



ΤΕΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ

ΕΥΘΥΝΗ

ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

ΣΥΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:

ΣΤΥΛΙΑΝΑΚΗ ΣΤΕΦΑΝΙΑ



ΜΑΡΤΙΟΣ, 2011

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να εξετάσει και να μελετήσει τα χαρακτηριστικά και τις αντιλήψεις των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα, καθώς, και τις επιπτώσεις, τάσεις που δημιουργούνται. Το γενικό συμπέρασμα είναι ότι ενώ αρχικά οι επιχειρήσεις σκόραραν χαμηλά στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, σήμερα, ένα μεγάλο ποσοστό υποστηρίζει το θεσμό αυτό, λαμβάνοντας μέρος σ' αυτό και οι πολίτες-καταναλωτές.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	2
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	5
Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΚΕ	5
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ	6
1.3 ΟΡΙΣΜΟΙ	9
1.4 ΑΠΟΨΕΙΣ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	12
1.4.1. Η κλασσική άποψη	13
1.4.2. Η κοινωνικοοικονομική άποψη	14
1.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	16
1.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	18
1.7. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ :	19
Τα Δυο κύρια πεδία	19
1.7.1 Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	20
1.7.2. Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	20
ΟΙ ΒΑΘΜΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΕΚΕ	20
2.1 ΒΑΘΜΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	21
2.1.1. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ	22
2.1.2. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	24
2.1.3. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	25
2.2. ΤΟΜΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	27
2.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ	31
2.3.1 Η ΦΑΣΗ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ	31
2.3.2 Η ΦΑΣΗ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	34

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	36
ΗΘΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	36
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	36
3.2 ΦΙΛΟΣΟΦΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΟΥ ΤΟΝΙΖΟΥΝ ΤΟΥΣ ΗΘΙΚΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ	37
3.3 ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΗΘΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ	39
3.4 ΟΦΕΛΗ ΠΟΥ ΠΗΓΑΖΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	40
3.5 Η ΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	43
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ	43
4.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	43
4.2 ΑΞΙΟΠΙΣΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ-ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ	44
4.3 ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	45
4.4 ΑΛΛΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	52
Η ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ	52
5.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	52
5.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ CSR 2010	65
5.2.1 ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	66
5.2.2 ΤΙΜΩΡΙΑ ΜΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	67
5.2.3 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	68
5.2.4 ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ	69
5.2.5 ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΟΙ ΠΟΛΙΤΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ	70
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	71
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	73
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	73
ΔΙΕΘΝΗΣ	73
ΤΥΠΟΣ	73
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	73
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'	74
«ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ BEST WORKPLACES 2011»	74

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μια αρχή που ταιριάζει στην οικονομία, της ελεύθερης αγοράς, όπου όμως η επιδίωξη του ατομικού κέρδους δεν γίνεται σε βάρος της συλλογικής ή κοινωνικής ευημερίας ούτε σε βάρος των επόμενων γενεών. Αντίθετα, η επιδίωξη του κέρδους είναι συμβατή με δραστηριότητες που βελτιώνουν τη θέση των εργαζομένων, προωθούν την αξιοπρέπεια του ατόμου, ενισχύουν την προστασία του περιβάλλοντος και λαμβάνουν υπόψη τους το μέλλον των επόμενων γενεών. Είναι δηλαδή, μια νέα αντίληψη στη νέα εποχή για την οποία δεν υπάρχει ένας κοινός ορισμός, η οποία όμως κερδίζει συνεχώς έδαφος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΚΕ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

« Οι καλοί άνθρωποι δεν χρειάζονται νόμους για να ενεργούν υπεύθυνα, ενώ οι κακοί άνθρωποι θα βρουν τρόπους να τους παρακάμψουν».

Πλάτωνας

Η συγκρότηση της κοινωνίας και η συμβίωση μέσα σ' αυτή , στηρίζεται σε ένα πολυδιάστατο πλέγμα κανόνων και σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των μελών της και διέπουν την συμπεριφορά τους. Μία σημαντική προϋπόθεση για τη στήριξη και την ομαλή λειτουργία μιας κοινωνίας αποτελεί η αρμονικότητα των σχέσεων, η οποία εκφράζεται και αξιολογείται με το βαθμό στον οποίο επικρατεί λογική αντιστοιχία δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των μελών πνεύμα αλτρουισμού και ειρηνικής συνύπαρξης και συνεργασίας. Κάθε μέλος αναγνωρίζεται ως φορέας βασικών δικαιωμάτων, όπως είναι το δικαίωμα της ζωής, της ελευθέριας, της εργασίας και της εξασφάλισης ίσων ευκαιριών ανάπτυξης και ευημερίας.

Καθήκον της κοινωνίας, ως συνόλου, αποτελεί η κατοχύρωση και η προστασία των δικαιωμάτων κάθε μέλους το οποίο, σε αντιστάθμισμα, επιφορτίζεται

με την υποχρέωση για πρόσφορα προς το κοινωνικό σύνολο ανάλογη με τις δυνατότητες του.

Η επιχείρηση παρά το γεγονός ότι δεν έχει φυσική υπόσταση ανάλογη με εκείνη του ατόμου είναι εντούτοις αυτοτελής οντότητα και διαθέτη δική της φυσιογνωμία και δική της κοινωνική παρουσία. Η δραστηριότητα και η συμπεριφορά της, βεβαίως εκφράζονται δια των στελεχών της. Η βούληση όμως των στελεχών της η εκφραζόμενη στα πλαίσια της εκτέλεσης των καθηκόντων τους, είναι βούληση της ίδιας της επιχείρησης ως ιδεατής, πλην όμως κοινωνικά και κατά κανόνα και νομικά αναγνωρισμένης ως υπαρκτής, οντότητας. Ομοίως, η δραστηριότητα και η συμπεριφορά των στελεχών αποτελεί δραστηριότητα και συμπεριφορά της επιχείρησης. δηλαδή η επιχείρηση αποτελεί ενεργό μέλος της κοινωνίας, αναπτύσσει δραστηριότητες και δημιουργεί σχέσεις εντός αυτής, υφίσταται την επίδρασή της και επιδρά η ίδια επ' αυτής.

Σε τελική ανάλυση, απολαμβάνει κοινωνικών δικαιωμάτων ανάλογων προς εκείνα των ατόμων και ως εκ τούτου αναλαμβάνει, σε ανταπόδοση, αντίστοιχες υποχρεώσεις και ευθύνες.

1.2 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ

Η δυσκολία διαμόρφωσης ενός κοινά αποδεκτού ορισμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης – ΕΚΕ (γνωστή ως Corporate Social Responsibility ή CRS) από τις επιχειρήσεις αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο αυτή έχει αναπτυχθεί. Κατά τη γνώμη ορισμένων, προήλθε από την εταιρική φιλανθρωπία με έμφαση στην κοινωνική βελτίωση. Κατά τη γνώμη άλλων, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μια πολύ ευρύτερη έννοια και σχετίζεται άμεσα με την αειφόρο ανάπτυξη που εισήχθη από τα ανώτατα στελέχη των Ηνωμένων Εθνών στη σύσκεψη του Rio De Janeiro το 1992.

Οι Panayiotou et al. σε πολύ πρόσφατη μελέτη τους (2009) κατηγοριοποίησαν τους ορισμούς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε τρεις κατηγορίες με βάση ισάριθμες σχετιζόμενες οπτικές :

- Σκεπτικιστική οπτική : Υιοθετεί μια επιφυλακτική στάση και αντιμετωπίζει κριτικά την ΕΚΕ. Με βάση αυτή την οπτική, ο πιο σημαντικός στόχος της

Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι να παρέχει όσο το δυνατό περισσότερο πλούτο στους μετόχους της επιχείρησης, και μέσω της επίτευξης αυτού του στόχου, θεωρεί ότι εξυπηρετεί ένα κομμάτι της κοινωνίας.

- Ουτοπική οπτική : Αντικατοπτρίζει την ιδέα ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ηθική υποχρέωση απέναντι σε όλους τους εμπλεκόμενους με την επιχείρηση, και όχι μόνο στους μετόχους της, να τους ωφελούν με οποίο τρόπο μπορούν.
- Ρεαλιστική οπτική : Συγκεντρώνει την μεγαλύτερη αποδοχή στον επιστημονικό αλλά και στον επιχειρηματικό χώρο. Με βάση αυτή την οπτική, η ΕΚΕ είναι η διαχείριση του αντίκτυπου της λειτουργίας μιας επιχείρησης τόσο στους άμεσους όσο και στους έμμεσους εμπλεκόμενους με αυτήν, άρα στην κοινωνία στην οποία λειτουργεί και αναπτύσσεται.

Ένας μεγάλος αριθμός ακαδημαϊκών έχουν δημοσιευτεί σχετικά με τον εννοιολογικό προσδιορισμό και τα χαρακτηριστικά στοιχεία που προσδιορίζουν την ΕΚΕ κατά τα τελευταία 30 χρόνια. Παρά την ποικιλία των ορισμών, ίσως, ο πιο ευρέως αποδεκτός εννοιολογικός προσδιορισμός αναφέρεται, αναφορικά με τον επιστημονικό αλλά και τον επιχειρηματικό χώρο είναι αυτός του Archie Carroll, ο οποίος θεωρεί την ΕΚΕ ως μια σύνθεση που αφορά τέσσερις διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας της κοινωνίας των σχέσεων (Carroll,1979,1991) :

1. Οικονομικές Προσδοκίες : Οι εταιρίες έχουν τους μετόχους, οι οποίοι αποζητούν ένα εύλογο κέρδος από τις επενδύσεις τους, έχουν τους εργαζόμενους, που θέλουν ασφαλή και δίκαια αμειβόμενη εργασία, τους πελάτες, οι οποίοι ζητούν καλής ποιότητας προϊόντα σε εύλογη τιμή, κ.λπ. Σύμφωνα με τον αριθμό των επιχειρήσεων, αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο έχουν συσταθεί οι επιχειρήσεις στην κοινωνία και πρωταρχική τους ευθύνη αποτελεί η ορθή λειτουργία τους ως οικονομική μονάδα για να παραμείνουν στο επιχειρηματικό χώρο. Όλες οι δευτερεύουσες ευθύνες κατατάσσονται στο πεδίο της ΕΚΕ. Σύμφωνα με τον Carroll, η ικανοποίηση των οικονομικών ευθυνών είναι, συνεπώς, βασική προϋπόθεση από το σύνολο επιχειρήσεων.
2. Νομικές Προσδοκίες : Η ευθύνη των εταιριών σε σχέση με τον νόμο απαιτεί να τηρούν τους όρους και να “ παίζουν με τους κανόνες της, παιχνίδι ”. Ο Carroll υποδηλώνει ότι η ικανοποίηση των νομικών ευθυνών απαιτείται απ’ όλες τις εταιρίες που επιδιώκουν να είναι κοινωνικά υπεύθυνες.

3. Ηθικές Προσδοκίες : Η ευθύνη αυτή υποχρεώνει τις εταιρίες να κάνουν ότι είναι σωστό, δίκαιο και εύλογο, ακόμη και όταν δεν είναι υποχρεωμένες από το νομικό πλαίσιο. Ο Carroll υποστηρίζει ότι οι ηθικές ευθύνες, ως εκ τούτου, αποτελούνται απ' ότι γενικά αναμένει η κοινωνία πέρα από τις οικονομικές και νομικές προσδοκίες.
4. Φιλανθρωπικές Προσδοκίες : Το τέταρτο επίπεδο της ΕΚΕ εξετάζει το φιλανθρωπικό κομμάτι των επιχειρήσεων. Αυτή η πτυχή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αντιμετωπίζει μια μεγάλη ποικιλία ζητημάτων, συμπεριλαμβανομένων των δωρεών σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, των επενδύσεων υποδομών αναψυχής για τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους, την υποστήριξη τοπικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, ή των τεχνών και της χορηγίας αθλητικών εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τον Carroll οι φιλανθρωπικές προσδοκίες είναι απλώς επιθυμητές από τις επιχειρήσεις.

The Pyramid of Corporate Social Responsibility



Source: Carroll (1996)

Σχήμα 1. « Η Πυραμίδα της ΕΚΕ»

1.3 ΟΡΙΣΜΟΙ

Εδώ και δεκαετίες τα λόγια που ακούγονται για την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων πληθαίνουν. Παρ' όλα αυτά η κοινωνική ευθύνη είναι μια έννοια που πολλοί θεωρούν ότι δεν μπορεί να ορισθεί με ακρίβεια. Ακούγονται ορισμοί διάφοροι και συχνά αντιφατικοί, γεγονός που επιτείνει τις δυσκολίες των επιχειρήσεων και των άλλων οργανισμών να συγκεκριμενοποιήσουν την ευθύνη αυτή και δίνει το δικαίωμα σε πολλά στελέχη να αποφύγουν την ενασχόλησή τους με θέματα αυτής της μορφής.

Η συζήτηση για την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων αρχίζει να αποκτά ιδιαίτερη σημασία από την εποχή που πρωτάρχισαν οι μεγάλες βιομηχανικές ανακατατάξεις, όταν ο κόσμος άρχισε, από τα μέσα του περασμένου αιώνα να βλέπει, να θεμελιώνονται τεράστια βιομηχανικά συγκροτήματα δίπλα σε φτωχοσυνοικίες και να βλέπει την εκμετάλλευση των εργαζομένων να μαστίζει τις πόλεις και την αδιαφορία των επιχειρηματιών για το κοινό. Όσο και αν φαίνετε περίεργο, μέσα στον αιώνα που πέρασε αντιλαμβάνεται κανείς να έχουν επιβιώσει από τη μια μεριά η στυγνή αντίληψη ότι η επιχείρηση ενδιαφέρεται μόνο για το κέρδος και από την άλλη μεριά η γαλούχηση των εργαζόμενων με συνθήματα που ανταποκρίνονται σ' αυτή την αντίληψη, ανεξάρτητα αν σε πολλές περιπτώσεις έχει μουσειακή αξία.

Η πρώτη περιεκτική προσέγγιση στη σύγχρονη κοινωνική ευθύνη εποχής αναγγέλθηκε το 1953 με τη δημοσίευση των βιβλίων περί κοινωνικής ευθύνης του Howard R. Bowen's του επιχειρηματία. Το Bowen θεώρησε ότι η δημόσια ευθύνη, οι κοινωνικές υποχρεώσεις και η επιχειρησιακή ηθική ήταν συνώνυμα για την κοινωνική ευθύνη και περιέγραψαν τις κοινωνικές ευθύνες όρου των επιχειρηματιών όπως :

- “[Κοινωνική Ευθύνη] αναφέρεται στην υποχρέωση των επιχειρηματιών ν' ακολουθήσει εκείνες τις πολιτικές, να λάβει εκείνες τις αποφάσεις, ή ν' ακολουθήσει εκείνες τις γραμμές δράσης που είναι επιθυμητές από την άποψη των στόχων και των τιμών της κοινωνίας μας.”

Άλλοι ορισμοί τονίζουν τη δέσμευση των επιχειρήσεων σε αρχές «ηθικής» συμπεριφοράς, ωστόσο οι περισσότεροι ορισμοί συμφωνούν πως η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση λαμβάνει υπ' όψιν τα ζητήματα που προκύπτουν από τη λειτουργία της σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη, τα δικαιώματα και την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και την ευρύτερη κοινωνία μέσα στην οποία η δραστηριοποιείται.

- «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης, να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα να βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, καθώς επίσης και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα».

Κατόπιν της έρευνας για την ΕΚΕ, σε διεθνές επίπεδο, ο ορισμός επαναπροσδιορίστηκε ως εξής :

- « Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και να προσπαθούν μαζί με τους εργαζόμενους, τις οικογένειες τους, την τοπική κοινωνία γενικότερα, να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους».

Η διαφορετικότητα των ορισμών συνδέεται με την διαφορετική φιλοσοφία, τον διαφορετικό ρυθμό ανάπτυξης κάθε χώρας, τις διαφορετικές προτεραιότητες που υπάρχουν στις διάφορες περιφέρειες.

Οι παρακάτω ορισμοί αντικατοπτρίζουν την ποικιλία των προσεγγίσεων της :

- « Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους, με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη».[Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Πράσινη βίβλος,2001].

Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητες της. Ο αγγλικός όρος είναι Stakeholders, δηλαδή αυτοί που κρατούν – έχουν ενδιαφέρον.

Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι σε μια επιχείρηση είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι δανειστές – πιστωτές (τράπεζες). Έμμεσα ενδιαφερόμενοι είναι, το Κράτος, οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται μια επιχείρηση, οι ομάδες πίεσης (pressure groups), για παράδειγμα οι ακτιβιστές, διαδηλωτές κ.α. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, τόσο τα άμεσα όσο και έμμεσα, και να ξεκινήσει μια ουσιαστική διαδικασία διαλόγου πριν καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της όσον αφορά την Εταιρική κοινωνική της ευθύνη.

- « Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικιοθελής 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 όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους ». [Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη].
- « 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].

- « Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση της ηγεσίας μιας επιχείρησης για θεμελιώδεις αξίες και αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών. Είναι η υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας ». [Ολλανδία].
- « 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 ανάπτυξη της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της : εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα ». [Novethic Ερευνητικό Κέντρο Γαλλίας,2001]

Παρ' όλους τους διαφορετικούς ορισμούς υπάρχουν **τρία σημεία** για τα οποία υπάρχει κοινός παρανομαστής.

Το ένα είναι ο **εθελοντικός χαρακτήρας** της Ε.Κ.Ε. όπου όλες οι δράσεις που οι εφαρμόζουν οι εταιρίες είναι πέρα από το νόμο.

Το δεύτερο είναι η **στενή σχέση** της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και

Το τρίτο ότι είναι **στρατηγική επιλογή** της επιχείρησης και όχι απλά μια δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

1.4 ΑΠΟΨΕΙΣ ΣΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Λίγοι όροι έχουν οριστεί με τόσους διαφορετικούς τρόπους όσους η ‘ κοινωνική ευθύνη ’. Μερικές από τις πιο δημοφιλείς σημασίες είναι ‘ αποκλειστικά δημιουργία κερδών ’, ‘δραστηριότητα με στόχους πέραν της επίτευξης κέρδους’,

‘εθελοντικές εργασίες’, ‘ενδιαφέρον για το ευρύτερο κοινωνικό σύστημα’ και ‘κοινωνική ανταπόκριση’. Ωστόσο η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι ένα θέμα για το οποίο οι απόψεις των συγγραφέων και θεωρητικών του μάνατζμεντ διαφέρουν αισθητά. Οι απόψεις αυτές εκφράζονται κυρίως, μέσα από το έργο δύο συγγραφέων, του κατόχου βραβείου Νόμπελ Οικονομίας Dr.Milton Friedman (1931) και του Dr.Keith Davis (1918) του Πανεπιστημίου της Αριζόνας. Από τη μία πλευρά, υπάρχει η κλασική ή η καθαρά οικονομική άποψη ότι η μόνη κοινωνική ευθύνη του μάνατζμεντ είναι η μεγιστοποίηση των κερδών. Από την άλλη πλευρά, έχουμε την κοινωνικοοικονομική άποψη, η οποία υποστηρίζει ότι η ευθύνη του μάνατζμεντ είναι πέρα από την επίτευξη του κέρδους και συμπεριλαμβάνει την προστασία και την ανάπτυξη της κοινωνίας.

1.4.1. Η ΚΛΑΣΣΙΚΗ ΑΠΟΨΗ

Εξέχων υποστηρικτής της άποψης αυτής, είναι ο οικονομολόγος και νομπελίστας **Milton Friedman**, ο οποίος υποστηρίζει ότι οι περισσότεροι managers είναι επαγγελματίες, που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις που διοικούν δεν τους ανήκουν αλλά στην ουσία είναι εργαζόμενοι υπεύθυνοι απέναντι στους μέτοχους όπου βασική τους προτεραιότητα είναι να διοικούν την επιχείρηση προς όφελος των μετόχων. Το όφελος αυτό κατά τον Friedman είναι ένα και μοναδικό : το οικονομικό κέρδος.

Όταν οι managers αποφασίσουν να ξοδέψουν τους πόρους της επιχείρησης για το κοινωνικό καλό, τότε ουσιαστικά υπονομεύεται ο μηχανισμός της αγοράς. Βάση της συγκεκριμένης άποψης τότε κάποιος θα πρέπει να πληρώσει τα έξοδα των κοινωνικών δραστηριοτήτων, και αυτοί θα είναι είτε οι ίδιοι οι μέτοχοι, των οποίων τα κέρδη θα μειωθούν, είτε οι ίδιοι οι εργαζόμενοι, μειώνοντας τους τις αμοιβές και τα επιδόματα. Επίσης υπάρχει και μια τρίτη περίπτωση για να καλυφθούν οι κοινωνικές αυτές ενέργειες, να αυξηθούν οι τιμές των προϊόντων της επιχείρησης έχοντας όμως ως αποτέλεσμα την επιβάρυνση των καταναλωτών. Αν όμως, οι καταναλωτές δεν ανταποκριθούν στην αύξηση των τιμών τότε ίσως η επιχείρηση να μην καταφέρει να επιβιώσει, με αποτέλεσμα να ζημιωθούν όλοι οι παράγοντες της.

Ο Friedman υποστηρίζει ότι αν οι επαγγελματίες managers επιζητούν οτιδήποτε άλλο πέραν του κέρδους αυτόματα καθιστούν τους εαυτούς τους ανίκανους να ασκήσουν την πολιτική της επιχείρησης. Επιπλέον, διερωτάται αν οι managers

γνωρίζουν πως θα πρέπει να είναι η κοινωνία και θεωρεί ότι αυτό είναι το θέμα για το οποίο καλούνται ν' αποφασίσουν οι πολιτικοί.

Το επιχείρημα του Friedman γίνεται καλύτερα κατανοητό με τη χρήση της μικροοικονομίας. Αν οι κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις προσθέτουν στην άσκηση της επιχειρηματικότητας, εκείνα τα κόστη είτε πρέπει να περάσουν στον καταναλωτή με τη μορφή υψηλότερων τιμών ή να απορροφηθούν από τους μετόχους με αποτέλεσμα τη μείωση των κερδών. Αν το management αυξήσει τις τιμές σε μια ανταγωνιστική αγορά, θα επέλθει μείωση των πωλήσεων. Σε μια καθαρά ανταγωνιστική αγορά όπου οι ανταγωνιστές δεν έχουν συμπεριλάβει τα κόστη της κοινωνικής ευθύνης, οι τιμές δεν μπορούν ν' ανέβουν χωρίς να ζημιωθεί ολόκληρη η αγορά. Μια τέτοια κατάσταση σημαίνει ότι τα κόστη πρέπει ν' απορροφηθούν από την επιχείρηση, πράγμα το οποίο οδηγεί σε χαμηλότερα κέρδη.

Η κλασική άποψη επίσης υποστηρίζει ότι υπάρχουν πιέσεις σε μια ανταγωνιστική αγορά ώστε να επενδυθούν τα κεφάλαια εκείνα που θα επιφέρουν καλύτερη απόδοση. Αν η κοινωνικά υπεύθυνη δεν μπορεί να μεταβιβάσει τα υψηλότερα κοινωνικά της κόστη στους καταναλωτές και πρέπει να τα απορροφήσει εσωτερικά, θα δημιουργήσει μία χαμηλότερη κλίμακα απόδοσης. Τα επενδυτικά κεφάλαια θα μεταφερθούν από τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες σ' εκείνες που δεν είναι, επειδή οι τελευταίες θα έχουν υψηλότερα κέρδη. Αυτό ίσως να σημαίνει ακόμα, ότι αν όλες οι εταιρίες σε μια συγκεκριμένη χώρα, όπως για παράδειγμα οι Η.Π.Α ,επιβαρυνθούν με επιπρόσθετα κοινωνικά κόστη, η επιβάρυνση ολόκληρης της εγχώριας βιομηχανίας θα μπορούσε ν' απειληθεί από εξωτερικούς ανταγωνιστές, οι οποίοι επιλέγουν να μην επωμιστούν αυτά τα κοινωνικά κόστη.

Ωστόσο η άποψη του M.Friedman αγνοεί τις υπόλοιπες επιδράσεις που ασκούν οι επιχειρήσεις στο κοινωνικό σύνολο και την ευθύνη που θα πρέπει να έχει η επιχείρηση ως κοινωνικός εταίρος, κάτι που απαιτείται από άλλους εταίρους όπως πολιτικές, συνδικαλιστικές οργανώσεις και άλλα.

1.4.2. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΠΟΨΗ

Η άποψη αυτή πρεσβεύει ότι οι καιροί έχουν αλλάξει και μαζί αυτούς και οι προσδοκίες της κοινωνίας από τις επιχειρήσεις και αυτό λαμβάνεται σοβαρά υπόψη στην κατάρτιση των επιχειρήσεων. Οι κυβερνήσεις δίνουν προνόμια στις

επιχειρήσεις, όμως όπως τα παραχωρεί μπορεί και να τα στερήσει ανά πάσα στιγμή. Έτσι οι εταιρίες δεν είναι ανεξάρτητες οντότητες, αλλά έχουν υποχρεώσεις προς την πολιτεία που της δημιουργεί και τις ενισχύει. Στο πλαίσιο της οπτικής αυτής οι επιχειρήσεις δεν δικαιολογούνται όταν ενεργούν εις βάρος του περιβάλλοντος ή αποκρύπτουν πληροφορίες που αφορούν το κοινωνικό σύνολο.

Πραγματικό παράδειγμα αποτελεί η υπόθεση της Manville Corporation η οποία πριν 50 χρόνια είχε δικαστεί για την απόκρυψη στοιχείων, ότι ένα από τα προϊόντα της, το asbestos, προσέβαλε τους πνεύμονες των εργαζομένων της με αποτέλεσμα πολλοί απ' αυτούς να οδηγηθούν στον θάνατο. Η επιχείρηση ήταν αναγκασμένη να κηρύξει πτώχευση το 1982 ώστε να προστατευθεί από τις πιθανές αγωγές για το asbestos, και το 1988 που ανάκαμψε από τη χρεοκοπία, για ν' αποζημιώσει τα θύματα δημιούργησε ένα λογαριασμό στον οποίο θα δεσμεύονταν ποσά από τα ετήσια εισοδήματα της μέχρι το 2015. Αυτό είναι ένα παράδειγμα για το τι μπορεί να κάνει το management όταν επιδιώκει την δημιουργία κέρδους βραχυχρόνια. Πολλοί εργαζόμενοι πέθαναν, οι μέτοχοι έχασαν μεγάλα χρηματικά ποσά και μια ισχυρή εταιρεία υποχρεώθηκε να αναδιοργανωθεί.

Οι υποστηρικτές της κοινωνικοοικονομικής άποψης δέχονται ότι πρέπει να επιδιώκουν τη μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά ως προς τον χρονικό ορίζοντα, υπογραμμίζουν ότι αυτό πρέπει να γίνεται μακροχρόνια. Οι επιχειρήσεις για να το κάνουν αυτό θα πρέπει ν' αποδεχτούν ορισμένες κοινωνικές ευθύνες και τα κόστη που θα συμπεριλάβουν. Πρέπει να προστατέψουν το κοινωνικό καλό με το να μη μολύνουν το περιβάλλον, να μην κάνουν διακρίσεις, αντιθέτως, να παίζουν ένα ακτιβιστικό ρόλο στη βελτίωση της κοινωνίας με το να ενσωματωθούν στην κοινωνία και να συνεισφέρουν σε φιλανθρωπικούς σκοπούς.

Ένας ισχυρός συνήγορος της κοινωνικής ευθύνης, ο **Keith Davis**, υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις έχουν κοινωνική ευθύνη. Συγκεκριμένα, πιστεύει ότι η κοινωνική ευθύνη είναι αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής δύναμης και, επειδή οι επιχειρήσεις είναι η ισχυρότερη δύναμη στη σύγχρονη κοινωνία έχουν την υποχρέωση να αναλαμβάνουν την αντίστοιχη κοινωνική ευθύνη. Επιπλέον πιστεύει ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να δέχονται τους κοινωνικούς λειτουργούς και τις αναλύσεις των ειδικών για τα κοινωνικά προβλήματα, ενώ η κοινωνία θα πρέπει να αξιολογεί τις προσπάθειες των επιχειρήσεων στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης. Ο Davis γνωρίζει ότι η εκπλήρωση των κοινωνικών υποχρεώσεων έχει υψηλό κόστος, αλλά τονίζει ότι αυτό το κόστος θα μπορούσε εύλογα να μεταφερθεί στους

καταναλωτές με τη μορφή υψηλότερων τιμών πώλησης. Επίσης υποστηρίζει ότι μια επιχείρηση αν διαθέτει τις απαιτούμενες ειδικευμένες γνώσεις, έχει την υποχρέωση ακόμη και να συμβάλλει στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων στα οποία δεν εμπλέκεται άμεσα. Αυτή η υποχρέωση ευνοεί το κοινωνικό συμφέρον, και, όταν βελτιώνεται η κοινωνία, ωφελείται και η επιχείρηση. Γενικά, ο Davis θεωρεί την επιχείρηση μια ανθρώπινη οντότητα και διερωτάται αν η κοινωνία μπορεί να αναμένει από την επιχείρηση κάτι λιγότερο από ότι περιμένει από ένα άτομο.

Μια τελική παρατήρηση που κάνουν οι υποστηρικτές της κοινωνικοοικονομικής άποψης είναι ότι οι μοντέρνοι επιχειρηματικοί οργανισμοί δεν είναι πλέον αποκλειστικά οικονομικά ιδρύματα. Σχηματίζουν κοινότητες πολιτικά δραστήριες και τις εκμεταλλεύονται συνδυάζοντας τις με τις άλλες δραστηριότητες ώστε να επηρεάσουν τις πολιτικές διαδικασίες προς όφελος τους. Η κοινωνία δέχεται και ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις ν' ασχοληθούν με το κοινωνικό, πολιτικό και νομικό περιβάλλον. Αυτό, ίσως, να μην ήταν αλήθεια 40 χρόνια πριν, όμως είναι η πραγματικότητα του σήμερα. Στην πραγματικότητα, μια έρευνα επιχειρηματιών βρήκε ότι το 68% απ' αυτούς θα συνέχιζαν τις κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές ακόμα και αν διαπίστωναν ότι μειώνουν τα κέρδη.

1.5 ΕΠΙΧΕΡΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Θεωρητικά Επιχειρήματα Κατά της κοινωνικής ευθύνης

1. Η κοινωνική ευθύνη ανήκει κατά κύριο λόγο στο κράτος· η σύνδεση των επιχειρήσεων με το κράτος θα δημιουργήσει μια πολύ ισχυρή δύναμη μέσα στην κοινωνία και σε τελευταία ανάλυση θα αναγκάσει την κυβέρνηση να συμβιβάζεται όσον αφορά το ρόλο της στον έλεγχο των επιχειρήσεων.
2. Ο βασικός στόχος μιας επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση των κερδών της· η σπατάλη κάποιων πόρων σε προγράμματα κοινωνικής δράσης έρχεται σε αντίθεση με το στόχο, αφού προκαλεί μείωση των κερδών.
3. Είναι αβέβαιο κατά πόσο τα στελέχη των επιχειρήσεων γνωρίζουν το κοινωνικό συμφέρον, όταν υπάρχει γενικότερα έντονος προβληματισμός για τις ενέργειες που πραγματικά ωφελούν την κοινωνία.
4. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αξιολογούν την απόδοση, και στα προγράμματα κοινωνικής δράσης είναι συνήθως δύσκολο να αξιολογηθεί ο βαθμός επιτυχίας. Επίσης, υπάρχει μια έμφυτη αντίθεση ανάμεσα στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και στον τρόπο λειτουργίας των κοινωνικών προγραμμάτων.

Πρακτικά Επιχειρήματα Κατά της κοινωνικής ευθύνης

1. Οι μάνατζερ έχουν ευθύνη έναντι των μετόχων για την μεγιστοποίηση της αξίας των μετοχών τους. Η χρησιμοποίηση των κεφαλαίων της επιχείρησης για την πραγματοποίηση κοινωνικών στόχων μπορεί να έρχεται σε αντίθεση με αυτήν την ευθύνη και, κατά συνέπεια, να είναι παράνομη.
2. Οι δαπάνες των κοινωνικών προγραμμάτων επιβαρύνουν τη λειτουργία της επιχείρησης, η οποία για να ανταπεξέλθει θα οδηγηθεί σε αύξηση των τιμών των προϊόντων και των υπηρεσιών της με αποτέλεσμα να επιβαρυνθούν οι καταναλωτές το κόστος.
3. Οι πολιτικοί θέτουν κοινωνικούς στόχους και είναι υπεύθυνοι για τις πράξεις τους. Δεν υπάρχει λόγος να υποθέσουμε ότι οι επικεφαλής των επιχειρήσεων έχουν τις εξειδικευμένες γνώσεις που είναι απαραίτητες για την επίτευξη στόχων κοινωνικού ενδιαφέροντος.

1.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ΥΠΕΡ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Θεωρητικά επιχειρήματα Υπέρ της κοινωνικής ευθύνης

1. Είναι προς συμφέρον της επιχείρησης να βελτιώνει τη ζωή της περιοχής στην οποία ασκεί δραστηριότητες υπό την έννοια ότι επιτυγχάνει, μακροπρόθεσμα, υψηλότερα κέρδη.
2. Περιορίζεται η κρατική παρέμβαση στις επιχειρήσεις που ευθύνονται για κοινωνικά προβλήματα, όπως για παράδειγμα όσες ρυπαίνουν το περιβάλλον ή απολύουν το προσωπικό τους.
3. Είναι καλύτερο να υπάρχει πρόληψη των προβλημάτων, παρά θεραπεία τους: συνεπώς οι επιχειρήσεις θα πρέπει να επιλύουν τα διάφορα προβλήματα προτού γίνουν πολύ μεγάλα.
4. Το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος είναι το πιο ηθικό ή το πιο «σωστό» πράγμα που μπορεί να κάνει.
5. Η ανάληψη κοινωνικών δραστηριοτήτων από πλευράς επιχείρησης αυξάνει τη βιωσιμότητα του συστήματος της ελεύθερης οικονομίας δεδομένου ότι παρέχει κοινωνικά οφέλη κι έτσι υπογραμμίζει ότι οι επιχειρήσεις είναι κοινωνικά υπεύθυνες.

Πρακτικά Επιχειρήματα Υπέρ της κοινωνικής ευθύνης

1. Ορισμένες ενέργειες που γίνονται στα πλαίσια του κοινωνικού έργου μιας επιχείρησης, είναι ιδιαίτερα αποδοτικές για τη λειτουργία της, όπως για παράδειγμα, η αγορά νέων μηχανημάτων που ελέγχουν την ρύπανση μπορεί

να είναι πιο αποδοτικά και να έχουν μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα κόστους.

2. Βελτιώνεται σημαντικά η δημόσια εικόνα της επιχείρησης σε μια εποχή έντονου ανταγωνισμού. Πολλές επιχειρήσεις διαφημίζονται προβάλλοντας την κοινωνική τους δράση ή την απόκτηση προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης (π.χ. ISO 14001).
3. Αν δεν κάνει κάτι η ίδια η επιχείρηση, τότε είτε η κοινή γνώμη είτε το κράτος θα απαιτήσουν να γίνει κάτι.
4. Οι κοινωνικές δραστηριότητες μπορεί να είναι προς όφελος και των μετόχων επειδή έχουν την έγκριση της κοινής γνώμης, δημιουργούν στους επαγγελματίες οικονομολόγους αναλυτές μια εικόνα μειωμένης κοινωνικής κριτικής και συμβάλλουν στην αύξηση της τιμής των μετοχών.

1.7. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ :

ΤΑ ΔΥΟ ΚΥΡΙΑ ΠΕΔΙΑ

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων διακρίνεται σε «εσωτερική» και «εξωτερική» ανάλογα με τα ωφελούμενα μέρη μιας δράσης εταιρικού χαρακτήρα. Η διοίκηση καλείται να διεισδύσει στον πυρήνα της εταιρείας και να εντοπίσει τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που καθορίζουν αφενός την επιχειρηματική βιωσιμότητα και αφετέρου την αειφόρο ανάπτυξη υιοθετώντας πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Για διαφορετικές χώρες, περιφέρειες, κλάδους και κατηγορία οργανισμών, η υπεύθυνη επιχειρηματική πρακτική περιλαμβάνει διαφορετικά αντικείμενα συζήτησης και σημαντικά διαφορετικές προτεραιότητες. Ωστόσο, η βασική προσέγγιση της ΕΚΕ περιλαμβάνει οργανισμούς που υιοθετούν μια επίσημη, δομημένη προσέγγιση στην αποτίμηση της κοινωνικής και περιβαλλοντολογικής επίδρασης τους, κάνοντας βήματα για την βελτίωση της και δημοσιεύοντας την όλη διαδικασία και τα αποτελέσματά της.

Η υπεύθυνη εταιρική πρακτική εκτείνεται σε τέσσερα βασικά πεδία :

- Εργασιακός χώρος.
- Πεδίο αγοράς.
- Κοινότητα
- Περιβάλλον.

1.7.1 Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Σε μια εταιρία οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής ενώ οι περιβαλλοντικές υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με τη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Ανοίγουν το δρόμο για την διαχείριση της αλλαγής και τον συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα. [Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001)366]

1.7.2. Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη επεκτείνεται πέρα από την εταιρεία στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον. [Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001)366]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

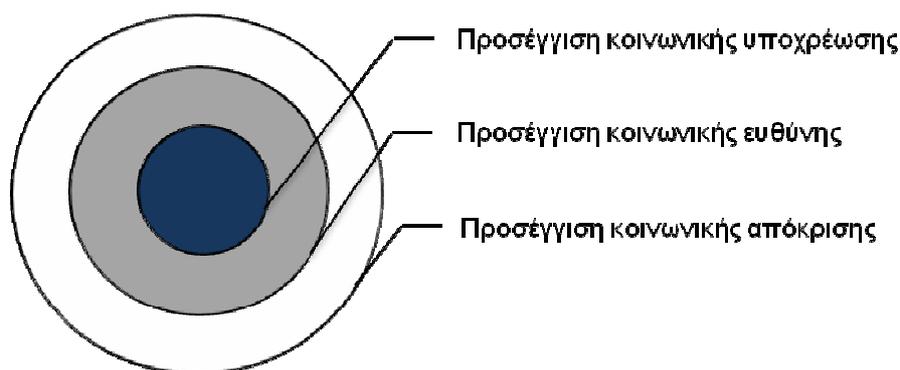
ΟΙ ΒΑΘΜΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΕΚΕ

2.1 ΒΑΘΜΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η κοινωνική απόκριση είναι ο βαθμός στον οποίο μια επιχείρηση ανταποκρίνεται στις κοινά θεωρούμενες κοινωνικές υποχρεώσεις της. Η κοινωνική απόκριση μετριέται με την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας μιας επιχείρησης όσο αφορά τις προσπάθειές της για την εκπλήρωση των κοινωνικών υποχρεώσεων.

Απηχώντας τις διαφορές ανάμεσα στην άποψη του Milton Friedman ότι «οι επιχειρήσεις δεν έχουν κοινωνικές ευθύνες πέρα από τις απαιτήσεις του νόμου» και του Keith Davis ότι «οι επιχειρήσεις έχουν κοινωνικές ευθύνες λόγω του ότι έχουν κοινωνική και οικονομική δύναμη», οι επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει διαφορετικά επίπεδα κοινωνικής απόκρισης. Έχουν προκύψει τρεις προσεγγίσεις: η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης, η προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης και η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης. Αυτές οι τρεις προσεγγίσεις αντιπροσωπεύουν μια διαβάθμιση της κοινωνικής απόκρισης, αρχίζοντας από την προσέγγιση με τον μικρότερο βαθμό κοινωνικής ευθύνης και καταλήγοντας στην προσέγγιση με τον μεγαλύτερο βαθμό όπως φαίνεται στο Σχήμα 2.

(P. Montana – B. Charnov, 2005)



Προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης

Δέχεται μόνο τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η νομοθεσία

Προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης		Δέχεται τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η νομοθεσία και τις τρέχουσες κοινωνικές υποχρεώσεις που έχουν άμεσο αντίκτυπο στην επιχείρηση
Προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης		Δέχεται τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η νομοθεσία και τις αναμενόμενες κοινωνικές υποχρεώσεις που σχετίζονται με μελλοντικές τάσεις/προβλήματα, ακόμη και αν αυτά επηρεάζουν έμμεσα την επιχείρηση.

Σχήμα 2. «Επίπεδα της κοινωνικής απόκρισης των επιχειρήσεων»

2.1.1. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ

Η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης υποθέτει ότι οι βασικοί στόχοι μιας επιχείρησης είναι οικονομικού χαρακτήρα, είναι, δηλαδή, η μεγιστοποίηση του κέρδους και της αξίας του μετοχικού κεφαλαίου, και όχι η εκπλήρωση κοινωνικών υποχρεώσεων. Ωστόσο, οι υποστηρικτές αυτής της προσέγγισης πιστεύουν ότι η επιχείρηση θα πρέπει να εκπληρώνει τις ελάχιστες κοινωνικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται από την ισχύουσα νομοθεσία.

Ο μάνατζερ που αποδέχεται την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης, συμμορφώνεται με τη νομοθεσία και μπορεί να επιχειρήσει να επηρεάσει τη διαμόρφωσή της, ενισχύοντας υποψηφίους για δημόσια αξιώματα που συμμερίζονται τις ίδιες απόψεις, ή ασκώντας πίεση σε νομοθέτες για να δημιουργήσουν νέους νόμους ή να καταργήσουν ορισμένους από τους υπάρχοντες. Οι μάνατζερ που αποδέχονται αυτή την προσέγγιση υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις εκπληρώνουν τις κοινωνικές υποχρεώσεις του μεγιστοποιώντας τα κέρδη και διατηρώντας την απασχόληση των εργαζομένων. Με την προϋπόθεση ότι οι μάνατζερ συμμορφώνονται με τη νομοθεσία, είναι υπόλογοι μόνο στους ιδιοκτήτες (μετόχους) της επιχείρησης – και όχι στην κοινωνία – για τη χρησιμοποίηση των πόρων της επιχείρησης. Αυτοί οι μάνατζερ επιλέγουν τις επιχειρηματικές ενέργειες που αποφέρουν το βέλτιστο δυνατό οικονομικό αποτέλεσμα για την επιχείρηση και που επιβάλλονται από τη νομοθεσία. Επίσης μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στη δράση των επαγγελματικών οργανώσεων για κατάργηση ή αλλαγή της νομοθεσίας και για τον περιορισμό της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης. Επίσης, οι ίδιοι υποστηρίζουν ενεργά τους πολιτικούς υποψηφίους που ενθαρρύνουν την ελάχιστη κρατική ανάμειξη στις υποθέσεις των επιχειρήσεων.

Οι μάνατζερ που συμφωνούν με την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης υποστηρίζουν τις φιλανθρωπικές συνεισφορές της επιχείρησης, αλλά μόνο επειδή οι πράξεις αυτές ωφελούν την εταιρεία. Αυτές οι φιλανθρωπίες εντάσσονται στις προσπάθειες δημόσιων σχέσεων, με την ελπίδα να αποκτήσει η επιχείρηση καλή φήμη, η οποία σε τελική ανάλυση επηρεάζει τις αποφάσεις των καταναλωτών ή ευνοεί άμεσα τους υπαλλήλους της. Διαφορετικά, το κοινωνικό έργο της φιλανθρωπίας θεωρείται ευθύνη των μεμονωμένων ατόμων και όχι της επιχείρησης. Αυτή η προσέγγιση τονίζει εν γένει ότι οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται από την νομοθεσία ή είναι προς όφελος της ίδιας της επιχείρησης είναι αυτές που προσδιορίζουν την κοινωνική ευθύνη – διαφορετικά, αυτή η ευθύνη αφορά τα μεμονωμένα άτομα ή το κράτος.

Αν και η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης έχει επικριθεί έντονα από εκείνους που υποστηρίζουν ότι η απλή συμμόρφωση στις υποχρεώσεις που προβλέπονται από το νόμο είναι ανεπαρκής, οι τάσεις της νομοθεσίας σε τοπικό και κρατικό επίπεδο λειτούργησαν ως μετωπική, πραγματική επίθεση εναντίον μάνατζερ και μετοχών που διαφορετικά θα περιόριζαν την απόκριση των επιχειρήσεων στα κοινωνικά προβλήματα.

Στις μέρες μας, οι επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν μια πληθώρα νόμων που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν νόμοι κοινωνικών υποχρεώσεων – διατάγματα που δημιουργούν νέες και αυστηρές υποχρεώσεις στις σύγχρονες επιχειρήσεις για τον περιορισμό της ρύπανσης, τη δημιουργία και τη διατήρηση ασφαλών χώρων εργασίας, την αποφυγή του αθέμιτου ανταγωνισμού, την ίση μεταχείριση των εργαζομένων και την παροχή πληροφοριών για την απόδοση και το προσωπικό τους στα αρμόδια τοπικά και κρατικά θεσμικά όργανα. Όλο και περισσότερο, η αδυναμία συμμόρφωσης σε αυτή την αυξανόμενη νομοθεσία μπορεί να επιφέρει σημαντικές χρηματικές ποινές, τόσο στους μεμονωμένους μάνατζερ όσο και στις επιχειρήσεις, ενώ υπάρχουν και ποινικές ευθύνες που επισύρουν πρόστιμα ή ακόμα και ποινές φυλάκισης.

Αυτοί που θα ήθελαν να περιορίσουν την απόκριση της διοίκησης στις απαιτήσεις που ορίζονται από τον νόμο αντιμετωπίζουν σήμερα την ανάγκη να δείξουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις μεταβαλλόμενες κοινωνικές υποχρεώσεις και για τη δέσμευση των πόρων της επιχείρησης.

2.1.2. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν μόνο οικονομικούς στόχους, αλλά και κοινωνικές ευθύνες. Οι μάνατζερ που συμφωνούν με αυτή την προσέγγιση λαμβάνουν επιχειρηματικές αποφάσεις που δεν βασίζονται μόνο στα οικονομικά κέρδη και στη συμμόρφωση με την νομοθεσία, αλλά και σε κριτήρια κοινωνικού συμφέροντος. Υπάρχει μια προθυμία στη δαπάνη ορισμένων πόρων της επιχείρησης σε κοινωνικά προγράμματα σε σχέση με τις ανάγκες της ευρύτερης κοινωνίας, χωρίς φυσικά να βλάπτεται οικονομικά την εταιρεία. Υπάρχει, δηλαδή, ενδιαφέρον για την μεγιστοποίηση των κερδών και της αξίας του μετοχικού κεφαλαίου, αλλά και η διάθεση να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι στα πλαίσια της κοινωνίας που παρακολουθεί τα προγράμματα κοινωνικής δράσης.

Οι εταιρείες που ασπάζονται την προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης επιζητούν την αποδοχή της κοινωνίας για την ανάμιξη τους σε κοινωνικές δραστηριότητες και επιθυμούν να θεωρούνται «καλοί πολίτες». Γι' αυτόν το λόγο, πρέπει να γίνονται πολλές προσπάθειες στον τομέα των δημόσιων σχέσεων, έτσι ώστε οι επιχειρήσεις να κερδίσουν την επιδοκμασία της κοινής γνώμης.

Οι μάνατζερ αυτών των επιχειρήσεων συνεργάζονται με κοινωνικές υπηρεσίες για να καθορίζουν τις διαστάσεις των τρεχόντων κοινωνικών προβλημάτων και να ανακαλύπτουν τρόπους με τους οποίους μπορούν οι επιχειρήσεις να συμβάλουν στην επίλυση αυτών των προβλημάτων. Επίσης, οι εργαζόμενοι ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε τοπικά κοινωνικά προγράμματα, ενώ οι επιχειρήσεις συχνά ανταμείβουν τους υπάλληλους που παίρνουν μέρος σε αυτά. Επιπλέον, η πολιτική της εταιρείας ενθαρρύνει και υποστηρίζει την κοινωνικά επιθυμητή μεμονωμένη δράση με δραστηριότητες όπως η ενίσχυση των φιλανθρωπικών εισφορών των εργαζομένων με κεφάλαια της εταιρείας.

Αν οι εταιρείες αυτές διαπιστώσουν ότι οι ενέργειες τους συμβάλλουν θετικά στα τρέχοντα κοινωνικά προβλήματα, τότε εφαρμόζουν την κατασταλτική προσαρμογή. Αυτό σημαίνει ότι, στις περιπτώσεις που η συμμετοχή της εταιρείας στην επίλυση κάποιου προβλήματος είναι αναγκαία, η επιχείρηση θα ενεργεί με σκοπό να προσφέρει κάποια λύση. Παραδείγματα τέτοιων ενεργειών είναι η αποζημίωση των ατόμων που υπέστησαν κάποια οργανική βλάβη από τη ρύπανση την οποία προκάλεσε η εταιρεία, ή η δαπάνη χρηματικών ποσών για τη

διατήρηση του ελέγχου της ρύπανσης σε υψηλά επίπεδα.

Ένα παράδειγμα οργανισμού που ανέλαβε κοινωνική ευθύνη ήταν στο Σαν Ντιέγκο των ΗΠΑ, όταν το Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας αποφάσισε να δημιουργήσει ένα παράρτημα του πανεπιστημίου. Οι υπεύθυνοι του πανεπιστημίου έμαθαν ότι υπήρχαν φυλετικοί και θρησκευτικοί περιορισμοί κατά την επιλογή των ατόμων που θα έμεναν σε ένα κοντινό και ακριβό συγκρότημα κατοικιών. Επειδή πολλοί από τους καθηγητές που θα δίδασκαν στο πανεπιστήμιο θα αντιμετώπιζαν την ταπείνωση και την απόρριψη από τους υπευθύνους του συγκροτήματος, η διοίκηση του πανεπιστημίου αποφάσισε να δράσει άμεσα, παρά το γεγονός ότι αυτή η ενέργεια δεν επιβαλλόταν από τη νομοθεσία. Επικοινωνήσαν με τις τοπικές τράπεζες και τις προειδοποίησαν ότι κανένα τμήμα του πανεπιστημίου δε θα συνεργαζόταν με οποιοδήποτε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα αν αρνιόταν να χρηματοδοτήσει κάποιον εργαζόμενο του πανεπιστημίου λόγω διακρίσεων.

Επίσης η διοίκηση του πανεπιστημίου προχώρησε περαιτέρω και πληροφόρησε τις τοπικές αρχές ότι το παράρτημα θα μεταφερόταν αλλού στην ίδια πολιτεία, εκτός εάν εξασφαλιζόταν ότι όλες οι κατοικίες θα ήταν διαθέσιμες σε όλους όσους πληρούσαν τις οικονομικές προϋποθέσεις, ανεξάρτητα από το φύλο και τη θρησκεία τους. Οι τοπικές αρχές έδωσαν αυτή τη διαβεβαίωση και σήμερα το παράρτημα αυτό αποτελεί ένα διακεκριμένο εκπαιδευτικό ίδρυμα.

2.1.3. Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ

Η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης θεωρεί ότι μια επιχείρηση δεν έχει μόνο οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους, αλλά πρέπει επίσης να προβλέψει και μελλοντικά κοινωνικά προβλήματα και να ενεργεί από τώρα προληπτικά για την αντιμετώπισή τους. Συγκριτικά με τις άλλες δυο προσεγγίσεις που παρουσιάστηκαν, η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης έχει τις περισσότερες απαιτήσεις :

1. Η επιχείρηση πρέπει να προβλέπει μελλοντικά κοινωνικά προβλήματα και να τα αντιμετωπίζει πριν εκδηλωθούν.

2. Για την αντιμετώπιση των μελλοντικών κοινωνικών προβλημάτων, η επιχείρηση πρέπει να χρησιμοποιεί σήμερα τους πόρους της για μελλοντικό κοινωνικό όφελος, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά τη μεγιστοποίηση των κερδών στο παρόν.

Μια εταιρεία που υποστηρίζει αυτή τη προσέγγιση πιστεύει ότι η ‘καλή διαγωγή μιας επιχείρησης συνιστάται στην ανάληψη ενός προληπτικού ρόλου στην κοινωνία, δηλαδή στο να χρησιμοποιεί τη δύναμη της για τη βελτίωση της κοινωνίας. Αυτές οι ενέργειες θα ωφελήσουν τελικά την επιχείρηση, επειδή η εταιρεία δραστηριοποιείται εντός της κοινωνίας. Ένα παράδειγμα εφαρμογής της προσέγγισης κοινωνικής απόκρισης είναι η χρηματοδότηση από την επιχείρηση ενός προγράμματος καταπολέμησης των ναρκωτικών στα σχολεία. Το μελλοντικό κέρδος από αυτή τη δραστηριότητα είναι ένα υγιέστερο εργατικό δυναμικό στο μέλλον, παρά το γεγονός ότι η εταιρεία μπορεί να μην αντιμετωπίζει προβλήματα με ναρκωτικά στο χώρο εργασίας.

Μια επιχείρηση που πιστεύει στην κοινωνική απόκριση επιδιώκει να συμμετέχει στην κοινωνία και ενθαρρύνει τους εργαζόμενους να κάνουν το ίδιο. Απαιτείται μεγάλη προσπάθεια για να είναι η επιχείρηση συνεχώς ενημερωμένη για τα κοινωνικά προβλήματα, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για νέα προβλήματα. Αν και η προαναφερθείσα προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης δίνει βαρύτητα στην ανάμιξη της εταιρείας και των μεμονωμένων ατόμων σε καλά προσδιορισμένα κοινωνικά προβλήματα, η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης ασχολείται με το ευρύτερο πεδίο προβλημάτων που σχετίζονται με φιλανθρωπίες και ομάδες κοινωνικής δράσης. Επειδή αυτές οι δραστηριότητες όσο και οι επιχειρήσεις που τις υποστηρίζουν να χαρακτηριστούν ‘ριζοσπαστικές’.

Μια από τις γνωστότερες εταιρείες αυτού του είδους είναι η εταιρεία παραγωγής των παγωτών Ben & Jerry's. Η εταιρεία αυτή εδρεύει στο Waterbury, VT, και είναι πολύ γνωστή για την ευαισθησία της για το περιβάλλον και την ευεργετική ενασχόληση της με την τοπική κοινότητα. Προσπαθεί άμεσα να αποτελεί μια ‘δύναμη για θετικές αλλαγές, τόσο τοπικά όσο και παγκόσμια. Στην πραγματικότητα, όταν ανακοινώθηκε, τον Ιανουάριο του 2007, ότι μια άγνωστη εταιρεία είχε κάνει μια προσφορά για την αγορά της Ben & Jerry' s πολλά από τα καταστήματα δικαιόχρησης (franchise), καθώς και ανεξάρτητοι πωλητές που είχαν τα προϊόντα της ενώθηκαν με σκοπό να εκφράσουν την ανησυχία τους, αφού η εν λόγω πώληση θα μπορούσε να επηρεάσει τη μοναδική παιδεία της εταιρείας και να περιορίσει την ενασχόληση της με την κοινότητα. Οι ανησυχίες της ομάδας αυτής δημοσιεύτηκαν στους New York Times και έγιναν ευρέως γνωστές.

Αυτή η προσέγγιση επιβάλλει όλες τις εταιρείες να τηρούν στάση προληπτικής προσαρμογής. Τα μελλοντικά προβλήματα είναι αναμενόμενα και γίνονται ενέργειες είτε για να προλαμβάνονται είτε για να μη γιγαντώνονται. Η εταιρεία που εφαρμόζει αυτή τη προσέγγιση δεν υποστηρίζει μόνο τους ισχύοντες νόμους, αλλά επιδιώκει και την ψήφιση νέας νομοθεσίας για την ικανοποίηση των μελλοντικών κοινωνικών αναγκών. Επίσης η εταιρεία μπορεί ακόμα και να χρησιμοποιήσει τη μοναδική ειδίκευση της σε έρευνα και ανάπτυξη για να εφαρμόζει τεχνολογία που να ικανοποιεί τις προβλεπόμενες κοινωνικές ανάγκες. Οι εταιρείες που ακολουθούν αυτή τη πολιτική μπορεί να αναλάβουν πρωτοβουλίες στον κλάδο τους για να επιβάλλουν νέα πρότυπα απόδοσης, αυστηρότερα από εκείνα που επιβάλλονται από τη νομοθεσία, με την αιτιολογία ότι αυτά τα αυστηρότερα πρότυπα ωφελούν την κοινωνία, δίνουν στην εταιρεία φήμη κοινωνικά ευαισθητοποιημένης εταιρείας και περιορίζουν την κρατική παρέμβαση και θεσμοθέτηση.

Ένα παράδειγμα εφαρμογής της προσέγγισης κοινωνικής απόκρισης είναι ένας μεγάλος σιδηροδρομικός οργανισμός στα νοτιοανατολικά των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, ο οποίος προσέλαβε, στα τέλη της δεκαετίας του 1970, έναν κινησιολόγο (επιστήμονα που αναλύει τις κινήσεις) για να αναλύσει τις κινήσεις που απαιτούνται για κάθε εργασία στο σιδηροδρομικό τομέα. Η εταιρεία ενδιαφερόταν για την ταξινόμηση των μυϊκών κινήσεων που είναι απαραίτητες σε κάθε εργασία, έτσι ώστε να χρησιμοποιηθούν άτομα με ειδικές ανάγκες σε ορισμένες θέσεις εργασίας,

συνεισφέροντας στην επιχείρηση ως παραγωγικοί εργαζόμενοι. Αυτό το σύστημα ταξινόμησης επέτρεψε στην εταιρεία να αναθέσει στα άτομα αυτά συγκεκριμένες εργασίες. Αυτή η δραστηριότητα δεν υπαγορευόταν από το νόμο αλλά από την επιθυμία της εταιρείας να ωφελήσει όλα τα ενδιαφέροντα μέρη (την εταιρεία με την απόκτηση των πολύτιμων και αφοσιωμένων υπαλλήλων, τα άτομα με ειδικές ανάγκες με την εύρεση εργασίας, και την κοινότητα με την προσθήκη παραγωγικών εργαζομένων και φορολογουμένων).

2.2. ΤΟΜΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Υπάρχουν ορισμένοι τομείς κοινωνικού ενδιαφέροντος που απασχολούν τις επιχειρήσεις από τη δεκαετία του 1970 έως σήμερα. Πρόκειται για την ατμοσφαιρική ρύπανση, τη ρύπανση των υδάτων, την ασφάλεια των καταναλωτών και των εργαζομένων. Αυτά τα θέματα αφορούν όλες τις επιχειρήσεις, ακόμη και αν εφαρμόζουν την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης σχετικά με την κοινωνική ευθύνη. Καθένας από αυτούς τους τομείς περιέχει και ορισμένες νομικές υποχρεώσεις στις οποίες θα πρέπει να συμμορφώνονται οι επιχειρήσεις και αναλύονται ως εξής:

1. Ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος

Ένας από τους πλέον κρίσιμους και επίκαιρους τομείς στους οποίους εντοπίζεται ευθύνη της επιχείρησης είναι η διατήρηση και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Η ρύπανση της ατμόσφαιρας, η ρύπανση των υδάτων των ποταμών, των λιμνών και των θαλασσών και η καταστροφή της εντός αυτών ζωής, του χερσαίου ζωικού και φυτικού πλούτου, έχουν προσελκύσει τα τελευταία χρόνια την προσοχή των ειδικών και των υπεύθυνων και έχουν αναχθεί σε μείζονα πρόβλημα της διεθνούς κοινότητας. Οι επιχειρήσεις φέρουν ένα μεγάλο ποσοστό ευθύνης για τη συντελούμενη καταστροφή του περιβάλλοντος. Τα βιομηχανικά απόβλητα κατευθύνονται στα υδάτινα οικοσυστήματα, ο καπνός και τα αέρια που εκπέμπονται από τα εργοστάσια, τα άχρηστα υλικά τοξικά ή και ραδιενεργά μολύνουν σε μεγάλο βαθμό το περιβάλλον.

Εξαιτίας των διαστάσεων που έχει λάβει το πρόβλημα, τελευταία έχουν ευαισθητοποιηθεί σε παγκόσμια κλίμακα διάφοροι διεθνείς και κυβερνητικοί οργανισμοί και έχουν οδηγήσει στη λήψη νομοθετικών μέτρων για τον περιορισμό τους, όπως ο νόμος προστασίας της ατμόσφαιρας (Clean Air Act), ο Ομοσπονδιακός νόμος περί ελέγχου της ρύπανσης των υδάτων (Federal water pollution control act), και ο νόμος περί ανάκτηση πόρων (Resource Recovery Act). Με τη γενική αυτή κινητοποίηση, υπάρχουν ενδείξεις ότι ένα ποσοστό επιχειρήσεων τείνει να πειστεί για τη σοβαρότητα του προβλήματος και να πάρει ανάλογα μέτρα.

2. Ευθύνη για τον εργαζόμενο άνθρωπο

Ο εργαζόμενος πρέπει να αντιμετωπίζεται από την επιχείρηση ως ανθρώπινη ύπαρξη και αξία. Ο σεβασμός της αξιοπρέπειας, η προστασία της υγείας και της

ασφάλειας στο χώρο εργασίας, η εξασφάλιση ανεκτών συνθηκών εργασίας από άποψη χώρου, φωτισμού, αερισμού, θερμοκρασίας, η καταβολή δίκαιης αμοιβής, η στοιχειώδης προστασία της μητρότητας, είναι μερικά από τα σημεία στα οποία έχει υποχρέωση να δίνει ιδιαίτερη σημασία η επιχείρηση. Αφότου τέθηκε σε ισχύ ο Νόμος περί ανθρωπίνων δικαιωμάτων (Civil Rights Act), οι επιχειρήσεις ευθύνονται για τη σωστή αντιμετώπιση των μειονοτήτων στο χώρο εργασίας. Ο νόμος περί ασφάλειας και υγείας στην εργασία (Occupational Safety and Health Act, OSHA) επέτρεψε στην ομοσπονδιακή κυβέρνηση να θεσπίζει και να επιβάλλει πρότυπα για την ασφάλεια και την προστασία των εργαζομένων. Αυτή η νομοθεσία θεσπίστηκε λόγω της αυξανόμενης αγανάκτησης των εργαζόμενων και της κοινής γνώμης για τις ανασφαλείς συνθήκες εργασίας που είχαν ως αποτέλεσμα το θάνατο χιλιάδων και τον τραυματισμό εκατοντάδων χιλιάδων εργαζομένων κάθε χρόνο. Ο εργοδότης υπήρξε ανέκαθεν το κοινωνικά και οικονομικά ισχυρότερο μέρος στη σύμβαση εργασίας. Η επιχείρηση αν επιθυμεί να διακρίνεται για το επίπεδο της κοινωνικής της υπευθυνότητας, θα πρέπει να κάνει με φειδώ χρήση αυτής της υπεροχής.

3. Ευθύνη του καταναλωτή

Η επιχείρηση μπορεί (και μέχρι ενός βαθμού υποχρεούται) να υιοθετεί και να εφαρμόζει μια κοινωνικά υπεύθυνη πολιτική στις σχέσεις της με το καταναλωτικό κοινό. Οφείλει να φέρεται με στοιχειώδη ευπρέπεια προς τον πελάτη και να μεριμνά για την διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας του. Είναι κοινωνικά ανεπίτρεπτη και καταδικαστέα η διοχέτευση στην αγορά εκ μέρους της επιχείρησης Αγαθών που δεν πληρούν τους καθιερωμένους όρους υγιεινής, ή Αγάθων που θέτουν σε κίνδυνο την ασφάλεια του καταναλωτή. Ένα αυτοκίνητο π.χ. με τεχνικά ελαττώματα, εγκυμονεί κίνδυνο για τον οδηγό και τα συνεπιβέροντα πρόσωπα καθώς επίσης και για τους διερχόμενους οδηγούς.

Κοινωνικά απαράδεκτη είναι επίσης η προσπάθεια πώλησης μειωμένης ή ανύπαρκτης χρησιμότητας αγαθών, καθώς και η προσπάθεια εξαπάτησης του πελάτη σε θέματα που αφορούν την ποιότητα.

Τέλος, η επιχείρηση έχει κοινωνική υποχρέωση απέναντι στον καταναλωτή :

1. για την πληρέστερη δυνατή ενημέρωση του, όσον αφορά τη λειτουργία και τη λειτουργία και τη χρησιμότητα του πωλούμενου αγαθού.

2. Για την αναγνώριση του δικαιώματος και για την διευκόλυνση να επιλέγει το αγαθό που επιθυμεί να αγοράσει.

3. Για προσεκτική ακρόαση του πελάτη, για τυχόν παράπονα που διατυπώνονται για ελαττώματα του αγαθού ή για πληρωμή υπερβολικής τιμής. Η αντιμετώπιση των παραπάνω πρέπει να γίνεται με ειλικρίνεια και εντιμότητα και οι ευθύνες, αν πραγματικά υπάρχουν να γίνονται με προθυμία δεκτές.

4. Η ευθύνη προς τους επενδύτες·

Ο επιχειρηματίας δεν είναι πάντοτε και διαχειριστής της επιχειρηματικής περιούσιας. Όταν, ιδιαίτερα, η επιχείρηση λειτουργεί υπό μορφή ανώνυμης εταιρίας η διαχείριση ασκείται, από ένα μικρό αριθμό προσώπων από τα οποία συγκροτείται το διοικητικό συμβούλιο. Ακόμη και στην περίπτωση όπου το διοικητικό συμβούλιο συγκροτείται από τους μέτοχους που κατέχουν την πλειοψηφία των μετοχών, γεγονός αναμφισβήτητο, είναι ότι ένα μεγάλο ποσοστό μετόχων εκπροσωπούντων είναι ένα επίσης σημαντικό ποσοστό κεφαλαίου, ουδόλως αναμειγνύεται με τη διαχείριση. Πολλοί από τους μη ασκούντες διαχείριση μετόχους είναι άτομα εντελώς αμύητα προς οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα, έχουν επενδύσει απλώς τα κεφαλαία τους ελπίζοντας καλή πορεία. Απέναντι στα άτομα αυτά, το διοικητικό συμβούλιο και τα διοικητικά στελέχη, ως διαμορφωτές και εκφραστές της βούλησης της επιχείρησης, έχουν (πλην της νομικής και τυπικής) και ηθική κοινωνική ευθύνη για εμπνευσμένη σώφρονα και έντιμη διαχείριση, ώστε να επιτυγχάνεται η μεγαλύτερη δυνατή απόδοση των κεφαλαίων τους και να καθίσταται δυνατή η διανομή ικανοποιητικού μερίσματος.

5. Συμμετογή σε κοινωφελείς δραστηριότητες·

Κατά μια εκδοχή, ο βαθμός της κοινωνικής υπευθυνότητας της επιχείρησης, όπως και των ατόμων, συμπίπτει με το βαθμό της κοινωνικής ευαισθησίας και κρίνεται από την προθυμία συμμετοχής στην κοινωνική προσπάθεια για :

1. Πνευματική ανάπτυξη και καλλιέργεια.
2. Ανακούφιση των οικονομικά αδύνατων.
3. Βελτίωση της ποιότητας των ανθρώπινων σχέσεων.
4. Απάλυνση του ανθρώπινου πόνου.

Κατά την εκδοχή αυτή πέραν της συνταγματικής υποχρέωσης για αναλογική συμμετοχή στα δημόσια βάρη, η οποία άλλωστε υλοποιείται δια της εφαρμογής των σχετικών διατάξεων της φορολογικής, κυρίως, νομοθεσίας, η επιχείρηση, για να τύχει της γενικής κοινωνικής εκτιμήσεις και αποδοχής, πρέπει να συνεισφέρει σε διάφορους οργανισμούς κοινωφελούς χαρακτήρα, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στο χώρο της εκπαίδευσης, της υγείας, της τέχνης, της φιλανθρωπίας κ.α.

Επίσης, ως υψηλού βαθμού κοινωνική παρουσία και συμμετοχή, θεωρείται και η επέμβαση για τη βελτίωση κακός κειμένων ή κακός βαινόντων πολιτικών και εθνικών ζητημάτων. Το boycott που κήρυξαν το έτος 1999 ορισμένες επιχειρήσεις της χώρας μας κατά των Ολλανδικών προϊόντων, για τη στάση της Ολλανδών απέναντι στο μακεδονικό ζήτημα αποτελεί κατάσταση που δικαιώνει μια τέτοια εκδοχή.

2.3 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

Η διαδικασία με την οποία μια επιχείρηση διαχειρίζεται την κοινωνική δράση της ανεξάρτητα από την προσέγγιση που εφαρμόζει, αποτελείται από δύο κύρια μέρη, την φάση της δράσης και τη φάση της αξιολόγησης. Η φάση της δράσης περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του προβλήματος, τον καθορισμό κριτηρίων καλής απόδοσης, τη διατύπωση και αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων, την επιλογή και δοκιμαστική εφαρμογή τους, την πλήρη εφαρμογή τους και τέλος την αξιολόγηση του προγράμματος. Η φάση της αξιολόγησης είναι ο κοινωνικός έλεγχος, δηλαδή η προσεκτική αξιολόγηση όλων των προσπαθειών της επιχείρησης στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης.

2.3.1 Η ΦΑΣΗ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΤΥΠΩΝ

Το πρώτο βήμα, σε οποιοδήποτε πρόγραμμα κοινωνικής δράσης μιας επιχείρησης, είναι η ανάλυση της κατάστασης σε σχέση με τις κοινωνικές συνθήκες. Η ανάλυση αυτή συνιστάται στη σύγκριση ανάμεσα στο 'τι συμβαίνει σήμερα' και στο 'τι θα έπρεπε να συμβαίνει'. Αν υπάρχουν διαφορές μεταξύ αυτών των δύο, τότε έχει

εντοπιστεί μια κοινωνική ανάγκη.

Το επόμενο βήμα μετά τον εντοπισμό μιας κοινωνικής ανάγκης ή ενός προβλήματος, είναι ο καθορισμός προτύπων απόδοσης με βάση τα οποία θα διαπιστώνεται αν το πρόβλημα έχει επιλυθεί. Στην ιδανική περίπτωση, αυτά τα πρότυπα θα πρέπει να βασίζονται στη συμπεριφορά που μπορεί να παρατηρηθεί και να μετρηθεί, κάτι που μπορεί να αποδειχτεί ανέφικτο. Υπάρχουν πολλά κοινωνικά προβλήματα που δεν είναι δυνατό να προσδιοριστούν ποσοτικά, ενώ οι προτεινόμενες λύσεις αυτών των προβλημάτων είναι ασαφείς.

Κάτι τέτοιο μπορεί να μην είναι επιθυμητό, αλλά είναι αποδεκτό στην περίπτωση που είναι ο μοναδικός τρόπος εκπλήρωσης των κοινωνικών ευθυνών της επιχείρησης.

Για παράδειγμα, μια εταιρεία μπορεί να θεωρεί κοινωνική υποχρέωση της να συμμετέχει στην πολιτιστική πρόοδο της κοινότητας στην οποία ανήκει. Ένας τρόπος εκπλήρωσης αυτής της ευθύνης είναι η χρηματοδότηση μιας πολιτιστικής εκδήλωσης που θα ωφελήσει την κοινότητα. Παρά το γεγονός ότι θα δαπανηθεί κάποιο χρηματικό ποσό για την εκδήλωση, είναι εξαιρετικά δύσκολο να αξιολογηθεί η πραγματική απήχηση της ενέργειας αυτής στα μέλη της κοινότητας. Θα υπάρχει μια γενική ιδέα για την επιτυχία της πολιτιστικής εκδήλωσης, αλλά ελάχιστα ή και καθόλου απτά δεδομένα για την αξιολόγηση της επίτευξης του στόχου. (Η εταιρεία Gulf Oil έχει αναπτύξει τέτοια δραστηριότητα με τη μακροχρόνια συνεργασία της με την κρατική τηλεόραση – συγκεκριμένα, έχει χρηματοδοτήσει το Masterpiece Theater.)

▪ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΛΥΣΕΩΝ

Μετά τον προσδιορισμό του προβλήματος και των προτύπων απόδοσης, θα πρέπει να διατυπωθούν εναλλακτικοί τρόποι δράσης. Οι προτεινόμενες λύσεις μπορεί να προέρχονται από υπαλλήλους της εταιρείας, από την κοινότητα, από κρατικούς αξιωματούχους και από συμβούλους που συνεργάζονται με την εταιρεία. Αφού διατυπωθούν, όλες οι δυνατές εναλλακτικές λύσεις αξιολογούνται με βάση τα επόμενα κριτήρια :

1. Η συγκεκριμένα επιλογή επιλύει το πρόβλημα;

2. Διαθέτει η εταιρεία τους πόρους για την εφαρμογή της συγκεκριμένης λύσης
3. Υπάρχουν άλλες συνέπειες από τη συγκεκριμένη ενέργεια;

Αν η απάντηση σε κάποια από τις παραπάνω ερωτήσεις είναι αρνητική, τότε η συγκεκριμένη λύση απορρίπτεται. Από την δεύτερη ερώτηση φαίνεται ότι μπορεί να μην υπάρχει αποδεκτή λύση για μια εταιρεία, αφού ορισμένα κοινωνικά προβλήματα υπερβαίνουν τις οικονομικές ή άλλες δυνατότητες μιας εταιρείας. Επειδή δίνεται μεγάλη βαρύτητα στην τρίτη ερώτηση, αυτή η διαδικασία αναφέρεται ως ανάλυση συνεπειών.

Αν υποθέσουμε ότι έχει επιλεγεί ένας συγκεκριμένος τρόπος δράσης ή ένας συνδυασμός προτεινόμενων ενεργειών ως ο κατάλληλος τρόπος για την εκπλήρωση των κοινωνικών υποχρεώσεων της επιχείρησης, τότε θα πρέπει να γίνει μια δοκιμαστική εφαρμογή για να διαπιστωθεί αν προκύπτουν τυχόν απρόβλεπτες δυσκολίες. Εάν απαιτείται, τα προγράμματα μπορεί να αναθεωρηθούν και να βελτιωθούν στο στάδιο αυτό.

▪ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Τα δύο τελευταία βήματα είναι η πλήρης εφαρμογή του προτεινόμενου προγράμματος κοινωνικής δράσης και η αξιολόγηση του έπειτα από εύλογο χρονικό διάστημα. Η αξιολόγηση δίνει πού χρήσιμες πληροφορίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε μια νέα ανάλυση καταστάσεων, στο σχεδιασμό προτύπων απόδοσης, στη διατύπωση εναλλακτικών λύσεων κ. λ. π. Αυτές οι πληροφορίες, οι οποίες ονομάζονται ‘ αναπληροφόρηση εισάγονται στη διαδικασία σχεδιασμού του δυναμικού προγράμματος κοινωνικής δράσης.

Το επίπεδο κοινωνικής απόκρισης που αποδέχεται μια επιχείρηση επηρεάζει αισθητά όλα τα βήματα της παραπάνω διαδικασίας, περιορίζοντας ή διευρύνοντας το εύρος του ορισμού του προβλήματος, το εύρος των προτεινόμενων λύσεων, καθώς και την επιλογή του προγράμματος. Για παράδειγμα, μια εταιρεία που υποστηρίζει την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης ισχυρίζεται ότι τα περισσότερα κοινωνικά προβλήματα δεν αφορούν την επιχείρηση και ενδιαφέρεται μόνο για τις κοινωνικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται από τη νομοθεσία. Αντίθετα, μια επιχείρηση που εφαρμόζει την προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης, δηλαδή αντιμετωπίζει τα

αναμενόμενα κοινωνικά προβλήματα δέχεται πολύ μεγαλύτερο εύρος υπαρχόντων και αναμενόμενων κοινωνικών προβλημάτων.

2.3.2 Η ΦΑΣΗ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Η αξιολόγηση της απόκρισης που έχουν οι κοινωνικές δραστηριότητες της επιχείρησης γίνεται μέσω του κοινωνικού ελέγχου. Αυτός ο έλεγχος γίνεται για το σύνολο των δραστηριοτήτων της εταιρείας που σχετίζονται με την κοινωνική απόκριση και είναι μια προσεκτική εκτίμηση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας της επιχείρησης όσον αφορά την επίτευξη των στόχων του κοινωνικού προγράμματος που έχει επιλέξει. Είναι φανερό ότι ορισμένες επιχειρήσεις που δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις κοινωνικές υποχρεώσεις, τους καταβάλλουν περισσότερες προσπάθειες συγκριτικά με τις άλλες. Ο κοινωνικός έλεγχος δεν εξετάζει κάθε πρόγραμμα ξεχωριστά, αλλά αξιολογεί το σύνολο των προσπαθειών της επιχείρησης. Διάφορες μέθοδοι κοινωνικού ελέγχου είναι οι εξής: η μέθοδος αποθεμάτων, η μέθοδος κατά κέντρο κόστους, η προσέγγιση διαχείρισης προγραμμάτων και η μέθοδος κόστους-οφέλους. Μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιεί συχνά τα πορίσματα του κοινωνικού ελέγχου για να δίνει αναφορά στις τοπικές, κρατικές και ομοσπονδιακές αρχές και όργανα καθώς και για ευεργετική διαφήμιση στα πλαίσια των δημόσιων σχέσεων της.

Στη **μέθοδο αποθεμάτων**, η διοίκηση εκδίδει σε τακτά χρονικά διαστήματα – συνήθως κάθε χρόνο – έναν κατάλογο (ή απόθεμα) με τα κοινωνικά προγράμματα της. Αυτός ο κατάλογος μπορεί να εντάσσεται στις δημόσιες σχέσεις της εταιρείας για την απόκτηση αξιόπαινης φήμης στην κοινότητα, ή μπορεί απλώς να αποτελεί μέρος της ετήσιας έκθεσης της επιχείρησης προς τους μετόχους και την οικονομική κοινότητα. Το πλεονέκτημα αυτής της μεθόδου είναι ότι δίνει έμφαση σε τομείς κοινωνικής δράσης στα πλαίσια της κοινότητας. Το μειονέκτημα της είναι ότι έχει την μορφή καταλόγου, δηλαδή δεν περιέχει κατά κανόνα λεπτομέρειες, για παράδειγμα,

σχετικά με το κόστος ή τις επιτυχίες. Κατά συνέπεια, αυτή η μέθοδος αποτελεί μια ελάχιστη προσέγγιση του κοινωνικού ελέγχου.

Η **μέθοδος κατά κέντρο κόστους** είναι μια αναλυτικότερη μέθοδος που δεν περιλαμβάνει μόνο περίληψη των κοινωνικών προγραμμάτων της επιχείρησης αλλά

και το κόστος κάθε προγράμματος. Αν και περιέχει πρόσθετες πληροφορίες, δεν περιλαμβάνει αξιολόγηση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων. Αυτό σημαίνει ότι τόσο το κοινό όσο και η διοίκηση δεν μπορούν να εκτιμήσουν την επιτυχία των προγραμμάτων. Η μέθοδος διαχειρίσεις προγράμματος προσθέτει στα παραπάνω και μια αξιολόγηση της επιτυχίας της επιχείρησης στην εκπλήρωση των στόχων κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης. Αυτό το πρόγραμμα υποχρεώνει τους μάνατζερ του προγράμματος να αξιολογούν τα επίπεδα επιτυχίας των προγραμμάτων, αν και έχει δεκτή κριτική γι' αυτή την αξιολόγηση. Ορισμένοι ισχυρίζονται ότι ορισμένα κοινωνικά προγράμματα έχουν στόχους που δε διατυπώνονται ή δε μετριοούνται εύκολα, με αποτέλεσμα να είναι πολύ δύσκολη η αξιολόγηση της επιτυχίας τους.

Η *ανάλυση κόστους - οφέλους* είναι η λεπτομερέστερη μέθοδος κοινωνικού ελέγχου. Αξιολογεί τα κοινωνικά προγράμματα ανάλογα με το κόστος και τα ενδεχόμενα οφέλη που προκύπτουν. Πρόκειται για τη δυσκολότερη προσέγγιση, λόγω του ότι προϋποθέτει ότι οι στόχοι των προγραμμάτων είναι μετρήσιμοι, προσδιορίζοντας ποσοτικά τόσο το κόστος όσο και τα οφέλη, και ότι η σύγκριση αυτών των δύο είναι εφικτή. Η μέθοδος έχει επικριθεί λόγω των δυσκολιών όσον αφορά τον καθορισμό των κοινωνικών στόχων και τη μέτρηση των ωφελειών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΗΘΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η κατανόηση και η εφαρμογή της σωστής ηθικής στις επιχειρήσεις αποτελεί σημαντικό μέρος της εργασίας ενός διευθυντή. Ένας από τους πολλούς λόγους για τους οποίους η ηθική είναι σημαντική αφορά στο ότι οι πελάτες και οι προμηθευτές προτιμούν να συνεργάζονται με εταιρίες που ακολουθούν τους ηθικούς κανόνες. Ηθική είναι η μελέτη των ηθικών υποχρεώσεων ή ο διαχωρισμός του καλού από το κακό. Αν και πολλές ανήθικες πράξεις είναι παράνομες, άλλες είναι νόμιμες.

Ένα παράδειγμα μιας παράνομης ανήθικης πράξης είναι το να δοθεί μίζα σε ένα κυβερνητικό αξιωματούχο εφόσον αυτός υπογράψει συμβόλαιο με μια συγκεκριμένη εταιρία. Ένα παράδειγμα μιας νόμιμης μεν αλλά ανήθικης πράξης, είναι η πρόσληψη ενός υπαλλήλου που εργάζεται σε μια ανταγωνιστική εταιρία «το να φουσκώνεις τα μυαλά του» με ανταγωνιστικές ιδέες και έπειτα να υποβιβάζεις την εργασία του.

Μια χρήσιμη οδός για την κατανόηση των ηθικών κανόνων στις επιχειρήσεις δίνει έμφαση στην ηθική ένταση ή αλλιώς στη σπουδαιότητα μιας ανήθικης πράξης. Αν μια ανήθικη πράξη δεν έχει σοβαρές συνέπειες, ένα άτομο μπορεί να συμπεριφέρεται με τρόπο ανήθικο χωρίς να το πολυσκεφτεί. Ωστόσο, αν η πράξη έχει σοβαρές συνέπειες το άτομο μπορεί αν απέχει από μια ανήθικη ή παράνομη συμπεριφορά. Για παράδειγμα ένας διευθυντής μπορεί να φωτοτυπήσει ένα

ολόκληρο βιβλίο ή να αντιγράψει το software κάποιου άλλου (πράξεις τόσο ανήθικες όσο και παράνομες). Ωστόσο, ο ίδιος διευθυντής μπορεί να διστάσει να ρίξει απόβλητα σε ένα ποτάμι.

Σ 'αυτό το σημείο προσεγγίζετε το θέμα από διάφορες οπτικές γωνίες : παρουσιάζοντας τις φιλοσοφικές αρχές, τις αξίες, τους παράγοντες που βοηθούν επίλυση ηθικών προβλημάτων, τα συνηθισμένα ηθικά προβλήματα και ένα οδηγό για τη λήψη ηθικών αποφάσεων.

3.2 ΦΙΛΟΣΟΦΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΟΥ ΤΟΝΙΖΟΥΝ ΤΟΥΣ ΗΘΙΚΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ

Ένας βασικός τρόπος κατανόησης της λήψης ηθικών αποφάσεων είναι η γνώση της φιλοσοφικής βάσης αυτών των αποφάσεων. Όταν επιχειρούν να αποφασίσουν τι είναι σωστό και τι λάθος τα διευθυντικά στελέχη μπορούν να επικεντρωθούν 1) στις συνέπειες 2) στα καθήκοντα, τις υποχρεώσεις και τις αρχές και 3) στην ακεραιότητα.

1. ΕΠΙΚΕΝΤΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΧΗΣ ΣΤΙΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

Όταν οι άνθρωποι επιχειρούν να αποφασίσουν τι είναι σωστό και τι λάθος μπορεί να επικεντρώσουν την προσοχή τους στις συνέπειες της απόφασης ή της πράξης. Σύμφωνα μ' αυτό το κριτήριο, αν κανείς δεν πάθει κάτι κακό, η απόφαση είναι **ηθική**. Συχνά ονομάζουμε την επικέντρωση της προσοχής στις συνέπειες ωφελιμισμό. Το άτομο που παίρνει την απόφαση λαμβάνει υπόψη τη χρησιμότητα της. Αυτό που μετράει είναι η καθαρή εξισορρόπηση των καλών με τις κακές συνέπειες.

Για παράδειγμα, ο διευθυντής ενός συνεργείου αυτοκινήτων μπορεί να αποφασίσει ότι η χρησιμοποίηση κακής ποιότητας προφυλακτήρων είναι ηθικώς λανθασμένη γιατί θα σκουριάσουν γρήγορα. Για να επικεντρώσει την προσοχή του στις συνέπειες, το άτομο που λαμβάνει την απόφαση θα πρέπει να γνωρίζει όλες τις καλές και τις κακές συνέπειες μιας δεδομένης απόφασης. Ο διευθυντής του συνεργείου θα πρέπει να εκτιμήσει τέτοιους παράγοντες όπως την εξαργίωση των πελατών των οποίων τα αυτοκίνητα επισκευάστηκαν με κακής ποιότητας ανταλλακτικά καθώς και την αρνητική διαφήμιση μιας τέτοιας πράξης.

2. ΕΠΙΚΕΝΤΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΧΗΣ ΣΤΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ, ΣΤΙΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΑΡΧΕΣ.

Μια άλλη προσέγγιση στην λήψη ηθικής απόφασης είναι η εξέταση των καθηκόντων αυτού που λαμβάνει την απόφαση. Οι θεωρίες που δίνουν έμφαση σ' αυτή την προσέγγιση ονομάζονται **δεοντολογικές**, από την ελληνική λέξη δέον ή καθήκον. Η δεοντολογική προσέγγιση βασίζεται σε παγκόσμιες αρχές όπως η ειλικρίνεια, η δικαιοσύνη και ο σεβασμός προς τα άτομα και την ιδιοκτησία.

Σημαντικά είναι επίσης τα δικαιώματα, όπως το δικαίωμα της ιδιωτικής ζωής και της ασφάλειας. Από δεοντολογική άποψη, οι αρχές είναι πιο σπουδαίες από τις συνέπειες. Αν μια δεδομένη απόφαση παραβιάζει μια από αυτές τις παγκόσμιες αρχές θεωρείται αυτόματα ανήθικα ακόμα και αν δεν βλάψει κανένα. Ο ηθικός διευθυντής του συνεργείου θα σκεφτόταν « Δεν είναι σωστό να χρησιμοποιήσω προφυλακτήρες τους οποίους δεν εγκρίνει η κατασκευάστρια εταιρία του αυτοκίνητου. Το κατά πόσο αυτά τα ανταλλακτικά σκουριάζουν εύκολα είναι δευτερεύον»

3. ΕΠΙΚΕΝΤΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΟΧΗΣ ΣΤΗΝ ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑ (ΗΘΙΚΑ ΧΑΡΙΣΜΑΤΑ)

Το τρίτο κριτήριο για τον προσδιορισμό της ηθικής συμπεριφοράς, επικεντρώνεται στο χαρακτήρα του ατόμου που σχετίζεται με την απόφαση ή την ενέργεια. Αν το εν λόγω άτομο έχει καλό χαρακτήρα και ειλικρινή κίνητρα και προθέσεις, τότε αυτό είναι **ηθικό**. Τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν το χαρακτήρα περιλαμβάνουν συνήθως τα δύο άλλα ηθικά κριτήρια. Κάποιος θα μπορούσε να κρίνει ως καλό το χαρακτήρα ενός ατόμου αν αυτός ή αυτή ακολουθεί τις σωστές αρχές και σέβεται τα δικαιώματα των άλλων.

Το περιβάλλον ή η κοινωνία του ατόμου που λαμβάνει την απόφαση, μας βοηθούν να ορίσουμε τη λέξη ακεραιότητα. Μπορεί να κρίνετε επεικέστερα την ηθική ενός ατόμου που μιλά για μια πιθανή επένδυση σε σχέση με την αντιπρόεδρο μιας τράπεζας ο οποίος δέχτηκε αμέσως την κατάθεση των μετρητών σας.

Τα ηθικά χαρίσματα των διευθυντών και των επαγγελματιών που ανήκουν σε κοινωνίες επαγγελματιών, μπορούν να κριθούν αμέσως. Επαγγέλματα που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις και έχουν κώδικες ηθικής είναι αυτά των λογιστών, των διευθυντών στα τμήματα αγορών και των επαγγελματιών που ασχολούνται με τον προγραμματισμό των οικονομικών. Από τη στιγμή που το άτομο ακολουθεί το γνωστό κώδικα, αυτός ή αυτή συμπεριφέρεται με ηθικό τρόπο. Ένα παράδειγμα μιας

τέτοιας αρχής για ένα άτομο που προγραμματίζει τα οικονομικά είναι να δηλώνει με σαφήνεια τα κέρδη που έχει από ένα πελάτη που δέχεται τις προτάσεις του.

Όταν ένας διευθυντής αντιμετωπίζει μια πολύπλοκη ηθική απόφαση τότε είναι καλύτερο να χρησιμοποιήσει και τις τρεις φιλοσοφικές προσεγγίσεις. Ο διευθυντής ίσως σκεφτεί τις συνέπειες μιας απόφασης, ενώ μπορεί να αναλύσει επίσης τα καθήκοντα, τις υποχρεώσεις, τις αρχές και τις προθέσεις. Μια τέτοια περίπτωση έλαβε χώρα το 1995. Ένα διαταραγμένο ψυχικά άτομο με το ψευδώνυμο Βομβιστής, απείλησε ότι θα προκαλέσει έκρηξη στο αεροδρόμιο του Λος Άντζελες. Έπειτα είπε ότι δεν μιλούσε σοβαρά. Πολλοί διευθυντές έπρεπε να αποφασίσουν αν θα έπρεπε να στείλουν τους υφιστάμενους τους σε επαγγελματικά ταξίδια με ανταποκρίσεις στο συγκεκριμένο αεροδρόμιο. Θα πρέπει οι λειτουργίες να συνεχίζονται ως συνήθως ακόμα κι αν υπάρχει μια ελάχιστη πιθανότητα κινδύνου; Για να φτάσουν σε μια απόφαση, οι διευθυντές έπρεπε να εξετάσουν και τις τρεις φιλοσοφικές αρχές που σχετίζονται με τους ηθικούς κανόνες.

3.3 ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΗΘΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ

Αν και συμπεριλαμβάνονται στα ηθικά χαρίσματα, οι αξίες σχετίζονται συχνά με ηθική. Οι ηθικοί κανόνες και οι αξίες μιας εταιρείας βοηθούν ώστε να υπάρχει ηθικό στοιχείο στη λήψη των αποφάσεων. Πολλές εταιρείες το δηλώνουν ότι «βάζουν τους ανθρώπους πάνω από τα κέρδη» (μια αξία). Αν αυτό ήταν αλήθεια οι διευθυντές θα απέφευγαν κάποιες ενέργειες όπως την καθυστέρηση της πληρωμής ενός πωλητή απλά για να κρατήσουν τα χρήματα περισσότερο καιρό ή την απόλυση ενός μέλους της ομάδας, επειδή είχε διαπραγματευτεί μια συμφωνία η οποία απέφερε οικονομική ζημιά.

Επίσης οι αξίες ενός ατόμου επηρεάζουν την άποψη σχετικά με το ποια είδη συμπεριφοράς θεωρεί ότι είναι ηθικά. Ένα στέλεχος το οποίο αποσκοπεί μόνο στο κέρδος δεν θα θεωρήσει ανήθικη την αύξηση των τιμών περισσότερο απ' όσο είναι αναγκαίο ώστε να καλύψει τα επιπρόσθετα έξοδα. Ένα άλλο στέλεχος το οποίο βάζει πάνω απ' όλα την οικογενειακή ζωή ίσως προτείνει στην εταιρία την επένδυση χρημάτων σε ένα κέντρο φροντίδας παιδιών εντός των εγκαταστάσεων.

Η έννοια της διοίκησης με βάση τους ηθικούς κανόνες βοηθά να ξεκαθαρίσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι αξίες σχετίζονται με την ηθική. Η διοίκηση

με βάση τους ηθικούς κανόνες δίνει έμφαση στο ότι η υψηλή ποιότητα ενός τελικού προϊόντος προηγείται της προγραμματισμένης ολοκλήρωσης του. Την ίδια στιγμή θέτει υψηλούς στόχους ποιότητας για την αντιμετώπιση των υπαλλήλων και της παραγωγής. Ο Robert Elliot Allinson πιστεύει ότι πολλές καταστροφές που σχετίζονται με την εργασία μπορούν να καταλογισθούν σε μια ομάδα διοίκησης που δεν βασίζεται στους ηθικούς κανόνες. Ένα τέτοιο παράδειγμα ήταν η αποτυχία του τηλεσκοπίου του Hubell να λειτουργήσει σωστά στο διάστημα εξαιτίας ενός καθρέφτη. (Το πρόβλημα διορθώθηκε αργότερα.)

Σύμφωνα με την Allinson, η διοίκηση ενέργησε ανεύθυνα εφόσον δεν έδωσε έμφαση στην σπουδαιότητα του ελέγχου της ποιότητας ενώ οι ανώτεροι δεν ήταν υπεύθυνοι για την ποιότητα. Επίσης, η ανώτερη διοίκηση της NASA υποστήριξε ότι δεν είχε την ευθύνη να ανακαλύψει κατά πόσο το τελικό προϊόν ήταν προβληματικό ή υψηλής ποιότητας.

3.4 ΟΦΕΛΗ ΠΟΥ ΠΗΓΑΖΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η ηθική συμπεριφορά και οι κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις έχουν πολλές φορές κάποιο κόστος. Η επένδυση σε προγράμματα ποικιλομορφίας, η παροχή αδειών για κοινωνικούς σκοπούς και το να ειπωθεί η αλήθεια στους πελάτες, είναι πράξεις που μπορεί να μην αποφέρουν άμεσο κέρδος. Όταν οι πρωτοβουλίες κοινωνικής ευθύνης οδηγούν σε απώλεια χρημάτων, αυτές οι δαπάνες επιβαρύνουν τελικά τους πελάτες οι οποίοι πληρώνουν το κόστος όλων αυτών των ενεργειών, καθώς και τους μέτοχους οι οποίοι λαμβάνουν μικρότερα μερίσματα. Ένα άλλο κόστος σχετίζεται με το θέμα του ανταγωνιστικού μειονεκτήματος. Μια επιχείρηση μπορεί να έχει τα ίδια ποσοστά κέρδους με τους ανταγωνιστές της αν και αυτοί επενδύουν σε κοινωνικά έργα. Ωστόσο, μια επιχείρηση η οποία στηρίζει μόνη της τέτοιου είδους έργα μπορεί να ζημιωθεί αν οι ανταγωνιστές της επενδύσουν περισσότερα μετρητά για να ενδυναμώσουν τις ανταγωνιστικές θέσεις τους.

Παρά τις πιθανές δαπάνες που μόλις αναφέρθηκαν, η ηθική και κοινωνικώς υπεύθυνη συμπεριφορά φαίνεται ότι είναι επικερδής ή τουλάχιστον ουδέτερη από άποψη κέρδους. Ωστόσο, μια τέτοια συμπεριφορά βοηθάει στην επίτευξη σημαντικών μη κερδοσκοπικών στόχων όπως οι πράξεις για το κοινωνικό καλό. Το επιχείρημα για την ανάπτυξη κωδίκων ηθικής πραγματικά πείθει. Όσο μεγαλύτερος

είναι ο αριθμός των ηθικών υπάλληλων, τόσο μεγαλύτερο καλό θα κάνει ένας οργανισμός. Η ανήθικη συμπεριφορά όπως η κλοπή ή η απατή από κάποιο υπάλληλο είναι επιζήμια. Ένα αντάλλαγμα των επιχειρήσεων που κάνουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις είναι ότι συνήθως προσελκύουν και κρατούν κοινωνικά υπεύθυνους πελάτες, και έτσι εξελίσσονται σε ένα όμορφο περιβάλλον όπου η επένδυση σύμφωνα με τους αποδεκτούς κανόνες δείχνει ότι οι καταναλωτές ευαισθητοποιούνται ολοένα και περισσότερο τόσο απέναντι στα προϊόντα που αγοράζουν όσο και απέναντι στην ίδια την επιχείρηση που τα παράγει.

3.5 Η ΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΗΘΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Οι καταναλωτές λένε ότι ενδιαφέρονται για διάφορους καλούς σκοπούς όπως είναι, επί παραδείγματι, η καταπολέμηση της παιδικής εργασίας, η προστασία του περιβάλλοντος, η παύση της εκμετάλλευσης των εργαζομένων στις αναπτυσσόμενες χώρες, ο πόλεμος κατά της φτώχειας, του AIDS κ.λπ., αλλά από ό,τι φαίνεται στην πράξη, μόνο το λένε. Η ηθική τους σταματάει στο πορτοφόλι τους.

Πριν από έναν χρόνο και κάτι, στο Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ στο Νταβός, ο Βοπο των U2 ανακοίνωσε την έναρξη μιας πλέον φιλόδοξης προσπάθειας με στόχο το “πάντρεμα” της κατανάλωσης με την κοινωνική ευθύνη. Έτσι γεννήθηκε το Product Red. Η ιδέα του Product Red είχε ως εξής: να συγκεντρώσει γνωστές πολυεθνικές εταιρείες όπως οι Gap, American Express, Giorgio Armani κι άλλες ώστε να δημιουργήσουν Red-branded προϊόντα με στόχο ένα μέρος από τα έσοδα των πωλήσεων να διατεθούν στο Global Fund το οποίο καταπολεμεί το AIDS, την ελονοσία και τη φυματίωση. Με αυτόν τον τρόπο, αφενός οι καταναλωτές θα μπορούσαν να εκφράσουν τις κοινωνικές ευαισθησίες τους κι αφετέρου οι εταιρείες να δείξουν το κοινωνικό τους πρόσωπο κερδίζοντας χρήματα παράλληλα -”doing well by doing good”.

Ωστόσο, οι καταναλωτές παρέμειναν λίγο-πολύ απαθείς απέναντι σε αυτήν την κίνηση. Αυτή είναι η πραγματικότητα. Μολονότι οι καταναλωτές λένε σε έρευνες πως θα προτιμούσαν προϊόντα που δείχνουν κοινωνική ευαισθησία, στην πράξη δεν το κάνουν.

Ας πάρουμε την περίπτωση του fair trade καφέ. Παρά το γεγονός ότι η μεγαλύτερη αλυσίδα καφέ στις Η.Π.Α., τα γνωστά Starbucks, πωλούν από το 2001

αυτού του είδους τον καφέ οι πωλήσεις είναι στάσιμες. Το μερίδιο αγοράς του fair trade καφέ στις Η.Π.Α. κυμαίνεται γύρω στο 2%. Αλλά και στην Ευρώπη, όπου πολλοί είναι αυτοί που διαρρηγνύουν τα υμάτιά τους για το fair trade, το ποσοστό είναι, πάλι, γύρω στο 2%. Σύμφωνα με μία έρευνα, στην οποία οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν σε δύο ομάδες με την πρώτη ομάδα να έχει ενημερωθεί αναφορικά με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες των προϊόντων ενώ η δεύτερη όχι, το γεγονός ότι παρασχέθηκε πληροφόρηση (στην πρώτη ομάδα) δεν είχε καμία σημαντική διαφορά στις επιλογές των προϊόντων. Το ίδιο έδειξε και μια άλλη έρευνα που έγινε σε οκτώ χώρες –οι καταναλωτές άλλα λένε κι άλλα κάνουν όσον αφορά στην “ηθική κατανάλωση”.

Όλα αυτά δεν σημαίνουν ότι δεν υπάρχουν κοινωνικά υπεύθυνοι καταναλωτές αν και είναι δύσκολο να περιγραφούν με τις γνωστές δημογραφικές μεταβλητές τμηματοποίησης όπως είναι το φύλο, το εισόδημα, η ηλικία, η μόρφωση κ.λπ. Επιπλέον, κάποιοι καταναλωτές μπορεί να καταναλώνουν ηθικά αλλά ακόμη και τότε το κάνουν μόνον εάν πιστεύουν ότι το προϊόν θα καλύψει τις ανάγκες τους. Γιατί, όμως, οι καταναλωτές μένουν μόνο στα λόγια;

Ανάλογα με την εθνικότητά τους οι αιτιολογήσεις τους εμπίπτουν σε τρεις κατηγορίες: την “κοινωνική εξάρτηση” (social dependency), τον “οικονομικό ορθολογισμό”(economic rationalism)και τον “αναπτυξιακό ρεαλισμό”(developmental realism).

Οι καταναλωτές που εμπίπτουν στην πρώτη κατηγορία θεωρούν ότι είναι ευθύνη του κράτους, όχι δική τους, να λάβει τα αντίστοιχα μέτρα κατά των ανήθικων επιχειρηματικών πρακτικών και προϊόντων. Όσοι ανήκουν στη δεύτερη κατηγορία θεωρούν ότι θα ήταν παράλογο να μην αγοράσουν την καλύτερη ευκαιρία που θα μπορούσαν να βρουν και, τέλος, όσοι ανήκουν στην τρίτη κατηγορία (καταναλωτές κυρίως των αναπτυσσόμενων χωρών όπως είναι η Κίνα, η Ινδία και η Τουρκία) θεωρούν πως, προκειμένου να ανέβει το βιοτικό τους επίπεδο, είναι αναγκαίες οι πρακτικές που έρχονται σε αντίθεση με τον ηθικό τους κώδικα -πολλοί από αυτούς, άλλωστε, είναι πολύ φτωχοί για να ασχολούνται με αυτά τα πράγματα. Το κεντρικό συμπέρασμα; Η ηθική κατανάλωση (κι όχι μόνο η κατανάλωση...) σταματάει στο πορτοφόλι. (www.bizwriter.gr)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ

4.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η κοινωνική απόδοση της επιχείρησης είναι ο βαθμός στον οποίο μια εταιρεία ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των συνεταίρων της για ένα κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο συμπεριφοράς. Αφού οι συνέταιροι ικανοποιηθούν με την αναφορά των οικονομικών, ίσως στρέψουν την προσοχή τους στο κατά πόσο ολόκληρη η εταιρεία συμπεριφέρεται ως ένας καλός πολίτης απέναντι στην κοινωνία. Ένας τρόπος μέτρησης της κοινωνικής απόδοσης είναι η ανάλυση της ετήσιας αναφοράς της εταιρείας με στόχο την εύρεση σχετικών στατιστικών πληροφοριών.

Δύο καθηγητές λογιστικής οι οποίοι ενδιαφέρθηκαν για την κοινωνική ευθύνη ερεύνησαν τις ετήσιες αναφορές των 100 μεγαλύτερων εταιρειών στον κατάλογο με τις εταιρείες που δημοσίευσε το περιοδικό Fortune. Οι εταιρείες είχαν συνεργαστεί με ένα αριθμό βιομηχανιών συμπεριλαμβανομένων κάποιων χημικών βιομηχανιών, βιομηχανιών υγείας, πετρελαιοβιομηχανιών, βιομηχανικών κατασκευών, τροφίμων, ηλεκτρονικών, αεροδιαστημικής και πληροφορικής. Η ανάλυση που σχετιζόταν στενά με την κοινωνική απόδοση αποκάλυψε κάποια περιβαλλοντικά μέτρα τα οποία αναφέρθηκαν μαζί με τη συχνότητά τους :

- Μέτρα κατά της μόλυνσης, 74%
- Εισφορές για την αποφυγή εγκλημάτων, 0%

- Εισφορές στους αστέγους, 10%
- Εισφορές για την αντιμετώπιση του AIDS και εισφορές για προγράμματα απεξάρτησης, 10%
- Εισφορές στις τέχνες, 17%
- Εισφορές για την εκπαίδευση, 44%

Οι συγγραφείς ενθαρρύνθηκαν με το γεγονός ότι οι τιμές σ' αυτές και σε άλλες κατηγορίες είχαν βελτιωθεί από τα προηγούμενα χρόνια. Μια άλλη προσέγγιση για τον υπολογισμό της κοινωνικής απόδοσης της επιχείρησης είναι η παρατήρηση του τρόπου με τον οποίο η εταιρεία ανταποκρίνεται στα κοινωνικά ζήτημα, εξετάζοντας με μεγαλύτερη λεπτομέρεια τα προγράμματα. Οι δυο παρακάτω ενότητες περιγράφουν την δραστηριότητα της εταιρείας απέναντι σε ένα αριθμό κοινωνικών ζητημάτων.

4.2 ΑΞΙΟΠΙΣΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ-ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ

Για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων ως προς τις επιδόσεις τους στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν δημιουργηθεί διάφοροι Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί και δείκτες που βοηθούν τις επιχειρήσεις με ποιους τρόπους να είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Παρακάτω γίνεται μια αναφορά στα σημαντικότερα εργαλεία μέτρησης-απόδοσης της ΕΚΕ.

Αρχικά υπάρχει η έννοια του Κοινωνικού Απολογισμού που μια επιχείρηση ή οργανισμός καλείται να δημοσιεύει κάθε χρόνο και ο οποίος αναφέρεται στις ενέργειες της επιχείρησης στον τομέα της ΕΚΕ.

- **GRI (Global Reporting Initiative).** Η Διεθνής Οργάνωση GRI έχει σαν σκοπό να μεταδώσει τις αρχές του Πλαισίου του Κοινωνικού Απολογισμού, που περιλαμβάνει οικονομικές, περιβαλλοντολογικές και κοινωνικές επιδόσεις της επιχείρησης.
- **BITC (Business in the Community).** Το BITC, υπό την προεδρία του Πρίγκιπα της Ουαλίας αποτελεί έναν από τους κορυφαίους Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στον τομέα της ΕΚΕ και υποστηρίζει εδώ και 25 χρόνια κορυφαίους οργανισμούς και επιχειρήσεις. Στο πλαίσιο αυτό έχει αναπτύξει το CR Index.

- **CR Index.** Το CR Index είναι ο πρώτος εθνικός δείκτης εταιρικής ευθύνης και μετράει τις επιδόσεις των επιχειρήσεων στον τομέα της Εταιρικής Ευθύνης καθώς, και τις επιδράσεις τους στην κοινωνία, το περιβάλλον, την αγορά και τους εργαζόμενους, με βάση τα διεθνή πρότυπα και κριτήρια. Σύμφωνα με τον δείκτη υπάρχουν τέσσερα επίπεδα διάκρισης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων ενός οργανισμού : Platinum, Gold, Silver, Bronze.
- **CRI (Corporate Responsibility Institute).** Το CRI είναι μία αστική μη Κερδοσκοπική Εταιρεία που έχει αναλάβει την αποκλειστική εκπροσώπηση του CR Index στην Ελλάδα σε συνεργασία με το BITC. Στόχος του είναι να παρέχει στις Ελληνικές Επιχειρήσεις και Οργανισμούς το πιο αναγνωρισμένο εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για την αναγνώριση των επιδόσεων τους σε θέματα ΕΚΕ με βάση τα διεθνή κριτήρια.
- **GPTW (Great Place To Work).** Το GPTW είναι ένας πιο εξειδικευμένος δείκτης που αξιολογεί το εργασιακό περιβάλλον της επιχείρησης. Το GPTW εκπροσωπείται από το Great Place To Work Institute, μια εταιρεία παροχής διοικητικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών και ερευνών που βοηθά επιχειρήσεις από όλους τους κλάδους να επιτύχουν βελτιώσεις διαρκείας στις εργασιακές τους σχέσεις.
- **Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.** Είναι ένα μη κερδοσκοπικό σωματείο που ιδρύθηκε το 2000 από μια ομάδα 3 επιχειρηματικών φορέων και 13 εταιριών. Στόχος του είναι η διάδοση της ευρύτερης έννοιας και των καλών πρακτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην ελληνική επιχειρηματική κοινότητα.

4.3 ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΠΟΙΚΙΛΟΜΟΡΦΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Ένα σημαντικό βήμα για τους οργανισμούς είναι η αποδοχή της πολιτισμικής ποικιλομορφίας αφού εξασφαλιστεί ότι τα άτομα πολλών διαφορετικών τάξεων έχουν ίση πρόσβαση προς την εξέλιξη και τις ευκαιρίες. Ισότητα σημαίνει επίσης ότι οι υπάλληλοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν όλα τα ταλέντα τους. Αντί να αποφεύγουν

απλά τις διακρίσεις στην εργασία, αυτοί οι οργανισμοί λειτουργούν κοινωνικά υπεύθυνα δημιουργώντας περισσότερες ευκαιρίες για τις διαφορετικές ομάδες ανθρώπων.

Οι πρωτοβουλίες ποικιλομορφίας μπορεί να είναι κοινωνικά υπεύθυνες αλλά αποτελούν επίσης μια φυσική απάντηση στις τάσεις του πληθυσμού. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα που αφορούν στην αξιολόγηση των διαφορών ή στον υπολογισμό της πολιτισμικής ποικιλομορφίας είναι ένα άλλο στοιχείο των προγραμμάτων ποικιλομορφίας. Η εκπαίδευση με στόχο την αξιολόγηση των διαφορών επιχειρεί να φέρει την αρμονία στο χώρο εργασίας διδάσκοντας τους ανθρώπους τον τρόπο με τον οποίο θα τα πάνε καλά με τους συνεργάτες τους που ίσως προέρχονται από διαφορετικές τάξεις. Πολύ συχνά το πρόγραμμα στοχεύει στην ελαχιστοποίηση των ανοιχτών ρατσιστικών και φυλετικών εκφράσεων.

Όλες οι μορφές εκπαίδευσης με στόχο την αξιολόγηση των διαφορών στοχεύουν στη βελτίωση της ενημέρωσης των ατόμων και την κατανόηση προς τα άτομα που κατά κάποιο τρόπο διαφέρουν. Κάποιες φορές η διαφορά γίνεται αμέσως ορατή όπως στην περίπτωση του διαφορετικού χρώματος ή της φυσικής κατάστασης. Άλλες φορές, η διαφορά δεν γίνεται αμέσως ορατή όπως στην περίπτωση της θρησκευτικής πίστης ή του σεξουαλικού προσανατολισμού.

Τα θέματα της εκπαίδευσης επικεντρώνονται στους τρόπους με τους οποίους οι άντρες και οι γυναίκες ή τα άτομα διαφορετικού χρώματος εκφράζουν διαφορετικές αξίες, στάσεις και πολιτισμική βάση. Ορισμένες φορές τα προγράμματα είναι αντιφατικά, άλλες πάλι όχι. Όπως περιγράφηκε από το σύμβουλο σε θέματα ποικιλομορφίας R. Roosevelt Thomas, Jr., οι στόχοι της αξιολόγησης των διαφορών περιλαμβάνουν ένα ή περισσότερα στοιχεία από τα παρακάτω:

- Την ενθάρρυνση της μάθησης και της αποδοχής των διαφορών ανάμεσα στα άτομα.
- Το να βοηθηθούν οι συμμετέχοντες ώστε να κατανοήσουν τα συναισθήματα τους και τη στάση τους απέναντι στα άτομα που είναι «διαφορετικά».
- Την ερευνά του τρόπου με τον οποίο οι διάφορες μπορεί να ωφελήσουν το εργασιακό περιβάλλον.
- Την ενθάρρυνση των σχέσεων εργασίας ανάμεσα στα άτομα που διαφέρουν.

Ένα σημαντικό σημείο με στόχο την ύπαρξη αποτελεσματικότερων σχέσεων με τις ομάδες που διαφέρουν είναι η στάση κατανόησης απέναντι στην άποψη τους. Προκειμένου να βοηθήσουν τους εκπαιδευόμενους να αναπτύξουν την κατανόηση τους, οι εκπρόσωποι των διάφορων ομάδων εξηγούν τα συναισθήματα τους τα οποία σχετίζονται με τον εργασιακό χώρο. Εντούτοις, οι εταιρίες ανακάλυψαν ότι όταν οι υπάλληλοι είναι υπερβολικά απότομοι κατά τη διάρκεια αυτών των συγκεντρώσεων, μπορεί αργότερα να είναι δύσκολη η δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων στην ομάδα εργασίας. Συνεπώς η εκπαίδευση πάνω στην ποικιλομορφία των ομάδων δεν έχει αποτελέσματα.

4.4 ΑΛΛΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η δημιουργία ευκαιριών για ένα ποικιλόμορφο εργατικό δυναμικό αποτελεί σημαντική πρωτοβουλία κοινωνικής ευθύνης. Σ' αυτό το σημείο παρουσιάζονται οι θετικές αντιδράσεις των επιχειρήσεων απέναντι σε άλλα σημαντικά κοινωνικά ζητήματα. Μια εταιρεία η οποία λαμβάνει πρωτοβουλίες σ' αυτούς τους τομείς μπορεί να θεωρηθεί κοινωνικώς υπεύθυνη. Οι πρωτοβουλίες κοινωνικής ευθύνης περιλαμβάνουν της άδειες για κοινωνικούς σκοπούς, την αποδοχή των ατόμων που αποκαλύπτουν κάποια λάθη, τα προγράμματα αναδιοργάνωσης και τα προγράμματα για την φροντίδα των ηλικιωμένων.

❖ ΑΔΕΙΕΣ ΓΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ

Ορισμένες εταιρείες προσφέρουν στους υπαλλήλους τους άδειες μετά πληρωμής από μερικές εβδομάδες μέχρι ακόμα και έξι μήνες ώστε να αποτρέψουν την υπερβολική κούραση. Ωστόσο, άδεια για κοινωνικούς σκοπούς προσφέρει σε επίλεκτους υπαλλήλους κάποιο χρόνο εκτός εργασίας προκειμένου να εκτελέσουν κάποια σημαντικά κοινωνική εργασία.

Για παράδειγμα, το τμήμα της American Express που σχετίζεται με τα ταξίδια, επιτρέπει στους υπαλλήλους της με 10 και πάνω χρόνια υπηρεσίας να πάρουν άδεια ως και έξι μήνες προκειμένου να συνεισφέρουν στην κοινότητα. Η κατοχή μιας τέτοιας άδειας, χαρακτηρίζεται από ανταγωνισμό. Οι υποψήφιοι για την άδεια συμπληρώνουν μια αίτηση η οποία περιγράφει τα σχέδια του υπαλλήλου καθώς και της ικανότητες που έχει ώστε να εκτελέσει τη συγκεκριμένη κοινωνική εργασία. Όπως

και με της υπόλοιπες εταιρείες που προσφέρουν άδειες για κοινωνικούς σκοπούς, η κοινωνική εργασία πρέπει να εμπεριέχεται στα προγράμματα εργασίας του τμήματος.

Το κοινωνικό καλό που εκτελεί ένα άτομο το οποίο έχει πάρει άδεια γι' αυτό το σκοπό από την εργασία του, συχνά λαμβάνει τη μορφή του δανεισμού της εμπειρογνωμοσύνης μιας επιχείρησης σε ένα μη κερδοσκοπικό οργανισμό. Ένα παράδειγμα θα αποτελούσε ένας ελεγκτής μιας επιχείρησης ο οποίος σχετίζεται έμμεσα με την επαγγελματική πείρα κάπου.

❖ ΑΠΟΔΟΧΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΠΟΥ ΑΠΟΚΑΛΥΠΤΟΥΝ ΚΑΠΟΙΑ ΛΑΘΗ

Αυτό το άτομο είναι συνήθως ένας υπάλληλος ο οποίος αποκαλύπτει κάποιες λανθασμένες πράξεις στον τομέα της οργάνωσης σε εταίρους οι οποίοι μπορούν να αναλάβουν δράση. Συνήθως αυτά τα άτομα εξοστρακίζονται και εξευτελίζονται από τις εταιρίες που ελπίζουν ότι θα βελτιώσουν με μέσα όπως οι εκτιμήσεις χαμηλής απόδοσης ή τα εμπόδια σε περίπτωση κάποιας παραγωγής. Τις περισσότερες φορές τα επιχειρήματα αυτών των ατόμων αγνοούνται.

Ένα κλασικό παράδειγμα της περίπτωσης τέτοιων ατόμων έλαβε χώρα στην επιχείρηση Morton Thiocol Inc. η οποία είχε σχέση με την καταστροφή του Challenger το 1986. Δύο μηχανικοί είχαν καταθέσει σε μια εξωτερική επιτροπή ότι υπήρχαν προβλήματα με τους πυραύλους του διαστημόπλοιου. Επιπλέον, είχαν ειδοποιήσει τους διευθυντές και τους αξιωματούχους της NASA να αναλάβουν την μοιραία εκτόξευση. Μετά την κατάθεση τους οι μηχανικοί μετατέθηκαν σε θέσεις εργασίας χωρίς κανένα ενδιαφέρον. Αργότερα η επιτροπή που είχε κάνει την έρευνα παρενέβη ώστε οι μηχανικοί να επανέλθουν στις θέσεις τους.

Μόνο ένας οργανισμός με δυνατή κοινωνική συνείδηση θα κάλυπτε τους υπαλλήλους οι οποίοι θα πληροφορούσαν το κοινό για τις λανθασμένες πράξεις τους. Εντούτοις, ορισμένες επιχειρήσεις αποδέχονται ολοένα και περισσότερο τους υπαλλήλους που ενδυναμώνουν την κοινωνική εικόνα της εταιρίας, αποκαλύπτοντας πράξεις οι οποίες θα μπορούσαν να βλάψουν την κοινωνία.

❖ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΝΑΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ

Μια πρωτοβουλία κοινωνικής ευθύνης ευρείας κλίμακας για τις επιχειρήσεις είναι η επένδυση πόρων ώστε να βοηθήσει η αναδιοργάνωση των πληγέντων περιοχών. Επένδυση μπορεί να σημαίνει κατασκευή γραφείων ή βιομηχανιών σε ένα φτωχό τμήμα της πόλης ή προσφορά επαγγελματικής εκπαίδευσης των κατοίκων αυτών των περιοχών. Η ασφαλιστική εταιρία Prudential Insurance Company βοηθά την αναδιοργάνωση του κέντρου των πόλεων επενδύοντας χρήματα σε επιχειρήσεις όπως μανάβικα, είδη σπιτιού και ψυχαγωγία. Ένα από τα έργα στα οποία επένδυσε είναι το Κέντρο Τεχνών του Νιου Τζέρσεϋ –New Jersey Performing Art Center.

Ο Peter Goldberg, πρόεδρος του ιδρύματος Prudential εξηγεί τη λογική των προγραμμάτων αναδιοργάνωσης της κοινότητας. “Το λαμπρό μέλλον αυτής της εταιρίας, αυτής της βιομηχανίας και ολόκληρου του επιχειρηματικού κόσμου της Αμερικής συνδέεται άμεσα με την υγεία της Αμερικανικής Κοινωνίας”.

Σημαντικές επενδύσεις επιχειρήσεων σε προγράμματα κοινωνικής αναδιοργάνωσης έγιναν στο Λος Άντζελες μετά τις ταραχές του 1992. Ο οργανισμός κοινής ωφέλειας Southern California Edison δημιούργησε ένα κέντρο επαγγελματικής

εκπαίδευσης αξίας \$16,5 εκατομμυρίων σε μια από τις πληγείσες περιοχές. Επίσης ο οργανισμός προσλαμβάνει νέους με σωματικά προβλήματα για ένα αριθμό έργων της κοινότητας. Ένα άλλο παράδειγμα είναι αυτά της Hyundai Motors στην Αμερική η οποία εκπαιδεύει κάθε χρόνο γύρω στους 40 νέους που ανήκουν σε μειονότητες για να τους δοθεί το πτυχίο του μηχανικού ενώ κάθε μαθητής κοστίζει στην επιχείρηση \$10.000. Ένας εκπρόσωπος της επιχείρησης εξηγεί, “Χρειαζόμαστε άμεσα εκπαιδευόμενους μηχανικούς και οι άνθρωποι χρειάζονται δουλειά. Αυτό το πρόγραμμα τους εκπαιδεύει ώστε να κάνουν καριέρα”.

❖ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ ΤΩΝ ΗΛΙΚΙΩΜΕΝΩΝ

Μια σημαντική πρόκληση που έχουν να αντιμετωπίσουν οι υπάλληλοι και οι εργοδότες είναι ότι σχεδόν το 10% των εργατών έχει την ευθύνη ενός ηλικιωμένου συγγενή. Σύμφωνα με μια εκτίμηση, ο ένας στους τρεις εργάτες θα έχει αυτή την ευθύνη έως το έτος 2020. Πίσω από την προβλεπόμενη αύξηση βρίσκονται τρεις δημογραφικές τάσεις: ο αριθμός των ηλικιωμένων αυξάνεται ταχέως, τα άτομα με χρόνιες παθήσεις ζουν περισσότερο και στο εργατικό δυναμικό υπάρχουν

περισσότερες γυναίκες απ' ότι στο παρελθόν (Σχεδόν τα τρία τέταρτα των ατόμων που φροντίζουν τους ηλικιωμένους είναι γυναίκες).

Μια μελέτη του Ινστιτούτου Εργασίας και Οικογένειας πάνω σε 305 υπαλλήλους που έχουν την φροντίδα ηλικιωμένων συγγενών, τεκμηριώνει το πρόβλημα. Το 39 % ανέφερε ότι οι ευθύνες αυτές τους αποσπούσαν την προσοχή από την εργασία τους το 25 % άλλαξε εργασία εξαιτίας αυτού του προβλήματος. Άλλες μελέτες αποκάλυψαν ότι οι διακοπές της εργασίας και οι απουσίες απ' αυτήν που έχουν σχέση με την φροντίδα των ηλικιωμένων είναι ζημιά για την επιχείρηση.

Πολλές εταιρίες λαμβάνουν μια πρωτοβουλία κοινωνικής ευθύνης προκειμένου να αντιμετωπίσουν την ανάγκη για την φροντίδα των ηλικιωμένων που αυξάνεται συνεχώς. Σχεδόν το 25 % των μεγάλων επιχειρήσεων (επιχειρήσεις με περισσότερους από 1000 υπαλλήλους) προσφέρουν κάποια προγράμματα και υπηρεσίες που παρέχουν βοήθεια στον τομέα φροντίδας των ηλικιωμένων. Οι διάφορες μορφές βοήθειας περιλαμβάνουν υπηρεσίες παροχής πόρων σεμινάρια, ομάδες στήριξης καθώς και μακροπρόθεσμη ασφάλιση (νοσοκόμες στα σπίτια). Σχεδόν το 15 % των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (με 80 ως 999 υπαλλήλους) παρέχει επίσης κάποια βοήθεια.

Σε γενικές γραμμές, η ευέλικτη πολιτική εργασίας όπως οι ευέλικτες ώρες εργασίας και άδειες για κοινωνικούς λόγους όπως ορίζει η Πράξη περί Παροχής Οικογενειακών και Ιατρικών Αδειών - Family and Medical Leave Act – βοηθούν τα άτομα να ασχοληθούν με την φροντίδα των ηλικιωμένων.

❖ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ ΗΘΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η δημιουργία ενός ηθικού και κοινωνικά υπεύθυνου χώρου εργασίας δεν είναι απλά ένα ζήτημα τύχης και κοινής λογικής. Οι ανώτεροι διευθυντές, οι οποίοι βοηθούνται από άλλους διευθυντές και επαγγελματίες, μπορούν να δημιουργήσουν στρατηγικές και προγράμματα με στόχο να ενθαρρύνουν τις ηθικές και κοινωνικά αποδεκτές πράξεις. Παρακάτω γίνεται μια περιγραφή ορισμένων από αυτές της πρωτοβουλίες :

- **Επίσημοι μηχανισμοί για τον έλεγχο της ηθικής.** Συχνά οι μεγάλοι οργανισμοί δημιουργούν επιτροπές ηθικής ώστε να εξασφαλιστεί η ηθική και κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Τα μέλη της επιτροπής αποτελούνται από έναν εκπρόσωπο της ανώτερης διοίκησης καθώς και άλλους διευθυντές και

ολόκληρο τον οργανισμό. Ένας ειδικός πάνω στην ηθική και κοινωνική ευθύνη από το τμήμα ανθρώπινων πόρων, μπορεί επίσης να αποτελέσει μέλος της ομάδας. Η επιτροπή βοηθάει στη δημιουργία πολιτικής που θα αφορά στην ηθική και κοινωνική ευθύνη ενώ μπορεί να διεξάγει έλεγχο ηθικής σε όλες τις δραστηριότητες της εταιρίας.

Επιπλέον τα μέλη της επιτροπής μπορούν να εξετάσουν τις διαμαρτυρίες που αφορούν σε ηθικές παραβάσεις υπάλληλων έναντι πελατών. Ένας σημαντικός παράγοντας είναι η πρόσληψη ενός ανώτερου στελέχους το οποίο θα είναι υπεύθυνο για την τήρηση των ηθικών κανόνων. Το στέλεχος αυτό μπορεί να είναι ο γενικός σύμβουλος.

- **Γραπτοί οργανωτικοί κώδικες συμπεριφοράς.** Πολλοί οργανισμοί χρησιμοποιούν γραπτούς ηθικούς κώδικες λειτουργίας ως κατευθυντήριες γραμμές για την ηθική και κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές έχουν γίνει πολύ σημαντικές για τη οι υπάλληλοι στον τομέα της διοίκησης δεν ελέγχονται τόσο όσο στο παρελθόν. Ορισμένοι τομείς αυτών των κωδικών είναι γενικοί όπως η απαίτηση από τα άτομα να συμπεριφέρονται με ειλικρίνεια και αμεροληψία.
- **Έντονη αναφορά στα ζητήματα ηθική και κοινωνικής ευθύνης.** Η συνεχής αναφορά στο θέμα ενθαρρύνει την ηθική και κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Η ανώτερη διοίκηση μπορεί να διαδώσει το όφελος, από άποψη ανταγωνισμού, της ηθικής και της κοινωνικής υπεύθυνης συμπεριφοράς.
- **Η ηγεσία.** Μια σημαντική προσέγγιση της ενθάρρυνσης της ηθικής και της κοινωνικής ευθύνης λαμβάνει χώρα στα μέλη της ανώτερης διοίκησης, να συμπεριφέρονται πρώτα αυτή κατά αυτό τον τρόπο, έτσι ώστε να αποτελέσουν παράδειγμα για τους υφισταμένους τους. Τότε θα κυριαρχήσει η ηθική συμπεριφορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Η ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

5.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Ένας διαρκώς αυξανόμενος αριθμός επιχειρήσεων αναπτύσσουν και προωθούν στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε), αντιδρώντας έτσι στις αυξανόμενες πιέσεις που δέχονται πάνω σε κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά θέματα. Δηλώνοντας την Εταιρική τους Ευθύνη και την εθελοντική τους δέσμευση, η οποία ξεπερνά τις συμβατικές απαιτήσεις των κανονισμών, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ανεβάσουν τα πρότυπα της κοινωνικής ανάπτυξης και της προστασίας του περιβάλλοντος και να αποδείξουν ότι σέβονται τα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα στις καθημερινές πρακτικές τους. Σ' αυτό το κεφάλαιο γίνεται μια παρουσίαση των προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τεσσάρων εταιρειών. Η επιλογή των εταιρειών έγινε τυχαία, με μοναδικό κριτήριο το βαθμό αναγνωσιμότητας που έχουν οι εταιρίες αυτές στην ελληνική αγορά.



Η μεγαλύτερη ελληνική πολυεθνική εταιρία, και μία από τις μεγαλύτερες στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή, ολοκλήρωσης έργων πληροφορικής και παροχής λύσεων και επαγγελματικών υπηρεσιών στους τομείς της Δημόσιας Διοίκησης, Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Τραπεζικών Ιδρυμάτων & Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών και άλλων μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων. Η INTRACOM DEFENSE ELECTRONICS είναι πιστοποιημένη με το πρότυπο Κοινωνικής Ευθύνης SA 8000 (www.sa-intl.org). Το πρότυπο αυτό επιβεβαιώνει την ύπαρξη ενός άριστου και ασφαλούς εργασιακού περιβάλλοντος στο οποίο δε γίνονται διακρίσεις, παρέχονται ίσες ευκαιρίες σε όλους ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, εθνικότητας, αρτιμέλειας, θρησκείας κλπ., προασπίζονται τα συνδικαλιστικά δικαιώματα των εργαζομένων και τηρούνται οι κανόνες υγιεινής και ασφάλειας. Η εταιρία υπόκειται σε αυστηρές εξαμηνιαίες διαδικασίες αξιολόγησης από εξωτερικούς ελεγκτές για την τήρηση του προτύπου αυτού. (www.intracom.gr)

Κύριο μέλημα της Intracom IT Services κατά την άσκηση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων, είναι η ευαισθητοποίηση και η αμετακίνητη προσήλωσή της σε θέματα που αφορούν στο κοινωνικό σύνολο, αλλά και η

εθελοντική της δέσμευση σε στρατηγικές που προασπίζονται και προάγουν τα συμφέροντα των εργαζομένων, Συνεργατών, Προμηθευτών και Πελατών της.

Η Διοίκηση της εταιρίας, επιβεβαιώνοντας τη δέσμευσή της σε θέματα που άπτονται της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τη βούλησή της να δρα ως «ενεργός εταιρικός πολίτης»:

- Εφαρμόζει σύστημα Κοινωνικής Ευθύνης το οποίο συμμορφώνεται πλήρως με τις απαιτήσεις του προτύπου SA8000:2008 και υπόκειται σε περιοδικούς ελέγχους από ανεξάρτητο φορέα.
- Εναρμονίζεται πλήρως με τη σχετική Εθνική, Ευρωπαϊκή νομοθεσία και τις Διεθνείς Συνθήκες που άπτονται θεμάτων Κοινωνικής Ευθύνης.
- Στηρίζει εκπαιδευτικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές δραστηριότητες, ενθαρρύνει την επιστημονική έρευνα και την εκπαίδευση και ενισχύει πρωτοβουλίες στο χώρο της υγείας, της παιδείας και των τεχνών.
- Συμμετέχει ενεργά στη διάδοση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αποτελώντας μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), καθώς και του Συμβουλίου για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη του ΣΕΒ.
- Δημιουργεί αξία για την κοινωνία μέσω των έργων που υλοποιεί και πρωταγωνιστεί στην οικονομική ανάπτυξη και την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής στις χώρες όπου δραστηριοποιείται.

Η Πολιτική για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που αφορά στην εφαρμογή των αρχών του Προτύπου SA8000:2008, συνοδεύεται από τις ακόλουθες ενέργειες:

- Τήρηση των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας και των διατάξεων του Εργασιακού Δικαίου
- Συνεχή παρακολούθηση των καταβαλλόμενων μισθών ώστε να είναι επαρκείς για την κάλυψη των βασικών αναγκών
- Κατάρτιση & Εφαρμογή Κανονισμού Εργασίας, ο οποίος έχει γνωστοποιηθεί σε όλους τους εργαζομένους.
- Τακτική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των εργαζομένων σχετικά με την αξία της Εταιρικής Ευθύνης

- Ετήσια διεξαγωγή εσωτερικών επιθεωρήσεων που λειτουργούν ως μέσο ανίχνευσης οποιασδήποτε ασυμβατότητας σε σχέση με τις αρχές του Προτύπου OHSAS18001.
- Εξασφάλιση κανόνων υγιεινής και ασφάλειας στο εργασιακό περιβάλλον, λαμβάνοντας τα απαραίτητα μέτρα για την πρόληψη ατυχημάτων και εφαρμόζοντας σύστημα, με βάση τις αρχές του Προτύπου OHSAS18001, που εντοπίζει, αποτρέπει ή αντιμετωπίζει πιθανούς κινδύνους για την Υγιεινή και Ασφάλεια των εργαζομένων.
- Παροχή ίσων ευκαιριών σε όλους, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, εθνικότητας, θρησκείας, ειδικών αναγκών, πολιτικών πεποιθήσεων, σεξουαλικής προτίμησης.
- Προάσπιση του δικαιώματος για συνδικαλισμό και συλλογική διαπραγμάτευση
- Αξιολόγηση και ενημέρωση των υφιστάμενων Προμηθευτών και Υπεργολάβων σχετικά με τις πρακτικές που αφορούν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.



Η Coca - Cola Ελληνική Εταιρία Εμφιαλώσεως Α.Ε. αποτελεί τη μεγαλύτερη εταιρεία στην κατηγορία των μη αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα, με 2.430 εργαζόμενους και γεωγραφική παρουσία σε όλη τη χώρα. Αποτελεί μέλος του ελληνικού πολυεθνικού ομίλου, της Coca - Cola Hellenic, ενός από τους μεγαλύτερους εμφιαλωτές, παγκοσμίως, προϊόντων της The Coca-Cola Company αλλά και αναψυκτικών προϊόντων εν γένει, με διεθνή παρουσία σε 28 χώρες, περισσότερους από 47.500 εργαζομένους και έδρα την Αθήνα. Η Coca-Cola Τρία Έψιλον εμφιαλώνει, διανέμει και εμπορεύεται προϊόντα της The Coca-Cola Company, αλλά και δικά της προϊόντα, που περιλαμβάνουν τη σειρά χυμών Amita και Frulite, τα εμφιαλωμένα νερά ΑΥΡΑ, Waterblue και Λύττος, τα προϊόντα της Tuborg , καθώς και τα snacks TSAKIRIS.

Σύμφωνα με τα κριτήρια του Accountability Rating TM η εταιρεία κατέκτησε την 1η θέση ανάμεσα στη βιομηχανία τροφίμων και τη 2η θέση ανάμεσα στις 100 μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες, στην αξιολόγηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Λογοδοσίας, με συνολική βαθμολογία 64/100. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2008 είχε κατακτήσει την 3η θέση στη συνολική κατάταξη και η φετινή ανέλιξη αποδεικνύει τη συνεχή και συστηματική προσπάθεια για υπεύθυνη και διαφανή άσκηση της δραστηριότητάς της και ανάληψη και πραγματοποίηση σημαντικών πρωτοβουλιών εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας.

Επίσης, νέα διάκριση έλαβε και ο Εταιρικός Κοινωνικός Απολογισμός 2008 της Coca-Cola Τρία Έψιλον, στη διάρκεια του CSR Reporting Forum 2009 που διοργανώθηκε στις 8 Δεκεμβρίου. Στο έντυπο της εταιρείας κατέλαβε την 3η θέση ανάμεσα σε αντίστοιχους απολογισμούς 30 ομίλων και εταιρειών, στο πλαίσιο ετήσιας μελέτης που διεξήχθη από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου και η οποία βασίστηκε στην εφαρμογή και χρήση των οδηγιών GRI.

Τα σημαντικότερα στοιχεία, επιτεύγματα και στόχοι της Coca Cola Τρία Έψιλον παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω σύμφωνα με τον Εταιρικό Κοινωνικό Απολογισμό 2009 :

- Ένταξη της Κοινωνικής Υπευθυνότητας ως παράγοντα της Ανασκόπησης Απόδοσης των μελών της Ανώτερης Διοίκησης.
- Όλοι οι εργαζόμενοι υπόκεινται στον Κώδικα Επαγγελματικής Δεοντολογίας.
- Ανανεώθηκαν οι πιστοποιήσεις ISO900, ISO400, DHSAS18001, ISO22000, και HACCP για όλες τις μονάδες.

- Αύξηση κατά 89% τον αριθμό των ποσοτικών δεικτών γενικά και 25% τον αριθμό των δεικτών CRI στους οποίους γίνεται πλήρης αναφορά στον Απολογισμό Εταιρικής Υπευθυνότητας.
- Μείωση κατά 0.7% το δείκτη κατανάλωσης νερού ανά μονάδα προϊόντος σε σχέση με το 2008.
- Μείωση κατά 4,8% το δείκτη κατανάλωσης ενέργειας ανά μονάδα προϊόντος σε σχέση με το 2008.
- Μείωση κατά 29,1% το δείκτη στερεών αποβλήτων ανά μονάδα προϊόντος σε σχέση με το 2008.
- Μείωση κατά 2,061 τόνους τα στερεά απορρίμματα προς απόρριψη, σε σχέση με το 2008.
- Συμβολή στην αντιμετώπιση πάνω από 15,000 ιατρικών περιστατικών και διανομή πάνω από 260,000 εντύπων, σε 27 ακριτικά νησιά με το πρόγραμμα “ Ιατρική απόβαση στα Ελληνικά Νησιά”.
- Συμβολή στην εκπαίδευση πάνω από 15,000 μαθητών και 800 δασκάλων στη σωστή διατροφή και άσκηση με το πρόγραμμα “Μέτρο-Ποικιλία-Ισορροπία”.
- Συλλογή 120 φιαλών αίμα από αιμοδοσία.
- Κατοχή 1^{ης} θέσης στον διαγωνισμό για το Καλύτερο Εργασιακό Περιβάλλον στην Ελλάδα.
- Μείωση κατά 28% των εργατικών ατυχημάτων σε σχέση με το 2008.
- Διατήρηση αναλογίας γυναικών στην ομάδα Ανώτερης Διοίκησης πάνω από 30%.
- Διατήρηση αναλογίας γυναικών Διευθυντών 1^{ης} βαθμίδας πάνω από 23%.



ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ

Η Α.Γ.Ε.Τ. ΗΡΑΚΛΗΣ, μέλος του Ομίλου Lafarge, του μεγαλύτερου Ομίλου δομικών υλικών παγκοσμίως, είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός τσιμέντου στην Ελλάδα με ετήσια παραγωγική δυνατότητα 9,6 εκατομμύρια τόνους. Παράλληλα, η Εταιρία αναπτύσσει δραστηριότητες στους τομείς παραγωγής και εμπορίας σκυροδέματος και αδρανών υλικών, κατασκευής και ανέγερσης μεταλλικών κατασκευών, βιομηχανικού αυτοματισμού, μεταφορών και έρευνας και ανάπτυξης.

Η πρόοδος που σημειώνει η ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ σε επίπεδο εταιρικής, κοινωνικής και περιβαλλοντολογικής απόδοσης παρουσιάζεται σε ετήσια βάση στον απολογισμό αειφορίας, ώστε οι κοινωνικοί εταίροι να έχουν μια πλήρη έκθεση των δράσεων της εταιρείας και της συμβολής τους στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Απόλυτη προτεραιότητα η Υγεία και Ασφάλεια

Η Ασφάλεια αποτελεί θεμελιώδη αξία για τη Lafarge και βασική προτεραιότητα σε όλες τις δραστηριότητές της. Από το 2002, ο Όμιλος έχει πετύχει σημαντική μείωση τόσο της συχνότητας όσο και της σοβαρότητας των ατυχημάτων. Η πρόοδος που έχει σημειωθεί οφείλεται εν μέρει στο διοικητικό σύστημα του Ομίλου για την Υγεία και Ασφάλεια, το οποίο προσδιορίζει τα ελάχιστα επίπεδα ασφάλειας που απαιτούνται για όλες τις μονάδες της Lafarge.

Για να μπορέσει η Lafarge να πετύχει το στόχο για μηδέν θανατηφόρα ατυχήματα και να διατηρήσει στο ελάχιστο τα ατυχήματα με απώλεια χρόνου εργασίας :

- Ενημερώνει τους εργαζομένους και εργολάβους της για τους κινδύνους που συνδέονται με τις δραστηριότητές τους και τους παρέχει κατάλληλη εκπαίδευση,
- Εποπτεύει τη συστηματική εφαρμογή των προτύπων ασφαλείας,
- Εφαρμόζει διαδικασίες για την αναφορά περιστατικών και διενεργεί τακτικά ελέγχους,
- Αναγνωρίζει και ενημερώνει για τις βέλτιστες πρακτικές και την υιοθέτησή τους από όλες τις μονάδες.

Στην Ελλάδα εφαρμόζουν την Πολιτική Υγείας και Ασφάλειας της Lafarge, η οποία έχει στόχο μηδέν ατυχήματα. Ο Όμιλος ΑΓΕΤ Ηρακλής υιοθετεί τον Στόχο Αειφορίας 2012 του Ομίλου Lafarge για μείωση του Δείκτη Συχνότητας Ατυχημάτων με Απώλεια Εργασίας (LTIFR) στο 1,35 για το 2009. Ο δείκτης LTIFR εργαζομένων

για το 2009 ήταν 1,03 έναντι 1,89 το 2008, σημειώνοντας βελτίωση κατά 45,5% και επιτυγχάνοντας τον στόχο για την ασφάλεια που είχε τεθεί στο πλαίσιο των Στόχων Αειφορίας.

Διαχείριση περιβαλλοντικού αποτυπώματος

Έχοντας αναπτύξει έναν συστηματικό τρόπο διαχείρισης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, η ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ έχει ως μόνιμο στόχο να διεξάγει κάθε 4 χρόνια, περιβαλλοντικούς ελέγχους στο 100% των εγκαταστάσεων της από ειδικούς και εξειδικευμένες ομάδες.

Η δραστηριότητα του κλάδου τσιμέντου του Ομίλου Lafarge αντιπροσωπεύει το 98% των εκπομπών CO₂ του Ομίλου. Οι δραστηριότητές τους, ως ηγετικής βιομηχανίας παραγωγής τσιμέντου, συνδέονται άμεσα με προκλήσεις για το μέλλον του πλανήτη και ιδιαίτερα με την κλιματική αλλαγή και η Lafarge αναγνωρίζει ότι έχει σημαντικό ρόλο να διαδραματίσει. Το 2001, στο πλαίσιο μίας πρωτοποριακής συμφωνίας με τη WWF ο Όμιλος δεσμεύτηκε να εκπληρώσει ορισμένους φιλόδοξους στόχους. Ειδικότερα, μέχρι το 2010 ο Όμιλος στοχεύει να μειώσει:

- Τις απόλυτες μεικτές εκπομπές* στον κλάδο τσιμέντου στις βιομηχανοποιημένες χώρες κατά 10% σε σύγκριση με το 1990,
- Κατά 20% παγκοσμίως σε σύγκριση με το 1990 των καθαρών εκπομπών* CO₂ ανά τόνο τσιμέντου

Οι δεσμεύσεις αυτές υπερβαίνουν τους στόχους που τίθενται σύμφωνα με το Πρωτόκολλο του Κιότο, οι οποίοι ορίζουν για τις βιομηχανοποιημένες χώρες τη μείωση των εκπομπών τους κατά 5,2% σε σύγκριση με το 1990.

(* Μεικτές/Καθαρές εκπομπές: οι καθαρές εκπομπές είναι οι μεικτές μείον τις εκπομπές που αντιστοιχούν στην καύση αποβλήτων)

Για να επιτύχει αυτούς τους στόχους, ο Όμιλος:

- Μειώνει την κατανάλωση ενέργειας,
- Αναβαθμίζει τις μονάδες του και βελτιστοποιεί τις βιομηχανικές διαδικασίες, ώστε να αξιοποιούνται εναλλακτικές πηγές ενέργειας,
- Χρησιμοποιεί εναλλακτικά καύσιμα,
- Χρησιμοποιεί εναλλακτικά πρόσθετα υλικά, όπως σκωρία, ιπτάμενη τέφρα και ποζολάνη για την παραγωγή τσιμέντου. Ειδικότερα, με τη χρήση των πρόσθετων στην παραγωγή τσιμέντου αντικαθίσταται μερικώς κλίνκερ, οπότε μειώνονται οι εκπομπές CO₂.

Στο τέλος του 2009, οι δράσεις τους έχουν οδηγήσει σε μείωση των εκπομπών CO₂ ανά τόνο τσιμέντου κατά 20,7% παγκοσμίως σε σύγκριση με το 1990.

Η Lafarge επίσης επενδύει σε έρευνα σχετική με:

- Τη δημιουργία κλίνκερ, το οποίο παράγει λιγότερο CO₂,
- Τη βελτιστοποίηση διαδικασιών, που καθιστούν πιο αποδοτική και αποτελεσματική τη χρήση ενέργειας,
- Τη βελτιστοποίηση της σύνθεσης του σκυροδέματος και τη βελτίωση της ανακύκλωσης.

Η βιοποικιλότητα αποτελεί επίσης σημαντική προτεραιότητα. Στόχος της ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ είναι μέχρι το 2011 όλα τα λατομεία της να έχουν ελεγχθεί σύμφωνα με τα κριτήρια που έχουν αναπτυχθεί από τη Lafarge σε συνεργασία με την WWF International, ενώ σε όσα είναι εφικτό να έχει καταρτιστεί πρόγραμμα βιοποικιλότητας μέχρι το 2012.

Τοπικές Υποδομές

Οι εγκαταστάσεις της ΑΓΕΤ Ηρακλής προσφέρουν επίσης προϊόντα και υλικά για την υποστήριξη τοπικών έργων και υποδομών.

Μετά τις πλημμύρες του Σεπτεμβρίου του 2009, τα εργοστάσιά στη Χαλκίδα και το Μηλάκι στη Εύβοια και του Βόλου στη Μαγνησία προσέφεραν βοήθεια και υλικά για την αποκατάσταση των κατεστραμμένων αγροτικών δρόμων και τη διάνοιξη του τοπικού οδικού δικτύου, καθώς και για την αποκατάσταση των κατεστραμμένων οχθών των ποταμών.

Εκτός από αυτά τα έργα, το πρόγραμμα ΠΡ.Α.Κ.Σ.Η. στην Εύβοια ανταποκρίθηκε σε αιτήματα μεμονωμένων εργαζομένων και κατοίκων για την αποκατάσταση ζημιών σε κατοικίες και προσωπικά είδη, οι οποίες προκλήθηκαν από τις πλημμύρες.

Τον Απρίλιο του 2009 πραγματοποιήθηκε στην Εύβοια το ετήσιο πρόγραμμα εκπαίδευσης εθελοντικών ομάδων περιπολιών από το δίκτυο των δήμων, με την υποστήριξη του προγράμματος ΠΡ.Α.Κ.Σ.Η. Η εκπαίδευση πραγματοποιήθηκε από την Πυροσβεστική Υπηρεσία της Χαλκίδας. Επίσης, μια νέα ομάδα εθελοντών από την Ερέτρια ένωσε τις δυνάμεις της με τους έξι δήμους που συμμετέχουν στο πρόγραμμα πρόληψης πυρκαγιών και οι οποίοι παρέλαβαν ένα πυροσβεστικό όχημα 4x4 και τον απαραίτητο εξοπλισμό.

Τον Μάιο 2010 πραγματοποιήθηκε στο εργοστάσιο της ΑΓΕΤ Ηρακλής στο Μηλάκι, η ετήσια εκπαίδευση των εθελοντών πυροπροστασίας από τους δήμους, οι οποίοι συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Η εκπαίδευση έγινε από την Πυροσβεστική Υπηρεσία Χαλκίδας και το Πυροσβεστικό Κλιμάκιο Αλιβερίου και περιλάμβανε θεωρητικό και πρακτικό μέρος, σχετικά με τρόπους αντιμετώπισης πυρκαγιών και ασκήσεις κατάσβεσης και πρόληψης.

Υποστήριξη της εκπαίδευσης

Το Σεπτέμβριο του 2009, κατά την έναρξη του σχολικού έτους 2009 - 2010, ανακοινώθηκε η συνεργασία της εταιρείας με τις Διευθύνσεις Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Εύβοιας, στο πλαίσιο του προγράμματος ΠΡ.Α.Κ.Σ.Η. Το πρόγραμμα υποστηρίζει σεμινάρια και εργαστήρια για θέματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης, υγείας και πολιτισμού, τα οποία οργανώνονται στη διάρκεια του σχολικού έτους για τους 1.800 δασκάλους και τους 1.570 καθηγητές της Εύβοιας, καθώς και δραστηριότητες που θα πραγματοποιηθούν στα σχολεία και συνοδευτικό εκπαιδευτικό υλικό.



Η GlaxoSmithKline - μια από τις ηγετικές ερευνητικές φαρμακευτικές εταιρίες παγκοσμίως είναι αφοσιωμένη στην βελτίωση της ποιότητας της ανθρώπινης ζωής βοηθώντας τους ανθρώπους να κάνουν περισσότερα, να νιώθουν καλύτερα και να ζήσουν περισσότερο.

Αναπτύσσει καινοτόμα φάρμακα για την θεραπεία ασθενειών που περιλαμβάνονται σε έξι από τους σημαντικότερους θεραπευτικούς τομείς όπως το άσθμα, οι ιοί, οι λοιμώξεις, τα ψυχικά νοσήματα, ο διαβήτης και οι ασθένειες του πεπτικού συστήματος και είναι η μοναδική εταιρία στον κόσμο που αναπτύσσει φάρμακα για τις τρεις ασθένειες - HIV / AIDS, φυματίωση και ελονοσία – που ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας έχει θέσει ως προτεραιότητα. Η GlaxoSmithKline ηγείται της ανάπτυξης νέων θεραπειών για τον καρκίνο καθώς και νέων εμβολίων, όπως το εμβόλιο έναντι του καρκίνου του τραχήλου της μήτρας. Η GlaxoSmithKline πιστεύει ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά στον τρόπο με τον οποίο επιτυγχάνει τους στόχους της και υλοποιεί την επιχειρηματική της στρατηγική.

Πρόγραμμα Νοσηλείας στο Σπίτι για Παιδιά με Νεοπλασματική Νόσο

Από το 2009 σε συνεργασία με το "Σύλλογο Γονιών Παιδιών με Νεοπλασματική ασθένεια «Φλόγα»", υποστηρίζει ένα πρόγραμμα Νοσηλείας στο Σπίτι για τα παιδιά με Νεοπλασματική ασθένεια σε όλη την Αττική, στοχεύοντας στη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους και στην αναβάθμιση της περίθαλψής τους.

Στην Ελλάδα υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο εμφανίζονται 270 νέες περιπτώσεις παιδιών με καρκίνο. Η θεραπεία απαιτεί καθημερινή επίσκεψη των παιδιών σε νοσοκομεία για απλές ιατρικές πράξεις και παρακολούθηση. Σύμφωνα με μελέτη της ογκολογικής κλινικής του νοσοκομείου Παίδων «Π. κ Α. Κυριακού» που διεξήχθη σε διάστημα ενός μηνός, το 23% των επισκέψεων θα μπορούσαν να εξυπηρετηθούν στο σπίτι. Υπολογίζεται ότι στην περιοχή της Αττικής κάθε μήνα περίπου 300 επισκέψεις σε νοσοκομεία θα μπορούσαν να αποφευχθούν.

Το πρόγραμμα Νοσηλείας στο Σπίτι παρουσιάζει πολλαπλά οφέλη :

- Μικρότερος αριθμός αναγκαίων επισκέψεων στο νοσοκομείο, με αποτέλεσμα την καλύτερη ψυχική κατάσταση των παιδιών, λιγότερη ταλαιπωρία στους δρόμους και στους χώρους αναμονής στα νοσοκομεία.
- Μικρότερος κίνδυνος έκθεσης σε μικρόβια στο δρόμο ή στους χώρους αναμονής.
- Οικονομικό όφελος για τις οικογένειες λόγω λιγότερων μετακινήσεων.
- Λιγότερες απουσίες των γονιών από την εργασία τους και των παιδιών από τα σχολεία τους.

- Καλύτερη εξυπηρέτηση των ασθενών που πραγματικά χρειάζονται νοσοκομειακή περίθαλψη.

✚ Θεραπευτικό ταξίδι παιδιών με Νεοπλασίες στο Barretstown Camp

Η GSK αποτελεί ιδρυτικό μέλος και τον μεγαλύτερο χορηγό του προγράμματος της θεραπευτικής κοινότητας Barretstown στην Ιρλανδία όπου φιλοξενούνται παιδιά ηλικίας από 7 έως 17 ετών που πάσχουν από καρκίνο και άλλες σοβαρές ασθένειες. Σκοπός του προγράμματος είναι τα παιδιά που συμμετέχουν να επανακτήσουν τις δυνάμεις τους και να θωρακίσουν τον ψυχολογικό τους κόσμο με δύναμη και αυτοπεποίθηση.

Από το 1999, η GSK Ελλάδα υποστηρίζει το 10ήμερο θεραπευτικό ταξίδι για τα παιδιά του Ιδρύματος Φλόγα στο Barretstown Camp στην Ιρλανδία. Μέχρι σήμερα περισσότερα από 100 παιδιά του Ιδρύματος Φλόγα έχουν συμμετάσχει στο θεραπευτικό αυτό ταξίδι. Κάθε χρόνο, η GSK διοργανώνει την ψυχαγωγική εκδρομή στο «Playmobile Fun Park» όπου εθελοντές από την εταιρία συνοδεύουν παιδιά από τους συλλόγους «Φλόγα» και «Χαμόγελο του Παιδιού», δίνοντάς τους την ευκαιρία να περάσουν ένα ολόκληρο πρωινό στο ψυχαγωγικό αυτό πάρκο.

✚ «Δίνοντας αίμα, δίνουμε ζωή», Εθελοντική Αιμοδοσία

Από το 2006, οι εργαζόμενοι της GSK συμμετέχουν ενεργά στο πρόγραμμα εθελοντικής αιμοδοσίας της εταιρίας, σε συνεργασία με το Νοσοκομείο Παίδων «Α. Κυριακού» για τη δημιουργία τράπεζας αίματος αποκλειστικά για τα παιδιά με καρκίνο καθώς και σε συνεργασία με το Γ.Ν.Α. «Γ. Γεννηματάς» για τους υπαλλήλους της GSK σε περίπτωση ανάγκης.

✚ Η διαφάνεια ως βασική αρχή στις σχέσεις με τις οργανώσεις ασθενών

Ένας από τους τομείς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους οποίους εστιάζεται η GlaxoSmithKline είναι η συνεργασία με οργανώσεις υποστήριξης ασθενών με διάφορα νοσήματα. Το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην κατανόηση των αναγκών των ασθενών και της νόσου τους με στόχο τη στήριξη των θέσεών τους και την ενίσχυση του εποικοδομητικού διαλόγου μεταξύ των ενδιαφερόμενων για καλύτερες παροχές υγείας στους νοσούντες.

Από το 2005, η GlaxoSmithKline εφαρμόζει τον «Κώδικα πρακτικής για τις σχέσεις με τις οργανώσεις ασθενών» με κεντρικούς άξονες τη διασφάλιση της ανεξαρτησίας των οργανώσεων, τον αμοιβαίο σεβασμό και τη διαφάνεια. Οι βασικές αρχές του κώδικα αυτού, πλέον εφαρμόζονται από το σύνολο του φαρμακευτικού

κλάδου με την υιοθέτηση του Κώδικα της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων και Συνδέσμων (EFPIA) τον οποίο έχει ενστερνιστεί και ο Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος (ΣΦΕΕ).

Η GlaxoSmithKline στο πλαίσιο του κώδικά της, που καθορίζει τις συνεργασίες της με συλλόγους ασθενών, δημοσιοποιεί κάθε χρόνο στοιχεία σχετικά με την οικονομική ενίσχυση ανά σύλλογο και ανά έργο, ενώ η οικονομική υποστήριξη προς τις οργανώσεις υποστήριξης ασθενών δεν μπορεί να υπερβαίνει το 25% των χρηματοδοτήσεων που λαμβάνουν ετησίως ώστε να διασφαλίζεται η ανεξαρτησία τους.

Κατά τη διάρκεια του 2009, η GlaxoSmithKline Ελλάδα υποστήριξε 5 συλλόγους ασθενών με το συνολικό ποσό των ογδόντα έξι χιλιάδων οχτακοσίων ευρώ, συμβάλλοντας τόσο στο έργο τους όσο και στην ενημέρωση του κοινού για διάφορα θέματα υγείας, όπως η πρόληψη του καρκίνου του τραχήλου της μήτρας και της οστεοπόρωσης. Οι σύλλογοι ασθενών που έλαβαν την υποστήριξή μας κατά τη διάρκεια του 2009 ήταν οι ακόλουθοι: Ο Όμιλος Εθελοντών κατά του Καρκίνου «Αγκαλιάζω», ο Πανελλήνιος Σύλλογος Οστεοπόρωσης «ΕΣΥΑΟ», ο Σύλλογος Καρκινοπαθών και Φίλων Ν. Έβρου «Συνεχίζω», η Πανελλήνια Ένωση Σπανίων Παθήσεων «ΠΕΣΠΑ» και ο Σύλλογος Γυναικών με Καρκίνο Μαστού «Άλμα Ζωής».

Πρόσβαση σε φάρμακα σε τρίτες χώρες

Εκατομμύρια φτωχοί άνθρωποι τόσο στις αναπτυγμένες όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες δεν μπορούν να αποκτήσουν τα φάρμακα που χρειάζονται. Αυτό αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου προβλήματος πρόσβασης στην υγειονομική περίθαλψη που παραμένει σημαντική πρόκληση σε πολλά μέρη του κόσμου. Την κύρια ευθύνη για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος έχουν οι κυβερνήσεις, ωστόσο όλοι οι ενδιαφερόμενοι, συμπεριλαμβανομένων των φαρμακευτικών εταιριών, μπορούν να συνεισφέρουν σημαντικά. Η ανεύρεση καινοτόμων τρόπων για να βοηθήσουν τους φτωχούς ανθρώπους στις ανεπτυγμένες και τις αναπτυσσόμενες χώρες να αποκτήσουν πρόσβαση στα φάρμακα που χρειάζονται, είναι η ενδεδειγμένη οδός.

Προνομιακή τιμολόγηση

Στις φτωχότερες χώρες του κόσμου, διαθέτουν θεραπείες για το HIV/AIDS, ανθελονοσιακά και άλλα εμβόλια σε προνομιακές τιμές, ενώ στις χώρες μεσαίου εισοδήματος, όπου επιτρέπεται, γίνεται κατά περίπτωση διαπραγμάτευση των τιμών.

Επενδύσεις στην κοινότητα

Μέσω του προγράμματος Συνεργασιών της Παγκόσμιας Κοινότητας, η GSK χρηματοδοτεί κοινωνικές πρωτοβουλίες σε περισσότερες από 100 χώρες ανά τον κόσμο. Διαθέτουν ευρύ φάσμα συνεργασιών εστιάζοντας σε προγράμματα υγείας και εκπαίδευσης για τις λιγότερο ευνοημένες κοινότητες.

Εθελοντική παραχώρηση αδειών κυκλοφορίας

Με την εθελοντική παραχώρηση αδειών κυκλοφορίας δίνεται η δυνατότητα σε εγχώριες εταιρίες να παρασκευάζουν και να πωλούν γενόσημα φάρμακα. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η εθελοντική παραχώρηση αδειών κυκλοφορίας μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση της προμήθειας φαρμάκων. Η GSK έχει παραχωρήσει εθελοντικά επτά άδειες κυκλοφορίας για την παρασκευή και προμήθεια γενόσημων αντιρετροϊκών φαρμάκων για την αντιμετώπιση του HIV/AIDS στην Αφρική.

Όλα τα παραπάνω εργαλεία μέτρησης είναι αξιόλογα και οι επιχειρήσεις έχουν πολλά να ωφεληθούν γνωρίζοντας και χρησιμοποιώντας τα ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες τους.

5.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ CSR 2010

Σήμερα οι Έλληνες πολίτες-καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Αποδέχονται επίσης ότι υπάρχουν αξιόπιστα-υπεύθυνα προϊόντα τα οποία εμπιστεύονται. Ωστόσο, οι κοινωνικά

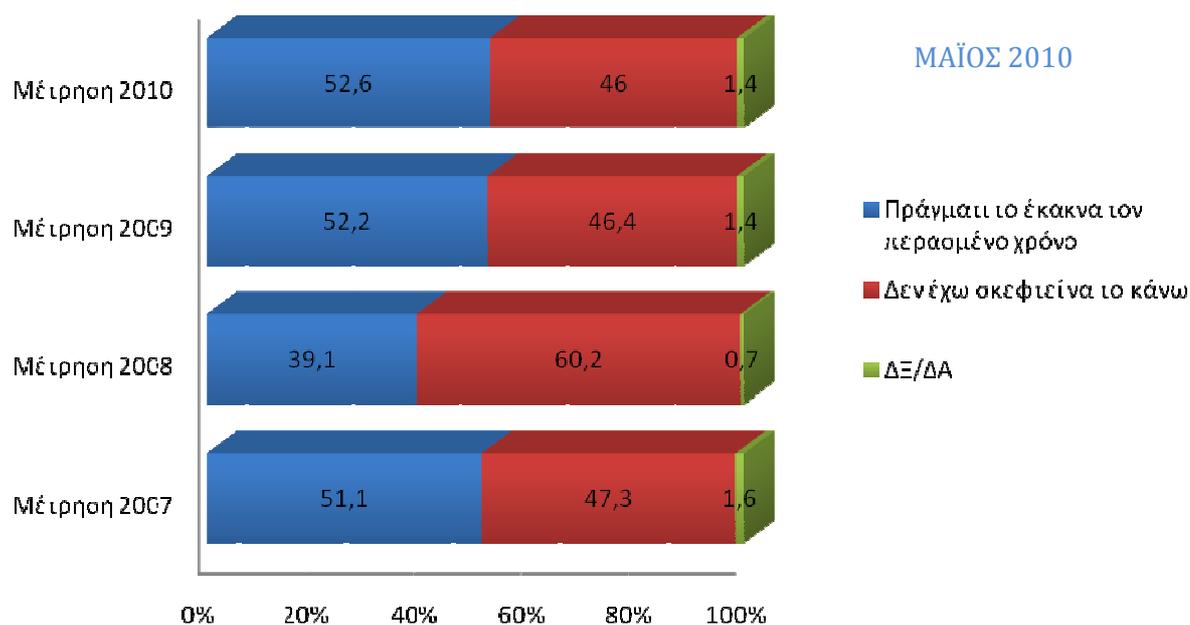
υπεύθυνες δράσεις των επιχειρήσεων δεν τις αναγορεύουν αυτομάτως στη συνείδηση των πολιτών-καταναλωτών ως κοινωνικά υπευθύνους οργανισμούς. Το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους συχνά επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής εισφοράς ή και την ακυρώνει χρησιμοποιώντας το μάρκετινγκ σε συνδυασμό με την έντονη προβολή δημοσιότητας. Σ' αυτή την περίπτωση η προβολή του κοινωνικού έργου δεν λαμβάνετε ως έργο ή ενημέρωση αλλά ως διαφήμιση.

Η διαχρονική έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας από το 2003 μέχρι σήμερα σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό Globe Scan και το Πάντειο Πανεπιστήμιο, σκιαγραφεί ανάγλυφα όχι μόνο το θέμα της ΕΚΕ, αλλά και την όσωση του φαινομένου με την ελληνική κοινωνία.

Παρακάτω ακολουθούν σε διαγραμματική απεικόνιση τα αποτελέσματα της αντιπροσωπευτικής ποσοτικής έρευνας CSR 2010 για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση :

5.2.1 ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

« Κατά την διάρκεια του περασμένου χρόνου είχατε σκεφτεί να ανταμείψετε μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είτε με το να αγοράσετε τα προϊόντα της είτε με το να μιλήσετε θετικά για αυτήν σε άλλους;»

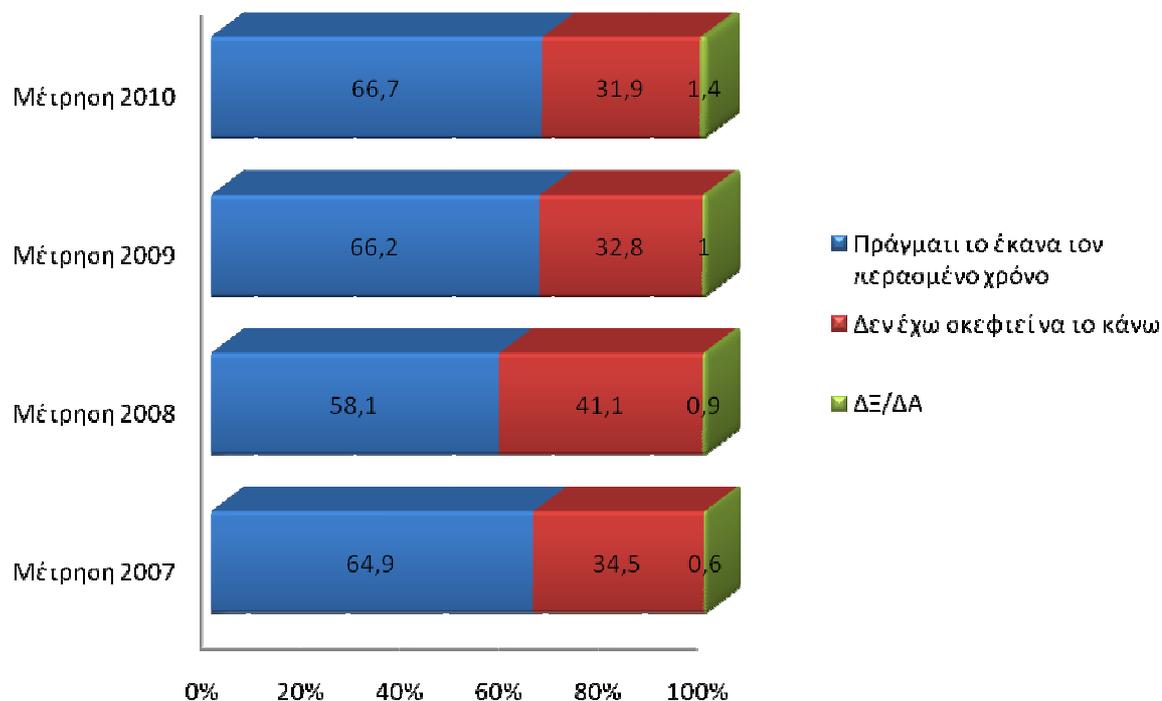


Διάγραμμα 1. « Επιβράβευση κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων»

5.2.2 ΤΙΜΩΡΙΑ ΜΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

« Κατά την διάρκεια του περασμένου χρόνου είχατε σκεφτεί να τιμωρήσετε μια επιχείρηση που δεν θεωρείτε κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είτε αρνούμενοι να

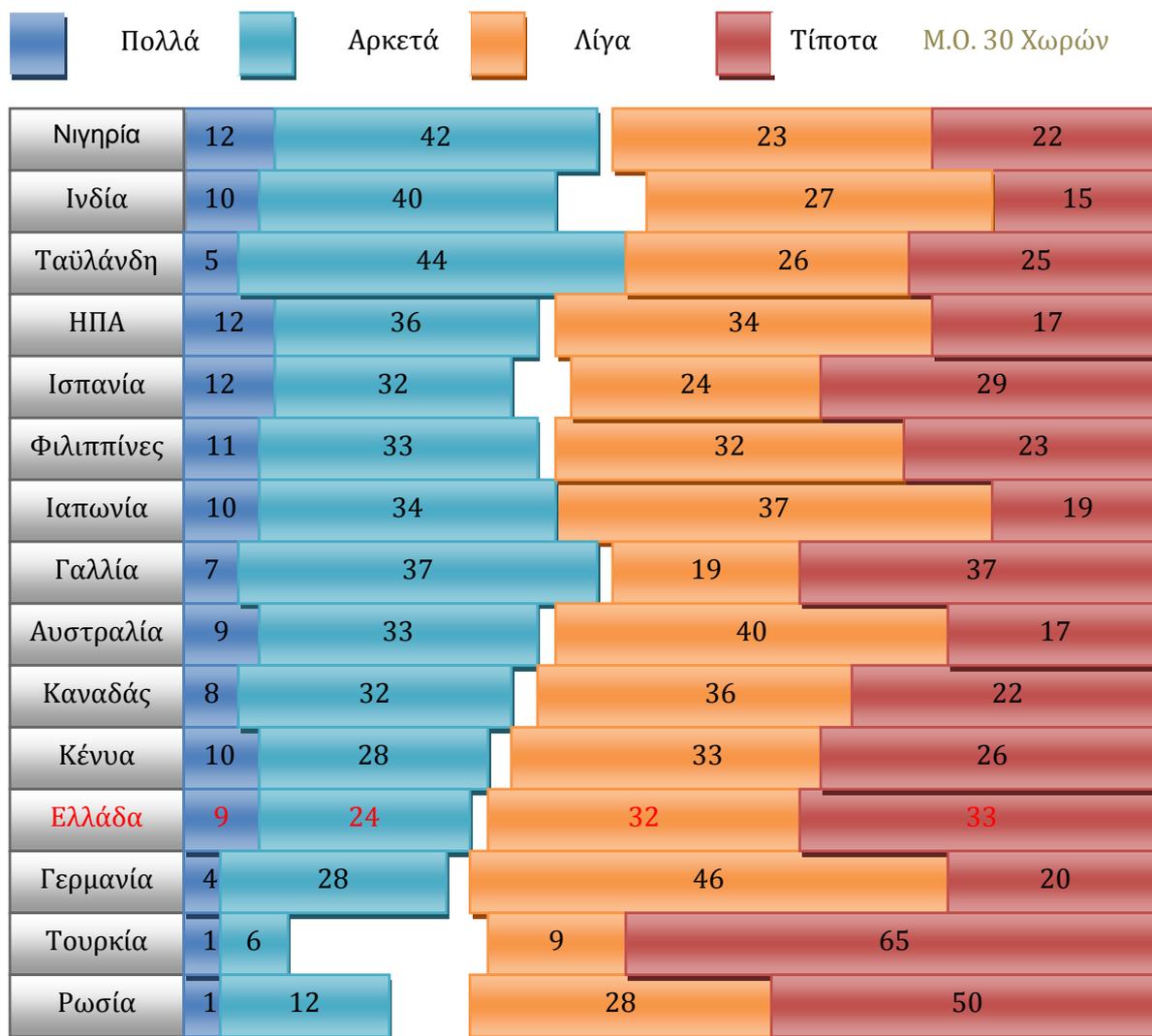
αγοράσετε τα προϊόντα της είτε με το να μιλήσετε επικριτικά για αυτήν σε άλλους;



Αναλυτικότερα η διαχρονική εξέλιξη της «Επιβράβευσης» από το 2008 μέχρι σήμερα (2010), αποτυπώνεται στα ποσοστά 39%, 52%, 53% αντίστοιχα. Η «Τιμωρία» (μη αγοράζοντας προϊόντα ή μιλώντας κακά ...) μη υπεύθυνων Εταιρειών βρίσκεται σε σημαντικά υψηλότερα επίπεδα, της τάξης του 58%, 66% και 67% αντίστοιχα για την περίοδο 2008 - 2010. **Φαίνεται ό,τι πρώτα τιμωρούμε και μετά επιβραβεύουμε.**

5.2.3 ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

« Τον τελευταίο χρόνο σε σχέση με την προσπάθεια συγκεκριμένων εταιρειών να βελτιώσουν την κοινωνική και περιβαλλοντική τους συμπεριφορά και να προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, θα λέγατε ότι ακούσατε, διαβάσατε...

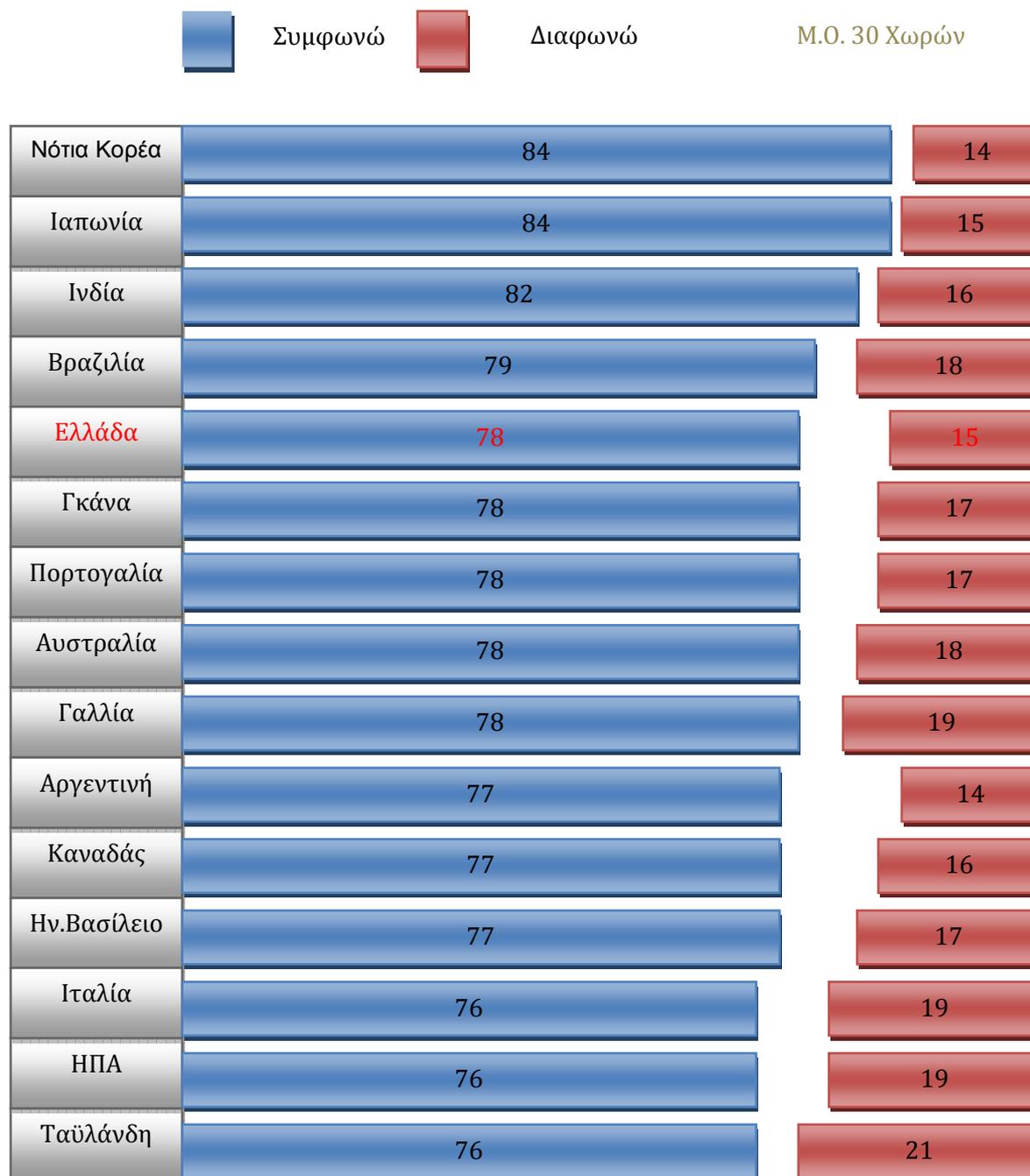


Το λευκό διάστημα απεικονίζει τις απαντήσεις Εξαρτάται/ Ούτε Συμφωνώ-Ούτε Διαφωνώ και ΔΞ/ΔΑ

Διάγραμμα 3. « Ενημέρωση για την απόδοση ΕΚΕ»

5.2.4 ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ

« Πιστεύω ότι οι περισσότερες εταιρίες που προσπαθούν να δείξουν ένα κοινωνικό υπεύθυνο πρόσωπο, το κάνουν κυρίως για να βελτιώσουν την εταιρική τους εικόνα και όχι επειδή θέλουν πραγματικά να συνεισφέρουν θετικά στο κοινωνικό σύνολο».



Το λευκό διάστημα απεικονίζει τις απαντήσεις Εξαρτάται/ Ούτε Συμφωνώ-Ούτε Διαφωνώ και ΔΞ/ΔΑ

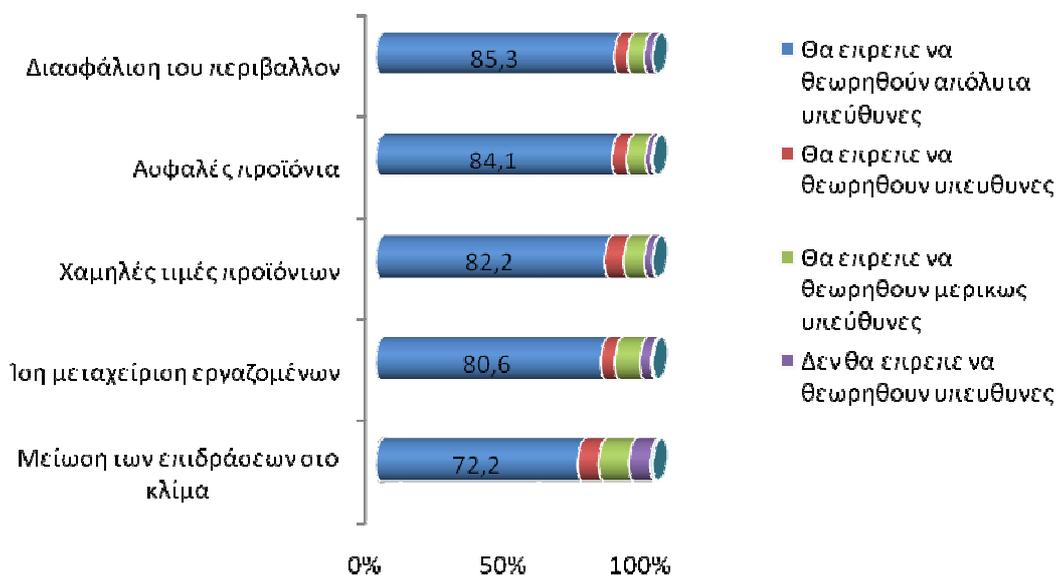
Διάγραμμα 4. « Αντιλήψεις για την κοινωνική δράση των εταιριών»

5.2.5 ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ ΟΙ ΠΟΛΙΤΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Το 2007 το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο διεξήγαγε πανελλαδική έρευνα για την κοινωνική κατανάλωση και την εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα. Ερωτήθηκαν συνολικά 2.500 πολίτες ηλικίας 15 + ετών στο σύνολο της επικράτειας. Στην πλειονότητα τους εμφανίστηκαν επιφυλακτικοί έως καχύποπτοι στις προσπάθειες των επιχειρήσεων να παρουσιάσουν κοινωνικό πρόσωπο και να επιδείξουν κοινωνικό έργο.

Στο ερώτημα τι ζητούν από τις μεγάλες εταιρείες για να τις θεωρούν υπεύθυνες προς την κοινωνία, δίνουν προτεραιότητα στο περιβάλλον και τη δημόσια υγεία. Από την έρευνα διαφαίνεται πως σαν κύριες κατηγορίες κοινωνικής υπευθυνότητας θεωρούνται : η παραγωγή / επιχειρησιακή λειτουργία και ο κοινωνικός ρόλος του εργοδότη.

Στο ερώτημα σε ποιες κατηγορίες προϊόντων / υπηρεσιών πρέπει να γίνουν οι εταιρείες κοινωνικά και περιβαλλοντικά πιο υπεύθυνες, οι ερωτηθέντες εστιάζουν στα καπνά, τα επεξεργασμένα τρόφιμα, τα πετρελαιοειδή, τα φάρμακα, τις τράπεζες / ασφάλειες και τα αυτοκίνητα.



Διάγραμμα 5. « Τι θέλουν οι πολίτες από τις επιχειρήσεις»

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στόχος της παρούσας εργασίας ήταν η καταγραφή της κατάστασης και των αντιλήψεων των επιχειρήσεων και καταναλωτών για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και με ποιους τρόπους συμβάλλουν στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, και η μελέτη όσον αφορά τις επιπτώσεις και των τάσεων που επικρατούν στις ελληνικές επιχειρήσεις στον τομέα της ΕΚΕ.

Ένα από τα κύρια συμπεράσματα που απορρέουν από την παρούσα μελέτη είναι ότι οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά ενδιαφέρονται και προσφέρουν στην κοινωνία, είτε χρηματοδοτώντας διάφορα προγράμματα για την παιδεία, την υγεία, και τον περιβάλλον, είτε ενεργώντας αυτοβούλως σε μείζον θέματα που απασχολούν κατά καιρούς την χώρα μας αλλά και στο εξωτερικό. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υιοθετούνται πιο συχνά από τις μεγάλες επιχειρήσεις αφενός γιατί διαθέτουν τα μέσα και αφετέρου γιατί είναι πιο ανοικτές στο διεθνές οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον. Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι οι πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης περισσότερο των μεγάλων εταιριών, τείνουν να είναι περισσότερο συστηματοποιημένες, επίσημες και να συνοδεύονται και από ανάλογο πρόγραμμα δημοσιότητας.

Σημαντικό ακόμα συμπέρασμα είναι η στάση των πολιτών-καταναλωτών απέναντι στην κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων καθώς φαίνεται μέσω των ερευνών ότι επηρεάζονται από την παρουσία της ΕΚΕ και αναλόγως επιβραβεύουν ή και τιμωρούν επιχειρήσεις καθώς είναι σε θέση να αξιολογούν πότε μια επιχείρηση χρησιμοποιεί το μέσο της κοινωνικής προσφοράς για διαφημιστικό σκοπό και πότε από πραγματικό κοινωνικό ενδιαφέρον. Έπίσης αξίζει να σημειωθεί ότι παρά τη θετική στάση των καταναλωτών απέναντι στην κοινωνική ευθύνη αναθεωρούν τις προτιμήσεις τους ανάλογα με την οικονομική τους κατάσταση.

Στα πλαίσια αυτά και λαμβάνοντας υπόψη την υπάρχουσα κατάσταση σε εθνικό και μη επίπεδο οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνεχίσουν, περισσότερο από ποτέ, την υλοποίηση δράσεων για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με σκοπό την ανάπτυξη και την διασφάλιση της επιχειρηματικής τους εξέλιξη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- ΣΑΡΜΑΝΙΩΤΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ, «MANATZMENT»
ΑΘΗΝΑ 2005
- ΣΤΕΙΑΚΑΚΗΣ ΕΜΜ.- ΚΑΤΖΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ, «MANATZMENT, ΜΙΑ ΣΥΓΓΡΟΝΗ ΑΠΟΨΗ», ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2002

ΔΙΕΘΝΗΣ

- ANDREW J. DUBRIN, «ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ» 2^η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ, ΑΠΟΔΟΣΗ ΝΙΚΟΣ ΣΑΡΡΗΣ, 2004
- PATRICK J. MONTANA-BRUCE H. CHARROV, «MANATZMENT», 3^η ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ, 2005

ΤΥΠΟΣ

- ΕΝΘΕΤΟ ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΑΤΙΚΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑΣ, «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ», 2009
- ΕΝΘΕΤΟ ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΑ ΝΕΑ, «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ», ΙΟΥΝΙΟΣ 2009
- ΕΝΘΕΤΟ ΕΤΗΣΙΑ ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΗΜΕΡΗΣΙΑ, «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ», ΜΑΪΟΣ 2010

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- <http://www.qualitynet.gr/>
- <http://news.disabled.gr/>
- <http://www.enthesis.net/>
- <http://www.csrhellas.org/>
- <http://www.greatplacetowork.gr/>
- <http://www.eurocharity.gr/el>
- <http://www.instofcom.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'

«ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ BEST WORKPLACES 2011»

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ



Η Επιχείρησή μας επιθυμεί να λάβει μέρος στην έρευνα αξιολόγησης «BEST WORKPLACES 2011»

ΑΠΟ (το όνομά σας): _____
ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ: _____
ΤΗΛΕΦΩΝΟ: _____ Fax: _____ E-mail: _____
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: _____
ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ: _____

Στοιχεία επικοινωνίας του υπεύθυνου για τη διεξαγωγή της έρευνας στην επιχείρηση:

Όνομα / Επώνυμο: _____
Θέση: _____
Οδός: _____ Αριθμός: _____ ΤΚ: _____ Πόλη: _____
Τηλέφωνο: _____ Fax: _____ E-mail: _____

ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ «BEST WORKPLACES 2011»

με παραλαβή των αντίστοιχων εκθέσεων και υπηρεσιών (επιλέξτε ανάλογα)

	ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΠΑΡΑΛΑΒΩ:	ΚΟΣΤΟΣ:	ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:
<input type="checkbox"/>	Συγκεντρωτικά αποτελέσματα και Βασική Εταιρική Συγκριτική Έκθεση	€ 2.500 + ΦΠΑ (€ 3.075)	Καταθέτω όμμοσα: € 3.075 (€ 2.500+ ΦΠΑ)
<input type="checkbox"/>	Συγκεντρωτικά αποτελέσματα και Εδατομικεμένη Εταιρική Συγκριτική Έκθεση (*)	€ 3.700 + ΦΠΑ (€ 4.551)	Καταθέτω όμμοσα: € 3.075 (€ 2.500+ΦΠΑ) και τα υπόλοιπα € 1.476 (€ 1.200+ΦΠΑ) με την παραλαβή της έκθεσης
<input type="checkbox"/>	Συγκεντρωτικά αποτελέσματα, Εδατομικεμένη Εταιρική Συγκριτική Έκθεση και Workshop Ανάλυσης και Κατανόησης των Αποτελεσμάτων (**)	€ 5.300 + ΦΠΑ (€ 6.519)	Καταθέτω όμμοσα: € 3.075 (€ 2.500+ΦΠΑ) και τα υπόλοιπα € 3.444 (€ 2.800+ΦΠΑ) με την ολοκλήρωση των υπηρεσιών
<input type="checkbox"/>	Επιθυμώ επιπρόσθετα την αξιολόγηση των εταιρικών παροχών	Επιπλέον των ανωτέρω € 700 + ΦΠΑ (€ 861)	Προσθέστε το ποσό των €861 (€ 700+ΦΠΑ) στην πρώτη σας κατάθεση

(*) (**) Στις παραπάνω τιμές των υπηρεσιών μας, επειδή προ-παραγγέλλονται, έχει υπολογισθεί προνομοιακή έκπτωση 20% και 30%.

Η συμμετοχή περιλαμβάνει 250 ερωτηματολόγια για κάθε εταιρεία. Εάν επιθυμώ να διευρύνω την έρευνα σε περισσότερους από 250 εργαζόμενους, ή να αξιοποιήσω τη συμμετοχή της εταιρείας μου για μια περισσότερο εδατομικεμένη (customised) ερευνητική προσέγγιση θα έρθω σε επαφή μαζί σας για διαφορετικό διακανονισμό.

Επιθυμώ τη συμμετοχή της εταιρείας μου στην έρευνα «BEST WORKPLACES 2011» και σας καταθέτω το ποσό που αντιστοιχεί στις ανάλογες υπηρεσίες.

Επισυνάπτω αντίγραφο αποδεικτικού κατάθεσης στο λογαριασμό:
0026.0218.82.0200083005, EFG Eurobank Ergasias
IBAN GR2002602180000820200083005
Δικαιούχος: PRC GROUP THE MANAGEMENT HOUSE A.E.

Διάβασα και αποδέχομαι πλήρως τα παραπάνω καθώς και τους όρους και κανονισμούς που αναγράφονται στο πίσω μέρος της σελίδας αυτής.

Για την επιχείρηση

(Υπογραφή+ Σφραγίδα)

Σας αποστέλλω συμπληρωμένο το παρόν μαζί με το αντίγραφο αποδεικτικού κατάθεσης στο fax: 210 6985810 υπόψη κας Α. Τσέντου. Με την παραλαβή του αποδεικτικού κατάθεσης θα μου αποσταλεί ημερολόγιο.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ:
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ: _____
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: _____
ΑΦΜ: _____ ΔΟΥ: _____
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: (Εάν διαφέρει από την παραπάνω) _____

ΠΡΟΘΕΣΜΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ: ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 8 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2010