



**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ**  
**ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

## **ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ. ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ INTRACOM TELECOM**



**Ελένη Τρίγκα Βασιλακοπούλου: AM 15797**  
**Ζωή Γκλαβά: AM 15723**  
**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: Δρ. Αθανάσιος Στραβοσκούφης**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2017**

*Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων/Μεσολογίου του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.*

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

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

## Περίληψη

Στη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία κύριος στόχος είναι να αποσαφηνιστεί η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, τόσο σε διεθνές, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και η εξέλιξή της στο πέρασμα του χρόνου. Το γενικό συμπέρασμα που διέπει την εργασία μέσα από τη περιπτωσιολογική μελέτη της πολυεθνικής εταιρίας IntracomTelecom, είναι το γεγονός πως για να θεωρηθεί μια ιδιωτική επιχείρηση κοινωνικά υπεύθυνη, πρέπει αφενός να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις που προβλέπει ο νόμος και αφετέρου, να λειτουργεί λαμβάνοντας υπόψη της τον άνθρωπο, τον εργαζόμενο, τις ανάγκες της κοινωνίας καθώς και το περιβάλλον.

### **Λέξεις – κλειδιά:**

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ανταγωνισμός, Περιβάλλον, Επιχειρηματική Στρατηγική, Intracom Telecom

## **Περιεχόμενα**

Περίληψη .....	4
Πρόλογος .....	7
Εισαγωγή.....	8
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ</b> .....	<b>11</b>
1.1 Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	11
1.2 Διαχρονική Εξέλιξη της ΕΚΕ.....	15
1.3 Διαστάσεις της ΕΚΕ.....	17
1.3.1 Εσωτερική Διάσταση.....	17
1.3.2 Εξωτερική Διάσταση .....	19
1.4 Βασικοί συντελεστές της ΕΚΕ - Θεωρία ενδιαφερόμενων μερών(Stakeholders) .....	20
1.5 Τα οφέλη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για τις επιχειρήσεις .....	22
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ</b> .....	<b>24</b>
2.1 Δείκτες Απόδοσης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης .....	24
2.2 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε παγκόσμια σκοπιά .....	27
2.3 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε Ελλάδα και Ευρώπη .....	28
2.3.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα .....	28
2.3.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ευρωπαϊκή Ένωση .....	32
2.4 Φορείς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	34
2.4.1 Διεθνείς Φορείς.....	34
2.4.2 Ελληνικοί Φορείς.....	43
2.5 Μια πρώτη αποτίμηση.....	56
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ</b> .....	<b>57</b>
3.1 Παραδείγματα στην Ελλάδα .....	57
3.2 Παραδείγματα σε παγκόσμιο επίπεδο .....	62
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ</b> .....	<b>70</b>
4.1 Ιστορικό IntracomTelecom .....	70
4.2 Εταιρική Παρουσίαση και στρατηγική .....	72
4.3 Εταιρική Πολιτική.....	72
4.4 Ανθρώπινο Δυναμικό .....	73
4.5 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	75
4.5.1 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της IntracomTelecom.....	75

4.5.2 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της IntracomTelecom - παράρτημα Πατρών	
76	
4.6 Πρόσφατες δραστηριότητες και παρουσιάσεις της Intracom Telecom σε διεθνές επίπεδο.....	80
4.6.1 Στρατηγικές συνεργασίες της IntracomTelecom.....	80
4.6.2 Ενοποιημένη IoT Λύση Διαχείρισης Πόρων Για «Εξυπνες Πόλεις» .....	81
4.6.3 Πρωτοποριακό Σύστημα Υψηλής Χωρητικότητας Millimetre-Wave για Ταχύτητες Έως 10 Gbit/s.....	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ .....	84
5.1 Μια γενική αποτίμηση για την IntracomTelecom.....	84
5.2 Συμπεράσματα.....	86
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΠΗΓΕΣ .....	88
Ξένη Βιβλιογραφία.....	88
Ελληνική Βιβλιογραφία .....	88
Ηλεκτρονικές Πηγές.....	90
Άρθρα .....	96

## Πρόλογος

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια έννοια η οποία έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις την τελευταία δεκαετία στη διεθνή επιχειρηματική πολιτική αποτελώντας πεδίο έρευνας και από διάφορους φορείς και μελετητές. Οι αλλαγές που επιδέχονται τόσο η παγκόσμια όσο και η επιχειρηματική σκηνή, οδηγούν σε ένα πρότυπο στρατηγικής των επιχειρήσεων ενσωματώνοντας πολιτικές ΕΚΕ στις δραστηριότητές τους. Για τον λόγο αυτό, η εταιρική ευθύνη αποτελεί το αντικείμενο μελέτης μας, με σκοπό να κατανοήσουμε την ύπαρξη της με διάφορους τρόπους, τα οφέλη και τη σημασία της για την ίδια την επιχείρηση, τον άνθρωπο, το περιβάλλον και την κοινωνία γενικότερα.

Στην προσπάθεια μας να κατανοήσουμε και να προβάλλουμε τον πολυδιάστατο χαρακτήρα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αποφασίσαμε την περιπτωσιολογική μελέτη της Intracom Telecom, μιας εταιρείας παροχής τηλεπικοινωνιακών συστημάτων, εκμαιεύοντας ένα ειδικό συμπέρασμα για την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ στην εν λόγω εταιρεία καθώς και ένα συμπέρασμα στον τομέα των επιχειρήσεων γενικότερα.

Σε αυτό το σημείο θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Αθανάσιο Στραβοσκούφη, για την άριστη συνεργασία που είχαμε καθώς και την υποστήριξη του καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας εργασίας. Ακόμη, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον κ. Σπύρο Μπατιστάτο, Διευθυντή της Intracom Telecom στο παράρτημα της Πάτρας για την συνέντευξη που μας παραχώρησε, βοηθώντας στη μελέτη και την εμπέδωση της ύπαρξης και του ρόλου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον τομέα των επιχειρήσεων.

## Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί πολλές έρευνες σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και το πώς επηρεάζουν τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς. Οι περισσότερες κατέληξαν στο συμπέρασμα πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει θετική επίδραση στους διάφορους τομείς των επιχειρήσεων.

Η επίτευξη της θετικής επίδρασης μπορεί να πραγματοποιηθεί με τη λήψη διαφόρων μέτρων, τα οποία έχουν ως κύριο στόχο τη μείωση της κατανάλωσης της ενέργειας και των υλικών, ώστε οι επιχειρήσεις να μειώσουν το κόστος τους.

Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως τα αποτελέσματα των περιβαλλοντικών πρακτικών που χρησιμοποιούν προκειμένου να πετύχουν τη μείωσή του, είναι πλέον πιο εύκολο να μετρηθούν και να αξιολογηθούν σε σχέση με άλλους τομείς. Σχετικά με τον τομέα των ανθρωπίνων πόρων, υπάρχει σημαντική θετική σχέση ανάμεσα στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, παρά το γεγονός ότι βραχυπρόθεσμα το κόστος ξεπερνά τα οφέλη.

Επιπλέον, υπάρχει βελτίωση στη φήμη της εταιρίας ως προς τους υποψηφίους εργαζομένους, ενώ η θετική επίδραση είναι σχετική για όλες τις εταιρίες ανεξαρτήτως μεγέθους και μπορεί να συνεισφέρει στην ανάπτυξη της επιχείρησης ως αποτέλεσμα της οικονομίας της γνώσης.

Μια επιχείρηση, εκτός από τους εσωτερικούς της πελάτες(εργαζομένους), πρέπει να ικανοποιεί και τους εξωτερικούς. Και αυτό, διότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην αύξηση της ζήτησης και στη διατήρηση του υπάρχοντος πελατολογίου της. Αυτό, όμως, εξαρτάται και από την ανταγωνιστική στρατηγική των επιχειρήσεων, ενώ σημαντικό ρόλο για τη διατήρηση του πελατολογίου έχει η ανάπτυξη και υλοποίηση πράσινων πρακτικών.

Επιπρόσθετα, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σχετίζεται με τη χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων, καθώς, ο δείκτης που αντιπροσωπεύει τη γενική χρηματοοικονομική απόδοση, και συνεπώς την αξία των πρακτικών της, είναι αποτέλεσμα των τιμών των μετόχων.

Η σχέση των επιχειρήσεων με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη παραμένει μικρή, παρά το γεγονός πως η σχέση είναι συνήθως θετική, καθώς δεν υπάρχει τόσο



ξεκάθαρη σύνδεση μεταξύ τους. Όμως ο αριθμός των επενδυτών και των αναλυτών που συμπεριλαμβάνουν στην αποτίμηση των μετόχων τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αυξάνεται συνεχώς.

Έτσι, σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση και η σημασία του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η ανάλυσή της, οι τρόποι στρατηγικής με τους οποίους εφαρμόζεται στη σύγχρονη επιχειρηματική δραστηριότητα, και κατά πόσο είναι σημαντική η ύπαρξή της σε ένα επιχειρησιακό και ανταγωνιστικό περιβάλλον για την επιβίωση του.

Για αυτό το σκοπό, αρχικά γίνεται αναφορά του ορισμού της και στη διαχρονική εξέλιξή της. Έπειτα γίνεται αναφορά στα οφέλη της και στο πως συμβάλει τόσο στον ελλαδικό χώρο, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, δίνοντας ορισμένα παραδείγματα, ενώ στο τέλος, γίνεται αναφορά στη περιπτωσιολογική μελέτη της IntracomTelecom και εκμείωση του συμπεράσματος για την θετική συμβολή - ύπαρξη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων.

Η πτυχιακή χωρίζεται σε δυο μέρη, στο θεωρητικό πλαίσιο και στη περιπτωσιολογική μελέτη. Στο πρώτο μέρος, γίνεται αναφορά του ορισμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, της διαχρονικής της εξέλιξης, καθώς και τις διαστάσεις της, τόσο σε παγκόσμιο, όσο και σε ελληνικό επίπεδο, μέσα από παραδείγματα εταιριών και επιχειρήσεων που διέπονται από Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Το υλικό στηρίζεται κυρίως σε ένα μεγάλο εύρος παγκόσμιων και ευρωπαϊκών βιβλιογραφικών πηγών που αφορούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Στο δεύτερο μέρος, περιλαμβάνεται η περιπτωσιολογική μελέτη της IntracomTelecom, η οποία έγινε μέσω συνεντεύξεως με τον Διευθυντή του παραρτήματος Πατρών, με τη χρήση ερωτηματολογίου, έρευνας και χρήση του MicrosoftOffice.

Η εργασία έχει δομηθεί ως εξής:

Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά για το σκοπό που εκπονείται η συγκεκριμένη εργασία, το αντικείμενο ερευνάς της και η μεθοδολογία της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι διαστάσεις της, οι βασικοί της συντελεστές, τα οφέλη των επιχειρήσεων, οι δείκτες της, ενώ γίνεται και αναφορά του ορισμού της, μέσα από παγκόσμιες, ευρωπαϊκές και επιστημονικές προσεγγίσεις εταιριών και οργανισμών. Στη σωστή χρήση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, σημαντικό ρόλο έχουν τα ενδιαφερόμενα μέρη - Stakeholders, οι οποίοι είναι βασικοί συντελεστές και δρώντες

της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ παράλληλα, γίνεται αναφορά στα οφέλη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για τις επιχειρήσεις, μέσα από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στον ελλαδικό χώρο και σε παγκόσμιο επίπεδο, και στους φορείς που τη συντελούν, αλλά τονίζεται και η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών, στην οποία στηρίζεται και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Στο τρίτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά παραδειγμάτων μέσα από μελέτη, τα οποία αφορούν επιχειρήσεις και οργανισμούς που διέπονται από Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε Ελλάδα, Ευρώπη και παγκόσμια κλίμακα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, γίνεται σύνδεση της θεωρίας με την περιπτωσιολογική μελέτη του ελληνικού παραρτήματος της εταιρίας IntracomTelecom στη πόλη της Πάτρας, σχετικά με τη χρήση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καθώς και στα συμπεράσματα που διεξήχθησαν από τη μελέτη αυτή, με τη χρήση ερωτηματολογίου και τη διεξαγωγή συνέντευξης.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, αναλύονται τα τελικά συμπεράσματα που αφορούν την συγκεκριμένη έρευνα, όσον αφορά τη περιπτωσιολογική μελέτη της IntracomTelecom, αλλά και τα γενικότερα συμπεράσματα που αφορούν επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, συγκρίνοντάς τες, σχετικά με την Εταιρική Υπευθυνότητα και κατά πόσο οι επιχειρήσεις, πλέον, διέπονται από Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

## Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

### 1.1 Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναφέρεται στην ηθική αλλά και στις ενέργειες που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις για να αντιμετωπίσουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Παρόλο που ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) ή Corporate Social Responsibility (CSR), χρησιμοποιείται διεθνώς, λόγω του πολυσύνθετου χαρακτήρα της δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός.

Η διαφορά των ορισμών κρίνεται σε λεπτομέρειες ανάλογα με τον βαθμό ανάπτυξης, την κουλτούρα της κάθε χώρας αλλά και των προτεραιοτήτων που η ίδια θέτει. Ωστόσο, μεγάλος μέρος των μελετητών, συμφωνεί στο συμπέρασμα ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει θετική επίδραση στις επιχειρήσεις.

Πιο συγκεκριμένα, οι Donaldson και Preston (1995), την έχουν κατατάξει ως πηγή κερδών και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ενώ άλλοι την χαρακτηρίζουν μέσο ενίσχυσης της εταιρικής εικόνας και ανταγωνιστικότητας.

Διάφοροι φορείς και μελετητές συνέχισαν τις προσπάθειες για να ορίσουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αποτυπώνοντας το σύνολο των χαρακτηριστικών και των στοιχείων που την ορίζουν. Για το λόγο αυτό, προσανατολίστηκαν γύρω από τον εθελοντικό της χαρακτήρα, την κοινωνική υπευθυνότητα, και την ανάπτυξη της σε κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Για παράδειγμα, ως κοινωνική υπευθυνότητα μπορούμε να ορίσουμε τις ενέργειες, οι οποίες δεν καταστρέφουν το περιβάλλον καθώς και τις συνθήκες διαβίωσης. Δηλαδή, μια επιχείρηση δεσμεύεται εθελοντικά για τη διαχείριση των δραστηριοτήτων της με υπεύθυνο τρόπο (International Chamber of Commerce, 2002). Ωστόσο, για να καλυφθούν όλα τα πεδία που περικλείει η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, θα παρατεθούν παρακάτω οι κυριότεροι ορισμοί που έχουν δοθεί μέχρι σήμερα.

Ο Bowen (1953), ο οποίος θεωρείται ο πατέρας της Εταιρικής Κοινωνικής

Ευθύνης, αναφέρεται στην υποχρέωση μιας επιχείρησης να ακολουθεί αυτές τις πολιτικές, να λαμβάνει αυτές τις αποφάσεις ή να ακολουθεί συγκεκριμένες γραμμές δράσης που είναι επιθυμητές σε σχέση με τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας. Ο ίδιος, υποστηρίζει ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δίνει έμφαση στο ότι οι επιχειρήσεις υπάρχουν και δραστηριοποιούνται με την άδεια της κοινωνίας και πως οι μέθοδοι λειτουργίας τους υπάγονται στις κατευθυντήριες οδηγίες της. Επιπλέον, υποστηρίζει πως οι επιχειρήσεις λειτουργούν σαν ηθικοί φορείς μέσα στην κοινωνία.

Οι Turban και Greening (1997) ορίζουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως τη διοικητική ευθύνη της επιχείρησης να ενεργεί για να προστατεύσει και να βελτιώσει εξίσου την ευημερία της κοινωνίας και το ενδιαφέρον των οργανισμών.

Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο (2001) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να οριστεί η ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ανησυχιών στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και η αλληλεπίδρασή τους με τους ενδιαφερόμενους φορείς σε εθελοντική βάση. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο χαρακτηρισμός «κοινωνικά υπεύθυνος», εκτός από τη συμμόρφωση με τη σχετική νομοθεσία, σημαίνει και ικανότητα να επενδύει περισσότερο απ' ό,τι απαιτείται στο ανθρώπινο κεφάλαιο, στο περιβάλλον και στις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

ΗΠΑ: Οι άνθρωποι στις ΗΠΑ, έδωσαν περισσότερη έμφαση στον ρόλο που κατέχει το άτομο στην κοινωνία. Για το λόγο αυτό, η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, σημαίνει την ανάληψη της ατομικής ευθύνης για τις πράξεις και τις συνέπειες ως προς την κοινωνία.

Ολλανδία: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για την Ολλανδική κοινωνία, ορίζεται η δέσμευση της επιχείρησης ότι θα σεβαστεί τις ηθικές αξίες καθώς και τις πολιτιστικές διαφορές κατά την εφαρμογή της πολιτικής της. Πρόκειται για την υιοθέτηση, εκ μέρους των επιχειρήσεων, της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα καθώς και των εργασιακών δικαιωμάτων του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας.

Φιλιππίνες: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι η προσφορά υπηρεσιών των επιχειρήσεων στην κοινωνία. Για το σκοπό αυτό, είναι απαραίτητο να καθοριστούν οι πραγματικές ανάγκες όλων των ενδιαφερόμενων καθώς και οι ηθικές αξίες της χώρας.

Αργεντινή: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι η ικανότητα και η δέσμευση των εταιρειών για τη συνεχή εκπαίδευση και εξέλιξη των εργαζομένων της, ο

σεβασμός των εργασιακών δικαιωμάτων τους καθώς και η παροχή ασφάλειας κατά την εργασία τους. Δίνοντας ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη μιας κοινωνίας, η συμμετοχή των εμπλεκόμενων με τις δραστηριότητες της επιχείρησης κρίνεται επιβεβλημένη.

Ηνωμένο Βασίλειο: Το Ηνωμένο Βασίλειο θεωρείται χώρα ηγέτης στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Πάνω από τα ¾ των επιχειρήσεων θεωρούν πως οι δράσεις τους θα πρέπει να υπερβαίνουν τις απαιτήσεις που ορίζει ο νόμος για το περιβάλλον, ενώ το ½ αυτών πιστεύουν πως κάτι τέτοιο είναι εφικτό αν έχουν κοινωνικούς στόχους. Οι επιχειρήσεις προσφέρουν στην κοινωνία ένα ποσοστό ( 0,5 έως 1% ) από τα κέρδη τους για φιλανθρωπικούς σκοπούς. Ακόμη, πρωτοπόρες εταιρείες έχουν αναμειχθεί στη βιωσιμότητα μέσα από τη συμμετοχή τους σε περιβαλλοντικά προγράμματα διαχείρισης και έχουν χρησιμοποιήσει νέες τεχνολογίες στις δράσεις τους.

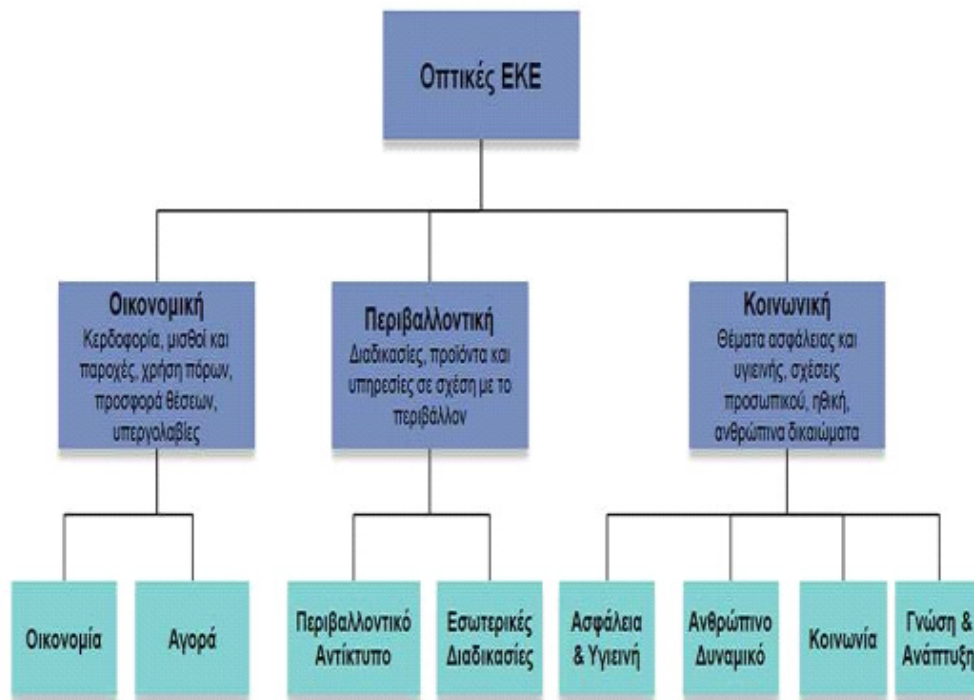
WBCSD: Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Επιχειρήσεων για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ορίζεται η συνεχής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθικές συμπεριφορές καθώς και η συμβολή τους στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής τόσο των εργαζομένων και των οικογενειών τους όσο και της κοινωνίας γενικότερα.

Ελλάδα: Το ελληνικό δίκτυο ορίζει την ΕΚΕ ως την οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από το νόμο και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις δραστηριότητές τους.

( πηγή: [www.crsingreece.gr](http://www.crsingreece.gr))

Παρά τους διαφορετικούς ορισμούς που αναφέρθηκαν παραπάνω, υπάρχουν 3 σημεία στα οποία έχουν συναινέσει. Πρώτον, ο εθελοντικός χαρακτήρας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με την προϋπόθεση πως όλες οι δράσεις που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις ξεπερνούν όσα ορίζει ο νόμος. Δεύτερον, η στενή σχέση ανάμεσα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Τρίτον, το γεγονός πως πρόκειται για στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι απλά μια δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

( πηγή: [www.crsingreece.gr](http://www.crsingreece.gr))




---

## Γενική θεώρηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Επίσης, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε έξι (6) κατηγορίες, ανάλογα με τη φύση της ανάλογης πρωτοβουλίας - προγράμματος:

1. Προώθηση Σκοπού,
2. Μάρκετινγκ Σκοπού,
3. Κοινωνικό Μάρκετινγκ,
4. Εταιρική Φιλανθρωπία,
5. Εταιρικός Εθελοντισμός,
6. Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές.

Οι όροι αυτοί (εκτός του κοινωνικού μάρκετινγκ) δεν είναι ακόμα παγιωμένοι στη ελληνική ακαδημαϊκή κοινότητα λόγω της σχετικής νεότητας του επιστημονικού αυτού αντικειμένου και της έλλειψης ζωηρού ενδιαφέροντος από τους Έλληνες ακαδημαϊκούς.

Σχετικά με το Κοινωνικό Μάρκετινγκ: Ο όρος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πολλές φορές είναι δυνατόν να συγχέεται με τον όρο κοινωνικό μάρκετινγκ.

Και οι δύο όροι έχουν ως πεδίο αναφοράς περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα. Ωστόσο ο όρος Κοινωνικό Μάρκετινγκ αποτελεί υποκατηγορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και πιο συγκεκριμένα είδος πρωτοβουλίας-προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με βασικότερο στόχο την προβολή της κοινωνικής δράσης της επιχείρησης. Η ευρύτερη έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στοχεύει να διαμορφώσει το κλίμα στο οποίο οι επιχειρηματίες θα είναι σεβαστοί όχι μόνον επειδή παράγουν κέρδη αλλά και για την σωστή συνεισφορά τους και την ανταπόκρισή τους στις κοινωνικές προκλήσεις και ευαισθησίες του σήμερα και του αύριο.

### **ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ**

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

### **ΤΙ ΕΙΝΑΙ**

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

## **1.2 Διαχρονική Εξέλιξη της ΕΚΕ**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια νέα σχετικά έννοια καθώς ξεκίνησε να χρησιμοποιείται ευρέως στη δεκαετία του '60. Όμως οι ρίζες της υπάρχουν βαθιά μέσα στην ιστορία από τα Αρχαία χρόνια. Στην αρχαία Μεσοποταμία (1700πΧ), υπήρχε ο νόμος του Χαμουραπί, ο οποίος καταδίκαιζε σε θάνατο τους οικοδόμους, τους αγρότες καθώς και άλλους επαγγελματίες, των οποίων οι εργάτες προκαλούσαν εργατικά ατυχήματα.

Επιπλέον, όπως αναφέρεται τον 5ο αιώνα στην Αρχαία Ελλάδα, οι επαγγελματίες που ήταν πιο ευκατάστατοι έκαναν χορηγίες με σκοπό οι οικονομικά ασθενέστεροι να έχουν τη δυνατότητα να απολαμβάνουν θεατρικές εκδηλώσεις.

Αντίστοιχα, στην Αρχαία Ρώμη, οι εύποροι επαγγελματίες έκαναν χορηγίες στο στρατό, ενισχύοντας τις ρωμαϊκές εκστρατείες.

(πηγή: [www.blueeef.gr](http://www.blueeef.gr) )

Με την εμφάνιση του Χριστιανισμού, ο ανθρωπισμός έγινε το επίκεντρο με αποτέλεσμα την ενίσχυση της φιλανθρωπίας, αλλά και την αλλαγή της φιλοσοφίας και των πολιτικών που εφαρμόζαν μέχρι τότε οι επαγγελματίες. Ωστόσο, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εξελισσόταν με το πέρασμα των αιώνων. Από τα μέσα του 18ου αιώνα το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων στράφηκε στην εξέλιξη των υπαλλήλων τους προσπαθώντας να τους κάνουν πιο παραγωγικούς.

Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί, πως η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα, θεωρείται το σημείο εκκίνησης για την ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις πλέον ενδιαφέρονταν για τους εργαζομένους τους και εξασφάλιζαν κατοικία σε αυτούς και τις οικογένειες τους.

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εμφανίστηκε επίσημα τη δεκαετία του '60 αποτελώντας σημαντικό κομμάτι όχι μόνο στο εταιρικό πλαίσιο αλλά και στην πολιτική και οικονομική παγκόσμια σκηνή. Ο Howard Bowen, υποστήριξε ότι η κοινωνική ευθύνη δεν είναι πανάκεια, αλλά μια σημαντική αρχή που πρέπει να διέπει τις επιχειρήσεις στο μέλλον. Λόγω της εντατικής εργασίας του προσδόθηκε ο τίτλος του «πατέρα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης».

Λίγα χρόνια νωρίτερα στις αρχές του 1930, ο Merrick Dodd και ο Adolf Berle υποστήριξαν πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να αποτελέσει μια υπηρεσία που παρομοιάζεται με κερδοσκοπικό οργανισμό, η οποία όμως θα αντλεί τα οφέλη της από την αναγνωρισιμότητα και την αποδοχή των εργαζομένων και των πελατών της.

Με το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου, η ανάδειξη των πολυεθνικών και η πρωτοφανής επιρροή τους στην παγκόσμια οικονομία καθώς και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου, που λέει ότι η αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή πλούτου για τους μετόχους του, έφερε στο προσκήνιο το ερώτημα για τη σχέση μεταξύ της κοινωνίας και της επιχείρησης.

Πριν το 1960 η επιχειρηματική ηθική δεν κατείχε σημαντική θέση στον επιχειρηματικό κόσμο, καθώς το κράτος ήταν αυτό το οποίο φρόντιζε τις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες. Αργότερα, όταν η κοινωνία διαπίστωσε πως ορισμένες επιχειρήσεις παρήγαν επικίνδυνα προϊόντα, κατέστρεφαν το περιβάλλον και εκμεταλλεύονταν το ανθρώπινο δυναμικό τους, αντέδρασε με αποτέλεσμα να



προβληματιστούν στελέχη επιχειρήσεων. Η περίοδος από το '60 έως σήμερα κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική καθώς η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι ολοένα και πιο αποδεκτή από τις επιχειρήσεις και διευρύνεται το νόημα της. Στην αρχική της διάσταση η ΕΚΕ περιοριζόταν στις κοινωνικές και ηθικές ανησυχίες. Όμως με την πάροδο των χρόνων διευρύνεται και δίνεται έμφαση στα δικαιώματα των εργαζομένων, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την ηθική συμπεριφορά.

Ωστόσο, τα τελευταία 20 χρόνια παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον σε παγκόσμιο επίπεδο για την ενσωμάτωση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις επιχειρήσεις και στις συνειδήσεις των επιχειρηματιών. Το 2000, η Σύνοδος κορυφής της Λισαβόνας ενθαρρύνει την εθελοντική δράση της ΕΚΕ των επιχειρήσεων. Δεκαπέντε αρχηγόι κρατών ζήτησαν από τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν προγράμματα ΕΚΕ που αφορούν τη δια βίου εκπαίδευσης των εργαζομένων, τη δημιουργία ευκαιριών και την κοινωνική ενσωμάτωση όλων των κοινωνικών ομάδων.

### **1.3 Διαστάσεις της ΕΚΕ**

Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2011), η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη διακρίνεται σε δύο διαστάσεις: την εσωτερική και την εξωτερική.

#### **1.3.1 Εσωτερική Διάσταση**

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2011), σε μια εταιρεία οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως, η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία, η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής, ενώ οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται με τη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή με τον τρόπο αυτό. Ανοίγεται ο δρόμος για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα.

Πιο συγκεκριμένα:

- **Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού** : Τα τελευταία χρόνια από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρείες είναι η προσέλκυση και η

συγκρότηση εξειδικευμένου προσωπικού. Μέσα στο πλαίσιο αυτό, μπορούν να περιλαμβάνονται μέτρα που προάγουν τη δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την ισορροπία μεταξύ εργασίας και ελεύθερου χρόνου. Ακόμη, προωθεί την ίση αμοιβή των εργαζομένων και προοπτικές για τις γυναίκες, τον καταμερισμό των κερδών καθώς και την εξασφάλιση της εργασίας. Ακόμη, η ενεργός εποπτεία και διαχείριση των υπαλλήλων που απουσιάζουν από την εργασία τους λόγω προβλημάτων υγείας (τραυματισμούς ή αναπηρίας) έχει σαν αποτέλεσμα τη μείωση δαπανών.

- **Υγεία και Ασφάλεια στην εργασία:** Τόσο ο νόμος όσο και τα εκτελεστικά μέτρα, εξετάζουν ολοένα και περισσότερους τρόπους για την προώθηση της υγείας και της ασφάλειας των εργαζομένων. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρείες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις επενδύσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας. Για την επιπλέον προώθηση της υγείας και της ασφάλειας, οι εταιρείες υιοθετούν προγράμματα εθελοντικού χαρακτήρα ως συμπληρωματικά προς τις δραστηριότητες νομοθεσίας και ελέγχου από τις δημόσιες αρχές. Μάλιστα χρησιμοποιούν αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια για την προμήθεια των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.
- **Προσαρμογή στην αλλαγή:** Ένα ιδιαίτερα σημαντικό κομμάτι είναι η συμμετοχή και ανάμειξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. Με τον τρόπο αυτό, λαμβάνονται υπόψη ανησυχίες αλλά και συμφέροντα όσων θίγονται από τις αποφάσεις και τις αλλαγές που πραγματοποιούνται.
- **Διαχείριση Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και των φυσικών πόρων:** Έχει διαπιστωθεί ότι η μείωση κατανάλωσης πόρων, ρυπογόνων εκπομπών αλλά και αποβλήτων, συμβάλλει στη μείωση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου.

Αυτές οι πρακτικές φαίνεται να είναι αρκετά ωφέλιμες και για τις επιχειρήσεις μειώνοντας τους λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας και διάθεσης αποβλήτων καθώς και τις δαπάνες για τις πρώτες ύλες και την απορρύπανση. Οι επιχειρήσεις, θεωρούν πλέον πως η μειωμένη χρήση αυξάνει την αποδοτικότητα και την ανταγωνιστικότητα. Πρόκειται για ευκαιρίες διπλού κέρδους τόσο για τις

επιχειρήσεις όσο και για το περιβάλλον.

### 1.3.2 Εξωτερική Διάσταση

Στο πλαίσιο της εξωτερικής εταιρικής ευθύνης, εντάσσεται η επέκταση της ευθύνης της εταιρείας στην τοπική κοινότητα και απευθύνεται στο σύνολο των ενδιαφερόμενων μερών, στο οποίο ανήκουν όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι, αλλά και οι εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές καθώς και οι ΜΚΟ (Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες.

Πιο αναλυτικά:

- **Τοπικές Κοινότητες:** Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αφορά την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συμβάλλουν στις κοινότητες παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές και φόρους. Ωστόσο, άμεσα εξαρτώμενες είναι οι εταιρείες από την υγεία, τη σταθερότητα αλλά και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Ορισμένες επιχειρήσεις, μάλιστα, βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή ή την προσφορά των υπηρεσιών τους. Παρατηρείται, δηλαδή, αλληλεπίδραση μεταξύ των εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος (π.χ καθαρός αέρας – καθαρά ύδατα. )
- **Επιχειρηματικοί Εταίροι, προμηθευτές, καταναλωτές:** Κοινή παραδοχή είναι ότι αναπτύσσοντας και διατηρώντας καλές σχέσεις συνεργασίας με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, προστίθενται αξία στην επιχείρηση, μειώνοντας σημαντικό μέρος των δαπανών και παράλληλα αυξάνεται η ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Ακόμη, έχει αποδειχθεί ότι οι εταιρείες που επιδιώκουν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζοντας όλη την οργάνωση τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών τους, παρέχοντας τους ανώτερη ποιότητα, αξιοπιστία, ασφάλεια καθώς και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες. Οι καταναλωτές θεωρούν πως η ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παρέχει μια επιχείρηση, είναι η απόδειξη για το αν μια επιχείρηση είναι κοινωνικά υπεύθυνη. Οι επιχειρήσεις, οφείλουν να καλύπτουν τις ανάγκες των καταναλωτών με τρόπο δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον και την

κοινωνία. Ακόμη, οφείλουν να πιστοποιούν τα προϊόντα τους μέσω ανεξάρτητων φορέων ISO.

- **Ανθρώπινα Δικαιώματα:** Μια εξίσου σημαντική διάσταση της ΕΚΕ, αποτελούν τα ανθρώπινα δικαιώματα μέσα στο χώρο εργασίας καθώς και έξω από αυτόν. Στην πρώτη περίπτωση, η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να σέβεται διεθνείς συμφωνηθείσες συνθήκες και όρους εργασίας, όπως η απαγόρευση κάθε μορφής διάκρισης. Στη δεύτερη περίπτωση, στην οποία συμπεριλαμβάνονται διάφορα κοινωνικά φαινόμενα, όπως ο κοινωνικός αποκλεισμός, η παιδική εργασία, η φτώχεια, η ελευθερία και το ανθρώπινο δικαίωμα σε μια πιο αξιοπρεπή ζωή και όχι απλή επιβίωση.
- **Παγκόσμιες Περιβαλλοντικές ανησυχίες:** Μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και την κατανάλωση πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρείες διαδραματίζουν επίσης ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον.

( πηγή: [www.index.lib.teithe.gr](http://www.index.lib.teithe.gr) )

#### **1.4 Βασικοί συντελεστές της ΕΚΕ - Θεωρία ενδιαφερόμενων μερών(Stakeholders)**

Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών έχει αναπτυχθεί σταδιακά από το 1970 έως σήμερα. Δεδομένου του ότι το μέγεθος των επιχειρηματικών μονάδων είναι μεγάλο και η επίδρασή τους στην κοινωνία είναι τόσο καταλυτική, οι επιχειρήσεις οφείλουν να είναι υπεύθυνες όχι μόνο στην κοινωνία αλλά και στους μετόχους τους.

Ως ενδιαφερόμενα μέρη, ορίζονται το άμεσα και έμμεσα περιβάλλον της επιχείρησης, το οποίο παρουσιάζει αλληλεπίδραση με την επιχείρηση και ενδιαφέρον για τις δραστηριότητες της. Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι μιας επιχείρησης είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι και οι δανειστές – πιστωτές, ενώ στους έμμεσα ενδιαφερόμενους ανήκουν το Κράτος, οι τοπικές κοινωνίες καθώς και ομάδες πίεσης (διαδηλωτές, ακτιβιστές κλπ.). Λαμβάνοντας υπόψη της όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη της, επιτυγχάνεται η διαδικασία διαλόγου πριν η επιχείρηση καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της, όσον αφορά την κοινωνική ευθύνη. Πιο συγκεκριμένα:

- Οι μέτοχοι συμμετέχουν στη διανομή των κερδών, έχουν επιπρόσθετες

παροχές αποθεμάτων, μπορούν να πραγματοποιήσουν έρευνα σε βιβλία της επιχείρησης και συμμετέχουν στην εκλογή του συμβουλίου των διευθυντών, αλλά και σε άλλα παρόμοια δικαιώματα, βάσει της υπογεγραμμένης σύμβασης που έχουν με την κάθε εταιρεία.

- Οι εργαζόμενοι αναζητούν από την επιχείρηση οικονομική και ψυχολογική ικανοποίηση, ίση μεταχείριση από τους ανωτέρους, ίση απονομή δικαιωμάτων, ελευθερία συμμετοχής σε σωματεία και απαιτούν κατάλληλες συνθήκες εργασίας.
- Οι καταναλωτές ζητούν παροχή ικανοποιητικών προϊόντων και υπηρεσιών, τεχνική υποστήριξη, παροχή εγγυήσεων, παροχή ανταλλακτικών προϊόντων αλλά και ευκολίες πληρωμής.
- Οι προμηθευτές επιθυμούν τη δημιουργία και τη διατήρηση σχέσεων επαγγελματικών προδιαγραφών και ολοκλήρωση συναλλαγών με ακρίβεια.
- Οι Ενώσεις – Σωματεία επιδιώκουν την παροχή για ενεργό συμμετοχή στον εκάστοτε οργανισμό.
- Οι Ανταγωνιστές ζητούν κατανόηση των κανόνων του αθέμιτου ανταγωνισμού και αντιμετώπιση όλων ως ίσων.
- Οι Κυβερνήσεις Υπακούν στους εκάστοτε νόμους, στην επιβολή φόρων και επιδιώκουν την εκπλήρωση των νομικών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων.
- Οι τοπικές κοινωνίες είναι αρμόδιες για την προστασία του περιβάλλοντος, την παροχή ικανοποιητικών θέσεων εργασίας. Υποστηρίζουν τις τοπικές κυβερνήσεις και επιθυμούν τον δίκαιο ανταγωνισμό.
- Η Κοινωνία ως σύνολο ενισχύει τον εποικοδομητικό διάλογο μεταξύ της επιχείρησης και της κοινωνίας, επιδιώκει την δίκαιη τιμολόγηση των προϊόντων και τάσσεται υπέρ της προώθησης τόσο της έρευνας όσο και της τεχνολογίας.



### **1.5 Τα οφέλη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για τις επιχειρήσεις**

Για την ανάλυση αυτού του κεφαλαίου, αρχικός στόχος είναι η ανάλυση του ρόλου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Τις τελευταίες δεκαετίες, η ελληνική επιχειρηματική κοινότητα έχει γυρίσει σελίδα, αναπροσαρμόζοντας και διευρύνοντας τις στρατηγικές, τους στόχους, αλλά και τις πηγές της κερδοφορίας της. Η υγιής ανάπτυξη δημιουργεί το πεδίο για την αποκοπή κοινωνικού μερίσματος. Οι ξένοι το ξέρουν και το εξυπηρετούν. Οι εν Ελλάδι επιχειρήσεις το αντιλήφθηκαν και ανταποκρίνονται.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δύσκολα μπορεί να οριστεί και ακόμα δυσκολότερα να πραγματοποιηθεί. Κατ' αρχάς, απαιτεί θέληση, κατά δεύτερον κεφάλαια και κατά τρίτον συνειδητοποίηση των πολλαπλών ρόλων κάθε επιχειρηματικής οντότητας. Επίσης, απαιτεί και υπομονή. Προσφέρει καλή φήμη, αναγνωσιμότητα και, τελικά, κέρδη.

Τέλος, εμπλεκόμενοι και οι ενδιαφερόμενοι της είναι οι πολίτες - καταναλωτές, που καλούνται να εντοπίσουν μια επιχειρηματική πτυχή (η οποία δεν ενδιαφέρεται μόνο για το "bottom line") και να δουν τις εταιρίες όχι σαν άτεγκτες

μηχανές παραγωγής ρευστού, αλλά σαν γρανάζι του ίδιου ρολογιού, του ίδιου κοινωνικοοικονομικού συνόλου, που χρειάζεται να συνεχίσει να δουλεύει.

Αξίζει να σημειωθεί, πως, εκτός από τους ορισμούς που διέπουν την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τα οφέλη της προς τις επιχειρήσεις, αξιοσημείωτοι είναι και ορισμένοι σημαντικοί παράγοντες, ο οποίοι καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ως μέρος της επιχειρηματικής πρακτικής:

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

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενισχύει την εταιρική εικόνα και προωθεί την οικονομική ανάπτυξη.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΜΕΡΟΣ Β'

#### 2.1 Δείκτες Απόδοσης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

##### •CR Δείκτης

Ο δείκτης CR εισήχθη το 2008 στην Ελλάδα από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community), το οποίο μετρά την θετική επίδραση των οργανισμών στην κοινωνία και το περιβάλλον και αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς παγκοσμίως για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Ο πιο σημαντικός διεθνώς δείκτης μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι ο CRIndex, και χρησιμοποιείται ως εθνικός δείκτης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε διάφορες χώρες.

Ως ένα κορυφαίο εργαλείο αξιολόγησης αποτελεί και σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε 4 επιμέρους τομείς, οι οποίοι είναι οι εξής:

- i. Κοινωνία
- ii. Περιβάλλον
- iii. Εργαζόμενοι
- iv. Αγορά.





Αναλυτικότερα, ο δείκτης CRI μετράει την απόδοση των επιχειρήσεων και την

επίδρασή τους:

- 1) στην κοινωνία, αξιολογώντας την υποστήριξη που παρέχει σε πρωτοβουλίες
- 2) των τοπικών και εθνικών κοινωνιών βοηθώντας στο χτίσιμο εποικοδομητικών
- 3) σχέσεων με τις κοινωνίες αυτές και τη δημιουργία Αμοιβαίας Εμπιστοσύνης.
- 4) Στο περιβάλλον, αξιολογώντας τις πολιτικές τους και τις ενέργειές τους για
- 5) τον περιορισμό των δυσμενών επιδράσεων που εξασκεί στις κλιματικές
- 6) αλλαγές βοηθώντας να συνειδητοποιήσουν ότι η μετάβασή τους σε μια
- 7) οικονομία που απαιτεί περιορισμό του διοξειδίου του άνθρακος
- 8) αντιπροσωπεύει τόσο ένα μεγάλο ρίσκο όσο και μια μεγάλη ευκαιρία.
- 9) στην αγορά και τους καταναλωτές, αξιολογώντας την επίδοσή τους στις
- 10) σχέσεις τους με τους πελάτες τους και την αγορά και στο κατά πόσο
- 11) παρακολουθούν, κατανοούν και ανταποκρίνονται στις συνεχώς
- 12) μεταλλασσόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Στο πώς δηλαδή πωλούν τα
- 13) προϊόντα και τις υπηρεσίες με υπευθυνότητα, σωστή ποιότητα και τιμές.
- 14) στους εργαζομένους, αξιολογώντας τη συμπεριφορά και τις πολιτικές τους
- 15) στα εργασιακά θέματα όπως: Ασφάλεια, Υγιεινή, Ειλικρινή Επικοινωνία και
- 16) Δίκαιη Μεταχείριση.

Συμμετέχοντας στο δείκτη, οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στο πιο αναγνωρισμένο εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για την αναγνώριση των επιδόσεων των Ελληνικών επιχειρήσεων σε θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με βάση τα διεθνή κριτήρια

(πηγή: [www.cri.org.gr](http://www.cri.org.gr) )

#### •FTSE4Good Index

Το FTSE4Good Index έχει σχεδιαστεί για το αντικειμενικό μέτρημα των αποδόσεων των εταιρειών που ανταποκρίνονται σε διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η διαφανή διαχείριση και τα κριτήρια καθιστούν τον δείκτη FTSE4Good ένα πολύτιμο εργαλείο για τους συμβούλους, τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, τους διαχειριστές των κεφαλαίων, τις επενδυτικές τράπεζες, τα χρηματιστήρια και τους μεσίτες κατά την αξιολόγηση ή τη δημιουργία υπεύθυνη επενδυτικών προϊόντων.

Ο δείκτης FTSE4Good μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως:

1. Επένδυση: Ως βάση για τη δημιουργία επενδύσεων δείκτη παρακολούθησης, χρηματοπιστωτικά μέσα ή τα προϊόντα που εστιάζουν στις υπεύθυνες επενδύσεις.
2. Έρευνα: Για τον προσδιορισμό των περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες.
3. Αναφορά: Όσον ως αναφορά με την οποία οι εταιρείες με διαφανή και εξελισσόμενο παγκόσμιο πρότυπο εταιρικής ευθύνης μπορεί να αξιολογήσει την πρόοδο και τα επιτεύγματα τους
4. Η συγκριτική αξιολόγηση: Ως δείκτης αναφοράς για την παρακολούθηση της απόδοσης της υπεύθυνης επενδυτικών χαρτοφυλακίων

(πηγή: <http://www.ftserussell.com>).

- **Κοινωνικό Βαρόμετρο A.S.B.I.**

Το Κοινωνικό Βαρόμετρο «A.S.B.I.» αποτελεί τη μεγαλύτερη διαχρονική έρευνα για τις στάσεις και τις συμπεριφορές της κοινής γνώμης όσον αφορά την εμβέλεια και την επιρροή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, στην Ελλάδα, καθώς και των φορέων που την υιοθετούν. Το «A.S.B.I.» αποτελεί εξειδικευμένο εργαλείο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Βαρόμετρο Αναγνωρισιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς της MEDA Communication από το 2003, και υλοποιείται στη χώρα μας σε ετήσια βάση, προσφέροντας ένα μοναδικό στρατηγικό εργαλείο που έχει ως κύριο στόχο:

- 1) να προσφέρει μετρήσιμα στοιχεία για τη κοινωνική ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά των Ελλήνων πολιτών.
- 2) να συνεισφέρει στη βαθύτερη γνώση και κατανόηση του κοινωνικού περιβάλλοντος που δραστηριοποιούνται οι εταιρίες και οι εθελοντικές οργανώσεις.
- 3) να εξετάσει τη διεισδυτικότητα, την αναγνωρισιμότητα και τη δημοτικότητα του κοινωνικού έργου των εταιριών και των εθελοντικών και Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων.
- 4) να συμβάλει με στοχευμένη επικοινωνιακή και αναπτυξιακή στρατηγική στην ενίσχυση της κοινωνικής ευθύνης άλλων φορέων.

Η συγκεκριμένη στρατηγική προσέγγιση, επιτρέπει, συνδυάζοντας

διαχρονικά στοιχεία του Βαρομέτρου, τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ανακαλύψουν σημαντικές κοινωνικές τάσεις που δύναται να επηρεάσουν την εικόνα και τη φήμη τους, βελτιώνοντας την πολιτική τους, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αλλά και την επικοινωνία με τα Ενδιαφερόμενα Μέρη τους.

(πηγή: [www.meda.gr/article.php?cat=1](http://www.meda.gr/article.php?cat=1) )

(πηγή: [www.meda.gr/gr](http://www.meda.gr/gr) )

## **2.2 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε παγκόσμια σκοπιά**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί έναν τομέα που τείνει να εξετάζεται, πλέον, από όλο και περισσότερους μελετητές. Οι μελέτες δείχνουν πως η έκταση, το περιεχόμενο και η ένταση των δραστηριοτήτων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μεταξύ περιφερειών, χωρών και εταιρειών, διαφέρουν μεταξύ τους. Οι περισσότερες μελέτες έχουν επικεντρωθεί στις επιχειρήσεις των αναπτυγμένων χωρών, ωστόσο, και οι αναδυόμενες αγορές κεντρίζουν την προσοχή τα τελευταία χρόνια.

Συγκεκριμένα, μελέτες απέδειξαν πως οι επιχειρήσεις αναδυόμενων αγορών υστερούν των επιχειρήσεων οι οποίες βρίσκονται σε ώριμες οικονομίες, όσον αφορά τις εφαρμογές και της δραστηριότητες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Σύμφωνα με τις έρευνες αυτές, γίνεται αντιληπτό πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι δυνατό να προωθηθεί ή να εμποδιστεί, εξαιτίας του πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού και τεχνολογικού περιβάλλοντος που διέπει την κάθε επιχείρηση. Για παράδειγμα, οι Ewing και Windisch (2007) υποστηρίζουν ότι η δυτική προσέγγιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να αποτύχει στις χώρες της Ασίας λόγω των πολιτισμικών διαφορών. Επιπλέον, οι Baughn et al. (2007) πρόσθεσαν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ασία χαρακτηρίζεται όχι μόνο από το πολιτισμικό πλαίσιο, αλλά και από τις οικονομικές και πολιτικές συνθήκες.

Οι Alon et al. (2010) μέσα από μια έρευνα που πραγματοποίησαν σε 105 επιχειρήσεις στην Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία και Κίνα (BRIC) διαπίστωσαν ότι οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις σε ένα φάσμα τομέων (π.χ. οικονομικών, υλικών, καυσίμων) υλοποιούν αρκετές δραστηριότητες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Μόνο ένα μικρό ποσοστό (7,62% ή 8 στις 105) δεν εφαρμόζαν κανένα πρόγραμμα πάνω στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

## **2.3 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε Ελλάδα και Ευρώπη**

Τις τελευταίες δεκαετίες στην Ευρώπη, και μετέπειτα στην Ελλάδα, έχει δοθεί μεγάλη προσοχή στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τη δέσμευση, που χαρακτηρίζουν τη στρατηγική αποστολή και τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων. Γι' αυτό οι επιχειρήσεις δείχνουν την προθυμία να υιοθετήσουν κοινωνικά υπεύθυνες συμπεριφορές και να αναδείξουν ένα νέο μοντέλο διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σχετικά με την εθελοντική ενσωμάτωση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών ευθυνών στις λειτουργίες των επιχειρήσεων και στις σχέσεις με τα εμπλεκόμενα μέρη.

### **2.3.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αποτελεί προτεραιότητα της ΕΕ. Η Ευρωπαϊκή Συμμαχία για την ΕΚΕ, είναι μια πρωτοβουλία που υιοθέτησε η επιχειρηματική κοινότητα το 2006 με τη σθεναρή συμπαράσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Σύμφωνα με τον Γκίντερ Φερχόιγκεν, αντιπρόεδρο της Κομισιόν, Επίτροπο Βιομηχανίας και Επιχειρήσεων, «Η συγκεκριμένη πρωτοβουλία στοχεύει στο να βοηθήσει να δώσουμε σάρκα και οστά στη φιλοδοξία μας να καταστήσουμε την Ευρώπη παγκόσμιο πόλο της αριστείας στην ΕΚΕ» (2009).

Παίρνοντας θέση ο Ετιέν Νταβινιόν, πρόεδρος του CSR Europe, φόρουμ της ΕΕ για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, τονίζει ότι, η ΕΚΕ, αποτελεί ανάγκη, τόσο για την επιχείρηση, όσο και για την κοινωνία. Είναι στοιχείο συνοχής της ίδιας της εταιρείας και, τελικά θεμελιώδες χαρακτηριστικό του σωστού μανάτζμεντ.

Η ΕΚΕ παραμένει προτεραιότητα για την ΕΕ, αν και στις μέρες μας, βρισκόμαστε στη δίνη της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Και αυτό, διότι η ηθική και η ποιότητα ζωής δεν μπορούν να είναι διαπραγματεύσιμες.

Ο Βλαντιμίρ Σπίντλα, Επίτροπος Κοινωνικών Υποθέσεων ενισχύει αυτή τη διαπίστωση λέγοντας: «Η κρίση έστειλε ένα ηχηρό μήνυμα σε επιχειρήσεις και κοινωνία, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για μεγαλύτερη κοινωνική αλληλεγγύη» (2009). Επιπλέον, η αναγκαιότητα κοινωνικής ευαισθητοποίησης ενισχύεται από το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής και το μεταναστευτικό κύμα, μεγάλο μέρος του

οποίου δέχεται η χώρα μας.

Στην Ελλάδα η ανταπόκριση των επιχειρήσεων για την προαγωγή της ΕΚΕ είναι περιορισμένη καθώς μόλις 120 ελληνικές επιχειρήσεις μετέχουν στο Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το οποίο ιδρύθηκε το 1999, Εδώ είναι σκόπιμο να αναφερθεί, ότι η κοινωνική ευαισθητοποίηση έχει μακρά παράδοση στη χώρα μας από την αρχαιότητα, με μέσα όπως τις χορηγίες για πολιτιστικά δρώμενα (τελετές, θεωρικά) μέχρι την σημαντικότετη δράση των ευπατρίδων του 19ου και 20ου αιώνα.

Οι Έλληνες καταναλωτές δε μένουν αδιάφοροι απέναντι στην κοινωνική δράση των επιχειρήσεων και η συντριπτική πλειοψηφία επηρεάζεται θετικά από την κοινωνικά προσανατολισμένη συμπεριφορά της κάθε εταιρείας, σύμφωνα με έρευνα που διεξάγει κάθε χρόνο το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο και την MRB HELLAS(Εταιρεία Ερευνών Αγοράς). Τα αποτελέσματα της έρευνας αναδεικνύουν σημαντικά στοιχεία για τη συμπεριφορά του καταναλωτή απέναντι στις μη κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, για την επικοινωνία των εταιρειών και την αποτελεσματικότητά της, καθώς και για τους τομείς στους οποίους ο καταναλωτής επιθυμεί να δει τις εταιρείες να δραστηριοποιούνται.

Έτσι το 50% περίπου των Ελλήνων καταναλωτών δηλώνει ότι στη διάρκεια του προηγούμενου έτους έχει «τιμωρήσει» μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία. Είναι ενθαρρυντικό επίσης το γεγονός ότι στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις έχουν εισαγάγει εμφανώς το «πράσινο» μάρκετινγκ στη συνολική στρατηγική προώθηση των προϊόντων τους, σύμφωνα με διαπίστωση του Υπεύθυνου Πολιτών του WWF HELLAS(Παγκόσμιο Ταμείο Για Την Φύση).

Επιπροσθέτως, οι τομείς που αγγίζει η ΕΚΕ (κοινωνία, περιβάλλον και ανθρώπινο δυναμικό) είναι κατεξοχήν πεδία στα οποία διοχετεύει την κοινωνική της δράση και πρόνοια η Πολιτεία. Κατά συνέπεια οι κοινωνικά ευαισθητοποιημένες επιχειρήσεις συνδράμουν στο πολυδιάστατο έργο της τελευταίας, προσφέροντας σημαντική χείρα βοήθειας.

Σύμφωνα δε με τους Έλληνες καταναλωτές, ο κλάδος Η/Υ και υψηλής τεχνολογίας ανταποκρίνεται καλύτερα στις κοινωνικές του υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία καθώς και οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών, οι φαρμακευτικές εταιρείες, οι εταιρείες ρουχισμού, οι αυτοκινητοβιομηχανίες, οι εταιρείες τροφίμων και ποτών.

Αποφασιστικό παράγοντα αποτέλεσε και το γεγονός ότι θεσπίστηκε ένας

δείκτης απαραίτητος για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων σε δραστηριότητες ΕΚΕ με βάση τα διεθνή κριτήρια, κάτι που ενισχύει τον επαγγελματισμό και την σοβαρότητα της ΕΚΕ στην Ελλάδα.

Την αποκλειστική εκπροσώπηση του CR INTEX στην Ελλάδα έχει αναλάβει το CorporateResponsibilityInstitute (Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης) σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community).

Στην Ελλάδα, στις περισσότερες περιπτώσεις η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο πλαίσιο της άσκησης επικοινωνιακής και περιστασιακής πολιτικής. Βέβαια σαφώς και υπάρχουν επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν αντιληφθεί ότι η εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν είναι απλώς ένα πρόσθετο κόστος και κάτι προσωρινό, αλλά αποτελεί μια μακροχρόνια επένδυση, η οποία όχι μόνο αυξάνει την ανταγωνιστικότητά τους και συνεπώς τη δυνατότητά τους για περαιτέρω ανάπτυξη, αλλά μπορεί να συμβάλει άμεσα στην επίτευξη του στόχου για βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας. Έτσι, πραγματοποιήθηκαν διάφορες έρευνες για το πώς οι ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Το 2007 πραγματοποιήθηκε μια έρευνα, που είχε ως βασικό στόχο να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, μέσω της μελέτης των αναφορών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που εκδίδουν (συντάσσονται ως κοινωνικοί απολογισμοί). Συμμετείχαν 81 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ενεργά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και εκδίδουν σχετική ετήσια αναφορά καθώς επίσης και αυτές που συμμετέχουν με οποιοδήποτε τρόπο σε δίκτυα που δραστηριοποιούνται σε θέματα πάνω στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον ελλαδικό χώρο.

Οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στους κλάδους των Χρηματοοικονομικών, Τηλεπικοινωνιών, Πετρελαιοειδών και Μεταποίησης. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι ο βαθμός υιοθέτησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι ακόμα σημαντικά περιορισμένος. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι παρουσιάζει δυναμική και αναμένεται να αναπτυχθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια. Την στιγμή που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν φαίνεται να αποτελεί μία πραγματικά συστηματική δραστηριότητα από τη στιγμή που δεν υπάρχει κάποιο καθορισμένο κανονιστικό πλαίσιο, η οποιαδήποτε δημοσιοποίηση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γίνεται κατά το δοκούν και με μη τυποποιημένο τρόπο

(πηγή: [www.icbs.gr](http://www.icbs.gr) )

Το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών σε συνεργασία με την εταιρεία ερευνών Research International και την υποστήριξη του μη κερδοσκοπικού οργανισμού Phillip Morris Institute (2001), απέδειξε, μέσα από ποιοτικές μεθόδους (προσωπικές συνεντεύξεις σε 60 εκπροσώπους επιχειρήσεων, δημοσιογράφους, εκπροσώπους ΜΜΕ, ομαδικές συζητήσεις με πολίτες, και παρατηρήσεις αγοράς σε supermarket), πως η Ελλάδα είναι επιφυλακτική ακόμα προς τη νέα αυτή έννοια, θεωρώντας πως το κέρδος επισκιάσει ή/και να ανακηρύξει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε «τμήμα» του μάρκετινγκ, ιδιαίτερα όταν συνοδεύεται από μία υπερβολική προβολή, που την κάνει να μοιάζει στα μάτια των καταναλωτών περισσότερο με διαφήμιση.

Βάσει των αποτελεσμάτων, προκύπτει πως ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι ιδιαίτερα οικείος και συχνά μπερδεύεται με την εταιρική φιλανθρωπία ή τις χορηγίες. Οι Έλληνες πολίτες αναγνωρίζουν τις προσπάθειες των επιχειρήσεων να πράττουν κοινωνικά υπεύθυνα αλλά όχι ότι αναγορεύονται και αυτομάτως σε κοινωνικά υπεύθυνους οργανισμούς. Επίσης, θεωρούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως ένα ακόμη τέχνασμα για την εξασφάλιση του κέρδους των επιχειρήσεων – περισσότερο σαν μια κοινωνική διαφήμισή τους και τέλος διαφαίνεται πως αυτή η σύγχυση θα ξεπεραστεί σταδιακά μέσα στα επόμενα χρόνια (Τσακαρέστου, 2001).

Μια γενική έρευνα (παγκόσμια) που πραγματοποιήθηκε από την International Survey of Corporate Reporting (2002) περιελάμβανε τις 100 κορυφαίες εταιρίες (βάσει του κύκλου των εργασιών τους) που ανάμεσα στο δείγμα βρισκόταν και ελληνικές επιχειρήσεις. Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν το χαμηλό επίπεδο υιοθέτησης πρακτικών δημόσιας διάχυσης πληροφοριών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην χώρα μας, καθώς μόλις το 2% αυτών δημοσίευσαν τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο απολογισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ωστόσο το 28% των εταιριών είχαν συμπεριλάβει στοιχεία υγείας και ασφάλειας, περιβαλλοντικής διαχείρισης ή ευρύτερης κοινωνικής επίδοσης στους ετήσιους και τακτικούς απολογισμούς τους.

( πηγή: [www.aegean.gr](http://www.aegean.gr) )

### 2.3.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ευρωπαϊκή Ένωση

Σήμερα, ο θεσμός της Εταιρικής ευθύνης, προσδιορίζεται και με βάση πολιτικές και δράσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία στοχεύει να του δώσει μεγαλύτερη πολιτική προβολή, να επιβραβεύσει ευρωπαϊκές επιχειρήσεις για τις ενέργειές τους σε αυτόν τον τομέα και να ενθαρρύνει την ανάληψη μεγαλύτερων πρωτοβουλιών.

Αναγνωρίζοντας στις επιχειρήσεις ότι έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην Εταιρική κοινωνική ευθύνη, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι μπορεί να επιτύχει καλύτερα τους στόχους της σε συνεργασία με τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, και έχει ήδη εξαγγείλει την υποστήριξή της στην δημιουργία ευρωπαϊκής συμμαχίας για την Εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Έτσι στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπάρχει ένα πλέγμα νόμων και κανόνων για την προστασία του περιβάλλοντος κατά την διαδικασία παραγωγής που προστατεύει και προάγει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια. Αυτό το πλαίσιο, αποτελεί μία βάση ώστε οι εταιρείες να ξεκινούν από εκεί και να προχωρούν ένα βήμα μπροστά, υιοθετώντας έναν κώδικα δεοντολογίας που προάγει την ποιότητα ζωής την εκπαίδευση και επιμόρφωση των εργαζομένων κλπ.

Οι νομικές υποχρεώσεις που οι επιχειρήσεις οφείλουν να τηρούν αναφορικά με το περιβάλλον και τους εργαζομένους, απορρέουν από ρυθμίσεις που έχουν ως στόχο τον έλεγχο του ευρύτερου αντίκτυπου των δραστηριοτήτων τους.

**Περιβάλλον:** Οι επιχειρήσεις μπορούν και πρέπει να διαδραματίσουν πρωτεύοντα ρόλο στη μείωση της ρύπανσης και της κλιματικής αλλαγής, μέσω του περιορισμού των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, της αποτελεσματικής διαχείρισης των αποβλήτων και της υπεύθυνης χρήσης των φυσικών πόρων. Η οικολογική συμπεριφορά ίσως, βραχυπρόθεσμα, φαίνεται δαπανηρή, αλλά μακροπρόθεσμα μπορεί να αποβεί επωφελής για την επιχείρηση, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα, τονώνοντας την καινοτομία και δημιουργώντας νέες αγορές.

**Εργαζόμενοι:** Οι επιχειρήσεις έχουν ορισμένες υποχρεώσεις που απορρέουν από το εργατικό δίκαιο και την οργάνωση εργασίας. Οφείλουν βάσει του νόμου να εμποδίζουν τις διακρίσεις στην εργασία, να εξασφαλίζουν την ισότιμη μεταχείριση όλων των εργαζομένων - ανδρών και γυναικών, ντόπιων και ξένων - και να εγγυώνται την ασφάλεια και την υγιεινή των εργαζομένων σε κάθε πτυχή της εργασίας τους. Η βελτίωση της δια βίου μάθησης και ο κοινωνικός διάλογος συμβάλλουν επίσης στη δημιουργία καλύτερου εργασιακού περιβάλλοντος.



**Εθελοντικές πρωτοβουλίες:** Όλες οι επιχειρήσεις πρέπει να πληρούν τις ελάχιστες απαιτήσεις που υπαγορεύει η νομοθεσία, αλλά οι πρωτοπόρες επιχειρήσεις μπορούν να αναπτύξουν περιβαλλοντικές και κοινωνικές στρατηγικές πέρα από τα όρια αυτών των ελάχιστων απαιτήσεων, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην τόνωση της ανταγωνιστικότητας και στη βιωσιμότητα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, και, κατ'επέκταση, μακροπρόθεσμα, στην οικονομική επιτυχία.

Σε μία συγκριτική έρευνα (Apostolakou και Jackson, 2009) που βασίστηκε σε ένα δείγμα 274 επιχειρήσεων, οι οποίες αντλήθηκαν από μία ηλεκτρονική βάση των 1.000 μεγαλύτερων επιχειρήσεων παγκοσμίως καλύπτοντας έτσι 16 χώρες της Ευρώπης, οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος αξιολογήθηκαν ως προς τις γνωστές διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της αειφορίας με βάση συγκεκριμένα κριτήρια, όπως είναι η περιβαλλοντική έκθεση και αναφορά, η συμμετοχή των εμπλεκόμενων μερών κ.λπ. Η ανάλυση έδειξε ότι οι πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι πιο πιθανό να υιοθετηθούν εάν είναι ενσωματωμένες στην οργανωτική δομή των επιχειρήσεων. Οι θεσμοθετημένοι κανόνες και οι ρυθμίσεις βοηθούν τις επιχειρήσεις να παρακολουθούν αυτές τις πρακτικές με κοινωνικά αποδεκτό τρόπο.

Σε κλαδικό επίπεδο επιχειρήσεις με υψηλό επίπεδο επιπτώσεων υιοθετούν περισσότερο εκτεταμένες πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υιοθετείται από τις επιχειρήσεις ως ένα τρόπος διαχείρισης της φήμης τους, την ένταξη τους στις επιχειρηματικές πρακτικές και στην αντιμετώπιση των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων μερών. Σε μία άλλη έρευνα που αφορούσε 251 επιχειρήσεις από τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (IE University, 2010), αναδείχθηκαν οι διακρατικές διαφορές αλλά και οι τάσεις που έχουν οι επιχειρήσεις ως προς την πληροφόρηση για τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που εφαρμόζουν. Μελετήθηκαν οκτώ θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης: η εμπλοκή των ενδιαφερόμενων μερών, το εργασιακό κλίμα, η εμπλοκή και η συμμετοχή των τοπικών κοινοτήτων, η τοπική οικονομική ανάπτυξη, το περιβάλλον, ο προσανατολισμός στην αγορά, η ηθική και οι κώδικες δεοντολογίας, τα ανθρώπινα δικαιώματα καθώς και η ύπαρξη ή όχι πιστοποίησης σύμφωνα με πρότυπα και δείκτες.

Το βασικότερο συμπέρασμα είναι ότι η επικοινωνία και οι τρόποι πληροφόρησης των εταιριών για τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που εφαρμόζουν, αλλάζουν συνεχώς, μεταβάλλονται και επαναπροσδιορίζονται. Οι

επιχειρήσεις από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ισπανία, την Ιταλία και τη Γαλλία παρέχουν περισσότερες πληροφορίες για τις εφαρμοζόμενες πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ο κοινωνικός απολογισμός των επιχειρήσεων στην Ευρώπη δεν είναι θεσμοθετημένη πρακτική όπως συμβαίνει στις ΗΠΑ. Οι πρακτικές και οι δραστηριότητες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης καθώς και η ύπαρξη διαχειριστικών συστημάτων είναι τα περισσότερα προς πληροφόρηση θέματα από την πλευρά των επιχειρήσεων.

(πηγή: <http://eclass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE341/%CE%A3%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%94%CE%B9%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CE%BE%CE%B7%203.pdf>)

(πηγή: [http://www.icbs.gr/innet/UsersFiles/students/tutor\\_notes/postgraduate/Stage\\_2/Georgikopoulos/CSR-Notes-2012-13.pdf](http://www.icbs.gr/innet/UsersFiles/students/tutor_notes/postgraduate/Stage_2/Georgikopoulos/CSR-Notes-2012-13.pdf))

(πηγή:

<http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/8644/1/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%A7%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%91%CF%80%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%83%CE%B7.pdf>

)

## **2.4 Φορείς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης**

Λόγω του αυξημένου ενδιαφέροντος σε Ελλάδα και Ευρώπη για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, έχουν δημιουργηθεί αρκετοί φορείς.

### **2.4.1 Διεθνείς Φορείς**

- **Ευρωπαϊκό Δίκαιο**

Η ιδέα για τη δημιουργία ενός φορέα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ξεκίνησε αρχικά τον Μάιο του 1994 από μια ομάδα ευρωπαίων διευθυντών, επιχειρήσεων και επιχειρηματιών που υπέγραψε την Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων για τη Κοινωνική Συνοχή, με στόχο την ανεύρεση τρόπων για την προαγωγή της κοινωνικής της υπευθυνότητας.

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

Σήμερα, το Δίκτυο αποτελεί ένα μη κερδοσκοπικό οργανισμός που με τις ενέργειές του προωθεί την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Κύριο μέλημά του είναι η βοήθεια των επιχειρήσεων για επίτευξη κερδών και βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς και τη συμβολή τους στην ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων, ενσωματώνοντας την ΕΚΕ στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Το Δίκτυο έχει εταιρείες - μέλη και 23 εθνικούς αντιπροσώπους και μέσω αυτών απευθύνεται σε χιλιάδες επιχειρήσεις πανευρωπαϊκά.

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

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

Το Δίκτυο παρουσίασε τον Χάρτη της Ευρώπης για μια βιώσιμη ανάπτυξη και ανταγωνιστική επιχείρηση. Ο Ευρωπαϊκός Χάρτης αφορά διάφορους στόχους και στρατηγικές για ένταξη της ΕΚΕ στην καθημερινότητα της επιχειρηματικής πρακτικής. Ο Χάρτης περιλαμβάνει επισημάνσεις μέγιστης σημασίας για την ολοκλήρωση της ΕΚΕ σε όλες της λειτουργίες της εταιρείας, τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, τη δέσμευση των ενδιαφερόμενων μερών, την ανάπτυξη πόρων και τη προσασία του περιβάλλοντος. Επίσης, λειτουργεί και ως έκκληση προς τους ευρωπαϊκούς θεσμούς καθώς και την ευρύτερη κοινωνία όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

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

1. Υπηρεσία παροχής βοήθειας με καθημερινή πρακτική συνεισφορά για θέματα που αφορούν την ΕΚΕ.
2. Ανταλλαγή διαφόρων επιχειρηματικών πρακτικών και σεμινάρια.
3. Υπηρεσία πληροφόρησης με ανοικτής προς όλους πρόσβαση σε καλές πρακτικές πολλών επιχειρήσεων και την αποστολή ενημερωτικού εντύπου όσον αφορά τα τελευταία νέα της ΕΚΕ σχετικά με την Ευρωπαϊκή Ένωση.
4. Δέσμευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη για την παροχή πρακτικών και τις υπηρεσίες υψηλής ποιότητας για τα μέλη με τους ευρωπαϊκούς φορείς, καθώς και τα ηγετικά ενδιαφερόμενα μέρη (leadingstakeholders).

Αξίζενα σημειωθεί, πως το το Δίκτυο το 2008 παρουσίασε μια σειρά από πληροφοριακά εργαλεία (CRSEurope'sToolbox), μέσα από τα οποία παρέχονται διάφορες πληροφορίες, συμβουλές και οδηγίες που στοχεύουν στη βοήθεια των εταιριών για αντιμετώπιση των κοινωνικο-οικονομικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων, στο πλαίσιο μιας πορείας προς τη βιώσιμη ανάπτυξη. Τα εργαλεία πληροφόρησης στηρίζονται στα πρώτα αποτελέσματα των Εργαστηρίων για την ΕΚΕ και σε διάφορα προγράμματα συνεργασίας που έχουν αναπτύξει ευρωπαϊκές επιχειρήσεις από ποικίλους κλάδους δραστηριοποίησης, κάτω από την προστασία της Ευρωπαϊκής Σύμπραξης για την ΕΚΕ.

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

1. Στο διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη
2. Σε διάφορα θεματικά πεδία, όπως είναι για παράδειγμα οι σχέσεις των εταιριών με τα ανθρώπινα δικαιώματα, η επικοινωνία, η εκπαίδευση, επιμόρφωση και δια βίου κατάρτιση, η ενσωμάτωση πρακτικών ΕΚΕ και οι

κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις

3. Στην Ευρωπαϊκή επιχειρηματική εκστρατεία για την ΕΚΕ (European Business Campaign on Corporate Social Responsibility)
4. Στην Ευρωπαϊκή Ακαδημία για την Επιχείρηση στην Κοινωνία (European Academy of Business in Society).

Η Ευρωπαϊκή Ακαδημία για την Επιχείρηση στη Κοινωνία (EABS) αποτελεί κομμάτι της Ευρωπαϊκής Επιχειρηματικής εκστρατείας για την ΕΚΕ. Οι διάφορες Σχολές Διοίκησης Επιχειρήσεων και οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε συνεργασία για την ανάπτυξη ερευνών σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Στην ανάπτυξη του έργου της Ακαδημίας συνέβαλε το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ και το Copenhagen Centre. Από το 1998 εκτελούνται συνεργασίες με διευθυντές εταιριών, ακαδημαϊκών και οργανισμών για την εισαγωγή και ανάπτυξη μαθημάτων που αφορούν την ΕΚΕ, την επιχειρηματική ηθική και υπευθυνότητα σε κάθε επίπεδο σπουδών, ενώ παράλληλα γίνονται συμπράξεις των επιχειρήσεων και της ακαδημαϊκής κοινότητας για τον εντοπισμό επιμορφωτικών αναγκών σε ό,τι αφορά την ΕΚΕ.

Ήδη, σε 60 πανεπιστήμια των 12 Ευρωπαϊκών χωρών, υλοποιούνται 90 προγράμματα σπουδών σχετικά με την ΕΚΕ σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο, τα οποία αφορούν την εφαρμογή της ΕΚΕ, την περιβαλλοντική πολιτική και τον έλεγχο, την επιχειρηματική ηθική και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Τα τελευταία χρόνια, το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ ξεκίνησε την οργάνωση ενός ευρωπαϊκού φόρουμ σχετικό με την ΕΚΕ που ονομάζεται European Market Place on CSR, το οποίο λαμβάνει χώρα σε πολλές ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Στο φόρουμ αυτό, γίνεται ανάπτυξη και ανταλλαγή πρωτότυπων ιδεών για καινοτόμες λύσεις σχετικές με διάφορες επιχειρηματικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν. Ουσιαστικά, το European Market Place on CSR αποτελεί φόρουμ πανευρωπαϊκής εμβέλειας για ανταλλαγή ιδεών και καλύτερων πρακτικών σε θέματα ΕΚΕ, το οποίο τελεί υπό την αιγίδα και τον συντονισμό του CSR Europe.

Αξιοσημείωτο παράδειγμα αποτελεί η συνάντηση που πραγματοποιήθηκε το 2007 στις Βρυξέλλες, με σκοπό τη παρουσίαση πρωτότυπων ιδεών και λύσεων από επιχειρήσεις, τις οποίες παρακολουθούσαν 500 άτομα, τα οποία στη πλειοψηφία τους ήταν εκπρόσωποι από διάφορες εταιρίες ευρωπαίοι διαμορφωτές πολιτικής και ενδιαφερόμενα μέρη, όπως μη κυβερνητικές και περιβαλλοντικές οργανώσεις (Βαξεβανίδου, 2011).

## • Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact)

Το Οικουμενικό Σύμφωνο δημιουργήθηκε τον Ιούλιο του 2000 και αποτελεί ένα πλαίσιο για τις επιχειρήσεις σύμφωνα με το οποίο καλούνται να ευθυγραμμίζουν τις λειτουργίες και στρατηγικές τους με 10 παγκόσμια αποδεκτές αρχές στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των συνθηκών εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς.

Ως η μεγαλύτερη παγκόσμια πρωτοβουλία εταιρικής υπευθυνότητας –με χιλιάδες συμμετέχοντες από περισσότερες από 100 χώρες- το Οικουμενικό Σύμφωνο έχει ως πρωταρχικό στόχο την οικοδόμηση και προώθηση της κοινωνικής νομιμότητας των επιχειρήσεων και των αγορών.

Μία επιχείρηση που υπογράφει το Οικουμενικό Σύμφωνο αποδέχεται ότι εταιρικές πρακτικές στηριζόμενες σε παγκόσμιες αρχές, συμβάλλουν σε μία σταθερότερη, δικαιοτέρα και περιεκτικότερη παγκόσμια αγορά και βοηθούν στην οικοδόμηση ευημερούντων και ακμαζουσών κοινωνιών.

Η επιχειρηματικότητα, το εμπόριο και οι επενδύσεις αποτελούν βασικούς πυλώνες για την ευημερία και την ειρήνη. Η επιχειρηματική δραστηριότητα συχνά συνδέεται με σοβαρά διλήμματα- π. χ. πρακτικές εκμετάλλευσης, διαφθοράς, ανισότητας εισοδημάτων, και εμποδίων που αποθαρρύνουν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα. Οι υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές μπορούν με πολλούς τρόπους να οικοδομήσουν κλίμα εμπιστοσύνης και ένα κοινωνικό κεφάλαιο, συμβάλλοντας σε μία ολοκληρωμένη ανάπτυξη και σε αειφόρες (βιώσιμες) αγορές.

Το Οικουμενικό Σύμφωνο είναι μια καθαρά εθελοντική, διεθνής πρωτοβουλία με δύο κυρίαρχους στόχους:

1. να αποτελέσουν οι δέκα αρχές του καθολικό ρεύμα στις επιχειρηματικές δραστηριότητες σε ολόκληρο τον κόσμο.
2. να λειτουργήσει ως καταλύτης για δράσεις που στηρίζουν τους στόχους της χιλιετίας

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, το Οικουμενικό Σύμφωνο προσφέρει δυνατότητες για μάθηση και δέσμευση μέσα από διάφορους μηχανισμούς όπως διάλογοι πολιτικής, μάθηση, τοπικά δίκτυα και συμπράξεις. (Βαξεβανίδου, 2011).

(πηγή: [www.globalcompactnetworkhellas.gr/portal/index.php?option=ozo\\_content&perform=view&id=101&Itemid=47&lang=](http://www.globalcompactnetworkhellas.gr/portal/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=101&Itemid=47&lang=) )

Το Οικουμενικό Σύμφωνο ΕΙΝΑΙ...	Το Οικουμενικό Σύμφωνο ΔΕΝ είναι...
Μία εθελοντική πρωτοβουλία για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης και της εταιρικής υπευθυνότητας	Νομικά δεσμευτικό
Ένα σύνολο αρχών που βασίζονται σε παγκόσμια αποδεκτές αξίες	Ένα μέσο για έλεγχο της εταιρικής συμπεριφοράς και την επιβολή συμμόρφωσης
Ένα δίκτυο εταιριών και λοιπών ενδιαφερόμενων μελών	Ένα πρότυπο, σύστημα διοίκησης, ή ένας κώδικας συμπεριφοράς
Ένα forum για μάθηση και ανταλλαγή εμπειριών	Ένα κανονιστικό όργανο ή ένα εργαλείο για δημόσιες σχέσεις

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

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

Το Κέντρο Αειφορίας (CSE) συνεργάζεται με σπουδαίους διεθνείς οργανισμούς, οι οποίοι ασχολούνται με την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης, υποστηρίζοντας κορυφαίες επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Συγκεκριμένα, ανέλαβε την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής της ΕΚΕ, για τη κυπριακή εταιρία CYTA. Αρχικά, έγινε αξιολόγηση των στελεχών της, και στη συνέχεια, αναλύθηκαν η έννοια, ο ρόλος και τα εργαλεία διαχείρισης της ΕΚΕ, ως μοχλός ανάπτυξης, έχοντας ως γνώμονα τις βέλτιστες διεθνείς πρακτικές.

Επίσης, ιδρύθηκε στο Σικάγο γραφείο για παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών

στη Βόρεια Αμερική, διοργανώνοντας τον πρώτο κλιματικό διαγωνισμό «ShowYourCarbonFootprint», με κύριο σκοπό, την ανάδειξη και βράβευση της πιο επικοινωνητικής και πρωτοποριακής ιδέας σχετικά με τη διοργάνωση κλίμακας ουδέτερης εκδήλωσης, ή τη δημιουργία κλιματικά ουδέτερου προϊόντος (Βαξεβανίδου, 2011).

(πηγή: <http://www.cse-net.org/misc-page/63/commitment-results> )

- **Global Reporting Initiative (GRI)**

Το GRI είναι ένας διεθνής ανεξάρτητος οργανισμός που βοηθά τις επιχειρήσεις, τις κυβερνήσεις και άλλους οργανισμούς να κατανοήσουν και να επικοινωνούν για τις επιπτώσεις των επιχειρήσεων σε κρίσιμα ζητήματα βιωσιμότητας, όπως η αλλαγή του κλίματος, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τη διαφθορά και πολλοί άλλοι.

Σχετικά με την Πρωτοπορία Απολογισμού Βιωσιμότητας (PioneerOfSustainabilityReporting), υπήρξε πρωτοπορία από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, μετατρέποντας την, πλέον, από μία εξειδικευμένη πρακτική, στην πλέον υιοθέτησή της, από μια αυξανόμενη πλειοψηφία των οργανώσεων.

Τα Πρότυπα Απολογισμών Αειφορίας του GRI, είναι θεμελιώδη για την επιτυχία αυτή. Με χιλιάδες δημοσιογράφους σε περισσότερες από 90 χώρες, το GRI, παρέχει ευρέως χρησιμοποιούμενα πρότυπα, σχετικά με την υποβολή εκθέσεων αειφορίας και της αποκάλυψης, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις, τις κυβερνήσεις, την κοινωνία των πολιτών και τους πολίτες να κάνουν καλύτερες αποφάσεις που βασίζονται σε πληροφορίες που έχει σημασία. Στην πραγματικότητα, το 92% των μεγαλύτερων 250 εταιρείες στον κόσμο υποβάλει έκθεση σχετικά με τις επιδόσεις της βιωσιμότητάς τους.

Το όραμα του οργανισμού είναι η δημιουργία ενός μέλλοντος που η βιωσιμότητα θα αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας λήψης αποφάσεων του κάθε οργανισμού.

Η αποστολή του είναι να ενδυναμώσει ιθύνοντες παντού, μέσα από τα πρότυπα αειφορίας και του δικτύου πολλών ενδιαφερομένων, να αναλάβουν δράση προς μια πιο βιώσιμη οικονομία και τον κόσμο.

Τέλος, τα πιστεύω του οργανισμού είναι τα εξής:

- στη δύναμη μια διαδικασίας πολλών ενδιαφερομένων χωρίς αποκλεισμούς



δικτύου

- στη διαφάνεια, που αποτελεί καταλύτη για αλλαγή
- στα πρότυπα που ενδυναμώνουν τη τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων
- σε μια παγκόσμια προοπτική που είναι απαραίτητη για να επιφέρει την παγκόσμια αλλαγή
- για κάθε απόφαση που λαμβάνει ένας οργανισμός, πρέπει να οδηγεί στο δημόσιο συμφέρον

Οι σημαντικότερες αξίες και πεποιθήσεις του οργανισμού είναι η συνδεσιμότητα και η συνεργασία, τα οποία είναι απαραίτητα για μια παγκόσμια προοπτική που στοχεύει στην αλλαγή, και η δύναμη μιας διαδικασίας πολλών ενδιαφερομένων χωρίς αποκλεισμούς του δικτύου.

(πηγή: [https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx\\_](https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx_))

## • **Accountability Rating**

Πρόκειται για έναν φορέα ο οποίος ασχολείται με τη μέτρηση της εταιρικής λογοδοσίας και υπευθυνότητας. Κύριος στόχος του φορέα, είναι η αξιολόγηση του βαθμού, στον οποίο η ισορροπία, όσον αφορά τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια, ενσωματώνεται στις εταιρίες.

Ουσιαστικά, γίνεται αξιολόγηση των επιδράσεων της λειτουργίας των εταιριών στην κοινωνία, το φυσικό περιβάλλον και την αγορά, αλλά και στους τρόπους με τους οποίους οι ενδιαφερόμενοι και το ευρύ κοινό πληροφορούνται.

Η κατάταξη των επιχειρήσεων διαμορφώνεται μέσω της αξιολόγησης, με βάση την εταιρική λογοδοσία και υπευθυνότητα. Ο θεσμός, αυτός, έχει καθιερωθεί σε διεθνές επίπεδο, λόγω της επιστημονικής αντικειμενικότητας και πληρότητας του μηχανισμού αξιολόγησης.

Επιπλέον, έχει δημιουργήσει μια τεχνογνωσία και πολλές καλές πρακτικές, στα οποία έχουν πρόσβαση οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις, προκειμένου να τις αξιοποιήσουν.

Η παραπάνω μέθοδος εκπονήθηκε στο διεθνές think-tank Accountability, έναν πρωτοπόρο, μη κερδοσκοπικό οργανισμό σε θέματα έρευνας της εταιρικής υπευθυνότητας, σε συνεργασία με τη βρετανική εταιρία Csrnetwork και το περιοδικό «Fortune». Η πρώτη δημοσίευση του Accountability Rating έγινε το 2004 και από

τότε επαναλαμβάνεται κάθε έτος για τις 100 μεγαλύτερες εταιρείες σε παγκόσμιο επίπεδο. (Βαξεβανίδου, 2011)

- **Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας**

Η Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Responsible Supply Chain Management), αποτελεί μια δικτυακή πύλη, η οποία είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση της ΕΚΕ στο τομέα της προμήθειας. Κύριο έργο της είναι να γίνει ένα χρήσιμο εργαλείο για τις εταιρίες που αποσκοπούν να εντυφώσουν σε θέματα που αφορούν την ΕΚΕ, παρέχοντάς τους οδηγίες για την υιοθέτηση και προτροπή κοινωνικών και περιβαλλοντικών πολιτικών σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα.

Επίσης, συγκεντρώνει εμπειρίες οι οποίες προέρχονται από την εφαρμογή συστημάτων, διαδικασιών ελέγχου, καθώς και εκπαιδευτικών προγραμμάτων, τα οποία έχουν αναπτύξει οι μεγάλες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, αλλά και οι πολυεθνικές από ποικίλους κλάδους, με επικεφαλής τις HP, Volkswagen και την ελληνική TITAN (Βαξεβανίδου, 2011).

Ο Υπεύθυνος Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας αφορά τη συνεργασία με τους προμηθευτές, για την επιβεβαίωση ότι έχουν στρατηγικές ΕΚΕ και για τη δημιουργία συνεχών βελτιώσεων στην απόδοση της ΕΚΕ των προμηθευτών. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να επικεντρωθεί σε προμηθευτές υψηλού κινδύνου, για παράδειγμα από τις βιομηχανίες που είναι γνωστό ότι αντιμετωπίζουν ιδιαίτερες προκλήσεις, ή από χώρες όπου η εθνική νομοθεσία και τις διεθνώς αναγνωρισμένες αρχές των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των δικαιωμάτων της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς.

Τέλος, τα οφέλη από τη διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού είναι τα εξής:

- Η βελτίωση της συνεργασίας με τους προμηθευτές. Ο διάλογος και η συνεργασία για τη βελτίωση των επιδόσεων της ΕΚΕ ενισχύει τις σχέσεις με τους προμηθευτές και μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της παραγωγικότητας και μείωση του κόστους.
- Βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων. Υπεύθυνη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να βοηθήσει στη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων και την προώθηση της ανάπτυξης πιο βιώσιμων προϊόντων.

- Διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις των πελατών. Υπεύθυνη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να τεκμηριώσει ότι τα προϊόντα σας παράγονται σε συνθήκες που να συμμορφώνονται με τα διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα και τις κατευθυντήριες γραμμές της ΕΚΕ.
- Μείωση του κινδύνου των αρνητικών PR. Υπεύθυνη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να προστατεύσει την επιχείρησή σας από τις αρνητικές δημόσιες σχέσεις ως συνέπεια των θεμάτων προβληματική ΕΚΕ στην αλυσίδα εφοδιασμού, και στη χειρότερη περίπτωση, από το να υφίσταται νομική ευθύνη ως αξεσουάρ σε κατάφωρες παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Προσέλκυση και διατήρηση εργαζομένων. Μια καλή φήμη είναι σημαντική για την ικανότητα της εταιρείας σας για να προσελκύουν και να διατηρούν τους πιο καταρτισμένους υπαλλήλους. Όταν αναθέτουν καθήκοντα σε προμηθευτές, είναι πολύ σημαντικό να επισημάνει στους υπαλλήλους ότι δίδεται υψηλή προτεραιότητα σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- Παροχή ασφάλειας για τους επενδυτές και τους πιστωτές. Οι επενδυτές και οι πιστωτές περιλαμβάνουν το προφίλ κινδύνου σας και τις δραστηριότητες ΕΚΕ στις αξιολογήσεις τους, και αυτό περιλαμβάνει και τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας σας.
- Δημιουργία νέων ευκαιριών στην αγορά. Υπεύθυνη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να χρησιμοποιηθεί προληπτικά για εμπορικό σήμα της εταιρείας σας και να δημιουργήσετε νέες ευκαιρίες στην αγορά.

(πηγή: <http://www.csrcompass.com/responsible-supply-chain-management> )

(πηγή: <http://www.csrcompass.com/benefits-responsible-supply-chain-management0>)

## 2.4.2 Ελληνικοί Φορείς

## • Το ελληνικό δίκτυο για την ΕΚΕ

Η υποστήριξη της δημιουργίας Εθνικών Δικτύων, αποτέλεσε ένας πολύ βασικό στόχο του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την ΕΚΕ. Για αυτό το λόγο, το 1999, 13 μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις προσπάθησαν, μαζί με τους 3 από τους μεγαλύτερους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς, για την κατάληξη της υπογραφής διακήρυξης για την ίδρυση του «Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή».

Το καταστατικό της αστικής μη κερδοσκοπικής επιχείρησης κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών το 2000 και από έπειτα τροποποιήθηκε 2 φορές. Μετά τις τροποποιήσεις άλλαξε και το όνομα του Δικτύου σε «Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», και η αντίστοιχη αγγλική απόδοση είναι «HellenicNetworkforCorporateSocialResponsibility».

Επίσης, το 2002, το Δίκτυο άλλαξε και τη νομική του μορφή σε μη κερδοσκοπικό Σωματείο. Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ συνιστά τον εθνικό αντιπρόσωπο στο Πανευρωπαϊκό Δίκτυο CSR Europe. Σήμερα, δεκάδες ελληνικές επιχειρήσεις είναι μέλη του Δικτύου, και είναι ευαισθητοποιημένες ως προς θέματα που αφορούν την κοινωνία και το περιβάλλον.

Παράλληλα, έχουν εντάξει στις διάφορες επιχειρησιακές στρατηγικές τους προγράμματα που:

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

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

αξιοποίησης καλών πρακτικών.

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

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

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

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

Σκοπός του Ελληνικού Δικτύου είναι η προώθηση της έννοιας της κοινωνικής ευαισθησίας και ευθύνης των επιχειρήσεων και η προαγωγή της ιδέας της κοινωνικής συνοχής στη χώρα μας μέσα από την ανάδειξη και αξιοποίηση καλών πρακτικών (best practices).

- Βασικοί άξονες δράσης του δικτύου είναι :
- η ανάπτυξη της ιδέας του κοινωνικού εθελοντισμού στο εσωτερικό

των επιχειρήσεων

- η ομαλή ένταξη στο κοινωνικό σύνολο των κοινωνικά μειονεκτουσών ομάδων
- η υποστήριξη προγραμμάτων ενεργητικής αντιμετώπισης των προβλημάτων απασχόλησης
- η προστασία του περιβάλλοντος
- η βιώσιμη ανάπτυξη
- Στις άμεσες προτεραιότητες του δικτύου περιλαμβάνονται:
- η καταγραφή της ύπαρξης προγραμμάτων Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων, της φιλοσοφίας, κατεύθυνσης και μεθοδολογίας τους
- η ανάδειξη νέων στοιχείων κοινωνικού προβληματισμού
- η διεύρυνση των μελών του στο χώρο των επιχειρήσεων και
- η ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση των επιχειρήσεων, ειδικότερα μάλιστα των μικρομεσαίων, στα θέματα κοινωνικής συνοχής.

(πηγή: : <http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/DeltioTypouEKE.pdf> )

## • Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)

Ο ΣΕΒ είναι ένας οργανισμός πρότυπο που επενδύει στη γνώση, στην τεκμηρίωση και στην κατάρτιση, ώστε να υποστηρίζει την επιχειρηματικότητα και τους επιχειρηματίες με τον πλέον αποτελεσματικό και σύγχρονο τρόπο σε όλα τα επίπεδα διακυβέρνησης. Εντός και εκτός της χώρας.

Αποσκοπεί σε μια Ελλάδα ως δυναμικό κέντρο της ευρωπαϊκής περιφέρειας, με στέρεους θεσμούς, ελκυστικό κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, που προάγει τις εξαγωγές, την καινοτόμο επιχειρηματικότητα, την παραγωγή και τις ποιοτικές υπηρεσίες, τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη γνώση, τη συνοχή, τις ίσες ευκαιρίες και το κράτος δικαίου.

Το όραμα του ΣΕΒ, καθιστά την Ελλάδα ως χώρα, που κάθε πολίτης του κόσμου θα επιθυμεί και θα μπορεί να επισκεφθεί, να ζήσει και να επενδύσει. Θα αποτελεί μια ανοιχτή, κοινωνικά, υπεύθυνη και οικονομικά ανεξάρτητη φιλελεύθερη χώρα - μέλος της Ε.Ε, με ισχυρό παράγοντα κοινωνικής συνοχής. Ταυτόχρονα, θα αποτελεί δυναμικό κέντρο της ευρωπαϊκής περιφέρειας, με στέρεους θεσμούς,

ελκυστικό κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, που προάγει τις εξαγωγές, την καινοτόμο επιχειρηματικότητα, την παραγωγή και τις ποιοτικές υπηρεσίες, τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη γνώση, τη συνοχή, τις ίσες ευκαιρίες και το κράτος δικαίου.

Τα μέλη του ΣΕΒ είναι οι μεγάλες και μεσαίες οργανωμένες επιχειρήσεις της Ελλάδας. Μαζί εκπροσωπούν το 12% των εταιρικών κερδών, το 50% των εταιρικών οικονομικών καταστάσεων, 48% των εταιρικών εσόδων, 25% των συνολικών εξαγωγών, το 40% του εταιρικού προσωπικού και το 42% των εταιρικών φόρων στη χώρα μας.

Οι επιχειρήσεις-μέλη του, δραστηριοποιούνται σε όλους τους κλάδους, όπως ενέργεια, μεταφορές, μεταποίηση, φάρμακο, μέταλλα, τρόφιμα, τράπεζες, τεχνολογία, χημική βιομηχανία, υπηρεσίες, χονδρεμπόριο κ.α. Εκπροσωπεί, λοιπόν, εκατοντάδες μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις, 59 κλαδικούς και περιφερειακούς συνδέσμους και χιλιάδες άμεσα και έμμεσα μέλη.

Ακόμη και μέσα στην κρίση, παρά τις απώλειές τους, οι επιχειρήσεις μας παρέχουν καλούς μισθούς, απέφυγαν τις απολύσεις, επένδυσαν σε έρευνα, σε κατάρτιση, άνοιξαν νέες αγορές. Αν οι μικρές επιχειρήσεις μεγαλώσουν και οι μεγάλες επενδύσουν, η ελληνική οικονομία έχει όλες τις δυνατότητες να μπει σε τροχιά ραγδαίας ανάπτυξης.

Κύρια αποστολή του ΣΕΒ, αποτελεί η ηγεσία και η γνώση, καθώς, διαδραματίζει ηγετικό ρόλο στο μετασχηματισμό της Ελλάδας σε μια παραγωγική, εξωστρεφή και ανταγωνιστική οικονομία, ως ανεξάρτητος και υπεύθυνος εκπρόσωπος της ιδιωτικής οικονομίας.

Επιπλέον, Ο ΣΕΒ, ως κοινωνικός εταίρος που πιστεύει στη λειτουργία των θεσμών, προωθεί στα αρμόδια όργανα της Πολιτείας και της Ε.Ε. τις απόψεις και θέσεις της επιχειρηματικής κοινότητας. Επιπρόσθετα, διαμορφώνει θέσεις, αναλύσεις και προτάσεις πολιτικής για την οικονομία, τη βιομηχανία, την καινοτομία, την απασχόληση, την παιδεία και τις εργασιακές δεξιότητες, τον κοινωνικό διάλογο, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την εταιρική υπευθυνότητα. Τέλος, δικτυώνει τα μέλη του μεταξύ τους & με τα κέντρα αποφάσεων (εγχώρια και διεθνή), με στόχο τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας.

Ο Τομέας Αναπτυξιακών Πολιτικών του ΣΕΒ (ΑναΠ), διασφαλίζει τον ηγετικό ρόλο του Συνδέσμου στη διαμόρφωση, προώθηση και διαβούλευση θέσεων και προτάσεων σε θέματα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και της οικονομίας. Στόχος του Τομέα είναι να προάγει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, την

εξωστρέφεια, τις παραγωγικές επενδύσεις, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την καινοτομία και την τεχνολογική ανάπτυξη, ενώ το πεδίο δράσης Τομέα περιλαμβάνει ολόκληρο το φάσμα των αναπτυξιακών πολιτικών και εργαλείων σε όλους τους τομείς της παραγωγικής οικονομίας.

Στηρίζοντας το θεσμικό ρόλο του ΣΕΒ ως φορέα δικτύωσης και εκπροσώπησης της οργανωμένης επιχειρηματικότητας σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, συνομιλεί με τα αρμόδια θεσμικά όργανα και τη δημόσια διοίκηση (πχ Υπουργεία, BUSINESSEUROPE, άλλους συνδέσμους, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, κτλ).

Ο Τομέας Υποδομών και Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος είναι υπεύθυνος για την παρακολούθηση των παραγόντων που επηρεάζουν την απρόσκοπτη λειτουργία των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως του αν αυτοί αφορούν σε υποδομές, νομοθεσίας ή διαδικασίες καθώς και για τη διαμόρφωση και προώθηση προτάσεων και πολιτικών για αντιμετώπιση των όποιων αρνητικών στοιχείων αποτυπώνονται.

Στο πλαίσιο αυτό, ο Τομέας καλύπτει περιοχές πολιτικής που αφορούν μεταξύ άλλων στην ενέργεια, στο περιβάλλον, στον λειτουργικό χωροταξικό σχεδιασμό, στην φορολογία, στη λειτουργία της αγοράς και στην καλή νομοθέτηση.

Ο Τομέας Ανθρώπινου Δυναμικού του ΣΕΒ (ΑΔΥ), μέσα από τις δράσεις του, διασφαλίζει τον ηγετικό ρόλο του Συνδέσμου σε θέματα ανθρώπινου δυναμικού, προάγοντας εξειδικευμένη γνώση και μεταφέροντας εμπειρίες και καλές πρακτικές.

Το πεδίο δράσης του Τομέα περιλαμβάνει όλο το φάσμα των εργασιακών σχέσεων, της κοινωνικής πολιτικής, της κοινωνικής ασφάλισης και της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας, στηρίζοντας το θεσμικό ρόλο του ΣΕΒ ως φορέα δικτύωσης και εκπροσώπησης της οργανωμένης επιχειρηματικότητας σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Ο Τομέας οργανώνει και στηρίζει τη συμμετοχή του Συνδέσμου στον κοινωνικό διάλογο, πραγματώνοντας το ρόλο του ΣΕΒ ως κορυφαίου θεσμικού κοινωνικού εταίρου.

Ο Τομέας Μακροοικονομικής Ανάλυσης & Ευρωπαϊκής Πολιτικής, υπό τη διεύθυνση του Chief Economist Μιχάλη Μασουράκη, υποστηρίζει τον Σύνδεσμο στη διαμόρφωση προτάσεων και θέσεων σε θέματα που αφορούν την οικονομία και τις Ευρωπαϊκές υποθέσεις. Η εξειδικευμένη γνώση, η δυνατότητα αξιολόγησης στοιχείων και δεδομένων, η εμπειρία και αφοσίωση του Τομέα στην υλοποίηση της αποστολής του επιτρέπουν στον Σύνδεσμο να ασκήσει ηγετικό ρόλο στην προώθηση



θέσεων που υποστηρίζουν την ανάπτυξη χώρας, τόσο εντός της χώρας όσο και εντός της Ευρωπαϊκής οικογένειας.

(πηγή: <http://www.sev.org.gr/o-sev/poioi-eimaste/> )

### • **Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής**

Το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR, που εκπροσωπεί το European Business Ethics Network, είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ο οποίος ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 2005.

Κύριο όραμά του, είναι, η διάδοση και η καλλιέργεια ενός νέου τρόπου διοίκησης που έχει ως βάσει του τις αξίες της Επιχειρηματικής Ηθικής, τη δημιουργία ενός καθολικά αποδεκτού κώδικα επιχειρηματικής δεοντολογίας, καθώς και η αύξηση της γνώσης και ενημέρωσης σε θέματα Επιχειρηματικής Ηθικής, Εταιρικής Υπευθυνότητας και Διακυβέρνησης.

Αποστολή του Ελληνικού Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής είναι:

1. Η προώθηση των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής, της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας και της Εταιρικής Διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα, στην ακαδημαϊκή κοινότητα και σε εθελοντικές οργανώσεις και μη κυβερνητικούς οργανισμούς.
2. Η διαρκής ενημέρωση σχετικά με τις πρακτικές της επιχειρηματικής ηθικής και η αναγνώριση των ευθυνών που αναλαμβάνουν οι εταιρείες στο κοινωνικό σύνολο.
3. Η ενδεδειγμένη εκπαίδευση των στελεχών και των επιχειρήσεων, όσον αφορά στις πρακτικές και στην τεχνογνωσία που σχετίζονται με την Επιχειρηματική Ηθική. Η παροχή ερευνητικών εργαλείων και ενημερωτικού υλικού. Η συνεργασία με άλλους οργανισμούς για τη διάδοση της επιχειρηματικότητας και η ανάπτυξη διαλόγου με όλους τους φορείς.

Η φιλοσοφία που διέπει το Ινστιτούτο, αποτελεί και τον κύριο στόχο του, που είναι η επιτακτική ανάγκη ανάπτυξης νέων μορφών ευθύνης, που θα συμβάλουν στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας μιας επιχείρησης. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε παράγοντες όπως:

1. Η παγκοσμιοποίηση των αγορών.
2. Ο τρόπος κατανομής των διαθέσιμων οικονομικών πόρων σε παγκόσμια κλίμακα.
3. Ο προβληματισμός για τις αλλαγές των περιβαλλοντικών συνθηκών.
4. Τα επιτεύγματα στον τομέα των νέων τεχνολογιών.
5. Η εφαρμογή των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής επηρεάζει θετικά τις σχέσεις των επιχειρήσεων τόσο με τους εξωτερικούς όσο και με τους εσωτερικούς πελάτες.

Οι πελάτες – και οι δυνητικοί πελάτες – επιβραβεύουν τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τις πρακτικές της Επιχειρηματικής Ηθικής με την προτίμηση και την εμπιστοσύνη τους. Επιπλέον στο εργασιακό περιβάλλον αναβαθμίζεται η ποιότητα συνεργασίας και καλλιεργείται κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης, που συμβάλλει στην υποστήριξη της εταιρείας σε συνθήκες κρίσης, στην αύξηση του κύρους και γενικά πάντα αποτελεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Οι κύριες δραστηριότητες του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR είναι:

1. Η έκδοση περιοδικής ενημερωτικής έκδοσης (newsletter), που θα κυκλοφορεί κατά τακτά διαστήματα και θα αποστέλλεται στα μέλη του Σωματείου.
2. Δημιουργία ενεργής ηλεκτρονικής λίστας συζήτησης (forum).
3. Προσωπική επικοινωνία με τα μέλη, περιοδικές συναντήσεις, network meetings.
4. Συμμετοχή σε συνέδρια, επιστημονικές εκδηλώσεις και ημερίδες, με θέματα που σχετίζονται με την επιχειρηματική ηθική, την εταιρική κοινωνική ευθύνη και την εταιρική διακυβέρνηση.
5. Συμμετοχή σε ευρωπαϊκά και παγκόσμια Συνέδρια.
6. Διοργάνωση σεμιναρίων για τα μέλη και για τις επιχειρήσεις.
7. Ανάπτυξη εργαλείων υποστήριξης και επικύρωση οργανισμών σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής.

Τέλος, υπάρχει ένας κώδικας γνωρισμάτων που διέπουν το Ινστιτούτο.

- Ακεραιότητα: Ηθική διαχείριση προσωπικών έναντι επαγγελματικών υποχρεώσεων
- Αντικειμενικότητα: Συμμόρφωση με νόμους, κανόνες και κανονισμούς
- Ανεξαρτησία: Ο μηχανισμός του κώδικα να καταλήγει πάντα σε

άμεσης ανταπόκρισης ολοκληρωμένες αναφορές

- Διακριτικότητα: Εφαρμογή του κώδικα χωρίς τον φόβο αντιποίνων
- Επάρκεια: Πλήρη, αντικειμενική, ακριβή, έγκαιρη και κατανοητή ανάλυση της λειτουργίας του
- Ευθύνη: Προσκόλληση στις αρχές του κώδικα χωρίς εξαιρέσεις
- Διάρκεια: Πανταχού και διαρκή εφαρμογή του κώδικα
- Σεβασμός στον άνθρωπο: Προστασία της ανθρώπινης αξιοπρέπειας
- Προστασία του φυσικού περιβάλλοντος: Συνεχής επαγρύπνηση και ενδιαφέρον για το περιβάλλον σαν να είναι το σπίτι μας
- Κοινωνική Ευημερία: Επιδίωξη εταιρικής ευημερίας μέσω της κοινωνικής.

(πηγή:<http://www.eben.gr/%CE%BF-eben-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/> )

## • **Quality Net Foundation**

Το QualityNet Foundation (QNF), το Δίκτυο των Υπεύθυνων Οργανισμών και Ενεργών Πολιτών, είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, που προωθεί τη Κοινωνική Υπευθυνότητα, λειτουργώντας ως κοινωνικός διαμεσολαβητής με στόχο την ανάπτυξη συνεργασιών για την κάλυψη κοινωνικών αναγκών.

Κύρια επιδίωξή του, η υπεύθυνη συμπεριφορά στο δημόσιο και ιδιωτικό βίο, καθοδηγούμενοι από αξίες όπως η διαφάνεια και η ακεραιότητα, υποστηρίζει έμπρακτα τις επιχειρήσεις, τις δημόσιες αρχές και την ευρύτερη κοινωνία των πολιτών, στην προσπάθειά τους να συμπεριλάβουν βιώσιμες πρακτικές στις επιχειρηματικές τους στρατηγικές και στην καθημερινή τους ζωή. Έτσι, αποσκοπεί στην ενημέρωση, την αφύπνιση και την έμπνευση των αρμόδιων που συμμετέχουν σε ένα συνεχή διάλογο, με απώτερο σκοπό την υλοποίηση δράσεων για την ενίσχυση της Βιώσιμης Ανάπτυξης σε όλα τα επίπεδα.

Επομένως, καταγράφει τις κοινωνικές ανάγκες και τη δυνατότητα προσφοράς, όπως αυτές προκύπτουν μέσα από συστηματική έρευνα και διαβούλευση με τους θεσμικούς φορείς και την επιχειρηματική κοινότητα.

Υποστηρίζει με την ανάπτυξη μεθοδολογίας, υπηρεσιών και εργαλείων, τους Οργανισμούς για την υιοθέτηση πρακτικών και δράσεων που αναδεικνύουν την

Κοινωνική τους Υπευθυνότητα και τη θετική τους επίδραση στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον μέσω της κατάρτισης Κοινωνικών Απολογισμών, Ανάπτυξης Διαλόγου με τα ενδιαφερόμενα κοινά τους και με ανάπτυξη στρατηγικής και δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οι συνεργασίες χτίζονται μεταξύ θεσμικών και επιστημονικών φορέων, της επιχειρηματικής κοινότητας και της κοινωνίας των πολιτών, με σκοπό, την υλοποίηση δράσεων και πρωτοβουλιών, οι οποίες καλύπτουν καταγεγραμμένες ανάγκες.

Αποσκοπεί στην αξιολόγηση της κοινωνικής απόδοσης των δράσεων και των προγραμμάτων που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ παράλληλα, επιβραβεύει τις καλές πρακτικές των Υπεύθυνων Οργανισμών και των Ενεργών Πολιτών στο πλαίσιο ετήσιου κοινωνικού διαλόγου.

Τέλος, στόχο αποτελεί και η προώθηση της υιοθέτησης υπεύθυνης λειτουργίας του Δικτύου Ενεργών Πολιτών και των θεσμών που αναπτύσσει, διαμορφώνοντας, ταυτόχρονα, τους αυριανούς ενεργούς πολίτες, εκπαιδεύοντας μαθητές Α/θμιας και Β/θμιας Εκπαίδευσης.

(πηγή: <http://www.qualitynet.gr/profile.asp?ITMID=3&LANG=GR> )

- **Great Place to Work Institute**

Το GreatPlaceToWorkInstitute, αποτελεί έναν φορέα μελέτης και έρευνας των παραγόντων που συμβάλουν στη δημιουργία ενός κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ των εργαζομένων και της ανώτατης διοίκησης.

Μέσα από τις μελέτες του Ινστιτούτου, έχει αποδειχθεί το γεγονός, πως οι εταιρίες οι οποίες στηρίζονται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη, γνωρίζουν μεγαλύτερη κερδοφορία και παραγωγικότητα, αναπτύσσουν καινοτομίες, παρουσιάζουν χαμηλό ποσοστό προσωπικού που αποχωρεί, έχουν λιγότερα έξοδα δαπανών υγείας και έχουν πιστούς και ικανοποιημένους πελάτες.

Η κύρια πεποίθηση του φορέα, είναι, πως ένας οργανισμός ο οποίος επενδύει στους ανθρώπους τους, επενδύει σίγουρα και στην επιτυχία του. Στη σημερινή εποχή, ειδικότερα, είναι βέβαιο ότι οι επιχειρήσεις που φροντίζουν για το ανθρώπινο δυναμικό τους, θα ανταποκριθούν καλύτερα στις καινούργιες απαιτήσεις.

Επίσης, το Ινστιτούτο διοργανώνει ετησίως την έρευνα BESTWORKPLACES

για την αξιολόγηση των επιχειρήσεων με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα

(Βαξεβανίδου, 2011).

- **EuroCharity**

Η EuroCharity αποτελεί μέλος του ελληνικού δικτύου για την ΕΚΕ και έχει υπογράψει το Διεθνές Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών. Μέλη της είναι εταιρίες, μη κερδοσκοπικοί και μη κυβερνητικοί οργανισμοί, φορείς του δημοσίου, εκπαιδευτικά ιδρύματα, μέσα μαζικής ενημέρωσης, σύλλογοι, επαγγελματικά σωματεία και άλλοι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς.

Η ίδια, προσφέρει καινοτόμες on - και off - line υπηρεσίες σε θέματα που αφορούν την εταιρική υπευθυνότητα, την πράσινη ανάπτυξη και οικονομία, και την επιχειρηματική αριστεία. Συγκεκριμένα, αναπτύσσει πλήθος δραστηριοτήτων μέσα στο internet, το δεκαπενθήμερο e-newsletter, την ετήσια έκδοση «EuroCharityYearbook», τη συνδιοργάνωση του ετήσιου «CEO & CSR Money Conference», τις υπηρεσίες δικτύωσης μεταξύ των μελών του (Members-toMembers) και τη δραστηριοποίησή του στο χώρο της μελέτης και έρευνας. Τέλος, στην ιστοσελίδα της υπάρχουν ηλεκτρονικοί οδηγοί για την ΕΚΕ και την Πράσινη οικονομία (Βαξεβανίδου, 2011).

- **Ινστιτούτο Επικοινωνίας**

Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας είναι αστική εταιρεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, και ιδρύθηκε το Νοέμβριο του 2002 στο πλαίσιο της προσπάθειας για συνένωση του επαγγελματικού με τον ακαδημαϊκό χώρο της επικοινωνίας.

Η επίσημη παρουσίαση του Ινστιτούτου Επικοινωνίας πραγματοποιήθηκε το Φεβρουάριο του 2003 στο Νέο κτήριο Διοικήσεως της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος, παρουσία εκπροσώπων από τον ευρύτερο πολιτικό και ακαδημαϊκό χώρο καθώς και υψηλόβαθμων στελεχών του χώρου της Επικοινωνίας, Πάγιων μεγάλων Χορηγών και Υποστηρικτών του ΙΕπ.

Κύριο όραμά του είναι το να αποτελέσει πρωτοπόρο φορέα συνεργασίας και

διαλόγου μεταξύ της Ακαδημαϊκής κοινότητας και των κλάδων της Επικοινωνίας, να συμβάλλει στην ανάπτυξη της έρευνας και την ανάδειξη κοινωνικών και επικοινωνιακών ζητημάτων αιχμής, μέσα από το συντονισμό των δράσεων και το συνδυασμό των γνώσεων και των πόρων των συνεργαζόμενων φορέων, και τέλος, να συνεισφέρει στις προσπάθειες για κοινωνική ευημερία και ανάπτυξη.

- Σκοπός του Ινστιτούτου είναι να αγκαλιάσει επιστήμες που σχετίζονται άμεσα αλλά και έμμεσα με την επικοινωνία, δημιουργώντας έτσι ένα φορέα συνεργασίας μεταξύ των διαφορετικών τομέων και ειδικοτήτων της επικοινωνίας, όσμωσης και διάχυσης καινοτόμων ιδεών και πρακτικών, ανίχνευσης ή διαμόρφωσης πρωτοπόρων τάσεων.
- Η ανανέωση των προγραμμάτων σπουδών των πανεπιστημιακών τμημάτων επικοινωνίας μέσα από το διάλογο και τη συνεργασία των πανεπιστημίων και του κλάδου της επικοινωνίας.
- Η αναβάθμιση του επιπέδου της εμπορικής και εφαρμοσμένης επικοινωνίας καθώς και των γνώσεων και των δεξιοτήτων των επαγγελματιών. Η ανάδειξη, ενίσχυση και επιβράβευση των ικανών και ταλαντούχων νέων.
- Η παραγωγή και διάχυση τεκμηριωμένης γνώσης για τις καταναλωτικές και κοινωνικές τάσεις.
- Η διάσωση και μελέτη της εξέλιξης, των τάσεων και των ρευμάτων στο χώρο της διαφήμισης και ευρύτερα της επικοινωνίας, σε συνδυασμό με την αντίστοιχη κοινωνικο-οικονομική και πολιτική πραγματικότητα. Η ανάδειξη της πολιτισμικής διάστασης της επικοινωνίας.
- Η ανάδειξη του ρόλου της επικοινωνίας στην αντιμετώπιση μεγάλων κοινωνικών προβλημάτων, με την αξιοποίηση της γνώσης και της δημιουργικότητας του ανθρώπινου δυναμικού που συσπειρώνει.
- Η ανάπτυξη σχέσεων συνεργασίας, αμοιβαίου σεβασμού και εμπιστοσύνης μεταξύ των εκπροσώπων διαφορετικών κλάδων και οργανισμών και ο συντονισμός των προσπαθειών και των συνδυασμένων πόρων τους για την επίτευξη της αποστολής και του έργου του Ινστιτούτου.

Για την υλοποίηση του οράματος και της αποστολής του, το ΙΕπ έχει

καθορίσει το πεδίο των δράσεων του ως εξής:

1. Διαρκής επιμόρφωση των επαγγελματιών του κλάδου.
2. Ίδρυση εξειδικευμένης βιβλιοθήκης για την επικοινωνία και συναφείς επιστήμες.
3. Προκήρυξη διαγωνισμών και υποτροφιών.
4. Σχεδιασμός και η υλοποίηση ερευνών, μελετών και άρθρων για τις καταναλωτικές, οικονομικές και κοινωνικές τάσεις. Επιλογή μερικών σταθερών ερευνητικών περιοχών/ θεματικών.
5. Ψηφιοποίηση και αξιοποίηση παλαιών διαφημίσεων και ευρύτερα επικοινωνιακού υλικού. Η διάσωση της ιστορικής μνήμης επαγγελματιών του κλάδου της επικοινωνίας.
6. Οργάνωση εκδηλώσεων, ημερίδων, συνεδρίων, εκθέσεων και η έκδοση βιβλίων, περιοδικών κλπ.
7. Ανάλυση πρωτοβουλιών για την αντιμετώπιση σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων.

Τέλος, σχετικά με τη στρατηγική του, για να αναδειχτεί η ταυτότητα και ο ρόλος του Ινστιτούτου Επικοινωνίας οι δράσεις του πρέπει να διέπονται από: Δημιουργικότητα, συνέπεια και υψηλή ποιότητα. Μεγαλόπνοη οπτική που αγγίζει ευρύτερες κοινωνικές ομάδες και προσελκύει το ενδιαφέρον της πολιτείας. Συνεπώς η πορεία του ΙΕπ στηρίζεται σε τέσσερις άξονες:

- Τη σταθερή δράση του σε σημαντικές περιοχές, όπως η έρευνα, η επιμόρφωση, οι ημερίδες και τα στρογγυλά τραπέζια, οι διαγωνισμοί, οι εκδηλώσεις, ο εμπλουτισμός της βιβλιοθήκης κτλ.
- Τις σημαντικές πρωτοβουλίες μεγάλης εμβέλειας και ενδιαφέροντος. Στην περιοχή αυτή επιδιώκεται και η συνεργασία με άλλους φορείς και με την πολιτεία.
- Την παροχή συμβουλευτικού έργου προς την Πολιτεία, τους κοινωνικούς φορείς, τις επιχειρήσεις.
- Τη δημιουργία Παρατηρητηρίου Επικοινωνίας.

(πηγή: <http://www.prepare.gr/c/124-institoyto-epikoinwnias>)

## **2.5 Μια πρώτη αποτίμηση.**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια έννοια που επηρεάζει το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, το οποίο μπορεί είτε να προωθήσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είτε να σταματήσει την ανάπτυξή της.

Για αυτό το λόγο, πριν οριστούν οι δραστηριότητές της, αλλά και κατά τη διάρκεια τους, γίνεται αναγκαία η δημιουργία αποτελεσματικών σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη (μέτοχοι, εργαζόμενοι, καταναλωτές, προμηθευτές, ενώσεις - σωματεία, ανταγωνιστές, κυβερνήσεις, τοπικές κοινωνίες, κοινωνία ως σύνολο), καθώς τα οφέλη που παράγει αποτελούν πηγή κερδών για την επιχείρηση, αλλά βοηθάει και στην ενίσχυση της εταιρικής της εικόνας και της ανταγωνιστικότητάς της.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται από πολλές επιχειρήσεις, λόγω της πίεσης που ασκείται από τη κοινή γνώμη και του ανταγωνισμού από τις άλλες επιχειρήσεις. Είναι γεγονός η ανάδυση μια κοινωνίας ατόμων με νέες επιθυμίες, ενδιαφέροντα και ικανότητες, τα τελευταία χρόνια, η οποία διαφέρει και δεν μαζοποιείται παθητικά από το καταναλωτικό κοινό των προηγούμενων δεκαετιών.

Ανάλογα με την περιφέρεια και τη χώρα που βρίσκεται η κάθε επιχείρηση, καθώς και ανάλογα με το μέγεθος της εταιρίας, ο ανταγωνισμός, η ένταση, η έκταση και το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης διαφέρει. Σύμφωνα με μελέτες, πέρα από τις μεγάλες επιχειρήσεις, και οι μικρές διέπονται από Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα και την αποτελεσματικότητά της, επενδύοντας στην ΕΚΕ ως μια μακροπρόθεσμη βοήθεια για την ανάπτυξή τους.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

### **Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗ**

#### **3.1 Παραδείγματα στην Ελλάδα**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει αναπτυχθεί πολύ και στην Ελλάδα καθώς θεωρείται, πλέον, απαραίτητη προϋπόθεση για τις δράσεις των επιχειρήσεων. Οι εταιρείες δραστηριοποιούνται, εντάσσοντας οικειοθελώς ενέργειες, οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τους το περιβάλλον αλλά και την κοινωνία. Βασικές προτεραιότητες είναι η συνεισφορά προς τους εργαζόμενους, τις οικογένειές τους, το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο καθώς και η συμβολή τους με αυτόν τον τρόπο στην αειφόρο ανάπτυξη. Πρόκειται για μια πολιτική δέσμευση των επιχειρήσεων απέναντι τόσο στους τοπικούς, διεθνείς, κοινωνικούς εταίρους όσο και στην παγκόσμια κοινωνία. Παρακάτω, θα αναφερθούν παραδείγματα της ΕΚΕ στην Ελλάδα:

**ΟΠΑΠ Α.Ε:** Από το 1958, ο Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου, με μοναδικό παιχνίδι το ΠΡΟΠΟ, κατάφερε μέσω της χρηματοδότησης να χτίσει στάδια, γήπεδα, και γυμναστήρια. Ενίσχυσε οικονομικά το ποδόσφαιρο καθώς και άλλα αθλήματα. Με τον τρόπο αυτό, ο ΟΠΑΠ έχει αποτυπωθεί στη συνείδηση των Ελλήνων πολιτών ως μέσο προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο.

Ακόμη, εκτός από την ανάπτυξη του αθλητισμού, προσφέρει υπηρεσίες υγείας προς όλους τους συμπολίτες. Ήδη από το τέλος του 2014, έχουν ξεκινήσει εργασίες ανακαίνισης για τα δύο σημαντικότερα, παλαιότερα και μεγαλύτερα Παιδιατρικά Πανεπιστημιακά Νοσοκομεία στην Ελλάδα, το παιδών «Αγία Σοφία» και το παιδών «Π. & Α. Κυριακού», με στόχο να προσφέρει ένα ασφαλές και άνετο περιβάλλον για τα παιδιά και τους μεγάλους. Στην προσπάθεια αυτή, ενεργό ρόλο είχαν οι απλοί πολίτες, οι οποίοι μέσω της εφαρμογής «Διαδρομή Προσφοράς» που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο χορηγίας του ΟΠΑΠ στον 32ο Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας, στήριξαν την ενέργεια αυτή και κατάφεραν να συγκεντρώσουν 250.000€ για το έργο ανακαίνισης των δύο παιδιατρικών νοσοκομείων.

**Coco-Mat:** Η Coco-Mat είναι μια Ελληνο-Ολλανδική εταιρεία με καταστήματα franchise ανά τον κόσμο. Στην Αθήνα ιδρύθηκε το 1989, και

δραστηριοποιήθηκε κατασκευάζοντας στρώματα από φυσικά υλικά. Το 1992, η έδρα της εταιρείας μεταφέρθηκε στην Βιομηχανική Περιοχή της Ξάνθης, όπου σήμερα παράγονται στρώματα, μαξιλάρια, λευκά είδη απασχολώντας περίπου 220 άτομα. Όπως τονίζεται στο επίσημο site της Coco-Mat, στόχος της είναι η παροχή τέλειων συνθηκών ύπνου στους πελάτες της, χωρίς διαταραχές, κάνοντας την κατοικία ένα ιδανικό μέρος για χαλάρωση και ανάπαυση. Η πολιτική της εταιρείας βασίζεται στην αειφόρο ανάπτυξη και εστιάζει σε 4 βασικούς άξονες: α) ικανοποίηση των πελατών, β) ικανοποίηση εργαζομένων, γ) οικολογικά προϊόντα ποιότητας και γ) την κοινωνική συνεισφορά.

Η Coco-Mat δείχνει ενδιαφέρον για το ανθρώπινο δυναμικό της, παρέχοντας προοπτικές ανάπτυξης, ιδανικές συνθήκες ανάπτυξης, αλλά και μείωση ωρών εργασίας. Επιπλέον, υπάρχει η δυνατότητα παροχής άτοκου δανείου 3.000€ καθώς και ενθάρρυνση για την αγορά προϊόντων που οι ίδιοι κατασκευάζουν σε ειδικές τιμές. Η Διοίκηση της εταιρείας, αναγνωρίζει τα επιτεύγματα του προσωπικού και φροντίζει να το ανταμείβει με μορφή μισθολογικού bonus και προαγωγών. Η Coco-Mat A.E παρέχει στους υπαλλήλους της φροντίδες υγείας καθώς υπάρχει παθολόγος, ο οποίος επισκέπτεται όλο το προσωπικό για να ελέγξει την υγεία τους. Ακόμη, υπάρχει διαθέσιμο πρωινό με φυσικούς χυμούς και υγιεινές τροφές. Εξίσου σημαντικές προσφορές της εταιρείας είναι οι ειδικές διευκολύνσεις που παρέχονται στα άτομα με ειδικές ανάγκες που απασχολούνται σε αυτήν. Δηλαδή, ορίζεται συγκεκριμένος αριθμός ωρών ή ημερών εργασίας, ανάλογα με τις ανάγκες και δυνατότητες των ατόμων αυτών. Ωστόσο, τα άτομα με ειδικές ανάγκες δεν μπαίνουν στο περιθώριο καθώς ενθαρρύνονται για την ενεργό συμμετοχή τους στην εξυπηρέτηση πελατών.

Βασική πολιτική της εταιρείας είναι η παροχή ίσων ευκαιριών για όλους τους υπαλλήλους. Για το λόγο αυτό, υπάρχει η δυνατότητα εκπαίδευσης και κατάρτισης μέσω διοργάνωσης εκπαιδευτικών σεμιναρίων. Η εταιρεία διοργανώνει ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα, τα οποία παρακολουθούν οι υπεύθυνοι των τμημάτων, των καταστημάτων αλλά και όλοι οι εργαζόμενοι. Αντίληψη της εταιρείας είναι η δυνατότητα κάθε υπαλλήλου να εκπληρώσει τις επαγγελματικές του φιλοδοξίες.

Η Coco-Mat A.E είναι μία εταιρεία που μεριμνά για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Έτσι, για την παραγωγή των προϊόντων της δε χρησιμοποιούνται χημικά υλικά. Οι πρώτες ύλες είναι φυσικά υλικά για την κατασκευή φιλικών προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον προϊόντα. Ενδεικτικές

πρώτες ύλες είναι ο κοκοφοίνικας, φυσικό καουτσούκ, μαλλί, βαμβάκι καθώς και θαλάσσια φύκια, τα οποία προφέρουν επιπλέον ιώδιο σε άτομα τα οποία πάσχουν από άσθμα και άλλα αναπνευστικά προβλήματα. Επιπρόσθετα, οι επιπτώσεις του εργοστασίου της Coco-Mat στο περιβάλλον, μειώνονται συνεχώς, καθώς τα υγρά απόβλητα που προκύπτουν είναι μόνο αυτά του προσωπικού. Τα μηχανήματα της εταιρείας είναι πιστοποιημένα με το ειδικό σήμα CE και προκαλούν λιγότερο θόρυβο.

Τέλος, σημαντικό είναι το γεγονός πως το εργοστάσιο δεν έχει καπνοδόχους με αποτέλεσμα τη μείωση μόλυνσης του περιβάλλοντος.

**BP:** Η BP, στα πλαίσια των δικών της στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, γνωρίζοντας τον υψηλό αριθμό τροχαίων ατυχημάτων στη χώρα μας, εφάρμοσε ένα ειδικό πρόγραμμα οδικής ασφάλειας, απευθυνόμενο σε μαθητές και ενήλικες. Μέρος του προγράμματος ήταν τα ραδιοφωνικά μηνύματα και οι ενημερώσεις σε σχολεία καθώς και η διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων, στο οποίο συμμετείχαν πάνω από 75.000 μαθητές.

**Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος:** Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, ένα από τα παλαιότερα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα της χώρας με αναγνωρισμένη και μακρόχρονη προσφορά στην ευημερία και εξέλιξη της χώρας, θεωρεί σημαντικό παράγοντα τη λειτουργία όλων των δράσεων της με απόλυτη υπευθυνότητα και σεβασμό σε όλους τους τομείς που συμβάλλουν στην αειφόρο ανάπτυξη, όπως είναι οι μέτοχοι, η αγορά, οι εργαζόμενοι, η κοινωνία και το περιβάλλον. Η τράπεζα στηρίζει τις ηθικές αξίες της στους σε τρεις βασικούς άξονες: ευθύνη για τον άνθρωπο, ευθύνη για το περιβάλλον και ευθύνη για την κοινωνία. Μάλιστα, προς τα τέλη της δεκαετίας του '60 ίδρυσε το Μορφωτικό Ίδρυμα της Εθνικής Τράπεζας (MIET) που είχε σαν στόχο να συμβάλλει στην ανάπτυξη των γραμμάτων, των τεχνών και της επιστήμης στην Ελλάδα. Στις δραστηριότητες του περιλαμβάνονται: Εκδοτικό έργο, εκθέσεις και εκδηλώσεις, Ιστορικό και παλαιογραφικό αρχείο, αρχείο χαρτογραφίας του ελληνικού χώρου, εργαστήρι συντήρησης χάρτινου υλικού.

**Τράπεζα Πειραιώς:** Σύμφωνα με τη φιλοσοφία της Τράπεζας Πειραιώς, η επιτυχής ανάπτυξη μπορεί να επέλθει μόνο σε ένα εύρωστο κοινωνικά περιβάλλον. Για αυτόν τον λόγο, εντάσσει πρακτικές ΕΚΕ στις δραστηριότητες της δίνοντας έμφαση στην εταιρική διακυβέρνηση, το κοινωνικό έργο καθώς και περιβαλλοντικά και πολιτισμικά θέματα. Στην προσπάθεια της για τη διαχείριση των πολιτισμικών παρεμβάσεων, έχει ιδρύσει το Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς (ΠΙΟΠ), ένα ίδρυμα κοινωφελούς – μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, το οποίο είναι αρμόδιο για τις

σχετικές δράσεις. Η Διοίκηση του αποτελείται από 7μελες Δ.Σ και με βάση το υπάρχον καταστατικό, χρηματοδοτείται από την Τράπεζα Πειραιώς όσον αφορά τα λειτουργικά του έξοδα. Ακόμη, για την ολοκλήρωση του έργου του, λαμβάνεται και μία σημαντική επιχορήγηση. Ωστόσο, για την εξασφάλιση αναγκαίων κεφαλαίων επιδιώκει παράλληλη χρηματοδότηση και από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ένας σημαντικός άξονας του ιδρύματος είναι η διάσωση και η προβολή της ελληνικής κληρονομιάς μέσω των θεματικών μουσείων. Το έργο του όμως δεν περιορίζεται μόνον στην ίδρυση μουσείων και στον εμπλουτισμό τους με εκθέματα, εγκαταστάσεις, αλλά ενισχύει τη συντήρησή τους και εξασφαλίζει την καλή λειτουργία τους με τη βοήθεια των τοπικών κοινωνιών. Τέλος, δημιουργεί σχετικά σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα, διοργανώνει εκθέσεις και εισάγει στον ψηφιακό κόσμο τα επιστημονικά δεδομένα των ερευνών.

**Alpha Bank:** Η Alpha Bank, είναι μια ιδιωτική τράπεζα η οποία ιδρύθηκε πριν 130 χρόνια περίπου στην Καλαμάτα. Ακολουθεί πρακτικές ΕΚΕ δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο ανθρώπινο δυναμικό, το περιβάλλον εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος καθώς και την κοινωνική και πολιτιστική ζωή του τόπου. Όσον αφορά τη δράση της στον πολιτισμό, δεν είναι λίγες οι φορές που έχει συνεισφέρει οικονομικά, υποστηρίζοντας διάφορα γεγονότα τέχνης και πολιτισμού. Ακόμη, δημιουργεί εκπαιδευτικά σεμινάρια, προγράμματα που προβάλλουν τις συλλογές της π.χ συλλογή νομισμάτων. Ωστόσο, πολλές φορές σε συνεργασία με διάφορους φορείς πολιτισμού (μουσεία, πρεσβείες), διοργανώνει θεματικές εκθέσεις και αντίστοιχα εκπαιδευτικά προγράμματα.

**Power Health:** Η Power Health είναι μια ελληνική εταιρεία που ξεκίνησε τη δράση της πριν από 3 δεκαετίες με όραμα να γίνει η πρώτη στο χώρο των εναλλακτικών προϊόντων για την υγεία. Έλληνες επιστήμονες σχεδιάζουν συμπληρώματα διατροφής, βιταμίνες, ανθοϊάματα, χρησιμοποιώντας αποκλειστικά προϊόντα της φύσης, όπως μέταλλα, ιχνοστοιχεία, εκχυλίσματα φυτών και φρούτων. Δηλαδή, δημιούργησαν ένα «φαρμακείο της φύσης» προκειμένου να προσφέρουν έναν καλύτερο τρόπο ζωής για κάθε ελληνική οικογένεια.

Η εν λόγω εταιρεία σέβεται τη φύση καθώς και τις ευεργετικές της ιδιότητες, τις οποίες δεσμεύεται να προσφέρει στην πιο εξελιγμένη της μορφή μέσω πρωτοποριακών λύσεων με προϊόντα ποιοτικά, ασφαλή και αποτελεσματικά για την υγεία των καταναλωτών. Προτεραιότητα της Power Health είναι ο άνθρωπος και η βελτίωση της καθημερινότητας του. Βασικές αξίες της εταιρείας είναι η εντιμότητα

στους καταναλωτές με οδηγό την αλήθεια, χωρίς ανακρίβειες αλλά και ο σεβασμός στο περιβάλλον.

Μπορεί η Power Health να είναι μια ελληνική εταιρεία με προϊόντα για την υγεία και το ευ ζην, όμως πιστεύει πως τα σύνορα δεν πρέπει να χωρίζουν τους ανθρώπους, καταργώντας έννοιες, όπως η αλληλεγγύη και η ανθρωπιά – έννοιες απαραίτητες για έναν καλύτερο κόσμο. Η έννοια του ευ ζην για πολλούς μπορεί να σημαίνει απλά έναν τρόπο ζωής και πραγματοποίησης προσωπικών στόχων, ενώ για πάρα πολλούς σε όλον τον κόσμο, αποτελεί απλά επιβίωση. Για τον λόγο αυτό, η Power Health, συμμετέχει ενεργά στην προσπάθεια οργανισμών (μαζί για το παιδί, γιατροί χωρίς σύνορα, χαμόγελο του παιδιού) που έχουν σαν όραμα να προσφέρουν μια αξιοπρεπή ζωή για όλους τους ανθρώπους στον κόσμο.

Συγκεκριμένα, η εταιρεία, δημιούργησε μια εφαρμογή στο Facebook , καλώντας όλους τους φίλους της σελίδας να λάβουν μέρος σε αυτήν την προσπάθεια. Για κάθε pixel που συμπλήρωνε την εικόνα, η Power Health συγκέντρωνε 0,03 € για την ένωση «Μαζί για το παιδί».

Με τη στήριξη 3.436 ανθρώπων, κατάφεραν να συγκεντρωθούν 150.000 pixels μέσα σε διάστημα 28 ημερών. Ακόμη, σε αυτές τις δύσκολες εποχές η εναλλακτική αυτή εταιρεία, ανέλαβε τη σίτιση όλων των παιδιών του ειδικού σχολείου Περάματος, των οποίων οι γονείς είναι στην πλειοψηφία τους είναι άνεργοι. Καθ' όλη τη σχολική περίοδο θα προσφέρει 1.500 γεύματα, 3 γεύματα την ημέρα και θα συμπληρώνει τη διατροφή τους με ειδικά συμπληρώματα και βιταμίνες για τα παιδιά.

Στο πλαίσιο της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης της Power Health αποτελεί την υποστηρίκτρια εταιρεία της δράσης «Γιατροί χωρίς Σύνορα» ήδη από το 1999. Οι «Γιατροί χωρίς Σύνορα» είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ιδρύθηκε το 1971 από μια ομάδα Γάλλων γιατρών και δημοσιογράφων που πίστευαν ότι όλοι οι άνθρωποι έχουν δικαίωμα στην ιατρική φροντίδα και περίθαλψη.

Για τον λόγο αυτό, η εταιρεία Power Health, κάθε χρόνο χρηματοδοτεί την προσπάθεια 30.000 εξειδικευμένων γιατρών, νοσηλευτών και προσωπικό άλλων ειδικοτήτων, να βρίσκονται σε κάθε γωνιά του πλανήτη όπου υπάρχει ανάγκη, στοχεύοντας την καλύτερη ποιότητα ζωής ανθρώπων που μάχονται για την επιβίωση τους.

Με την πολύτιμη βοήθεια της εταιρείας, οι «Γιατροί χωρίς Σύνορα» κατάφεραν :

- 1) Να περιθάλψουν περισσότερους από 7.500.000 ασθενείς μέσα από τα προγράμματα τους
- 2) Να προσφέρουν επισιτιστική φροντίδα σε 250.000 σοβαρά υποσιτισμένα παιδιά
- 3) Να εμβολιάσουν περισσότερους από 7.900.000 ανθρώπους κατά της μηνιγγίτιδας
- 4) Να προσφέρουν αντιρετροϊκή θεραπεία σε 164.000 ασθενείς με HIV/AIDS
- 5) Να περιθάλψουν 1.110.000 ασθενείς με ελονοσία

( <http://www.powerhealth.gr> )

### 3.2 Παραδείγματα σε παγκόσμιο επίπεδο

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη απασχόλησε τον επιχειρηματικό κόσμο κυρίως τη δεκαετία του '90 καθώς τότε εμφανίστηκαν σκάνδαλα, πλήττοντας μια σειρά μεγάλων πολυεθνικών.

Αποτέλεσμα των σκανδάλων αυτών ήταν η συνειδητοποίηση εκ μέρους των επιχειρήσεων για το πόσο ενδιαφέροντας για τα προϊόντα που παράγουν αλλά και για τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Έκτοτε, η πολιτική της ΕΚΕ έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις όχι μόνο στην Ελλάδα, την Ευρώπη αλλά σε ολόκληρο τον κόσμο. Παρακάτω, παρατίθενται ορισμένα θετικά παραδείγματα κοινωνικής υπευθυνότητας σε παγκόσμιο επίπεδο:

Η **Samsung**, είναι πολυεθνικός όμιλος με την έδρα της κοντά στη Σεούλ της Νότιας Κορέας και ιδρύθηκε το 1938 ως κατάστημα λιανικής πώλησης. Μετά τον πόλεμο της Κορέας ο ιδρυτής της εταιρείας επέκτεινε τις δραστηριότητες στα οικοδομικά υλικά, τις οικοδομές και από το 1969 στα ηλεκτρονικά. Αποτελείται από πολυάριθμες θυγατρικές εταιρείες και πρόκειται για τον μεγαλύτερο όμιλο των επιχειρήσεων της Νότιας Κορέας. Απασχολεί 250.000 άτομα και πληρώνει φόρους ύψους 8% των εισοδημάτων της χώρας. Η γνωστότερη θυγατρική του ομίλου είναι

Samsung Electronics. Χάρη στην επιτυχία της στον τομέα των ηλεκτρονικών προϊόντων, η Samsung έχει αναγνωρισθεί σε παγκόσμιο επίπεδο και κατατάσσεται στη 10η θέση ως μία από τις καλύτερες εταιρείες στον κόσμο.

( <https://el.wikipedia.org/wiki/Samsung> )

Η εταιρεία της Samsung έχει σαν φιλοσοφία της την δημιουργία προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, συμβάλλοντας σε μια καλύτερη παγκόσμια κοινότητα. Για την υλοποίηση αυτής της φιλοσοφίας, δίνει έμφαση στους εργαζομένους και τις τεχνολογίες της.

Ακόμη, η συνεισφορά της στην κοινωνία με στόχο την καλή ποιότητα ζωής εκπληρώνεται μέσω της συμμετοχής της ενεργά σε κάθε κοινότητα. Ωστόσο, οι στρατηγικές εταιρικής ευθύνης δεν περιορίζονται μόνο στην κοινωνική συνεισφορά, αλλά αφορά την εκπαίδευση, την απασχόληση, το περιβάλλον καθώς και την υγεία. Στον τομέα της εκπαίδευσης η Samsung, όπως αναφέρεται και στο επίσημο site της, παρέχει στους μαθητές πρόσβαση σε ένα πιο έξυπνο και εκπαιδευτικό περιβάλλον.

Οι μαθητές, λαμβάνοντας έξυπνη εκπαίδευση τόσο σε επίπεδο μόρφωσης όσο και ανάπτυξης ικανοτήτων, προετοιμάζονται καλύτερα για το «έξυπνο» μέλλον. Ακόμη, προωθεί τη βασική εκπαίδευση για να αντιμετωπιστεί η κοινωνική ανισότητα. Έτσι, από το 2005 με τη βοήθεια της Samsung έχουν χτιστεί 100 σχολεία σε αγροτικά και απομακρυσμένα χωριά της Κίνας. Τέλος, στην Ασία έχουν χτιστεί βιβλιοθήκες στην προσπάθεια καλλιέργειας της αγάπης για την Τέχνη και τον πολιτισμό.

Όσον αφορά την απασχόληση η Samsung παρέχει ίσες ευκαιρίες σε ανθρώπους, δίνοντας τους τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν τα όνειρα και τις προσωπικές φιλοδοξίες τους. Η εταιρεία παρέχει στους εργαζόμενους καθώς και στους κατοίκους της τοπικής κοινότητας τα μέσα για να πετύχουν τους στόχους τους και να αναπτύξουν την κοινότητα τους.

Σημαντική δράση της, είναι η δημιουργία ενός ιδρύματος για την εύρεση εργασίας και ανάπτυξη των νέων μέσω της εκπαίδευσης. Οι νέοι, εκπαιδεύονται στη μέθοδο ανάπτυξης εφαρμογών κινητού τηλεφώνου, επισκευή του προϊόντος και εκμάθηση προγραμματισμού A60 σε αίθουσες με τα τελευταία προϊόντα της Samsung. Οι εκπαιδευόμενοι μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος λαμβάνουν επίσημα πιστοποιητικά. Τέλος, υπάρχουν προγράμματα υποστήριξης αναζήτησης εργασίας, τα οποία καθοδηγούν τους νέους μέσω της επαγγελματικής συμβουλευτικής και δίνονται ευκαιρίες πρακτικής άσκησης.

Ο κοινωνικός χαρακτήρας που διέπει την εταιρεία της Samsung, δεν περιορίζεται μόνο στις παραπάνω δράσεις της. Σημαντική είναι η συμβολή της στην ευημερία των ανθρώπων αλλά και την προστασία του περιβάλλοντος.

Συγκεκριμένα, στην Αφρική παρέχονται συστήματα ηλιακών φανών LED, οι οποίοι φωτίζουν τη χώρα και προσφέρουν ποιοτική ζωή και μόρφωση στους κατοίκους της. Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, το μέσο ποσοστό τροφοδοσίας ρεύματος είναι κάτω από 10% με αποτέλεσμα τα νοικοκυριά να αντιμετωπίζουν δυσκολίες σε βασικές λειτουργίες όπως η μαγειρική και η ανάγνωση. Πάνω από 1.000 ηλιακοί φανοί LED της Samsung δίνουν φως στις νύχτες της Αφρικής, οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο σπίτι ή το σχολείο, αφού φορτιστούν σε ειδικά εξοπλισμένες αίθουσες με ηλιακούς συλλέκτες καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.

Τέλος, η χρήση των ειδικών αυτών φανών είναι ένα προϊόν φιλικό προς το περιβάλλον και τον άνθρωπο, καθώς χρησιμοποιεί αποκλειστικά το φως του ήλιου, αποφεύγοντας, έτσι, τη διαρροή βλαβερών εκπομπών που προκύπτουν από τις λάμπες πετρελαίου.

Η **Apple Inc.**, είναι μια αμερικάνικη πολυεθνική εταιρεία τεχνολογίας, ιδρύθηκε την 1η Απριλίου 1976 με έδρα της την Καλιφόρνια, η οποία σχεδιάζει και αναπτύσσει ηλεκτρονικά είδη, λογισμικό, υπολογιστές και online υπηρεσίες. Τα πιο γνωστά προϊόντα της είναι οι υπολογιστές με λειτουργικό σύστημα Mac OS X, το έξυπνο τηλέφωνο i-phone, το τάμπλετ i-pad και το έξυπνο ρολόι Apple Watch.

Η εταιρεία της Apple δραστηριοποιείται σε όλο τον κόσμο εφαρμόζοντας ορισμένες αρχές επιχειρηματικής δεοντολογίας. Η εντιμότητα στην εφαρμογή ηθικών προτύπων στις επιχειρηματικές συναλλαγές αλλά και ο σεβασμός στο καταναλωτικό κοινό, τους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, το περιβάλλον και την κοινωνία είναι βασικές πρακτικές που ακολουθεί η εν λόγω εταιρεία. Ωστόσο, η Apple, δραστηριοποιείται διασφαλίζοντας την εμπιστευτικότητα τόσο την πληροφοριών της όσο και των πελατών, των προμηθευτών και των εργαζομένων της.

Ακόμη, όλες οι επιχειρηματικές της αποφάσεις συμμορφώνονται με όλους τους ισχύοντες νόμους και κανόνες. Οι βασικοί πυλώνες της επιχειρηματικής δεοντολογίας εφαρμόζονται στις επιχειρηματικές σχέσεις που έχει η Apple με τους πελάτες, τους εργαζόμενους καθώς και όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη της.

Η Apple σέβεται τους διεθνείς κανονισμούς που προβλέπονται από τους νόμους, σύμφωνα με τον κώδικα δεοντολογίας των προμηθευτών που θα αναφερθούν



στη συνέχεια.

- **Ανθρώπινα Δικαιώματα στην Εργασία.** Υποστηρίζει ότι εφαρμόζει όλους τους κανονισμούς που υπερασπίζουν τα δικαιώματα των εργαζομένων και πως απουσιάζει η οποιαδήποτε μορφή διάκρισης μεταξύ των υπαλλήλων. Η εταιρεία έχει λάβει μέτρα κατά της παιδικής εργασίας και προστατεύει όσους εργαζόμενους σπουδάζουν και μειώνει τις ώρες εργασίας όλων των εργαζομένων σύμφωνα με τα καθορισμένα από τους νόμους ωράρια..
- Τέλος, ελέγχει τους προμηθευτές της ώστε να καταβάλλουν στους εργαζομένους όλα όσα δικαιούνται, ενώ υπερασπίζεται το δικαίωμα των υπαλλήλων να δημιουργούν σωματεία για να διαπραγματεύονται θέματα που προκύπτουν.
- **Υγεία και Ασφάλεια.** Οι προμηθευτές είναι υποχρεωμένοι να προσφέρουν και να διατηρούν ένα ασφαλές εργασιακό περιβάλλον και να εφαρμόζουν ορθές πρακτικές για την υγεία και ασφάλεια κατά τη διάρκεια της εργασίας. Ωστόσο, οι εργαζόμενοι της Apple έχουν το δικαίωμα να καταγγείλουν συνθήκες εργασίας οι οποίες δεν υπακούν στους κανόνες υγιεινής. Για το λόγο αυτό, γίνονται τακτικοί έλεγχοι για την πρόληψη και αποφυγή κινδύνων. Επιπλέον, οι προμηθευτές οφείλουν να γνωρίζουν πιθανές καταστάσεις έκτακτης ανάγκης προκειμένου να αντιμετωπίσουν οποιοδήποτε κίνδυνο.
- **Προστασία του Περιβάλλοντος.** Οι επιχειρηματικές πρακτικές που εφαρμόζονται από όλους τους προμηθευτές πρέπει να συμφωνούν με τους κανονισμούς που έχουν καθοριστεί για την προστασία του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, η διαχείριση των αποβλήτων πρέπει να χρησιμοποιείται με τέτοιο τρόπο, προκειμένου να μειώνεται η ύπαρξη επικίνδυνων και τοξικών ουσιών. Η Apple έχει ορίσει συγκεκριμένα πρότυπα με τα οποία επιθυμεί να κατασκευάζονται τα προϊόντα της και απαιτεί την τήρησή τους. Τέλος, απαραίτητη είναι η διαδικασία ελέγχου των επιδόσεων συστημάτων επεξεργασία λυμάτων με σκοπό την ελαχιστοποίηση μόλυνσης του περιβάλλοντος.
- **Κώδικας δεοντολογίας προμηθευτών.** Η Apple στα πλαίσια της επιχειρηματικής ακεραιότητας έχει θέσει υψηλά πρότυπα ηθικής στους

προμηθευτές της με στόχο την αποτροπή διαφθοράς, εκβιασμών αλλά καθώς και δωροδοκιών. Για τον λόγο αυτό, οι προμηθευτές οφείλουν να δραστηριοποιούνται σύμφωνα με τους ισχύοντες νόμους και να καταγράφουν όλες τις πληροφορίες που αφορούν την επιχειρηματική τους δράση, την εργασία, την υγεία, την ασφάλεια και τις περιβαλλοντικές πρακτικές που ακολουθούν χωρίς ανακρίβειες.

Τέλος, η Apple απαιτεί εξονυχιστικούς ελέγχους στον τομέα εφοδιασμού προμηθειών πρώτων υλών για να διαπιστώσει αν η χρηματοδότηση των εν λόγω μετάλλων προέρχεται με άμεσο ή έμμεσο τρόπο από παραβάτες των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Ωστόσο, πέρα από τις απαιτήσεις που έχει θέσει σαν εταιρεία στους προμηθευτές της, η Apple έχει συμβάλει με τις πρακτικές κοινωνικής υπευθυνότητας που ακολουθεί στην προστασία του κλίματος, του περιβάλλοντος καθώς και της υγείας κατ' επέκταση. Πεποίθηση της εταιρείας είναι πως «ο πλανήτης μας αξίζει την καλύτερη σκέψη μας».

Για παράδειγμα, προσπαθούν να δημιουργήσουν νέες ανανεώσιμες πηγές ενέργειας οι οποίες θα αντικαταστήσουν την ύπαρξη του άνθρακα. Με τον τρόπο αυτό, θα κατασκευάζονται ασφαλέστερα προϊόντα όσον αφορά το περιβάλλον αλλά και το καταναλωτικό κοινό.

Ήδη, έχει κατορθώσει τη δημιουργία του μεγαλύτερου φωτοβολταϊκού πάρκου στην Αμερική καθώς και σε κάλυψη των υπόλοιπων αναγκών με χρήση Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας. Ακόμη, ένα πολύ σημαντικό και καινοτόμο βήμα της Apple, είναι η κατασκευή ρομπότ που ανακυκλώνει συσκευές. Συγκεκριμένα, το ρομπότ Liam, αποτελούμενο από 29 βραχίονες, είναι ικανό να αποσυναρμολογεί τα iPhone και να διαχωρίζει τα εξαρτήματα που προορίζονται για ανακύκλωση μέσα σε 11 δευτερόλεπτα.

Ωστόσο, η εταιρεία σκοπεύει να κατασκευάσει κι άλλα παρόμοια ρομπότ για την ανακύκλωση όλων των προϊόντων που παράγει με στόχο της την ελαχιστοποίηση μόλυνσης του περιβάλλοντος.

Επιπλέον, η εν λόγω εταιρεία, χρησιμοποιεί ανακυκλώσιμο χαρτί στις συσκευασίες της καθώς η σημαντικότερη αρχής της είναι η ελαχιστοποίηση των υλικών που παίρνει από τη φύση.

Τέλος, η Apple, όπως αναφέρει και στο επίσημο site της, έχει δύο πολύ καλούς λόγους για την απομάκρυνση των τοξινών από τις συσκευές. Αυτοί οι δύο

λόγοι είναι ο άνθρωπος και το περιβάλλον. Για τον λόγο αυτό, εντόπισαν τις χειρότερες τοξίνες που υπήρχαν στα προϊόντα τους, προσπάθησαν να τα μειώσουν, να τα αφαιρέσουν και να δημιουργήσουν άλλα υλικά πιο φιλικά και ασφαλή για τους εργαζόμενους, το νερό και τον αέρα.

Για παράδειγμα, η εταιρεία λανσάρει προϊόντα από το 2008 χωρίς αρσενικό, το οποίο χρησιμοποιείται στο γυαλί. Αντί λαμπτήρων φθορισμού που έχουν σαν βάση τον υδράργυρο, από το 2009 χρησιμοποιούν ενεργειακά LED σε όλες τις οθόνες που κατασκευάζουν.

Τέλος, όλα τα προϊόντα τους έχουν σχεδιαστεί χωρίς την ύπαρξη βηρυλλίου, το οποίο είχε βρεθεί σε κράματα χαλκού που χρησιμοποιούνταν για να κάνουν συνδέσεις και ελατήρια.

( <https://el.wikipedia.org/wiki/BMW> )

Η **BMW**, είναι μια γερμανική μάρκα αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών καθώς και η μεγαλύτερη παραγωγός εταιρεία πολυτελών οχημάτων στον κόσμο. Ιδρύθηκε το 1916, από τον Καρλ Ραπ ως Rapp- Motorenwerke, ένα χρόνο αργότερα, όμως, μετονομάστηκε σε Bayerische Motoren Werke και γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη την περίοδο του Α' Παγκοσμίου πολέμου, διότι κατασκεύαζε κινητήρες για αεροπλάνα.

Με το τέλος του πολέμου, αναγκάστηκε να σταματήσει την παραγωγή στρατιωτικού υλικού και στράφηκε στην κατασκευή φρένων για τρένα. Το 1919 σχεδίασε την πρώτη μηχανή μοτοσυκλετών της και το 1952, άρχισε να παράγει το πρώτο επιβατικό αυτοκίνητο με όχι ιδιαίτερα μεγάλη εμπορική επιτυχία, καθώς τα μοντέλα της ήταν πολύ ακριβά για να είναι επικερδή. Ωστόσο, σύντομα εξελίχθηκε σε μάρκα πολυτελείας, με εξαιρετικά υψηλό ίματζ και καλή φήμη, κυρίως στον τομέα της οδικής συμπεριφοράς, άνεσης, επιδόσεων και ασφάλειας.

Η εταιρεία της **BMW**, μιας εταιρείας κυρίαρχο στον κλάδο της αυτοκινητοβιομηχανίας, δεν περιόρισε τους στόχους στην εξέλιξη των μηχανολογικών και τεχνικών χαρακτηριστικών των μοντέλων της. Αρχή της εταιρείας, είναι η επίτευξη των στόχων, ενσωματώνοντας στρατηγικές βιωσιμότητας στις δράσεις της, η οποία βασίζεται σε τρεις πυλώνες: οικονομία, περιβάλλον, εταιρική ευθύνη. Η προστασία του περιβάλλοντος διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε αυτή τη στρατηγική. Για τον λόγο αυτό, συνεχίζεται η μείωση των ρύπων από τα οχήματα και τις εγκαταστάσεις παραγωγής ανά τον κόσμο.

Είναι μια εταιρεία που επιδιώκει τη συνεχή βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των διεργασιών τους αλλά και την αξιολόγηση της χρήσης της αιολικής και

υδροηλεκτρικής ενέργειας στις εγκαταστάσεις της. Στόχος της εταιρείας είναι το 100% της ηλεκτρικής ενέργειας, στο άμεσο μέλλον, να προέρχεται από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, καθώς επίσης, η οικονομική χρήση του νερού, το πιο πολύτιμο αγαθό σε όλο τον κόσμο, αποτελεί βασική προτεραιότητα για την εν λόγω εταιρεία.

Περιοχές με πολλά αγροκτήματα θεωρούνται ιδανικές για την εγκατάσταση εργοστασίων βιομάζας για την εταιρεία. Σκοπός της είναι η παραγωγή βιοαερίου. Το βιοαέριο είναι το αέριο που παράγεται από τα απόβλητα των ζώων και των φυτών. Έπειτα από κατάλληλη επεξεργασία, μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν καύσιμο οχημάτων, καύσιμο για τη συμπαραγωγή ηλεκτρικής και θερμικής ενέργειας καθώς και να διατεθεί σε δίκτυο φυσικού αερίου.

Ωστόσο, η BMW i εγκαινιάζει νέα πρότυπα μέσα από τα οποία προβλέπεται μείωση 50% στην κατανάλωση ενέργειας και 70% κατανάλωσης νερού. Η πρόσθετη ενέργεια που απαιτείται για την παραγωγή μοντέλων BMW i στο εργοστάσιο της Λειψίας παράγεται από τέσσερις ανεμογεννήτριες, οι οποίες είναι εγκατεστημένες στο εργοστάσιο. Με την εφαρμογή μιας σειράς μέτρων έχει μειωθεί σε σημαντικό βαθμό η κατανάλωση ενέργειας στις μονάδες παραγωγής.

Ακόμη, ένα έξυπνα ελεγχόμενο σύστημα εξαερισμού διασφαλίζει ο αέρας στις εγκαταστάσεις παραγωγής ανανεώνεται πλήρως αρκετές φορές μέσα στη μέρα μέσω των παραθύρων στην οροφή. Ο φυσικός εξαερισμός μειώνει τα επίπεδα οσμών και σκόνης κυρίως στο τμήμα συναρμολόγησης. Προσφέρει την απαραίτητη ψύξη στο τμήμα των πρεσών αντισταθμίζοντας τη θερμότητα που παράγεται από αυτές. Για αυτό, ολόκληρο το σύστημα του εξαερισμού δεν απαιτεί πρόσθετους ανεμιστήρες ή συστήματα AC.

Τέλος, στις λωρίδες των φωτογωγών υπάρχει λευκή μεμβράνη, η οποία αντανακλά το ηλιακό φως, μειώνοντας την ανάγκη για τεχνικό φωτισμό. Τα νέα κτήρια στην περιοχή της Λειψίας, εγκαινιάζουν νέα πρότυπα στη βιομηχανία του αυτοκινήτου και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

<http://docplayer.gr>

Η εταιρεία BMW, στα πλαίσια των στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που εφαρμόζει, δίνει έμφαση και στο εργατικό δυναμικό της, καθώς αποτελεί το θεμέλιο της επιτυχίας της. Για τον λόγο αυτό, είναι πολύ σημαντική η εξέλιξη των εργαζομένων τους, η υγεία και η ασφάλεια τους καθώς και η ισότητα μεταξύ τους χωρίς κανένα ίχνος διαχωρισμού. Στην BMW, οι εργαζόμενοι ανταμείβονται με τη μορφή bonus στις εξαιρετικές αποδόσεις τους.

Επιπλέον, η εταιρεία φροντίζει για την ασφάλεια των εργαζομένων καθώς και πιθανών ατυχημάτων τους. Προωθεί τη συνεχή ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εργαζομένων της , σύμφωνα με τις ατομικές τους ικανότητες, ενώ, επενδύει στην πρόσληψη και ανάπτυξη νέων ταλέντων, αντιμετωπίζοντας τις διάφορες προκλήσεις στην αγορά εργασίας σε όλον τον κόσμο

Τέλος, η διαφορετικότητα είναι μέρος της εταιρικής κουλτούρας της εταιρείας, η οποία έχει θέσει σαν στόχο να φέρει μεγαλύτερη ποικιλομορφία στην εταιρεία σε επίπεδο διαχείρισης. Η εταιρεία χρειάζεται ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών ατόμων, το οποίο θα ενισχύσει τις επιδόσεις της και θα εξασφαλίσει την ανταγωνιστικότητά της.

Επιπλέον, υποστηρίζει τα άτομα με ειδικές ανάγκες δίνοντάς τους θέσεις εργασίας σύμφωνα με τις ικανότητες που διαθέτουν χωρίς να τους αφήνει στο περιθώριο.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

## ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ:Η

### INTRACOMTELECOM

#### 4.1 Ιστορικό IntracomTelecom

Η INTRACOM ξεκίνησε το 1977 σε ένα μικρό κτίριο στην Αργυρούπολη, σχεδιάζοντας και αναπτύσσοντας εξειδικευμένα συστήματα τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών.

Από το 1983 μετέφερε την έδρα της στην Παιανία και άρχισε να εξελίσσεται σταδιακά, επενδύοντας στρατηγικά στη δημιουργία κατάλληλης υποδομής με στόχο την έρευνα, ανάπτυξη και παραγωγή τηλεπικοινωνιακών προϊόντων τεχνολογίας αιχμής. Παράλληλα, ενισχύει τις δυνάμεις της προκειμένου να συμμετάσχει στην ψηφιακοποίηση του εθνικού τηλεπικοινωνιακού δικτύου της χώρας.

Το 1986 η Intracom καλείται και προκρίνεται στη συμμετοχή της για αναβάθμιση του εθνικού τηλεπικοινωνιακού δικτύου της Ελλάδας, αμέσως μετά τη δημοσιοποίηση της απόφασης της ελληνικής κυβέρνησης για λειτουργία δύο τεχνολογιών ψηφιακής σταθερής τηλεφωνίας. Για αυτό το σκοπό συνεργάζεται με τη σουηδική εταιρία Ericsson. Το μεγαλύτερο μέρος των προς εγκατάσταση συστημάτων αναπτύσσεται και κατασκευάζεται στην Ελλάδα από Έλληνες μηχανικούς.

Από το 1986 και για τα επόμενα 3 χρόνια, η INTRACOM αναδεικνύεται σταδιακά σε μεγάλη βιομηχανική μονάδα. Έτσι, δημιουργούνται εγκαταστάσεις και υποδομές με δυνατότητες παραγωγής μεγάλης κλίμακας και εκτεταμένης ερευνητικής δραστηριότητας στις τηλεπικοινωνίες και την πληροφορική.

Η εταιρία, από το 1989 μέχρι και το 1996, κατάφερε να εξελιχθεί στη μεγαλύτερη ελληνική βιομηχανία τηλεπικοινωνιών και συστημάτων πληροφορικής. Συνάπτει σημαντικές συμφωνίες στην Ελλάδα στον κλάδο των τηλεπικοινωνιών ενώ προλειαίνει το έδαφος για τη διεθνή δραστηριοποίησή της.

Κατά την επόμενη επταετία, δηλαδή από το 1996 μέχρι και το 2003, εταιρία αποτελεί τον κυριότερο συνεργάτη στην προσπάθεια εκσυγχρονισμού, αναβάθμισης

και επέκτασης του τηλεπικοινωνιακού δικτύου της χώρας.

Παράλληλα δραστηριοποιείται με επιτυχία στο χώρο των αμυντικών συστημάτων υψηλής τεχνολογίας. Συγκεκριμένα, την περίοδο 1997-2001 η εταιρία ενισχύει τη διεθνή της παρουσία και εξελίσσεται σταδιακά σε Όμιλο εταιριών επεκτείνοντας τις δραστηριότητές της στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή.

Το 1999 κατατάσσεται στην 70ή θέση μεταξύ των 200 ταχύτερα αναπτυσσομένων εταιριών σε 25 χώρες, ως προς το μέσο ρυθμό ανάπτυξης των τελευταίων πέντε ετών. Τέλος, από το 2000, η INTRACOM είναι στην 1η θέση στον τομέα παροχής υπηρεσιών πληροφορικής στην Ελλάδα.

Το 2004, η εταιρία αναδιοργανώνεται και εφαρμόζει νέα πολιτική και στρατηγική ανάπτυξης. Είναι εμφανής ο προσανατολισμός στην παροχή ολοκληρωμένων λύσεων και υπηρεσιών στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή (Ν.Α. και Κεντρική Ευρώπη, Μ. Ανατολή, Β. Αφρική), η οποία και αποτελεί μια από τις πλέον δυναμικά αναπτυσσόμενες νέες αγορές σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι τομείς αγορών στους οποίους απευθύνεται είναι οι τηλεπικοινωνίες, η δημόσια διοίκηση, οι τράπεζες & επιχειρήσεις, και η άμυνα.

Η INTRACOM, εν έτη 2005 - 2006, ευθυγραμμίζεται με τη νέα της στρατηγική για τη δημιουργία μιας περισσότερο ευέλικτης και αποτελεσματικής δομής, μετασχηματίζεται σε εταιρία συμμετοχών (με το διακριτικό τίτλο "INTRACOM HOLDINGS") με ταυτόχρονη ίδρυση τριών νέων θυγατρικών εταιριών κάτω από τον έλεγχό της. Τον Ιούνιο του 2006, η εταιρία υψηλής τεχνολογίας JSC SITRONICS, που ελέγχεται από τη JSFC SISTEMA, εξαγοράζει το 51% της INTRACOM TELECOM.

Τον Απρίλιο του 2012, η JSC SITRONICS μεταβιβάζει στη RYDRA TRADING COMPANY το 3% των μετοχών της INTRACOM TELECOM, με το ποσοστό της JSC SITRONICS στην INTRACOM TELECOM να διαμορφώνεται στο 48%. Τον Σεπτέμβριο 2014 η RYDRA TRADING COMPANY μεταβιβάζει το 3% των μετοχών της INTRACOM TELECOM προς την KENNEDEV LIMITED. Τον Δεκέμβριο 2014, η JSC SITRONICS και η INTRACOM HOLDINGS μεταβιβάζουν το 48% και το 49% αντίστοιχα των μετοχών της INTRACOM TELECOM, προς την INTRACOM MIDDLE EAST FZE. Τον Ιανουάριο 2015, η KENNEDEV LIMITED μεταβιβάζει το 3% των μετοχών της INTRACOM TELECOM προς την INTRACOM MIDDLE EAST FZE, η οποία γίνεται η μοναδική μέτοχος της INTRACOM TELECOM.

## **4.2 Εταιρική Παρουσίαση και στρατηγική**

Η INTRACOM TELECOM αποτελεί ένα διεθνή πάροχο τηλεπικοινωνιακών συστημάτων με τις δραστηριότητές της να επικεντρώνονται γεωγραφικά στην Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική, τη Ρωσία και την Κοινοπολιτεία Ανεξαρτήτων Κρατών και την περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού. Η εταιρεία απασχολεί διεθνώς περισσότερους από 1.800 εργαζόμενους υψηλής κατάρτισης.

Διαθέτει σημαντική τεχνογνωσία και αποδεδειγμένη εμπειρία άνω των 35 ετών στην αγορά των τηλεπικοινωνιών, και υποστηρίζει περισσότερους από 100 μεγάλους πελάτες σε πάνω από 70 χώρες. Πάροχοι σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, δημόσιες αρχές, και μεγάλες δημόσιες και ιδιωτικές επιχειρήσεις, αποτελούν το διεθνές πελατολόγιό της.

Η εταιρεία, έχει αναπτύσσει και παρέχει λύσεις και επαγγελματικές υπηρεσίες κυρίως σε τηλεπικοινωνιακούς παρόχους και μεγάλους οργανισμούς. Στις κύριες δραστηριότητές της συγκαταλέγονται: Wireless Access & Transmission

- 1) Telco Software Solutions
- 2) ICT Services & Solutions
- 3) Renewable & Energy Management Solutions
- 4) eHealthServices

Όσον αφορά το στρατηγικό τομέα της εταιρίας, ένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά της είναι αφοσίωση στην έρευνα και ανάπτυξη, καθώς και η δέσμευση για τεχνολογική καινοτομία.

Η INTRACOM TELECOM λειτουργεί στις εγκαταστάσεις της άρτια εξοπλισμένα και σύγχρονα ερευνητικά εργαστήρια για την ανάπτυξη υψηλής ποιότητας προηγμένων τηλεπικοινωνιακών συστημάτων. Ετησίως, η εταιρεία επενδύει, κατά μέσο όρο, το 7-9% των εσόδων της σε προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης.

## **4.3 Εταιρική Πολιτική**

Ο αρχικός σκοπός της INTRACOM TELECOM είναι ο σχεδιασμός, η παραγωγή και



η διάθεση τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και προϊόντων πληροφορικής υψηλής ποιότητας, καθώς και η παροχή υπηρεσιών που καλύπτουν τις απαιτήσεις των πελατών, ενώ παράλληλα ανταποκρίνονται στις επιδιώξεις των υπαλλήλων και των μετόχων της εταιρίας.

Κύριο στόχο αποτελεί ο απόλυτος σεβασμός προς το περιβάλλον κατά την άσκηση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων, η εφαρμογή προληπτικών μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος, η εξασφάλιση άριστων συνθηκών εργασίας, καθώς και η ευαισθητοποίησή της σε θέματα που αφορούν το κοινωνικό σύνολο.

Το Ολοκληρωμένο Σύστημα Διαχείρισης της INTRACOM TELECOM, το οποίο εφαρμόζεται σε όλα τα επίπεδα της εταιρίας, εγγυάται την αμετακίνητη προσήλωση στις ανωτέρω αρχές και την πλήρη συμβατότητα με τα πρότυπα ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007, και SA 8000:2008. Το Σύστημα αυτό εναρμονίζεται με τη σχετική Εθνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία και είναι πλήρως συμβατό με τις διεθνείς συνθήκες που αφορούν σε περιβαλλοντικά, κοινωνικά και υγειονομικά θέματα.

Τέλος, η INTRACOM TELECOM δεσμεύεται για τη συνεχή βελτίωση στην απόδοση του Ολοκληρωμένου Συστήματος Διαχείρισης μέσω περιοδικών ελέγχων, επανακαθορίζοντας διαρκώς τους σκοπούς και στόχους του και εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα την υπαγωγή τους στις δραστηριότητες της INTRACOM TELECOM και τη συμβατότητά τους με την πολιτική της εταιρίας.

#### **4.4 Ανθρώπινο Δυναμικό**

Ο ανθρώπινος παράγοντας έχει καθοριστική σημασία για την INTRACOM TELECOM, δεδομένου ότι η εκπλήρωση των στόχων και επιδιώξεών της στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην ύπαρξη εξειδικευμένου και έμπειρου ανθρώπινου δυναμικού.

Αποτελώντας τη μεγαλύτερη πολυεθνική εταιρία παροχής υπηρεσιών και τηλεπικοινωνιακών λύσεων, προσφέρει μια σταδιοδρομία γεμάτη προκλήσεις για άτομα με υψηλούς επαγγελματικούς στόχους και εξαιρετικά προσόντα. Παρέχει ένα άριστο εργασιακό περιβάλλον, όπου καλλιεργείται πνεύμα ομαδικότητας, συνεργασίας και συνεχούς αναζήτησης γνώσης, στο οποίο οι προοπτικές εξέλιξης εξαρτώνται αποκλειστικά από την απόδοση του κάθε εργαζόμενου.

Η εκπαίδευση και η συνεχής προσωπική εξέλιξη αποτελούν σημαντικές

προτεραιότητες για την εταιρία ώστε να συνεχίσει να αποτελεί τον πυρήνα των τεχνολογικών εξελίξεων και να διατηρεί τους ανοδικούς ρυθμούς ανάπτυξης και τη στρατηγική της θέση.

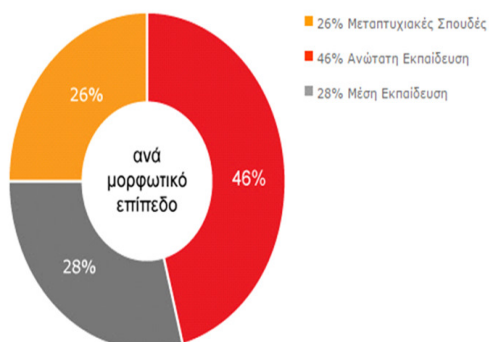
Επίσης, η εταιρία, διακρίθηκε ως μία από τις 10 πρώτες ελληνικές (4η) και μία από τις 100 πρώτες ευρωπαϊκές εταιρίες με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στο διεθνή διαγωνισμό "BEST WORKPLACES 2004" που διοργανώνει το «GREATPLACETOWORK® INSTITUTE - EUROPE ». Πρόκειται για μία πολύ σημαντική διάκριση, καθώς κατατάσσει τις κύριες θυγατρικές της INTRACOM HOLDINGS, ανάμεσα στις επιχειρήσεις που θεωρούνται πρότυπα εργασιακού περιβάλλοντος, επιβεβαιώνοντας την πρωτοποριακή εργασιακή πολιτική που ακολουθούν.

Συγκεκριμένα, το 2007, ηINTRACOM διακρίθηκε ως μία από τις πέντε κορυφαίες ελληνικές εταιρείες για την εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών ίσων ευκαιριών στο χώρο εργασίας, μία πρωτοβουλία του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ) και της Γενικής Γραμματείας Ισότητας του Υπουργείου Εσωτερικών.

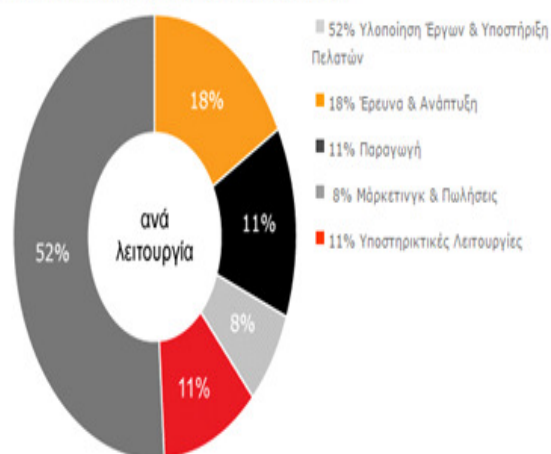
Συνολικός αριθμός εργαζόμενων στον όμιλο εταιρειών INTRACOM TELECOM = 1.826 (12/2015)

**Κατανομή ανθρώπινου δυναμικού ανά επίπεδο σπουδών:**

Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρίας υποδηλώνεται από το γεγονός ότι περίπου το 70% των εργαζομένων της είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.



**Κατανομή ανθρώπινου δυναμικού ανά λειτουργία**



## **4.5 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Στο κεφάλαιο αυτό, γίνεται αναφορά και μελέτη της IntracomTelecom, σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της εταιρίας, καθώς επίσης, και περιπτωσιολογική της μελέτη, και συγκεκριμένα, περιπτωσιολογική μελέτη του υποκαταστήματός της στη πόλη της Πάτρας, μέσα από διεξαγωγή συνέντευξης.

### **4.5.1 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της IntracomTelecom**

Η IntracomTelecom αποτελεί μια σταθερά, προσηλωμένη στις αξίες της Εταιρικής Κοινωνικής ευθύνης, υποστηρίζοντας το Global Compact των Ηνωμένων Εθνών, καθώς επίσης, συμμετέχει ενεργά στην ΕΚΕ στην Ελλάδα και στη Global Compact Hellas ένωση.

Σχετικά με το Global Compact των Ηνωμένων Εθνών, η εταιρεία είναι πλήρως ευθυγραμμισμένη με τις δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Δεσμεύεται να διεξάγει τις δραστηριότητές της σε μια φιλική προς το περιβάλλον και βιώσιμο τρόπο, διασφαλίζοντας την πρόληψη της ρύπανσης, την παροχή άριστων συνθηκών εργασίας και να δεσμευτεί για τις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιούμαστε.

Όσον αφορά το Άγαλμα της INTRACOM TELECOM, προκειμένου να δημιουργηθεί μεγαλύτερο αντίκτυπο στις ζωές των μετόχων της, η Intracom Telecom αποτελεί ενεργό μέλος του Ελληνικού Δικτύου Global Compact από τον Ιανουάριο του 2015. Τον Ιανουάριο του 2016, η εταιρεία θα υποβάλει την ανακοίνωση σχετικά με την έκθεση προόδου σχετικά με τις ενέργειές της σχετικά με τις αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου. Επιπλέον, οι πολιτικές της εταιρείας συμμορφώνεται με τις αρχές της ΕΚΕ, καθώς και προγράμματα περιβαλλοντικής πολιτικής και τη χορηγία της.

Τέλος, σχετικά με τα ελληνικά δεδομένα στην ΕΚΕ, από τον Ιανουάριο του 2015, η INTRACOM TELECOM έχει γίνει κύριο μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και συμβάλλει ενεργά στην ανάπτυξη και την

πρόοδο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα.

#### **4.5.2 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της IntracomTelecom - παράρτημα Πατρών**

Η IntracomTelecom, όσον αφορά το παράρτημα Πατρών, ασχολείται με την ανάπτυξη τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και πληροφορικής. Συνήθεις πελάτες της είναι οι οργανισμοί που προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες. Από τις υπηρεσίες της, επωφελούνται εταιρίες κινητής και σταθερής επικοινωνίας, μεγάλοι δημόσιοι ή ιδιωτικοί οργανισμοί, ενώ υπάρχουν ελάχιστες περιπτώσεις παροχής προϊόντων στο ευρύ καταναλωτικό κοινό, καθώς προϊόντα παροχής τηλεπικοινωνιών και internet (τερματικές συσκευές dls, ρούτερ), παρέχονται, πλέον, από τις ίδιες τις εταιρίες.

Τα θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρίας, κεντρικά, παρακολουθούνται και οι διαδικασίες της προσαρμόζονται, από τη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού και Διοικητικής Υποστήριξης, οι οποίες φροντίζουν, ώστε να τεκμηριώνονται οι διαδικασίες της εταιρίας σε ό,τι πρέπει να ακολουθείται στη κατεύθυνση αυτή, και αναλαμβάνει και τη πιστοποίηση της εταιρίας με αντίστοιχα πιστοποιητικά. Επίσης, αναλαμβάνει την ενημέρωση όλων των διευθυντικών διευθύνσεων που θα πρέπει να ακολουθούν.

Σχετικά με τον κοινωνικό της χαρακτήρα, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις της Διοίκησης, αλλά και με τη πιστοποίηση της παρουσίας της εταιρίας στον ελλαδικό χώρο τα τελευταία χρόνια, στόχος της είναι να υπηρετήσει το κοινωνικό σύνολο κατά το δυνατό με διάφορες δράσεις που προβάλλουν το κοινωνικό της χαρακτήρα - socialresponsibility. Η οργάνωση και οι δραστηριότητες της εταιρίας όπου είναι εφικτό και εφαρμόζεται, διέπεται από μια διάθεση κοινωνικής ευθύνης. Αυτό παρουσιάζεται και διαφημίζεται προς όφελος της εταιρίας, όχι μόνο λόγω εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αλλά και λόγω ανταγωνισμού με άλλες εταιρίες στο χώρο της.

Υπάρχουν συγκεκριμένες συνθήκες όπου εφαρμόζεται η ΕΚΕ. Συγκεκριμένα, η δραστηριότητα του υποκαταστήματος δεν έχει μονάδες παραγωγής, όπου εκεί υπάρχουν άλλες εφαρμογές ανακύκλωσης. Ο,τιδήποτε είναι ανακυκλώσιμο με τις συνθήκες που επικρατούν στη χώρα, είτε αφορούν αναλώσιμα υλικά, όπως χαρτί, ή

και πιο σύνθετα υλικά, όπως μπαταρίες, ακολουθεί συγκεκριμένες διαδικασίες ανακύκλωσης έχοντας διάφορα πιστοποιητικά, καθώς αποτελεί υποχρέωση της εταιρίας να τα ακολουθεί πιστά τις ανακυκλώσιμες ενέργειες.

Η στρατηγική της εταιρίας, πρωτίστως, αποσκοπεί στην ανάπτυξή της, η οποία προκύπτει μετά από ανάλυση της αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη τις παραμέτρους εκ των οποίων θέμα αποτελεί και η εταιρική κοινωνική ευθύνη. Στρατηγικό της πλεονέκτημα, αποτελεί η ικανοποίηση των προϋποθέσεων ανταγωνιστικότητας της αγοράς, ειδικότερα όταν η εταιρία δραστηριοποιείται σε ένα περιβάλλον εθνικό και διεθνές.

Όσον αφορά τις στρατηγικές εφαρμογές της IntracomTelecom σήμερα, υπάρχουν ορισμένοι άξονες που πρέπει να μελετηθούν και να συμβάλουν στο πολιτισμικό και τεχνολογικό επίπεδο της χώρας. Αρχικά, σε ό, τι αφορά το περιβάλλον, γίνεται ακολούθηση στην όποια εφικτή δυνατότητα ανακύκλωσης, τόσο των πρώτων υλών, όσο και την συσκευών που δεν χρησιμοποιούνται.

Επιπλέον, σχετικά με την κοινωνική προσφορά στη περιοχή, υπάρχει συνεργασία με τα ακαδημαϊκά ιδρύματα τα οποία βρίσκονται κοντά στο αντικείμενο που ασχολείται η εταιρία, δηλαδή των τηλεπικοινωνιών και της πληροφοριακών συστημάτων. Συγκεκριμένα, η εταιρία, για πρώτη φορά, το έτος 2016 - 2017, θεσμοθετεί και χορηγεί υποτροφίες σε μορφή μεταπτυχιακών διπλωματικών εργασιών των αντίστοιχων τμημάτων, των Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Η/Υ, του Πανεπιστημίου Πατρών. Η INTRACOM, βράβευσε δύο αποφοίτους του τμήματος Μηχανικών Ηλεκτρονικών Υπολογιστών & Πληροφορικής καθώς και δύο αποφοίτους του τμήματος Ηλεκτρολόγων Μηχανικών & Τεχνολογίας Υπολογιστών του Πανεπιστημίου Πατρών, οι οποίοι διακρίθηκαν για τις διπλωματικές τους εργασίες στον τομέα της Μικροηλεκτρονικής και του Λογισμικού Δικτύων.

Η ανάδειξη των νικητών πραγματοποιήθηκε μέσω επιτροπών, οι οποίες αποτελούνταν από καθηγητές Πανεπιστημίου καθώς και στελέχη της INTRACOM και έλαβαν από την εταιρεία το χρηματικό έπαθλο των 2.000 € έκαστος. Επιπλέον, στο παρελθόν, υπήρξε χρηματοδότηση διδακτορικών διατριβών, προς όφελος των ερευνητικών εργαστηρίων σε τριετή διάρκεια. Η ίδια, προσφέρει σε απόφοιτους Πανεπιστημίων την ευκαιρία συμμετοχής σε ερευνητικά προγράμματα ως μέρος της διατριβής τους καθώς και την πραγματοποίηση της πρακτικής τους άσκησης σε ένα δυναμικό εργασιακό περιβάλλον.

Κατά το έτος 2016, 30 φοιτητές πραγματοποίησαν την πρακτικής τους

άσκηση στις εγκαταστάσεις της εταιρείας. Ωστόσο, η INTRACOM, διοργάνωσε δωρεάν σεμινάρια σε JavaEnterprise και C++ (γλώσσα προγραμματισμού H/Y) που αφορούσαν προπτυχιακούς φοιτητές που σπουδάζουν σε Πολυτεχνικές Σχολές αλλά και σε αντίστοιχα πανεπιστημιακά ιδρύματα στην Ελλάδα. Η εταιρεία, προέβει και σε χορηγία δραστηριοτήτων ευρύτερου κοινωνικού ενδιαφέροντος. Υπήρξε χορηγός σε ομιλίες και πολιτιστικές εκδηλώσεις, καθώς και σε φεστιβάλ, αποτελώντας αξιοσημείωτη συναυλία προς τιμή του Μίκυ Θεοδωράκη προ δεκαετίας, χρηματοδοτήσεις οι οποίες, όμως, έχουν μειωθεί τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης και κατάστασης που επικρατεί.

Μια επιπλέον, καινοτομία της εταιρείας, αποτελεί η διάθεση της για ενοποιημένη λύση Internet of Things (IoT), που αφορά τη διαχείριση και δημιουργία εσόδων για φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και μεγάλα κτιριακά συγκροτήματα. Η εταιρεία παρουσίασε τη λύση της στη Βαρκελώνη, την περίοδο 27 Φεβρουαρίου – 2 Μαρτίου) στη Βαρκελώνη, κατά τη διάρκεια της Έκθεσης Mobile World Congress.

Η λύση αυτή έχει σαν στόχο τη δημιουργία μιας αμφίδρομης σχέσης μεταξύ του διαχειριστή της πόλης και των πολιτών, μέσω της ομαλής ενσωμάτωσης έξυπνων πρακτικών, όπως η έξυπνη στάθμευση, ο έξυπνος φωτισμός, έξυπνη διαχείριση απορριμμάτων και η διαχείριση του περιβαλλοντικού θορύβου. Για παράδειγμα, στα πλαίσια της «έξυπνης στάθμευσης», ειδικοί τοποθετημένοι αισθητήρες υπερήχων θα έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν την παρουσία σταθμευμένων οχημάτων σε οποιοδήποτε χώρο πάρκινγκ σε πραγματικό χρόνο.

Με τον τρόπο αυτό, θα ενημερώσει τους οδηγούς για τα διαθέσιμα σημεία παρκαρίσματος, αλλά και τις Αρχές για τυχόν παράνομες σταθμεύσεις. Στόχος της εταιρείας, είναι η δημιουργία μιας «Smart City», η οποία θα προσφέρει μια ποιοτικότερη ζωή στους πολίτες, αξιοποιώντας τους πόρους της μέσω της χρήσης ψηφιακών συστημάτων. Τέλος, αξιοσημείωτο γεγονός αποτελεί η αξιόλογη χορηγία που αφορούσε τη διάκριση σχολείου της περιοχής σε διαγωνισμό ρομποτικής, καθώς χρειάστηκε να παρευρεθεί στην ολυμπιάδα ρομποτικής στη Σιγκαπούρη.

Ανεξάρτητα από το κόστος, στην εποχή της κρίσης, η ανάγκη των επιχειρήσεων μεγαλώνει για την ανάπτυξη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οπότε και αξίζει η εταιρεία να γίνεται χορηγός. Για αυτό το λόγο, απαραίτητη είναι η εστίαση και το ενδιαφέρον για τη στρατηγική των εταιριών, καθώς μειώνονται οι οικονομικές δυνατότητες και η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει μια πιο επιλεκτική δομή. Κύριο μέλημα, είναι η εύρεση καινούργιων χώρων, όπου η οικονομική συμβολή θα έχει

θετικό αντίκτυπο για την ίδια την εταιρία, αλλά και τη κοινωνία.

Ένα από τα χαρακτηριστικά που θέτει την IntracomTelecom να ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες εταιρίες, στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είναι οι δραστηριότητες και οι διαδικασίες της που επηρεάζουν και εφαρμόζουν οτιδήποτε έχει να κάνει με τη κοινωνική ευθύνη. Ακολουθεί διάφορα πρότυπα, όμως διαφοροποιείται στην συνεισφορά και στη συνεργασία της με τα ακαδημαϊκά ιδρύματα. Είναι μια διαχρονική διαδικασία που προσαρμόζεται κάθε φορά στις εκάστοτε απαιτήσεις.

Κίνητρο εκκίνησης εφαρμογής στρατηγικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της εταιρίας, αποτελεί ο ανταγωνισμός, η διαφήμιση, το κέρδος και η κοινωνική προσφορά. Όχι μόνο για την εταιρία, αλλά και για την παροχή ευκαιριών εξέλιξης νέων ατόμων με δυνατότητες σε αυτό το τομέα. Επειδή, όμως, οι πελάτες δεν αποτελούν το ευρύ καταναλωτικό κοινό, κύριος στόχος είναι η προώθηση του ονόματος της εταιρίας και η διαχρονική ανάπτυξη της και του ανθρώπινου δυναμικού, σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

Στόχο της ΕΚΕ της εταιρίας, αποτελεί και η εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού. Επομένως, γίνεται μια πρώτη εκπαίδευση για την εκμάθηση του εργασιακού περιβάλλοντος και του τρόπου λειτουργίας του, καθώς και επιμορφωτικά σεμινάρια και εκπαιδευτικά προγράμματα για την εξέλιξη δυνατότητα και τη διεύρυνση γνώσεων των εργαζομένων σχετικά με την εξέλιξη των τεχνολογιών. Για αυτό το λόγο, γίνονται συνεργασίες και επιμορφώσεις από έμπειρους μηχανικούς και από το Πανεπιστήμιο. Συγκεκριμένα, η συνεργασία με το Πανεπιστήμιο, επέφερε γνώσεις σχετικές με τις τεχνολογίες αιχμής, το οποίο είναι κοντά στο αντικείμενο της εταιρίας. Αποτελεί σειρά παρουσιάσεων, ώστε οι συνεργάτες να αποκτούν ένα ευρύτερο τεχνολογικό γίγνεσθαι, όχι συγκεκριμένο σε αυτά τα οποία η εταιρία προσφέρει καθημερινά.

Τέλος, για την ενίσχυση φιλανθρωπικού ιδρύματος, αξίζει να σημειωθεί η οργάνωση χριστουγεννιάτικου bazaar, που διεξάγεται κάθε χρόνο από ίδιους τους εργαζομένους της εταιρίας, την οποία οργάνωση η εταιρία αποσκοπεί στο να βοηθά ενεργά.

## **4.6 Πρόσφατες δραστηριότητες και παρουσιάσεις της Intracom Telecom σε διεθνές επίπεδο**

Η Intracom Telecom αποτελεί έναν διεθνή πάροχο τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και λύσεων με παρουσία 40 ετών στην αγορά. Η εταιρία καινοτομεί στους τομείς της υποστήριξης (backhaul) σταθμών βάσης τύπου small cell και της ασύρματης μετάδοσης και ευρυζωνικής πρόσβασης, έχοντας αναπτύξει και εγκαταστήσει σημειακά και πολυσημειακά ραδιοσυστήματα πακέτου διεθνώς.

Επιπλέον, η Intracom Telecom προσφέρει ένα ανταγωνιστικό πακέτο λύσεων λογισμικού που συμβάλουν στην αύξηση της κερδοφορίας και μια πλήρη σειρά υπηρεσιών πληροφορικής και επικοινωνιών, με έμφαση στους τομείς της ανάλυσης μεγάλου όγκου δεδομένων (big data), της σύγκλισης δικτύων & του cloud computing για παρόχους τηλεφωνίας, μεγάλες επιχειρήσεις του ιδιωτικού, δημοσίου και κυβερνητικού τομέα.

Η εταιρεία επενδύει σημαντικά στην έρευνα και την ανάπτυξη προϊόντων αιχμής και ολοκληρωμένων λύσεων που εξασφαλίζουν την μέγιστη ικανοποίηση των πελατών της. Περισσότεροι από 100 οργανισμοί σε πάνω από 70 χώρες επιλέγουν την Intracom Telecom για την προηγμένη τεχνολογία της. Η εταιρεία απασχολεί περισσότερους από 1.800 υπαλλήλους και διατηρεί θυγατρικές στην Ευρώπη, τη Ρωσία και την Κοινοπολιτεία Ανεξαρτήτων Κρατών, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική, την Ασία και τη Βόρεια Αμερική.

### **4.6.1 Στρατηγικές συνεργασίες της Intracom - Telecom**

Η Intracom Telecom, διεθνής πάροχος τηλεπικοινωνιακών συστημάτων και λύσεων, και η Nour Smart Solutions, θυγατρική της NourNet του ομίλου Astra, ανακοίνωσαν συμφωνία στρατηγικής συνεργασίας για την παροχή καινοτόμων υπηρεσιών περιεχομένου και συνδεσιμότητας σε ξενοδοχεία και κτιριακά συγκροτήματα στην περιοχή της Μ. Ανατολής και της Αφρικής. (Αθήνα, 13 Μαρτίου 2017)

Συγκεκριμένα, η Intracom Telecom αναλαμβάνει την υποστήριξη καινοτόμων υπηρεσιών βίντεο χρησιμοποιώντας την ολοκληρωμένη λύση της fsledn™ Anywhere, που δίνει τη δυνατότητα στους παρόχους να προσφέρουν διαδραστικές υπηρεσίες



περιεχομένου, τόσο σε τηλεοράσεις όσο και άλλες φορητές συσκευές, μέσω ευρυζωνικών δικτύων IP. Η Nour Smart Solutions θα συνδυάσει τα παραπάνω με τις υπηρεσίες συνδεσιμότητας που ήδη παρέχει, προκειμένου να προσφέρει μια διαφοροποιημένη και ολοκληρωμένη λύση στους πελάτες της.

Η πρώτη υλοποίηση θα αναπτυχθεί σε ένα πολυτελές συγκρότημα κατοικιών στη Σαουδική Αραβία, υποστηρίζοντας μεγάλη ποικιλία καναλιών υψηλής ευκρίνειας, καθώς και υπηρεσίες βίντεο κατά παραγγελία (Video on Demand). Αξίζει να σημειωθεί ότι η Intracom Telecom διαθέτει μακρόχρονη εμπειρία σε υποδομές και πλατφόρμες υπηρεσιών βίντεο, με εγκαταστάσεις σε περισσότερους από 40 τηλεπικοινωνιακούς και καλωδιακούς παρόχους στη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη.

Τέλος, η στρατηγική συμμαχία με τη Nour Smart Solutions, αποσκοπεί στην από κοινού προσφορά καινοτόμων υπηρεσιών περιεχομένου, αλλά και συνδεσιμότητας στην περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής. Με αυτό το τρόπο, η Intracom Telecom συμβάλλει με την τεχνογνωσία, αλλά και την πολυετή εμπειρία που έχει αποκτήσει από την υλοποίηση παρόμοιων έργων διεθνώς, ώστε η Nour Smart Solutions να διαφοροποιηθεί στην αγορά που δραστηριοποιείται.

#### **4.6.2 Ενοποιημένη IoT Λύση Διαχείρισης Πόρων Για «Έξυπνες Πόλεις»**

Η Intracom Telecom, ανακοίνωσε τη διάθεση ενοποιημένης λύσης Internet of Things (IoT) για τη διαχείριση και δημιουργία εσόδων για φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και μεγάλα κτιριακά συγκροτήματα. Θα παρουσιάσει τη λύση της κατά τη διάρκεια της έκθεσης Mobile World Congress στη Βαρκελώνη (27 Φεβρουαρίου - 2 Μαρτίου 2017) και συγκεκριμένα στο εκθεσιακό της περίπτερο 7B54. (Αθήνα, 23 Φεβρουαρίου 2017).

Στόχος της λύσης, είναι η δημιουργία μίας αμφίδρομης σχέσης μεταξύ του διαχειριστή της πόλης και των πολιτών, με την ομαλή ενσωμάτωση διαφόρων λύσεων συμπεριλαμβανομένης της έξυπνης διαχείρισης στάθμευσης, του έξυπνου φωτισμού, της έξυπνης διαχείρισης απορριμμάτων αλλά και της παρακολούθησης του περιβαλλοντολογικού θορύβου. Η IoT πλατφόρμα της Intracom Telecom, αξιοποιεί μία σειρά από IoT εργαλεία και ελεύθερα API's επιτρέποντας την επικοινωνία μεταξύ

ενός μεγάλου εύρους αισθητήρων και συσκευών για την απρόσκοπτη διαχείριση και αξιοποίηση πολλαπλών υπηρεσιών.

Η πλατφόρμα διατίθεται με ένα ενιαίο περιβάλλον ελέγχου και διαχείρισης το οποίο παρέχει συγκεντρωτική πληροφορία για πλήθος έξυπνων αισθητήρων επιτρέποντας τον πλήρη έλεγχο της κατάστασης και της χρήσης όλων των πόρων, την αναγνώριση τυχόν εσφαλμένων καταστάσεων καθώς και την αυτοματοποίηση και εξορθολογισμό των διαδικασιών.

Η εταιρία έχει προβεί στην ανάπτυξη μιας λύσης «Smart City», η οποία δίνει τη δυνατότητα στους δήμους, τους παρόχους υπηρεσιών και τις επιχειρήσεις υλοποίησης του οράματος μια έξυπνης και διασυνδεδεμένης πόλης, ώστε να αναπτυχθεί η πόλη του μέλλοντος. Κύριος στόχος, είναι η προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών που θα βελτιστοποιήσουν τη ζωή των πολιτών και θα φέρουν αποδοτικότερη και αποτελεσματικότερη διαχείριση των πόρων της πόλης και των ψηφιακών τεχνολογιών.

#### **4.6.3 Πρωτοποριακό Σύστημα Υψηλής Χωρητικότητας Millimetre-Wave για Ταχύτητες Έως 10 Gbit/s**

Η Intracom Telecom, ανακοίνωσε τη διάθεση του προηγμένου και αμιγώς εξωτερικού τύπου, υψηλής χωρητικότητας, Ethernet ραδιοσυστήματος, UltraLink™ - GX80, το οποίο λειτουργεί σε Millimetre-Wave (mmWave) συχνότητες. Η εταιρία θα παρουσιάζει τη λύση της στην έκθεση Mobile World Congress στη Βαρκελώνη (27 Φεβρουαρίου - 2 Μαρτίου 2017) και συγκεκριμένα στο εκθεσιακό της περίπτερο 7B54. (Αθήνα, 13 Φεβρουαρίου 2017)

Οι πάροχοι κινητής τηλεφωνίας και Internet, μπορούν πλέον να επωφεληθούν πλήρως από τα πλούσια χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του ραδιοσυστήματος UltraLink™-GX80, το οποίο έχει αναπτυχθεί από την εταιρεία για να παρέχει συγκρίσιμη απόδοση με λύσεις οπτικής ίνας με χαμηλότερο όμως κόστος επένδυσης.

Το UltraLink™-GX80 είναι ένα ραδιοσύστημα τεχνολογίας Ethernet μικρών διαστάσεων και εξ' ολοκλήρου εξωτερικής εγκατάστασης το οποίο λειτουργεί σε ολόκληρη τη συχνοτική περιοχή E-Band, δηλ. 71-76 / 81-86 GHz, ενώ χρησιμοποιείται σε εφαρμογές όπου απαιτείται μεγάλη εμβέλεια και πολύ υψηλές

ταχύτητες μεταφοράς δεδομένων. Οι ταχύτητες που επιτυγχάνει φθάνουν έως και 10 Gbit/s ενώ υποστηρίζει επιλογή πρωτοκόλλου μέσω λογισμικού λειτουργώντας είτε ως Ethernet bridge είτε ως CPRI διεπαφή.

Σε λειτουργία Ethernet bridge, το UltraLink™-GX80 προσφέρει πλήρη γκάμα χαρακτηριστικών δικτύωσης και συγχρονισμού πακέτων δεδομένων μέσω 1 x Gigabit Ethernet και 2 x 1/10 Gigabit Ethernet διεπαφών δεδομένων, υλοποιώντας με αυτόν τον τρόπο σύνθετες τοπολογίες δικτύου χωρίς τη χρήση εξωτερικών switches. Σε λειτουργία μετάδοσης CPRI, τρεις από τις διαθέσιμες διεπαφές δεδομένων μπορούν να διατεθούν ταυτόχρονα και να επιτύχουν μετάδοση CPRI έως Option 7 (9.830,4 Mbps)

Η εταιρία έκανε πράξη επέκταση της γκάμας ραδιοσυστημάτων τεχνολογίας mmWave με ένα προϊόν νέας γενιάς που συνδυάζει την υψηλή χωρητικότητα, την μεγάλη εμβέλεια και την οικονομική χρήση φάσματος σε σχέση με ανταγωνιστικά ραδιοσυστήματα. Το UltraLink™-GX80 ανταποκρίνεται στην απαίτηση για χωρητικότητα των δικτύων μετάδοσης 4G+ αλλά και των μελλοντικών αναγκών σε fronthaul δικτύων 5G επιτρέποντας στους παρόχους κινητής τηλεφωνίας να υλοποιήσουν αρχιτεκτονικές C-RAN».

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

#### 5.1 Μια γενική αποτίμηση για την IntracomTelecom

Η IntracomTelecom, αποτελεί διεθνή εταιρία τηλεπικοινωνιακών συστημάτων, με εμπειρία άνω των 35 ετών στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Διαθέτη ισχυρή Παρουσία σε όλη τη Γεωγραφική Περιοχή EMEA, έχοντας Θυγατρικές/Γραφεία στην Ευρώπη, τη Μ. Ανατολή και την Αφρική, τη Ρωσία και την Κοινοπολιτεία Ανεξαρτήτων Κρατών, και την περιοχή Ασίας-Ειρηνικού, και εξαγωγές σε περισσότερες από 70 χώρες.

Η εταιρία έχει πάνω από 1.800 εργαζόμενοι σε Ελλάδα και εξωτερικό και βασικοί τομείς των δραστηριοτήτων της αποτελούν:

- Wireless Network Systems
- Telco Software Solutions
- ICT Services & Solutions
- Renewable & Energy Management Solutions
- eHealth Services

Ωστόσο, οι δραστηριότητές της κατευθύνονται με βάση το «from-idea-to-market». Το 7-9% των εσόδων κατά μέσο όρο επενδύονται στην έρευνα & ανάπτυξη, ενώ διαθέτει άρτια εξοπλισμένα και σύγχρονα ερευνητικά εργαστήρια για την ανάπτυξη υψηλής ποιότητας προηγμένων τηλεπικοινωνιακών συστημάτων.

Η IntracomTelecom, συχνά, συμμετέχει ως επικεφαλής σε περισσότερα από 120 διεθνή ερευνητικά προγράμματα, και διαθέτει Στρατηγικές διεθνείς συνεργασίες με κορυφαίες εταιρίες του χώρου αλλά και ακαδημαϊκά ιδρύματα. Συγκεκριμένα, έχει αναλάβει την πρωτοβουλία επιβράβευσης των καλύτερων διατριβών που έχουν εκπονηθεί από αποφοίτους Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων. Για πρώτη φορά, βραβεύτηκαν συνολικά 4 απόφοιτοι από τα τμήματα Μηχανικών Ηλεκτρονικών Υπολογιστών & Πληροφορικής και Ηλεκτρολόγων Μηχανικών & Τεχνολογίας Υπολογιστών του Πανεπιστημίου Πατρών. Στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρείας, η θέσπιση βραβείων για τις καλύτερες διπλωματικές εργασίες

και μέσω της υποστήριξης του Ευρωπαϊκού Συμφώνου για τη Νεολαία, έχει σαν στόχο την καταπολέμηση της ανεργίας των νέων καθώς μειώνει σημαντικά το χάσμα ανάμεσα στις δεξιότητες που οι οποίες ζητούνται σε σχέση με αυτές που προσφέρονται.

Επιπλέον, η δυνατότητα που προσφέρει στους νέους όσον αφορά την πραγματοποίηση της πρακτικής τους άσκησης στο δυναμικό εργασιακό περιβάλλον της INTRACOM, αποτελεί ένα εξίσου δυναμικό εφόδιο για το βιογραφικό των αποφοίτων. Η εμπειρία και η πρακτική γνώση που προσφέρει η εταιρεία, λειτουργούν σαν αρωγοί για την μετέπειτα επαγγελματική πορεία και εξέλιξη των νέων. Στόχος της εταιρείας, είναι η συμβολή της στην εξέλιξη αλλά και την επιτυχημένη σταδιοδρομία των νέων επιστημόνων.

Η νέα πρωτοβουλία της Intracom, σχετικά με την «SmartCity», την οποία θέλει να δημιουργήσει, κάνοντας τη ζωή των πολιτών ποιοτικότερη, είναι άλλο ένα σημαντικό βήμα της εταιρείας στο πλαίσιο της κοινωνικής της ευθύνης. Αξιοποιώντας τους πόρους της πόλης, θα διευκολύνει τη ζωή του κοινωνικού συνόλου, προσφέροντας τους ακόμα πιο ποιοτικές υπηρεσίες. Για παράδειγμα, ειδικά στα μεγάλα αστικά κέντρα, όπου κύριο πρόβλημα αποτελεί το παρκάρισμα, οι αισθητήρες υπερήχων που θα υπάρχουν τοποθετημένοι, θα ειδοποιούν τους οδηγούς οχημάτων για τις διαθέσιμες θέσεις πάρκινγκ, διευκολύνοντας με αυτόν τον τρόπο ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα των πόλεων.

Στην πρωτοποριακή πλατφόρμα τεχνολογίας της εταιρείας, υπάρχει και η υλοποίηση του «έξυπνου φωτισμού», καθώς σταδιακά θα υπάρξει η αντικατάσταση του υπάρχοντος οδοφωτισμού με «έξυπνα» και αποδοτικά φωτιστικά. Σκοπός της ενέργειας αυτής είναι η μείωση κατανάλωσης ενέργειας και των πόρων συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο έμπρακτα στην προστασία του περιβάλλοντος.

Ακόμα, η Intracom Telecom, παρουσιάζεται και εμφανίζεται σε διεθνές επίπεδο μέσα από έμπρακτες συνεργασίες, και συγκεκριμένα, μέσα από τις πρόσφατες κινήσεις της σχετικά με στρατηγικές συνεργασίες, την Ενοποιημένη ΙοΤ Λύση Διαχείρισης Πόρων Για «Έξυπνες Πόλεις» και το Πρωτοποριακό Σύστημα Υψηλής Χωρητικότητας Millimetre-Wave για Ταχύτητες Έως 10 Gbit/s.

Οι κινήσεις αυτές, θέτουν την εταιρία ικανή να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις του σήμερα, αλλά και του μέλλοντος, Έτσι, έχοντας ένα εύρος υψηλών προδιαγραφών, υπερέχοντας σε πρωτοτυπία και καινοτομία, επιτυγχάνει την αύξηση των κερδών της και την καθιστά ικανή στον διεθνή ανταγωνισμό, μέσα από την

ενσωμάτωση πρακτικών λύσεων, τη δημιουργία νέων λογισμικών και τη δημιουργία προτύπων χωρητικότητας, αλλά και τηλεπικοινωνιακών συστημάτων.

Εξάλλου, ύστερα από τη πολυετή δράση και πορεία της, η Intracom Telecom, καθιστά, πλέον, σαφές, πως κατέχει τη τεχνογνωσία, την εμπειρία και τη γνώση, ώστε μέσα από συνεχείς επιχορηγήσεις που προσφέρει για έρευνα, τον τεχνικό εξοπλισμό, την έρευνα, αλλά και τις συνεχόμενες νέες ιδέες τεχνολογικής εξέλιξης, μπορεί να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις της συνεχούς, τεχνολογικά, εξελισσόμενης κοινωνίας.

Τέλος, η Intracom Telecom, όσον αφορά συγκεκριμένα το παράρτημα Πατρών, παρά το γεγονός πως δραστηριοποιείται σε συγκεκριμένο χώρο και έχοντας συγκεκριμένο πελατολόγιο, διέπεται από Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Βασική αρχή της, όσον αφορά την ΕΚΕ, αποτελεί η περιβαλλοντική ευθύνη μέσω της ανακύκλωσης, η πολιτισμικές, τεχνολογικές και ερευνητικές χορηγίες προς επιμόρφωση και διεύρυνση του κοινωνικού συνόλου και της τοπικής και εγχώριας κοινωνίας, και τέλος, σημαντικό παράγοντα αποτελεί η προσπάθεια συνεχών επιμορφώσεων του ανθρώπινου δυναμικού προς την εξέλιξη του για την παροχή καλύτερων υπηρεσιών.

Επομένως, είναι εύκολο να εκμαιευτεί το συμπέρασμα, πως η Intracom Telecom, ως μεγάλη διεθνή και εγχώρια εταιρία, διέπεται από Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Βασισμένη σε συγκεκριμένες στρατηγικές και δραστηριότητες, αποσκοπεί στην ταχεία εξελικτική της πορεία, στον ανταγωνισμό και στο κέρδος, μέσα από μια σειρά ενεργειών που αποτελούνται από κοινωνική, εταιρική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα. Μέσα από τις ενέργειες αυτές, αποτελεί σήμερα μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες παροχής υπηρεσιών τηλεπικοινωνιακών και πληροφοριακών συστημάτων, με διαχρονική πρόοδο και πορεία.

## **5.2 Συμπεράσματα**

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, είναι μια κοινωνικά υπεύθυνη στάση που εθελοντικά εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις, εντάσσοντας προγράμματα κοινωνικής ευαισθησίας στις δραστηριότητές τους.

Αυτή η στρατηγική φαίνεται να εδραιώνεται ολοένα και περισσότερο στη συνείδηση των επιχειρήσεων τόσο στο Ελληνικό δίκτυο όσο και τον υπόλοιπο κόσμο.

Η εφαρμογή της κρίνεται πλέον απαραίτητη προϋπόθεση και δίνει μια νέα διάσταση στην εξέλιξη των επιχειρήσεων.

Μεγάλες πολυεθνικές, όπως η Intracom Telecom που μελετήθηκαν, αντιλήφθηκαν τα οφέλη της υιοθέτησης πρακτικών ΕΚΕ στις δράσεις τους και την ανάδειξή της μέσα από μια σειρά έκφρασης αξιών, μεθοδολογίας και στόχων. Η προβολή του υπεύθυνου κοινωνικού χαρακτήρα μιας επιχείρησης, σημαίνει αποδοχή από το κοινωνικό σύνολο, ευνοϊκότερη αντιμετώπιση και θετική επίδραση στην παραγωγικότητα αλλά και την ανταγωνιστικότητα.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως η ΕΚΕ δεν είναι πολιτική δημοσίων σχέσεων, η οποία προσφέρει προτερήματα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, αλλά αποτελεί παγκόσμια ευθύνη. Ωστόσο, υπάρχει κι ένα μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων, το οποίο εφαρμόζει πρακτικές ΕΚΕ για λόγους φήμης και ανταγωνιστικότητας. Έχει αποδειχθεί, άλλωστε, ότι η εικόνα, η φήμη, η απόδοση μιας επιχείρησης εξαρτάται άμεσα από τη συμπεριφορά της απέναντι στο καταναλωτικό κοινό, το περιβάλλον, τους εργαζομένους καθώς και το κοινωνικό σύνολο γενικότερα.

Η επιτυχής διάδοση της Εταιρικής κοινωνικής Ευθύνης, εξαρτάται άμεσα από την στήριξη του κράτους. Στην Ελλάδα, το κράτος υπολειτουργεί στον τομέα αυτό, καθώς δε διευκολύνει την αύξηση των κοινωνικών επενδύσεων στον τομέα των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Υπάρχει επιτακτική ανάγκη για την αναβάθμιση στρατηγικών ΕΚΕ, οι οποίες θα συμβαδίζουν με τα διεθνή πρότυπα. Τέλος, θα πρέπει να δοθεί η απαραίτητη σημασία από την πλευρά του κράτους και να υπάρξει αλληλένδετη σχέση με τις επιχειρήσεις για την ανάπτυξη της εταιρικής ευθύνης καθώς υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης για την περαιτέρω διείσδυση των αρχών ΕΚΕ στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων.

Επομένως, το συμπέρασμα που διεξήχθη από την πτυχιακή εργασία μέσω της περιπτώσιολογικής μελέτης της IntracomTelecom, είναι το γεγονός πως η ΕΚΕ είναι απαραίτητη για ορθή λειτουργία των εταιριών και των επιχειρήσεων, τόσο για την εύρυθμη λειτουργία του εργασιακού περιβάλλοντος και των μέσων παραγωγής, όσο και για τη συμβολή σε κοινωνικό επίπεδο, για την εταιρεία και για τους ίδιους τους καταναλωτές.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΠΗΓΕΣ

### Ξένη Βιβλιογραφία

1. Arthur C. Brooks. *Κοινωνική Επιχειρηματικότητα : Μια σύγχρονη προσέγγιση στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου / Arthur C. Brooks · επιμέλεια Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφαλιού · μετάφραση Ανδρέας Σοκοδήμος, Ειρήνη Φαφαλιού.* - Αθήνα : Έλλην, 2010.
2. Cannon P. Joseph, McCarthy E. Jerome, Perreault D. William Jr. *Βασικές Αρχές Μάρκετιν / Μια Στρατηγική Προσέγγιση*, επιμέλεια Νικόλαος Παπαβασιλείου, πρόλογος Γεώργιος Αυλωνίτης. – Αθήνα, Ιατρικές Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης., 2012.
3. David J. Storey, Francis J. Greene, Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφαλιού. *Επιχειρηματικότητα Για Μικρές Και Μεσαίες Επιχειρήσεις / Συλλογικό Έργο*, μετάφραση Γιάννης Σιδέρης • επιμέλεια Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφαλιού. - Αθήνα : Κριτική, 2012.
4. Gerry Johnson, Richard Whittington, Kevan Scholes, Duncan Angwin, Patrick Regné. *Συλλογικό Έργο. Βασικές Αρχές Στρατηγικής [e-book] / Συλλογικό Έργο*, · επιμέλεια Βαρβάρα Μυλώνη · μετάφραση Δημήτρης Χατζούδης. - Αθήνα : Κριτική, 2016.
5. Kotler Philip, Lee Nancy. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη / Πώς Να Προσφέρετε Το Καλύτερο Δυνατό Στην Εταιρεία Σας Και Στο Σκοπό Της Επιλογής Σας: Βέλτιστες πρακτικές* από τη Hewlett-Packard, την Ben & Jerry's και άλλες μεγάλες εταιρείες, συντελεστές: Σμαραγδή, Μυρτώ. – Αθήνα: Economia Publishing, 2009.

### Ελληνική Βιβλιογραφία

1. Βαξεβανίδου, Μαρία. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη / Μαρία Βαξεβανίδου.* - Αθήνα : Σταμούλη Α.Ε., 2011.
2. Βερναρδάκης, Νίκος. *Οικονομική Της Τεχνολογίας / Νίκος Βερναρδάκης.* - Αθήνα : Τυπωθήτω, 2006.



3. Γκαντζιάς, Κ. Γιώργος. *Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία Και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*. – επιμέλεια, Μαλισιόβας Βασίλης. – Αθήνα: Παπασωτηρίου, 2010.
4. Έξαρχος, Γιώργης Σ. *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη Στον σύγχρονο Κόσμο Και Στον Πλάτωνα* / Γεώργιος Στ. Έξαρχος, Παναγιώτης Κ. Νοτόπουλος. - Αθήνα : Διάυλος, 2013.
5. Κουτούπα - Ρεγκάκου, Ευαγγελία. *Δίκαιο Του Περιβάλλοντος*. – Αθήνα: Σακκούλας Α.Ε., 2008.
6. Μπάρδα, Ελένη. *Κοινωνική Οικονομία Και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα / Η Περίπτωση Της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Και Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις*. – Αθήνα: Παπαζήση, 2016.
7. Μπιτσάνη, Ευγενία Π. *Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων : Ζητήματα Και Σύγχρονες Προσεγγίσεις Στη Θεωρία Της Οργανωσιακής Και Διοικητικής Συμπεριφοράς* / Ευγενία Μπιτσάνη. - Αθήνα : Διόνικος, 2006.
8. Μπουραντάς, Δημήτριος Κ. *Μάνατζμεντ : Θεωρητικό Υπόβαθρο: Σύγχρονες Πρακτικές* / Δημήτρης Μπουραντάς. - Αθήνα : Μπένου Γ., 2002.
9. Μπουραντάς, Δημήτριος Κ. *Εισαγωγή Στη Διοίκηση Επιχειρήσεων* / Δημήτριος Κ. Μπουραντάς, Νάνσυ Α. Παπαλεξανδρή. - Αθήνα : Μπένου Ε., 2003.
10. Νικολαΐδου, Άννα. *Το Ηθικό Υπόβαθρο Της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Στις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις Και Στα Γραφεία Της Υπατης Αρμοστείας του ΟΗΕ Για Τους Πρόσφυγες Στην Ελλάδα* / Άννα Νικολαΐδου. - Αθήνα : Εκδοτικός Οίκος Α. Α. Λιβάνη, 2011.
11. Παπαδάκης, Μ. Βασίλης. *Στρατηγική Των Επιχειρήσεων / Τόμος Α: Θεωρία*. –
12. Παπαλεξανδρή, Νάνσυ Α. *Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων* / Νάνσυ Παπαλεξανδρή, Δημήτρης Μπουραντάς. - Αθήνα : Μπένου Γ., 2003.
13. Τζωρτζάκης, Κώστας. *Οργάνωση Και Διοίκηση : Το μάνατζμεντ της νέας εποχής* / Κώστας Τζωρτζάκης, Αλεξία - Μαίρη Τζωρτζάκη. - Αθήνα : Rosili, 2007.

## Ηλεκτρονικές Πηγές

1. Δελτίο Τύπου. *Οι Επιχειρήσεις υποστηρίζουν την Κοινωνική Συνοχή*. Internet Version.  
<http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/DeltioTypouEKE.pdf>
2. Apostolakou, Androniki & Jackson, Gregory. *Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute?* Internet Version.  
<http://www.bath.ac.uk/management/research/pdf/2009-01.pdf>
3. Apple. *Our planet deserves our best thinking*. Internet version <http://www.apple.com/environment/>
4. Attica Group. *ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ*. Internet Version.  
<http://www.attica-group.com>
5. ΒΙΚΙπαιδεία, ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*. Internet version  
[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7)
6. Bmw group. *Group – wide environmental protection*. Internet version  
<https://www.bmwgroup.com/en/responsibility/group-wide-environmental-protection.html>
7. BMW. *Η επανάσταση στην παραγωγή αυτοκινήτων: Περιεχόμενα*. Internet version <http://docplayer.gr/640736-Paragogi-bmw-i-epanastasi-stin-paragogi-aytokiniton-periehomena.html>
8. ΒΙΚΙβιβλία. *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων και οργανισμών*. Internet version  
[https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%97\\_%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7\\_%CF%84%CF%89%CE%BD\\_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD\\_%CE%BA%CE%B1%CE](https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%97_%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7_%CF%84%CF%89%CE%BD_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD_%CE%BA%CE%B1%CE)

[%B9 %CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83  
%CE%BC%CF%8E%CE%BD](#)

9. COMERGON S.A. RISK MANAGERS/INSURANCE BROKERS. *To Oikoumenικό Σύμφωνο ( Global Compact)*. Internet Version. <https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/20348/original/Comergon-SA-Risk-Managers-COP.pdf?1360256414>
10. CRI: Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης. *Corporate Responsibility Index. CR Institue. CR Index.* Internet Version. <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=7>
11. CSE: CENTRE for SUSTAINABILITY and EXCELLENCE. *Who we are. From Commitment to Results.* Internet Version. <http://www.cse-net.org/>
12. CSR COMPASS. *Responsible supply chain management. Benefits of responsible supply chain management.* Internet Version. <http://www.csrcompass.com>
13. CSR EUROPE. *The European Business Network for Corporate Social Responsibility. Hellenic Network for Corporate Social Responsibility (Gefyra S.A.) - Solidarity Pylons (Social Action Institutions' Platform)* Internet Version. <http://www.csreurope.org/>
14. CSRindex. *EKE. Αρχική, Γενικά, Ο ρόλος των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders) της επιχείρησης στην EKE.* Internet Version. [www.csrindex.gr](http://www.csrindex.gr)
15. EbenGR. *Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής. Ο Οργανισμός EBEN στην Ελλάδα. Η λειτουργία μας.* Internet Version. <http://www.eben.gr>
16. Econews.gr. *Βράβευση εταιρειών που διακρίθηκαν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.* Internet Version. [www.econews.gr/2010/04/16/csr-index-awards/](http://www.econews.gr/2010/04/16/csr-index-awards/)
17. EURO2day. *Στους διεθνείς δείκτες FTSE4Good η Cosmote.* Internet Version. <http://www.euro2day.gr/news/enterprises/article/129203/stoys-diethneis-deiktes-ftse4good-h-cosmote.html>
18. European Commission. *GROWTH. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Industry. Corporate Social Responsibility (CSR).* Internet Version. [https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en)
19. European Social Survey. *HEKE στην Ελλάδα. HEKE.* Internet Version. <http://www.europeansocialsurvey.org/>

20. EVG. Bildung&Wissen. *Η Ευρωπαϊκή Ακαδημία για φιλικές προς το περιβάλλον μεταφορές*. Internet Version. [http://www.eva-akademie.de/ueber\\_uns/ueber\\_uns\\_gr/](http://www.eva-akademie.de/ueber_uns/ueber_uns_gr/)
21. FTSE Russell. *Your global index partner*. Internet Version. <http://www.ftserussell.com/>
22. FTSE Russell. *FTSE4Good Index Series. Ground Rules*. Internet Version. [http://www.ftse.com/products/downloads/FTSE4Good\\_Index\\_Series.pdf?32](http://www.ftse.com/products/downloads/FTSE4Good_Index_Series.pdf?32)
23. FTSE Russell. *FTSE4Good Index Series*. Internet Version. <http://www.euro2day.gr/news/enterprises/article/129203/stoys-diethneis-deiktes-ftse4good-h-cosmote.html>
24. Global Compact. Network Hellas. *Οικουμενικό Σύμφωνο ΟΗΕ. Τι είναι το Οικουμενικό Σύμφωνο. Ποιοι Είμαστε*. Internet Version. [http://www.globalcompactnetworkhellas.gr/portal/index.php?option=ozo\\_content&perform=view&id=137&Itemid=89&lang=](http://www.globalcompactnetworkhellas.gr/portal/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=137&Itemid=89&lang=)
25. GRI: Empowering Sustainable Decisions. *Information. ABOUT GRI*. Internet Version. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)
26. ICAP: *Βελτιώνεται η ΕΚΕ στην Ελλάδα, αλλά θέλει δουλειά ακόμη*. Internet version <http://www.tovima.gr/finance/finance-business/article/?aid=732422>
27. Intracom – Teleom. *Νέα της Εταιρίας. Δελτία Τύπου. Αρχείο Δελτίων Τύπων. Η Intracom Telecom Παρουσιάζει Πρωτοποριακό Σύστημα Υψηλής Χωρητικότητας Millimetre-Wave για Ταχύτητες Έως 10 Gbit/s. Intracom Telecom Παρουσιάζει Ενοποιημένη ΙοΤ Λύση Διαχείρισης Πόρων Για «Έξυπνες Πόλεις». Στρατηγική Συνεργασία μεταξύ της Intracom Telecom και της Nour Smart Solutions στη Μ. Ανατολή και Αφρική*. Internet Version. [www.intracom-telecom.com/gr/news/press.htm](http://www.intracom-telecom.com/gr/news/press.htm)
28. Intracom Telecom. *Η Intracom Telecom βραβεύει τις καλύτερες διπλωματικές εργασίες*. Internet version <http://www.capital.gr/epixeiriseis/3178070/i-intracom-telecom-brabeuei-tis-kaluteres-diplomatikes-ergasies>
29. Intracom Telecom: *Διάκριση στα Best City Awards*. Internet version <http://www.emea.gr/intracom-telecom-%CE%B4%CE%B9%CE%AC%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%B1-best-city-awards/495635/495635/>

30. IntracomTelecom: *Λύση για IoT για «Έξυπνες Πόλεις»*. Internet version  
<http://www.businessnews.gr/article/66109/intracom-telecom-lysi-iot-gia-exypnes-poleis>
31. IntracomTelecom. *Η Εταιρία. Εταιρική Επισκόπηση*. Internet Version.  
[http://www.intracom-telecom.com/gr/company/profile/intracom\\_telecom\\_glance.htm](http://www.intracom-telecom.com/gr/company/profile/intracom_telecom_glance.htm)
32. MEDA communication. Encouraging Corporate Sustainable Behavior. *Κοινωνικό Βαρόμετρο 2014. Κοινωνικός Αποκλεισμός. Ε.Κ.Ε.: Στρατηγική Προσέγγιση. Εταιρικός Εθελοντισμός*. Internet Version. [www.meda.gr](http://www.meda.gr)
33. MEDA communication. Encouraging Corporate Sustainable Behavior. *Σχετικά με την Εταιρία*. Internet Version. [www.meda.gr](http://www.meda.gr)
34. OpeneClass. *Διάλεξη. 2ο κεφάλαιο: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα. 3ο: Κεφάλαιο Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η Παγκοσμιοποίηση*. Internet Version.  
<http://eClass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE341/%CE%A3%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%94%CE%B9%CE%AC%CE%BB%CE%B5%CE%BE%CE%B7%203.pdf>
35. OSCE: Organization for Security and Co-operation in Europe. *Economic activities. Environmental activities*. Internet Version. <http://www.osce.org>
36. Power Health. *Ενέργειες ΕΚΕ*. Internet version  
<http://www.powerhealth.gr/etairiki-koinoniki-euthini/>
37. QualityNet FOUNDATION. *Δίκτυο Υπεύθυνων Οργανισμών και Ενεργών Πολιτών*. Προφίλ. Internet Version. [www.qualitynet.gr](http://www.qualitynet.gr)
38. QualityNet FOUNDATION. *Δίκτυο Υπεύθυνων Οργανισμών και Ενεργών Πολιτών. Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ΕΚΕ. Οι προσδοκίες για την ΕΚΕ. Οι προσδοκίες για την ΕΚΕ. ρόλος των επιχειρήσεων για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Το προφίλ του σημερινού καταναλωτή*. Internet Version.  
[www.alba.edu.gr](http://www.alba.edu.gr)
39. Samsung. *Μεγαλώνοντας και κάνοντας τα όνειρα πραγματικότητα. Το ινστιτούτο τεχνολογίας Samsung στην Ευρώπη*. Internet version <http://www.samsung.com/gr/aboutsamsung/samsungelectronics/corporatecitizenship/infographic-employmentcommunity/>

40. Αράπη, Δροσούλα, Μόλλα Αναστασία. *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η εφαρμογή της απο τις πολυεθνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα*. InternetVersion. <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1421418434.pdf?user>
41. ΒΙΚΙπαιδεία, ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια. *BayerischeMotorenWerke*. Internetversion<https://el.wikipedia.org/wiki/BMW>
42. ΒΙΚΙπαιδεία, ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια. *Samsung*. Internetversion<https://el.wikipedia.org/wiki/Samsung>
43. Βικιπαιδεία. *Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχάνων*. Internet Version. [https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%8D%CE%BD%CE%B4%CE%B5%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82\\_%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD\\_%CE%BA%CE%B1%CE%B9\\_%CE%92%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%8E%CE%BD](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%8D%CE%BD%CE%B4%CE%B5%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82_%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%92%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%8E%CE%BD)
44. Γεωμηλάς, Δημήτριος. *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις μεσαίες και μικρές Επιχειρήσεις. Η Διεθνής και Εθνική προοπτική*. InternetVersion. <http://www.srcosmos.gr/srcosmos/showpub.aspx?aa=9300>
45. Γεωργικόπουλου, Κων/νου. *Σημειώσεις και επιλογή σχετικών άρθρων για το εκπαιδευτικό σεμινάριο 'Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη'. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η Ελληνική Πραγματικότητα*. InternetVersion. [http://www.icbs.gr/innet/UsersFiles/students/tutor\\_notes/postgraduate/Stage\\_2/Georgikopoulos/CSR-Notes-2012-13.pdf](http://www.icbs.gr/innet/UsersFiles/students/tutor_notes/postgraduate/Stage_2/Georgikopoulos/CSR-Notes-2012-13.pdf)
46. Γιαλούρη, Λουκία. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Πολιτισμός*. Internet version. <http://eclass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE305/%CE%95%CE%9A%CE%95%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82%20-%20%CF%80%CF%84%CF%85%CF%87%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AE%20-%20%CE%9A%CE%B5%CF%86%204%20-%20SOS.pdf>
47. ΔιΑ Διαπολιτιστικό Ινστιτούτο Αλληλεγγύης. *MEDA Communiations: Κοινωνική ευαισθητοποίηση και ΕΚΕ*. Internet Version. <http://www.endiaferomai.gr/>

48. ΔΕΠΑ. *Δύναμη Ευθύνης για την Κοινωνία & το Περιβάλλον*. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ. InternetVersion.  
<http://www.depa.gr/content/article/002008004/16.html#>
49. Επιχειρώ. *Το περιβάλλον ως συνιστώσα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης: Η περίπτωση των Ελληνικών Επιχειρήσεων Υψηλής Κερδοφορίας*. InternetVersion. <http://www.epixeiro.gr>
50. Ευρωπαϊκή Επιτροπή. *Ευρώπη 2020. Προτεραιότητες. Βιώσιμη ανάπτυξη – προώθηση μιας πιο πράσινης, ανταγωνιστικής και αποτελεσματικής στη χρήση των πόρων*. Internet Version.[http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/sustainable-growth/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/sustainable-growth/index_el.htm)
51. Ευρωπαϊκή Επιτροπή. *ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΝΤΑΞΗ. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην ΕΕ*. InternetVersion. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=el>
52. Ζαφείρη, Μαρία. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Ηθικό επιχειρείν ή μέσο εξαγνισμού;* Internet version  
<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/mk/2012/ZafeiriMaria/attached-document-1332829680-759257-15999/ZafeiriMaria2012.pdf>
53. *Η ιστορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*. Internet version  
<https://sites.google.com/site/blueeef/e-koinonike-euthyne-tes-epicheireses/photostory>
54. ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη CSR*. Internet Version. <http://www.instofcom.gr>
55. ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ. *Λίγα Λόγια*. Internet Version.  
<http://www.prepare.gr/>
56. Καπασακαλίδης, Ιορδάνης. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η έννοια, η εφαρμογή και οι προοπτικές*. Internet version  
[http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1192/fin\\_20100457.pdf?sequence=1](http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1192/fin_20100457.pdf?sequence=1)
57. Καφετζή, Μαρία. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Χρηματοοικονομική απόδοση: Η περίπτωση Π.Γ ΝΙΚΑΣ Α.Β.Ε.Ε.*  
 Internetversion<http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/8644/1/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD>

[%CE%B7%20%CE%BA%CE%B1%CE%B9%20%CE%A7%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%91%CF%80%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%83%CE%B7.pdf](#)

58. Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας Ο.Π.Α. *Πιστοποιήσεις. United Nations Global Compact - Το Οικουμενικό Σύμφωνο*. Internet Version. <http://modip.aueb.gr/pistopoihseis/28-ungc>
59. ΟΠΑΠ. *ΟΠΑΠ Α.Ε ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ (ΕΚΕ)*. Internet version <http://www.opap.gr/el/web/corporate.opap.gr/49>
60. ΣΕΒ. *Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα. Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Βιομηχάνων. Ο ΣΕΒ. Ποιοί είμαστε. Τομείς Δράσης. Αναπτυξιακές Πολιτικές. Επιχειρηματικό Περιβάλλον και Ρυθμιστικές Πολιτικές. Ανθρώπινο Δυναμικό. Μακροοικονομική Ανάλυση & Ευρωπαϊκή Πολιτική. Βιομηχανία, Υποδομές & Νέα Οικονομία*. Internet Version. <http://www.sev.org.gr>
61. Το internet των Πραγμάτων στην Πόλη. *Με τη δική της SmartCity στη Βαρκελώνη, η Intracom Telecom*. Internet version <http://tech.in.gr/news/article/?aid=1500130891>
62. Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ορισμοί ΕΚΕ*. Internet version <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=5185>

## Άρθρα

1. Αυλωνάς Ν. (2006), «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι δημόσιες σχέσεις, αλλά ο σωστός τρόπος επιχειρηματικότητας», *Η Καθημερινή*, 3 Ιανουαρίου 2006.
2. Λεφοπούλου Α. (2003), «Επαναπροσδιορισμός της ΕΚΕ», περιοδ. "Marketing Week", 09-03



## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

Ελένη Τρίγκα Βασιλακοπούλου και Ζωή Γκλαβά, 2017