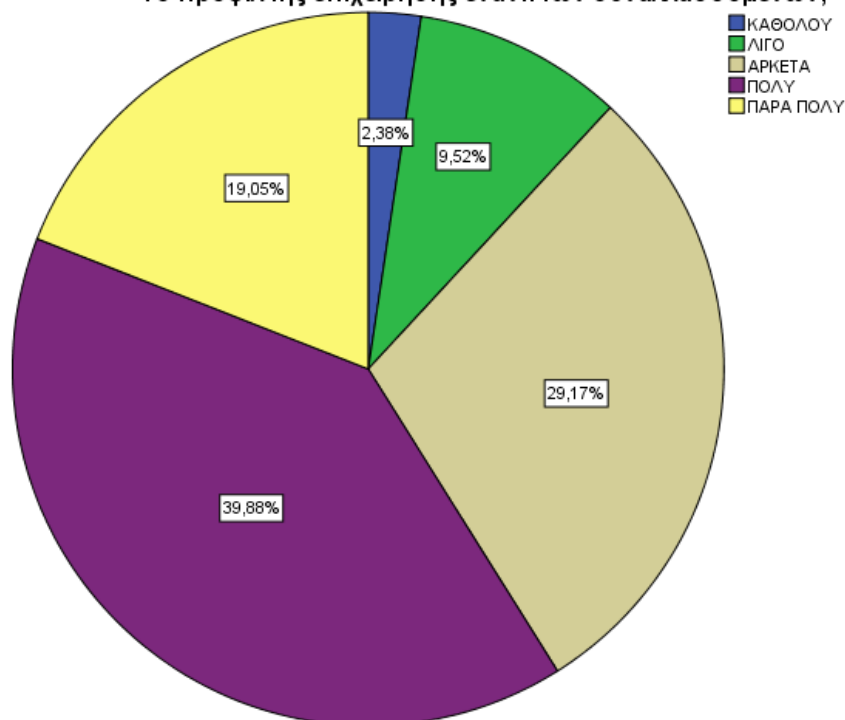
Διάγραμμα 27: Τον τουρισμό;

Όσον αφορά στη βελτίωση του προφίλ της επιχείρησης έναντι των συναλλασσομένων και εδώ η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε καταφατικά, αρκετά 29,2%, πολύ 39,9%, πάρα πολύ 19,0%, ενώ λίγο 9,5% και καθόλου 2,4%.

Το προφίλ της επιχείρησης έναντι των συναλλασσομένων;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	4	2,4	2,4	2,4
ΛΙΓΟ	16	9,5	9,5	11,9
ΑΡΚΕΤΑ	49	29,2	29,2	41,1
ΠΟΛΥ	67	39,9	39,9	81,0
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	32	19,0	19,0	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Το προφίλ της επιχείρησης έναντι των συναλλασσομένων;

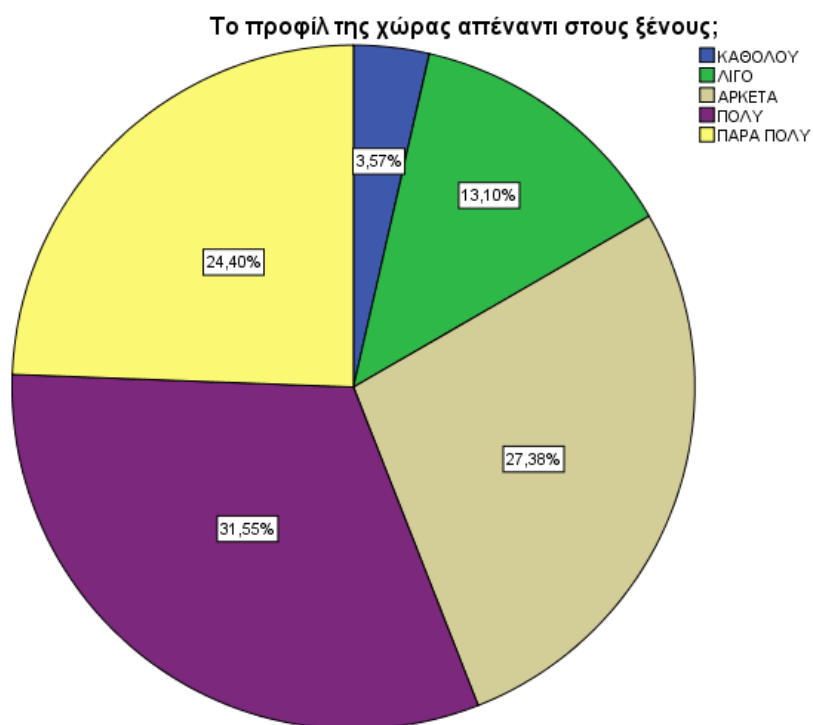


Διάγραμμα 28: Το προφίλ της επιχείρησης έναντι των συναλλασσομένων;

Όσον αφορά το προφίλ της χώρας απέναντι στους ξένους, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες απάντησαν ότι ωφελεί, 27,4% αρκετά, 31,5% πολύ, 24,4% πάρα πολύ, ενώ λίγο 13,1% και καθόλου μόνο 3,6%.

Το προφίλ της χώρας απέναντι στους ξένους;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	6	3,6	3,6	3,6
ΛΙΓΟ	22	13,1	13,1	16,7
ΑΡΚΕΤΑ	46	27,4	27,4	44,0
ΠΟΛΥ	53	31,5	31,5	75,6
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	41	24,4	24,4	100,0
Total	168	100,0	100,0	

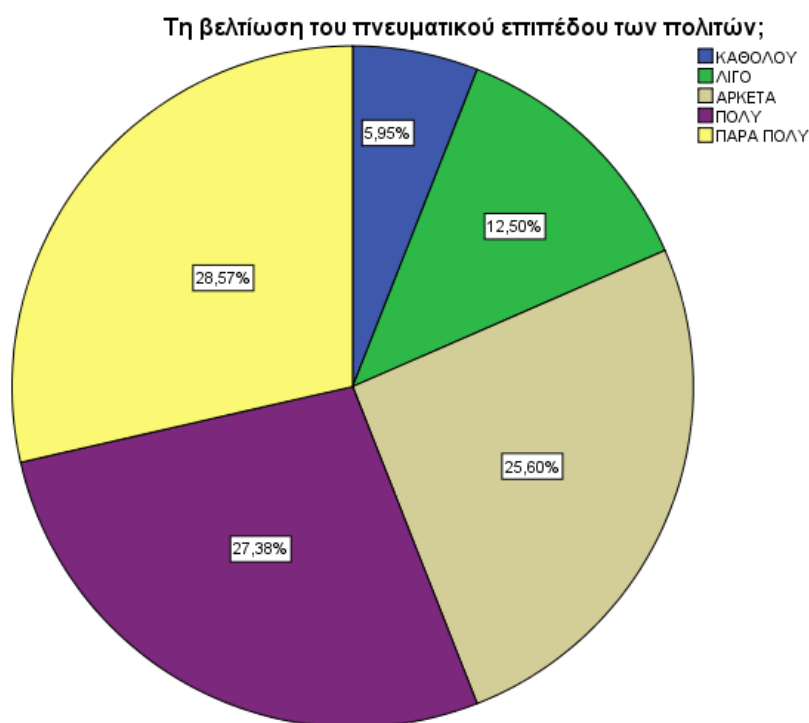


Διάγραμμα 29: Το προφίλ της χώρας απέναντι στους ξένους;

Και τέλος αν βελτιώνει το πνευματικό επίπεδο των πολιτών και πάλι οι απαντήσεις ήταν στην πλειονότητα θετικές, αρκετά 25,6%, πολύ 27,4%, πάρα πολύ 28,6%, ενώ λίγο 12,5% και καθόλου 6,0%.

Τη βελτίωση του πνευματικού επιπέδου των πολιτών;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΚΑΘΟΛΟΥ	10	6,0	6,0	6,0
ΛΙΓΟ	21	12,5	12,5	18,5
ΑΡΚΕΤΑ	43	25,6	25,6	44,0
ΠΟΛΥ	46	27,4	27,4	71,4
ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	48	28,6	28,6	100,0
Total	168	100,0	100,0	



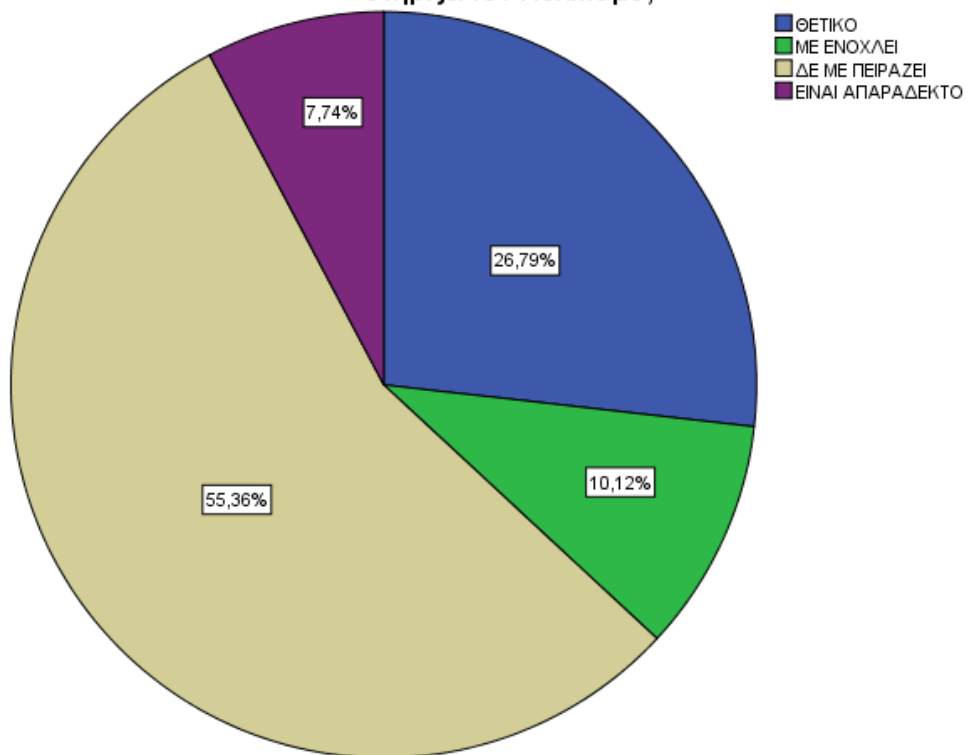
Διάγραμμα 30: Τη βελτίωση του πνευματικού επιπέδου των πολιτών;

Στην τελευταία ερώτηση, πώς κρίνουν το γεγονός ότι ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών στηρίζει τον πολιτισμό, οι θετικές απαντήσεις ήταν περισσότερες από τις αρνητικές, ήτοι θετικό 26,8%, δε με πειράζει 55,4%, ενώ με ενοχλεί 10,1% και είναι απαράδεκτο 7,7%.

Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΘΕΤΙΚΟ	45	26,8	26,8	26,8
ΜΕ ΕΝΟΧΛΕΙ	17	10,1	10,1	36,9
ΔΕ ΜΕ ΠΕΙΡΑΖΕΙ	93	55,4	55,4	92,3
ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟ	13	7,7	7,7	100,0
Total	168	100,0	100,0	

Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;



Διάγραμμα 31: Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών στηρίζει τον Πολιτισμό;

4.3 Παρουσίαση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων

Πίνακας 1: Συσχέτιση της ηλικίας των ερωτηθέντων σε σχέση με τη γνώση τους τι είναι

			Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη		
			Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη		
			NAI	OXI	Total
Ηλικία	20-30	Count	43	6	49
		% within Ηλικία	87,8%	12,2%	100,0%
	30-40	Count	56	10	66
		% within Ηλικία	84,8%	15,2%	100,0%
	40-50	Count	20	14	34
		% within Ηλικία	58,8%	41,2%	100,0%
	50-60	Count	6	13	19
		% within Ηλικία	31,6%	68,4%	100,0%
Total		Count	125	43	168
		% within Ηλικία	74,4%	25,6%	100,0%

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση της ηλικίας με τη γνώση των ερωτηθέντων περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($P\text{-value}=0,000$, $\chi^2=30,998$, $d f=3$)

Παρατηρούμε ότι όσο μεγαλώνει η ηλικία τόσο λιγότεροι γνωρίζουν τον ορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Πίνακας 2: Συσχέτιση της επαγγελματικής κατάστασης των ερωτηθέντων σε σχέση με τη γνώση τους τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

			Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη		
			NAI	OXI	Total
Συνταξιούχος	NAI	Count	2	7	9
		% within Συνταξιούχος	22,2%	77,8%	100,0%
	OXI	Count	123	36	159
		% within Συνταξιούχος	77,4%	22,6%	100,0%
Total		Count	125	43	168
		% within Συνταξιούχος	74,4%	25,6%	100,0%

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση της επαγγελματικής κατάστασης με τη γνώση των ερωτηθέντων περί Εταιρικής

Κοινωνικής Ευθύνης, βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (P-value=0,000, $\chi^2=13,597$,df=1).

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση της επαγγελματικής κατάστασης με τη γνώση των ερωτηθέντων περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, από τον έλεγχο ανεξαρτησίας βρέθηκε ότι το p-value<0,05% μόνο στους συνταξιούχους, πράγμα που δείχνει ότι από τις επαγγελματικές κατηγορίες (εργαζόμενοι, άνεργοι, συνταξιούχοι) η συσχέτιση έδειξε ότι οι συνταξιούχοι ήταν αυτοί που είχαν τη μικρότερη γνώση σχετικά με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Πίνακας 3: Συσχέτιση του επιπέδου σπουδών των ερωτηθέντων σε σχέση με τη γνώση τους τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

		Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη		Total	
		ΝΑΙ	ΟΧΙ		
Σπουδές	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	Count	0	3	3
		% within Σπουδές	,0%	100,0%	100,0%
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	Count	3	5	8
		% within Σπουδές	37,5%	62,5%	100,0%
	ΛΥΚΕΙΟ	Count	17	17	34
		% within Σπουδές	50,0%	50,0%	100,0%
	ΤΕΙ	Count	24	8	32
		% within Σπουδές	75,0%	25,0%	100,0%
	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ	Count	81	10	91
		% within Σπουδές	89,0%	11,0%	100,0%
Total	Count	125	43	168	
	% within Σπουδές	74,4%	25,6%	100,0%	

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση του επιπέδου σπουδών με τη γνώση των ερωτηθέντων περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (P-value=0,000, $\chi^2=35,276$, df=4).

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση του επιπέδου σπουδών με τη γνώση των ερωτηθέντων περί Εταιρικής Κοινωνικής

Ευθύνης, από τον έλεγχο ανεξαρτησίας βρέθηκε ότι το $p\text{-value} < 0,05\%$, πράγμα που αποδεικνύει ότι υπάρχει συσχέτιση, η οποία δείχνει ότι όσο ανεβαίνει το επίπεδο σπουδών, τόσο περισσότεροι γνωρίζουν την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Πίνακας 4. Συσχέτιση επιπέδου σπουδών ερωτηθέντων και γνώση ύπαρξης βραβείων για τις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν δράσεις ΕΚΕ

		Γνωρίζετε αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης;		Total	
		ΝΑΙ	ΟΧΙ		
Σπουδές	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	Count	2	1	3
		% within Σπουδές	66,7%	33,3%	100,0%
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	Count	0	8	8
		% within Σπουδές	,0%	100,0%	100,0%
	ΛΥΚΕΙΟ	Count	13	21	34
		% within Σπουδές	38,2%	61,8%	100,0%
	ΤΕΙ	Count	17	15	32
		% within Σπουδές	53,1%	46,9%	100,0%
	ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ	Count	55	36	91
		% within Σπουδές	60,4%	39,6%	100,0%
Total	Count	87	81	168	
	% within Σπουδές	51,8%	48,2%	100,0%	

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση του επιπέδου σπουδών με το αν οι ερωτηθέντες γνωρίζουν αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης, βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($P\text{-value}=0,007$, $\chi^2=14,111$, $df=4$).

Παρατηρούμε ότι όσο υψηλότερο το επίπεδο σπουδών τόσο περισσότεροι γνωρίζουν την ύπαρξη βραβείων για τις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν δράσεις ΕΚΕ.

Πίνακας 5. Συσχέτιση ηλικίας ερωτηθέντων και γνώση ύπαρξης βραβείων για τις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν δράσεις ΕΚΕ

		Γνωρίζετε αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης;		Total	
		ΝΑΙ	ΟΧΙ		
Ηλικία	20-30	Count	30	19	49
		% within Ηλικία	61,2%	38,8%	100,0%
	30-40	Count	37	29	66
		% within Ηλικία	56,1%	43,9%	100,0%
	40-50	Count	15	19	34
		% within Ηλικία	44,1%	55,9%	100,0%
	50-60	Count	5	14	19
		% within Ηλικία	26,3%	73,7%	100,0%
total	Count	87	81	168	
	% within Ηλικία	51,8%	48,2%	100,0%	

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση της ηλικίας με το αν οι ερωτηθέντες γνωρίζουν αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης, βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($P\text{-value}=0,047$, $\chi^2=7.969$, $df=3$).

Παρατηρούμε ότι όσο αυξάνεται η ηλικία, τόσο λιγότεροι από τους ερωτηθέντες γνωρίζουν σχετικά με την ύπαρξη βραβείων για τις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Πίνακας 6. Συσχέτιση επιπέδου σπουδών των ερωτηθέντων με το σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον

			Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον;					Total
			ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
Σπουδές ΔΗΜΟΤΙΚΟ	Count		3	0	0	0	0	3
	% within Σπουδές		100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
ΓΥΜΝΑΣΙΟ	Count		1	2	5	0	0	8
	% within Σπουδές		12,5%	25,0%	62,5%	,0%	,0%	100,0%
ΛΥΚΕΙΟ	Count		7	17	7	1	2	34
	% within Σπουδές		20,6%	50,0%	20,6%	2,9%	5,9%	100,0%
ΤΕΙ	Count		6	16	4	3	3	32
	% within Σπουδές		18,8%	50,0%	12,5%	9,4%	9,4%	100,0%
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ	Count		10	40	26	8	7	91
	% within Σπουδές		11,0%	44,0%	28,6%	8,8%	7,7%	100,0%
Total	Count		27	75	42	12	12	168
	% within Σπουδές		16,1%	44,6%	25,0%	7,1%	7,1%	100,0%

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε και αφορούσε τη σχέση του επιπέδου σπουδών των ερωτηθέντων με το σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον, από τον έλεγχο ανεξαρτησίας βρέθηκε ότι ο συντελεστής συσχέτισης του Kendall κυμαίνεται από -1 έως 1 και βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ($p\text{-value}=0.032$, $r=0,117$), πράγμα που δείχνει ότι υπάρχει θετική συσχέτιση. Όσο υψηλότερο το επίπεδο σπουδών των ερωτηθέντων τόσο αυξάνεται η θετική τους στάση έναντι του ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων για το περιβάλλον.

Πίνακας 7. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός; * Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);

		Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);					Total	
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ		
Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	ΚΑΘΟΛΟΥ	Count % within Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	1 4,2%	3 12,5%	8 33,3%	6 25,0%	6 25,0%	24 100,0%
	ΛΙΓΟ	Count % within Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	4 5,3%	12 15,8%	21 27,6%	26 34,2%	13 17,1%	76 100,0%
	ΑΡΚΕΤΑ	Count % within Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	1 2,3%	4 9,1%	7 15,9%	15 34,1%	17 38,6%	44 100,0%
	ΠΟΛΥ	Count % within Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	1 5,9%	1 5,9%	6 35,3%	4 23,5%	5 29,4%	17 100,0%
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	Count % within Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	0 ,0%	0 ,0%	1 14,3%	3 42,9%	3 42,9%	7 100,0%
Total	Count % within Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;	7 4,2%	20 11,9%	43 25,6%	54 32,1%	44 26,2%	168 100,0%	

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε μεταξύ του ερωτήματος σε τι βαθμό πιστεύουν ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός και του αν πιστεύουν ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου), από τον έλεγχο ανεξαρτησίας βρέθηκε ότι ο συντελεστής συσχέτισης του Kendall κυμαίνεται από -1 έως 1 και βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ($p\text{-value}=0.017$, $r=0,136$), πράγμα που δείχνει ότι υπάρχει αρνητική συσχέτιση. Όσο περισσότερο πιστεύουν οι ερωτηθέντες ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός, τόσο λιγότερο πιστεύουν ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου).

Πίνακας 8. Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων * Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου)

		Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);					Total
		ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων	ΚΑΘΟΛΟΥ	Count 3 % within Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων 8,6%	5 14,3%	8 22,9%	12 34,3%	7 20,0%	35 100,0%
	ΛΙΓΟ	Count 1 % within Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων 2,3%	5 11,4%	16 36,4%	13 29,5%	9 20,5%	44 100,0%
	ΑΡΚΕΤΑ	Count 1 % within Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων 2,8%	6 16,7%	10 27,8%	13 36,1%	6 16,7%	36 100,0%
	ΠΟΛΥ	Count 1 % within Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων 3,0%	3 9,1%	8 24,2%	11 33,3%	10 30,3%	33 100,0%
	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	Count 1 % within Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων 5,0%	1 5,0%	1 5,0%	5 25,0%	12 60,0%	20 100,0%
Total	Count 7 % within Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων 4,2%	20 11,9%	43 25,6%	54 32,1%	44 26,2%	168 100,0%	

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε μεταξύ του ερωτήματος κινδύνου αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων και του αν πιστεύουν ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου), από τον έλεγχο ανεξαρτησίας βρέθηκε ότι ο συντελεστής συσχέτισης του Kendall κυμαίνεται από -1 έως 1 και βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, (p-value=0.010, r=0,164), πράγμα που δείχνει ότι υπάρχει θετική συσχέτιση. Όσο περισσότερο πιστεύουν οι ερωτηθέντες ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων, τόσο περισσότερο πιστεύουν ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου).

Πίνακας 9. Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό * Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων

			Κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων					Total
			ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ	
Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;	ΘΕΤΙΚΟ	Count % within Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;	17 37,8%	10 22,2%	8 17,8%	7 15,6%	3 6,7%	45 100,0%
	ΜΕ ΕΝΟΧΛΕΙ	Count % within Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;	1 5,9%	5 29,4%	4 23,5%	3 17,6%	4 23,5%	17 100,0%
	ΔΕ ΜΕ ΠΕΙΡΑΖΕΙ	Count % within Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;	16 17,2%	28 30,1%	24 25,8%	19 20,4%	6 6,5%	93 100,0%
	ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΔΕΚΤΟ	Count % within Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;	1 7,7%	1 7,7%	0 ,0%	4 30,8%	7 53,8%	13 100,0%
Total	Count % within Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;	35 20,8%	44 26,2%	36 21,4%	33 19,6%	20 11,9%	168 100,0%	

Στον έλεγχο συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε μεταξύ του ερωτήματος Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό; Και κινδύνου αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων, από τον έλεγχο ανεξαρτησίας βρέθηκε ότι ο συντελεστής συσχέτισης του Kendall κυμαίνεται από -1 έως 1 και βλέπουμε ότι υπάρχει συσχέτιση σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ($p\text{-value}=0.005$, $r=0,184$), πράγμα που δείχνει ότι υπάρχει θετική συσχέτιση. Όσο περισσότερο οι ερωτηθέντες κρίνουν αρνητικά τη στήριξη του πολιτισμού από ένα φορέα τυχερών παιχνιδιών π.χ. ΟΠΑΠ, τόσο περισσότερο πιστεύουν ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Συμπεράσματα - Προτάσεις

5.1 Συμπεράσματα

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε η γενική εντύπωση που αποκομίσθηκε είναι ότι, ενώ οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι οι εφαρμογές δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις επιχειρήσεις θα έχουν ευνοϊκά αποτελέσματα για το κοινωνικό σύνολο και ειδικότερα οι δράσεις που στοχεύουν στον πολιτισμό θα είναι προς όφελος και του τουρισμού και της βελτίωσης του προφίλ της χώρας έναντι των ξένων, αλλά και της βελτίωσης του πνευματικού επιπέδου των πολιτών, εντούτοις θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις πρωτίστως αποβλέπουν στο δικό τους συμφέρον και τη βελτίωση της εικόνας τους, την αύξηση των κερδών τους και την εδραίωσή τους στην αγορά. Δεν πιστεύουν ότι οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για το περιβάλλον, αλλά ωστόσο πιστεύουν ότι οι δράσεις ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις συντελούν στη βελτίωση του περιβάλλοντος.

Επιπλέον, υπάρχει μία σύγχυση όσον αφορά στην εφαρμογή πολιτικών ΕΚΕ, χορηγίας και φιλανθρωπίας. Για το λόγο αυτό πολλοί από τους ερωτηθέντες ανέφεραν ως επιχειρήσεις που έχουν δραστηριότητες ΕΚΕ κάποιες φιλανθρωπικές ή περιβαλλοντικές οργανώσεις.

Εν γένει υπάρχει μια γενική έλλειψη εμπιστοσύνης στο κατά πόσον οι επιχειρήσεις με την υιοθέτηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης επιθυμούν να ανταποδώσουν στο κοινωνικό σύνολο και τους stakeholders, μέρος των κερδών τους, ως ανταμοιβή για την εμπιστοσύνη του κοινού απέναντί τους. Εν πολλοίς υπερισχύει η πεποίθηση ότι ο «σκοπός αγιάζει τα μέσα».

Παρά ταύτα δε φαίνεται να ενδιαφέρει τους πολίτες αν η δραστηριότητα των επιχειρήσεων π.χ. ΟΠΑΠ (τυχερά παιχνίδια κ.λπ.) δε συνάδει προς τις αρχές του πολιτισμού, εφόσον αυτή η δραστηριότητα δεν είναι παράνομη, δεν αντίκειται στο νόμο και τελικά τα έσοδα από αυτήν τη δραστηριότητα χρησιμοποιούνται προς όφελος του πολιτισμού και κατ' επέκταση της κοινωνίας. Βλέπουμε ότι και εδώ

υπάρχει αυτή η αντίστιξη μεταξύ νόμιμου και ηθικού. Άλλωστε όπως πρεσβεύει και ο Friedman (1970) η εφαρμογή Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις επιχειρήσεις έχει σαν στόχο την αύξηση των κερδών τους.

5.2 Προτάσεις

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει κάτι παραπάνω από το να δίνεις για έναν καλό σκοπό, σημαίνει ακόμη ότι αναλαμβάνεις την ευθύνη για την επίτευξη αυτού του σκοπού.

Στη χώρα μας ο θεσμός της ΕΚΕ είναι αρκετά «νέος» και δεν έχει εδραιωθεί πλήρως είτε στη συνείδηση των επιχειρήσεων αλλά και του κράτους και των πολιτών. Σήμερα, στη δύσκολη οικονομική συγκυρία που διανύουμε, η ενθάρρυνση των επιχειρήσεων να αναλάβουν δράσεις εντός του πλαισίου της ΕΚΕ, είναι ακόμη πιο αναγκαία, ιδιαίτερα δε στον τομέα του πολιτισμού, ο οποίος είναι και ο πιο παραμελημένος. Εάν σταματήσει η ροή πόρων προς τον πολιτισμό, είναι βέβαιο ότι θα περιοριστεί η πρόοδος, η δημιουργικότητα, η ίδια η πολιτιστική ταυτότητα της χώρας. Ακόμη αν πάψει να υποστηρίζεται ο πολιτισμός και οι τέχνες, αυτό θα αποτελέσει απειλή για την κοινωνική συνοχή, καθώς δεν θα κινδυνεύουμε μόνο να έχουμε λιγότερο θέατρο, λιγότερα βιβλία, λιγότερα μουσεία, λιγότερες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, αλλά δεν θα έχουμε την ενθάρρυνση και άνθηση νέων ταλέντων, δεν θα υπάρχουν πειραματικές προσπάθειες γιατί οι καλλιτέχνες θα φοβούνται να ανοιχτούν και εν τέλει η τέχνη θα πάψει να αφογκράζεται την κοινωνία και τις ανάγκες της.

Όπως έλεγε και η αείμνηστη Μελίνα Μερκούρη «ο Πολιτισμός είναι η βαριά βιομηχανία της Ελλάδας» και αυτή την πίστη της προσπάθησε να την κάνει συνείδηση όλων. Πέρα από τις προσπάθειές της για την επαναφορά των μαρμάρων του Παρθενώνα, έβαλε τις βάσεις για τη δημιουργία του νέου Μουσείου της Ακρόπολης, δημιούργησε το θεσμό των δημοτικών περιφερειακών θεάτρων για την πολιτιστική ανάπτυξη της περιφέρειας και έκανε προσπάθειες για την εισαγωγή του πολιτισμού και της θεατρικής παιδείας στα σχολεία.

Είναι προφανές, λοιπόν, ότι σημαντικό ρόλο στον προσανατολισμό των επιχειρήσεων στην άσκηση δράσεων ΕΚΕ που θα έχουν ως στόχο τον πολιτισμό, πρέπει να έχει η πολιτεία και συγκεκριμένα το υπουργείο Πολιτισμού σε συνεργασία με το υπουργείο

Οικονομικών. Μην ξεχνάμε ακόμη ότι πέραν των αρχαιοτήτων και του αρχαίου πολιτισμού ένα εξαγωγίμο προϊόν για τη χώρα μας, ελλείψει βιομηχανίας και βιοτεχνίας, είναι το ταλέντο και η δημιουργικότητα, έτσι θα πρέπει να επενδύσουμε σε υπηρεσίες που έχουν να κάνουν με τον πολιτισμό και τις τέχνες.

Επ' αυτού θα καταθέσουμε κάποιες προτάσεις που ίσως συμβάλλουν στην ανάδειξη και ενθάρρυνση του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε σχέση με τον πολιτισμό:

Από το κράτος:

- Κρατική παρέμβαση με τη μορφή φοροαπαλλαγών, βραβεύσεων, επιδοτήσεων, προβολής δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- Υποστήριξη και προβολή από το Υπουργείο Πολιτισμού των δράσεων ΕΚΕ που ήδη εφαρμόζονται από επιχειρήσεις.
- Ενημέρωση των υπαλλήλων του ΥΠΠΟ ή δημιουργία ειδικού γραφείου, το οποίο θα ελέγχει και θα αξιολογεί τις δράσεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων σε θέματα πολιτισμού.
- Μείωση ή και εξάλειψη των γραφειοκρατικών διαδικασιών προκειμένου οι επιχειρήσεις να δημιουργήσουν δράσεις ΕΚΕ.
- Δημιουργία προγραμμάτων πολιτισμού και θεατρικής παιδείας στα σχολεία.
- Καθιέρωση ενημερωτικού μαθήματος στα Λύκεια στο οποίο να αναλύεται ο σκοπός και οι στόχοι της εφαρμογής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- Προβολή από κρατικά ΜΜΕ των δραστηριοτήτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, που έχουν ως στόχο τον πολιτισμό, προκειμένου να ενθαρρυνθούν και άλλες επιχειρήσεις να περιλάβουν τον πολιτισμό στα σχέδιά τους.
- Ενίσχυση του ρόλου του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Από τις επιχειρήσεις:

- Κατάρτιση των υπαλλήλων στο θεσμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

- Κατάρτιση των υπαλλήλων ώστε να είναι σε θέση να αξιολογήσουν και να προτείνουν δράσεις πολιτισμού στα πλαίσια της εφαρμογής της ΕΚΕ από την επιχείρηση.
- Συνεργασία των επιχειρήσεων με τους ενδιαφερόμενους κοινωνικούς φορείς (stakeholders) προκειμένου να εντοπισθούν οι στόχοι εφαρμογής ΕΚΕ όσον αφορά στον πολιτισμό.
- Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συναισθανθούν τη σημασία της χορηγίας στην παρούσα συγκυρία και να επιστρέψουν ένα τμήμα των κερδών τους, ενισχύοντας τις τέχνες και τα γράμματα.
- Ενημέρωση του κοινού και των stakeholders για τις δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που έχουν στόχο τον πολιτισμό.

Ωστόσο και οι πολίτες, από την πλευρά τους, θα πρέπει να ενημερώνονται για τις δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις και με τον τρόπο τους πλέον, να στηρίζουν τις επιχειρήσεις αυτές είτε με την αγορά των προϊόντων τους και τη χρήση των υπηρεσιών τους είτε συμμετέχοντας εθελοντικά στις δράσεις αυτές υποστηρίζοντας τους στόχους τους.

Βιβλιογραφία – Πηγές

Ελληνική

Ανδρουτσόπουλος Θ., Φουντής Γ., (2008), «Η ΕΚΕ ως εργαλείο του Μάρκετινγκ», Εφημερίδα «ΕΘΝΟΣ», ένθετο ΧΡΗΜΑ, Αφιέρωμα εταιρική κοινωνική, Μάιος 2008.

Γαλάνη Α., (2006), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Χορηγία», MEDA communication.

Γκατζιάς Γ. Κ., (2010). *Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Παπασωτηρίου, Αθήνα.

Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2008), ΟΔΗΓΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΓΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.

Ευσταθόπουλος Γ., (2009), *Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών*, Ινστιτούτο Εργασίας ΟΤΟΕ, Αθήνα 2009

Καρυπίδης Φ. Ι., Σιάκα Κ., Κώστογλου Β., «Το πρότυπο ISO 26000 για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών και η εφαρμογή του», ΠΕΡΙΣΚΟΠΙΟ, «Επιστημονικά Θέματα», τ. 5, Μάιος-Αύγουστος 2011, σελ. 4, Θεσσαλονίκη.

Πράσινη Βίβλος

Ρούσσος Π. Α. – Τσαούσης Γ., (2002), *Στατιστικής εφαρμοσμένη στις κοινωνικές επιστήμες*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΗΜΕΡΙΑΣ, (2006), «ΟΔΗΓΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ», Λευκωσία.

«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη-Επένδυση στο μέλλον», ειδική έκδοση εφημερίδας Ο Κόσμος του Επενδυτή, σελ. 15, Μάιος 2011.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα. Θέματα και Προοπτικές, (2001), έρευνα-μελέτη, Εργαστήριο Επικοινωνίας Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου και Research International, με την υποστήριξη του Philip Morris Institute.

Έρευνα για την ΕΚΕ στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (2006), Πανεπιστήμιο Αθηνών, ΕΔΕΚΕ.

Ξενογλώσση

Bulut D., Bulut C.Y., (2009) "Corporate social responsibility in culture and art", *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Vol. 20 Iss: 3, pp.311 – 320

Clarkson Center for Business Ethics, Value Based Management.net, Clarkson Principles for Stakeholder Management, 1998 (Leme, 2008)

Freeman R. E., (1984), *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, Pitman (Boston).

Friedman M., (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

Hagan O' J. & Harvey D., (2000), "Why Do Companies Sponsor Arts Events? Some Evidence and a Proposed Classification", *Journal of Cultural Economics* 24: 205-224, Kluwer, Netherlands.

Lindqvist, K., (2007), "Public governance of arts organizations in Sweden: strategic implications", *International Journal of Cultural Policy*, 13:3, 303 – 317.

Sacco P. L., Ferilli G. et Pedrini S., (2008), "Corporate Social Responsibility and Cultural Capital: The Role of Culture in Enterprise, Responsibility Behaviour", CRRC Conference 2008, 7 - 9 September 2008, Queen's University Management School, Belfast, UK.

Varbanova L., (2009), "Corporate social responsibility: arts and culture are not on the agenda", Blog: Highlights Laboratory of European Cultural Cooperation, European Cultural Foundation (ECF), Amsterdam, The Netherlands

WBCSD (1998), Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands.

Werther, W.B. & Chandler, D.B. (2006). *Strategic Corporate Social Responsibility – Stakeholders in a Global Society*. California: Sage Publications.

Ιστότοποι

CSR Europe, “12000 consumers in 12 countries”, MORI, Sep. 2000.

ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable.../

Novethic, France

www.brass.cf.ac.uk/.../History_L3.pdf: History of Corporate Social Responsibility and Sustainability

www.csrhellas.gr - Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

www.globalcompactnetworkhellas.gr

www.eurocharity.org/index.php, Οδηγός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

www.iso.org/sr - International Standards for Business, Government and Society

http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/index_el.htm, Ευρωπαϊκή Επιτροπή – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των ΜΜΕ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Ονομάζομαι Λουκία Γιαλούρη και είμαι Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια στο Τμήμα Εκπαίδευση και Πολιτισμός του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου Αθηνών. Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι να διερευνήσει τις απόψεις και αντιδράσεις του καταναλωτικού κοινού σχετικά με τις δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων στο θέμα του πολιτισμού και γίνεται στα πλαίσια της μεταπτυχιακής μου εργασίας με θέμα: *«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με στόχο τον Πολιτισμό»*. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από την πλευρά σας θα συμβάλει σημαντικά στην υλοποίηση της έρευνάς μου, γι' αυτό σας παρακαλώ θερμά να το συμπληρώσετε, απαντώντας σε όλες τις ερωτήσεις που υπάρχουν σε αυτό.

Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι απαντήσεις σας θα αξιοποιηθούν αποκλειστικά για την εξαγωγή ερευνητικών συμπερασμάτων.

Σε περίπτωση που δεν γνωρίζετε τον όρο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία, οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όλα όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία».

ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ: Παρακαλώ στις ερωτήσεις με διαβάθμιση (καθόλου, λίγο, αρκετά, πολύ, πάρα πολύ) να συμπληρώσετε για όλες τις επιμέρους ερωτήσεις το κουτί που ανταποκρίνεται στο βαθμό που πιστεύετε για κάθε μία.

Σας ευχαριστώ πολύ για τη συμμετοχή σας!

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Άνδρας Γυναίκα
2. Ηλικία: 20-30 30-40 40-50 50-60
3. Εργαζόμενος/η: ΝΑΙ ΟΧΙ
4. Άνεργος/η: ΝΑΙ ΟΧΙ
5. Συνταξιούχος: ΝΑΙ ΟΧΙ
6. Σπουδές:

Δημοτικό Γυμνάσιο Λύκειο ΤΕΙ/ Πανεπιστήμιο

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

7. Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: ΝΑΙ ΟΧΙ
8. Εάν ναι, σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι αποσκοπεί η επιχείρηση που έχει δράσεις κοινωνικής ευθύνης, στην:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Αύξηση κερδών					
Αποκατάσταση της φήμης της στην κοινωνία					
Αύξηση ανταγωνιστικότητας					
Ανταπόδοση στην κοινωνία μέρους των κερδών της					

9. Μπορείτε να ονομάσετε τουλάχιστον μια επιχείρηση που πιστεύετε ότι έχει δράση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

.....

10. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις το περιβάλλον;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

11. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολούν τις επιχειρήσεις οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων τους;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

12. Πιστεύετε ότι η υιοθέτηση δράσεων κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις, θα μπορούσε να συμβάλει:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας					
Στη βελτίωση του περιβάλλοντος					
Στην καταπολέμηση της φτώχειας					
Στην αξιοπιστία των επιχειρήσεων					

13. Πιστεύετε ότι η υιοθέτηση δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας, όσον αφορά την ίδια την επιχείρηση επιδρά:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Στη βιωσιμότητα της επιχείρησης					
Στη θετική εικόνα της επιχείρησης απέναντι στους συναλλασσόμενους					
Στη βελτίωση των εργασιακών σχέσεων					

14. Πιστεύετε ότι το κράτος μπορεί να συμβάλει στην ενθάρρυνση υιοθέτησης τέτοιων πρακτικών εκ μέρους της επιχείρησης;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

15. Με ποιους τρόπους το κράτος θα μπορούσε να το κάνει αυτό:

- (i) Επιδοτήσεις; ΝΑΙ ΟΧΙ
- (i) Φοροαπαλλαγές; ΝΑΙ ΟΧΙ
- (ii) Βραβεύσεις; ΝΑΙ ΟΧΙ

16. Πιστεύετε οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης από μέρους των επιχειρήσεων ενδιαφέρουν τους καταναλωτές;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

17. Γνωρίζετε αν στην Ελλάδα βραβεύονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες πραγματοποιούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης;

ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

18. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις ο πολιτισμός;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

19. Πιστεύετε ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης των αξιών του πολιτισμού, με την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

20. Πιστεύετε ότι η στήριξη του πολιτισμού είναι μόνο θέμα κράτους (δημοσίου);

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ

21. Πιστεύετε ότι οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης που έχουν σχέση με τον πολιτισμό (π.χ. ίδρυση και συντήρηση μουσείων, ειδικές εκδόσεις, βραβεύσεις, χορηγίες πολιτιστικών εκδηλώσεων κ.λπ.) ωφελούν:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Το κοινωνικό σύνολο					
Τον τουρισμό					
Το προφίλ της επιχείρησης έναντι των συναλλασσομένων με αυτήν (πελάτες, προμηθευτές κ.λπ.)					
Το προφίλ της χώρας απέναντι στους ξένους					
Τη βελτίωση του πνευματικού επιπέδου των πολιτών					

22. Πώς κρίνετε το γεγονός ότι π.χ. ο ΟΠΑΠ που είναι φορέας τυχερών παιχνιδιών, στηρίζει τον Πολιτισμό;

Θετικό	Με ενοχλεί	Δε με πειράζει	Είναι απαράδεκτο

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!!

«ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΡΜΗΣ»

Διάχυση των αρχών και πρακτικών της ΕΚΕ στις ΜΜΕ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΟΥ

Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα του Multi-Stakeholders Forum on CSR, εξειδικευμένες μελέτες και έρευνες αναφορικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη, καθώς και την ανάπτυξη που συντελείται σε όλα τα επίπεδα της κοινωνίας (παγκόσμιο, τοπικό, τμηματικό) το παρόν έργο χρησιμοποίησε την ήδη υπάρχουσα γνώση και εμπειρία του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ και σε συνεργασία με φορείς ΜικροΜεσαίων Επιχειρήσεων, μέσω επιλεγμένων δράσεων άνοιξε το δρόμο προς τις ΜΜΕ για απόκτηση γνώσης ενημέρωσης, εμπειριών, σχετικά με το θέμα.

ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Κύριος στόχος του συγχρηματοδοτούμενου από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή προγράμματος ΕΡΜΗΣ, ήταν:

- να υποστηρίξει δυναμικά τη σε βάθος κατανόηση της σημασίας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης,
- να αναπτύξει τη δυνατότητα των ΜΜΕ για υιοθέτηση υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών, ενταγμένων στην επιχειρηματική στρατηγική και προσαρμοσμένων στις δικές τους ιδιαίτερες συνθήκες και προτεραιότητες, που τους επιτρέπει τη δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και αιεφόρου ανάπτυξης.
- να δημιουργήσει υποδομές για την ενεργή συμμετοχή των ΜικροΜεσαίων Επιχειρήσεων σε έναν ευρύτερο εθνικό και διευρωπαϊκό διάλογο που βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη σχετικά με το ρόλο των επιχειρήσεων στην κοινωνική συνοχή και πρόοδο.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Οι ενέργειες που είχαν επιλεγεί προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του συγκεκριμένου έργου συνοπτικά περιλάμβαναν τα ακόλουθα:

1. Έρευνα για κατανόηση της παρούσας κατάστασης και εντοπισμό των ειδικών αναγκών και εμποδίων που έχουν οι Ελληνικές ΜΜΕ στην εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ,
2. Σχεδιασμό και υλοποίηση ολοκληρωμένης εκστρατείας ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για την εταιρική κοινωνική ευθύνη μεταξύ των ΜικροΜεσαίων Επιχειρήσεων συμπεριλαμβανομένων και εκπαιδευτικών συναντήσεων και σεμιναρίων.
3. Συστηματική προώθηση της ανταλλαγής εμπειριών μεταξύ των ΜικροΜεσαίων επιχειρήσεων ή μεταξύ των μεγάλων και των Μικρομεσαίων, ιδιαίτερα μέσα από την εφοδιαστική αλυσίδα, καθώς επίσης και μεταξύ επιχειρήσεων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

4. Καταγραφή και αξιοποίηση των γνώσεων και της υφιστάμενης εμπειρίας καθώς επίσης και μεταφορά και διάχυση αυτών προς τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
5. Αξιολόγηση και παρουσίαση των συμπερασμάτων και παραδειγμάτων καλών πρακτικών
6. Ανάπτυξη ειδικών εργαλείων για διάδοση, πληροφόρηση, επικοινωνία και εκπαίδευση ενδιαφερόμενων ομάδων σε θέματα ΕΚΕ.

ΟΜΑΔΑ ΣΤΟΧΟΣ

Επιτυχημένες επιχειρήσεις είναι εκείνες που μπορούν να ελέγχουν και να χρησιμοποιούν τη ζέση, τις δεξιότητες και τη γνώση των ανθρώπων τους και όλων των άλλων που συνεργάζονται μαζί τους. Επομένως, ομάδα στόχος των δράσεων του Έργου ήταν όσο το δυνατόν περισσότεροι εργαζόμενοι στις ελληνικές ΜΜΕ μέσω οργανισμών και δικτύων που τις εκπροσωπούν, οι επιχειρηματικοί σύμβουλοι και φορείς παροχής υπηρεσιών, οι σύνδεσμοι νέων επιχειρηματιών, κ.ά. Προκειμένου αυτό να καταστεί δυνατό υπήρξε συνεργασία με φορείς που όχι μόνον αντιπροσωπεύουν τις ΜΜΕ της χώρας, εκφράζοντας αυθεντικά τις θέσεις και απόψεις τους αλλά και τους οποίους οι ΜΜΕ εμπιστεύονται.

Οι φορείς αυτοί ήταν:

- Η Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος (ΚΕΕΕ), που εκπροσωπεί όλες ανεξαιρέτως τις επιχειρήσεις της χώρας που, εκ του νόμου, εγγράφονται στα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια.
- Το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), με 70.000 επιχειρήσεις-μέλη του, στην πλειοψηφία τους επιχειρήσεις πολύ μικρές (>10 ατόμων)
- Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Βιοτεχνών Παιδικών Παιχνιδιών και Αμαξών (ΣΕΒΠΠΑ) με 154 μέλη μικρομεσαίες επιχειρήσεις
- Ο Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος (ΣΦΕΕ), με 65 εταιρίες μέλη και
- Η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (ΕΣΕΕ) που εκπροσωπεί το σύνολο των εμπορικών επιχειρήσεων της χώρας εκ των οποίων επίσης η συντριπτική πλειοψηφία είναι ΜΜΕ.

Κατάλογος Καλών Πρακτικών ΕΚΕ

Ο κατάλογος Καλών Πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που έχετε τη δυνατότητα να κατεβάσετε και να αποθηκεύσετε, είναι ο δεύτερος που εκδίδει το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, με στόχο να αποτελέσει για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) εργαλείο γνώσης και διάχυσης της έννοιας της ΕΚΕ και των δράσεων που εφαρμόζονται στο πλαίσιο της.

Οι επιλεγείσες πρακτικές δίνουν μια μικρή μόνο εικόνα του τι κάνουν με δική τους πρωτοβουλία και πάρα πολλές άλλες ελληνικές ΜμΕ σε θέματα κοινωνικού και περιβαλλοντικού χαρακτήρα. Ελπίζουμε οι αναγνώστες να βρουν τον παρόντα κατάλογο ενδιαφέροντα και ικανό να τους οδηγήσει σε ανάληψη παρόμοιων πρακτικών από τις επιχειρήσεις τους.

Έρευνα για την ΕΚΕ στις ΜμΕ

Το φυλλάδιο της συνοπτικής παρουσίασης της έρευνας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, που οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να κατεβάσουν και να αποθηκεύσουν παρουσιάζει τα σημαντικότερα ευρήματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε από το Πανεπιστήμιο Αθηνών, το καλοκαίρι του 2006, με πρωτοβουλία του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Εντάσσεται στο συγχρηματοδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρόγραμμα «ΕΡΜΗΣ», που στόχο είχε την ευρύτερη διάδοση της έννοιας της ΕΚΕ στις ΜμΕ.

Στην Έρευνα συμμετείχαν 300 ΜΜΕ μέσω προσωπικής συνέντευξης και τα στοιχεία που παρουσιάζονται αναλύθηκαν με μεθόδους περιγραφικής στατιστικής.

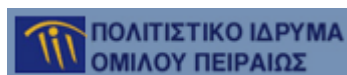
Παρουσίαση ενδεικτικών παραδειγμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τον πολιτισμό στην Ελλάδα

Παραθέτουμε ενδεικτικά παραδείγματα επιχειρήσεων, οι οποίες στην άσκηση της εταιρικής κοινωνικής τους ευθύνης, πέραν των άλλων τομέων, έχουν περιλάβει και τον πολιτισμό και τις τέχνες. Οι περιγραφές των τομέων που δραστηριοποιούνται οι εν λόγω επιχειρήσεις έχουν ληφθεί από τις αντίστοιχες ιστοσελίδες τους, προς αποφυγή σφαλμάτων και παρερμηνειών.

Τράπεζα Πειραιώς

Μια από τις βασικές πεποιθήσεις της Τράπεζας Πειραιώς είναι ότι η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της θα έχει τα βέλτιστα αποτελέσματα όταν συντελείται σε ένα εύρωστο κοινωνικά περιβάλλον. Έχοντας ως στόχο λοιπόν την λειτουργία της σε αρμονία με την κοινωνία, αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στα θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Corporate Social Responsibility), που περιλαμβάνουν την Εταιρική Διακυβέρνηση, το Κοινωνικό έργο, τις Πολιτιστικές παρεμβάσεις και τα Περιβαλλοντικά θέματα.

Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς



Το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς υλοποιεί δράσεις σχετικές με τον πολιτισμό που εντάσσονται στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου

Πειραιώς. Είναι κοινωφελές ίδρυμα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και διοικείται από επταμελές Διοικητικό Συμβούλιο.

Η Τράπεζα Πειραιώς, βάσει του Καταστατικού του Ιδρύματος, εξασφαλίζει τα λειτουργικά έξοδα αλλά και σημαντική επιχορήγηση για την πραγματοποίηση του έργου του.

Παράλληλα, το Π.Ι.Ο.Π., διαθέτοντας αξιοσημείωτη εμπειρία στην πολιτιστική διαχείριση και βασιζόμενο στο άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό του, συνεργάζεται αποτελεσματικά με την Τοπική Αυτοδιοίκηση, το Υπουργείο Πολιτισμού και τις Περιφέρειες της χώρας για τη δημιουργία Μουσείων, ενώ επιδιώκει την ευρωπαϊκή χρηματοδότηση για μερικά από τα έργα του. Οι δραστηριότητες του Ιδρύματος εξακτινώνονται σε ολόκληρη την Ελλάδα, με άξονα το Δίκτυο των θεματικών του μουσείων, το οποίο αναπτύσσεται διαρκώς και το οποίο έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει στην ελληνική περιφέρεια, με ουσιαστικό και αποτελεσματικό τρόπο, πολιτιστικές δραστηριότητες υψηλών προδιαγραφών.

Το Ίδρυμα είναι στελεχωμένο με 35 άτομα στις κεντρικές του υπηρεσίες και 25 στα Μουσεία Δικτύου του σε όλη τη χώρα.

Το έως τώρα συντελεσμένο έργο του Ιδρύματος έχει στηριχθεί κατά μεγάλο ποσοστό σε πλειάδα εκλεκτών επιστημονικών εξωτερικών συνεργατών, οι οποίοι προέρχονται κυρίως από τον χώρο των ερευνητικών κέντρων και των πανεπιστημίων αλλά και μεγάλων μουσείων του τόπου. Το Ίδρυμα, που έχει την ευθύνη για το αποτέλεσμα, συντονίζει και κατευθύνει το έργο τους, συνεργαζόμενο σε όλα τα στάδια της παραγωγής του.

Η έδρα του Ιδρύματος βρίσκεται στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας, στην Πλάκα, όπου και στεγάζονται οι κεντρικές του υπηρεσίες. Ο αρχικός πυρήνας του νεοκλασικού κτηρίου της οδού Αγγέλου Γέροντα 6 αποτελεί ένα από τα παλαιότερα οθωνικά κτήρια της Αθήνας. Δυστυχώς, όταν το κτήριο περιήλθε στο Ίδρυμα (1999) είχε υποστεί δραστικές αλλοιώσεις, κυρίως στους εσωτερικούς του χώρους.

Τα δύο στρώματα των οροφωγραφιών, που βρέθηκαν σε ένα μικρό τμήμα της επέκτασης του κτηρίου, βάσει των μορφολογικών τους στοιχείων μαρτυρούν μια επέμβαση στα τέλη του 19ου ή στις αρχές του 20ού αι. (οπότε και πρέπει να έγινε η επέκταση του αρχικού κτηρίου) και μια δεύτερη κατά τον Μεσοπόλεμο. Στους αποκαταστημένους του χώρους στεγάζονται η Διεύθυνση, η Γραμματεία, το Λογιστήριο και οι Υπηρεσίες Μουσείων, Εκδόσεων, Έρευνας και Προβολής καθώς και η Κεντρική Βιβλιοθήκη του Ιδρύματος που είναι ανοικτή στο κοινό.

Η Υπηρεσία του Ιστορικού Αρχείου στεγάζεται σε 1.600 μ², στο ισόγειο και στα τρία υπόγεια του κτηρίου επί της οδού Σαλαμίνας 72-74 στην Καλλιθέα, ενώ προγραμματίζεται η απόκτηση 8.000 μ² στην περιφέρεια της Αθήνας για τη στέγαση των βιομηχανικών αρχείων του Ιδρύματος.

Η Τεχνική Υπηρεσία του Π.Ι.Ο.Π. συστεγάζεται με την Τεχνική Υπηρεσία της Τράπεζας Πειραιώς επί της οδού Πανεπιστημίου 18.

Το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς οργανώνει και διαχειρίζεται ένα δίκτυο θεματικών μουσείων που μελετά, διασώζει και προβάλλει την ελληνική κληρονομιά και την πολιτιστική ταυτότητα του τόπου μας. Τα μουσεία αυτά αποτελούν πρότυπα για τη μέθοδο δημιουργίας μουσείων και για τον τρόπο της μουσειογραφικής εκφοράς τους και προβάλλουν σε κάθε περίπτωση τον ειδικό χαρακτήρα της παραγωγής της περιοχής που βρίσκονται.

Το Ίδρυμα επεξεργάστηκε και δημιούργησε ένα μοντέλο λειτουργίας του Δικτύου: έχει αναλάβει τη διοικητική, λογιστική και γραμματειακή κάλυψη των μουσείων του από το κέντρο, ενώ συγχρόνως μεριμνά για τη συντήρηση, την άψογη λειτουργία και την προβολή τους, οργανώνοντας επί τόπου διάφορες εκδηλώσεις. Το μοντέλο αυτής της λειτουργίας επιτυγχάνεται με την άμεση και αμέριστη συνεργασία της τοπικής κοινωνίας και όλων των φορέων της τοπικής αυτοδιοίκησης και των περιφερειών της χώρας.

Η Υπηρεσία Μουσείων του Π.Ι.Ο.Π. έχει την ευθύνη της συνεχούς παρακολούθησης για την εύρυθμη λειτουργία και την έγκαιρη συντήρηση των μουσείων. Η ξεχωριστή ποιότητα του δικτύου διασφαλίζεται από τους εξής παράγοντες:

- ❖ τήρηση των σύγχρονων μουσειολογικών προδιαγραφών για τη δημιουργία μουσείων που παρουσιάζουν επιστημονική αρτιότητα, ενώ ταυτόχρονα είναι εύληπτα, περιεκτικά και ευχάριστα
- ❖ σχολαστική συντήρηση, καθαρισμός και φύλαξη κατά τη λειτουργία τους
- ❖ ανανέωση των συλλογών
- ❖ καλά οργανωμένη γραμματειακή και λογιστική υποστήριξη
- ❖ εκπόνηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων & οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων

Αυτό το συνεχώς επεκτεινόμενο Δίκτυο Μουσείων αποτελεί μία μοναδική, μεγάλης κλίμακας πολιτιστική παρέμβαση. Στόχος του Ιδρύματος είναι να μεταδώσει μέσω αυτού του δικτύου μία άλλη αντίληψη για τη δραστηριότητα και την ενίσχυση της περιφέρειας. Τα μουσεία αυτά φιλοδοξούν να αποτελέσουν τόπο συνάντησης και σημείο αναφοράς των τοπικών κοινωνιών.

Στις αίθουσες πολλαπλών χρήσεων που λειτουργούν σε κάθε μουσείο, λαμβάνουν χώρα εκπαιδευτικές και επιστημονικές εκδηλώσεις, οι οποίες περιοδεύουν σε ολόκληρο το δίκτυο και πλαισιώνονται από ποικίλα πολιτιστικά γεγονότα που οργανώνονται σε συνεργασία με τους κατοίκους της περιοχής.

Αυτή η ενιαία συλλειτουργία μετατρέπει τα μουσεία του Δικτύου σε ζωντανούς οργανισμούς: οργανισμοί που ενώνουν τον κόσμο της περιφέρειας με την οικονομική ιστορία, την ιστορία με τον πολιτισμό, τον πολιτισμό με τη δράση και την παιδεία. Ακολουθεί ο χάρτης της επικράτειας του Δικτύου Μουσείων του Ιδρύματος.

Το Πολιτιστικό Ίδρυμα του Ομίλου Πειραιώς, συνεργαζόμενο με αξιόλογους επιστημονικούς φορείς του τόπου (πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα), υλοποιεί ερευνητικά προγράμματα που ικανοποιούν τους καταστατικούς του στόχους, και κυρίως αυτόν της καταγραφής, διάσωσης, ανάδειξης της προβιομηχανικής τεχνολογίας αλλά και της αξιοποίησης της συναφούς πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα προγράμματα αυτά αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα του τριπτύχου της δράσης του Ιδρύματος το οποίο προβλέπει: έρευνα - έκθεση - έκδοση. Σχεδιάζονται, δε, σε διεπιστημονική βάση και με τρόπον ώστε τα αποτελέσματά τους να αξιοποιούνται πολλαπλώς για τη δημιουργία θεματικών τεχνολογικών Μουσείων που εντάσσονται στο συναφές Δίκτυο Μουσείων του Ιδρύματος στην ελληνική περιφέρεια, τη διοργάνωση εκθέσεων, την έκδοση βιβλίων και για την ψηφιοποίηση επιστημονικών δεδομένων που συντελούν στην προαγωγή της έρευνας.

Η Υπηρεσία Έρευνας και Προβολής επιδιώκει την υλοποίηση των καταστατικών σκοπών του Π.Ι.Ο.Π με στρατηγικό στόχο:

- τη δημιουργία της αναγκαίας ερευνητικής υποδομής για τη διευκόλυνση του έργου του Ιδρύματος,
- την ανάπτυξη της σχετικής βασικής έρευνας καθώς και συγκριτικών μελετών,
- τη διεύρυνση των υπαρχόντων και την ανάπτυξη νέων πολιτιστικών προϊόντων,
- τη δικτύωση με διεθνή και ελληνικά ερευνητικά κέντρα, πανεπιστήμια, οργανισμούς και δημόσιους φορείς άσκησης πολιτικής γύρω από τον πολιτισμό,
- την αξιοποίηση και διάχυση των ερευνητικών αποτελεσμάτων και του παραγόμενου επιστημονικού έργου σε ευρύτερες ομάδες κοινού,

με βασικό άξονα της ερευνητικής δραστηριότητας την καταγραφή και ανάδειξη της προβιομηχανικής κληρονομιάς και την εμπειριστατωμένη μελέτη των τεχνικοοικονομικών όψεων της νεοελληνικής κοινωνίας, με κύριους θεματικούς άξονες όσον αφορά τον εμπλουτισμό της ερευνητικής υποδομής του Ιδρύματος (Βιβλιοθήκη, Φωτογραφικό Αρχείο, Σχεδιοθήκη) τους ακόλουθους: τεχνολογία-παραδοσιακές τεχνικές, προβιομηχανική παραγωγή, υλικός πολιτισμός, βιομηχανική αρχαιολογία, μουσειολογία, πολιτιστική διαχείριση, οικονομική ιστορία, νέες τεχνολογίες στην έρευνα γύρω από τον πολιτισμό, με κύρια μεθοδολογία τη διεπιστημονική έρευνα από ομάδες εξωτερικών συνεργατών που δρουν

συμπληρωματικά μεταξύ τους (ιστορικοί, αρχαιολόγοι, εθνολόγοι, ανθρωπολόγοι, αρχιτέκτονες, μηχανολόγοι κ.λπ.), με επικεφαλής επιστημονικούς συμβούλους και σε συνεργασία με πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα της χώρας, και με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τη μακρόχρονη απόλυτα διακριτή και εξειδικευμένη εμπειρία στις συγκεκριμένες θεματικές έρευνας και την ανάπτυξη συναφούς καινοτομίας.

Στο παρελθόν, έχουν εκπονηθεί από το Ίδρυμα έρευνες σχετικές με τη σπηροτροφία-μεταξουργία, τη βυρσοδεψία, την πυριτιδοποιία, την υδροκίνηση, την ιστορία και την τεχνολογία (προβιομηχανική και βιομηχανική) της παραγωγής της ελιάς, την τεχνολογία της παραγωγής του χαρτιού και της τυπογραφίας, την πλινθοκεραμοποιία, τη μαρμαροτεχνία, τα παραδοσιακά επαγγέλματα στη Στυμφαλία, στο Πήλιο και στον χώρο του Αιγαίου, την τεχνολογία στις ελληνικές βενετοκρατούμενες περιοχές, την τεχνολογία των ελληνικών μουσικών οργάνων, κ.λπ.

Συγκεκριμένα έχουν ολοκληρωθεί τα ερευνητικά προγράμματα:

- **Σπηροτροφία:** Ερευνητικό πρόγραμμα με στόχο τη διερεύνηση των μεθόδων της σπηροτροφίας και της μεταξουργίας, το οποίο τροφοδότησε το μουσειολογικό πρόγραμμα και την επανέκθεση του Μουσείου Μετάξης στο Σουφλί, καθώς και τη συναφή έκδοση.

- **Υδροκίνηση:** Εκτενές ερευνητικό πρόγραμμα με στόχο τη μελέτη της βυρσοδεψίας, της πυριτιδοποιίας και της υδροκίνησης, του οποίου τα αποτελέσματα αξιοποιήθηκαν στη δημιουργία του Υπαίθριου Μουσείου Υδροκίνησης στη Δημητσάνα και στην έκδοση συναφών μελετών, εκπαιδευτικών φυλλαδίων αλλά και πολιτιστικών οδηγών της ευρύτερης περιοχής του Λούσιου ποταμού.

- **Μονή Σίμωνος Πέτρας:** Ερευνητικό πρόγραμμα για την τεκμηρίωση του νεροπρίονου της Μονής Σίμωνος Πέτρας που αφορούσε την αναγκαία ιστορική/εθνογραφική αρχειακή έρευνα και τη σχεδιαστική αποτύπωσή του.

- **Ελιά και λάδι στον ελληνικό χώρο:** Ερευνητικό πρόγραμμα με στόχο τη διερεύνηση την ιστορία και την τεχνολογία (προβιομηχανική και βιομηχανική) της παραγωγής της ελιάς και του λαδιού στον ελληνικό χώρο, το οποίο τροφοδότησε το μουσειολογικό πρόγραμμα των Μουσείων Ελιάς και Ελληνικού Λαδιού στη Σπάρτη και Βιομηχανικής Ελαιουργίας στη Λέσβο καθώς και συναφείς ειδικές εκδόσεις που εντάχθηκαν στη σειρά Εκδόσεων του Ιδρύματος.

- **Δρόμοι του Λαδιού:** Ελαιοτριβεία στη ΝΑ Πελοπόννησο (Λακωνία-Μεσσηνία) κατά την αρχαιότητα: Ερευνητικό πρόγραμμα το οποίο εμπλούτισε το εποπτικό υλικό του Μουσείου της Ελιάς και Ελληνικού Λαδιού στη Σπάρτη και τροφοδότησε ειδική έκδοση.

- **Ελληνική Τυπογραφία:** Ερευνητικό πρόγραμμα με σκοπό να αξιοποιηθούν τα αποτελέσματά του στη δημιουργία Μουσείου Τεχνολογίας του Χαρτιού και της Ελληνικής Τυπογραφίας και στην έκδοση αντίστοιχης μονογραφίας. Κύριοι θεματικοί άξονες του προγράμματος υπήρξαν: α) η χάραξη και η χύτευση ελληνικών στοιχείων και κοσμημάτων, β) η στοιχειοθεσία και η σελιδοποίηση, η χειροστοιχειοθεσία, η λινοτυπία και η μονοτυπία, γ) η ξυλογραφία, η χαλκογραφία, η λιθογραφία, η χρωμολιθογραφία και η τσιγκογραφία, δ) οι εκτυπωτικές μηχανές (ξύλινα πιεστήρια, ξύλινα με μεταλλικά εξαρτήματα, μεταλλικά πιεστήρια,

χειροκίνητα, ατμοκίνητα, ηλεκτροκίνητα, πιεστήρια επίπεδα, κάθετα, κυλινδρικά πιεστήρια). Η σημασία του προγράμματος αφορά στην καταγραφή και διάσωση των τυπογραφείων και της τεχνολογίας που χρησιμοποιήθηκαν για την έκδοση ελληνικών βιβλίων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, από τον 15ο έως τον 20ό αιώνα.

- **Τεχνολογία του Χαρτιού:** Τριετές ερευνητικό πρόγραμμα σχετικό με την ιστορία της τεχνολογίας του χαρτιού και της χαρτοποιητικής τόσο παγκοσμίως, όσο και στον ελληνικό χώρο, για τις ανάγκες της προετοιμασίας Μουσείου Τεχνολογίας του Χαρτιού και της Ελληνικής Τυπογραφίας. Έμφαση δόθηκε στον εμπλουτισμό της όλης έρευνας με στοιχεία που αφορούν την ιστορία της χρήσης και παραγωγής του χαρτιού στον ελληνικό χώρο. Το πρόγραμμα εκπονήθηκε από ομάδα ερευνητών στην οποία συγκαταλέγονται ιστορικοί, αρχιτέκτονες και χημικοί. Τα αποτελέσματα του προγράμματος παρουσιάστηκαν σε ημερίδα με τίτλο "Η ιστορία του χαρτιού" που πραγματοποιήθηκε στην Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων του Ιδρύματος, στις 5 Ιουλίου 2005 και τροφοδότησαν ειδική έκδοση σχετική με την ιστορία του χαρτιού στον ελληνικό χώρο με τίτλο "Βιομηχανίες χάρτου στην Ελλάδα, 19ος-20ός αιώνας", η οποία εντάσσεται το προσεχές διάστημα στη σειρά Εκδόσεων του Ιδρύματος.

- **Πλινθοκεραμοποιία:** Ερευνητικό πρόγραμμα με στόχο τη μελέτη των τεχνικών της πλινθοκεραμοποιίας για τις ανάγκες της προετοιμασίας της μόνιμης έκθεσης του Μουσείου Πλινθοκεραμοποιίας στο συγκρότημα Τσαλαπάτα στον Βόλο, το οποίο εντάχθηκε στο Δίκτυο των θεματικών Μουσείων του Ιδρύματος το 2006. Η έρευνα αφορούσε στη μελέτη του κλάδου τόσο παγκοσμίως όσο και τον ελληνικό χώρο, της ιστορικής διαδρομής της συγκεκριμένης βιομηχανικής μονάδας καθώς και στην τεκμηρίωση του μηχανολογικού της εξοπλισμού και τη διερεύνηση της τεχνολογίας κατασκευής των κεραμικών της προϊόντων.

- **Προβιομηχανική τεχνολογία στη Λιβαδειά:** Εκπονήθηκε ερευνητικό πρόγραμμα με τίτλο Η Λιβαδειά στον πολιτισμό του βαμβακιού. Οικονομική ανάπτυξη και αστικές κατακτήσεις 19ος-20ός αιώνας και στόχο την καταγραφή της ιστορίας και της τεχνολογίας που αφορά την επεξεργασία του βαμβακιού στη Λιβαδειά για την προετοιμασία Μουσείου Προβιομηχανικής Τεχνολογίας στις όχθες της Έρκυνας, στα διατηρητέα των μύλων Παπαϊωάννου και Μπάκα.

- **Μαρμαροτεχνία:** Ερευνητικό πρόγραμμα σχετικό με την τεχνολογία του μαρμάρου, υλικού που κατέχει ιδιαίτερη θέση στην αρχιτεκτονική και την τέχνη της Ελλάδας από την αρχαιότητα έως τις μέρες μας, με στόχο την προετοιμασία του Μουσείου Μαρμαροτεχνίας στην Τήνο, το οποίο εντάχθηκε στο Δίκτυο Μουσείων το 2007. Με έμφαση στην προβιομηχανική και πρωτοβιομηχανική Τήνο, το σημαντικότερο νεοελληνικό κέντρο μαρμαροτεχνίας, διερευνήθηκε το κοινωνικό και οικονομικό πλαίσιο στο οποίο αναπτύχθηκαν τα τοπικά εργαστήρια, οι παραδοσιακές μέθοδοι εργασίας του λατόμου και του μαρμαροτέχνη, η έντονη παρουσία του μαρμάρου σε ολόκληρο το νησί καθώς και η καλλιτεχνική και οικοδομική χρήση του μαρμάρου στη νεώτερη Ελλάδα.

- **Παραδοσιακά Επαγγέλματα και περιβάλλον στη Στυμφαλία:** Ερευνητικό πρόγραμμα σχετικό με το περιβάλλον και τα παραδοσιακά επαγγέλματα στην περιοχή της Στυμφαλίας καθώς και τη μεταξύ τους διαλεκτική σχέση, για τις ανάγκες προετοιμασίας του Μουσείου Περιβάλλοντος Στυμφαλίας, το οποίο θα ενταχθεί το προσεχές διάστημα στο Δίκτυο Μουσείων του Ιδρύματος. Το πρόγραμμα επικεντρώθηκε σε γεωλογικές, περιβαλλοντικές και εθνολογικές μελέτες.

Διερευνήθηκαν οι παραδοσιακές εργασίες που σχετίζονται με τον "κύκλο του νερού και της γης" (αλιεία, γεωργία, κτηνοτροφία, κνήγι, κ.λπ.) τα υδραυλικά έργα υδροδότησης της λίμνης Στυμφαλίας αλλά και η ιστορία της πόλης της αρχαίας Στυμφάλου.

- **Πληροφορίες για την τεχνολογία της Βενετίας:** Πενταετές ερευνητικό πρόγραμμα σε συνεργασία με το Ελληνικό Ινστιτούτο Βυζαντινών και Μεταβυζαντινών Σπουδών της Βενετίας, με αντικείμενο τον εντοπισμό πληροφοριών στα Αρχεία και τις Βιβλιοθήκες της Βενετίας που αφορούν σε ζητήματα τεχνολογίας, με έμφαση στις βενετοκρατούμενες ελληνικές περιοχές. Το συναφές αρχειακό υλικό αποθησαυρίστηκε στο Ίδρυμα με τη μορφή μικροφίλμ για τα κείμενα και διαφανειών/φωτογραφιών για τα τεκμήρια (σχέδια, χάρτες, κ.λπ.) και στεγάστηκε σε ειδική ηλεκτρονική βάση δεδομένων, η οποία περιέχει περί τα 2.500 τεκμήρια και είναι προσβάσιμη για τους ερευνητές από τη Βιβλιοθήκη του Π.Ι.Ο.Π. Η τράπεζα δεδομένων παρουσιάστηκε επισήμως σε ειδική ημερίδα στην Αίθουσα Πολλαπλών Χρήσεων του Ιδρύματος, στις 10 Σεπτεμβρίου 2005 και συνεχίζει να εμπλουτίζεται με την περίληψη των κειμένων και τη μεταγραφή των υπομνημάτων που τυχόν συνοδεύουν τα συγκεντρωθέντα τεκμήρια.

- **Ελληνικά Μουσικά Όργανα:** Ερευνητικό πρόγραμμα για τις ανάγκες της επανέκθεσης του Μουσείου Ελληνικών Μουσικών Οργάνων με στόχο την καταγραφή της τεχνολογίας των ελληνικών μουσικών οργάνων, στο πλαίσιο του οποίου το Π.Ι.Ο.Π. συνεργάστηκε: α) με το Τμήμα Μουσικών Σπουδών της Σχολής Καλών Τεχνών του Α.Π.Θ. για την καταγραφή τεκμηρίων που αφορούν στα αρχαία, βυζαντινά και μεταβυζαντινά μουσικά όργανα και περιλαμβάνουν εικονογραφικές μαρτυρίες, αρχαιολογικά ευρήματα και γραμματολογικές πηγές, και β) με το τμήμα Εθνολογίας και Λαογραφίας της Ακαδημίας Αθηνών για την καταγραφή των οπτικοακουστικών δρωμένων στον βορειοελλαδικό χώρο, καθώς και των τοπικών εθίμων κατά την περίοδο της Αποκριάς και τη διάρκεια του θέρους. Το πρόγραμμα εκπονήθηκε με επιτόπια έρευνα από ειδική ομάδα, η οποία αποτελούνταν από εθνολόγο, μουσικολόγο καθώς και ειδικούς φωτογράφους και εικονολήπτες.

- **Επιστολικά Δελτάρια της Κρήτης:** Ερευνητικό πρόγραμμα με στόχο την αξιοποίηση σειράς επιστολικών δελταρίων από τη συλλογή του Ιδρύματος που αφορούν στην ιστορία της Κρήτης, το οποίο κατέληξε σε ειδική πολυτελή έκδοση. Το υλικό της συλλογής αναδεικνύει την ιστορία του κρητικού τοπίου κατά τη σημαντική για την ιστορία του νησιού περίοδο 1896-1913.

- **Φιλαρμονική Εταιρεία Κέρκυρας:** Η Φιλαρμονική Εταιρεία Κερκύρας (ΦΕΚ), που ιδρύθηκε το 1840, έθεσε ως πρωταρχικό σκοπό της τη δημιουργία μιας πλήρους μουσικής ακαδημίας και κατέστη το πρώτο οργανωμένο, κατά τα σύγχρονά του πρότυπα, μουσικό εκπαιδευτικό ίδρυμα της νεώτερης Ελλάδας. Κατόπιν σχετικού αιτήματος της εν λόγω Εταιρείας, το Π.Ι.Ο.Π. ανέλαβε τη διεξαγωγή ερευνητικού προγράμματος σχετικά με την ιστορία της και τη σύνταξη τεύχους μουσειολογικών προτάσεων για την προετοιμασία μουσείου μουσικών αντικειμένων και ενθυμημάτων στο ιδιόκτητο ιστορικό κτίριό της.

- **Η Ιστορία της Βιομηχανίας στη Θεσσαλονίκη:** Ερευνητικό πρόγραμμα του οποίου τα αποτελέσματα τροφοδότησαν έκθεση με τίτλο "Θεσσαλονίκη, 1912-1940. Βιομηχανία και Πόλη" στην οποία, με σχέδια, χάρτες, έντυπο και αρχειακό υλικό, επιχειρήθηκε η παρουσίαση των οικονομικών, κοινωνικών, πολεοδομικών και

τεχνολογικών αλλαγών που προκάλεσε η εκβιομηχάνιση στην πόλη της Θεσσαλονίκης και την περιφέρειά της.

- **Η τεχνολογία της αργυροχοΐας:** Σκοπός της έρευνας στον τομέα της αργυροχοΐας υπήρξε η προετοιμασία αντίστοιχου Μουσείου στα Ιωάννινα, όπου θα παρουσιάζονται οι βασικές παραδοσιακές τεχνικές, όπως αυτές εφαρμόζονταν εκεί έως τα μέσα περίπου του 20ού αιώνα.

- **Μεταλλεία Σερίφου:** Η Σερίφος αποτελεί ένα υπαίθριο μουσείο της μεταλλευτικής δραστηριότητας των κατοίκων της, από την αρχαιότητα έως τις μέρες μας. Η ενδοχώρα της είναι χαραγμένη από τις στοές εξόρυξης που δημιουργούνται πάνω στις φλέβες των μεταλλευμάτων της. Τα λιμάνια της διαμορφώθηκαν σε σταθμούς φόρτωσης των ορυκτών της ενώ η κοινωνική και οικονομική ζωή του νησιού είναι διαχρονικά δεμένη με τα μεταλλεία του.

Επιπλέον υλοποιούνται τα ακόλουθα ερευνητικά προγράμματα:

- **Η Μαστίχα Χίου:** Ερευνητικό πρόγραμμα κατάλληλο για την προετοιμασία Μουσείου Μαστίχας στη Χίο, αποτελούμενο από σειρά σχετικών μελετών (ιστορικών, εθνολογικών, αρχιτεκτονικών και περιβαλλοντολογικών) και τη συλλογή αρχαιακού και άλλου πρωτογενούς συναφούς υλικού (μεταξύ των οποίων προφορικών μαρτυριών και ποσοτικών/αρχαιακών δεδομένων στεγασμένων σε ηλεκτρονικές βάσεις). Το πρόγραμμα επικεντρώνεται σε ζητήματα παραγωγής, εκμετάλλευσης, διακίνησης και προβολής του μονοπωλιακού προϊόντος της μαστίχας διαχρονικά και μέχρι τις μέρες μας.

- **Πολιτισμικό Αποθέμα Πελοποννήσου:** Το Π.Ι.Ο.Π. μετέχει ως εταίρος -μεταξύ άλλων συναφών φορέων περιλαμβάνονται το Ίδρυμα Λαμπράκη και το Πελοποννησιακό Λαογραφικό Ίδρυμα- σε κοινοπραξία που υλοποιεί πρόγραμμα ανάπτυξης κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Περιφέρεια Πελοποννήσου στον χώρο του πολιτιστικού τουρισμού, με την αξιοποίηση του πολιτισμικού αποθέματος της περιοχής (Κοινοπραξία "Καλειδοσκόπιο", Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal, Crescent, εποπτεύων φορέας Υπουργείο Εργασίας). Το Ίδρυμα υποστήριξε επιστημονικές μελέτες (καταγραφή και μελέτη του πολιτιστικού αποθέματος της Περιφέρειας Πελοποννήσου) που εκπονήθηκαν στο πλαίσιο της υλοποίησης του έργου, ενώ για τη διάχυση των αποτελεσμάτων του προγράμματος σχεδίασε και επιμελήθηκε επιστημονικά συλλογικού τόμου με τίτλο "Ο δε τόπος ελαιοφόρος. Η παρουσία της ελιάς στην Πελοπόννησο", το οποίο θα εντάχθηκε στη σειρά εκδόσεων του Ιδρύματος.

- **Η τέχνη του λευκοσιδηρουργού στον 20ό αιώνα:** Ερευνητικό πρόγραμμα σχετικά με τον τομέα της λευκοσιδηρουργίας όσον αφορά την επαγγελματική εκπαίδευση, την παραγωγή, τη διανομή και τη διάχυση των προϊόντων του στην αγορά. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα αξιοποιηθούν στη συγγραφή σχετικής μονογραφίας και στη συγκρότηση κινητής έκθεσης που θα παρουσιασθεί στις Αίθουσες Πολλαπλών Χρήσεων των Μουσείων του Δικτύου του Ιδρύματος. Το πρόγραμμα αφορά στην εθνογραφική και ιστορική καταγραφή της προβιομηχανικής αυτής τεχνικής, καθώς και στην απόκτηση, συντήρηση και μουσειακή αξιοποίηση αντίστοιχων συλλογών για τις ανάγκες της προαναφερθείσας έκθεσης.

- **Καταγραφή των παραδοσιακών εργαστηρίων του Πηλίου:** Πολυετές ερευνητικό πρόγραμμα που αριθμεί ως τώρα περί τις 200 μελετημένες προβιομηχανικές

εγκαταστάσεις. Η έρευνα και μελέτη, η οποία καλύπτει συστηματικά όλη την περιοχή του Πηλίου, διεξάγεται από αντίστοιχες ομάδες εργασίας και αφορά στον εντοπισμό των εργαστηρίων με επιφανειακή έρευνα, την εθνολογική και ιστορική τεκμηρίωσή τους, την αρχιτεκτονική τους αποτύπωση και την αποτύπωση του μηχανολογικού τους εξοπλισμού, όπου αυτός διασώζεται.

- **Μητρώο Επιχειρήσεων και Επιχειρηματιών Ν. Μεσσηνίας:** Ερευνητικό πρόγραμμα με τίτλο με στόχο τη συγκρότηση ηλεκτρονικής βάσης δεδομένων αποτελούμενης από "Βιβλιογραφία Μεσσηνίας: Οικονομία –Κοινωνία –Τεχνικές-Τεχνολογία στους Νεώτερους χρόνους" και "Μητρώο Επιχειρήσεων και Επιχειρηματιών Μεσσηνίας, 19ος-20ός αιώνας". Το πρόγραμμα υλοποιείται στο πλαίσιο της συμμετοχής του Ιδρύματος στην Κοινοπραξία "Καλειδοσκόπιο", χρηματοδοτείται από αυτή και αποσκοπεί στη διάθεση της προαναφερθείσας βάσης στην επιστημονική κοινότητα (προσβάσιμη από τη Βιβλιοθήκη του Ιδρύματος) και στην έκδοση τόμου σχετικού με την επιχειρηματικότητα στον νομό Μεσσηνίας.

- **Η Σταφίδα στη Δυτική Πελοπόννησο:** Ερευνητικό πρόγραμμα σχετικό με την παραγωγή και διακίνηση της σταφίδας στη λιγότερη μελετημένη, όσον αφορά τη σταφιδοπαραγωγή, περιοχή στη Δυτική Πελοπόννησο, και ειδικότερα στο νομό Ηλείας, με στόχο την εκπόνηση από ομάδα ιστορικών συναφούς μελέτης, η οποία θα ενταχθεί το προσεχές διάστημα στη σειρά Εκδόσεων του Ιδρύματος.

- **Το Λύκειο Ελληνίδων:** Ερευνητικό πρόγραμμα σχετικό με την ιστορία και τη δραστηριοποίηση του Λυκείου των Ελληνίδων, με στόχο την αποτύπωσή της σε έναν συλλογικό αφιερωματικό τόμο που θα εκδοθεί με την ευκαιρία της συμπλήρωσης των εκατόχρονων του Λυκείου. Στο πρόγραμμα συμβάλλουν ιστορικοί, φιλόλογοι, δημοσιογράφοι, εθνολόγοι και άλλοι ειδικοί στη μελέτη του λαϊκού πολιτισμού αλλά και του σύγχρονου νεοελληνικού βίου.

- **Το Βαμβάκι στην Αίγυπτο:** Ερευνητικό πρόγραμμα σχετικό με τη δραστηριοποίηση των Ελλήνων που εγκαταστάθηκαν στην Αίγυπτο γύρω από την παραγωγή και εμπορία βαμβακιού (η οποία επεκτείνεται στο πεδίο του πνευματικού και υλικού πολιτισμού των Ελλήνων της Αιγύπτου), και δίνει τη δυνατότητα για τη δημιουργία συναφούς θεματικού τεχνολογικού μουσείου σε μία από τις κύριες πόλεις της Αιγύπτου, όπως και για την έκδοση συλλογικού τόμου.

- **Μητρώο Ελληνικής Βιομηχανικής Κληρονομιάς:** Το Π.Ι.Ο.Π. μετέχει στην προσπάθεια για τη συγκρότηση του Μητρώου Ελληνικής Βιομηχανικής Κληρονομιάς. Στο πλαίσιο της καταγραφής μνημείων προβιομηχανικής και βιομηχανικής κληρονομιάς σε όλη τη χώρα, με πρωτοβουλία του ελληνικού τμήματος του TICCIH και τη συμμετοχή φορέων όπως το Ιόνιο Πανεπιστήμιο, το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, το Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών και το Δημοτικό Κέντρο Ιστορίας Βόλου, ολοκληρώθηκε ήδη στο Ίδρυμα η αναδρομική μεταγραφή του συνόλου των δελτίων στα οποία έχουν καταγραφεί από το Π.Ι.Ο.Π. αντίστοιχα μνημεία βιομηχανικής κληρονομιάς κατά τη διάρκεια συναφών ερευνητικών προγραμμάτων.

- **Αρχείο Μουσικής Εικονογραφίας:** Το Π.Ι.Ο.Π. υποστηρίζει πενταετές ερευνητικό πρόγραμμα του Τμήματος Μουσικών Σπουδών της Σχολής Καλών Τεχνών του Αριστοτελείου Παν/μίου Θεσσαλονίκης. Σε συνέχεια συναφούς διετούς ερευνητικού προγράμματος στο πλαίσιο της επανέκθεσης του Μουσείου Ελληνικών Μουσικών

Οργάνων στη Θεσσαλονίκη, το πρόγραμμα αποσκοπεί στη δημιουργία βάσης δεδομένων που θα είναι προσβάσιμη από τη Βιβλιοθήκη του, καθώς και στην έκδοση συναφούς συλλογικού τόμου από διεθνή συγγραφική ομάδα.

- **Μουσικά δρώμενα στο βορειοελλαδικό χώρο:** Το Ίδρυμα συνεργάστηκε με το Κέντρο Έρευνας της Ελληνικής Λαογραφίας της Ακαδημίας Αθηνών για την καταγραφή των μουσικών δρωμένων στο βορειοελλαδικό χώρο, καθώς και των τοπικών εθίμων κατά την περίοδο της Αποκριάς και τη διάρκεια του θέρους. Το πρόγραμμα καταγραφής επιχείρησε μέσω μιας επιλεκτικής αλλά αντιπροσωπευτικής παρουσίασης του μουσικού πολιτισμού των βόρειων περιοχών της χώρας, να υπαινιχθεί τις εσωτερικές διαφοροποιήσεις αλλά και τις διεθνοτικές σχέσεις και συγγένειες, να δείξει τους τρόπους μέσα από τους οποίους η μουσική χρησιμοποιείται ως όχημα συγκρότησης και προβολής της εθνοτικής ή τοπικής ταυτότητας.

- **Καταγραφή της βιομηχανικής κληρονομιάς στην Αλβανία:** Το Ίδρυμα επεκτείνει την ερευνητική του δραστηριότητα σε περιοχές όμορες του ελλαδικού χώρου, με στόχο την αποσαφήνιση των όρων και των διαδικασιών που διαμόρφωσαν τις χρηματοοικονομικές και παραγωγικές συνθήκες δραστηριοποίησης των ελληνικών, και όχι μόνο, πληθυσμών στην περιοχή της βαλκανικής χερσονήσου. Η καταγραφή των βιομηχανικών εγκαταστάσεων στην Αλβανία, εντάσσεται στο πλαίσιο του ανωτέρω σχεδιασμού, προσφέροντας μία σαφέστερη εικόνα του βιομηχανικού τοπίου της περιοχής.

Το *Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς* υποστηρίζει διαρκώς τη διδακτική-εκπαιδευτική διάσταση των μουσείων του δικτύου του. Οι εκθέσεις είναι οργανωμένες με τέτοιο τρόπο, χρησιμοποιώντας ποικίλα διςδιάστατα και τριςδιάστατα διαδραστικά εποπτικά μέσα (κείμενα, σχέδια, φωτογραφίες, οπτικοακουστικά, κινούμενες μακέτες) που διευκολύνουν την αυτό-ξενάγηση των επισκεπτών.

Με το ίδιο σκεπτικό, οι εκπαιδευτικές δράσεις που οργανώνονται στα μουσεία του ΠΙΟΠ, με την επιμέλεια του Ιδρύματος, στοχεύουν να δημιουργηθεί ένας ζωντανός δεσμός, ένα δίκτυο, σχολείων-μουσείων, γεγονός το οποίο ενισχύεται από το ότι τα μουσεία αυτά βρίσκονται στην ελληνική επαρχία. Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στη βιωματική σχέση των παιδιών με τα εργαλεία, μηχανισμούς και διαδικασίες του τεχνικού πολιτισμού, θέματα τα οποία κατέχουν μέχρι σήμερα δευτερεύουσα θέση στο χώρο της εκπαίδευσης. Στο πλαίσιο αυτό, πρωτότυπες εκδηλώσεις διοργανώνονται με αφορμή τη συμμετοχή του ΠΙΟΠ σε ευρωπαϊκές και διεθνείς διοργανώσεις (Διεθνής Ημέρα Μουσείων, Ευρωπαϊκές Ημέρες Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Νύχτα των Μουσείων).

Εκπαιδευτικά προγράμματα συνδεδεμένα με διαδικασίες του τεχνικού πολιτισμού που παρουσιάζονται σε κάθε μουσείο, υλοποιούνται συστηματικά κατόπιν ραντεβού στα ακόλουθα μουσεία:

Τίτλος: "Ελάτε να υφάνουμε"

Ηλικίες: Για μαθητές Αβάθμιας Εκπαίδευσης

Περιγραφή: Εκπαιδευτικό πρόγραμμα με στόχο την γνωριμία των παιδιών με την υφαντική, ως ιστορία και ως διαδικασία αλλά και ως μέρος της πόλης του Σουφλίου.

Τίτλος: "Χτίζοντας τούβλα και κεραμίδια"

Ηλικίες: Για μαθητές Αβάθμιας & Ββάθμιας Εκπαίδευσης

Περιγραφή: Εκπαιδευτικό πρόγραμμα με στόχο τη γνωριμία των παιδιών με τη βιομηχανική ιστορία της πόλης του Βόλου, μέσω ενός πρωτότυπου εργαστηρίου κατασκευής προϊόντων πλινθοκεραμοποιίας.

Τίτλος: "Τα 3 γουρουνάκια...πάνε μουσείο!"

Ηλικίες: Για παιδιά Προσχολικής ηλικίας (4-6 ετών)

Περιγραφή: Εκπαιδευτικό πρόγραμμα με στόχο την γνωριμία των παιδιών με τις ιδιότητες των υλικών, την καλλιέργεια της φαντασίας και της ομαδικής εργασίας.

Τίτλος: "Μια μέρα στο ελληνιστικό ελαιοτριβείο!"

Ηλικίες: Για μαθητές Αβάθμιας Εκπαίδευσης

Περιγραφή: Ένα πρωτότυπο παιχνίδι ρόλων, στο χώρο της υπαίθριας έκθεσης με χρήση του ελληνιστικού ελαιόμυλου, όπου τα παιδιά μαθαίνουν να παράγουν λάδι με τον "αρχαίο τρόπο".

Τίτλος: "Ένα καμάρι απ'το νταμάρι!"

Ηλικίες: Για μαθητές Αβάθμιας Εκπαίδευσης

Περιγραφή: Εκπαιδευτικό πρόγραμμα με στόχο την εισαγωγή των παιδιών στην τέχνη του μαρμάρου.

Ειδικοί εκπαιδευτικοί φάκελοι αποστέλλονται δωρεάν στα σχολεία που έχουν προγραμματίσει να επισκεφθούν τα μουσεία του Δικτύου.

Με στόχο τη δικτύωση με διεθνή και ελληνικά ερευνητικά κέντρα, πανεπιστήμια, οργανισμούς και δημόσιους φορείς άσκησης πολιτικής γύρω από τον πολιτισμό, αλλά και την αξιοποίηση και διάχυση του παραγόμενου επιστημονικού έργου σε ευρύτερες ομάδες κοινού, το Ίδρυμα υλοποιεί σειρά συχνών παρεμβάσεων που οργανώνονται στα εξής επίπεδα:

- εντός του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς,
- επιστημονικό (σε διεθνή και ελληνικά fora),
- επαγγελματικό (δίκτυα πολιτιστικού τουρισμού, εκπαιδευτικοί φορείς και ενώσεις),
- τοπικό (σχολεία, τοπικές ενώσεις, Κοινοπραξία Καλειδοσκόπιο),
- ημερήσιου, περιοδικού και επιστημονικού Τύπου.

Κεντρική επιστημονική εκδήλωση του Ιδρύματος αποτελεί η οργάνωση Τριημέρων Εργασίας αφιερωμένων στη διαχρονική και διεπιστημονική προσέγγιση βασικών κλάδων της παραδοσιακής τεχνολογίας και της ελληνικής οικονομίας.

Στη διοργάνωσή τους, το Ίδρυμα επιδιώκει συνεργασία με φορείς ή εταιρείες των αντίστοιχων κλάδων. Σκοπός της επιδιωκόμενης συνεργασίας είναι η περαιτέρω ανάπτυξη δημιουργικών σχέσεων, στο πολιτιστικό επίπεδο, μεταξύ ερευνητικών ιδρυμάτων που ενδιαφέρονται για την προώθηση της ιστορικής έρευνας γύρω από την οικονομία και την τεχνολογία με φορείς και εταιρείες που αναζητούν την αντίστοιχη τεκμηρίωση για τη δράση του κλάδου τους. Με τον τρόπο αυτό:

- α) αναπτύσσονται δημιουργικές σχέσεις μεταξύ της ιστορικής έρευνας και της τρέχουσας οικονομικής ζωής,
- β) προωθείται η ιστορική έρευνα στον τομέα των βασικών ελληνικών προϊόντων διατροφής και εξαγωγής,

γ) συγκροτείται ένα corpus πληροφοριών και παραστατικού υλικού, τεκμηριωτικού του παρελθόντος κάθε παραγωγικού κλάδου, το οποίο τίθεται στη διάθεση της βιομηχανίας για την αποτελεσματικότερη προβολή των προϊόντων και την περαιτέρω ανάπτυξή της.

Έως σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί ένδεκα Τριήμερα με θέματα σχετικά με τη νεοελληνική τεχνολογία και την καταγραφή της ιστορίας των βασικών ελληνικών προϊόντων (κρασί, ψωμί, ελιά-λάδι, κ.ά.).

Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος



Μια από τις θεμελιώδεις αξίες και από τις σημαντικότερες αρχές λειτουργίας της Εθνικής Τράπεζας σε όλη τη διάρκεια της ιστορικής της διαδρομής, αποτελεί η συνεισφορά στην πρόοδο και στην ευημερία της ελληνικής κοινωνίας, παράγοντας ιδιαίτερα σημαντικός αφού καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τη μακροπρόθεσμη και βιώσιμη επιχειρηματική δράση και επιτυχία της Τράπεζας.

Αποτέλεσμα της υιοθέτησης αυτών των αρχών είναι η ανάπτυξη μιας εταιρικής κουλτούρας από την οποία απορρέει η πρόθεση της Τράπεζας να λειτουργεί με Υπευθυνότητα σε όλους τους τομείς που αποτελούν σημαντικούς άξονες αιεφόρου ανάπτυξης και περιλαμβάνουν την Αγορά, τους μετόχους, τους εργαζόμενους, την Κοινωνία και το Περιβάλλον.

Πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Δράσης “Ευθύνη”

Με το πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Δράσης «Ευθύνη», η Εθνική Τράπεζα έχει ενσωματώσει τις βασικές αρχές και αξίες της ΕΚΕ τόσο στον επιχειρηματικό σχεδιασμό της, όσο και στον καθημερινό τρόπο λειτουργίας της, υποστηρίζοντας ουσιαστικά και γενναιόδωρα ένα ευρύτατο φάσμα πολιτιστικών, μορφωτικών, ανθρωπιστικών πρωτοβουλιών, καθώς και κοινωνικών δραστηριοτήτων, σε τρεις βασικούς άξονες: Ευθύνη για τον Άνθρωπο, Ευθύνη για τον Πολιτισμό, Ευθύνη για το περιβάλλον.

Άνθρωπος

Με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον άνθρωπο και τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες, η Τράπεζα συμμετέχει στην προσπάθεια εξέλιξης των υπηρεσιών υγείας, παιδείας, αθλητισμού και κοινής ωφέλειας, με στόχο την αναβάθμιση και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των Ελλήνων πολιτών.

Περιβάλλον

Η ευθύνη προς το περιβάλλον και η εφαρμογή Περιβαλλοντικής Πολιτικής αποτελούν για την Εθνική Τράπεζα θεμελιώδη λίθο σωστής εταιρικής συμπεριφοράς και συνεισφοράς των επιχειρήσεων, γενικότερα στην Αειφόρο Ανάπτυξη. Με απόλυτη ευθύνη και συνέπεια εφαρμόζει την περιβαλλοντική πολιτική που έχει χαράξει και ενισχύει την περιβαλλοντική συνείδηση του προσωπικού της και εμμέσως, των μετόχων και της πελατείας της.

Πολιτισμός

Η στήριξη δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν την Εθνική Κληρονομιά και προάγουν τον Πολιτισμό ήταν πάντα αναπόσπαστο τμήμα της κοινωνικής πολιτικής της Εθνικής Τράπεζας. Με σημαντικές ενέργειες και δράσεις σε όλους τους τομείς της πολιτιστικής δημιουργίας, αφιερώνει κάθε χρόνο ένα σημαντικό ποσοστό του

χορηγικού της προϋπολογισμού, στηρίζοντας τις προσπάθειες που προάγουν την Ιστορία, τις Τέχνες, τα ήθη και έθιμα, την πνευματική δημιουργία του τόπου μας.

Το Μορφωτικό Ίδρυμα της Εθνικής Τράπεζας (MIET) συστάθηκε το 1966, επί διοικήσεως Γεωργίου Μαύρου, στο πλαίσιο του εορτασμού των 125 χρόνων από την ίδρυση της Τράπεζας. Σκοπός του Ιδρύματος είναι η συνεχής συμβολή του στην ανάπτυξη των γραμμάτων, των καλών τεχνών και της επιστήμης στον Ελλαδικό χώρο, καθώς και στις κοινότητες του απόδημου Ελληνισμού. Το MIET σήμερα στεγάζεται στο κτήριο της οδού Θουκυδίδη 13, μοναδικό αρχιτεκτονικό δείγμα της εποχής της Τουρκοκρατίας, που αναστηλώθηκε εκ βάθρων από την Εθνική Τράπεζα. Στις δραστηριότητες του Ιδρύματος περιλαμβάνονται τα ακόλουθα:

- Εκδοτικό Έργο
- Εκθέσεις και Εκδηλώσεις
- Ιστορικό και Παλαιογραφικό Αρχείο
- Εργαστήρι Συντήρησης Χάρτινου Υλικού
- Αρχείο Χαρτογραφίας του Ελληνικού Χώρου
- Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο (ΕΛΙΑ).

Εκδοτικό έργο του MIET

Η παραγωγή αξιόλογων έργων ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας αποτελεί πρωταρχική μέριμνα του Μορφωτικού Ιδρύματος της Εθνικής Τράπεζας στον εκδοτικό χώρο.

Η εκδοτική δραστηριότητα του MIET επί μια τριακονταετία έχει αποδώσει περί τους τριακόσιους τίτλους πρωτότυπων και μεταφρασμένων μελετών για την ιστορία και την αρχαιολογία, τη φιλοσοφία, την κλασική, βυζαντινή και νεότερη φιλολογία, τη γλωσσολογία, την ιστορία των επιστημών και την τέχνη. Στους θεματικούς κύκλους ξεχωρίζουν η Νεοελληνική Προσωπογραφία, με βιογραφίες σημαντικών μορφών του νεοελληνικού πολιτισμού, η Βυζαντινή και Νεοελληνική Βιβλιοθήκη, με κριτικές εκδόσεις παλαιότερων λογοτεχνικών έργων, καθώς και εικονογραφημένα συγγράμματα για τους αρχαιολογικούς μας θησαυρούς, τη βυζαντινή κληρονομιά και τη νεοελληνική τέχνη.

Στόχος του εκδοτικού προγράμματος, που καταρτίζεται από ειδική επιτροπή μελών του Διοικητικού Συμβουλίου του MIET, είναι η παραγωγή έργων υποδομής, αναγνωρισμένης αξίας στη διεθνή βιβλιογραφία, τα οποία να αποτελούν όχι μόνο επωφελή αναγνώσματα αλλά και πανεπιστημιακά βοηθήματα υψηλού επιπέδου.

Τα βιβλία του MIET, γραμμένα ή μεταφρασμένα από έγκυρους επιστήμονες και φροντισμένα από έμπειρους επιμελητές, επιδιώκεται να πληρούν με τον αρτιότερο τρόπο τους όρους της επιστημονικής και αισθητικής δεοντολογίας.

Από τις εκδόσεις ξεχωρίζουν τα συγγράμματα των C. J. Howgego "Η αρχαία ιστορία μέσα από τα νομίσματα" και D. Wiles " Το αρχαίο ελληνικό δράμα ως παράσταση. Μια εισαγωγή".

Εκθέσεις και Εκδηλώσεις

Ιδιαίτερα σημαντική επίσης, είναι η συμμετοχή του Μορφωτικού Ιδρύματος στην πραγματοποίηση σειράς εκθέσεων και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, προσπάθεια που έχει ξεκινήσει από το 1960 και συνεχίζεται μέχρι και σήμερα.

Κατά τη διάρκεια του 2009, έλαβαν χώρα 29 τέτοιες εκθέσεις εικαστικού περιεχομένου και εκδηλώσεις στα τρία πολιτιστικά κέντρα και στα βιβλιοπωλεία του Ιδρύματος σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα, καθώς και σε χώρους της περιφέρειας (Αιτωλικό). Από τις καλλιτεχνικές εκδηλώσεις ξεχωρίζουν οι εκθέσεις "Δεσμοί Ύλης" με έργα Ελλήνων και Κινέζων σύγχρονων εικαστικών που πραγματοποιήθηκε στο βιβλιοπωλείο του Ιδρύματος στη Θεσσαλονίκη (ζωγραφική, φωτογραφία, βίντεο, γλυπτική), σε συνεργασία με το Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης Θεσσαλονίκης και το Κρατικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, καθώς και "Γιάννης Μόραλης: Σχέδια" που πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με το Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Δήμου Αίγινας.

Για το 2012 οι εκδηλώσεις: Αφιέρωμα στο τυπογραφείο των Αδελφών Ταρουσόπουλου, 23 Φεβρουαρίου 2012 - 29 Σεπτεμβρίου 2012, στην ΑΘΗΝΑ. ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ. Αμερικής 13, και

ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΥΠΤΟ ΣΤΙΣ ΣΠΕΤΣΕΣ, 5 Σεπτεμβρίου 2012 - 30 Σεπτεμβρίου 2012 ΣΠΕΤΣΕΣ, Καλλιτέχνες : ΠΑΠΑΔΗΜΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ

Ιστορικό και Παλαιογραφικό Αρχείο

Το Ιστορικό και Παλαιογραφικό Αρχείο αποτελεί ιδιαίτερο τμήμα του ΜΙΕΤ και ιδρύθηκε το 1974.

Στόχος του είναι η σύσταση και οργάνωση αρχείου μικροταινιών σχετικά με τη μελέτη των ελληνικών χειρογράφων. Από τη σύσταση του έως και σήμερα, έχει εκτελέσει πάνω από 200 επιστημονικές αποστολές, κατά τις οποίες έχουν φωτογραφηθεί 7.500 περίπου χειρόγραφα και 20 μεγάλα ιστορικά αρχεία.

Κατά τη διάρκεια του 2009, το Παλαιογραφικό Αρχείο προχώρησε στην ψηφιοποίηση ενός σημαντικού εμπορικού – πολιτικού αρχείου που βρέθηκε στο Λεωνίδιο αποτελούμενο από 3.000 έγγραφα του 19ου αιώνα, ενώ πραγματοποιήθηκαν δύο παλαιογραφικές αποστολές στο Πατριαρχείο Αλεξανδρείας και πέντε στο Πατριαρχείο Ιεροσολύμων. Σκοπός των αποστολών ήταν η ταξινόμηση των παλαιών έντυπων βιβλίων της Βιβλιοθήκης του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας, καθώς και η τακτοποίηση αρχειακού υλικού του Πατριαρχείου Ιεροσολύμων εν όψει της ανακαίνισης του κτηρίου του Αρχείου και καταγραφής νεότερου αρχειακού υλικού του 19ου αιώνα, με παράλληλη ψηφιοποίηση βυζαντινών χειρογράφων.

Επίσης, συνεχίστηκαν τα μαθήματα Ελληνικής Παλαιογραφίας, ενώ άρχισε η παράδοση μαθημάτων Οθωμανικής γλώσσας και Παλαιογραφίας από τον Δρ. Γεώργιο Λιακόπουλο με προσέλευση 40 περίπου μαθητών.

Εργαστήρι Συντήρησης Χάρτινου Υλικού

Το Εργαστήρι Συντήρησης Χάρτινου Υλικού λειτουργεί από το 1986 με ειδικότητες τη Συντήρηση Βιβλιακού και Αρχειακού Υλικού και τη Συντήρηση Χάρτινων Έργων Τέχνης. Κύριο έργο του είναι η διατήρηση και η συντήρηση των συλλογών του ΜΙΕΤ, η εκπαίδευση σε θέματα προληπτικής συντήρησης του προσωπικού που είναι

υπεύθυνο για τη διαχείριση των συλλογών και η υποστήριξη των πολιτιστικών δραστηριοτήτων του Ιδρύματος.

Το Εργαστήρι παρέχει συμβουλές σε βιβλιοθηκονόμους, αρχειονόμους, επιμελητές εκθέσεων, υπεύθυνους συλλογών και συλλέκτες για θέματα προληπτικής και ενεργητικής συντήρησης. Επίσης, καταγράφει την κατάσταση συλλογών, καθώς και τη συντήρηση χάρτινου υλικού άλλων φορέων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Παράλληλα, το προσωπικό του Εργαστηρίου συνεχίζει να προσφέρει αφειδώς τη βοήθειά του στο κοινό που επισκεπτόταν την ειδική βιβλιοθήκη του και παρέχει πολύτιμες συμβουλές σε θέματα συντήρησης.

Αρχείο Χαρτογραφίας του Ελληνικού Χώρου

Τον Ιανουάριο του 2003 το MIET εγκαινίασε στο Μέγαρο Εϋνάρδου στην οδό Αγίου Κωνσταντίνου, παρουσία του Προέδρου της Δημοκρατίας κ. Κ. Στεφανόπουλου, μόνιμο εκθεσιακό χώρο, ειδικά διαρρυθμισμένο, ο οποίος φιλοξενεί το Αρχείο Χαρτογραφίας του Ελληνικού χώρου, προϊόν δωρεάς του Βίκτωρος και της Νιόβης Μελά. Η σπάνια συλλογή του ζεύγους Μελά περιλαμβάνει 200 περίπου έντυπους χάρτες από τις αρχές του 16ου αιώνα μέχρι και τον 18ο αιώνα, παλαιούς άτλαντες, όπως του Μ. Μποσκίνι (1651) και του Β. Μ. Κορονέλι (1708), γεωγραφικά εγχειρίδια μεταξύ των οποίων τη Γεωγραφία του Μελέτιου (1728) και την Εισαγωγή στα Γεωγραφικά και Σφαιρικά του Χρυσάνθου Νοταρά (1716) καθώς και ένα αυθεντικό αντίτυπο της Χάρτας του Ρήγα σε άριστη κατάσταση. Η δωρεά συμπληρώνεται με βιβλία και μελέτες σχετικά με τη Χαρτογραφία και, γενικότερα, τη Γεωγραφία. Το Αρχείο Χαρτογραφίας εμπλουτίζεται συστηματικά με αγορές που πραγματοποιεί το MIET.

Σύμφωνα με την επιθυμία των δωρητών, στο Αρχείο Χαρτογραφίας του Ελληνικού Χώρου παρουσιάζονται εκθέσεις με αντιπροσωπευτικά τμήματα της συλλογής και οργανώνονται εκπαιδευτικά προγράμματα για μαθητές και σπουδαστές. Μέχρι σήμερα έχουν παρουσιαστεί δύο θεματικές εκθέσεις. Η πρώτη είχε ως τίτλο Από τον Κλαύδιο Πτολεμαίο στον Γεράρδο Μερκάτορα. Η Ελλάδα με τα μάτια των χαρτογράφων του 16ου αιώνα και η δεύτερη Αιγαίου Περίπλους. Με οδηγούς τους παλιούς χαρτογράφους. Ακόμη, γίνονται οι σχετικές προετοιμασίες ώστε το σύνολο των χαρτών και των βιβλίων να είναι στη διάθεση των μελετητών. Τέλος, έχει συμφωνηθεί μεταξύ των δωρητών και του MIET, να δημοσιευτεί ο πλήρης κατάλογος των έργων του Αρχείου Χαρτογραφίας.

Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο

Το Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο, πιο γνωστό ως Ε.Λ.Ι.Α., αποτελεί τμήμα του Μορφωτικού Ιδρύματος της Εθνικής Τραπέζης, Μ.Ι.Ε.Τ., από τον Οκτώβριο του 2009. Ως βασικό στόχο έχει τη διάσωση, συλλογή, ταξινόμηση, μελέτη και έκδοση αρχειακού και έντυπου υλικού του 19ου και 20ού αιώνα το οποίο αφορά κυρίως στην ιστορική εξέλιξη και πνευματική ανάπτυξη της Ελλάδας. Παράλληλα, στοχεύει στη στήριξη της έρευνας και τη διάδοση της γνώσης και της πληροφορίας σε ένα ευρύ φάσμα πολιτιστικών και ακαδημαϊκών κατευθύνσεων. Ιδρύθηκε το 1980 και στα χρόνια της δραστηριότητάς του έχει εντοπίσει και συγκεντρώσει πολύτιμο υλικό που κάτω από διαφορετικές συνθήκες ίσως να χανόταν για πάντα.

Οι χώροι του Ε.Λ.Ι.Α.: Το Ε.Λ.Ι.Α. στεγάζεται στην Αθήνα σε ένα ιδιόκτητο πενταόροφο νεοκλασικό πολύ κοντά στη Μητρόπολη, στην οδό Αγίου Ανδρέου 5, πάροδο της οδού Αγίας Φιλοθέης, στην Πλάκα. Στο κτήριο που κτίστηκε περίπου το 1930 και καλύπτει 625 τ.μ., βρίσκονται: το τμήμα Λογοτεχνικών και Ιστορικών Αρχείων, η Βιβλιοθήκη, το Αναγνωστήριο, η συλλογή των Εφημερών και οι διοικητικές υπηρεσίες.

Το Ε.Λ.Ι.Α. από τις αρχές του 2002 επέκτεινε τους χώρους λειτουργίας του σε ένα μεσοπολεμικό κτήριο ακριβώς απέναντι από τις κυρίως εγκαταστάσεις του. Το κτήριο που βρίσκεται στον αριθμό 4 της οδού Αγίου Ανδρέου, ανήκει στη Ριζάρειο Εκκλησιαστική Σχολή και έχει παραχωρηθεί στο Ε.Λ.Ι.Α. για 35 χρόνια. Στους νέους χώρους στεγάζονται: το Φωτογραφικό Αρχείο, το Αιγυπτιακό Αρχείο, το Χαρτογραφικό Αρχείο και το Πωλητήριο.

Το Ε.Λ.Ι.Α. από το 1997 λειτουργεί και στη Θεσσαλονίκη.

Κληροδότημα Αλέξη Μινωτή εις μνήμην Κατίνας Παξινοῦ

Το Κληροδότημα Αλέξη Μινωτή εις μνήμην Κατίνας Παξινοῦ ήταν επιθυμία του Αλέξη Μινωτή και δημιουργήθηκε σύμφωνα με τους όρους που έθεσε ο ίδιος στη διαθήκη του. Το Κληροδότημα είναι κεφάλαιο αυτοτελούς διαχείρισης και υπάγεται στην εποπτεία των Υπουργείων Οικονομικών, Παιδείας και Πολιτισμού.

Το Μορφωτικό Ίδρυμα, ως διαχειριστής του Κληροδοτήματος, προκηρύσσει κατ' έτος υποτροφίες εσωτερικού και εξωτερικού για σπουδαστές από όλους τους τομείς και τις ειδικότητες της θεατρικής τέχνης, καθώς και για τεχνικούς του θεάτρου που επιθυμούν να μετεκπαιδευτούν στο εξωτερικό. Επίσης σύμφωνα με τους όρους του διαθέτη Αλέξη Μινωτή, το ΜΙΕΤ εκδίδει για λογαριασμό του Κληροδοτήματος μελέτες για την ιστορία και τη θεωρία του θεάτρου, καθώς και μεταφράσεις έργων του κλασικού ρεπερτορίου.

Ανάμεσα στις άλλες υποχρεώσεις του Κληροδοτήματος ήταν και η δημιουργία μιας αίθουσας που θα φιλοξενούσε ενθυμήματα από τη ζωή και τη σταδιοδρομία της Κατίνας Παξινοῦ, μαζί με το αρχείο και τα βιβλία της. Το Διοικητικό Συμβούλιο του Μορφωτικού Ίδρυματος αποδέχτηκε με ευγνωμοσύνη τη γενναιοδωρη αυτή προσφορά και μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα πραγματοποίησε την επιθυμία του διαθέτη. Μετά το θάνατο του Αλέξη Μινωτή, το αρχείο, τα βιβλία και τα προσωπικά του αντικείμενα περιήλθαν και αυτά στο Μορφωτικό Ίδρυμα. Έτσι η αρχική αίθουσα Παξινοῦ επεκτάθηκε, εμπλουτίστηκε και μετονομάστηκε σε Μουσείο Παξινοῦ-Μινωτή.

Μπαίνοντας στο Μουσείο έχεις την αίσθηση πως μπαίνεις σε χώρο δικό τους. Ζεστό, γεμάτο αναμνήσεις, προσωπικό. Τα επίπλά τους, το καμαρίνι της Παξινοῦ με τους καθρέφτες, τα πινέλα του μακιγιάζ, κοσμήματα από ρόλους της στο θέατρο... Όλη η προετοιμασία για την παράσταση. Δίπλα κοστούμεια από παραστάσεις ιστορικές, από αγαπημένους ρόλους: Οιδίποδας Τύραννος, 'Αμλετ.

Ο χώρος γεμίζει ασφυκτικά από αναμνήσεις. Φωτογραφίες από παραστάσεις σχεδόν μυθικές, πίνακες, το πορτραίτο της Παξινοῦ δια χειρός Τσαρούχη, εμπνευσμένο από τον Ματωμένο Γάμο, αλλά και η βεντάλια που φιλοτέχνησε ο ίδιος καλλιτέχνης για το Σπίτι της Μπερνάρντα 'Αλμπα, προσωπικά τους αντικείμενα. Επίσης κεντήματα που κέντησε η ίδια η Παξινοῦ, μετάλλια και τιμητικά διπλώματα για την

καλλιτεχνική προσφορά των δυο πρωταγωνιστών. Φυσικά δεν λείπει από το μουσείο το Όσκαρ της μεγάλης πρωταγωνίστριας για το ρόλο της Πιλάρ στην ταινία Για ποιον χτυπά η καμπάνα.

Το Αρχείο Παξινού-Μινωτή, ανοιχτό στους ερευνητές, περιέχει περισσότερους από 180 φακέλους με αποκόμματα τύπου, φωτογραφίες, αλληλογραφία, κείμενα, θεατρικά έργα, σενάρια και ρόλους της Κατίνας Παξινού και του Αλέξη Μινωτή. Υπάρχουν επίσης θεατρικά προγράμματα και οπτικοακουστικό υλικό.

Το Μουσείο Παξινού-Μινωτή είναι ένας χώρος γεμάτος θέατρο και αναμνήσεις, που ωστόσο παραμένει λειτουργικός. Στις ομαδικές μάλιστα επισκέψεις σχολείων και σπουδαστών γίνεται προβολή διαφανειών από τη θεατρική ζωή των δυο πρωταγωνιστών.

ΕΛΑΪΣ



Η ΕΛΑΪΣ δεν περιορίζεται στο ρόλο της ως επιχειρησιακή μονάδα, αλλά είναι ενεργό μέλος της κοινωνίας στην οποία αναπτύσσεται. Από την ίδρυσή της μέχρι σήμερα, δίνει προτεραιότητα στην κοινωνική της ευθύνη και αναγνωρίζει τις υποχρεώσεις της απέναντι στο κοινωνικό σύνολο που την περιβάλλει. Σέβεται τον καταναλωτή, βελτιώνει την ποιότητα ζωής του μέσα από την καθημερινή του διατροφή και το εκφράζει έμπρακτα μέσω της ασφάλειας και της υψηλής ποιότητας των προϊόντων που προσφέρει. Και όχι μόνο. Έχει ενεργό ρόλο σε δράσεις που αφορούν την εκπαίδευση, τον πολιτισμό, την αγωγή υγείας, την πρόληψη.

Πρώτοι η ΕΛΑΪΣ καθιερώνει εκπαιδευτικές ξεναγήσεις

Από το 1971 ακόμα, προσκαλεί καταναλωτές και μαθητές όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης να ξεναγηθούν και να μάθουν στους εργοστασιακούς χώρους της.

Πρότυπα εκπαιδευτικά προγράμματα στο εργοστάσιο

Η παρουσία της στον τομέα της εκπαίδευσης σηματοδοτείται από την πολύχρονη συνεργασία της με το Ελληνικό Παιδικό Μουσείο.

Κάθε χρόνο 2.000 παιδιά έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν το εργοστάσιό της και να γνωρίσουν τη διαδικασία παραγωγής του ελαιολάδου και της μαργαρίνης ΒΙΤΑΜ μέσα από πρότυπα προγράμματα που συνδυάζουν τη γνώση με την ψυχαγωγία. Τέτοιο πρόγραμμα, που απευθύνεται σε μαθητές Δημοτικών και Γυμνασίων όλης της Ελλάδας, είναι η «Μουσειοσκευή της ελιάς και του λαδιού», ένα πρόγραμμα που υλοποιείται με φορέα το Παιδικό Μουσείο, σε σχολεία σε όλη την επικράτεια.

Διάσωση ιστορικού κτιρίου

Αναπαλαίωσε τις εγκαταστάσεις του ιστορικού "ΚΕΡΑΜΕΙΚΟΥ", που βρίσκεται στις εγκαταστάσεις της, και τις προσαρμοσε στις ανάγκες του σήμερα με τη μορφή του πρότυπου εκπαιδευτικού κέντρου ΑΘΗΝΑ.

Ανάδειξη του πολιτισμού της ελιάς και του ελαιολάδου

Το 1980, επιχορήγησε την αναστήλωση ενός αρχαίου ελαιοτριβείου, που βρίσκεται στον αρχαιότερο δρόμο της Αθήνας, στην οδό Τριπόδων, στην Πλάκα.

Έργα-σταθμοί για τα 75 χρόνια της ΕΛΑΪΣ

Στα 75 χρόνια λειτουργίας της είχε ενεργό κοινωνική συμμετοχή:

- Δημιούργησε μία πλατεία-πάρκο μπροστά από το Ναό Αγίου Δημητρίου στο Νέο Φάληρο, την περιοχή όπου έχει την έδρα της η ΕΛΑΪΣ.
- Κατασκεύασε ένα σύγχρονο γυμναστήριο στις εγκαταστάσεις της - προσφορά υγείας και ψυχαγωγίας προς τους εργαζομένους.

Προσφορά στην ιστορία της ελληνικής βιομηχανίας

Το 1997, εγκαινίασε το πρώτο Ιστορικό Αρχείο εν λειτουργία επιχείρησης, στην Ελλάδα. Το αρχείο αποτελεί ανεκτίμητη συμβολή στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα των νέων και μία σπάνια προσφορά στην οικονομική, ιστορική και πολιτισμική έρευνα για τον τόπο μας.

Χορηγία έκθεσης για την ιστορία του Νέου Φαλήρου

Στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο του Ιστορικού Αρχείου της, φιλοξένησε έκθεση με θέμα: «Νέο Φάληρο (19ος-20ος αιώνας): Όψεις της ιστορίας της πόλης». Το πλούσιο αρχειακό και φωτογραφικό υλικό της έκθεσης έριξε φως σε κάθε πτυχή της κοινωνικο-οικονομικής ζωής στο Ν. Φάληρο του παρελθόντος, συνθέτοντας το ψηφιδωτό της τοπικής μικροϊστορίας. Η έκθεση έγινε στα πλαίσια των εκδηλώσεων των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς, που διοργάνωσε το Υπουργείο Πολιτισμού επισφραγίζοντας τους μακροχρόνιους δεσμούς της ΕΛΑΪΣ με την ευρύτερη κοινωνία του Ν.Φαλήρου.

Graffiti εικαστική παρέμβαση στην οδό Πειραιώς

Το 2003, στα πλαίσια των Ευρωπαϊκών Ημερών Πολιτιστικής Κληρονομιάς και υπό την αιγίδα του Δήμου Πειραιά, εγκαινιάστηκε το έργο «Η ελιά παγκόσμιο σύμβολο του αθλητισμού, της ειρήνης και του πολιτισμού». Το δημιούργημα είναι της καλλιτεχνικής ομάδας CARPE DIEM και με την αποκλειστική χορηγία της εταιρίας ΕΛΑΪΣ, κοσμεί το εξωτερικό τοιχίο της.

Πρόκειται για μια ανοικτή παρέμβαση, που αναμφισβήτητα εκπλήσσει με τον αρμονικό συνδυασμό της πρωτοποριακής και ανατρεπτικής τέχνης του graffiti με την απόδοση διαχρονικών συμβόλων, όπως είναι η ελιά και το ελαιόλαδο, πηγές έμπνευσης και ανάπτυξης της Ελλάδας από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα.

Alpha bank



Η κοινωνική ευθύνη αναπτύσσεται και εφαρμόζεται μέσα από το σύστημα αξιών, στόχων και δράσεων που διέπουν τη διακυβέρνηση της Τραπέζης. Ο άνθρωπος και ο σεβασμός των ανθρωπίνων αξιών, αποτελούν απόλυτη προτεραιότητα για την Τράπεζα. Μαζί με την αποδοτική διαχείριση των οικονομικών πόρων και τον εκσυγχρονισμό των τεχνολογικών μέσων, αποτελούν τον οδηγό κάθε συναλλαγής ή επικοινωνίας μεταξύ μας, με πελάτες, με μετόχους. Οι τρεις αυτοί παράγοντες είναι η βάση της επιτυχίας της Τραπέζης. Η Alpha Bank, στο πλαίσιο της προσφοράς της στο κοινωνικό σύνολο, μεριμνά για το ανθρώπινο δυναμικό της και το εργασιακό περιβάλλον, την προστασία της φύσεως, την κοινωνική και πολιτιστική ζωή του τόπου.

Με σκοπό τη διάσωση και διάδοση του ελληνικού πνεύματος, καθώς και την προαγωγή του πολιτισμού κατά κύριο λόγο, η Τράπεζα έχει ενεργό συμμετοχή στην

πολιτιστική ζωή με την υποστήριξη ανάλογων δραστηριοτήτων. Επί σειρά ετών η Alpha Bank εκδηλώνει έμπρακτα το ενδιαφέρον της για την Τέχνη και τον Πολιτισμό συμμετέχοντας ενεργά στην πολιτιστική ζωή και εξέλιξη του τόπου, όχι μόνο μέσω οικονομικής υποστηρίξεως ανάλογων γεγονότων αλλά και μέσω των προγραμμάτων και Συλλογών της Τραπέζης.

Η ALPHA BANK ΚΑΙ Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Για τη διάσωση και διάδοση του ελληνικού Πνεύματος, καθώς και για την προαγωγή του πολιτισμού, η Alpha Bank έχει ενεργό συμμετοχή στην πολιτιστική ζωή με την υποστήριξη ανάλογων δραστηριοτήτων. Επί σειρά ετών εκδηλώνει έμπρακτα το ενδιαφέρον της για την Τέχνη και τον Πολιτισμό όχι μόνο μέσω οικονομικής υποστηρίξεως ανάλογων γεγονότων, αλλά και μέσω των προγραμμάτων και των Συλλογών της.

Από την 5 Ιουλίου 2011 οι χρήστες του Διαδικτύου μπορούν να επισκέπτονται την ιστοσελίδα της εκθέσεως “ΜΥΘΟΣ ΚΑΙ ΝΟΜΙΣΜΑ” στις διευθύνσεις www.mythoskainomisma.gr / www.mythandcoinage.gr, η οποία εμφανίζεται στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα.

Ο επισκέπτης της συγκεκριμένης ιστοσελίδας έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει τους χώρους της εκθέσεως και στα δύο Μουσεία, να δει ορισμένα από τα εκθέματα και να πληροφορηθεί, μέσω του ημερολογίου, για εκπαιδευτικά προγράμματα και εκδηλώσεις που έχουν προγραμματισθεί. Παράλληλα μπορεί να γνωρίσει τους τρεις φορείς, το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, το Νομισματικό Μουσείο και τη Νομισματική Συλλογή της Alpha Bank, που για πρώτη φορά συνεργάζονται και οργανώνουν την περιοδική σπονδυλωτή έκθεση, η οποία θα διαρκέσει έως την 27 Νοεμβρίου 2011.

Το Νόμισμα στον Αρχαίο Ελληνικό Κόσμο, 6.7.2012-3.11.2013

Μουσείο Χαρτονομισμάτων Ιονικής Τραπέζης, Κέρκυρα

Από την Παρασκευή 6 Ιουλίου 2012, παρουσιάζεται στον Εκθεσιακό Χώρο του Μουσείου Χαρτονομισμάτων της Ιονικής Τραπέζης στην Κέρκυρα η έκθεση «Το Νόμισμα στον Αρχαίο Ελληνικό Κόσμο», η οποία διοργανώνεται από τη Νομισματική Συλλογή της Alpha Bank.

Η έκθεση αποτελεί μία περιήγηση στην ιστορία του Νομίσματος, από την εποχή της εφευρέσεώς του (τέλη 7ου/αρχές 6ου αιώνα π.Χ.) έως το τέλος της ελληνιστικής εποχής (2ος αι. π.Χ.).

Η έκθεση «Το Νόμισμα στον Αρχαίο Ελληνικό Κόσμο» ξεκινά με γραφιστικές αναπαραστάσεις, στις οποίες παρουσιάζονται οι Πρόδρομοι του Νομίσματος και ο τρόπος κατασκευής των αρχαίων νομισμάτων. Ακολουθούν η Εφεύρεση του Νομίσματος, ο Διμεταλλισμός και τα Πρώτα Νομίσματα του Ελλαδικού Χώρου. Στην τρίτη αίθουσα, αναπτύσσεται η Εξέλιξη του Νομίσματος καθ' όλη τη διάρκεια της αρχαιότητας, που διακρίνεται σε τρεις περιόδους, την αρχαϊκή, την κλασική και την ελληνιστική. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα δύο ισχυρά νομίσματα του αρχαίου κόσμου, τα τετράδραχμα των Αθηνών (αθηναϊκές γλαύκες) και τα τετράδραχμα του Μεγάλου Αλεξάνδρου (Αλεξάνδρεια τετράδραχμα), τα οποία ξεπέρασαν τα όρια της εκδότριας αρχής και χρησιμοποιούντο ευρέως στις διεθνείς συναλλαγές για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Σε ιδιαίτερο χώρο, υπάρχει ένα αφιέρωμα στην αρχαία νομισματοκοπία των Ιονίων Νήσων της Κέρκυρας, της Λευκάδος, της Κεφαλληνίας και της Ζακύνθου, με αντιπροσωπευτικές εκδόσεις.

Στην έκθεση παρουσιάζονται συνολικά 97 νομίσματα που ανήκουν στη Συλλογή της Alpha Bank. Χάρτες, σχηματικές αναπαραστάσεις, πλούσια επεξηγηματικά κείμενα και μεγεθύνσεις νομισμάτων βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση της ιστορίας του νομίσματος και προσδίδουν στην έκθεση έναν εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

Την έκθεση συνοδεύει σχετική έκδοση στην ελληνική και αγγλική γλώσσα με πλούσιο φωτογραφικό υλικό, ενώ από τον Σεπτέμβριο 2012 θα διεξάγονται στον Εκθεσιακό Χώρο του Μουσείου Εκπαιδευτικά Προγράμματα, με ειδικά σχεδιασμένο έντυπο.

Αθηναϊκές Γλαύκες, Ιούνιος 2012-Ιανουάριος 2013, Εκθεσιακός Χώρος Κεντρικού Κτηρίου Alpha Bank, Αθήναι

Η έκθεση αποτελεί αναφορά στο πιο γνωστό νόμισμα της αρχαιότητας, την «Αθηναϊκή Γλαύκα», το τετράδραχμο της πόλεως των Αθηνών, με την κεφαλή της θεάς Αθηνάς στην εμπρόσθια και τη γλαύκα στην οπίσθια όψη. Το νόμισμα αυτό ξεπέρασε τα όρια της εκδότριας αρχής και χρησιμοποιείτο ευρέως στις διεθνείς συναλλαγές για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Στην έκθεση προβάλλεται η ιστορία όλης της αργυρής νομισματοκοπίας των Αθηνών, ξεκινώντας από τα πρώτα νομίσματα που κόπηκαν περί τα μέσα του 6ου αιώνα π.Χ. Ακολουθούν οι πρώτες γλαύκες, οι γλαύκες του «Χρυσού» αιώνα του Περικλή, οι εκδόσεις του 4ου και 3ου αιώνα π.Χ. και τα Στεφανηφόρα ή «Τετράδραχμα Νέας Τεχνοτροπίας» του 2ου και του 1ου αιώνα π.Χ., με τα οποία φθάνει στο τέλος της η αθηναϊκή νομισματοκοπία. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι αθηναϊκές απομιμήσεις, δηλαδή νομίσματα που εκδόθηκαν από ξένους δυνάστες και από περιοχές απομακρυσμένες και τα οποία χρησιμοποιούν ως πρότυπο τις αθηναϊκές γλαύκες.

Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στο αθηναϊκό δεκάδραχμο, ένα από τα πιο σπουδαία νομίσματα της αρχαιότητας, που παρουσιάζει τους ίδιους εικονογραφικούς τύπους με αυτούς των τετραδράχμων, με ορισμένες ωστόσο βασικές διαφορές.

Στο τέλος της εκθέσεως, παρατίθενται νομίσματα της νεώτερης Ελλάδος έως και το κέρμα του ενός Ευρώ, στα οποία επιβιώνουν στοιχεία της αθηναϊκής γλαύκας.

Την έκθεση συνοδεύει σχετικό έντυπο στην ελληνική και αγγλική γλώσσα, με πλούσιο φωτογραφικό υλικό.

ΕΚΔΟΣΕΙΣ κ.ά.

SNG Greece 6. The Alpha Bank Numismatic Collection. From Thessaly to Euboea, 2011, Αγγλικά, Δήμητρα Τσαγκάρη, ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ ΑΘΗΝΩΝ

Ο παρών τόμος παρουσιάζει 1.005 νομίσματα της Συλλογής της Alpha Bank, που προέρχονται από τη Δυτική και Κεντρική Ελλάδα, από τη Θεσσαλία έως και την Εύβοια. Περιλαμβάνει 82 εκδότριες αρχές, πόλεις, ηγεμόνες και ομοσπονδίες, οι οποίες παρουσιάζουν μία πλούσια και πολύ ενδιαφέρουσα νομισματοκοπία.

Ο αρχιτέκτων Κώστας Μανουηλίδης

Εκθεσιακός Χώρος Κεντρικού Κτηρίου Alpha Bank Πεσμαζόγλου 12-14 ΑΘΗΝΑΙ

Τον Ιούλιο 2011- Δεκέμβριος 2011 παρουσιάστηκε στον Εκθεσιακό Χώρο του Κεντρικού Κτηρίου της Τραπέζης έκθεση αφιερωμένη στο έργο του αρχιτέκτονος Κώστα Μανουηλίδη.

Η πραγματοποίησή της αποτελεί την ελάχιστη οφειλόμενη τιμή και αναγνώριση στον αρχιτέκτονα, του οποίου το έργο συνδέθηκε στενά με τον σχεδιασμό, την κατασκευή και τη διαμόρφωση πολλών Κτηρίων και Καταστημάτων της Alpha Bank, για περίπου τέσσερις δεκαετίες.

Εντούτοις, η αρχιτεκτονική δραστηριότητα του Κώστα Μανουηλίδη είναι σημαντικά ευρύτερη και εκτείνεται πολύ πέραν του έργου του για την Alpha Bank. Επόμενο λοιπόν είναι ο περιορισμένος χώρος της εκθέσεως να οδηγήσει σε μία αυστηρή επιλογή έργων αντιπροσωπευτικών, κατά το δυνατόν, αυτής της πολύχρονης πορείας.

BOISSONNAS - ΕΙΚΟΝΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, ΣΥΛΛΟΓΗ ΡΙΖΑΡΕΙΟΥ ΙΔΡΥΜΑΤΟΣ

Την έκθεση συνδιοργάνωσε η Alpha Bank, η Πρεσβεία της Ελβετίας και το Ριζάρειο Ίδρυμα, στο οποίο και ανήκει το υλικό της εκθέσεως. Ο Ελβετός Fred Boissonnas (1858-1946), ο επιφανέστερος γόνος της γνωστής “δυναστείας φωτογράφων” της Γενεύης, έχει συνδέσει το όνομά του με την Ελλάδα.

Από το 1903 που πρωτογνώρισε τη χώρα μας, η ζωή του καθορίστηκε και φωτίστηκε από τη μαγεία της. Επί 30 και πλέον έτη, όχι μόνον ως φωτογράφος αλλά και ως συγγραφέας, εικονογράφος και εκδότης βιβλίων με θέματα από την Ελλάδα, απετέλεσε έναν από τους καλύτερους “πρεσβευτές” μας, αποκαλύπτοντας και προβάλλοντας στην Ευρώπη και σε ολόκληρο τον κόσμο, με τη σπάνια αισθαντικότητα και τη μοναδική τεχνική του στη φωτογραφία, τα γεμάτα φως τοπία μας, τα λαμπρά αρχαία μνημεία και τη ζωντανή καθημερινότητα του λαού μας.

Οι λήψεις των 75 φωτογραφιών που εκτέθηκαν, έγιναν κατά τη διάρκεια των τριών ταξιδιών που πραγματοποίησε ο Fred Boissonnas στην Ελλάδα. Το πρώτο ταξίδι πραγματοποιήθηκε το 1903 και είχε ως αφετηρία την Κέρκυρα, το δεύτερο το 1907-8 και το τρίτο το 1911-13, στο οποίο μαζί με τον ομηριστή *Walter B* περιηγήθηκαν τα μέρη από όπου πέρασε ο Οδυσσέας, προκειμένου να τα ταυτίσουν και να τα αποτυπώσουν φωτογραφικά.

Οι παραπάνω εκθέσεις, εκδηλώσεις και εκδόσεις είναι ενδεικτικές μόνο του έργου της τράπεζας Alpha Bank στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της με στόχο τον πολιτισμό.

ΟΠΑΠ



Το 1958, ξεκινώντας ως ένα εγχείρημα πόρων χρηματοδότησης της ανάπτυξης του αθλητισμού, ο Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου, με μοναδικό παιχνίδι το ΠΡΟΠΟ, πέτυχε, στις δεκαετίες που μεσολάβησαν, τους στόχους του, κτίζοντας στάδια, γήπεδα, γυμναστήρια και ενισχύοντας οικονομικά τόσο το ποδόσφαιρο, όσο και τα άλλα αθλήματα ανά την Ελλάδα. Με αυτό τον τρόπο έκτισε στη συνείδηση των Ελλήνων το όνομα του, ως συνώνυμο της προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο.

Από το 2000 ο ΟΠΑΠ μετεξελίχθηκε στην ΟΠΑΠ Α.Ε. και πολύ γρήγορα έγινε μια από τις ισχυρότερες εταιρείες του κλάδου τυχερών παιχνιδιών στον κόσμο. Εμπλούτισε την γκάμα των παιχνιδιών που προσφέρει στην αγορά, τα οποία αγκαλιάστηκαν από τους Έλληνες χάρη στην ποικιλία, το ενδιαφέρον και κυρίως την εγκυρότητά τους, τα οποία αποτέλεσαν μοχλό της εντυπωσιακής ανάπτυξής της, αλλά και πηγή χρηματοδότησης της διαρκώς διευρυνόμενης κοινωνικής της προσφοράς. Προσφορά η οποία μεταφράζεται κάθε χρόνο σε ουσιαστικά έργα-παρεμβάσεις, με συγκεκριμένα αποτελέσματα στους τομείς του Πολιτισμού, της Παιδείας, της Υγείας, του Περιβάλλοντος, φυσικά και του Αθλητισμού, δηλαδή συνολικά υπέρ της Κοινωνίας.

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

- Υπεύθυνη επιχειρηματική δραστηριότητα
- Μεγιστοποίηση του κοινωνικού μερίσματος

Ενδεικτικές δράσεις

Ο κατάλογος των έργων και δράσεων που στηρίζει η ΟΠΑΠ Α.Ε. μακραίνει διαρκώς. Σε κάθε περίπτωση επιδιώκεται να υπάρχουν έργα και δράσεις με ουσιαστικό αποτέλεσμα. Ενδεικτικά αναφέρουμε έργα και δράσεις που στήριξε, μεταξύ άλλων, τα τελευταία χρόνια η ΟΠΑΠ Α.Ε.

Στον Πολιτισμό,

- την ανακατασκευή και διαμόρφωση των χώρων του κτιρίου του Ωδείου Αθηνών για τη στέγαση του Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης (2008),
- την αποπεράτωση του κλειστού αμφιθεάτρου πολλαπλών χρήσεων του Σικιαρίδειου Ιδρύματος Απροσάρμοστων Παιδιών (2008),
- την κατασκευή του στεγάστρου και την διαμόρφωση του χώρου της Σχολής του Αριστοτέλη (2009),
- την κάλυψη δαπάνης έργων ενοποίησης αρχαιολογικών χώρων μέσω του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων (2009),
- στήριξη της διοργάνωσης του 51ου Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης (2010),
- την περιοδεία εννέα θεατρικών θιάσων νέων δημιουργών σε δεκάδες πόλεις της χώρας κατά τους χειμερινούς μήνες (2011), κ.α.