



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΥΓΕΙΑΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: " Ο τρόπος προβολής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους ιστοτόπους των μεγαλύτερων Ιδιωτικών Κλινικών της Ελλάδας."

Σπυρίδων Δημητρίου Δεσύλλας

Δεκέμβριος 2019



COPYRIGHT

Σπυρίδων Δημητρίου Δεσύλλας, 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα.

Το περιεχόμενο αυτής της εργασίας δεν απηχεί απαραίτητα τις απόψεις του Τμήματος, του Επιβλέποντα ή της Επιτροπής που το ενέκρινε.

Υπεύθυνη Δήλωση

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Διοίκηση Υπηρεσιών Υγείας του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

(Υπογραφή)

ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΔΕΣΥΛΛΑΣ

.....

Όνομα – πατρώνυμο – επώνυμο

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται στις στρατηγικές δράσεις μιας εταιρίας για την άσκηση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων και στόχο έχει την ανύψωση του κοινωνικού της προφίλ, έτσι ώστε να παρουσιάσει, τόσο στους εργαζόμενους της, όσο και στους «πελάτες» της ένα χαρακτήρα κοινωνικό, ευαίσθητο, προσαρμοσμένο στις ανάγκες της κοινωνίας, παράλληλα με τις επιχειρηματικές της δράσεις. Με άλλα λόγια, η εταιρική κοινωνική ευθύνη, προσπαθεί να εξηγήσει, στους καταναλωτές, ότι για την εταιρία, δεν υπάρχει μόνο το κέρδος, αλλά και ο άνθρωπος, σαν οντότητα και κοινωνικό αγαθό. Σκοπός της συγκεκριμένης διπλωματικής είναι να μελετήσει το ζήτημα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπως αυτό παρουσιάζεται μέσω των διαδικτυακών χώρων, των μεγαλύτερων ιδιωτικών κλινικών της χώρας. Με την μελέτη μας αυτή θα εξάγουμε συμπεράσματα, για τους τομείς που εφαρμόζουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη, αν εφαρμόζεται στους εργαζόμενους ή στους πελάτες και μέσα από ποιες δράσεις. Με συγκρίσεις λοιπόν θα οδηγηθούμε στα συμπεράσματα, όπου θα εξετάσουμε, την θεωρία – βιβλιογραφία, αλλά και τα ευρήματα από την Ανάλυση περιεχομένου, που διεξήγαμε. Επιπλέον, θα αναφέρουμε αν τα ερωτήματα που έχουμε θέσει, έχουν απαντηθεί, αλλά και θα προτείνουμε κατά την άποψη μας, στοιχεία που ίσως να λείπουν από τις εταιρίες που εξετάσαμε με την μέθοδο της Ανάλυσης Περιεχομένου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
Θεωρητικό Τμήμα Εργασίας	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1- Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	8
1. Ορισμός εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	8
1.2 Ιστορική προοπτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης	10
3. Η Νέα Προσέγγιση: Υποστήριξη των εταιρικών στόχων	12
1.4 Οφέλη και επιπτώσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2-ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑ-ΥΓΕΙΑ	
2.1 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και φήμη νοσοκομείου.....	15
2.2 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και αφοσίωση των πελατών.....	15
2.3 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και νοσοκομειακή αξία.....	16
2.4 Η φήμη του νοσοκομείου και η αφοσίωση των πελατών.....	16
2.5 Στρατηγικές Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	18
2.6 Επικοινωνία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	19
2.7 Εσωτερικό μάρκετινγκ για την εταιρική κοινωνική ευθύνη.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3-Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ	
3.1 Παγκόσμιες προκλήσεις.....	22
3.2 Ο τομέας της υγείας στην Ελλάδα.....	22
3.3 Ηλεκτρονική υγεία	25
3.4 ISO 9000.....	26
3.5 Ιδιωτική Υγεία και Εταιρική κοινωνική ευθύνη στην Ελλάδα.....	28
Πρακτικό Τμήμα Εργασίας	

Σκοπός Ερωτήματα και Μεθοδολογία έρευνας	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4- Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	
4.1 ΟΜΙΛΟΣ ΥΓΕΙΑ.....	29
4.2 ΟΜΙΛΟΣ ΙΑΣΩ.....	33
4.3 ΚΛΙΝΙΚΗ ΡΕΑ.....	39
4.4 ΟΜΙΛΟΣ ΒΙΟΙΑΤΡΙΚΗ.....	40
4.5 ΟΜΙΛΟΣ EUROMEDICA	41
4.6 ΟΜΙΛΟΣ ΙΑΤΡΙΚΟ ΑΘΗΝΩΝ.....	44
4.7 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΤΩΝ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΩΝ ΟΜΙΛΩΝ	
4.8 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΤΩΝ ΟΜΙΛΩΝ	
.....	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	52

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη την τελευταία δεκαετία, εξαπλώνετε με γοργούς ρυθμούς. Πολλές εταιρίες, εφαρμόζουν, στο στρατηγικό τους πλάνο, δράσεις, αναφορικά με ευαίσθητες ομάδες της κοινωνίας, ακόμη και δράσεις αφιερωμένες στο περιβάλλον. Η τάση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι διεθνής και δεν έχει αντίκρισμα μόνο στον επιχειρηματικό κλάδο, αλλά και στον ακαδημαϊκό και πολιτικό.

Δυο σοβαροί λόγοι συνηγορούν, στο να επενδύουν όλο και περισσότερο οι επιχειρήσεις στην εταιρική κοινωνική ευθύνη, πρώτον η οικονομική κρίση και η ανασφάλεια, που αισθάνεται μεγάλη μερίδα των πολιτών, δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης να αναλάβουν τον ρόλο των «ηγετών της κοινωνίας» και να πάρουν θέση σε καίρια ζητήματα που αντιμετωπίζει η κοινωνία μας, όπως ανεργία, βοήθεια σε απόλυτες κοινωνικές ομάδες κλπ. Ο δεύτερος λόγος, είναι ότι στις δύσκολες εποχές που διανύει η ανθρωπότητα, οι καταναλωτές, δεν γνωρίζουν, ποιες εταιρίες μπορούν να εμπιστευθούν, μέσα λοιπόν από αυτές τις δράσεις, οι εταιρίες αποκτούν ένα υπεύθυνο πρόσωπο, οπού θα οδηγήσει τους καταναλωτές ακριβώς στην πόρτα τους, αφού στην εταιρία που εφαρμόζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη, οι καταναλωτές θα δουν μια υπεύθυνη εταιρία που μπορούν να εμπιστευτούν.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη τα τελευταία χρόνια, εφαρμόζεται και στις υπηρεσίες της υγείας, αφού πλέον και εκεί, το ανταγωνιστικό περιβάλλον, είναι τεράστιο και οι πελάτες(ασθενείς) έχουν τις ίδιες ανησυχίες και προβαίνουν στις ίδιες αντιδράσεις με τους πελάτες καταναλωτικών εταιριών. Η υγεία είναι ένα πολύτιμο αγαθό, το οποίο όμως στις μέρες μας, δεν δίνεται χωρίς το ανάλογο αντίκρισμα.

Ο σκοπός αυτής της εργασίας, είναι να εξετάσουμε, την εταιρική κοινωνική ευθύνη, που εφαρμόζουν , οι μεγαλύτερες ιδιωτικές κλινικές της χώρας μας, μέσα από την παρουσίαση που προσφέρουν από τους διαδικτυακούς τους χώρους. Θα εξετάσουμε τους τομείς που προσφέρουν εταιρική κοινωνική ευθύνη, τους αποδέκτες και εν γένει τις δράσεις που προσφέρουν. Στο τέλος θα εξάγουμε συμπεράσματα σχετικά με το επίπεδο παροχών κάθε ιδιωτικής κλινικής και το πόσο αυτή δέχεται τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Η δομή της εργασίας, αποτελείται από δύο σκέλη, πρώτα το θεωρητικό κομμάτι, το οποίο εξετάζει, το θεσμό της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, μέσα από τον γενικό ορισμό της, την ιστορική προοπτική της και στην συνέχεια εξειδικεύουμε προχωρώντας στην εταιρική κοινωνική ευθύνη των δομών υγείας. Το δεύτερό κομμάτι της εργασίας είναι το πρακτικό τμήμα της και έχει να κάνει με

την έρευνα που διεξήγαμε μέσα από τους ιστοτοπούς των ιδιωτικών κλινικών και τα αποτελέσματα που βρήκαμε. Η μέθοδος που χρησιμοποιήσαμε για το πρακτικό μας κομμάτι, είναι η ανάλυση περιεχομένου. Καταλήγουμε τέλος στο συμπέρασμα μας, όπου εκεί εξάγουμε τα συμπεράσματα μας σύμφωνα με την θεωρία, την βιβλιογραφία και τα ευρήματα από το πρακτικό σκέλος της ερευνάς μας.

I. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1- Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1.1 Ορισμός εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται σε στρατηγικές δράσεις κατά την άσκηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Πάρα το γεγονός ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη έκανε την εμφάνισή της στις εταιρικές δραστηριότητες περίπου στα μέσα της δεκαετίας του 1990 στην Ευρώπη και πολύ νωρίτερα στην Αμερική, δεν έχει υπάρξει ένας διεθνώς αποδεκτός ορισμός για την περιγραφή της. Κατά διαστήματα έχουν υπάρξει προσπάθειες να δοθούν, από αρκετές χώρες διάφοροι ορισμοί, οι οποίοι αν και δεν ταυτίζονται, στους περισσότερους αναφέρεται ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει την έννοια των κοινωνικών και περιβαλλοντικών ανησυχιών που μετατρέπονται σε λήψη μέτρων και πολιτικών από μια επιχείρηση σε συνεργασία με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Η κλασική άποψη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης επικεντρώθηκε μόνο σε φιλανθρωπικούς σκοπούς ή στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Σήμερα, αυτό το παράδειγμα έχει μετατοπιστεί ως επιχειρηματική ευθύνη για την επίλυση περιβαλλοντικών και κοινωνικών προβλημάτων.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ένα σημαντικό μάρκετινγκ εργαλείο που θεωρείται σε μεγάλο βαθμό ικανό να προωθήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, της εταιρείας, την φήμη και την απόδοση τόσο σε ιδιωτικές όσο και σε κρατικές επιχειρήσεις.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι η συνεχιζόμενη δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται δεοντολογικά και να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα ζωής του εργατικού δυναμικού και των οικογενειών του, καθώς και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα. Τα προαναφερθέντα υποδηλώνουν ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά την ενσωμάτωση κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών παραμέτρων στις δομές λήψης αποφάσεων και στις διαδικασίες των επιχειρήσεων. Πρόκειται για την εμπλοκή των μετόχων και άλλων ενδιαφερομένων και τη συνεργασία με αυτούς για την αποτελεσματικότερη διαχείριση των πιθανών κινδύνων και για την οικοδόμηση της αξιοπιστίας και εμπιστοσύνης στην κοινωνία.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια από τις στρατηγικές διαχείρισης όπου οι εταιρείες προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία, ενώ ασκεί επιχειρηματικές δραστηριότητες (Asemah et al. 2013). Οι οργανισμοί πρέπει να φροντίζουν για το περιβάλλον όπου εκτελούν τις δραστηριότητές τους, ώστε να κερδίσουν την καλή θέληση των ενδιαφερομένων και αυτό με τη σειρά του ενισχύει την απόδοση του οργανισμού οικονομικά αλλά και σε άλλους τομείς.

Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σημαίνει ότι οι οργανώσεις έχουν ηθικές, δεοντολογικές και φιλανθρωπικές ευθύνες εκτός από τις ευθύνες τους να κερδίζουν μία δίκαιη απόδοση για τους επενδυτές και τη συμμόρφωση με το νόμο. Οι οργανισμοί έχουν χιλιάδες νομικές ευθύνες που διέπουν σχεδόν κάθε πτυχή των δραστηριοτήτων τους, συμπεριλαμβανομένων των νόμων περί καταναλωτών και προϊόντων, τους περιβαλλοντικούς νόμους και τη νομοθεσία για την απασχόληση.

Οι δεοντολογικές ευθύνες αφορούν τις κοινωνικές προσδοκίες που πηγάζουν πέρα από το νόμο, όπως η προσδοκία ότι οι οργανώσεις θα διεξάγουν τις υποθέσεις τους με δίκαιο τρόπο. Αυτό σημαίνει ότι οι οργανισμοί αναμένεται να κάνουν περισσότερα από ό, τι μόνο συμμορφώνονται με το νόμο, αλλά και να κάνουν προληπτικές προσπάθειες, να προβλέπουν και να πληρούν τους κανόνες της κοινωνίας, ακόμη και αν οι κανόνες αυτοί δεν έχουν θεσπιστεί νομικά.

Ας αναλύσουμε όμως περαιτέρω αυτές τις βασικές έννοιες που προαναφέραμε:

Δεοντολογικές ευθύνες:

Οι δεοντολογικές ευθύνες είναι ευθύνες που η εταιρεία τοποθετεί γιατί οι ιδιοκτήτες της πιστεύουν ότι είναι το σωστό πράγμα που πρέπει να κάνουν όχι επειδή έχουν την υποχρέωση να το πράξουν. Ηθικά οι ευθύνες θα μπορούσαν να είναι η φιλικότητα προς το περιβάλλον, η καταβολή δίκαιων μισθών ή η άρνηση συνεργασίας σε καταπιεστικές χώρες. Η ηθική στην εταιρική κοινωνική ευθύνη συνεπάγεται την ενσωμάτωση υπεύθυνων πρακτικών. Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους οι οργανισμοί μπορούν να εφαρμόσουν δεοντολογικές επιχειρηματικές πρακτικές και αυτά περιλαμβάνουν την ελαχιστοποίηση του περιβάλλοντος τη ρύπανση από τις εγκαταστάσεις παραγωγής και την παροχή παροχών υγειονομικής περίθαλψης στους εργαζομένους.

Νομικές ευθύνες:

Οι νομικές ευθύνες μιας εταιρείας είναι οι απαιτήσεις που της έχουν ανατεθεί από το νόμο. Η διασφάλιση ότι υπακούει σε όλους τους νόμους είναι η πιο σημαντική ευθύνη, σύμφωνα με τη θεωρία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι νομικές ευθύνες μπορούν να κυμαίνονται από των κανονισμών περί κινητών αξιών στο εργατικό δίκαιο, το περιβαλλοντικό δίκαιο και ακόμη και το

ποινικό δίκαιο το οποίο δυστυχώς στις μέρες μας, βρίσκει αρκετά μεγάλο πεδίο εμπλοκής στις επιχειρήσεις.

Φιλανθρωπικές Ευθύνες:

Οι φιλανθρωπικές ευθύνες είναι ευθύνες που πηγαίνουν πέρα από αυτό που απαιτείται απλά ή τι πιστεύει η εταιρεία ότι είναι σωστό. Περιλαμβάνουν την προσπάθεια προς όφελος της κοινωνίας, για παράδειγμα, δωρίζοντας υπηρεσίες στις κοινότητες υποδοχής, συμμετέχοντας σε έργα για την ενίσχυση του περιβάλλοντος ή δωρίζοντας χρήματα σε φιλανθρωπικούς σκοπούς. Η Φιλανθρωπική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη περιγράφει την υποστήριξη μιας εταιρείας για μια αιτία ή δραστηριότητα που εκδηλώνεται εκτός της επιχείρησής της.

Οι εταιρείες συνήθως επιλέγουν μια αιτία ή έναν οργανισμό στον οποίο να εστιάσουν τις συνεισφορές τους, οι οποίες μπορούν περιλαμβάνουν τη δωρεά εξοπλισμού ή τεχνολογίας, το χρόνο των εργαζομένων (εθελοντισμός) ή τα χρήματα. Κάτω από την ομπρέλα της φιλανθρωπικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, υπάρχουν διακριτικά στοιχεία που οδηγούν τα κίνητρα για τη συμμετοχή και τις ενέργειες της εταιρείας. Όποια κι αν είναι τα κίνητρα, είναι βέβαιο ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει γίνει ένα σημαντικό εργαλείο για τη μέτρηση της φήμης και της εικόνας της εταιρείας .

Οικονομικές ευθύνες:

Η πρώτη ευθύνη ενός οργανισμού είναι η οικονομική του ευθύνη. Πριν μια εταιρεία σκέφτεται να είναι ένας καλός πολίτης, πρέπει πρώτα να βεβαιωθεί ότι μπορεί να είναι επικερδής. Αυτό σημαίνει ότι η οικονομική ευθύνη καλύπτει τομείς όπως η ακεραιότητα, η εταιρική διακυβέρνηση, η οικονομική ανάπτυξη της κοινότητας, η διαφάνεια, η πρόληψη της δωροδοκίας, πληρωμές προς τις εθνικές και τοπικές αρχές, χρήση τοπικών προμηθευτών .

1.2 Ιστορική προοπτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Οι πεποιθήσεις και η στάση απέναντι στην εταιρική κοινωνική ευθύνη έχουν αλλάξει με την πάροδο του χρόνου. Το 1950, η φιλανθρωπία ήταν το βασικό συστατικό της κοινωνικής ευθύνης των εταιριών.

Το 1953, ο Bowen έγραψε το βιβλίο Κοινωνικές Ευθύνες του Επιχειρηματία. Από τότε υπήρξε μια μετατόπιση της ορολογίας από την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων στην εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Ο McGuire το 1963, είχε την άποψη ότι η ιδέα της κοινωνικής ευθύνης προϋποθέτει ότι η εταιρεία δεν έχει μόνο οικονομικές και νομικές υποχρεώσεις αλλά και κάποιες κοινωνικές υποχρεώσεις προς την κοινωνία.

Την δεκαετία του 1970, επιχειρήθηκε να δοθεί ένας ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, πιο συγκεκριμένα ο ορισμός είχε ως εξής `` μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση είναι αυτή, η ανώτατη διοίκηση της οποίας ισορροπεί ένα συνδυασμό διαφορετικών συμφερόντων. Η επιχείρηση δεν έχει ως μοναδικό κίνητρο την απόκτηση μεγαλύτερων κερδών για τους μετόχους της, αλλά λαμβάνει υπόψη τους εργαζομένους, τους προμηθευτές, τους εμπόρους, τις τοπικές κοινότητες και το έθνος`` (JOHNSON 1971), ο οποίος όμως δεν έγινε απόλυτα αποδεκτός.

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, η πρώτη αναφορά στην έννοια της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έγινε το 1993 από τον Πρόεδρο της Ευρωπαϊκής επιτροπής JACQUES DELORS, ο οποίος αναφέρθηκε στις εταιρίες και τους έδωσε το έναυσμα να συγκεντρωθούν στην καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού. Ενώ τότε όλοι ανέμεναν ότι η πρόταση του θα έπεφτε στο κενό, αντίθετα λίγα χρόνια αργότερα υπήρξε έντονη κινητοποίηση η οποία οδήγησε σε πολύ θετικά αποτελέσματα.

Με το πέρασμα των χρόνων φυσικά και μέσα από διάφορες διεργασίες και αναλύσεις αποτελεσμάτων, η εταιρική κοινωνική ευθύνη, αναπτύχθηκε και εξελίχθηκε, ακολουθώντας τις τάσεις της κάθε εποχής. Φυσική εξέλιξη η εταιρική κοινωνική ευθύνη στις δομές υγείας.

Στο πλαίσιο των νοσοκομείων-ιατρικών κέντρων-κλινικών, η υλοποίηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης διεξάγεται με νοσοκομειακές λειτουργίες. Οι δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που πραγματοποιήθηκαν στα νοσοκομεία-ιατρικά κέντρα-κλινικές και που εμπλέκουν τους ασθενείς είναι σε θέση να δημιουργήσουν αντιλήψεις στο μυαλό των ασθενών

Ως αποτέλεσμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που συνήθως περιορίζεται στον ιδιωτικό τομέα, η πρακτική της, τόσο σε κυβερνητικούς οργανισμούς όσο και στον τομέα της υγειονομικής περίθαλψης έχει προσελκύσει λιγότερη προσοχή. Η δημοσίευση δραστηριοτήτων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των νοσοκομείων του ιδιωτικού τομέα ενθαρρύνει την εμπιστοσύνη του κοινού στη χρήση ιδιωτικών υπηρεσιών και όχι σε κυβερνητικές υπηρεσίες, όπως τα δημόσια νοσοκομεία.

Προκειμένου η εταιρική κοινωνική ευθύνη να γίνει αποδεκτή από ένα πρόσωπο, θα πρέπει να πλαισιώνεται με τέτοιο τρόπο ώστε όλο το φάσμα των επιχειρηματικών ευθυνών να αγκαλιάζονται. Προτείνονται τέσσερα είδη κοινωνικών ευθυνών που συνιστούν τη συνολική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης:

οικονομική,

νομική,
ηθική και
φιλανθρωπική.

Οι επιχειρηματικοί οργανισμοί είναι φορείς σχεδιασμένοι να παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες προς την κοινωνία. Το κίνητρο κέρδους έχει κεντρική σημασία για την επιχειρηματικότητα. Οι επιχειρήσεις έπρεπε να παράγουν αγαθά και υπηρεσίες και να συμβάλουν στην αύξηση του κέρδους. Σε κάποια χρονική στιγμή η ιδέα του κινήτρου κέρδους μετατράπηκε σε μια έννοια των μέγιστων κερδών και αυτό είναι μια διαχρονική αξία από τότε.

Ωστόσο, οι επιχειρήσεις αναμένεται να συμμορφωθούν με τους νόμους και τους κανονισμούς που έχουν εκδοθεί από ομοσπονδιακές, κρατικές και τοπικές κυβερνήσεις ως βασικούς κανόνες βάσει των οποίων πρέπει να λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αναμένεται να συνεχίσουν τις οικονομικές τους επιδιώξεις στο πλαίσιο του νόμου.

Αν και οι οικονομικές και νομικές ευθύνες εμπεριέχουν δεοντολογικά πρότυπα, την αμεροληψία και τη δικαιοσύνη, οι δεοντολογικές ευθύνες περιλαμβάνουν αυτές τις δραστηριότητες και πρακτικές που αναμένονται από τα μέλη της κοινωνίας. Οι δεοντολογικές ευθύνες ενσωματώνουν αυτούς τους κανόνες, πρακτικές ή προσδοκίες που δείχνουν ανησυχία για το τι οι καταναλωτές, οι εργαζόμενοι, πρέπει να θεωρούνται ως δίκαιοι, ή σύμφωνοι με την έννοια του σεβασμού ή προστασίας των ηθικών δικαιωμάτων των ενδιαφερομένων.

1.3 Η Νέα Προσέγγιση: Υποστήριξη των εταιρικών στόχων

Οι εταιρείες τώρα αναλαμβάνουν μερικές στρατηγικές περιοχές εστίασης που ταιριάζουν εταιρικές αξίες, επιλογή πρωτοβουλιών που υποστηρίζουν επιχειρηματικούς στόχους, επιλέγοντας θέματα που παρέχουν ευκαιρίες για την επίτευξη στόχων μάρκετινγκ, όπως είναι το αυξημένο μερίδιο αγοράς, η διεύρυνση στην αγορά ή τη δημιουργία μιας επιθυμητής μάρκας.

Η μακροπρόθεσμη δέσμευση, οι συνεισφορές σε είδος όπως η εταιρική τεχνογνωσία, η τεχνολογική υποστήριξη, η πρόσβαση σε υπηρεσίες, ο χρόνος των εργαζομένων, η ενσωμάτωση του θέματος στο μάρκετινγκ, οι εταιρικές επικοινωνίες, οι ανθρώπινοι πόροι, οι κοινότητες και οι σχέσεις πρέπει να διαμορφώσουν στρατηγικές συμμαχίες με έναν ή περισσότερους εξωτερικούς εταίρους.

Στη βιβλιογραφία έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον για τη διερεύνηση σε ότι αφορά τις αντιλήψεις των διαχειριστών σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη και τις ενέργειες που ενδέχεται να αναλάβουν σε κοινωνικά υπεύθυνα θέματα.

1.4 Οφέλη και επιπτώσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

1.4.1 Οφέλη από την εταιρική κοινωνική ευθύνη

Οι εταιρείες που δεσμεύονται να αναπτύξουν μια ολοκληρωμένη στρατηγική εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορούν να αναμένουν οφέλη από μια σειρά πιθανών θετικών αποτελεσμάτων, όπως:

α) Βελτιωμένες οικονομικές επιδόσεις και μειωμένο λειτουργικό κόστος:

Εάν η εταιρική κοινωνική ευθύνη διαπερνά την οργάνωση, φέρνει μαζί της μια αίσθηση ευθύνης, η οποία τελικά γίνεται μια συνήθεια μεταξύ των υπαλλήλων της επιχείρησης. Οι εταιρείες λαμβάνουν μέτρα όπως η διατήρηση του χαρτιού, η μη χρήση πλαστικών κυπέλλων κλπ. Η συνείδηση αυτή προέρχεται από την αίσθηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης και βοήθησε στη μείωση του λειτουργικού κόστους. Η υιοθέτηση μιας ευαίσθητης στάσης απέναντι στις δυνάμεις της κοινότητας που προσπαθούν να επιδιώξουν περιβαλλοντικές βελτιώσεις, για την υιοθέτηση φιλικών προς το περιβάλλον μέτρων, χρησιμοποιώντας λιγότερη ενέργεια και υλικό.

β) Βελτιωμένη αξία εμπορικού σήματος και εταιρική εικόνα

Η καλή εικόνα της μάρκας οδηγεί στην αφοσίωση των πελατών. Το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος έχει φέρει τους πελάτες, τη βιομηχανία και την κυβέρνηση σε μια κοινή πλατφόρμα στην οποία συμμετέχει ο κάθε ενδιαφερόμενος. Από την πλευρά του καταναλωτή, υπάρχει μια αυξανόμενη αγορά φιλική προς το περιβάλλον.

γ) Βελτιωμένη εμπιστοσύνη των πελατών

Οι καταναλωτές δεν θέλουν μόνο καλά και ασφαλή προϊόντα, αλλά θα ήθελαν επίσης να γνωρίζουν ότι αυτό που αγοράζουν παράγεται με κοινωνικό και περιβαλλοντικό φιλικό τρόπο, και μερικές φορές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για τα προϊόντα αυτά. Όλο και περισσότεροι πελάτες εξετάζουν το ζήτημα των περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων των εταιρειών όταν είναι κάνουν αποφάσεις αγοράς.

δ) Ανάπτυξη μιας καλύτερης εργασιακής κουλτούρας μέσα στον οργανισμό

Η έκταση της δημοσιότητας και της καλής θέλησης που δημιουργούνται από τις δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συμβάλλουν στη διαχείριση ταλέντων, καθώς ο μέσος εργαζόμενος αισθάνεται υπερηφάνεια. Μελέτες έχουν δείξει ότι οι εργαζόμενοι προτιμούν να εργάζονται για μια ηθική και αξιόπιστη εταιρεία.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δημιουργεί επίσης ένα αφοσιωμένο εργατικό δυναμικό με υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης καθώς οι άνθρωποι υπερηφανεύονται οι ίδιοι για την εταιρεία τους. Ενθαρρύνει ένα πνεύμα εθελοντισμού μεταξύ των συναδέλφων και ενισχύει το ηθικό, χτίζει την αυτοεκτίμηση και προωθεί την ομάδα πνεύμα.

ε) Μείωση του κινδύνου ως αποτέλεσμα της σαφέστερης κατανόησης των θέσεων που έχουν ληφθεί

Οι επιχειρήσεις που επιδεικνύουν περιβαλλοντική και κοινωνική ευθύνη τείνουν να θεωρούνται λιγότερο επικίνδυνες από εκείνες που δεν το κάνουν, όπως μπορεί να μεταφραστεί σε πρόληψη κόστους, χαμηλότερα ασφάλιστρα, μειωμένα επιτόκια, μειωμένο νομικό και κανονιστικό κόστος και άλλα. Κυρίως στις δυτικές χώρες έχει παρατηρηθεί ότι η ενσωμάτωση της κοινωνικής ευθύνης μπορεί να μειώσει τη μεταβλητότητα του χαρτοφυλακίου και να αυξήσει τις αποδόσεις.

στ) Απόκτηση άτυπης κοινωνικής άδειας, διευκόλυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Οι επιχειρήσεις που φροντίζουν την κοινότητά τους έχουν περισσότερη συνεργασία και λιγότερα ερωτήματα από τους ρυθμιστές και τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς ακτιβιστές. Τέτοιες επιχειρήσεις λαμβάνουν επίσης συνεργασία από την τοπική κοινότητα. Η απόκτηση αδειών είναι επίσης ευκολότερη για τις εταιρείες αυτές.

1.4.2 Επιπτώσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει πολύ ευρύτερες επιπτώσεις για το έθνος ως σύνολο. Μειώνει την εξάρτηση από την κυβέρνηση για κοινωνική αλλαγή. Τα περισσότερα κυβερνητικά προγράμματα εμπλέκονται στην πολιτική τη χειραγώγηση, τη διαφθορά, τις κοινότητες και τις επιθέσεις. Εκεί είναι η ανάγκη σύμπραξης δημόσιου-ιδιωτικού τομέα με σαφώς καθορισμένους ελέγχους και διαδικασίες για την καλύτερη χρήση των πόρων για κοινωνική αλλαγή.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά την παράδοση και τον πολιτισμό. Οι επιχειρήσεις μπορούν να θεσμοθετήσουν τον εθελοντισμό μεταξύ των εργαζομένων μέσω κατάλληλων κινήτρων και αναγνώρισης. Η εσωτερική αξιολόγηση των επιδόσεων των εργαζομένων θα μπορούσε να αναγνωρίσει την εργασία της κοινότητας. Η κοινοτική εργασία μπορεί να λάβει πολλές μορφές

όπως τη διδασκαλία σε κυβερνητικά σχολεία, την υποστήριξη των ΜΚΟ οικονομικά, την ενδυνάμωση των γυναικών, φύτευση δέντρων, εθελοντισμό σε ορφανοτροφεία και άλλα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2-ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑ - ΥΓΕΙΑ

2.1 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και φήμη νοσοκομείου

Οι Schermerhorn (2016) και Kurniawan (2017) δηλώνουν ότι γενικά υπάρχουν τέσσερα επίπεδα δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης: κερδοφορία, νομιμότητα, ηθική και φιλανθρωπία. Αυτά τα τέσσερα ομαδοποιούνται σε δύο κύριες ομάδες. Η πρώτη ομάδα ασχολείται με το πεδίο εφαρμογής των υποχρεώσεων της εταιρείας που διασταυρώνονται με το εφαρμοστέο δίκαιο. Η άλλη ομάδα σχετίζεται με την πειστική σφαίρα που οδηγεί σε εθελοντική δράση. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη θεωρείται ως ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την καταπολέμηση του ανταγωνισμού στην αγορά .

Τώρα, η κοινότητα αντιδρά επίσης έντονα στις δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που θεωρούνται ωφέλιμες για την κοινότητα. Οι δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στο πλαίσιο των νοσοκομείων αφορούν γενικά την εκπαίδευση παραϊατρικών ομάδων, σεμινάρια για την υγεία και φιλανθρωπικές δραστηριότητες για το κοινό για τη βελτίωση της δημόσιας υγείας εν γένει.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη θα ενισχύσει τη φήμη του νοσοκομείου και τις δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που πραγματοποιούνται από την αύξηση του νοσοκομείου.

2.2 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και αφοσίωση των πελατών

Η αφοσίωση των πελατών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Η αφοσίωση γίνεται περισσότερο από τον τελικό στόχο του μάρκετινγκ. Σύμφωνα με την έννοια της συμπεριφοράς των καταναλωτών, οι καταναλωτές θα είναι πιο πιστοί σε προϊόντα που περιέχουν ηθικά στοιχεία και εταιρείες που εφαρμόζουν με συνέπεια τις δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Οι καταναλωτές θεωρούν τις δράσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης παράγοντα αξιολόγησης του προϊόντος μιας εταιρείας που οδηγεί σε πιστή συμπεριφορά. Στο πλαίσιο αυτό, τα νοσοκομεία πρέπει να εφαρμόζουν με συνέπεια και να προβαίνουν σε δραστηριότητες στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε μια προσπάθεια να φθάσουν στην πίστη των καταναλωτών.

2.3 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και νοσοκομειακή αξία

Οι άνθρωποι είναι όλο και περισσότερο συνειδητοί των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των ηθικών συμπεριφορών που επηρεάζουν την έντονη δυναμική επίδραση των δραστηριοτήτων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Η προσέγγιση της κοινωνικής ευθύνης που αναπτύχθηκε και εφαρμόστηκε από τον ιδιωτικό τομέα μπορεί τώρα να ωφελήσει τον τομέα των υπηρεσιών υγείας, όπως τα νοσοκομεία. Σε μια ανταγωνιστική αγορά, η ορθή εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης θα αυξήσει πιθανώς την αξία του νοσοκομείου καθώς οι δράσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης θα βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα στην παροχή υπηρεσιών υγείας .

Οι δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορούν να προσελκύσουν την προσοχή των εργαζομένων καθώς και να διαμορφώσουν τη συμπεριφορά που αναμένεται από τους ασθενείς και τους παραϊατρικούς. Αυτό θα ενθαρρύνει την αυξημένη αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας. Ωστόσο, έχει παρατηρηθεί ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν έχει καμία επίδραση ή ακόμα και αρνητική επίδραση στην αξία του νοσοκομείου, αφού υπάρχουν πελάτες, οι οποίοι εξετάζουν αποκλειστικά και μόνο τα άτομα που υπηρετούν στο νοσοκομείο, για παράδειγμα, για πολλούς ασθενείς –πελάτες, μέγιστο ρόλο παίζει ο ιατρός σαν άτομο και επιστήμονας, για να προτιμήσουν τον συγκεκριμένο φορέα.

2.4 Η φήμη του νοσοκομείου και η αφοσίωση των πελατών

Η βιβλιογραφία του μάρκετινγκ υποδεικνύει ότι οι πελάτες αξιολογούν την αντίληψη των επιδόσεων μιας εταιρείας και του προϊόντος της βάσει της φήμης της. Μια ισχυρότερη φήμη θα αποκτήσει περισσότερη εμπιστοσύνη και πίστη στους πελάτες. Η θεωρία της ταυτότητας του εμπορικού σήματος υποδηλώνει επίσης ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της εταιρικής φήμης και της αφοσίωσης των πελατών. Ως εκ τούτου, ένα γνωστό προϊόν θα είναι πιο πιθανό να γίνει δεκτό από τους νεοφερμένους .

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι πλέον μόνο κοινωνική φιλανθρωπία, έχει γίνει ένα αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται για την προβολή της εικόνας και της αξίας της επιχείρησης.

Η σχέση μεταξύ της φήμης και της αξίας μιας επιχείρησης έχει αναγνωριστεί ως μια αξιολογη σχέση. Οι εταιρείες που έχουν μεγάλη φήμη πιθανόν να προσελκύσουν την προσοχή των καλύτερων πόρων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αύξηση της αξίας της εταιρείας.

Επιπλέον, οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την αξία της εταιρείας θα αυξηθούν σε γνωστές εταιρείες σε σύγκριση με εκείνες που είναι λιγότερο γνωστές.

Οι δραστηριότητες της ΕΚΕ απαιτούν ένα ορισμένο ποσό των δαπανών που αναλαμβάνει η εταιρεία. Ορισμένες μελέτες υποστηρίζουν ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι πιθανό να είναι σε θέση να αυξήσει την αξία της εταιρείας λόγω του πολύ υψηλού επιπέδου αβεβαιότητάς της.

Στον τομέα της υγείας, όπως στα νοσοκομεία, η φήμη του παρόχου υγειονομικής περίθαλψης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση της προσοχής των καταναλωτών στη χρήση των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας, εκτός από την ευαισθητοποίηση των άλλων στον τομέα της υγείας. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι η καλή φήμη, για παράδειγμα όσον αφορά την εξυπηρέτηση και την υγιεινή του παρόχου υγειονομικής περίθαλψης, απαιτείται από τους χρήστες.

Οι περισσότεροι άνθρωποι πιθανότατα δεν θα θέλουν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες ενός νοσοκομείου που δεν έχει καλή φήμη. Το πιο σημαντικό είναι ότι οι νοσοκομειακοί χρήστες θα δώσουν προσοχή στις νοσοκομειακές υπηρεσίες και τα προβλήματα ποιότητας, ιδιαίτερα όσον αφορά το ποσοστό επιτυχίας του νοσοκομείου και τον κίνδυνο αποτυχίας της θεραπείας.

Η αφοσίωση του ασθενούς στο νοσοκομείο παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στην επίτευξη μακροπρόθεσμης ανάπτυξης. Οι ειδικοί μάρκετινγκ αναγνωρίζουν ότι μία από τις αναμενόμενες συμπεριφορές πιστών καταναλωτών είναι η κατανάλωση των παρεχόμενων υπηρεσιών ή η χρήση επαναλαμβανόμενων υπηρεσιών στο μέλλον.

Η αφοσίωση των πελατών είναι το κλειδί για την επίτευξη μακροπρόθεσμης ανάπτυξης και επιχειρηματικής συνέχειας. Το κόστος απόκτησης νέων πελατών είναι γενικά πέντε φορές πιο ακριβό από το να διατηρούνται οι υπάρχοντες πελάτες. Επιπλέον, οι πιστοί πελάτες θα προσκαλέσουν νέες προοπτικές χωρίς επιπλέον κόστος. Αποτελεί μια δυναμική για τη δημιουργία κερδών για την εταιρεία μακροπρόθεσμα. Τα προκύπτοντα κέρδη θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως επενδύσεις για την αύξηση της αποτελεσματικότητας και της αποτελεσματικότητας των υφιστάμενων υπηρεσιών που έχουν αντίκτυπο στην καλύτερη αξία.

Σύμφωνα με τον Carroll (2015), η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν υπήρξε ποτέ καθαρός αλτρουισμός, όπου οι επιχειρήσεις ασχολούνται κυρίως με αυτήν επειδή βλέπουν τα οφέλη για τον εαυτό τους και για την κοινωνία. Αυτό το φωτισμένο συμφέρον έχει ωριμάσει και δεν υπάρχει επιστροφή.

Τα εξωτερικά κίνητρα μιας εταιρείας περιλαμβάνουν την επιθυμία να αυξηθεί η κατώτατη γραμμή της, ενώ τα εγγενή κίνητρα απεικονίζουν την εταιρεία ως πραγματική ανησυχία για την αιτία και τα αποτελέσματα των δραστηριοτήτων τους στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Τα μικτά κίνητρα ξεδιπλώνονται ως επικερδείς καταστάσεις όπου τόσο η κοινωνία όσο και η εταιρεία ωφελούνται, αναμφισβήτητο το σημείο των δύο προηγούμενων (Du et al., 2010).

Οι αξίες που σχετίζονται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη θα πρέπει ωστόσο να αποκτώνται μέσω οργανωτικών και ατομικών επιπέδων, διασφαλίζοντας έτσι ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη ενσωματώνεται στην κουλτούρα της εταιρείας. Για παράδειγμα, οι εργαζόμενοι που εργάζονται σε απομακρυσμένες τοποθεσίες, μακριά από τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας, θεωρούν ότι η συμμετοχή στις πρωτοβουλίες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους βοηθά να αισθάνονται συνδεδεμένοι με τους συναδέλφους τους.

Έτσι, μπορεί κανείς να υποστηρίξει ότι όσο περισσότερο ένας υπάλληλος ταυτίζεται με την οργάνωση, τόσο περισσότερο θα αναζητούν ευκαιρίες να συμβάλλουν στην απόδοση της επιχείρησης. Επειδή η κάλυψη των αναγκών των πελατών είναι ένας ζωτικός τρόπος που επιτρέπει στους εργαζόμενους να βοηθήσουν την εταιρεία να διατηρήσει και να εμβαθύνει τις σχέσεις με τους συναδέλφους και τους πελάτες της

Οι διαφορετικές διατάξεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπως η ικανοποίηση των απαιτήσεων των εργαζομένων, η παροχή καλύτερων παροχών υγείας και συνταξιοδότησης και η καταβολή μισθών πάνω από το επίπεδο της αγοράς, συμβάλλουν στην αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων (Malik, 2015). Ένα περιβάλλον εργασίας που βασίζεται σε επαίνους και υποστήριξη, συνεχή κατάρτιση και εκπαίδευση, βοηθούν τις εταιρείες να οικοδομήσουν μια φήμη ως καλός εργοδότης, που προσελκύει καλύτερα ταλέντα και δίνει κίνητρα στο προσωπικό (Vallaster et al., 2012).

Με την ευθυγράμμιση των κοινωνικών δράσεων με τους εταιρικούς στόχους για τη διευκόλυνση των προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι εταιρείες μπορούν να μεγιστοποιήσουν την αξία τους, η οποία θεωρείται γενικά ως απώτερος στόχος όλων των εταιρειών (Malik, 2015). Η εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί ως ένα σημαντικό στρατηγικό εργαλείο για τη μεγιστοποίηση της αξίας των μετόχων καθώς και της αξίας της επιχείρησης, προστατεύοντας τα συμφέροντα των άλλων ενδιαφερομένων (Malik, 2015, Virvilaite και Daubaraite, 2011) και δημιουργώντας μια «αμοιβαία» σχέση.

Οι εταιρείες μπορούν να αναπτύξουν ένα επιχειρηματικό μοντέλο με βασικές προτάσεις αξίας που έχουν σχεδιαστεί για διάφορους ενδιαφερόμενους, όπως εργαζόμενοι, πελάτες, προμηθευτές, ρυθμιστές, κοινότητα και επενδυτές.

Οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες των εταιρειών αυξάνουν άμεσα την αξία της επιχείρησης επηρεάζοντας θετικά τις χρηματιστηριακές τους αποδόσεις.

2.5 Στρατηγικές Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Οι εταιρείες που ασχολούνται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορούν να ωφελήσουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για να ωφεληθούν τόσο η εταιρεία όσο και η κοινωνία, είτε ως επιχειρηματίες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

2.6 Επικοινωνία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Δύο βασικές πτυχές της επικοινωνίας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης προέκυψαν από αυτά τα επιστημολογικά θεμέλια, στα οποία ο Golob et al. (2013) τονίζει την ιδέα της επικοινωνίας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ως μια μορφή δημοκρατικής επικοινωνίας, η οποία αντανακλάται σε πολλές και συχνά αντιφατικές φωνές διαφόρων ενδιαφερομένων. Η δεύτερη πλευρά θεωρεί ότι η επικοινωνία συμπεριλαμβάνει τον οργανισμό ως σύνολο, τόσο από την άποψη της ατομικής κοινωνικής δραστηριότητας όσο και από τις επίσημες επικοινωνιακές πρακτικές όπως οι θεσμοθετημένες πρακτικές, τα σύμβολα, τα κείμενα και τα τεχνουργήματα (Golob et al., 2013).

Οι εταιρείες μπορούν να προσεγγίσουν αυτό το ζήτημα με διάφορους τρόπους, επιλέγοντας να δημοσιοποιήσουν την καλή συμπεριφορά τους ή να σχεδιάσουν μια υπεύθυνη στάση που δεν αντικατοπτρίζει αυτό που επιτυγχάνουν αποτελεσματικά, καθιστώντας τη διασύνδεση μεταξύ αειφορίας και εμπορίας πιο κοντά από ό, τι φαίνεται .

Για παράδειγμα, το πραγματικό παράδειγμα της αυτοκινητοβιομηχανίας Volkswagen, πρόσφατα συγκλονισμένο από ένα σκάνδαλο εκπομπών όπου μετά από κατηγορίες για την εγκατάσταση συσκευών κατάσβεσης για να παραποιηθούν οι δοκιμές εκπομπών ρύπων σε μεγάλο αριθμό ελαφρών πετρελαιοκίνητων οχημάτων του, προκειμένου να αποκρύψει μια αρνητική επιπτώσεις στο περιβάλλον (Baldassarre και Campo, 2016). Αναπόφευκτα, η εμπιστοσύνη του κοινού όσον αφορά τις αποφάσεις των εταιρειών μειώθηκε και οι δραστηριότητες των εταιρειών εξετάζονται ολοένα και περισσότερο από ομάδες ακτιβιστών και μη κυβερνητικές οργανώσεις (Goncalves,

2013), για να μην αναφέρουμε την κάλυψη ειδήσεων σε απευθείας σύνδεση μέσα σε πραγματικό χρόνο.

Παρόλο που η εσωτερική επικοινωνία είναι ένας από τους σημαντικότερους και κρίσιμους παράγοντες για την επιτυχία των προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και το γεγονός ότι οι εταιρείες φαίνεται να αναγνωρίζουν τη σημασία της επικοινωνίας με τους εσωτερικούς φορείς σχετικά με τις πρωτοβουλίες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, εξακολουθεί να υπάρχει έλλειψη έρευνας και κατανόησης του τρόπου επικοινωνίας των πρωτοβουλιών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Ο αφοσιωμένος εργαζόμενος συνήθως ανησυχεί για την κοινωνική δικαιοσύνη και την ευημερία, έχει θετική ανταπόκριση στις νέες πρωτοβουλίες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και ταυτίζεται αρκετά γρήγορα με αυτούς. Ο αδιάφορος εργαζόμενος, από την άλλη πλευρά, είναι περισσότερο προσανατολισμένος προς τη δική του σταδιοδρομία παρά σε κοινωνικά ζητήματα (Rodrigo και Arenas, 2008). Αυτοί οι τύποι εργαζομένων είναι αρκετά ρεαλιστικοί με επικεντρωμένη εστίαση στα δικά τους καθήκοντα (Rodrigo και Arenas, 2008).

2.7 Εσωτερικό μάρκετινγκ για την εταιρική κοινωνική ευθύνη

Κάποιος μπορεί να κατανοήσει το μάρκετινγκ, το οποίο σε συνδυασμό με τους σκοπούς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οξύνει την προ δραστική στάση της εταιρείας όσον αφορά τις δραστηριότητες της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ενώ είναι επίσης στενά συνδεδεμένη με την κουλτούρα των υπηρεσιών. Αυτός ο τύπος μάρκετινγκ δεν χρειάζεται να υπονοεί τη χειραγώγηση των εργαζομένων όσον αφορά τη λήψη συντομεύσεων αποτελεί ευκαιρία για την εξουσιοδότηση των εργαζομένων με σκοπό να σκέφτονται και να ενεργούν μόνοι τους (Echeverri and Edvardsson, 2002). Αυτό επιτυγχάνεται με ένα συνειδητό και συστηματικό εσωτερικό μάρκετινγκ στο οποίο διατυπώνονται οι πρωτοβουλίες, οι κατευθυντήριες γραμμές και οι γενικοί επιχειρησιακοί στόχοι της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, επιτρέποντας έτσι την ενσωμάτωση της εταιρικής ευθύνης στις νοοτροπίες και τις δράσεις των εργαζομένων (Hernandez and Grayson, 2011).

2.7.1 Κίνητρα και συνεργασία

Αν και ο στόχος του εσωτερικού μάρκετινγκ είναι ότι ολόκληρη η εταιρεία εργάζεται για τον ίδιο σκοπό, υποστηρίζουν ότι είναι συνήθως αδύνατο να εφαρμοστεί με τον ίδιο τρόπο σε όλους τους εργαζόμενους. Ως εκ τούτου, στο εσωτερικό μάρκετινγκ, όπως και στο εξωτερικό, καθορίζοντας

διαφορετικές ομάδες-στόχους θα πρέπει να πραγματοποιηθεί ταξινόμηση για να επηρεάσει την ανάπτυξη στην επιθυμητή κατεύθυνση. Ο απώτερος στόχος του εσωτερικού μάρκετινγκ μπορεί να θεωρηθεί ως η παροχή υπηρεσιών στους εργαζόμενους που ικανοποιούν τους πελάτες τους, όπου το κεντρικό καθήκον του εσωτερικού μάρκετινγκ είναι να δημιουργήσουν κίνητρα στους εργαζόμενους.

2.7.2 Ενδυνάμωση

Το μάρκετινγκ σύγχρονων υπηρεσιών θέτει τα άτομα πρώτα στην γενική λειτουργία της μάρκετινγκ του οργανισμού, όπου οι εργαζόμενοι εργάζονται σε ένα θετικό περιβάλλον και με τη σειρά τους παρέχουν στους πελάτες. Μια βασική πτυχή αυτού είναι ότι οι εργαζόμενοι αισθάνονται ότι έχουν την εμπιστοσύνη της διοίκησης, κάτι που σημαίνει όχι μόνο την απαραίτητη εξουσιοδότηση αλλά και την ευκαιρία να εμβαθύνουμε στα απαραίτητα θέματα.

Αυτό σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι θα πρέπει να αισθάνονται ότι έχουν την επαρκή εξουσιοδότηση για να ενεργούν με τη δική τους νοημοσύνη και κρίση - όπως περιγράφεται από την εξουσιοδότηση, την οποία ορίζουν ως κατάσταση όπου οι εργαζόμενοι θεωρούν ότι έχουν την εμπιστοσύνη και την άδεια της διοίκησης καθώς και έχουν την εξουσιοδότηση να ενεργούν με δική τους γνώμη.

Αυτή η πεποίθηση και η άποψη για την ανθρωπότητα τείνει να θεωρεί τα άτομα ως ιδιοκτήτες και χειριστές ελεύθερης θέλησης (εθελοντές), εξοπλισμένοι με μια δίκαιη νοοτροπία σε σχέση με άλλους ανθρώπους (αλτρουιστική), τονίζοντας την υποχρέωση και την πίστη στα δικά της σχέδια

Έτσι, η ανάγκη και η σπουδαιότητα για τους εργαζόμενους να λαμβάνουν τακτικές και απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την επιχείρησή τους, όπως η ιστορία της επιχείρησης, η τρέχουσα επιχειρηματική δραστηριότητα, οι στόχοι και τα οράματα της, γίνεται ένας κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας

Δυστυχώς, δεν είναι ασυνήθιστο οι εργαζόμενοι, ειδικά στην πρώτη γραμμή, να μένουν έξω από τον κύκλο της επικοινωνίας της εταιρείας, όπου τα τμήματα μάρκετινγκ ενημερώνουν τους διευθυντές και τους εφόπτες σχετικά με τα επερχόμενα προϊόντα και τις προωθήσεις. Σε ορισμένες εταιρείες το εσωτερικό μάρκετινγκ είναι τόσο ελλιπές, καθώς πολλοί εργαζόμενοι βλέπουν ακόμη και τη διαφήμιση της εταιρείας για πρώτη φορά σε εξωτερικούς διαύλους επικοινωνίας όπως στην τηλεόραση ή τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

2.7.3 Κανάλια επικοινωνίας

Εκτός από την έννοια της ενδυνάμωσης, δύο άλλοι σημαντικοί και βασικοί πόροι για το εσωτερικό μάρκετινγκ της εταιρείας βασίζονται στους πραγματικούς διαύλους πληροφόρησης και στη δημιουργία νόημα και πλαισίου βάσει της επιχειρηματικής ιδέας της εταιρείας και των συνολικών στόχων. Χωρίς μια σαφή επιχειρηματική ιδέα προσανατολισμένη προς την αγορά, είναι όλο και πιο δύσκολο οι εργαζόμενοι να στραφούν προς την ίδια κατεύθυνση.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η έννοια του εσωτερικού μάρκετινγκ οφείλεται στην ιδέα της «πώλησης» θέσεων εργασίας στην οικονομία των υπηρεσιών, δηλαδή στην αύξηση της ελκυστικότητας των θέσεων εργασίας για τους δυνητικούς εργαζόμενους,

Επιστρέφοντας στην εστίαση στους υπαλλήλους της πρώτης γραμμής, οι οποίοι συχνά συγκεντρώνουν πολύτιμες πληροφορίες στις επαφές των πελατών, οι οποίες πρέπει να μεταφερθούν περαιτέρω στον οργανισμό, αποτελώντας έτσι αποτελεσματικά κανάλια επικοινωνίας. Σε μικρές οργανώσεις, ωστόσο, οι ομιλίες και οι ανεπίσημες συναντήσεις μπορεί να λειτουργούν καλά, αλλά οι μεγαλύτεροι οργανισμοί απαιτούν συνήθως άλλους τύπους καναλιών πληροφοριών. Ανεξάρτητα από το κανάλι πληροφοριών που χρησιμοποιείται, οι πληροφορίες πρέπει να είναι προσαρμοσμένες στο κοινό-στόχο, με τον ίδιο τρόπο που τα άτομα είναι διαφορετικά και έχουν διαφορετικές ικανότητες να λαμβάνουν και να παρέχουν πληροφορίες

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3-Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ

3.1 Παγκόσμιες προκλήσεις

Η γενιά μας ζει σε έναν κόσμο όπου η αλλαγή του κλίματος, η υπερβολική κατανάλωση ενέργειας και η ρύπανση απειλεί τη σταθερότητα του οικοσυστήματος. Η αύξηση του πληθυσμού εκτιμάται ότι θα γίνει 8,92 δισεκατομμύρια το έτος 2050 (Ηνωμένα Έθνη, 2004) και το χάσμα μεταξύ πλούσιων και φτωχών αυξάνεται και στην ισότητα στην υγειονομική περίθαλψη και στην εκπαίδευση. Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (2014) δημοσίευσε την τελευταία έκθεση Global Risks.

Η έκθεση βασίζεται σε έρευνα άνω των 700 ηγετών και υπεύθυνων λήψης αποφάσεων παγκοσμίως. Οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες κυριαρχούν στον κατάλογο. Η έκθεση επισημαίνει τρεις ειδικούς κινδύνους: την αύξηση, την αστάθεια στον ολοένα και πολύπλοκο κόσμο, την υψηλή απασχόληση προκαλώντας κινδύνους για τη νέα γενιά.

Στην παγκόσμια υγεία οι κίνδυνοι είναι η μείωση της χρηματοδότησης της υγειονομικής περίθαλψης λόγω της οικονομικής κρίσης, της γήρανσης του πληθυσμού και της αύξησης των χρόνιων ασθενειών και του τρόπου ζωής. Η έκθεση τονίζει την ανάγκη για εταιρικές σχέσεις

δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για τη διαχείριση αυτών των κινδύνων και για τη μετάβαση προς την κουλτούρα της μακροχρόνιας σκέψης.

Τα Ηνωμένα Έθνη θέτουν τους Αναπτυξιακούς Στόχους της Χιλιετίας για την καταπολέμηση της φτώχειας και των ασθενειών, την αύξηση της εκπαίδευσης, τη διατήρηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και την εξασφάλιση ότι η παγκοσμιοποίηση θα γίνει μια θετική δύναμη για τον παγκόσμιο λαό (Ηνωμένα Έθνη, 2000).

Η έκθεση αναφέρει ότι εξακολουθούν να υπάρχουν εργασίες στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα, στην αναλογία των υποσιτιζόμενων ανθρώπων, και η θνησιμότητα της μητέρας και του παιδιού είναι ακόμη πολύ υψηλή. Σύμφωνα με τον Guardian (2015), οι στόχοι του 2000 απέτυχαν να εξετάσουν τα βασικά αίτια των προβλημάτων και ήταν περισσότερο στοχευόμενοι σε φτωχές χώρες με χρηματοδότηση από πλούσιες χώρες,

3.2 Ο τομέας της υγείας στην Ελλάδα

Το σύστημα υγείας στην Ελλάδα χρηματοδοτείται από ένα συνδυασμό δημόσιων και ιδιωτικών πόρων. Η δημόσια εκ του νόμου χρηματοδότηση βασίζεται στην κοινωνική ασφάλιση και την φορολογία. Η κύρια πηγή εσόδων για τα ταμεία κοινωνικής ασφάλισης είναι οι εισφορές των εργαζομένων και των εργοδοτών (συμπεριλαμβανομένων των κρατικών εισφορών ως εργοδότη). Ο κρατικός προϋπολογισμός, μέσω άμεσων και έμμεσων φορολογικών εσόδων, είναι υπεύθυνος για την κάλυψη των διοικητικών δαπανών, τη χρηματοδότηση των κέντρων υγείας και αγροτικών ιατρείων, την παροχή επιδοτήσεων στα δημόσια νοσοκομεία και τα ασφαλιστικά ταμεία, την επένδυση σε κεφάλαιο και τη χρηματοδότηση της ιατρικής εκπαίδευσης.

Η τρίτη σημαντική πηγή χρηματοδότησης της υγειονομικής περίθαλψης είναι τα ιδιωτικά έξοδα, τα οποία λαμβάνουν τη μορφή κυρίως υπηρεσίες που δεν καλύπτονται από την κοινωνική ασφάλιση, πληρωμές για υπηρεσίες που καλύπτονται από την κοινωνική ασφάλιση αλλά που αγοράζονται εκτός του συστήματος για λόγους που σχετίζονται με το χρόνο, και την ποιότητα, τις συνδρομές και τις διάφορες πληρωμές που πραγματοποιήθηκαν ανήθικα για λόγους όπως η παράκαμψη λιστών αναμονής ή η εξασφάλιση μεγαλύτερης προσοχής εκ μέρους του γιατρού.

Σημαντικό χαρακτηριστικό των μικτών οικονομικών πόρων του ελληνικού συστήματος υγειονομικής περίθαλψης είναι το πολύ υψηλό ποσοστό των ιδιωτικών δαπανών. Συνολικά, δεν επιτυγχάνεται δικαιοσύνη στη χρηματοδότηση της υγειονομικής περίθαλψης, καθώς οι δαπάνες για την υγεία επιβαρύνουν δυσανάλογα τις χαμηλότερες κοινωνικοοικονομικές τάξεις.

Το ελληνικό σύστημα υγειονομικής περίθαλψης είναι οργανωμένο σε τρία τμήματα που αποτελούνται από έναν μεγάλο ιδιωτικό τομέα και δύο κλάδους του δημόσιου τομέα. Ο ιδιωτικός τομέας αντιπροσωπεύει περίπου το 38% από τις συνολικές δαπάνες υγειονομικής περίθαλψης και παρέχει πολλές διαγνωστικές εγκαταστάσεις, εργαστήρια και εξωτερικές κλινικές.

Περίπου το 8% του πληθυσμού έχει ιδιωτική ασφάλιση υγείας και είναι έτσι σε θέση να λαμβάνει έγκαιρη και εξαιρετική φροντίδα με υψηλά ποσοστά ικανοποίησης σε ιδιωτικές εγκαταστάσεις. Το υπόλοιπο σύστημα υγειονομικής περίθαλψης είναι το δημόσιο σύστημα, χωρισμένο σε δύο μέρη, που αντιπροσωπεύουν το 31% περίπου της πλήρους υγειονομικής περίθαλψης.

Ένα μέρος αυτού του δημόσιου συστήματος, που εισήχθη το 1983, είναι το Εθνικό Σύστημα Υγείας (ΕΣΥ). Το ΕΣΥ είναι ανοικτό σε οποιοδήποτε πρόσωπο στην Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένων των μεταναστών, και παρέχει πρόσβαση στη βασική υγειονομική περίθαλψη. Είναι παρόμοιο με το μοντέλο υγειονομικής περίθαλψης που χρησιμοποιείται στη Βρετανία, σχεδιασμένο έτσι ώστε η κυβέρνηση να έχει τον έλεγχο των νοσοκομείων καθώς και των κλινικών πρωτοβάθμιας φροντίδας σε αγροτικές περιοχές .

Υπήρχε απαγόρευση της κατασκευής ιδιωτικών νοσοκομείων έως το τέλος του έτους τη δεκαετία του 1990 με στόχο την αύξηση της σημασίας του ΕΣΥ για την παροχή νοσοκομειακών υπηρεσιών. Αυτή η απαγόρευση συνέβαλε στην ανάπτυξη ενός μεγάλου ιδιωτικού τομέα, το οποίο αντ 'αυτού επένδυσε σε τεχνολογία διαγνωστικής απεικόνισης και σε ισχυρές υπηρεσίες εξωτερικών ιατρείων και κλινικές. Ως αποτέλεσμα της απαγόρευσης, το ΕΣΥ χρηματοδοτεί επί του παρόντος το 75% ενώ ο ιδιωτικός τομέας παρέχει το υπόλοιπο 25%.

Το συμπέρασμα με το ΕΣΥ είναι το δεύτερο δημόσιο σύστημα στο οποίο είναι ασφαλισμένοι οι εργαζόμενοι μέσω δημόσιων ταμείων ασθενείας. Η συμμετοχή σε ένα ταμείο είναι υποχρεωτική, και παρόλο που υπάρχουν περίπου 30 διαφορετικά ταμεία, κυριαρχούν τέσσερα κύρια ταμεία στο σύστημα. Αυτά τα τέσσερα είναι: ΙΚΑ (για τον ιδιωτικό τομέα και αντιπροσωπεύει το 50% του ΑΕΠ του πληθυσμού), ΟΓΑ (για τον γεωργικό τομέα και καλύπτουν το 20% του πληθυσμού), ΟΑΕΕ (για τους αυτοαπασχολούμενους 13% του πληθυσμού), και ΟΠΑΔ (καλύπτει δημόσιους υπαλλήλους και λογαριασμούς για 11 % του πληθυσμού). Σήμερα όλα αυτά τα ταμεία μετα την νέα επιβεβλημένη αναδιοργάνωση, έχουν συμπεριληφθεί σε ένα ενιαίο ταμείο με την ονομασία Ενιαίος Φορέας Κοινωνικής Ασφάλισης ΕΦΚΑ και στην συνέχεια με τον νόμο 3918/2011 συστάθηκε ένας ενιαίος φορέας παροχής υπηρεσιών για την υγεία με την ονομασία Εθνικός Οργανισμός Παροχής Υπηρεσιών Υγείας (ΕΟΠΥΥ)

Η αλληλεγγύη ορίζει την πολιτική για την υγεία και κατανέμει κεντρικά πόρους και προσωπικό για όλα τα νοσοκομεία του ΕΣΥ. Το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας είναι υπεύθυνο για τα δημόσια ταμεία ασθενείας, καθορίζοντας τα ιατρικά οφέλη που καλύπτονται και καθορίζοντας τα ποσοστά εισφορών.

Το Υπουργείο Οικονομίας καθορίζει τον ασθενή συν-πληρώνει και το ταμείο ασθενείας, τα ποσοστά πληρωμών στα νοσοκομεία του ΕΣΥ (αν και οι πόροι για το ΕΣΥ διατίθενται από το προαναφερθέν Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης) και καλύπτουν επίσης οποιαδήποτε ελλείμματα του ΕΣΥ σε νοσοκομεία ή ελλείμματα των ταμείων ασθενείας. Ο αριθμός των ιατρών καθορίζεται από το Υπουργείο, με βάση τα διαθέσιμα σημεία στα ιατρικά σχολεία και το Υπουργείο Υγείας ελέγχει τις τιμές των φαρμάκων.

Με τις εντολές του ΔΝΤ να μειώσει τις δαπάνες για την υγειονομική περίθαλψη σε 6% του ΑΕΠ, αρκετές ανεπάρκειες που σχετίζονται με το θεσμικό πλαίσιο έχουν ληφθεί υπόψη κατά το παρελθόν (ΔΝΤ, 2010). Τα ταμεία ασφάλισης υγείας έγιναν ξεχωριστά από τα συνταξιοδοτικά ταμεία (ΔΝΤ, 2010).

Έχουν γίνει περαιτέρω αλλαγές για τον εξ ορθολογισμό του νοσοκομειακού συστήματος του ΕΣΥ και της ασφάλισης. Τα μικρά νοσοκομεία ειδικεύονται τώρα σε ορισμένους τύπους εκτακτων περιστατικών και Κέντρων Υγείας Αστικού τύπου, ενώ τα μεγαλύτερα νοσοκομεία παραμένουν υπεύθυνα για μια ευρύτερη σειρά λειτουργιών.

Αυτή η διαμόρφωση έχει μειώσει τον αριθμό των νοσοκομείων, τα διοικητικά συμβούλια και έχει αντικαταστήσει ορισμένους προηγούμενως πολιτικά διορισμένους διοικητές νοσοκομείων με επαγγελματίες με εξειδίκευση στον τομέα της υγείας.

Το ελληνικό σύστημα υγείας είναι κορεσμένο με εξειδικευμένους ιατρούς, αλλά απελπισμένα λείπουν οι γιατροί πρωτοβάθμιας φροντίδας. Αυτή η ανισορροπία είναι ιδιαίτερα ατυχής επειδή οι χώρες με περισσότερους γιατρούς πρωτοβάθμιας περίθαλψης έχουν γενικά καλύτερη υγεία σε ολόκληρο τον πληθυσμό.

Περίπου το 9,5% των γιατρών στην Ελλάδα είναι γιατροί πρωτοβάθμιας φροντίδας (συμπεριλαμβανομένων των παθολόγων), ενώ ο ΟΟΣΑ δηλώνει ότι ο μέσος όρος ήταν περίπου 35 τοις εκατό το 2006. Επιπλέον, μόνο το 5% των ελλήνων γιατρών εργάζονται στην ύπαιθρο, κάτι που εξηγεί για το 25% του πληθυσμού. Αυτή η γεωγραφική ανισορροπία είναι ιδιαίτερα προβληματική καθώς τα υπερφορτωμένα νοσοκομεία του ΕΣΥ στις αγροτικές περιοχές, υποχρεούνται να αντιμετωπίζουν πολλούς μετανάστες που εισέρχονται στην Ελλάδα μέσω των νησιών.

Οι στατιστικές δείχνουν ότι η Ελλάδα έχει τον ίδιο αριθμός γιατρών όπως η Γαλλία, παρά το ένα έκτο του πληθυσμού. Πράγματι, η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο αριθμό ιατρών ανά 100.000 κατοίκους όλων των χωρών του ΟΟΣΑ. Έτσι το θέμα έγκειται στην κακή διανομή των ιατρών σε όλες τις ειδικότητες και σε όλη τη γεωγραφική περιοχή και αυτή η δυσαναλογία δημιουργεί το πρόβλημα της ανεπαρκούς

Εκτός από την ουσιαστική έλλειψη των ιατρών πρωτοβάθμιας φροντίδας και των νοσοκόμων, οι γιατροί, είτε είναι ειδικοί είτε πρωτογενείς δεν έχουν επαρκή κίνητρα για τη βελτίωση της δημόσιας υγείας. Οι γιατροί είναι που συνήθως χρησιμοποιούνται από τα δύο ταμεία ασθενείας για θεραπεία από εξωτερικούς ασθενείς ή από το ΕΣΥ στα νοσοκομεία.

3.3 Ηλεκτρονική υγεία

Η αγορά της υγειονομικής περίθαλψης είναι ένα μίγμα δημόσιας υγείας και υγείας όπως η δημιουργία κερδών με καινοτομίες, ο συνδυασμός δημόσιων και ιδιωτικών παρόχων υγειονομικής περίθαλψης και οι ρυθμιστικές αρχές προσπαθούν να παρακολουθούν και να ρυθμίζουν την ποιότητα των προϊόντων υγειονομικής περίθαλψης.

Η βιομηχανία υγειονομικής περίθαλψης εργάζεται συνήθως στενά μέσα συνεργασία με τους φορείς παροχής υγειονομικής περίθαλψης και τους επιστήμονες. Αυτές οι συνεργασίες έχουν οδηγήσει σε ένα αρκετά μεγάλο μείγμα συσκευών, δικτύων συσκευών και βέλτιστων πρακτικών, και προκάλεσαν καθυστέρηση στα πρότυπα διασύνδεσης.

Οι καινοτομίες της αγοράς για την υγεία, που αποσκοπούν στη σύνδεση των προγραμματιστών, των επενδυτών και της έρευνας σε καινοτόμα προγράμματα υγείας, ισχυρίζονται ότι οι αγορές υγείας υποβαθμίζονται λόγω του κατακερματισμού και της μη προσιτότητας σε μεγαλύτερο πληθυσμό (Κέντρο Υγείας Καινοτομίες αγοράς, 2015). Η βιομηχανία υγειονομικής περίθαλψης στερείται επίσης πίσω από το τι θέλουν οι πάροχοι υπηρεσιών φροντίδας και οι πελάτες λόγω της μεγάλης ρύθμισης της βιομηχανίας, προκαλώντας καθυστερήσεις στις απελευθερώσεις στην αγορά.

Η ηλεκτρονική υγεία αναφέρεται στην επίλυση των προβλημάτων που αφορούν την ισότητα στην υγειονομική περίθαλψη, τα οποία αυξήθηκαν κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης (ΟΟΣΑ, 2014).

Η ηλεκτρονική υγεία ως οικονομική και ασφαλή χρήση τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών για την υποστήριξη της υγείας και των τομέων σχετίζονται με την υγεία, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών υγειονομικής περίθαλψης, της επιτήρησης της υγείας, της υγειονομικής βιβλιογραφίας και της εκπαίδευσης στον τομέα της υγείας, γνώση και έρευνα.

Η ηλεκτρονική υγεία είναι ένας ευρύτερος τομέας εφαρμογής. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανταλλαγή ηλεκτρονικών ιατρικών αρχείων και δεδομένων ασθενών, σε διαβουλεύσεις με πολυμέσα, σε απομακρυσμένη απεικόνιση, ιατρική διάγνωση, απομακρυσμένες ιατρικές διαδικασίες και στην ιατρική εκπαίδευση. Πρόσφατα έχει επίσης χρησιμοποιηθεί όλο και περισσότερο για την αποθήκευση γονιδιωματικών δεδομένων ως μέρος εξατομικευμένων ηλεκτρονικών αρχείων υγείας .

3.4 ISO 9000

Οι οργανισμοί υγειονομικής περίθαλψης αναμένεται να παρέχουν ικανοποιητικό επίπεδο ποιότητας φροντίδας. Επιπλέον, η κοινωνία απαιτεί διαφάνεια, αποτελεσματική χρήση της δημόσιας χρηματοδότησης και λογοδοσίας . Η σειρά ISO 9000 είναι πρότυπα που ορίζουν απαιτήσεις (9001) και κατευθυντήριες γραμμές (9004) για τα συστήματα διαχείρισης της ποιότητας (ISO 2000a) (ISO 2000b). Ο Οργανισμός Τυποποίησης (Γενεύη, Ελβετία) εξέδωσε για πρώτη φορά τα πρότυπα το 1987. Το 1994 και το 2000 αναθεωρήθηκαν οι σειρές ISO 9000. Τα πρότυπα είναι γενικά, πράγμα που σημαίνει ότι τα ίδια πρότυπα μπορούν να εφαρμοστούν σε οποιαδήποτε οργάνωση, μεγάλου ή μικρού μεγέθους, ανεξαρτήτως του προϊόντος ή της υπηρεσίας του, σε οποιοδήποτε τομέα ή δραστηριότητα, ανεξάρτητα αν είναι μια επιχείρηση, μια δημόσια διοίκηση ή ένα κυβερνητικό τμήμα.

Τα ISO 9000 πρότυπα βασίζονται στην έννοια ότι η διασφάλιση του συνεπούς προϊόντος ή η ποιότητα της υπηρεσίας επιτυγχάνεται καλύτερα με την ταυτόχρονη εφαρμογή προτύπων προϊόντων και με πρότυπα συστήματος διαχείρισης ποιότητας (Marquardt 1999). Τα πρότυπα αντιπροσωπεύουν μια διεθνή συναίνεση σχετικά με τις ορθές πρακτικές διαχείρισης με στόχο την εξασφάλιση ότι ο οργανισμός μπορεί να παραδώσει συνεχώς το προϊόν ή την υπηρεσία που:

- να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις ποιότητας του πελάτη.
- να πληροί τις ισχύουσες κανονιστικές απαιτήσεις.
- να αυξήσει την ικανοποίηση του πελάτη και
- να επιτύχει τη συνεχή βελτίωση των επιδόσεών του κατά την επιδίωξη αυτών των στόχων.

Το ISO υιοθετεί μια προσέγγιση συστημάτων και διαδικασιών για τη βελτίωση των οργανωτικών και οικονομικών με ιδιαίτερη έμφαση στη διαχείριση της ποιότητας, τον έλεγχο της διαδικασίας και τη διαχείριση της ποιότητας, τις τεχνικές διασφάλισης ποιότητας για την επίτευξη των προγραμματισμένων αποτελεσμάτων και την πρόληψη μη ικανοποιητικών επιδόσεων ή τη μη συμμόρφωση.

Τα πρότυπα ISO 9000 χρησιμοποιούνται με επιτυχία και υιοθετούνται παγκοσμίως στη βιομηχανία. Πληροφορίες σχετικά με την παγκόσμια εφαρμογή του ISO 9001: 2000 στα νοσοκομεία μπορούν μόνο να λαμβάνονται από οργανισμούς που επιτρέπεται να εκτελούν πιστοποίηση ή μέσω ανακοινώσεων των ίδιων των νοσοκομείων. Μια έρευνα στο διαδίκτυο δείχνει ότι στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες ένας περιορισμένος αριθμός νοσοκομείων έχει λάβει πιστοποιητικό ISO.

3.5 ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη στα δημόσια νοσοκομεία, δεν έχει σχεδόν καθόλου εφαρμογή, αφού η τάση των διοικήσεων και η οικονομική στενότητα των δημόσιων οργανισμών, έχει καταστήσει την εταιρική κοινωνική ευθύνη απαγορευτική. Αντίθετα στον τομέα της ιδιωτικής υγείας, που αυξάνεται ραγδαία στην χώρα μας, η εταιρική κοινωνική ευθύνη, έχει βρει σπουδαίο πεδίο εφαρμογής.

II. ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μετα την θεωρητική ανάλυση προχωράμε στην πρακτική ανάλυση της εργασίας, σε αυτό το τμήμα θα εξετάσουμε τον Σκοπό της, τα ερωτήματα που θα θέσουμε και την Μεθοδολογία της ερευνάς. Πιο συγκεκριμένα :

1. Στον Σκοπό της έρευνάς, αναλυτικά μελετάμε την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στους ιδιωτικούς ιατρικούς ομίλους που έχουμε επιλέξει. Από εκεί εξετάζουμε, τις ενέργειές τους στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης , στους τομείς των εργαζομένων αλλά και των δράσεων προς την κοινωνία και τους πελάτες τους. Η βάση των δεδομένων που χρησιμοποιούμε, είναι η πληροφόρηση που αντλούμαι, μέσα από τους διαδικτυακούς χώρους προβολής τους, στις ιδιωτικές σελίδες που διαθέτουν οι ιδιωτικές κλινικές.
2. Τ ερωτήματα που εξετάζουμε, είναι τρία, α) τι προσφέρουν οι εταιρίες στους εργαζομένους τους, β) τι προσφέρουν στους πελάτες-ασθενείς τους και γ)τι προσφέρουν στις κοινωνίες.
3. Τέλος η μέθοδος που χρησιμοποιούμε για την πραγματοποίηση της ερευνάς είναι η Ανάλυση Περιεχομένου. Επιλέχτηκε η μέθοδος αυτή, διότι επιτρέπει την καταγραφή, ομαδοποίηση και ανάλυση κειμένων που ενδιαφέρουν τον

μελετητή (krippendorf 2011/condent analysis). Στην συγκεκριμένη έρευνα η μέθοδος αυτή μας βοηθά να καταγράψουμε αρχικά και στην συνέχεια να επεξεργαστούμε συστηματικά τις πληροφορίες που αναφέρονται στους ιστοτόπους των εξεταζόμενων κλινικών. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν έξι (6) κλινικές οι οποίες επιλέχτηκαν διότι είχαν πλούσια πληροφόρηση για τις δράσεις τους στους ιστοτόπους, η οποία αποτέλεσε την αποκλειστική πηγή των δεδομένων που παρουσιάζονται στα ευρήματα της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4- Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

4.1 ΟΜΙΛΟΣ ΥΓΕΙΑ

Ο όμιλος ΥΓΕΙΑ δεσμεύεται για τη μακροχρόνια ενίσχυση της οικονομικής αξίας και της υγιούς ανάπτυξης των Εταιρειών του Ομίλου. Τα υψηλά ηθικά πρότυπα και οι αξίες, καθορίζουν την επιχειρηματική πορεία και αντικατοπτρίζονται στις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη και τις ομάδες που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις επιχειρηματικές δραστηριότητες του Ομίλου.

Η Επιχειρησιακή Ηθική και η Εταιρική Διακυβέρνηση έχουν ιδιαίτερη σημασία, για τον Όμιλο καθώς θεωρεί, ότι η ορθή εφαρμογή των Αρχών της Εταιρικής Διακυβέρνησης και τα όσα ορίζονται από τον Κώδικα της Ιατρικής και Επιστημονικής Ηθικής και Δεοντολογίας είναι το κλειδί, όχι μόνο για τη βελτιστοποίηση της αποδοτικότητας της παρουσίας και της ανάπτυξής της, αλλά και για την εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των Επενδυτών, της Ιατρικής Κοινότητας και των ασθενών.

Με γνώμονα, όχι μόνο την πιστή εφαρμογή των προβλεπόμενων από τη νομοθεσία υποχρεωτικών ρυθμίσεων Εταιρικής Διακυβέρνησης, αλλά και την υλοποίηση αρχών και αξιών που διασφαλίζουν την ανάπτυξη της Εταιρείας, με εφαρμογή των σύγχρονων πρακτικών διοίκησης, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ ενσωμάτωσε στη λειτουργία του Κώδικα Εταιρικής Διακυβέρνησης κατά την κατάρτιση του οποίου, λήφθηκε υπόψη το σχέδιο κώδικα εταιρικής διακυβέρνησης για τις εισηγμένες εταιρείες του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών και οι γενικώς παραδεκτές αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης που εφαρμόζονται εντός των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι αρχές που ακολουθεί ο όμιλος ΥΓΕΙΑ για τη διασφάλιση της Εταιρικής Διακυβέρνησης είναι:

Η σύνθεση και οι αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου

Η λειτουργία συμβουλευτικών Επιτροπών και Συμβουλίων

Τα δικαιώματα των μετόχων και η ισότιμη πρόσβασή τους στα εταιρικά στοιχεία

Η σχέση των συμμετόχων (stakeholders, υπαλλήλων, προμηθευτών, πελατών, επενδυτών)

Η τήρηση του Νομοθετικού Πλαισίου που διέπει τις δραστηριότητες της εταιρείας.

Η διαφάνεια στις κάθε είδους οικονομικές συναλλαγές και αποφάσεις

Παράλληλα, ο Όμιλος εφαρμόζει Πολιτική Διαχείρισης Χρηματοοικονομικών Κινδύνων και αναγνωρίζει πως είναι εκτεθειμένος σε πολλαπλούς κινδύνους, όπως ο κίνδυνος της αγοράς και της ρευστότητας και ο πιστωτικός και συναλλαγματικός κίνδυνος. Το πρόγραμμα διαχείρισης κινδύνων του Ομίλου, στοχεύει στον περιορισμό της αρνητικής επίδρασης στα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα, που προκύπτουν από την αδυναμία πρόβλεψης των χρηματοοικονομικών αγορών και τη διακύμανση στις μεταβλητές του κόστους και των πωλήσεων.

Στο πλαίσιο του εκτεταμένου Προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ διενεργεί μια σειρά σημαντικών ενεργειών που αποτυπώνουν τη δράση του σε κοινωνικό επίπεδο. Εφαρμόζει ένα εκτεταμένο πρόγραμμα κοινωνικής συνεισφοράς που περιλαμβάνει κάθε δυνατή βοήθεια: παροχή αγαθών, ιατρικών υπηρεσιών, ιατρικού εξοπλισμού και τεχνογνωσίας, οικονομική βοήθεια, στήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων, συμπαράσταση με διάφορους τρόπους σε ιδρύματα, σχολεία, φορείς και ΜΚΟ, εκστρατείες για παροχή ιατρικής φροντίδας σε κατοίκους ακριτικών περιοχών κ.α.

Παράλληλα, κάθε χρόνο, με αφορμή Παγκόσμιες Ημέρες, Ευρωπαϊκές Εβδομάδες Υγείας ή Μήνες Πρόληψης, διοργανώνει καμπάνιες ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού, προσφέροντας ελέγχους υγείας σε συμβολικές τιμές αλλά και στηρίζοντας το όραμα και τη δράση κοινωνικών φορέων και οργανισμών, ενώ ταυτόχρονα, προβάλλει καθημερινά ενημερωτικά βίντεο διάφορων οργανώσεων, από τις τηλεοράσεις που βρίσκονται στους κοινόχρηστους χώρους των Νοσοκομείων μας, όπως μεταξύ άλλων: τον Οργανισμό «Μελάμπους» για την έρευνα πρόληψη και καταπολέμηση για τον καρκίνο του Δέρματος, την Ένωση «Μαζί για το Παιδί», την «Εταιρεία Ψυχοκοινωνικής Υγείας του Παιδιού και του Εφήβου», το Σωματείο κατά της κακοποίησης του παιδιού «Ελίζα», το Σύλλογο «Φίλοι του Παιδιού» κ.ά.

Ακόμα, στο πλαίσιο της συνεχούς μέριμνας του Νοσοκομείου ΥΓΕΙΑ να επενδύει στην εκπαίδευση, διοργανώνει και υλοποιεί εκπαιδευτικά προγράμματα και επισκέψεις σχολείων που παρέχουν τη δυνατότητα σε φοιτητές να κάνουν την πρακτική τους άσκηση σε ειδικότητες που αφορούν τον κλάδο παροχής υπηρεσιών υγείας και σε μαθητές να ξεναγηθούν στους χώρους του Νοσοκομείου και να γνωρίσουν από κοντά πώς είναι η καθημερινή ιατρική πράξη μαθαίνοντας τις

υψηλές απαιτήσεις που έχει ένα νοσοκομείο όπως το ΥΓΕΙΑ, διαπιστευμένο κατά το Διεθνές πρότυπο JCI (Joint Commission International) για την ποιότητα στις υπηρεσίες υγείας και την ασφάλεια των ασθενών.

4.1.1 Παραδείγματα Δράσεων

Παγκόσμια Ημέρα κατά των Ναρκωτικών: 26 Ιουνίου 2016

Ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, στάθηκε στο πλευρό του Κέντρου Θεραπείας Εξαρτημένων Ατόμων ΚΕΘΕΑ, στηρίζοντας την καμπάνια τους για την Παγκόσμια Ημέρα κατά των Ναρκωτικών 26 Ιουνίου 2016, με σύνθημα “χωρίς εσένα αποκλείεται”.



Για τα παιδιά που έχουν τη... ΦΛΟΓΑ μέσα τους!

Ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ έχει αγκαλιάσει εδώ και αρκετά χρόνια το Σύλλογο Γονέων Παιδιών με Νεοπλασματική Ασθένεια ΦΛΟΓΑ, προσφέροντας υπηρεσίες υγείας, οικονομική στήριξη μα πάνω απ' όλα αγάπη, σε όλα τα παιδιά που στηρίζει ο Σύλλογος. Από το 2009, στο Κέντρο Ακτινοθεραπευτικής Ογκολογίας καθώς και στο Τμήμα Ακτινοχειρουργικής Εγκεφάλου Gamma-Knife του ΥΓΕΙΑ, τα παιδιά της Φλόγας υποβάλλονται σε θεραπείες εντελώς δωρεάν και εξυπηρετούνται με σοβαρότητα και συνέπεια, χωρίς λίστες αναμονής και ταλαιπωρία.

Παράλληλα, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ στηρίζει τη ΦΛΟΓΑ μέσα από μια σειρά ενεργειών:

Το ΥΓΕΙΑ προσφέρει 1 ευρώ στη Φλόγα, από την πώληση κάθε μπουκαλιού “ΥΓΕΙΑ”, τα οποία διατίθενται από το Flocafe που λειτουργεί εντός του Νοσοκομείου.

Το Κέντρο Μοριακής Βιολογίας & Κυτταρογενετικής ΆλφαLAB, παρέχει ειδικές τιμές στους ασθενείς της Φλόγας.

Η Y-LOGIMED στηρίζει τον Σύλλογο, προσφέροντας μια σειρά από αναλώσιμα υγειονομικά υλικά και καλύπτοντας τις προκύπτουσες ανάγκες του προσωπικού του Συλλόγου για την ιατρική φροντίδα των παιδιών.

Στο ΜΗΤΕΡΑ έχει τοποθετηθεί ειδικό stand συλλογής χρημάτων μέσω του οποίου ο καθένας μπορεί να στηρίζει οικονομικά το έργο της Φλόγας. Τα χρήματα που συλλέγονται παραδίδονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα στο σύλλογο.

Στο πλαίσιο της Παγκόσμιας Ημέρας κατά του καρκίνου της παιδικής ηλικίας, το 2009, το Διοικητικό Συμβούλιο της Φλόγας, πραγματοποίησε εκδήλωση στο «Σπίτι των Παιδιών της Φλόγας», κατά την οποία η Φλόγα ευχαρίστησε το ΥΓΕΙΑ και απένειμε τιμητικό αναμνηστικό με έργα που ζωγράφισαν παιδιά του «Σπιτιού της Φλόγας» ή άλλα παιδιά για τα παιδιά φίλοι της Φλόγας. Αλλά και το 2013, η ΦΛΟΓΑ τίμησε τον Όμιλο ΥΓΕΙΑ με το βραβείο του μεγάλου χορηγού-υποστηρικτή στο πλαίσιο εκδήλωσης που διοργανώθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών με αφορμή τη συμπλήρωση των 30 χρόνων από την ίδρυση του Συλλόγου.

Τον Φεβρουάριο του 2016, το ΥΓΕΙΑ ανταποκρίθηκε θετικά σε αίτημα του Συλλόγου Γονιών Παιδιών με Νεοπλασματική Ασθένεια ‘ Φλόγα’ για τη διενέργεια επέμβασης, σε νεαρό παιδί, στις φωνητικές χορδές. Η επέμβαση πραγματοποιήθηκε με επιτυχία στις εγκαταστάσεις του ΥΓΕΙΑ.

Ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, στηρίζει τους αθλητές της Ελληνικής Παραολυμπιακής Ομάδας.

Πιστός στο πνεύμα των αρχών της Εταιρικής Υπευθυνότητας, αλλά και με σκοπό να στείλει ένα διαφορετικό μήνυμα σε όλους τους Έλληνες, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ έγινε υπερήφανος χορηγός της Ελληνικής Παραολυμπιακής Ομάδας, που έλαβε μέρος στους Αγώνες που διοργανώθηκαν στο



εικόνα από το site του ομίλου

Οι άνθρωποι του Ομίλου ΥΓΕΙΑ είχαν τη χαρά και την τιμή να βρεθούν κοντά στους αθλητές μας, να στηρίζουν την προσπάθειά τους, να τους ενισχύσουν με κάθε τρόπο και να τους βοηθήσουν στην προσπάθειά τους για αθλητικές διακρίσεις. Προσφέρουν ιατρικές υπηρεσίες στους αθλητές που συμμετείχαν στους Παρ ολυμπιακούς Αγώνες. Ο όμιλος ΥΓΕΙΑ προσέφερε το ποσό των 35.000 ευρώ για προμήθεια αθλητικού και αγωνιστικού εξοπλισμού και παράλληλα, ανέλαβε την οικονομική στήριξη επτά αθλητών.

Στις 24 Ιανουαρίου του 2018, το ΥΓΕΙΑ βραβεύτηκε για την προσφορά του και τη στήριξη στους αθλητές, προσφέροντας υπηρεσίες υγείας. Οι βραβεύσεις αυτές αποτελούν ιδιαίτερη τιμή για όλους στον Όμιλο ΥΓΕΙΑ. Το 2013 σχεδίασε το πρόγραμμα «Ταξιδεύουμε για την υγεία» με στόχο να καλύψει τις ανάγκες των κατοίκων μικρών νησιών και ορεινών κοινοτήτων που δεν έχουν εύκολη πρόσβαση σε ιατρικές υπηρεσίες.



εικόνα από το

site του ομίλου

Το πρόγραμμα στηρίχτηκε στην εθελοντική συμμετοχή ιατρών αλλά και εργαζομένων του Ομίλου ΥΓΕΙΑ. Κάθε χρόνο λοιπόν, οργανώνει εκστρατεία έμπρακτης βοήθειας, κατά την οποία, με εφόδιο τις κορυφαίες ιατρικές υπηρεσίες και τον τεχνολογικό εξοπλισμό αιχμής που διαθέτουν οι Κλινικές του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, οι εθελοντές ταξιδεύουν και πρόσφεραν απλόχερα ιατρικές και διαγνωστικές εξετάσεις, ιατρική μέριμνα και ανθρώπινη φροντίδα.

Με τη μεταφορά εξοπλισμού, ιατρικών μηχανημάτων και άλλων απαραίτητων υλικών, οι χώροι που επισκέπτεται η εθελοντική ομάδα, μεταμορφώνονται κυριολεκτικά σε «εξωτερικά ιατρεία νοσοκομείου» μέσα σε λίγες ημέρες, προκειμένου να εξετάζονται με ασφάλεια & άνεση οι κάτοικοι, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να εξεταστούν από διαφορετικές ειδικότητες ιατρών και να κάνουν διαγνωστικές εξετάσεις.

Μέχρι σήμερα, έχουν γίνει **10 εθελοντικές εκστρατείες**, έχουν εξεταστεί περισσότεροι από **10.536 κάτοικοι** και έχουν διενεργηθεί περισσότερες από **40.828 ιατρικές και διαγνωστικές εξετάσεις** (Λειψοί & Αγαθονήσι, Καρπενήσι, Κάρπαθος, Καλάβρυτα, Καλαμπάκα, Λέρος, Τήλος-Νίσυρος, Άργος Ορεστικό, Σύμη, Αργιθέα Αγράφων).

4.2 ΟΜΙΛΟΣ ΙΑΣΩ

Ο Όμιλος ΙΑΣΩ διατηρεί σταθερό το ενδιαφέρον και το σεβασμό του στον άνθρωπο και τις αξίες του, την κοινωνία και το περιβάλλον. Το 2014 απασχόλησε στις επιχειρησιακές του δράσεις 1.784 άτομα προσωπικό και στελέχη, ενώ οι ιατροί όλων των ειδικοτήτων που συνεργάζονται με τις κλινικές του Ομίλου ξεπερνούν τους 5.800, στους οποίους παρέχονται ανταγωνιστικές αμοιβές και παροχές που υπερβαίνουν τους μμέσους όρους του κλάδου.

Η κοινωνική μέριμνα προς το προσωπικό περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, σημαντικές παροχές σε ιατρικές υπηρεσίες των κλινικών του Ομίλου για τους ίδιους και τις οικογένειές τους. Στον Όμιλο ΙΑΣΩ διοργανώνονται με επιτυχία Ομιλίες και Ημερίδες Δήμων και Κοινοτήτων, που έχουν σκοπό την προαγωγή της υγείας των δημοτών, την ενημέρωσή τους για έγκαιρη πρόληψη και διάγνωση ασθενειών και γενικά την ευαισθητοποίησή τους σε θέματα της υγείας.

Λειτουργεί προς την κατεύθυνση «Νοσοκομείο Φιλικό προς τα Βρέφη».

Έχοντας την εμπειρία και την τεχνογνωσία στη φροντίδα του βρέφους, ο Όμιλος ΙΑΣΩ προάγει ιδιαίτερος το μητρικό θηλασμό στα νεογνά που γεννιούνται στα Μαιευτήριά του, πραγματοποιώντας μαθήματα, ειδικές ημερίδες και σεμινάρια για την προώθησή του. Βασικός στόχος είναι να κατανοήσει η μητέρα ότι ο μητρικός θηλασμός, πέραν της μοναδικής του αξίας, αποτελεί τον ισχυρότερο συναισθηματικό δέσιμο ανάμεσα σε εκείνη και το νεογνό.

Έχοντας το **βλέμμα στραμμένο στον άνθρωπο** και τις ανάγκες του, ο Όμιλος ΙΑΣΩ παρείχε σημαντικές εκπώσεις και προνόμια σε ειδικές ομάδες ατόμων που δοκιμάζονται πολύ έντονα από την οικονομική κρίση. Μερικές από τις παροχές προς τις ειδικές ομάδες αυτές είναι: εκπώσεις σε τοκετούς, χειρουργικές επεμβάσεις, εξετάσεις και νοσηλεία, δωρεάν επισκέψεις σε ιατρούς όλων

των ειδικοτήτων για τους ίδιους και την οικογένειά τους και απεριόριστες επισκέψεις για τα παιδιά τους, σε ιατρούς όλων των ειδικοτήτων του ΙΑΣΩ Παιδών.

Ο Όμιλος ΙΑΣΩ δείχνοντας έμπρακτα την ευαισθησία του στην γυναίκα, το παιδί και ολόκληρη την οικογένεια, διαμόρφωσε νέα τιμολογιακή πολιτική με μειωμένες τιμές μαιευτικών και χειρουργικών περιστατικών σε όλες τις κλίνες νοσηλείας, ενισχύοντας έτσι τα χαμηλά και μμεσαία εισοδήματα. Η προσπάθεια όλων των συνεργατών και του προσωπικού του, επικεντρώνεται στην αντιμετώπιση της κρίσης που πλήττει και το χώρο της υγείας, διατηρώντας ζωντανό το κεντρικό μήνυμα του Ομίλου «Με το βλέμμα στον άνθρωπο».

Στο πλαίσιο των κοινωνικών δράσεων ενδεικτικά αναφέρονται τα κάτωθι:

Στο ΙΑΣΩ και το ΙΑΣΩ Παιδών

Παροχή δωρεάν περίθαλψης σε άπορες επίτοκες γυναίκες, σε συνεργασία με το Κέντρο Στήριξης Οικογένειας της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Αθηνών

Συνεργασίες με Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς:

- **Γιατροί του Κόσμου:** Δωρεάν διάγνωση test pap
- **ΕΛΕΠΑΠ:** Δώρα σε περίπου 40 παιδάκια του Προγράμματος Πρώιμης Εκπαιδευτικής και Θεραπευτικής Παρέμβασης, Μονάδας Ειδικής Προσχολικής Αγωγής της ΕΛΕΠΑΠ από το ΙΑΣΩ Παιδών και το ΦΙΛΟΚΤΗΤΗ
- **Το χαμόγελο του Παιδιού:** Δωρεάν οφθαλμολογική επέμβαση, δωρεάν εξέταση σπινθηρογραφήματος αερισμού, δωρεάν χειρουργείο από Παιδοχειρουργό, δωρεάν κάλυψη εξόδων νοσηλείας, δωρεάν επίσκεψη σε Παιδονευρολόγο και Γαστρεντερολόγο, δωρεάν εξέταση κυστεογραφίας, διάθεση δώρων σε περίπου 30 παιδάκια στο σπίτι του Καρέα
- **Πανελλήνιος Σύλλογος Προστασίας Ενημέρωσης & Βοήθειας Καρδιοπαθών Παιδιών «Η καρδιά του παιδιού»:** Παιδική Χριστουγεννιάτικη Παράσταση στο 3ο νοσηλευτικό όροφο του ΙΑΣΩ Παιδών
- **ΑΛΜΑ ΖΩΗΣ:** Συμμετοχή στο Πρόγραμμα ενημέρωσης – ευαισθητοποίησης νέων γυναικών 20-39 ετών για τον καρκίνο του μαστού, με δωρεάν μαστογραφίες και υπερήχους μαστών στο ΙΑΣΩ
- **Αποστολή ΑΝΘΡΩΠΟΣ:** Δωρεάν εξέταση triplex καρδιάς και μεγάλων αγγείων στο ΙΑΣΩ Παιδών

- **CIVISplus:** Βασικός ιατρικός έλεγχος των ωφελούμενων παιδιών του προγράμματος «Είμαστε Όλοι Πολίτες» του Ιδρύματος Μποδοσάκη, του σχεδίου «Πολύχρωμη Αγκαλιά» (περίπου 80 παιδιά) και διάθεση δώρων στα παιδιά του προγράμματος τις ημέρες των Χριστουγέννων

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Συγγενών Καρδιοπαθειών, το ΙΑΣΩ Παίδων προσέφερε δωρεάν καρδιολογικό έλεγχο σε παιδιά

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Ραιβοϊπποποδίας, το ΙΑΣΩ Παίδων προσέφερε δωρεάν εξετάσεις σε παιδιά που πάσχουν από ραιβοϊπποποδία

Προσφορά για πακέτα σχολικών και αθλητικών check up σε εξαιρετικά προνομιακές τιμές του ΙΑΣΩ Παίδων

Διάθεση ασθενοφόρου στο γήπεδο της Ελληνογερμανικής Αγωγής για το διεθνές φιλικό αγώνα μεταξύ της TELEUNICOM BAC και της Σκοπιανής PARTIZAN VODNO SANS

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Παιδικής Παχυσαρκίας, προσφορά προληπτικού ελέγχου στο Κέντρο Διατροφικής Υποστήριξης & Διαιτολογίας του ΙΑΣΩ και στο Τμήμα Παιδικής και Εφηβικής Παχυσαρκίας του ΙΑΣΩ Παίδων

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Παιδιού, το ΙΑΣΩ Παίδων προσέφερε δωρεάν παιδιατρικό check up στο ευρύ κοινό

Διοργάνωση 3 Εθελοντικών αιμοδοσιών σε συνεργασία με την κινητή μονάδα αιμοδοσίας του Νοσοκομείου «Αμαλία Φλέμινγκ», με εθελοντές τους

Ιατρική, νοσηλευτική κάλυψη και διάθεση ασθενοφόρου του ΙΑΣΩ Παίδων στο χριστουγεννιάτικο event “The Christmas Factory” όπου αντιμετωπίστηκαν 201 περιστατικά

Το ΙΑΣΩ Παίδων διοργάνωσε μία σειρά ενημερωτικών συναντήσεων για γονείς με θέμα «Εκπαιδεύοντας τους γονείς, προστατεύουμε τα παιδιά» που στόχο έχουν να προσφέρουν σωστή ενημέρωση πάνω σε επίκαιρα θέματα που αφορούν την υγεία και την προστασία των παιδιών.

Για πρώτη φορά στο χώρο των ιδιωτικών κλινικών από το ΙΑΣΩ, ομιλία με θέμα «Ηλεκτρονικό έγκλημα: Προφυλάξτε τα παιδιά σας» με ομιλητή των πλέον ειδικό και καταξιωμένο στο χώρο του, Ταξίαρχο Μανώλη Σφακιανάκη, Διευθυντή της Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της Ελληνικής Αστυνομίας

Στο ΙΑΣΩ General:

Με αφορμή την Ελληνική Εβδομάδα κατά του Καρκίνου του Δέρματος, δωρεάν κλινικές εξετάσεις για τον έλεγχο των μελαγχρωματικών σπύλων στο Ιατρείο Μελαγχρωματικών Αλλοιώσεων και Μελανώματος

Με αφορμή τον Παγκόσμιο Μήνα Πρόληψης και Ενημέρωσης για τον Καρκίνο του Μαστού, προσφορά πακέτου εξετάσεων προληπτικού ελέγχου (κλινική εξέταση μαστών και ψηφιακή μαστογραφία άμφω) για τον καρκίνο του μαστού σε ειδική τιμή

Συνεργασία με το Δήμο Παπάγου-Χολαργού για την παροχή ιατρικών εξετάσεων προληπτικού ελέγχου στο εργατοτεχνικό προσωπικό του σε ειδικές τιμές

Διοργανώθηκαν πέντε εθελοντικές αιμοδοσίες σε συνεργασία με την κινητή μονάδα αιμοδοσίας του Νοσοκομείου «Αμαλία Φλέμινγκ», με εθελοντές τους ιατρούς - συνεργάτες και το προσωπικό του, το οποίο επιβραβεύτηκε με παροχή επιπλέον ημερών αδείας

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Παθολογικής Ανατομικής, το Παθολογοανατομικό Εργαστήριο του ΙΑΣΩ General, μαζί με άλλα Παθολογοανατομικά Εργαστήρια της χώρας, άνοιξε τις πόρτες του στο κοινό, όπου οι Παθολογοανατόμοι υποδέχτηκαν τον κόσμο και απάντησαν σε όλες τις απορίες σχετικά με το έργο τους

Το Τμήμα Φυσικοθεραπείας του ΙΑΣΩ General συμμετείχε στο Athens Bike Festival, ενημερώνοντας το κοινό για την πρόληψη και αποκατάσταση των τραυματισμών, ενώ παράλληλα παρείχαν δωρεάν μετρήσεις πελματογραφήματος

Το ΙΑΣΩ General συμμετείχε ως χορηγός:

στην πραγματοποίηση καλλιτεχνικής εκδήλωσης του Συνδέσμου Ελλήνων Μεσιτών Ασφαλίσεων (ΣΕΜΑ) για την ενίσχυση του έργου της Επιστημονικής Μαστολογικής Εταιρείας Ίασης-Στήριξης ΕΜΕΙΣ

στον εορτασμό των 50 χρόνων από την ίδρυση της Ελληνικής Εταιρείας Παθολογικής Ανατομικής

Στο ΙΑΣΩ Θεσσαλίας:

Προσφορά ειδικών πακέτων για διαγνωστικές και εργαστηριακές εξετάσεις καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

Προνομιακά πακέτα εξετάσεων για τα μέλη των Συλλόγων της Θεσσαλίας

Προσφορά δύο ελαστικών επίσωτρων διαφορικού για να την κάλυψη των άμεσων αναγκών των οχημάτων της Διοίκησης Πυροσβεστικών Υπηρεσιών Λάρισας

Η Νοσηλευτική Διεύθυνση διοργάνωσε:

20 εκπαιδευτικά μαθήματα από διακεκριμένους επιστήμονες που αφορούν σε όλο το φάσμα του τομέα υγείας για το ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό

17 “Μαθήματα Μαιευτικής Φροντίδας κατά τη διάρκεια του τοκετού και της λοχείας και Μητρικής Τέχνης” για το ευρύ κοινό, με 210 συμμετοχές

Στο ΙΑΣΩ Θεσσαλίας, ως εκπαιδευτικό κέντρο της ομάδας Επι.Ζω. (Επιμόρφωση Ζωής), διενεργήθηκαν κατά τη διάρκεια τους έτους, τα κάτωθι πιστοποιημένα εκπαιδευτικά σεμινάρια: «Βασική Υποστήριξη Ζωής και Αυτόματη Εξωτερική Απινίδωση [BLS (CPR)/AED provided course, ERC], «Βασική υποστήριξη Ζωής και αντιμετώπιση πνιγμονής σε παιδιά», «Διαχείριση – Αντιμετώπιση Πολυτραυματία», «Διαχείριση Τραυματία σε περιβάλλον μάχης Basic CTM (Combat Trauma Management)

Διοργάνωση εθελοντικής αιμοδοσίας σε συνεργασία με την Κινητή Μονάδα Αιμοδοσίας του Γενικού Νοσοκομείου Λάρισας, με εθελοντές τους ιατρούς συνεργάτες και το προσωπικό της Κλινικής

Σε θερμή εορταστική ατμόσφαιρα διοργανώθηκε Χριστουγεννιάτικη Γιορτή για τους ιατρούς συνεργάτες του ΙΑΣΩ Θεσσαλίας σε γνωστό εστιατόριο της Λάρισας με μεγάλη συμμετοχή

Το ΙΑΣΩ Θεσσαλίας, ανανέωσε για ακόμα ένα χρόνο, τις συνεργασίες με επιχειρήσεις της περιοχής (IKEA, Κωτσόβολος, Leroy Merlin, Intersport, Makro, Μασούτης κ.α.) με αντικείμενο την παροχή εκπτώσεων και προνομίων σε βασικές υπηρεσίες και προϊόντα στους εργαζόμενους του

Η Διοίκηση του Ομίλου «ΙΑΣΩ», αναγνωρίζοντας στις Κλινικές του ότι η σωστή ιατρική διάγνωση, περίθαλψη και θεραπεία των ασθενών δεν επιτυγχάνεται βάζοντας μόνο σε εφαρμογή τις επιστημονικές γνώσεις, αλλά αναπτύσσοντας παράλληλα σχέσεις φροντίδας με τους ασθενείς δεσμεύεται για την συνεχή προσπάθεια από μέρους της, ώστε να ανταποκριθεί με υπευθυνότητα και αποτελεσματικότητα στις απαιτήσεις και τις προσδοκίες τόσο των ασθενών, όσο και του συνόλου των αποδεκτών των υπηρεσιών των ασθενών και λοιπών πελατών και ενδιαφερομένων μερών των Κλινικών του Ομίλου ΙΑΣΩ, συμπεριλαμβανομένων και των προσδοκιών της γενικότερης ευαισθητοποίησης σε θέματα περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Στα πλαίσια αυτό και της γενικότερης προσπάθειας συνεχούς βελτίωσης της περιβαλλοντικής επίδοσης του Ομίλου, μελετήθηκε, εγκαταστάθηκε και εφαρμόζεται, Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης.

Η Περιβαλλοντική Πολιτική του Ομίλου στις Κλινικές του, ανασκοπείται και τροποποιείται σε τακτά χρονικά διαστήματα υπό το φώς των τεχνολογικών και ιατρικών / επιστημονικών εξελίξεων και των τυχόν νέων αποτελεσμάτων του Περιβαλλοντικού Ελέγχου και είναι διαθέσιμη στο κοινό.

Στο πλαίσιο αυτό όσον αφορά την επίτευξη των σκοπών του που αφορούν την Περιβαλλοντική Διαχείριση, ο Όμιλος ΙΑΣΩ, δεσμεύεται ειδικότερα στα εξής:

λαμβάνει υπόψη τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης, με την ορθολογική διαχείριση και εξοικονόμηση των πόρων, ενέργειας, νερού, μειωμένων αέριων εκπομπών για την προστασία του περιβάλλοντος και του κλίματος

συμμορφώνεται με την ισχύουσα περιβαλλοντική νομοθεσία συμπεριλαμβανομένου και του νομικού πλαισίου που αφορά τις εγκαταστάσεις και δραστηριότητες παροχής φροντίδας υγείας

αναγνωρίζει όλες τις περιβαλλοντικές πλευρές που προκύπτουν από την άσκηση των δραστηριοτήτων του και ελέγχει τις αντίστοιχες περιβαλλοντικές επιπτώσεις στο περιβάλλον

καθιερώνει, τεκμηριώνει και αναθεωρεί τους περιβαλλοντικούς αντικειμενικούς σκοπούς και στόχους του, λαμβάνοντας υπόψη τις σημαντικές περιβαλλοντικές πλευρές, τεχνολογικές και ιατρικές / επιστημονικές εξελίξεις, οικονομικές και λειτουργικές απαιτήσεις

διαχειρίζεται τα απόβλητα και τις εκπομπές του σύμφωνα με τις περιβαλλοντικές άδειες και την ισχύουσα νομοθεσία και με προμηθευτές στους οποίους ο Όμιλος έχει κοινοποιήσει αυτές τις απαιτήσεις ώστε να διασφαλίζεται η προστασία του περιβάλλοντος και της δημόσιας υγείας

εκπαιδεύει συνεχώς όλο το προσωπικό του οποίου η εργασία επηρεάζει καθ' οιονδήποτε τρόπο το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, στις αντίστοιχες αρμοδιότητές του

αποβλέπει στην δημιουργία και διατήρηση μιας σχέσης εμπιστοσύνης με την τοπική και ευρύτερη κοινωνία και να παρέχει περιβαλλοντική πληροφόρηση στο ευρύ κοινό

επιθεωρεί σε τακτική βάση το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

συμβάλλει στη διαρκή εδραίωση και βελτίωση της αποτελεσματικότητάς του και την πρόληψη της ρύπανσης, ενώ του παρέχονται οι απαραίτητοι πόροι και η κατάλληλη υποδομή.

Με ευαισθησία και αίσθημά ευθύνης, ο Όμιλος ΙΑΣΩ φροντίζει για να την ανακύκλωση όλων των υλικών και συμμετέχει σε προγράμματα εναλλακτικής διαχείρισης, όπως τα προγράμματα ΑΦΗΣ και ΣΥΔΕΣΥΣ. Η χρήση του περιβαλλοντικά φιλικότερου φυσικού αερίου προάγει ακόμα περισσότερο τις περιβαλλοντικές δράσεις του Ομίλου, ο οποίος διερευνά συνεχώς για την ανάληψη προληπτικών πρωτοβουλιών, με στόχο την πιο παραγωγική χρήση των πόρων που απαιτούνται για

τη λειτουργία των Κλινικών του, ενώ ταυτόχρονα ευαισθητοποιεί το προσωπικό του σε θέματα περιβάλλοντος.

4.3 ΚΛΙΝΙΚΗ ΡΕΑ

Στη ΡΕΑ Μαιευτική Γυναικολογική Κλινική νιώθουν υπεύθυνοι προς την κοινωνία για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας και δεσμεύονται να λειτουργήσουν με ευαισθησία και σεβασμό προς τη γυναίκα, την οικογένεια και το περιβάλλον, ενσωματώνοντας κατάλληλες κοινωνικές και περιβαλλοντολογικές δράσεις στη λειτουργία.

Ακολουθώντας πιστά το Όραμα και τις Αξίες που μας διέπουν από την έναρξη της λειτουργίας, δραστηριοποιείται με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο ακολουθώντας τις βασικές αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης.

Για να επιτύχει τα ανωτέρω η ΡΕΑ δεσμεύεται για τα ακόλουθα:

1. Στελέχωση με υψηλού επιπέδου προσωπικό και συνεχή, εξειδικευμένη εκπαίδευσή του στις νέες επιστημονικές εξελίξεις.
2. Συνεχής παρακολούθηση επιστημονικών και τεχνολογικών εξελίξεων στο χώρο της υγείας.
3. Λειτουργεί με ευαισθησία και σεβασμό προς τους ασθενείς, τις οικογένειές τους και το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.
4. Διαφάνεια και ακεραιότητα σε όλες τις εκφάνσεις λειτουργίας ακολουθώντας αυστηρά τους κανόνες της ιατρικής δεοντολογίας.
5. Αποτελεσματική εφαρμογή και συνεχής βελτίωση της αποτελεσματικότητας του Ολοκληρωμένου Συστήματος Ποιότητας.
6. Συνεργασία με έμπειρους και υψηλού κύρους ιατρούς, ώστε να δημιουργείται ένα οργανωμένο δίκτυο που εγγυάται την αξιοπιστία της παρεχόμενης φροντίδας υγείας.
7. Παροχή ενός εργασιακού περιβάλλοντος το οποίο να διέπεται από αξιοκρατία και ίσες ευκαιρίες.
8. Διαρκή κατάρτιση και εξέλιξη των εργαζομένων εντός του εργασιακού τους χώρου.
9. Συνεχής καταγραφή και αξιολόγηση των αναγκών των ασθενών, συγγενών, συνοδών και των συνεργαζόμενων φορέων.
10. Διαρκής μέτρηση και βελτίωση του επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών μέσω του καθορισμού συγκεκριμένων δεικτών/ στόχων ποιότητας.

11. Περιορισμός των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τις δραστηριότητες της επιχείρησης και μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
12. Διαχείριση με σύνεση σε ότι αφορά τους ενεργειακούς πόρους και καθορισμός της ενέργειας που απαιτείται για τον περιορισμό της κατανάλωσής τους.
13. Η κλινική πρέπει να διαχειρίζεται τα παραγόμενα επικίνδυνα και μη απόβλητα με τρόπο ορθό και λειτουργικό, σκεπτόμενοι την προστασία του περιβάλλοντος και τις επόμενες γενιές.
14. Ενίσχυση της κοινωνίας με στοχευμένες δράσεις προς κοινωνικά ευαίσθητες ομάδες.
15. Υλοποίηση ενεργειών για την ευαισθητοποίηση του κοινού για πρόληψη σοβαρών ασθενειών ή άλλων νοσημάτων.

Οι παραπάνω δεσμεύσεις αφορούν όλη την Εταιρεία από τη Διοίκηση ως τον απλό εργαζόμενο και αποτελεί ευθύνη όλων η αποτελεσματική εφαρμογή τους σε όλες τις δραστηριότητες της.

4.4. ΟΜΙΛΟΣ ΒΙΟΙΑΤΡΙΚΗ

Στον όμιλο Βιοιατρική, εφαρμόζονται υψηλής ποιότητας υπηρεσίες υγείας. Η Βιοιατρική είναι ο **πρώτος ιδιωτικός φορέας πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας** που αναγνώρισε την αναγκαιότητα της εφαρμογής σύγχρονων μεθόδων διαχείρισης της ποιότητας με ορθολογικά πρότυπα και έλαβε πιστοποίηση το έτος 1999, σύμφωνα με το πρότυπο **ISO 9001**. Βασικές διαστάσεις της ποιότητας οι οποίες διασφαλίζονται από την εφαρμογή των συστημάτων ποιότητας:

- ✓ Αξιοπιστία
- ✓ Ανταπόκριση
- ✓ Ικανότητα
- ✓ Πρόσβαση
- ✓ Ευγένεια
- ✓ Επικοινωνία
- ✓ Ασφάλεια
- ✓ Κατανόηση

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη του ομίλου, εστιάζεται κυρίως σε πρωτοβουλίες κοινωνικής αλληλεγγύης. Πιο συγκεκριμένα ο Όμιλος στηρίζει τους:

- ✓ Ιατρείο Κοινωνικής Αποστολής του ΙΣΑ

✓Μητροπολιτικό		Ιατρείο	Ελληνικού
✓Ιατρείο	του	Δήμου	Αμαρουσίου
✓Κοινωνικό	Ιατρείο	του	Χαλανδρίου
✓Ιατροί		του	Κόσμου
✓Ιατροί		Χωρίς	Σύνορα
✓Αποστολή			Άνθρωπος
✓Οργάνωση			Φλόγα
✓Οργάνωση			Αγκαλιάζω
✓Το	Χαμόγελο	του	Παιδιού
✓Κοινωνικό		Ιατρείο	Σπετσών
✓Ογκολογικό	τμήμα	Νοσοκομείου	«Σωτηρία»
✓Άγγιγμα			Ζωής
✓Θεόφιλος			
✓Φίλοι		του	Παιδιού
✓Χριστοδούλειο	Ίδρυμα	παιδικής	προστασίας
✓Κοινωνικό		Φαρμακείο	Ιλίου
✓Δημοτικά Ιατρεία	Δήμου Αλίμου		

Επιπρόσθετα προχώρησε περίπου 100.000 δωρεάν εξετάσεις σε άτομα προερχόμενα από ευπαθείς κοινωνικές ομάδες.

4.5. ΟΜΙΛΟΣ EUROMEDICA

Ο Όμιλος Euromedica είναι ο μεγαλύτερος ιδιωτικός πάροχος Υγείας στην Ελλάδα (βάσει του αριθμού των κλινών) και παρέχει υπηρεσίες πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας περίθαλψης μέσω του εκτενούς δικτύου της που περιλαμβάνει συνολικά **72 μονάδες σε λειτουργία σε 25 πόλεις** σε όλη την Ελλάδα (Διαγνωστικά Κέντρα, Ιδιωτικές Κλινικές, Μονάδες Τεχνητού Νεφρού και Κέντρα Αποκατάστασης) καθώς και **8 μονάδες υπό κατασκευή**.

Ο όμιλος Euromedica εξυπηρετεί καθημερινά περίπου 2.200 ασθενείς, σε όλα τα ιατρικά της κέντρα. Η Euromedica, εκτός από την δραστηριοποίηση της στην Ελλάδα, έχει προχωρήσει σε περαιτέρω συνεργασίες και δραστηριότητες στην Νότιο Ανατολική Ευρώπη, στην Μέση Ανατολή και στην Βόρεια Αφρική.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη του ομίλου, βρίσκεται στον πυρήνα των δραστηριοτήτων της. Για τον λόγο αυτό, σχεδίασε μια ειδική ομάδα καταξιωμένων επιστημόνων και ανθρώπων των τεχνών, που

χειρίζεται το πρόγραμμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, το οποίο μάλιστα είναι ειδικά σχεδιασμένο σε επτά άξονες.

1. Άξονας Συλλογικότητας { ΟΡΑΜΑ ΓΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ } Δυσπρόσιτες περιοχές της Ελλάδας
2. Άξονας Ευζωίας { ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΛΗΣ ΖΩΗΣ ΣΕ ΟΛΟΥΣ } Τρίτη Ηλικία
3. Άξονας Ισορροπίας { ΨΥΧΗ & ΣΩΜΑ } Αθλητισμός
4. Άξονας Προόδου { ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ } Επιστήμη
5. Άξονας Αρμονίας { ΑΓΚΑΛΙΑ } Παιδιά που πάσχουν
6. Άξονας Συμμετρίας { ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ } Παιδεία
7. Άξονας Ολότητας { ΕΛΠΙΔΑ } Προσφορά στην κοινωνία

εικόνα από το site του ομίλου

Οι δράσεις του ομίλου, είναι συνυφασμένες με τους επτά άξονες και πραγματοποιούνται πάντα με στρατηγικό σχεδιασμό, ώστε να επιτυγχάνουν, τα μεγαλύτερα αποτελέσματα.

Μερικές από τις δράσεις ανά άξονα είναι: Δράσεις που υλοποιούνται ή έχουν υλοποιηθεί στο πλαίσιο του προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της Euromedica

Άξονας Συλλογικότητας: Δυσπρόσιτες περιοχές της Ελλάδας

- Δωρεά ασθενοφόρου στον Δήμο Αστυπάλαιας

- Στήριξη 12 σπουδαίων παιδιών Γυμνασίου, Δημοτικού και προσχολικής ηλικίας στο Αγαθονήσι καλύπτοντας βασικές τους ανάγκες.

Άξονας Ευζωίας: Τρίτη Ηλικία

- «Υιοθεσία» Κασιμάτειου Οίκου Ευγηρίας Κυθήρων: συντήρηση του κτηρίου του γηροκομείου, αποστολή ιατροφαρμακευτικού υλικού, επίσκεψη ιατρών της Euromedica και εξέταση των γερόντων 2 φορές το χρόνο, διοργάνωση ψυχαγωγικών εκδηλώσεων.

Άξονας Ισορροπίας: Αθλητισμός

- Ελληνική Ομοσπονδία Μοντέρνου Πεντάθλου: διενέργεια ιατρικών εξετάσεων
- Ελληνική Ομάδα Ιστιοπλοΐας Special Olympics: χορηγία της προετοιμασίας των 12 αθλητών της ομάδας για τους Αγώνες Special Olympics 2011.

Άξονας Προόδου: Επιστήμη

- Υποτροφία μεταπτυχιακών σπουδών νέων ιατρών για την προαγωγή της ιατρική επιστήμης και τη στήριξη της ελληνικής ιατρικής κοινότητας.

Άξονας Αρμονίας: Παιδιά που πάσχουν

- Μαθήματα ζωγραφικής και δημιουργικής έκφρασης στα παιδιά σε μακροχρόνια νοσηλεία στις ογκολογικές μονάδες του Νοσοκομείου ΑΧΕΠΑ (Θεσσαλονίκη).

Άξονας Συμμετρίας: Παιδεία

- Πρόγραμμα υποτροφιών για αριστούχους απόφοιτους Λυκείων ακριτικών περιοχών που έχουν εισαχθεί σε Α.Ε.Ι.
- Πρόγραμμα διακόσμησης δημοτικών σχολείων, γυμνασίων και λυκείων με γνωστά έργα μεγάλων ζωγράφων με στόχο την εξοικείωση των μαθητών με την Τέχνη.

Άξονας Ολότητας: Προσφορά στην κοινωνία

- Κέντρο Υποδοχής Αστέγων Δήμου Αθηναίων: μνημόνιο συνεργασίας με τον Δήμο Αθηναίων για την παροχή δωρεάν εξετάσεων αίματος στους φιλοξενούμενους των Ξενώνων του Ιδρύματος.

- Ελληνικός Σύλλογος Υποστήριξης Ασθενών με Οστεοπόρωση: δωρεάν μετρήσεις οστικής πυκνότητας στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη για τα μέλη του Συλλόγου.

4.6 ΟΜΙΛΟΣ ΙΑΤΡΙΚΟ ΑΘΗΝΩΝ

Ο όμιλος Ιατρικού Αθηνών, ξεκίνησε την λειτουργία του το 1984, στο Μαρούσι στην Αθήνα. Σήμερα διαθέτει οχτώ υπερσύγχρονες ιατρικές μονάδες σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, το **Ιατρικό Κέντρο Αθηνών**, το **Ιατρικό Διαβαλκανικό Θεσσαλονίκης**, το **Ιατρικό Ψυχικού**, το **Ιατρικό Παλαιού Φαλήρου**, το **Ιατρικό Δάφνης**, το **Ιατρικό Περιστερίου**, το **Παιδιατρικό Κέντρο Αθηνών** και τη **ΓΑΙΑ, Μαιευτική-Γυναικολογική**.

Ο Όμιλος Ιατρικού Αθηνών διαθέτει συνολικά **1.200 κλίνες** καθώς και ένα πανελλαδικό δίκτυο που αποτελείται από **390 διαγνωστικά κέντρα**, **8 μονάδες αιμοκάθαρσης**, καθώς και ένα αναπτυσσόμενο δίκτυο επίσημων συνεργατών σε όλη την Ελλάδα. Συνεργάζεται με περισσότερους από **2.800 κορυφαίους ιατρούς όλων των ειδικοτήτων**, με διεθνή εμπειρία, διαθέτει **4 ιδιόκτητα διαγνωστικά κέντρα στη Ρουμανία** και έχει σταθερές συνεργασίες στη Βόρεια Αφρική και σε χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Ο Όμιλος Ιατρικού Αθηνών διαθέτει σχεδόν 3.000 εργαζόμενους, κατέχοντας την **4η θέση μεταξύ των εισηγμένων μητρικών εταιρειών που προσφέρουν τις περισσότερες θέσεις εργασίας στην Ελλάδα**, σύμφωνα με την έγκριτη οικονομική εφημερίδα «Ναυτεμπορική».

Τέλος, ο Όμιλος Ιατρικού Αθηνών, συντεταγμένα, παρέχει κίνητρα στους επιστήμονες που έφυγαν στο εξωτερικό και απέκτησαν σημαντικές εμπειρίες, τους κινητοποιεί και συντονίζει την επιστροφή τους στη χώρα μας, ούτως ώστε να βοηθήσουν και να πρωτοστατήσουν στο χτίσιμο της καινούριας Ελλάδας και στην αναστροφή του φαινομένου του brain drain.

Στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έχει επικεντρωθεί σε δράσεις καινοτόμες και πρωτοπόρες. Πιο συγκεκριμένα παρέχει σε συνεργασία με την Vodafone, δωρεάν εξειδικευμένες εξετάσεις σε περίπου 500.000 πολίτες απομακρυσμένων περιοχών στην Ελλάδα.

Επιπλέον στηρίζει τις τοπικές κοινωνίες με δράσεις όπως προσφέροντας δωρεάν εξετάσεις σε δημότες διαφόρων περιοχών, προσφέροντας ιατρικό εξοπλισμό σε δημόσια νοσοκομεία και διοργανώνοντας ημερίδες με ιατρικά θέματα γενικού ενδιαφέροντος. Επίσης έχει δημιουργήσει το ειδικό πρόγραμμα Ιατρικής Υιοθεσίας προσφέροντας δωρεάν εξετάσεις στα παιδικά χωρία sos. Τέλος ενισχύει αθλητικές δράσεις και ειδικές κατηγορίες εργαζομένων όπως τους Αστυνομικούς, παρέχοντας άμεσές και έκτακτες υπηρεσίες υγείας.

4.7 Σύγκριση των δράσεων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των εξεταζόμενων Ομίλων

Κατηγορίες δραστηριοποίησης εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	Όμιλος Υγεία	Ιατρικό Αθηνών	ΙΑΣΩ	Euromedic a	Βιοιατρική	ΡΕΑ
Δράσεις προς τους εργαζόμενους			Δίνει παροχές στους εργαζόμενους του			
Δράσεις προς τους ασθενείς	Διοργανώνει καμπάνιες πρόληψης, προσφέροντας ελέγχους υγείας σε συμβολικές τιμές	Προσφέρει δωρεάν εξετάσεις σε ευπαθείς ομάδες	Διαμόρφωσε νέα τιμολογιακή ή πολιτική με μειωμένες τιμές μαιευτικών και χειρουργικών περιστατικών	Δωρεάν μετρήσεις εξετάσεων οστικής πυκνότητας	Δωρεάν 10.000 εξετάσεις σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες	Ενημερωτικές ημερίδες σε σημαντικά ιατρικά θέματα
Δράσεις προς τις Τοπικές Κοινωνίες	Διοργανώνει επισκέψεις σχολείων,	Σε συνεργασία με την εταιρία	Δώρισε στην πυροσβεστική	Δωρεά Ασθενοφόρου στον Δήμο	Στήριξη κοινωνικών ιατρείων	ενέργειες για την προστασία του

	παρέχει ιατρικές φροντίδες σε κατοίκους ακριτικών περιοχών	Vodafone προσφέρει εξειδικευμέ- νες δωρεάν εξετάσεις σε κατοίκους απομακρυσμέ- νων περιοχών στην Ελλάδα	υπηρεσία Λάρισας ανταλλακ- τικά αυτοκινήτ- ων για να καλύψει τις ανάγκες της	Αστυπάλαι- ας	πολλών δήμων ανά την χώρα	περιβάλλον- τος
--	--	---	---	------------------	------------------------------------	--------------------

4.8 Ανάλυση των δράσεων κοινωνικής εταιρικής ευθύνης των ομίλων

Όπως γίνεται αντιληπτό, από των πίνακα της ανωτέρω παραγράφου, προκύπτει ότι οι όμιλοι, εφαρμόζουν προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, δίνοντας όμως ιδιαίτερη βαρύτητα, στους ασθενείς και στις τοπικές κοινωνίες.

Πιο συγκεκριμένα από την έρευνα που διεξήγαμε, μέσω της ανάλυσης περιεχομένου, διαπιστώσαμε, ότι μόνο ο όμιλος ΙΑΣΩ δίνει παροχές στους εργαζόμενους του, σε διάφορες μορφές, όλοι οι υπόλοιποι όμιλοι, με πολλαπλές δράσεις και προγράμματα αναπτύσσουν κυρίως πρωτοβουλίες, δωρεάν εξετάσεων σε ασθενείς, στήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων, στήριξη φορέων και οργανισμών και επιπρόσθετα επενδύουν κυρίως στην στήριξη τοπικών κοινωνιών και ιδιαίτερα στις απομακρυσμένες και ακριτικές περιοχές, που αντιμετωπίζουν δυσκολίες σε θέματα υγείας, αφού η δημόσια δωρεάν υγεία σε εκείνες τις περιοχές είναι περιορισμένη και αρκετές φορές ανύπαρκτη.

Πιο αναλυτικά, ο όμιλος Υγεία προσφέρει καμπάνιες πρόληψης διαφόρων ασθενειών και συνάμα δημιουργεί μια ειδική τιμολογιακή πολιτική, στην οποία όσοι πολίτες επιθυμούν, με ένα συμβολικό ποσό μπορούν να διεξάγουν τις εξειδικευμένες εξετάσεις πρόληψης. Επιπλέον το προσωπικό της επισκέπτεται σχολεία, ώστε να ενημερώνει από την μικρή ηλικία για τα οφέλη της πρόληψης, δημιουργώντας έτσι μια ιατρική παιδεία. Τέλος διεξάγει εξετάσεις δωρεάν σε κατοίκους ακριτικών περιοχών στην Ελλάδα, που δεν έχουν σχεδόν καθόλου παροχές υγείας. Δυστυχώς δεν προφέρει μέσω της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης καμία παροχή, στους εργαζόμενους του, σε κανένα επίπεδο.

Ο όμιλος Ιατρικού Αθηνών, δεν έχει εντάξει στο πρόγραμμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους εργαζόμενους του, έχει όμως δημιουργήσει μια πολυδιάστατη λειτουργία παροχών, με δωρεάν εξετάσεις σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες. Επιπρόσθετα σε συνεργασία με την εταιρία κινητής τηλεφωνίας Vodafone, έχει πρωτοπορήσει και έχει δημιουργήσει ένα ειδικό σύστημα παροχής εξειδικευμένων εξετάσεων σε απομακρυσμένες περιοχές της Ελλάδας, βοηθώντας με αυτόν τον τρόπο τους κατοίκους να έχουν πρόσβαση σε εξετάσεις, που για να τις πραγματοποιήσουν, θα έπρεπε να μεταβούν σε μεγάλα αστικά κέντρα, να ταξιδέψουν με αντίξοες πολλές φορές συνθήκες τους χειμερινούς μήνες. Με αυτή την πρωτοβουλία τους, εξοικονομούν πολλά χρήματα από τους πολίτες των ακριτικών περιοχών και επιπλέον τους προσφέρουν αίσθημα εμπιστοσύνης και ενδιαφέροντος.

Ο όμιλος ΙΑΣΩ είναι ο μοναδικός από τους εξεταζόμενους ομίλους, που διαθέτει πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τους εργαζόμενους του. Με διάφορες δράσεις, όπως δείπνα με τις οικογένειες τους, ανταλλαγές δώρων τα Χριστούγεννα, προσπαθεί να συσφίξει την αλληλεγγύη την συναδελφικότητα και την κοινωνικότητα των εργαζομένων του. Επίσης στους ασθενείς του, εφάρμοσε ειδική τιμολογιακή πολιτική, προωθώντας την υποστήριξη του στις μητέρες και στα παιδιά, δημιουργώντας ένα σύγχρονο περιβάλλον εμπιστοσύνης, το οποίο μπορεί να είναι προσιτό ακόμη και σε πολίτες χαμηλών εισοδημάτων. Στις τοπικές κοινωνίες προχώρησε στην δωρεά εξοπλισμών, χρήσιμων για την προστασία του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου. Χαρακτηριστικά, δώρισε μέσω του παραρτήματος του ΙΑΣΩ στην Λάρισα, στην πυροσβεστική υπηρεσία Λάρισας εξοπλισμό για τα αυτοκίνητα της, ώστε να είναι ανά πάσα στιγμή έτοιμα να καλύψουν ανάγκες της τοπικής κοινωνίας σε θέματα πυροπροστασίας.

Ο όμιλος Euromedica, προφέρει δωρεάν εξετάσεις οστικής πυκνότητας, με αυτόν τον τρόπο, προσφέρει εξειδικευμένες εξετάσεις, σε ασθενείς που το έχουν ανάγκη και προσπαθεί να εξελίσσεται στον συγκεκριμένο τομέα ασθένειας. Επιπλέον στα πλαίσια της στήριξης των τοπικών κοινωνιών, προχώρησε στην δωρεά ασθενοφόρου στον Δήμο Αστυπάλαιας. Δυστυχώς το δημόσιο σύστημα υγείας της χώρας μας, αντιμετωπίζει, προβλήματα, τόσο σε κτηριακές εγκαταστάσεις, όσο και σε εξοπλισμό. Έτσι λοιπόν μέσα από δράσεις ιδιωτικών φορέων, γίνεται προσπάθεια να καλυφθούν βασικές ανάγκες. Δυστυχώς όμως και αυτός ο όμιλος ενώ προάγει εξαιρετικό έργο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, σε ασθενείς και τοπικές κοινωνίες, δεν προχωρά σε αντίστοιχα προγράμματα στους εργαζόμενους του.

Ο όμιλος Βιοιατρική μέσα από ένα εξελιγμένο πρόγραμμα εξετάσεων, παρέχει ένα πολύ μεγάλο αριθμό εξετάσεων, σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, περίπου 10.000 εξετάσεις πραγματοποιούνται δωρεάν από άτομα που δεν μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες τους στον τομέα της υγείας. Επιπλέον, έχει προτάξει ένα ειδικό σχέδιο, από το οποίο στηρίζει τα κοινωνικά ιατρεία που

υπάρχουν σε αρκετούς δήμους της χώρας μας. Όταν πλέον γίνεται δύσκολη, λόγω των οικονομικών συνθηκών, η παροχή υπηρεσιών υγείας, τα κοινωνικά ιατρεία έκαναν την εμφάνιση τους, ώστε να καλύψουν βασικές ανάγκες αρκετών συνανθρώπων μας. Αυτά τα ιατρεία επέλεξε να στηρίξει με διάφορους τρόπους ο όμιλος βιοιατρικής. Όμως παρα το πρωτόπορο πρόγραμμα στήριξης των ευπαθών κοινωνικών ομάδων, δεν προχώρησε στην στήριξη των εργαζομένων του.

Τέλος η ΡΕΑ σε μια κοινωνία που καθημερινά βομβαρδίζεται από πληροφορίες πολλές φορές άχρηστες και συγκεχυμένες, επέλεξε να προσφέρει στους ασθενείς της δωρεάν ημερίδες και σεμινάρια, από τα οποία τους ενημερώνει για βασικά ιατρικά θέματα, δημιουργώντας έτσι ένα πυλώνα γνώσης, ώστε να είναι έτοιμοι να αντιμετωπίσουν, τα προβλήματα που μπορεί μελλοντικά να προκύψουν. Επιπλέον η ΡΕΑ επέλεξε ένα διαφορετικό τρόπο να στηρίξει τις τοπικές κοινωνίες, δημιουργώντας, ένα ειδικό περιβαλλοντολογικό πρόγραμμα, με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος από τα επικίνδυνα ιατρικά απόβλητα. Πάρα την ευαισθητοποίηση της όμως στον τομέα της εκπαίδευσης και του περιβάλλοντος, δεν ανέπτυξε δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τους εργαζόμενους της.

Σε συνάρτηση με την θεωρία, η εταιρική ευθύνη φαίνεται ότι στην πράξη έχει επιτελέσει σε μεγάλο μέρος τον σκοπό της. Δεν έμεινε στα καλούπια της κλασικής άποψης, ότι δηλαδή θα εφαρμοστεί μόνο για φιλανθρωπικούς σκοπούς, αλλά εξελίχτηκε μέσα από τις δράσεις της σε ένα εργαλείο επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων αλλά και σε εξαιρετικές περιπτώσεις περιβαλλοντολογικών. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη σαν εργαλείο του marketing αναπτύσσει μια εταιρία και την προωθεί. Μεσω του διαδικτύου, καταφέραμε και εντοπίσαμε τις δράσεις των μεγαλύτερων ιατρικών κέντρων στην Ελλάδα, οι οποίες προβάλλονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να δημιουργούν στους πελάτες τους, αίσθημα, εμπιστοσύνης και υπεροχής, προτρέποντας τους να τους επιλέξουν.

Τα οφέλη από την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είναι εμφανή, βελτιώνεται αμέσως το εμπορικό σήμα της εταιρίας και η εταιρική κοινωνική εικόνα, αφού δημιουργείται μια φήμη γύρω από την εταιρία, με αποτέλεσμα να προσεγγίζονται νέοι πελάτες. Η εμπιστοσύνη των πελατών, μεγαλώνει και αυτός ο παράγοντας είναι ίσως ο καταλυτικός για την ανάπτυξη της εταιρίας.

Οι στρατηγικές που ακολουθούν οι εταιρίες στην ανάπτυξή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σαφέστατα βελτιώνουν την φήμη του ομίλου και την ανταγωνιστικότητα του, σημαντικό ρόλο όμως παίζει και η επικοινωνιακή πολιτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Όπως διαπιστώσαμε μέσα από την έρευνα μας στο διαδίκτυο, η παρουσίαση της εταιρικής κοινωνικής πρωτοβουλίας είναι βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξή και ευδοκίμηση του προγράμματος. Όσες δράσεις και

αν πραγματοποιηθούν, αν δεν παρουσιαστούν επικοινωνιακά με ορθό τρόπο, δεν θα έχουν κανένα αποτέλεσμα.

Τέλος η ανάπτυξη των δράσεων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης περνάει μέσα από το εσωτερικό marketing και ακόμη περισσότερο μέσα από τους εργαζόμενους της εταιρίας. Ίσως το μεγαλύτερο στοίχημα μιας εταιρίας η οποία επενδύει στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι η δημιουργία κουλτούρας εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους εργαζομένους της. Με αυτό τον τρόπο και η προσπάθεια της θα ευδοκιμήσει αλλά και μέσα από αυτή την προσπάθεια η εικόνα της εταιρίας θα επιφέρει τα επιθήματα αποτελέσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη βρίσκεται στην κορυφή της ημερήσιας διάταξης, με αποτέλεσμα την υψηλή ευαισθητοποίηση.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη σαν εργαλείο του marketing αναπτύσσει μια εταιρία και την προωθεί. Μεσω του διαδικτύου, καταφέραμε και εντοπίσαμε τις δράσεις των μεγαλύτερων ιατρικών κέντρων στην Ελλάδα, οι οποίες προβάλλονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να δημιουργούν στους πελάτες τους, αίσθημα, εμπιστοσύνης και υπεροχής, προτρέποντας τους να τους επιλέξουν.

Τα οφέλη από την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είναι εμφανή, βελτιώνεται αμέσως το εμπορικό σήμα της εταιρίας και η εταιρική κοινωνική εικόνα, αφού δημιουργείται μια φήμη γύρω από την εταιρία, με αποτέλεσμα να προσεγγίζονται νέοι πελάτες. Η εμπιστοσύνη των πελατών, μεγαλώνει και αυτός ο παράγοντας είναι ίσως ο καταλυτικός για την ανάπτυξη της εταιρίας.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία αξίας μέσω της δημιουργίας μιας φήμης νοσοκομείου και της αφοσίωσης των ασθενών. Θα πρέπει να τονιστεί ότι οι άμεσες αρνητικές επιπτώσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης θα καλυφθούν από τον ενισχυτικό ρόλο της φήμης του νοσοκομείου και των μεταβλητών αξιοπιστίας των ασθενών.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη πρέπει επίσης να γνωστοποιείται σωστά για να δημιουργηθεί η φήμη του νοσοκομείου. Η εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συνιστάται ιδιαίτερα σε άμεση επαφή με τους φορείς του νοσοκομείου όπως οι ασθενείς και οι παραϊατρικοί ασθενείς. Επομένως, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη στο ιδιωτικό νοσοκομείο θα βελτιώσει την αφοσίωση, τη φήμη και τη συνολική αξία των ασθενών.

Οι στρατηγικές που ακολουθούν οι εταιρίες στην ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σαφέστατα βελτιώνουν την φήμη του ομίλου και την ανταγωνιστικότητα του, σημαντικό ρόλο όμως παίζει και η επικοινωνιακή πολιτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Όπως διαπιστώσαμε μέσα από την έρευνα μας στο διαδίκτυο, η παρουσίαση της εταιρικής κοινωνικής πρωτοβουλίας είναι βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη και ευδοκίμηση του προγράμματος. Όσες δράσεις και αν πραγματοποιηθούν, αν δεν παρουσιαστούν επικοινωνιακά με ορθό τρόπο, δεν θα έχουν κανένα αποτέλεσμα.

Τέλος η ανάπτυξη των δράσεων της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης περνάει μέσα από το εσωτερικό marketing και ακόμη περισσότερο μέσα από τους εργαζόμενους της εταιρίας. Ίσως το μεγαλύτερο στοίχημα μιας εταιρίας η οποία επενδύει στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι η δημιουργία κουλτούρας εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους εργαζομένους της. Με αυτό τον τρόπο και η προσπάθεια της θα ευδοκιμήσει αλλά και μέσα από αυτή την προσπάθεια η εικόνα της εταιρίας θα επιφέρει τα επιθήματα αποτελέσματα.

Οι εργαζόμενοι μιας επιχείρησης είναι πάντα το κλειδί για την επιτυχία. Οι εταιρίες λοιπόν, θα πρέπει να εξετάσουν μέσα από τον προγραμματισμό τους για τις δράσεις τους στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και τους εσωτερικούς παράγοντες της επιχείρησης που είναι οι εργαζόμενοι. Μέσα από δράσεις έξυπνες και πρωτοπόρες θα ενθαρρύνουν τους εργαζόμενους τους να εργαστούν με περισσότερη θέρμη και με αυτόν τον τρόπο θα επιτύχουν περισσότερα θετικά αποτελέσματα για την επιχείρηση.

Με βάση την ανάλυση λοιπόν που προβήκαμε και με την βιβλιογραφία, συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι τα οφέλη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις εξεταζόμενες εταιρίες προφανών και είναι ορατά, η φήμη των ομίλων είναι δεδομένη και αφοσίωση των πελατών, επίσης σε πολύ υψηλά επίπεδα, η δε επικοινωνιακή της πολιτική είναι εξαιρετική και σίγουρα τα αποτελέσματα είναι ορατά. Όμως ενώ σε όλα τα προαναφερόμενα ακολουθούν πλήρως την βιβλιογραφία και την στρατηγική έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, το εσωτερικό marketing και η εσωτερική προσέγγιση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης φαίνεται ότι πάσχει.

Οι ασθενείς, οι τοπικές κοινωνίες αντιλαμβάνονται σε μεγάλο βαθμό τα οφέλη της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης και τα ανταποδίδουν στις εταιρίες, αλλά οι εργαζόμενοι των επιχειρήσεων, δεν έχουν την προσοχή που θα έπρεπε. Καμία φορά οι μάχες κερδίζονται εκ των έσω και η μάχη του ανταγωνισμού, στις μέρες μας, είναι τόση μεγάλη, που οι επιχειρήσεις από την βιασύνη τους ξεχνάνε πια είναι η κινητήρια δύναμη τους, ποιος ευθύνεται για την λειτουργία τους. Θεωρώ λοιπόν πως θα πρέπει να συνεχίσουν να εφαρμόζουν τα προγράμματα τους, απέναντι στους ασθενείς, στις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, στις τοπικές κοινωνίες, σε καινοτόμες λειτουργίες, στο περιβάλλον,

αλλά θα πρέπει οπωσδήποτε να εντάξουν άμεσα, στον προγραμματισμό τους, τους εργαζομένους τους. Με δράσεις μικρές αλλά ουσιαστικές θα πρέπει να δείξουν στους εργαζομένους τους ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ένα κομμάτι που ανήκει και σε αυτούς. Με αυτόν τον τρόπο πιστεύω ότι η φήμη αλλά και η αξία της επιχείρησης θα εκτοξευτεί στα ύψη και τα αποτελέσματα, ηθικά και οικονομικά θα είναι τεράστια.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Μαρία Βαξεβανίδου (2011). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη , Σταμούλη Α.Ε.
- Γιωργός Κ. Γκαντζιάς (2010) Πολιτιστική Πολιτική, χορηγία και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ππασωτηρίου
- Philip Kotler,Nancy Lee (2009), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΚΕΡΚΥΡΑ
- Carroll, A. (1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. Academy of Management Review, 4(4)
- Carroll, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.
- Lee, S. (2005). Implementing Corporate Social Responsibility in Health Sector. China, Europe International Business School, Pudong, Shanghai.
- Patton, M., & Cochran, M. (2002). A Guide to Using Qualitative Research Methodology: Medecins Sanns Frontieres.
- Smith, A. (2011). Corporate Social Responsibility Implementation: Comparison of large non-for-profit and for-profit companies: International Journal of Accounting and Information Manageme
- Frost, G. R. and T. D. Wilmshurst (2000). The Adoption of Environment related management accounting: an analysis of corporate environmental sensitivity, Wiley Online Library. **24**: 344-365.

<https://www.hygeia.gr>

<https://www.iaso.gr>

<https://www.reamaternity.gr>

<https://www.euromedica.gr>

<https://bioiatriki.gr/>

<https://www.iatriko.gr/>

<https://www.moh.gov.gr/>