

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη Και Ο Ρόλος Του Ανθρωπινού Δυναμικού Στις Επιχειρήσεις

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Ιωαννίδου Σοφία

Φοιτήτρια : Ελένη Μενεξιάδη (ΑΜ 15039)

ΑΘΗΝΑ, 2018

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα.....	2
Πίνακας διαγραμμάτων.....	4
Περίληψη.....	5
Abstract.....	6
Εισαγωγή.....	7
1 Εταιρική κοινωνική Ευθύνη.....	9
1.1 Ιστορική Αναδρομή.....	9
1.2 Το νόημα και το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	10
1.2.1 Εννοιολογικός προσδιορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	10
1.2.2 Κατηγοριοποίηση – Χαρτογράφηση θεωριών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	10
1.2.3 Άλλες κατηγορίες ΕΚΕ.....	11
1.3 Η ΕΚΕ μας ενδιαφέρει όλους μας.....	13
1.4 Λόγοι που συντρέχουν για την υιοθέτηση ΕΚΕ.....	14
2 Η Εφαρμογή της κοινωνικής ευθύνης.....	15
2.1 Η Αναγκαιότητα.....	15
2.2 Οι Προυποθέσεις.....	16
2.3 Οι Τομείς Εφαρμογής.....	17
2.3.1 Η Διάσταση του Φυσικού Περιβάλλοντος.....	22
2.3.2 Η Οικονομική Διάσταση.....	23
2.4 Η Σύνδεση του Management με του Marketing.....	23
3 Αποτελέσματα Έρευνας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις Επιχειρήσεις.....	27
3.1 Σκοπός της Έρευνας Είναι.....	27
3.2 Τομείς Εφαρμογής Δράσεων ΕΚΕ.....	27
3.3 Δράσεις ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι εταιρείες.....	28
3.3.1 Ανθρώπινο δυναμικό.....	28
3.3.2 Κοινωνία.....	29
3.3.3 Περιβάλλον.....	30
3.3.4 Αγορά.....	31
3.4 Οφέλη των εταιρειών από τις δράσεις ΕΚΕ.....	32
3.4.1 Μηχανισμοί Επικοινωνίας Δράσεων ΕΚΕ.....	33
3.4.2 Βαθμός εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ στην Ελλάδα.....	34

3.4.3 Ανασταλτικοί Παράγοντες Υλοποίησης Δράσεων ΕΚΕ.....	36
3.5 Συμπεράσματα Έρευνας.....	37
4 Η ΕΚΕ και το Ανθρώπινο Δυναμικό.....	39
4.1 Εφαρμογή Δράσεων της ΕΚΕ στο Ανθρώπινο Δυναμικό.....	39
4.2 Παραδείγματα Εφαρμογής δράσεων της ΕΚΕ στο Ανθρώπινο Δυναμικό στην Ελλάδα.....	44
4.2.1 Η διάσταση του Ανθρώπινου Δυναμικού είναι η πλέον σημαντική για την ΕΚΕ.....	49
Βιβλιογραφία.....	51

Πίνακας Περιεχομένων

Διάγραμμα 1 Κατανομή (%) του συνολικού προϋπολογισμού των εταιρειών για δράσεις ΕΚΕ ανά κύριο άξονα (2017).....	28
Διάγραμμα 2 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με το Ανθρώπινο Δυναμικό.....	29
Διάγραμμα 3 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με την Κοινωνία.....	30
Διάγραμμα 4 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με το Περιβάλλον.....	31
Διάγραμμα 5 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με την Αγορά.....	32
Διάγραμμα 6 Τρόποι προβολής Επικοινωνίας δράσεων ΕΚΕ (εσωτερικά).....	34
Διάγραμμα 7 Τρόποι προβολής Επικοινωνίας δράσεων ΕΚΕ (εξωτερικά).....	34
Διάγραμμα 8 Αξιολόγηση σημαντικότητας της ΕΚΕ από τις εταιρείες.....	35
Διάγραμμα 9 Βαθμός Εφαρμογής Δράσεων ΕΚΕ στην Ελλάδα.....	36
Διάγραμμα 10 Κυριότεροι Ανασταλτικοί Παράγοντες στην υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ.....	37

Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει ως θέμα την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), την οικιοθελή, δηλαδή, δέσμευση των επιχειρήσεων για δράσεις που προάγουν την κοινωνική, οικονομική, περιβαλλοντική και πολιτιστική βελτίωση της ποιότητας ζωής της κοινωνίας και τον ρόλου του Ανθρωπίνου δυναμικού στις επιχειρήσεις. Αρχικά, παρουσιάζονται οι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί για την ΕΚΕ, γίνεται σύντομη ιστορική αναδρομή από την εποχή της εμφάνισής της ως σήμερα και στη συνέχεια αναπτύσσονται οι βασικές αρχές στις οποίες στηρίζεται, αυτές της Φιλανθρωπίας και της Διαχείρισης. Διαπιστώνεται επίσης, ότι στην εποχή μας η υιοθέτηση της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις διαρκώς αυξάνεται. Ακολουθεί η εξέταση των μορφών ΕΚΕ (εσωτερική – εξωτερική), καθώς εφαρμόζονται τόσο στο εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης και σχετίζονται με την τήρηση των δικαιωμάτων των εργαζομένων, όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον και αφορά στην αγορά, στο περιβάλλον και στις τοπικές κοινωνίες. Εισάγεται και εξετάζεται επίσης η – σχετική με την ΕΚΕ – θεωρία των ενδιαφερομένων μερών, που αφορά στην υποχρέωση των εταιρειών να είναι υπεύθυνες απέναντι σε όσους – άμεσα ή έμμεσα – εμπλέκονται στον κύκλο δραστηριοτήτων της εταιρείας, ασκώντας πίεση σ' αυτές. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα οφέλη και τα κόστη των επιχειρήσεων που υιοθετούν προγράμματα ΕΚΕ, όπως και τα επιχειρήματα των επικριτών της. Παράλληλα εξετάζεται, η εμφάνιση του φαινομένου της ΕΚΕ στην Ελλάδα και γίνεται αναφορά στους φορείς που την προωθούν. Διερευνάται η σχέση ΜΜΕ και ΕΚΕ και τέλος παρουσιάζονται παραδείγματα εταιρειών που εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ στη χώρα μας.

Abstract

This dissertation deals with Corporate Social Responsibility (CSR), the voluntary commitment of businesses to actions that promote the social, economic, environmental and cultural improvement of the quality of life of society and the role of Human Resources in business. Initially, the definitions that have been formulated for CSR are presented, a brief historical retrospective from the time of its appearance to the present, and then the basic principles on which it is founded, those of philanthropy and management. It is also noted that in our time the adoption of CSR by businesses is constantly increasing. This is followed by the examination of forms of CSR (internal / external), as they are applied both in the internal environment of an enterprise and are related to the observance of workers' rights and to the external environment and concern the market, the environment and the local communities. The relevant stakeholders' theory on CSR is introduced and discussed, which concerns the obligation for companies to be liable to those who - directly or indirectly - are involved in the company's business cycle by exerting pressure on them. Next, we present the benefits and costs of companies that adopt CSR programs, as well as the critics' arguments. At the same time, the occurrence of the phenomenon of CSR in Greece is being examined and the bodies that promote it are referred to. The relationship between SMEs and CSR is examined and finally there are examples of companies that apply CSR practices in our country

Εισαγωγή

Κάθε εποχή έχει τη δική της ταυτότητα, τα δικά της χαρακτηριστικά γνώρισματα. Κύριο γνώρισμα της δικής μας εποχής είναι η συνεχιζόμενη εξέλιξη της τεχνολογίας και των πτυχών της, οι διάφορες κλιματικές αλλαγές που έχουν αλλάξει τον πλανήτη μας καθώς και η φιλοσοφία με την οποία πορεύονται οι άνθρωποι.

Κύριο ρόλο διαδραματίζουν και οι διάφορες επιχειρήσεις που λειτουργούν, παράγοντας είτε υπηρεσίες είτε αγαθά. Αυτές, λειτουργούν μέσα σε ένα νέο πλαίσιο και επηρεάζονται περισσότερο από κάθε άλλη φορά από τα ενδιαφερόμενα μέρη όπως για παράδειγμα τους εργαζόμενους, τους μετόχους, τις κοινότητες, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) κτλ, τα οποία απαιτούν από τις επιχειρήσεις να λειτουργούν με υπευθυνότητα και διαφάνεια, αν και η απαίτηση για κερδοφορία και οικονομική ευρωστία παραμένει εξίσου ως προτεραιότητα.

Στην αντίπερα όχθη, υπάρχουν επιχειρήσεις (ανεξαρτήτου μεγέθους) που αναγνωρίζουν και κατανοούν πλήρως την αυξανόμενη σημασία της φήμης και των κινδύνων που την επηρεάζουν, ενώ αποδέχονται πλήρως τη σημασία και τα σημαντικά οφέλη που προκύπτουν από την εφαρμογή ποικίλων υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών.

Με άλλα λόγια, δέχονται ότι η υπευθυνότητα τους, καθώς και οι σχέσεις τους με τους εργαζόμενους, την κοινότητα, την κοινωνία αλλά πρωτίστως με το περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν, είναι πιο σημαντικές από ότι στο παρελθόν.

Λαμβάνοντας επίσης υπόψη, τις ολοένα αυξανόμενες πιέσεις των καταναλωτών, όλες οι επιχειρήσεις ή οργανισμοί, εφαρμόζουν έναν καινούργιο και πιο πρωτοποριακό τρόπο διεξαγωγής των επιχειρησιακών τους συναλλαγών. Έναν νέο τρόπο που ξεπερνά τα όρια της δωρεάς και της φιλανθρωπίας του παρελθόντος και περιλαμβάνει την καθολική ευθύνη για το περιβάλλον, την εφαρμογή καλύτερων και πιο αποτελεσματικών εργασιακών πρακτικών, την υπεύθυνη φροντίδα και προάσπιση των τοπικών κοινοτήτων καθώς και την αναγνώριση πως η επιτυχία τους, δεν εξαρτάται μόνον από την τιμή ή την ποιότητα των προϊόντων τους αλλά και από το πώς συνολικά αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν τους εργαζόμενους, την κοινότητα και γενικά τα ενδιαφερόμενα μέρη τους ή καθώς επίσης και με τον τρόπο που

αντιμετωπίζουν το περιβάλλον. Αυτή η προσέγγιση, έγινε γνωστή τα τελευταία χρόνια με τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Τα τελευταία χρόνια, έχει παρατηρηθεί ένα συνεχόμενο αυξανόμενο ενδιαφέρον για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ειδικά όσον αφορά τον επιχειρηματικό κόσμο, ο οποίος περιτριγυρίζεται από την έννοια ΕΚΕ. Υπό ένα μεγάλο φάσμα θεμάτων, οι επιχειρήσεις ενθαρρύνονται να συμπεριφέρονται με κοινωνική υπευθυνότητα. Γενικά η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ή αλλιώς ΕΚΕ, είναι μια έννοια, σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες – επιχειρήσεις (κερδοσκοπικές και μη) καθώς και οι οργανισμοί, ενσωματώνουν σε εθελοντική πάντα βάση, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, καθώς και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.

Ουσιαστικά, πρόκειται για επιχειρήσεις που αποφασίζουν να προχωρήσουν πέρα από τις ελάχιστες νομικές υποχρεώσεις που τυχόν τις βαραίνουν και οι οποίες απορρέουν από συλλογικές συμβάσεις, με σκοπό να ανταποκριθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στις ανάγκες των κοινωνικών ομάδων.

Μέσα δηλαδή από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, μπορούν σε συνεργασία πάντα με τα ενδιαφερόμενα μέρη να βοηθήσουν στο συνδυασμό οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους φιλοδοξιών. Η έννοια της ΕΚΕ αποκτά μεγαλύτερη σημασία τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς επίσης αποτελεί μέρος της συζήτησης για την παγκοσμιοποίηση, την ανταγωνιστικότητα και την αειφορία.

Στην Ευρώπη, η προώθηση της ΕΚΕ ανταποκρίνεται στην ανάγκη προάσπισης των κοινωνικών αξιών καθώς και στην ανάγκη να αυξηθεί η αλληλεγγύη και η συνοχή.

1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

1.1 Ιστορική αναδρομή

Παρά το γεγονός πως ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι σύγχρονος, το περιεχόμενό του στη φιλοσοφία υπάρχει από πολύ παλιά. Οι ρίζες της εταιρικής ευθύνης των επιχειρήσεων υπολογίζονται στα βάθη των χρόνων. Η εταιρική ευθύνη είναι διάχυτη μέσα στους αιώνες και πήρε διάφορες μορφές και ονομασίες όπως δωρεά, χορηγία φιλανθρωπία και συνεργασία.

Πιο συγκεκριμένα, κατά τον 19ο αιώνα, όπου έγινε η μετάβαση από τη γεωργική περίοδο στη βιομηχανική περίοδο, εξελίχθησαν στην Ευρώπη καθώς και στην Αμερική διάφορα κοινωνικά μοντέλα, στο πλαίσιο των οποίων οι επιχειρήσεις - οργανισμοί εξέφραζαν και διατύπωναν με διάφορους τρόπους την κοινωνική τους υπευθυνότητα. Αυτό γινόταν είτε με την προσφορά κατοικίας και τροφής στους εργαζομένους τους, είτε φροντίζοντας για αυτούς και τις οικογένειες τους.

Με τον ερχομό όμως του 20ου αιώνα, την καθιέρωση των νομικών πλαισίων λειτουργίας των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη του κράτους πρόνοιας, ιδιαίτερα μετά το crack του 1929, το πνεύμα της δωρεάς και της φιλανθρωπίας, παραχώρησε τη θέση του σε εκτεταμένες νομικές, συμβουλευτικές και οργανωτικές δομές. Όμως, μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, τη ραγδαία βιομηχανική εξέλιξη και την ανάδειξη των πολυεθνικών εταιρειών, η αυξανόμενη αντίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου, λέει ότι αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή πλούτου για τους ιδιώτες και τους μετόχους. Αυτό συνοψίζεται στην εξής έκφραση “The business of business is business” και έφερε πάλι στην επιφάνεια το ερώτημα των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας.

Επιπροσθέτως, από το τέλος του ψυχρού πολέμου, έχει επικρατήσει στο μεγαλύτερο μέρος του κόσμου, η οικονομία της αγοράς. Αυτή η κατάσταση δημιούργησε νέες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις αλλά δημιούργησε και την ανάγκη για αυτοπεριορισμό και κινητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας προς όφελος της κοινωνικής σταθερότητας και της ευημερίας στις σύγχρονες δημοκρατικές κοινωνίες.

Τέλος, το 1987, τα Ηνωμένα Έθνη δημοσίευσαν την έκθεση Brundland, η οποία τόνισε ότι η μακροπρόθεσμη οικονομική ανακωχή, ο πόλεμος κατά της φτώχειας και η αποτελεσματική διαχείριση του περιβάλλοντος, συχνά πήγαιναν χέρι με χέρι. Επίσης σε αυτήν την έκθεση πρωτοεμφανίστηκε και η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης που σύντομα συνδέθηκε με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Διαμέσω όλων αυτών των σταδίων και των αλλαγών, τα τελευταία 20 χρόνια η έννοια της ΕΚΕ, έχει πάρει την μορφή και το περιεχόμενο των σημερινών ημερών.

1.2 Το νόημα και το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

1.2.1 Εννοιολογικός προσδιορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ανεξάρτητα από το πόσο επιτυχής έχει εκτιμηθεί η ΕΚΕ στις μέρες μας, το νόημα καθώς και το περιεχόμενό της είναι περίπλοκο, και της έχουν αποδώσει πολλά και διαφορετικά νοήματα. Παρακάτω, θα παρουσιαστούν τρία (3) συγκεκριμένα στοιχεία που τείνουν να προσδιορίσουν το νόημα της ΕΚΕ:

Εταιρικός: Αναφέρεται σε όλα τα είδη των επιχειρήσεων, ειδικά εκείνων που είναι πολυεθνικές από βιομηχανικές χώρες, οι οποίες ενσωματώνουν άλλες εταιρείες άλλων αναπτυσσόμενων ή νεοβιομηχανοποιημένων χωρών, μέσα στην αλυσίδα εφοδιασμού τους.

- Κοινωνικός: Μπορεί να περιλάβει και τον όρο κοινωνική ευθύνη από μόνο του ή σε ευρύτερη έννοια ίσως είναι πιθανόν να αναλύσουμε τον όρο ως μια κοινωνική πτυχή, υπονοώντας την οικολογική υπευθυνότητα, η οποία μπορεί επίσης να αναφέρεται και στη βιώσιμη ανάπτυξη.
- Ευθύνη: Αναφέρεται στην ερώτηση “ποιες βασικές λειτουργίες και σκοπούς πρέπει οι εταιρείες να εκπληρώσουν στην κοινωνία”. Η υποτιθέμενη ευθύνη για τους προμηθευτές στην αλυσίδα εφοδιασμού είναι ένα σχετικά καινούργιο φαινόμενο.

1.2.2 Κατηγοριοποίηση – Χαρτογράφηση θεωριών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για να χαρτογραφηθούν όλες οι θεωρίες όσον αφορά την ΕΚΕ.

Ο Carroll (1991, 1992) θεωρεί πως ο ρόλος των επιχειρήσεων σήμερα πρέπει να έχει 4 διαστάσεις:

- Οικονομική
- Νομική
- Ηθική
- Φιλανθρωπική

Σύμφωνα με τον Lathos (2001), η ΕΚΕ διαχωρίζεται σε:

- Ηθική
- Αλτρουιστική
- Στρατηγική

Ο Windsor (2006) αναγνωρίζει την:

- Ηθική ευθύνη
- Οικονομική ευθύνη
- Κοινωνική ευθύνη

Οι Garriga και Mele (2004) διατυπώνουν 4 κατηγορίες προσέγγισης της ΕΚΕ:

- Συντελεστική/ενόργανη
- Πολιτική
- Ενοποιητική
- Ηθική

Όμως, αυτή που είναι ουσιαστικά, η πιο διαδομένη και η πιο σαφής, είναι η διαχώριση των Carroll (1999) και Whetten et al (2002), που χωρίζουν την ΕΚΕ σε:

- Οικονομική
- Νομική
- Ηθική
- Περιβαλλοντική
- Κοινωνική

1.2.3 Άλλες Κατηγορίες ΕΚΕ

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

- Προώθηση Σκοπού

- Μάρκετινγκ Σκοπού
- Κοινωνικό Μάρκετινγκ
- Εταιρική Φιλανθρωπία
- Εταιρικός εθελοντισμός
- Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές

Πιο αναλυτικά έχουμε:

- Προώθηση Σκοπού ή Cause Promotion: Πρόκειται ουσιαστικά για την προώθηση προϊόντων για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με κάποιο κοινωνικό σκοπό.
- Μάρκετινγκ Σκοπού ή Cause-related marketing: Πρόκειται για την προσφορά οικονομικής βοήθειας μέσω του μάρκετινγκ προϊόντων ή πιο συγκεκριμένα για τη σύνδεση των πωλήσεων ενός συγκεκριμένου προϊόντος με ένα ποσοστό από τα έσοδά του, το οποίο προσφέρεται σε συγκεκριμένο σκοπό.
- Κοινωνικό Μάρκετινγκ ή Corporate social marketing: Αφορά στη συνδρομή της αλλαγής της συμπεριφοράς του κοινού, όσον αφορά κάποιο θέμα και συνήθως υπάρχει συνεργασία με κάποιο δημόσιο φορέα.
- Εταιρική Φιλανθρωπία ή Corporate Philanthropy: Είναι συνήθως η προσφορά χρημάτων σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό-σκοπό.
- Εταιρικός εθελοντισμός ή Community Volunteering: Αφορά τις ενέργειες που κάνει κάθε επιχείρηση για να υποστηρίξει και να προτρέψει τους εργαζομένους της καθώς και τους συνεργάτες της, να προσφέρουν τον χρόνο τους σε κάποιον σκοπό.

Και τέλος,

- Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές ή Socially responsible business practices: Πρόκειται για πρακτικές που έχουν να κάνουν με τη βελτίωση της ζωής, σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας, και το περιβάλλον.

Κρίνεται σκόπιμο να τονισθεί πως πολλοί από τους όρους αυτούς (εκτός του κοινωνικού μάρκετινγκ), δεν είναι ακόμα παγιωμένοι στην ελληνική ακαδημαϊκή κοινότητα, λόγω της σχετικής νεότητας του επιστημονικού αυτού του αντικειμένου και της έλλειψης ζωνρού ενδιαφέροντος από τους Έλληνες ακαδημαϊκούς.

1.3 Η ΕΚΕ μας ενδιαφέρει όλους μας

Η ΕΚΕ, αν και αποτελεί σχετικά νέα “μόδα” δεν αναφέρεται εξ’ ολοκλήρου σε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, αλλά και σε εμάς τους ίδιους. Ουσιαστικά, η ΕΚΕ μας ενδιαφέρει όλους μας γιατί αντανακλά τις βασικές αρχές της κοινωνίας στην οποία ζούμε.

- ΕΚΕ και επιχειρήσεις

Αφορά όλες τις επιχειρήσεις, μεγάλες ή μικρές, οι οποίες μέσα στο υπεύθυνο “επιχειρείν”, μπορούν να βελτιώσουν την οικονομία, την περιβαλλοντική και κοινωνική τους αποτελεσματικότητα, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

- ΕΚΕ και εργαζόμενοι

Αφορά όλους τους εργαζόμενους, γιατί διασφαλίζει ένα εργασιακό περιβάλλον δημιουργικό και ανταποδοτικό.

- ΕΚΕ και καταναλωτές

Επίσης αφορά τους καταναλωτές, οι οποίοι όλο και περισσότερο ενδιαφέρονται για τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά “διαπιστευτήρια” των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν.

- ΕΚΕ και τοπικές κοινωνίες

Ενδιαφέρει τις τοπικές κοινωνίες, οι οποίες θέλουν να γνωρίζουν ότι συνυπάρχουν με επιχειρήσεις και μοιράζονται τις ίδιες ιδέες, τις ίδιες αξίες και τους ίδιους προβληματισμούς.

- ΕΚΕ και επενδυτές

Επιπρόσθετα ενδιαφέρει τους επενδυτές, οι οποίοι πιστεύουν ότι η υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά στηρίζει τις επιχειρήσεις μακροπρόθεσμα και χρειάζεται ενθάρρυνση.

- ΕΚΕ και πολίτες

Επίσης ενδιαφέρει όλους τους ανθρώπους, όπου και αν ζουν, οι οποίοι προσδοκούν από τις εταιρείες που εδρεύουν στην Ευρώπη να συμπεριφέρονται σύμφωνα με τις Ευρωπαϊκές αξίες και αρχές, όπου και αν λειτουργούν.

- ΕΚΕ και μελλοντικές γενεές

Τέλος, ενδιαφέρει τα παιδιά, καθώς και τις μελλοντικές γενεές, οι οποίες απαιτούν να ζήσουν σε έναν κόσμο που σέβεται τους ανθρώπους και τη φύση.

1.4 Λόγοι που συντρέχουν για την υιοθέτηση ΕΚΕ

“*Η εταιρική κοινωνική ευθύνη χρησιμεύει για να αυξάνει τα κέρδη*”, υποστήριξε ο γνωστός οικονομολόγος Friedman (1962). Αυτό όμως δεν αποτελεί γενική αλήθεια καθώς τα τελευταία χρόνια ο σκοπός των επιχειρήσεων δεν είναι μόνο να αυξήσουν τα κέρδη τους αλλά και να δείξουν πως είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες και ευαίσθητες. Αυτό εξηγείται και από το γεγονός πως πολλές επιχειρήσεις έχουν προχωρήσει τις δράσεις τους πέρα από τα όρια της φιλανθρωπίας, σε μια ευρύτερη άποψη για το ρόλο της εταιρείας στην κοινωνία με βάση την εξασφάλιση της φήμης της ή της κοινωνικής της εικόνας, τις καινοτομίες κτλ.

“*Κάνε καλό για να τα πας καλά*”, είναι τα λόγια του Seifert (2003). Ουσιαστικά στο νόημα αυτών των λέξεων αντικατοπτρίζονται όλα τα πλεονεκτήματα που έχει η εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα σε μία επιχείρηση. Δηλαδή εάν κάποια επιχείρηση εφαρμόσει ΕΚΕ, θα κάνει καλό όχι μόνο στην κοινωνία και στο περιβάλλον αλλά θα έχει και πολλά πλεονεκτήματα για την ίδια.

Πιο συγκεκριμένα θα παρατεθούν μερικά πλεονεκτήματα όσον αφορά την εφαρμογή της ΕΚΕ σε μια επιχείρηση – οργανισμό.

Αυξάνει την παραγωγή και την παραγωγικότητα της επιχείρησης

- Βελτιώνει την εταιρική φήμη και την "καλή εικόνα" των επιχειρήσεων απέναντι στην κοινωνία και στα ενδιαφερόμενα μέρη
- Αυξάνει ή και ακόμα μεγιστοποιεί τα κέρδη της επιχείρησης
- Είναι ένας τρόπος επιβράβευσης της επιχείρησης επειδή δείχνει πως είναι ευαίσθητη απέναντι σε ζωτικά προβλήματα, όπως οι κλιματικές αλλαγές, η φτώχεια, οι ανισότητες και η ανεργία.
- Θα της δώσει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στα πλαίσια της δεοντολογικής

διαφοροποίησης, προσδίδοντας παράλληλα κοινωνική και οικολογική όψη στην παγκοσμιοποίηση

- Θα αυξήσει τα κέρδη της καθώς υπάρχει σχέση μεταξύ της ΕΚΕ και της οικονομικής επίδοσης των επιχειρήσεων.
- Μπορεί να μειώσει το λειτουργικό της κόστος
- Οδηγεί στην προσέλκυση και διατήρηση ειδικευμένου προσωπικού και προσωπικού με προσόντα
- Αυξάνει την αφοσίωση των καταναλωτών σε μια επιχείρηση
- Δημιουργεί νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσω της προστιθέμενης αξίας ενός προϊόντος ή υπηρεσίας και μεγεθύνει το ενδιαφέρον των καταναλωτών (ηθικός καταναλωτής) και των επενδυτών (κοινωνικά υπεύθυνος επενδυτής)
- Βοηθά στην ελαχιστοποίηση της ζημίας σε περίπτωση κρίσης (η οποία ενδέχεται να οφείλεται σε μία καταστροφή είτε σε μία ηθική παραβίαση της επιχείρησης) λόγω καλής φήμης που διαθέτει η επιχείρηση και λόγω των κοινωνικών και περιβαλλοντικών της επενδύσεων
- Έχει τη δυνατότητα να χρεώνει ακριβότερα τα προϊόντα για την παραγωγή τους λόγω της οικειοθελούς υιοθέτησης ΕΚΕ
- Συμβάλλει στη διατήρηση των φυσικών πόρων για μελλοντική εξέλιξη της επιχείρησης

2 Η Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

2.1 Η Αναγκαιότητα

Η ανάληψη πρωτοβουλιών από μέρος του επιχειρηματικού κόσμου σε θέματα κοινωνικής ευθύνης εμφανίστηκε στη δεκαετία του 1990, όταν συγκεκριμένες κοινωνικές συνθήκες είχαν ωριμάσει κι όταν έγινε επιτακτική η ανάγκη διανομής του «κοινωνικού μερίσματος», με την έννοια ότι εφόσον οι επιχειρήσεις αντλούν υπέρογκους πόρους από την κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον με σκοπό την κερδοφορία, πρέπει ανταποδοτικά να προωθήσουν μέρος των κερδών τους σε δράσεις, που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική ευαισθησία.

Ιδιαίτερα σημαντικός προς αυτή την κατεύθυνση είναι ο ρόλος των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων, οι οποίες τις τελευταίες δεκαετίες αυξάνουν τη δύναμή

τους και επηρεάζοντας την κοινή γνώμη, αποτελούν μοχλό πίεσης προς τις επιχειρήσεις. Σε αυτό συνέβαλε, βέβαια, η βελτίωση του μορφωτικού και του βιοτικού επιπέδου των πολιτών στις ανεπτυγμένες χώρες, οι οποίοι στηρίζουν έμπρακτα τις δράσεις των Μ.Κ.Ο. κι εμφανίζονται ευαισθητοποιημένοι σε θέματα σεβασμού του περιβάλλοντος, οικολογικών προϊόντων και «πράσινης» τεχνολογίας.

Άλλωστε, οι Μ.Κ.Ο. έρχονται να καλύψουν την αποτυχία των κυβερνήσεων να ανταποκριθούν στις αδήριτες κοινωνικές ανάγκες. Αποτελέσματα ερευνών καταδεικνύουν ότι όταν επιχειρήσεις συνεργάζονται με Μ.Κ.Ο. σε θέματα κοινωνικής ευθύνης, οι δράσεις οργανώνονται αποδοτικότερα. Οι οργανώσεις αυτές, καθώς ο λόγος ύπαρξής τους είναι η κοινωνική αποστολή, διαθέτουν τέτοιο οργανωσιακό υπόβαθρο, που τους επιτρέπει να στοχεύουν και να δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις, ώστε οι κοινωνικές δράσεις να είναι αποτελεσματικές.

Σχετική με τους παραπάνω παράγοντες, που συνδράμουν στην προώθηση της εταιρικής υπευθυνότητας, είναι η διαμόρφωση της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία αποτελεί το νέο ζητούμενο των σύγχρονων κοινωνιών. Οι επιχειρήσεις έχουν την ηθική υποχρέωση, αλλά και τις δυνατότητες να ικανοποιούν τις ανάγκες τους για κερδοφορία, χωρίς όμως να υπονομεύουν το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον, όπου θα ζήσουν οι μελλοντικές γενιές.

Η ανάγκη για επίδειξη κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς από τις επιχειρήσεις, συχνά υπαγορεύεται από το ίδιο το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο οποίο δραστηριοποιούνται. Μια επιχείρηση με κοινωνικό προφίλ διαθέτει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων κοινωνικά «ανάλητων», καθώς έχει μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα, πιθανότητα αύξησης των πωλήσεων, μακροπρόθεσμα καλύτερη οικονομική επίδοση και το σημαντικότερο ο «πρότερος έντιμος βίος» της μπορεί να σταθεί ως αντίβαρο σε περίπτωση μιας κακής στιγμής της, η οποία δε θα επηρεάσει τόσο αρνητικά το κοινό όσο αν δεν τηρούσε γενικά μια κοινωνικά υπεύθυνη πολιτική. Εκτός όμως από την ανάγκη ικανοποίησης των πελατών σε θέματα εταιρικής υπευθυνότητας, τις περισσότερες φορές οι επιχειρήσεις οφείλουν να εφαρμόζουν συγκεκριμένα πρότυπα π.χ. πρότυπα ISO, προκειμένου να συνεργαστούν με άλλες επιχειρήσεις, οι οποίες είναι ενταγμένες σε τέτοιου είδους πιστοποιήσεις. Με αυτό τον τρόπο δημιουργείται μια αλυσίδα προμηθευτών –

παραγωγών – πωλητών με κοινό σύστημα ποιότητας, προσφέροντας προϊόντα αναγνωρισμένης και πιστοποιημένης υψηλής ποιότητας.

Τέλος, ουσιαστική είναι η συνδρομή των νέων στελεχών διοίκησης των επιχειρήσεων, τα οποία ως επί το πλείστον έχουν ενστερνιστεί την αξία της ΕΚΕ και προσπαθούν να την εφαρμόσουν. Άλλωστε, η ΕΚΕ εντάσσεται πλέον στο πρόγραμμα σπουδών των περισσότερων οικονομικών πανεπιστημίων διαμορφώνοντας στους μελλοντικούς μάνατζερ την πεποίθηση ότι το κέρδος μπορεί να συμβαδίζει με το κοινωνικό πρόσωπο, δημιουργώντας μια πιο δίκαιη κοινωνία και ένα βιώσιμο περιβάλλον. Μάλιστα, οι δράσεις της ΕΚΕ δεν νοείται να είναι περιστασιακές ή τυχαίες, αλλά πρέπει να ενσωματώνονται στον κορμό της στρατηγικής διοίκησης και στα μακροπρόθεσμα προγράμματα της επιχείρησης.

2.2 ΟΙ Προϋποθέσεις

Ποιες είναι όμως οι προϋποθέσεις, που θα πρέπει να συντρέχουν, ώστε μια επιχείρηση να εντάξει στα στρατηγικά της σχέδια την ΕΚΕ και κάτω υπό ποιες συνθήκες μπορεί αυτό να πραγματοποιηθεί με επιτυχία; Πρόκειται για μέτρο εθελοντικού χαρακτήρα κι υπαγορεύεται από την εντιμότητα και τη φιλάνθρωπη διάθεση των επικεφαλής των εταιριών ή υπάρχει κάτι πέρα από αυτό; Πολλοί μελετητές έχουν ασχοληθεί με το συγκεκριμένο θέμα και σε γενικές γραμμές διαφαίνεται ότι ο βαθμός, στον οποίο μια επιχειρηματική μονάδα θα υιοθετήσει τις επιταγές της ΕΚΕ, εξαρτάται βασικά από οικονομικούς παράγοντες, όπως τις γενικότερες οικονομικές συνθήκες της εταιρίας, το ευρύτερο υγιές οικονομικό περιβάλλον, το επίπεδο του ανταγωνισμού, που αντιμετωπίζει κι όλα αυτά σε συνάρτηση με τους εγχώριους και διεθνείς κανονισμούς και νόμους, την επιρροή των Μ.Κ.Ο. κι άλλων οργανισμών που μάχονται για το κοινωνικό καλό, τις σχετικές θεσπισμένες νόρμες, τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων και τον οργανωμένο διάλογο μεταξύ των εταιριών και των ενδιαφερόμενων μερών.

Όπως αναφέρθηκε, οι οικονομικές συνθήκες είναι εκείνες, που επηρεάζουν το βαθμό στον οποίο μια εταιρεία θα ενεργήσει κοινωνικά υπεύθυνα. Έχει διαπιστωθεί σε πολλές περιπτώσεις ότι η κοινωνική υπευθυνότητα θυσιάζεται στο βωμό της αύξησης των κερδών και ιδιαίτερα όταν η διοίκηση πιέζεται ασφυκτικά από τους μετόχους προς αυτήν την κατεύθυνση. Επίσης, παρόμοια τακτική ακολουθούν επιχειρήσεις, που είναι λιγότερο επικερδείς κι έχουν λιγότερους πόρους προς διάθεση

για κοινωνικούς σκοπούς. Βέβαια, στην περίπτωση αυτή υπάρχει κι ο αντίλογος ότι μια οικονομικά αδύναμη επιχείρηση υιοθετώντας πρακτικές κοινωνικά υπεύθυνες, θα μπορούσε μακροπρόθεσμα να βελτιώσει την απόδοσή της. Επιπλέον, επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε μη υγιή οικονομικά περιβάλλοντα έχουν λιγότερες πιθανότητες να συμπεριφερθούν υπεύθυνα.

Άλλη μια παράμετρος που ενισχύει ή όχι την κοινωνική συμπεριφορά είναι η ύπαρξη ανταγωνισμού. Σε περιπτώσεις όπου ο ανταγωνισμός είναι έντονος, τα περιθώρια κέρδους ελάχιστα και τίθεται σε κίνδυνο η βιωσιμότητα της επιχείρησης, οι κοινωνικές δράσεις παραγκωνίζονται. Το ίδιο μπορεί να συμβεί και στην περίπτωση του ολιγοπωλίου ή μονοπωλίου, καθώς για τις επιχειρήσεις αυτές η καλή φήμη, ή η εμπιστοσύνη του πελάτη δε θα διαφοροποιήσει τα οικονομικά τους αποτελέσματα. Αντίθετα, σε κανονικές συνθήκες ανταγωνισμού, οι μάνατζερ ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την διατήρηση της καλής φήμης της εταιρείας τους, επενδύοντας έτσι σε κοινωνικούς σκοπούς.

Όσον αφορά την ευθύνη της πολιτείας να θέσει ισχυρούς κανονισμούς και να θεσπίσει μέτρα υπέρ της εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας, από τις έρευνες αποδεικνύεται ότι αυτό αποτελεί καθοριστικό παράγοντα. Σύμφωνα με ερευνητή, οι επιχειρήσεις είναι πιθανότερο να επιδείξουν υπεύθυνη κοινωνικά συμπεριφορά αν υπάρχουν οι κατάλληλοι θεσμοί κι όργανα που ενισχύουν κι επικροτούν τέτοιες συμπεριφορές, με την προϋπόθεση ότι οι κανονισμοί αυτοί να είναι προϊόν κοινωνικού διαλόγου και διαβούλευσης μεταξύ επιχειρήσεων, πολιτείας, καταναλωτικών οργανώσεων, περιβαλλοντικών οργανώσεων κι άλλων κοινωνικών εταίρων. Περίτρανο παράδειγμα μέτρου ενθάρρυνσης της ΕΚΕ από μέρους της πολιτείας, είναι η θέσπιση φορολογικών ελαφρύνσεων σε επιχειρήσεις, που αναπτύσσουν φιλανθρωπικές δραστηριότητες.

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης κι οι Μ.Κ.Ο., όπως αναφέρθηκε, αποτελούν μοχλό πίεσης για να προβάλλουν οι εταιρείες το κοινωνικό πρόσωπό τους. Οι επιχειρήσεις προτιμούν να πειθαρχήσουν, καθώς υπόκεινται στη συνεχή απειλή της δημόσιας διαπόμπευσης σε περίπτωση επίδειξης ανεύθυνης συμπεριφοράς, γεγονός, που θα είχε οδυνηρές συνέπειες στην φήμη τους και κατ' επέκταση στην οικονομική τους απόδοση.

Τέλος, καθοριστικό παράγοντα της εφαρμογής των δεσμεύσεων της ΕΚΕ αποτελεί το ήθος κι η κουλτούρα των διοικούντων της εταιρείας, αλλά κι εν γένει η οργανωσιακή κουλτούρα της, στην οποία εντάσσονται οι κοινωνικές δράσεις. Όταν σε ακαδημαϊκό επίπεδο εμφανίζονται στους μάνατζερ οι αξίες της ΕΚΕ, αυτοί δεν μπορούν παρά να τις εφαρμόσουν στους χώρους εργασίας τους. Επιπλέον, όταν αυτοί αποτελούν μέλη οργανώσεων και φορέων, που προωθούν την ΕΚΕ και γαλουχούνται με το όραμα μιας δικαιότερης κοινωνίας και ενός καθαρότερου περιβάλλοντος, είναι λογικό να οργανώσουν με βάση αυτές τις αξίες την επιχείρηση, που διοικούν.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η εφαρμογή της ΕΚΕ πρέπει να είναι ενσωματωμένη στα μακροπρόθεσμα στρατηγικά σχέδιά της και να μην αποτελεί μια περιστασιακή κι ευκαιριακή προβολή του κοινωνικού εταιρικού προφίλ. Καλλιεργώντας μια κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά οι καταναλωτές ενημερώνονται για τις δράσεις της επιχείρησης κι η επιχείρηση θέτει τα θεμέλια ενός ισχυρού brand name. Από πολλούς η ΕΚΕ θεωρείται επένδυση κι όπως στις περισσότερες επενδύσεις, τα αποτελέσματα δεν είναι άμεσα ορατά. Μια πολιτική εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας, που χαρακτηρίζεται από σταθερότητα, συνέχεια και συνέπεια, αποδεικνύει τη δέσμευση της επιχείρησης στο θεσμό.

2.3 Οι Τομείς Εφαρμογής

Η εφαρμογή της ΕΚΕ είναι πολυεπίπεδη και πολυδιάστατη, καθώς τα πεδία που περιλαμβάνει είναι πολλά και συχνά ετερόκλητα. Άλλωστε, πρόκειται για ένα θεσμό σε εξέλιξη, τον οποίο υπαγορεύουν οι συνεχώς αυξανόμενες κοινωνικές ανάγκες. Έτσι, μπορεί να εφαρμοστεί με δράσεις που αφορούν από την προστασία του περιβάλλοντος μέχρι την ασφάλεια στους χώρους εργασίας και από την εταιρική διακυβέρνηση μέχρι τις χορηγίες. Στις πιο γνωστές εκφάνσεις της πάντως η ΕΚΕ περιλαμβάνει τη μέριμνα για τη συνολική κοινωνική ευημερία, την κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος, στοιχειοθετώντας το τρίπτυχο Triple Bottom Line. Οι τρεις αυτοί πυλώνες έχουν ως στόχο τη βιωσιμότητα τόσο της επιχείρησης όσο και του κοινωνικού και φυσικού περιβάλλοντος, στο οποίο αυτή δραστηριοποιείται.

Η Κοινωνική Διάσταση – Το Ανθρώπινο Κεφάλαιο

Κάθε επιχείρηση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του κοινωνικού και του οικονομικού συστήματος. Η κοινωνική πολιτική σχετίζεται με το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, που περιλαμβάνει το εργατικό δυναμικό και το εξωτερικό, που περιλαμβάνει την τοπική κοινωνία, τους συνεργάτες και τους καταναλωτές.

Δράσεις, που αναφέρονται στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης είναι η εξασφάλιση των κατάλληλων συνθηκών στους χώρους εργασίας με ιδιαίτερη προσοχή σε θέματα υγιεινής κι ασφάλειας. Επιπλέον, από τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις δίνονται κίνητρα ενίσχυσης της παραγωγικότητας, ενθαρρύνεται η διαβίου επαγγελματική κατάρτιση κι εκπαίδευση, παρέχονται ευκαιρίες εξισορρόπησης μεταξύ εργασίας και οικογένειας. Επίσης, εξίσου σημαντική είναι η παράμετρος της καταπολέμησης του κοινωνικού αποκλεισμού, που επιτυγχάνεται με τη δίκαιη αμοιβή και μεταχείριση χωρίς περιορισμούς και διακρίσεις (π.χ. φυλετικές, κοινωνικές, ΑμΕΑ κλπ.). Σε περιπτώσεις κερδοφορίας πολλές επιχειρήσεις παρέχουν μερίδιο από τα κέρδη στους εργαζομένους, ανταμείβοντάς τους για τις προσπάθειές τους και κάνοντάς τους κοινωνούς στο μετοχικό κεφάλαιο. Ακόμη όμως και σε κρίσιμες οικονομικά περιόδους, θα πρέπει από την πλευρά της επιχείρησης να εκπονείται τέτοιος σχεδιασμός, ώστε να μειώνονται στο ελάχιστο οι απολύσεις. Επιπλέον, η επιχείρηση θα πρέπει να έχει ανοικτό το διάλογο της επικοινωνίας με τους εκπροσώπους των εργαζομένων, ώστε να λαμβάνουν γνώση και να συμμετέχουν στις αλλαγές, στις πολιτικές και στα σχέδια της διοίκησης. Αυτονόητο είναι ότι δεν τίθεται θέμα παιδικής ή καταναγκαστικής εργασίας ή καταπάτησης ανθρωπίνων δικαιωμάτων κατά την παραγωγική διαδικασία σε επιχειρήσεις, που υιοθετούν την ΕΚΕ.

Αναφορικά με την ευρύτερη κοινωνική πολιτική, οι εταιρείες συνήθως δραστηριοποιούνται με χορηγίες πολιτιστικών, αθλητικών κι άλλων δράσεων, με στήριξη σε Μ.Κ.Ο., συνεργασία με τοπικούς ή κρατικούς φορείς για οργάνωση προγραμμάτων κατάρτισης ανέργων, με επιχορηγήσεις και φιλανθρωπικές προσπάθειες. Επιπλέον, το γεγονός ότι απασχολούν εργατικό δυναμικό από την τοπική κοινωνία και συνεργάζονται με άλλες τοπικές επιχειρήσεις, συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας, στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου και συνεπώς στη διαμόρφωση και διατήρηση της κοινωνικής συνοχής.

Ο Kotler (2005), προσδιορίζει έξι πρωτοβουλίες, που μπορεί να αναλάβει μια επιχείρηση για να υποστηρίξει κοινωνικούς σκοπούς και να εκπληρώσει υποχρεώσεις ΕΚΕ:

- Προωθητικές ενέργειες σκοπού: Πρόκειται για τις περιπτώσεις, που η επιχείρηση προσφέρει κονδύλια ή συνεισφορά σε είδος για να προωθήσει το ενδιαφέρον της για κάποιο κοινωνικό σκοπό (π.χ. πρόγραμμα αναδάσωσης) ή να υποστηρίξει τη συμμετοχή ή στρατολόγηση εθελοντών υπέρ του σκοπού αυτού. Με αυτό τον τρόπο συμβάλλει στη γνωστοποίηση και διάδοση του κοινωνικού σκοπού, αποβλέποντας στην ευαισθητοποίηση του κοινωνικού συνόλου.
- Μάρκετινγκ σκοπού: Μια εταιρεία δεσμεύεται να δωρίσει ένα ποσοστό επί των πωλήσεών της για ένα συγκεκριμένο σκοπό. Συνήθως η προσφορά ισχύει για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και για συγκεκριμένο φιλανθρωπικό σκοπό (π.χ. διάθεση μέρους των κερδών σε ιδρύματα από την αποστολή SMS την ημέρα της Πρωτοχρονιάς από εταιρία κινητής τηλεφωνίας). Οι δράσεις αυτού του είδους παρέχουν κέρδος τόσο στην εταιρία, λόγω της πιθανής αύξησης των πωλήσεων, αλλά ταυτόχρονα ικανοποιούν το αίσθημα των καταναλωτών για φιλανθρωπία.
- Εταιρικό Κοινωνικό Μάρκετινγκ: Στην περίπτωση αυτή, η επιχείρηση συμβάλλει στην ανάπτυξη ή την εφαρμογή μιας εκστρατείας αλλαγής συμπεριφοράς με σκοπό τη βελτίωση της δημόσιας υγείας, της ασφάλειας ή του περιβάλλοντος (π.χ. παραγωγή και προβολή διαφημιστικού σποτ από τηλεοπτικό σταθμό σχετικά με την αποφυγή κατανάλωσης αλκοόλ από οδηγούς). Τα κύρια χαρακτηριστικά εδώ είναι η έμφαση στην αλλαγή συμπεριφοράς κι η συνεργασία με δημόσιους φορείς.
- Εταιρική Φιλανθρωπία: Η επιχείρηση συνεισφέρει απευθείας σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό ή κοινωνικό σκοπό μέσω χορήγησης χρημάτων, δωρεών ή υπηρεσιών. Πρόκειται για την πιο συνηθισμένη και παλιά τακτική.

- Εθελοντική Προσφορά στην Κοινότητα: Η επιχείρηση στηρίζει κι ενθαρρύνει τους εργαζόμενους ή τους συνεργάτες της να διαθέσουν το χρόνο τους εθελοντικά για να υποστηρίξουν οργανώσεις της τοπικής κοινωνίας.
- Επιχειρηματικές Πρακτικής Κοινωνικής Ευθύνης: Στην προκειμένη περίπτωση η εταιρεία υιοθετεί και εφαρμόζει εθελοντικά επιχειρηματικές πρακτικές και επενδύσεις, που εξυπηρετούν κοινωνικούς σκοπούς και μπορούν να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσης στις τοπικές κοινωνίες ή να προστατεύσουν το περιβάλλον.

2.3.1 Η Διάσταση Του Φυσικού Περιβάλλοντος

Η προστασία του περιβάλλοντος είναι ο τομέας, που βαρύνει με ευθύνη κατά μεγάλο ποσοστό τις επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις είναι αυτές, που αντλούν πόρους από το περιβάλλον για την παραγωγή, εκπέμπουν ρύπους και απόβλητα και καταναλώνουν ενέργεια σε μεγάλες ποσότητες. Επομένως, βαρύνονται με την ευθύνη όχι απλώς να τηρούν τη σχετική νομοθεσία και τους κανονισμούς, αλλά θα πρέπει να λαμβάνουν επιπλέον μέτρα για τη διαχείριση του περιβαλλοντικού κεφαλαίου και των φυσικών πόρων. Η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, της εκπομπής ρύπων, λυμάτων κι αποβλήτων μέσω χρήσης τεχνολογικών συστημάτων φιλικών προς το περιβάλλον είναι απαραίτητα στοιχεία στην περιβαλλοντική πολιτική μιας επιχείρησης. Επιπλέον, μέσω του θεσμού της ΕΚΕ δίνεται η δυνατότητα για εφαρμογή πιστοποιημένων συστημάτων διαχείρισης στον τομέα του περιβάλλοντος (π.χ. πρότυπα ISO και EMAS), προγράμματα τα οποία ακολουθούν τις Κοινοτικές Οδηγίες. Επιπλέον, το χρηματοπιστωτικό σύστημα χρηματοδοτεί επιχειρήσεις, οι οποίες προβαίνουν σε επενδύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, επενδύσεις οι οποίες μακροπρόθεσμα κομίζουν κέρδη για την εταιρεία, γιατί οδηγούν σε αυξημένη ανταγωνιστικότητα και αποδοτικότητα, κι όφελος για το περιβάλλον, καθώς ελαττώνουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως κι η ένταξη στη διαδικασία της ανακύκλωσης θεωρούνται πλέον επιβεβλημένα μέτρα, τα οποία απαραίτητως πρέπει να λαμβάνει μια επιχείρηση. Σε γενικές γραμμές οι επιχειρήσεις σε συνεργασία με τις ενώσεις τους και τους αρμόδιους φορείς οφείλουν να οργανώσουν εκστρατείες για την ενθάρρυνση παραγωγής προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, αλλά ταυτόχρονα και να

ενημερώσουν τους καταναλωτές, ώστε να αναπτύξουν συνειδητά οικολογικές καταναλωτικές συνήθειες. 4

2.3.2 Η Οικονομική Διάσταση

Η οικονομική διάσταση στα πλαίσια της ΕΚΕ ορίζεται ως το οικονομικό όφελος, που έχει η επιχείρηση στο οικονομικό περιβάλλον, όπου δραστηριοποιείται και εμπεριέχει σε μεγάλο βαθμό το κοινωνικό και το περιβαλλοντικό κέρδος, όπως αναπτύχθηκαν παραπάνω. Η εγκατάσταση κι η λειτουργία μιας επιχείρησης σε μια κοινότητα δημιουργεί θέσεις εργασίας, συνεργασίες με τοπικούς επαγγελματίες, φέρνει έσοδα από φόρους στα δημόσια ταμεία, συμβάλλοντας έτσι στην ισόρροπη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τόπου. Το σύνολο της λειτουργίας, όμως, της επιχείρησης

πρέπει να διέπεται από διαφάνεια στο σύστημα συναλλαγών της κι ορθές συναλλακτικές πρακτικές. Η τήρηση νόμων, κανόνων, κωδίκων δεοντολογίας θεωρείται θεμελιώδους σημασίας για την σωστή εταιρική διακυβέρνηση, ενώ η ενσωμάτωση προτύπων διαχείρισης κι η προώθηση κοινωνικά υπεύθυνα επενδύσεων προσδίδουν στην επιχείρηση υπεροχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η αντιμετώπιση των καταναλωτών από μέρους της εταιρείας είναι ένα ακόμη μείζον ζήτημα, συμπεριφορά η οποία θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από υπευθυνότητα, ειλικρίνεια. Τα προϊόντα που προσφέρουν θα πρέπει να τηρούν τους κανόνες ποιοτικού ελέγχου και ασφάλειας, να τιμολογούνται ορθά κι όσον αφορά τις διαφημιστικές καμπάνιες αυτές να διαπνέονται από εντιμότητα και να γίνεται λελογισμένα η χρήση τους.

2.4 Η Σύνδεση με το Marketing και το Management

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες στα πλαίσια της ΕΚΕ οι επιχειρήσεις προσπαθούν να υιοθετήσουν μια πιο στρατηγική προσέγγιση σε ό,τι αφορά τις φιλανθρωπικές δραστηριότητές τους κυρίως επιχειρώντας να ευθυγραμμίσουν τέτοιου είδους δραστηριότητες με την κουλτούρα και τους στόχους τους. Καθώς η ΕΚΕ εμπεριέχει εταιρικές κοινωνικές δράσεις, που ικανοποιούν κοινωνικούς σκοπούς πέρα από τις νομικές υποχρεώσεις μιας επιχείρησης, καταλήγει να είναι ένα σημαντικό στοιχείο – κλειδί στα προγράμματα marketing, επειδή ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των καταναλωτών, βελτιώνει την εταιρική απόδοση και φήμη, και ταυτόχρονα

εξυπηρετεί κοινωνικούς σκοπούς. Η αντίληψη της ανάπτυξης καλής φήμης για μια επιχείρηση είναι θεμελιώδους σημασίας, αφού της επιτρέπει να εδραιώσει την αξία της, να απολαμβάνει την εμπιστοσύνη, την αφοσίωση και την αναγνώριση των καταναλωτών, να προφυλάσσεται από νεοεισερχόμενους στην αγορά, να συγκρατεί ή και να αυξάνει τις τιμές των προϊόντων της, να προσελκύει ικανά στελέχη από την αγορά εργασίας, αλλά και να συγκεντρώνει επενδυτικά κεφάλαια και κατάλληλους συνεργάτες και προμηθευτές. Οι έρευνες καταδεικνύουν ότι εταιρείες με υψηλά επίπεδα κοινωνικής δράσης θεωρούνται πιο «δημοφιλείς» από τους καταναλωτές εν συγκρίσει αυτών με χαμηλή κοινωνική δραστηριότητα.

Κατά γενική ομολογία, η κοινωνική συμπεριφορά ανταμείβεται από τους καταναλωτές με θετικές εκτιμήσεις για την εταιρεία, υψηλά ποσοστά προτίμησης και πρόθεσης αγοράς των προϊόντων της, θετικό word of mouth, θετική αντιμετώπιση από τους καταναλωτές τυχόν υψηλών τιμών και επίδειξη ανοχής σε περίπτωση αρνητικής πληροφόρησης σε σχέση με τη συγκεκριμένη εταιρεία. Ένα ακόμη σημείο άξιο αναφοράς, που εντοπίζουν οι μελετητές, είναι ότι οι επενδύσεις σε κοινωνική συμπεριφορά εκτός από το κτίσιμο καλής φήμης κι ισχυρού brand name συμβάλλει στη διαφοροποίηση μιας επιχείρησης και τελικά στην αύξηση της αξίας της. Στην περίπτωση αυτή η υπευθυνότητα μετατρέπεται σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κι όταν αυτό είναι δύσκολο να αντιγραφεί από τους ανταγωνιστές, αναδεικνύεται σε πηγή δύναμης. Άλλωστε, παρατηρείται συχνά το φαινόμενο στρατηγικές ΕΚΕ να γίνονται αφορμή κι απαρχή, ώστε μια επιχείρηση να φτάσει σε μεγάλα τεχνολογικά επιτεύγματα και να παράγει νέα προϊόντα. Επομένως, οι πρακτικές της ΕΚΕ μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις σαν ένα ολοκληρωμένο εργαλείο στρατηγικής, έτσι ώστε να επιτύχουν τη μεγαλύτερη οικονομική, κοινωνική και περιβαντολλογική αξία, αλλά και να μειώσουν οποιαδήποτε τυχόν αρνητική επίπτωση προέλθει από τις δραστηριότητές τους. Όπως αναφέρθηκε οι πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων στα πλαίσια της κοινωνικής συνεισφοράς τους μπορούν να εκφραστούν με πολλούς τρόπους. Πολλοί ερευνητές, λοιπόν, επιχείρησαν να διερευνήσουν τον αντίκτυπο των διαφόρων αυτών μορφών κοινωνικής προσφοράς στους καταναλωτές και πώς αυτός επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά τους. Στο μικροσκόπιο τέθηκαν κυρίως το μάρκετινγκ σκοπού (caused related marketing), η χορηγία κι η εταιρική φιλανθρωπία. Μάλιστα όσον αφορά τα δύο πρώτα λόγω του γεγονότος ότι είναι άρρηκτα συνδεδεμένα τόσο με τους στόχους του μάρκετινγκ όσο

και με τους οικονομικούς και κοινωνικούς σκοπούς της κάθε εταιρείας μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής διοίκησης, πρέπει να λειτουργήσουν «ηθικά» και με συνέπεια απέναντι στην κοινωνία. Η χορηγία εξακολουθεί να είναι από τα πολλά υποσχόμενα εργαλεία μάρκετινγκ κι αποφέρει περισσότερα κέρδη από τη συμβατική διαφήμιση, ενώ το μάρκετινγκ σκοπού είναι ικανό να παροτρύνει τους καταναλωτές να αλλάξουν μάρκα προϊόντος, προκειμένου να στηρίξουν τον κοινωνικό σκοπό, που προωθεί. Παρόλ' αυτά οι καταναλωτές διάκεινται ευμενέστερα σε επιχειρήσεις οι οποίες δωρίζουν μεγάλα ποσά σε κοινωνικούς σκοπούς μέσω φιλανθρωπιών, παρά σε αυτές που μετέρχονται των έμμεσων τρόπων της χορηγίας και του μάρκετινγκ σκοπού.

Μάλιστα, το τελευταίο δεν χαίρει ιδιαίτερα της εκτίμησης των καταναλωτών, καθώς προϋποθέτει αγορά από μέρους τους δηλ. σαφές κέρδος για την επιχείρηση, γι' αυτό κι αντιμετωπίζεται με καχυποψία. Από την άλλη μεριά κι η χορηγία προκαλεί καχύποπτα συναισθήματα, καθώς, λόγω της αποκλειστικής προβολής του χορηγού, υπάρχει η υπόνοια της εκμετάλλευσης για εμπορικούς σκοπούς, του κοινωνικού γεγονότος. Επομένως, η εταιρική φιλανθρωπία μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι εκείνη η πρωτοβουλία στα πλαίσια της ΕΚΕ, που ελαχιστοποιεί τις καχυποψίες των καταναλωτών. Ερευνητές υποστηρίζουν ότι στην περίπτωση του μάρκετινγκ σκοπού οι καταναλωτές για να παράσχουν τη στήριξη τους, όταν μάλιστα η τιμή του προϊόντος είναι αυξημένη λόγω της καμπάνιας, επιθυμούν να εισπράξουν κάποιου είδους «κέρδος» για ανταμοιβή. Επιδιώκουν δηλ. να έχουν ένα αποτέλεσμα win-win από τη στήριξή τους. Το «κέρδος» ή η «αξία» που θα προκύψει για τον καταναλωτή θα πρέπει να ευθυγραμμίζεται με το προσωπικό ήθος του, τις αξίες και τις προτεραιότητές τους και φυσικά διαφοροποιείται ανάλογα με τη χώρα και την κουλτούρα κάθε καταναλωτή. Οι μελετητές έχουν κατηγοριοποιήσει τις προσλαμβάνουσες από τον καταναλωτή αξίες σε συναισθηματική (emotional value),

όταν ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται ότι με την αγορά του συμμετέχει σε ένα κοινωνικό ή περιβαντολλογικό σκοπό, σε κοινωνική (social value), όταν με την αγορά και τη συνεισφορά του αισθάνεται ότι προσδιορίζει τον εαυτό του μέσα στην κοινωνία, εντάσσεται μέσα σε ένα κοινωνικό σύνολο κι ανυψώνεται και τέλος σε λειτουργική αξία (functional value), που συνδέεται με το πραγματικό κέρδος του καταναλωτή από την αγορά του προϊόντος. Λαμβανομένων υπόψη των παραπάνω, συνάγεται ότι οι μάνατζερ θα πρέπει να αξιολογούν και να επιλέγουν προσεκτικά το

είδος της κοινωνικής δράσης, που θα υιοθετήσουν στα πλαίσια της ΕΚΕ, δράση η οποία θα είναι ικανή να εξασφαλίσει το μεγαλύτερο κέρδος από όλες τις απόψεις. Είναι πολύ σημαντικό η δράση να επικοινωνείται μέσω των χαρακτηριστικών των προϊόντων, έτσι ώστε να υπενθυμίζει στους καταναλωτές το όφελος από τη συμμετοχή τους σε αυτή με την αγορά. Γενικότερα, η διαχείριση των πρωτοβουλιών της ΕΚΕ θα πρέπει να γίνεται με προσοχή, προκειμένου να αποφευχθεί τυχόν σκεπτικισμός από τους καταναλωτές. Η δημιουργία κι η διατήρηση μιας στενής σχέσης μεταξύ καταναλωτή κι εταιρείας μέσω της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς έχει αποφέρει θετικά αποτελέσματα στο προφίλ των επιχειρήσεων. Αυτό επιτυγχάνεται ιδιαίτερα με τις φιλανθρωπικές προσφορές, οι οποίες όμως για να χτίσουν ισχυρούς δεσμούς με τους καταναλωτές και να συντελέσουν στη διαμόρφωση του brand image της εταιρείας, πρέπει να έχουν συνέχεια και να θεωρούνται ως μακροπρόθεσμη επένδυση.

Άλλη μία διάσταση την οποία οι διοικήσεις των επιχειρήσεων πρέπει να εξετάσουν ενδελεχώς είναι η διάδοση των μηνυμάτων της ΕΚΕ. Η επιτυχία κάθε είδους επικοινωνίας εναπόκειται στην αξιοπιστία και στην εντιμότητα του πομπού, για το λόγο αυτό η επιχείρηση οφείλει να θέτει σε εφαρμογή και να φέρνει σε πέρας τις κοινωνικές δράσεις, που αναγγέλλει. Ακόμη κι ο τρόπος διάδοσης και διάχυσης των πληροφοριών, που εμπεριέχουν τις πρωτοβουλίες ΕΚΕ πρέπει να σχεδιάζεται με υπευθυνότητα και με στόχο την αποτελεσματικότητα.

Οι μάνατζερ, που περιλαμβάνουν στο στρατηγικό σχεδιασμό της επιχείρησής τους πρακτικές ΕΚΕ, θα πρέπει να συνειδητοποιούν ποια δράση ταιριάζει στην κουλτούρα και στην εικόνα της εταιρείας τους. Επιπροσθέτως, η στρατηγικής της ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί μέρος της γενικότερης στρατηγικής διοίκησης, έτσι ώστε να αποφέρει στο μέλλον θετικά αποτελέσματα. Για να αποκομίσουν, λοιπόν, οι διοικήσεις τα προσδοκώμενα οφέλη και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι των άλλων εταιρειών η επένδυση στην ΕΚΕ θα πρέπει να θεωρείται θεμελιώδους σημασίας και να αφιερώσουν σε αυτήν χρόνο και χρήμα, έτσι ώστε να υπερέχουν πάντα των ανταγωνιστών τους. Με αυτόν τον τρόπο, οι διάφοροι συμμετέχοντες (πελάτες, επενδυτές, κοινωνικοί φορείς κλπ) θα μπορούν να εκτιμήσουν την υπεύθυνη συμπεριφορά της επιχείρησης και να την επιλέξουν έναντι άλλων, προσδίδοντάς της την αξία, που της αρμόζει.

3 Αποτελέσματα Έρευνας Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε Επιχειρήσεις

Η Διεύθυνση Οικονομικών – Κλαδικών Μελετών της ICAP Group, ΤΟ 2017 με αφορμή την Επιχειρηματική Έκδοση του Ομίλου, Leading Employers in Greece, πραγματοποίησε δειγματοληπτική έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, τα αποτελέσματα της οποίας παρουσιάζονται παρακάτω.

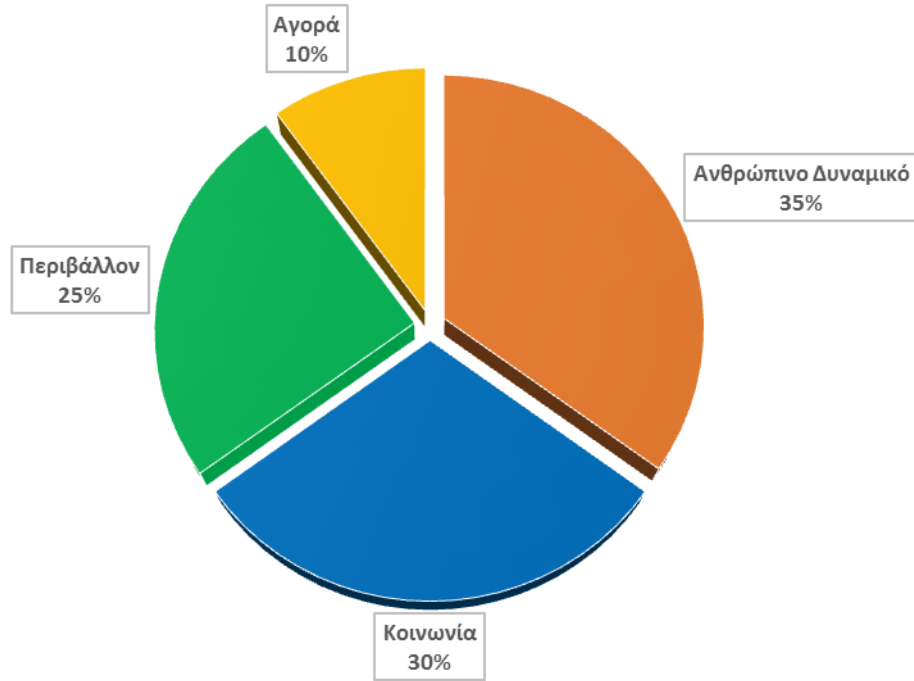
Σκοπός της έρευνας είναι

- Η μελέτη και αξιολόγηση του βαθμού εφαρμογής των δράσεων ΕΚΕ από τις ελληνικές επιχειρήσεις
- Η σκιαγράφηση των οφελών που επιφέρουν οι πρακτικές ΕΚΕ στις εταιρείες
- Η παρουσίαση των μηχανισμών επικοινωνίας/ προβολής που χρησιμοποιούν οι εταιρείες για τις εφαρμοζόμενες δράσεις ΕΚΕ
- Η διερεύνηση των ανασταλτικών παραγόντων που δρουν αποτρεπτικά στην περαιτέρω υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ στο εγχώριο επιχειρηματικό περιβάλλον.

3.1 Τομείς Εφαρμογής Δράσεων ΕΚΕ

Στην πρώτη ερώτηση διερευνήθηκε η κατανομή του συνολικού προϋπολογισμού των εταιρειών για δράσεις ΕΚΕ, στους βασικούς άξονες: Ανθρώπινο Δυναμικό, Περιβάλλον, Κοινωνία και Αγορά. Τα μεγαλύτερα κονδύλια δαπανώνται για τις δράσεις που σχετίζονται με το Ανθρώπινο Δυναμικό, καταλαμβάνοντας μερίδιο 35% το 2017 (διάγραμμα 1). Ακολουθούν δράσεις που αφορούν στην Κοινωνία με μερίδιο 30%, το Περιβάλλον με 25% και, τέλος, την Αγορά με 10%.

Ενδιαφέρον στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι, σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή έρευνα, το ποσοστό του Ανθρώπινου Δυναμικού εμφανίζεται αρκετά αυξημένο (2016: 29%). Η προαναφερόμενη αύξηση αποτελεί ένδειξη ότι οι εργοδότες προσπαθούν να διατηρήσουν ικανοποιημένους τους εργαζομένους, βελτιώνοντας το εργασιακό περιβάλλον και αυξάνοντας την παραγωγικότητά τους. Από την έρευνα, ωστόσο, προκύπτει ότι δίνουν μεγάλη βαρύτητα και στην προσφορά στο κοινωνικό σύνολο, δεδομένων των δύσκολων συνθηκών που επικρατούν, λόγω και της τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας.



Διάγραμμα 1 Κατανομή (%) του συνολικού προϋπολογισμού των εταιρειών για δράσεις ΕΚΕ ανά κύριο άξονα (2017)

3.2 Δράσεις ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι εταιρείες

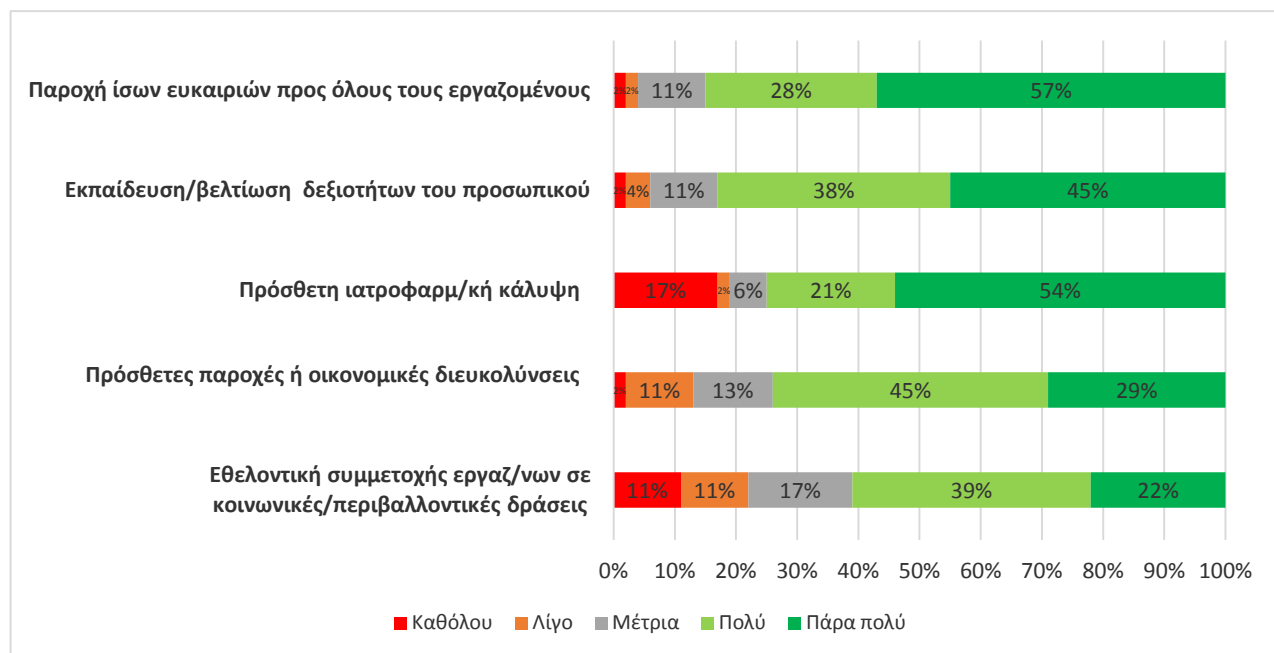
Στη συνέχεια αναλύεται ο βαθμός εφαρμογής ορισμένων εκ των κυριότερων δράσεων ΕΚΕ από τις εταιρείες του δείγματος, ανά κύριο άξονα.

3.2.1 Ανθρώπινο Δυναμικό

Στον τομέα του Ανθρώπινου Δυναμικού, το 85% των επιχειρήσεων του δείγματος δήλωσε ότι παρέχει ίσες ευκαιρίες προς όλους τους εργαζομένους (ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, εθνικότητας κλπ.), σε βαθμό «πολύ» ή «πάρα πολύ» (διάγραμμα 2).

Το 83% των επιχειρήσεων προσφέρει δυνατότητες εκπαίδευσης ή βελτίωσης των δεξιοτήτων του προσωπικού σε κλίμακα «πολύ» ή «πάρα πολύ». Ακολουθεί η παροχή πρόσθετης ιατροφαρμακευτικής κάλυψης στο προσωπικό, όπου παραπάνω από τις μισές εταιρείες του δείγματος (54%) εφαρμόζουν τη συγκεκριμένη δράση στο μέγιστο βαθμό («πάρα πολύ»). Τέλος, στις επόμενες θέσεις ακολουθούν τα προγράμματα πρόσθετων παροχών ή οικονομικών διευκολύνσεων στο προσωπικό, καθώς και τα προγράμματα εθελοντικής συμμετοχής εργαζομένων σε κοινωνικές ή περιβαλλοντικές δράσεις (π.χ. αιμοδοσία, καθαρισμοί περιοχών κλπ.).

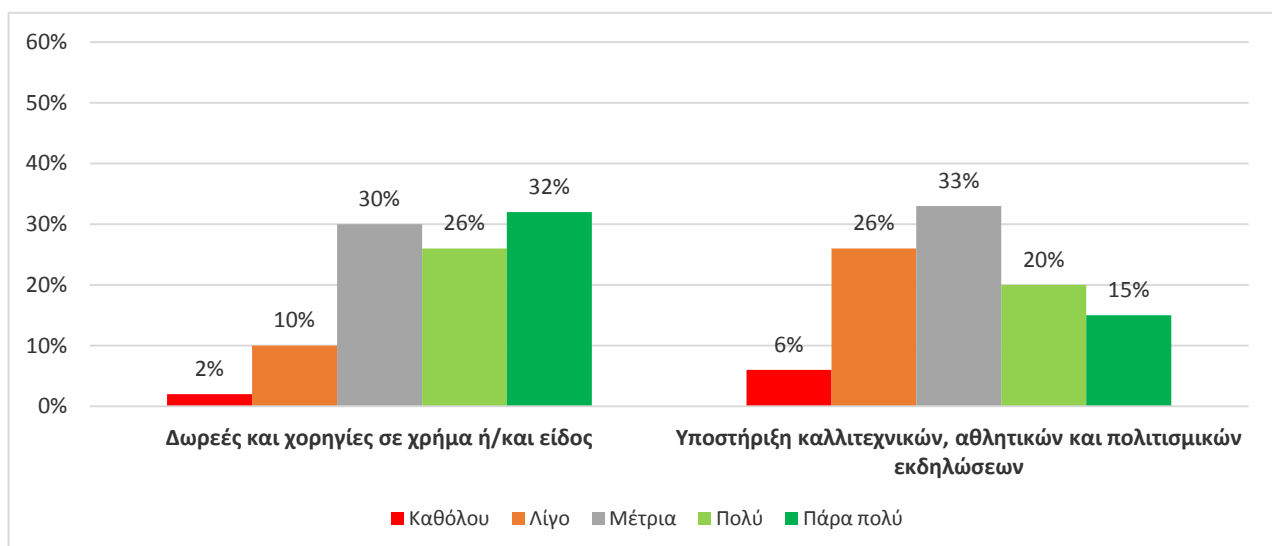
Από τα ευρήματα αυτά διαπιστώνεται η τάση των επιχειρήσεων για ίση αντιμετώπιση των εργαζομένων, καθώς και η προσπάθειά τους για τη συνεχή εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού τους.



Διάγραμμα 2 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με το Ανθρώπινο Δυναμικό

3.2.2 Κοινωνία

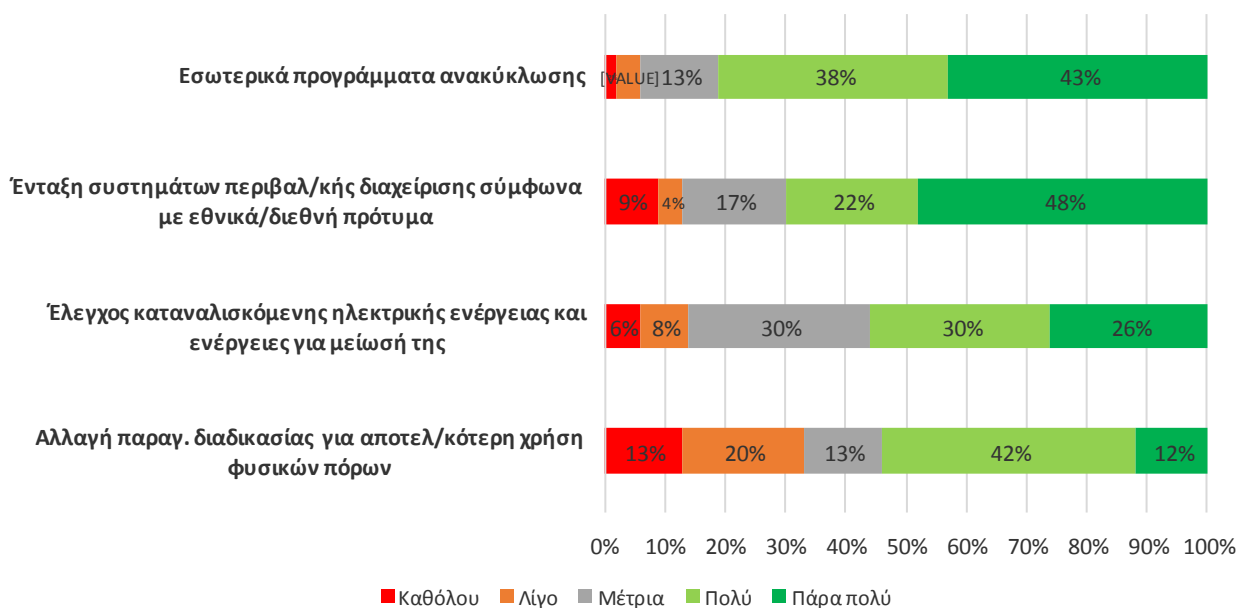
Στον τομέα των δράσεων ΕΚΕ που αφορούν στην Κοινωνία, η πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (58%) δήλωσε ότι πραγματοποιεί δωρεές και χορηγίες σε χρήμα ή/και είδος (π.χ. για υποστήριξη μη κυβερνητικών οργανώσεων, τοπικής κοινωνίας κλπ.), σε «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντικό βαθμό (διάγραμμα 3). Το ποσοστό, πάντως, είναι μειωμένο σε σχέση με την έρευνα του 2016 (74%), ένδειξη του ότι οι εταιρείες προσπαθούν να συγκρατήσουν τις δαπάνες τους. Σε μικρότερο συγκριτικά βαθμό φαίνεται να υποστηρίζονται οι διάφορες καλλιτεχνικές, αθλητικές ή πολιτιστικές εκδηλώσεις, καθώς σχεδόν οι δυο στις τρεις επιχειρήσεις (65%) δήλωσαν ότι εφαρμόζουν τη συγκεκριμένη δράση ΕΚΕ από «καθόλου» έως «μέτρια».



Διάγραμμα 3 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με την Κοινωνία

3.2.3 Περιβάλλον

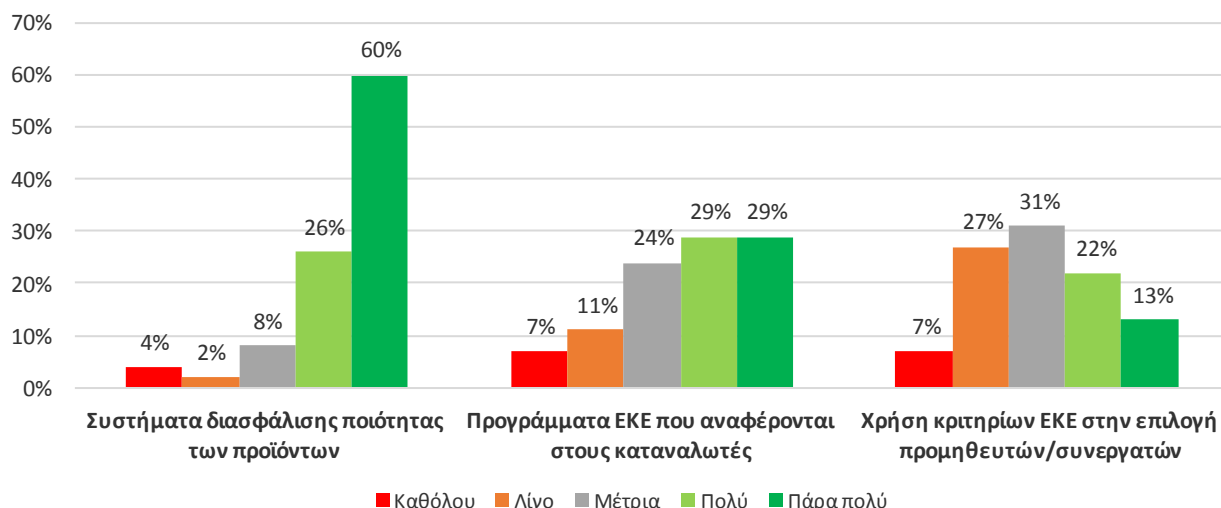
Όσον αφορά στις δράσεις ΕΚΕ για το Περιβάλλον (διάγραμμα 4), περισσότερες από τρεις στις τέσσερις εταιρείες του δείγματος (81%, +5% σε σχέση με το 2016) εφαρμόζουν εσωτερικά προγράμματα ανακύκλωσης σε μεγάλο βαθμό («πολύ» ή «πάρα πολύ»). Ακολουθεί η ένταξη στην επιχείρηση συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, σύμφωνα με εθνικά/διεθνή πρότυπα (π.χ. ISO 14001, EMAS κλπ.) με αντίστοιχο ποσοστό 70%, ο έλεγχος της καταναλισκόμενης ηλεκτρικής ενέργειας και οι ενέργειες για μείωσή της (αθροιστικό ποσοστό 56% στις βαθμίδες «πολύ»-πάρα πολύ) και, τέλος, η αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας για αποτελεσματικότερη χρήση φυσικών πόρων με 54%.



Διάγραμμα 4 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με το Περιβάλλον

3.2.4 Αγορά

Η εφαρμογή συστήματος διαχείρισης-διασφάλισης ποιότητας των προϊόντων (π.χ. ISO 9000 κλπ.) ακολουθείται σε ιδιαίτερα μεγάλο βαθμό («πάρα πολύ») από την πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (60%). Προγράμματα ΕΚΕ που αναφέρονται στους καταναλωτές (π.χ. διαδικασίες μέτρησης και διαχείρισης παραπόνων κλπ.) εφαρμόζει σε «πολύ» ή «πάρα πολύ» μεγάλο βαθμό το 58% των εταιρειών. Αντίθετα, η χρήση κριτηρίων ΕΚΕ στην επιλογή προμηθευτών ή συνεργατών εξακολουθεί να εφαρμόζεται σε περιορισμένη σχετικά κλίμακα (το 65% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι εφαρμόζει τη συγκεκριμένη δράση από «καθόλου» έως «μέτρια» -διάγραμμα 5).



Διάγραμμα 5 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ σχετικά με την Αγορά

3.3 Οφέλη των εταιρειών από τις δράσεις ΕΚΕ

Ορισμένα από τα κυριότερα οφέλη που προσφέρουν στις επιχειρήσεις οι δράσεις ΕΚΕ, καθώς και ο βαθμός σημαντικότητας/χρησιμότητας που απέδωσαν οι εταιρείες της έρευνας σε καθένα από αυτά, παρουσιάζονται στη συνέχεια (πίνακας 1). Η μεγάλη πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (89%) αξιολόγησε με το μεγαλύτερο βαθμό σημαντικότητας («πάρα πολύ» και «πολύ») τη **«συνεισφορά στο κοινωνικό σύνολο»**, ως το κυριότερο όφελος που έχουν (ή προσδοκούν) από τις πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η «προσέλευση και διατήρηση υψηλού επιπέδου ανθρωπίνου δυναμικού» αξιολογήθηκε ως «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντικό όφελος από το 85% των εταιρειών. Ακολούθησαν η «ενίσχυση και η προστασία της εταιρικής εικόνας (φήμη, brands κλπ.)», τα «υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης και σταθερότητας των πελατών» και η «βελτίωση της απόδοσης / παραγωγικότητας των εργαζομένων», με ποσοστά 83%, 73% και 67% αντίστοιχα.

Από την άλλη πλευρά, τα «έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροελαφρύνσεις)» αξιολογήθηκαν με πολύ χαμηλό βαθμό ωφελιμότητας από τις επιχειρήσεις, καθώς περίπου εννέα στις δέκα εταιρείες του δείγματος (89%) δήλωσαν ότι οι δράσεις ΕΚΕ συνεισφέρουν από «καθόλου» έως «μέτρια» στο συγκεκριμένο τομέα. Επίσης, η

Πίνακας 1. Οφέλη των εταιρειών από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ					
Οφέλη ΕΚΕ	Βαθμός Σημαντικότητας				
	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Συνεισφορά στο κοινωνικό σύνολο	2%	2%	7%	39%	50%
Προσέλευση και διατήρηση υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού (άριστο εργασιακό περιβάλλον, ίσες ευκαιρίες κλπ.)	0%	4%	11%	44%	41%
Ενίσχυση και προστασία της εταιρικής εικόνας (φήμη, brands κλπ.)	2%	2%	13%	33%	50%
Υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης και σταθερότητας των πελατών	0%	2%	24%	44%	29%
Βελτίωση της απόδοσης / παραγωγικότητας των εργαζομένων	0%	11%	22%	50%	17%
Παροχή μεγαλύτερης αξίας στους μετόχους (π.χ. μέσω της ένταξης σε ειδικούς δείκτες αξιολόγησης ΕΚΕ κλπ.)	2%	11%	33%	44%	9%
Βελτίωση σχέσεων με το επιχειρηματικό περιβάλλον	2%	15%	30%	41%	11%
Αύξηση πωλήσεων	7%	14%	36%	34%	9%
Περικοπή/Εξοικονόμηση κόστους	13%	24%	30%	24%	9%
Έμμεσα οικονομικά οφέλη (π.χ. φοροελαφρύνσεις κλπ.)	16%	49%	24%	7%	4%

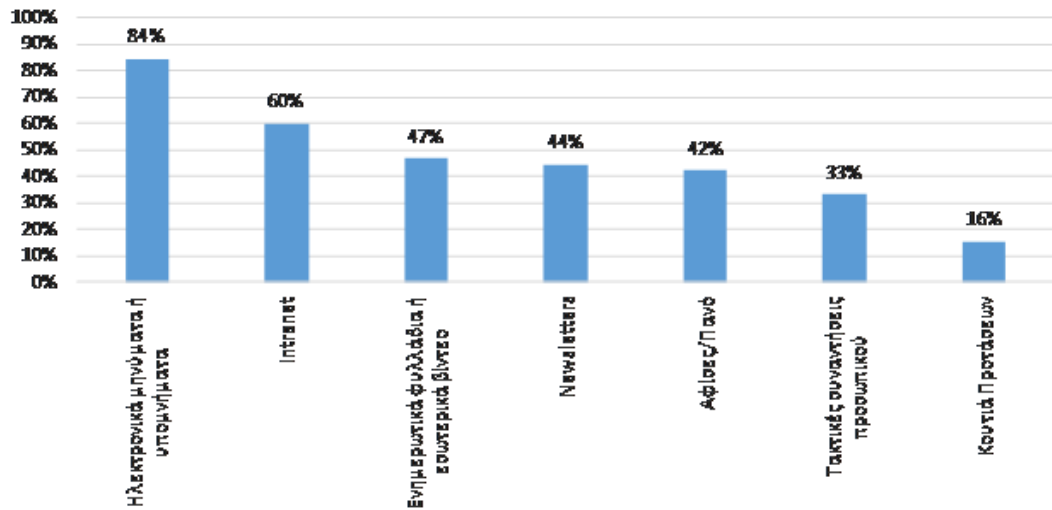
πλειοψηφία των εταιρειών δεν φαίνεται να θεωρεί ιδιαίτερα σημαντική τη συνεισφορά των πρακτικών ΕΚΕ στην «αύξηση των πωλήσεών τους».

3.3.1 Μηχανισμοί επικοινωνίας δράσεων ΕΚΕ

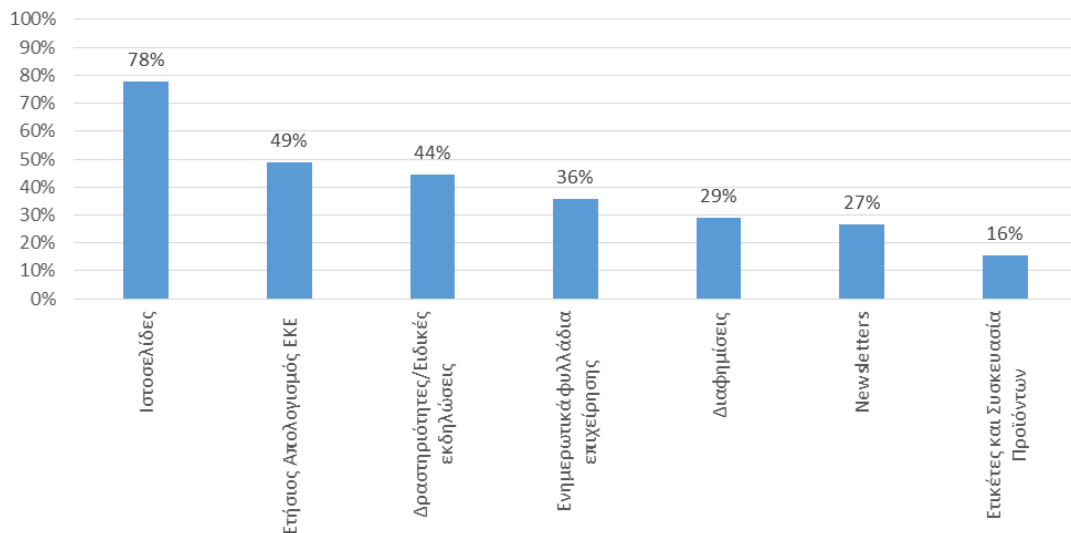
Οι επιχειρήσεις επικοινωνούν τις εφαρμοζόμενες δράσεις ΕΚΕ, τόσο ενδοεταιρικά (εσωτερικά) όσο και εξωτερικά, με διάφορους μηχανισμούς.

Ο δημοφιλέστερος και πιο συχνά εμφανιζόμενος μηχανισμός επικοινωνίας των δραστηριοτήτων που αφορούν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στο εσωτερικό της εταιρείας, είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο/υπομνήματα (το 84% των εταιρειών του δείγματος εφαρμόζει τη συγκεκριμένη πρακτική - διάγραμμα 6). Ακολουθεί η κοινοποίηση μέσω Intranet (60%) και μέσω ενημερωτικών φυλλαδίων ή εσωτερικών βίντεο (47%).

Όσον αφορά στους τρόπους προβολής των δράσεων ΕΚΕ προς το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, το διαδίκτυο (ιστοσελίδες) θεωρείται ο συχνότερα εμφανιζόμενος μηχανισμός και χρησιμοποιείται από το 78% των εταιρειών του δείγματος (διάγραμμα 7). Ακολουθεί ο ετήσιος απολογισμός ΕΚΕ (49%) και οι διάφορες δραστηριότητες/ ειδικές εκδηλώσεις (44%).



Διάγραμμα 6 Τρόποι προβολής/επικοινωνίας δράσεων ΕΚΕ (εσωτερικά)



Διάγραμμα 7 Τρόποι προβολής/επικοινωνίας δράσεων ΕΚΕ (εξωτερικά)

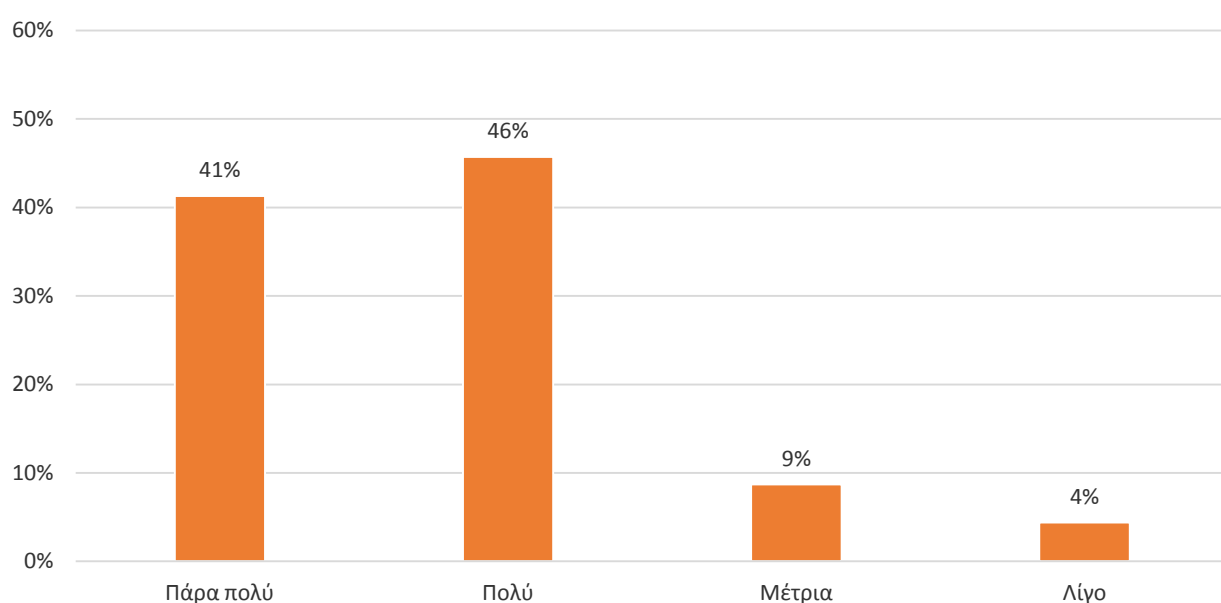
3.3.2 Βαθμός Εφαρμογής Πρακτικών ΕΚΕ στην Ελλάδα

Οι μεγάλες εταιρείες της εγχώριας οικονομίας αναγνωρίζουν τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και φαίνεται ότι την κατατάσσουν αρκετά ψηλά στις επιχειρηματικές τους δράσεις. Είναι χαρακτηριστικό ότι η ΕΚΕ θεωρείται «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντική στο 87% των επιχειρήσεων του δείγματος (διάγραμμα 8).

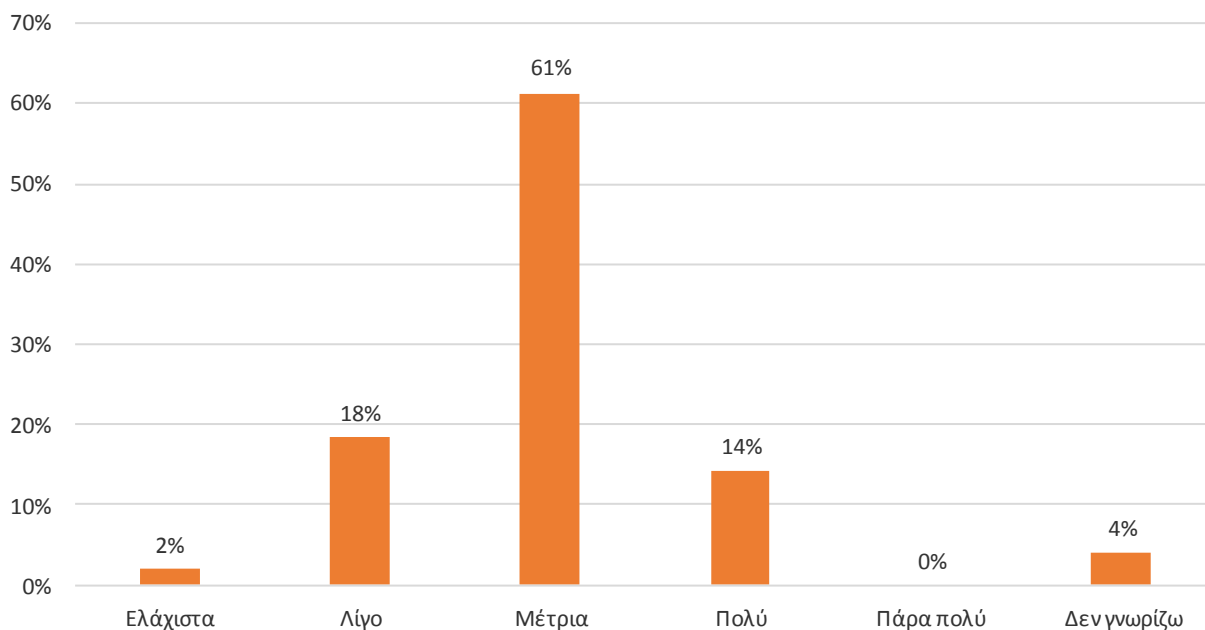
Την ίδια στιγμή, ωστόσο, οι μεγάλες εταιρείες θεωρούν ότι η ΕΚΕ δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη σε ικανοποιητικό βαθμό από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων (ανεξαρτήτως μεγέθους). Ειδικότερα, σε ερώτηση για το βαθμό υιοθέτησης των δράσεων ΕΚΕ, κατά μέσο όρο από το σύνολο των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, το μεγαλύτερο ποσοστό των εταιρειών του δείγματος (61%) θεωρεί ότι

ο βαθμός διείσδυσης/εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ στην παρούσα φάση κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα (διάγραμμα 9). Επιπλέον, σημαντικό ποσοστό αυτών (20%) δηλώνει ότι οι πρακτικές ΕΚΕ υιοθετούνται λίγο ή ελάχιστα. Μόνο το 14% του δείγματος θεωρεί ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις εγχώριες επιχειρήσεις.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι σαφώς υπάρχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια διείσδυσης, προκειμένου η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη να εφαρμοστεί, αφενός, σε μεγαλύτερο ποσοστό εταιρειών και, αφετέρου, σε ευρύτερο φάσμα δραστηριοτήτων.



Διάγραμμα 8 Αξιολόγηση σημαντικότητας της ΕΚΕ από τις εταιρείες



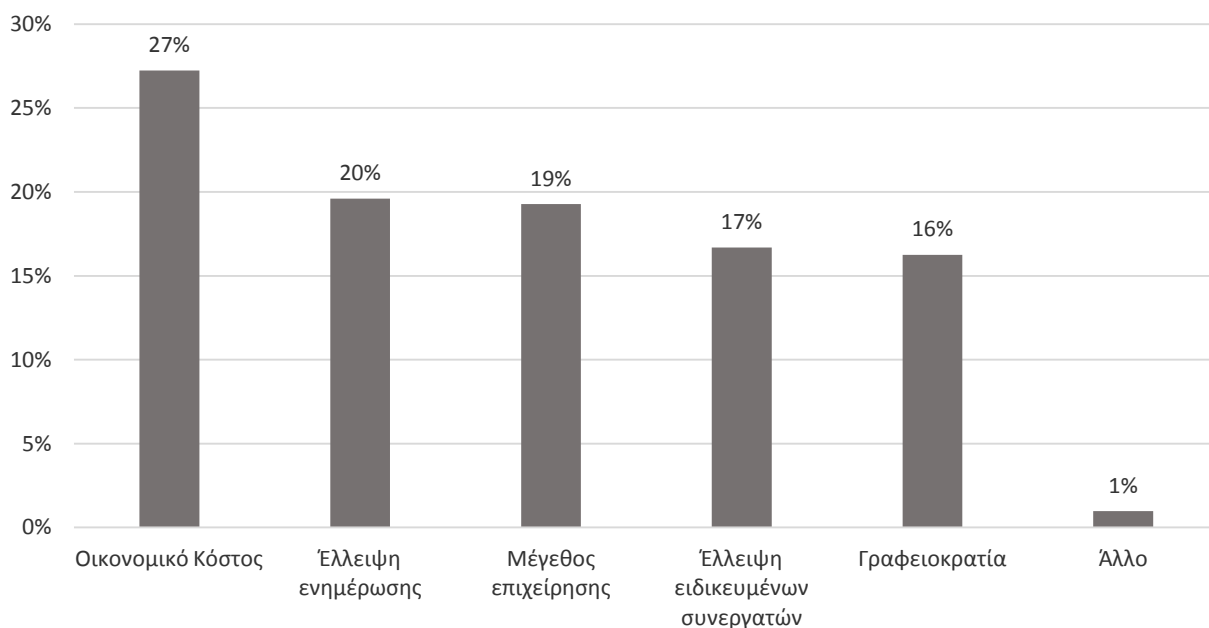
Διάγραμμα 9 Βαθμός εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ στην Ελλάδα

3.3.3 Ανασταλτικοί Παράγοντες Υλοποίησης Δράσεων ΕΚΕ

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι κυριότεροι παράγοντες που δρουν ανασταλτικά στην υλοποίηση πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις εγχώριες επιχειρήσεις, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εταιρειών που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα.

Ζητήθηκε από τις εταιρείες να κατατάξουν με σειρά σπουδαιότητας τους εξής ανασταλτικούς παράγοντες: α) Οικονομικό κόστος, β) Γραφειοκρατία, γ) Έλλειψη ενημέρωσης, δ) Έλλειψη ειδικευμένων συνεργατών και ε) Μέγεθος επιχείρησης.

Το διάγραμμα 10 παρουσιάζει συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα σχετικά με την κατάταξη (βάσει σπουδαιότητας) των προαναφερόμενων ανασταλτικών παραγόντων. Το οικονομικό κόστος κατέλαβε την πρώτη θέση στην αξιολόγηση των εταιρειών του δείγματος, όσον αφορά στον κυριότερο ανασταλτικό παράγοντα υλοποίησης ΕΚΕ με 27%. Ακολουθεί η έλλειψη ενημέρωσης με 20%, το μέγεθος της επιχείρησης (19%), η έλλειψη ειδικευμένων συνεργατών (17%) και η γραφειοκρατία με 16%. Τέλος, επισημάνθηκαν και άλλοι παράγοντες, όπως π.χ. η έλλειψη εκπαίδευσης και νοοτροπίας για ΕΚΕ, μη ύπαρξη θεσμοθετημένων προτύπων, η έλλειψη χρόνου κλπ.



Διάγραμμα 10 Κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες στην υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ

3.4 Συμπέρασμα έρευνας

Τα κυριότερα ευρήματα και συμπεράσματα που προκύπτουν από την προαναφερόμενη πρωτογενή έρευνα συνοψίζονται στα εξής:

- Παρά την κατανόηση για τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η πλειοψηφία των εταιρειών του δείγματος (61%) θεωρεί ότι ο βαθμός εφαρμογής των πρακτικών ΕΚΕ, από το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων, εξακολουθεί να κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα
- Οι ενέργειες των εταιρειών που αφορούν στο Ανθρώπινο Δυναμικό καλύπτουν το μεγαλύτερο μερίδιο (35% το 2017) στο συνολικό τους προϋπολογισμό για δράσεις ΕΚΕ
- Ορισμένες από τις κυριότερες πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόζονται σε «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντικό βαθμό από τις εταιρείες του δείγματος είναι οι εξής: α) η εφαρμογή συστήματος διαχείρισης-διασφάλισης ποιότητας των προϊόντων (86%), β) η παροχή ίσων ευκαιριών προς όλους τους εργαζομένους (85%), γ) οι δυνατότητες εκπαίδευσης ή βελτίωσης των δεξιοτήτων του προσωπικού (83%) και δ) τα εσωτερικά προγράμματα ανακύκλωσης (81%)
- Η συνεισφορά στο κοινωνικό σύνολο αξιολογήθηκε ως «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντικό όφελος που επιφέρουν οι δράσεις ΕΚΕ από το 89% των εταιρειών του δείγματος. Ακολούθησε η προσέλκυση και διατήρηση υψηλού επιπέδου

ανθρωπίνου δυναμικού, με ποσοστό 85%, και η ενίσχυση και η προστασία της εταιρικής εικόνας με 83%

- Τέλος, το οικονομικό κόστος (27%) θεωρείται ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας υλοποίησης ΕΚΕ από τις ελληνικές επιχειρήσεις και ακολουθεί η έλλειψη ενημέρωσης (20%) και το μέγεθος της επιχείρησης (19%).

Συμπερασματικά, η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κερδίζει διαρκώς έδαφος σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο, τα τελευταία χρόνια, και αποτελεί μέρος της Εταιρικής Στρατηγικής σε συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό επιχειρήσεων. Διαδραματίζει κεφαλαιώδη ρόλο στην οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ του κοινωνικού συνόλου και του επιχειρηματικού συνόλου. Ωστόσο, ιδιαίτερα στην Ελλάδα, ασφαλώς υπάρχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια βελτίωσης για την περαιτέρω διεύθυνση των αρχών ΕΚΕ, σε αξιόλογο ποσοστό εταιρειών και σε μεγαλύτερο φάσμα δραστηριοτήτων.

Οι δράσεις ΕΚΕ υιοθετούνται πιο συχνά και σε μεγαλύτερο βαθμό από τις μεγάλες εταιρείες, διότι διαθέτουν τα κατάλληλα μέσα και τους απαιτούμενους οικονομικούς πόρους. Οι δράσεις ΕΚΕ των μεγάλων εταιρειών τείνουν να είναι περισσότερο συστηματοποιημένες, επίσημες και να συνοδεύονται από το ανάλογο πρόγραμμα δημοσιότητας.

Σε κάθε περίπτωση, η ΕΚΕ δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται απλά ως πρόσθετο κόστος, αλλά ως επένδυση με συγκεκριμένους στόχους, μετρήσιμα αποτελέσματα και οφέλη, που αφορούν τόσο στην ίδια την επιχείρηση όσο και στο κοινωνικό σύνολο. Ως εκ τούτου, κρίσιμα σημεία θεωρούνται η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας και των καταναλωτών, η εκπαίδευση των στελεχών των επιχειρήσεων και η υιοθέτηση κατάλληλων πρωτοβουλιών και στρατηγικών από την πλευρά της πολιτείας, που θα ενθαρρύνουν μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων προς την κατεύθυνση της υιοθέτησης των βέλτιστων πρακτικών ΕΚΕ.

4 Η ΕΚΕ Και το Ανθρώπινο Δυναμικό

4.1 Εφαρμογή Δράσεων της ΕΚΕ στο ανθρώπινο δυναμικό

Η διάσταση της ηθικής και της ΕΚΕ οφείλει να περιλαμβάνεται σε βιβλία που αφορούν τη Διοίκηση των Ανθρώπινων Πόρων, πολύ δε περισσότερο σε ένα βιβλίο που είναι εξειδικευμένο σε θέματα ηθικής του ανθρώπινου δυναμικού. Ο λόγος είναι απλός και αφορά τη διαχείριση της διαφορετικότητας, της υγιεινής και της ασφάλειας. Άλλωστε η ηθική καλείται να αντιμετωπίσει θέματα αναξιοκρατίας και να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των εργαζομένων, ως ανθρώπων (ανθρωποκεντρικό σύστημα). Η ΕΚΕ και η ηθική διάσταση της διαχείρισης των εργαζομένων συμβάλλει στην παρακίνησή τους να γίνουν πιο παραγωγικοί και αποδοτικοί. Παράλληλα, η εκπαίδευση του προσωπικού οδηγεί στη διαμόρφωση μιας νέας οργανωσιακής κουλτούρας, με την αποδοχή του κώδικα αξιών στην επιχείρηση. Ο ρόλος των ανώτατων στελεχών της Διεύθυνσης Ανθρώπινων Πόρων είναι σημαντικός, ώστε να διαμορφωθεί η ενδεδειγμένη επιχειρησιακή κουλτούρα, η οποία θα στέλνει τα κατάλληλα μηνύματα ηθικών αξιών σε όλους τους εργαζομένους της επιχείρησης.

Η ΕΚΕ είναι σημαντική για την επιχείρηση και ειδικά στην όψη της για το ανθρώπινο δυναμικό για πολλούς λόγους και ιδιαίτερα, επειδή παρέχει τη δυνατότητα για αλλαγή της οργανωσιακής κουλτούρας. Η ΕΚΕ επιτρέπει στη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού μιας επιχείρησης να αναδείξει το στρατηγικό της ρόλο, αλλά ταυτόχρονα η ΔΑΔ συμβάλλει στην καθιέρωση της ΕΚΕ, μέσα στην επιχείρηση. Η Καθηγήτρια Ιορδάνογλου παρουσιάζει την άποψη του Γάλλου φιλόσοφου G. Lipovetsky, ο οποίος αναφέρει ότι η επιχείρηση που χρησιμοποιεί τις αρχές της ΕΚΕ –στην όψη του ανθρώπινου δυναμικού– βρίσκεται στη φάση της μεταηθικής, διότι «διατείνεται ότι έχει νόημα και αξία - βρίσκεται σε αναζήτηση της πνευματικότητας, της φιλοσοφικής και της ηθικής προσωπικότητας».

Ένα καλό εργασιακό περιβάλλον συνεπάγεται ένα πιο αφοσιωμένο και παραγωγικό εργατικό δυναμικό. Οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται να διατηρήσουν το εξειδικευμένο και ικανό προσωπικό και να παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας κατά την εργασία. Οι επιχειρήσεις πρέπει να σέβονται τις υποχρεώσεις που πηγάζουν από τις συμβάσεις και τους εθνικούς νόμους.

Οι επιδράσεις της παγκοσμιοποίησης αναφέρονται και στο εργατικό δίκαιο, το οποίο οφείλει να προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες απασχόλησης. Είναι αναγκαίο να προστατευθούν οι εργαζόμενοι σε όλον τον κόσμο και ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες, των οποίων η οικονομία δεν είναι δυνατό να στηριχθεί στο ανεπαρκές εργατικό δίκαιο. Η παγκοσμιοποίηση διαμορφώνει μια νέα λογική στη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων, μέσω της ενίσχυσης του επαγγελματισμού και αποδίδει ιδιαίτερη έμφαση στις αρχές της αποτελεσματικότητας, της αποδοτικότητας και της προσαρμογής της εργασίας στα νέα δεδομένα.

Η ΕΚΕ επενδύει στο ανθρώπινο δυναμικό. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διατηρούν στους κόλπους τους εργαζομένους με χαμηλή παραγωγικότητα, ώστε να αποφευχθεί η περιθωριοποίησή τους. Η ΕΚΕ πρέπει να βασίζεται στην προσωπική ηθική των ηγετών και των στελεχών του ιδιωτικού τομέα. Στην πρακτική τους εφαρμογή, οι εταιρείες συνδυάζουν ένα μείγμα της πελατοκεντρικής στρατηγικής και της ανθρωπιστικής σχολής. Και βέβαια πρέπει να προστατεύουν και τα προσωπικά δεδομένα τους. Για παράδειγμα, ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στη διάσταση της διαχείρισης των πληροφοριακών συστημάτων της ΔΑΔ, μέσω της συλλογής προσωπικών δεδομένων, ώστε να συλλέγονται οι απαραίτητες πληροφορίες που αφορούν την εργασία τους και όχι οι προσωπικές πληροφορίες, οι οποίες πρέπει να φυλάσσονται σε διαφορετικά αρχεία, εντός της επιχείρησης. Μία από τις πιο σημαντικές επιδιώξεις της ΕΚΕ είναι η μέριμνα για το κοινωνικό σύνολο και τον σεβασμό των ανθρώπινων και των εργασιακών δικαιωμάτων του ανθρώπινου δυναμικού. Όλα τα προγράμματα, τα οποία θέλει να ολοκληρώσει η επιχείρηση, θα έχουν μεγαλύτερη επιτυχία, εφόσον οι εργαζόμενοι που θα τα υλοποιήσουν θα αισθανθούν πως και οι ίδιοι απολαμβάνουν ανάλογη φροντίδα από την εταιρεία, στην οποία εργάζονται. Τα δικαιώματα των εργαζομένων περιλαμβάνουν ευκαιρίες βελτίωσης των δυνατοτήτων τους και των προσόντων τους, καλύτερη εκπαίδευση, σεβασμό των πολιτισμικών διαφορών και ζητήματα μισθολογικής ισότητας και δίκαιης αποζημίωσης.

Στην Έκθεση Καλών Πρακτικών (2016), οι δράσεις των επιχειρήσεων περιλαμβάνουν ίσες ευκαιρίες απασχόλησης, ενίσχυση της απασχόλησης των ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων, μέριμνα για την υγιεινή και την ασφάλεια και τέλος, ευέλικτα προγράμματα απασχόλησης, με στόχο την ισορροπία της επαγγελματικής και της προσωπικής ζωής. Σημαντικό ρόλο στην πραγματοποίηση

όλων των παραπάνω διαδραματίζει το αρμόδιο τμήμα ΔΑΔ, το οποίο με την κατάλληλη καθοδήγηση από τους Chief Executive Officers (CEO's), θα μπορούσε να εισηγηθεί τρόπους βελτίωσης του εργασιακού κλίματος και του ηθικού των εργαζομένων. Μάλιστα θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει απλούς τρόπους και με το ελάχιστο δυνατό κόστος, όπως βελτίωση της επικοινωνίας, κοινοποίηση των στόχων της επιχείρησης, αξιοποίηση όλου του ανθρώπινου δυναμικού και πολλά άλλα.

Οι πλέον διαδεδομένες πρακτικές για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι τα προγράμματα πρόσθετης ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, σύνταξης και άλλων παροχών προς το προσωπικό. Η τράπεζα αίματος και η εθελοντική αιμοδοσία, τα προγράμματα εθελοντικής συμμετοχής των εργαζομένων σε κοινωνικές ή/και περιβαλλοντικές δράσεις, τα προγράμματα ευαισθητοποίησης των εργαζομένων σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, προγράμματα ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού σε περιβαλλοντικά θέματα. Επίσης, θέματα εσωτερικής ανακύκλωσης, δωρεές, χορηγίες, πιστοποίηση περιβαλλοντικής διαχείρισης και πιστοποιήσεις σε θέματα υγιεινής και ασφάλειας, όπως και διαχείρισης ποιότητας. Τέλος, σε θέματα που αφορούσαν τον πολιτισμό, την ενημέρωση των κατοίκων απομακρυσμένων περιοχών στις πρώτες βοήθειες, πολιτικές για τα Άτομα με Ειδικές Ανάγκες και εξειδικευμένα προγράμματα για διάφορες δραστηριότητες.

Στην Πράσινη Βίβλο (2001) της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, με θέμα «Πρόωθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ» δίνεται ιδιαίτερη σημασία στις εταιρικές υπεύθυνες πρακτικές, οι οποίες αναφέρονται στο ανθρώπινο δυναμικό. Πιο συγκεκριμένα, μία από τις πλέον σημαντικές προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει η επιχείρηση είναι η προσέλκυση, αλλά και η συγκράτηση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Γι' αυτό και αναπτύσσουν πρακτικές για τη δια βίου εκπαίδευση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων στους εργαζομένους, την ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, τις προοπτικές σταδιοδρομίας για όλους και ειδικά για τις γυναίκες.

Ειδικότερα, όσον αφορά την πολιτική των προσλήψεων, πρέπει να διευκολύνονται οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνθρωποι, οι μακροχρόνια άνεργοι, οι γυναίκες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Η εκπαίδευση πρέπει να διαδραματίζει βασικό ρόλο σε διάφορα επίπεδα. Να συμβάλλει, έτσι, στον καθορισμό των αναγκών σε επαγγελματική

κατάρτιση και θα διαμορφώσει ένα ειδικό περιβάλλον για τη δια βίου εκπαίδευση και την απόκτηση περαιτέρω εξειδικευμένων γνώσεων. Επίσης, πρέπει να λαμβάνονται μέτρα για τα θέματα υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, κατά τη διάρκεια της εργασίας τους, να προσαρμόζονται στις ταχύτερες αλλαγές της τεχνολογίας και τέλος, να συμβάλλουν στη μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και να προστατεύουν το περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, για θέματα ανθρώπινου δυναμικού αναφέρει. Όταν μιλάμε για ανθρώπινα δικαιώματα αναφερόμαστε σ' αυτά που αφορούν την αποφυγή της παιδικής εργασίας, τη μη συμμετοχή σε ενέργειες που περιορίζουν τις βασικές αστικές ελευθερίες και την αποφυγή της καταναγκαστικής εργασίας των φυλακισμένων. Η ελεύθερη παραγωγική δραστηριότητα είναι η υψηλότερη απόλαυση που γνωρίζουμε, αλλά όταν είναι υποχρεωτική γίνεται η πιο επίπονη, ταπεινωτική τιμωρία. Δεν υπάρχει τίποτε χειρότερο από το να είσαι εξαναγκασμένος να κάνεις το ίδιο πράγμα, κάθε μέρα από το πρωί μέχρι το βράδυ, ενάντια στη θέλησή σου. Και όσο πιο ανθρώπινος αισθάνεται ο εργάτης, τόσο πιο πολύ πρέπει να μισεί την εργασία του, επειδή αισθάνεται την επιβολή της και το άσκοπο περιεχόμενό της».

Μια διάσταση της ΕΚΕ είναι να προστατεύει τα δικαιώματα του συνεταιριζέσθαι, την εργασία των μεταναστών, τους μισθούς που εξασφαλίζουν τα προς το ζην, το ωράριο εργασίας, τα δικαιώματα των εργαζομένων που ζουν σε συγκεκριμένες επιχειρηματικές λειτουργίες.

Μια δεύτερη διάσταση είναι, ότι ο κοινωνικά υπεύθυνος εργοδότης οφείλει και πρέπει να ενδυναμώνει τους εργαζομένους του με τέτοιο τρόπο, ώστε να καταστούν ένθερμοι οπαδοί της επιχείρησης. Στο σημείο αυτό μάλιστα, αποκτά ιδιαίτερη σημασία ο τρόπος, με τον οποίο η επιχείρηση θα προσελκύσει νέους ανθρώπους και νέα ταλέντα στο δυναμικό της. Ταυτόχρονα, οι εργαζόμενοι οφείλουν να συμμετέχουν ενεργά στην πρακτική της ΕΚΕ, θεωρώντας τους εαυτούς τους εξίσου υπεύθυνους με τους εργοδότες.

Η ΕΚΕ θα ενισχύσει το εργατικό δυναμικό της, με στόχο την καινοτομία και θα βοηθήσει μ' αυτόν τον τρόπο στην απασχολησιμότητα και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Σκοπός της είναι η βελτίωση και η ανάπτυξη δεξιοτήτων για την απασχολησιμότητα, η βελτίωση των εργασιακών συνθηκών και η συνεργασία με τις

αλυσίδες εφοδιασμού, η ενίσχυση του προδραστικού διαλόγου και η δέσμευση με τα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέλη.

Σύμφωνα με την CSR – Europe, η ΕΚΕ δίνει τη δυνατότητα στους εργαζομένους για ίσες ευκαιρίες, άσχετα με την εθνικότητα, το γένος, την ηλικία και τη φυσική αναπηρία. Προσφέρει υγιεινή και ασφάλεια, κατάρτιση και επαγγελματική εξέλιξη, καθώς και βελτιώσεις σε πολλούς τομείς, όπως σ' αυτόν της επικοινωνίας της επιχείρησης με τους εργαζομένους, της μισθοδοσίας και των παροχών, του εργασιακού περιβάλλοντος, της καλυτέρευσης των σχέσεων με τους εκπροσώπους των εργαζομένων, της διαχείρισης των επιχειρηματικών αλλαγών και τέλος, των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Κάθε εργαζόμενος από τη στιγμή που προσλαμβάνεται σε μια επιχείρηση, έχει μια σειρά ηθικών δεσμεύσεων απέναντί της. Αποδέχεται τους στόχους της και δεσμεύεται για την επιδίωξη της υλοποίησής τους, υπακούει στις εντολές των προϊσταμένων του και τέλος, αποφεύγει κάθε ενέργεια η οποία θα βλάψει/ζημιώσει τα συμφέροντά της. Από την άλλη μεριά έχει και μια σειρά ηθικών δικαιωμάτων, όπως το δικαίωμα της προστασίας της ιδιωτικής του ζωής, το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και του συνέρχεσθαι, το δικαίωμα του συναποφασίζεσθαι και του εργάζεσθαι. Το δικαίωμα του συναποφασίζεσθαι αναφέρεται, κυρίως, στην οργανωσιακή δημοκρατία και στη συμμετοχή των εργαζομένων σε θέματα που αφορούν από τα απλά γνωμοδοτικά σχήματα, έως και τη συνδιαχείριση. Παρά ταύτα λόγω της κρίσης, το αυτονόητο δικαίωμα στην εργασία έχει αντικατασταθεί από το δικαίωμα στην απασχόληση και τη δυνατότητα απόκτησης εισοδήματος, από εναλλακτικές και ευέλικτες μορφές εργασίας.

Σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της ΕΚΕ διαδραματίζει και η οργανωσιακή κουλτούρα. Σύμφωνα με τον Simon (1945) «η ανθρώπινη συμπεριφορά στις οργανώσεις δεν είναι συγκινησιακή ή άσκοπη. Αντίθετα κατά κύριο λόγο είναι σκόπιμη». Ο εργαζόμενος βρίσκεται σε μια συνεχή αλληλεπίδραση, με το περιβάλλον της εργασίας του, το οποίο καθορίζει τον τρόπο σκέψης και δράσης του. Είναι ο εργαζόμενος, ένας άνθρωπος που συμμετέχει ενεργά και συνειδητά στο έργο της επιχείρησης και ο οποίος εργάζεται και επηρεάζεται από την εισαγωγή των νέων στοιχείων σ' αυτήν. Διάφορα ζητήματα, τα οποία σχετίζονται με την εργασία του ανθρώπου στις σύγχρονες επιχειρήσεις που διερευνούν τις θετικές και τις αρνητικές επιδράσεις, τις οποίες κάθε μορφή εργασίας ασκεί, καθώς και τον ρόλο της εργασίας,

ως αποφασιστικού παράγοντα επιρροής της ποιότητας της ζωής ενός ανθρώπου, αποτελούν πεδίο προσέγγισης πολλών επιστημονικών κλάδων.

Διαμορφώνει, δηλαδή, και ο εργαζόμενος με τη σειρά του, την οργανωσιακή κουλτούρα. Η οργανωσιακή κουλτούρα, κατά τον Γ. Χαστά, διακρίνεται σε δύο σκέλη. Το πρώτο αφορά το σύστημα των αξιών και των πιστεύω που διέπει μια επιχείρηση και καθορίζει τον τρόπο ενεργειών της, τόσο μέσα στην οργάνωση, όσο και προς τα έξω, ειδικά όταν η επιχείρηση αυτή κατευθύνει τις δραστηριότητές της με ευκαιριακό ή προσχεδιασμένο τρόπο, ή όταν ενθαρρύνει τα στελέχη της προς καινοτόμους τρόπους δράσης, ή αν το θέλει πιστά προς τον παραδοσιακό τρόπο συμπεριφοράς. Ο Ch. Handy διέκρινε τέσσερις τύπους κουλτούρας. Την κουλτούρα της εξουσίας, του ρόλου, του εργασιακού καθήκοντος και τέλος, του ατόμου. Κάθε επιχείρηση χαρακτηρίζεται από το πολιτισμικό της περιβάλλον, το οποίο αναδεικνύει το είδος των ενεργειών που πρέπει να κάνει. Και η οργανωσιακή κουλτούρα διαμορφώνεται σε ένα πλαίσιο περιβαλλοντικής αβεβαιότητας, η οποία συναρτάται από τον τρόπο αντίληψης των μελών των οργανώσεων και πολλές φορές δεν μπορεί να εκτιμήσει τα πιθανά αποτελέσματα της απόφασης που πρέπει να λάβει. Για να αλλάξει η οργανωσιακή κουλτούρα χρειάζεται απαραίτητα ένας ηγέτης, ο οποίος θα έχει την εσωτερική δύναμη στην επιχείρηση και σημαντική θέση σ' αυτήν, ώστε να μπορέσει να επιτευχθεί η εμπιστοσύνη στο πλαίσιο της επιχείρησης. Σύμφωνα με τους Moon και Bonny (2010), χάρη στην εμπιστοσύνη, οι εργαζόμενοι μπόρεσαν να πετύχουν τη βέλτιστη αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα και, παράλληλα, τη δημιουργικότητα. Η έλλειψη εμπιστοσύνης και το γεγονός, ότι πολλές επιχειρήσεις δεν λειτουργούν με σύνολο κοινών ηθικών αξιών, έχει ως αποτέλεσμα, η επιχείρηση να έχει μεγαλύτερο κόστος στη λειτουργία της.

4.2 Παραδείγματα Εφαρμογής Δράσεων της ΕΚΕ στο ανθρώπινο δυναμικό στην Ελλάδα

Η ΕΚΕ είναι δυνατό να μετατρέψει την επιχείρηση σε «Εταιρικό Πολίτη» (Citizenship Responsibilities) που περιλαμβάνει την υποστήριξη σε κοινωφελή ιδρύματα και οργανισμούς, την οικονομική υποστήριξη ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων, την οικονομική υποστήριξη της ιατρικής έρευνας και τις δωρεές σε νοσοκομεία. Οι επιχειρήσεις στο πλαίσιο των ευθυνών τους ως εταιρικοί πολίτες πρέπει να συμβάλλουν στην αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων, στη

μείωση των παραβιάσεων των ανθρώπινων δικαιωμάτων σε τοπικό, εθνικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο, να υποστηρίζουν προοδευτικές, κρατικές, πολιτικές νομοθεσίες, να συμβάλλουν στη μείωση του χάσματος μεταξύ των πλουσίων και των φτωχών, να συμβάλλουν στη μείωση της εξάπλωσης σοβαρών ασθενειών και τέλος, να προτρέπουν τους εργαζομένους τους να προσφέρουν εθελοντική εργασία στην τοπική κοινότητα. Τα προγράμματα του εθελοντισμού αναφέρονται στην προσπάθεια των επιχειρήσεων να ενθαρρύνουν τους εργαζομένους σ' αυτές, να προσφέρουν στις τοπικές κοινωνίες, όπου εδράζονται. Μ' αυτόν τον τρόπο οι εργαζόμενοι θα είναι πιο ικανοποιημένοι και ευαισθητοποιημένοι, θα συμβάλλουν στη βελτίωση της εταιρικής εικόνας και θα προσελκύουν νέους εργαζομένους.

Την εφαρμογή των αρχών της ΕΚΕ μπορούμε να τη συνοψίσουμε, σύμφωνα με την έως τώρα εμπειρία, στα ακόλουθα σημεία. Σύμφωνα με τις Εκθέσεις της ΕΚΕ των λεγόμενων συστημικών Τραπεζών αποδεικνύεται, ότι αυτές :

- έχουν σκοπό να αναδείξουν τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού με κεντρικό στόχο να αναγνωρίζουν τη σημασία του ανθρώπινου δυναμικού τους στην επίτευξη των στόχων της, να επενδύουν στην ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, μέσω εξειδικευμένων προγραμμάτων κατάρτισης εντός και εκτός επιχείρησης, να παρέχουν ίσες ευκαιρίες στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη των στελεχών, να σέβονται τα εργασιακά δικαιώματα, αλλά και να επιβάλλουν συγκεκριμένο κώδικα συμπεριφοράς στους εργαζομένους της επιχείρησης. Παραβίασή του επιφέρει διάφορα πειθαρχικά μέτρα. Επίσης, πρέπει να είναι «κοινωνικά υπεύθυνες απέναντι στο ανθρώπινο δυναμικό τους». Πιο συγκεκριμένα:
 - προσανατολίζονται στην πρόσληψη ατόμων που διακρίνονται από υψηλό αίσθημα ευθύνης, επαγγελματισμό, εργατικότητα, ανάληψη πρωτοβουλιών και ενδιαφέρον για μάθηση,
 - έχουν εισαγάγει Μοντέλο Επιχειρηματικής Αριστείας,
 - καθιερώνουν την πολιτική ίσων ευκαιριών,
 - φροντίζουν για τη δημιουργία συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας,

- ορισμένες εξ αυτών έχουν δημιουργήσει τη Γενική Διεύθυνση Εταιρικής Διοίκησης και «Εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας», ώστε να διασφαλισθεί η διαφάνεια και η πληροφόρηση,
- δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην άρτια στελέχωση της επιχείρησης, μέσω αξιοκρατικών διαδικασιών και τέλος,
- στην καλλιέργεια κλίματος αναγνώρισης και επιβράβευσης της εργασίας.

Σύμφωνα με τις Εκθέσεις ΕΚΕ των βιομηχανιών αποδεικνύεται, ότι αυτές :

1. για να πετύχουν τους στόχους τους, έχουν αναπτύξει δράσεις σε θέματα, τα οποία αφορούν επενδύσεις σε σύγχρονης τεχνολογίας μηχανολογικό εξοπλισμό και μηχανήματα, επιλογή μέσων ατομικής προστασίας τελευταίας γενιάς, προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις των θέσεων εργασίας, εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και πολλά άλλα, έχουν διαμορφώσει εγχειρίδια, με τίτλο «Εταιρικές Αξίες και Κώδικας Δεοντολογίας»,
2. έχουν καθιερώσει τη «διαδικασία εσωτερικών συνεντεύξεων» για «τον εντοπισμό τυχόν παραπόνων, αναφορικά με θέματα της καθημερινής τους ζωής στην εργασία τους». Στελέχη της εταιρείας επισκέπτονται τις διάφορες διευθύνσεις και διεξάγουν εμπιστευτικές συνεντεύξεις με εργαζομένους – δειγματοληπτικά. Ο έλεγχος εμπίπτει στο πλαίσιο της ηθικής και μ' αυτόν τον τρόπο νομιμοποιείται και εξασφαλίζεται, ότι οι δραστηριότητες ολοκληρώνονται με τον ορθό τρόπο και στον σωστό χρόνο. Σύμφωνα με μελέτη που παρουσιάζει η Robbins κ.ά. (2012 : 691), το 12% των παραβιάσεων της δεοντολογίας οφείλεται σε κακόβουλη ενέργεια και το 46% σε δωροδοκία. Λόγω των προηγούμενων σκανδάλων, οι επιχειρήσεις έδωσαν ιδιαίτερη βαρύτητα στους οικονομικούς ελέγχους και στους δείκτες ρευστότητας. Επίσης, άρχισαν να ελέγχουν το σύστημα διαχείρισης πληροφοριών και να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί σε ηθικά ζητήματα, τα οποία απορρέουν από τους ελέγχους μέσω Η/Υ, αλλά και λόγω των προβλημάτων που προκύπτουν από τις πολιτισμικές διαφορές,
3. φροντίζουν για την υγιεινή και την ασφάλεια, αν και σύμφωνα με το Σώμα Επιθεωρητών Εργασίας, το 2008, συνέβησαν 6.657 εργατικά ατυχήματα,

4. υπάρχουν επιχειρήσεις που θέτουν τους εργαζομένους τους στη διάθεση των τοπικών κοινωνιών, σε περιπτώσεις εκτάκτων αναγκών, ώστε οι εθελοντές να συνδράμουν τις προσπάθειες των τοπικών αρχών και τέλος,
5. η βιβλιογραφία για την ΕΚΕ, σε σχέση με τις ΜΜΕ, βρίσκεται ακόμη στα σπάργανα. Έρευνα για την ΕΚΕ στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, από το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ απέδειξε, ότι οι ΜΜΕ επιδεικνύουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην ανάπτυξη δράσεων που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό. Πιο συγκεκριμένα, ο πλέον σημαντικός τομέας δράσης της ΕΚΕ είναι το ανθρώπινο δυναμικό, διότι οι διαπροσωπικές σχέσεις εργοδότη και εργαζομένων είναι στενές και οι τελευταίοι πρέπει να είναι ικανοποιημένοι. Στην κατάταξη των πιο σημαντικών δράσεων της ΕΚΕ πρώτες εμφανίζονται, όσες έχουν να κάνουν με το ανθρώπινο δυναμικό, όπως είναι οι δράσεις που αφορούν την παροχή ίσων ευκαιριών, ανεξάρτητα από διακρίσεις, δράσεις που αφορούν την εκπαίδευση και τις πρόσθετες παροχές. Τέλος, ένα μεγάλο ποσοστό των εργαζομένων θεωρεί ότι ωφελείται από τις δράσεις της ΕΚΕ, τις οποίες αναλαμβάνει η οργάνωση που εργάζονται. Οι πιο σημαντικοί λόγοι για την εμπλοκή των ΜΜΕ είναι περιστασιακοί και δεν σχετίζονται με τη στρατηγική των επιχειρήσεων. Οι λόγοι αυτοί, μεταξύ των άλλων, αφορούν την ηθική, τις σχέσεις με την κοινότητα, την εμπιστοσύνη των πελατών, την ικανοποίηση των εργαζομένων, την οικονομική απόδοση, τους κώδικες συμπεριφοράς, τις πιέσεις σε τρίτους και τέλος, τη σχέση με τους εταιρικούς συνεταιίρους

Η ΕΚΕ αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στα θέματα της υγιεινής και της ασφάλειας στους χώρους εργασίας. Σύμφωνα με το Σώμα Επιθεωρητών Εργασίας, το 2008 συνέβησαν 6.657 εργατικά ατυχήματα, αν και σύμφωνα με το Ινστιτούτο Υγιεινής και Ασφάλειας της Εργασίας, τα ατυχήματα ανέρχονται σε 26.657. Απ' αυτά, τα επίσημα θύματα, όσοι δηλαδή έχασαν τελικά τη ζωή τους, ήταν 142 εργαζόμενοι. Υπολογίζεται πως κάθε χρόνο, κατά μέσο όρο, περίπου 130 άνθρωποι χάνουν τη ζωή τους εν ώρα εργασίας.

Κατ' αυτόν τον τρόπο αποδεικνύεται ότι οι περισσότερες από τις ελληνικές επιχειρήσεις δεν έχουν προχωρήσει στη βελτίωση του τεχνολογικού εξοπλισμού και ότι δεν εφαρμόζονται αυστηρά οι αρχές της νομοθεσίας περί συνθηκών υγιεινής και

ασφάλειας στους χώρους εργασίας. Σύμφωνα με τους συνδικαλιστές, ο μεγαλύτερος αριθμός των ατυχημάτων παρουσιάζεται, κυρίως, στα τεχνικά έργα, στα μεταλλεία και στη ΔΕΗ, όπου απαντάμε εργαζομένους με εργολαβία, ανειδίκευτη εργασία και χαμηλή εκπαίδευση.

Από τις αναφορές που προηγήθηκαν, διαπιστώνουμε ότι η ΕΚΕ ενδιαφέρεται να διασφαλίσει ένα εργασιακό περιβάλλον δημιουργικό και ανταποδοτικό για όλους τους εργαζομένους της επιχείρησης και όχι μόνο να εφαρμόζει πολιτικές, σε σχέση με τον σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων και την επιχειρηματική ηθική. Σύμφωνα με δημοσιεύματα του Τύπου, η νέα μόδα σχετικά με τις εργασιακές σχέσεις έρχεται από ένα παιχνίδι reality, το οποίο προέρχεται από την Ολλανδία. Το παιχνίδι έχει τον τίτλο «Someone's gotta go» (Κάποιος πρέπει να φύγει) και σ' αυτό οι εργαζόμενοι της επιχείρησης που έχει πληγεί από την οικονομική κρίση αποφασίζουν ποιος θα απολυθεί, ποιος θα μετακινηθεί, ποιος θα υποστεί μείωση μισθού και σε ποιον θα γίνει αύξηση μισθού. Παράλληλα, οι επιδόσεις τους στην εργασία και οι μισθολογικές καταστάσεις όλων των εργαζομένων δεν θα κρατούνται μυστικές. Το αξιοσημείωτο είναι ότι ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης δεν θα έχει καμία ανάμειξη σε όλα αυτά, παρότι βέβαια καταπατούν κάθε αρχή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Παράλληλα συμβάλλει, όχι μόνο στην προσέλκυση, αλλά και στη διατήρηση των πλέον ταλαντούχων στελεχών της αγοράς στη συγκεκριμένη επιχείρηση. Πολλές επιχειρήσεις επιμορφώνουν το στελεχιακό τους δυναμικό σε θέματα που αφορούν την ΕΚΕ, όπως το ήθος, η ακεραιότητα, η υπευθυνότητα και, εν γένει, η απόκτηση ευαίσθητων δεξιοτήτων. Η ΕΚΕ αποσκοπεί στη συνεχή και συστηματική ανάπτυξη των επαγγελματικών ικανοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού, στην αναγνώριση της διαφορετικότητας και στην παροχή ίσων ευκαιριών, στην αμφίδρομη επικοινωνία διοίκησης και εργαζομένων, στη διασφάλιση και στη συνεχή βελτίωση των συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας της εργασίας. Σύμφωνα με τα προαναφερθέντα, η καλύτερη δυνατή εκπαίδευση παρέχεται στους εργαζομένους και εξετάζονται διαρκώς τρόποι που θα κάνουν την εργασία του ανθρώπινου δυναμικού ευκολότερη.

4.2.1 Η διάσταση του ανθρώπινου δυναμικού είναι η πλέον σημαντική για την ΕΚΕ

Οι απόψεις του ανθρώπινου δυναμικού για τις επιχειρήσεις τους καταγράφονται στην έρευνα για το Καλύτερο Εργασιακό Περιβάλλον. Τα κριτήρια αξιολόγησης των

επιχειρήσεων από τους εργαζομένους τους είναι η αξιοπιστία της διοίκησης (αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας, ακεραιότητα και ηθική συμπεριφορά των εργαζομένων), ο σεβασμός και το προσωπικό ενδιαφέρον για κάθε εργαζόμενο (υποστήριξη στην επαγγελματική ανάπτυξη και ανέλιξη, συνεργασία και συμμετοχή των εργαζομένων στις αποφάσεις της διοίκησης, φροντίδα και προσωπικό ενδιαφέρον για κάθε εργαζόμενο), το αίσθημα της δικαιοσύνης (ισοτιμία και αίσθημα δικαίου, αντικειμενικότητα και αμεροληψία στις προσλήψεις και στις προαγωγές και κοινωνική δικαιοσύνη), η υπερηφάνεια και η αίσθησή του να είναι ο εργαζόμενος σημαντικός στην επιχείρησή του και τέλος, η συντροφικότητα και η δημιουργία φιλικής ατμόσφαιρας στον εργασιακό χώρο (φιλικό εργασιακό κλίμα, κλίμα ομαδικότητας και ειλικρίνεια στις σχέσεις με τους εργαζομένους). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του προτελευταίου διαγωνισμού (2015) στην κατηγορία από 250 εργαζομένους και άνω, οι πέντε επιχειρήσεις με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον ήταν η Mendelez BU Greece, Pfizer Hellas, Παπαστράτος, Διαμαντής Μασούτης Super Markets και Nestlé Hellas. Στην κατηγορία 50 – 250 εργαζόμενοι, οι πέντε κορυφαίες επιχειρήσεις είναι η JTI, Xerox Hellas, Microsoft Hellas, Mars Hellas και Diageo Hellas. Τέλος, στην κατηγορία 20 – 49 εργαζόμενοι, επικρατούν η SAS Institute, Hellas Direct, Edenrer και Royal Canin Hellas (στην ιστοσελίδα <http://www.greatplacetowork.gr/best-workplaces/best-workplaces-hellas>).

Σύμφωνα με τον διαγωνισμό για το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον 2016 (Best Workplaces 2016) στις κορυφαίες από τις 23 εταιρείες με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον, συγκαταλέγονται οι Pfizer, ο Μασούτης, η NN, η MSD και η Pepsico (στην κατηγορία με άνω των 250 εργαζομένων). Στην επόμενη κατηγορία (από 50 έως 249 εργαζομένους) κυριάρχησαν οι ABBVIE, η Mars, η Microsoft, η British American Tobacco Hellas και η Coca-Cola Hellas. Τέλος, στις εταιρείες από 20 – 49 εργαζομένους, στις τρεις πρώτες θέσεις είναι η SAS, η PCS και η ActionAid.

Η ΕΚΕ συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός κλίματος, το οποίο αναφέρεται στις εργασιακές συνθήκες, στις ίσες ευκαιρίες, στην κατάρτιση και στην επαγγελματική εξέλιξη και στις αμοιβές και παροχές προς τους εργαζομένους. Συμβάλλει στη βελτίωση των σχέσεων της επιχείρησης με τους εργαζομένους και βοηθάει στη βελτίωση της ηθικής στο εσωτερικό της επιχείρησης (όπως αντιμετώπιση της δωροδοκίας και της διαφθοράς, διαμόρφωση κώδικα δεοντολογίας και έντιμη εμπορία). Οι επιχειρήσεις θεωρούν, ότι η αύξηση του κέρδους είναι εφικτή σε ένα

περιβάλλον, όπου οι εργαζόμενοι «εμπιστεύονται τους προϊσταμένους τους, είναι υπερήφανοι γι' αυτό που κάνουν και έχουν ευχάριστες σχέσεις με τους συναδέλφους τους». Οι επιχειρήσεις οφείλουν να συνεργάζονται με την κοινωνία, διότι απ' αυτήν αναζητούν και βρίσκουν το ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο επιθυμούν και είναι αναγκαίο για να λειτουργήσουν αποδοτικά και αποτελεσματικά (στην ιστοσελίδα <http://www.greatplacetowork.gr/>).

Τέλος, οι επιχειρήσεις προτρέπουν τους εργαζομένους τους να προσφέρουν τον ελεύθερο χρόνο τους για κάποιον καλό σκοπό στην τοπική κοινωνία. Για παράδειγμα, η εταιρεία Alumil, σε συνεργασία με τις αρμόδιες αρχές του Κιλκίς (έδρα της επιχείρησης), είχε θέσει τους εργαζομένους της στη διάθεση αυτών για περιπτώσεις έκτακτων αναγκών. Πιο συγκεκριμένα, τριάντα εργαζόμενοι είχαν παρακολουθήσει ένα πρόγραμμα δια βίου εκπαίδευσης, διάρκειας 100 ωρών και συνέδραμαν τις προσπάθειες των αρχών της περιοχής σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης, όπως ήταν η κατάσβεση πυρκαγιών, οι σεισμοί, οι πλημμύρες, οι εκκενώσεις κτιρίων, τα ακραία καιρικά φαινόμενα και άλλα.

Η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις στην επιχειρηματικότητα. Η προσέλκυση και η αξιοποίηση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού εξασφαλίζεται με την αξιοκρατία, τη δια βίου μάθηση, την παροχή ελεύθερου χρόνου, τις ίσες προοπτικές για όλες τις φυλές και τα φύλα, δράσεις που ευθέως συνδέονται με την ΕΚΕ. Οι δραστηριότητες που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, απαιτούν τη δίκαιη μεταχείρισή του με την προσέλκυση και την παραμονή του στην οργάνωση. Είναι δραστηριότητες οι οποίες αφορούν την επικοινωνία και την εκπροσώπηση των εργαζομένων, διασφαλίζουν την καταλληλότητα για την πρόσληψη σε όλες τις θέσεις και την ανάπτυξη των ικανοτήτων. Επίσης, τη διαφορετικότητα και την ισότητα, τη δίκαιη αμοιβή, την ισορροπία ανάμεσα στην εργασία και την προσωπική ζωή, την υγεία, την ασφάλεια και την ευημερία.

Βιβλιογραφία

- Αναλυτής, Ν. (2007). Εισήγηση κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση-CSR 2007», 24 Απριλίου.
- Αλεξίου, Μ. (2003). Εταιρική κοινωνική ευθύνη: μία διαφορετική αντίληψη στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 19, 115-133.
- Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ (2007a+b). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Καλές πρακτικές και Δράσεις. Αθήνα : Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ.
- Βαξεβανίδου, Μ. (2011), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα: Εκδόσεις ΑΘ. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ
- Γεωργοπούλου, Β.,(2005). ΕΚΕ : Η οικοδόμηση μιας νέας σχέσης ανάμεσα στην επιχείρηση και την κοινωνία. *Διοικητική Ενημέρωση*, τ. 34.
- Ζαγλάρα, Α. (2010). Η εξέλιξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης: η κοινωνική υπευθυνότητα της εταιρείας" Γέφυρα ΑΕ" (Doctoral dissertation).
- Ιορδάνογλου, Δ. (2008). Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Αθήνα : Κριτική.
- Κανελλόπουλος Χ. (1990). Μάνατζμεντ: Αποτελεσματική Διοίκηση σε Επιχειρήσεις, Οργανισμούς και Υπηρεσίες, Αθήνα: International Publishing
- Καραγκούνη, Κ. (2009). *Εταιρική κοινωνική ευθύνη* (Doctoral dissertation, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας).
- Μανδρακά, Μ. (2009). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Ευκαιρία ή απειλή για τις επιχειρήσεις του 21ου αιώνα; Στο Ε. Θεοδοροπούλου, Μ. Καΐλα, C. Larrere, M. Bonnett (Επιμ.). *Περιβαλλοντική Ηθική: Από την Έρευνα και τη Θεωρία στην Εφαρμογή*, 325-342.
- Μπουραντάς, Δ. (2008). Κοινωνικά υπεύθυνη ηγεσία – Για το κοινό συμφέρον. *Βήμα Ιδεών*, τ. 12.
- Πουλιόπουλος, Λ. (2016). Εταιρική κοινωνική ευθύνη ως παράγων υπεραξίας τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον.
- Ροδάκος, Η. Α. (2011). Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η εφαρμογή της στη στρατηγική Εταιριών Κινητής Επικοινωνίας στην Ελλάδα (Master's thesis).