



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΗΠΕΙΡΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
& ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ**

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : Γ. ΓΑΡΑΦΑΣ

**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ: Η ΕΝΝΟΙΑ, Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ ΟΙ
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:
ΚΑΠΑΣΑΚΑΛΙΔΗΣ ΙΟΡΔΑΝΙΣ**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	5
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	5
1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ	5
1.2. ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	8
1.3. Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	11
1.4. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ 12	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	15
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ : ΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ	15
2.1. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	17
2.1.1. <i>Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΟΥΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗ</i> 18	
2.2. ΕΚΕ ΚΑΙ ΑΠΟΦΥΓΗ / ΜΕΙΩΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....	19
2.3. ΤΑ ΠΕΔΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ.....	20
2.3.1. <i>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΔΙΟ</i>	20
2.3.2. <i>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΔΙΟ</i>	21
2.3.3. <i>ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ</i>	22
2.4. Ο ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΕΔΙΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	27
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	27
3.1. ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΟΚΑΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΗΜΕΡΑ.	27
3.1.1. <i>ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΡΥΠΑΝΣΗ</i>	27
3.1.2. <i>ΡΥΠΑΝΣΗ ΤΩΝ ΥΔΑΤΩΝ</i>	28
3.1.3. <i>ΡΥΠΑΝΣΗ ΤΟΥ ΕΛΑΦΟΥΣ</i>	28
3.2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ. 29	
3.3. ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	30
3.4. ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ	32
3.5. ΕΥΘΥΝΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ	34
3.6. ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΠΑΙΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	35
3.7. ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	37
3.7.1. <i>ΙΣΗ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΔΡΩΝ-ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΚΑΙ ΙΣΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ.</i>	38
3.7.2. <i>ΙΣΕΣ ΑΜΟΙΒΕΣ.</i>	40
3.7.3. <i>Η ΜΗΤΡΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ. ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ.</i>	41
3.8. ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	43
3.9. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	48
Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	48
4.1. ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ	48
4.2. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΠΟΤΩΝ	49
4.3. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	49
4.4. ΑΛΛΟΙ ΚΛΑΔΟΙ	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	58
ΕΡΕΥΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ 58	
5.1. ΕΡΕΥΝΑ PRICEWATERHOUSECOOPERS	58
5.1.1. <i>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ</i>	61
5.2. ΕΡΕΥΝΑ DELOITTE	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	63
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΤΙΤΑΝ.....	63

6.1 ΕΚΕ ΚΑΙ ΤΙΤΑΝ	64
6.2 ΤΙΤΑΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.....	66
6.3. ΤΙΤΑΝ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....	67
6.4.ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΣΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ..	68
6.5. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΙΤΑΝΑ Η ΦΑΟΣ ΣΤΟ ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ	70
6.6.ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝΑ	70
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	72
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	73
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	75

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

Η ηθική λοιπόν ευθύνη των επιχειρήσεων έχει καταστεί ένας από τους βασικούς στρατηγικούς στόχους τους και αυτό, επειδή έχει γίνει, πλέον, κατανοητό σε πολλούς, ότι η παραγωγή αγαθών υπό τη μορφή προϊόντων ή υπηρεσιών δεν αρκεί στον καταναλωτή. Βέβαια, αποτελεί κοινό τόπο ότι για να προσφέρει στην κοινωνία μία επιχείρηση, θα πρέπει, πρώτα, να καταγράψει κέρδη.

Όλες οι επιχειρήσεις επιδρούν στην κοινωνία μέσα στην οποία λειτουργούν. Όταν η επίδραση αυτή τυγχάνει σωστής διαχείρισης, μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη και στην κοινωνία και στην επιχείρηση, αλλά και στο περιβάλλον.

Η παρούσα εργασία έχει στόχο να μελετήσει την εταιρική κοινωνική ευθύνη αποσαφηνίζοντας την έννοια της, καθορίζοντας τις εφαρμογές της και αναλύοντας τις προοπτικές της. Συγκεκριμένα στο πρώτο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τους ορισμούς που δίνουν οι διάφορες χώρες για την εταιρική κοινωνική ευθύνη και στη συνέχεια θα καταγράψει τόσο τη διεθνή όσο και την εθνική εμπειρία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναπτύσσοντας τα πλεονεκτήματά της. Το δεύτερο κεφάλαιο θα συνδέσει την κοινωνική ευθύνη με τις επιχειρήσεις, αναλύοντας τα πεδία δραστηριοποίησης της ΕΚΕ. Το τρίτο κεφάλαιο εστιάζει στην ευθύνη των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα στην οικολογική, πολιτισμική και κοινωνική ευθύνη. Το τέταρτο κεφάλαιο μελετά περιπτώσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε διάφορους κλάδους επιχειρήσεων και το πέμπτο παραθέτει σχετικές έρευνες, που έχουν διεξαχθεί. Τέλος το έκτο κεφάλαιο, αναλύεται η μελέτη περίπτωσης της εταιρίας TITAN, προκειμένου να μελετήσει την εταιρική κοινωνική ευθύνη που ακολουθεί και να την αξιολογήσει. Στο τέλος της εργασίας παρατίθενται τα τελικά μας συμπεράσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΑΝΑ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Ένας ορισμός που έχει δοθεί είναι :«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η συνεχής δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται με τρόπο ηθικό και να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα της ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, καθώς και της τοπικής κοινότητας και του συνόλου της κοινωνίας».

Ας δούμε όμως ορισμούς που έχουν δώσει μερικές χώρες για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Σημαντικό είναι να προσέξει κανείς ότι κάθε κοινωνία έδωσε έμφαση σε διαφορετικά σημεία, ανάλογα με τον τρόπο ζωής και την κατάσταση της οικονομίας κάθε χώρας. Αυτοί οι ορισμοί δόθηκαν μετά από συζητήσεις των Richard Holme, Rio Tinto και Phil Watts από την Royal Dutch/Shell Group σε συνεργασία με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Επιχειρηματικότητας για την Βιώσιμη Ανάπτυξη (WBCSD) με σκοπό να αναγνωρίσουν και να κατανοήσουν καλύτερα την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και να αρχίσουν να την διαχειρίζονται αποτελεσματικότερα. Έτσι, έπρεπε να γίνουν μια σειρά από συναντήσεις διαλόγου με ανθρώπους εντός και εκτός του χώρου των επιχειρήσεων στην Ταϊβάν, την Ταϊλάνδη, τις Φιλιππίνες, τις ΗΠΑ, τη Γκάνα, τη Βραζιλία και την Αργεντινή¹.

■ **ΗΠΑ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει να αναλαμβάνεις προσωπική ευθύνη για τις πράξεις σου και τις συνέπειες που έχουν αυτές στην κοινωνία. Εταιρείες και εργαζόμενοι οφείλουν να περάσουν μια φάση προσωπικής αλλαγής, να επανεξετάσουν τους ρόλους και τις ευθύνες τους και να ενισχύσουν την ικανότητα ανάληψης ευθύνης».

Στις ΗΠΑ οι άνθρωποι ήθελαν να δώσουν περισσότερη έμφαση στον ρόλο του ατόμου στην κοινωνία. Να φανεί περισσότερο η ανάγκη μεγαλύτερης διαφάνειας.

¹ Kunde, J., Cunningham, B.J., (2002), «Corporate Religion», FT Management, London.

- **ΒΡΑΖΙΛΙΑ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει δέσμευση να αγωνιστείς για την καλύτερη οικονομική ανάπτυξη της κοινότητας, να σέβεται τους εργαζόμενους και να βελτιώνει τις ικανότητές τους, να προστατεύεις το περιβάλλον και να συμβάλλεις στη δημιουργία των πλαισίων μέσα στα οποία μπορεί να ευημερήσει μια ηθική επιχείρηση».

Στην Βραζιλία τονίστηκε ότι όλες οι επιχειρήσεις, οι κοινότητες και οι ενδιαφερόμενοι είναι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υιοθετήσουν υψηλά ηθικά standards τόσο σε ότι αφορά τις εσωτερικές τους λειτουργίες όσο και ως προς την ευρύτερη κοινωνία.

- **ΟΛΛΑΝΔΙΑ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει να αναλαμβάνεις την ηγετική δέσμευση ότι θα σεβαστείς τις ηθικές αξίες και θα αναγνωρίσεις τις τοπικές και πολιτιστικές διαφορές όταν εφαρμόζεις τη συνολική πολιτική σου. Σημαίνει ότι οι εταιρείες υιοθετούν τη Σύμβαση του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και τη Χάρτα του Παγκόσμιου Οργανισμού Εργασίας για τα Δικαιώματα στην Εργασία».

- **ΤΑΪΒΑΝ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η συμβολή στην ανάπτυξη του φυσικού και ανθρώπινου κεφαλαίου, παράλληλα με την επίτευξη της κερδοφορίας».

Στην Ταϊβάν θεώρησαν ότι ο ορισμός θα έπρεπε να περιέχει τα οφέλη που θα έχουν οι επόμενες γενιές καθώς επίσης και τις περιβαλλοντικές ανησυχίες του για την καταστροφή του περιβάλλοντος.

- **ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει ότι οι εταιρείες προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην κοινωνία».

Επίσης, η πρόταση των Φιλιππίνων ήταν ότι θα έπρεπε να δοθεί σημασία στον καθορισμό των πραγματικών αναγκών των ενδιαφερομένων, στον ορισμό της ηθικής συμπεριφοράς, στο βάρος των συνεργασιών και τέλος στο ρόλο του κάθε οραματιστή και ηγέτη της χώρας.

- **ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει η ικανότητα των επιχειρήσεων να ανταποκρίνονται στις τοπικές προκλήσεις. Ξεκινάει με την ανάπτυξη καλών σχέσεων με τους γείτονες. Οι εταιρείες οφείλουν να δεσμευτούν για τη συμβολή τους στην εκπαίδευση, τον σεβασμό τους στα δικαιώματα των εργαζομένων, τη δυνατότητά τους να δημιουργούν, και την ικανότητα να παρέχουν ασφάλεια στην εργασία. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι να δίνεις ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη μιας κοινωνίας».

Στην Αργεντινή οι συμμετέχοντες θεώρησαν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη πρέπει να δώσει βάρος στον βαθμό δέσμευσης των εταιρειών και στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, καθώς επίσης και ότι η συμμετοχή των εμπλεκομένων με τις δραστηριότητες της επιχείρησης είναι επιβεβλημένη.

■ **ΤΑΪΛΑΝΔΗ:** «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει σημασία για τις τοπικές κοινωνίες μόνο όταν συνοδεύεται από έργα».

Επιπλέον, στην Ταϊλάνδη η απάντηση που δόθηκε για το τι πρέπει να περιλαμβάνει ο όρος είναι την έννοια ότι όσο μεγαλύτερη είναι η εταιρεία τόσο αυξάνεται η υποχρέωσή της απέναντι στην κοινωνία. Έδωσε βάση στην σημασία της περιβαλλοντικής ανακούφισης και αποτροπής, την μεγάλη ανάγκη διαφάνειας, τη σημασία της καταναλωτικής προστασίας και τέλος τη συνειδητοποίηση και την αλλαγή της νοοτροπίας των ανθρώπων απέναντι στο περιβάλλον, τη συνάφεια με ζητήματα που αφορούν στη νεολαία και την ισότητα των δυο φύλλων.

■ **ΓΚΑΝΑ:** «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σημαίνει ικανότητα να δημιουργείς συνθήκες για βιώσιμους πόρους. Σέβεται τις πολιτιστικές διαφορές και αντλεί επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσα από τη βελτίωση των προσόντων των εργαζομένων, της κοινότητας και της κυβέρνησης».

Τέλος η Γκάνα θεώρησε ότι ο όρος θα πρέπει να περιλαμβάνει μια συνολική αντίληψη σεβασμού των τοπικών πολιτισμών. Ότι η δημιουργία υποδομών πρέπει να αφήνει πίσω της θετικά αποτελέσματα. Να γίνεται εκπαίδευση των εργαζομένων και να υπάρχουν δυνατότητες για τις τοπικές κοινωνίες ώστε να γίνουν μελλοντικά αυτάρκειες. Να συμπληρωθούν τα κενά εκεί που η κυβέρνηση δεν μπορεί να τα καταφέρει και, τέλος, παροχή πρόσβασης σε πληροφορίες και συνεργασίες γιατί η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν μπορεί να αναπτυχθεί στο κενό.

Τι συμπέρασμα όμως βγαίνει από τους ορισμούς που δόθηκαν παραπάνω; Ίσως ένας πιο πλήρης ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι ο εξής: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και συνεργαζόμενοι με τους υπαλλήλους, τις οικογένειες, τις τοπικές κοινότητες και την κοινωνία γενικότερα να βελτιώσουν την ποιότητας της ζωής»².

² Wood, D.J., (1991), «Corporate social performance revisited», Academy of Management Review, Vol. 16.

1.2. ΈΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (EKE – CSR Corporate Social Responsibility) είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και απαιτητικούς τομείς δραστηριότητας για τη σύγχρονη επιχείρηση. Υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπιση της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής.

Η αναγνώριση από τις σύγχρονες κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη και των θεμελιωδών αλλαγών που αυτή προϋποθέτει για τον τρόπο που οργανώνονται και λειτουργούν οι επιχειρήσεις, αποτελεί την κύρια αιτία για την ανάπτυξη και διάδοση της ιδέας της EKE. Τα τελευταία χρόνια οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου έχουν αρχίσει να απομακρύνονται από τις παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο απλώς σε ορισμένες δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους και υιοθετούν σταδιακά μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον του. Με αυτή την μεταστροφή στοχεύουν στη μακροπρόθεσμη αύξηση της απόδοσης τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή, τα άτομα και τις ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν και να επηρεαστούν από τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Επιπροσθέτως, οι πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέονται με την παγκοσμιοποίηση προκαλούν ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές με συνέπεια τη ριζική αλλαγή των προσδοκιών της κοινωνίας για το ρόλο των επιχειρήσεων. Οι εταιρίες κρίνονται, πλέον, όχι μόνο με βάση οικονομικά αποτελέσματα ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια.

Η EKE αναδείχθηκε ως εξέχον θέμα για τον επιχειρηματικό κόσμο από τις αρχές της δεκαετίας του '90, κυρίως μέσα από μια σειρά «σκανδάλων» ή δυσφημιστικών εκστρατειών που έπληξαν μια σειρά από μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις³ και που προκάλεσαν τη συνειδητοποίηση εκ μέρους των επιχειρήσεων του πόσο ευαίσθητες ήταν σε ζητήματα που

³ Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, P. Kotler, Economia Publishing 2009

συχνά δεν άπτονταν των προϊόντων που παράγουν και των υπηρεσιών που προσφέρουν. Έκτοτε, το θέμα της συστηματικής διαχείρισης της κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις σε ολόκληρο τον κόσμο και ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε το 2001 την Πράσινη Βίβλο για την ΕΚΕ και σήμερα βρίσκεται στη διαδικασία επεξεργασίας σχετικού Σχεδίου Οδηγίας. Σε εθνικό επίπεδο, αρκετές ευρωπαϊκές χώρες έχουν θεσπίσει την υποχρέωση δημοσίευσης συγκεκριμένων στοιχείων για τα περιβαλλοντικά, εργασιακά και κοινωνικά ζητήματα που προκύπτουν από τη δραστηριότητα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ορίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση ως η «έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη»⁴. Άλλοι ορισμοί τονίζουν τη δέσμευση των επιχειρήσεων σε αρχές «ηθικής» συμπεριφοράς, ωστόσο, οι περισσότεροι ορισμοί συμφωνούν πως η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση λαμβάνει υπ' όψιν της ζητήματα που προκύπτουν από τη λειτουργία της σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη, τα δικαιώματα και την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και την ευρύτερη κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Μέσω της ΕΚΕ επιδιώκεται η εθελοντική αυτορύθμιση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ώστε να εξασφαλίζεται ο σεβασμός για τα ζητήματα αυτά με τη χρήση συστημάτων διαχείρισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, την υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων και άλλων επωφελών κοινωνικών πρωτοβουλιών (**π.χ. απασχόληση ατόμων από ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού**) και τη δημιουργία ενός δίκαιου, ασφαλούς και δημιουργικού εργασιακού περιβάλλοντος.

Η έννοια της ΕΚΕ εξελίσσεται διαρκώς, ώστε να συμπεριλάβει και τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών για τη θέσπιση προτύπων, την συστηματική παρακολούθηση, τον έλεγχο και την πιστοποίηση των διαδικασιών κοινωνικού ελέγχου, που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις. Σταδιακά προκύπτουν όλο και περισσότερες διεθνείς πρωτοβουλίες για την προώθηση, ανάπτυξη και συστηματοποίηση της ΕΚΕ. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εθνικά και υπερεθνικά δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων και επιχειρηματικών ενώσεων, τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το κίνημα για τις ηθικές επενδύσεις

⁴Πράσινο Βιβλίο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Ευρωπαϊκή Επιτροπή

και οι αντίστοιχοι δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων⁵ και οι πρωτοβουλίες της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ο.Η.Ε.

Το 2000 δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών το Global Compact, με στόχο να ενώσει τις προσπάθειες επιχειρήσεων, συνδικαλιστικών φορέων και οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Μέσω του Global Compact ο Ο.Η.Ε. επιχειρεί να προωθήσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και να καταστήσει τις επιχειρήσεις μέρος της λύσης των προβλημάτων που προκύπτουν από την παγκοσμιοποίηση. Σήμερα εκατοντάδες επιχειρήσεις και οργανώσεις από ολόκληρο τον κόσμο έχουν ενταχθεί σε αυτήν την εθελοντική προσπάθεια, υιοθετώντας τις δέκα βασικές αρχές που τη διέπουν.

Παράλληλα με την αύξηση των προσδοκιών⁶ των ενδιαφερομένων μερών και της κοινής γνώμης σε ότι αφορά τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων, παρατηρείται πως τα ενδιαφερόμενα μέρη και ιδιαίτερα οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι ενώσεις τοπικών συμφερόντων, συνειδητοποιούν σταδιακά τη μεγαλύτερη δύναμη που τους εξασφαλίζουν οι νέες τεχνολογικές και πολιτικές συνθήκες έναντι των εταιριών και κινητοποιούνται εντονότερα για την προώθηση των αιτημάτων και προσδοκιών τους. Οι καταναλωτές, παρουσιάζουν επίσης μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν καθώς και των εταιριών που τα προσφέρουν. Το 70% των ευρωπαίων καταναλωτών υποστηρίζει, ότι η κοινωνική ευθύνη μια επιχείρησης επηρεάζει τις αγοραστικές του αποφάσεις και ο ένας στους πέντε καταναλωτές είναι διατεθειμένος να πληρώσει ακριβότερα για περιβαλλοντικά και κοινωνικά πιο «υπεύθυνα» προϊόντα. Παρομοίως, οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική συμπεριφορά των εργοδοτών τους και οι εταιρείες που φαίνονται να υποστηρίζουν πιο ενεργητικά τις ανάγκες της κοινωνίας συγκρατούν ευκολότερα τους καλύτερους υπαλλήλους τους ή **προσλαμβάνουν σταδιακά άτομα που συνήθως αποτελούν θύματα διακρίσεων και προκαταλήψεων, ανεξάρτητα από τα εργασιακά προσόντα και τη διαθεσιμότητά τους.**

⁵ Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, P. Kotler, Economica Publishing 2009

⁶ Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, P. Kotler, Economica Publishing 2009

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

1.3.Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η εξάπλωση της συστηματικής και στρατηγικής διαχείρισης της ΕΚΕ δεν έχει παντού την ίδια μορφή. Ανάλογα με τις πολιτικές, θεσμικές και πολιτιστικές παραδόσεις και προτεραιότητες της κάθε χώρας διαφοροποιούνται και τα θέματα που συγκεντρώνουν την προσοχή των ενδιαφερομένων μερών και των ίδιων των επιχειρήσεων. Είναι χαρακτηριστικό πως ενώ σε χώρες όπως η Η.Π.Α. και η Βρετανία δίνεται έμφαση στην εθελοντική εφαρμογή καλών πρακτικών, στην Ευρώπη υπάρχουν περισσότερα παραδείγματα μέτρων υποχρεωτικού χαρακτήρα που επιβάλλουν τη δημοσίευση συγκεκριμένων στοιχείων σχετικά με την κοινωνική ευθύνη των εταιρειών. Σε γενικές γραμμές μπορεί να υποστηριχθεί πως το αμερικανικό μοντέλο βασίζεται περισσότερο στην φιλανθρωπική διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και την υψηλή ευελιξία, ενώ το ευρωπαϊκό στη δομική προσέγγιση, τις νομοθετικές ρυθμίσεις και τον σχετικά μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικού διαλόγου και συνεργασίας. Οι διεθνείς δείκτες κοινωνικής ευθύνης (FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Indexes κ.α.) κυριαρχούνται από επιχειρήσεις αμερικανικής και βρετανικής προέλευσης, ενώ στα περιβαλλοντικά ζητήματα διακρίνονται ιδιαίτερα οι ιαπωνικές επιχειρήσεις. Οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις είναι πιο εξελιγμένες στα θέματα των εργασιακών σχέσεων και στη δημοσίευση περιβαλλοντικών στοιχείων και κοινωνικών απολογισμών, ενώ οι αμερικανικές έχουν αναπτύξει περισσότερο τους εσωτερικούς κώδικες συμπεριφοράς.

Στην Ελλάδα και την Κύπρο, ενώ πολλές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στους τομείς της κοινωνικής προσφοράς και της περιβαλλοντικής προστασίας, είναι λίγες αυτές που διαχειρίζονται συστηματικά την Κοινωνική τους Ευθύνη. Το 2000 δημιουργήθηκε στην Ελλάδα το Δίκτυο ΕΚΕ με πρωτοβουλία 13 επιχειρήσεων και συλλογικών φορέων. Το Δίκτυο είναι μια κοινοπραξία με κύρια αποστολή την προαγωγή και ανάπτυξη της ιδέας της ΕΚΕ στις ελληνικές επιχειρήσεις και την ευρύτερη κοινή γνώμη, που αριθμεί περισσότερα από 60 μέλη και εκπροσωπεί την Ελλάδα στο αντίστοιχο ευρωπαϊκό δίκτυο CSR Europe.

Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός ελληνικών και κυπριακών επιχειρήσεων εκδίδει ετήσιο κοινωνικό απολογισμό, διαθέτει κώδικες συμπεριφοράς ή δραστηριοποιείται ενεργά σε

προγράμματα κοινωνικής υποστήριξης και ορισμένες εξ αυτών έχουν ήδη αρχίσει να προσεγγίζουν συστηματικά τη διαχείριση της κοινωνικής τους ευθύνης, υιοθετώντας διεθνή πρότυπα οργάνωσης και συμμετέχοντας σε διεθνείς πρωτοβουλίες και δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων.

1.4.ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ

Οι εταιρίες που μετρούν και διαχειρίζονται την ευρύτερη επίδρασή τους στην κοινωνία έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την εικόνα τους ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη (όπως τους πελάτες, τους προμηθευτές, το προσωπικό, τις κυβερνητικές υπηρεσίες, τους καταναλωτές, τις επιχειρηματικές και εργατικές ενώσεις και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις). Εκτός από αυτά ωστόσο, τα κέρδη από τη συστηματική διαχείριση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούν να είναι πολύπλευρα και ξεφεύγουν από την απλή βελτίωση της δημόσιας εικόνας μιας επιχείρησης.

Οι εταιρίες μπορούν ακόμα να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να αξιολογήσουν και διαχειριστούν αποτελεσματικά τους επιχειρηματικούς κινδύνους, καθώς θα είναι σε θέση να οικοδομήσουν αμοιβαία επωφελείς σχέσεις και συμμαχίες με ευρεία γκάμα φορέων και οργανισμών και να αναπτυχθούν αρμονικά και σε συνεργασία με τους εργαζόμενους και τους προμηθευτές τους. Επίσης, η εμπλοκή με τη συστηματική διαχείριση της ΕΚΕ δίνει την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να εκτιμήσουν καλύτερα το εξωτερικό περιβάλλον και να ευθυγραμμίσουν τη λειτουργία τους με μια σειρά από κανονιστικές διατάξεις, κοινωνικές απαιτήσεις και επιθυμίες που ενδεχομένως διέφευγαν της προσοχής τους στο παρελθόν.

Τα βασικότερα πλεονεκτήματα που έχουν πείσει τις πιο σημαντικές επιχειρήσεις της Ευρώπης να υιοθετήσουν ένα μοντέλο ανάπτυξης και διαχείρισης της ΕΚΕ είναι συνοπτικά τα ακόλουθα:

- Αξιολόγηση και διαχείριση των πιθανών επιχειρηματικών κινδύνων και ιδιαίτερα των σχετικών με τη φήμη της εταιρίας. Οι επιχειρήσεις που εμπλέκονται ενεργά σε διάλογο και συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν καλύτερη εικόνα για τους πιθανούς κινδύνους που αντιμετωπίζουν και παράλληλα, τη δυνατότητα να χειριστούν καλύτερα μια πιθανή κρίση και να εξέλθουν ταχύτερα και με μικρότερες απώλειες από αυτήν.

- Αναγνώριση των ενδιαφερομένων μερών (stakeholder groups – όπως π.χ. εργαζόμενοι, πελάτες, μέτοχοι, κυβερνήσεις και κρατικοί φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, τοπικές κοινότητες κ.α.). Η συστηματική προσέγγιση αποκαλύπτει συχνά ενδιαφερόμενα μέρη που η εταιρία αγνοούσε στο παρελθόν και διαστάσεις του ενδιαφέροντός τους που αν και σημαντικές δεν είχαν γίνει κατανοητές στο παρελθόν.
- Συμμόρφωση με το υπάρχον και μελλοντικό κανονιστικό πλαίσιο σε τομείς όπως η προστασία του περιβάλλοντος, τα εργασιακά δικαιώματα και η παροχή πληροφοριών.
- Βελτίωση της εικόνας και εταιρικής φήμης. Συχνά αποτελεί τον πρώτο λόγο που αναφέρεται από τη διοίκηση μιας επιχείρησης για την ενασχόληση με την ΕΚΕ. Η εταιρική φήμη που στηρίζεται στην εκτίμηση και την εμπιστοσύνη, χρειάζεται χρόνια για να οικοδομηθεί, αλλά μπορεί να χαθεί σε μικρό χρονικό διάστημα αν η εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων μερών και της κοινής γνώμης χαθεί. Οι επιχειρήσεις ξοδεύουν τεράστια ποσά για να υποστηρίξουν άλλες μορφές των άυλων περιουσιακών τους στοιχείων, αλλά συχνά αγνοούν τις συνέπειες που το κοινωνικό προφίλ μπορεί να έχει στα επιχειρηματικά τους αποτελέσματα. Έρευνα⁷ που έγινε σε 23 χώρες και 25.000 πολίτες το 1999, έδειξε πως οι δύο στους τρεις ερωτηθέντες επιθυμούν οι επιχειρήσεις να συνεισφέρουν σε κοινωνικούς σκοπούς, ενώ, το 40% έχει «τιμωρήσει» ή σκεφτεί να «τιμωρήσει» με την καταναλωτική του συμπεριφορά εταιρίες που δε θεωρεί κοινωνικά υπεύθυνες. Παράλληλα σύμφωνα με την ίδια έρευνα, η φήμη μιας εταιρίας σχετίζεται περισσότερο με την κοινωνική της ευθύνη (56%) παρά με την ποιότητα ή τη φήμη των προϊόντων της (40%).
- Οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και του εξωτερικού της περιβάλλοντος, μέσα από τη συνεργασία και την ανταλλαγή πληροφοριών για τα ζητήματα κοινωνικής ευθύνης της εταιρίας.
- Βελτίωση εταιρικής διακυβέρνησης, μέσω της καλύτερης κατανόησης των σημαντικών ζητημάτων που αντιμετωπίζει η επιχείρηση στους τομείς της εργασίας, του περιβάλλοντος και της κοινωνικής προσφοράς, αλλά και μέσα από τη συστηματική θεώρηση των συναφών με τα θέματα αυτά διαδικασιών που ακολουθεί.

⁷ Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, P. Kotler, Economica Publishing 2009

- Μακροπρόθεσμη οικονομική επιτυχία μέσα από την ικανοποίηση των σημαντικότερων ενδιαφερομένων μερών για τη λειτουργία της επιχείρησης και τη δημιουργία αμοιβαία επωφελών σχέσεων (win – win relationships).
- Μέσα από όλα τα παραπάνω οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τη συστηματική και ολοκληρωμένη διαχείριση της κοινωνικής τους ευθύνης ουσιαστικά επιδιώκουν να εξασφαλίσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις αγορές τις οποίες κινούνται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ : ΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ

Οι πολίτες – καταναλωτές, οι διαμορφωτές κοινής γνώμης και οι επιχειρήσεις συμφωνούν ότι η φτώχεια, η τρομοκρατία, η καταπάτηση των ατομικών ελευθεριών και δικαιωμάτων και η καταστροφή του περιβάλλοντος είναι τα σημαντικότερα προβλήματα που απασχολούν την παγκόσμια κοινωνία. Στα εγχώρια προβλήματα που ζητούν επιτακτικά λύσεις ή καίριες παρεμβάσεις συγκαταλέγονται η κακή διαχείριση του περιβάλλοντος, η οικονομική ύφεση, η ανεργία, οι οικονομικοί μετανάστες, ο εκκολαπτόμενος ρατσισμός, τα ναρκωτικά και η ελλειμματική παιδεία.

Οι ευθύνες αναζητούνται πρωτίστως στο κράτος, ως φορέα συλλογικής ευθύνης. Ωστόσο, δεν του αναγνωρίζεται πλέον ο ρόλος του αποκλειστικού κοινωνικού ρυθμιστή καθώς η γραφειοκρατία, η δυσκινησία και ο κομματισμός έχουν κλονίσει την εμπιστοσύνη απέναντί του. Η συμβολή του στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων εξακολουθεί να θεωρείται καθοριστική, ιδιαίτερα από τους πολίτες, αλλά ταυτόχρονα πρέπει να επιδιώκει τη συνεργασία με άλλους κοινωνικούς φορείς καθώς και με τον ιδιωτικό τομέα.

Ευθύνες για τη δημιουργία κοινωνικών προβλημάτων αποδίδονται επίσης στις επιχειρήσεις (που ενεργούν με γνώμονα το κέρδος), στα μέσα ενημέρωσης (που αποπροσανατολίζουν και δεν καλύπτουν την ανάγκη του πολίτη-καταναλωτή για ενημέρωση), στους παθητικούς πολίτες-καταναλωτές και στην καταλυτική επίδραση της τεχνολογίας σε όλους τους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής⁸.

Στα πλαίσια ενός κοινωνικού περιβάλλοντος η επιχείρηση αποτελεί μια οικονομική μονάδα , όπου ο ρόλος και η δράση της απαιτεί, να ανταποκρίνεται στις προσδοκίες ενός ανεπτυγμένου συστήματος. Μια επιχείρηση έχοντας στη διάθεσή της τους απαραίτητους παραγωγικούς συντελεστές, παίρνει αποφάσεις για το τι θα παράγει, σε τι ποσότητες και που θα παράγει. Έχει πάντα βασικό της άξονα την επίτευξη των σκοπών της, δηλαδή την μεγιστοποίηση του κέρδους και με βάση αυτόν, ορίζει την οργανωτική της δομή και τις κατάλληλες δραστηριότητες για τη λειτουργία της.

⁸ Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. – Ποιοτική Μελέτη :2005

Οι αποφάσεις όμως, τις οποίες λαμβάνει, δεν είναι αποκομμένες από την προσέγγιση της κοινωνίας. Η παραγωγική της δράση εξαρτάται από τα άτομα – μέλη της κοινωνίας, τα οποία και συμμετέχουν στα επιχειρησιακά δρώμενα. Η επιχείρηση προσφέρει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της στο κοινωνικό σύνολο και οι τιμές τους καθορίζονται από τη ζήτηση των ατόμων. Ακόμη και η ίδια η λειτουργία της επιχείρησης εξαρτάται από τις συνθήκες του εξωτερικού κοινωνικού περιβάλλοντος.

Η επιχείρηση δεν διαθέτει μόνο ένα στενό οικονομικό χαρακτήρα, αλλά είναι σε απόλυτη αλληλεξάρτηση με τις υπόλοιπες ομάδες της κοινωνίας και με το περιβάλλον. Αυτή η αλληλεξάρτηση καθορίζεται από κάποιους νόμους και κανόνες της κοινωνίας, σύμφωνα με τους οποίους η επιχείρηση δεσμεύεται να τους ικανοποιεί και να τους υπακούει, αλλά και η κοινωνία είναι στην διάθεση της επιχείρησης, για να προσαρμοστεί στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της. Η κάθε μια από τις δυο έχει δικές της μεθόδους και μηχανισμούς, για να επηρεάζουν τα οικονομικά, τα πολιτιστικά, τα τεχνολογικά και τα πολιτικά γεγονότα⁹.

Οι πολίτες – καταναλωτές παρά την επικριτική στάση τους απέναντι στο κράτος, εναποθέτουν σε αυτό εν τέλει τις ελπίδες τους για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων. Δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ειλικρινή πρόθεση να συνεισφέρουν στην επίλυσή τους, δεδομένου ότι οι ίδιες προκαλούν σημαντικά προβλήματα.

Σε ότι αφορά στη δική τους συμμετοχή στα κοινά εντοπίζουμε τρεις τυπολογίες πολιτών – καταναλωτών :

- Ο «αποστασιοποιημένος» πολίτης – καταναλωτής αισθάνεται κοινωνικά και πολιτικά αδύναμος και μεταθέτει τις ευθύνες του στο κράτος και τους αρμόδιους φορείς.
- Ο «ευαισθητοποιημένος» πολίτης – καταναλωτής ενδέχεται να δραστηριοποιηθεί περιστασιακά ανάλογα με το θέμα που θα μπορούσε να προκαλέσει τη κινητοποίηση του και είναι πάντως ανοιχτός σε νέες ιδέες και πρακτικές.
- Ο «ενεργός» πολίτης – καταναλωτής διακρίνεται για τη συγκροτημένη και συνεπή στάση του στους περισσότερους τομείς της ζωής του. Παρακολουθεί, μαθαίνει, συμμετέχει.

Κυρίαρχοι είναι οι δύο πρώτοι τύποι οι οποίοι δείχνουν ότι η σύζευξη των δύο ιδιοτήτων δεν επιτυγχάνεται εύκολα στην καθημερινή ζωή. Οι καταναλωτικές πρακτικές δεν

⁹ Γώγου, Π., (2004), *Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου, Παράρτημα Καστοριάς, Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας.

αντικαθρεφτίζουν πάντα τις κοινωνικές και πολιτικές αντιλήψεις. Η πρόθυμη αποδοχή και η καταξίωση των ενεργειών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη συνείδηση του πολίτη – καταναλωτή και η σύμπραξή του, κατά συνέπεια, στις εν λόγω εταιρικές πρωτοβουλίες θα ενισχυθούν υπό τις ακόλουθες τρεις βασικές προϋποθέσεις :

- i. Εφόσον η εταιρία ή το προϊόν – σήμα που θέλει να συνδεθεί με την προώθηση ενός κοινωνικού σκοπού είναι αδιαμφισβήτητης αξιοπιστίας και ποιότητας.
- ii. Εφόσον το κόστος της κοινωνικής πολιτικής των προϊόντων δεν θα μετακυλίεται στον πολίτη – καταναλωτή.
- iii. Εφόσον ο κοινωνικός απολογισμός των επιχειρήσεων θα διαχέεται σε όλη την κοινωνία¹⁰.

2.1.Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η επίδραση μιας εταιρίας στην κοινωνία είναι πολύπλευρη και περιλαμβάνει τα προϊόντα / υπηρεσίες της, πώς αγοράζει και πώς πουλά, πώς επιδρά στο περιβάλλον, πώς ελκύει, εκπαιδεύει και αναπτύσσει τους υπαλλήλους της, πώς επενδύει / συνεισφέρει στην κοινωνία και πώς σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Η παγκοσμιοποίηση, οι πολιτικές ανακατατάξεις και οι τεχνολογικές εξελίξεις προκαλούν ραγδαίες και ριζικές αλλαγές στην κοινωνία παγκοσμίως. Οι προσδοκίες της κοινωνίας για το ρόλο και τις ευθύνες των επιχειρήσεων αλλάζουν δραματικά. Στη νέα οικονομία που δημιουργείται, οι εταιρίες κρίνονται όχι μόνο με βάση οικονομικά αποτελέσματα, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια (The Triple Bottom Line).

Οι εταιρίες που μετρούν και διαχειρίζονται την ευρύτερη επίδρασή τους στην κοινωνία έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την εικόνα της εταιρίας τους ανάμεσα στους συμμετόχους: τους πελάτες, τους προμηθευτές, το προσωπικό και την υπόλοιπη κοινωνία, να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα της εταιρίας και να βοηθούν στην αποφυγή ή μείωση κινδύνων.

¹⁰ Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. – Ποιοτική Μελέτη: 2005

2.1.1.Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΠΡΟΣ ΤΡΙΤΟΥΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΘΥΝΗ

Οι συμμετέτοχοι των επιχειρήσεων - οι κυβερνήσεις, οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί, η κοινωνία, οι υπάλληλοι, οι μέτοχοι και οι πελάτες - αυξάνουν συνεχώς τις προσδοκίες και απαιτήσεις τους.

1. Έρευνα ανάμεσα σε 750 ανώτατα στελέχη επιχειρήσεων (CEOs) έδειξε ότι η αυξημένη πίεση από τους συμμετόχους είναι το δεύτερο κατά σειρά σημαντικό θέμα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις¹¹.
2. Πολλές έρευνες αγοράς δείχνουν ότι το ενδιαφέρον του κοινού για τις επενδύσεις των επιχειρήσεων στην κοινωνία αυξάνεται συνεχώς.

Σε σχέση με τους πελάτες:

1. Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την επίδραση των επιχειρήσεων στην κοινωνία.
2. Το 81% των καταναλωτών συμφωνούν ότι, όταν η τιμή και η ποιότητα είναι ίσες, προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα που είναι συσχετισμένα με κάποιο καλό σκοπό.
3. Το 70 % των Ευρωπαίων καταναλωτών υποστηρίζουν ότι η δέσμευση μιας εταιρίας στην κοινωνική ευθύνη είναι σημαντική όταν αγοράζουν ένα προϊόν ή υπηρεσία και ένας στους πέντε είναι διατεθειμένος να πληρώσει πιο ακριβά για προϊόντα τα οποία είναι "κοινωνικά και περιβαλλοντικά πιο υπεύθυνα".

Σε σχέση με τους υπάλληλους:

1. Οι υποψήφιοι υπάλληλοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική συνεισφορά των εταιριών, όταν επιλέγουν τους μελλοντικούς τους εργοδότες. Οι υπάλληλοι που γνωρίζουν ότι ο οργανισμός τους εμπλέκεται και συνεισφέρει στην κοινωνία είναι πολύ πιο πιθανό να μιλήσουν θετικά για τους εργοδότες τους. Εταιρίες οι οποίες φαίνονται να

¹¹"Most Respected Companies Survey "Financial Times/PricewaterhouseCoopers Dec 7th 1999

υποστηρίζουν τις ανάγκες της κοινωνίας και τα ενδιαφέροντα των υπαλλήλων ελκύουν και συγκρατούν καλύτερους υπαλλήλους.

2. 73 τις εκατό απάντησαν ότι θα ήταν πιο αφοσιωμένοι σε ένα εργοδότη που υποστηρίζει την τοπική κοινότητα

Σε σχέση με το χρηματιστήριο:

1. Το 1975 το 50 τις εκατό της χρηματιστηριακής αξίας μιας εταιρίας ήταν υλικά περιουσιακά στοιχεία. Το 1999 μόνο το 20 τις εκατό της χρηματιστηριακής αξίας είναι υλικά και το 80 τις εκατό είναι άυλα περιουσιακά στοιχεία. (Business Week Μάρτιος 2000).

2. Το 96 τις εκατό της χρηματιστηριακής αξίας της Coca Cola, το 97 τις εκατό για την Kelloggs και το 83 τις εκατό για την IBM είναι άυλα περιουσιακά στοιχεία.

Το 1999 έρευνα ανάμεσα σε 25.000 πολίτες σε 23 χώρες σε έξι ηπείρους έδειξε ότι:

1. Οι αντιλήψεις της κοινωνίας για τις εταιρίες είναι πιο στενά συνδεδεμένες με την κοινωνική ευθύνη (56 τις εκατό) παρά με την ποιότητα/φήμη του ονόματος (40 τις εκατό) ή με βασικές επιχειρησιακές παραμέτρους (34 τις εκατό) όπως οικονομικούς παράγοντες, μέγεθος της εταιρίας και στρατηγική.

2. 2 στους 3 πολίτες θέλουν τις εταιρίες να ξεπεράσουν τον παραδοσιακό τους ρόλο, που ήταν να κάνουν κέρδη και τις θέλουν να συνεισφέρουν σε ευρύτερους κοινωνικούς στόχους.

3. Οι μισοί που έλαβαν μέρος στην έρευνα δίνουν προσοχή στην κοινωνική συμπεριφορά των επιχειρήσεων¹².

2.2.ΕΚΕ ΚΑΙ ΑΠΟΦΥΓΗ / ΜΕΙΩΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Συνολικά το 40 τις εκατό των πολιτών παγκοσμίως έχουν σκεφτεί να "τιμωρήσουν" (17 τις εκατό) ή "τιμώρησαν" (23 τις εκατό) συγκεκριμένες εταιρίες οι οποίες δεν συμπεριφέρονταν, κατά τη γνώμη τους, κοινωνικά υπεύθυνα τον προηγούμενο χρόνο.

¹² Θανάπουλος, Γ., (2003), *Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος "INTERBOOKS"

Αυτό το εύρημα επιβεβαιώνει κάτι που αρκετές εταιρίες έχουν μάθει με "σκληρό" τρόπο - ότι, και η εταιρική εικόνα και οι πωλήσεις κινδυνεύουν όταν οι πελάτες έχουν αρνητική αντίληψη για τη συμπεριφορά μιας εταιρίας.

Εξετάζοντας και συγκρίνοντας τις απαντήσεις των διαμορφωτών της κοινής γνώμης (opinion leaders) με αυτές του κοινού γενικά, φάνηκε ότι οι διαμορφωτές κοινής γνώμης είναι δύο φορές πιο πιθανό να μιλήσουν για τη συμπεριφορά εταιριών και να τιμωρήσουν μια "κοινωνικά ανεύθυνη" εταιρία. Αυτό υποδηλώνει ότι τα επόμενα χρόνια οι εταιρίες θα βρεθούν κάτω από ακόμα μεγαλύτερη πίεση να αναλάβουν τις κοινωνικές τους ευθύνες.

Όλες οι επιχειρήσεις επιδρούν στην κοινωνία μέσα στην οποία λειτουργούν. Όταν η επίδραση αυτή τυγχάνει σωστής διαχείρισης, μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη και στην κοινωνία και στην επιχείρηση. Οι εταιρίες οι οποίες φαίνονται να υποστηρίζουν τις ανάγκες της κοινωνίας και τα ενδιαφέροντα των υπαλλήλων τους απολαμβάνουν μεγαλύτερης υποστήριξης από καταναλωτές και επενδυτές, έχουν την εμπιστοσύνη της κοινωνίας και ελκύουν και συγκρατούν καλύτερους υπαλλήλους¹³.

Όλα τα παραπάνω δείχνουν ότι η κοινωνική εταιρική ευθύνη γίνεται αστραπιαία παγκόσμια προσδοκία, η οποία απαιτεί μια ολοκληρωμένη ανταπόκριση από τις επιχειρήσεις. Ο μόνος τρόπος για αποδοτικό χειρισμό του θέματος είναι να γίνει η εταιρική κοινωνική ευθύνη βασική επιχειρησιακή αξία και στρατηγική και να ενσωματώνεται σε όλες τις πτυχές της επιχείρησης. Οι εμπειρίες από τις πρωτοπόρες στο θέμα αυτό εταιρίες δείχνουν ότι η κοινωνική εταιρική ευθύνη θα γίνει ένας νέος τομέας επίδοσης και υπευθυνότητας για τις πετυχημένες εταιρίες¹⁴.

2.3.ΤΑ ΠΕΔΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΕ

2.3.1.ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΔΙΟ

Οι οικονομικές υποχρεώσεις ήταν και παραμένουν βασικός στόχος για κάθε επιχείρηση. Η επιχειρησιακή κοινωνική ευθύνη περιλαμβάνει όμως και οικονομικό αυτό-ενδιαφέρον από

¹³ Γώγου, Π., (2004), *Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου, Παράρτημα Καστοριάς, Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας.

¹⁴ Χατζησοφοκλέους Μ(2004) Υποστήριξη Επιχειρησιακής Διεύθυνσης, Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ΑΤΗΚ) <http://www.cyta.com.cy/pr/newsletter>

την πλευρά τους.¹⁵ Πολλές επιχειρήσεις και ιδίως αυτές που ανήκουν στον ιδιωτικό τομέα, αναλαμβάνουν την πρωτοβουλία να συνδυάσουν την οικονομική αποδοτικότητα με την αποδοτικότητα στον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα, αυτό βέβαια δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση ότι θα υποκαταστήσουν το κράτος και τους φορείς κοινωφελούς χαρακτήρα στο έργο τους. Η εμπλοκή των επιχειρήσεων στο οικονομικό πεδίο αφορά την συμμετοχή τους σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες, σε χορηγίες πολιτιστικών εκδηλώσεων, οργάνωση διαγωνισμών, απονομή βραβείων, υποτροφιών κτλ.. Το επίπεδο της απόδοσης ΕΚΕ εξαρτάται από το μέγεθος της κάθε επιχείρησης, την οικονομική της απόδοση και τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται. Σε περιπτώσεις χαμηλής οικονομικής απόδοσης, οι εταιρίες μπορεί να είναι λιγότερο διατεθειμένες να διαθέσουν κονδύλια για δραστηριότητες της ΕΚΕ. Για παράδειγμα μεγάλες τηλεοπτικές επιχειρήσεις, γίνονται χορηγοί επικοινωνίας ή συμπαραγωγοί κινηματογραφικών ταινιών, δίνουν εργασία σε καλλιτέχνες, κάνουν σχετικές εκδόσεις, παρέχουν εκπαίδευση και υποτροφίες, ιδρύουν πινακοθήκες, επιστρέφοντας πολλές φορές στην περιοχή ή σε χώρες όπου δραστηριοποιούνται ένα μέρος των κερδών τους. Στην προσπάθειά τους ακριβώς οι επιχειρήσεις να αποκτήσουν την αποδοχή εκ μέρους των τοπικών, περιφερειακών και εθνικών κοινωνιών, απ' ευθείας ή διαμέσου ιδρυμάτων, που μερικά εξ αυτών συντηρούν, παίρνουν ενεργά μέρος στην εξέλιξη της κοινωνίας διατυπώνοντας προτάσεις πολιτισμού και παρέχοντας οικονομική στήριξη.

2.3.2.ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΔΙΟ

Οι επιχειρήσεις προσφέρουν κοινωνικό έργο σε πολλαπλά επίπεδα, τόσο σε θέματα της καθημερινής πραγματικότητας, τοπικής ή παγκόσμιας, όσο και σε άλλα βαθύτερα. Η προσφορά εργασίας αποτελεί από μόνη της κοινωνικό έργο. Υπάρχουν όμως και ευθύνες απέναντι στο προσωπικό από την πλευρά της διοίκησης της επιχείρησης. Ευθύνες όπως η ύπαρξη ασφαλών και υγιεινών χώρων εργασίας και η συνεχής βελτίωσή τους για την επίτευξη του στόχου «μηδέν ατύχημα» καθώς η δίκαιη αμοιβή των εργαζομένων, η τήρηση των ωραρίων και ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Οι διατήρηση σχέσεων σεβασμού και εμπιστοσύνης με τις γειτονικές κοινότητες είναι το ίδιο σημαντική όσο και η άδεια λειτουργίας μιας επιχείρησης. Μην ξεχνάμε ότι η κοινωνία είναι αυτή που έχει αρχικά επιτρέψει στις εταιρίες να χρησιμοποιούν φυσικούς και ανθρώπινους πόρους και τους έχει δώσει το δικαίωμα να εκτελούν τις παραγωγικές τους λειτουργίες. Ως αποτέλεσμα η κοινωνία

¹⁵ <http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/articles>

έχει ένα κρυφό κοινωνικό συμβόλαιο με την εταιρία το οποίο η τελευταία πρέπει να σεβαστεί για να διασφαλίσει την ύπαρξη και περαιτέρω εξέλιξή της στον χώρο. Επίσης στο κοινωνικό πεδίο δραστηριοποίησης της ΕΚΕ συμπεριλαμβάνονται δραστηριότητες όπως η συμμετοχή των εταιριών στην τοπική ανάπτυξη με την χορηγία τοπικών και εθνικών πολιτιστικών ιδρυμάτων όπως θέατρα και μουσεία, η εκδήλωση ενδιαφέροντος για τις Τέχνες και τα Γράμματα καθώς και τον αθλητισμό. Χορηγώντας παιδικές και εφηβικές αθλητικές ομάδες η εταιρία συντελεί στην μετάδοση του αθλητικού πνεύματος κρατώντας τα παιδιά μακριά από κινδύνους όπως η εγκληματικότητα και τα ναρκωτικά. Εργασία με τις τοπικές εξουσίες για την αναγέννηση μικρών επιχειρήσεων καθώς και του εσωτερικού περιβάλλοντος της πόλης καθώς και η συμμετοχή σε κοινωνικούς σκοπούς (από ανθρώπινα δικαιώματα, εθελοντική αιμοδοσία μέχρι εκπαίδευση για το AIDS) προσδίδουν στην εταιρία τον απαιτούμενο κοινωνικό χαρακτήρα.

2.3.3.ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΠΕΔΙΟ

Το περιβάλλον αποτελεί ένα από τα βασικά θέματα για τα οποία οι επιχειρήσεις καλούνται να δείξουν υπευθυνότητα.¹⁶ Θα πρέπει να προχωρήσουν στην ανάπτυξη εσωτερικής περιβαλλοντικής στρατηγικής και στην κοινοποίηση των σχετικών πρωτοβουλιών τους. Να υιοθετήσουν συστήματα τεχνολογίας που σέβονται περισσότερο το περιβάλλον και μακροπρόθεσμα τα οφέλη των επιχειρήσεων. Να γίνεται διαρκής αξιολόγηση από μέρους τους, των περιβαλλοντικών επιδόσεων των συστημάτων αυτών καθώς και σύγκριση της ποσότητας των παραγόμενων προϊόντων με τον αντίκτυπο της παραγωγής αυτής στο περιβάλλον.

Κάθε σοβαρή επιχείρηση ανακοινώνει σε επίσημα έντυπα ή μέσω κάποιας ιστοσελίδας την αυστηρή και υπεύθυνη στάση της σε θέματα ασφάλειας του περιβάλλοντος και την εφαρμογή κάποιου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης όπως το ISO14000 ή το EMAS.Είναι σημαντικό να αναφέρουμε στο σημείο αυτό, ότι σε έρευνα που έγινε (WalkerInformation, 1994) για να εκτιμηθεί πώς οι Αμερικάνοι αντιλαμβάνονται την κοινωνική συμπεριφορά των επιχειρήσεων, από τα 20 κορυφαία χαρακτηριστικά που καταγράφηκαν τα 8 αναφέρονται σε περιβαλλοντικές παραμέτρους (αποφυγή μόλυνσης, ανακύκλωση, χρήση φιλικών υλικών, τήρηση περιβαλλοντικής νομοθεσίας κλπ).

¹⁶ Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, "Corporate Responses to Environmental Challenges", Quorum Books, N.Y,USA

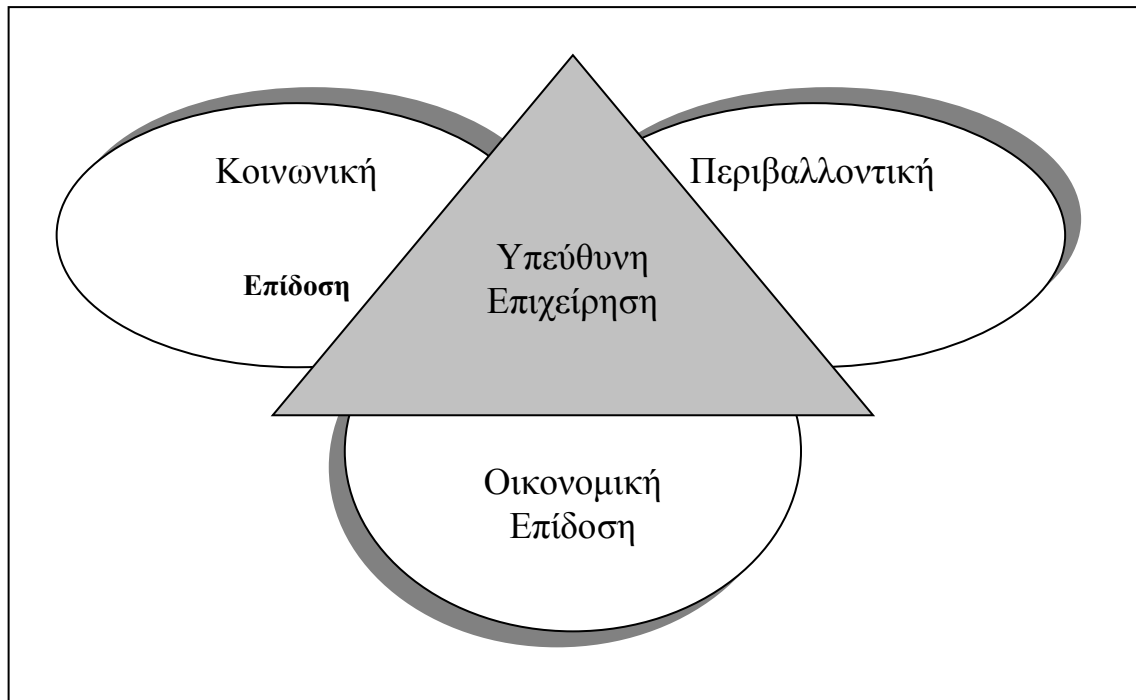
Υπάρχουν όμως πράγματι κάποια όρια αναφοράς για κάθε ρυπαντή και αν υπάρχουν γίνεται τακτική αναθεώρησή τους; Πολλές επιχειρήσεις κυρίως μικρού μεγέθους δεν έχουν την τεχνολογική και οικονομική υποδομή ώστε να εφαρμόσουν τα υπάρχοντα προγράμματα για την προστασία του περιβάλλοντος. Οι πολυεθνικές εταιρίες ακολουθούν τα ίδια standards στις επιχειρήσεις τους σε όλες τις χώρες που έχουν εργοστάσια ή μόνο στις χώρες που υπάρχει αυστηρότερος έλεγχος; Η κάλυψη μόνο των ελάχιστων προϋποθέσεων του νόμου από κάποιες επιχειρήσεις διασφαλίζει την προστασία του περιβάλλοντος;

Είναι φανερό ότι υπάρχουν ακόμα πολλά κενά στον χώρο της περιβαλλοντολογικής ευθύνης των επιχειρήσεων και ότι θα χρειαστεί μεγάλη προσπάθεια και συνεργασία μεταξύ των κοινωνικών ομάδων πίεσης και των επιχειρήσεων για την εξεύρεση κάποιας λύσης.

2.4.Ο ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΕΔΙΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Όπως είναι φανερό από την παραπάνω ανάλυση υπάρχει έντονη αλληλεξάρτηση μεταξύ των πεδίων δραστηριοποίησης της ΕΚΕ. Δεν εννοείται υπεύθυνη επιχείρηση με πραγματική κοινωνική ευθύνη χωρίς οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση.¹⁷

¹⁷ Κονταξή Μυρτώ 2004, ΕΚΕ & Περιβάλλον, PriceWaterhouseCoopers.



Ο τρόπος που θα επιλέξουν να ενεργήσουν οι επιχειρήσεις σχετικά με την ευθύνη τους απέναντι στο περιβάλλον και την κοινωνία κρίνει και την βιωσιμότητά τους.¹⁸ Σε μια αγορά που αφορά την εταιρική προσωπικότητα οι επιχειρήσεις προβάλλουν πλέον τις πολιτικές ΕΚΕ τους, γνωρίζοντας καλά ότι η σαφή αναφορά των στόχων και των αξιών που τις διέπουν τις διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές τους. Μια επιχείρηση, ενεργός πολίτης, που προστατεύει τις επενδύσεις της μέσω της διαφάνειας των λειτουργιών της και θέτει την ΕΚΕ στην καρδιά της εταιρικής της φιλοσοφίας, τυγχάνει αποδοχής από το ευρύτερο σύνολο γεγονός που επηρεάζει θετικά τα οικονομικά της αποτελέσματα.¹⁹

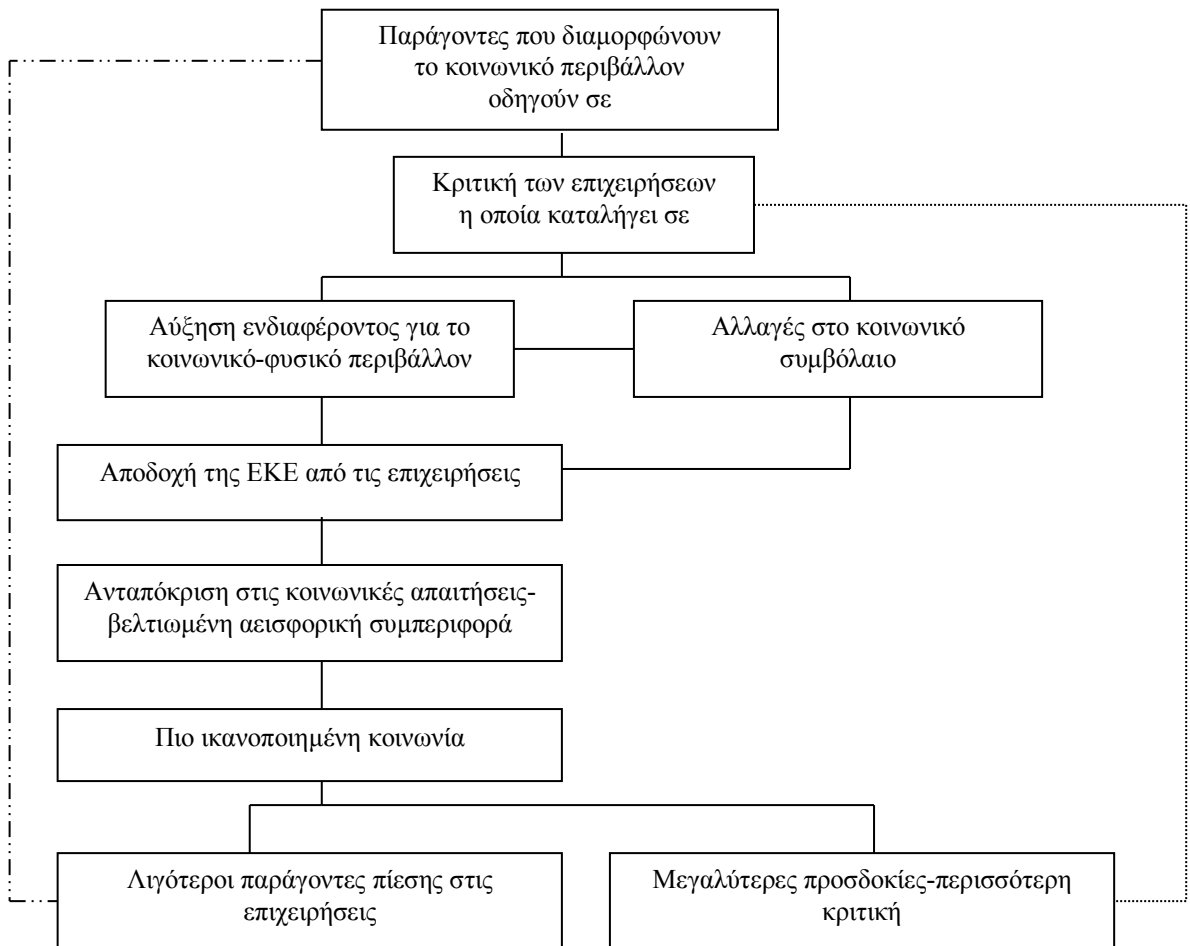
Είναι σημαντικό να γίνει κατανοητή η δυναμική φύση του όλου συστήματος των εταιρικών υποχρεώσεων. Συγκεκριμένες επιχειρήσεις παίρνουν πρωτοβουλίες, από προστασία του περιβάλλοντος μέχρι ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας, δημιουργώντας αξίες και μέσω αυτών προσδοκίες στους κοινωνικούς εταίρους. Αυτό όμως που ως ένα σημείο ξεκινά σαν εθελούσια πρωτοβουλία κάποιων, βαθμιαία γίνεται ηθική ευθύνη και καθίσταται απαιτητό από όλες τις επιχειρήσεις. Οι κοινωνικοί εταίροι πιέζουν τα σχετικά θεσμικά όργανα δηλαδή πολιτικούς και τοπικούς άρχοντες όσον αφορά την ΕΚΕ η οποία μετατρέπεται σε νομική

¹⁸ Λεφοπούλου Αλεξάνδρα, 2003, "Επαναπροσδιορισμός της ΕΚΕ", περιοδ."Marketing Week", 09-03.

¹⁹ Davis K.& Blomstrom R., 1975, "Business and Society: Environment and Responsibility", 3rd ed.

υποχρέωση. Το γεγονός αυτό μπορεί να γίνει καλύτερα αντιληπτό από το σχεδιάγραμμα που ακολουθεί.

Κύκλος της εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων



Πηγή: Davis K. & Blomstrom R., 1975, "Business and Society: Environment and Responsibility", 3rd ed.

Το CSR δεν αποτελεί μορφή μιας περαστικής τάσης, «μόδας». Υπάρχει και θα συνεχίσει να υπάρχει, να ερευνάται, να εξελίσσεται και να επεκτείνεται και σε άλλες χώρες. Αποτελεί και θα αποτελεί θέμα σε επιστημονικά συνέδρια, διεθνείς οργανισμούς και επιτροπές. Αποτελεί λοιπόν μια πραγματικότητα της εποχής μας την οποία οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να αγνοήσουν παραμένοντας στάσιμες σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους. Εδώ και αρκετά χρόνια μάλιστα οι επιχειρήσεις μπορούν να μετρήσουν τα αποτελέσματα των πολιτικών τους μέσα από κοινωνικούς δείκτες, όπως ο δείκτης FTSE4Good, που μπορούν να δώσουν

σημαντικά στοιχεία για την ενσωμάτωση επιχειρησιακών πρακτικών σε σχέση με το περιβάλλον, τον εργασιακό χώρο και την κοινότητα.

Η εμπειρία διδάσκει ότι η μακροπρόθεσμη ευδοκίμηση των επιχειρήσεων περνάει μέσα από την κοινωνική αποδοχή της συμπεριφοράς τους. Το γεγονός αυτό εξηγεί την υιοθέτηση και διατυμπάνιση της αειφορικής συμπεριφοράς πολλών πολυεθνικών επιχειρήσεων, όπως ο Όμιλος Τιτάν. Σχετικές μελέτες που έγιναν σε Αμερικανικές επιχειρήσεις με σκοπό να συνδέσουν την κοινωνικά υπεύθυνη στάση των επιχειρήσεων με τα χρηματοοικονομικά τους αποτελέσματα δεν συμφωνούν ως προς τα ευρήματα πιθανόν λόγω της μη σύμπτωσης της μεθοδολογίας συλλογής, οργάνωσης και αξιολόγησης των δεδομένων τους. Σε γενικές γραμμές πάντως υπάρχει θετική σχέση μεταξύ των κοινωνικών και οικονομικών επιδόσεων τουλάχιστον των Αμερικανικών επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

3.1.ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΟΚΑΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΗΜΕΡΑ.

Η φύση και η κοινωνία είναι άμεσα συνδεδεμένες, αφού για να υπάρξει ο άνθρωπος μέσα στο κοινωνικό σύστημα χρειάζεται το φυσικό περιβάλλον. Ο άνθρωπος όμως, είναι και αυτός, που ευθύνεται για την δυσάρεστη θέση στην οποία βρίσκεται σήμερα το φυσικό περιβάλλον με τα σοβαρά οικολογικά προβλήματα.. Τα στοιχεία και οι ζωντανοί οργανισμοί που περικλείουν το φυσικό περιβάλλον μέρα με την μέρα αλλοιώνονται και σιγά-σιγά μεταμορφώνονται σε νεκρούς οργανισμούς. Η φυσική περιουσία του περιβάλλοντος έχει υποστεί μεγάλη φθορά και καθημερινά μειώνονται οι αντοχές του για αποκατάσταση και επαναφορά στην πρότερη κατάσταση του.

Οι συνέπειες όλων αυτών φαίνονται μικρές, αλλά στην πραγματικότητα είναι ανυπολόγιστα μεγάλες τόσο για τον άνθρωπο και όσο και για ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο. Όσον αφορά τα αίτια, είναι πολύ περισσότερα από ό,τι μπορεί κανείς να φανταστεί. Από τότε που ο άνθρωπος άρχισε, να αυξάνει τις δραστηριότητες του για να επωφεληθεί οικονομικά και να αποκτήσει την πολυπόθητη ευημερία, ξεκίνησε μια ανεξέλικτη πορεία καταστροφής, που δεν σταμάτησε πουθενά, ούτε καν στα προειδοποιητικά μηνύματα της φύσης για έναν κίνδυνο, που καιροφυλακτεί με προβλήματα ρύπανσης και μόλυνσης. Τα είδη της μόλυνσης είναι τρία.²⁰

3.1.1.ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΡΥΠΑΝΣΗ

Είναι όλες οι επιπτώσεις της ρύπανσης, που προκαλούνται στον αέρα και ακόμα περισσότερο στην Ατμόσφαιρα εξαιτίας της ανεύθυνης δράσης των επιχειρήσεων. Οι καπνοδόχοι των μεγάλων εργοστασίων αποβάλλουν καυσαέρια, που περιέχουν συνήθως διοξείδιο του θείου (SO₂), οξείδιο του αζώτου(NO), και διοξείδιο του άνθρακα (CO₂), τα οποία προκαλούνται από μηχανές εσωτερικής καύσεως.¹⁴ Τις περισσότερες φορές χρησιμοποιούν πετρέλαιο και

²⁰ Ρερρές, Κ., (2003), *Ανάπτυξη και εφαρμογή ενιαίου διαχειριστικού συστήματος ποιότητας και περιβάλλοντος σύμφωνα με τα πρότυπα ISO 9001: 2000 και ISO 14001: 1996*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Μ.Π.Δ. , Πολυτεχνείο Κρήτης.

ορυκτά, όπως ο λιγνίτης. Τα ποσοστά εξόρυξης λιγνίτη είναι αρκετά υψηλά σε κάποιες περιοχές του πλανήτη μας, με αποτέλεσμα να χρησιμοποιούνται όχι μόνο στην βιομηχανία αλλά και για τις ανάγκες του νοικοκυριού. Η πόλη του Λονδίνου είναι μια τέτοια περιοχή, η οποία απειλείται με την δημιουργία ‘όξινου περιβάλλοντος’, λόγω της όξινης βροχής.

Οι εγκαταστάσεις καύσεως απορριμμάτων ήταν και είναι και σήμερα ιδιαίτερα διαδεδομένες στις γεωργικές μεθόδους, καθώς επίσης οι μηχανές θέρμανσης στα μεγάλα κτήρια εξακολουθούν να δημιουργούν προβλήματα στο περιβάλλον. Μια ακόμα ανεπιθύμητη δραστηριότητα με επιπτώσεις στην ατμόσφαιρα προκαλείται από τον τομέα των Μεταφορών, όπου τα αεροπλάνα, τα φορτηγά και όλα τα μέσα μεταφορών αφήνουν αέρια από τις εξατμίσεις τους, που σχεδόν ποτέ δεν συντηρούνται.²¹

3.1.2.ΡΥΠΑΝΣΗ ΤΩΝ ΥΔΑΤΩΝ

Αυτού του είδους το οικολογικό πρόβλημα είναι πολύ συνηθισμένο στις μεγάλες βιομηχανικές περιοχές. Μια βόλτα στην περιοχή του Λιμανιού της Θεσσαλονίκης θα μας φέρει αντιμέτωπους με την νοσηρή θέα της βρόμικης ακτής του Θερμαϊκού Κόλπου. Τα χημικά απόβλητα των μεγάλων εργοστασίων, των βυρσοδεψιών και των μεγάλων γεωργικών επιχειρήσεων, που πετούν τα απορρίμματα των ζώων και οι πετρελαιοκηλίδες από τα μεγάλα πλοία. Οι επιπτώσεις είναι ανυπολόγιστα αρνητικές για την οικονομική ζωή του τόπου μας, αφού τα οικονομικά οφέλη από την αλιεία, ακόμα και από τον τουρισμό μειώνονται. Από την άλλη, κινδυνεύει άμεσα και η ανθρώπινη υγεία από διάφορα νοσήματα, λόγω των εστιών μόλυνσεων στις λίμνες και τα ποτάμια με την δημιουργία βαλτότοπων, και ασθένειες που στην εποχή του 21^{ου} αιώνα φαίνονται απίθανες, όπως τύφος, ελονοσία κ.τ.λ.²².

3.1.3.ΡΥΠΑΝΣΗ ΤΟΥ ΕΛΑΦΟΥΣ

Οι επιχειρήσεις, οι οποίες δεν έχουν κοντά στις εγκαταστάσεις τους θάλασσα, λίμνη ή και ποτάμι αφήνουν τα απορρίμματα και τα σκουπίδια τους στην φύση, χωρίς να μουν καν στην

²¹ Ρεπρές, Κ., (2003), *Ανάπτυξη και εφαρμογή ενιαίου διαχειριστικού συστήματος ποιότητας και περιβάλλοντος σύμφωνα με τα πρότυπα ISO 9001: 2000 και ISO 14001: 1996*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Μ.Π.Δ. , Πολυτεχνείο Κρήτης.

²²Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2005), Πράσινη Βίβλος “Πράσινο Βιβλίο. Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

διαδικασία να τα θάψουν, όπως θα έπρεπε. Έτσι δημιουργούνται μεγάλοι σκουπιδότοποι και χωματερές, εστίες μολύνσεως άλλα και πιθανά αίτια πυρκαγιάς. Επιπλέον, χρησιμοποιούνται διάφορα λιπάσματα και εντομοκτόνα από τους παραγωγούς στις εκτάσεις γεωργικής εκμετάλλευσης με τραγική συνέπεια την διάβρωση του εδάφους και τον θάνατο χιλιάδων φυτικών οργανισμών²³.

3.2.ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.

Οι συνέπειες όλων αυτών αρχίζουν να διαφαίνονται ολοένα και πιο έντονα τα τελευταία χρόνια, γι' αυτό τον λόγο κάποιοι οικονομικοί παράγοντες αρχίζουν να ενδιαφέρονται για εφαρμογές δραστηριοτήτων, που αν δεν μπορούν να διορθώσουν τις ζημιές, τουλάχιστον δεν θα επιβαρύνουν περισσότερο το οικολογικό μας σύστημα. Οι μεγάλες βιομηχανίες δείχνουν την υπεύθυνη πλευρά του χαρακτήρα τους και ζητούν, να ενταχθούν σε διάφορα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Τα συστήματα αυτά είναι εθελοντικά και δίνουν την ευκαιρία στις επιχειρήσεις, οι οποίες το επιθυμούν να ασχοληθούν με την περιβαλλοντική διαχείριση και την βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων.

Αυτά είναι δύο το Κοινοτικό Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου και το ISO 14001.

Το Κοινοτικό Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου, που νομικά στηρίζεται κανονισμό 1836/93/Ε.Ε. και μπορεί να συμμετάσχει εθελοντικά στην οποιαδήποτε βιομηχανική επιχείρηση, έχει σαν κύριο στόχο την αναβάθμιση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, ούτως ώστε να μειωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον. Το ISO 14001 είναι το Διεθνές Πρότυπο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Η διαφορά του με το πρώτο σύστημα είναι, ότι όσον αφορά τον έλεγχο το ISO 14001 δεν ασχολείται με τις διαδικασίες και τις επιδόσεις. Πάντως, και τα δύο προγράμματα έχουν παρόμοιες δομές, αφού ξεκινούν με την οργάνωση του περιβαλλοντικής πολιτικής, ανάλυση για την σύνταξη προγραμμάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης και υλοποίηση και τελειώνουν με ελέγχους και επιθεωρήσεις²⁴.

²³ Ρερρές, Κ., (2003), *Ανάπτυξη και εφαρμογή ενιαίου διαχειριστικού συστήματος ποιότητας και περιβάλλοντος σύμφωνα με τα πρότυπα ISO 9001: 2000 και ISO 14001: 1996*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Μ.Π.Δ., Πολυτεχνείο Κρήτης.

²⁴ Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2005), Πράσινη Βίβλος "Πράσινο Βιβλίο. Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Άλλες ενέργειες τις οποίες θα μπορούσε να υιοθετήσει η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση, είναι να εξοικονομήσει ενεργειακούς πόρους. Αν, λοιπόν στραφεί σε μια σε μια τέτοια δραστηριότητα στηρίζει την διαφύλαξη του περιβάλλοντος και αποκτά και κέρδη από την μείωση των οικονομικών πόρων που χρειαζόταν να θυσιάστούν για την αγορά πετρελαίου ή οποιουδήποτε άλλου ενεργειακού προϊόντος. Για παράδειγμα η ηλιακή και αιολική ενέργεια παρουσιάζουν ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και έχει ήδη αρχίσει, να μπαίνει στις σκέψεις της Ελληνικής Επιχείρησης. Μάλιστα στην Κρήτη το 15% του ηλεκτρικού ρεύματος παράγεται από αιολικά πάρκα, αφού υπολογίζεται ότι το 12% του παγκόσμιου ηλεκτρισμού μπορεί να καλυφθεί από την αιολική ενέργεια σε μόλις δυο δεκαετίες. Ενώ από την πλευρά της ηλιακής ενέργειας, ξεκίνησε το 2002 στο Κιλκίς η κατασκευή του πρώτου ελληνικού εργοστασίου φωτοβολταϊκών. Κάτι που σίγουρα θα φέρει τεράστια οφέλη στις μεγάλες βιομηχανίες, με την αλόγιστη σπατάλη ενέργειας, από την εξοικονόμηση άλλων πιο δαπανηρών πηγών ηλεκτρισμού.

Ανακύκλωση είναι η επαναφορά όλων των χρήσιμων υλικών στο φυσικό και οικονομικό κύκλο. Τα μέτρα, που λαμβάνονται στην ανακύκλωση έχουν σκοπό, να ανακτηθούν τα χρήσιμα υλικά και να προωθηθούν για την παραγωγή νέων προϊόντων. Η συνεχόμενη, λοιπόν αυτή αλυσίδα, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί με επιτυχία από τις επιχειρήσεις σήμερα, στοχεύει στην φόρτιση του περιβάλλοντος με μικρότερες ποσότητες των απορριμμάτων των επιχειρήσεων, εφόσον αποτελούν ανακυκλώσιμα προϊόντα και ακόμα στοχεύει στην εξοικονόμηση ενέργειας και πρώτων υλών. Ανακυκλώσιμα προϊόντα βέβαια δεν είναι όλα τα προϊόντα. Η επιχείρηση μπορεί να κάνει διαλογή των απορριμμάτων της και να χρησιμοποιήσει ξανά, με κατάλληλη επεξεργασία το χαρτί, το γυαλί, το μέταλλο, το ύφασμα και κάποια είδη πλαστικών²⁵.

3.3.ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι επιχειρήσεις αποτελούν το βασικούς μεταποιητές πόρων. Έχουν την υποχρέωση και την ικανότητα να αναλάβουν ηγετικό ρόλο και να μετατρέψουν τις απειλές για το περιβάλλον σε ευκαιρίες βιώσιμης ανάπτυξης.

²⁵ Λεφοπούλου Αλεξάνδρα 'Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και κοινωνική υπευθυνότητα' , MARKETING WEEK 10/11/2003

Στο πλαίσιο αυτό επιβάλλεται, η ανάπτυξη δραστηριοτήτων για τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον από την παραγωγική διαδικασία. Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τομείς που στοχεύουν στην²⁶:

- Ορθολογική χρήση των φυσικών (ενεργειακών) πόρων.
- Καθιέρωση προτύπων περιβαλλοντικής διαχείρισης (ISO, EMAS), που προωθούν την ανάπτυξη μέτρων εξοικονόμησης πόρων.
- Καθιέρωση μέτρων εξοικονόμησης ενέργειας.
- Δραστική μείωση της χρήσης ουσιών που αποτελούν πρόσθετο βάρος για το περιβάλλον.
- Ανάπτυξη και προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων.
- Ανάπτυξη προγραμμάτων περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης των εργαζομένων στην επιχείρηση αλλά και των καταναλωτών.

Όλες αυτές οι υποχρεώσεις, που πολλές φορές είναι και νομικές υποχρεώσεις στις οποίες οι επιχειρήσεις οφείλουν να υπακούν, αναφορικά με το περιβάλλον προκύπτουν από ρυθμίσεις που έχουν ως στόχο τον έλεγχο των αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων τους.

Ίσως το πιο ευρέως διαδεδομένο μέτρο είναι η λήψη ποικίλων δράσεων για την ανάπτυξη και παραγωγή προϊόντων που είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Οι δράσεις αυτές στοχεύουν όχι μόνο στην ποιότητα, την λειτουργικότητα και το κόστος χρήσης αλλά και στην ανακύκλωση τους και την επαναχρησιμοποίηση τους. Για αυτές τις προσπάθειες οι εταιρίες επιβραβεύονται με διακρίσεις όπως τα Eco Mark και Green Mark πιστοποιητικά.

Παράλληλα οι εταιρείες πρέπει να λαμβάνουν και μια μεγάλη γκάμα δράσεων για να ικανοποιούν και τις ανάγκες τις κοινωνίας. Το στοίχημα είναι κατά πόσο νέα προϊόντα και εταιρικές περιβαντολογικές πολιτικές μπορούν να ευθυγραμμίζονται. Σε κάθε περίπτωση οι εταιρείες πρέπει να μειώνουν τα απόβλητά τους στο περιβάλλον, όπως την μείωση των εκπομπών CO₂, τον αυστηρό έλεγχο και την μείωση της χρήσης ουσιών που είναι επιβλαβή για το περιβάλλον και την αποτελεσματική επαναχρησιμοποίηση των απορριμμάτων τους.

²⁶ Crane, A. et al. (2008), «The Oxford handbook of corporate social responsibility», Oxford University Press. London Reference Collections.

Συνεπώς οι επιχειρήσεις πέραν των πολιτικών τους για το κοινωνικό περιβάλλον, που σχετίζονται με τη συμβολή τους στην τοπική ανάπτυξη και στην καλλιέργεια σχέσεων εμπιστοσύνης με τις κοινωνίες, πρέπει να έχουν και μια σειρά πρωτοβουλιών και για το φυσικό περιβάλλον και την προστασία του, μέσω της λήψη των αναγκαίων μέτρων, την χρήση νέων τεχνολογιών, την εφαρμογή κατάλληλων προδιαγραφών.

Πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα αρκετές εταιρίες έχουν λάβει δράση στην²⁷:

- Ανακύκλωση των υπόλοιπων υγρών αποβλήτων (σαπουνέλαια, υγρά ψύξης μηχανών)
- Ανακύκλωση χαρτικής ύλης
- Ανάπτυξη ειδικών προγραμμάτων διατήρησης κραδασμών και θορύβου των μηχανών παραγωγής σε χαμηλά επίπεδα καθώς και μείωσης κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας μέχρι 50%
- Διαχείριση θερμικής ενέργειας
- Αύξηση της χρήσης βιο-αποικοδομήσιμων ορυκτέλαιων.
- Διαχείριση με ορθολογιστικές πολιτικές τα αστικά λήμματα και απορρίμματα.

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.

3.4.ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

Πολλές είναι οι εταιρίες εκείνες που στοχεύουν να έχουν σημαντική συνεισφορά και στηρίζουν ενεργά πρωτοβουλίες σχετικές με την πολιτισμική κληρονομιά, την προώθηση των ερευνών και των επιστημών, την ανάδειξη των τεχνών και τη μέριμνα για κοινωνική αλληλεγγύη.

Έτσι, οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν σειρές από χορηγικές δράσεις όπως δωρεές και παροχή βιβλίων και υλικού σε σχολεία και σε βιβλιοθήκες, αλλά και πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως μουσικές εκδηλώσεις, επιστημονικές έρευνες, επιστημονικά ιδρύματα, καθώς και

²⁷ Crane, A. et al. (2008), «The Oxford handbook of corporate social responsibility», Oxford University Press. London Reference Collections.

σωματεία που δραστηριοποιούνται στην κοινωνική αλληλεγγύη, την πρόνοια, την πρόληψη και την αντιμετώπιση θεμάτων τοπικών κοινωνιών.

Ωστόσο όλη αυτή η προσπάθεια θα είχε πέσει στο κενό αν δεν έβρισκε στήριγμα μέσω της επιβράβευσης και αναγνώρισης από την πολιτεία. Προφανώς εκτός από το κίνητρο της φοροαπαλλαγής, σημαντικό ρόλο έχει και η αναγνώριση από την κοινωνία και το κράτος γενικότερα, το συνολικό περιβάλλον δηλαδή μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση. Πολλές φορές αυτό εκφράζεται με τη συσχέτιση του ονόματός τους με σημαντικούς πολιτιστικούς φορείς που έχουν σαν αποτέλεσμα την καταξίωσή τους στη συνείδηση της κοινωνίας, ως υπεύθυνου πολίτη.

Πιο συγκεκριμένα η χορηγία συχνά συνδέεται και με την εξασφάλιση κάποιων, προνομίων, όπως η κατά προτεραιότητα εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων σε θέματα συνδρομών, κρατήσεων και αγοράς εισιτηρίων σε εκδηλώσεις ή αθλητικά γεγονότα που χρηματοδοτούνται από αυτές ή η προβολή και προώθησή τους μέσω του επικοινωνιακού και διαφημιστικού προγράμματος.

Ωστόσο από την άλλη πλευρά, όσον αφορά δηλαδή τον αποτελεσματικό τρόπο συμβολής στην πρόοδο της πολιτιστικής δημιουργίας, θα μπορούσε να σημειωθεί, ότι η συμβολή αυτή εστιάζεται στα ακόλουθα επί παραδείγματι σημεία²⁸:

- Χρηματοδότηση των παραγωγών.
- Διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Διοργάνωση εκθέσεων.
- Οικονομική ενίσχυση εκπαιδευτικών προγραμμάτων ή προγραμμάτων υποτροφιών και βραβείων.

Ένα εξαιρετικό παράδειγμα εταιρικής ευθύνης απέναντι στον πολιτισμό αποτελεί η περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων, όπου αυτό που μπορεί να παρατηρηθεί είναι η συμπίεση ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών κοινής ωφελείας.

²⁸ Crane, A. et al. (2008), «The Oxford handbook of corporate social responsibility», Oxford University Press. London Reference Collections.

3.5.ΕΥΘΥΝΗ ΠΡΟΣ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

Όσον αφορά τον τομέα των ατόμων με ειδικές ανάγκες η δραστηριοποίηση των εταιρειών έχει δύο διαστάσεις. Η μία είναι η ηθική διάσταση, σύμφωνα με την οποία μια εταιρεία πρέπει να λαμβάνει υπόψη όλους τους συμμετέχοντες σε μια εταιρεία, μεταξύ των οποίων, οι εργοδοτούμενοι, οι μέτοχοι, οι ανταγωνιστές, οι πελάτες. Το άλλο μέρος είναι η προσφορά προς την κοινωνία αξιοποιώντας ενεργά άτομα με ειδικές ανάγκες.

Με την έννοια αυτή οι εταιρείες σαν μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης, προσπαθούν να καλύπτουν ένα πλήρες φάσμα κοινωνικής στήριξης, με έμφαση στην ευαισθησία και τη δυναμική του πληθυσμού, τον οποίον αφορούν και διαμορφώνουν ένα νέο πρότυπο κοινωνικής συνοχής, ισότητας και άρσης των αποκλεισμών.

Για παράδειγμα οι πράσινες θέσεις εργασίας πολλών εταιρειών στοχεύει ακριβώς σε αυτή την άρση του αποκλεισμού, στην υποστήριξη μειονεκτούντων πληθυσμών, σε ευαίσθητες και λεπτές καταστάσεις προβλημάτων, ενώ παράλληλα απευθύνονται στην κοινωνία και την αγορά δίνοντας μια αλυσιδωτή δυναμική ευκαιριών.

Παράλληλα ανάλογα στον τομέα που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις προσφέρουν στήριξη σε αυτή την ιδιαίτερη κατηγορία ατόμων είτε με ειδικά προϊόντα π.χ. εταιρίες επικοινωνίας προσφέρουν ειδικά πακέτα συνομιλίας με άτομα που έχουν περιορισμένη ακοή ή/και όραση , καθώς επίσης οι περισσότερες εταιρείες διαμορφώνουν τους χώρους τους, έτσι ώστε να είναι όλοι οι χώροι τους προσπελάσιμοι από άτομα με ειδικές ανάγκες, ή ακόμα υποστηρίζουν σημαντικά επιστημονικά ερευνητικά προγράμματα. Ένα άλλο παράδειγμα είναι οι τράπεζες που συχνά σχεδιάζουν τραπεζικά προϊόντα με ευνοϊκούς όρους, τα οποία θα εξυπηρετούν ειδικές κατηγορίες ατόμων.

Επίσης εταιρείες και οργανισμοί λαμβάνουν συχνά σειρές μέτρων που αποσκοπούν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής, τόσο των συγκεκριμένων εργαζομένων και των οικογενειών τους. Η εργοδότηση ατόμων με ειδικές ανάγκες από μια επιχείρηση αποτελεί μέρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης; Βεβαίως, αποτελεί μέρος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αρκεί το άτομο να αξιοποιείται σωστά, και να λαμβάνεται υπόψη η αναπηρία που ενδεχομένως έχει, και ακόμη η εταιρεία να έχει όφελος από την συμμετοχή του ατόμου στην ομάδα της.

Συνολικά θα μπορούσε να λεχθεί ότι οι εταιρίες εντάσσουν στα εθελοντικά προγράμματά τους²⁹:

- την εργοδότηση ατόμων με ειδικές ανάγκες
- τη δημιουργία ειδικών σημείων εξυπηρέτησης των ατόμων αυτών, ειδικά για τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παροχή υπηρεσιών και το λιανεμπόριο
- στηρίζουν πρωτοβουλίες και φορείς, συνδέσμους και συλλόγους οι οποίοι επιδεικνύουν σημαντικό έργο, κυρίως όσον αφορά στην υγεία και ευημερία των ατόμων αυτών
- ενθαρρύνουν το προσωπικό του, ώστε να συμμετάσχουν εθελοντικά σε πρωτοβουλίες που σχετίζονται με την προσφορά για άτομα με ειδικές ανάγκες, καθιερώνοντας θεσμούς όπως τηλεμαραθώνιους ή πολιτιστικές εκδηλώσεις.

3.6.ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ ΠΑΙΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Το ζήτημα της παιδικής εργασίας απόδεικνύεται καυτή πατάτα για τις μεγάλες εταιρίες καθώς δεν είναι λίγες φορές που ακόμα και σε διεθνές επίπεδο γίνονται γνωστές περιπτώσεις μεγάλων ομίλων και επιχειρήσεων που καταδικάζονται για απασχόληση παιδιών χωρίς άδεια εργασίας και για παραβίαση του νόμου περί παιδικής εργασίας, σε εργοστάσια τους ή σε καταστήματά τους.

Το στοίχημα για τις εταιρίες είναι να εξασφαλίσουν ένα μέλλον γι' αυτά τα παιδιά δίνοντας τους τη δυνατότητα να αναπτύξουν τις ικανότητές τους και να διευρύνουν τις γνώσεις και τις δεξιότητές τους αλλά και την κοινωνική τους θέση μέσα από το σχολείο.

Ωστόσο οι επιχειρήσεις αν και φαινομενικά μέσα από δηλώσεις και εκτενείς διαβεβαιώσεις ότι σέβονται και προασπίζουν τα δικαιώματα των παιδιών, πολλά ακόμα δουλεύουν σε θορυβώδη κι επικίνδυνα εργοστάσια, ή σε χωράφια από την αυγή ως το σούρουπο κάποια άλλα δουλεύουν σε βιοτεχνίες κατασκευής χαλιών ή αθλητικών ειδών.

Στις δηλώσεις περί εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η παιδική εργασία σε οποιαδήποτε μορφή δεν είναι αποδεκτή. Σε περίπτωση που η εγχώρια νομοθεσία ρητά καθορίζει υψηλότερο όριο

²⁹ Crane, A. et al. (2008), «The Oxford handbook of corporate social responsibility», Oxford University Press. London Reference Collections.

ηλικίας, οι εταιρίες δεσμεύονται ότι σε κανένα άτομο νεώτερο από την ηλικία ολοκλήρωσης της υποχρεωτικής εκπαίδευσης δεν πρέπει να παρέχει εργασία. Ασφαλώς το γεγονός ότι οι μεγαλύτεροι αριθμοί παιδιών που εργάζονται είναι στην Ινδονησία, στο Μπανγκλαντές, στην Αϊτή και στο Νεπάλ, χώρες με ανεπαρκές νομοθετικό πλαίσιο, δεν είναι άσχετο με το ότι στις περιοχές αυτές, μεγάλες εταιρίες έχουν τη βάση των εργοστασίων τους ή των υπηρεσιών τους.

Ωστόσο για επιτρεπόμενες ελάχιστες περιπτώσεις (ανηλίκων), οι εταιρείες είναι υπεύθυνες για να παρέχουν εργασιακές συνθήκες, ωράριο εργασίας και κατάλληλη αμοιβή σε σχέση με την ηλικία τους, και σε συμμόρφωση κατ' ελάχιστο με τον τοπικά ισχύοντα νόμο. Κάποιες εταιρίες ακόμα δηλώνουν ότι ακόμα και αν ένα παιδί βρεθεί να εργάζεται σε μέρος όπου αναπτύσσουν ακόμα και μέρος των δραστηριοτήτων τους, οι εταιρείες ενθαρρύνουν τη σχετική επανόρθωση η οποία δεν δυσχεραίνει την κοινωνική θέση του παιδιού.

Η ευθύνη που αναλαμβάνουν αναφέρεται στην προσπάθεια νόμιμης προσφοράς εργασίας χωρίς αυτό να θέτει σε κίνδυνο τις σχολικές σπουδές του, τον ελεύθερο χρόνο του και την ανάπαυσή του, προσπαθώντας να εναρμονιστούν στη "Διακήρυξη των δικαιωμάτων του παιδιού" (1959) και στη "Συνθήκη για την ανώτατη επιτρεπτή ηλικία για την εργασία" (1973).

3.7.ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Ένα από τα στοιχεία που παρουσιάζουν σαν στόχο οι εταιρείες είναι ότι επιδιώκουν να απασχολούν ανθρώπινο δυναμικό ικανό, έμπειρο, με διάθεση να μοιραστεί τις ιδέες του και με στόχο να κάνει πράξη το όραμα της εταιρείας. Αυτός είναι και ο λόγος που η στελέχωση κάθε εταιρίας οφείλει να γίνεται με αξιοκρατία και διαφάνεια, ακολουθώντας ένα οργανωμένο πλάνο, με απώτερο στόχο ο κατάλληλος άνθρωπος να προσφέρει τις γνώσεις και να επενδύσει τις ικανότητές του στην κατάλληλη θέση, ανεξαρτήτως φύλου.

Είναι γεγονός ότι οι εταιρίες λαμβάνουν σοβαρά υπόψιν τις φορολογικές ελαφρύνσεων που έχουν ως στόχο τη εξάλειψη των εμποδίων που αποτρέπουν την είσοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας και επομένως έχουν ένα επιπλέον λόγο για να στηρίζουν την γυναικεία απασχόληση.

Η ευθύνη που αναλαμβάνουν είναι η ενίσχυση των οργανωσιακών δομών με στόχο την αποφυγή διακρίσεων σε βάρος των γυναικών και που αφορούν αμοιβές, είδος σύμβασης, εργασιακά δικαιώματα, περιεχόμενο δουλειάς, σε όλη τη διαδικασία της πρόσληψης, της ενσωμάτωσης στο εργασιακό περιβάλλον και της επαγγελματικής τους εξέλιξης.

Η δέσμευση των εταιρειών έχει και μια δεύτερη ανάλυση που έγκειται στο γεγονός ότι η εργασία των γυναικών δεν είναι δευτερεύουσας σημασίας σε σχέση με των ανδρών. Επίσης οι όποιες ευκαιρίες δίνονται δεν ακολουθούν πιστά τη παραδοσιακή πεποίθηση ότι οι γυναίκες είναι καταλληλότερες για ορισμένες δουλειές από τους άνδρες π.χ. γραμματειακή υποστήριξη.

Όλες αυτές οι δράσεις, οι οποίες ανάλογα τη φύση της εταιρείας εξειδικεύονται σε συγκεκριμένα προγράμματα στήριξης και εντάσσονται σε τρεις ευρύτερες κατηγορίες³⁰:

- πολιτικές συμφιλίωσης οικογένειας και εργασίας που περιλαμβάνουν μέτρα όπως: υπηρεσίες στήριξης της οικογένειας, παροχή φροντίδας παιδιών ή κάλυψη των εξόδων βρεφονηπιακού σταθμού, η καθιέρωση ειδικών μορφών άδειας μετ' αποδοχών, η δυνατότητα διακοπής της σταδιοδρομίας ή επιμήκυνσης της γονικής άδειας, προσωπικές υπηρεσίες, κ.ά. Οι πολιτικές αυτές έχουν ως στόχο την εξισορρόπηση εργασίας και προσωπικής ζωής των εργαζόμενων γυναικών.

³⁰ Crane, A. et al. (2008), «The Oxford handbook of corporate social responsibility», Oxford University Press. London Reference Collections.

- νέες μορφές οργάνωσης της εργασίας που περιλαμβάνουν την εφαρμογή ευέλικτου ωραρίου εργασίας, τη δυνατότητα αυξομείωσης των ωρών εργασίας, τη δυνατότητα εργασίας από απόσταση, την υιοθέτηση καινοτόμων προγραμμάτων οργάνωσης του χρόνου εργασίας, κ.ά.
- νέα πρότυπα διοίκησης και διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού, που στοχεύουν στην προσέλκυση και συγκράτηση αξιόλογου εργατικού δυναμικού, την ανάπτυξη των δεξιοτήτων του γυναικείου προσωπικού, τη δημιουργία ατομικών πλάνων εξέλιξης, την ανέλιξη των γυναικών σε θέσεις ευθύνης, κ.ά.

Οι εταιρείες έχουν τα τελευταία χρόνια μέσα στα πρώτιστα μελήματά τους την προώθηση της απασχόλησης των γυναικών και μείωση των οριζόντιων και κάθετων διαχωρισμών στην αγορά εργασίας.

3.7.1. ΙΣΗ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΔΡΩΝ-ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΚΑΙ ΙΣΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ.

Η πολυπόθητη ισότητα ανδρών-γυναικών, ξεκινώντας από την κοινωνική ζωή και καταλήγοντας στην επαγγελματική και τον επιχειρηματικό στίβο της χώρας μας, είναι δύσκολο να πούμε με βεβαιότητα ότι έχει επιτευχθεί. Εδώ και χρόνια γίνονται κινητοποιήσεις από Γυναικεία-Φεμινιστικά Κινήματα, για εδραίωση της γυναικείας παρουσίας στην παραγωγική διαδικασία του τόπου μας και ιδρύονται διαρκώς Οργανώσεις και Ιδρύματα για τον ίδιο σκοπό³⁶. Η ίση μεταχείριση Ανδρών-Γυναικών έχει τεθεί εδώ και πολλά χρόνια και με την κατοχύρωση της έλλειψης κάθε διάκρισης εξαιτίας της διαφοράς φύλου, η ζωή της γυναίκας στην εργασία καλυτερεύει³¹.

Αν και τα ποσοστά των νέων που μπαίνουν στα Ανώτερα και Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της χώρας μας, δίνει συντριπτικό προβάδισμα στις γυναίκες, στην πορεία παρατηρούμε ότι οι άνδρες είναι αυτοί που κατέχουν τις περισσότερες θέσεις στην Αγορά Εργασίας. Σήμερα το 40 % των απασχολούμενων στο εμπόριο είναι γυναίκες, ενώ στο σύνολο της οικονομίας η αναλογία αυτή πέφτει στο ποσοστό της τάξεως του 38 %. Μάλιστα την περίοδο 1993 με 2002 το 49,5 % των γυναικών ήταν μισθωτές το 25,9 % ήταν αυτοαπασχολούμενες, το 20,1% ήταν εργαζόμενες χωρίς αμοιβή και μόνο το 4,6 % ανήκε σε θέσεις εργοδοτών. Παρατηρεί, λοιπόν, κανείς ότι γυναίκες κατέχουν ακόμη μικρά ποσοστά

³¹ Κουλουγλιώτης Διον. Νικόλαος., «Επιχείρηση και Κοινωνία, ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης», Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα 1992.

στον χώρο εργασίας, καθώς επίσης και ότι τα ποσοστά για συγκεκριμένες θέσεις, όπως στα ανώτερα διευθυντικά στελέχη, παραμένουν πολύ χαμηλά³².

Πολλές επιχειρήσεις, λοιπόν, στα πλαίσια αναζήτησης μιας επιλεκτικής και ιδανικής εφαρμογής του ανθρώπινου δυναμικού, προσπαθούν να πλαισιωθούν από όσο το δυνατόν καλύτερους και αξιόλογους υπαλλήλους, για την εξυπηρέτηση των συμφερόντων τους. Η διοίκηση της σύγχρονης εταιρίας έχει πλέον αντιληφθεί, ότι οι γυναίκες δεν προσφέρονται μόνο για επαγγέλματα που δεν 'σκέφτονται' και δεν παράγουν, όπως το παράδειγμα των φωτομοντέλων. Διότι, εάν ανατρέξουμε σε στατιστικά στοιχεία των προηγούμενων ετών παρατηρούμε, ότι η πλειοψηφία των Ελληνίδων εργαζομένων ήταν γραμματείς και δακτυλογράφοι, τηλεφωνήτριες, σερβιτόρες κ.λ.π.

Η γυναίκα δεν χρειάζεται, να πείσει ότι αξίζει να κατέχει μερίδιο στην Αγορά Εργασίας και στην παραγωγή. Οι επιχειρήσεις δίνουν την δυνατότητα στις γυναίκες, να αναδείξουν τις ιδιαίτερες ικανότητες τους, που κάποιες φορές αποδεικνύονται ίσως και μεγαλύτερες των ανδρών, σε θέματα που αφορούν την ενίσχυση της επικοινωνίας, την κινητοποίηση των υφισταμένων τους, την υπομονή και αντοχή τους, την ευαισθητοποίηση, την διορατικότητα και την προσαρμοστικότητα τους. Στον ιδιωτικό τομέα, λοιπόν, υπάρχει ζήτηση για θέσεις εργασίας, που απαιτούν δεξιότητες σε ζητήματα στρατηγικού σχεδιασμού και ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων δεν διστάζει, να τις παραχωρήσει σε γυναίκες. Το πλέον, σημαντικό κριτήριο, που ενίσχυσε μια τέτοια πρακτική ήταν, ότι οι επιχειρήσεις στρέφονται πλέον σε αντικειμενικά συστήματα, που δίνουν ίσες ευκαιρίες απασχόλησης και στα δύο φύλα.

Προσφέρουν απασχόληση, λοιπόν, με βάση τους Νόμους και δεν εξαιρούν την Γυναίκα, από καμία θέση. Πράγμα που σημαίνει, ότι με τα νέα αυτά δεδομένα οι γυναίκες, σήμερα, ασκούν και τα 'ανδρικά' επαγγέλματα με ευκολία και άνεση. Χειρίζονται μηχανήματα⁴⁰ και δουλεύουν σε εργοτάξια, είναι οδηγοί λεωφορείων και φορτηγών. Πολλές ιδιωτικές επιχειρήσεις δίνουν στις γυναίκες την ευκαιρία πρόσβασης σε τεχνικά και αναπτυξιακά επαγγέλματα, στην παραγωγή και την μεταποίηση. Η σύγχρονη βιομηχανία καταδεικνύει την ανάγκη της για αλλαγές στις οργανωτικές δομές και δεν προσλαμβάνει μόνο γυναίκες στην παραγωγή, αλλά και στην διοίκηση. Στο Μάρκετινγκ και στις Πωλήσεις πολλών εμπορικών επιχειρήσεων η έντονη γυναικεία παρουσία δεν είναι κάτι που ξαφνιάζει, αφού οι γυναίκες

³² Ξηροτύρη-Κουφίδου Στέλλα, «Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων- Η πρόκληση του 21ου αιώνα στο εργασιακό περιβάλλον.» , Εκδόσεις Ανίκουλα, Θεσσαλονίκη 1997

έχουν το ιδιαίτερο χάρισμα να επικοινωνούν, να ακούν τους άλλους, αλλά και να τους πείθουν³³.

Πολλές επιχειρήσεις δίνουν τα ηνία αξιοκρατικά και στις γυναίκες, όταν αισθάνονται, ότι είναι ικανές να τις οδηγήσουν στο επιθυμητό αποτέλεσμα, την μεγιστοποίηση του κέρδους.

Γίνονται , λοιπόν, διευθύντριες, σύμβουλοι και μάνατζερ. Διοικούν με σύνεση και τρομερή υπευθυνότητα και καθημερινά καταξιώνουν την φυλετική τους διάσταση, αποδεικνύοντας, ότι έχουν πάψει να είναι πλέον το 'ασθενές φύλο'. Συνεργάζονται με τους υφιστάμενους και τους προϊσταμένους τους και προσαρμόζουν την ζωή τους μέσα στην εργασία τους. Έτσι η εταιρία, που γρήγορα συνειδητοποιεί την συνεισφορά τους τις επιβραβεύει, όταν χρειάζεται και δεν παραλείπει να τις υ960 προτείνει προαγωγές, για καλύτερες θέσεις εργασίας.

Σαφέστατα, η επιτυχία αυτή των γυναικών στον επιχειρησιακό χώρο δεν σημαίνει, ότι δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα. Η 'κορυφή' παραμένει ακόμα προνόμιο των ανδρών και δύσκολα μια εργαζόμενη ανεβαίνει τα ψηλότερα σκαλιά του επιχειρηματικού στίβου, αφού είναι αρκετές φορές αναγκασμένη, να παλέψει σκληρά, για να επιβιώσει μέσα σε αυτόν. Ενώ, εδώ και χρόνια οι επιχειρήσεις τους έδειξαν εμπιστοσύνη, περιπτώσεις υπαλλήλων, που δεν απολαμβάνουν ίσες ευκαιρίες, επιβεβαιώνουν ότι στην χώρα μας υπάρχουν ακόμα εμπόδια στην επαγγελματική ζωή της Ελληνίδας. Και οι ίσες ευκαιρίες δεν φαίνονται μόνο στην κατάκτηση μιας υψηλόβαθμης θέσης. Μπορεί κανείς, να καταλάβει την άνιση μεταχείριση όχι τόσο από την θέση, που κατέχει μια γυναίκα σε κάποια επιχείρηση και τον τρόπο με τον οποίο την απέκτησε, αλλά από τον τρόπο με τον οποίο ανταμείβεται μια γυναίκα μέσα από την παραγωγική της προσφορά. Η εταιρική ευθύνη δεσμεύεται, δηλαδή για ίσες αμοιβές εργαζομένων (ανδρών-γυναικών)³⁴.

3.7.2. ΙΣΕΣ ΑΜΟΙΒΕΣ.

Η απασχόληση κάθε εργαζομένου σε μια επιχείρηση έχει σκοπό και κίνητρο τον μισθό, δηλαδή την χρηματική αλλά και σε είδος αμοιβή, απαραίτητη για να μπορέσει να επιβιώσει βιολογικά (ανάγκη για τροφή, ένδυση κ.τ.λ.) και να ζήσει άνετα και ευχάριστα (ανάγκη για

³³ Δουλκέρη Τέσσα, «Ισότητα των δύο φύλων στις εργασιακές Σχέσεις», Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα 1994.

³⁴ Δουλκέρη Τέσσα, «Ισότητα των δύο φύλων στις εργασιακές Σχέσεις», Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα 1994.

διασκέδαση, απόλαυση και ξεκούραστη εκμετάλλευση του ελεύθερου χρόνου του), για να ‘χτίζει’ με άλλα λόγια κάθε μέρα ένα καλύτερο βιοτικό επίπεδο. Ο μισθός κάθε εργαζομένου κατοχυρώνεται από το Εργατικό Δίκαιο και καμία εργοδότη επιχείρηση δεν μπορεί, να παραβλέψει τις αμοιβές που δικαιωματικά ανήκουν στον εργαζόμενο, είτε είναι άνδρας είτε είναι γυναίκα.

Οι χαμηλότερες αμοιβές, όμως των γυναικών στην εργασία σε σχέση με αυτές των ανδρών, είναι ο πρώτος και ο πιο εμφανής τρόπος, για να αντιληφθεί κανείς την καταπάτηση των εργασιακών τους δικαιωμάτων, αφού η αμοιβή μιας οποιασδήποτε εργασίας είναι δικαίωμα του κάθε ανθρώπου.

Για την προσέγγιση, λοιπόν της γυναικείας απασχόλησης στις σύγχρονες συνθήκες, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τις επιχειρήσεις οι παράμετροι, που καθορίζουν την Ισότητα της Αμοιβής. Γι’ αυτό το λόγο, δεν πρέπει σε καμία περίπτωση, να διαχωρίζονται οι έννοιες της ‘ισάξιας’ εργασίας, και της ‘όμοιας’ εργασίας. Ο όρος εργασία ‘ίσης αξίας’ αναφέρεται σε εργασία, που είναι διαφορετική σε είδος, αλλά απαιτεί ίσες επαγγελματικές γνώσεις, εκπαίδευση, σεμινάρια, πτυχία καθώς και επαγγελματική εμπειρία.

3.7.3.Η ΜΗΤΡΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ. ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΗΣ.

Η δυναμική εδραίωση της Γυναίκας στον επιχειρηματικό και οικονομικό τομέα της Ελληνικής κοινωνίας μετά την είσοδο της σε θέσεις εργασίας, που απαιτούν προσόντα και ικανότητες αλλά και η εργασιακή της υποβάθμιση, δηλαδή η άνιση μεταχείριση και η αποχή της τόσο από προαγωγές και εργασιακές αναβαθμίσεις, όσο και από τις ίσες αμοιβές, απέχουν πολύ μεταξύ τους. Η αλήθεια φυσικά, βρίσκεται κάπου στην μέση. Οι αντικειμενικοί παράγοντες και τα κριτήρια, όπως αυτά εξελίχθηκαν από τις ελληνικές επιχειρήσεις, που δίνουν την ευχέρεια για οικονομική ενδυνάμωση των γυναικών, άνοιξε νέους ορίζοντες. Η άνετη επιβίωση της γυναίκας στο εργασιακό της περιβάλλον, δεν εξασφαλίζει μονάχα την δική της ευημερία, αλλά και την ευημερία ολόκληρου του κοινωνικού συνόλου. Και για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, εύλογο είναι ότι θα πρέπει να διασφαλίζονται τα δικαιώματα της στην εργασία.

Η διάσταση της γυναίκας στην παραγωγή δεν είναι ανεξάρτητη από τον κοινωνικό και οικογενειακό της ρόλο. Η γυναίκα είναι νοικοκυρά και μητέρα. Η κοινωνία και τα δημογραφικά της προβλήματα έχουν απόλυτη ανάγκη την έννοια της μητρότητας και της

οικογένειας. Πολύ περισσότερο όμως, έχουν ανάγκη την ίδια την γυναίκα και την παρουσία της. Η γυναίκα- μητέρα χωρίς καμία αμφιβολία δεν είναι αποκομμένη από την υπόλοιπη ζωή της κοινωνίας. Αρκεί βέβαια να μην θεωρηθούν αυτοί οι δύο ρόλοι (εργαζόμενης γυναίκας και μητέρας) από κάποιους, ως ασυμβίβαστοι, με την δικαιολογία, ότι τα τελευταία χρόνια όλο και λιγότερες γυναίκες γίνονται μητέρες, γιατί θυσιάζουν την οικογένεια και το ρόλο της συζύγου και της νοικοκυράς για να αφιερωθούν στην επαγγελματική τους καριέρα.

Σαφέστατα, η μητρότητα για κάθε γυναίκα έπαψε να αποτελεί ‘καθήκον’, αλλά είναι πλέον ένα από τα πιο όμορφα και σημαντικά δικαιώματα της. Αυτό όμως, δεν σημαίνει, ότι δεν πρέπει, να διευκολύνεται και να προστατεύεται η απόφαση της για την απόκτηση αυτού του δικαιώματος. Η θέληση της για επαγγελματική δραστηριότητα, λοιπόν σε συνδυασμό με την βιολογική της φύση την έφεραν αντιμέτωπη με χιλιάδες δυσκολίες, οι οποίες στέκονται τροχοπέδη στην άσκηση εργασίας, όπως η παράλληλη φροντίδα των παιδιών της και των επαγγελματικών της υποχρεώσεων. Αυτά και πολλά άλλα προβλήματα θα έπρεπε, να αποτελούν υποχρέωση του Κράτους Πρόνοιας. Δυστυχώς, όμως τις περισσότερες φορές το κράτος στέκεται εμπόδιο, αντί να είναι αρωγός, με την ατελείωτη γραφειοκρατία, που ταπεινώνει κάθε άνθρωπο όταν απαιτεί αυτά που δικαιωματικά του ανήκουν και την καθημερινή αδιαφορία απέναντι στις υπαρκτές δυσκολίες των εργαζόμενων μητέρων. Αυτός, λοιπόν, είναι ο λόγος για να αναλάβει η σύγχρονη επιχείρηση αντιμετώπιση των προβλημάτων της εργαζόμενης μητέρας. Προβλήματα που σχετίζονται με το ωράριο, εργασίας, την προστασία των παιδιών της κατά την ώρα εργασίας της, το εισόδημα, τις αποδοχές και άλλα. Πολλές ιδιωτικές επιχειρήσεις, εκτιμώντας την γυναικεία εργασία ως απαραίτητη για τα συμφέροντα τους, παίζουν έναν ρόλο ‘Κοινωνικής Μέριμνας’ και αναλαμβάνουν, να βελτιώσουν την πρόσβαση των γυναικών και να προστατέψουν την εργαζόμενη μητέρα. Προσφέρουν διευκολύνσεις και υπηρεσίες υποστήριξης, ενδυνάμωσης ακόμη και συμβουλής. Γι’ αυτό, αρχικά οι επιχειρήσεις καταφεύγουν σε μια αναλυτική διάγνωση και εξέταση των αναγκών και των ιδιαίτερων προβλημάτων κάθε μιας περίπτωσης χωριστά.

Γιατί κάθε εργαζόμενη μητέρα αντιμετωπίζει διαφορετικές δυσκολίες στην απασχόληση σε σχέση με τις υποχρεώσεις της. Κάποιες γυναίκες έχουν οικονομικό πρόβλημα, γιατί ο σύζυγος δεν εργάζεται και ζητούν υπερωρίες για μεγαλύτερο εισόδημα.

Κάποιες άλλες εργαζόμενες κυρίες δεν έχουν συζύγους (μόνες μητέρες), είτε είναι ανύπαντρες είτε είναι διαζευγμένες ή χήρες και πολύ πιθανόν να ζητούν μείωση ωραρίου ή και κάποια ελαστικότητα του, καθώς έχουν την αποκλειστική επιμέλεια των παιδιών τους.

Μάλιστα αυτή η ‘ευελιξία’ είναι η νέα στρατηγική πολλών αμερικανών εργοδοτριών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που υποστηρίζουν, ότι οι εργαζόμενες μητέρες δουλεύουν πολύ πιο σκληρά προκειμένου, να τελειώσουν έγκαιρα την εργασία τους. Έτσι με το να τους δίνεται η ελευθερία και η ευελιξία, που χρειάζονται γίνονται πιο παραγωγικές³⁵.

Ένας αρκετά συνηθισμένος τρόπος ακόμα και στην χώρα μας τα τελευταία χρόνια, για την διευκόλυνση της εργαζόμενης μητέρας είναι η δυνατότητα επιλογής εργασίας από το σπίτι (σε περιπτώσεις, που κάτι τέτοιο είναι βέβαια εφικτό). Με την βοήθεια των νέων τεχνολογιών στην επικοινωνία και την Πληροφορική δημιουργήθηκε η ‘**τηλε-εργασία**’. Είναι ένα είδος εργασίας με πολυμορφικά ψηφιακά δεδομένα (κείμενο, εικόνα και ήχος), τα οποία στέλνονται με ταχύτητες, που εκμηδενίζουν τις αποστάσεις και προσαρμόζουν εύκολα και γρήγορα τις ανθρώπινες νοητικές διεργασίες. Με άλλα λόγια δηλαδή, μέσω αυτής της διαδικασίας, αν η εργαζόμενη διαθέτει στον προσωπικό χώρο του σπιτιού της τηλέφωνο, fax, H/Y και modem μπορεί, να δέχεται τηλεφωνήματα και να διεκπεραιώνει παραγγελίες μέσω fax, να υποστηρίζει λογιστικά την εργοδότρια εταιρία της, να σχεδιάζει κτήρια και μηχανικές εγκαταστάσεις και να τα στέλνει μέσω Internet.

Με αυτόν τον τρόπο η εργαζόμενη επικοινωνεί με τον εργασιακό χώρο της εταιρίας της και συνεργάζεται με τους συναδέλφους της με την βοήθεια της τεχνολογίας, ενώ παράλληλα βρίσκεται σπίτι της, επιβλέπει και φροντίζει τα παιδιά της. Έτσι, με τις μειωμένες μετακινήσεις, το ευέλικτο ωράριο και την μεγαλύτερη ελευθερία μειώνεται το άγχος της για την πραγματοποίηση όλων των καθηκόντων της και αυξάνεται η παραγωγικότητα της.

3.8.ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Οι προσεγγίσεις του θέματος της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία παραδοσιακά έγκεινται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρίες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις επιδόσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας και ιδιαίτερα εκείνων που εργάζονται στους ίδιους τους χώρους των εν λόγω εταιριών.

Τα κριτήρια που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία περιλαμβάνονται σε διάφορους βαθμούς στα υπάρχοντα συστήματα πιστοποίησης και επισημάνσης για τα

³⁵ Δουλκέρη Τέσσα, «Ισότητα των δύο φύλων στις εργασιακές Σχέσεις», Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα 1994.

προϊόντα και τον εξοπλισμό. Έχουν επίσης ξεκινήσει τα σχέδια πιστοποίησης των συστημάτων διαχείρισης και των εργολάβων, με ιδιαίτερη έμφαση στην υγεία και την ασφάλεια στην εργασία.

Τι σουηδικό σύστημα επισημάνσης TCO Labelling Scheme για γραφειακό εξοπλισμό αποτελεί ένα εθελοντικό σήμα που αποβλέπει στο να ενθαρρύνει τους κατασκευαστές να σχεδιάζουν γραφειακό εξοπλισμό πιο ασφαλή όσον αφορά την εργασία και το περιβάλλον. Επίσης αποβλέπει στο να βοηθήσει τους αγοραστές να επιλέξουν εξοπλισμό λιγότερο προβληματικό για τους χρήστες και το εξωτερικό περιβάλλον και να παράσχει στους αγοραστές

και στον πωλητή ένα σαφώς καθορισμένο σήμα, εξοικονομώντας έτσι χρόνο, εργασία και κόστος κατά την διαδικασία αγοράς³⁶.

Με το θέμα της υγιεινής και της ασφάλειας στο χώρο εργασίας ασχολείται κυρίως ο νόμος του 1974, παρόλο που ισχύουν και ορισμένα άλλα νομοθετήματα και ορισμένα στοιχεία του κοινού δικαίου. Σύμφωνα με τον νόμο του 1974 οι επιχειρήσεις έχουν γενικό καθήκον να διασφαλίσουν στο μέτρο που είναι “πρακτικά εφικτό” την υγιεινή και την ασφάλεια των εργαζομένων στους χώρους εργασίας. Η παραβίαση αυτής της υποχρέωσης μπορεί να οδηγήσει σε ποινική (παρά αστική) δίωξη. Το εργοστάσιο, τα μηχανήματα και ο λοιπός εξοπλισμός πρέπει να είναι ασφαλής και καλά συντηρημένος, ενώ όλες οι μέθοδοι χειρισμού, αποθήκευσης και μεταφοράς αντικειμένων και ουσιών πρέπει να είναι ασφαλής και να μην εγκυμονούν κινδύνους για την υγεία.

Παρόλο που ο νόμος αυτός καλεί τους εργοδότες να “φροντίσουν εύλογα” να διασφαλίσουν ότι δεν θα εκθέσουν σε κίνδυνο ούτε τον εαυτό τους, ούτε άλλους στο χώρο εργασίας, τελικώς είναι ευθύνη της εργοδότης επιχείρησης να καθιερωθούν πολιτικές για την ασφάλεια. Για παράδειγμα, αν πρέπει να χρησιμοποιείται απαραίτητα κάποιο προστατευτικό ένδυμα, τότε η επιχείρηση όχι μόνο πρέπει να το παρέχει δωρεάν, αλλά να είναι βέβαιη ότι οι εργαζόμενοι θα το φορούν, ακόμα και με την επιβολή πειθαρχικών μέτρων σε όσους εργαζόμενους δε συμμορφώνονται.

³⁶ Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2005), “Γλωσσάρι”, http://www.csrhellas.gr/CSR_gr/glossari.gr.htm, (01/08/05).

Την εφαρμογή του νόμου την ελέγχει η Επιτροπή Υγιεινής και Ασφάλειας η οποία είναι ένας ελεγκτικός φορέας που έχει αναθέσει σχετικά καθήκοντα σε κάποιον αρμόδιο για αυτά τα θέματα. Ο αρμόδιος αυτός καταρτίζει κώδικες πρακτικής οι οποίοι, παρόλο που δεν είναι νομικά δεσμευτικοί ή υποχρεωτικοί, λαμβάνονται υπόψη από τα δικαστήρια κατά την εκδίκαση διαφόρων υποθέσεων³⁷.

3.9. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Τα τελευταία σαράντα χρόνια ο καταναλωτής, ιδίως αυτός των ανεπτυγμένων χωρών, αντελήφθη ότι έχει συγκεκριμένα δικαιώματα αναφορικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που χρησιμοποιεί. Η φιλοσοφία του μάρκετινγκ υπήρξε καθοριστική για την αναβάθμιση των δικαιωμάτων του καταναλωτή.

Η απαίτηση για ένα “συνολικό” προϊόν που προσφέρει τα εχέγγυα της ασφάλειας, των αληθών προδιαγραφών, της υγιούς διαφήμισης και προώθησης, της συνέπειας με τις συμβατικές υποχρεώσεις, της ελεύθερης επιλογής και τόσων άλλων είναι απόρροια της παρούσας επιχειρηματικής εποχής και των σύγχρονων κοινωνικών επιταγών.

Στην εποχή μας ο καταναλωτής θέλει να αποκτήσει ένα συγκεκριμένο προϊόν, αλλά επίσης επηρεάζεται από ένα πλήθος παραγόντων που αποτελούν ενδείξεις για την επιχειρηματική κουλτούρα του οργανισμού που αντιπροσωπεύει. Δείχνουν τον τρόπο με τον οποίο ο οργανισμός σκέπτεται σχετικά με την οικολογία, το περιβάλλον, τη χρήση και την εκμετάλλευση νέων παραγωγικών πόρων. Όλα αυτά βρίσκονται στον χώρο της επιχειρηματικής ηθικής αλλά και στο χώρο της σωστής επιχειρηματικής στρατηγικής.

Πριν από το 1960 ακόμη και στα πιο ανεπτυγμένα κράτη υπήρχαν ελάχιστοι νόμοι που πραγματικά προστάτευαν τον καταναλωτή. Το 1962 όμως, με έναν μοναδικό λόγο του στο Αμερικανικό Κογκρέσο, ο Πρόεδρος John F. Kennedy σηματοδότησε την αρχή μιας νέας εποχής. Στο λόγο του αυτόν εξέφρασε τέσσερα δικαιώματα του κάθε καταναλωτή. Αυτά ήταν :

- Το δικαίωμα του να αγοράζει ασφαλή προϊόντα.
- Το δικαίωμα του να ακούγεται.

³⁷ Roger Bennett, (2001), *Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MANATZMENT)*, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

- Το δικαίωμα του να επιλέγει.
- Το δικαίωμα του να πληροφορείται³⁸.

Σχεδόν κάθε προϊόν που χρησιμοποιούμε περιέχει κάποιο ποσοστό κινδύνου. Παραδείγματα : μία πλαστική σακούλα μπορεί να γίνει αιτία πνιγμού ενός παιδιού. Το κάπνισμα βλάπτει την υγεία. Ο αερόσακος έχει καλύτερο αποτέλεσμα όταν ο επιβάτης φορά και τη ζώνη ασφαλείας κ.ο.κ. Επομένως, όταν αναφερόμαστε στην ασφάλεια προϊόντων ομιλούμε για το λογικά αποδεκτό επίπεδο καταναλωτικού κινδύνου. Άρα το προϊόν πρέπει να αναφέρει τον λογικά πιθανό κίνδυνο εξ αιτίας της χρήσης του προϊόντος. Όμως, ο λογικά αποδεκτός κίνδυνος δεν είναι συνώνυμος κάθε κινδύνου που είναι δυνατόν να αποφευχθεί.

Έχουν διατυπωθεί, χρησιμοποιώντας παράλληλες διατυπώσεις με αυτές της Αμερικανικής Επιτροπής Ασφάλειας Προϊόντων, οι ακόλουθες αρχές σχετικά με την ασφάλεια των προϊόντων :

Ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει ότι ο κίνδυνος υπάρχει.

Έστω και αν ο καταναλωτής γνωρίζει ότι ο κίνδυνος υπάρχει, πρέπει να του δίδεται η δυνατότητα να αξιολογήσει τη συχνότητα και την ένταση του κινδύνου.

Ο καταναλωτής πρέπει να γνωρίζει πως ο κίνδυνος πρέπει να αντιμετωπίζεται.

Ο καταναλωτής πρέπει να έχει τη δυνατότητα να αξιολογεί τη συνάρτηση κινδύνου – κόστους, να μπορεί δηλαδή να επιλέξει τον περιορισμό του κινδύνου αποδεχόμενος μία μεγαλύτερη χρηματική επιβάρυνση³⁹.

Έχουν οι καταναλωτές πάντα σαφή και αξιόπιστη πληροφορία προκειμένου να κρίνουν τα προϊόντα των επιχειρήσεων σε σχέση με τις κοινωνικές πρακτικές τους; Συνήθως όχι. Η σφυγμομέτρηση που παραγγέλθηκε με την ευκαιρία της δημοσίευσης της μελέτης «Race to the top», αναδεικνύει, κυρίως, την έλλειψη σαφών και αξιόπιστων πληροφοριών διαθέσιμων προς τους καταναλωτές. Παρότι περίπου τα 2/3 του 82% των καταναλωτών εμφανίζονται έτοιμοι να ενθαρρύνουν «ηθικά προϊόντα και υπηρεσίες», εκτιμούν παράλληλα ότι δεν διαθέτουν τα απαραίτητα στοιχεία προκειμένου να προσανατολίσουν τις αγορές τους. Εκτιμούν ιδιαίτερα δε, ότι το θέμα της ετικετοποίησης των προϊόντων μπορεί να βελτιωθεί

³⁸ Θανόπουλος, Γ., (2003), *Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος "INTERBOOKS".

³⁹ Θανόπουλος, Γ., (2003), *Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος "INTERBOOKS".

έτσι ώστε να φέρουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την κοινωνικά υπεύθυνη ταυτότητα τους. Με έναν τρόπο περισσότερο μαχητικό, περισσότεροι από έναν στους δύο βρετανούς παρουσιάζονται υπέρμαχοι μιας κυβερνητικής «επίπληξης» των «ανεύθυνων» επιχειρήσεων.

Η παραπάνω μελέτη τείνει να αναδείξει ως μελλοντική πρόκληση για τις επιχειρήσεις την εφαρμογή μιας επικοινωνίας η οποία θα απευθύνεται προς τους καταναλωτές προκειμένου να τους πείσει σχετικά με την ικανότητά της να παράγει προϊόντα με κοινωνική υπευθυνότητα. Για τις επιχειρήσεις, μια τέτοια λύση στο σχεδιασμό του marketing φαίνεται να είναι ο μόνος τρόπος προκειμένου να ισοσκελίσουν τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και ηθικές επενδύσεις.

Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες καταναλωτές γνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Επίσης, αποδέχονται ότι υπάρχουν αξιόπιστα προϊόντα – σήματα τα οποία εμπιστεύονται. Ωστόσο, οι κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις των επιχειρήσεων δεν τις αναγορεύουν αυτομάτως στη συνείδηση των καταναλωτών ως κοινωνικά υπεύθυνους οργανισμούς. Το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς ή την «ακυρώνει» ως τεχνική marketing, ιδίως μάλιστα, όταν συνδυάζεται ταυτόχρονα με έντονο πρόγραμμα δημοσιότητας⁴⁰.

⁴⁰ Λεφοπούλου, Α., (2003), “Ζητούνται υπάλληλοι με προσωπική ζωή και παιδιά”, http://www.infojob.gr/html/search_job_article2.asp#top, (01/09/05).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.1. ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντικατοπτρίζει τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες επιδρούν στον κόσμο γύρω τους: οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά. Είναι πρόκληση να συνοψισθούν όλες οι προσπάθειες που γίνονται για την ευημερία των υπαλλήλων, της κοινωνίας ή του περιβάλλοντος ειδικά όταν οι καλύτερες πρακτικές έχουν απορροφηθεί ή έχουν αναμειχθεί σε καθημερινές λειτουργίες.

Ωστόσο, σκοπός αυτής της έρευνας είναι να παρέχει σωστές ενδείξεις των δραστηριοτήτων των εταιρειών στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αυτή η έρευνα θα περιγράψει τα σημαντικότερα προγράμματα που μπορούν να χαρακτηριστούν ως «κοινωνικά» ή «περιβαλλοντικά».

Δεν είναι λίγες οι εταιρείες που προβάλλονται καθημερινά από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για την κοινωνική τους προσφορά. Για παράδειγμα η BAYER CROPSCIENCE ΕΛΛΑΣ ΑΒΕΕ σε συνεργασία με την Bayer Ελλάς διοργάνωσαν για δεύτερη συνεχή χρονιά την Ημέρα Αιμοδοσίας στα γραφεία του Ομίλου τους. Αυτή η πρωτοβουλία ήταν της Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού και συμμετείχαν σε αυτήν περίπου 29 εθελοντές.

Η γνωστή εταιρεία τηλεπικοινωνιών VODAFONE βραβεύτηκε μέσα στο 2004 για τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, η εταιρεία, έλαβε το βραβείο «Επιχείρηση & Περιβάλλον», του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών, το οποίο αποδίδεται σε επιχειρήσεις που επιδεικνύουν σημαντικό βαθμό ευαισθησίας για το περιβάλλον.

Η VODAFONE μέσα στο πλαίσιο του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Ευαισθησίας που υλοποιεί, προβαίνει σε ενέργειες για την προστασία του περιβάλλοντος. Κατά την περίοδο 2003-2004 η εταιρεία κατάφερε να μειώσει την κατανάλωση ενέργειας, ενώ πρώτη στην Ελλάδα εφάρμοσε πρόγραμμα ανακύκλωσης κινητών τηλεφώνων. Αυτές οι δραστηριότητες συντέλεσαν στην ελάττωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης, ενώ παράλληλα μείωσαν το ποσοστό χρήσης πρώτων υλών.

4.2.Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΠΟΤΩΝ

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον έχει αναπτύξει προγράμματα εθελοντικής βοήθειας στις τοπικές κοινωνίες προσβλέποντας στην βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης και την ανάδειξη του φυσικού μας πλούτου. Η εταιρεία βασίζεται στην ανάπτυξη των ανθρώπων, την υγιεινή αλλά και την ασφάλειά τους στην εργασία, ενώ δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στο σεβασμό προς το περιβάλλον, στην εκπαίδευση και στην υποστήριξη του αθλητικού πνεύματος. Στόχος της είναι η δημιουργία εργασιακού περιβάλλοντος, στο οποίο οι άνθρωποι με ικανότητες εκπαιδεύονται, εξελίσσονται και ανταμείβονται ουσιαστικά απολαμβάνοντας της εργασίας τους επιτυγχάνοντας έτσι καλύτερα αποτελέσματα⁴¹.

4.3.Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η βιομηχανία τροφίμων-ποτών κατέχει **κυρίαρχη θέση** στην ελληνική μεταποίηση. Αποτελεί τον κλάδο με την υψηλότερη συμβολή σε όλα τα βασικά μεγέθη της μεταποίησης, όπως οι πωλήσεις, η προστιθέμενη αξία, ο αριθμός επιχειρήσεων και η απασχόληση. Καλύπτει το 25% του κύκλου εργασιών, κατέχει το 25% των συνολικών κεφαλαίων, παράγει το 24% της συνολικής προστιθέμενης αξίας και απασχολεί πάνω από το 22% των απασχολούμενων στο σύνολο του μεταποιητικού τομέα.

Στον κλάδο, δραστηριοποιούνται περίπου **1.400 επιχειρήσεις** (24% περίπου του συνόλου της μεταποίησης) και κατά μέσο όρο εργάζονται 61 άτομα ανά επιχείρηση. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων αυτών είναι μικρές, με προσωπικό μέχρι 50 άτομα, ωστόσο η συμμετοχή τους στις συνολικές πωλήσεις και στα καθαρά αποτελέσματα είναι μικρή.

Η παραγωγή του κλάδου τροφίμων-ποτών φαίνεται να ακολουθεί γενικά τις τάσεις του αντίστοιχου ευρωπαϊκού κλάδου. Σε σχέση με το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης **ο κλάδος αναπτύσσεται ταχύτερα**: Από το 1995 έως το 2005 η παραγωγή του κλάδου αυξήθηκε κατά 20,6% σε σύγκριση με άνοδο 11,7% του συνόλου της βιομηχανίας. Το 2005 η πορεία της παραγωγικής δραστηριότητας ήταν πτωτική, όπως άλλωστε και στο σύνολο της μεταποίησης. Το 2006 όμως ο κλάδος φαίνεται να ανακάμπτει, ενώ βελτιώνονται και οι προσδοκίες των επιχειρήσεων.

⁴¹ Kraus, M., (2003), «Reputation is now a tangible measure of corporate value», PR Week, Vol. 26.

Τα τελευταία χρόνια ο κλάδος είναι στο σύνολό του **κερδοφόρος**. Ο αριθμός των κερδοφόρων επιχειρήσεων είναι περίπου διπλάσιος των ζημιογόνων και συνεχώς αυξάνεται. Ανά κατηγορία μεγέθους οι χρηματοοικονομικές επιδόσεις διαφέρουν. Το μέγεθος της επιχείρησης παίζει μεν καθοριστικό ρόλο, ωστόσο πρέπει να σημειωθεί ότι «πυρήνες υγείας» υπάρχουν σε όλες τις κατηγορίες μεγέθους. Εντοπίζονται δηλαδή υποσύνολα επιχειρήσεων που έχουν σταθερά ικανοποιητική πορεία, είναι αποδοτικές και αποτελεσματικές, ανεξαρτήτως μεγέθους.

Οι διαφορές μεταξύ της ελληνικής και ευρωπαϊκής βιομηχανίας εντοπίζονται κυρίως στο **μέγεθος**, στην **αποδοτικότητα** και την **παραγωγικότητα** της μέσης επιχείρησης αλλά και στο συσχετισμό μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων. Η ελληνική επιχείρηση π.χ. απασχολεί κατά μέσο όρο 60 άτομα όταν η αντίστοιχη ευρωπαϊκή ξεπερνά τα 100. Παράλληλα, η παραγωγικότητα και η αποδοτικότητα στην Ελλάδα είναι αρκετά χαμηλότερες της μέσης ευρωπαϊκής. Οι διαφορές αυτές εξηγούνται, εν μέρει, από τη διάρθρωση της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων-ποτών, η οποία εμφανίζει υψηλή συμμετοχή μικρών επιχειρήσεων στην δομή της, φαινόμενο που χαρακτηρίζει γενικά τις χώρες της Νότιας Ευρώπης.

Η ελληνική αγορά ειδών διατροφής χαρακτηρίζεται από μια **κοινή τάση** με αυτή των περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών: Το μερίδιο της καταναλωτικής δαπάνης, που διοχετεύεται σε είδη διατροφής ακολουθεί πτωτική πορεία, στοιχείο που ουσιαστικά σημαίνει ότι από την μελλοντική άνοδο της ιδιωτικής κατανάλωσης τα είδη διατροφής θα απορροφούν ένα μειούμενο ποσοστό.

Η στρατηγική κοινωνικής ευθύνης που έχει αναπτύξει η εταιρεία ΔΕΛΤΑ στηρίζεται στη φιλοσοφία ότι εφόσον μια εταιρεία έχει την οικονομική δυνατότητα συνεισφέρει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής της κοινωνίας. Δεν είναι τυχαίο ότι το 2003 διέθεσε χορηγίες που ξεπερνούσαν τα 1.500.000 € για δραστηριότητες που περιλαμβάνουν ίδρυση επωνύμων εδρών σε εκπαιδευτικούς οργανισμούς, στη στήριξη ενός διαγωνισμού επιχειρηματικότητας στους νέους και τη στήριξη μελετών με στόχο την πληροφόρηση του ελληνικού κοινού. Επιπλέον, ανέλαβε χορηγία των Ολυμπιακών Αγώνων στον τομέα του λευκού γάλακτος και του παγωτού.

4.4.ΑΛΛΟΙ ΚΛΑΔΟΙ

Τέλος, πολλές ακόμα είναι οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από διάφορους κλάδους όπως ο όμιλος TITAN που εφάρμοσε πολιτική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το 1970, πολύ πριν θεσπιστεί η σχετική νομοθεσία στην Ελλάδα με σημαντικές διακρίσεις σε θέματα επιμόρφωσης, ασφάλειας και υγιεινής των εργαζομένων, η εταιρεία NOVARTIS που επενδύει χρήματα στην φαρμακευτική έρευνα και ανάπτυξη και διαθέτει φάρμακα σε φτωχές χώρες.

Μια άλλη εταιρεία είναι η FRIGOGLASS που συμμετέχει ενεργά σε πολλαπλές δραστηριότητες με βασική αρχή της τον άνθρωπο και το περιβάλλον. Επίσης, η εταιρεία συνέβαλλε σε μια σειρά εκδηλώσεων που διοργάνωσε η Ελληνική Εταιρεία Αφρικής υπό την αιγίδα των Ηνωμένων Εθνών, με σκοπό την ανέγερση οικοτροφείου στην Ακτή Ελεφαντοστού για τα παιδιά των θυμάτων του AIDS.

Στην εποχή μας που το κύριο χαρακτηριστικό του ανταγωνισμού είναι η διαρκώς αυξανόμενη ένταση του, οι επιχειρήσεις καλούνται, όχι μόνο να επιβιώσουν, αλλά και να αναπτυχθούν κερδίζοντας με το μέρος τους την κοινή γνώμη. Δεν είναι τυχαίο λοιπόν το γεγονός ότι εδώ και περίπου μια δεκαετία η ηθική ευθύνη των επιχειρήσεων έχει καταστεί ένας από τους βασικούς στρατηγικούς στόχους, και αυτό γιατί έχει γίνει πλέον κατανοητό σε πολλές επιχειρήσεις ότι η παραγωγή αγαθών υπό την μορφή προϊόντων ή υπηρεσιών δεν αρκεί στον καταναλωτή. Βέβαια αποτελεί κοινό τόπο ότι για να προσφέρει στην κοινωνία μια επιχείρηση, θα πρέπει βασικά να έχει κέρδη⁴².

Τα παραπάνω αποτελούν μερικά μόνο παραδείγματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα.

Δεδομένου λοιπόν ότι η αγορά γίνεται όλο και περισσότερο παγκόσμια, οι επιχειρηματικοί ηγέτες θεωρούν ότι είναι σημαντικό γι' αυτούς να δείξουν μια πραγματική δέσμευση όσον αφορά στην εταιρική κοινωνική ευθύνη. Μια δέσμευση για τις αρχές της εταιρικής ευθύνης μπορεί να ενισχύσει τη φήμη τους και να μειώσει τους επιχειρηματικούς κινδύνους που караδοκούν.

Η αύξηση του αριθμού πολλών επενδυτικών οργανισμών που εφαρμόζουν πολιτικές για διάφορες κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις (Socially Responsible Investments – SRI) έχει

⁴² Kraus, M., (2003), «Reputation is now a tangible measure of corporate value», PR Week, Vol. 26.

δημιουργήσει επίσης την ανάγκη να γίνει κατανοητή η σχέση μεταξύ της κοινωνικής ευθύνης και της αξίας των μετοχών μιας επιχείρησης.

Μια από τις πιο συχνές ερωτήσεις που προκύπτουν και ίσως για κάποιες επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι προφανής, είναι τι τελικά στην πραγματικότητα σημαίνει ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Το παγκόσμιο εμπορικό επιμελητήριο για την κοινωνική ανάπτυξη στην δημοσίευση του με τίτλο “Making Good Business Sense” των Lord Holme και Richard Watts, σημειώνει ότι « Η Εταιρική Κοινωνική ευθύνη είναι μια συνεχής δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται ηθικά και να συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας έτσι την ποιότητας ζωής των εργατικού δυναμικού και των οικογενειών τους και κατ’ επέκταση της τοπική κοινωνίας και της κοινωνίας γενικότερα».

Αλλά όπως και σε όλες τις ομαδικές δραστηριότητες των κοινοτήτων που απαρτίζονται από ανθρώπινα όντα - μικρές κοινωνίες είναι και οι εταιρείες - δεν ταιριάζουν τα πάντα παντού. Σε διαφορετικές χώρες, θα υπάρξουν διαφορετικές προτεραιότητες και αξίες που θα διαμορφώσουν με βάση τις οποίες θα λειτουργήσουν οι επιχειρήσεις.

Ένα αξιόλογο έγγραφο που έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ήταν αυτό του Reverend Leon Sullivan. Δημιούργησε τις παγκόσμιες αρχές του Sullivan για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Μετά από πολυετείς σπουδές και πάνω από 50 τιμητικούς τίτλους, μεταξύ αυτών και το Προεδρικό Μετάλλιο της Ελευθερίας, ο Sullivan έγραψε πολλά βιβλία.

Αφού ανέπτυξε δραστηριότητες στις εκκλησιαστικές κοινότητες της Φιλαδέλφειας και καθιέρωσε αρκετούς όρους για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, το 1970 εξελέγη πρόεδρος της General Motors την οποία υπηρέτησε και για πάνω από 20 χρόνια. Το 1997 ανέπτυξε τις αρχές του Sullivan, ένα κώδικα δεοντολογίας, που αναφερόταν στα ανθρώπινα δικαιώματα για τις επιχειρήσεις που λειτουργούσαν κυρίως στην Νότιο Αφρική.

Οι αρχές του αναγνωρίζονται ως οι πιο αποτελεσματικές προσπάθειες να εξαλειφθούν οι διακρίσεις μεταξύ των μαύρων και των λευκών. Για να επεκταθεί περισσότερο στα ανθρώπινα δικαιώματα και την οικονομική ανάπτυξη των κοινωνιών, ο Sullivan δημιούργησε τις Παγκόσμιες Αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το 1997.

Οι αρχές του Sullivan στηρίχτηκαν κυρίως στην «αυτοβοήθεια», που παρέχει στους ανθρώπους τα εργαλεία να βοηθηθούν έτσι ώστε να υπερνικήσουν τα εμπόδια της φτώχειας

και της καταπίεσης. Αυτή η προσέγγιση οδήγησε στην ανάπτυξη των Κέντρων Βιομηχανοποίησης Ευκαιριών της Αμερικής (Opportunities Industrialization Centers of America [OICA]) και των Κέντρων Βιομηχανοποίησης Ευκαιριών Διεθνώς (Opportunities Industrialization Centers International [OICI]), οργανώσεις που εκπαίδευσαν εκατομμύρια ανθρώπων από όλες τις φυλές για να εργασθούν στην Αμερική και διεθνώς.

Επίσης ο Sullivan ίδρυσε πάνω από 20 προγράμματα κάτω από την εποπτεία του Διεθνούς Ιδρύματος για την εκπαίδευση και την αυτοβοήθεια (IFESH) συμπεριλαμβανομένων και των Διεθνών Αρχών του Sullivan.

Πλέον στις μέρες μας οι Βασικές Αρχές του Sullivan ερμηνεύονται με διαφορετικό τρόπο. Οι στόχοι του είναι να υποστηριχθεί η οικονομική, κοινωνική και πολιτική δικαιοσύνη από τις επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται για να υποστηρίξουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και για να ενθαρρύνουν την ίση ευκαιρία σε όλα τα επίπεδα απασχόλησης, όλων των ανθρώπων, σε όλες τις ομάδες και τα συμβούλια που λαμβάνουν αποφάσεις για την εκπαίδευση και την προώθηση εργαζομένων για τεχνικές, εποπτικές και διοικητικές ευκαιρίες βοηθώντας να βελτιωθεί η ποιότητα της ζωής για τις κοινότητες, τους εργαζομένους και τα παιδιά με βάση την αξιοπρέπεια και την ισότητα⁴³.

Οι παγκόσμιες Αρχές του Sullivan υποστηρίζουν ότι όλες οι εταιρείες που τις έχουν υιοθετήσει θα πρέπει να σέβονται τον νόμο και σαν υπεύθυνα μέλη της κοινωνίας να τον εφαρμόζουν με ακεραιότητα και συνέπεια δικαιολογώντας την ύπαρξή τους στην επιχειρηματική κοινότητα. Θα πρέπει να αναπτύξουν και να εφαρμόζουν τις πολιτικές, τις διαδικασίες. Η εφαρμογή αυτών των αρχών θα επιτύχει μεγαλύτερη ανεκτικότητα και καλύτερη κατανόηση των ανθρώπων και των αναγκών τους.

Με το πέρασμα του χρόνου και στο πλαίσιο όλων των παραπάνω έχουν δημιουργηθεί οι δείκτες FTSE4Good. Αυτοί οι δείκτες λειτουργούν σαν εργαλεία, σαν μέσα για να καλύψουν τις ανάγκες των Socially Responsible Investments και να συμβάλουν στην τρέχουσα συζήτηση σχετικά με την εταιρική ευθύνη. Σε συνεργασία με επιχειρήσεις, επενδυτές, κυβερνήσεις, μη κυβερνητικές οργανώσεις και ομάδες εργασίας, η συζήτηση για την εταιρική ευθύνη ξεπερνά τη σφαίρα της θεωρίας και εισάγεται στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων.

⁴³ Cannon, T., (1992), «Corporate Responsibility», 1st ed, Pitman Publishing

Ο όμιλος FTSE λειτουργεί ως ανεξάρτητη επιχείρηση. Δραστηριότητά της είναι η δημιουργία και εκμετάλλευση διαφόρων δεικτών και υπηρεσιών δεδομένων σχετικών με το θέμα. Δημιουργήθηκε από την σύμπραξη των Financial Times και του Χρηματιστηρίου Αξιών του Λονδίνου⁴⁴.

Η FTSE αριθμεί χιλιάδες πελάτες από 77 χώρες παγκοσμίως, που λειτουργούν αποκλειστικά με κρατικές χορηγίες, επενδύσεις τραπεζών, μεσίτες, χρηματιστήρια αξιών και προμηθευτές δεδομένων. Εκτιμάται ότι πάνω από δύομισι τρισεκατομμύρια δολάρια στο ενεργητικό εταιρειών διαχειρίζονται με βάση τους δείκτες της FTSE. Επενδυτές παγκοσμίως χρησιμοποιούν καθημερινά δείκτες της FTSE για αναλύσεις επενδύσεων (Investment Analysis), μέτρηση της παρουσίας της εταιρείας (Performance Measurement) και για κατανομή κεφαλαίου (Asset Allocation).

Συγκεκριμένα το FTSE4Good σχεδιάστηκε για να μετρά την παρουσία των εταιρειών που εφαρμόζουν παγκοσμίως αναγνωρισμένα πρότυπα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και να διευκολύνει τις επενδύσεις στις συγκεκριμένες εταιρείες. Η διαφάνεια του μάνατζμεντ και παράλληλα τα κριτήρια που η FTSE εφάρμοσε για την FTSE4Good ήταν η βάση για την δημιουργία προϊόντων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης⁴⁵.

Οι αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν αναπτυχθεί μέσα από συζητήσεις πολλών ετών και εξελίσσονται ακόμα. Πολλές κυβερνήσεις και οργανώσεις έχουν συμβάλει στις συζητήσεις και έχουν αναλάβει εκτενείς διεθνείς έρευνες προκειμένου να φθάσουν σε αυτές τις βασικές αρχές. Η FTSE έχει προσδιορίσει τα κοινά θέματα σε ένα σύνολο δέκα ομάδων δηλώσεων που έχουν συνταχθεί από κυβερνητικούς και μη οργανισμούς και από επιχειρηματικούς συνδέσμους.

Τα θέματα που έχουν προσδιοριστεί από αυτές τις ομάδες έχουν χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσουν τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται από τη FTSE στην επιλογή των επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται στους δείκτες FTSE4Good. Η φιλοσοφία και τα κριτήρια είναι βασισμένα στις αρχές που περιγράφονται από πολλές οργανώσεις και έγγραφα.

⁴⁴ Cryer, E.H., Ross, W.T., (1997), «The influence of firm behaviour on purchase intention: do consumers really care about business ethics? », Journal of Consumer Marketing, Vol. 14 No.6.

⁴⁵ Cryer, E.H., Ross, W.T., (1997), «The influence of firm behaviour on purchase intention: do consumers really care about business ethics? », Journal of Consumer Marketing, Vol. 14 No.6.

Η εφαρμογή μια κοινωνικής πολιτικής θα πρέπει να είναι μονίμως στην πρώτη προτεραιότητα της διοίκησης της εταιρείας και να μην ασχολείται με αυτή ευκαιριακά και αποσπασματικά. Γι' αυτό το λόγο άλλωστε πολλοί ηγέτες μεγάλων επιχειρήσεων δωρίζουν μεγάλο μέρος της περιουσίας τους σε ιδρύματα ή και οργανισμούς.

Ένα από αυτά τα παραδείγματα είναι ο Bill Gates (ιδιοκτήτης της Microsoft) που χάρισε τα 9/10 της προσωπικής του περιουσίας σε διάφορα ιδρύματα ή ακόμα και μια μεγάλη εταιρεία παγωτοβιομηχανίας της Αμερικής (Ben & Jerry's) που κάθε χρόνο παραχωρεί το 7% των κερδών της για διάφορους κοινωνοφελείς σκοπούς.

Σύμφωνα με τον Robert Haas, πρόεδρο της γνωστής εταιρείας Levis Strauss, «οι οργανισμοί θα πρέπει να έχουν ηθικό περίβλημα, να είναι ικανοί, τόσο να είναι κερδοφόροι όσο και «οικοδόμοι» ενός νέου καλύτερου κόσμου». Για την Levi Strauss τα κέρδη υπάρχουν, τουλάχιστον θεωρητικά, γεγονός το οποίο επιτρέπει σε αυτήν και σε άλλες εταιρείες να αντιμετωπίζουν ηθικές ανησυχίες, όχι μόνο για αυτά που διακηρύσσουν αλλά και σε πρακτικό επίπεδο.

Έτσι για παράδειγμα, η συγκεκριμένη εταιρεία δεν έχει επαγγελματικές σχέσεις με προμηθευτές, οι οποίοι προκαλούν βλάβες στο περιβάλλον ή παραβιάζουν ηθικές αρχές, όπως η χρησιμοποίηση της παιδικής εργασίας ή της εργασίας των φυλακισμένων. Έχει καταγραφεί μάλιστα στην ιστορία, η καταβολή εκ μέρους της Levis Strauss 40 εκατομμυρίων δολαρίων προκειμένου να κλείσουν εργοστάσια στην Κίνα, όπου γινόταν εκμετάλλευση της εργασίας φυλακισμένων. Επρόκειτο για μια πράξη υπεράσπισης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Όταν η εταιρεία αποφασίζει να ασχοληθεί με κοινωνικές δραστηριότητες η κοινή γνώμη σίγουρα εντυπωσιάζεται. Αυτό σίγουρα προσθέτει θετικά στοιχεία στην εικόνα μιας επιχείρησης και ενισχύει τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα μιας εταιρείας διαχείρισης αμοιβαίων κεφαλαίων (The Calvert Group), που αποφάσισε και δημοσιοποίησε την πολιτική της να μην επενδύει σε εταιρείες οι οποίες παράγουν όπλα, τσιγάρα ή αλκοολούχα ποτά.

Αμέσως μετά από αυτή την δήλωση αυξήθηκαν οι πωλήσεις και ο κύκλος εργασιών της. Όταν η γνωστή εταιρεία καλλυντικών The Body Shop αποφάσισε να χρησιμοποιήσει στην παρασκευή προϊόντων της μόνο φυσικές πρώτες ύλες, χωρίς να προκαλεί φθορά στο περιβάλλον, είδε τα έσοδα της να αυξάνονται, γεγονός που αποδίδεται στην

ευαισθητοποιημένη στον κοινωνικό προβληματισμό πολιτική της και στα προβλήματα του Τρίτου κόσμου⁴⁶.

Σύμφωνα με τον David Henderson, οικονομολόγο και καθηγητή στον Πανεπιστήμιο του Westminster Business School, μια νέα αντίληψη για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει εξαπλωθεί σε όλο τον κόσμο. Κατά την γνώμη του βασίζεται σε ψεύτικες πεποιθήσεις και αποτελεί απειλή για την οικονομία της αγοράς. Θέματα που αφορούν δραστηριότητες κοινωνικής ευθύνης των εταιριών έχουν αποτελέσει αντικείμενο μελέτης και συζήτησης εδώ και πολλά χρόνια. Τα τελευταία χρόνια όμως έχει επικρατήσει ένας νέος τρόπος σκέψης. Τόσο στον επιχειρηματικό κόσμος όσο και έξω από αυτόν παρατηρείται μεγάλη υποστήριξη στην σημερινή ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης⁴⁷.

Σίγουρο είναι ότι δεν υπάρχει μια γενικά αποδεκτή απάντηση για το τι σημαίνει και τι εννοεί ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Ακόμα όμως και πολλές κυβερνήσεις έχουν υιοθετήσει αυτή την έννοια. Για παράδειγμα η παρούσα Βρετανική Κυβέρνηση διόρισε έναν υπουργό αναθέτοντας του επίσημα το καθήκον να προωθήσει την ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Επίσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μετά την ενθάρρυνση των υπουργών των κυβερνήσεων των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξέδωσε πρόσφατα μια οδηγία σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ο David Henderson επίσης κατέληξε στο συμπέρασμα ότι όπως η βιώσιμη ανάπτυξη, έτσι και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια ελκυστική έννοια και η γενική αντίληψη είναι ή ήταν τουλάχιστον μέχρι τώρα αρκετά χρήσιμη. Αλλά το σημερινό γενικά αποδεκτό δόγμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι βαθιά λανθασμένο. Βασίζεται κατά την γνώμη του Henderson στη λανθασμένη αντίληψη θεμάτων και γεγονότων και η υιοθέτησή του από τις επιχειρήσεις θα έβλαπτε γενικότερα την ευημερία και θα υπέσκαπτε την ίδια την οικονομία της χώρας.

Η άποψη του γράφοντος είναι ότι σίγουρα οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πρακτικές κοινωνικής ευθύνης, το κάνουν γιατί θα υπάρχει κέρδος για εκείνες, αλλά έστω και με αυτό

⁴⁶ Addo, M.K. (1999), «Human Rights Standards and the Responsibility of Transnational Corporations», The Hague, Kluwer Law International.

⁴⁷ Dowling, G., (2001), «Creating Corporate Reputations», Oxford University Press, Oxford.

τον τρόπο συμμετέχουν στην βελτίωση κάποιων προβλημάτων και φαινομένων. Συνεπώς δεν έχει τόσο μεγάλη σημασία για ποιο λόγο γίνονται κάποιες κινήσεις, αλλά το αποτέλεσμα τους.

Επίσης, η κοινωνική ευθύνη αποτελεί ένα σημαντικό βήμα προς τα εμπρός για την κατανόηση των αρχών και των πρακτικών, βάσει των οποίων οι επιχειρήσεις μπορούν να ανταπεξέλθουν καλύτερα στις υποχρεώσεις τους ως παγκόσμιοι πολίτες και γείτονες σε έναν κόσμο που αλλάζει ταχύτατα⁴⁸.

⁴⁸ Dowling, G., (2001), «Creating Corporate Reputations», Oxford University Press, Oxford.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΡΕΥΝΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

5.1.ΕΡΕΥΝΑ PRICEWATERHOUSECOOPERS

Σύμφωνα με έρευνα που εκπονήθηκε μέσα στο 2003 από την PRICEWATERHOUSECOOPERS με τίτλο 6th Annual Global CEO Survey: “Leadership, Responsibility, and Growth in Uncertain Times” και στην οποία συμμετείχαν 992 διευθύνοντες σύμβουλοι από 43 χώρες (409 από την Ευρώπη, 124 από την Βόρειο Αμερική, 129 από την Νότιο και Κεντρική Αμερική, 47 από την Αφρική και 283 από την Ασία), για τους περισσότερους διευθύνοντες συμβούλους τα ζητήματα που αφορούν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την κοινωνική βιωσιμότητα είναι ζητήματα ουσίας και όχι απλές θεωρίες.

Ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 37% από αυτούς, διοικεί επιχειρήσεις που έχουν περισσότερους από 5.000 εργαζόμενους, ενώ 30% είναι υπεύθυνοι για εταιρείες που απασχολούν από 1.000 έως 5.000 εργαζόμενους. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κυρίως μέσω τηλεφώνου με εξαίρεση την Ιαπωνία όπου ακολουθήθηκε η ταχυδρομική μέθοδος και την Κίνα όπου έγιναν προσωπικές συναντήσεις. Η έρευνα αυτή ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2002 και ολοκληρώθηκε τον Ιανουάριο του 2003. Οι πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης συνεχίζουν να κερδίζουν χώρο με γρήγορους ρυθμούς παγκοσμίως. Πέρα από την αληθινή επιθυμία να κάνουν το σωστό πράγμα οι διευθύνοντες σύμβουλοι αναζητούν τα standards και τις μετρήσεις για να προσδιορίσουν ακόμα καλύτερα τι πραγματικά απαρτίζει τις επιχειρηματικές πρακτικές εταιρικής ευθύνης.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι από την έρευνα προέκυψε ότι 8 στους 10 συμβούλους πιστεύουν ότι η κοινωνική ευθύνη παίζει σημαντικό ρόλο στην κερδοφορία των εταιριών, ενώ 7 στους 10 δήλωσαν ότι θα θυσιάζαν κάποια κέρδη προκειμένου να αποκτήσει περισσότερη αξία η εταιρεία για τους μετόχους, εφαρμόζοντας κοινωνική ευθύνη. Στην ερώτηση ποια θέματα κοινωνικής βιωσιμότητας προωθούν δυναμικά οι εταιρείες, οι επικρατέστερες απαντήσεις ήταν για τις αξίες. Το 87% επέλεξε την ηθική και τους κώδικες συμπεριφοράς. Η επιλογή εργαζομένων από όλες τις κοινωνικές ομάδες και η δυνατότητα ίσων ευκαιριών σε όλους αναφέρθηκε από το 76% των ερωτηθέντων, ενώ οι περιβαλλοντικές επιδράσεις των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης από το 71% και η απόδοση της εφοδιαστικής αλυσίδας ως

προς την κοινωνική βιωσιμότητα από το 64% των ερωτηθέντων. Διάγραμμα για την συγκεκριμένη ενότητα της έρευνας παρατίθεται στον Πίνακα 1.

Απαντήσεις για το αν η εταιρεία διαχειρίζεται κάποιο από τα παρακάτω θέματα αυτή την εποχή

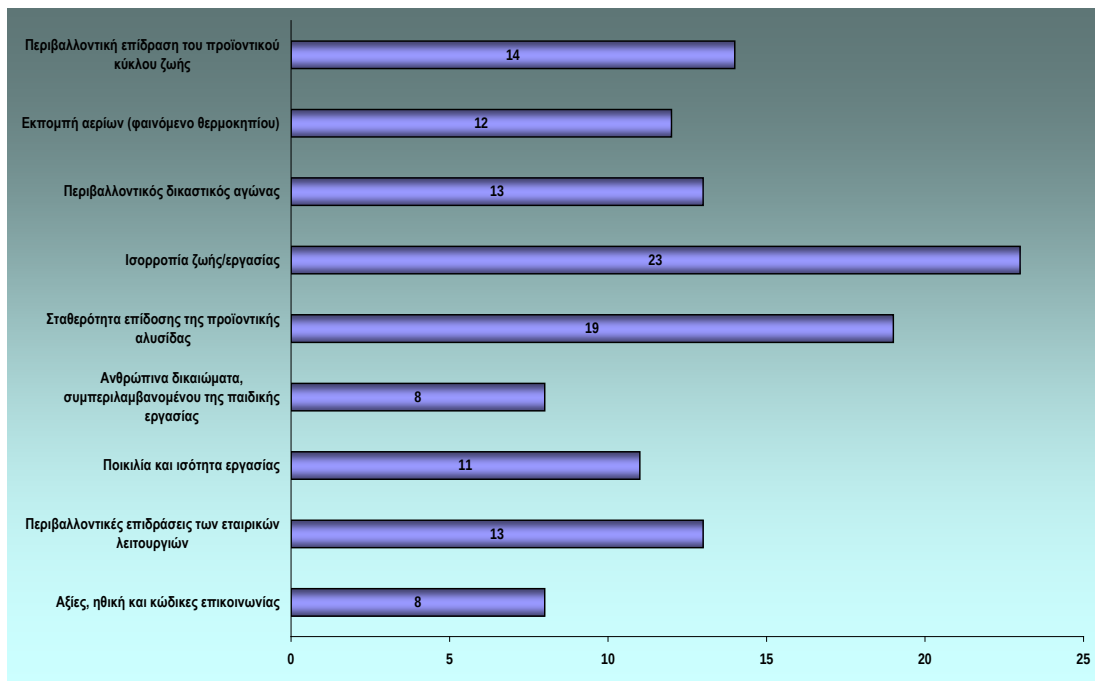


times, PriceWaterhouseCoopers in conjunction with the World Economic Forum, 2003 (6th Annual Global CEO Survey)

Το ποσοστό των απαντήσεων για το περιβάλλον, όπως π.χ. η έκλυση αερίων που συμβάλλουν στην ρύπανση του περιβάλλοντος (π.χ. φαινόμενο του θερμοκηπίου) ήταν χαμηλότερο, και κυμάνθηκε στο 40%. Τα ανθρώπινα δικαιώματα συμπεριλαμβανομένης και της παιδικής εργασίας αναφέρθηκαν από το 48% των ερωτηθέντων, ενώ η προσφυγή στο δικαστήριο για περιβαλλοντικά θέματα από το 49%. Επίσης, υπήρξαν ενδείξεις ότι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις δεν χειρίζονται κάποιο από αυτά τα θέματα αυτή την περίοδο, αλλά σχεδιάζουν να εμπλακούν σε σχετικές πρακτικές μέσα στα επόμενα τρία χρόνια [Πίνακας 2].

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 ΘΕΤΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΘΕΩΡΙΑ ΣΕ ΠΡΑΞΗ

ή αν υπάρχει κάποιο θέμα που η εταιρεία προγραμματίζει να διαχειριστεί μέσα στα επόμενα τρία χρόνια



Πηγή:
CEO
Survey:
Leadersh
ip,
Responsi
bility
and
Growth
in
uncertain
times,
PriceWat
erhouseC
oopers in

conjunction with the World Economic Forum, 2003 (6th Annual Global CEO Survey)

Τέλος, οι παράγοντες που είναι καθοριστικοί για τα οφέλη των εταιρειών και στους οποίους πρέπει εστιάσουν την προσοχή τους, αφορούν σε θέματα κοινωνικής βιωσιμότητας που επηρεάζουν τα εξής: το 79% των διευθυνόντων συμβούλων δήλωσαν ότι η φήμη και το εμπορικό σήμα της εταιρείας είναι ο πρώτος παράγοντας.

Επιπλέον, το 69% των ερωτηθέντων θεωρεί την ελκυστικότητα των θέσεων εργασίας για μελλοντικούς εργαζόμενους σε αυτή ως βασικό παράγοντα επιτυχίας και μόλις το 63% θεωρεί την καλυτέρευση της αξίας της επιχείρησης για τους μετόχους της ως θέμα στο οποίο πρέπει να δοθεί βαρύτητα στο μέλλον. Σε αντίθεση μόνο το 26% ανέφερε τις εξωτερικές ομάδες πίεσης ως έναν παράγοντα που θα τους απασχολήσει έντονα στο μέλλον.

Ως κύρια απειλή για τις προοπτικές μιας επιχείρησης αναφέρθηκε η κρατική παρέμβαση, και ακολουθούν ο πόλεμος και η τρομοκρατία. Συνεπώς για να αποφύγουν οι επιχειρήσεις μια κρατική παρέμβαση, σε θέματα όπως παραδείγματος χάρη το περιβάλλον, θα πρέπει να

ενεργήσουν πριν αυτή κριθεί αναγκαία και προκύψει, έτσι ώστε η επιχείρηση να καθορίζει ουσιαστικά τον τρόπο με τον οποίο ενεργεί σε τέτοια θέματα και ο τρόπος αυτός να είναι κοινωνικά αποδεκτός.

5.1.1.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Από την έρευνα αποδείχθηκε ότι οι διευθύνοντες σύμβουλοι είναι ανοικτοί στις προκλήσεις. Τους περασμένους μήνες ερωτήθηκαν με τη μορφή συνεντεύξεων 1.000 διευθύνοντες σύμβουλοι από 43 χώρες σε όλο τον κόσμο για να βγουν συμπεράσματα σχετικά με το πώς αντιμετωπίζουν την προοπτική ανάπτυξης της επιχείρησής τους, και γενικότερα της οικονομίας, στην δύσκολη εποχή που διανύουμε. Οι διευθύνοντες σύμβουλοι που ερωτήθηκαν υποστήριξαν ότι το χτίσιμο της εικόνας τους και η δημιουργία εμπιστοσύνης από το κοινό είναι ένας από τους βασικούς τους στόχους και αναφέρθηκαν στους τρόπους που χρησιμοποιούν για την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Ως βασικός στόχος των ερωτηθέντων αναφέρθηκε η απόκτηση της εμπιστοσύνης του κοινού και των μετόχων. Οι διευθύνοντες σύμβουλοι φαίνονται πιο αισιόδοξοι από ότι ήταν το 2001 και το 2002. Το 72% δηλώνει αρκετή αισιοδοξία παρόλο που κάποιων οι φόβοι επικεντρώνονται στους παράγοντες που προαναφέραμε. Το χτίσιμο της εμπιστοσύνης σαν κύριο μέλημα είναι στα μυαλά των περισσότερων και ένας σημαντικός αριθμός από αυτούς σχεδιάζει τον τρόπο με τον οποίο θα αποκτήσει την εμπιστοσύνη των υπαλλήλων, των καταναλωτών και των μετόχων.

Είναι πλέον κοινά αποδεκτό ότι για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος χρειάζονται ακέραιοι άνθρωποι με μεγάλες τεχνικές δεξιότητες πάνω σε αυτό τον τομέα. Βλέποντας τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τα στελέχη έχουν συνειδητοποιήσει πως υπάρχει ανάγκη για κοινωνική δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων.

Αν οι διευθύνοντες σύμβουλοι παραμείνουν έμπιστοι και δεσμευμένοι στον στόχο τους, να λειτουργούν δηλαδή υπεύθυνα και δείχνοντας κοινωνική ευαισθησία, τόσο εκείνοι όσο και οι επιχειρήσεις στις οποίες εργάζονται θα αποκτήσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις προκλήσεις και θα μπορέσουν παίξουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην ενδυνάμωση της παγκόσμιας παραγωγής και ευημερίας.

5.2.EPEYNA DELOITTE

Μια άλλη εξίσου σημαντική έρευνα που έγινε το 2003 ήταν από την εταιρεία Deloitte με τίτλο Investing in Responsible Business. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από οικονομικούς διευθυντές, οικονομικούς αναλυτές και διευθυντές επενδυτικών σχέσεων. Αυτή η έρευνα συνδυάζει δυο κοινά για την ανάλυση και σύγκριση μεταξύ των συμπεριφορών των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων: σε πρώτη φάση, τους οικονομικούς διευθυντές και οικονομικούς αναλυτές στην Ευρώπη και κατόπιν τους οικονομικούς διευθυντές στην Αγγλία. Αυτή η έρευνα του 2003 παρουσιάζει την πρώτη εκτεταμένη εικόνα του πώς η κοινωνική και περιβαλλοντική παρουσίαση διαμορφώνει αποφάσεις και συμπεριφορές σε μάνατζερ σε μεγάλες επιχειρήσεις.

Σε αυτή την έρευνα χρησιμοποιήθηκε ένα δείγμα 388 οικονομικών διευθυντών και αναλυτών από εννέα Ευρωπαϊκές χώρες (Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ολλανδία και Αγγλία). Οι συνεντεύξεις έγιναν τηλεφωνικώς σε πέντε γλώσσες τον Ιούλιο και Αύγουστο του 2003. Με σκοπό να παρουσιαστεί μια αντιπροσωπευτική εικόνα των πρακτικών και των αντιλήψεων, το δείγμα επιλέχθηκε σύμφωνα με το είδος των επιχειρήσεων καθώς επίσης και το ενεργητικό της εταιρείας.

Αυτή η διαδικασία επιλογής ήταν σίγουρο ότι θα περιελάμβανε ένα σημαντικό αριθμό από μεγάλες επιχειρήσεις. Το 19% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι η επιχείρησή τους πέτυχε κέρδη της τάξεως του υπερβολικού ποσού των 150 δισεκατομμυρίων ευρώ. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι πληροφορίες που δόθηκαν για την έρευνα έπρεπε να είναι προσεκτικά επιλεγμένες λόγω των κινήσεων των εταιρειών στο χρηματιστήριο.

Το 79% των οικονομικών διευθυντών και αναλυτών που ερωτήθηκαν απάντησαν ότι περιβαλλοντικές και κοινωνικές πρακτικές έχουν θετικό αντίκτυπο στην αγοραστική αξία των επιχειρήσεων μακροπρόθεσμα αλλά καθόλου αντίκτυπο βραχυπρόθεσμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΤΙΤΑΝ

Η Εταιρία Τιτάν ιδρύθηκε το 1902 με την κατασκευή (Τιτάν, 2003) του πρώτου εργοστασίου της στην Ελευσίνα. Αποστολή της Εταιρίας ήταν και είναι να παράγει και να διαθέτει προϊόντα υψηλής ποιότητας προς χρήση από την κατασκευαστική βιομηχανία. Οι δραστηριότητες της Α.Ε. Τσιμέντων Τιτάν, μητρική εταιρία του Ομίλου Τιτάν καλύπτουν ένα ευρύτατο φάσμα προϊόντων, από αδρανή μέχρι φαιό και λευκό τσιμέντο, σκυρόδεμα, κονιάματα και επεξεργασμένη ιπτάμενη τέφρα, καθώς επίσης θαλάσσιες και χερσαίες μεταφορές και άλλες σχετικές υπηρεσίες. Η εισαγωγή των μετοχών της στο ΧΑΑ έγινε το 1912 και το 1948 έκανε τις πρώτες εξαγωγές στη Μέση Ανατολή. Μέσω προσεκτικού σχεδιασμού και σωστής στρατηγικής η Εταιρία αναπτύχθηκε σημαντικά διατηρώντας τις παραδοσιακές αρχές, την αξιοπιστία και το κύρος της. Η ανάπτυξή της βοηθήθηκε σημαντικά μέσω των κοινοπραξιών στο Beni Suef (1999) και στην Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου (2002), εξαγορές της Tarmac America Inc. (2000) με εργοστάσια στη Βιρτζίνια και την Φλόριντα και της τσιμεντοβιομηχανίας στο Kosjeric της Σερβίας καθώς και της εταιρίας STI στις ΗΠΑ. Ο πυρήνας των δραστηριοτήτων του Ομίλου Τιτάν αποτελείται από 11 μονάδες παραγωγής τσιμέντου σε 6 χώρες, σταθμούς διανομής τσιμέντου στις ΗΠΑ και στη Δυτική Ευρώπη καθώς και 4 εργοστάσια τσιμέντου σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας.

Ο Όμιλος εξυπηρετεί κυρίως ανάγκες σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Τα προϊόντα του χρησιμοποιούνται επί των πλείστον για την κατασκευή ιδιόκτητων κτιρίων, κατοικιών και γραφείων ενώ μικρότερες ποσότητες απορροφώνται σε δημόσια έργα όπως κατασκευή οδών, γεφυρών, σχολείων κτλ. Καθ'όλη την διάρκεια της ιστορίας της Εταιρίας θα πρέπει να τονίσουμε ορισμένα σημεία. Το **1961** γίνεται εγκατάσταση του πρώτου ηλεκτροστατικού φίλτρου στην Ελλάδα και οι άλλες επιχειρήσεις του κλάδου ακολουθούν αργότερα το παράδειγμα της Τιτάν. Το **1971** ξεκινάει η πολιτική για την αποκατάσταση και αναδάσωση εξοφλημένων λατομείων γεγονός που βοηθά στην διαμόρφωση της γύρω περιοχής. Το 1999 η επιχείρηση Τιτάν αποκτά πρώτη στην Ελλάδα Πιστοποίηση κατά ISO 14001 για το Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος.

6.1 ΕΚΕ ΚΑΙ ΤΙΤΑΝ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, πέρα από τη συμμόρφωση προς τη νομοθεσία, αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της φιλοσοφίας της Εταιρίας Τιτάν από την στιγμή της ίδρυσής της. Οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρακτικές αντανακλούν τις θεμελιώδεις αρχές και αξίες των ιδρυτών του Τιτάν. Το ενδιαφέρον της επιχείρησης για την διασφάλιση των εργαζομένων της, για την μείωση των επιπτώσεων της λειτουργίας της στο περιβάλλον και για την παροχή κοινωνικού έργου είναι φανερό καθ'όλη την επιχειρηματική της πορεία. Συγκεκριμένα το 1922 προχωρά στην ασφάλιση των εργαζομένων της για ατυχήματα στους χώρους εργασίας και μετά από δύο χρόνια μειώνει της ώρες εργασίας για το εργατοτεχνικό προσωπικό της. Το 1934 χορηγεί επίδομα Χριστουγέννων ίσο προς την αμοιβή ενός μηνός και στην συνέχεια επίδομα Πάσχα ίσο προς το μισό της αμοιβής ενός μηνός. Το 1960 εγκαθιστά πρώτη στην Ελλάδα το ηλεκτροστατιστικό φίλτρο και προσλαμβάνει γιατρούς εργασίας σε όλα τα εργοστάσιά της καθώς και κοινωνικούς λειτουργούς λίγο αργότερα. Το 1969 παρέχει επίδομα γάμου στους εργαζομένους της ίσο προς την αμοιβή ενός μηνός. Μέχρι της αρχές του 1980 σχηματίζονται μικτές Επιτροπές εργαζομένων για την πρόληψη ατυχημάτων και για την υγιεινή εργασίας και ο Όμιλος Τιτάν προβαίνει στην διοργάνωση προγραμμάτων «δια βίου εκπαίδευσης» για όλο το προσωπικό της. Στις 17-03-1999 ο TITAN αποκτά Πιστοποίηση κατά ISO 14001 για το Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος, μετά από ελέγχους που διενήργησε ο ΕΛΟΤ στις εγκαταστάσεις των εργοστασίων παραγωγής τσιμέντου της Εταιρίας στο Καμάρι Βοιωτίας, στη Νέα Ευκαρπία Θεσσαλονίκης και στο Δρέπανο Αχαΐας. Η έγκυρη αυτή Πιστοποίηση αναγνωρίζει επισήμως ότι οι επιχειρησιακές αποφάσεις και οι στρατηγικοί στόχοι της Εταιρίας λαμβάνουν υπόψη τον παράγοντα "περιβάλλον" και ότι οι διαδικασίες στις μονάδες παραγωγής τσιμέντου εναρμονίζονται αξιόπιστα με τις θεσμοθετημένες διεθνείς προδιαγραφές.

Σημειώνεται ότι ο TITAN είναι η πρώτη ελληνική τσιμεντοβιομηχανία - και μία από τις πρώτες στον κόσμο - που αποκτά τη διεθνούς εγκυρότητας διάκριση ISO 14001. Με γνώμονα την πρόληψη και την καταστολή των αρνητικών επιπτώσεων της βιομηχανικής δραστηριότητας, ο TITAN χρησιμοποιεί την καλύτερη διατιθέμενη τεχνολογία για την ελαχιστοποίηση των ρυπογόνων εκπομπών, τη σωστή διαχείριση αποβλήτων, την αντιμετώπιση της ηχορύπανσης σε όλες του τις παραγωγικές δραστηριότητες, την εξοικονόμηση ενέργειας και φυσικών πόρων, τη χρησιμοποίηση εναλλακτικών καυσίμων, την ασφαλή διενέργεια χερσαίων και θαλάσσιων μεταφορών. Επιπλέον συμβάλλει στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από δραστηριότητες τρίτων, βιομηχανικές,

αγροτικές και κοινωνικές, απαλλάσσοντας το περιβάλλον από εκατομμύρια τόνους υποπροϊόντα και πάσης φύσεως απόβλητα, χωρίς την παραμικρή επίπτωση τόσο στο προϊόν, όσο και στο περιβάλλον. Συγκεκριμένα η υπηρεσία Περιβάλλοντος του Ομίλου εφαρμόζει την καύση εναλλακτικών αποβλήτων τονίζοντας ότι η καταστροφή επικίνδυνων αποβλήτων στους κλιβάνους της τσιμεντοβιομηχανίας είναι περιβαλλοντικά ασφαλής. Επισημαίνει ότι έχει αναπτυχθεί τεχνογνωσία για την παραγωγή, αποθήκευση και μεταφορά προτυποποιημένου δευτερογενούς καυσίμου προερχόμενου από οργανικά απόβλητα και ότι έχει αναπτυχθεί η τεχνογνωσία που απαιτείται για τη γενίκευση της χρήσεως δευτερογενούς καυσίμου σε όλους τους κλιβάνους της εταιρείας. (επιστημονική ημερίδα με θέμα «Τσιμεντοβιομηχανία και Εναλλακτικά Καύσιμα», 14/3/2001, ΤΕΕ Τμήμα Μαγνησίας). Σημαντική είναι επίσης η δραστηριοποίηση της Εταιρίας για την αποκατάσταση λατομικών χώρων, τη δημιουργία πράσινων ζωνών γύρω από τις παραγωγικές μονάδες, τη φύτευση δένδρων από ιδιόκτητα φυτώρια σε δημόσιους και ιδιωτικούς χώρους κλπ. Ο TITAN έχει επανειλημμένως βραβευθεί από ελληνικούς και διεθνείς οργανισμούς (Εθνική Επιτροπή Ευρωπαϊκού Έτους Περιβάλλοντος, Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, ΕΒΕΑ κλπ.) για την υπεύθυνη και αποτελεσματική διαχείριση του περιβάλλοντος. Η Πιστοποίηση ISO 14001 αποτελεί μία ακόμη αναγνώριση, συγχρόνως όμως και αυτοδέσμευση της Εταιρίας ότι θα συνεχίσει την απaráβατη εφαρμογή ενός συστήματος κανονισμών με αυστηρές προδιαγραφές.

Η επιχείρηση Τιτάν συνεχίζει να καινοτομεί στον χώρο των επιχειρήσεων τσιμέντου με την εφαρμογή το 1985 μιας νέας πολιτικής για τη μείωση της βιομηχανικής ηχορύπανσης. Τρία χρόνια αργότερα η Εταιρία αποδίδει στο προσωπικό της ετήσιο επίδομα αδείας ίσο προς το μισό της αμοιβής ενός μηνός, επί πλέον του νόμιμου σχετικού επιδόματος και υλοποιεί Προγράμματα Επαγγελματικού Προσανατολισμού για τα παιδιά του προσωπικού και τους μαθητές των γειτονικών κοινοτήτων. Ακόμα συμμετέχει στην ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου ΕΚΕ (2000), στην Πρωτοβουλία ΦΑΟΣ για την πρόληψη ατυχημάτων στα σχολεία (2000), στην Πρωτοβουλία των Ηνωμένων Εθνών για ένα Οικουμενικό Σύμφωνο (2002) και στο Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη όπως και στην κλαδική πρωτοβουλία Cement Sustainability Initiative (2003).

6.2 ΤΙΤΑΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Ο Όμιλος Τιτάν αναγνωρίζει την σημαντικότητα της ευθύνης στο πεδίο της προστασίας του περιβάλλοντος και εφαρμόζει αυστηρή πολιτική. Τα σημεία της ακολουθούμενης πολιτικής συγκεκριμένα είναι:

- Εισαγωγή και ενσωμάτωση των βέλτιστων διαθέσιμων τεχνολογιών για την επίτευξη όσο το δυνατόν μικρότερης ρύπανσης στο περιβάλλον. Εγκατάσταση ηλεκτροστατικών φίλτρων στους κλιβάνους της.
- Διαρκής συνειδητοποίηση του κινδύνου ατυχημάτων και ετοιμότητα για πρόληψη. Διαρκής μέριμνα για τα διάφορα μεταφορικά μέσα που διακινούν τα προϊόντα τιταν όπως:
 - Φορτηγά αυτοκίνητα εφοδιασμένα με σκέπαστρα
 - Ειδικά σιλοφόρα αυτοκίνητα για τη μεταφορά τσιμέντου
 - Έλεγχος καθαριότητας φορτηγών πριν βγουν σε δημόσιο δρόμο
 - Έλεγχος αξιοπλοΐας των πλοίων της Εταιρίας και επίσημη πιστοποίηση των κανόνων προστασίας του θαλάσσιου περιβάλλοντος
- Αυστηρή εφαρμογή σε όλο τον Όμιλο Τιτάν της εταιρικής πολιτικής για το περιβάλλον. Εκπαίδευση και συμμετοχή των εργαζομένων, όλων των επιπέδων στην αναγνώριση, παράθεση των προβλημάτων και αναζήτηση δημιουργικών λύσεων. Η εξέταση των λύσεων θα πρέπει να σχεδιάζεται με γνώμονα την εξάλειψη ή μείωση κάθε προβλήματος στην πηγή. Μετάδοση της μέσω κατάλληλων σεμιναρίων και συμμετοχή των υπαλλήλων σε ημερίδες με σχετικό θέμα όπως ημερίδα με θέμα «Περιβαλλοντική πολιτική και επιχειρήσεις» στην οποία χορηγός ήταν η εταιρεία τσιμέντων TITAN AE.
- Καθορισμός ειδικών αρμοδιοτήτων των υπαλλήλων, για την επίτευξη των στόχων μείωσης των αποβλήτων. Εκχώρηση από την διοίκηση επαρκών εργατοωρών και οικονομική υποστήριξη, ώστε να εξασφαλισθεί η επιτυχής έκβαση του στόχου αυτού.
- Συνεχής πληροφόρηση των υπαλλήλων, μετόχων και κοινού, για την πρόοδο που έχει επιτευχθεί. Η πληροφόρηση των υπαλλήλων θα γίνεται σε μηνιαία ή δίμηνη βάση, των μετόχων και του κοινού σε ετήσια.

- Συνεχείς και συνεπείς προσπάθειες για περιορισμό των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων από βιομηχανικές δραστηριότητες .
- Καθορισμός υψηλών στόχων συγκριτικά με τις αντίστοιχες βιομηχανίες των ανεπτυγμένων χωρών όσον αφορά τα νέα μέτρα που λαμβάνουν για την προστασία του περιβάλλοντος και παρακολούθηση της συντελούμενης προόδου.
- Πρωτοποριακές νέες εφαρμογές των πιο προηγμένων τεχνολογικών εξελίξεων
- Καθορισμός περιβαλλοντικών στόχων σε συμφωνία με εθνικές και ευρωπαϊκές οργανώσεις και ανταλλαγή απόψεων και πολιτικών σε πνεύμα συνεργασίας και αμοιβαίου σεβασμού

6.3.ΤΙΤΑΝ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Είναι απαραίτητο να αναφέρουμε ότι ο Όμιλος Τιτάν για να διασφαλίσει ότι όλοι οι εργαζόμενοι και συνεργάτες του έχουν πλήρη και βαθιά γνώση των εταιρικών αξιών και αρχών δημιούργησε και εισήγαγε έναν εταιρικό κώδικα συμπεριφοράς. Ο κώδικας αυτός καθορίζει τα πρότυπα και τις δεσμεύσεις του Ομίλου σε σχέση με τα ενδιαφερόμενα μέρη όπως εργαζόμενοι, μέτοχοι, πελάτες, προμηθευτές και τοπικές κοινότητες. Εφαρμόζεται σε όλες τις μονάδες του Ομίλου ώστε η επιχείρηση να διαθέτει μία ενιαία, σταθερή συμπεριφορά που τονίζει το κύρος και τη φερεγγυότητά της. Επίσης ο κώδικας αυτός συνδέει την πολιτική της επιχείρησης όσον αφορά το περιβάλλον, την υγεία, την ασφάλεια και την διαχείριση ανθρωπίνων πόρων σε παγκόσμιο επίπεδο. Λόγω της διεθνούς επέκτασης του Ομίλου και της αυξανόμενης απαίτησης για υπευθυνότητα η διοίκηση του Τιτάν δημιούργησε την Επιτροπή ΕΚΕ που αποτελείται από τρία μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και το Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού καθώς και τη Διεύθυνση ΕΚΕ που έχει την ευθύνη υποστήριξης και συντονισμού της εφαρμογής της στρατηγικής ΕΚΕ. Όλοι οι νέο-προσλαμβανόμενοι υπάλληλοι συμμετέχουν σε προγράμματα ένταξης κατά την διάρκεια των οποίων ενημερώνονται διεξοδικά για τον κώδικα συμπεριφοράς. Σε τακτά χρονικά διαστήματα οι υπάλληλοι συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα όπου αναφέρεται η στρατηγική που έχει θέσει η επιχείρηση όσο αναφορά τον καθορισμό νέας περιβαλλοντικής πολιτικής και εκπαιδεύονται στην χρήση νέων προηγμένων τεχνολογιών που βοηθούν στην μείωση των βλαβερών επιπτώσεων της λειτουργίας των εργοστασίων της στο περιβάλλον όπως την ελαχιστοποίηση των εκπομπών από την παραγωγική διαδικασία. Γίνεται παροχή πληροφοριών σε πνεύμα συνεργασίας με σκοπό την δημιουργία οικολογικής ηθικής ανάμεσα

στους εργαζομένους και τονίζεται συνεχώς ο υψηλός κίνδυνος ατυχημάτων (εκδήλωση πυρκαγιάς, διαρροή βλαβερών αερίων) από απρόσεκτη συμπεριφορά.

6.4.ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΣΤΗΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ

Ο Όμιλος Τιτάν έχει αποκτήσει τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μεσοπρόθεσμα οφέλη μέσω της κοινωνικής δραστηριότητάς του όσο αναφορά την προστασία του περιβάλλοντος και των δικαιωμάτων των εργαζομένων. Ο αποτελεσματικός έλεγχος των εκπομπών ρύπων μέσω των βέλτιστων διαθέσιμων τεχνολογιών μπορούν να οδηγήσουν σε μείωση του κόστους όταν τέτοιου είδους επενδύσεων γίνεται από την εταιρία με δικό της χρονοδιάγραμμα αντί να της επιβάλλονται από τον νόμο ή τον ανταγωνισμό σε στιγμές που αδυνατεί να αντεπεξέλθει λόγω οικονομικής στενότητας. Εάν μάλιστα αναλάβει πρωτοβουλία και προχωρήσει σε μια τέτοια επένδυση πρώτη, χωρίς ακόμη να έχει χαρακτηριστεί αναγκαία θα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου. Ακόμα η χρησιμοποίηση βιομηχανικών παραπροϊόντων ως υποκατάστατων συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας καθώς και φυσικών πόρων κάτι που ευνοεί συγχρόνως περιβάλλον και επιχείρηση. Η αποκατάσταση λατομείων αυξάνει την αξιοπιστία της επιχείρησης και ενισχύει την πιθανότητα απόκτησης νέων αδειών εκμετάλλευσης. Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και οι καλές εργασιακές σχέσεις έχουν άμεση θετική επίδραση στην παραγωγικότητα και βοηθούν στην προσέλκυση και στην παραμονή ικανού εργατοτεχνικού προσωπικού. Ο Τιτάν ανέκαθεν έδινε και εξακολουθεί να δίνει ιδιαίτερη έμφαση στον αμοιβαίο σεβασμό και εμπιστοσύνη με τις τοπικές κοινότητες. Μέσω των διακριτικών πρωτοβουλιών του υπό μορφή δωρεών, βοήθειας σε κατοίκους της περιοχής, οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, χορηγήσεις και γενικώς ενεργή συμμετοχή και ενδιαφέρον για τα κοινά, συντέλεσε στο χτίσιμο μιας υπεύθυνης κοινωνικής εικόνας κερδίζοντας την ευνοϊκή αντιμετώπιση της κοινωνίας και των τοπικών αρχών. Συγκεκριμένα η επιτυχημένη συμβολή του σε μια σειρά από δημόσια έργα, προγράμματα αναδάσωσης, παιδικές χαρές και βιβλιοθήκες του πρόσφερε μεγάλο προτέρημα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες του κλάδου της σε δημοπρατήσεις δημοσίων έργων για την προμήθεια τους με τσιμέντο και άλλα δομικά υλικά. Επίσης η Εταιρία έχει στο πλευρό της ένα ισχυρό σύμμαχο που σε διάφορες περιπτώσεις όπως πιθανής επέκτασής της στην περιοχή θα αποδειχθεί πολύ χρήσιμος.

6.5. ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΙΤΑΝΑ Η ΦΑΟΣ ΣΤΟ ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΟ

Ιδιαίτερη τιμή αποτελεί για τον Όμιλο TITAN η διάκριση της ΦΑΟΣ από το Global Compact, ως μία από τις 15 καλύτερες πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ανάμεσα από άλλα προγράμματα 1.200 εταιριών.

Τον περασμένο Δεκέμβριο, η ΦΑΟΣ προσκλήθηκε στο 3ο International Learning Forum στη Βραζιλία, να παρουσιάσει στα μέλη του Global Compact τη συμμετοχική δράση της.

Όλες οι εταιρίες που συμμετέχουν στο Σύμφωνο, υποχρεούνται κάθε χρόνο να στέλνουν στο αρμόδιο γραφείο των Η.Ε., αναφορά με ένα τουλάχιστον παράδειγμα καλής πρακτικής. Ο Τιτάν, για το 2003 επέλεξε να προβάλει τη ΦΑΟΣ και την Πρόληψη Ατυχημάτων στο εργοστάσιο του Roanoke στη Virginia, Η.Π.Α. Στα 100 χρόνια της πετυχημένης πορείας του TITANA η ανάπτυξη και εξέλιξη του Ανθρώπινου Δυναμικού εξακολουθεί να αποτελεί βασικό άξονα της στρατηγικής του, που απορρέει από τις αξίες της Γνώσης και της Συνεχούς Βελτίωσης. Φροντίζοντας όχι μόνο για τους εργαζομένους της, η Εταιρία χρηματοδοτεί ήδη και για πέντε χρόνια το πρόγραμμα μετάκλησης καθηγητών του INSEAD στο ALBA, μεταλαμπαδεύοντας γνώσεις υψηλού επιπέδου στα στελέχη και άλλων ελληνικών επιχειρήσεων.

Ο TITAN, συνδυάζοντας την επιχειρηματική ικανότητα με το σεβασμό προς τον άνθρωπο, το περιβάλλον και την κοινωνία, πραγματοποιεί μέσα στο 2002 με την ευκαιρία του εορτασμού των 100 της χρόνων σειρά εκδηλώσεων στην Πάτρα, στο Καμάρι Βοιωτίας, τη Θεσσαλονίκη, την Ελευσίνα και την Αθήνα, με στόχο την προώθηση της ιδέας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

6.6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΤΙΤΑΝΑ

Η πρώτη ποιοτική έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα το 2001, από το Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά της έρευνας αυτής ο Τιτάν ήταν η μόνη εταιρία χωρίς καταναλωτικό προϊόν που αναγνωρίστηκε ως παράδειγμα κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης. Άλλες εθνικές έρευνες για τη μέτρηση της εταιρικής φήμης (με την ΕΚΕ ως ένα από τα κύρια κριτήρια) κατέταξαν την Εταιρία Τιτάν μεταξύ των πρώτων 20 στην Ελλάδα. Επίσης η Διεύθυνση Εξυπηρέτησης Μετόχων της Εταιρίας βραβεύθηκε το 2003 ως η καλύτερη σε παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών σε

μετόχους και αναλυτές, σε εθνικό επίπεδο. Είναι φανερό από την μελέτη της παρούσας εργασίας ότι η Εταιρία Τιτάν χαρακτηρίζεται από υπευθυνότητα απέναντι στους εργαζομένους της, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τους μετόχους και την κοινωνία στην οποία λειτουργεί. Ακολουθεί ξεκάθαρη στρατηγική διατηρώντας και μεταδίδοντας σε όλες τις επιχειρήσεις του Ομίλου αξίες όπως ακεραιότητα, αξία στον πελάτη, δέσμευση έναντι στόχων, εταιρική κοινωνική ευθύνη και εισάγει κώδικα συμπεριφοράς διασφαλίζοντας την πλήρη γνώση και εφαρμογή των εταιρικών αξιών και αρχών από το σύνολο του Ομίλου. Μέσω της Επιτροπής και της Διεύθυνσης ΕΚΕ του Ομίλου που έχει την ευθύνη της υποστήριξης, του συντονισμού και της εφαρμογής της στρατηγικής ΕΚΕ η εταιρία Τιτάν γνωρίζει τις άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις της παραγωγικής του διαδικασίας και αναλαμβάνει τις ευθύνες με συγκεκριμένες ενέργειες όπως για παράδειγμα χρησιμοποίηση βιομηχανικών παραπροϊόντων ως υποκατάστατα ορυκτών για την μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Επίσης δεσμεύεται για το μέλλον με ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των ενδιαφερόμενων μερών για τη σημασία των θεμάτων ΕΚΕ, ανάπτυξη συστημάτων συγκριτικής αξιολόγησης μέσω ομαδικής δουλειάς και επικοινωνία, ανταλλαγή και διάδοση ορθών πρακτικών μεταξύ των επιχειρήσεων και των κρατών μελών.

Ο Όμιλος Τιταν μπορεί να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων δομών του ενισχύοντας τη δικτύωση και τον συντονισμό με άλλες Ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις. Επίσης η ενίσχυση της διαφάνειας των πρακτικών του θα βοηθήσει τόσο στην ευρύτερη αποδοχή του από την κοινωνία όσο και την ίδια την επιχείρηση να ενημερώνεται καλύτερα για τα αποτελέσματα των πρακτικών αυτών και την μετέπειτα βελτίωσή τους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη φαίνεται λοιπόν να κερδίζει έδαφος ολοένα και περισσότερο στην Ελλάδα αλλά και σε όλο τον κόσμο. Γίνεται πλέον απαραίτητη η εφαρμογή της από όλες τις επιχειρήσεις και δίνει μια νέα διάσταση στην μελλοντική ανάπτυξή τους. Μεγάλες Πολυεθνικές Εταιρίες όπως ο Τιτάν αντιλήφθηκαν νωρίς τα οφέλη της υιοθέτησης της ΕΚΕ και την ανάδειξή της σε μέσω έκφρασης των αξιών, της μεθοδολογίας και των στόχων τους. Αντιλήφθηκαν πως μέσα από μια σωστή πολιτική ΕΚΕ θα πετύχαιναν διπλά αποτελέσματα. Προβολή υπεύθυνου, κοινωνικού χαρακτήρα άρα αποδοχή από το κοινωνικό σύνολο και ευνοϊκότερη αντιμετώπιση αλλά και θετική επίδραση τόσο στην παραγωγικότητα όσο και την οργάνωση τους. Για τον λόγο αυτό ανάθεσαν σε εξειδικευμένα άτομα με κατάλληλες γνώσεις και εμπειρία εξολοκλήρου την διαχείριση ενός τόσο λεπτού θέματος. Η καταστροφική επίπτωση των λειτουργιών των επιχειρήσεων στο περιβάλλον με αποτέλεσμα τον αφανισμό εκατοντάδων χιλιάδων ανθρώπων δεν αφήνουν πλέον κανένα περιθώριο σε καμία εταιρία να αγνοεί την εταιρική κοινωνική της ευθύνη. Δεν είναι λοιπόν μόνο πολιτική δημοσίων σχέσεων και απόκτησης προτερημάτων σε σχέση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις η αναγνώριση από μία εταιρεία της κοινωνικής της ευθύνης αλλά ούτε αποτελεί μόνο εσωτερική υπόθεση του κάθε κράτους. Έχει ξεπεράσει τα όρια των κρατικών συνόρων και αποτελεί παγκόσμια ευθύνη. Βέβαια οι περισσότερες εταιρίες δεν βλέπουν τόσο μακροπρόθεσμα. Αναλαμβάνουν την ΕΚΕ τους για λόγους απόκτησης φήμης και κοινής αποδοχής.

Αναλυτικότερα έχει αποδειχθεί μέσα και από μετρήσεις από κοινωνικούς δείκτες ότι η εικόνα, η φήμη και κατά συνέπεια η επιτυχία των επιχειρήσεων εξαρτάται από την συμπεριφορά τους απέναντι στους καταναλωτές, τους εργαζομένους, τις τοπικές αρχές, το περιβάλλον και την κοινωνία γενικά. Ο ρόλος όμως και του κράτους για την επιτυχή διάδοση της ΕΚΕ και της πολιτικής της κρίνεται αναγκαίος. Στην Ελλάδα το κράτος υπολειτουργεί στον τομέα αυτό. Δεν παρέχει την απαιτούμενη στήριξη και διευκόλυνση για την αύξηση των κοινωνικών επενδύσεων από την πλευρά των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Θα πρέπει να δοθεί από την πλευρά της κυβέρνησης η δέουσα σημασία στον τομέα αυτό και να ακολουθηθεί το παράδειγμα των άλλων αναπτυγμένων κρατών- μελών με όσο το δυνατό πιο γρήγορους ρυθμούς. Κράτος, ιδιωτικές επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη θα πρέπει να αποτελέσουν αλληλένδετες έννοιες ώστε να αναδειχθεί ο κοινωνικός χαρακτήρας ενός τόπου συνεισφορά των επιχειρήσεων στην αειφόρο ανάπτυξη της κοινωνίας

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ουσιαστικά είναι μια κοινωνικά υπεύθυνη στάση που διατηρούν εθελοντικά οι επιχειρήσεις, την οποία αποδεικνύουν με την εφαρμογή μιας δέσμης πολιτικών, πρακτικών και προγραμμάτων κοινωνικής ευαισθησίας, που εντάσσουν στις δραστηριότητες τους και είναι πέρα από τις νομικές τους υποχρεώσεις.

Στο σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον, η εταιρική ευθύνη έχει σημαντικό στρατηγικό ρόλο, δίνοντας βάση για την διαχείριση και τη δημιουργία αξίας για την κάθε επιχείρησή.

Ωστόσο η μακροπρόθεσμη επιτυχία κάθε εταιρείας εξαρτάται από τη δυνατότητά της να έχει πρόσβαση σε νέους πόρους, να αναπτύσσει νέες δυναμικές σχέσεις με τις τοπικές κοινωνίες, να χειριστεί υπεύθυνα και αποτελεσματικά σύνθετα περιβάλλοντα, και συνεπώς να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Η επιτυχής εκπλήρωση των στόχων που θέτει μια εταιρεία στους τομείς της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης έχει ως πιθανά οφέλη, τα ακόλουθα⁴⁹:

- Οικονομία ενεργειακών πόρων
- Μείωση αποβλήτων
- Εξοικονόμηση κόστους
- Αυξημένη πρόσβαση σε τοπικές πιθανές πηγές εισοδήματος
- Προστασία έναντι τυχόν καταναλωτικών "αντιποίνων"
- Πρόσθετη ασφάλεια σε ό,τι αφορά τις πωλήσεις

Ωστόσο κανείς δεν μπορεί να παραγκωνίσει ότι η κοινωνική ευθύνη των εταιρειών έχει οφέλη και σε επίπεδο επιχείρησης καθώς προσφέρει⁵⁰:

- Πρόσθετη αξία στην επιχείρηση
- "Χτίσιμο" και προστασία της επιχειρηματικής φήμης
- Διαχρονικότητα του brand

⁴⁹ May, S., Cheney, G. and Roper, J. (2007), «The debate over corporate social responsibility», Oxford University Press.

⁵⁰ Werther, W. and Chandler, D. (2006), «Strategic corporate social responsibility», Sage.

- Πιθανή χαλάρωση των ρυθμιστικών απαιτήσεων σε άλλους τομείς

Τέλος αυτό που πρέπει να γίνει πρόσθετα αντιληπτό από τα παραπάνω είναι ποια είναι τελικά η εταιρική ευθύνη και ποια δράση δεν είναι αποτελεί τέτοια εθελοντική δέσμευση. Έτσι εταιρική ευθύνη δεν είναι η συμμόρφωση με τη νομοθεσία, η φιλανθρωπία, οι εμπορικές χορηγίες και οι δημόσιες σχέσεις. Από την άλλη καθαρή μορφή εταιρικής ευθύνης είναι⁵¹:

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

⁵¹ Zakhem, A., Parker, D. and Stoll, M. (2007), «Stakeholder theory : essential readings in ethical leadership and management». Prometheus.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Addo, M.K. (1999), «Human Rights Standards and the Responsibility of Transnational Corporations», The Hague, Kluwer Law International.
2. Cannon, T., (1992), «Corporate Responsibility», 1st ed, Pitman Publishing
3. Crane, A. et al. (2008), «The Oxford handbook of corporate social responsibility», Oxford University Press. London Reference Collections.
4. Cryer, E.H., Ross, W.T., (1997), «The influence of firm behaviour on purchase intention: do consumers really care about business ethics? », Journal of Consumer Marketing, Vol. 14 No.6.
5. Davis K.& Blomstrom R., 1975, “Business and Society: Environment and Responsibility”, 3rd ed.
6. Dowling, G., (2001), «Creating Corporate Reputations», Oxford University Press, Oxford.
7. <http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/articles>
8. Kraus, M., (2003), «Reputation is now a tangible measure of corporate value», PR Week, Vol. 26.
9. Kunde, J., Cunningham, B.J., (2002), «Corporate Religion», FT Management, London.
10. May, S., Cheney, G. and Roper, J. (2007), «The debate over corporate social responsibility», Oxford University Press.
11. Most Respected Companies Survey "Financial Times/PricewaterhouseCoopers Dec 7th 1999
12. Rappaport Ann & Flaherty Margaret, 1992, “Corporate Responses to Environmental Challenges”, Quorum Books, N.Y,USA
13. Roger Bennett, (2001), *Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MANATZMENT)*, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
14. Werther, W. and Chandler, D. (2006), «Strategic corporate social responsibility», Sage.
15. Wood, D.J., (1991), «Corporate social performance revisited», Academy of Management Review, Vol. 16.

16. Zakhem, A., Parker, D. and Stoll, M. (2007), «Stakeholder theory : essential readings in ethical leadership and management». Prometheus.
17. Γώγου, Π., (2004), *Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου, Παράρτημα Καστοριάς, Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας.
18. Δουλκέρη Τέσσα, «Ισότητα των δύο φύλων στις εργασιακές Σχέσεις», Εκδόσεις Παπαζήσης, Αθήνα 1994.
19. Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. – Ποιοτική Μελέτη :2005
20. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2005), “Γλωσσάρι”, http://www.csrhellas.gr/CSR_gr/glossarigr.htm, (01/08/05).
21. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2005), Πράσινη Βίβλος “Πράσινο Βιβλίο. Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
22. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, P. Kotler, Economia Publishing 2009
23. Θανόπουλος, Γ., (2003), *Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος “INTERBOOKS
24. Κονταξή Μυρτώ 2004, ΕΚΕ & Περιβάλλον, PriceWaterhouseCoopers.
25. Κουλουγλιώτης Διον. Νικόλαος., «Επιχείρηση και Κοινωνία, ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης», Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα 1992.
26. Λεφοπούλου Αλεξάνδρα ‘Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και κοινωνική υπευθυνότητα’ , MARKETING WEEK 10/11/2003
27. Λεφοπούλου Αλεξάνδρα, 2003, “Επαναπροσδιορισμός της ΕΚΕ”, περιοδ.”Marketing Week”, 09-03.
28. Λεφοπούλου, Α., (2003), “Ζητούνται υπάλληλοι με προσωπική ζωή και παιδιά”, http://www.infojob.gr/html/search_job_article2.asp#top, (01/09/05).
29. Ξηροτύρη-Κουφίδου Στέλλα, «Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων- Η πρόκληση του 21ου αιώνα στο εργασιακό περιβάλλον.» , Εκδόσεις Ανίκουλα, Θεσσαλονίκη 1997
30. Πράσινο Βιβλίο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Ευρωπαϊκή Επιτροπή
31. Ρερρές, Κ., (2003), *Ανάπτυξη και εφαρμογή ενιαίου διαχειριστικού συστήματος ποιότητας και περιβάλλοντος σύμφωνα με τα πρότυπα ISO 9001: 2000 και ISO 14001: 1996*, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Μ.Π.Δ. , Πολυτεχνείο Κρήτης.

32. Χατζησοφοκλέους Μ(2004) Υποστήριξη Επιχειρησιακής Διεύθυνσης, Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ΑΤΗΚ) <http://www.cyta.com.cy/pr/newsletter>