



**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΟΤΩΝ
ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ**

της

Τσιατά Ηλιάνας

Επιβλέπων καθηγητής: Κοτζαϊβάζογλου Ιορδάνης

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος
στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Μάρτιος 2021

Αφιερωμένη στη γιαγιά μου Μάρθα.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω, όλους όσους με βοήθησαν και μου συμπαραστάθηκαν σε αυτήν την προσπάθεια για την λήψη του μεταπτυχιακού μου τίτλου. Κυρίως το σύζυγό μου, Γιώργο, για την υπομονή που έδειξε κατά τη διάρκεια των σπουδών μου. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στον Επιβλέποντα Καθηγητή Δρ. Ιορδάνη Κοτζαϊβάζογλου για την υπομονή και διάθεση που επέδειξε το διάστημα της συνεργασίας μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) έκανε την εμφάνισή της τα τελευταία χρόνια και αναπτύχθηκε σε κύριο όσο και σημαντικό θέμα συζήτησης στα επιχειρηματικά ζητήματα και ταυτόχρονα δε, είναι ένα καινούργιο επιστημονικό πεδίο ακαδημαϊκής έρευνας στα πλέον έγκριτα πανεπιστημιακά ιδρύματα της υφηλίου. Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να καταγράψει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και εφαρμόζουν οι εταιρίες που ανήκουν στον κλάδο τροφίμων και ποτών στη Βόρεια Ελλάδα την ΕΚΕ. Για το λόγο αυτό, πραγματοποιήθηκε έρευνα με ημι-δομημένη συνέντευξη σε υψηλόβαθμα στελέχη 17 διαφορετικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των τροφίμων και των ποτών. Η έρευνα έδειξε ότι επιχειρηματίες ή τα υψηλόβαθμα στελέχη των επιχειρήσεων γνωρίζουν την ΕΚΕ, υλοποιούν σημαντικές, πολλές και διαφορετικές δράσεις ΕΚΕ, προσφέρουν μεν αλλά και αποκομίζουν οφέλη. Οποσδήποτε αντιμετωπίζουν μερικές δυσκολίες στην υλοποίηση αυτών των δράσεων παρότι αυτές υλοποιούνται εδώ και αρκετά χρόνια. Οι συνεχείς και μερικές φορές δραματικές αλλαγές που συμβαίνουν στην παγκόσμια οικονομική και επιχειρηματική σκηνή, αναγκάζουν τους οικονομικούς οργανισμούς σε εντελώς νέα πρότυπα στρατηγικής και επιχειρηματικής δράσης, και τα οποία ενσωματώνουν πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) χωρίς να εξαιρείται πλέον κανένας κλάδος οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

Λέξεις κλειδιά: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών Βορείου Ελλάδος, ημι-δομημένη συνέντευξη

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) has emerged in recent years and has become a major and important topic of discussion in business matters and at the same time it is a new scientific field of academic research in the most prestigious universities in the world. The purpose of this dissertation is to record the way in which companies belonging to the food and beverage sector in Northern Greece perceive and apply CSR. For this reason, a semi-structured interview was conducted with high-ranking executives of 17 different companies active in the food and beverage sector. Research has shown that entrepreneurs or high-ranking business executives are familiar with CSR, implement important, many and varied CSR actions, but also offer and reap benefits. The constant and sometimes dramatic changes that are taking place in the global economic and business scene, are forcing financial institutions to follow completely new models of strategy and business action and which incorporate.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Food and Beverage Businesses of Northern Greece, semi-structured interview

Περιεχόμενα

Σελίδα

Εισαγωγή	6
----------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ (ΕΚΕ)

1.1	Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	10
1.2	Τα ενδιαφερόμενα μέρη για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων	11
1.3	Στρατηγική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	12
1.4	Ιστορική αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	15
1.5	ΕΚΕ και Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ)	16
1.5.1	Λόγοι προώθησης της ΕΚΕ από την Ε.Ε.	17
1.5.2	Επιχειρήσεις και κοινωνία	18
1.5.3	Η Πράσινη Βίβλος και ωφελούμενοι από την ΕΚΕ των επιχειρήσεων	20
1.5.4	Διαχειριστικές πρακτικές και ΕΚΕ	22
1.6	Η χρησιμότητα της ΕΚΕ	23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

2.1	Οι δραστηριότητες μιας εταιρίας και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	26
2.2	Η πυραμίδα της ΕΚΕ.	29
2.3	Η τριμερής διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ).	31
2.3.1	Κοινωνική διάσταση	31
2.3.2	Περιβαλλοντική Διάσταση	32
2.3.3	Οικονομική Διάσταση	33
2.4	Φορείς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	34

2.5	Ο Δείκτης Εταιρικής Υπευθυνότητας	35
2.6	Τα οφέλη συμμετοχής μιας επιχείρησης στο Δείκτη	36
2.7	Δημοσιοποίηση των δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	37
2.8	Η κριτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.	38
2.9	Διεθνής βιβλιογραφική επισκόπηση	39

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1	Σκοπός και στόχοι της έρευνας	45
3.2	Η μεθοδολογία της έρευνας	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΣΥΝΤΟΜΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΕ

ΤΟ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

4.1	Εισαγωγή	47
4.2	1 ^ο μέρος έρευνας	47
4.3.	2 ^ο μέρος έρευνας	62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	78
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	83
	Παράρτημα Ι- ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ	83
	Παράρτημα ΙΙ- Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα μέσω συνεντεύξεων	85

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια, οι σπουδαιότερες αλλά και οι κυρίαρχες εταιρίες παγκοσμίως, έχουν αναθεωρήσει και αλλάξει τις αντιλήψεις τους για τον κοινωνικό ρόλο που έχουν και πρέπει να επιτελούν. Οι παραδοσιακές αντιλήψεις τους για τον κοινωνικό τους ρόλο περιόριζαν τις εταιρίες μόνο σε κάποιες λίγες πρακτικές και ενέργειες. Η ανάπτυξη της φήμης της ΕΚΕ και η δημοτικότητα που απέκτησε στο επιχειρηματικό περιβάλλον, βοήθησε μια μεγάλη παγκόσμια δημόσια συζήτηση αναφορικά με τον ρόλο που διαδραματίζουν οι επιχειρήσεις μέσα στην κοινωνία διαχρονικά και αυτό γιατί πολλές φορές ασκήθηκαν κριτικές ότι οι επιχειρήσεις ενεργούσαν μόνο για το στενό συμφέρον τους παραβλέποντας το συνολικότερο όφελος της κοινωνίας (Haski - Leventhal, 2018).

Οι επιχειρήσεις ανά τον κόσμο τα τελευταία χρόνια, άρχισαν να αναπτύσσουν μια άλλη στρατηγική προσέγγιση της κοινωνικής προσφοράς τους. Στην σημερινή εποχή, οι επιχειρηματικές αποφάσεις και πρακτικές των επιχειρήσεων, διαδραματίζουν ένα σπουδαίο ρόλο σε ζητήματα που απασχολούν τους πολίτες και τις κοινωνίες, όπως είναι τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά. Έτσι, οι διάφορες εταιρίες ασχέτως την μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, τα τελευταία χρόνια υιοθετούν περισσότερες ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, με σκοπό να ενισχύσουν την παρουσία τους στην κοινωνία αλλά και την φήμη τους με όλα τα θετικά αποτελέσματα. Οι επιχειρήσεις, παγκοσμίως και πάντα, έχουν σκοπό τους τη δημιουργία κερδών αλλά όμως παράλληλα μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυση πολλών προβλημάτων της κοινωνίας ή του πλανήτη, όπως είναι περιβαλλοντικά ή κοινωνικά και αυτό μπορεί να συμβεί εάν οι επιχειρήσεις ενσωματώσουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σαν μία στρατηγική επένδυση στην συνολική τους επιχειρηματική στρατηγική αλλά και στις καθημερινές πρακτικές τους. (Πράσινη Βίβλος, 2001).

Αρκετά χρόνια πριν, η πρακτική των περισσότερων εταιριών ήταν να προσφέρουν χρηματικά ποσά σε διάφορα φιλανθρωπικά ιδρύματα, οργανισμούς ώστε να έχουν τη μεγαλύτερη δημοσιοποίηση των φιλανθρωπικών τους ενεργειών. Από το 1990 και μετά, οι διάφοροι οικονομικοί οργανισμοί και εταιρίες παγκοσμίως, αρχίζουν σιγά-σιγά να υιοθετούν ένα καινούργιο μοντέλο εταιρικής προσφοράς. Δεν υπάρχει ανάγκη να εκπληρώσουν μία κοινωνική υποχρέωση, μόνο και μόνο για να φανούν

καλοί, αλλά προτιμούν και σχεδιάζουν στρατηγικές κοινωνικής δράσης που ταυτόχρονα στηρίζουν και τις επιχειρηματικές τους λειτουργίες.

Η υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων, κοινωνικών και περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων αλλά και ο τρόπος και πρακτικές που ενσωματώνουν την στρατηγική στην καθημερινή τους λειτουργία και πρακτική, της ανησυχίας τους για να υπάρξει μια βιώσιμη ανάπτυξη, αποτελούν πλέον έναν ουσιώδη παράγοντα της ανταγωνιστικότητάς τους σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο (Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, 2006).

Με αυτή την νέα αντιμετώπιση της εταιρικής ευθύνης τους, οι επιχειρήσεις έχουν στόχο, εκτός της κοινωνικής τους υποχρέωσης, και σε μελλοντικά επιχειρηματικά οφέλη, όπως είναι η μελλοντική μεγέθυνση της απόδοσης της επιχειρηματικής τους δράσης μέσα από ενέργειες και πρακτικές που ικανοποιούν τους πολίτες και τις διάφορες ομάδες κοινού.

Οι μεγάλες κατά πλειοψηφία επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, τα τελευταία χρόνια, άρχισαν να καταλαβαίνουν πως δεν μπορούν να σχεδιάζουν στρατηγικές για οικονομική επιτυχία, μόνο με οικονομικά μεγέθη και δείκτες, αλλά πρέπει να προχωρήσουν και σε κοινωνικές δράσεις και αυτό γιατί έχουν μεταβληθεί και οι προσδοκίες των πολιτών για το ρόλο των οικονομικών οργανισμών. Οι πολίτες αλλά ιδίως οι καταναλωτές, τα πρόσφατα χρόνια, διαδραματίζουν πλέον σημαντικό ρόλο απαιτώντας από τις εταιρίες καθαρές σχέσεις οι οποίες θα στηρίζονται στην ηθική, στον αξιόπιστο διάλογο μεταξύ των πολιτών και των επιχειρήσεων. Σήμερα, οι πολίτες και οι κοινωνίες κρίνουν τις επιχειρήσεις, όχι μόνο με τα επιχειρηματικά αποτελέσματα ή την προσφερόμενη ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με άλλα κριτήρια, όπως είναι τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά. Σήμερα αλλά και στα επόμενα χρόνια, για την μακροχρόνια οικονομική βιωσιμότητα μιας επιχείρησης αλλά παράλληλα και της κοινωνικής ευημερίας πρέπει να υπάρξει μία καινούργια φιλοσοφία και προσέγγιση αλλά και πλήρης επιχειρηματική στρατηγική.

Στην εργασία αυτή, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται μερικοί από τους ορισμούς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που έχουν γραφεί από διάφορους συγγραφείς. Επίσης, παρουσιάζονται αυτοί που δίνουν σημασία και ενδιαφέρονται για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων. Καταγράφεται επίσης και δίνεται έμφαση στην ιστορία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Για τις επιχειρήσεις, Ελλάδας αλλά και Ευρώπης, σπουδαίο ρόλο διαδραμάτισε το Πράσινο Βιβλίο

(2001) της Ε.Ε. (Ευρωπαϊκής Επιτροπής).

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας αναφέρονται οι τομείς δραστηριότητας μιας εταιρίας σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, όπως είναι ο κοινωνικός διάλογος, η υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων, το περιβάλλον εργασίας, τα ανθρώπινα δικαιώματα, η αγορά, κ.ά. Επίσης, αναφέρονται αλλά και αναλύονται οι διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης οι οποίες ταξινομούνται σε τέσσερις (4) διαφορετικούς τομείς. Για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εδώ και λίγα χρόνια ιδρύθηκαν διάφοροι φορείς οι οποίοι αναφέρονται, όπως επίσης παρουσιάζονται οι διάφοροι δείκτες εταιρικής υπευθυνότητας που χρησιμοποιούνται. Από τους πολλούς τρόπους και πρακτικές δημοσιοποίησης των ενεργειών και πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αναφέρονται οι κυριότεροι στο δεύτερο κεφάλαιο. Επίσης, στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση μιας βιβλιογραφικής ανασκόπησης για την ΕΚΕ.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στην μεθοδολογία του πρακτικού μέρους της εργασίας και της κύριας έρευνας που διενεργήθηκε για να ολοκληρωθεί αυτή η εργασία.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται: α) α) μία ηλεκτρονική έρευνα για τις δράσεις και προγράμματα ΕΚΕ δεκατεσσάρων επιχειρήσεων, διαφόρων κλάδων της Ελλάδος και β) την κυρίως έρευνα η οποία βασίστηκε σε συνεντεύξεις δεκαεπτά εκπροσώπων επιχειρήσεων τροφίμων (επιχειρηματιών ή στελεχών τους) και ποτών της Βορείου Ελλάδος.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της εργασίας, του θεωρητικού αλλά και του πρακτικού μέρους.

Στο τέλος της εργασίας βρίσκονται οι πηγές της βιβλιογραφίας που χρησιμοποιήθηκε. Η εργασία ολοκληρώνεται με δύο παραρτήματα, το πρώτο περιλαμβάνει τις ερωτήσεις των συνεντεύξεων και το δεύτερο τις επιχειρήσεις όπου οι ιδιοκτήτες ή τα στελέχη τους έδωσαν τις συνεντεύξεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ (ΕΚΕ)

1.1. Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εξελίχθηκε πολύ γρήγορα τα τελευταία χρόνια σαν έννοια αλλά και πρακτική των επιχειρήσεων τόσο σε διεθνές όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο (Ανδρουτσόπουλος, 2011).

Η ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως, σχετίζεται στενά με τις εξελίξεις που υπάρχουν στους τομείς της τεχνολογίας, της πληροφορικής και τεχνολογιών επικοινωνίας αλλά και με άνοιγμα των αγορών, αναγκάζοντας έτσι τις διεθνείς κατ' αρχάς εταιρίες και ομίλους, να προσπαθούν διαρκώς να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και να αναλαμβάνουν περισσότερες ευθύνες.

Η εξέλιξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης βασίζεται σε δυο διαφορετικές βασικές αρχές. Στην αρχή της αγαθοεργίας των επιχειρήσεων και στην αρχή της εταιρικής διακυβέρνησης. Με την αρχή της αγαθοεργίας οι πολίτες με σημαντική περιουσία, αλλά και οι επιχειρήσεις προσφέρουν εθελοντική βοήθεια σε πολίτες με διάφορα προβλήματα. Αναπηρία, ασθένεια, ανεργία, καθώς και σε ηλικιωμένους και έτσι βελτιώνεται η κοινωνική τους εικόνα.

Με την αρχή της διακυβέρνησης οι επιχειρήσεις και οι ιδιώτες αποφασίζουν να ενεργούν βάσει του συμφέροντος όλων των μελών της κοινωνίας και να ενεργούν και να πράττουν για το κοινό καλό όλων (Frieman & Liedtka, 1991).

Για τους υποστηρικτές της ΕΚΕ, υπάρχουν τυπικά οφέλη που προκύπτουν για μία επιχείρηση που υιοθετεί την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και είναι η μεγαλύτερη πίστη των πελατών της επιχείρησης, η υποστήριξη των τοπικών κοινωνιών, η ευκαιρία αλλά και δυνατότητα της επιχείρησης για πρόσληψη ικανότερων στελεχών, η καλύτερη ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και η αποφυγή ενδεχόμενων κινδύνων στη φήμη της επιχείρησης που είναι πιθανόν να υπάρξουν μελλοντικά για περιβαλλοντικά ή άλλα περιστατικά (Dess et al, 2019).

Από την βιβλιογραφία, καταγράφονται πολλοί ορισμοί που έχουν δοθεί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από πολλούς συγγραφείς ανά εποχή και σε διάφορες

χώρες. Σε όλους τους ορισμούς, κοινό σημείο είναι η έννοια των ενεργειών και πρακτικών που καταγράφονται, σχεδιάζονται και τέλος υλοποιούνται από μία εταιρία ή οντότητα για την κοινωνική πρόοδο τόσο σε ζητήματα και τομείς της διαβίωσης των πολιτών μιας κοινωνίας όσο και σε ποικίλα περιβαλλοντικά θέματα (Ασπρίδης, 2015).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σήμερα δεν είναι μόνο υπόθεση των ηθικών και κοινωνικών αξιών που διέπουν μια εταιρία αλλά είναι πλέον μία πρακτική της σύγχρονης Εταιρικής Διακυβέρνησης. Οι εταιρίες που ενστερνίζονται πρακτικές προστασίας του περιβάλλοντος στις διαδικασίες παραγωγής τους βλέπουν ένα συνολικό όφελος. Επιχειρήσεις οι οποίες ανακυκλώνουν, μειώνουν τα απόβλητα και την κατανάλωση ενέργειας καθίστανται πιο κερδοφόρες (Ανδρουτσόπουλος, 2011).

Σήμερα, η σύγχρονη επιχείρηση πρέπει να είναι ευαισθητοποιημένη για το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται επιχειρηματικά, και να προσαρμόζει τις πρακτικές δράσης της ανάλογα με τις γενικά παραδεκτές αρχές της τοπικής κοινωνίας που δραστηριοποιείται (Θανόπουλος 2003).

Η ΕΚΕ, θεωρείται ως η υποχρέωση της επιχείρησης προς τις διάφορες κοινωνικές και άλλες ομάδες, δηλαδή τις ομάδες και τα άτομα που μπορούν να επηρεάσουν ή να επηρεαστούν από τις πρακτικές δράσης της επιχείρησης. Κύριος στόχος αυτών των δράσεων είναι η μακροχρόνια ευνοϊκή επίδραση της επιχείρησης στην κοινωνία που δραστηριοποιείται (Bloom & Gundlach, 2001).

Ο Kotler περιγράφει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως, «δέσμευση του επιχειρηματικού κόσμου να συμβάλλει στην αιεφόρο οικονομική ανάπτυξη, σε συνεργασία με τους εργαζόμενους, τις οικογένειές τους, την τοπική και την ευρύτερη κοινωνία, για να βελτιώσει την ποιότητα ζωής τους» (Kotler, 2009). Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη πρέπει να λειτουργεί με τέτοιο τρόπο ώστε να διαφυλάττει και να προωθεί εξίσου την ευημερία της κοινωνίας αλλά και το ενδιαφέρον της επιχείρησης. Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, την περιγράφει σαν «*την οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές, κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους*», (www.csrhellas.net).

Στην Πράσινη Βίβλο (COM,2001), η Ευρωπαϊκή Ένωση, περιγράφει την ΕΚΕ ως, «*την έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις αποφασίζουν οικειοθελώς την*

ενασχόληση και την ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ανησυχιών στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Σήμερα, πολλές εταιρίες της Ευρώπης, θεωρούν την κοινωνική τους ευθύνη σαν τμήμα της ταυτότητας τους, που ανταποκρίνεται στις σχέσεις τους με τους εργαζόμενους και με άλλους παράγοντες που έχουν σχέση με την επιχείρηση ή συμβάλλουν στην επιτυχία της επιχείρησης.
[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf)

Το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development – WBCSD, 1998) ορίζει τη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως την : *«Δέσμευση του επιχειρηματικού κόσμου να συμβάλει στην αειφόρο οικονομική ανάπτυξη, σε συνεργασία με τους εργαζομένους, τις οικογένειές του, την τοπική και την ευρύτερη κοινωνία, για να βελτιώσει την ποιότητα ζωής».*

Εκτός από τις ποικίλες προσεγγίσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αναφέρονται από όλους τρία κοινά σημεία: ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ, η παράλληλη σύνδεσή της με την βιώσιμη ανάπτυξη της κοινωνίας και επίσης ότι η ΕΚΕ είναι προαιρετική επιλογή της εταιρίας ως μία επιχειρηματική στρατηγική (Dess et al, 2019).

1.2 Τα ενδιαφερόμενα μέρη για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων

Υπάρχουν αρκετοί οι οποίοι δείχνουν ενδιαφέρον για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων. Οι ενδιαφερόμενοι αυτοί μπορεί να είναι είτε , είτε ομάδες πολιτών αλλά και οργανισμοί ή εταιρείες που επηρεάζουν ή επηρεάζονται από τις πρακτικές και δράσεις των επιχειρήσεων (Βαξεβανίδου, 2011). Όλοι αυτοί οι ενδιαφερόμενοι, πολίτες, οργανισμοί και εταιρίες συνθέτουν το άμεσο ή έμμεσο περιβάλλον της επιχείρησης, ή το εξωτερικό και εσωτερικό και όλοι αυτοί οι οποίοι μπορεί να είναι οι μέτοχοι της επιχείρησης, οι εργαζόμενοι, οι πελάτες και καταναλωτές, οι επενδυτές, οι διεθνείς οργανισμοί, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, ο δημόσιος και κρατικός τομέας, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις, κ.ά. (Thomas, 2000).

Οποσδήποτε, αυτοί που συνθέτουν το εσωτερικό η εξωτερικό περιβάλλον μιας εταιρίας ή οργανισμού, έχουν ο καθένας τους διαφορετικές επιδιώξεις και προσδοκίες.

Η κάθε εταιρία υλοποιεί ποικίλες πολιτικές και συνεπώς επηρεάζονται από τους ενδιαφερόμενους και τις επιδιώξεις τους που πρέπει η εταιρία ή ο οργανισμός να ικανοποιήσει (Ανούσου, 2017).

Το αποτέλεσμα είναι ότι με μία σταθερή και αποτελεσματική διαχείριση των σχέσεων της εταιρίας ή οργανισμού με τις διάφορες αυτές ομάδες, η διοικητική ομάδα της εταιρίας υλοποιεί ποικίλες δράσεις και τακτικές που εξαρτώνται όμως από τη δύναμη εκάστης ομάδας (Delmas & Montes – Sancho, 2010).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά αυτούς που επηρεάζονται λιγότερο ή περισσότερο από την λειτουργία μιας επιχείρησης και είναι (<http://www.opengov.gr/ypoian/?p=5185>) :

- Οι εργαζόμενοι
- Οι μέτοχοι
- Οι πελάτες και καταναλωτές
- Οι ανταγωνιστές
- Οι προμηθευτές
- Το περιβάλλον
- Οι πολίτες και η κοινωνία.

1.3 Στρατηγική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Στρατηγική ΕΚΕ ορίζεται, «η ενσωμάτωση μιας ολιστικής προοπτικής ΕΚΕ στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού και των κύριων λειτουργιών μιας επιχείρησης με τέτοιο τρόπο ώστε η επιχείρηση να διοικείται προς το συμφέρον ενός ευρέος συνόλου ενδιαφερομένων μερών για την επίτευξη της μέγιστης οικονομικής και κοινωνικής αξίας σε μεσοπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη βάση» (Haski – Leventhal, 2018).

Ο ορισμός της στρατηγικής ΕΚΕ διαθέτει έξι κύρια και βασικά σημεία (Haski – Leventhal, 2018).

- *A) Η ολιστική προοπτική.* Επειδή τα τελευταία χρόνια η ΕΚΕ έγινε πιο δημοφιλής στους επιχειρηματικούς κύκλους, έγινε δεκτό από αυτούς ότι έπρεπε να οριστεί στην επιχείρηση υπεύθυνος ΕΚΕ ή να δημιουργηθεί ένα τμήμα ΕΚΕ. Όμως, μια ολιστική προοπτική της ΕΚΕ περιλαμβάνει πολλά

περισσότερα από τον απλό διορισμό υπευθύνου ή την δημιουργία ενός τμήματος . Η ολιστική προοπτική ενσωματώνει την ΕΚΕ σε όλες τις πτυχές της επιχείρησης. Κάθε απόφαση των διοικητικών οργάνων και ανώτατων στελεχών πρέπει να προϋποθέτει μία υπεύθυνη και ηθική αιτιολόγηση. Πρέπει βάσει της ολιστικής προσέγγισης, όλα τα άτομα μέσα στην επιχείρηση, από τον κατώτατο υπάλληλο έως το ανώτατο στέλεχος να βιώνουν τις αρχές της ΕΚΕ και να πράττουν βάσει αυτών των αρχών.

- *Β) Στρατηγικός σχεδιασμός.* Όλες οι επιχειρήσεις έχουν μια αποστολή και έχουν θέσει κάποιους στόχους. Οι επιχειρήσεις καθορίζουν την αποστολή ή τους στόχους τους με βάση τα παραγόμενα ή εμπορευόμενα προϊόντα τους ή τις υπηρεσίες που διαθέτουν και πολλές από αυτές το κάνουν με πολλούς τρόπους για να εκφράσουν σε όλους τον σκοπό τους. Κατόπιν, οι επιχειρήσεις αυτές, σχεδιάζουν και αναπτύσσουν μία ολοκληρωμένη στρατηγική για τους τρόπους και μεθόδους που θα επιτύχουν τους στόχους αυτής της αποστολής, με βασικό μέσο τις διάφορες τακτικές που απαιτούνται και θα εφαρμόσουν μέχρι να φθάσουν στον τελικό στόχο. Αυτή η σειρά και διαδικασία προσφέρει στη επιχείρηση την ευκαιρία να κοινοποιήσει σε όλους τους ενδιαφερομένους ποια είναι, τί αντιπροσωπεύει, τί κάνει και για ποιο λόγο το κάνει. Συνεπώς, η στρατηγική ΕΚΕ σχετίζεται με την σύνδεση της ΕΚΕ με την αποστολή και την στρατηγική της επιχείρησης.

Έτσι, η όποια επιχείρηση, αντί να επικεντρώνεται σε μερικές φιλανθρωπικές πράξεις, κάνει χρήση του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος και της στρατηγικής της ώστε να προσδιορίσει την συμμετοχή της μέσα στην κοινωνία και τα κοινωνικά δρώμενα. Εάν, η επιχείρηση αυτή, π.χ. είναι του κλάδου τροφίμων και ποτών, έχει νόημα ότι η ΕΚΕ και η δημοσιότητά της, θα αφορούν και θα στοχεύουν στη ασφάλεια των προϊόντων.

- *Γ) Κύριες λειτουργίες.* Κύριες είναι και θεωρούνται οι λειτουργίες που εκτελεί μία επιχείρηση καθημερινά ώστε να δράσει βάσει της στρατηγικής της. Οι κύριες λειτουργίες της αποφέρουν το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων της και βρίσκονται στο επίκεντρο της στρατηγικής της κάθε επιχείρησης. Η στρατηγική ΕΚΕ δείχνει ότι οι επιχειρήσεις συμπεριφέρονται και λειτουργούν υπεύθυνα και ηθικά σε όλες τις λειτουργίες τους. Για να μπορέσουν οι εταιρίες να γίνουν πιο στρατηγικές, σχετικά με την ΕΚΕ, πρέπει να εξεταστεί λεπτομερώς και να

καθαριστεί συνολικά η εφοδιαστική αλυσίδα ώστε η εταιρία να λειτουργεί υπεύθυνα και με βιώσιμο τρόπο.

- *Δ) Ευρύ σύνολο ενδιαφερομένων μερών.* Ως ενδιαφερόμενα μέρη, εννοούνται άτομα ή εταιρίες ή γενικά οργανισμοί οι οποίοι επηρεάζονται από την επιτυχία της αποστολής της επιχείρησης. Συνεπώς, μία ευρεία οπτική της επιχειρηματικής ευθύνης, δείχνει και σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις λειτουργούν επωφελώς για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και όχι μόνο για τους μετόχους και επενδυτές τους. Για να θεωρηθεί ότι μία επιχείρηση έχει στρατηγική ΕΚΕ πρέπει να λαμβάνει υπόψη όλες τις ομάδες των ενδιαφερομένων μερών, και να προβεί σε συνεργασίες μαζί τους για να εξασφαλίσει ότι όλοι θα είναι ωφελημένοι από τις ενέργειες και δράσεις ΕΚΕ της επιχείρησης.
- *Ε) Μέγιστη οικονομική και κοινωνική αξία.* Η αλλαγή μιας επιχειρηματικής φιλοσοφίας και η μετάβαση αυτής από την στενή οπτική της επιχειρηματικής ευθύνης, δείχνει ότι οι επιχειρήσεις δεν μεγιστοποιούν μόνο την οικονομική αξία. Τα τελευταία χρόνια, πολλές επιχειρήσεις απομακρύνονται από την «μεγιστοποίηση κέρδους» και προσανατολίζονται προς την «δημιουργία κέρδους». Η στρατηγική ΕΚΕ σχετίζεται και αφορά την μεγιστοποίηση της κοινωνικής αξίας μιας επιχείρησης. Ταυτόχρονα, με τη παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών εκ μέρους των επιχειρήσεων, είναι δυνατή και η παραγωγή κοινωνικής αξίας.
- *ΣΤ) Μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.* Η στρατηγική ΕΚΕ, θεωρείται σαν μία αλλαγή στην φιλοσοφία και η μετάβαση της επιχείρησης από την πολύ βραχυχρόνια πρακτική των τρίμηνων επιδόσεων ή των επιδόσεων των σύντομων χρονικών διαστημάτων στα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα και στον αντίστοιχο αντίκτυπο. Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις, εάν θελήσουν, να αναλάβουν μια ευθύνη πραγματική στα μεγάλα ζητήματα που απασχολούν όλο τον πλανήτη, χρειάζεται εκ μέρους τους η υιοθέτηση μιας μακροπρόθεσμης προσέγγισης. Υπάρχουν ζητήματα άμεσα προς επίλυση στην κοινωνία και στον πλανήτη, όπως είναι η κλιματική αλλαγή, η απασχόληση, η υγιεινή και η επισιτιστική ασφάλεια τα οποία δεν μπορούν να λυθούν με τριμηνιαίες εκθέσεις αλλά με μακροπρόθεσμες λύσεις (Cunningham, 2015).

1.4 Ιστορική αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Περίπου στα μέσα του 18ου αιώνα οι επιχειρήσεις της εποχής άρχισαν να δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στους εργαζομένους τους και συγκεκριμένα ενδιαφέρθηκαν για το πώς οι εργαζόμενοι θα γίνουν πιο αποδοτικοί. Η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα θεωρείται η έναρξη της ανάληψης διαφόρων κοινωνικών πρωτοβουλιών εκ μέρους των εργοδοτών, εκφράζοντας έτσι την κοινωνική τους υπευθυνότητα και προσφέροντας είτε κατοικία στους υπαλλήλους είτε φροντίζοντας αυτούς και τις οικογένειες τους. Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, η γρήγορη μεγέθυνση των πολυεθνικών επιχειρήσεων και η αυξανόμενη επιρροή τους στην παγκόσμια οικονομία έφερε στην επιφάνεια το ζήτημα των σχέσεων μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας. Μέχρι και το 1970, ενώ υπήρξαν αρκετές νομοθετικές ρυθμίσεις, οι επιχειρήσεις τις παράβλεπαν και ακολουθούσαν πολιτικές και δράσεις χωρίς να συμπεριλαμβάνουν τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (<https://csrindex.gr/>).

Η έννοια «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» είναι μια νέα έννοια στην επιχειρηματική λειτουργία αλλά και στην κοινωνία γενικά αφού άρχισε να χρησιμοποιείται αρκετά και από πολλούς στη δεκαετία του '60 αλλά έχει αλλάξει σημαντικά το νόημά της με την πάροδο του χρόνου. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη προέκυψε σαν ένα πρωτεύον ζήτημα για τις εταιρείες και οργανισμούς στις αρχές του 1990, λόγω αρκετών σκανδάλων που σχετίζονταν με την πρακτική πολλών πολυεθνικών εταιριών και μία σειρά πολλών και ποικίλων δυσφημιστικών εκστρατειών που ξεκίνησαν και υλοποιήθηκαν από διάφορες οικολογικές οργανώσεις σε όλο τον κόσμο εναντίον των δράσεων των πολυεθνικών επιχειρήσεων. Γεγονότα που απασχόλησαν την παγκόσμια κοινή γνώμη ήταν η περίπτωση του ναυαγίου της Exxon Valdez που επέφερε μεγάλη καταστροφή στο περιβάλλον της Αλάσκας, η εργασία ανηλίκων στην Ασία και μάλιστα για την πολύ γνωστή εταιρία Nike, τα προβλήματα των πελατών της Perrier κ.ά. (Haski - Leventhal 2018).

Μετά το 1990, αναγνωρίστηκε από όλους πόσο σημαντική είναι η υλοποίηση ενεργειών και δράσεων της ΕΚΕ για την επιχειρηματική πρακτική λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών που διαμορφώνονται πλέον σε όλο τον κόσμο (Βαξεβανίδου, 2011). Η διαρκής και αυξανόμενη υλοποίηση της παγκοσμιοποίησης των αγορών, οδηγεί τις εταιρίες και οικονομικούς οργανισμούς σε μεγάλη αλληλεξάρτηση μεταξύ

τους και σε πρακτικές που προκαθορίζονται και εποπτεύονται από διεθνείς συμβάσεις, παράδειγμα η Διεθνής Συνθήκη Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του ΟΗΕ (1977). Στην σημερινή εποχή, λόγω των συνθηκών που αλλάζουν και διαμορφώνονται καθημερινά σε όλο τον κόσμο, πρέπει μία επιχείρηση που ενδιαφέρεται για τη βιωσιμότητά της, να επιχειρεί και να πράττει πάνω σε τρεις βασικούς άξονες σχετικά με τον στρατηγικό προγραμματισμό της, οι οποίοι είναι : α) η οικολογική ισορροπία, β) η οικονομική ανάπτυξη, και γ) η κοινωνική πρόοδος (www.csrhellas.net).

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, υπάρχει σημαντική βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου όλων των πολιτών και άρα των καταναλωτών καθώς και πολύ γρήγορη εξέλιξη και αύξηση της χρήσης των βελτιωμένων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (Ανούσου, 2017). Επίσης, οι καταναλωτές στρέφονται σε προϊόντα φιλικότερα στο περιβάλλον. Αυτά όλα πρέπει να τα υπολογίζει σοβαρά μία επιχείρηση και πρέπει να πράττει αναλόγως ώστε η εταιρική φήμη να είναι κύρια προτεραιότητα στην επιχειρηματική της πρακτική (Κουλουγλιώτης, 1992).

Επίσης, πρέπει να τονιστεί ότι εάν μία επιχείρηση λαμβάνει προληπτικά μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος, ακολουθεί αυτή η επιχείρηση μία κοινωνική πολιτική που συνδράμει στην επίλυση πολλών και ποικίλων προβλημάτων, όπως είναι προβλήματα οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά και συνεπώς αυτό βοηθάει την επιχείρηση να ξεχωρίσει από τις άλλες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις (Delmas & Montes – Sancho, 2010). Παράλληλα, οι εταιρίες δίνουν μεγάλη προσοχή στην αποδοτικότητα της λειτουργίας τους και αυτό εξαρτάται επίσης από τις πολιτικές εκπαίδευσης και δράσεις που αυξάνουν την απόδοση του προσωπικού της επιχείρησης (Haski - Leventhal 2018).

1.5 ΕΚΕ και Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ)

Σύμφωνα με το Πράσινο Βιβλίο για την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, (2001), *«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι εκ μέρους των επιχειρήσεων, η ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβληματισμών στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη σε εθελουσία βάση»*,

Η κοινωνική ευθύνη είναι για μία επιχείρηση πολλά περισσότερα από την απλή την εκπλήρωση των νομικών απαιτήσεων και αυτό γιατί οι επιχειρήσεις , βάσει της ΕΚΕ,

επενδύουν περισσότερο στον ανθρώπινο παράγοντα, στο περιβάλλον και τις διαμορφούμενες σχέσεις με τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη. Η ΕΚΕ είναι ένα εθελοντικό εργαλείο για κάθε επιχείρηση αλλά που πρέπει να χρησιμοποιείται με σωστό και αποτελεσματικό τρόπο, ώστε να ενδυναμώνει την εμπιστοσύνη μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών.

Με την διεύρυνση της παγκοσμιοποίησης, την αυξανόμενη περιβαλλοντική και κοινωνική ευαισθητοποίηση, όπως επίσης και την αποτελεσματικότερη, παγκοσμίως, επικοινωνία λόγω της τεχνολογικής ανάπτυξης, δόθηκε διευρυμένη σημασία στην έννοια της ευθύνης των επιχειρήσεων εκτός της νομικής πτυχής. Οι επιχειρήσεις στην σημερινή εποχή πρέπει να δείχνουν και να τηρούν υπεύθυνη στάση στο τρίπτυχο «άνθρωπος, πλανήτης και κέρδος».

1.5.1 Λόγοι προώθησης της ΕΚΕ από την Ε.Ε.

Υπάρχουν σημαντικοί λόγοι για τους οποίους η Ε.Ε. προωθεί την ΕΚΕ και με αυτό προσδοκά σε σημαντικά οφέλη, όπως είναι μία πιο δίκαιη κοινωνία, ένα περιβάλλον καθαρό καθώς και άλλα τα οποία είναι στους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως παρουσιάζονται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων.

Από τις βασικές στρατηγικές της Ε.Ε. είναι και η βιώσιμη ανάπτυξη. Η βιώσιμη ανάπτυξη η οποία δεν αφορά μόνο τις χώρες, αλλά και τις εταιρίες και όλους τους οργανισμούς, και οπωσδήποτε για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν οι εταιρίες πρακτικές ΕΚΕ. Με την υλοποίηση αυτών των πρακτικών από τις εταιρίες είναι δυνατόν να έρθει η ανάπτυξη, η ζητούμενη κοινωνική συνοχή αλλά και η προστασία του περιβάλλοντος (Πράσινο Βιβλίο, 2001).

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στη σύνοδο της Λισαβόνας, στην Πορτογαλία, έθεσε στόχους συνδεδεμένους με την ΕΚΕ των εταιριών. Αυτοί οι στόχοι είναι, η βιώσιμη ανάπτυξη και η δια βίου μάθηση, οι ίσες ευκαιρίες σε όλους τους πολίτες, η κοινωνική ένταξη μειονεκτούντων ατόμων και αποκλεισμένων ομάδων, οργάνωση της εργασίας. Αυτοί οι στόχοι μπορούν να γίνουν πραγματικότητα και από τις εταιρίες και έτσι στις πολιτικές της η Ε.Ε. προωθεί την ΕΚΕ των εταιριών.

Από τους σημαντικότερους στόχους της Ε.Ε. είναι η ύπαρξη μιας Ευρώπης ανοικτής σε καινούργιες και πρωτοπόρες επιχειρηματικές ιδέες. Στην Ε.Ε. θεωρούν ότι ένας από

τους βασικούς και κύριους παράγοντες για την δημιουργία θετικού κλίματος για την μεγέθυνση της επιχειρηματικότητας είναι και η ΕΚΕ και συνεπώς η Ε.Ε. παροτρύνει τη ανάπτυξη της κοινωνικής ευθύνης.

Οι πολιτικές αυτές που προωθεί η Ε.Ε. είναι σε αρμονία με τους στόχους και τα πρότυπα της ΔΟΕ (Διεθνής Οργάνωση Εργασίας) οι οποίες είναι : η αρχή της μη διάκρισης και η εξάλειψη της παιδικής εργασίας, η ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι, η κατάργηση της καταναγκαστικής εργασίας. Προωθώντας η Ε.Ε. την ΕΚΕ ταυτόχρονα βοηθάει να σχεδιαστούν και να υλοποιηθούν ταχύτερα τα παραπάνω που είναι και πολιτικές της αλλά και στόχοι ΔΟΕ (Διεθνής Οργάνωση Εργασίας).

Στην σημερινή εποχή, από τις πρώτες προκλήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε κοινωνικά θέματα είναι η καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού, η μείωση της ανεργίας, η πρόσληψη ατόμων μεγάλης ηλικίας, η αύξηση του ποσοστού απασχόλησης, η καταπολέμηση της ανεργίας των γυναικών, η απασχόληση των μακροχρόνια ανέργων κ.α. Εάν παράλληλα, με τις στρατηγικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι εταιρίες εφαρμόσουν πρακτικές και δράσεις ΕΚΕ, πολλά από αυτά τα προβλήματα θα μειωθούν. Έτσι η Ευρωπαϊκή Ένωση, βάσει οδηγιών και προγραμμάτων, παροτρύνει τις εταιρίες να υλοποιούν πρακτικές και να αναλάβουν δράσεις ΕΚΕ.

Σήμερα, στο οικονομικό περιβάλλον υπάρχουν εξαιρετικά γεγονότα όπως είναι οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις αλλά και οι αναδιρθρώσεις επιχειρήσεων. Αυτά τα γεγονότα, θετικά μεν για πολλούς, προκαλούν διάφορα προβλήματα σε πολλούς εργαζόμενους μέσα στην Ε.Ε. Οι ανησυχίες των εργαζομένων από αυτές τις εξαγορές, τις συγχωνεύσεις αλλά και τις αναδιρθρώσεις των επιχειρήσεων υπάρχουν, και η Ε.Ε. παροτρύνει τις εταιρίες να βοηθήσουν και αυτές σε αυτά τα προβλήματα.

1.5.2 Επιχειρήσεις και κοινωνία

Στο Πράσινο Βιβλίο της Ε.Ε. για την ΕΚΕ, υπάρχουν αρκετοί τρόποι και πεδία που μπορούν οι εταιρίες να βοηθήσουν την κοινωνία. Μερικές από τις δράσεις που παρουσιάζονται στο Πράσινο Βιβλίο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για ΕΚΕ, είναι και οι παρακάτω

([http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf)) :

- Όταν οι εταιρίες επιχειρούν με καθαρές περιβαλλοντικές τεχνολογίες και

χρησιμοποιούν αξιόπιστα τους φυσικούς πόρους ,τότε αυτές βοηθούν ώστε στην κοινωνία να υπάρχουν λιγότερα προβλήματα του περιβάλλοντος.

- Εάν οι εταιρίες υιοθετήσουν πρακτικές και δράσεις ΕΚΕ μπορούν να συνδράμουν στην τοπική ανάπτυξη μέσω συμμετοχής σε τοπικές συμπράξεις απασχόλησης και έτσι θα μειωθεί και ο επώδυνος αντίκτυπος στις τοπικές κοινωνίες.
- Η παραγωγή αξιόπιστων και ασφαλών προϊόντων που πωλούνται στην αγορά, η υγιεινή και ασφάλεια της εργασίας, είναι σημαντικά ζητήματα, αλλά προϋποθέτει και την υιοθέτηση από τις εταιρίες σε διάφορα επιστημονικά και αξιόπιστα συστήματα πιστοποίησης για τα προϊόντα που παράγουν αλλά και τον εξοπλισμό που κατέχουν.
- Οι εταιρίες είναι σε θέση να μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυση αρκετών προβλημάτων της τοπικής κοινωνίας όπου επιχειρούν. Η συνδρομή και βοήθεια αυτή μπορεί να υπάρξει με δράσεις όπως, παροχή περισσότερων θέσεων επαγγελματικής κατάρτισης, με την αξιοποίηση και πρόσληψη κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων, με την υποστήριξη φιλανθρωπικών εκδηλώσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, με δωρεές και χορηγίες σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες, με την χρηματοδότηση διαφόρων τοπικών αθλητικών, πολιτιστικών και άλλων συναφών εκδηλώσεων,.
- Από τα σημαντικότερα προβλήματα του περιβάλλοντος είναι οι ρυπογόνες επιχειρηματικές δραστηριότητες που βρίσκονται σε μια περιοχή, όπως η μόλυνση των υδάτων, η διάθεση των αποβλήτων, η ρύπανση των εδαφών, οι εκπομπές αερίων, τα προβλήματα που συνδέονται με τις μεταφορές κ.λπ. Οι εταιρίες εάν υλοποιούν πρακτικές ΕΚΕ μπορούν να βοηθήσουν σε αυτά τα ζητήματα.
- Σήμερα στην απόλυτα ανταγωνιστική επιχειρηματική δραστηριότητα, όπου βασικό στοιχείο είναι η τεχνολογία και οι γνώσεις, οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να συνδράμουν στην δημιουργία μιας οικονομίας πιο ανταγωνιστικής αλλά επίσης και συνεκτικής με την υλοποίηση πρακτικών για την δια βίου μάθηση, την βιώσιμη ανάπτυξη, την οργάνωση της εργασίας, τις ίσες ευκαιρίες, την κοινωνική ένταξη κ.ά.
- Υπάρχουν διάφορες δράσεις και πολιτικές εκ μέρους των εταιριών που κάνουν καλύτερες τις εργασιακές σχέσεις όπως: η καλύτερη ενημέρωση σε όλη την

εταιρία, η δια βίου μάθηση των εργαζομένων, η καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας - οικογένειας και ελεύθερου χρόνου των υπαλλήλων, η μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού, η διανομή των κερδών, η ίση αμοιβή και οι προοπτικές για τις γυναίκες, Εάν οι εταιρίες υλοποιήσουν αυτές τις δράσεις και πρακτικές, που είναι και πρακτικές ΕΚΕ, συνδράμουν πάρα πολύ στην βελτίωση τόσο των εργασιακών σχέσεων μέσα στις επιχειρήσεις όσο και των κοινωνικών σχέσεων.

1.5.3 Η Πράσινη Βίβλος και ωφελούμενοι από την ΕΚΕ των επιχειρήσεων

Εξετάζοντας προσεκτικά την «Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ», μπορούμε να δούμε τους ωφελούμενους από την ΕΚΕ καθώς και τα οφέλη που έχουν ([http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf)).

- Μία κατηγορία ωφελούμενων από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι όλοι οι κάτοικοι του πλανήτη γιατί μία από τις κυριότερες πρακτικές ΕΚΕ επιδιώκει σε ένα πιο καθαρό περιβάλλον, με σωστή χρήση των φυσικών πόρων καθώς και με προοπτικές μιας αειφόρου ανάπτυξης.
- Στην συνέχεια, μία δεύτερη κατηγορία ωφελούμενων από την ΕΚΕ είναι οι τοπικές κοινωνίες όπου επιχειρούν ή βρίσκονται οι επιχειρήσεις. Οι τοπικές κοινωνίες ωφελούνται από ποικίλες πρακτικές ΕΚΕ όπως, περισσότερες θέσεις επαγγελματικής κατάρτισης, υποστήριξη φιλανθρωπικών και άλλων κοινωνικών εκδηλώσεων, απασχόληση από τις εταιρίες κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων, χρηματοδότηση και χορηγίες τοπικών αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, δωρεές σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες κ.ά.
- Μία άλλη κατηγορία ωφελούμενων από την ΕΚΕ των επιχειρήσεων είναι οι άνεργοι της περιοχής και οι κοινωνικά αποκλεισμένοι. Με την υιοθέτηση και εφαρμογή στις δράσεις εκ μέρους των εταιριών των ίσων ευκαιριών, με την προσφορά θέσεων εργασίας και συνεπώς την αύξηση της απασχόλησης, με την απασχόληση μακροχρόνιων ανέργων, με την μείωση της ανεργίας των γυναικών, με την επαγγελματική κατάρτιση εργαζομένων και ανέργων, σε όλες τις πρακτικές και δράσεις ΕΚΕ, αποδέκτες αυτών των δράσεων είναι οι

ανωτέρω ωφελούμενοι.

- Μία άλλη κατηγορία ωφελούμενων από τις ΕΚΕ, είναι οι ίδιες οι εταιρίες. Οι καλές περιβαλλοντικές δράσεις τους αλλά και οι επιδόσεις τους, αποφέρουν μεγαλύτερο κέρδος και ταχύτερη ανάπτυξη. Επίσης, η αποδοχή των προϊόντων των εταιριών αυτών από την αγορά, που εφαρμόζουν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι μεγαλύτερη, το ευνοϊκότερο και πιο φιλικό εργασιακό περιβάλλον φέρνει πιο αφοσιωμένο και παραγωγικό προσωπικό, υπάρχει σημαντική μείωση των εργατικών ατυχημάτων, η εταιρική εικόνα της επιχείρησης βελτιώνεται με όλα τα θετικά συνεπαγόμενα, είναι κάποια από τα οφέλη που έχουν οι εταιρίες που έχουν υιοθετήσει την ΕΚΕ.
- Μία άλλη πολυπληθής κατηγορία ωφελούμενων είναι οι πελάτες και καταναλωτές. Οι καταναλωτές είναι ωφελημένοι γιατί προμηθεύονται προϊόντα ανώτερης ποιότητας, προϊόντα τα οποία παράγονται από εταιρίες οι οποίες επιχειρούν όπως πρέπει, και παράγουν προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον και την φύση.
- Μία επίσης σημαντική κατηγορία ωφελούμενων από τη υιοθέτηση της ΕΚΕ είναι οι εργαζόμενοι των εταιριών αυτών. Η δια βίου μάθηση, η πληρέστερη ενημέρωση για την εταιρία που εργάζονται, η παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών, η καλύτερη αμοιβή μέσω διανομής κάποιων κερδών, οι παιδικοί σταθμοί που στήνονται μέσα σε χώρους εργασίας, η υγεία και ασφάλεια στον χώρο εργασίας είναι κάποια από τα πολλά οφέλη που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι από τις εταιρίες που έχουν υιοθετήσει πρακτικές ΕΚΕ.

Σε μια χώρα, εάν υπάρχουν πολλές εταιρίες που έχουν υιοθετήσει πρακτικές ΕΚΕ, τότε υπάρχουν και πολλοί ωφελούμενοι, σίγουρα πολύ περισσότεροι από αυτούς που αναφέρθηκαν παραπάνω. Συνολικά, όλοι ωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από την επιχειρηματική εφαρμογή της ΕΚΕ, και εάν αυτό υπάρξει σε όλα τα κράτη τότε θα υπάρξουν περισσότεροι ωφελούμενοι γιατί θα εξαλειφθεί η καταναγκαστική εργασία και η παιδική εργασία, η εθνική διάκριση στους εργαζομένους, θα παταχθεί πιο ικανοποιητικά η διαφθορά κ.ά. Στην μελέτη του «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ελληνικές Επιχειρήσεις και ΜΚΟ» ο Τσαρδανίδης, (Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τομ. 143, 2014), αποφαίνεται ότι η οικονομική κρίση έχει συμβάλει ώστε πολλές επιχειρήσεις να θεωρούν ότι η συνεργασία με τις ΜΚΟ είναι πολύτιμη για την

επιτυχή υλοποίηση των προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καθώς τα τελευταία χρόνια πολλές επιχειρήσεις αναπτύσσουν μια πολυποικίλη δράση σε διάφορους τομείς της κοινωνικής ζωής και της δημόσιας σφαίρας.

1.5.4 Οι διαχειριστικές πρακτικές και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Σύμφωνα με μελέτες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το σύστημα που προτείνεται για την ΕΚΕ των εταιριών και άλλων οικονομικών οργανισμών, δηλαδή ποιες πρέπει να είναι οι πρακτικές εκ μέρους των εταιριών για να ανταποκριθούν στις κοινωνικές τους υποχρεώσεις, περιλαμβάνει πολλές σημαντικές πρακτικές, όπως:

- Η απόκτηση των απαραίτητων δεξιοτήτων των Διευθυντικών στελεχών των εταιριών ώστε να μπορέσουν να εφαρμόσουν στις εταιρίες τους πρακτικές ΕΚΕ. Αυτό μπορεί να επέλθει εύκολα μέσω της κατάρτισης των διευθυντικών στελεχών των εταιριών (Βελέντζας & Μπρόνη, 2012).
- Υιοθέτηση εκ μέρους των εταιριών καλών πρακτικών ΕΚΕ στον καθορισμό των προτύπων, στην λογιστική, στον εσωτερικό και εξωτερικό έλεγχο κ.λπ. Αυτές οι καλές αλλά και επιτυχημένες δράσεις και πρακτικές είναι εύκολο να διαδοθούν με ποικίλους τρόπους, όπως είναι η ανταλλαγή πληροφοριών κ.ά. (Κανελλοπούλου 2011).

Βάσει της Πράσινης Βίβλου και τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, συντρέχουν σημαντικοί λόγοι για μία εταιρία ώστε να υιοθετήσει και να υλοποιήσει από μόνη της πρακτικές ΕΚΕ, όπως είναι η ελαχιστοποίηση μερικών επιχειρηματικών κινδύνων, η δημιουργία ευνοϊκού και φιλικού εργασιακού περιβάλλοντος, η αποδοχή των προϊόντων της από την αγορά, η αύξηση της αποδοτικότητας των εργαζομένων, κ.ά. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή καταβάλλει προσπάθειες ώστε να μπορέσει να προωθήσει την ΕΚΕ, γιατί τα οφέλη που θα προκύψουν για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη συμβαδίζουν με τις στρατηγικές που είναι η δημιουργία ευνοϊκών προϋποθέσεων ανάπτυξης, η συμμετοχή των εταιριών στα προβλήματα της κοινωνίας, οι ίσες ευκαιρίες σε όλους χωρίς αποκλεισμούς, η περιβαλλοντική προστασία, κ.ά.

Έχουν καταγραφεί πολλοί τρόποι με τους οποίους οι εταιρίες είναι δυνατόν να συνδράμουν στο κοινωνικό σύνολο και να προσφέρουν αυτά που θα είναι το αποτέλεσμα καλών πρακτικών ΕΚΕ, όπως η διανομή κερδών στους εργαζόμενους, η

χρήση καθαρών τεχνολογιών, η στήριξη τοπικών πρωτοβουλιών και φιλανθρωπικών εκδηλώσεων, η πιστοποίηση των προϊόντων, η υγεία καθώς και η ασφάλεια των εργαζομένων στην εργασία, κ.ά. (Θανόπουλος, 2009).

Με την υιοθέτηση δράσεων και καλών πρακτικών ΕΚΕ συνάγεται ότι όλοι είναι ωφελούμενοι, από τις τοπικές κοινωνίες που επιχειρούν οι εταιρίες μέχρι τους εργαζόμενους κ.λπ.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προτείνει ένα σύστημα με την εφαρμογή του οποίου θα είναι σε θέση οι εταιρίες να σχεδιάσουν τις πρακτικές τους ώστε να ανταπεξέλθουν στον κοινωνικό τους ρόλο, υλοποιώντας πρακτικές ΕΚΕ.

1.6 Η χρησιμότητα της ΕΚΕ

Οι διαρκείς αλλαγές που συμβαίνουν στο παγκόσμιο περιβάλλον εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης αλλά και της Ενιαίας Ευρωπαϊκής αγοράς, δείχνουν ότι η Ε.Κ.Ε. είναι μία επιχειρηματική λειτουργία και δράσεις που έχουν άμεση οικονομική αξία και όφελος, κατ' αρχάς για την ίδια την εταιρία. Συνεπώς, το να είναι κοινωνικά υπεύθυνη αυτή, δεν είναι μόνο θέμα ηθικής αλλά είναι μία σημαντική επένδυση για το παρόν και το μέλλον της (Γκάντζιας, 2017). Η ΕΚΕ υλοποιείται με ποικίλες πρωτοβουλίες, ενέργειες και δράσεις, αλλά υποχρεώνεται η επιχείρηση από τον νόμο και πρέπει η ΕΚΕ να στοχεύει στη βιώσιμη ανάπτυξη της εταιρίας (Cooper., 2004). Σημαντικό στοιχείο είναι ότι στις παραμέτρους της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εκτός από τις οικονομικές παραμέτρους, περικλείονται και άλλα θέματα , όπως είναι τα εργασιακά και ανθρώπινα δικαιώματα.

Οι εταιρίες και οι οικονομικοί οργανισμοί, μπορούν να διαχειριστούν αποδοτικότερα τις σχέσεις τους με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και για όλα τα ζητήματα που υπάρχουν εάν θεωρήσουν και διαχειριστούν την ΕΚΕ σαν μία επένδυση και όχι σαν ένα επί πλέον κόστος. Συνεπώς, οι εταιρίες και οι οικονομικοί οργανισμοί, που υλοποιούν δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μπορούν να ελαχιστοποιήσουν κάποιους ενδεχόμενους κινδύνους που μπορεί να υπάρξουν στην επιχειρηματική τους λειτουργία (Haski – Leventhal, 2018).

Η υλοποίηση προγραμμάτων και δράσεων ΕΚΕ από κάποιες εταιρίες, τις βοήθησε να έχουν μεγαλύτερο κέρδος και γρηγορότερη επιχειρηματική ανάπτυξη. Το ευνοϊκότερο εργασιακό περιβάλλον εντός του οργανισμού ή της εταιρίας, δημιουργεί καλές προϋποθέσεις για αυξημένη παραγωγικότητα και καλύτερη εργασία εκ μέρους του

προσωπικού. Δυσμενές στοιχείο και παράγοντας της μείωσης της καλής εικόνας της εταιρίας, σε οποιοδήποτε κλάδο, είναι τα αρνητικά σχόλια που μπορεί να υπάρξουν στην κοινωνία για την εταιρία και τα οποία σχετίζονται με το βαθμό που είναι κοινωνικά υπεύθυνη η εταιρία αυτή (Kotler & Lee, 2009).

Η καλή και αποδοτική συνεργασία με τους τοπικούς φορείς, ο σεβασμός των επιχειρήσεων στις τοπικές παραδόσεις αλλά και στο περιβάλλον, είναι μερικές αξιόπιστες πρακτικές ΕΚΕ που υλοποιούν οι θυγατρικές πολυεθνικών επιχειρήσεων (Dess et al, 2019).

Τα τελευταία χρόνια, οι πελάτες και καταναλωτές των προϊόντων των επιχειρήσεων, δεν θέλουν μόνο προϊόντα, αλλά θέλουν επίσης οι εταιρίες που παράγουν και πωλούν αυτά τα προϊόντα να υλοποιούν και μερικές δράσεις ΕΚΕ όπως, να σέβονται το περιβάλλον, να παράγουν προϊόντα και για τα άτομα της κοινωνίας που τα έχουν ανάγκη. Συνεπώς, πέραν της παραγωγής προϊόντων που θα πρέπει να είναι οπωσδήποτε αξιόπιστα, ποιοτικά, ασφαλή, κ.λπ. οι αξιόπιστες πρακτικές υλοποίησης ΕΚΕ εκ μέρους των εταιριών, βοηθούν αυτές ώστε να φθάσουν στον σκοπό τους, που είναι τα κέρδη (Cooper, 2004).

Σήμερα πολλές επιχειρήσεις δέχονται πιέσεις με ποικίλους τρόπους από ομάδες οργανωμένων καταναλωτών να υιοθετήσουν στην καθημερινή τους πρακτική, περισσότερους κώδικες συμπεριφοράς σε ζητήματα που έχουν σχέση με τις εργασιακές σχέσεις στην επιχείρηση, τα ανθρώπινα δικαιώματα αλλά και σε ζητήματα περιβάλλοντος και της προστασίας αυτού (Κουλουγλιώτης, 1992).

Σύμφωνα με τον Πιερράκο (2015), η συνεχιζόμενη οικονομική κρίση της Ελλάδας δημιουργεί άμεση ανάγκη για υποστήριξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, μέσω καινοτόμων εργαλείων, με χαμηλό κόστος και επιτυχημένη δράση.

Από τους βασικούς παράγοντες που βοηθούν στην αύξηση της αποδοτικότητας των εργαζομένων αλλά και της παραγωγικότητας μιας εταιρίας ή ενός οργανισμού, είναι η ικανοποίηση των εργαζομένων, και αυτή η ικανοποίηση, κατά το μεγαλύτερο μέρος ή ποσοστό, πηγάζει από το καλό και φιλικό περιβάλλον στον χώρο εργασίας τους. Οι περιβαλλοντικές συνθήκες εξαιτίας της καθαρής τεχνολογίας που κάνουν χρήση οι εταιρίες, είναι ένα επιπλέον κίνητρο για τους υπαλλήλους μιας εταιρίας ή ενός οργανισμού ώστε να αυξήσουν την αποδοτικότητά τους (Kotler & Lee, 2009).

Σε διάφορα κράτη, δημοσιεύονται κατάλογοι για να επιβραβευθούν εταιρίες οι οποίες είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Σε αυτούς τους δημοσιευμένους καταλόγους φαίνονται οι καλύτεροι εργοδότες-επιχειρήσεις και η παρουσία μιας εταιρίας σε έναν τέτοιο

κατάλογο αποφέρει στην επιχείρηση πολλά θετικά (Βελέντζας & Μπρώνη, 2012). Υπάρχουν σημαντικές έρευνες, σύμφωνα με τις οποίες οι αγοραστές όταν επιλέγουν προϊόντα δεν λαμβάνουν υπόψη μόνον εάν είναι καλά τα προϊόντα αυτά, αλλά και κατά πόσο η εταιρία που παράγει αυτά είναι κοινωνικά υπεύθυνη. Η συμπεριφορά αυτή των αγοραστών είναι μία σημαντική παράμετρος για τις εταιρίες ώστε να καταστούν με τις δράσεις τους κοινωνικά υπεύθυνες (Kotler & Lee, 2009).

Ένα βασικό κριτήριο αξιολόγησης της εσωτερικής και εξωτερικής διαχείρισης μιας εταιρίας είναι κατά πόσο κάνουν επενδύσεις που θεωρούνται κοινωνικά υπεύθυνες (Kotler & Lee, 2009). Αυτό το βασικό κριτήριο, των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων, αξιολογείται από αρκετούς επενδυτές και τον υπολογίζουν όταν επενδύουν θεωρώντας ότι δεν θα έχουν να αντιμετωπίσουν σχετικές κρίσεις στο μέλλον και συνεπώς δεν θα πέσει η μετοχή της εταιρίας που επένδυσαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ

ΕΥΘΥΝΗΣ

2.1 Οι δραστηριότητες μιας εταιρίας και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που καταστρώνει και εκτελεί αργότερα μία εταιρία για την υποστήριξη των κοινωνικών σκοπών της και την εκπλήρωση των υποχρεώσεων της για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αφορούν την υγεία, το περιβάλλον, την απασχόληση, την εκπαίδευση κ.λπ. και ενδέχεται να λαμβάνουν διαφορετικές μορφές, όπως δωρεές σε χρήμα, εθελοντισμός του προσωπικού, προσφορές σε είδος, κ.ά. (Kotler, 2009).

Οι τομείς, που ως είθισται υλοποιούν τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις εταιρίες, μπορούν να καταταγούν σε εκείνους που αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον και σε εκείνους που αφορούν το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Οι βασικοί τομείς, σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι οι παρακάτω: (Γκάντζιας, 2017):

A) Το περιβάλλον εργασίας

Το περιβάλλον εργασίας μέσα σε ένα οικονομικό οργανισμό αφορά την υγιεινή και την ασφάλεια, την εξισορρόπηση των εργαζομένων μεταξύ της εργασιακής και της οικογενειακής ζωής τους, την πρόληψη και μέριμνα για εργασιακά ατυχήματα, το σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων (Kotler & Lee, 2009). Ένα άλλο θέμα που βοηθά την ΕΚΕ είναι η συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση των εργαζομένων και αυτό στον τομέα της βελτίωσης του εργασιακού κλίματος. Οι αμοιβές των εργαζομένων αφορούν τις διαδικασίες προσλήψεων και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής του προσωπικού της επιχείρησης, (Ασπρίδης, 2015).

B) Κοινωνικός διάλογος

Ο κοινωνικός διάλογος, παρέχει την ευκαιρία και ευχέρεια σε όλους για πιο αποδεκτή διαχείριση των αλλαγών που συχνά υπάρχουν σε ένα εργασιακό περιβάλλον και μέσω του διαλόγου, είναι εφικτό και τίθενται οι προτεραιότητες και των δύο πλευρών.

Γ) Υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων.

Από τις πρώτες δράσεις ΕΚΕ που υλοποιούν οι επιχειρήσεις στις τοπικές κοινωνίες είναι η ποικιλόμορφη υποστήριξη που προσφέρουν, και επίσης μπορούν να συνεργαστούν και με άλλους οργανισμούς ώστε να αναλάβουν πρωτοβουλίες για ένα σκοπό σε τοπικό επίπεδο. Οι κύριες ενέργειες που κάνουν είναι , να επενδύσουν χρήματα για την υποστήριξη ζητημάτων που ενδιαφέρουν την τοπική κοινότητα, να κάνουν δωρεές σε χρήμα ως συνήθως, να αναλάβουν διάφορες χορηγίες για ποικίλες δράσεις, όπως επίσης να στηρίζουν τον εθελοντισμό του προσωπικού των επιχειρήσεων (Haski – Leventhal, 2018).

Δ) Αύξηση της απασχόλησης των τοπικών κοινωνιών

Σε μία περιοχή, οι επιχειρήσεις αυτές προσφέρουν απασχόληση και επίσης όταν μεγθύνονται και αναπτύσσονται, δίνουν την ευκαιρία δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, με συνέπεια την μείωση της ανεργίας των κατοίκων της περιοχής και την υποστήριξη των νέων μέσα από προγράμματα εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης για μετεκπαίδευση και απόκτηση νέων δεξιοτήτων (Θανόπουλος, 2009).

Ε) Ανθρώπινα δικαιώματα

Μέσα στο εργασιακό περιβάλλον, στα ανθρώπινα δικαιώματα υπάρχει ο σεβασμός των νόμων και διατάξεων, εθνικών και διεθνών όπως είναι, η απαγόρευση όλων των διακρίσεων αλλά και ο συνδικαλισμός των εργαζομένων. Έξω από το εργασιακό περιβάλλον, στα ανθρώπινα δικαιώματα περιλαμβάνονται το δικαίωμα στην ελευθερία των ανθρώπων, στην εκπαίδευση, στη διατροφή αλλά και στο δικαίωμα μιας ανθρώπινης και ποιοτικής ζωής. Οι επιχειρήσεις με τα διάφορα προγράμματα που σχεδιάζουν και εφαρμόζουν, διευκολύνουν περιθωριοποιημένες ομάδες της κοινωνίας να ενταχθούν στη κοινωνία, βοηθούν με πολλούς τρόπους άτομα με ειδικές ανάγκες κλπ. (Kotler & Lee, 2009).

ΣΤ) Η αγορά

Εάν υπάρχουν νόμιμες δεσμεύσεις και πρότυπα ποιότητας σε όλους τους φορείς, και οι οποίοι συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία αλλά και την εφοδιαστική αλυσίδα, αυτό αποτελεί και την βάση του τρόπου με τον οποίο η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη επηρεάζει την αγορά (Κανελλοπούλου, 2011). Οι καλές ή κακές σχέσεις των εταιριών με τους καταναλωτές, οι αναγκαίοι υποχρεωτικοί και προαιρετικοί έλεγχοι υγιεινής και ασφάλειας, η έρευνα για εισαγωγή και ανάπτυξη καινοτόμων και ασφαλών προϊόντων είναι ενέργειες ενταγμένες στις πρακτικές των επιχειρήσεων και έχουν σχέση με τη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Βελέντζας & Μπρώνη, 2012).

Ζ) Το περιβάλλον

Μεγάλη συζήτηση γίνεται διεθνώς τα τελευταία χρόνια για το περιβάλλον και πολλές επιχειρήσεις δείχνουν ιδιαίτερη σημασία στον περιβάλλον. Θέματα, όπως είναι η μείωση εκπομπής αερίων, η χρήση νέας τεχνολογίας, η αποτελεσματική διαχείριση των αποβλήτων η καθιέρωση και ανάπτυξη της ανακύκλωσης είναι δράσεις που βοηθούν στη βιωσιμότητά των επιχειρήσεων (Delmas & Montes – Sancho, 2010).

Η) Η ηθική συμπεριφορά των επιχειρήσεων

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν σχετίζεται μόνο με την τήρηση των νόμων και των άλλων διατάξεων αλλά σχετίζεται με ένα ολικό πλαίσιο αποδεκτής και ηθικής συμπεριφοράς των εταιριών, που διαμορφώνεται από τη λήψη αποφάσεων για τον προσδιορισμό των επιχειρηματικών στρατηγικών (Γκάντζιας, 2017). Η ηθική συμπεριφορά των επιχειρήσεων οπωσδήποτε πρέπει να εμπεριέχει βασικές αρχές που να υποστηρίζουν τις δημοκρατικές αρχές, την πληρωμή των φόρων, τα ανθρώπινα δικαιώματα, αλλά και την αποφυγή κάθε μορφής δωροδοκίας, ξεπλύματος χρήματος, ιδίως από παράνομες δραστηριότητες, και συνεργασίας με καταπιεστικά καθεστώτα και χώρες (Βελέντζας & Μπρώνη, 2012).

2.2 Η πυραμίδα της ΕΚΕ.

Το 1979 ο Carroll παρουσίασε ένα ορισμό για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και σύμφωνα με αυτόν «Η ΕΚΕ περιλαμβάνει τις οικονομικές, νομικές, ηθικές και εθελοντικές (φιλανθρωπικές) προσδοκίες που έχει η κοινωνία από τους οργανισμούς σε μια δεδομένη χρονική στιγμή» (Carroll, 1991).



Carroll's pyramid model of corporate social responsibility (Carroll, 1991)

Πηγή: Carroll, 1991

Οι διαστάσεις της εταιρικής κοινωνική ευθύνης είναι (Carroll, 1991):

A) Οι οικονομικές ευθύνες

Πρώτη και βασική υποχρέωση και ευθύνη των επιχειρήσεων είναι να επιχειρούν και να λειτουργούν αποτελεσματικά και κερδοφόρα ώστε να μείνουν βιώσιμοι στον επιχειρηματικό χώρο. Οι οικονομικές ευθύνες αφορούν, την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών που η κοινωνία έχει ανάγκη, επίσης την ασφαλή και δίκαια αμειβόμενη εργασία των απασχολούμενων στην επιχείρηση και στην πληρωμή των φόρων της επιχείρησης στο κράτος.

B) Οι νομικές ευθύνες

Οι νομικές ευθύνες, αφορούν τη λειτουργία των επιχειρήσεων, σύμφωνα με τις διατάξεις, οδηγίες, νόμους και κανονισμούς των χωρών που δραστηριοποιούνται.

Γ) Οι ηθικές ευθύνες

Οι ηθικές ευθύνες, σχετίζονται με εκείνες των οικονομικών οργανισμών που η κοινωνία περιμένει από αυτούς, πέραν των οικονομικών και νομικών ευθυνών. Οι επιχειρήσεις πρέπει να λειτουργούν νόμιμα και σωστά, χωρίς να βλάπτουν κάποιον άσχετα με το εάν δεν υποχρεώνονται από νόμους και διατάξεις.

Δ) Οι προαιρετικές (φιλανθρωπικές) ευθύνες

Οι προαιρετικές ευθύνες, έχουν να κάνουν με προγράμματα που σχεδιάζουν και υλοποιούν οι επιχειρήσεις, εθελοντικά, χωρίς καμιά επιβολή, όπως οι φιλανθρωπίες, οι αθλητικές, πολιτιστικές και καλλιτεχνικές χορηγίες, προγράμματα απεξάρτησης κ.ά. Όλα αυτά είναι προαιρετικά για τις επιχειρήσεις και δεν απαιτούνται από το νόμο ή από κάποιο κανονισμό.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη λαμβάνει πολλές μορφές και ποικίλες διαστάσεις σχετικά με την εφαρμογή της από τις επιχειρήσεις. Μία επιχείρηση πρέπει να δίνει μεγάλη σημασία στην πρακτική εφαρμογή της στρατηγικής της, βασισμένης στα τρία P (Profit, People, Planet), γνωστής ως και Triple Bottom Line approach (3BL). Μία επιχείρηση ή ένας οικονομικός οργανισμός που ενδιαφέρεται για τη διατήρηση των κερδών της και στο μέλλον, πρέπει να δίνει μεγάλη σημασία και ενδιαφέρον στους ανθρώπους της όπως επίσης και στην κοινωνία μέσα στην οποία επιχειρεί, και τη βιωσιμότητα της γης από θέματα περιβαλλοντικά (Haski – Leventhal, 2018). Βάσει των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η άσκηση υπεύθυνης επιχειρηματικότητας δεν πρέπει να θεωρείται πολυτέλεια, ούτε ευκαιρία για διαφήμιση των επιχειρήσεων. Είναι ένα θέμα που πρέπει να εμπεριέχεται στην πρακτική και λειτουργία κάθε επιχείρησης. Για να μπορέσει να συμβεί αυτό, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θα πρέπει να γίνει αποδεκτή ως έννοια και πρακτική από τα υψηλόβαθμα στελέχη μιας επιχείρησης (Dess et al, 2019).

2.3 Η τριμερής διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ).

2.3.1 Κοινωνική διάσταση.

Κάθε επιχειρηματική μονάδα δεν αποτελεί απλά ένα τμήμα του οικονομικού συστήματος, αλλά είναι απαραίτητο συστατικό του κοινωνικού συνόλου. Η κοινωνική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης περιλαμβάνει όλες εκείνες τις πρακτικές και πολιτικές που υλοποιούνται και στο εσωτερικό αλλά και στο εξωτερικό περιβάλλον της κάθε επιχείρησης (Γκάντζιας, 2017).

Εντός του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, ο άνθρωπος έχει μεγάλη και σπουδαία αξία. Η κάθε επιχείρηση αποσκοπεί να παρέχει μονίμως ένα ασφαλές περιβάλλον εργασίας, να βελτιώνει τις σχέσεις επικοινωνίας μεταξύ διοίκησης και υπαλλήλων, να παροτρύνει επαγγελματική κατάρτιση των υπαλλήλων, με σκοπό το εργασιακό κλίμα να βελτιώνεται προς όφελος όλων (Θανόπουλος, 2009).

Στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, οι επιχειρήσεις και οργανισμοί υλοποιούν ποικίλες δράσεις και πολιτικές αποσκοπώντας στην αύξηση της απασχόλησης και συνεπώς στην μείωση της ανεργίας, τον απόλυτο σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και την οικονομική ενίσχυση πολλών και διαφόρων, ιδίως αναξιοπαθούντων μέσα από χορηγίες και φιλανθρωπικές πράξεις (Thomas, 2000). Υπάρχουν έξι βασικές μορφές εταιρικών κοινωνικών πρωτοβουλιών που σχεδιάζουν και φέρουν εις πέρας οι επιχειρήσεις και οργανισμοί και έχουν άμεση σχέση με τους εταιρικούς στόχους. Αυτές οι εταιρικές κοινωνικές πρωτοβουλίες είναι (Kotler,, 2009):

1. **Οι προωθητικές ενέργειες σκοπού.** Ο κάθε οικονομικός οργανισμός προσφέρει χρήματα ή άλλα αγαθά για να ευαισθητοποιήσει την τοπική κοινωνία που δραστηριοποιείται πάνω σε ένα θέμα ιδίως της επικαιρότητας. Μία επιχείρηση σκοπεύοντας να βοηθήσει στη δημοσιοποίηση κάποιου κοινωνικού σκοπού μπορεί να υλοποιήσει μία ομιλία, ημερίδα, συνέδρια παίρνοντας ενδεδειγμένη πρωτοβουλία από μόνη της, είτε εμφανιζόμενη σαν βασικός χορηγός είτε σαν ένας από τους πολλούς χορηγούς σε πρωτοβουλία μιας άλλης εταιρίας (Kotler & Lee, 2009).
2. **Το μάρκετινγκ σκοπού.** Με το μάρκετινγκ σκοπού μία εταιρία δίνει ένα ποσό ή ένα ποσοστό επί των πωλήσεων που πραγματοποιεί για κάποιον κοινωφελή σκοπό. Το μάρκετινγκ συχνά εφαρμόζεται για κάποιο

συγκεκριμένο αγαθό και για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (Κανελλοπούλου, 2011). Η υλοποίηση αυτής της πολιτικής παρέχει σημαντικά οφέλη τόσο για τη επιχείρηση που αυξάνει τις πωλήσεις, όσο και την οικονομική ενίσχυση του οργανισμού που συνεργάζεται.

- 3. Εταιρικό κοινωνικό μάρκετινγκ.** Με το εταιρικό κοινωνικό μάρκετινγκ, η κάθε επιχείρηση μπορεί να υλοποιήσει μία εκστρατεία δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην αλλαγή της συμπεριφοράς και στάσης του κοινού. Πρόκειται συνήθως για θέματα που αποσκοπούν στη βελτίωση ενός δημόσιου αγαθού, όπως είναι η δημόσια υγεία, η ασφάλεια κ.ά. Μία τέτοια ενέργεια και εκστρατεία μπορεί να ξεκινήσει ενδεχομένως από μία εταιρία ή με συνεργασία με δημόσιους φορείς (Haski – Leventhal, 2018).
- 4. Εταιρική φιλανθρωπία.** Με την εταιρική φιλανθρωπία υπάρχει η άμεση προσφορά χρημάτων σε φιλανθρωπικό οργανισμό ή κοινωνικό σκοπό. Οι επιχειρήσεις σήμερα πρέπει να υλοποιήσουν ενέργειες και δράσεις ώστε να στηρίξουν έναν κοινωνικό σκοπό και να προωθήσουν φιλανθρωπικές δράσεις.
- 5. Εταιρική προσφορά στην Κοινότητα.** Υπάρχουν αρκετές επιχειρήσεις οι οποίες παροτρύνουν τους υπαλλήλους τους αλλά και τους συνεργάτες τους, να προσφέρουν το χρόνο τους σε κοινωφελείς δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες αυτές πολλές φορές γίνονται σε συνεργασία με ένα μη κερδοσκοπικό οργανισμό.
- 6. Επιχειρηματικές πρακτικές Κοινωνικής Ευθύνης.** Κάθε σύγχρονη εταιρία, με κοινωνικές ευαισθησίες, μπορεί να υλοποιεί δράσεις και προγράμματα που μπορούν να βελτιώσουν την διαβίωση των πολιτών στις τοπικές κοινότητες και να προστατεύσουν το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται (Ξανθάκης κ.ά., 2003).

2.3.2 Περιβαλλοντική Διάσταση.

Η περιβαλλοντική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αφορά τη λήψη μέτρων, την προώθηση δράσεων για την σωστή διαχείριση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων (Βαξεβανίδου, 2011). Η περιβαλλοντική διάσταση της ΕΚΕ περιλαμβάνει θέματα όπως, τη μείωση εκπομπής αερίων και ρύπων, την ανάπτυξη της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την ανάληψη πρωτοβουλιών για την

προστασία του περιβάλλοντος.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση υλοποιεί πρωτοβουλίες και δράσεις για την εφαρμογή Ολοκληρωμένης Πολιτικής Προϊόντων (ΟΠΠ) καθώς είναι μία βασική προτεραιότητά της η βιώσιμη ανάπτυξη των σημερινών κοινωνιών αλλά και των οικονομιών. Η Ολοκληρωμένη Πολιτική Προϊόντων εξελίχθηκε όταν διαπιστώθηκε ότι όλα τα αγαθά που παράγονται από τις επιχειρήσεις, έχουν επιπτώσεις, μικρές ή μεγάλες, στο περιβάλλον σε όλα τα στάδια παραγωγής και διάθεσής τους.

Η Ολοκληρωμένη Πολιτική Προϊόντων, που καθιέρωσε η Ευρωπαϊκή Ένωση, αποβλέπει σε:

- Μείωση, όσο είναι εφικτό, του περιβαλλοντικού αντίκτυπου των προϊόντων, σε διάφορα περιβαλλοντικά θέματα, όπως είναι τα τοξικά απόβλητα, η μεγάλη και πολλές φορές αχρεία σπατάλη πόρων αλλά και η προώθηση της καινοτομίας με παραγωγή αγαθών φιλικότερα προς το περιβάλλον .
- Μία πλήρη και αξιόπιστη προσέγγιση που αφορά ζητήματα, όπως είναι οι απαγορεύσεις επικίνδυνων υλικών και ουσιών, διάφορα προγράμματα που αφορούν τα οικολογικά σήματα κ.ά.

Στα πλαίσια της ανάπτυξης και προώθησης της Ολοκληρωμένης Πολιτικής Προϊόντων έχουν αναπτυχθεί τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και ο Οικολογικός Σχεδιασμός (Ξανθάκης κ.ά., 2003). Οι επιχειρήσεις που κάνουν αποδεκτά τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, ακολουθούν οδηγίες που υπάρχουν σε όλες τις φάσεις της εφοδιαστικής και παραγωγικής διαδικασίας των προϊόντων τους, πιστοποιούν αυτές τις οδηγίες και τελικά μπορούν να αποδείξουν, σε κάθε ενδιαφερόμενο, ότι έχουν περιβαλλοντική συνείδηση. Με τον οικολογικό σχεδιασμό, μπορεί μια επιχείρηση να έχει καλύτερη περιβαλλοντική απόδοση, καλύτερη ποιότητα και να αναπτύσσει περισσότερη καινοτομία, (Ξανθάκης κ.ά., 2003).

2.3.3 Οικονομική Διάσταση.

Κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία επιθυμεί βιώσιμη επιτυχία πρέπει να ακολουθήσει μια υπεύθυνη επιχειρηματική πρακτική στην λειτουργία της, ώστε να προωθεί την οικονομική ανάπτυξη, να αυξάνει την ανταγωνιστικότητα αλλά και παράλληλα να βοηθά με δράσεις και πρακτικές στην προστασία του περιβάλλοντος (Κανελλοπούλου,2011). Μία επιχειρηματική δραστηριότητα, πρέπει να υλοποιεί δράσεις οι οποίες δεν αποβλέπουν μόνο σε αύξηση των κερδών της και αλλά να έχει

περιβαλλοντική και κοινωνική υπευθυνότητα, (Haski – Leventhal, 2018).

Τέτοιες πρακτικές μπορεί να είναι η υποστήριξη με στοχευμένες δράσεις της τοπικής ανάπτυξης, η χρηματοδότηση έργων υποδομής, η χορηγία αλλά και χρηματοδότηση τοπικών αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις για μείωση του κόστους και βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων της (Ξανθάκης κ.ά., 2003).

2.4 Φορείς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Μετά την καταξίωση στις επιχειρηματικές λειτουργίες, της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, και την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (2001), με την έκδοση του Πράσινου Βιβλίου από την Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, έχουν κάνει την εμφάνισή τους, πολλοί φορείς στην Ελλάδα και το εξωτερικό που έχουν σαν κύριο σκοπό την μελέτη και προώθηση αυτής.

Μερικοί από τους φορείς στην Ελλάδα για την ΕΚΕ είναι :

- το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- το Great Place to Work Institute
- το Quality Net Foundation

Αντίστοιχα, κάποιοι φορείς στο εξωτερικό είναι:

- το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- το Responsible Supply Chain Management (Υπεύθυνη Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας), κ.ά.

2.5 Ο Δείκτης Εταιρικής Υπευθυνότητας

Για να είναι εφικτό από τους αρμόδιους να μετρηθεί η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μιας εταιρίας, έχει δημιουργηθεί ο δείκτης εταιρικής υπευθυνότητας. Ο Δείκτης Εταιρικής Υπευθυνότητας (Corporate Responsibility Index, CRI) είναι ο πιο χρησιμοποιούμενος και αξιόπιστος διεθνώς δείκτης μέτρησης της απόδοσης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων και αυτός ο αριθμοδείκτης είναι ένα αξιόπιστο εργαλείο για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων των διαφόρων εταιριών στον τομέα αυτό (Γκάντζιας, 2017) .

Το Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CRI- Corporate Responsibility Institute), ένας μη κυβερνητικός οργανισμός, πρώτος εισήγαγε στην Ελλάδα το CRI του Βρετανικού Ινστιτούτου Διεθνούς Αναφοράς (CRI, 2009). Το Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δίνει στις ελληνικές επιχειρήσεις ένα αξιόλογο εργαλείο αξιολόγησης για την αναγνώριση των επιδόσεών τους σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, βάσει των παραδεκτών διεθνώς προτύπων που ισχύουν σε όλες τις χώρες. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε αυτόν τον δείκτη, αξιολογούνται από ειδικά εκπαιδευμένους ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες από τον BITC (Business in the Community) και στην συνέχεια παραδίδουν σε κάθε ενδιαφερόμενη επιχείρηση μία ολοκληρωμένη αναφορά και τα συγκριτικά αποτελέσματα.

Το Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CRI) κατατάσσει τα βραβεία και τις διακρίσεις σε τέσσερα επίπεδα κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων των επιχειρήσεων: Πλατίνα, Χρυσός, Ασήμι και Χαλκός, (<http://www.cri.org.gr/>).

Οι άξονες που περιλαμβάνει το Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι: η Κοινωνία, το Περιβάλλον, οι Εργαζόμενοι και η Αγορά (Γκάντζιας,2017)

Για τα θέματα της κοινωνίας, η κάθε εταιρία, με βάση τα στοιχεία, αξιολογείται ως προς την υποστήριξη που δίνει σε δράσεις των τοπικών και εθνικών κοινωνιών βοηθώντας αυτές στη δημιουργία καλών και επικερδών σχέσεων και αμοιβαίας εμπιστοσύνης με τις κοινωνίες (Θανόπουλος, 2009).

Στα θέματα περιβάλλοντος, ο δείκτης αυτός αξιολογεί και κατατάσσει τις ενέργειες των επιχειρήσεων σχετικά με την μείωση των αρνητικών και επιβλαβών επιδράσεων στις κλιματικές αλλαγές. Ο δείκτης μελετά και αξιολογεί την κατανάλωση ενέργειας στην άσκηση της δραστηριότητας, τη λογική χρήση του νερού και τα απόβλητα που

παράγει, αλλά και την διαχείρισή τους.

Για τους εργαζόμενους, η κάθε εταιρία αξιολογείται από τις πολιτικές και δράσεις της που υλοποιεί στα εργασιακά θέματα όπως, ασφάλεια και υγιεινή του προσωπικού καθώς και στην δίκαιη μεταχείρισή τους. Οι μετρήσεις που γίνονται αφορούν το προσωπικό βάσει γένους, φυλής, ηλικίας, αλλά και το ποσοστό των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Άλλες μεταβλητές μπορεί να είναι ο αριθμός των ατυχημάτων που έχουν συμβεί στη εξεταζόμενη επιχείρηση, οι ίσες ευκαιρίες στο προσωπικό, οι καταγραμμένες περιπτώσεις μη επαγγελματικής συμπεριφοράς κ.ά. (Haski-Leventhal, 2018).

Σχετικά με την αγορά και τους αγοραστές των προϊόντων, γίνεται η σχετική αξιολόγηση της επίδοσης των επιχειρήσεων στις σχέσεις τους με τους καταναλωτές και την αγορά, και σε ποιο βαθμό κατανοούν και ανταποκρίνονται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Οι μεταβλητές του δείκτη αυτού, που σχετίζονται με τις πωλήσεις των επιχειρήσεων είναι η σωστή ποιότητα, οι τιμές, η υπευθυνότητα κ.ά. (Θανόπουλος, 2009).

2.6 Τα οφέλη συμμετοχής μιας επιχείρησης στο Δείκτη

Οι επιχειρήσεις που οικειοθελώς συμμετέχουν στον δείκτη εταιρικής υπευθυνότητας, έχουν να αποκομίσουν και αποκομίζουν σημαντικά οφέλη (Βαξεβανίδου, 2011). Με τις αναφορές που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης του δείκτη εταιρικής υπευθυνότητας, μπορούν να δουν την πρόοδό τους, να ανιχνεύουν θέματα για βελτίωση κ.ά. Ο δείκτης, δίνει ιδιαίτερη έμφαση και προσοχή στις ευκαιρίες αλλά και τους κινδύνους που αντιμετωπίζει η επιχείρηση και ελέγχει κατά πόσο υλοποιούνται οι δραστηριότητες της επιχείρησης (<http://www.cri.org.gr/>) Επιπλέον, με την εσωτερική ανάλυση που καταγράφεται και οπωσδήποτε γνωστοποιείται, ενισχύονται εκ μέρους της επιχείρησης, οι καλές πρακτικές και εντοπίζονται αυτές που χρήζουν βελτίωσης (Kotler & Lee 2009). Επίσης, βοηθάει την επιχείρηση για την δημιουργία μακροχρόνιων και καλών σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και των συμμετεχόντων (Θανόπουλος, 2009).

2.7 Δημοσιοποίηση των δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Υπάρχουν πολλά και αξιόλογα μέσα για να κοινοποιήσουν οι επιχειρήσεις τις δράσεις και ενέργειες που υλοποιούν σε επίπεδο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Βαξεβανίδου, 2011). Ανάλογα με τον κλάδο που υπάγεται η επιχείρηση, το είδος των ενεργειών και δράσεων, κάθε εταιρία κοινοποιεί με διαφορετικά μέσα τη θέση της για ένα ζήτημα κοινωνικής ευθύνης που υλοποιεί. Οι πιο συχνοί τρόποι δημοσιοποίησης είναι:

- Η δήλωση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, που συνήθως υπάρχει και στην Ετήσια οικονομική έκθεση της κάθε επιχείρησης
- Η πληροφόρηση που μπορεί να γίνει μέσω του Διαδικτύου
- Τα Δελτία Τύπου της επιχείρησης που γνωστοποιούν σημαντικά γεγονότα
- Τα βραβεία που έχουν απονεμηθεί στην επιχείρηση και οι ανάλογες εκδηλώσεις βράβευσης.
- Η ετήσια έκδοση Κοινωνικών και Περιβαλλοντικών Εκθέσεων ή ο Κοινωνικός απολογισμός που εκδίδει η επιχείρηση
- Οι ενέργειες μάρκετινγκ της επιχείρησης που έχουν κοινωνικό αντίκτυπο

Ο Κοινωνικός απολογισμός είναι μία ετήσια έκθεση, στην οποία οι εταιρείες παρουσιάζουν την στάση τους στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και προβάλλουν τις δραστηριότητές τους στις τρεις διαστάσεις: την κοινωνική, την οικονομική και την περιβαλλοντική. Το πρότυπο GRI (Global Reporting Initiative) είναι μία διεθνής πρωτοβουλία για την έκδοση κοινωνικών και περιβαλλοντικών απολογισμών με στόχο τη διασφάλιση αποδοτικότερης επικοινωνίας με τα ενδιαφερόμενα μέρη (Ξανθάκης κ.ά., 2003).

Η δήλωση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι η αναφορά εκ μέρους της εταιρίας για τις δραστηριότητές της σε θέματα κοινωνικής ευαισθησίας, όπως είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα, η απαγόρευση της παιδικής εργασίας, η προστασία του περιβάλλοντος κ.ά. Όλες οι εισηγμένες στο Χ.Α. εταιρείες πρέπει, κάθε χρόνο, να δημοσιεύουν της αναφορές Κοινωνικής Ευθύνης, (Haski – Leventhal, 2018).

Η ιστοσελίδα μιας επιχείρησης είναι τα τελευταία χρόνια ένα αξιόλογο εργαλείο επικοινωνίας που διαρκώς χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο από τις επιχειρήσεις

για τη δημοσιοποίηση διαφόρων θεμάτων. Τις περισσότερες φορές, σε ένα ειδικό τμήμα της ιστοσελίδας, εμφανίζονται όλες οι πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που υλοποιεί μια επιχείρηση, σχετικά με το περιβάλλον, τις συνθήκες εργασίας, τη συμβολή σε διάφορα κοινωνικά θέματα κ.ά.

Όσον αφορά την εσωτερική επικοινωνία, υπάρχουν πολλά και αξιόπιστα μέσα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ώστε η κάθε εταιρία να επικοινωνήσει με το εσωτερικό περιβάλλον και τους εργαζομένους για θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Τα πιο συνηθισμένα μέσα είναι οι συσκέψεις, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τα περιοδικά της επιχείρησης, το Internet, κ.ά. (Γκάντζιας, 2017).

Οι ενέργειες μάρκετινγκ που συνδέονται με ένα κοινωνικό σκοπό είναι η υποχρέωση των επιχειρήσεων να παρέχουν χρήματα σε ένα συγκεκριμένο φιλανθρωπικό σκοπό ή δωρεές όπου υπάρχει ανάγκη. Σε αυτές τις ενέργειες, απαιτείται μεγάλη προσοχή γιατί η προβολή μίας τέτοιας δράσης μάρκετινγκ σκοπού μπορεί να εκληφθεί από μερικούς σαν μία εναλλακτική μορφή διαφημιστικής εκστρατείας.

Τα δελτία τύπου, καταχωρούνται και προβάλλονται στην ιστοσελίδα της επιχείρησης και καλύπτει πολλά θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, που θεωρούνται ιδιαίτερα, όπως είναι π.χ. η εθελοντική αιμοδοσία υπαλλήλων της επιχείρησης, η εκπαίδευση προσωπικού, συμμετοχή σε βραβεία κ.ά.

2.8 Η κριτική της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η σχεδόν άμεση αποδοχή και εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις επιχειρήσεις, δημιουργεί αρκετές υπόνοιες για τους πραγματικούς λόγους που οι διάφορες επιχειρήσεις, σε όλο τον κόσμο, την εντάσσουν στη στρατηγική τους. Υπάρχουν προσεγγίσεις που ταιριάζουν απόλυτα με την βασική παραδοχή της διαρκώς αυξανόμενης σημαντικότητας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Για κάποιους οικονομολόγους και συγγραφείς, υπάρχει μόνο μία κοινωνική υποχρέωση της κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας, και αυτή είναι η χρήση των πόρων της επιχείρησης σε δραστηριότητες με στόχο την κερδοφορία της και με απόλυτο σεβασμό στις αρχές του ελεύθερου ανταγωνισμού (Γκάντζιας, 2017).

Υπάρχουν όμως μερικοί που υποστηρίζουν πως ο μόνος λόγος που υλοποιούν οι επιχειρήσεις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι η μεγιστοποίηση του

κέρδους που επιδιώκουν, και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένα ακόμη μέσο προβολής των επιχειρήσεων. Ιδιαίτερα δε, για τις μεγάλες επιχειρήσεις, η οποιαδήποτε μορφή στήριξης προς τους εργαζόμενους μπορεί απλά να αποσκοπεί στην αύξηση της παραγωγικότητας τους και οι δωρεές να αποσκοπούν στην μείωση των φορολογικών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων (Θανόπουλος, 2009).

Επίσης, κάποιιοι επικριτές, θεωρούν πως δεν υφίσταται κάποιος σοβαρός λόγος να εντάσσεται η κοινωνική ευθύνη στην λειτουργία των επιχειρήσεων επειδή οι επιχειρήσεις έχουν στόχο την επίτευξη κέρδους και την ικανοποίηση των μετόχων και έτσι, άλλη χρήση πόρων για άλλους σκοπούς, είτε ηθικούς ή κοινωνικούς, είναι μία φανερή παραβίαση της εμπιστοσύνης των μετόχων. Μερικοί οικονομολόγοι, ενστερνίζονται την άποψη ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναγκάζει τις επιχειρήσεις να υιοθετούν δράσεις αντιπαραγωγικές που αποτελούν απειλή για την οικονομία της αγοράς (Βαξεβανίδου, 2011).

Εκτός από τα πολλά θετικά για τους υποστηρικτές της ΕΚΕ, υπάρχει γενικά μία σημαντική αμφισβήτηση για τον ρόλο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και επειδή κάποιιοι την θεωρούν σαν μία έμμεση διαφήμιση που επιδιώκει να καλύψει τις πραγματικές και ίσως άσχημες επιχειρηματικές δράσεις των επιχειρήσεων. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ενώ φαίνεται να προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο και να λειτουργεί υπέρ της κοινωνίας, στο τέλος καταλήγει να υπηρετεί μόνο τις επιδιώξεις των επιχειρήσεων, έχοντας εξασφαλίσει όμως την αναγκαία συναίνεση της κοινωνίας. Οι πολίτες αλλά και οι πελάτες πείθονται για τα ευγενή κίνητρα των επιχειρήσεων και για την κοινωνική τους ευαισθησία ακόμα και όταν οι δράσεις τους έχουν μικρή σχέση με τις πραγματικές κοινωνικές ανάγκες (Θανόπουλος, 2009).

2.9 Διεθνής βιβλιογραφική επισκόπηση

Η μελέτη των Wang και Sarkis (2017), διερευνά την επίδραση της διαμεσολάβησης των αποτελεσμάτων της ΕΚΕ, εξετάζοντας τη σχέση μεταξύ διακυβέρνησης της ΕΚΕ και οικονομικής απόδοσης. Οι συγγραφείς της μελέτης, εξήγαγαν δεδομένα διακυβέρνησης της ΕΚΕ και αποτελέσματα από τη βάση δεδομένων Bloomberg για το περιβάλλον, την κοινωνία και τη διακυβέρνηση (ESG) βάση δεδομένων καθώς και τα δεδομένα οικονομικής απόδοσης από τη βάση δεδομένων COMPUSTAT. Εξετάστηκαν οι πεντακόσιες Πράσινες κορυφαίες εταιρείες στις Ηνωμένες Πολιτείες για τα έτη 2009 έως 2013 και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι τα αποτελέσματα

υποδηλώνουν ότι η επιτυχής εφαρμογή της διακυβέρνησης ΕΚΕ έπαιξε σημαντικό ρόλο επηρεάζοντας θετικά την οικονομική απόδοση των εταιρειών.

Η μελέτη των Jamali et al (2008) διερευνά τις σχέσεις μεταξύ εταιρικής διακυβέρνησης (CG) και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR): πρώτον θεωρητικά, με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και την έρευνα διαφόρων διατυπώσεων που προσφέρονται. Δεύτερον εμπειρικά, διερευνώντας τη σύλληψη και την ερμηνεία αυτής της σχέσης στο πλαίσιο ενός δείγματος εταιρειών που λειτουργούν στο Λίβανο. Οι συγγραφείς υιοθέτησαν μια ποιοτική ερμηνευτική μεθοδολογία έρευνας, αντλώντας πληροφορίες από συνεντεύξεις με τους κορυφαίους διευθυντές οκτώ εταιρειών που λειτουργούν στο Λίβανο. Τα ευρήματα υποδηλώνουν έντονα ότι η πλειονότητα των διευθυντών θεωρούν την CG ως απαραίτητο πυλώνα για μια βιώσιμη ΕΚΕ. Τα ευρήματα υπονοούσαν σαφώς ότι η πρόσφατη ανησυχία με την CG στις αναπτυσσόμενες χώρες άρχισε να αντισταθμίζεται από κάποιο ενδιαφέρον / προσοχή στην ΕΚΕ με την αυξανόμενη εκτίμηση των δράσεων.

Οι Jo και Harjoto (2012) εξετάζουν την εμπειρική σχέση μεταξύ εταιρικής διακυβέρνησης (CG) και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR) διερευνώντας τις αιτιώδεις επιπτώσεις τους. Χρησιμοποίησαν ένα μεγάλο και εκτεταμένο δείγμα στις Η.Π.Α. και διαπίστωσαν ότι ενώ η υστέρηση της CSR δεν επηρεάζει τις μεταβλητές CG, η υστέρηση των μεταβλητών CG επηρεάζει θετικά την εμπλοκή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αφού ελέγχει διάφορα χαρακτηριστικά της εταιρείας. Επιπλέον, εξετάστηκε η σχετική σημασία της θεωρίας των ενδιαφερομένων μερών και της θεωρίας των παραγόντων σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ CSR, CG και εταιρικής χρηματοοικονομικής απόδοσης (CFP), καθώς και τη σχέση μεταξύ CSR και CFP. Τα αποτελέσματά τους έδειξαν ότι η εμπλοκή της ΕΚΕ επηρέασε θετικά την εταιρική χρηματοοικονομική απόδοση CFP, υποστηρίζοντας την υπόθεση επίλυσης συγκρούσεων με βάση τη θεωρία των ενδιαφερομένων, αλλά όχι το επιχείρημα υπερ-επένδυσης της ΕΚΕ που βασίζεται στη θεωρία της εταιρείας. Τέλος, έδειξαν ότι η δέσμευση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των εταιριών με την κοινότητα, το περιβάλλον, την διαφορετικότητα και τους υπαλλήλους διαδραματίζει σημαντικό θετικό ρόλο στην ενίσχυση της CFP.

Οι Vanhamme και Grobbsen, (2009) με την μελέτη τους διερευνούν εάν η διάρκεια της συμμετοχής της εταιρείας στην ΕΚΕ έχει σημασία όταν χρησιμοποιεί αξιώσεις ΕΚΕ

στην επικοινωνία κρίσης, ως μέσο για την αντιμετώπιση της αρνητικής δημοσιότητας. Το συμπέρασμά τους είναι ότι η χρήση ισχυρισμών ΕΚΕ στην επικοινωνία κρίσεων είναι πιο αποτελεσματική για εταιρίες με μακρά ιστορία ΕΚΕ από ό, τι για εκείνες με σύντομο ιστορικό, και ο σκεπτικισμός των καταναλωτών σχετικά με τις αξιώσεις βρίσκεται στην καρδιά αυτού του φαινομένου.

Η μελέτη του Turker (2009), ξεκίνησε επισημαίνοντας ότι παρά το αυξανόμενο σώμα της βιβλιογραφίας σχετικά με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και τον θετικό αντίκτυπο που έχει στις επιχειρήσεις και τους ενδιαφερόμενους, η μέτρησή της εξακολουθεί να είναι προβληματική. Αν και η βιβλιογραφία παρέχει διάφορες μεθόδους για τη μέτρηση των εταιρικών κοινωνικών δραστηριοτήτων, σχεδόν όλες έχουν κάποιους περιορισμούς. Έτσι, ο σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να παρέχει ένα πρωτότυπο, έγκυρο και αξιόπιστο μέτρο CSR που να αντικατοπτρίζει τις ευθύνες μιας επιχείρησης σε διάφορους ενδιαφερόμενους. Με βάση ένα προτεινόμενο εννοιολογικό πλαίσιο της ΕΚΕ, αναπτύχθηκε μια κλίμακα μέσω μιας συστηματικής διαδικασίας ανάπτυξης. Στη μελέτη, πραγματοποιήθηκε ανάλυση διερευνητικών παραγόντων για τον προσδιορισμό της υποκείμενης παραγοντικής δομής της κλίμακας. Συλλέχθηκαν δεδομένα από 269 επαγγελματίες που εργάζονται στην Τουρκία. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης παρείχαν μια τετραδιάστατη δομή της ΕΚΕ, συμπεριλαμβανομένης της ΕΚΕ σε κοινωνικούς και μη κοινωνικούς φορείς, υπαλλήλους, πελάτες και κυβερνήσεις.

Ο Maron (2006) σε δημοσίευσή του, προτείνει μια ενοποιημένη θεωρία της σχέσης μεταξύ εταιρικής κοινωνικής απόδοσης (CSP) και εταιρικής οικονομικής απόδοσης (CFP). Η θεωρία παρέχει ένα πλαίσιο για τον εξορθολογισμό των διαφορών και αντιφατικών ευρημάτων σε προηγούμενες εμπειρικές έρευνες και βασίζεται στους παραλληλισμούς μεταξύ των τομέων των επιχειρήσεων και της ΕΚΕ, και ως εκ τούτου βασίζεται σε οικονομικά μοντέλα.

Ο στόχος της θεωρητικής-εμπειρικής μελέτης του Mercedes (2016), ήταν να διερευνηθεί η αμφίδρομη σχέση μεταξύ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Οικονομικής Απόδοσης σε ισπανικές εισηγμένες στο Χρηματιστήριο εταιρείες. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την εμπειρική μελέτη που πραγματοποιήθηκε στις εταιρείες που είναι εγγεγραμμένες στο Χρηματιστήριο της Μαδρίτης έδειξαν θετικές σχέσεις και προς τις δύο κατευθύνσεις, δηλαδή ότι το κοινωνικό είναι κερδοφόρο και

ότι το κερδοφόρο είναι κοινωνικό, δημιουργώντας έτσι έναν κύκλο θετικών σχολίων. Επιπλέον, τα αποτελέσματα αυτής της ανάλυσης είχαν πρακτικές εφαρμογές στην αίθουσα συνεδριάσεων, πράγμα που σημαίνει ότι ήταν απόδειξη ότι όλες οι κοινωνικές πολιτικές αύξησαν τους οικονομικούς πόρους και αντίστροφα, ότι οι αυξημένες οικονομικές επιδόσεις οδήγησαν σε μεγαλύτερα κοινωνικά οφέλη. Κατά συνέπεια, η εργασία ενθάρρυνε όλα τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου να σταθμίσουν σοβαρά τους επενδυτικούς χρηματοοικονομικούς πόρους στην ανάπτυξη πολιτικών που αύξησαν τα επίπεδα των συνιστωσών κοινωνικής συμπεριφοράς προκειμένου να συμβάλουν παγκοσμίως στη βελτίωση της κοινωνίας.

Η μελέτη των Alniacik (2011), έδειξε πώς οι θετικές και αρνητικές πληροφορίες για την εταιρική κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη επηρεάζουν τις προθέσεις αγοράς, απασχόλησης και επενδύσεων διαφόρων ενδιαφερομένων. Οι συγγραφείς χειραγώγησαν τις πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR) μιας υποθετικής εταιρείας σε πειραματικό σχεδιασμό μεταξύ θεμάτων. Ο σχεδιασμός είχε δύο διεργασίες. Στη διεργασία «θετικής ΕΚΕ», η κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση της εταιρείας περιγράφηκε με θετική προοπτική (που απεικονίζει μια ισχυρή κοινωνική απόδοση), ενώ στη διεργασία «αρνητικής ΕΚΕ» με αρνητική προοπτική (που απεικονίζει μια αδύναμη κοινωνική απόδοση). Και στις δύο διεργασίες, οι πληροφορίες σχετικά με άλλα βασικά χαρακτηριστικά της εστιακής εταιρείας διατηρήθηκαν σταθερές. Οι προθέσεις των ερωτηθέντων να αγοράσουν προϊόντα, να αναζητήσουν εργασία και να επενδύσουν στην εταιρεία αξιολογήθηκαν με κλίμακες πολλαπλών αντικειμένων. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι θετικές πληροφορίες ΕΚΕ για μια εταιρεία ενισχύουν τις προθέσεις των καταναλωτών να αγοράσουν προϊόντα, τις προθέσεις των δυνητικών εργαζομένων να αναζητήσουν εργασία και τις προθέσεις των δυνητικών επενδυτών να επενδύσουν στην εταιρεία. Συζητούνται οι θεωρητικές και διαχειριστικές επιπτώσεις των ευρημάτων.

Η μελέτη των Mercedes et al (2021), είχε ως στόχο να συμβάλει θεωρητικά στη μέτρηση των εννοιών της ΕΚΕ, της χρηστής διακυβέρνησης και της φήμης στις Μικρές ως Μεσαίες επιχειρήσεις, καθώς είναι έννοιες μεγάλης σημασίας στη διαχείριση των επιχειρήσεων και σχετίζονται. Οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης μέσω της άσκησης χρηστής διακυβέρνησης σημαίνει ότι οι Μικρές ως Μεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν σταθερή φήμη. Ο σκοπός του κεφαλαίου είναι να δείξει πώς οι εταιρείες που ενσωματώνουν την κοινωνική ευθύνη στο επιχειρηματικό τους μοντέλο

επιτυγχάνουν καλύτερη εικόνα στα μάτια των ενδιαφερομένων. Οι κώδικες δεοντολογίας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο ως μέσο χρηστής διακυβέρνησης. Ως αποτέλεσμα, το κεφάλαιο προτείνει δείκτες μέτρησης που θα χρησιμοποιηθούν σε μελλοντική εμπειρική έρευνα για την επαλήθευση των επιπτώσεων της αιτιότητας. Μπορούν να αποτελέσουν πολύτιμο εργαλείο για τη διαχείριση της γνώσης ως πηγή καινοτομίας για τις Μικρές έως Μεσαίες επιχειρήσεις.

Η εργασία των Kabir και Thai (2017), απέβλεπε στη διερεύνηση της μετριοπαθούς επίδρασης των διαφορετικών πτυχών της εταιρικής διακυβέρνησης (ξένη και κρατική ιδιοκτησία, μέγεθος και ανεξαρτησία του διοικητικού συμβουλίου) στη σχέση μεταξύ της ΕΚΕ και της οικονομικής απόδοσης. Τα συνηθισμένα αποτελέσματα παλινδρόμησης ελαχίστων τετραγώνων έδειξαν ότι οι δραστηριότητες της ΕΚΕ επηρεάζουν θετικά την οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων. Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά εταιρικής διακυβέρνησης όπως, η ιδιοκτησία ξένων, το μέγεθος και η ανεξαρτησία του διοικητικού συμβουλίου, ενίσχυσαν τη θετική σχέση μεταξύ της ΕΚΕ και της χρηματοοικονομικής απόδοσης, αλλά δεν υπήρχε τέτοιος αντίκτυπος της κρατικής ιδιοκτησίας.

Ο σκοπός της εργασίας των Mahrani και Soewarno (2018), ήταν να προσδιορίσει την άμεση επιρροή του μηχανισμού χρηστής εταιρικής διακυβέρνησης (GCG) και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR) στην οικονομική απόδοση, καθώς και μέσω της διαχείρισης κερδών ως διαμεσολαβητική μεταβλητή. Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν σε αυτήν την έρευνα ήταν δευτερεύοντα δεδομένα που περιλάμβαναν 102 εταιρείες εισηγμένες στο Χρηματιστήριο της Ινδονησίας για την περίοδο 2014. Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν σε αυτή τη μελέτη αναλύθηκαν χρησιμοποιώντας μερικό λιγότερο τετράγωνο. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο μηχανισμός GCG και CSR έχει θετική επίδραση στην οικονομική απόδοση, καθώς και η CSR στην οικονομική απόδοση.

Ο σκοπός της δημοσίευσης των Sale et al (2011), ήταν να εξετάσει τη σχέση μεταξύ της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR) και της εταιρικής χρηματοοικονομικής απόδοσης (CFP) των δημόσιων εισηγμένων εταιρειών της Μαλαισίας (PLC) ως μια αναδυόμενη αγορά. Πραγματοποιήθηκε μια διαχρονική ανάλυση δεδομένων με δοκιμές μεγάλου δείγματος από 200 PLC της Μαλαισίας χρησιμοποιώντας ανάλυση δεδομένων πάνελ κατά τη διάρκεια μιας περιόδου επτά ετών. Τα αποτελέσματα

προηγούμενων εκτιμήσεων έδειξαν ότι ήταν θετικά και σημαντικά σχετικά με την CSR στην CFP, δύο από τις διαστάσεις της ΕΚΕ, δηλαδή οι σχέσεις των εργαζομένων και η συμμετοχή της κοινότητας, βρέθηκαν να σχετίζονται θετικά με την οικονομική απόδοση. Αυτό απέδειξε ότι οι πρακτικές των ΕΚΕ θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως προσπάθεια ενίσχυσης της οικονομικής απόδοσης των PLC στη Μαλαισία. Τα αποτελέσματα αποκάλυψαν επίσης ότι υπήρχαν περιορισμένα στοιχεία για τη σχέση μεταξύ CSR και CFP μακροπρόθεσμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΣΚΟΠΟΣ, ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 Σκοπός και στόχοι της έρευνας

Ο σκοπός της έρευνας είναι να καταγραφεί ο τρόπος με τον οποίο οι εταιρείες που ανήκουν στον κλάδο των τροφίμων και ποτών στη Βόρειο Ελλάδα και εφαρμόζουν ΕΚΕ, αντιλαμβάνονται και υλοποιούν τα προγράμματα αυτά.

Κρίνεται σκόπιμο να προηγηθεί μία σύντομη, ενδεικτική επισκόπηση των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν ΕΚΕ στην Ελλάδα. Η επισκόπηση αυτή βοηθάει να κατανοηθεί καλύτερα το πλαίσιο εφαρμογής της ΕΚΕ στην Ελλάδα και να αναλυθούν μέσα σε αυτό τα ευρήματα της συγκεκριμένης έρευνας.

Με βάση το σκοπό της έρευνας προκύπτουν ερωτήματα τα οποία η παρούσα έρευνα φιλοδοξεί να απαντήσει:

- Πόσο σημαντική θεωρούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη οι επιχειρηματίες ή τα στελέχη των επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών που την εφαρμόζουν,
- Ποια προγράμματα και δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υλοποιούν και για ποιους λόγους,
- Κατά πόσο θεωρούν οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών της Βορείου Ελλάδος ότι οι δράσεις ΕΚΕ προσφέρουν περισσότερα από όσο κοστίζουν,
- Λόγω της οικονομικής κρίσης και της τελευταίας πανδημίας σκοπεύουν να τροποποιήσουν ή όχι τον προϋπολογισμό των δαπανών της ΕΚΕ.

3.2 Η μεθοδολογία της έρευνας

Η επισκόπηση που προηγείται της κύριας έρευνας, βασίστηκε σε δευτερογενή δεδομένα. Συγκεκριμένα μελετήθηκαν οι ιστότοποι 14 επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, οι οποίες έχουν πλούσιες δράσεις και προγράμματα ΕΚΕ.

Η επισκόπηση αυτή, κρίθηκε σκόπιμο να πραγματοποιηθεί για να καταγραφεί το πλαίσιο μέσα στο οποίο κινούνται οι δράσεις ΕΚΕ των εταιριών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

Η κυρίως έρευνα αφορά επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των τροφίμων της Βορείου Ελλάδος και εφαρμόζουν πολλές δραστηριότητες και προγράμματα ΕΚΕ. Για την άντληση των στοιχείων πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα, και συγκεκριμένα ημι-δομημένες συνεντεύξεις σε δεκαεπτά εκπροσώπους των επιχειρήσεων αυτών. Η συγκεκριμένη έρευνα επιλέχθηκε διότι δίνει τη δυνατότητα σε βάθος, καταγραφής των απόψεων και στάσεων των ερωτώμενων (Ζαφειρόπουλος, 2015). Η έρευνα έγινε τηλεφωνικά από 01/12/2020 έως 15/01/2021.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΕ

ΤΟ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

4.1 Εισαγωγή

Το ερευνητικό μέρος χωρίζεται σε δύο μέρη:

Το πρώτο περιλαμβάνει μια ηλεκτρονική έρευνα για δράσεις ΕΚΕ 14 επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, η οποία βασίστηκε στις πληροφορίες των ιστοτόπων των εταιριών.

Το δεύτερο μέρος, περιλαμβάνει μία έρευνα η οποία βασίστηκε σε ημι-δομημένες συνεντεύξεις, δεκαεπτά εκπροσώπων επιχειρήσεων τροφίμων (επιχειρηματιών ή στελεχών τους) και ποτών της Βορείου Ελλάδος.

4.2 1^η έρευνα

Η πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και καλές πρακτικές των ελληνικών επιχειρήσεων.

Τα τελευταία χρόνια, πολλοί ακαδημαϊκοί έχουν δημοσιεύσει μελέτες σχετικά με την ακριβή έννοια και τα χαρακτηριστικά στοιχεία που καθορίζουν την ΕΚΕ. Από τους πολλούς ορισμούς που υπάρχουν στην διεθνή και ελληνική βιβλιογραφία, ο πιο αποδεκτός είναι αυτός του Carroll, ο οποίος θεωρεί την ΕΚΕ σαν μια σύνθεση που περιλαμβάνει τέσσερις διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας, (Carroll A., 1991).

1. **Οικονομικές Προσδοκίες:** Όλες οι επιχειρήσεις έχουν επενδυτές και μετόχους οι οποίοι επένδυσαν και επιθυμούν να έχουν το προσδοκώμενο κέρδος από τις επενδύσεις τους, έχουν τους εργαζόμενους οι οποίοι επιθυμούν ασφαλή εργασία η οποία να αμείβεται σωστά και δίκαια, έχουν πελάτες και καταναλωτές των προϊόντων και υπηρεσιών τους, οι οποίοι επιζητούν καλής ποιότητας προϊόντα σε

λογική τιμή, κ.λπ. Για τους λόγους αυτούς έχουν συσταθεί όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες και κύρια ευθύνη τους είναι η ορθή λειτουργία τους για να επιβιώσουν στον επιχειρηματικό χώρο. Όλες οι άλλες ευθύνες των επιχειρήσεων, εντάσσονται στο πεδίο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Σύμφωνα με τον Carroll (1991), η εκπλήρωση των οικονομικών ευθυνών της προς όλους τους ενδιαφερόμενους, είναι, μία βασική προϋπόθεση από το σύνολο επιχειρήσεων.

2. **Νομικές Προσδοκίες:** Η ευθύνη των επιχειρήσεων σε σχέση με τον νόμο απαιτεί να τηρούν όλους τους νόμους, διατάξεις, οδηγίες και να ενεργούν νόμιμα. Σύμφωνα με τον Carroll, η ικανοποίηση των νομικών ευθυνών των επιχειρήσεων απαιτείται από όλες τις επιχειρήσεις που θέλουν και ενεργούν ώστε να είναι κοινωνικά υπεύθυνες.
3. **Ηθικές Προσδοκίες:** Η ευθύνη επιτάσσει ώστε οι επιχειρήσεις να κάνουν ότι θεωρείται δίκαιο, σωστό και εύλογο, ακόμη και όταν δεν υποχρεώνονται οι επιχειρήσεις από νόμους και διατάξεις. Κατά τον Carroll οι ηθικές ευθύνες αποτελούνται από όλα αυτά που περιμένει η κοινωνία εκτός από τις οικονομικές και νομικές προσδοκίες.
4. **Φιλανθρωπικές Προσδοκίες:** Το τέταρτο επίπεδο της ΕΚΕ εξετάζει τις φιλανθρωπικές δράσεις των επιχειρήσεων. Αυτή η πτυχή της ΕΚΕ αντιμετωπίζει μια μεγάλη ποικιλία θεμάτων όπως, δωρεές σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, επενδύσεις σε υποδομές αναψυχής για τους υπαλλήλους, υποστήριξη τοπικών σχολείων, όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης και της χορηγίας αθλητικών διοργανώσεων.

Ένα βασικό και πρωταρχικό θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι η ιδέα της εθελοντικής πρωτοβουλίας των επιχειρήσεων. Αυτό υλοποιείται με ενέργειες και δράσεις στους τομείς των ηθικών και των φιλανθρωπικών προσδοκιών αλλά μπορεί να θεωρηθεί επίσης και για τα πρώτα δύο επίπεδα. Οι επιχειρήσεις μπορεί να αποτύχουν να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους και τις ευθύνες τους σχετικά με τα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη, τους μετόχους και τους υπαλλήλους τους.

Οποσδήποτε, το πιο κοινό μέρος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων δεν αναφέρεται στις οικονομικές υποχρεώσεις έναντι των μετόχων και των εργαζομένων ή των όποιων νομικών δεσμεύσεων και υποχρεώσεων, αλλά για τις εθελοντικές πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων, τα προγράμματα που προτείνουν και εφαρμόζουν, τις στρατηγικές εκείνες των επιχειρήσεων, που ανταποκρίνονται στις

ευθύνες τους έναντι της κοινωνίας, με βάση συγκεκριμένα ηθικά ή φιλανθρωπικά κίνητρα.

Η εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα προσδιορίζει ότι οι επιχειρήσεις δεν είναι και λειτουργούν απλά σαν κερδοσκοπικές οντότητες, αλλά επίσης έχουν ταυτόχρονα και την ηθική υποχρέωση να προσφέρουν στην κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιούνται.

Ερευνώντας ιστοσελίδες ελληνικών επιχειρήσεων ή διεθνών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται και στην Ελλάδα, καταγράφηκαν ενέργειες, δράσεις και πολιτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από 14 επιχειρήσεις .

1.COCO-MAT

Η προσφορά της COCO-MAT στην κοινωνία είναι συνεχής και διακριτική. Υποστηρίζει αρκετές καινοτόμες δράσεις που σχετίζονται με την κοινωνία και συγκεκριμένα με την παιδεία.

Για τις δράσεις ΕΚΕ που στοχεύουν στην κοινωνία και στην υγεία αλλά και στην ποιότητα ζωής, έχει αναπτύξει σημαντικές συνεργασίες με διάφορους φορείς όπως είναι το «Υπνωτήριο Αστέρων στην Αθήνα», την Εταιρεία Προστασίας Ανηλίκων Πειραιά «Ο ΚΑΛΟΣ ΠΟΙΜΗΝ», το «Make a wish» Ελλάδος κ.α. προσφέροντας προϊόντα ή παρέχοντας εθελοντική εργασία.

Επίσης, ανιχνεύοντας τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας, βοηθάει με διάφορα μέσα την υποστήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων όπως είναι οι πλημυροπαθείς κάτοικοι του Έβρου.

Η COCO-MAT, υλοποιώντας δράσεις για την παιδεία και την υγεία, στα πλαίσια του Ομίλου Μαθητικής Επιχειρηματικότητας Junior Achievement ενίσχυσε 15χρονους μαθητές του Pierce (μέλος του Αμερικανικού Κολλεγίου στην Ελλάδα), ώστε να μπορέσουν να δημιουργήσουν ένα ορθοσωματικό μαξιλάρι ώστε με αυτό να μπορέσουν να συμβάλουν σε μια πιο εύκολη διαμονή μέσα στην σχολική αίθουσα αφού σύμφωνα με έρευνα, το 65% των μαθητών εμφανίζουν πόνους στη μέση και προβλήματα με τη σπονδυλική τους στήλη.

[\(https://www.coco-mat.com/gr_el/company/\)](https://www.coco-mat.com/gr_el/company/)

Οι δράσεις για το περιβάλλον σχετίζονται με την ευαισθητοποίηση των πολιτών αλλά και φορέων και κυβερνήσεων, δίνοντας στρώματα και ζεστά παπλώματα, για να υποστηρίξει μία μεγάλη προσπάθεια, το project «Hearts in the Ice». Συγκριμένα, δύο γυναίκες, η Hilde Falun Strom (Νορβηγία) και η Sunniva Sorby (Καναδάς) θέλοντας να τραβήξουν το ενδιαφέρον του κόσμου για την κλιματική αλλαγή, αποφάσισαν να ζήσουν στην απομακρυσμένη καμπίνα «Bamsebu» στην Αρκτική, στο Svalbard της Νορβηγίας, 140 χιλιόμετρα μακριά από το πλησιέστερο σπίτι σε συνθήκες πολύ σκληρές, αφού εκεί δεν έχει ούτε νερό, ούτε ηλεκτρικό ρεύμα και η διαμονή τους διήρκεσε 9 ολόκληρους μήνες.

Θέλοντας να ενισχύσει την κοινωνία και συγκεκριμένα την παιδεία, προσέφερε υφασμάτινες σχολικές τσάντες COCO-MAT για τους μαθητές στο χωριό Κονγκό της Τανζανίας μέσω της ομάδας wheeling2help της Θεσσαλονίκης, η οποία επισκέφθηκε για 3η φορά το συγκεκριμένο χωριό. Η ομάδα COCO-MAT βοήθησε στο χτίσιμο της κουζίνας αλλά και της τουαλέτας του δημοτικού σχολείου, βελτιώνοντας έτσι τις υποδομές ώστε να υπάρξει μείωση της μετάδοσης ασθενειών λόγω έλλειψης υγιεινής.

2.Ο Όμιλος Intrakat

Ο Όμιλος Intrakat, στηριζόμενος στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής, υλοποιεί δράσεις και πολιτικές οι οποίες βοηθούν στην προστασία του περιβάλλοντος, την στήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων, την βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινωνιών, την προαγωγή του πολιτισμού και των τεχνών, την ενίσχυση του αθλητισμού.

Συμμετέχει σε πολλές δράσεις οι οποίες αφορούν την αγορά, το περιβάλλον και την κοινωνία. Συγκεκριμένα, οι μορφές και τα είδη δράσεων σχετίζονται με την παροχή τροφίμων σε άπορες οικογένειες, την παροχή φαρμάκων μέσω των διαφόρων ιδρυμάτων για την προστασία του παιδιού και την περίθαλψη ατόμων με ειδικές ανάγκες, διάφορα προγράμματα αναδάσωσης που υλοποιούν φορείς και τοπικές κοινωνίες, εξειδικευμένα και επιστημονικά συνέδρια και εκδηλώσεις με θεματολογία και προσανατολισμό το περιβάλλον και τη διαχείριση αποβλήτων, διάφορα προγράμματα τα οποία έχουν σκοπό να βοηθήσουν κατοίκους πυρόπληκτων περιοχών,

την οικονομική ενίσχυση και χορηγία αθλητών και σωματείων, τη χορηγία διαφόρων και σπουδαίων εικαστικών, αρχιτεκτονικών και αρχαιολογικών εκθέσεων.

(<https://www.intrakat.gr/the-company/eke/corporate-social-responsibility>)

3. P&G

Η P&G, το 2018 κοινοποίησε τους νέους στόχους αειφορίας που επεξεργάστηκε και έθεσε με την ονομασία «Ambition 2030». Αυτοί οι στόχοι του προγράμματος, έχουν σκοπό να ενθαρρύνουν και να εμπνεύσουν τη δημιουργία θετικού αντίκτυπου στο περιβάλλον, στην κοινωνία, αλλά και στον καταναλωτή.

Η εταιρία καταβάλλει προσπάθειες να αντιμετωπίσει τις σύγχρονες περιβαλλοντικές προκλήσεις, τους περιορισμένους πόρους και την αυξανόμενη κατανάλωση κι έτσι εστίασε τους φιλόδοξους στόχους της σε αυτούς τους συγκεκριμένους τομείς. Με δράσεις μείωσε σταδιακά το αποτύπωμά της στο περιβάλλον σχετικά με το κλίμα, το νερό και τα απόβλητα. Γίνονται προσπάθειες ώστε όλα τα κορυφαία προϊόντα της να έχουν μετρήσιμο θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και το περιβάλλον. Για παράδειγμα, όλες οι πάνες και τα μωρομάντηλα που παράγει να είναι ανακυκλώσιμα.

Η μείωση των πλαστικών στο μισό, είναι ένας στόχος που θέλει να επιτύχει η εταιρία ελαφρύνοντας τη συσκευασία, και χρησιμοποιώντας περισσότερο ανακυκλωμένο περιεχόμενο (PCR), προωθώντας έτσι την χρήση για τις πιο συμπτυκνωμένες μορφές προϊόντων. Ήδη, από το 2019, το 88% των συσκευασιών της είναι ανακυκλώσιμες. Τα 3R - Reduce, Reuse, Recycle (Μείωση, Επαναχρησιμοποίηση, Ανακύκλωση), παίζουν ρόλο στη στρατηγική της εταιρίας για τις συσκευασίες.

Χρησιμοποιεί πολύ ξύλου σε ορισμένα από τα προϊόντα της, και εφαρμόζει πολιτικές για να διασφαλίσει ότι η άντληση πόρων από τα δάση υλοποιείται και πιστοποιείται βάσει υψηλών προτύπων. Συνεργάζεται με πλήθος οργανισμών για να αυξήσει την έκταση δασών στον πλανήτη καθώς και υλοποιεί δράσεις ανάπτυξης προϊόντων με προσέγγιση θετική προς τα δάση. Παράδειγμα, κάθε φύλλο χαρτιού Bounty είναι 2 φορές πιο απορροφητικό από την δεύτερη μεγαλύτερη ετικέτα παρόμοιων προσαρμοσμένου μεγέθους προϊόντων.

4.Coca-Cola

Για την Coca-Cola η εταιρική υπευθυνότητα και η βιώσιμη ανάπτυξη έχουν μεγάλη σημασία και εφαρμόζονται σε κάθε πλευρά της δραστηριότητάς της. Στόχος της είναι να δημιουργεί και να συνεισφέρει, μαζί με την τοπική κοινωνία και όλους τους εταίρους, ένα καλύτερο μέλλον σε όλους.

Θεωρούν, ότι η προστασία του περιβάλλοντος συνιστά βασικό παράγοντα της μακροπρόθεσμης επιτυχίας τους και έχουν ενσωματώσει αυτή την πεποίθηση στην εταιρική στρατηγική και πολιτική της.

Για την επίτευξη των μακροπρόθεσμων περιβαλλοντικών δεσμεύσεων διεξάγει τις δραστηριότητές της σύμφωνα με τις απαιτήσεις του νόμου, εφαρμόζει τα περιβαλλοντικά πρότυπα του κλάδου, λαμβάνοντας υπόψη πάντα τις ανάγκες και προσδοκίες των εμπλεκόμενων και ενδιαφερόμενων μερών προωθεί την καινοτομία μέσω της εκπαίδευσης του προσωπικού και της συμμετοχής, συνεργάζεται ενεργά για την ανάπτυξη μόνιμων λύσεων και τη μείωση του περιβαλλοντικού της αποτυπώματος κ.α.

Η εταιρία, προωθεί την παροχή ενός εργασιακού περιβάλλοντος στο οποίο οι κίνδυνοι υγείας και ασφάλειας ελέγχονται ώστε να προλαμβάνονται οι τραυματισμοί και οι ασθένειες, εφαρμόζει ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα διαχείρισης υγείας και ασφάλειας κατάλληλου στις τρέχουσες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Με αυτό τον τρόπο βρίσκει και ελέγχει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες υγείας και ασφάλειας από γνωστά αίτια τραυματισμών και επαγγελματικών ασθενειών, βεβαιώνει ότι όλοι οι εργαζόμενοι του οργανισμού κατανοούν και δεσμεύονται στην υλοποίηση των πολιτικών και των πρακτικών υγείας και ασφάλειάς της, αναπτύσσει την επάρκεια των υπαλλήλων σε θέματα υγείας και ασφάλειας μέσω της εκπαίδευσης σε όλα τα επίπεδα του οργανισμού κ.α.

Η Coca-Cola δεσμεύεται και βεβαιώνει όλους τους ενδιαφερόμενους ότι θα προάγει τη βιώσιμη ανάπτυξη με σκοπό τη δημιουργία αξίας τόσο για τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες όσο για την κοινωνία. Συνέπεια αυτής της δέσμευσης, είναι ότι παράγει και διαθέτει προϊόντα που ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών, καλλιεργεί ένα καλό εργασιακό περιβάλλον και ασκεί την επιχειρηματική της δραστηριότητα ώστε να διαφυλάσσει το περιβάλλον, βοηθώντας έτσι στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων.

Έτσι, καταβάλλει συνεχείς προσπάθειες ώστε να λειτουργεί υπεύθυνα, σε συνεργασία με τους εταίρους και τις κοινωνίες με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη. Τα τελευταία χρόνια ενσωματώνει τις αξίες της εταιρικής ευθύνης και της βιωσιμότητας σε όλες τις δραστηριότητές της και επενδύει συνεχώς στις κοινωνίες σε βασικά περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα.

(<https://gr.coca-colahellenic.com/gr/a-more-sustainable-future>)

5.EUROBANK

Η EUROBANK, κατά τον σχεδιασμό των δράσεών της δίνει προτεραιότητα στην ελληνική οικονομία, την κοινωνία και την ανάπτυξη. Στηρίζει την ελληνική επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, την εξωστρέφεια, την παιδεία και επιβραβεύει την αριστεία και ενθαρρύνει τη νέα γενιά για περισσότερη γνώση και μόρφωση.

Με το πρόγραμμα, «*Η Μεγάλη Στιγμή για την Παιδεία*», κάθε έτος επιβραβεύει τους αριστούχους απόφοιτους των πανελλαδικών εξετάσεων. Τους προσφέρει πολλά κίνητρα, ηθικά και υλικά. Μέχρι σήμερα, και στα 18 χρόνια αυτής της δράσης ΕΚΕ βραβευτεί 19.453 αριστούχοι.

Συνολικά, περισσότερα από 18 εκατ. ευρώ έχουν δοθεί σε χρηματικά έπαθλα στους αριστούχους που πρότευσαν στις πανελλαδικές εξετάσεις.

Με διάφορες ενέργειες, ευαισθητοποιεί τους υπαλλήλους της σε θέματα περιβάλλοντος και εξοικονόμησης ενέργειας. Σχεδιάζει και υλοποιεί εκστρατείες ενημέρωσης, διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα και ομαδικές δραστηριότητες ευαισθητοποίησης στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της.

Με την εκστρατεία, «*Καλή ενέργεια – Δεν τη σπαταλάμε, την κάνουμε κάτι καλό*» το 2015 ευαισθητοποίησε τους εργαζόμενούς της, τους ενημέρωσε για περιβαλλοντικά θέματα και κοινωνικά οφέλη. Μέρος των χρημάτων που εξοικονομήθηκαν διατέθηκαν για τη θέρμανση του Λύρειου Παιδικού Ιδρύματος. Η προσπάθεια αυτή αναγνωρίστηκε και επιβραβεύτηκε με διάφορα βραβεία (.Χρυσό Βραβείο Energy Efficiency in Business, Χρυσό Βραβείο Energy Conservation, Ευρωπαϊκό Βραβείο EMAS)

Η ευαισθητοποίηση του προσωπικού της εταιρίας σε θέματα περιβάλλοντος αποτελεί προτεραιότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της. Τις αρχές της Βιώσιμης

Ανάπτυξης οφείλουν να τις κάνουν πρώτα πράξη οι ίδιοι μέσα στις επιχειρήσεις τους, από το 2005 συνεργάζονται με το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για την Προστασία του Περιβάλλοντος και την προώθηση της Ανάπτυξης, συμμετέχουν σε κέντρα λήψης αποφάσεων και προώθησης της γνώσης για την τραπεζική ανάπτυξη (<https://www.eurobank.gr/el/omilos/etairiki-koinoniki-euthuni>).

6.MetLife

Για την MetLife, ο ακρογωνιαίος λίθος της εταιρικής της ευθύνης είναι να λειτουργεί με τέτοιο τρόπο ώστε να ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο και να προστατεύει την οικονομική της ισχύ, ώστε να μπορεί εκπληρώνει τις υποσχέσεις της απέναντι στους πελάτες και στους ανθρώπους της.

Οι δράσεις ΕΚΕ της MetLife περιλαμβάνουν τη χρηματοδότηση προγραμμάτων εκπαίδευσης, την ενδυνάμωση και υποστήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων, την προστασία του περιβάλλοντος με προγράμματα αναδάσωσης, ανακύκλωσης και τη δημιουργία προϋποθέσεων και ευκαιριών για βιώσιμη ανάπτυξη και ευημερία.

Σχεδίασε το εκπαιδευτικό πρόγραμμα με θεματική, «Παίζω, ανακαλύπτω και αισθάνομαι ...στα μουσεία» για άτομα με αναπηρία και με γενικούς στόχους ώστε τα άτομα με ειδικές ανάγκες να εξοικειωθούν με μουσεία και χώρους πολιτισμού και να έρθουν σε επαφή με συλλογές, να ενεργοποιήσουν τη βιωματική μάθηση με εργαλείο τις αισθήσεις, το παιχνίδι και τα πραγματικά αντικείμενα, να έρθουν σε επαφή και να κατανοήσουν τον κόσμο στον οποίο ζουν, να ασκήσουν και να εξελίξουν τις δεξιότητές τους.

Ο θεσμός των «Business Days», χαρακτηρίζεται από εκπαιδευτικές επισκέψεις φοιτητών και αποφοίτων διαφόρων πανεπιστημιακών σχολών σε πολυεθνικές επιχειρήσεις, στις οποίες γίνονται παρουσιάσεις και σεμινάρια από στελέχη των επιχειρήσεων. Ανοίγει τις πόρτες σε ταλαντούχους φοιτητές και αποφοίτους, και παρέχει την δυνατότητα σε νέους να ενημερωθούν για την πραγματική αγορά.

Στα πλαίσια των ενεργειών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της, υλοποιεί ένα πρωτοπόρο πρόγραμμα, το «MetLife Life Changer», με τη συμμετοχή μεγάλου

αριθμού εργαζομένων της. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε νέους, και στοχεύει στην ενημέρωσή τους για οικονομικά θέματα και βελτίωση του τρόπου ζωής τους, με τη συμμετοχή τους στο πρόγραμμα αυτό(<https://www.metlife.gr/>).

7.Ελληνικά Καύσιμα Ορυκτέλαια (ΕΚΟ)

Η εταιρία «Ελληνικά Καύσιμα Ορυκτέλαια», θυγατρική του Ομίλου ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ, υλοποιεί δράσεις και σηματοδοτεί μία νέα και διαφορετική ηθική προσέγγιση σε ζητήματα όπως είναι το περιβάλλον, η κοινωνία, ο πολιτισμός, η ποιότητα ζωής των πολιτών, και οι προμηθευτές.

Με αίσθημα ευθύνης απέναντι σε κάθε συνάνθρωπο έχει επικεντρώσει την πολιτική της στην αρχή της συνέπειας και της δράσης μέσα στην κοινωνία. Ενδεικτικές δράσεις της ΕΚΟ στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι η προσφορά σημαντικού χρηματικού ποσού στις δράσεις του Συλλόγου Γονέων Παιδιών με Νεοπλασματική Ασθένεια, «Φλόγα», και την Ελληνική Εθνική Επιτροπή UNICEF, στη ΜΚΟ «Make a wish Ελλάδος», αγοράζοντας Χριστουγεννιάτικα στολίδια για τα πρατήριά της ώστε να πραγματοποιηθεί η ευχή ενός παιδιού, όπως και Χριστουγεννιάτικες κάρτες προς πώληση ώστε να πραγματοποιηθεί συγκέντρωση χρημάτων για την ενίσχυση του Ειδικού Εργαστηρίου «Μαργαρίτα».

(<https://www.eko.gr/i-etairia-mas/etairiki-koinoniki-efthyni/>)

8.Grand Hotel Palace

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της ξενοδοχειακής μονάδας, διαχωρίζεται στις υποκατηγορίες της οικονομικής υπευθυνότητας, όπου συνδέεται με τις σχέσεις της εταιρίας και των επενδυτών, τη διαχείριση των κινδύνων καθώς και τη στήριξη των τοπικών κοινωνιών, της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας, η οποία συνδέεται με την ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων, την ενέργεια, τις κλιματικές αλλαγές και τη διαχείριση αποβλήτων, της κοινωνικής υπευθυνότητας, η οποία συνδέεται με την εκπαίδευση, την υγεία, την ασφάλεια, την ηθική και την κοινωνική ισότητα, του

κοινωνικού εθελοντισμού και του ηθικού μάρκετινγκ, που συνδέεται με την αξία και το σεβασμό στον πελάτη καθώς και το θεμιτό ανταγωνισμό.

Το Grand Hotel υλοποίησε και υλοποιεί δράσεις, όπως ο αυστηρός έλεγχος της κατανάλωσης ενέργειας και νερού για την καλύτερη χρήση των φυσικών πόρων, της οικολογικής εφαρμογής διαχείρισης αποβλήτων, τον αυστηρό έλεγχο και τη διασφάλιση της ποιότητας των προσφερόμενων τροφίμων μέσω των συστημάτων ποιότητας ISO22000 και HACCP, τη συμμετοχή και βοήθεια σε συνέργειες για την παροχή γευμάτων σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες, δωρεάν παροχή φαγητού στους υπαλλήλους του ξενοδοχείου, συνεχή εκπαίδευση αλλά και τακτική ενημέρωση του προσωπικού κ.α. (<https://www.grandhotelpalace.gr/>).

9. Grecotel

Σπουδαίο ρόλο στην επιχειρηματική λειτουργία του Ομίλου, διαδραματίζει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ο οποίος δεσμεύεται για τη συνεχή βελτίωση της στρατηγικής της Εταιρικής και Κοινωνικής Ευθύνης, την ενθάρρυνση των συνεργατών της να εφαρμόζουν τη στρατηγική της ΕΚΕ με βάση τα πρότυπα της εταιρίας και τη συμμόρφωση με όλη τη σχετική νομοθεσία.

Δεσμεύεται και ακολουθεί μία ηθική δεοντολογία,. Η πολιτική της είναι να διεξάγει τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες κατά τρόπο που να εξασφαλίζει τη δίκαιη μεταχείριση όλων των εργαζομένων και των πελατών, τη διαφάνεια των πολιτικών και των επιχειρηματικών πρακτικών της, υψηλά πρότυπα σε όλα τα θέματα που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια στο εργασιακό περιβάλλον και τις ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές σε όλες τις ενέργειές της.

Όσον αφορά την κοινωνία, υποστηρίζει αποτελεσματικά τις ανάγκες της τοπικής κοινότητας και αναλαμβάνει πρωτοβουλίες σύμφωνα με τις τοπικές ανάγκες, επιθυμεί η επιρροή της στην τοπική και την ευρύτερη κοινότητα να είναι κατανοητή ώστε να καλλιεργείται και να ενθαρρύνει τον διάλογο με την τοπική κοινωνία προς αμοιβαίο όφελος.

Η Grecotel έχει δεσμευθεί να παρέχει ίσες ευκαιρίες σε όλους τους εργαζομένους και στους αιτούντες εργασία. Στόχος της είναι να εξασφαλίσει ότι δεν γίνονται διακρίσεις

λόγω φύλου, ηλικίας, οικογενειακής κατάστασης, σεξουαλικού προσανατολισμού, φυλής, χρώματος, θρησκείας, πεποιθήσεων ή εθνικότητας.

Επιπλέον, δεσμεύεται για την ίση μεταχείριση εργαζομένων και αιτούντων εργασίας με ειδικές ανάγκες, εκτός αν το καθεστώς αυτό μπορεί να δικαιολογηθεί. Λαμβάνει επίσης όλα τα πρακτικά μέτρα για να εξασφαλίσει την ομαλή ένταξη των εργαζομένων με αναπηρία στην ομάδα εργασίας.

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού, πραγματοποιεί μια περιοδική αξιολόγηση της πολιτικής ίσων ευκαιριών και παρακολουθεί τα αποτελέσματα και την εφαρμογή της πολιτικής αυτής σε ολόκληρη την εταιρεία.

Το κύριο μέλημά, όλες αυτές τις δεκαετίες είναι η αδιάλειπτη επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη όλων των εργαζομένων προκειμένου να συνεισφέρουν συνολικά στο όραμα της μονάδας. Ενδεικτικές παροχές της για το προσωπικό της είναι, η τράπεζα αίματος, τα προγράμματα κατάρτισης και εκπαίδευσης, ταξίδια στο εξωτερικό, παροχή δωρεάν διαμονής προσωπικού, πρόγραμμα μπόνους, ειδικές τιμές κατά την διαμονή τους σε ξενοδοχεία της εταιρείας και η παροχή δανείων.

Έχει δεσμευθεί να υπερασπίζεται τα ανθρώπινα δικαιώματα, και ιδίως τα δικαιώματα των παιδιών μέσω της κατάρτισης του προσωπικού και της παροχής πληροφοριών στους πελάτες καθώς να απορρίπτει, και να καταδικάζει κάθε μορφή κακοποίησης, ιδίως σεξουαλικής φύσεως και ιδίως όταν αυτό επηρεάζει ανηλίκους.

Η εταιρεία δεν εγκρίνει ή προωθεί την καταναγκαστική ή οποιουδήποτε είδους παιδική εργασία. Επίσης, τηρεί αυστηρά τους νόμους της χώρας που διέπει τα πρότυπα εργασίας.

<https://www.grecotel.com/el/the-hotel-group/sustainability/responsibility-policy.html>

10.KLEEMANN

Σημαντικό ρόλο στην λειτουργία της KLEEMANN κατέχει και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Οι εργαζόμενοι της διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και την εξέλιξη της εταιρίας και κύριος στόχος της είναι να προσφέρει ένα δημιουργικό εργασιακό περιβάλλον, το οποίο να χαρακτηρίζεται από σεβασμό, ίσες ευκαιρίες, απουσία διακρίσεων, καθώς και δυνατότητες συνεχούς εξέλιξης.

Εφαρμόζει Πολιτική Ανάπτυξης, ώστε να διασφαλίζεται το όραμά της για διαρκή ανάπτυξη, ενώ επίσης επενδύει σε εκπαιδεύσεις που βοηθούν τόσο στην επαγγελματική όσο και προσωπική ανάπτυξη των ανθρώπων της.

Η εταιρία αναγνωρίζει και σέβεται τα δικαιώματα των εργαζομένων της, φροντίζει για την δίκαιη αμοιβή τους και σέβεται τα διεθνώς προστατευόμενα ανθρώπινα δικαιώματα. Έχει αναπτύξει πολιτική διαφορετικότητας, καθώς επιδιώκει να εντάσσει άτομα με διαφορετικά χαρακτηριστικά στο ανθρώπινο δυναμικό της. Ήδη από το 2004, συμμετέχει σε δράσεις και συνέδρια, για την καταπολέμηση του διαχωρισμού στο χώρο εργασίας, και την ευαισθητοποίησης της κοινωνίας.

Η προσφορά παροχών στο προσωπικό της, πέραν αυτών που ορίζει η νομοθεσία, είναι σημαντική όπως, ομαδικό ασφαλιστήριο συμβόλαιο, ιατρείο, γυμναστήριο και playroom, επιδότηση προσωπικής εκπαίδευσης, δωρεάν μετακίνηση εργαζομένων με εταιρικά μέσα κ.α.

Η προστασία του περιβάλλοντος και η ευαισθητοποίηση των εργαζομένων σε περιβαλλοντικά θέματα ανήκουν στις προτεραιότητές της. Η δέσμευση της υπεύθυνης περιβαλλοντικής συμπεριφοράς αφορά όλο τον οργανισμό και αποτυπώνεται στην περιβαλλοντική πολιτική της και οι στόχοι της περιλαμβάνουν μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος, υλοποίηση προγραμμάτων δράσης για την επίτευξη των περιβαλλοντικών σκοπών και στόχων, εδραίωση της οικολογικής ευαισθησίας σε όλη στην εταιρία.

Η KLEEMANN, όλα τα χρόνια, δίνει σημασία στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης, αλληλεγγύης και αμοιβαίου σεβασμού με τις τοπικές κοινότητες των περιοχών. Η Εταιρία, επενδύει στην ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων, κυρίως της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης και του Κιλκίς, από όπου προέρχεται η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων της.

<https://kleemannlifts.com/el/company/sustainability/health-and-safety>

11. Όμιλος «ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.»

Η Διοίκηση του Ομίλου «ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.», επενδύει στο προσωπικό και γνωρίζει ότι τα ικανά στελέχη της συμβάλλουν στην αξιολογία

λειτουργία και ανάπτυξη του Ομίλου. Υπάρχει και εφαρμόζεται η προώθηση των ίσων ευκαιριών και η προστασία της διαφορετικότητας. Δεν γίνονται διακρίσεις στην πρόσληψη/επιλογή, στις αποδοχές, στην εκπαίδευση, στην ανάθεση εργασιακών καθηκόντων ή σε οποιεσδήποτε εργασιακές δραστηριότητες.

Υπάρχουν σημαντικοί παράγοντες που αξιολογούν το προσωπικό, όπως είναι η εργασιακή εμπειρία, η θεωρητική κατάρτιση που έχουν, η αποδοτικότητα και οι ικανότητες του ατόμου. Ο Όμιλος, παροτρύνει τους εργαζομένους του με ποικίλους τρόπους να σέβονται τη διαφορετικότητα κάθε εργαζόμενου ή πελάτη και να απορρίπτουν κάθε συμπεριφορά που μπορεί να δημιουργεί διακρίσεις οποιασδήποτε μορφής.

Σεβόμενοι το περιβάλλον, συμμορφώνεται με τις περιβαλλοντικές οδηγίες και επενδύει σε σύγχρονες τεχνολογίες. Θεωρεί ότι έχει υποχρέωση απέναντι στο περιβάλλον και έτσι προσπαθεί για την διαρκή βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεών του και την προστασία του περιβάλλοντος. Η περιβαλλοντική πολιτική του δίνει προτεραιότητα στην ξεχωριστή συλλογή και ανακύκλωση των παραγόμενων στερεών και υγρών αποβλήτων, προσπαθεί και υλοποιεί προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας μέσω συστήματος παρακολούθησης της κατανάλωσής της, ενημερώνει, πληροφορεί και εκπαιδεύει συνεχώς το προσωπικό σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος.

(<https://www.hellenicdairies.com/wp-content/uploads/2020/09/Hellenic-Dairies-IFRS-31.12.2019.pdf>)

12.Βιομηχανία Γάλακτος Δράμας Α.Ε. «ΝΕΟΓΑΛ»

Οι δραστηριότητες της «ΝΕΟΓΑΛ», η οποία έχει ως αντικείμενο την παραγωγή και διάθεση γαλακτοκομικών προϊόντων, πρέπει να αναπτύσσονται με σεβασμό στο περιβάλλον και δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στην πρόληψη της ρύπανσης. Για να βελτιώσει την περιβαλλοντική του δράση εφαρμόζει απόλυτα τις ισχύουσες διατάξεις της νομοθεσίας για την προστασία του περιβάλλοντος, προμηθεύτηκε, εγκατέστησε και λειτουργεί ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης σύμφωνα με το διεθνές πρότυπο ISO 14001. Επιπλέον, στους περιβαλλοντικούς της στόχους ανήκουν, η

μείωση της κατανάλωσης νερού, ηλεκτρικής ενέργειας, υγραερίου καθώς και αύξηση του ποσοστού των ανακυκλώσιμων συσκευασιών από χαρτί.

Η γαλακτοβιομηχανία, δεσμεύεται για τη συνεχή βελτίωση του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, λαμβάνοντας υπόψη και τεχνολογικές προόδους. Η συμμετοχή των εργαζομένων της σε αυτές τις διαδικασίες κρίνεται απαραίτητη. Για το λόγο αυτό η επιχείρηση διασφαλίζει μέσα στο πλαίσιο εφαρμογής του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, ότι όλο το προσωπικό της εταιρίας έχει εκπαιδευτεί επαρκώς και κατάλληλα, γνωρίζουν και αποδέχονται τις πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις των εργασιών τους (<https://neogal.gr/>).

13.«ΜΕΒΓΑΛ» - 70 χρόνια «Αγάπης Έργα»

Η Διοίκηση της «ΜΕΒΓΑΛ», πιστεύει ότι συνεχώς περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν την ποιότητα των τελικών προϊόντων, αλλά και το κοινωνικό και περιβαλλοντικό αποτύπωμα των επιχειρήσεων που τα παράγουν. Την εμπιστοσύνη κερδίζουν οι εταιρείες που η πορεία και η ιστορία τους αποδεικνύουν ότι είναι κοντά στον άνθρωπο, ότι πρεσβεύουν υψηλές αξίες και εφαρμόζουν καθορισμένο κώδικα επιχειρηματικής ηθικής σε όλο το φάσμα της λειτουργίας τους.

Η ιστορική γαλακτοβιομηχανία, βοηθά και είναι κοντά με διάφορες δράσεις, στους εργαζόμενους, στις ευπαθείς ομάδες, στην τοπική κοινωνία, σε αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες, υλοποιεί δράσεις για το περιβάλλον, για το παιδί και εκτελεί επίσης και άλλα προγράμματα με το πρόγραμμα «Αγάπης Έργα ΜΕΒΓΑΛ».

Το πρόγραμμα αυτό, υλοποιεί δράσεις σταθερά κάθε χρόνο για περισσότερα από 20 χρόνια, ανάλογα με τις εκάστοτε κοινωνικές, πολιτισμικές και οικονομικές συνθήκες που επικρατούν. Για το 2020 το πρόγραμμα προσέφερε σε διάφορες δράσεις περισσότερα από 700.000 €. Στον άξονα «Αγάπης Έργα για το παιδί», συνεργάζεται με την Κιβωτό του Κόσμου, καλύπτει τα έξοδα θεραπείας 3 παιδιών με συγγενείς καρδιοπάθειες, και ενίσχυσε συναυλία που διοργάνωσε ο «Σύλλογος Στοργή» για παιδιά με καρκίνο στο Μέγαρο Μουσικής Θεσσαλονίκης.

Τα «Αγάπης Έργα για τον αθλητισμό», θα στηρίζουν για τα επόμενα τρία χρόνια ένα αθλητή που αγωνίζεται σε παραολυμπιακά αθλήματα στίβου.

Τα «Αγάπης Έργα για την εκπαίδευση», προσφέρουν τον απαραίτητο εξοπλισμό του εργαστηρίου φυσικών επιστημών του κολεγίου «Ανατόλια» στη Θεσσαλονίκη, και η προσφορά αυτή ωφελεί την εκπαιδευτική δραστηριότητα της τοπικής κοινωνίας, λόγω του ότι παροτρύνονται να συμμετέχουν παιδιά από διάφορα σχολεία της περιοχής.

Η γαλακτοβιομηχανία, έδωσε το κοινωνικό παρόν και στις έκτακτες ανάγκες λόγω της πανδημίας COVID-19, με δωρεά ενός εξοπλισμού στο Εργαστήριο Μικροβιολογίας του Ιατρικού Τμήματος Α.Π.Θ.

Η ΜΕΒΓΑΛ προσφέρει σημαντικά κεφάλαια μέσω διαφόρων δράσεων στις τοπικές κοινωνίες όπου δραστηριοποιείται και βοηθάει την τοπική ανάπτυξη. Ενισχύει με χορηγίες τους τοπικούς ερασιτεχνικούς αθλητικούς συλλόγους διαφόρων αθλημάτων, καθώς και πλήθος πολιτιστικών δραστηριοτήτων με χορηγίες σε διάφορους συλλόγους και σχολεία. Η κοινωνική ευθύνη και ανάπτυξη φαίνονται στις αρχές και τις δράσεις της, επειδή προσπαθεί να λειτουργεί όχι μακριά από το κοινωνικό γίνεσθαι αλλά σαν ένα ενεργό και αναπόσπαστο μέλος αυτού.

<https://www.mevgal.gr/frontend/index.php>)

14.«ΟΛΥΜΠΟΣ»

Πολλές είναι οι δράσεις ΕΚΕ και σε πολλούς τομείς της γαλακτοβιομηχανίας «ΟΛΥΜΠΟΣ». Πιστεύουν ότι η ανάπτυξη της οικονομίας εξαρτάται άμεσα από την βιωσιμότητα του οικοσυστήματος. Για τον λόγο αυτόν προσπαθούν να συμβάλλουν ενεργά στην προστασία του περιβάλλοντος μειώνοντας τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους στο φυσικό περιβάλλον. Έτσι, ευαισθητοποιημένη σε θέματα περιβάλλοντος, προχώρησε σε μία καινοτόμα επένδυση, την παραγωγή βιοαερίου από την αναερόβια επεξεργασία λυμάτων. Στόχοι της επένδυσης είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η εξοικονόμηση των φυσικών πόρων του πλανήτη.

Η επιχείρηση φροντίζει για την προστασία του περιβάλλοντος και την ανακύκλωση των συσκευασιών, και έτσι έγινε μέλος του εθνικού «Συλλογικού Συστήματος Ανταποδοτικής Εναλλακτικής Διαχείρισης Συσκευασιών». Η επιχείρηση επενδύει σε τεχνολογίες πληροφορικής και προσπαθεί να την αξιοποιήσει ώστε να υπάρξει

περιορισμός του χάρτινου αρχείου. Το άχρηστο χαρτί περισυλλέγεται με σκοπό την ανακύκλωση. Είναι η πρώτη Ελληνική εταιρεία που χρησιμοποιεί τη βιοπαραγόμενη συσκευασία, PET, όπου μέρος της έχει παραχθεί από φυτικές ύλες (άρα ανανεώσιμες

Σημαντική η συμβολή της με προσφορά προϊόντων σε διάφορες κοινωνικές ομάδες, όπως και σε κοινωνικά παντοπωλεία της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλίας, δίνοντας έμφαση σε οργανισμούς που έχουν σχέση με το παιδί (<https://www.olympos.gr/>).

4.3 2^η έρευνα (κύρια)

Παρουσίαση των ευρημάτων της κύριας έρευνας με δεκαεπτά εκπροσώπους επιχειρήσεων τροφίμων (επιχειρηματιών ή στελεχών τους) και ποτών της Βορείου Ελλάδος.

A) Τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων της κύριας έρευνας.

Όλες οι επιχειρήσεις της κύριας έρευνας ανήκουν στον κλάδο τροφίμων και ποτών και διαθέτουν πολυετή επιχειρηματική δραστηριότητα στη Βόρειο Ελλάδα. Παράγουν προϊόντα τα οποία πωλούνται και αγοράζει ο τελικός καταναλωτής και συνεπώς, υπάρχει η γνωριμία των καταναλωτών με τα ονόματα των επιχειρήσεων και τα προϊόντα τους.

Από τις δεκαεπτά εταιρίες μόνο η KPI-KPI είναι εισηγμένη στο Χ.Α.Α (Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών).

Τρεις (3) στις δεκαεπτά (17) επιχειρήσεις είναι στην κατηγορία των μεγάλων επιχειρήσεων, (βάσει κύκλου εργασιών > 40.000.000€) ενώ οι υπόλοιπες δεκατέσσερις (14) κατατάσσονται σε μικρές ή μεσαίες (με κύκλο εργασιών από 4.000.000€ έως 40.000.000€), (<https://www.accountancygreece.gr>, 2015).

Οι έντεκα (11) στις δεκαεπτά (17) επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα με συνεντεύξεις, έχουν περισσότερα από τριάντα ένα έτη (31) λειτουργίας, τρεις (3) επιχειρήσεις έχουν λειτουργία από 21-30 και άλλες τρεις (3) επιχειρήσεις έχουν επιχειρηματική λειτουργία μεταξύ 11-20 ετών.

Από τις επαφές που πραγματοποιήθηκαν, έγινε εφικτό να υπάρξει επικοινωνία με δεκαεπτά (17) επιχειρήσεις. Για τις συνεντεύξεις, οι οποίες κατά πλειοψηφία, επτά (7) στις δεκαεπτά (17) επιχειρήσεις έχουν έδρα επιχειρηματικής δραστηριότητας την Περιφερειακή Ενότητα Σερρών, έξι (6) στις δεκαεπτά (17) επιχειρήσεις έχουν έδρα την Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης και από μία (1), εδρεύουν στις Περιφερειακές Ενότητες Χαλκιδικής, Ιωαννίνων, Κιλκίς και Κοζάνης.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις, 13 στις 17, κατόπιν δήλωσης των επιχειρηματιών ή των στελεχών τους, απασχολούν περισσότερα από πενήντα ένα (51) εργαζομένους και από δύο (2) επιχειρήσεις απασχολούν μεταξύ 26-50 εργαζομένους και δύο επίσης λιγότερους των είκοσι πέντε (25) ατόμων.

Τα άτομα τα οποία συμμετείχαν στις απαραίτητες συνεντεύξεις για την ολοκλήρωση του πρακτικού μέρους, οι 3 στους 17 είναι επιχειρηματίες /ιδιοκτήτες και οι υπόλοιποι 14, στελέχη της επιχείρησης.

B. Ευρήματα των συνεντεύξεων

4.3.1. Η σημασία και η έννοια της ΕΚΕ. Οι ερωτώμενοι στις συνεντεύξεις, δήλωσαν ότι γνωρίζουν πολύ καλά και είναι ενημερωμένοι για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την σημασία της σε μία επιχείρηση. Οποσδήποτε, λόγω του ότι οι περισσότεροι, 14 στους 17, είναι στελέχη, με καλό επίπεδο εκπαίδευσης, οι απαντήσεις τους ήταν λογικές για την γνώση της ΕΚΕ.

Επίσης, από τους ερωτηθέντες, μόνο 3 στους 17 απάντησαν ότι η εταιρία που εκπροσωπούν, σχεδιάζουν και υλοποιούν προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε μικρό βαθμό. Οι υπόλοιποι 14 δήλωσαν ότι υλοποιούν σημαντικές δράσεις ΕΚΕ. Οποσδήποτε, στις απαντήσεις υπήρξε και μία αναφορά ως προς το τί επιθυμούν και τί πράττουν. Επικαλέστηκαν διάφορους λόγους για τους οποίους δεν πραγματοποιούν περισσότερα από αυτά που ήδη πράττουν:

«Υπάρχει διάθεση να κάνουμε περισσότερα, αλλά τα οικονομικά δεν είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο»

«Είναι αβέβαιο το μέλλον και προσπαθούμε να μην δαπανάμε αρκετά χρήματα»

«Είναι δύσκολο να συνεργαστείς με φορείς»

«Υπάρχουν σημαντικότερα θέματα που χρήζουν επίλυσης»

«Όλες οι προτάσεις συνεργασίας δεν είναι αξιόπιστες»

4.3.2. Λόγοι υλοποίησης της ΕΚΕ. «Οι λόγοι για τους οποίους υλοποιούν ενέργειες και δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης». Όλοι οι ερωτώμενοι δήλωσαν διάφορους λόγους, όπως:

- Η αναφορά του ονόματός της εταιρίας για καλό σκοπό θεωρείται, από τους 15 στους 17, ταυτόχρονα και προβολή.
- Για την ανάπτυξη της κοινωνικής αποδοχής της εταιρίας. Όπως πολλοί επιζητούν την κοινωνική προβολή, έτσι οι επιχειρήσεις, όλες, 17 στις 17, μέσω των στελεχών ή των ιδιοκτητών τους φαίνεται πως επιθυμούν και την κοινωνική αποδοχή.
- Οι 14 στους 17, θέλουν να αποδείξουν σε όλους, ιδιαίτερα στους υπαλλήλους τους, αλλά και σε μελλοντικούς εργαζόμενους και στελέχη, ότι είναι μία σύγχρονη επιχείρηση η οποία φροντίζει για όλα τα θέματα.
- Οι 16 στις 17 επιχειρήσεις, δημιουργούν με τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καλύτερες σχέσεις με την τοπική κοινωνία και έτσι προστατεύονται από πιθανές οχλήσεις για διάφορα θέματα επιχειρηματικής λειτουργίας.
- Οι 16 στους 17 ερωτώμενους, απάντησαν πως θεωρούν ότι οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι τμήμα της κοινωνικής υποχρέωσής τους και στο μέτρο του δυνατού, υλοποιούν μετά χαράς δράσεις και προγράμματα ΕΚΕ.
- Όλοι, έδωσαν σημασία και τόνισαν ότι με τέτοιες δράσεις βελτιώνεται το εργοδοτικό περιβάλλον.
- Οι 16 στους 17 ερωτώμενους, ανέφεραν πως είναι σπουδαίος λόγος η δημιουργία και προστασία μιας ευνοϊκής και αποδεκτής από όλους επιχειρηματικής φήμης. Σύμφωνα με το Kottler (2009) πολλοί και διάφοροι είναι οι λόγοι ανάληψης δράσεων ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις.

Αντίθετα, «Εάν υλοποιούνται δράσεις ΕΚΕ λόγω του ανταγωνισμού και γιατί το κάνουν και οι άλλες εταιρίες». 11 στους 17 απάντησαν ότι δεν τον θεωρούν σημαντικό

λόγο. Επίσης, οι 10 στους 17 ερωτώμενους, φαίνεται να έχουν εμπεδώσει τη έννοια της ΕΚΕ και να την θεωρούν μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

«Θεωρούμε ότι είναι τμήμα της κοινωνικής υποχρέωσής μας»

«Δεν μας ενδιαφέρει τι κάνουν οι ανταγωνιστές, αλλά τι επιθυμούμε εμείς και τι θέλουμε να προσφέρουμε»

«Ενεργούμε βάσει των αξιών που έχουμε και της κουλτούρας που έχει καλλιεργηθεί στην εταιρία»

«Συμμετέχουμε σε δράσεις ΕΚΕ για την ενίσχυση του κοινωνικού αισθήματος των μελών της εταιρίας προς δικό μας όφελος, αλλά και της κοινωνίας γενικότερα»

4.3.3. Δράσεις που υλοποιούν οι επιχειρήσεις. Οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που καταγράφηκαν στις συνεντεύξεις και υλοποιούν οι επιχειρήσεις, οι 15 στις 17 επιχειρήσεις απάντησαν ότι είναι αρκετές και τις θεωρούν χρήσιμες τόσο για τις ίδιες, όσο και για το κοινωνικό σύνολο γενικότερα (Πράσινη Βίβλος, 2001).

Οι 15 στους 17, ενημερώνουν τους εργαζόμενους σχετικά με τη φιλοσοφία της επιχείρησης αλλά και τις διάφορες πολιτικές της. Όλοι, δήλωσαν ότι φροντίζουν ιδιαίτερα για τα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και προσπαθούν να εξασφαλίσουν για αυτούς μία ισορροπημένη ζωή μεταξύ εργασίας και οικογένειας. Επίσης, όλοι, πως είναι αυτονόητο στις μέρες μας να δίδονται ίσες ευκαιρίες σε όλους και προσπαθούν να βελτιώσουν τους εργαζόμενους με διάφορους τρόπους, ιδίως με σεμινάρια κατάρτισης για ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους.

«Είναι αυτονόητα τα μέτρα υγιεινής και ασφάλειας στους χώρους εργασίας»

«Ένας ευχαριστημένος εργαζόμενος δίνει κέρδη στην επιχείρηση»

«Όλοι οι άνθρωποι-εργαζόμενοι αξίζουν την ίδια μεταχείριση»

«Με την εθελοντική συμμετοχή των εργαζομένων υλοποιούμε και εμείς δράσεις, δένδροφυτεύσεις, καθαρισμούς, αιμοδοσία »

«Δεν μπορεί να υπάρξει επιχειρηματική λειτουργία και δράση χωρίς την συμμετοχή των εργαζομένων ή των στελεχών της»

4.3.4. ΕΚΕ, περιβάλλον και τοπική κοινωνία. Σημαντικό ρόλο και θέση έχουν οι δράσεις για το περιβάλλον που υλοποιούνται από τις αυτές. Οι 15 στους 17 απάντησαν ότι διαθέτουν συστήματα διαχείρισης ελέγχου στην παραγωγική διαδικασία και ότι η προμήθεια των πρώτων υλών αλλά και τα απόβλητα τα μεταχειρίζονται σύμφωνα με τις διατάξεις και τους νόμους που υπάρχουν και που τους ενημερώνουν οι αρμόδιοι φορείς (Ανδρουτσόπουλος, 2011).

«Φροντίζουμε να μην πετάμε τα υπολείμματα στο περιβάλλον»

«Υπάρχουν σε αρκετά σημεία της επιχείρησης κάδοι ανακύκλωσης, ιδίως ηλεκτρονικών και μπαταριών»

«Βοηθήσαμε προσκόπους και εργαζομένους με υλικά για δενδροφυτεύσεις»

«Εφαρμόσαμε συστήματα μείωσης της κατανάλωσης ενέργειας, και για ίδιον όφελός μας, αλλά και για την μείωση της κατανάλωση ενέργειας με όφελος και για το περιβάλλον»

«Συμμετείχαμε με υλικά μέσα αλλά και ανθρώπους, σε δράσεις σχολείων, όπως καθαρισμοί και δενδροφυτεύσεις»

Η προσφορά στην κοινωνία, και ιδίως στην τοπική, όπου δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις της έρευνας, είναι σε μεγάλη προτεραιότητα για όλες, δηλαδή και για τις 17, και πολλές ενέργειες και δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γίνονται για αυτόν τον λόγο. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συνεντεύξεων, και οι 17 ερωτώμενοι απάντησαν ότι προσφέρουν σημαντικούς πόρους και άλλα οφέλη στην τοπική κοινωνία (Θανόπουλος 2003).

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων, οι 15 στους 17, απάντησαν πως οι δράσεις για την τοπική ανάπτυξη, την υγεία και περίθαλψη του τοπικού πληθυσμού και ιδίως των αναξιοπαθούντων, για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων μέσω ανάπτυξης των αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι επενδύσεις της επιχείρησης αλλά ιδιαίτερα η προσφορά θέσεων εργασίας, συμβάλλουν στην αντιμετώπιση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας (Kottler, 2009).

«Προτεραιότητα δίνουμε στην πρόσληψη προσωπικού από τη περιοχή, και αν δεν βρούμε τότε ψάχνουμε και σε άλλες, πλησιέστερες περιοχές»

«Πολλές ομάδες μας ζητάνε στήριξη, οπότε ανάλογα με τα διαθέσιμα κονδύλια, βοηθάμε»

«Αν κρίνουμε ότι μία ενέργεια θα βοηθήσει την τοπική κοινωνία γινόμαστε χορηγοί»

«Δωρίσαμε μονάδα ΜΕΘ στο νοσοκομείο της περιοχής μας, λόγω του COVID-19»

Και οι 17 επιχειρήσεις της έρευνας, βάσει των απαντήσεων, έχουν συμμετάσχει σε φιλανθρωπικές δράσεις. Οι επιχειρήσεις, είναι συνήθως οι ισχυρότεροι οικονομικοί παράγοντες μιας τοπικής κοινωνίας και οι πρώτοι που δέχονται αιτήματα βοήθειας σε διάφορες φιλανθρωπικές ενέργειες και δράσεις. Όλοι δήλωσαν ότι ανταποκρίνονται, «στο μέτρο του δυνατού» (Πράσινη Βίβλος, 2001).

«Έχουμε συμμετάσχει σε όλους τους εράνους που γίνονται για αναξιοπαθούντα ή άλλα άτομα ή σε άλλες δύσκολες περιπτώσεις κατοίκων της περιοχής»

«Δωρίσαμε στο Κέντρο Υγείας εξοπλισμό»

«Είμασταν χορηγοί σε συναυλία για συγκέντρωση χρημάτων, ώστε να δοθούν σε ασθενή»

«Σε παράκληση του Δημάρχου, βοηθάμε εδώ και ένα χρόνο μία πολύτεκνη και χωρίς εισοδήματα οικογένεια»

«Αγοράζουμε τα σχολικά είδη των παιδιών φτωχών οικογενειών της περιοχής»

«Δίνουμε πακέτα προϊόντων μας , ιδίως στις εορτές, σε φτωχές οικογένειες της περιοχής»

Μεγάλο μέρος των δράσεων που υλοποιούν οι επιχειρήσεις στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι και οι χορηγίες (Haski - Leventhal, 2018). Ιδίως τα τελευταία χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης, πολλά αθλητικά σωματεία, πολιτιστικοί σύλλογοι αλλά και άλλοι φορείς οι οποίοι αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα, απευθύνονται στις επιχειρήσεις για οποιαδήποτε χορηγία. Αθλητικές φανέλες, έκδοση εισιτηρίων, οργάνωση εκδηλώσεων, προσφορά προϊόντων εστίασης, δώρα για κλήρωση κ.ά.

Όλες οι επιχειρήσεις, απαντούν θετικά στις περισσότερες των περιπτώσεων.

«Έρχονται τόσο πολλοί που δεν μπορείς να αρνηθείς»

«Όσοι έχουν ανάγκη, τους πρώτους που επισκέπτονται για να ζητήσουν χορηγίες, είναι τους επιχειρηματίες»

«Θέλουμε να βοηθήσουμε την τοπική κοινωνία και με χορηγίες, αλλά είναι αδύνατον να προσφέρουμε σε όλους»

«Αξίζει να βλέπεις κάτι καλό και βοηθάς ώστε να γίνει»

«Εφόσον μπορούμε, συμπαραστεκόμαστε»

4.3.5 Επιλογή και εφαρμογή δράσεων της ΕΚΕ. Κριτήριο για την επιλογή των δράσεων και πολιτικών των επιχειρήσεων στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, και για τις 17 της έρευνας, αποτελούν οι ενέργειες οι οποίες έχουν την καλύτερη απήχηση και ωφέλεια προς αυτές (Frieman & Liedtka, 1991).

Η επιλογή δράσεων και πολιτικών γίνεται και αναλόγως της οικονομικής κατάστασης των επιχειρήσεων την δεδομένη στιγμή.

Όπως αναφέρθηκε, οι δράσεις και των 17 επιχειρήσεων εντάσσονται σε πολιτικές για τον εργασιακό χώρο, σε κοινωνικές πολιτικές, πολιτικές σχετικές με τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, τα ανθρώπινα δικαιώματα, το περιβάλλον και σε αυτές που αφορούν την επιχείρηση και την αγορά.

«Δεν κάνουμε διακρίσεις ως προς το ποιον θα βοηθήσουμε, αρκεί η βοήθειά μας να ευοδώσει»

«Για εμάς όλοι είναι ίδιοι, θέλουμε να τους βοηθήσουμε όλους, αλλά δεν μας φθάνουν τα κονδύλια»

«Όπως μία επιχείρηση τους χρειάζεται όλους, έτσι και όλοι μπορεί να χρειαστούν μια επιχείρηση»

«Δεν μπορεί οι διπλανοί μας να υποφέρουν και να έχουν προβλήματα και εμείς να χαμογελάμε»

«Λειτουργεί η επιχείρηση με ανθρώπους, παράγουμε προϊόντα για ανθρώπους, άρα πρέπει να βοηθάμε τους ανθρώπους»

«Η εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης απαιτεί αρκετά χρήματα;», οι 11 στους 17 απάντησαν ότι δεν είναι το οικονομικό πάντα προϋπόθεση για μία δράση. Οι 3 στους 17 απάντησαν ότι συμφωνούν και επίσης άλλοι 3 απάντησαν ότι δεν χρειάζονται ιδιαίτερα χρήματα. Σύμφωνα, με τους 11 από τους 17, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες, όπως η συμμετοχή του προσωπικού, διάθεση εκ μέρους της διοίκησης, διάθεση των παγίων (αίθουσα ομιλιών, εξοπλισμό, αυτοκίνητα, φορτηγά κ.ά.) (Haski - Leventhal, 2018).

«Προσφέραμε εξοπλισμό και με την συμμετοχή του προσωπικού πραγματοποιήθηκε δενδροφύτευση με ελάχιστο κόστος»

«Τα καλάθια με τρόφιμα παραγωγής που προσφέρουμε, ιδίως στις γιορτές, έχουν για μας ελάχιστο κόστος αλλά δίνουν σε όλους μεγάλη χαρά και ικανοποίηση».

«Η προσοχή που δίνουμε για τα απορρίμματα και τα απόβλητα δεν στοιχίζει, απεναντίας, πολλές φορές κερδίζουμε»

«Η ανακύκλωση μπαταριών που καθιερώσαμε δεν μας στοιχίζει»

«Κάνουμε αυτά που είναι εφικτά, με τα χρήματα που μπορούμε να διαθέσουμε, οπότε το κόστος που αναλαμβάνουμε για μας είναι λογικό»

«Όλα είναι στο μυαλό και στην ψυχή και όχι μόνο στην τσέπη»

Οι 16 στους 17 ερωτώμενους, δήλωσαν ότι εφόσον το κόστος των δράσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι μικρό ή λογικό ή διαμορφωμένο από την ίδια την εταιρία, δεν τη φέρνει σε δυσχερή θέση έναντι των ανταγωνιστών (Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, www.csrhellas.net).

Εάν η υλοποίηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης προσφέρει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, όλοι, απάντησαν θετικά. Ένα δε στα πολλά θετικά της συμμετοχής σε προγράμματα και δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι και η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Η εξωστρέφεια που αποκτάται, η συμπάθεια του κόσμου, οι πολλές γνωριμίες, η ενδεχόμενη εύρεση νέων συνεργατών, η μεγαλύτερη αποδοχή της επιχειρηματικής κουλτούρας και φιλοσοφίας δίνουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση που βρίσκεται θετικά στο προσκήνιο.

«Θέλουμε να μας αγαπάει ο κόσμος και για τις πράξεις μας, όχι μόνο για τα προϊόντα μας»

«Έχουμε φθηνή παρουσία στην κοινωνία, δεν πληρώνουμε αδρά τα μέσα

διαφήμισης»

«Με αυτά που κάνουμε, όλοι γινόμαστε καλύτεροι, διοίκηση, στελέχη, εργαζόμενοι. Οπότε, όλη η επιχείρηση κερδίζει»

«Ακουγόμαστε περισσότερο από τους ανταγωνιστές μας και για καλό λόγο με καλά λόγια»

Οι 10 από τους 17 ερωτώμενους, θεωρούν ότι οι περισσότερες δράσεις ΕΚΕ έχουν περισσότερα οφέλη, και για την εταιρία (Haski - Leventhal, 2018) αλλά και για τα μέλη αυτής παρά το κόστος, και μόνο οι 7 στους 17 δεν εκφέρουν γνώμη.

«Με ενέργειες που κάναμε και συμμετείχε το προσωπικό, δεθήκαμε όλοι περισσότερο»

«Με την βελτίωση των συνθηκών εργασίας, ιδίως σε θέματα πρόληψης ατυχημάτων, απαλλάχτηκε η εταιρία από έκτακτα περιστατικά και ατυχήματα»

«Το καλό όνομα μας έφερε νέο πελατολόγιο»

«Τα σεμινάρια βοήθησαν το προσωπικό να εξελιχθεί και έτσι κερδίζει και η επιχείρηση»

«Πολλές ενέργειες μας έφεραν και κέρδη, όπως η ανακύκλωση»

«Κάναμε οικονομία στην κατανάλωση ρεύματος και καυσίμων»

«Αναπτύξαμε περισσότερες σχέσεις και εξωστρέφεια με τα ΜΜΕ δίνοντας συνεντεύξεις για τις δράσεις μας».

4.3.6 Δυσκολίες και αντιμετώπιση προβλημάτων από την εφαρμογή της ΕΚΕ.

«Ποια θα είναι η στάση τους, λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά και της κατάστασης που επικρατεί λόγω του COVID-19, και τι σκοπεύουν να κάνουν με τις ενέργειες και δράσεις και το ύψος των χρημάτων που διαθέτουν»:

- Κανένας δεν απάντησε ότι, σκοπεύει η επιχείρηση που εκπροσωπεί να μειώσει το ετήσιο κόστος για τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
- Οι 11 στους 17 σκοπεύουν να κρατήσουν τον ίδιο προϋπολογισμό και ποσά, ενώ αντιθέτως
- οι 6 στους 17 σκοπεύουν να αυξήσουν τα ποσά για δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

«Όσα προσφέραμε, θα συνεχίσουμε να τα προσφέρουμε παρόλες τις αντιξοότητες»

«Θα προσπαθήσουμε να διατηρήσουμε τις δαπάνες για την Εταιρική Κοινωνική

Ευθύνη στα περσινά επίπεδα»

«Περισσότερα τα προβλήματα στην κοινωνία, λόγω οικονομικής κρίσης και COVID-19, άρα πρέπει να είμαστε πιο κοντά σε αυτήν. Συνεπώς θα χρειαστούν περισσότερες δαπάνες και ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης»

«Περισσότερα αιτήματα θα έχουμε λόγω της οικονομικής κατάστασης αλλά και του COVID-19. Θα προσπαθήσουμε να είμαστε δίπλα σε περισσότερους, αφιερώνοντας περισσότερους πόρους»

Οι 11 στους 17 δήλωσαν ότι δεν αντιμετώπισαν ιδιαίτερες δυσκολίες στην υλοποίηση των ενεργειών και δράσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Όμως, για 6 στους 17, υπήρξαν δυσκολίες ή θεωρούν δυσκολία το ότι δεν έχουν επαρκή ενημέρωση για πολλά θέματα και δράσεις που θα μπορούσαν να βοηθήσουν και οι ίδιοι. Επίσης, μερικές φορές είναι δύσκολη η συνεργασία με φορείς ή με τους ανθρώπους των φορέων. Τον τελευταίο χρόνο δε, ακυρώθηκαν κάποια προγράμματα, λόγω COVID-19.

Μια επιπλέον δυσκολία που καταγράφηκε είναι αυτή της επιλογής δράσεων και ενισχύσεων, και αυτό γιατί στην επαρχία υπάρχουν λίγες επιχειρήσεις και όλοι, πρόσωπα και φορείς, προστρέχουν σε αυτές που όμως είναι αδύνατον να ικανοποιηθούν όλες.

Επίσης, δηλώθηκε ότι η εσωτερική κουλτούρα και δυσπιστία που υπάρχει από μερικά στελέχη, πολλές φορές αναστέλλει την υλοποίηση ενεργειών. Για μερικές δε δράσεις, υπάρχει μερική ή ελλιπής γνώση του θέματος και υπάρχει ανάγκη επιμόρφωσης. Σε άλλες, λόγω της φύσης της εργασίας, υπάρχει δυσκολία συντονισμού όλων των εμπλεκόμενων τμημάτων και στελεχών.

Και οι 17 επιχειρήσεις, που συμμετείχαν στην έρευνα, δήλωσαν ότι κάνουν ενέργειες και δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εδώ και πολλά χρόνια οικειοθελώς, επειδή το θέλουν (Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, www.csrhellas.net).

Στην αρχή, σαν απλές φιλανθρωπίες, αλλά όσο αναπτυσσόταν η επιχείρηση και στελεχωνόταν με νέους υπαλλήλους με ακαδημαϊκή μόρφωση και παιδεία, η επιχείρηση συνδέονταν όλο και περισσότερο με τις δράσεις αυτές.

Σήμερα πλέον, όλοι θεωρούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σαν μία σημαντική επιχειρηματική λειτουργία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για τις μεγάλες και σύγχρονες επιχειρήσεις, είναι μια πρόκληση και ήδη αποτελεί έναν από τους εξελισσόμενους τομείς και λειτουργίες μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Από την πολύ παλιά και παραδοσιακή συμμετοχή μιας επιχείρησης σε κοινωνικά θέματα μέσω μιας φιλανθρωπίας, οι παραδοσιακές αυτές στάσεις των επιχειρήσεων έχουν αλλάξει και προσεγγίζουν συστηματικά μία νέα ολοκληρωμένη στρατηγική προσέγγιση αυτών των θεμάτων μέσω της ΕΚΕ.

Ο κύριος στόχος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι οι επιχειρήσεις να ενσωματώνουν εθελοντικά και όχι βάσει νόμων ή διατάξεων, τις κοινωνικές ή περιβαλλοντικές ανησυχίες που έχουν στις επιχειρηματικές πολιτικές τους. Οι επιχειρήσεις είναι στενά συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο επιχειρούν και οι κοινωνικές τους δράσεις, όταν υλοποιούνται μεθοδικά και με κατάλληλο προγραμματισμό δίνουν θετικά αποτελέσματα σε όλους, και στο κοινωνικό σύνολο και στις επιχειρήσεις. Η ΕΚΕ, με τις δράσεις και πολιτικές που υλοποιούνται από τις επιχειρήσεις, στηρίζεται στην οικονομική και βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων αλλά και στην κοινωνική συνοχή που πρέπει να υπάρχει.

Από την καταγραφή της διεθνούς βιβλιογραφίας, φαίνεται ότι υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων και η επιτυχή εφαρμογή της διαδραματίζει σημαντικό ρόλο επηρεάζοντας θετικά την οικονομική απόδοση των εταιρειών. Επίσης, ευρήματα έρευνας υποδηλώνουν έντονα ότι η πλειονότητα των διευθυντών θεωρούν την εταιρική διακυβέρνηση σαν ένα απαραίτητο πυλώνα για μια βιώσιμη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Σε άλλη έρευνα, φαίνεται ότι η δέσμευση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων με την κοινότητα, το περιβάλλον, τη διαφορετικότητα και τους υπαλλήλους, διαδραματίζει σημαντικό θετικό ρόλο στην ενίσχυση της εταιρικής χρηματοοικονομικής απόδοσης. Επιπλέον, συμπεράσματα που προέκυψαν από εμπειρική μελέτη που πραγματοποιήθηκε στις εταιρείες που είναι εγγεγραμμένες στο Χρηματιστήριο της Μαδρίτης έδειξαν θετικές σχέσεις και προς τις δύο κατευθύνσεις. Δηλαδή, ότι το κοινωνικό είναι κερδοφόρο και ότι το κερδοφόρο είναι κοινωνικό,

δημιουργώντας έτσι έναν κύκλο θετικών σχολίων. Μελέτη επίσης έδειξε, πώς οι θετικές και αρνητικές πληροφορίες για την εταιρική κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη επηρεάζουν τις προθέσεις αγοράς, απασχόλησης και επενδύσεων διαφόρων ενδιαφερομένων. Από τα σπουδαία ευρήματα της διεθνούς βιβλιογραφίας είναι και η διαπίστωση από έρευνα, ότι οι δράσεις κοινωνικής ευθύνης μέσω της άσκησης χρηστής διακυβέρνησης σημαίνει ότι οι μικρές ως μεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν σταθερή φήμη και οι εταιρείες που ενσωματώνουν την κοινωνική ευθύνη στο επιχειρηματικό τους μοντέλο, επιτυγχάνουν καλύτερη εικόνα στα μάτια των ενδιαφερομένων. Επίσης, μία άλλη έρευνα έδειξε ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της εταιρικής χρηματοοικονομικής απόδοσης των δημόσιων εισηγμένων εταιρειών σε μια αναδυόμενη αγορά. Οι σχέσεις των εργαζομένων και η συμμετοχή της κοινότητας, βρέθηκαν να σχετίζονται θετικά με την οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων.

Από την έρευνα σε 14 ελληνικές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, διαπιστώνεται ότι καταβάλλεται μεγάλη προσπάθεια των επιχειρήσεων να αντιμετωπίσουν σφαιρικά το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Καταγράφηκαν δράσεις οι οποίες αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό των εταιριών, και συγκεκριμένα για τις ίσες ευκαιρίες που δίδονται σε όλους, την προσπάθεια που κάνουν οι εταιρίες να εκπαιδεύσουν το προσωπικό σε διάφορα θέματα, και άλλες δράσεις που σχετίζονται με τους εργαζομένους των επιχειρήσεων.

Επίσης, και οι 14 επιχειρήσεις σχεδιάζουν και υλοποιούν δράσεις οι οποίες αφορούν τη αγορά. Συγκεκριμένα, υλοποιούν δράσεις για τους καταναλωτές, για τα προϊόντα ή υπηρεσίες που παράγουν και προσφέρουν στην αγορά. Επίσης, όλες, προσπαθούν να προωθήσουν την ΕΚΕ στους συνεργαζόμενους με την εταιρία αλλά και σε όλη την κοινωνία.

Μεγάλο μερίδιο στις δράσεις και πολιτικές που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις κατέχει το περιβάλλον. Μεγάλη προσπάθεια καταβάλλουν οι επιχειρήσεις να βοηθήσουν τις συνολικές πολιτικές κρατών, ενώσεων και φορέων και λαμβάνουν μέτρα για να επιβαρύνουν ελάχιστα το περιβάλλον με τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Επίσης, υλοποιούν δράσεις ΕΚΕ ώστε να μπορέσουν να ενεργοποιήσουν και να ευαισθητοποιήσουν το προσωπικό τους αλλά και πολλά τμήματα της κοινωνίας για τη προστασία του περιβάλλοντος.

Και στις 14 επιχειρήσεις, στους ιστοτόπους των οποίων, έγινε ηλεκτρονική έρευνα και καταγραφή των δράσεων ΕΚΕ που σχεδιάζουν και υλοποιούν, μεγάλο μέρος καταλαμβάνει η κοινωνία. Πολλά προγράμματα και δράσεις ΕΚΕ, από όλες τις επιχειρήσεις αφορούν γενικά την Παιδεία, όλων των βαθμίδων, από τα νήπια έως τα μεταπτυχιακά και διδακτορικά προγράμματα. Προσφέρονται σε νέους πολλές ευκολίες, χρήματα, υλικά μέσα, πληροφόρηση για να βοηθηθούν και να βελτιωθούν σε αυτό που κάνουν. Επίσης η υγεία των πολιτών και ιδίως των τοπικών κοινωνιών, εκεί που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις είναι ένας τομέας με σημαντική δράση σε πρωτοβουλίες ΕΚΕ εκ μέρους των επιχειρήσεων της έρευνας. Μεγάλη φροντίδα επίσης φαίνεται ότι δείχνουν οι επιχειρήσεις και για την ποιότητα ζωής όλων και πλήθος δράσεων υλοποιούνται προς αυτήν την κατεύθυνση.

Στην δεύτερη έρευνα, με συνεντεύξεις, με δεκαεπτά εκπροσώπους επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών της Βορείου Ελλάδος, υπήρξαν σημαντικά ευρήματα και συμπεράσματα.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα μέσω συνέντευξης, επιχειρηματίες ή τα στελέχη των επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών, υιοθετούν και εφαρμόζουν την ΕΚΕ. Την θεωρούν σημαντική για την προβολή της εταιρίας, την ανάπτυξη της κοινωνικής αποδοχής της, όπως και για την κοινωνική προβολή, λόγω του ότι δημιουργούν με τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καλύτερες σχέσεις με την τοπική κοινωνία και έτσι προστατεύονται από πιθανές οχλήσεις για διάφορα θέματα επιχειρηματικής λειτουργίας αλλά και ότι είναι μέρος της κοινωνικής υποχρέωσής τους. Επίσης, οι συμμετέχοντες τόνισαν ότι, με τέτοιες δράσεις βελτιώνεται το εργοδοτικό περιβάλλον αλλά και ότι υλοποιούν δράσεις ΕΚΕ για την δημιουργία και προστασία μιας ευνοϊκής και αποδεκτής από όλους επιχειρηματικής φήμης.

Οι δράσεις που υλοποιούν οι επιχειρήσεις της έρευνας, σύμφωνα με τις απαντήσεις της συνέντευξης, αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και δίδεται έμφαση στις ίσες ευκαιρίες προς όλους και επίσης δράσεις που προσπαθούν να βελτιώσουν τους εργαζομένους με διάφορους τρόπους, ιδίως με σεμινάρια κατάρτισης για ανάπτυξη των δεξιοτήτων τους.

Πολλές και ποικίλες είναι οι δράσεις ΕΚΕ που σχεδιάζουν και υλοποιούν για το περιβάλλον.

Ιδιαίτερη προσοχή δίνουν οι επιχειρήσεις όταν σχεδιάζουν προγράμματα ΕΚΕ, ιδίως όταν αφορά την τοπική κοινωνία όπου δραστηριοποιούνται, και δίδεται σε αυτές τις δράσεις μεγάλη προτεραιότητα και προσφέρονται σημαντικοί πόροι και άλλα οφέλη. Σημαντικές είναι οι δράσεις για την τοπική ανάπτυξη, την υγεία και περίθαλψη του τοπικού πληθυσμού και ιδίως των αναξιοπαθούντων, για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων μέσω ανάπτυξης των αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, οι επενδύσεις της επιχείρησης αλλά ιδιαίτερα η προσφορά θέσεων εργασίας, συμβάλλουν στην αντιμετώπιση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας. Οι φιλανθρωπικές δράσεις επίσης είναι σε υψηλή προτεραιότητα και αυτό γιατί οι επιχειρήσεις, είναι συνήθως οι ισχυρότεροι οικονομικοί παράγοντες μιας τοπικής κοινωνίας και οι πρώτοι που δέχονται αιτήματα βοήθειας σε διάφορες φιλανθρωπικές ενέργειες και δράσεις. Πολλές επίσης είναι και οι χορηγίες σε αθλητικά σωματεία, πολιτιστικούς συλλόγους κ.ά.

Για τις επιχειρήσεις της Βορείου Ελλάδος, οι δράσεις ΕΚΕ προσφέρουν περισσότερα από όσο κοστίζουν, γιατί σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, τις δράσεις ΕΚΕ τις θεωρούν χρήσιμες και για τις ίδιες αλλά και για το κοινωνικό σύνολο γενικότερα. Επίσης, πέραν των άλλων, απολαμβάνουν μία καλύτερη απήχηση και ωφέλεια, μπορούν δε να αποκτήσουν και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ωφελούνται επίσης από την εξωστρέφεια που αποκτάται, τη συμπάθεια του κόσμου, τις πολλές γνωριμίες, την ενδεχόμενη εύρεση νέων συνεργατών, τη μεγαλύτερη αποδοχή της επιχειρηματικής κουλτούρας και φιλοσοφίας και δίνουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση που βρίσκεται θετικά στο προσκήνιο. Για όλα αυτά οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι έχουν περισσότερα οφέλη, για την εταιρία αλλά και για τα μέλη αυτής, παρά κόστος.

Η οικονομική κρίση και η τελευταία πανδημία δεν θα εμποδίζουν την δράση των επιχειρήσεων σε θέματα ΕΚΕ και οι επιχειρήσεις σκοπεύουν, για το μέλλον, να κρατήσουν τον ίδιο προϋπολογισμό και ποσά, ή και να αυξήσουν τα ποσά για δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Ειδικότερα, οι 14 από τους ερωτώμενους, δήλωσαν ότι:

Γνωρίζουν πολύ καλά και είναι ενημερωμένοι για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την σημασία της ΕΚΕ σε μία επιχείρηση. Όλοι δήλωσαν ότι υλοποιούν σημαντικές δράσεις ΕΚΕ. Όλοι οι ερωτώμενοι, δήλωσαν διάφορους λόγους για τους οποίους υλοποιούν προγράμματα ΕΚΕ όπως την προβολή της εταιρίας, την ανάπτυξη της

κοινωνικής αποδοχής της εταιρίας, καθώς και ότι πιστεύουν πως οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι τμήμα της κοινωνικής υποχρέωσής τους, κ.α.

Οι εκπρόσωποι δηλώνουν, ότι δεν υλοποιούν δράσεις ΕΚΕ λόγω του ανταγωνισμού και γιατί το κάνουν και οι άλλες εταιρίες. Επίσης φαίνεται να έχουν εμπεδώσει τη έννοια της ΕΚΕ και να την θεωρούν μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Πολλές οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που καταγράφηκαν στις συνεντεύξεις και υλοποιούν οι επιχειρήσεις, τις οποίες θεωρούν χρήσιμες τόσο για τις ίδιες όσο και για το κοινωνικό σύνολο γενικότερα.

Οι δράσεις και πολιτικές που υλοποιούν οι επιχειρήσεις επιλέγονται με κριτήριο την καλύτερη απήχηση και ωφέλεια. Πολλές φορές η επιλογή γίνεται με βάση τους οικονομικούς πόρους που μπορούν να διαθέσουν οι επιχειρήσεις τη δεδομένη στιγμή.

Συμπερασματικά, οι δεκαεπτά επιχειρήσεις του κύριου ερευνητικού μέρους, υλοποιούν δράσεις και ενσωματώνουν στην επιχειρηματική τους λειτουργία πρακτικές καλύπτοντας και τους τέσσερις κύριους τομείς εφαρμογής της ΕΚΕ, το ανθρώπινο δυναμικό, την αγορά, το περιβάλλον και την κοινωνία.

Περιορισμοί της έρευνας

Από τις επαφές που πραγματοποιήθηκαν, για να ληφθούν οι συνεντεύξεις, οι επιχειρήσεις των οποίων οι ιδιοκτήτες ή τα στελέχη τους συμμετείχαν στην έρευνα, περιορίστηκαν σε αυτές που είχαν έδρα την Περιφερειακή Ενότητα Σερρών, έξι έχουν έδρα την Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης και από μία, εδρεύουν στις Περιφερειακές Ενότητες Χαλκιδικής, Ιωαννίνων, Κιλκίς και Κοζάνης.

Την έρευνα ενδέχεται να επηρέασε η χειμερινή εορταστική περίοδος, το κλείσιμο λογιστικών βιβλίων, παράγοντες που δημιούργησαν επιπλέον άγχος και πρόσθετες εργασίες στους ιδιοκτήτες ή τα στελέχη τους, και συνεπώς δεν υπήρξε η άνεση χρόνου για την επιλογή καλύτερης στιγμής για την συνέντευξη.

Η παρατεταμένη οικονομική κρίση πιθανόν επηρέασε, ασχέτως των όποιων απαντήσεων, την ψυχολογία αλλά και την πρακτική των επιχειρηματιών και των στελεχών τους. Συνεπώς, υπήρξε ο περιορισμός από το άγχος αλλά και την οικονομική στενότητα που βιώνουν την τελευταία δεκαετία, οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις.

Η καραντίνα και οι υποχρεωτικές αναστολές εργασίας, λόγω της πανδημίας, ήταν επίσης ένας περιορισμός. Εάν δεν υπήρχαν αυτού του είδους τα "εμπόδια" θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί επίσκεψη στις επιχειρήσεις και οι συνεντεύξεις να πραγματοποιηθούν δια ζώσης, με άνεση χρόνου, καθώς η προσωπική επαφή θα δημιουργούσε καλύτερες προϋποθέσεις για τις συνεντεύξεις.

Προτάσεις

Η έρευνα θα μπορούσε να επεκταθεί και σε άλλες περιοχές της επικράτειας ή σε ολόκληρη την Ελλάδα προκειμένου να διεξαχθούν συμπεράσματα από άλλες περιοχές. Επίσης θα μπορούσε να επεκταθεί και σε άλλους κλάδους, ώστε να γίνει μια συγκριτική έρευνα ανάμεσα σε αυτούς τους κλάδους και στις επιχειρήσεις τροφίμων.

Μια έρευνα, με συμμετοχή περισσότερων επιχειρήσεων μπορεί να προσφέρει περισσότερα ευρήματα για μελέτη, καθώς και μία έρευνα σε μελλοντικό χρόνο ώστε να γίνει σύγκριση ευρημάτων σε διάφορες χρονικές περιόδους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

1. Βαξεβανίδου, Μ. (2011). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Αθήνα : Σταμούλης Γκάντζιας, 2017
2. Βελέντζας, Γ. & Μπρώνη, Γ. (2012). Επιχειρηματική Ηθική – Εταιρική Διακυβέρνηση – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα : Βελέντζας.
3. Γκάντζιας Κ Γιώργος (2017), ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ, ΑΘΗΝΑ, Εκδότης: ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ
4. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (2006), του Ελληνικού Δικτύου για την «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.
5. Ζαφειρόπουλος Κώστας (2015), Πως γίνεται μία επιστημονική εργασία, Αθήνα, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ
6. Θανόπουλος, Γ. (2009). Επιχειρηματική ηθική και δεοντολογία στην εποχή της εταιρικής διακυβέρνησης. 2 η έκδοση, Αθήνα : Interbooks
7. Κουλουγλιώτης, Νικόλαος (1992), Επιχείρηση και κοινωνία: Ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης, Αθήνα, Εκδόσεις: Σύγχρονη Εκδοτική
8. Ξανθάκης, Μ., Τσιπούρη, Λ. & Σπανός, Λ. (2003). Εταιρική διακυβέρνηση : Έννοια και μέθοδοι αξιολόγησης. Αθήνα : Παπαζήσης
9. Τσαρδανίδης Χαράλαμπος (2014), «Εταιρική κοινωνική ευθύνη, ελληνικές επιχειρήσεις και ΜΚΟ», Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τομ. 143.
10. Dess G., McNamara G., Eisner A., (2019), ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ – Θεωρία και εφαρμογές, 9^η έκδοση, Αθήνα, Εκδότης: Τζιόλα
11. Haski - Leventhal Debbie (2018), Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα, Εκδότης: Τζιόλα
12. Kotler Philipe, Nancy Lee (2009), Εταιρική κοινωνική ευθύνη, Εκδόσεις Κέρκυρα - Economia Publishing
13. Kotler P., (2009), ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας», Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING.
14. Moon J., Morsing M., Rasche a., (2020), Εταιρική κοινωνική ευθύνη, Στρατηγική, επικοινωνία, διακυβέρνηση, Αθήνα, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

Ξενόγλωσση

15. Alniacik U., Alniacik E., Genc N., How corporate social responsibility information influences stakeholders' intentions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18 (2011), pp. 234-245.
16. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, (July/Aug), 39–48.
17. Cooper, S. ,(2004), *Corporate Social performance: A stakeholder approach*. 1η έκδοση, Ashgate Publishing
18. Delmas, M.A. & Montes –Sancho, M.J. (2010), Voluntary agreements to improve environmental quality: Symbolic and sub-stantive cooperation. *Strategic Management Journal*, 31(6): 575-601.
19. Freeman, R. Edward & Liedtka, Jeanne, 1991. "Corporate social responsibility: A critical approach," *Business Horizons*, Elsevier, vol. 34(4), pages 92-98.
20. Jamali D., Safieddine A.M., Rabbath M., “Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Synergies and Interrelationships”, *Corporate Governance – An International Review*, Volume 16, Issue 5, September 2008, Pages 443-459.
21. Jo, H., Harjoto, M.A. The Causal Effect of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility. *J Bus Ethics* 106, 53–72 (2012).
22. Kabir R., Thai, H.M. (2017), "Does corporate governance shape the relationship between corporate social responsibility and financial performance?", *Pacific Accounting Review*, Vol. 29 No. 2, pp. 227-258.
23. Mahrani, M. and Soewarno, N. (2018), "The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable", *Asian Journal of Accounting Research*, Vol. 3 No. 1, pp. 41-60.
24. Maron, I. Y. (2006). Toward a unified theory of the CSP-CFP link. *Journal of Business Ethic*, 67(2), 191–200.
25. Mercedes Rodriguez-Fernandez M., (2016) Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance, *BRQ Business Research Quarterly*, Volume 19, Issue 2, April–June 2016, Pages 137-151.
26. Mercedes Rubio-Andrés, M^a del Mar Ramos-González, Miguel Angel Sastre-

- Castillo (2021), Exploring the Links Between CSR, Good Governance, and Corporate Reputation, Knowledge Management for Corporate and Social Responsibility, 10.4018/978-1-7998-4833-2.ch007, (125-149), (2021).
27. Saleh, M., Zulkifli, N. and Muhamad, R. (2011), “Looking for evidence of the relationship between corporate social responsibility and corporate financial performance in an emerging market”, *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Vol. 3 No. 2, pp. 165-190.)
28. Thomas, J.G. (2000), Macroenvironmental forces. In Helmes, M.M. (Ed), *Encyclopedia of management* (4th ed): 516-520. Farmington Hills, MJ: Gale Group
29. Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411–427.
30. Vanhamme, J., & Grobbs, B. (2009). Too good to be true! The effectiveness of CSR history in countering negative publicity. *Journal of Business Ethics*, 85, 273–283.
31. Wang Zhihong , Sarkis Joseph, “Corporate social responsibility governance, outcomes, and financial performance”, *Journal of Cleaner Production*, Volume 162, 20 September 2017, Pages 1607-1616

Πηγές από το Διαδίκτυο

32. Ανδρουτσόπουλος, Γ.Θ., (2011), «Εταιρική Διακυβέρνηση και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», athena-socialscience.net, paper no 7 , <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1421416786.pdf?user>,
33. Ανούσου, Αικ., (2017) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Επιχειρήσεις», Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΑΕΙ Πειραιά , Διπλωματική εργασία, <http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3194/word%20%20paradoshs%20-%20CE%91%CE%BD%CF%84%CE%AF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%BF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>,
34. Ασπρίδης Γεώργιος (2015), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Η Όψη του

- Ανθρώπινου Παράγοντα στην Επιχείρηση, Αθήνα, ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ- Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, διαθέσιμο στην ιστοσελίδα <https://repository.kallipos.gr/bitstream/.pdf>,
35. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, www.csrhellas.net,
36. Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής (EBEN GR), <https://www.eben.gr/>,
37. Ινστιτούτο Επικοινωνίας. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη CSR 2011*. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο: <http://www.instofcom.gr/?bGFzdF9tZW51X2NsaWNrZWQ9bWFpb19tZW51Jm1haW5fbWVudV9pdGVtX2lkPTE3MiZwYWdlX2lkPTkyJmxhbmc9R1Im>,
38. Ιστορική αναδρομή για την ΕΚΕ, (<https://csrindex.gr/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AE-%CE%B5%CE%BA%CE%B5/>
39. Κανελλοπούλου Τέτη, (2011). *Η αξία της ένταξης της ΕΚΕ στη στρατηγική της επιχείρησης*. Επιστημονικό Marketing Management. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο: http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=5277,
40. Μητρέλλος Γιώργος (2015), Διάκριση των επιχειρήσεων και των ομίλων σύμφωνα με το μέγεθός τους και τα όρια ελέγχου των οικονομικών καταστάσεων, διαθέσιμο στο <https://www.accountancygreece.gr/%CE%B4%CE%B9%CE%AC%CE%BA%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BF%CE%BC%CE%AF/>
41. Πιερράκος Γιώργος (2015), Η αξιοποίηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) από την Τοπική Αυτοδιοίκηση: Το επιχειρηματικό εργαλείο της Θερμοκοιτίδας στην ενίσχυση των Κοινωνικών Επιχειρήσεων, διαθέσιμο άρθρο στην ιστοσελίδα <http://www.culturelab.gr/wp->

- <content/uploads/2015/10/pierrakos-11.10.2015-1.pdf>
42. Πράσινο Βιβλίο (2001): «Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη». [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf),
 43. Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, <http://www.opengov.gr/ypoiar/?p=5185>
 44. CRI. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο: <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=9>,
 45. Bloom, P.N. and Gundlach, G.T. (2001) Handbook of Marketing and Society. Sage, Thousand Oaks. <https://doi.org/10.4135/9781452204765>
 46. Cunningham, L. (2015). «The tao of Paul Polman», Washington Post, 21 Μαΐου. Διαθέσιμο άρθρο https://www.washingtonpost.com/news/on-leadership/wp/2015/05/2021/the- tao-of-paul-man/?utm_term=d498c3732746
 47. EuroCharity, www.elix.org.gr/i-elix,
 48. Great Place to Work Institute , www.greatplacetowork.gr/about-us/our-mission/,
 49. Coco–Mat, https://www.coco-mat.com/store/gr_el/
 50. INTPAKAT, <https://www.intrakat.gr/the-company/profile/>
 51. P&G (Procter & Gamble), <https://gr.pg.com/>
 52. COCA-COLA ΤΡΙΑ ΕΨΙΛΟΝ, <https://gr.coca-colahellenic.com/>
 53. Eurobank, <https://www.eurobank.gr/el/>
 54. MetLife, <https://www.metlife.gr/>,
 55. EKO, <https://www.eko.gr/>
 56. GRAND HOTEL PALACE, <https://www.grandhotelpalace.gr/>
 57. GRECOTEL, <https://www.grecotel.com/el/index.html>,
 58. KLEEMANN , <https://kleemannlifts.com/el/>
 59. ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε. <https://www.hellenicdairies.com/wp-content/uploads/2020/09/Hellenic-Dairies-IFRS-31.12.2019.pdf>
 60. ΜΕΒΓΑΛ, <https://www.mevgal.gr/frontend/index.php>
 61. ΝΕΟΓΑΛ Α.Ε., <https://neogal.gr/>
 62. ΟΛΥΜΠΟΣ, <https://www.olympos.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα Ι- ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Α. Στοιχεία επιχειρήσεων

Έτη λειτουργίας της επιχείρησης

0-10 έτη, 11-20 έτη, 21-30 έτη, 31 και άνω

Έδρα της επιχείρησης

Αριθμός εργαζομένων της επιχείρησης

0-25, 26-50, 51 και άνω

Η θέση του ερωτώμενου στην επιχείρηση

Επιχειρηματίας; ή Στέλεχος;

Ερωτήσεις

1. Βαθμός ενημέρωσης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την σημασία της σε μία επιχείρηση
2. Σχεδιασμός και υλοποίηση προγραμμάτων ΕΚΕ από την εταιρία που εκπροσωπεί ο ερωτώμενος
3. Λόγοι και οφέλη από την υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ
4. Δράσεις ΕΚΕ που υλοποιούνται και βαθμός χρησιμότητας
5. Κατηγορία ένταξης των δράσεων και πολιτικών δράσεις που υλοποιούνται στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

6. Κόστος εφαρμογής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
7. Υλοποίηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;
8. Κόστος των δράσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και μείωση της ανταγωνιστικότητας
9. Οφέλη και κόστος για την εταιρία από τις δράσεις ΕΚΕ
10. Λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά και του COVID-19, πρόθεση για
 - A. μείωση του ετήσιου κόστους για τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;
 - B. τήρηση του ίδιου προϋπολογισμού για ΕΚΕ
 - Γ. αύξηση του ποσού για δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;
11. Δυσκολίες στην υλοποίηση των ενεργειών και δράσεων της Κοινωνικής Ευθύνης εκ μέρους των εταιριών
12. Έτη υλοποίησης δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

Παράρτημα II- Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα μέσω συνεντεύξεων

ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 1 ΚΡΙ-ΚΡΙ Α.Ε. - Βιομηχανία γάλακτος
- 2 ΖΥΜΗ ΑΛΦΑ
- 3 Γατίδης Α.Β.Ε.Ε. - Αρτοποιία- Ζαχαροπλαστική
- 4 ΝΕΚΤΑΡ - ΑΦΟΙ Γ. ΚΟΥΡΤΙΔΗ Α.Ε.
- 5 ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ ΘΕΟΦΙΛΟΣ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ Α.Ε.
- 6 Φαίδων Α.Ε. - Βιομηχανία Ζαχαροπλαστικής
- 7 Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων «ΠΙΝΔΟΣ»
- 8 ΣΕΡΓΑΛ – ΣΕΡΡΑΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.
- 9 ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗ
- 10 ΙΟΝ Α.Ε ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ & ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΚΑΟ
ΚΑΙ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ
- 11 ΦΑΕΘΩΝ Α.Ε.,
- 12 ΜΠΟΡΑΣ- ΒΟΥΒΑΛΙΣΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ
- 13 ΚΟΥΦΕΤΟΠΟΙΑ ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΑΚΗ Α.Ε.
- 14 ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε. -Παραγωγή - Εμπόριο Μπουγάτσας &
Συναφών Ειδών
- 15 SELECT Αρτοσκευάσματα- Α.Ε.
- 16 ΦΑΡΜΑ ΧΑΛΑΣΤΡΑΣ Α.Ε.
- 17 ΚΤΗΜΑ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ