

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

**Πτυχιακή Εργασία**  
«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»

Ευαγγελία Μιχαλάκη

ΑΜ:15850

Μεσολόγγι , 2017

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

## **Πτυχιακή Εργασία**

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Ευαγγελία Μιχαλάκη

Επιβλέπων καθηγητής

Θεόδωρος Κροκίδας

Μεσολόγγι , 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.

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Με την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους βοήθησαν και συνέβαλαν με τον τρόπο τους στην ολοκλήρωσή της. Πρώτον απ' όλους τον καθηγητή, κο Θεόδωρο Κροκίδα , για την καθοδήγηση και τη συμβολή του στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας. Έπειτα, τα άτομα του οικογενειακού και φιλικού μου περιβάλλοντος για την στήριξη και την κατανόησή τους, σε όλη τη διάρκεια της μελέτης και ανάπτυξης της εργασίας.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της πτυχιακής μου εργασίας είναι να παρουσιάσω την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις επιχειρήσεις.

Σύμφωνα , με την βιβλιογραφία η εννοιολογική προσέγγιση της ΕΚΕ κυμαίνεται μεταξύ της επιχειρηματικής ηθικής και της εταιρικής διακυβέρνησης.

Ωστόσο , θα αναφερθούν οι σκοποί της ΕΚΕ μέσα στις επιχειρήσεις με απώτερο σκοπό την βελτίωση της εικόνας και της φήμης τους.

Επίσης , σημαντικό ρόλο έχουν και οι φορείς που απαρτίζουν την ΕΚΕ , όπως και το κέρδος που έχουν οι επιχειρήσεις από αυτήν τους την συνεργασία μέσα στις οικονομικές εξελίξεις που διανύει η Ελλάδα.

Αναλυτικά , στο πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται η ιστορική αναδρομή και εξέλιξη της ΕΚΕ , οι διαστάσεις που πήρε μέσα στις επιχειρήσεις και η πορεία της στην οικονομική κρίση.

Στο δεύτερο κεφάλαιο , επισημαίνεται η επιχειρηματική ηθική της ΕΚΕ , η εταιρική διακυβέρνηση , τα οφέλη της και οι λόγοι ανάπτυξής της.

Στο τρίτο κεφάλαιο , αναπτύσσεται η σχέση της ΕΚΕ με την οικονομία , η υπευθυνότητα των επιχειρήσεων , οι φορείς που απαρτίζουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη και το κέρδος των επιχειρήσεων από την συμβολή της.

Τέλος , στο τέταρτο κεφάλαιο θα επισημάνω δείγματα καλών πρακτικών και κάποιες βραβεύσεις σε γνωστές εταιρείες που προτίμησαν για πρώτη φορά την ΕΚΕ και εξελίχθηκαν με την βοήθεια της.

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	5
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	10
1 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	12
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ .....	12
1.1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ .....	12
1.2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ .....	13
1.2.2 ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΕΚΕ ΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	14
1.2.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ .....	15
1.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ .....	16
1.3.1 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΟΚΑΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	17
1.3.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΚΕ .....	17
1.3.2 ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ .....	19
2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	21
2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΕ .....	21
2.1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΕ .....	21
2.2 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ.....	22
2.3.1 ΟΦΕΛΗ ΕΚΕ.....	23
2.3.2 ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΕ .....	26
2.3.3 ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΚΕ.....	27
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 .....	28
2.3.4 ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΚΕ.....	28
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.....	29

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7.....	29
2.3.5 ΑΝΑΣΤΑΛΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΚΕ.....	30
<b>3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....</b>	<b>31</b>
3.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΚΕ .....	31
3.1.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΚΕ.....	31
3.2 ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	32
3.3 ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΕΚΕ.....	33
3.4 ΚΕΡΔΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	36
3.5 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΗΝΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΔΟΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	37
<b>4 ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΚΕ &amp; ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....</b>	<b>38</b>
4.1 ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΚΕ.....	38
4.1.1 ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΚΕ.....	38
4.1.2 ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	39
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	41
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	43

## **ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ**

---

Παρουσιάζονται συνοπτικά όλες οι σημαντικές συντομογραφίες που έχουν χρησιμοποιηθεί στο κείμενο της πτυχιακής π.χ.:

ΤΕΙ : Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα

ΕΚΕ : Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

ΜΚΟ : Μη Κυβερνητικός Οργανισμός



## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

---

Στην περίπτωση χρήσης ορολογίας από ξενόγλωσση βιβλιογραφία, η οποία δεν έχει αποδοθεί επισήμως στην ελληνική γλώσσα, μπορεί να αναφερθεί σε αυτήν την ενότητα η απόδοση στην ελληνική που θεωρείται περισσότερο δόκιμη. π.χ.:

Internet: Διαδίκτυο

Newsletter: Ενημέρωση νέων προϊόντων ή προσφορές

Brand :Είδος / Μάρκα

On – Offline :Εντός – Εκτόςσύνδεσης

Stakeholders: Ενδιαφερόμενα μέρη

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

---

Κάθε οργανισμός είτε πρόκειται για ιδιωτική επιχείρηση είτε για δημόσιο οργανισμό, ακόμη και για Μη Κυβερνητικό Οργανισμό έχει την ανάγκη της επικοινωνίας για να εδραιώσει την φήμη και να αποκτήσει την καλύτερη εικόνα , επιδιώκοντας να διαμορφώσει την ταυτότητα του και να διακριθεί ανάμεσα σε ομοειδούς οργανισμούς.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένας απ' τους πιο δυναμικούς τομείς για την σύγχρονη επιχείρηση. Οι δραστηριότητες της βασίζονται κατά κύριο λόγο στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης , της κοινωνικής συνοχής και της βιωσιμότητας.

Τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις έχουν αφήσει πίσω τις παραδοσιακές αντιλήψεις και έχουν στραφεί σταδιακά σε μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της ΕΚΕ στο εσωτερικό αλλά και εξωτερικό περιβάλλον.

Πρέπει στο σημείο αυτό να αναφερθεί ότι η Εταιρική Κοινωνική ευθύνη είναι εθελοντική, δεν επιβάλλεται δηλαδή νομικά, αλλά στην ουσία είναι μία φιλοσοφία η οποία και βρίσκεται μέσα στην ψυχή της κάθε επιχείρησης η οποία μπορεί και ασπάζεται και υπηρετεί τις ανθρώπινες αξίες.

Στόχος της ΕΚΕ , ήταν και είναι, οι εταιρείες να ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες, στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.

Στο πλαίσιο αυτό η εταιρική κοινωνική ευθύνη θα πρέπει να αποτελέσει την βάση της εταιρικής δεοντολογίας και την αντιμετώπιση του περιβάλλοντος και του οικονομικού γίνεσθαι στην σύγχρονη αγορά και για τον λόγο αυτό ολοένα και περισσότερες εταιρείες είναι αυτές που αντιλαμβάνονται ότι η προσέγγιση αυτή θα αποφέρει ποικίλα οφέλη για αυτές.

Επιπρόσθετα , η ΕΚΕ ορίζει ότι μια εταιρεία είναι κοινωνικά υπεύθυνη , όταν όχι μόνο συμμορφώνεται με τους νόμους αλλά εισχωρεί εθελοντικά σε δράσεις και

ενέργειες που υπερβαίνουν τις υποχρεώσεις και έχουν άμεση σχέση με τους stakeholders , μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένη και η κοινωνία.

Σε γενικές γραμμές η ΕΚΕ αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην συμβολή της αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων.

Συνοπτικά , η ΕΚΕ δραστηριοποιείται σε κλάδους όπως η πολιτική , η κοινωνία , η οικονομία και το περιβάλλον.



Εικόνα 1

Πηγή: <https://www.multipure.gr%2Fetairia%2Fetairiki-koinoniki-euthini>

# **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

---

## **1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ**

### **1.1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ**

Η ιστορία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έχει ξεκινήσει πολλά χρόνια πριν. Από τα μέσα του 18<sup>ο</sup> αιώνα οι επιχειρήσεις έστρεψαν το ενδιαφέρον τους στους υπαλλήλους. Οι επιχειρήσεις με αυτήν τους την πράξη ήθελαν να κερδίσουν ένα πιο παραγωγικό προσωπικό , ώστε να φέρουν καλύτερα αποτελέσματα μέσα στον εργασιακό χώρο. Με αυτή την στροφή οι επιχειρήσεις βελτιώθηκαν ποιοτικά αλλά και ποσοτικά , αφού και τα κέρδη τους φάνηκαν να αυξάνονται ραγδαία.

Η ΕΚΕ μέσα στις επιχειρήσεις έπαιξε σημαντικό ρόλο. Αφού βασικό της μέλημα ήταν να εξασφαλίσει στις επιχειρήσεις την καλύτερη εταιρική διακυβέρνηση και την ομαλή εξέλιξή της μέσα στο πέρασμα των χρόνων.

Όσο περνούσαν τα χρόνια τα πράγματα γίνονταν όλο και πιο περίπλοκα ανάμεσα στις σχέσεις των εργαζομένων αλλά και των προμηθευτών , αφού οι απαιτήσεις άλλαζαν χρόνο με τον χρόνο.

Με την υποστήριξη της ΕΚΕ και μέσω των διαφόρων προγραμμάτων που είχε , η επίλυση των προβλημάτων ήταν πιο άμεση και καθιστούσε πιο υγιή την εταιρεία και το εσωτερικό της.

Τέλος , το 1930 οι επιχειρήσεις μέσω της ΕΚΕ αποσκοπούσαν σε ένα κερδοσκοπικό χαρακτήρα το οποίο αντλούσε την αναγνωρισιμότητα και την αποδοχή των εργαζομένων , των πελατών και ενδιαφερόμενων μερών.

## 1.1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ

Η εξελικτική ιστορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης επανεμφανίζεται και πάλι απ' τον Harold Burson ιδρυτή του Παγκόσμιου Δικτύου της Burson – Masteller.

Η ΕΚΕ απασχολεί πολλά χρόνια την Ευρωπαϊκή Ένωση , αφού ξεκινά από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα.

Στην δεκαετία του '70 οι επιχειρήσεις στρέφουν τον ενδιαφέρον τους σε θέματα περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος και προβληματισμού χωρίς αυτό να σχετίζεται με τα οικονομικά οφέλη τους. Συνεχίζοντας , στην δεκαετία του '80 οι επιχειρήσεις εξετάζουν την πλευρά της κοινωνικής υπευθυνότητας και τον σεβασμό προς τις τοπικές κοινωνίες , που συμπεριλάμβανε τους εργαζόμενους , τους αγοραστές , τους προμηθευτές και τους επενδυτές. Συνοπτικά , στην δεκαετία του '90 η ΕΚΕ ασχολήθηκε με την ενδυνάμωση της κοινωνικής υπευθυνότητας με πολλές επιχειρησιακές δραστηριότητες<sup>1</sup>.

Σε διεθνές επίπεδο η ΕΚΕ ξεκίνησε στις ΗΠΑ στις αρχές του 1930 με την μορφή φιλανθρωπίας. Όπου τον Μάρτιο του 2000 στην συνάντηση κορυφής του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στη Λισαβόνα , έβαλε την ΕΚΕ στο Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Πρόγραμμα , ενώ τον Ιούλιο του 2001 η Επιτροπή παρουσίασε την Πράσινη Βίβλο με τίτλο «Προώθηση του Ευρωπαϊκού Πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη».

Ωστόσο , είχε σχολιάσει και η υπουργός Παιδείας και Διά Βίου Μάθησης & Θρησκευμάτων , κυρία Άννα Διαμαντοπούλου ότι «η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια ευκαιρία αμφίδρομου οφέλους όχι μόνο για τις εταιρείες και τους επενδυτές αλλά και για τους Ευρωπαίους πολίτες ».

---

<sup>1</sup> Μ. Βαξεβανίδου, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, 2011, Αθήνα

## 1.2. ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΕΚΕ ΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις θέλησαν να συνεργαστούν με την ΕΚΕ. Αυτό έδινε στην επιχείρηση ένα χαρακτήρα κοινωνικό , εθελοντικό και περιβαλλοντικό. Η ΕΚΕ προσπαθούσε να λύσει τα προβλήματα ανάμεσα στους εργαζόμενους , δηλαδή να τους παρέχει την ενημέρωση πάνω στο αντικείμενο που θα τους απασχολήσει , την καλύτερη ισορροπία ανάμεσα στις εργασιακές σχέσεις , την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες.

Σε εθελοντικό χαρακτήρα οι επιχειρήσεις επιδίωκαν εκδηλώσεις με ΜΚΟ. Αυτό σήμαινε καινούργιες θέσεις εργασίας , μισθούς και κοινωνικές παροχές. Οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς μπορούσαν να συμβάλλουν στην προώθηση των διεθνών προτύπων.

Απ' την άλλη η περιβαλλοντική στάση της ΕΚΕ , ήταν να ελέγχει τις καλύτερες και πιο μη ρυπογόνες ουσίες για το περιβάλλον. Δηλαδή , να ρυθμίζει τον έλεγχο χρήσης της ενέργειας , να δεσμεύει τη χρήση και την παραγωγή ανακυκλώσιμων υλικών αυξάνοντας την αυθεντικότητα των προϊόντων και την ελαχιστοποίηση της συσκευασίας μέσα από τον σχεδιασμό τους. Και τέλος , να αντισταθμίζει τις ρυπογόνες εκπομπές με ισοδύναμη μείωση τους<sup>2</sup> .

---

<sup>2</sup> Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

## 1.2.1 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η βασική παράμετρος στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Έχει ως στόχο την ενσωμάτωση και την διαχείριση των επιχειρήσεων με βασική αρχή την επικοινωνία και την ανταλλαγή απόψεων σε σχέση με τα ενδιαφερόμενα μέρη<sup>3</sup>.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δραστηριοποιείται σε τομείς όπως η ασφάλεια και η υγιεινή των εργαζομένων μέσα στις επιχειρήσεις, στην ενίσχυση της διαφάνειας και στην προάσπιση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, στην κλιματική αλλαγή αλλά και στην προστασία του περιβάλλοντος, όπως και στην συνεισφορά στις τοπικές κοινωνίες, στην συνεχή βελτίωση των εργασιακών πρακτικών και τέλος στις ηθικές πρακτικές της αγοράς<sup>4</sup>.

Η εφαρμογή της Στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης προκαλεί κάποια ερωτήματα από τα προβλήματα που προκύπτουν αναφορικά με την ικανοποίηση όλων των συμφερόντων και των συμμετεχόντων καθώς κάποια από αυτά προσκρούουν μεταξύ τους. Πολλές έρευνες έχουν αποδείξει ότι τα βραχυπρόθεσμα κέρδη των εταιρειών των οποίων τα στελέχη περιλαμβάνουν στην στρατηγική τους κοινωνικούς στόχους, άλλες φορές αυξάνονται και άλλες φορές μειώνονται. Ωστόσο άλλες έρευνες αποδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποδίδουν μακροπρόθεσμα.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> MORAX Εκδόσεις, «Ειδική Έκδοση: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»

<sup>4</sup> Μ. Βαξεβανίδου, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, 2011, Αθήνα

<sup>5</sup> <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1421418434.pdf?user>

Στρατηγική εταιρική κοινωνική ευθύνη, σελίδα 26

### **1.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κάνει την εμφάνισή της στην Ελλάδα το 1999 με την ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου. Πολλές ήταν και οι επιχειρήσεις που επένδυσαν στην ΕΚΕ. Ωστόσο, μέσα από μελέτες φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με όλους τους stakeholders έχουν 4 φορές μεγαλύτερη ανάπτυξη από εκείνες που είναι επικεντρωμένες μόνο στους μετόχους τους.

Ας έρθουμε λοιπόν στην σημερινή Ελλάδα με την οικονομική κρίση. Οι συνθήκες της καθημερινότητας έχουν διαφοροποιηθεί κατά πολύ. Έχει μειωθεί η αγορά των αγαθών και το ποσοστό ανεργίας ανεβαίνει με ραγδαίους ρυθμούς. Σύμφωνα με την κρίση η ηθική των κομμάτων ορίζει τη ηθική των επιχειρήσεων και συνάμα των πολιτών – καταναλωτών.

Γι' αυτό βασικός στόχος της ΕΚΕ δεν είναι η προβολή των επιχειρήσεων αλλά η εξισορρόπηση κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης με κοινωφελή σκοπό.

Μέσα από κάποια προγράμματα, η ΕΚΕ δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να διατηρούν την φήμη τους και να προσελκύουν νέους πελάτες.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενισχύει την εταιρική εικόνα και προωθεί την οικονομική ανάπτυξη, εξασφαλίζοντας την εμπιστοσύνη των πελατών και το ενδιαφέρον των κοινωνικών εταίρων με αποτέλεσμα την απόκτηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων<sup>6</sup>.

Ένα δομημένο πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης βοηθάει την εταιρεία να κερδίζει και να ισχυροποιεί διαρκώς την εμπιστοσύνη των πελατών και των εργαζομένων της, αλλά και την προτίμηση τους για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Συλλογικό έργο, Σύγχρονα Ζητήματα Εταιρικής Ευθύνης, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2003

<sup>7</sup> Μ. Βαξεβανίδου, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, 2011, Αθήνα



### 1.3.1 ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΟΚΑΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Πέρα απ' την οικονομική κρίση στις επιχειρήσεις υπάρχει και το οικολογικό πρόβλημα που προκαλούν οι ίδιες οι επιχειρήσεις. Ο άνθρωπος είναι ο βασικός ύποπτος αυτής της δυσάρεστης κατάστασης που βρίσκεται το περιβάλλον. Η φυσική κατάσταση του περιβάλλοντος καταπονείται καθημερινά και μειώνονται οι αντοχές του για την αποκατάσταση και την επαναφορά στην αρχική του κατάσταση.

Μερικές φορές φαίνονται μικρές οι συνέπειες , αλλά στην ουσία έχει δημιουργηθεί ένα πολύ μεγάλο πρόβλημα τόσο απ' τον άνθρωπο όσο και απ' το κοινωνικό σύνολο. Η μανία του ανθρώπου να επωφεληθεί οικονομικά απ' τις δραστηριότητες του , τον έκανε να μην σταματήσει και να συνεχίσει να μολύνει και να ρυπαίνει το περιβάλλον. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να δημιουργείται η ατμοσφαιρική ρύπανση , η ρύπανση των υδάτων αλλά και η ρύπανση του εδάφους.

### 1.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΚΕ

- Τοπικές κοινότητες
- Επιχειρηματικοί εταίροι , προμηθευτές , καταναλωτές
- Ανθρώπινα δικαιώματα
- Περιβάλλον
- Προώθηση Σκοπού (Cause Promotion )
- Μάρκετινγκ Σκοπού ( Cause Related Marketing)
- Κοινωνικό Μάρκετινγκ (Corporate Social Marketing )
- Εταιρική Φιλανθρωπία ( Corporate Philanthropy )
- Εταιρικός Εθελοντισμός ( Community Volunteering )

- Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές (Social Responsible Business Practices )<sup>8</sup>

Τα Ανθρώπινα Δικαιώματα αποτελούν ηθικές αρχές που θέτουν πρότυπα ανθρώπινης συμπεριφοράς και προστατεύονται ως νόμιμα δικαιώματα από το εθνικό και διεθνές δίκτυο.

#### Προώθηση Σκοπού (CausePromotion )

Μια επιχείρηση μπορεί να εξασφαλίσει κεφάλαια από εισφορές για να αυξήσει την επίγνωση και το ενδιαφέρον σχετικά με έναν κοινωνικό σκοπό ή να υποστηρίξει χρηματοδότηση για την υλοποίηση μιας κοινωνικής δράσης.

#### ΜάρκετινγκΣκοπού( Cause Related Marketing)

Μια επιχείρηση δεσμεύεται να προσφέρει ένα ποσοστό των εσόδων της για να βοηθήσει ένα μη κυβερνητικό οργανισμό μέσω των πωλήσεων από το συγκεκριμένο προϊόν της. Με αυτή την δράση αυξάνει τις πωλήσεις τις και υποστηρίζει μια φιλανθρωπική δράση.

#### ΚοινωνικόΜάρκετινγκ(Corporate Social Marketing )

Μια εταιρεία έχει σκοπό την υλοποίηση και την ανάπτυξη μιας καμπάνιας , με στόχο την αλλαγή συμπεριφοράς με σκοπό την βελτίωση της δημόσιας υγείας , του περιβάλλοντος και γενικότερα της κοινωνικής ευημερίας.

#### Εταιρική Φιλανθρωπία ( CorporatePhilanthropy )

Μια επιχείρηση μπορεί να κάνει μια προσφορά σε ένα φιλανθρωπικό ίδρυμα , με την μορφή μετρητών αλλά και δωρεών.

#### Εταιρικός Εθελοντισμός ( CommunityVolunteering )

---

[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)

Μια επιχείρηση ενθαρρύνει τους εργαζόμενους και τους συνεργάτες να προσφέρουν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους για να στηρίξουν ένα έργο των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων και της τοπικής κοινωνίας.

Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές  
(Social Responsible Business Practices)

Υιοθετούν και διεξάγουν επιχειρηματικές πρακτικές για να υποστηρίξουν κοινωνικούς σκοπούς με στόχο την κοινωνική ευημερία και την προστασία του περιβάλλοντος.<sup>9</sup>

## 1.4 ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΚΕ

- Corporate Social Responsibility (CSR) : Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- Stakeholder Groups / Stakeholders : Ενδιαφερόμενα μέρη
- Sustainable Development : Βιώσιμη Ανάπτυξη
- Non – Governmental Organization (NGO) : Μη Κυβερνητικός Οργανισμός
- Continuous Improvement : Συνεχής Βελτίωση
- Stakeholder Engagement: Διάλογος με ενδιαφερόμενα μέρη

## 1.5 ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΕ ΕΝΝΟΙΕΣ

Η σημαντικότερη συναφής με την ΕΚΕ έννοια, είναι αυτή των «ενδιαφερομένων μερών» ή «stakeholders» ή «συμμετεχόντων». Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης, το οποίο βρίσκεται σε μια διαδραστική σχέση με αυτήν και έχει ενδιαφέρον για τις δραστηριότητές τους. Ενδεικτικά στα ενδιαφερόμενα μέρη συγκαταλέγονται οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι

<sup>9</sup>[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.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&](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.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&)



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>Ο</sup> ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

---

### **2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΕ**

#### **2.1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΗΘΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΕ**

Μέσα στις επιχειρήσεις προκύπτουν πολλές φορές διάφορα και άλυτα προβλήματα. Με την βοήθεια των ειδικών marketing και την καθοδήγηση της ΕΚΕ , δεν τίγεται η ηθική των επιχειρήσεων.

Ηθική είναι: Α) βεβαίως, η συμμόρφωση προς πρότυπα νομικά, ρυθμιστικά, επαγγελματικά και επιχειρηματικά και η τήρηση υποσχέσεων και υποχρεώσεων, Β) αλλά κατά κύριο λόγο, η υιοθέτηση γενικών ηθικών αρχών για τη δικαιοσύνη, την τιμιότητα, την ειλικρίνεια και το σεβασμό και η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δράσης μέσα στο πλαίσιο τους και (ιδίως) η υποταγή στο μη επιβαλλόμενο. Η Ηθική μέσα σε μια εταιρία: Συνδέεται με τη συμπεριφορά. Δημιουργεί μια κουλτούρα, που διαχέεται σε όλη την εταιρία. Αφορά όλους τους ενδιαφερόμενους, τους οποίους και οφείλει να ενημερώνει. Έχει ως βάση ότι όλοι οι ενδιαφερόμενοι πρέπει να ωφελούνται από τις δράσεις της επιχείρησης.<sup>11</sup>

Με την σωστή διακυβέρνηση της επιχείρησης επιτυγχάνεται η καλύτερη φήμη της εταιρείας , η ανταπόδοση των εργαζομένων , η σωστή επικοινωνία ανάμεσα στους προμηθευτές και γενικά το αντίκτυπο της επιχείρησης . Από μελέτες που έχουν γίνει οι πολίτες – καταναλωτές , σύμφωνα με την φήμη και την καλή εικόνα της εταιρείας αλλά και το περιβαλλοντικό της ενδιαφέρον , προτιμούν να αγοράσουν ένα προϊόν έστω και πιο ακριβό αφού σέβεται το φυσικό περιβάλλον.

---

<sup>11</sup>[http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/978/log\\_20080282.pdf?sequence=1](http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/978/log_20080282.pdf?sequence=1)  
Ο ρόλος της ηθικής στον εργασιακό χώρο , σελίδα 16 , παράγραφος 2

## 2.2 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Στην Ελλάδα θέματα εταιρικής διακυβέρνησης ρυθμίζονται κυρίως από τους νόμους 3016/2002, 3601/2007 και 3873/2010. Αποσκοπούν στη διασφάλιση της χρηματοοικονομικής σταθερότητας, της διαφάνειας των συναλλαγών και της ενίσχυσης του ανταγωνισμού που αποτελούν καταστατική και θεσμική ευθύνη της επιχείρησης. Η ευθύνη αυτή που έχει ανατεθεί από την πολιτεία αφορά όχι μόνο το θέμα σχέσεων των εταιριών, αλλά το ευρύτερο πλαίσιο των ρυθμίσεων στον χρηματοπιστωτικό τομέα.

Σε κάθε επιχείρηση υπάρχει η εταιρική διακυβέρνηση , δηλαδή το σύστημα αρχών για την οργάνωση , λειτουργία και διοίκηση. Όσες εταιρείες αποτελούν αυτή την αρχή μπορούν να έχουν υγιή και μακροχρόνια επιχειρηματική ανάπτυξη<sup>12</sup>.

Με τον όρο εταιρική διακυβέρνηση μπορούμε να πούμε ότι έχει αλληλένδετη σχέση με τους όρους διαφάνεια , πληροφόρηση , ενδιαφερόμενα μέρη και ανάπτυξη.

Αναλυτικά , με τον όρο διαφάνεια εννοούμε την παροχή πληροφοριών που αφορούν τις αξιολογήσεις και τις αποφάσεις τις εταιρείας προς το ευρύ κοινό. Η διαφάνεια βοηθάει τον πελάτη – καταναλωτή να καταλάβει την πολιτική της εκάστοτε επιχείρησης.

Με τον όρο πληροφόρηση εννοούμε την ενημέρωση των προϊόντων μέσα απ' τον ιστότοπο της επιχείρησης με διάφορα brand και ενημερωτικά δελτία. Επίσης , η σωστή επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη που είναι μεταξύ εργαζομένων , προμηθευτών και γενικά της διοίκησης μιας επιχείρησης καθιστά και καλύτερα αποτελέσματα προς το εξωτερικό περιβάλλον.

Μέσα από αυτούς τους όρους έρχεται και η ανάπτυξη της επιχείρησης. Όταν όλα τα σκαλοπάτια της επιχείρησης λειτουργούν κατά τους ακόλουθους τρόπους τότε έρχεται και η κερδοφορία.

---

<sup>12</sup> Taylor & Francis Ltd, Corporate Social Responsibility, 2012, Λονδίνο

## 2.3 ΟΦΕΛΗ ΕΚΕ

Η ΕΚΕ αποδίδει πολύπλευρα οφέλη. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο πιστεύει ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον την καθιστά πιο ανταγωνιστική και πιο ανθεκτική σε περιόδους κρίσης.

Σημαντικό ρόλο παίζει η φήμη και η αξία μιας επιχείρησης , αφού πολλοί εργαζόμενοι επιθυμούν να εργάζονται σε μια «συμπαθή» επιχείρηση και με «καλό όνομα» προς το ευρύ κοινό.

Επίσης , όσο οι εργαζόμενοι αποδίδουν , τόσο και η εταιρεία γίνεται πιο ανταγωνιστική , μέσω της βελτίωσης των προϊόντων και με ενδυνάμωση των brandμέσω του διαδικτύου.

Επιπρόσθετα , η προμήθεια κατάλληλου εξοπλισμού για την μείωση ρύπων αποτελεί επένδυση για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

### Οφέλη ανά πεδίο

#### Χώροι εργασίας

- Ελκυστικό περιβάλλον
- Κίνητρο παραγωγικότητας
- Παράδοση έργων έγκαιρα
- Πίστη προσωπικού

#### Αγορά

- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Βελτίωση της αλυσίδας παραγωγής
- Ενδυνάμωση του brandμέσω της αναγνωρισιμότητας

#### Περιβάλλον

- Οικονομία ενεργειακών πόρων

- Μείωση αποβλήτων
- Εξοικονόμηση κόστους

Επιπλέον το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αναφέρει και αυτό με τη σειρά του τα οφέλη που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις εφαρμόζοντας δράσης ΕΚΕ. Αυτές είναι:

### ***Ενίσχυση εταιρικής εικόνας και φήμης***

Σε μια εποχή όπου η φήμη και η εικόνα μιας επιχείρησης θεωρούνται από τα πλέον πολύτιμα στοιχεία της, η υιοθέτηση της ΕΚΕ μπορεί να οικοδομήσει, σε όλους όσους εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με τις δραστηριότητές της, πιστότητα και εμπιστοσύνη, εξασφαλίζοντας έτσι ένα λαμπρό μέλλον.

### ***Αφοσιωμένοι υπάλληλοι***

Η εφαρμογή της ΕΚΕ από τις εταιρείες μπορεί να επηρεάσει πολύ την προσέλκυση και διατήρηση αφοσιωμένων παραγωγικών εργαζομένων. Οι εργαζόμενοι θέλουν και καλές αμοιβές και καλές προοπτικές- όμως όλο και περισσότερο θέλουν επίσης να αισθάνονται υπερήφανοι για την επιχείρηση που εργάζονται. Όπως είπε και ο Διευθύνων Σύμβουλος μιας πολυεθνικής επιχείρησης «οι άνθρωποι δεν θέλουν να αισθάνονται αμηχανία όταν χρειαστεί να πουν για ποιόν εργάζονται».

### ***Προστασία από αιφνιδιασμούς***

Θα μπορούσαμε επίσης να πούμε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί τη μοναδική ίσως εσωτερική και εξωτερική θωράκιση της επιχείρησης απέναντι σε πιέσεις ή φαινόμενα που υποσκάπτουν την αξιοπιστία της. Με την εθελοντική εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ οι επιχειρήσεις δείχνουν τη θετική τους τοποθέτηση απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Με τον τρόπο αυτό αποκτούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και γίνονται πιο ανθεκτικές σε αιφνιδιασμούς.



### ***Αύξηση παραγωγικότητας***

Η ΕΚΕ μπορεί επίσης να αυξήσει την παραγωγικότητα. Για παράδειγμα, επιχειρήσεις που βελτιώνουν τις συνθήκες και πρακτικές εργασίας διαπιστώνουν μείωση των ελαττωματικών ή άχρηστων εμπορευμάτων.

### ***Ένταξη σε ειδικούς δείκτες***

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να ενταχθούν σε ειδικούς χρηματοπιστηριακούς και τραπεζικούς δείκτες αξιολόγησης, με αποτέλεσμα να προσελκύουν περισσότερες επενδύσεις και να έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

### ***Μείωση λειτουργικού κόστους***

Η ένταξη της ΕΚΕ στις επιχειρηματικές στρατηγικές μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα τη μείωση του λειτουργικού κόστους. Αυτό μπορεί να γίνει με προγράμματα βελτιωμένης αποδοτικότητας στη χρήση ενέργειας και φυσικών πόρων, μείωση των αποβλήτων, πώληση ανακυκλωμένων υλικών, κ.τ.λ.

### ***Νομιμότητα των εταιρειών***

Οι εταιρείες αποδεχόμενες την ευθύνη που έχουν απέναντι στο κοινωνικό σύνολο, επιθυμούν αυτοβούλως τη νομιμοφροσύνη. Έτσι σταδιακά εξαλείφονται φαινόμενα διαφθοράς και αθέμιτου ανταγωνισμού, όπως δωροδοκίες, εξαναγκασμοί και εκβιασμοί<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Kotler Philip, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Economica Publishing, Αθήνα, 2009, Συντελεστές Σμαραγδή Μυρτώ

## 2.4 ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΕ

Οι λόγοι ανάπτυξης της ΕΚΕ είναι βασικοί για να μπορούν και οι επιχειρήσεις να συμβαδίσουν στην αλλαγή των χρόνων. Αυτό σημαίνει ότι περνώντας τα χρόνια η τεχνολογία εξελίσσεται και στην αγορά υπάρχουν καλύτερα μηχανήματα , τα οποία και αποδίδουν καλύτερα και βοηθούν περισσότερο τους εργαζομένους , αποφεύγοντας τόσο τη χειρωνακτική εργασία.

Επίσης , η «κοινωνία της πληροφόρησης πλέον είναι ένα σημαντικό κομμάτι κάθε επιχείρησης , το όποιο την κάνει πιο γνώστη στο ευρύ κοινό , την βοηθάει ώστε να παρουσιάσει μεγάλη γκάμα προϊόντων , ακόμη και να γίνονται onlineαγορές με εύκολους και προσιτούς τρόπους.

Εντούτοις , η γρήγορη αύξηση της τεχνολογίας οδήγησε σε καινοτόμες ιδέες και καινοτόμα προϊόντα. Αυτή η ραγδαία εξέλιξη οδηγεί την επιχείρηση σε μακράς διάρκειας επιτυχία , όχι μέσω των προϊόντων αλλά των υπηρεσιών που την κάνουν πιο ανταγωνιστική ώστε να εξασφαλίσει την υψηλή ποιότητα και να υιοθετήσει ευαίσθητες πρακτικές στις κοινωνικές ανάγκες.

Σύμφωνα , με τα παραπάνω το φαινόμενο του ανταγωνισμού έγκειται μέσα στις επιχειρήσεις. Αφού αυτές έχουν χάσει τη σιγουριά του μονοπωλίου και δημιουργείται μια σύγχυση. Στην αγορά υπάρχουν προϊόντα με διάφορες τιμές ελκυστικές για τους πελάτες , με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις να χάνονται απ' τον χάρτη της αγοράς<sup>14</sup>.

Γι' αυτό και η διαφορά ανάμεσα στις νικήτριες και στις χαμένες φαίνεται από την αποτελεσματική δραστηριότητα της ΕΚΕ.

Οι κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις, σε μεγάλο βαθμό, συμβάλλουν στην ανάπτυξη και περαιτέρω οικονομική ωρίμαση γεωγραφικών περιοχών, οι οποίες υπολείπονται από πλευράς ευημερίας και κοινωνικές συνοχής. Αυτό απαιτεί ραγδαία έξοδο από το παραδοσιακό κακό παρελθόν της επιχειρηματικότητας, η οποία πολλές φορές έχει

---

<sup>14</sup> Taylor & Francis Ltd, Corporate Social Responsibility, 2012, Λονδίνο

συνδεθεί με περιβαλλοντικές, επιβαρύνσεις και κοινωνικές εξάρσεις, ιδιαίτερα σε αναπτυσσόμενες περιοχές του πλανήτη<sup>15</sup>.

## **2.5 ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΚΕ**

Η ΕΚΕ δρα σε 4 βασικούς άξονες.

Βασικοί άξονες δράσης ΕΚΕ<sup>16</sup>:

1. Ανθρώπινο Δυναμικό
2. Περιβάλλον
3. Κοινωνία
4. Αγορά

Τα περισσότερα κονδύλια δαπανήθηκαν για τον τομέα του Ανθρώπινου Δυναμικού , που καταλαμβάνουν το 35% του μεριδίου (διάγραμμα 1) , ενώ το 30% αντιστοιχεί στην κοινωνία και το 25% με το 10% στο Περιβάλλον και την Αγορά αντίστοιχα.

Συγκριτικά , με παλαιότερες έρευνες παρατηρείται ότι το ποσοστό του Ανθρώπινου Δυναμικού είναι αρκετά πιο αυξημένο (29%). Η παραπάνω αύξηση αποδεικνύει ότι στόχος των εργοδοτών είναι η ικανοποίηση των εργαζομένων , στοχεύοντας στην βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος. Επιπλέον , γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι μεγάλη σημασία αποτελεί η προσφορά του κοινωνικού συνόλου , παρά τις δύσκολες συνθήκες που επικρατούν δεδομένης της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης.

---

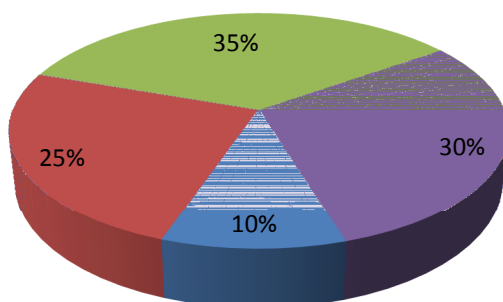
<sup>15</sup> Μ. Βαξεβανίδου, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, 2011, Αθήνα

<sup>16</sup> Συλλογικό έργο, Σύγχρονα Ζητήματα Εταιρικής Ευθύνης, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα,

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1<sup>17</sup>

### ΚΑΤΑΝΟΜΗ % ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΚΕ ΑΝΑ ΠΕΔΙΟ

■ ΑΓΟΡΑ ■ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ■ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ■ ΚΟΙΝΩΝΙΑ



## 2.6 ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΕΚΕ

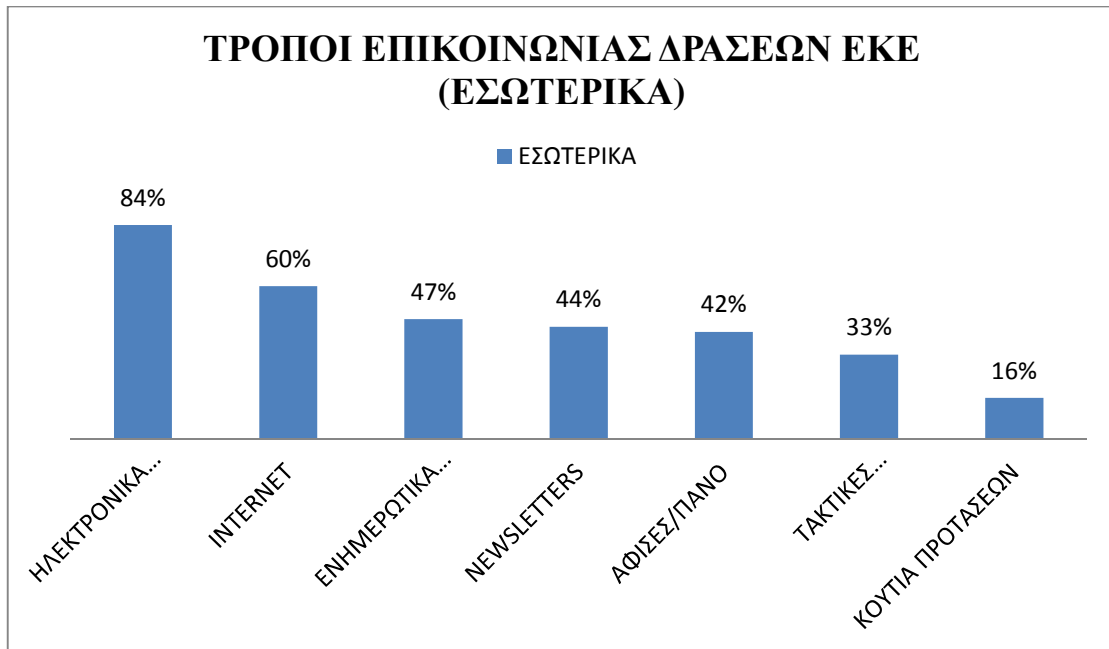
Οι εφαρμοζόμενες δράσεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων επικοινωνούν τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά με διάφορους μηχανισμούς.

Ο πιο γνωστός μηχανισμός και πιο συχνά εμφανιζόμενος μηχανισμός στο εσωτερικό της εταιρίας είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο / υπομνήματα (84%) , στη συνέχεια εμφανίζεται το internet(60%) και τα ενημερωτικά φυλλάδια ή εσωτερικά βίντεο (47%). (διάγραμμα 2)

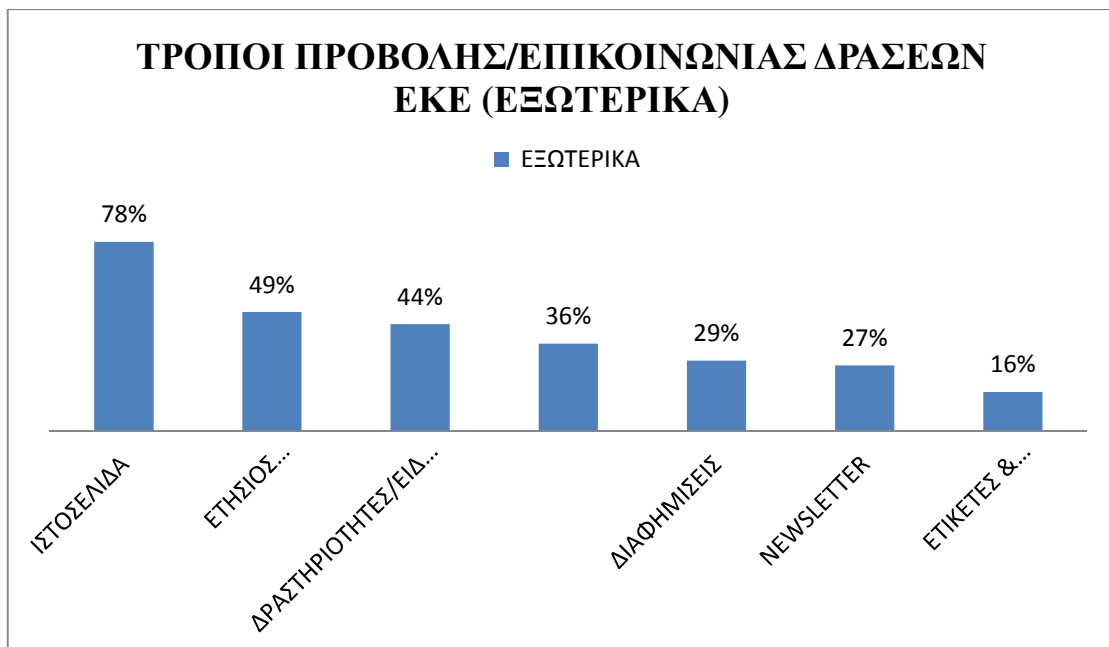
Σχετικά με το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης συχνότερα εμφανιζόμενο είναι το διαδίκτυο-ιστοσελίδες (78%) , ενώ ακολουθεί ο ετήσιος απολογισμός ΕΚΕ (49%) και οι διάφορες δράσεις / ειδικές εκδηλώσεις (44%). (διάγραμμα 3).

<sup>17</sup> <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1443530973.pdf> σελίδα 2

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3<sup>18</sup>



<sup>18</sup><http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1443530973.pdf> σελίδα 7 & 8

## 2.7 ΑΝΑΣΤΑΛΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΚΕ

Όπως κάθε δράση , έτσι και της υλοποίησης της ΕΚΕ παρουσιάζει ορισμένους ανασταλτικούς παράγοντες , που την εμποδίζουν στην υλοποίηση των πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις εγχώριες επιχειρήσεις.

Σύμφωνα , με ορισμένες εκτιμήσεις κάποιων εταιριών ο σπουδαιότερος ανασταλτικός παράγοντας είναι το οικονομικό κόστος. Στην συνέχεια , σημαντικό παράγοντα αποτελεί η έλλειψη του εκπαιδευμένου προσωπικού και της γραφειοκρατίας. Φυσικά δεν μπορεί να παραβλεφτεί η έλλειψη εκπαίδευσης και νοοτροπίας για ΕΚΕ, καθώς και η έλλειψη χρόνου.

Είναι εύκολα αντιληπτό, ότι η ΕΚΕ τα τελευταία χρόνια αυξάνει όλο και περισσότερο τη δράση της και αποτελεί μέρος της εταιρικής στρατηγικής σε πολλές επιχειρήσεις καταλαμβάνει σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ του κοινωνικού συνόλου και των επιχειρήσεων. Ωστόσο , πρέπει να αναφερθεί ότι στην Ελλάδα υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης προκειμένου οι αρχές της ΕΚΕ να διεισδύσουν πιο δυναμικά τόσο στις εταιρίες όσο και στο φάσμα των δραστηριοτήτων.

Οι δράσεις των ΕΚΕ υιοθετούνται συχνότερα από μεγάλες εταιρείες , καθώς διαθέτουν τα κατάλληλα μέσα και τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους. Σε κάθε περίπτωση , η ΕΚΕ δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν κάποιο επιπρόσθετο κόστος αλλά ως επένδυση που στοχεύει σε συγκεκριμένους στόχους που αφορούν την ίδια την επιχείρηση αλλά και το κοινωνικό σύνολο.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup><http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1443530973.pdf> σελίδα 10

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

---

## 3.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΚΕ

### 3.1.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΚΕ

Στην εποχή που βαδίζουμε οι επιχειρήσεις έχουν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις προσπαθούν να βρουν λύσεις ώστε να ανταπεξέλθουν , και να είναι συνεπείς απέναντι στους πελάτες της με τα καλύτερα προϊόντα και τις καλύτερες τιμές. Οι επιχειρήσεις πλέον δεν κοιτάνε το μέλλον αλλά το παρόν. Με την βοήθεια της ΕΚΕ λύνονται σχεδόν τα περισσότερα προβλήματα.

Μέσα από την κοινωνική ευθύνη του management οι επιχειρήσεις δεν μείωσαν , αλλά αντίθετα αύξησαν την κοινωνική τους δράση , σύμφωνα βέβαια με τις απαιτήσεις των χρόνων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την καλύτερη διακυβέρνηση αλλά και κερδοφορία μέσα στην επιχείρηση.

Επίσης , η οικονομική κρίση άλλαξε τις προτεραιότητες των επιχειρήσεων και έστρεψε το ενδιαφέρον τους στον εθελοντισμό και την κοινωνική αλληλεγγύη .

Επιπρόσθετα , η ΕΚΕ επενδύει στην Αειφόρο Ανάπτυξη. Οικονομία και αειφόρος ανάπτυξη έχουν μια στενή σχέση μεταξύ τους ,αφού η οικονομική ανάπτυξη σχεδιάζεται και υλοποιείται για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος<sup>20</sup>.

Στην ουσία οι επιχειρήσεις που επενδύουν συνειδητά τις καταστεί υπεύθυνες απέναντι στο κοινωνικό σύνολο.

---

<sup>20</sup> Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

### 3.2 ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μία υπεύθυνη επιχείρηση φέρει πολλά πλεονεκτήματα. Αυτά είναι μέσα από τις σχέσεις μεταξύ των υπαλλήλων , των εργοδοτών , των προμηθευτών και γενικά με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Οι επιχειρήσεις όταν είναι υπεύθυνες αποδίδουν καλύτερα και έχουν περισσότερες προοπτικές στο να ορθοποδήσουν μέσα στην αγορά.

Αναλυτικά, οι εργαζόμενοι αποδίδουν καλύτερα όταν εργάζονται σε μια επιχείρηση η οποία νοιάζεται γι' αυτούς. Η επικοινωνία μεταξύ του εργοδότη και του εργαζόμενου μέσα στην εταιρεία πρέπει να είναι κατανοητή χωρίς ελιγμούς και υποδείξεις , με αυτή τη σωστή συνεργασία επιτυγχάνεται το καλύτερο αποτέλεσμα.

Απ' την άλλη η επικοινωνία μεταξύ των εργοδοτών και των προμηθευτών είναι ένα σημαντικό κομμάτι ώστε να διασφαλίζεται η σωστή συναλλαγή . Και εδώ βασικό ρολό παίζει η επικοινωνία και αλλά και η μόρφωση.

Επίσης , το ενδιαφέρον για το φυσικό περιβάλλον απ' τις επιχειρήσεις κινεί το ενδιαφέρον του πελάτη και προτιμάει μια επιχείρηση που έχει τέτοια ενδιαφέροντα<sup>21</sup>.

Συνοπτικά, η ειλικρίνεια των επιχειρήσεων απέναντι στους stakeholders επιδιώκει τον σεβασμό και την υπευθυνότητά τους.

Οι επιχειρήσεις για να εφαρμόσουν ένα σωστό πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ακολουθούν τέσσερα βασικά στάδια:

- Καθορισμός και ιεράρχηση των στόχων και των ενδιαφερόμενων μερών.
- Επιλογή μεθόδων, εργαλείων και δράσεων που θα υιοθετηθούν με μέση και μακροπρόθεσμη προοπτική.
- Έναρξη διαλόγου με τις κυριότερες ομάδες ενδιαφερόμενων μερών που θα οδηγήσει την επιχείρηση στην εξειδίκευση του σχεδίου δράσεων που έχουν υιοθετηθεί.

---

<sup>21</sup> Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων



- Απολογισμός και αξιολόγηση των δράσεων ή των πρακτικών που έχουν εφαρμοσθεί ( Συστήματα Διαχείρισης)<sup>22</sup>.

### 3.3 ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΕΚΕ

#### Διεθνείς φορείς

1. Οικουμενικό Σύμφωνο
2. Ευρωπαϊκό Δίκτυο
3. Υπεύθυνη Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας
4. Center for Sustainability and Excellence (CSE)
5. Global Reporting Initiative (GRI)
6. Accountability Rating

#### Αναλυτικά,

-Το Οικουμενικό Σύμφωνο συνιστά ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να μπουν στην ΕΚΕ και να ακολουθήσουν ένα συγκεκριμένο πρωτόκολλο.

-Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο έχει ως στόχο , οι επιχειρήσεις να πετύχουν κέρδη και βιώσιμη ανάπτυξη.

-Η Υπεύθυνη Διαχείριση Εφοδιαστικής αλυσίδας παρέχει οδηγίες για την υιοθέτηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών πολιτικών.

-Το Center for Sustainable and Excellence (CSE) είναι ένας οργανισμός ανάπτυξης όπου έχει γραφεία σε Αθήνα , Βρυξέλλες και Λευκωσία και ειδικεύεται στην ανάπτυξη και ενδυνάμωση της επιχείρησης. Το CSE υποστηρίζει τη σύνταξη

---

<sup>22</sup> (CSR HELLAS, ΕΝΗΜΕΡ, ΤΙΚΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ «Ο ΔΡΟΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»  
[www.csrhellas.org/portal/images/stories/files/CSR\\_SME\\_BROCHURE](http://www.csrhellas.org/portal/images/stories/files/CSR_SME_BROCHURE)

εκθέσεων αειφορίας , δηλαδή την αντιμετώπιση στις κλιματικές αλλαγές , την κοινωνική επιχειρηματικότητα και την χρηματοδότηση μικρών κεφαλαίων.

-To Global Reporting Initiative (GRI) έχει ως στόχο την ανάδειξη των απολογισμών των επιχειρήσεων , ο οποίος τον πετυχαίνει με τον καλύτερο τρόπο και είναι κατανοητός απ' το κοινό.

-Τέλος , ο Accounting Rating είναι ένας φορέας που ασχολείται με την εταιρική λογοδοσία και υπευθυνότητα. Βλέπει αν οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν με ισορροπία τα κοινωνικά , οικονομικά και περιβαλλοντικά τους καθήκοντα. Η πρώτη δημοσίευση του φορέα , έγινε το 2004 και επαναλαμβάνεται κάθε χρόνο για τις μεγαλύτερες παγκοσμίως εταιρείες.

### Ελληνικοί Φορείς

1. Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής
2. Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ
3. Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)
4. QualityNet Foundation
5. Great Place to Work Institute
6. EuroCharity

Πιο συγκεκριμένα,

-Το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής είναι ένας ΜΚΟ και έχει ως στόχο την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ηθικής μέσω συνεχούς κατάρτισης και εκπαίδευσης των υπαλλήλων και την παρουσίαση σύγχρονων μεθόδων ανάπτυξης.

-Το Ελληνικό Δίκτυο της ΕΚΕ είναι και αυτό ένας ΜΚΟ και αποτελεί να προωθήσει την κοινωνική ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και του περιβάλλοντος και να προάγει την κοινωνική συνοχή στην Ελλάδα μέσω των καλών πρακτικών.

-Το Ινστιτούτο Επικοινωνίας έχει ως στόχο να αποτυπώσει την αληθινή εικόνα του Έλληνα καταναλωτή σε σχέση με την εξέλιξη και την τάση της κατανάλωσης αλλά και των εξελίξεων που διαδραματίζονται μέσα απ' τα μέσα επικοινωνίας.

-Ο Σύνδεσμος ΣΕΒ είναι μια αστική μη κυβερνητική εταιρεία με σκοπό να δώσει την δυνατότητα στις εταιρείες με ηγετικό ρόλο να προωθήσουν την Βιώσιμη Ανάπτυξη στο ελληνικό επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

-Το Quality Net Foundation προωθεί την κοινωνική υπευθυνότητα. Από την δημιουργία του προγράμματος «Είναι ευθύνη όλων μας» και την βοήθεια διαφόρων κοινωνικών δράσεων , που συνεισφέρουν σε εθνικούς στόχους για την επίλυση κοινωνικών ζητημάτων.

-Το Great Place to Work Institute είναι ένας φορέας που μελετά τις σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ των εργαζομένων και της ανώτατης διοίκησης. Μελέτες του Ινστιτούτου δείχνουν ότι όσο οι εταιρείες ενδιαφέρονται και επενδύουν στο προσωπικό τους τότε έχουν μεγαλύτερη κερδοφορία , αναπτύσσουν καινοτομίες , έχουν λιγότερα έξοδα για τις δαπάνες και πιστούς και ικανοποιημένους πελάτες.

-Η Euro Charity είναι ένα μέλος της ΕΚΕ και έχει υπογράψει το Διεθνές Σύμφωνο Ηνωμένων Εθνών. Την Euro Charity απαρτίζουν εταιρείες , ΜΚΟ , επαγγελματικά σωματεία , ΜΜΕ , σύλλογοι και άλλοι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς. Η ίδια προσφέρει on-offline υπηρεσίες σε θέματα σχετικά με την πράσινη ανάπτυξη , την εταιρική υπευθυνότητα , την οικονομία και την επιχειρηματική αριστεία. Τέλος , αναπτύσσει πλήθος δραστηριοτήτων μέσα απ' το internet και το δεκαπενθήμερο newsletter.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup><http://nemertes.lis.upatras.gr> σελίδα 72-76

&[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](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)

### 3.4 ΚΕΡΔΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι επιχειρήσεις που επενδύουν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχουν κερδοφορία και ανάπτυξη στον χώρο της οικονομίας . Αφού η ΕΚΕ έχει ως στόχο να διεισδύσει μέσα στον επιχειρηματικό χώρο και να λύσει πιθανά προβλήματα .

Η ΕΚΕ βελτιώνει την εικόνα και την φήμη μιας επιχείρησης μέσω των brand και έτσι επηρεάζει την κρίση των καταναλωτών. Κύριο μέλημα της ΕΚΕ είναι να μπορούν οι επιχειρήσεις να συμβαδίζουν με την οικονομική κρίση και να βγουν νικήτριες από τους δύσκολους καιρούς που διανύουμε .

Αυτό φυσικά φαίνεται και από τις επιχειρήσεις που έχουν επιλέξει αυτό το δρόμο. Βέβαια σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι δεν είναι μόνο οι καταναλωτές που ορίζουν την κατάσταση μιας επιχείρησης τόσο , όσο οι προμηθευτές , οι τράπεζες , οι εργαζόμενοι της εταιρείας , οι ομάδες πίεσης αλλά και άλλοι φορείς.

Πολλές έρευνες υποστηρίζουν ότι είναι ποικίλο το κέρδος για τις επιχειρήσεις που έχουν προγράμματα βασισμένα στην ΕΚΕ. Κάποια από αυτά τα κέρδη είναι η αυξημένη αποτελεσματικότητα, η βελτιωμένη διαδικασία αποφάσεων, η αυξημένη πίστη από τους καταναλωτές, οι καλύτερη ποιότητα προϊόντων, η μεγαλύτερη αφοσίωση των εργαζομένων, και η βελτιωμένη χρηματοοικονομική επίδοση. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις που καθιερώνουν μία φήμη που στηρίζεται στην εμπιστοσύνη, την δικαιοσύνη, και την ακεραιότητα πετυχαίνουν μία εικόνα επιτυχίας που μεταφράζεται σε μεγαλύτερη οικονομική επίδοση<sup>24</sup>.

Τέλος, η ΕΚΕ αποτελεί ένα σύγχρονο σύνολο ενεργειών που ανταποκρίνεται στους μετόχους , ώστε να προωθήσει την Βιώσιμη ανάπτυξη στον οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό τομέα.

---

<sup>24</sup> Συλλογικό έργο, Σύγχρονα Ζητήματα Εταιρικής Ευθύνης, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2003

### **3.5 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΔΟΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συμβάλλει στην βελτιωμένη οικονομική επίδοση των επιχειρήσεων. Αυτό προκύπτει απ' την ενθάρρυνση των διευθυντικών στελεχών , όπου πρέπει να αποδεχθούν ότι η δράση της ΕΚΕ θα έχει θετικά αποτελέσματα.

Από διάφορες μελέτες φαίνεται ότι με την στρατηγική εταιρείας μαζί με την ΕΚΕ βελτιώνεται η απόδοση της επιχείρησης και γίνεται πιο ελκυστική στην αγορά. Εντούτοις , όταν μια επιχείρηση καταλαβαίνει τον καταναλωτή της σε θέματα που έχουν να κάνουν με την ΕΚΕ , τότε είναι σε θέση να δημιουργήσει κατάλληλες στρατηγικές ΕΚΕ που θα φανούν χρήσιμες από την άποψη των επιχειρηματικών πλεονεκτημάτων.

Αναλυτικά, οι πρωτοβουλίες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ορίζονται για τους πελάτες , αλλά οι επιχειρήσεις δεν πρέπει να ασχολούνται μόνο με τα εξωτερικά θέματα από τις πρακτικές ΕΚΕ για τους πελάτες (αγορές , πίστη) , αλλά και με τα εσωτερικά όπως η αντίληψη του πελάτη που καταναλώνει το προϊόν ή την υπηρεσία που σχετίζεται με θέματα ΕΚΕ.

Γι' αυτό κύριο μέλημα των επιχειρήσεων εκτός από την αγοραστική συμπεριφορά με μάρκα, να επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στην φήμη και την ελαστικότητα του καταναλωτή απέναντι στις αρνητικές πληροφορίες που αφορούν την επιχείρηση<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Συλλογικό έργο, Σύγχρονα Ζητήματα Εταιρικής Ευθύνης, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2003

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΚΕ & ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

---

### 4.1 ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΚΕ

#### 4.1.1 ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΚΕ

Τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους όλο και περισσότερο στις υπεύθυνες πολιτικές και πρακτικές. Οι καλές πρακτικές έχουν ως στόχο την δημοσιοποίηση τους ώστε να γίνονται γνωστές ως πρότυπα ώστε να ενσωματώνουν νέες πολιτικές. Οι καλές πρακτικές εφαρμόζονται στο εσωτερικό περιβάλλον. Αυτές οι πρακτικές αφορούν την ασφάλεια και την υγιεινή των εργαζομένων , την συνεχή εκπαίδευση τους όπως και την ισότητα μεταξύ των δυο φύλων. Εξασφαλίζουν ένα καλύτερο εργασιακό περιβάλλον με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο παραγωγικές , αξιόπιστες και ανταγωνιστικές.

Επίσης , οι καλές πρακτικές εστιάζουν και στην αγορά . εδώ οι ενέργειες που γίνονται είναι για τους πελάτες και τους προμηθευτές , με σκοπό να προάγουν την ασφάλεια των καταναλωτών , την ανάπτυξη νέων προϊόντων και την εξέλιξη τους.

Συνεχίζοντας , οι καλές πρακτικές επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους και στο περιβάλλον αφού κάνουν ενέργειες για την προστασία του , μέσω της εξοικονόμησης ενέργειας , την διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων κ.α.

Τέλος , ασχολούνται και με την κοινωνία , όπου οι εταιρείες θεμελιώνουν λύσεις σε καίριες κοινωνικές ανάγκες. Επομένως , συμμετέχουν σε φιλανθρωπίες , εκδηλώσεις , σε εκστρατείες ευαισθητοποίησης , ενημέρωσης και ενίσχυσης των ΜΚΟ.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup><http://www.epixeiro.gr/article/2003>

## 4.1.2 ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πολλές επιχειρήσεις που επέλεξαν να συνεργαστούν και συνέχισαν το έργο τους βραβεύτηκαν και ανέβηκαν πολύ ψηλά. Τέσσερις νέες επιχειρήσεις επέλεξαν να μπουν και αυτές σε αυτό τον κλάδο με αποτέλεσμα να δραστηριοποιηθούν στον επιχειρηματικό χώρο με επιτυχία και να βραβευτούν απ' την CRIndex , τον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης και το CRIPass.

Αναλυτικά , οι τέσσερις νέες εταιρείες που φέτος ακολούθησαν την ΕΚΕ είναι η AbbVie(φαρμακευτική εταιρεία) , η Ευρωπαϊκή Πίστη (ασφαλιστική εταιρεία) και η NEF – NEF (εταιρεία με λευκά είδη) , όπου και πήραν το βραβείο «CRIPass».

Εκτός απ' τις τέσσερις νέες εταιρείες βραβεύτηκαν και άλλες επιχειρήσεις. Συμφώνα, με το Εθνικό Δίκτυο υπάρχουν πέντε επίπεδα διάκρισης , αυτά είναι το Diamond , Platinum , Silver , Gold , και Bronze.

Στην πρώτη κατηγορία με το βραβείο Goldδόθηκε στην Γέφυρα ΑΕ , στο GenesisPharma , στην WINDκαι στην Mamidioil – JetoilΑΕ.

Στην δεύτερη κατηγορία με το βραβείο Platinumβραβεύτηκαν τα Ελληνικά Πετρέλαια (ΕΛΠΕ) , ο ΟΤΕ-COSMOTE , η Τράπεζα Πειραιώς , η CocaCola 3Εκαι η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος.

Στην τρίτη κατηγορία με το βραβείο Silverβραβεύτηκαν η Pepsi –Tasty, η ΔΕΠΑ και το NovoNordisk.

Στην τέταρτη κατηγορία με το βραβείο Bronzeβραβεύτηκαν ο Ελληνικός Χρυσός και η Janssen.

Επιπρόσθετα , το Εθνικό Δίκτυο τίμησε τις καινούργιες εταιρείες με άλλον ένα έπαινο, «BestNewEntryAward»

Το έπαινο BestProgressEntryAwardδόθηκε στο NovoNordisk , το BestProgressPlatinumστα Ελληνικά Πετρέλαια , το BestProgressGoldστην WINDκαι τέλος, το BestProgressSilverδόθηκε στην PepsiCo-Tasty.

Παράλληλα , δόθηκε έπαινος για το περιβάλλον στην ΔΕΠΑ , για την κοινωνία στον ΟΤΕ-COSMOTE, για το εργασιακό περιβάλλον στην CocaColaκαι τέλος για την αγορά η Εθνική Τράπεζα.<sup>27</sup>



Εικόνα 3

Πηγή:<https://i0.wp.com/koinsep.org/wp-content/uploads/2014/02/eke.jpg>

---

<sup>27</sup><http://www.kathimerini.gr/819113/article/oikonomia/epixeirhseis/vraveythkan-oi-17-pio-ypay8ynes-koinwnika-etairieies-apo-to-institoyto-etairikh8-ey8ynhs>



## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

---

Συμπερασματικά, απ' την μελέτη που έκανα , αποκόμισα ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ένας κινητήριος μοχλός για τις επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι επιδρά θετικά μέσα στις επιχειρήσεις και τους δίνει την δυνατότητα να επιφέρουν κέρδη , να γίνονται πιο αξιόπιστες αλλά και πιο ανταγωνιστικές.

Συνοπτικά , οι επιχειρήσεις χτίζουν ένα καλύτερο μέλλον με τους stakeholders και με όλα τα ενδιαφερόμενα μέλη που την απαρτίζουν. Επιδιώκουν πιο δυνατές σχέσεις και κάνουν γερά θεμέλια για να ξεπεράσουν την οικονομική κρίση.

Με άλλα λόγια ρίχνουν το ενδιαφέρον τους περισσότερο στους εργαζομένους , σε διάφορες φιλανθρωπίες , σε ΜΚΟ αλλά και στο περιβάλλον. Με όλη αυτή την στροφή τους μπορούν να κερδίζουν τους πελάτες τους και να αποκτούν ακόμα περισσότερους.

Σημαντικό, να αναφερθεί είναι και οι στάση των πολιτών-καταναλωτών απέναντι στις επιχειρήσεις. Αυτό φαίνεται από την παρουσία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που είτε βραβεύει ή τιμωρεί τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν την κοινωνική προσφορά για διαφημιστικό σκοπό ή για πραγματικό κοινωνικό ενδιαφέρον.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θεωρείται πια, ως βασική παράμετρος της επιχειρηματικής στρατηγικής των τριών αυτών εταιρειών και είναι για αυτές ένα ξεχωριστό εργαλείο που χρησιμοποιεί η διοίκησή τους για να επιτύχει τους στρατηγικούς στόχους.

Την δύσκολη αυτήν περίοδο που διανύουμε λόγω της τεράστιας οικονομικής κρίσης που όλους μας έχει επηρεάσει, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του κράτους πρόνοιας και να συνεισφέρει καθοριστικά στην κοινωνική συνοχή. Μια επιχείρηση εκτός από την προσήλωση στον οικονομικό της ρόλο οφείλει να είναι και κοινωνικά υπεύθυνη και να φροντίζει για τη διατήρηση και τη διασφάλιση των φυσικών και ανθρωπίνων πόρων.

Εν κατακλείδι , σύμφωνα με την υπάρχουσα κατάσταση οι επιχειρήσεις θα πρέπει να στοχεύουν στην υλοποίηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με απώτερο

σκοπό την διασφάλιση και ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους εξέλιξης. Εν τούτοις, πολλές επιχειρήσεις μπαίνουν στην ομάδα της ΕΚΕ και μέσω των διαφόρων δραστηριοτήτων που εκτελούν συνεχίζουν μια καλύτερη πορεία και βγαίνουν νικήτριες από την κρίση που διανύει η Ελλάδα.

Εικόνα 4

Πηγή: [http://images.slideplayer.gr/11/3099486/slides/slide\\_5.jpg](http://images.slideplayer.gr/11/3099486/slides/slide_5.jpg)



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

---

### **ΣΥΓΓΡΑΜΑΤΑ:**

Kotler Philip, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Economia Publishing, Αθήνα, 2009, Συντελεστές Σμαραγδή Μυρτώ

Taylor & Francis Ltd, Corporate Social Responsibility, 2012, Λονδίνο

Μ. Βαξεβανίδου, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, 2011, Αθήνα

Συλλογικό έργο, Σύγχρονα Ζητήματα Εταιρικής Ευθύνης, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2003

Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

MORAX Εκδόσεις, «Ειδική Έκδοση: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»,

CSR HELLAS, ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ «Ο ΔΡΟΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

### **ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ:**

[www.csringreece.gr](http://www.csringreece.gr)

[www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)

[www.apothetirio.teiep.gr](http://www.apothetirio.teiep.gr)

[www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)

[www.epixeiro.gr](http://www.epixeiro.gr)

[www.nemertes.lis.upatras.gr](http://www.nemertes.lis.upatras.gr)

[www.el.wikibooks.org](http://www.el.wikibooks.org)

[www.multipure.gr%2Fetairia%2Fetairiki-koinoniki-euthini](http://www.multipure.gr%2Fetairia%2Fetairiki-koinoniki-euthini)

[www.manifest.gr%2Fcorporate-social-responsibility](http://www.manifest.gr%2Fcorporate-social-responsibility)







