



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΦΙΛΟΛΟΓΙΑΣ



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΦΙΛΟΣΟΦΙΚΗ ΣΧΟΛΗ
ΤΜΗΜΑ
ΦΙΛΟΣΟΦΙΑΣ - ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗΣ - ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ

ΔΙΑΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΚΑΙ ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΗΘΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ»

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Του

Ιωάννη Ηλ. Δουρίδα

Διπλωματούχου Τμήματος Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του
Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2011

Επιβλέπων Καθηγητής: Αναστασίου Αθανάσιος

Συνεπιβλέποντες: Πανταζάκος Παναγιώτης
Παντελόπουλος Γεώργιος

Καλαμάτα, Φεβρουάριος 2019

| | |
|--|----|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ | 4 |
| ABSTRACT | 5 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 6 |
| 1. Γενικά..... | 6 |
| 2. Προσδιορισμός του προβλήματος..... | 8 |
| 3. Σκοπός και Θέση της διπλωματικής | 8 |
| 4. Αναγκαιότητα και Συμβολή της διπλωματικής | 9 |
| 5. Οι περιορισμοί της παρούσας μελέτης | 9 |
| 6. Γενική Μεθοδολογία..... | 9 |
| 7. Η δομή της διπλωματικής | 10 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ..... | 11 |
| 1.1 Ιστορική Αναδρομή της ΕΚΕ..... | 11 |
| 1.1.1 Η μοντέρνα περίοδος της ΕΚΕ: Η δεκαετία του 1950..... | 12 |
| 1.1.2 Η βιβλιογραφία της ΕΚΕ επεκτείνεται: Η δεκαετία του 1960..... | 13 |
| 1.1.3 Οι ορισμοί της ΕΚΕ πολλαπλασιάζονται: Η δεκαετία του 1970..... | 14 |
| 1.1.4 Εναλλακτικές προσεγγίσεις: Η δεκαετία του 1980..... | 15 |
| 1.1.5 Εναλλακτικά θέματα της ΕΚΕ: Η δεκαετία του 1990 | 16 |
| 1.1.6 Η ΕΚΕ στον 21ο αιώνα..... | 17 |
| 1.2 Η Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης | 21 |
| 1.2.1 Επικρατούντες Ορισμοί για την ΕΚΕ | 23 |
| 1.3 Θεωρίες για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη..... | 26 |
| 1.3.1 Η Θεωρία των Μετόχων | 26 |
| 1.3.2 Η Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών | 26 |
| 1.3.3 Η Θεωρία της Τριπλής Κατώτατης Γραμμής (Triple Bottom Line Approach) | 27 |
| 1.3.4 Η Θεωρία της «Πεφωτισμένης Μεγιστοποίησης της Αξίας» | 28 |
| 1.4 Χαρακτηριστικά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης | 28 |
| 1.5 Κατηγοριοποιήσεις για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη | 30 |
| 1.6 Διαστάσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης..... | 32 |
| 1.6.1 Εσωτερική Διάσταση ΕΚΕ..... | 32 |
| 1.6.2 Εξωτερική Διάσταση ΕΚΕ | 38 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ | 48 |
| 2.1 Οι βαθμοί Κοινωνικής Ευθύνης..... | 48 |
| 2.1.1 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Υποχρέωσης (Social Obligation Approach) | 48 |
| 2.1.2 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Ευθύνης (Social Responsibility Approach)..... | 49 |
| 2.1.3 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Απόκρισης (Social Responsiveness Approach)..... | 49 |
| 2.2 Λόγοι ή Προσδιοριστικοί Παράγοντες της ΕΚΕ..... | 50 |
| 2.3 Οφέλη από την εφαρμογή ΕΚΕ | 54 |
| 2.4 Πρακτική Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης..... | 57 |

| | |
|--|-----|
| 2.5 Μελέτες Περίπτωσης Επιχειρήσεων που εφαρμόζουν την ΕΚΕ και χαρακτηριστικά τους | 59 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΗΘΙΚΟ - ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ | 70 |
| 3.1 Νομικό – Ηθικό Πλαίσιο και Καινοτομίες..... | 70 |
| 3.1.1 Νομικό Πλαίσιο | 70 |
| 3.1.1.1 Διεθνείς Συνθήκες και Πρωτοβουλίες | 70 |
| 3.1.1.2 Ευρωπαϊκές Συνθήκες..... | 72 |
| 3.1.1.3 Διεθνή Πρότυπα Υπευθυνότητας και Δείκτες Κοινωνικής Ευθύνης | 73 |
| 3.1.2 Πρωτοβουλίες για την ΕΚΕ σε Διεθνές, Ευρωπαϊκό και Εθνικό Επίπεδο | 74 |
| 3.1.2.1 Οικουμενικό Σύμφωνο. Η πρωτοβουλία του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών για την ΕΚΕ και τη βιώσιμη ανάπτυξη | 74 |
| 3.1.2.2 Ευρωπαϊκή Συμμαχία για την ΕΚΕ: Πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ανάδειξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως πόλου αριστείας και προαγωγής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης..... | 76 |
| 3.1.2.3 Διεθνής Πρωτοβουλία για την Έκδοση Κοινωνικών και Περιβαλλοντικών Απολογισμών | 77 |
| 3.1.2.4 Ειδικά Επενδυτικά Κεφάλαια και αρχές για την αξιολόγηση των επενδύσεων | 78 |
| 3.1.2.5 Πρωτοβουλία για τη δημιουργία Διεθνούς Προτύπου (ISO) για την εταιρική κοινωνική ευθύνη..... | 78 |
| 3.1.2.6 Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ | 79 |
| 3.2 Ηθική Επιχειρήσεων, Κώδικας Δεοντολογίας, έννοιες που οδηγούν στην ορθή εφαρμογή ΕΚΕ..... | 81 |
| 3.2.1 Ηθική των Επιχειρήσεων | 81 |
| 3.2.2 Κώδικας Δεοντολογίας..... | 82 |
| 3.3 Ηθικό Πλαίσιο Αρχές και Υπεραξία | 83 |
| 3.3.1 ΕΚΕ και Επιχειρηματική Ηθική..... | 84 |
| 3.3.2 Νόμιμο - Ηθικό και ΕΚΕ | 87 |
| 3.3.3 Δεοντολογία και επιχειρηματικό γίνεσθαι του «Φιλανθρωποκαπιταλισμού» | 89 |
| 3.3.4 Δημιουργία υπεραξίας..... | 93 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | 97 |
| 4.1 Πρότυπα Μέτρησης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης..... | 97 |
| 4.2 Φορείς ΕΚΕ στην Ελλάδα..... | 99 |
| 4.3 Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη..... | 100 |
| 4.4 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα..... | 103 |
| 4.4.1 Εμπειρικές Έρευνες | 104 |
| 4.4.2 Πρωτοβουλίες ανάδειξης και προώθησης ΕΚΕ..... | 108 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΚΡΙΤΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ | 113 |
| 5.1 Η σύγχρονη μορφή της ΕΚΕ..... | 113 |
| 5.2 Λάθη που οδηγούν την ΕΚΕ σε αποτυχία..... | 116 |
| 5.3 Προβληματισμοί σχετικά με την ΕΚΕ | 117 |

| | |
|--|-----|
| 5.4 Διλήμματα και Προβληματισμοί..... | 119 |
| 5.5 Κριτική και Αντίλογος..... | 121 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ | 123 |
| 6.1 Σύνοψη – Συμπεράσματα..... | 123 |
| 6.2 Γενικότερες Προτάσεις για την σωστή εφαρμογή της ΕΚΕ | 125 |
| 6.2.1 Τα βασικά Βήματα για την ορθή εφαρμογή ΕΚΕ | 126 |
| 6.2.2 Η Στρατηγική της ΕΚΕ | 127 |
| 6.2.3 Ανάγκη και ευθύνη του Σύγχρονου Επιχειρηματικού Κόσμου | 130 |
| 6.3 Προοπτική και Μέλλον της ΕΚΕ..... | 131 |
| ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 133 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 136 |

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα έρευνα αποσκοπεί στη διερεύνηση, τη μελέτη και την κατανόηση της έννοιας της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» (ΕΚΕ) μέσα στο πλαίσιο των επιχειρήσεων. Επιχειρείται μια σύντομη ιστορική ανασκόπηση της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ), αλλά και ανίχνευση συναφών εννοιών και ποικίλων διαφοροποιήσεων. Συγκεκριμένα, η παρούσα έρευνα αποτελεί μία βιβλιογραφική ανασκόπηση τόσο της διεθνούς, όσο και της ελληνικής βιβλιογραφίας, προκειμένου να διερευνηθεί η σύγχρονη πραγματικότητα των επιχειρήσεων σε σχέση με την ΕΚΕ. Μέσα από τα ευρήματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, αναδύθηκε μία έντονη ασυμβατότητα, αλλά και χρησιμότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι από τη μία, οι οργανισμοί που ενσωματώνουν στην κουλτούρα τους τις αρχές της ΕΚΕ πολλαπλασιάζονται, ενώ παράλληλα αυξάνονται και ισχυροποιούνται και τα θεσμικά όργανα που προωθούν και υποστηρίζουν την ΕΚΕ (π.χ. το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που αποτελεί πλέον και επίσημο μέλος του Οικουμενικού Συμφώνου (Global Compact). Τέλος η έρευνα μας αποπειράται να αποτιμήσει τις τάσεις και τις προοπτικές, θεωρώντας ότι η ΕΚΕ δεν απεικονίζει μια παροδική ανάγκη ούτε εξαντλείται στο φιλανθρωπικό και χορηγικό έργο των επιχειρήσεων. Αντιθέτως, είναι μια πρόκληση στρατηγικής σημασίας για όλες τις επιχειρήσεις.

Λέξεις κλειδιά: εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ), οφέλη και πλεονεκτήματα, ηθικές αρχές, ελληνικό δίκτυο, διλήμματα και προβληματισμοί, προοπτική.

ABSTRACT

This research aims at exploring, studying and comprehending the concept of "Corporate Social Responsibility" (CSR) within business framework. A brief historical review of the concept of corporate social responsibility (CSR) is underway, as well as the detection of relevant concepts and variations. In particular, this research is a rather bibliographic review of both international and national literature in order to explore the contemporary reality of business as far as CSR is concerned. Taking into account the bibliographic review findings, a strong incompatibility as well as the usefulness in terms of Corporate Social Responsibility is emerged. In particular it appears that on the one hand, organizations that incorporate CSR principles in their culture are multiplying while, at the same time, the institutions promoting and supporting CSR (eg the Greek Network for Corporate Social Liability, which is now an official member of the Global Compact), are growing and strengthening. While it is attempted on behalf of the research to access trends and prospects considering that CSR does not reflect a temporary need, nor is it exhausted in charitable and sponsorship work Law firms on the contrary, it consists a strategic challenge for all businesses.

Key Words: Corporate Social Responsibility (CSR), benefits and advantages, moral principles, Greek network, dilemmas and concerns, perspective.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Γενικά

Η έννοια της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» αποτελεί μία νέα έννοια, η οποία έκανε την εμφάνισή της σχετικά πρόσφατα, κατά την Σύνοδο Κορυφής της Λισσαβόνας το έτος 2000. Από τότε έως και σήμερα, η έννοια της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» έχει επικρατήσει σε όλα τα πεδία του διεθνούς διαλόγου, καθώς και της διεθνούς πρακτικής. Η συνεργασία μεταξύ του δημοσίου, του ιδιωτικού και του κοινωνικού τομέα, η οποία αποσκοπεί στην αιεφόρο ανάπτυξη, αποτελεί το κέντρο των διαβουλεύσεων σχεδόν όλων των σύγχρονων επιχειρήσεων, αλλά και των δημόσιων φορέων, των ακαδημαϊκών ερευνών, αλλά και των πολιτικών αποφάσεων κατά την περίοδο των τελευταίων δεκαετιών.

Η εμφάνιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ως ένα νέο δομικό στοιχείο διαμόρφωσης της οργανωτικής κουλτούρας και κατά επέκταση των εκδηλωμένων συμπεριφορών, δεν αποτελεί σύμπτωση γεγονότων, αλλά προϊόν της ωρίμανσης της σχέσης μεταξύ της κοινωνίας και των επιχειρήσεων. Είναι πολύ πιθανόν να αντανακλά την ανάγκη της Ευρώπης να αντισταθεί και να αντιμετωπίσει τις απειλές και τα προβλήματα της καθημερινότητας (π.χ. υγεία, φτώχεια, περιβάλλον κ.ά.). Μάλιστα, η αναζήτηση ενός προσώπου, το οποίο θα αναλάβει την ευθύνη του οργανισμού, σε όποιον τομέα και αν ανήκει (δημόσιο, ιδιωτικό, κοινωνικό), αποτελεί πρώτη γραμμή στρατηγικής, η οποία αποσκοπεί στην αιεφόρο ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της Ευρώπης για τον 21ο αιώνα. Παρόλο που η πρακτική εφαρμογή της κοινωνικής υπευθυνότητας χρονολογείται κατά την περίοδο των τελευταίων δεκαετιών, οι κατευθυντήριες γραμμές και τα κύρια δομικά συστατικά της ήταν συνεχώς υπό εξέλιξη, καθ' όλη τη διάρκεια του 20ού αιώνα, απορρέοντας από τα κοινωνικά, καθώς και τα οικονομικά επιτεύγματα της εκάστοτε χρονικής περιόδου.

Οι ρίζες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στηρίζονται στην αντίληψη περί παράλληλης πορείας της οικονομικής και της κοινωνικής ευρωστίας, όπως εκφράστηκε από τους κλασικούς αλλά και πιο σύγχρονους οικονομολόγους και κοινωνιολόγους (Sen, 1989). Ήδη από το 1930 οι Α.Α. Berle (Berle, 1932) και E. Merrick Dodd (Dodd, 1932) κατέθεσαν την άποψή τους για το ρόλο και την ευθύνη των διευθυντικών στελεχών. Μάλιστα, ο Dodd (1932) αναφέρει ότι «*οι δυνάμεις της εταιρικής διακυβέρνησης εξαρτώνται από την εμπιστοσύνη όλης της κοινωνίας*». Το 1953 ο Bowen εισήγαγε την έννοια της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» για πρώτη φορά στη βιβλιογραφία, διατυπώνοντας ότι πρόκειται για «*την υποχρέωση των επιχειρήσεων να επιδιώκουν τις πολιτικές, να λαμβάνουν τις αποφάσεις και να ακολουθούν τις πράξεις οι οποίες είναι επιθυμητές στο πλαίσιο των σκοπών και των αξιών της κοινωνίας*» (Porter & Kramer, 2002).

Άλλωστε, η πρώτη εφαρμογή μιας κάποιου είδους κοινωνικής υπευθυνότητας συναντάται αρκετά παλιά στην πολιτική των επιχειρήσεων περί χορηγίας, η οποία στη συνέχεια εξελίχθηκε σε

αυτό που ονομάστηκε εταιρική φιλανθρωπία. Παρόλο που οι παραπάνω πρακτικές αποτελούν ενδείξεις του κοινωνικού προσώπου μιας εταιρείας, με μακρά ιστορία στο χώρο των επιχειρήσεων, από μόνες τους δεν μπορούν να θεωρηθούν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αν ανατρέξουμε στο χρόνο θα παρατηρήσουμε άφθονες χορηγίες και φιλανθρωπικές εκδηλώσεις από την πλευρά όμως μεμονωμένων ατόμων, όπως αυτές των επικεφαλών των οικονομικών οργανισμών και των ευεργετών. Επίσης, σύμφωνα με τον Porter, η εταιρική φιλανθρωπία μέσα στο σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό πεδίο και υπό το πρίσμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πρέπει να συνδέεται άμεσα με το ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον, το στρατηγικό σχεδιασμό και την οργάνωση των εταιρειών καθώς και με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Παρόλα αυτά όμως, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εξακολουθεί να παραμένει μια πιο πολύπλοκη πρακτική.

Στο ίδιο πλαίσιο με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εντάσσονται και οι έννοιες της «επιχειρησιακής ηθικής» και της «δεοντολογίας», καθώς συνδέονται άρρηκτα με ένα σύνολο κανόνων συμπεριφοράς που πρέπει να ακολουθούνται, ενώ παράλληλα συνδέονται άμεσα και με τον δημόσιο ρόλο των οργανισμών μέσα στην κοινωνία. Οι παραπάνω συναφείς έννοιες χρονολογούνται από τις αρχές της δεκαετίας του '70, κατά τη διάρκεια της οποίας εντοπίζεται μία προσπάθεια συστηματικής οριοθέτησης των κοινωνικών υποχρεώσεων ενός οργανισμού. Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση, και αυτές οι έννοιες δεν μπορούν να προσεγγίσουν με απόλυτη επάρκεια την έννοια της «κοινωνικής υπευθυνότητας». Πιο συγκεκριμένα, η επιχειρησιακή ηθική αποτελεί το προίμιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, περιλαμβάνοντας αξίες και αρχές, οι οποίες βασίζονται σε έννοιες του «καλού» και του «κακού», οι οποίες είναι και αυτές που ρυθμίζουν τη δημόσια συμπεριφορά των οργανισμών. Από την άλλη πλευρά, η έννοια της «δεοντολογίας» σχετίζεται περισσότερο με την τήρηση κανόνων που νομιμοποιούν ή όχι την εκάστοτε επαγγελματική συμπεριφορά.

Εν αντιθέσει των παραπάνω, ο Milton Friedman (1970) στο άρθρο του *“The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”*, εκδηλώνει μία αρνητική στάση απέναντι στους οργανισμούς, οι οποίοι φέρουν κοινωνική ευθύνη. Επίσης, αναδιατυπώνει και τον δικό του ριζοσπαστικό ορισμό για το περιεχόμενο της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», περιορίζοντας το περιεχόμενό της στην αύξηση των εσόδων του κάθε οργανισμού, και φέρνοντας στο προσκήνιο για άλλη μία φορά το ζήτημα για τη φύση της σχέσης κοινωνίας και οργανισμών.

Η δεκαετία '80-'90 φέρνει μαζί της αλλαγές στην οργάνωση και λειτουργία της παγκόσμιας οικονομίας. Οι αγορές απελευθερώνονται και απορρυθμίζονται, ενώ παγιώνουν πια την εμφάνισή τους και οι πολυεθνικές επιχειρήσεις αποπνέοντας τον αέρα της παγκοσμιοποίησης, αλλά και της καινοτομίας. Η μεγιστοποίηση του κέρδους, ο οικονομικός ιμπεριαλισμός και τα σκάνδαλα γίνονται συνώνυμο των επιχειρήσεων που αποζητούν με κάποιο τρόπο την εξιλέωσή και την κοινωνική τους νομιμοποίηση.

Έτσι, η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κάνει την εμφάνισή της σε μια εποχή όπου

οι αλλαγές στο οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο θέλουν τους οικονομικούς οργανισμούς να προσανατολίζονται, όλο και περισσότερο, προς μία υπεύθυνη συμπεριφορά απέναντι στο κοινωνικό σύνολο προκειμένου να ανταπεξέλθουν στο νέο πλαίσιο του ανταγωνισμού και παράλληλα να απαντήσουν στις ανάγκες της κοινωνίας απέναντι σε ένα ρευστό παγκόσμιο μέλλον.

2. Προσδιορισμός του προβλήματος

Η παρούσα διπλωματική αναλύει και καταδεικνύει τη μεγάλη σημασία της ΕΚΕ, όχι μόνο σε επίπεδο επιχειρήσεων και οργανισμών, αλλά όλων των πολιτών και ανθρώπων που θέλουν να συμβιώνουν σε ένα κοινωνικό σύνολο. Ο όρος ΕΚΕ μπορεί να είναι σύγχρονος, αλλά σαν φιλοσοφία έρχεται από την αρχαία ακόμη εποχή, αρκεί να μελετήσει κανείς τις χορηγίες στους Ολυμπιακούς αγώνες στην αρχαία Ελλάδα κλπ. Η κοινωνική ευθύνη ουσιαστικά υπήρχε από την αρχαιότητα και πήρε διάφορες ονομασίες και μορφές, όπως χορηγία, ευεργεσία, φιλανθρωπία, φιλοπατρία κλπ. Επομένως θα μελετήσουμε το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ή όπως θα την αναγράφουμε και παρακάτω με το ακρωνύμιο ΕΚΕ). Ως μια από τις πλέον σύγχρονες προτάσεις στο χώρο της επικοινωνίας, του marketing, της διοίκησης επιχειρήσεων κλπ, η ΕΚΕ προσφέρει έναν εναλλακτικό τρόπο λειτουργίας των οργανισμών, μέσω της συμπερίληψης ηθικών και κοινωνικών επιδιώξεων πέρα από τους καθαρά οικονομικούς στόχους.

3. Σκοπός και Θέση της διπλωματικής

Μέσα λοιπόν, στο πλαίσιο του ολοένα κι αυξανόμενου ενδιαφέροντος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως σκοπό να αποδώσει συμπυκνωμένα τα βασικά στοιχεία τα οποία συνθέτουν το θεσμό, να διερευνήσει τη σημασία του, να φωτίσει τις πτυχές του, να εξετάσει την αναγκαιότητα από την οποία προέκυψε και τις προϋποθέσεις που πρέπει να τηρούνται για να προκύπτουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα από την εφαρμογή του.

Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι η σχετική με το θέμα βιβλιογραφία είναι εξαντλητική ως προς τα αναμενόμενα οφέλη, αλλά ταυτόχρονα διαπιστώνεται από πολλούς μελετητές έντονη κριτική, κυρίως ως προς τις μεθοδεύσεις της εφαρμογής της ΕΚΕ. Επομένως ήταν αναπόφευκτο να μην συμπεριληφθούν αυτά τα θέματα στην παρούσα εργασία. Επιπλέον, επιμέρους στόχο αποτέλεσε η μεταφορά του θεσμού στην σύγχρονη εποχή κι η εξέτασή του μέσα από το πρίσμα της σύγχρονης εποχής, από όπου διαφαίνονται ελπιδοφόρες διέξοδοι.

Η θέση της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι ότι η εταιρική υπευθυνότητα είναι προς όφελος όχι μόνο των εταιρειών, αλλά και της κοινωνίας και ότι η διάδοση της ΕΚΕ στον ελληνικό χώρο έχει προοπτική.

4. Αναγκαιότητα και Συμβολή της Διπλωματικής

Η αναγκαιότητα της παρούσας διπλωματικής είναι η διερεύνηση των χαρακτηριστικών ή πιθανών ωφελειών που μπορούν να αποκομίσουν οι επιχειρήσεις και η κοινωνία από την σωστή εφαρμογή των πρακτικών της ΕΚΕ, καθώς επίσης να καταγράψει την ανάγκη για την θεσμοθέτησή της και να προτείνει μέτρα βασισμένα στη διεθνή εμπειρία και την ελληνική πρακτική, καθόσον, ο μέσος όρος του γενικού πληθυσμού στον ελλαδικό χώρο φαίνεται να μην έχει σημαντική εξοικείωση με την έννοια και το περιεχόμενο της ΕΚΕ, ενώ ακόμα και το μικρό ποσοστό που είναι ενήμερο για την ΕΚΕ, φαίνεται να παρουσιάζει σημαντική επιφύλαξη απέναντι στις δράσεις των οργανισμών στο πλαίσιο της ΕΚΕ. Για το λόγο αυτό η παρούσα διπλωματική φιλοδοξεί στο να ενθαρρύνει τους οργανισμούς στην Ελλάδα να καταβάλλουν ακόμα μεγαλύτερη προσπάθεια, προκειμένου να καταφέρουν να ενσωματώσουν την ΕΚΕ στην κουλτούρα τους, αλλά και να πείσουν την ελληνική κοινή γνώμη ότι κάτι τέτοιο θα είναι προς όφελος της κοινωνίας.

5. Οι περιορισμοί της παρούσας μελέτης

Η διεπιστημονικότητα του προβλήματος δημιουργεί την ανάγκη εύρεσης πηγών ενώ το πολύπλευρο του αντικειμένου απαιτεί τον περιορισμό της μελέτης σε κάποιες μόνο από τις πτυχές του θέματος. Η ανυπαρξία «τελικών» θεωριών απαιτεί μια ευρύτατη βιβλιογραφική έρευνα από την οποία θα συντεθούν οι βασικές παράμετροι της εταιρικής ευθύνης. Η μη ύπαρξη ελληνικών πηγών αποδεικνύει την επικαιρότητα του θέματος. Γενικότερα πολλές επιχειρήσεις δεν δημοσιοποιούν εύκολα τους εσωτερικούς κώδικες και τις πρακτικές τους γεγονός που αποτελεί θέμα προς αξιολόγηση ως πρακτική και περαιτέρω μελλοντική έρευνα.

6. Γενική Μεθοδολογία

Η παρούσα έρευνα αποτελεί μία βιβλιογραφική ανασκόπηση, τόσο της διεθνούς όσο και της ελληνικής βιβλιογραφίας, προκειμένου να διερευνηθεί η έννοια και η σημασία της ΕΚΕ στην σύγχρονη εποχή. Συγκεκριμένα βασίστηκε κυρίως σε συλλογή και ανάλυση δευτερογενών δεδομένων που αφορούν όλο το φάσμα της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Οι κύριες πηγές συλλογής δεδομένων ήταν θεσμικοί φορείς (όπως η Ε.Ε., Ο.Η.Ε., δημόσιοι οργανισμοί με στόχο την προώθηση της εταιρικής ηθικής και της εταιρικής ευθύνης), άρθρα από επιστημονικά περιοδικά, πηγές από μια συνεχή ροή άρθρων από εφημερίδες και περιοδικά σε όλο τον κόσμο αλλά και έρευνες δημοσιευμένες στο διαδίκτυο.

7. Η δομή της διπλωματικής

Η παρούσα διπλωματική χωρίζεται σε έξι κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται εννοιολογική προσέγγιση του θέματος, αναφέροντας την ιστορική εξέλιξη της ΕΚΕ σε διεθνές και ελληνικό επίπεδο, αποσαφηνίζεται ο ορισμός της ΕΚΕ, γίνεται αναφορά στις κατηγοριοποιήσεις και τα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την ΕΚΕ και τέλος αναφέρονται οι επικρατέστερες θεωρίες για την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται η θεωρητική και η εις βάθος μελέτη και προσέγγιση της ΕΚΕ, αναφέροντας τους βαθμούς της κοινωνικής ευθύνης, τους λόγους που εφαρμόζεται η ΕΚΕ, τα οφέλη και τα πλεονεκτήματα που έχει στην σύγχρονη εποχή και τέλος γίνεται μια αναφορά στην πρακτική εφαρμογή της ΕΚΕ στον διεθνή και ελληνικό χώρο.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αναγράφεται το νομικό και ηθικό πλαίσιο της ΕΚΕ, οι Συνθήκες και Πρωτοβουλίες που γίνονται σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, γίνεται η σύνδεση της ΕΚΕ με την ηθική των επιχειρήσεων και το ηθικό πλαίσιο που θα πρέπει να ακολουθεί ένας οργανισμός, προσδίδοντάς του έτσι αρχές και υπεραξία.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, εξετάζεται η ΕΚΕ στον ελλαδικό χώρο, αναφέροντας τους σημαντικότερους δείκτες μέτρησης της αποδοτικότητάς της, πως λειτουργεί το ελληνικό δίκτυο για την ΕΚΕ και τι έρευνες έχουν γίνει για την πρακτική εφαρμογή της.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, γίνεται μια κριτική θεώρηση της έννοιας της ΕΚΕ από την σύγχρονη βιβλιογραφία, αναφέροντας την σύγχρονη μορφή της ΕΚΕ, τα λάθη που οδηγούν την ΕΚΕ σε αποτυχία, ενώ τέλος αναγράφονται κάποιοι προβληματισμοί και διλήμματα συγγραφέων για την χρησιμότητα και αξία της εφαρμογής της ΕΚΕ στους οργανισμούς γενικότερα.

Στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο, γίνεται μια σύνοψη της παρούσας διπλωματικής, αναφέροντας τα κυριότερα συμπεράσματα της βιβλιογραφικής επισκόπησης και γίνεται μια αναφορά στα βασικά βήματα που θα πρέπει να ακολουθεί η εφαρμογή της ΕΚΕ στην σύγχρονη εποχή. Τέλος αναγράφεται η αναγκαιότητα της ΕΚΕ, γίνονται προτάσεις για την εφαρμογή της, καταγράφοντας την στρατηγική της ΕΚΕ και δίνονται ιδέες για την προοπτική και το μέλλον της ΕΚΕ κυρίως στον ελληνικό χώρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

1.1 Ιστορική Αναδρομή της ΕΚΕ

Μέχρι τη δεκαετία του 1970, η ΕΚΕ αναφέρεται ως αστείο οξύμωρο και αντιφατικό με όρους επένδυσης (Lydenberg, 2005). Ωστόσο, στη δεκαετία του 1990 η έννοια της ΕΚΕ έγινε παγκοσμίως γνωστή και επιβλήθηκε σε όλα τα τμήματα που συναπαρτίζουν μία κοινωνία, από τις κυβερνήσεις και τις εταιρείες μέχρι τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς και τους πελάτες. Οι περισσότεροι διεθνείς οργανισμοί όπως τα Ηνωμένα Έθνη, η Παγκόσμια Τράπεζα, ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας (ILO) και η Οργάνωση Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Organization of Economic Co-operation and Development) όχι μόνο υποστηρίζουν την ΕΚΕ, αλλά έχουν καθορίσει και οδηγίες που την προάγουν. Το 1977, λιγότερες από τις μισές εταιρείες του Fortune 500 αναφέρουν την ΕΚΕ στις ετήσιες εκθέσεις τους. Ωστόσο, μέχρι το 1990, το 90% περίπου των εταιρειών του Fortune 500 περιλαμβάνουν την ΕΚΕ ως απαραίτητο στοιχείο των οργανωτικών στρατηγικών στόχων τους και προβάλλουν τις δραστηριότητές τους σχετικά με την ΕΚΕ στις ετήσιες εκθέσεις τους (Boli και Hartsuiker, 2001). Οι αλλαγές είναι τόσο δραματικές, ώστε το ανώτατο στέλεχος της General Electric, Jeffrey Immelt, δήλωσε ότι ο «κόσμος έχει αλλάξει» (Gunther, 2004) και το ανώτατο στέλεχος της HP-Compaq, Carly Fiorina, υποστήριξε ότι έχει προκύψει «νέα πραγματικότητα για τις επιχειρήσεις» (Fiorina, 2001).

Σκοπός αυτής της ενότητας είναι να παρουσιάσει χρονικά την εξέλιξη της ΕΚΕ από το 1950 έως σήμερα καταγράφοντας τους πιο ενδεικτικούς ορισμούς που διατυπώθηκαν, καθώς η παρουσίαση του συνόλου των ορισμών της ΕΚΕ είναι πρακτικά αδύνατη. Ο Carroll (1999) αναφέρει ότι η ΕΚΕ έχει μια μακρά και πολύπλευρη ιστορία. Είναι πολύ πιθανόν να βρεθούν ενδείξεις για κοινωνική ευθύνη των εταιρειών στο πέρασμα των αιώνων, ωστόσο, επίσημα για την ΕΚΕ έχει γίνει λόγος κυρίως τον 20ό αιώνα και ιδιαίτερα τα τελευταία 50 χρόνια. Αναφορές υπάρχουν στο σύνολο σχεδόν των χωρών και ιδίως των ανεπτυγμένων, για παράδειγμα των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής.

Σημαντική πρόκληση συνιστά ο εντοπισμός της χρονικής περιόδου που αποτελεί την αρχή για την εμφάνιση της ΕΚΕ. Η συγκεκριμένη εργασία ξεκινά την έρευνα από τη δεκαετία του 1950. Πρέπει να αναφερθεί ότι η ΕΚΕ εμφανίζεται και πιο πριν, κατά τη διάρκεια των δεκαετιών του 1920, 1930 και του 1940 (Barnard, 1938; Clark, 1939), οι αναφορές όμως είναι περιορισμένες στη βιβλιογραφία. Η εισαγωγή ενεργειών κοινωνικής ευθύνης γίνεται για δύο κυρίως λόγους τόσο για απολογητικούς, όσο και για να μειωθούν τα αντικρουόμενα συμφέροντα μεταξύ σημαντικών ομάδων (Windsor, 2001). Ο Drucker (1999) αναφέρεται στην ισορροπία των επιδιώξεων των Συμμετεχόντων και τη χρονολογεί από το 1920. Άλλοι υποστηρίζουν ότι η γέννηση της ΕΚΕ τοποθετείται το 1930, όπου ο ρόλος των μάντζερ είναι στο επίκεντρο της συζήτησης για τους Berle και Merrick Dodd (Post, 2003; Turner, 2006) ενώ ο Simon (1945) κάνει λόγο για την υποχρέωση ενός οργανισμού να

ακολουθεί τις αξίες της κοινωνίας. Παρακάτω παρουσιάζεται η εξέλιξη του όρου από το 1950 μέχρι το 1990 επισημαίνοντας και αντικρουόμενους, παραπλήσιους ή συμπληρωματικούς όρους με την ΕΚΕ, όπως της Θεωρίας των Μετόχων και της Θεωρίας των Συμμετεχόντων.

Η ενότητα αυτή αναφέρεται στην εξέλιξη της ΕΚΕ στο πέρασμα των δεκαετιών, προβάλλοντας την έλλειψη συνοχής για τη νομιμότητα της ενσωμάτωσης της ΕΚΕ στις επιχειρηματικές λειτουργίες, την έλλειψη κοινά αποδεκτού ορισμού και συγκεκριμένων πρακτικών ΕΚΕ που οι εταιρείες οφείλουν να υιοθετήσουν.

1.1.1 Η μοντέρνα περίοδος της ΕΚΕ: Η δεκαετία του 1950

Στη δεκαετία αυτή η ΕΚΕ αποκτά μια σχετικά σύγχρονη έννοια. Οι περισσότεροι μελετητές αναφέρονται στον Bowen και στο βιβλίο του «Social Responsibilities of the Businessmen» του 1953, ως την πρώτη προσπάθεια θεωρητικοποίησης της σχέσης μεταξύ των εταιρειών και της κοινωνίας (Carroll, 1979; Preston, 1975; Wartick και Cochran, 1985). Στην πραγματικότητα, το βιβλίο του Bowen υπαγορεύθηκε από το Ομοσπονδιακό Συμβούλιο των Χριστιανικών Εκκλησιών της Αμερικής, το οποίο αντιπροσωπεύει 29 εκκλησίες Προτεσταντών και Ορθοδόξων. Το βιβλίο αποτελεί μέρος μίας μεγαλύτερης μελέτης είκοσι έξι τόμων της χριστιανικής ηθικής και οικονομικής ζωής και συνιστά μία έρευνα για την οικονομική ζωή και τη σχέση με τις πνευματικές και ηθικές αξίες. Η δημοσίευση του βιβλίου συνέπεσε χρονικά με την απόφαση του ανωτάτου δικαστηρίου του New Jersey, που νομιμοποιούσε τις εταιρικές συνεισφορές για σκοπούς πέρα των άμεσων ωφελειών των επιχειρήσεων. Το νομικό πλαίσιο στις Ηνωμένες Πολιτείες γίνεται όλο και πιο ευνοϊκό για την ΕΚΕ. Κατά τη διάρκεια των ετών 1950-1960, πολυάριθμες νομοθεσίες θεσπίζονται προκειμένου να ρυθμιστούν οι συμπεριφορές των επιχειρήσεων και να προστατευτούν το προσωπικό και οι καταναλωτές (Textile Fiber Products Identification Act of 1958, Fair Packaging και Labeling Act of 1960, Equal Pay Act of 1963, National Traffic και Motor Safety Act of 1966, National Environmental Policy Act of 1969, Truth in Lending Act of 1969, Clean Air Act of 1970 κλπ.).

Τα πρώτα χρόνια εμφάνισης του όρου ΕΚΕ χρησιμοποιείται περισσότερο ο όρος Κοινωνική Ευθύνη απ' ότι ΕΚΕ. Η δημοσίευση του Bowen (1953) έχει συμφωνηθεί ότι αποτελεί την αφετηρία της βιβλιογραφίας πάνω σε αυτό το θέμα και ο ίδιος θεωρείται πατέρας της ΕΚΕ (Carroll, 1999). Όπως φανερώνει το βιβλίο του Bowen, δεν υπάρχουν γυναίκες επιχειρηματίες εκείνη την περίοδο ή τουλάχιστον δεν υπάρχουν επίσημες αναφορές. Υιοθετεί επίσης την πεποίθηση ότι οι εταιρείες αποτελούν κύρια κέντρα δύναμης και οι ενέργειές τους επηρεάζουν τη ζωή των πολιτών σε πολλές πτυχές της. Αναφέρεται στο «Ποιες είναι οι εύλογες ευθύνες από την πλευρά των επιχειρηματιών προς την κοινωνία». Ο Bowen θέτει τη βάση της κοινωνικής ευθύνης του επιχειρηματία: «Αναφέρεται στις υποχρεώσεις του επιχειρηματία προκειμένου να ακολουθήσει εκείνες τις πολιτικές,

να πάρει εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθήσει εκείνες τις ενέργειες, οι οποίες είναι επιθυμητές σύμφωνα με τους αντικειμενικούς σκοπούς και αξίες της κοινωνίας μας» (Bowen, 1953).

Ο Bowen κάνει λόγο για την έρευνα του περιοδικού Fortune το 1946 - πρέπει να σημειωθεί ότι εκείνη την περίοδο οι ανώτεροι υπάλληλοι αποκαλούνταν επιχειρηματίες - όπου οι συντάκτες του περιοδικού, αναφερόμενοι στην ΕΚΕ ή στην «κοινωνική ευσυνειδησία» των διοικούντων, υποστηρίζουν ότι οι επιχειρηματίες είναι υπεύθυνοι για τις συνέπειες των ενεργειών τους σε ένα ευρύ πεδίο δηλώσεων των κερδών και των ζημιών τους (Bowen, 1953). Εκπληκτικό είναι το γεγονός ότι το 93.5% των επιχειρηματιών συμφωνούν με την παραπάνω δήλωση. Ο Bowen υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ δεν είναι πανάκεια, αλλά ότι περιέχει μία σημαντική αλήθεια που πρέπει να ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις στο μέλλον. Λόγω της πρόωρης και δημιουργικής εργασίας του Bowen, ο Carroll (1999) προτείνει να αποκαλείται «πατέρας της ΕΚΕ».

1.1.2 Η βιβλιογραφία της ΕΚΕ επεκτείνεται: Η δεκαετία του 1960

Εάν κατά τη δεκαετία του 1950 και πιο πριν σπανίζουν οι αναφορές του όρου ΕΚΕ, τότε η δεκαετία του 1960 χαρακτηρίζεται από μεγάλη ανάπτυξη των προσπαθειών να τυποποιηθούν ή να οριστούν με περισσότερη ακρίβεια τον όρο της ΕΚΕ. Ανάμεσα στους πιο σημαντικούς συγγραφείς αυτής της δεκαετίας είναι οι Keith Davis και William C. Frederick. Ίσως από τους πιο γνωστούς συγγραφείς της συγκεκριμένης περιόδου είναι ο Keith Davis, ο οποίος υποστηρίζει ότι οι αποφάσεις των επιχειρηματιών πρέπει να λαμβάνονται πέρα -έστω και λίγο- από το άμεσο οικονομικό ή τεχνικό συμφέρον της εταιρείας (Davis, 1960). Υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ είναι μία νεφελώδης ιδέα και ότι η εταιρικά υπεύθυνη επιχείρηση μπορεί να κριθεί μακροπρόθεσμα. Η εταιρεία έχει μεγάλες πιθανότητες να κερδίσει οικονομικά, καθώς αποζημιώνεται για την κοινωνική της ευθύνη (Davis, 1960). Η παραπάνω άποψη παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς γίνεται κοινά αποδεκτή στο τέλος της δεκαετίας του 1970 και στην αρχή της δεκαετίας του 1980.

Ο ορισμός του Frederic αποτελεί την αφετηρία των σύγχρονων ορισμών της ΕΚΕ, καθώς αναφέρει ότι: «(οι κοινωνικές ευθύνες) σημαίνουν ότι οι επιχειρηματίες πρέπει να επιβλέπουν τη λειτουργία του οικονομικού συστήματος, το οποίο χρειάζεται να εκπληρώνει τις προσδοκίες του κοινού, να επιτυγχάνεται δηλαδή η συνολική κοινωνικο-οικονομική ευμάρεια. Η κοινωνική υπευθυνότητα, σε τελική ανάλυση, υπονοεί μία δημόσια στάση προς τους οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους και την προθυμία αυτοί οι πόροι να χρησιμοποιούνται για το ευρύ κοινωνικό καλό και όχι μόνο για το ατομικό και εταιρικό συμφέρον» (Frederick, 1960).

Στην πρώτη έκδοση του εγχειριδίου «Business and its environment» οι Davis και Blomstrom (1966) ορίζουν την κοινωνική ευθύνη ως εξής: «Η κοινωνική ευθύνη, επιπρόσθετα, αναφέρεται στις υποχρεώσεις του ατόμου να λαμβάνει υπόψη τις επιδράσεις και τις ενέργειες σε ολόκληρο το

κοινωνικό σύστημα. Οι επιχειρηματίες εφαρμόζουν την κοινωνική ευθύνη όπου λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες και τα συμφέροντα των άλλων, όπου μπορεί να επηρεάζονται από τις ενέργειες της επιχείρησης. Με αυτές τις ενέργειες, οι επιχειρήσεις κοιτούν πέρα από τα στενά οικονομικά και τεχνικά συμφέροντα».

Αξίζει να αναφερθεί ότι η φράση «επιχειρηματίας» χρησιμοποιείται μέχρι τα μέσα του 1960. Ο Davis (1967) αναφέρεται και πάλι στην ΕΚΕ, προκειμένου να προσδιορίσει επακριβώς την έννοια. Σε άρθρο του προσπαθεί να απαντήσει τι οφείλει ο επιχειρηματίας στην κοινωνία και προσθέτει στον ορισμό του τα εξής: «η ουσία της κοινωνικής ευθύνης προκύπτει από την ανησυχία των ηθικών επιπτώσεων από τις ενέργειες ενός, καθώς αυτές επηρεάζουν τα συμφέροντα του άλλου» (Davis, 1967).

1.1.3 Οι ορισμοί της ΕΚΕ πολλαπλασιάζονται: Η δεκαετία του 1970

Η δεκαετία του 1970 σηματοδοτείται από το βιβλίο του Morrell Heald με τίτλο «The Social Responsibilities of business: Company και community, 1900-1960», (Heald, 1970). Παρόλο που δεν προβάλλει έναν λακωνικό ορισμό της εταιρικής ευθύνης, είναι ξεκάθαρο ότι ο ορισμός του κυμαίνεται προς την ίδια κατεύθυνση με τους ορισμούς του 1960 και πρωτότερα. Στον πρόλογο του βιβλίου του αναφέρει ότι τον απασχολεί ο όρος όπως «οι επιχειρηματίες τον ορίζουν και τον έχουν βιώσει». Επίσης, οι περιγραφές των ανθρώπων των επιχειρήσεων εκείνη την περίοδο δείχνουν ότι τους απασχολεί περισσότερο η εταιρική φιλανθρωπία και οι σχέσεις με την κοινωνία.

Ο Jonhson (1971) παρουσιάζει ποικιλία ορισμών της ΕΚΕ και στη συνέχεια τους αναλύει και τους κρίνει. Ο πρώτος ορισμός αναφέρει ότι: «Μία κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είναι αυτή, της οποίας το διοικητικό προσωπικό ισορροπεί τα πολλαπλά συμφέροντα. Αντί της προσπάθειας και μόνο για μεγιστοποίηση των κερδών των μετόχων, η υπεύθυνη εταιρεία είναι αυτή η οποία λαμβάνει υπόψη τους υπαλλήλους, τους προμηθευτές, τις τοπικές κοινότητες και τα έθνη». Η δεύτερη άποψη του είναι ότι: «Η ΕΚΕ δηλώνει ότι οι επιχειρήσεις εκτελούν κοινωνικά προγράμματα για να προσθέσουν κέρδος στον οργανισμό τους. Από αυτή την πλευρά, η κοινωνική ευθύνη θεωρείται ως μακροχρόνια μεγιστοποίηση των κερδών». Εκθέτοντας την τρίτη άποψη του για την ΕΚΕ, την αναφέρει ως «μεγιστοποίηση της χρησιμότητας». Από αυτή την πλευρά, υποστηρίζει ότι η εταιρική ευθύνη υποθέτει ότι βασικός κινητήριος παράγοντας της εταιρείας πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση της χρησιμότητας, η εταιρεία να επιδιώκει πολλαπλούς στόχους και όχι αποκλειστικά τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Κατόπιν διατύπωσε τον παρακάτω ορισμό, ότι ο καλός επιχειρηματίας δεν ενδιαφέρεται μόνο για το προσωπικό του συμφέρον αλλά και για το συμφέρον των συμπολιτών του. Τον τέταρτο ορισμό, τον ορίζει ως λεξικογραφική άποψη της κοινωνικής ευθύνης. Σε αυτόν τον

ορισμό οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρείας, όπως αυτοί των καταναλωτών, ταξινομούνται κατά σειρά σπουδαιότητας και οι στόχοι αξιολογούνται ξεχωριστά. Τα επίπεδα αυτών των στόχων καθορίζονται βάσει πολλών παραγόντων, αλλά ο πιο σημαντικός παράγοντας είναι η παρελθούσα εμπειρία στην προσπάθεια επίτευξης αυτών των στρατηγικών στόχων και η παρελθούσα αποδοτικότητα παρόμοιων επιχειρήσεων.

Ο λεξικογραφικός ορισμός του Johnson προτείνει ότι οι εταιρείες οι οποίες παροτρύνονται ισχυρά από το κέρδος, μπορούν να εφαρμόζουν και αυτές μία εταιρική κοινωνική συμπεριφορά. Μόλις πετύχουν τους οικονομικούς στόχους τους, ενεργούν σαν να είναι η κοινωνική ευθύνη ένας σημαντικός στρατηγικός στόχος, ακόμη κι αν δεν είναι. Τέλος, καταλήγει ότι οι τέσσερις παραπάνω ορισμοί, αν και φαίνονται αντιφατικοί κατά περιόδους, είναι ουσιαστικά συμπληρωματικοί της ίδιας πραγματικότητας.

Μία ακόμη σημαντική συνεισφορά στο θέμα της ΕΚΕ στη δεκαετία του 1970 προέρχεται από τον George Steiner. Στην πρώτη έκδοση του εγχειριδίου του «Business and Society» (1971), ο Steiner ασχολείται εκτενώς με την ΕΚΕ. Σέβεται τις απόψεις των Davis και του Frederick για την ΕΚΕ και εκφράζει τις απόψεις του σχετικά με το θέμα: «Οι επιχειρήσεις είναι και πρέπει να είναι οικονομικοί οργανισμοί, αλλά... έχουν ευθύνη να βοηθήσουν την κοινωνία να επιτύχει τους βασικούς σκοπούς και, επομένως, έχουν κοινωνικές ευθύνες. Όσο μεγαλύτερη είναι μία εταιρεία, τόσο μεγαλύτερες είναι οι ευθύνες της. Η ΕΚΕ είναι κάτι περισσότερο από τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζεται η λήψη αποφάσεων. Είναι μία φιλοσοφία, η οποία εξετάζει και επισημαίνει το συμφέρον της επιχείρησης μακροπρόθεσμα σε αντιδιαστολή με το παλιό, στενό και βραχύβιο συμφέρον».

Η δεκαετία του 1970 δεν ασχολείται πλέον με το εάν οι εταιρείες πρέπει να επικεντρώνονται στην ΕΚΕ -αν και η διαμάχη ακόμα μαίνεται- αλλά οι περισσότερες μελέτες που δημοσιεύονται εστιάζουν στο περιεχόμενο και στη διαδικασία εφαρμογής της ΕΚΕ (Ackerman, 1973; Fitch, 1976; Murray, 1976).

1.1.4 Εναλλακτικές προσεγγίσεις: Η δεκαετία του 1980

Σε αυτή τη δεκαετία παρουσιάζονται εναλλακτικές έννοιες όπως η δημόσια διοίκηση, η εταιρική κοινωνική ανταπόκριση, η εταιρική κοινωνική αποδοτικότητα, η επιχειρησιακή ηθική.

Ο Jones (1980) ορίζει την ΕΚΕ ως «μία έννοια όπου οι εταιρείες έχουν υποχρέωση προς άλλες ομάδες της κοινωνίας εκτός από τους μετόχους και πέρα από αυτήν που ορίζεται από το νόμο και τη συλλογική σύμβαση εργασίας. Δύο ζητήματα αυτού του ορισμού είναι κρίσιμα. Το πρώτο, η υποχρέωση πρέπει να υιοθετείται εθελοντικά, ενώ η συμπεριφορά η οποία επηρεάζεται από το νόμο και τη συλλογική σύμβαση εργασίας δεν είναι εθελοντική. Δεύτερον, η υποχρέωση είναι ευρεία,

εκτείνεται πέρα από την παραδοσιακή υποχρέωση των μετόχων και σε άλλες κοινωνικές ομάδες, όπως οι πελάτες, το προσωπικό, οι προμηθευτές και οι γειτονικές κοινότητες». Οι Dalton και Cosier (1982) παρουσιάζουν ένα μοντέλο, απεικονίζοντας μία μήτρα 2x2. Θεωρούν ότι υπάρχουν «τέσσερα πρόσωπα» της κοινωνικής ευθύνης, που απεικονίζονται από τέσσερα κελιά, τα οποία δημιουργούνται από δύο άξονες. Στον έναν άξονα απεικονίζεται η «ευθύνη» και η «ανευθυνότητα» και στον άλλο άξονα η «νόμιμη» και η «μη νόμιμη». Όπως είναι αναμενόμενο, καταλήγουν ότι το κελί «νόμιμη-ευθύνη» είναι το κατάλληλο για τη στρατηγική της ΕΚΕ για τις εταιρείες. Μπορεί, επομένως, να υποθεθεί ότι η κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είναι αυτή που λειτουργεί «νόμιμα» και «υπεύθυνα», παρόλο που είναι πολύ δύσκολο να προσδιοριστούν οι παραπάνω ορισμοί.

Ο Carroll (1983) επεκτείνει τον ορισμό που είχε δώσει το 1973 σχετικά με την ΕΚΕ. Η ΕΚΕ περιλαμβάνει τη συμπεριφορά της επιχείρησης ώστε να είναι οικονομικά κερδοφόρα, νομοταγής και να υποστηρίζει ηθικές και κοινωνικές ενέργειες. Για να είναι κοινωνικά υπεύθυνη σημαίνει ότι οι όροι κερδοφορία και υπακοή στο νόμο αποτελούν πρώτιστους όρους στη συζήτηση της ηθικής των εταιρειών. Κατά συνέπεια, η ΕΚΕ αποτελείται από τέσσερις ευθύνες: οικονομική, νομική, ηθική και φιλανθρωπική ή εθελοντική. Αν και ο Drucker (1954) ασχολείται και νωρίτερα με την ΕΚΕ, είναι ενδιαφέρον ότι το 1984 προτείνει μία «νέα έννοια» της ΕΚΕ. Ο Carroll (1999) σημειώνει ότι ο Drucker προφανώς λαμβάνει υπόψη ορισμούς της ΕΚΕ, οι οποίοι απορρίπτουν τη σημασία της εταιρείας να πραγματοποιεί κέρδος, καθώς παρουσιάζει ως «νέα» την ιδέα ότι η κερδοφορία και η ευθύνη είναι δύο έννοιες συμβατές. Αυτό το σημείο έχει αναφερθεί ρητά σε προηγούμενους ορισμούς και υπονοείται σε πολλούς άλλους. Αυτό το οποίο είναι ίσως νέο για τον Drucker, δεν είναι η συμβατότητα των δύο παραπάνω εννοιών αλλά ότι η εταιρεία οφείλει «να μετατρέψει» τις κοινωνικές ευθύνες σε επιχειρηματικές ευκαιρίες. Το κοινωνικό πρόβλημα χρειάζεται να μετατραπεί σε οικονομική ευκαιρία και οικονομικό όφελος, σε παραγωγική ικανότητα, σε ανθρώπινη ικανότητα, σε καλά πληρωμένη εργασία και σε πλούτο. Ένα ακόμα πεδίο έρευνας που αναπτύχθηκε αυτή τη δεκαετία είναι κατά πόσο η ΕΚΕ έχει σχέση με την χρηματοοικονομική αποδοτικότητα, η οποία αναπτύχθηκε από τους Cochran και Wood (1984). Οι μελετητές ενδιαφέρονται όλο και πιο πολύ για το εάν οι εταιρείες που εφαρμόζουν ΕΚΕ είναι επίσης κερδοφόρες. Εάν μπορούσε να αποδειχθεί ότι υπήρχε σχέση, αυτό θα πρόσθετε επιχειρήματα υπέρ της ΕΚΕ. Αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί ο δείκτης φήμης ως δείκτης ΕΚΕ. Ο Moskowitz το 1970 αναπτύσσει και αυτός έναν δείκτη φήμης ο οποίος κατηγοριοποιεί την εταιρεία ως «εξέχουσα», «άξια αναφοράς» και «χειρότερη». Οι Cochran και Wood (1984) παραδέχονται τις αδυναμίες αυτού του δείκτη ΕΚΕ ερευνώντας άλλους.

1.1.5 Εναλλακτικά θέματα της ΕΚΕ: Η δεκαετία του 1990

Η δεκαετία αυτή συνεισφέρει ελάχιστα στον ορισμό της ΕΚΕ. Κατά τη διάρκειά της μία από

τις μεγαλύτερες συνεισφορές στην ΕΚΕ είναι της Wood (1991), όταν επανεξέτασε το μοντέλο της Εταιρικής Κοινωνικής Αποδοτικότητας (ΕΚΑ). Αν και η Wood συμβάλλει σημαντικά στη διάδοση της έννοιας της ΕΚΑ, το μοντέλο που παρουσιάζει στηρίζεται σε τρεις διαστάσεις του Carroll (1979) και στο μοντέλο του Wartick και Cochran (1985). Οι τρεις διαστάσεις του Carroll (1979) μετατράπηκαν σε αρχές, διαδικασίες και πολιτικές υπό τη διατύπωση των Wartick και Cochran (1985). Η Wood (1991) αναδιατυπώνει τις τρεις αυτές αρχές. Καταρχήν, δηλώνει ότι αρχή της ΕΚΕ είναι να λάβει υπόψη τις παρακάτω τέσσερις διαστάσεις: οικονομική, νομική, ηθική και διακριτική. Επισημαίνεται πως σχετίζονται με τις αρχές της κοινωνικής νομιμότητας (θεσμικό επίπεδο), τη δημόσια ευθύνη (οργανωτικό επίπεδο) και την διοικητική κρίση (ατομικό επίπεδο). Δεύτερον, προσδιορίζει τις διαδικασίες της εταιρικής κοινωνικής ανταπόκρισης δίνοντας έμφαση στην περιβαλλοντική εκτίμηση, στη διοίκηση των Συμμετεχόντων και σε γενικότερα θέματα διοίκησης. Τρίτον, υιοθετεί τις αρχές από τους Wartick και Cochran (1985) και τις αναδιοργανώνει κάτω από ένα νέο ζήτημα των αποτελεσμάτων-εκβάσεων της εταιρικής συμπεριφοράς. Εν τέλει, το μοντέλο της Wood (1991) είναι πιο περιεκτικό από του Carroll (1979) και των Wartick και Cochran (1985) και εισάγει θέματα που είναι σύμφωνα με τα προηγούμενα μοντέλα και δεν είχαν εξεταστεί ρητά. Ο Carroll (1991) μετονομάζει το τέταρτο στοιχείο του ορισμού της ΕΚΕ από διακριτικό σε φιλανθρωπικό. Υποστηρίζεται από τον Carroll ότι τέσσερα είδη κοινωνικών ευθυνών συνθέτουν την ΕΚΕ: η οικονομική, η νομική, η ηθική και η φιλανθρωπική. Οι τέσσερις αυτές κατηγορίες της ΕΚΕ μπορούν να απεικονιστούν σε πυραμίδα (το χαμηλότερο τμήμα είναι η οικονομική ευθύνη και το υψηλότερο τμήμα η φιλανθρωπική ευθύνη). Όλες οι προαναφερθείσες ευθύνες υπάρχουν μέχρι έναν βαθμό, αλλά τα τελευταία χρόνια η ηθική και η φιλανθρωπική ευθύνη λαμβάνουν σημαντική θέση. Επίσης, η απεικόνιση των τεσσάρων ειδών ευθυνών αποτελεί απλά μία απεικόνιση της ΕΚΕ, παρά μία προσπάθεια να προσδώσει νέα σημασία στα τέσσερα στοιχεία ευθυνών. Ο Carroll (1991) με όρους πιο διοικητικούς και ρεαλιστικούς συνοψίζει ότι η εταιρεία πρέπει να πραγματοποιεί κέρδος, να υπακούει τους νόμους και να είναι καλός εταιρικός πολίτης. Στη δεκαετία αυτή, γίνονται οι πρώτες προσπάθειες δημιουργίας δεικτών αποδοτικότητας ΕΚΕ όπως του DJSI.

1.1.6 Η ΕΚΕ στον 21ο αιώνα

Λόγω του πολυσύνθετου χαρακτήρα της ΕΚΕ δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο, παρόλο που χρησιμοποιείται ευρύτατα στον δημόσιο διάλογο διεθνώς. Αν και η έννοια της ΕΚΕ δεν είναι καινούργια, υπάρχει αβεβαιότητα για το περιεχόμενό της (Palazzi και Starcher, 2001; Donaldson και Fafaliou, 2002; Confederation of British Industry, 2001). Η διαφορετικότητα των ορισμών συνδέεται με τη διαφορετική φιλοσοφία, τον διαφορετικό βαθμό ανάπτυξης κάθε χώρας, τις διαφορετικές προτεραιότητες που υπάρχουν για τα εμπλεκόμενα μέρη. Η

συζήτηση για την ΕΚΕ δεν επικεντρώνεται μόνο στον ορισμό αλλά και το πώς οι εταιρείες μπορούν να εφαρμόσουν μία κοινωνική συμπεριφορά, το πώς οι εταιρείες και οι ενδιαφερόμενοι Συμμετέχοντες τους μπορούν να αξιολογούν την αποδοτικότητα ΕΚΕ που εφαρμόζουν. Ο Kitchin (2002) δηλώνει ότι «τη μία στιγμή, η ΕΚΕ μπορεί να σημαίνει ανάμιξη με τους ΜΚΟ, την επόμενη στιγμή να σημαίνει φιλανθρωπικές δωρεές και πέντε λεπτά αργότερα να σημαίνει ηθική μεταχείριση του προσωπικού». Ο Hopkins (2004) αναφέρει ότι η ΕΚΕ είναι η ηθική ή υπεύθυνη μεταχείριση των Συμμετεχόντων. Ηθική ή υπεύθυνη συμπεριφορά σημαίνει αποδεκτή μεταχείριση των Συμμετεχόντων, σύμφωνα με όρους οι οποίοι είναι αποδεκτοί από τις πολιτισμένες κοινωνίες. Ο ευρύτερος στόχος της κοινωνικής ευθύνης είναι να βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο του προσωπικού διατηρώντας την κερδοφορία της εταιρείας. Σύμφωνα με τους Palazzi και Starcher (2001), Japan Industrial Policy Research Institute (JIPRI, 2003) και Secchi (2004), κάθε εταιρεία ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των Συμμετεχόντων με έναν μοναδικό τρόπο ο οποίος εξαρτάται από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται, τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της και τέλος από το μέγεθός της. Η υιοθέτηση εθελοντικών πρωτοβουλιών σε πολλές περιπτώσεις γίνεται επειδή οι επιχειρήσεις επιθυμούν να ελέγξουν από μόνες τους την ανάπτυξη των ιδίων και να προστατευτούν από τη θεσμοθέτηση αυστηρότερης νομοθεσίας (Ruud, 2002).

Οι εταιρείες εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ με διαφορετικό ή μοναδικό τρόπο καθώς κάθε εταιρεία πρέπει να επικεντρώνεται στις επιδράσεις της και να ανταποκρίνεται στην επιχειρησιακή στρατηγική καθώς και στην κουλτούρα και τις αξίες της (Palazzi και Starcher, 2001; Secchi, 2004; MORI, 2006). Πρέπει να τονιστεί ότι οι Συμμετέχοντες δεν μπορούν να αντιληφθούν τις ικανότητες των εταιρειών και την ανταγωνιστική τους θέση (Porter και Kramer, 2006) και συνεχώς ζητούν από τις εταιρείες να είναι όλο και περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνες και απαιτούν όλο και περισσότερους πόρους προς ίδιον όφελος (McWilliams και Siegel, 2001). Ορισμένες εταιρείες επικεντρώνουν την προσοχή τους σε πολλαπλούς Συμμετέχοντες ενώ άλλες εταιρείες επικεντρώνονται σε συγκεκριμένους/ορισμένους Συμμετέχοντες καθώς οι ικανότητές τους, τόσο οι οικονομικές όσο και οι διοικητικές, είναι περιορισμένες ή επειδή είναι πιο σημαντικοί γι' αυτούς. Ο Hopkins (2004) δηλώνει ότι οι εταιρείες αναμένεται να συμπεριλαμβάνουν στην ΕΚΕ τους σημαντικότερους. Στις περισσότερες των περιπτώσεων, υπάρχει μία κοινή ομάδα Συμμετεχόντων όπου οι εταιρείες είναι υπεύθυνες πέρα από αυτά που επιβάλλει ο νόμος, αλλά η λίστα των Συμμετεχόντων επεκτείνεται και αναπτύσσεται ανάλογα με τη στρατηγική και τις ανάγκες των εταιρειών. Τέλος, η διοίκηση της εταιρείας δίνει διαφορετική σημασία σε κάθε έναν από τους Συμμέτοχους, ανάλογα με το ρόλο που διαδραματίζει στη λειτουργία της εταιρείας.

Παρόλες τις διαφορετικές απόψεις για την έννοια της ΕΚΕ και των πρακτικών της, τρία είναι τα χαρακτηριστικά στα οποία υπάρχει συναίνεση (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη):

- Ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ που αναφέρεται σε δράσεις πέρα από το νόμο,
- η στενή σχέση της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και
- το γεγονός ότι αποτελεί στρατηγική επιλογή των επιχειρήσεων και όχι απλά δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

Οι Porter και Kramer (2006) στο πλαίσιο που προτείνουν υποστηρίζουν ότι καμιά εταιρεία δεν μπορεί να λύσει όλα τα προβλήματα της κοινωνίας ή να επιβαρυνθεί το κόστος για την αντιμετώπισή τους. Κάθε εταιρεία πρέπει να επιλέξει εκείνα τα προβλήματα που την αφορούν. Τα υπόλοιπα κοινωνικά θέματα αφήνονται για τις υπόλοιπες εταιρείες, ΜΚΟ ή κυβερνητικά ιδρύματα τα οποία είναι σε καλύτερη θέση για την αντιμετώπισή τους.

Το πλαίσιο που προτείνεται είναι ότι τα κοινωνικά ζητήματα που επηρεάζουν την εταιρεία κατηγοριοποιούνται σε τρεις κατηγορίες, καθώς είναι εξίσου σημαντικά και στρατηγικής σημασίας για την εταιρεία. Τα γενικά κοινωνικά ζητήματα μπορεί να είναι σημαντικά για την κοινωνία, δεν επηρεάζονται από τη λειτουργία της εταιρείας ούτε επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητά της. Οι κοινωνικές επιδράσεις της αλυσίδας αξιών είναι εκείνες οι πτυχές της κοινωνίας που επηρεάζονται από την καθημερινή λειτουργία της εταιρείας, ενώ οι κοινωνικές διαστάσεις του ανταγωνιστικού πλαισίου είναι εκείνοι οι παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν σημαντικά την ανταγωνιστική θέση της εταιρείας.

Η υποστήριξη μιας κοινωνικής εκδήλωσης μπορεί να συνιστά γενικό κοινωνικό ζήτημα για μία εταιρεία, αλλά μπορεί να αποτελεί σημαντικό ανταγωνιστικό παράγοντα για μια άλλη, όπως την American Express (πιστωτική κάρτα), η οποία μπορεί να επηρεαστεί από τον κλάδο του τουρισμού και της ψυχαγωγίας εν γένει. Η εκπομπή επιβλαβών αερίων μπορεί να αποτελεί ένα γενικό κοινωνικό ζήτημα για μία εταιρεία που δραστηριοποιείται σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες όπως η Bank of America, αρνητική επίδραση αλυσίδας αξιών για μία μεταφορική εταιρεία όπως η UPS ή να αποτελεί διάσταση ανταγωνιστικού πλαισίου για μία αυτοκινητοβιομηχανία όπως η εταιρεία Toyota. Η επιδημία του AIDS στην Αφρική μπορεί να αποτελεί ένα γενικό κοινωνικό ζήτημα για μία εταιρεία λιανικών πωλήσεων όπως η εταιρεία Home Depot, αρνητική επίδραση αλυσίδας αξιών για μία φαρμακευτική εταιρεία όπως τη GlaxoSmithKline και να αποτελεί διάσταση ανταγωνιστικού πλαισίου για μία εταιρεία μεταλλευμάτων όπως της Anglo American, η οποία εξαρτάται από το τοπικό εργατικό δυναμικό της Αφρικής για τις δραστηριότητες της εταιρείας. Μέσα στον ίδιο κλάδο, οι εταιρείες μπορεί να συμπεριφέρονται διαφορετικά απέναντι στα κοινωνικά ζητήματα. Για παράδειγμα στον κλάδο της αυτοκινητοβιομηχανίας, η Volvo προσανατολίζεται σε ζητήματα ασφάλειας ως επίκεντρο της ανταγωνιστικής της θέσης, ενώ η Toyota έχει επικεντρωθεί για την ανταγωνιστικότητά της στην υβριδική τεχνολογία.

Με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, η πρόσφατη βιβλιογραφία μετατοπίζεται από τις Ηνωμένες Πολιτείες και διευρύνεται σε χώρες, όπως τη Γαλλία, την Ολλανδία,

το Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστραλία και την Ιταλία (Maignan και Ralston, 2002; Aaronson, 2003; Perrini και λοιποί, 2006) συγκρίνοντας τις εθνικές αντιλήψεις για την ΕΚΕ και το ρόλο της επιχείρησης στην κοινωνία. Σε διάφορα μέρη του κόσμου έχουν αναπτυχθεί δείκτες μέτρησης αποδοτικότητας της ΕΚΕ και αναφέρονται κυρίως σε εταιρείες που είναι εισηγμένες στα αντίστοιχα χρηματιστήρια. Η προσέγγιση των Συμμετεχόντων αποτελεί το κύριο πλαίσιο, στο οποίο αναπτύσσονται οι επιμέρους δείκτες για τη μέτρηση και αξιολόγηση των πρακτικών της ΕΚΕ. Ωστόσο, όλες οι μεθοδολογίες αποτελούν κοινές προκλήσεις καθώς η έννοια της ΕΚΕ είναι πολυσύνθετη και μεταβάλλεται με το πέρασμα του χρόνου.

Τα τελευταία χρόνια, οι επιστημονικές δημοσιεύσεις που διαπραγματεύονται τους όρους βιώσιμης ανάπτυξης και ΕΚΕ αυξάνονται συνεχώς. Οι ορισμοί που προτείνονται για τις παραπάνω δύο έννοιες δεν είναι κοινοί, ιδιαίτερα για την ΕΚΕ, ή πολλές φορές δεν υπάρχει διάκριση μεταξύ των δύο και χρησιμοποιούνται ως ταυτόσημοι. Οι εταιρείες, άμεσα ή έμμεσα με την υιοθέτηση της κοινωνικής ευθύνης, μπορούν να συμβάλλουν στην εξάλειψη των περισσότερων απειλών βιωσιμότητας ενσωματώνοντας τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο στις δραστηριότητές τους. Γενικά, η ΕΚΕ μπορεί να θεωρηθεί ως εθελοντική επιχειρηματική συνεισφορά στην βιώσιμη ανάπτυξη (European Commission, 2002). Οι Marimoto και λοιποί (2005) καταλήγουν ότι η ΕΚΕ αποτελεί την κοινωνική διάσταση της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο Korhonen (2003) υποστηρίζει ότι η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελεί τη βάση για την ΕΚΕ και την εταιρική περιβαλλοντική διοίκηση. Ωστόσο υπάρχουν περιπτώσεις, όπως των Salzmann και Steger (2006), που ορίζουν την ΕΚΕ ως συνώνυμο της εταιρικής βιωσιμότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης, σε εταιρικό επίπεδο, και αναφέρουν ότι η διοίκηση των Συμμετεχόντων είναι ουσιαστικά η κοινωνική ευθύνη των εταιρειών. Επίσης, οι Cramer και λοιποί (2004) χρησιμοποιούν τους δύο όρους με την ίδια έννοια, αλλά χαρακτηρίζουν την ΕΚΕ ως ένα μοντέλο με τρεις διαστάσεις, το οποίο συνήθως είναι η βιώσιμη ανάπτυξη. Η Ebner (2007) επισημαίνει ότι ορισμένοι συγγραφείς αναφέρονται στην κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας, βασιζόμενοι στον ορισμό του Brundtland, αλλά αποφεύγουν να κάνουν λόγο για την ΕΚΕ. Άλλοι συγγραφείς ορίζουν την βιωσιμότητα ως τη βάση της ΕΚΕ ενώ άλλοι χρησιμοποιούν τις δύο έννοιες συνώνυμα. Η τέταρτη διαφοροποίηση αναφέρει ότι η βιωσιμότητα αποτελεί τη βάση της ΕΚΕ και την ορίζει ως την κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας.

Αν και η ΕΚΕ αποτελεί θέμα που αφορά αποκλειστικά τις εταιρείες, οι δημόσιες αρχές οφείλουν να προωθήσουν τις κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές των επιχειρήσεων. Οι δημόσιες πολιτικές για την ΕΚΕ μπορούν να συμβάλουν στη θετική διαμόρφωση της παγκοσμιοποίησης, προωθώντας τις ορθές πρακτικές των επιχειρήσεων που συμπληρώνουν τις δημόσιες προσπάθειες για βιώσιμη ανάπτυξη.

Σύμφωνα με την παραπάνω ιστορική παρουσίαση της έννοιας της ΕΚΕ, οι εταιρείες δεν είναι σε θέση να επιλύσουν όλα τα προβλήματα των κοινωνιών στις οποίες δραστηριοποιούνται και να

επιβαρυνθούν το κόστος για την αντιμετώπισή τους. Διαπιστώνεται ότι η ΕΚΕ είναι έννοια η οποία μπορεί να περιγραφεί ως διφορούμενη, υποκειμενική και συγκεχυμένη. Ο όρος της κοινωνίας δεν διατυπώνεται ξεκάθαρα στους παραπάνω ορισμούς δημιουργώντας σύγχυση σε ποιους είναι υπεύθυνες οι εταιρείες. Δεν πρέπει να αγνοείται ότι βασικός σκοπός των εταιρειών είναι η δημιουργία κέρδους και η μεγιστοποίησή του και όχι η λύση κοινωνικών ζητημάτων. Ωστόσο, οι εταιρείες προσπαθούν να μετατρέψουν τις κοινωνικές ανησυχίες σε επιχειρηματικές ευκαιρίες, μειώνοντας ταυτόχρονα τις αρνητικές επιδράσεις της εταιρείας στην κοινωνία.

1.2 Η Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η δυσκολία διαμόρφωσης ενός κοινά αποδεκτού ορισμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης – ΕΚΕ (γνωστή ως Corporate Social Responsibility ή CRS) από τις επιχειρήσεις αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο αυτή έχει αναπτυχθεί. Κατά τη γνώμη ορισμένων, προήλθε από την εταιρική φιλανθρωπία με έμφαση στην κοινωνική βελτίωση. Κατά τη γνώμη άλλων, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μια πολύ ευρύτερη έννοια και σχετίζεται άμεσα με την αειφόρο ανάπτυξη που εισήχθη από τα ανώτατα στελέχη των Ηνωμένων Εθνών στη σύσκεψη του Rio De Janeiro το 1992.

Οι Panayiotou et al. σε μια σχετικά πρόσφατη μελέτη τους (2009) κατηγοριοποίησαν τους ορισμούς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε τρεις κατηγορίες με βάση ισάριθμες σχετιζόμενες οπτικές (Panayiotou, Aravossis, Moschou 2009):

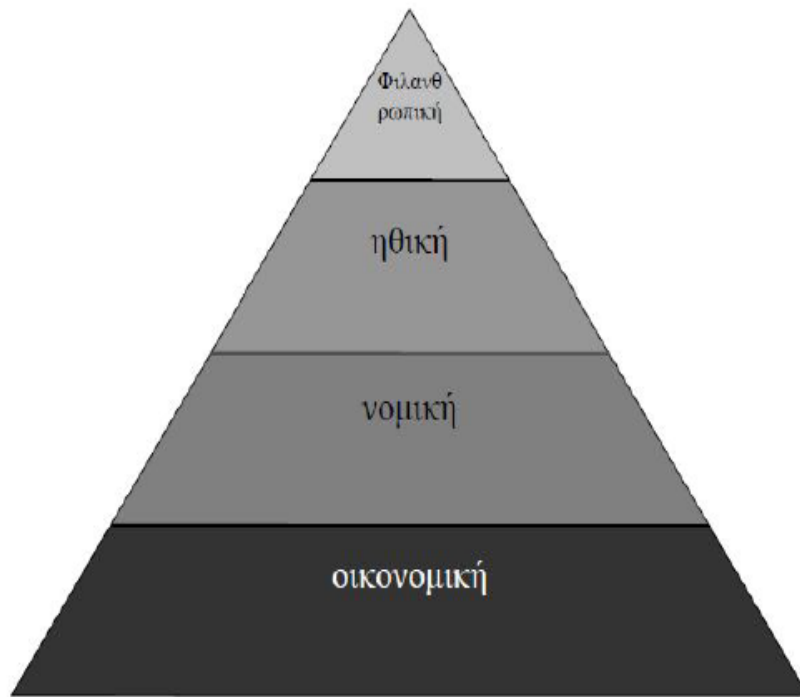
1. **Σκεπτικιστική οπτική:** Υιοθετεί μια επιφυλακτική στάση και αντιμετωπίζει κριτικά την ΕΚΕ. Με βάση αυτή την οπτική, ο πιο σημαντικός στόχος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι να παρέχει όσο το δυνατό περισσότερο πλούτο στους μετόχους της επιχείρησης, και μέσω της επίτευξης αυτού του στόχου, θεωρεί ότι εξυπηρετεί ένα κομμάτι της κοινωνίας.
2. **Ουτοπική οπτική:** Αντικατοπτρίζει την ιδέα ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ηθική υποχρέωση απέναντι σε όλους τους εμπλεκόμενους με την επιχείρηση, και όχι μόνο στους μετόχους της, να τους ωφελούν με οποίο τρόπο μπορούν.
3. **Ρεαλιστική οπτική:** Συγκεντρώνει την μεγαλύτερη αποδοχή στον επιστημονικό, αλλά και στον επιχειρηματικό χώρο. Με βάση αυτή την οπτική, η ΕΚΕ είναι η διαχείριση του αντίκτυπου της λειτουργίας μιας επιχείρησης τόσο στους άμεσους όσο και στους έμμεσους εμπλεκόμενους με αυτήν, άρα στην κοινωνία στην οποία λειτουργεί και αναπτύσσεται.

Ένας μεγάλος αριθμός ακαδημαϊκών μελετών έχουν δημοσιευτεί σχετικά με τον εννοιολογικό προσδιορισμό και τα χαρακτηριστικά στοιχεία που καθορίζουν την ΕΚΕ κατά τα τελευταία 30 χρόνια. Παρά την ποικιλία των ορισμών, ίσως, ο ευρύτερα αποδεκτός εννοιολογικός προσδιορισμός, στον επιστημονικό αλλά και τον επιχειρηματικό χώρο, είναι αυτός του Archie Carroll, ο οποίος θεωρεί την ΕΚΕ ως μια σύνθεση που αφορά τέσσερις διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας της κοινωνίας των

σχέσεων (Carroll, 1991):

- **Οικονομικές Προσδοκίες:** Οι εταιρίες έχουν τους μετόχους, οι οποίοι αποζητούν ένα εύλογο κέρδος από τις επενδύσεις τους, έχουν τους εργαζόμενους, που θέλουν ασφαλή και δίκαια αμειβόμενη εργασία, τους πελάτες, οι οποίοι ζητούν καλής ποιότητας προϊόντα σε εύλογη τιμή, κ.λπ. Σύμφωνα με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων, αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο έχουν συσταθεί οι επιχειρήσεις στην κοινωνία και πρωταρχική τους ευθύνη αποτελεί η ορθή λειτουργία τους ως οικονομική μονάδα για να παραμείνουν στο επιχειρηματικό χώρο. Όλες οι δευτερεύουσες ευθύνες κατατάσσονται στο πεδίο της ΕΚΕ. Σύμφωνα με τον Carroll, η ικανοποίηση των οικονομικών ευθυνών είναι, συνεπώς, βασική προϋπόθεση από το σύνολο επιχειρήσεων.
- **Νομικές Προσδοκίες:** Η ευθύνη των εταιριών σε σχέση με τον νόμο απαιτεί να τηρούν τους όρους και να “παίζουν με τους κανόνες του παιχνιδιού”. Ο Carroll υποδηλώνει ότι η ικανοποίηση των νομικών ευθυνών απαιτείται απ’ όλες τις εταιρίες που επιδιώκουν να είναι κοινωνικά υπεύθυνες.
- **Ηθικές Προσδοκίες:** Η ευθύνη αυτή υποχρεώνει τις εταιρίες να κάνουν ότι είναι σωστό, δίκαιο και εύλογο, ακόμη και όταν δεν είναι υποχρεωμένες από το νομικό πλαίσιο. Ο Carroll υποστηρίζει ότι οι ηθικές ευθύνες, ως εκ τούτου, αποτελούνται απ’ ότι γενικά αναμένει η κοινωνία πέρα από τις οικονομικές και νομικές προσδοκίες.
- **Φιλανθρωπικές Προσδοκίες:** Το τέταρτο επίπεδο της ΕΚΕ εξετάζει το φιλανθρωπικό κομμάτι των επιχειρήσεων. Αυτή η πτυχή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αντιμετωπίζει μια μεγάλη ποικιλία ζητημάτων συμπεριλαμβανομένων των δωρεών σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, των επενδύσεων υποδομών αναψυχής για τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους, την υποστήριξη τοπικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων ή των τεχνών και της χορηγίας αθλητικών εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τον Carroll οι φιλανθρωπικές προσδοκίες είναι απλώς επιθυμητές από τις επιχειρήσεις (Carroll, 1991).

Μάλιστα, οι παραπάνω εταιρικές υποχρεώσεις μπορούν να εξεικονιστούν ως μια πυραμίδα:



Πηγή: Η πυραμίδα των τεσσάρων συστατικών της ΕΚΕ – τα είδη ευθύνης των επιχειρήσεων (Carroll, 1991)

1.2.1 Επικρατούντες Ορισμοί για την ΕΚΕ

Εδώ και δεκαετίες τα λόγια που ακούγονται για την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων πληθαίνουν. Παρ' όλα αυτά η κοινωνική ευθύνη είναι μια έννοια που πολλοί θεωρούν ότι δεν μπορεί να ορισθεί με ακρίβεια. Ακούγονται ορισμοί διάφοροι και συχνά αντιφατικοί, γεγονός που επιτείνει τις δυσκολίες των επιχειρήσεων και των άλλων οργανισμών να συγκεκριμενοποιήσουν την ευθύνη αυτή και δίνει το δικαίωμα σε πολλά στελέχη να αποφύγουν την ενασχόλησή τους με θέματα αυτής της μορφής. Η συζήτηση για την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων αρχίζει να αποκτά ιδιαίτερη σημασία από την εποχή που πρωτάρχισαν οι μεγάλες βιομηχανικές ανακατατάξεις, όταν ο κόσμος άρχισε, από τα μέσα του περασμένου αιώνα να βλέπει, να θεμελιώνονται τεράστια βιομηχανικά συγκροτήματα δίπλα σε φτωχοσυνοικίες και να βλέπει την εκμετάλλευση των εργαζομένων να μαστίζει τις πόλεις και την αδιαφορία των επιχειρηματιών για το κοινό. Όσο και αν φαίνεται περίεργο, μέσα στον αιώνα που πέρασε αντιλαμβάνεται κανείς να έχουν επιβιώσει από τη μια μεριά η στυγνή αντίληψη ότι η επιχείρηση ενδιαφέρεται μόνο για το κέρδος και από την άλλη μεριά η γαλούχηση των εργαζόμενων με συνθήματα που ανταποκρίνονται σ' αυτή την αντίληψη, ανεξάρτητα αν σε πολλές περιπτώσεις έχει μουσειακή αξία.

Η πρώτη περιεκτική προσέγγιση στη σύγχρονη κοινωνική ευθύνη αναγγέλθηκε το 1953 με τη δημοσίευση των βιβλίων περί κοινωνικής ευθύνης του επιχειρηματία Howard R. Bowen's. Ο Bowen θεώρησε ότι η δημόσια ευθύνη, οι κοινωνικές υποχρεώσεις και η επιχειρησιακή ηθική ήταν

συνώνυμα με την κοινωνική ευθύνη και περιέγραψαν την κοινωνική ευθύνης των επιχειρηματιών ως εξής (Howard R. Bowen, 1953):

- “[Κοινωνική Ευθύνη] αναφέρεται στην υποχρέωση των επιχειρηματιών ν’ ακολουθήσουν εκείνες τις πολιτικές, να λάβουν εκείνες τις αποφάσεις ή ν’ ακολουθήσουν εκείνες τις γραμμές δράσης που είναι επιθυμητές από την άποψη των στόχων και των τιμών της κοινωνίας μας.”

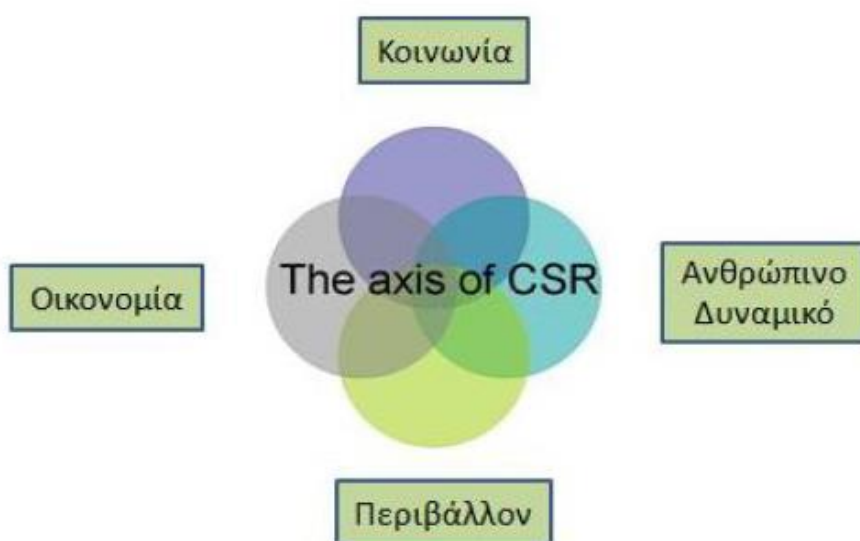
Άλλοι ορισμοί τονίζουν τη δέσμευση των επιχειρήσεων σε αρχές «ηθικής» συμπεριφοράς. Ωστόσο οι περισσότεροι ορισμοί συμφωνούν πως η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση λαμβάνει υπ’ όψιν τα ζητήματα που προκύπτουν από τη λειτουργία της σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη, τα δικαιώματα και την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και την ευρύτερη κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιείται.

- «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης, να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα να βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, καθώς επίσης και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα». Κατόπιν της έρευνας για την ΕΚΕ, σε διεθνές επίπεδο, ο ορισμός επαναπροσδιορίστηκε ως εξής:
- «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και να προσπαθούν μαζί με τους εργαζόμενους, τις οικογένειες τους, την τοπική κοινωνία γενικότερα, να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους».

Η διαφορετικότητα των ορισμών συνδέεται με την διαφορετική φιλοσοφία, τον διαφορετικό ρυθμό ανάπτυξης κάθε χώρας, τις διαφορετικές προτεραιότητες που υπάρχουν στις διάφορες περιφέρειες. Οι παρακάτω ορισμοί αντικατοπτρίζουν την ποικιλία των προσεγγίσεων της:

- «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη» (Rondinelli & Berry, 1999).
- Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον για τις δραστηριότητες της. Ο αγγλικός όρος είναι Stakeholders, (δηλαδή οι άμεσα εμπλεκόμενοι φορείς). Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι σε μια επιχείρηση είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι δανειστές – πιστωτές (τράπεζες). Έμμεσα ενδιαφερόμενοι είναι το κράτος, οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται μια επιχείρηση, οι ομάδες πίεσης (pressure groups), για παράδειγμα οι ακτιβιστές, διαδηλωτές κ.α. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη τόσο τα άμεσα, όσο και τα έμμεσα και να ξεκινήσει μια ουσιώδη διαδικασία διαλόγου πριν καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της, όσον αφορά στην Εταιρική κοινωνική της ευθύνη (Rondinelli & Berry, 1999).

- «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους».
- «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα».
- «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση της ηγεσίας μιας επιχείρησης για υπεράσπιση θεμελιώδων αξιών και αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών. Είναι η υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων του διεθνούς Γραφείου Εργασίας» [Ολλανδία].
- «Η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες: τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποδηλώνει ότι μια εταιρεία ασχολείται σοβαρά όχι μόνον με την αποδοτικότητα και την ανάπτυξή της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της: εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα» (Moon, 2004).



Οι άξονες της ΕΚΕ (Kotler, 2009)

Παρ' όλους τους διαφορετικούς ορισμούς υπάρχουν **τρία σημεία** στα οποία υπάρχει κοινός παρονομαστής.

1. Το πρώτο είναι ο **εθελοντικός χαρακτήρας** της Ε.Κ.Ε. όπου όλες οι δράσεις που οι εφαρμόζουν οι εταιρίες είναι πέρα από ότι ο νόμος επιβάλλει.
2. Το δεύτερο είναι η **στενή σχέση** της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και
3. Το τρίτο ότι η οργάνωση στα πρότυπα της ΕΚΕ είναι **στρατηγική επιλογή** της επιχείρησης και όχι απλά μια δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

1.3 Θεωρίες για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Γύρω από την ΕΚΕ έχουν αναπτυχθεί διάφορες θεωρίες, με βάση τις οποίες η έννοια της ΕΚΕ πέρασε από το στάδιο του διαλόγου στο στάδιο της θεσμικής ενσωμάτωσης, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να ενδιαφερθούν για το άμεσο και έμμεσο περιβάλλον τους, να δρομολογήσουν επικοινωνιακή επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη και τελικά να προσδιορίσουν το πρόγραμμά τους για τα θέματα της ΕΚΕ. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι πιο γνωστές από αυτές τις θεωρίες.

1.3.1 Η Θεωρία των Μετόχων

Σύμφωνα με τη Θεωρία των Μετόχων, οι επιχειρήσεις είναι υπεύθυνες μόνο έναντι των ιδιοκτητών και των μετόχων τους και κύρια αποστολή τους είναι η ικανοποίηση των οικονομικών τους συμφερόντων. Επιτυγχάνοντας το στόχο αυτό, θα προάγουν μακροπρόθεσμα και τα συμφέροντα του κοινωνικού συνόλου, καθώς μία εταιρεία που αυξάνει τα κέρδη της ωφελεί την κοινωνία, αφού δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αυξάνει τις αποδοχές των εργαζομένων της, βελτιώνοντας έτσι το βιοτικό τους επίπεδο. Για τη θεωρία αυτή, η ΕΚΕ εμπεριέχεται στην επιδίωξη του κέρδους. Κύριος εκφραστής της άποψης αυτής είναι ο Milton Friedman, ο οποίος στο άρθρο του «The Social Responsibility of a Business is to Increase its Profits» που δημοσιεύτηκε το 1970 στο New York Times Magazine επιτίθεται σε κάθε ιδέα μεταβολής των επιχειρήσεων σε κάτι διαφορετικό από αυτό που είναι δηλαδή μία ιδιωτική παραγωγική μονάδα με μόνο σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους (Mullins, 2009).

1.3.2 Η Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών

Η πιο ευρέως διαδεδομένη και, ενδεχομένως, η απλούστερη όλων αυτών των θεωριών είναι αυτή των ενδιαφερόμενων μερών. Η άποψη αυτή προσδιορίζει τις ευθύνες της επιχείρησης απέναντι σε όλους όσους την επηρεάζουν και επηρεάζονται από αυτήν και υποστηρίζει ότι η αποτελεσματική διοίκηση θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της τα συμφέροντα όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

Υπάρχουν δύο κατηγορίες συμμετεχόντων, οι πρωταρχικοί και οι δευτερεύοντες. Σύμφωνα με τον Zairi (2000) οι πρωταρχικοί είναι εκείνοι χωρίς τη συμμετοχή των οποίων η επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει. Αυτοί είναι οι μέτοχοι, οι επενδυτές, οι εργαζόμενοι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, αλλά και η κυβέρνηση και η κοινότητα που παρέχουν την υποδομή και τις αγορές και των οποίων οι νόμοι και οι κανόνες πρέπει να τηρηθούν. Αντίθετα, η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει εκείνους που αλληλεπιδρούν με την επιχείρηση, αλλά δεν εμπλέκονται σε συναλλαγές με αυτήν ούτε και είναι απαραίτητοι για την επιβίωσή της. Ο Freedman το 1984 υποστήριξε ότι οι σχέσεις των συμμετεχόντων αποτελούν τη βάση της προστιθέμενης αξίας και της στρατηγικής πρωτοβουλίας. Οι σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να αποδειχθούν το κλειδί για την πρόοδο μίας εταιρείας, καθώς η ειλικρινής αφοσίωση στα κοινωνικά πρότυπα και στην ηθική συμπεριφορά βοηθά στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της συνεργασίας και στο χτίσιμο ενός καλού ονόματος για την επιχείρηση. Αυτό επιτρέπει στις εταιρείες να επιτύχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ενώ η ΕΚΕ γίνεται ένα πρόσθετο κριτήριο αξιολόγησης των επιχειρήσεων για τους συμμετέχοντες.

Η προσέγγιση των ενδιαφερόμενων μερών δεν αντιτίθεται στον επιχειρηματικό στόχο της μεγιστοποίησης του κέρδους. Αντίθετα, υποστηρίζει την αύξηση του πλούτου, καθώς ωφελεί πολλούς και διαφορετικούς συμμετέχοντες. Στη θεωρία αυτή, που άλλαξε τον τρόπο της επιχειρηματικής σκέψης, βασίζεται ο σύγχρονος προβληματισμός και οι εφαρμογές της εταιρικής υπευθυνότητας και με αυτήν εφελκυστήρια εκπονούνται προγράμματα ΕΚΕ που δίνουν ιδιαίτερη σημασία στις υποχρεώσεις των εταιρειών απέναντι στο περιβάλλον και τους κοινωνικούς τους εταίρους, που δεν είναι άλλοι από τους εργαζομένους και το κοινωνικό σύνολο (Θανόπουλος, 2003).

1.3.3 Η Θεωρία της Τριπλής Κατώτατης Γραμμής (Triple Bottom Line Approach)

Η ΕΚΕ βασίζεται στην αρχή ότι οι επιχειρήσεις δεν μπορούν πλέον να ενεργούν ως απομονωμένες οικονομικές οντότητες, των οποίων η λειτουργία αποσυνδέεται από την ευρύτερη κοινωνία. Οι παραδοσιακές απόψεις για την ανταγωνιστικότητα και την αποδοτικότητα αντικαθίστανται από τις στρατηγικές βιώσιμης ανάπτυξης που μετρώνται από τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες, καλούμενες ως «η τριπλή κατώτατη γραμμή» (Mullins, 2009).

Η οικονομική κατώτατη γραμμή, πέρα από τη χρηματοοικονομική απόδοση, περιλαμβάνει ευρύτερα οικονομικά ζητήματα, όπως τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και τη διατήρηση του «ανθρώπινου κεφαλαίου» της, δηλαδή του δυναμικού της. Η κοινωνική κατώτατη γραμμή αφορά τον αντίκτυπο της παραγωγής και κατανάλωσης των προϊόντων ή των διαδικασιών σε κοινωνικά θέματα, όπως η εργασία, η υγεία και η ασφάλεια. Τέλος, η περιβαλλοντική κατώτατη γραμμή αφορά τις συνέπειες της παραγωγικής διαδικασίας στο περιβάλλον και τη διαχείριση των ατμοσφαιρικών

ρύπων και των αποβλήτων (Moore and Robson 2002).

Ο όρος «Triple Bottom Line», που αντιπαραβάλλεται με το «bottom line», την πασίγνωστη «γραμμή κερδοφορίας» του ισολογισμού, πρωτοεμφανίστηκε στα μέσα της δεκαετίας του '90 από τον οργανισμό Account Ability και καταδεικνύει το διευρυμένο σε σχέση με το παρελθόν ρόλο των επιχειρήσεων. Από τότε και μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα, η έννοια αυτή διαδόθηκε σε όλον τον επιχειρηματικό κόσμο. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι η συνολική επίδοση μίας επιχείρησης πρέπει να υπολογίζεται με βάση τη συνδυασμένη συνεισφορά της στην οικονομική ευημερία, την περιβαλλοντική ποιότητα και το κοινωνικό κεφάλαιο. Έτσι μία επιχείρηση πρέπει να δημοσιεύει στους shareholders της τρία είδη αποτελεσμάτων, (οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά), παρουσιάζοντας έτσι ένα ενιαίο αποτέλεσμα που περιλαμβάνει όλες τις παραμέτρους των δράσεών της. Η εφαρμογή, όμως, της θεωρίας αυτής εμφανίζει κάποια προβλήματα, με κυριότερο τη δυσκολία μέτρησης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών αποτελεσμάτων, καθώς δεν υπάρχουν ούτε διεθνώς αποδεκτά πρότυπα ούτε όμοιες μονάδες μέτρησης για τα τρία είδη αποδόσεων μιας επιχείρησης. Κατά συνέπεια, είναι αδύνατον να εξαχθεί ένα ενιαίο τελικό αποτέλεσμα (Mullins, 2009).

1.3.4 Η Θεωρία της «Πεφωτισμένης Μεγιστοποίησης της Αξίας»

Σύμφωνα με τον Jensen (όπως αναφέρεται από τον Murellat, 2009), στον οποίο ανήκει η θεωρία αυτή, μία επιχείρηση δεν μπορεί να μεγιστοποιήσει την αξία της εάν αγνοεί τα συμφέροντα των συμμετεχόντων. Η θεωρία αυτή, λοιπόν, χρησιμοποιεί τη δομή της θεωρίας των ενδιαφερόμενων μερών, αλλά αποδέχεται τη μεγιστοποίηση της μακροπρόθεσμης αξίας της επιχείρησης ως κριτήριο για την απαραίτητη επιλογή μεταξύ των συμμετεχόντων. Με τον τρόπο αυτό, δίνει μία απάντηση στο πρόβλημα των πολλαπλών στόχων που πρέπει να εκπληρώσει μία επιχείρηση σύμφωνα με τη θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών, προσφέροντας έτσι ένα κριτήριο για το ποιον θα εξυπηρετήσει πρώτο.

1.4 Χαρακτηριστικά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Είναι γνωστό ότι η ΕΚΕ δεν εμπίπτει στο όριο κάποιας νομικής υποχρέωσης μιας επιχείρησης αλλά αντιθέτως έχει το χαρακτηριστικό της εθελούσιας συμπεριφοράς και δέσμευσής της για υπεύθυνη επιχειρηματική δράση. Επίσης η ΕΚΕ δεν θα πρέπει να είναι ένα ξεχωριστό κομμάτι στην πολιτική της εταιρείας, αλλά αντίθετα πρέπει να αποτελεί μια φιλοσοφία, που να ενσωματώνεται σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης και να υιοθετείται τόσο από τους εργαζόμενους όσο και από την διεύθυνση.

Η ΕΚΕ δεν μπορεί να είναι μια σειρά αφηρημένων εννοιών, αλλά ένα συστηματικό εργαλείο που βελτιώνει ουσιαστικά τη λειτουργία της επιχείρησης. Γι' αυτό θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως επένδυση και όχι ως κόστος, όπως το ίδιο συμβαίνει και με τη διαχείριση στη Διοίκηση Ολικής

Ποιότητας (ΔΟΠ).

Η βασική ιδέα στην οποία στηρίζεται η ΕΚΕ είναι η αειφόρος ανάπτυξη της επιχείρησης και του περιβάλλοντος της, αφού χωρίς παράλληλη ανάπτυξη και προστασία του περιβάλλοντος η ζημία θα είναι και για τα δύο μέρη νομοτελειακή. Η ΕΚΕ ουσιαστικά συμβαδίζει με την έννοια της τριπλής κατεύθυνσης των επιχειρήσεων που αποτυπώνεται στις αρχές της τριπλής προσέγγισης (TBL, Triple Bottom Line, Elkington 1997) η ιδέα δηλαδή ότι η συνολική επίδοση μιας επιχείρησης πρέπει να υπολογίζεται με βάση τη συνδυασμένη συνεισφορά της στην οικονομική ευημερία, την περιβαλλοντική ποιότητα και το κοινωνικό κεφάλαιο, ήτοι κέρδος, περιβάλλον, άνθρωπος. Με λίγα λόγια αναφέρεται στην κατάσταση εκείνη στην οποία οι επιχειρήσεις εναρμονίζουν τις προσπάθειές τους να είναι οικονομικά βιώσιμες, περιβαλλοντικά ορθές και κοινωνικά υπεύθυνες.

Επομένως η ΕΚΕ εκτός από τα βασικά της συστατικά που είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα, η προστασία του περιβάλλοντος, τα εργασιακά δικαιώματα, συμπεριλαμβάνει την εταιρική φιλανθρωπία, τον εθελοντισμό, την συμμετοχή στην κοινότητα, την εταιρική διαφάνεια, την υιοθέτηση αρχών και κωδίκων, την ενημέρωση των καταναλωτών, την υπευθυνότητα της διαχείρισης των προϊόντων και των υπηρεσιών κλπ. (ΕΤΑΤ, 2008, ιστοσελίδα α/α 3, σελ. 13-15).

Τα κύρια χαρακτηριστικά της ΕΚΕ, σύμφωνα με τους Basu & Palazzo (2005) είναι τέσσερα:

- Η ιδεολογία που συνδέει την ΕΚΕ με την αποστολή της επιχείρησης.
- Η νομιμότητα.
- Η γλώσσα που χρησιμοποιείται κατά την λήψη των αποφάσεων.
- Το στυλ ηγεσίας που ασκείται στην επιχείρηση (Borriá E, 2001, σελ. 208).

Άλλοι συγγραφείς όπως οι Shahin & Zairi (2007) διαχωρίζουν την ευθύνη των επιχειρήσεων με τέσσερα διαφορετικά κριτήρια ήτοι:

- Το οικονομικό, δηλαδή την οικονομική ευθύνη που αναφέρεται στην κερδοφορία, την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων.
- Το νομικό, δηλαδή την ευθύνη που υποχρεώνει ο νόμος.
- Το ηθικό με την Ηθική Ευθύνη που βασίζεται στους άγραφους νομοτελειακούς κανόνες και νόμους.
- Το Φιλανθρωπικό κριτήριο, δηλαδή την ευθύνη που έχει σχέση με την κοινωνία και τον άνθρωπο (Shahin A. & Zairi M., 2007, σελ. 753 κ.α.).

Φυσικά πέραν αυτών των διαβαθμίσεων υπάρχει και το περιβαλλοντικό κριτήριο όπως ακόμη και το πατριωτικό. Το τελευταίο κριτήριο το συναντάμε σε περιπτώσεις επιχειρήσεων που βοηθούν τους ομοεθνείς τους σε περίπτωση που βρίσκονται υπό κατοχή ή άλλες περιπτώσεις, που διάφορες επιχειρήσεις χρηματοδοτούν διάφορες οργανώσεις ή συλλόγους προκειμένου να μη περάσουν οι αλυτρωτικές θέσεις των αντιπάλων.

1.5 Κατηγοριοποιήσεις για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Στη διεθνή βιβλιογραφία η ΕΚΕ κατηγοριοποιείται ανάλογα με το χαρακτήρα και τη φιλοσοφία της εκάστοτε πρωτοβουλίας σε έξι πρακτικές. Υπάρχει λοιπόν, η προώθηση σκοπού, το μάρκετινγκ σκοπού, το εταιρικό κοινωνικό μάρκετινγκ, η εταιρική φιλανθρωπία, ο εταιρικός εθελοντισμός και οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές.

Προώθηση Σκοπού: Η επιχείρηση προσφέρει χρήματα/προϊόντα/υπηρεσίες για κάποιο κοινωνικό σκοπό και την ευαισθητοποίηση του κοινού γύρω από αυτό. Επιπλέον η επιχείρηση μπορεί να πάρει την πρωτοβουλία από μόνη της, να είναι ο βασικός χορηγός σε μια ήδη υπάρχουσα πρωτοβουλία κάποιου οργανισμού ή να είναι ένας από τους χορηγούς (Kolter, 2009 - Hunger, Wheelen, Thomas, 2004).

Μάρκετινγκ Σκοπού: Η επιχείρηση παρέχει με τη μορφή δωρεάς ένα προκαθορισμένο ποσοστό από τα κέρδη που προκύπτουν από τις πωλήσεις ενός ή περισσότερων προϊόντων της σε κάποιο συγκεκριμένο σκοπό. Η ενέργεια αυτή πραγματοποιείται συνήθως για συγκεκριμένο προϊόν και περιορισμένο χρονικό διάστημα, συχνά μάλιστα σε περιόδους αυξημένης καταναλωτικής κίνησης (π.χ. περίοδος εορτών). Έτσι, ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να βοηθήσει χωρίς να χρειαστεί να διαθέσει επιπλέον χρήματα (Kotler and Keller, 2009).

Το Εταιρικό Κοινωνικό Μάρκετινγκ έχει ως στόχο τη δημιουργία τάσεων, την επιρροή του τρόπου σκέψης και την αλλαγή συμπεριφοράς του κοινού απέναντι σε κοινωνικά θέματα, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται η προστασία του περιβάλλοντος και η δημόσια υγεία. Η αλλαγή αυτή είναι που διαφοροποιεί το εταιρικό κοινωνικό μάρκετινγκ από την προώθηση σκοπού.

Η Εταιρική Φιλανθρωπία θεωρείται η πιο παραδοσιακή μορφή της ΕΚΕ και συνίσταται στην άμεση προσφορά χρημάτων ή προϊόντων για φιλανθρωπικό σκοπό. Δέκτες αυτών των συνεισφορών είναι μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, συνήθως στον τομέα της κοινωνικής αλληλεγγύης και της προστασίας του περιβάλλοντος (Weiss, 2003).

Ο Εταιρικός Εθελοντισμός αναφέρεται στη στήριξη και την παρότρυνση από μία επιχείρηση προς τους υπαλλήλους, τους μετόχους και τους συνεργάτες της να αναλάβουν εθελοντικές δράσεις και να προσφέρουν το χρόνο τους για κάποιον καλό σκοπό. Οι ενέργειες αυτές πραγματοποιούνται συνήθως μέσα στα πλαίσια της τοπικής κοινωνίας.

Οι Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές τέλος, αφορούν εθελοντικές αποφάσεις και επενδύσεις μιας εταιρείας με στόχο την επίλυση κοινωνικών ζητημάτων και περιβαλλοντικών προβλημάτων. Οι πρακτικές αυτές είναι άμεσα συνδεδεμένες με τη λειτουργία της επιχείρησης και συμβάλλουν στη βελτίωση της ζωής όλων. Τα τελευταία χρόνια, οι επιχειρήσεις δε δίνουν έμφαση μόνο στην επίτευξη των εταιρικών στόχων, αλλά εντάσσουν την κοινωνική υπευθυνότητα στην εταιρική τους φιλοσοφία και στρατηγική. Συνεπώς, υιοθετούν προγράμματα ΕΚΕ που συνήθως ενσωματώνουν δράσεις που εμπίπτουν σε πολλές από τις παραπάνω κατηγορίες

και που προσθέτουν στην εταιρική αξία (Weiss, 2003).

Εκτός των παραπάνω και σύμφωνα με τη σύγχρονη διεθνή βιβλιογραφία η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να διακριθεί σε ακόμα 3 κατηγορίες ανεξάρτητα με το αν επιβάλλεται από την τοπική κοινωνία καθώς και αν όλοι οι συμμετέχοντες ευνοούνται από τα οφέλη της εφαρμογής των συγκεκριμένων προγραμμάτων (Hunger, David, Wheelen, Thomas, 2004).

Οι τρεις αυτές κατηγορίες είναι οι εξής:

Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνδυάζει τα κοινωνικά οφέλη με τους άμεσους στρατηγικούς στόχους μιας επιχείρησης. Με την Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η επιχείρηση πραγματοποιεί φιλανθρωπίες προς την κοινωνία με στόχο την ενίσχυση των μακροπρόθεσμων οικονομικών της στόχων. Συνεπώς η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων αποσκοπεί στην μεγιστοποίηση του κέρδους. Η συγκεκριμένη επιχειρηματική συμπεριφορά αναπτύχθηκε κατά την περίοδο του 1980 και πρακτικά μπορεί αρχικά η υιοθέτηση της να σήμαινε βραχυπρόθεσμες απώλειες σε ότι αφορά τον προϋπολογισμό μιας επιχείρησης. Ωστόσο μακροπρόθεσμα τα οφέλη της επιχείρησης είναι ορατά και καταγράφονται στα οικονομικά δεδομένα της, όπως είναι τα αποτελέσματα χρήσης. Αυτό συμβαίνει γιατί βελτιώνεται η εικόνα της επιχείρησης στην κοινωνία. Για αυτόν τον λόγο η Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντιμετωπίζεται ως επένδυση στην δημιουργία καλής φήμης έναντι των πελατών αλλά και των εν δυνάμει πελατών οι οποίοι είναι αυτοί που ενισχύουν την χρηματοοικονομική απόδοση της επιχείρησης. Η εφαρμογή της Στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης προκαλεί κάποια ερωτήματα, που σχετίζονται με τα προβλήματα που προκύπτουν αναφορικά με την ικανοποίηση όλων των συμφερόντων των συμμετεχόντων, καθώς κάποια από αυτά συγκρούονται μεταξύ τους. Πολλές έρευνες έχουν δείξει ότι τα βραχυπρόθεσμα κέρδη των εταιρειών των οποίων τα στελέχη περιλαμβάνουν στην στρατηγική τους κοινωνικούς στόχους, άλλες φορές αυξάνονται και άλλες φορές μειώνονται. Ωστόσο άλλες έρευνες αποδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποδίδουν μακροπρόθεσμα.

Ηθική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η Ηθική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει ως σκοπό, πέρα από την ικανοποίηση των οικονομικών και νομικών υποχρεώσεων έναντι του κοινωνικού συνόλου, να περιλαμβάνει ενέργειες οι οποίες αποφεύγουν οποιαδήποτε βλάβη στην κοινωνία οικονομική, πνευματική ή ψυχολογική. Οποιαδήποτε εταιρεία δεν εκπληρώνει τα ηθικά της καθήκοντα λειτουργεί ως ανεύθυνος οργανισμός. Τα στελέχη της επιχείρησης γνωρίζουν ότι θα πρέπει να υπάρχει συμμόρφωση στα ιδανικά, ακόμα και αν βραχυπρόθεσμα η στάση αυτή καθυστερεί την εμφάνιση του κέρδους ή του άμεσου θετικού αποτελέσματος. Αν προβεί σε ενέργειες που αγνοούν αυτές τις πρακτικές (π.χ. περιβαλλοντική μόλυνση της τοπικής κοινωνίας) μεταγενέστερα θα υπάρξει μείωση στα κέρδη των μετόχων καθώς

υποβαθμίζεται η εικόνα της επιχείρησης. Πρακτικά μια επιχείρηση η οποία στηρίζεται στην ηθική, αποκτά μεγαλύτερη φερεγγυότητα και δημιουργεί εικόνα εμπιστοσύνης έναντι των πελατών, των προμηθευτών, των εργαζομένων κτλ.

Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Με τον όρο «Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», η επιχείρηση δεν αποσκοπεί μόνο στην αποφυγή δημιουργίας κοινωνικής βλάβης, αλλά ενισχύει τις προσπάθειες βελτίωσης και εξάλειψης των κοινωνικών προβλημάτων, όπως το χαμηλό βιοτικό επίπεδο, τα ναρκωτικά, την εγκληματικότητα και την έλλειψη παιδείας. Τα παραπάνω συμβάλλουν στην ύπαρξη κοινωνικής ανισότητας και υποβαθμίζουν τους όρους ζωής. Η Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη περιλαμβάνει ενέργειες, πολιτικές και δράσεις οι οποίες αποσκοπούν στην άμεση επέμβαση του οργανισμού μέσω της ανακατανομής πόρων βάσει των υπαρχουσών κοινωνικών αναγκών. Τέτοιες ενέργειες της Ανθρωπιστικής Εταιρικής Ευθύνης είναι οι πολιτικές προστασίας του περιβάλλοντος, οι δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, η συμμετοχή της επιχείρησης σε προγράμματα εύρεσης εργασίας για μακροχρόνια ανέργους, καθώς και διάφορες άλλες δραστηριότητες που αποσκοπούν στη βελτίωση των όρων και των συνθηκών ζωής (Kotler, 2009).

1.6 Διαστάσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

1.6.1 Εσωτερική Διάσταση ΕΚΕ

Η εσωτερική διάσταση αναφέρεται σε πρακτικές που αφορούν τους ανθρώπινους πόρους και το περιβάλλον. Είναι γνωστό και αυτονόητο ότι οι επιχειρήσεις και πιο συγκεκριμένα οι διοικήσεις των επιχειρήσεων, έχουν ευθύνες και υποχρεώσεις οικονομικού και κοινωνικού χαρακτήρα, απέναντι στους εργαζόμενους της επιχείρησης και όχι μόνο.

Στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, οι πρακτικές θα πρέπει να αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και να συνδέονται με ζητήματα, όπως η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής, ενώ οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές θα πρέπει να σχετίζονται κυρίως με την διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Έτσι ανοίγεται ο δρόμος για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα (Ζέρβα, 2006, σελ. 14).

Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού

Πρέπει να υπάρχει ισότιμη δυνατότητα πρόσληψης των εργαζομένων ανεξαρτήτου φύλου, ηλικίας, θρησκείας, καταγωγής, εμφάνισης κλπ. Η διοίκηση της επιχείρησης υποχρεούται να φροντίζει για την αξιοπρέπεια κάθε εργαζομένου, να τον μεταχειρίζεται με δικαιοσύνη, να του διασφαλίζει ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας, να τον αμείβει νόμιμα και γενικά να τηρεί το εργασιακό δίκαιο. Τα κίνητρα για την υποκίνηση των εργαζομένων πρέπει να είναι τέτοια που να

διασφαλίζεται τόσο η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης όσο και η ικανοποίηση του εργαζόμενου.

Η ΕΚΕ πρέπει να ευθυγραμμίζει την διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού με τους στόχους της εταιρείας. Δίδεται μια μοναδική ευκαιρία να μοχλεύσουμε το ανθρώπινο κεφάλαιο με την πρόσληψη, την κατάρτιση και την ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων. Έρευνες για την διαχείριση του Ανθρώπινου Δυναμικού στις ΗΠΑ διαπίστωσαν ότι, περίπου τα δύο τρίτα των επαγγελματιών της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού εμπλέκονται άμεσα σε δραστηριότητες ΕΚΕ, αφού το 13% των επαγγελματιών της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού, ήταν κύριοι υπεύθυνοι για τη δημιουργία στρατηγικής ΕΚΕ και 23 % ήταν επιφορτισμένοι με την εφαρμογή της ΕΚΕ (Mondy, 2011).

Το τμήμα Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού, μπορεί να ηγείται της προσπάθειας για κοινωνική ευθύνη, όμως πολλά άλλα τμήματα της επιχείρησης πρέπει να συμμετέχουν στην προσπάθεια αυτή, η οποία απαιτεί συνεργασία. Η ΕΚΕ αποκτά νόημα και γίνεται ουσιαστική όταν αγκαλιάζεται από τους εργαζόμενους, καθώς το τμήμα Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού μπορεί να δέσει τους υπαλλήλους με την στρατηγική. Εάν εμπλέκεται κανείς σε πρωτοβουλίες ΕΚΕ, τότε είναι μέρος της γενικότερης στρατηγικής της εταιρίας και ευθυγραμμίζεται με την λειτουργία των ανθρώπινων πόρων και τους στόχους της επιχείρησης για την εξέλιξη της κλπ. (Mondy, 2011).

Η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού σε συνδυασμό με την γνώση είναι μια από τις βασικότερες λειτουργίες στην διοίκηση των επιχειρήσεων ακόμη και μη κερδοσκοπικών, τονίζει ο Γκουρού του Μάνατζμεντ Peter Drucker με την παρακάτω θέση, ότι πρέπει πάντοτε να βάζουμε τους ανθρώπους πάνω από όλα – υπαλλήλους και πελάτες καθώς και μετόχους. Θεωρούσε την επιχείρηση ως την κρίσιμη σημασίας μηχανή προόδου μιας ανθηρής και βιώσιμης δημοκρατίας, τονίζοντας ιδιαίτερα το ανθρώπινο στοιχείο, τόσο στα συγγράμματα του, όσο και στις προσωπικές του συνεργασίες (Haas Edersheim, El., 2009).

Ο Drucker θεωρούσε ότι το πιο πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο μιας επιχείρησης είναι οι άνθρωποί της (Haas Edersheim, El., 2009).

Υγεία και ασφάλεια στον εργασιακό χώρο

Η ασφάλεια και η υγιεινή στους χώρους εργασίας πρέπει να είναι σίγουρα διασφαλισμένη όχι μόνο βάσει των νόμων και των οδηγιών κάθε κοινωνίας αλλά και πέραν αυτών. Οι τεχνικοί ασφαλείας θα πρέπει να επιθεωρούν και να καταγράφουν τα προβλήματα που εντοπίζονται. Οι γιατροί εργασίας πρέπει να επιθεωρούν όλους τους εργασιακούς χώρους και να ενημερώνουν το προσωπικό για τα θέματα της αρμοδιότητάς τους. Θα πρέπει να εφαρμόζεται πρόγραμμα τακτικών δοκιμών στα συστήματα ασφαλείας και να γίνονται οι προβλεπόμενες από τους κανονισμούς συντηρήσεις. Θα πρέπει να υπάρχουν σχέδια και να εκτελούνται ασκήσεις αντιμετώπισης εκτάκτων αναγκών όπως εκκενώσεις κτηρίων σε περίπτωση σεισμών πυρκαγιών κλπ.

Εκπαίδευση, προσαρμογή και αναδιάρθρωση στην αλλαγή

Η εκπαίδευση αποτελεί πεδίο στο οποίο μπορεί να υλοποιηθεί η βασική φιλοσοφία της ΕΚΕ,

για την επίτευξη σημαντικών και απαραίτητων ωφελειών και δημιουργίας υπεραξιών, μέσα από την ηθική συμπεριφορά των επιχειρήσεων και των οργανισμών. Εξ' άλλου δεν είναι τυχαίο ότι η πολιτεία, αναγνωρίζοντας την σπουδαιότητα της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης, εκπόνησε μελέτη στα πλαίσια του «Σχεδίου δράσης του υπουργείου Παιδείας για την ανάπτυξη του θεσμού της ΕΚΕ στο πεδίο της εκπαίδευσης», η οποία ανατέθηκε στο Ινστιτούτο Κοινωνικής Καινοτομίας.

Η επιχείρηση αν θέλει να είναι ανταγωνιστική και να έχει μακροπρόθεσμη προοπτική επιβίωσης θα πρέπει να προσαρμόζεται σε όλες τις αλλαγές που πραγματοποιούνται κυρίως στο εξωτερικό της περιβάλλον. Η αναδιάρθρωση και η αλλαγή θα πρέπει να συντελείτε σε κάθε τομέα που επηρεάζει την επιχείρηση. Οι προσαρμογές τόσο σε τεχνολογικό, όσο και σε οργανωτικό ή άλλο επίπεδο είναι απαραίτητες προϋποθέσεις για τη ανάπτυξη κάθε επιχείρησης (www.tovima.gr, 21/2/2010, ιστοσελίδα α/α 22,σελ. Χ54).

Το εκπαιδευτικό σύστημα, σε όλα τα επίπεδα, θα πρέπει να παίζει κύριο ρόλο για την προώθηση της κοινωνικής ευθύνης στους πολίτες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που εργάζονται - ή θα εργαστούν - στον κόσμο των επιχειρήσεων ή έξω από αυτόν. Μπορεί να εκπληρώσει το ρόλο αυτό, εκπαιδύοντας τους πολίτες ώστε να καταλάβουν και να εκτιμήσουν τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και ηθικές αξίες και παρέχοντας τους τα εφόδια προκειμένου να λαμβάνουν ενημερωμένες αποφάσεις. Η εκπαίδευση και η κατάρτιση στον τομέα της Διοίκησης Επιχειρήσεων, παρουσιάζουν ιδιαίτερη συνάφεια για την ΕΚΕ στο πλαίσιο αυτό και η ενθάρρυνση ενός αποτελεσματικού διαλόγου ανάμεσα στον κόσμο των επιχειρήσεων και της εκπαίδευσης, μπορεί να συνεισφέρει στην προώθηση των αρχών και πρακτικών της ΕΚΕ, όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων.

Οι φυσικοί πόροι και κυρίως οι μη ανανεώσιμες πηγές ενέργειας θα πρέπει να διαχειρίζονται με το σκεπτικό της αειφόρου ανάπτυξης καθότι διαφορετικά, ίσως καταλήξουμε σε πόλεμο ή κοινωνικές αναταραχές πρωτόγνωρες για την ανθρωπότητα. Είναι σε όλους μας γνωστό ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις αναπτύχθηκαν σε μια εποχή άφθονων πρώτων υλών, απεριόριστης παραγωγής απορριμμάτων και άγνοιας για τις συνέπειες των ενεργειών τους προς το περιβάλλον. Ως αποτέλεσμα αυτών των ενεργειών ήταν φυσικό πολλές από τις νέες τεχνολογίες εκείνης της εποχής να προκαλέσουν την καταστροφή πολλών οικοσυστημάτων.

Οι πρώτες προειδοποιήσεις για τη απειλούμενη ισορροπία μεταξύ πόρων και ανθρωπίνων δράσεων, έγιναν ήδη από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, και από τότε πληθαίνουν, με περισσότερα στοιχεία, περισσότερη επιστημονική τεκμηρίωση και φυσικά ένταση και αντίδραση. Όλοι δε αυτοί οι επιστήμονες και ακτιβιστές που προειδοποιούν για μια επερχόμενη καταστροφή δεν είναι προφήτες άλλα ίσως ρεαλιστές που διαπιστώνουν ότι κυριολεκτικά καθόμαστε όλοι επάνω σε ένα κλαδί και το πριονίζουμε με ένα ηλεκτρικό πριόνι, προκειμένου να ανταγωνισθούμε μεταξύ μας σε επιχειρηματικό

πολιτικό ή άλλο επίπεδο (Δόικος, 2012).

Η εξέλιξη όμως αυτή είχε ως αποτέλεσμα ο 21ος αιώνας να προσφέρει τις μεγαλύτερες δυνατότητες από ποτέ, στην ιστορία της ανθρωπότητας, για αλλαγή στην επιχειρηματική σκέψη. Ο επιχειρηματικός κόσμος αντιμετώπιζε την εκμετάλλευση του περιβάλλοντος ως μια διλληματική κατάσταση: είτε θα βοηθούσε το περιβάλλον και θα έπληττε την επιχείρησή του είτε θα βοηθούσε την επιχείρησή εις βάρος του περιβάλλοντος. Ευτυχώς η αντίληψη αυτή διαμεύσθηκε εκ των πραγμάτων, αφού γινόμαστε όλοι μάρτυρες της αλλαγής πορείας του πλαισίου στην βιομηχανική διοίκηση του περιβάλλοντος, με την εθελοντική ενσωμάτωση οικολογικών αξιών στις βιομηχανικές στρατηγικές καθώς και στον σχεδιασμό και την κατασκευή των προϊόντων.

Η εταιρεία General Electric, θεωρούσε τους κανόνες για το περιβάλλον βάρος και κόστος. Μετά όμως διαπίστωσε ότι οι φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες είναι μια από τις σημαντικότερες επιχειρησιακές ευκαιρίες της παγκόσμιας οικονομίας. Έτσι δημιουργώντας μια επιχειρησιακή πρωτοβουλία με την ονομασία Ecomagination, η General Electric αναζητά επιχειρησιακές ευκαιρίες για τη επίλυση προβλημάτων του περιβάλλοντος. Ήδη στις λύσεις αυτής της πρωτοβουλίας περιλαμβάνονται τουρμπίνες ανέμου, υλικά για κύτταρα ηλιακής ενέργειας και οικιακές συσκευές αυτόνομης ενέργειας. Σε πέντε χρόνια αυξήθηκαν τα κέρδη της εν λόγω εταιρείας από τα προϊόντα αυτά, από 5 εκατομμύρια σε 7 δισεκατομμύρια δολάρια. (Bateman, Snell, 2011).

Το συμπέρασμα λοιπόν που βγαίνει είναι ότι εκτός των φιλοσοφικών αυτών ανησυχιών και των νέων συμπαντικών και ολιστικών αντιλήψεων, η εταιρείες γίνονται «πράσινες» για να ικανοποιήσουν τις καταναλωτικές απαιτήσεις, να αντιδράσουν στις πράξεις των ανταγωνιστών, να εκπληρώσουν τη ζήτηση που εκφράζουν οι πελάτες ή οι παραγωγοί κλπ., ώστε να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Έτσι επαληθεύεται η ρήση ότι οι πρακτικές ΕΚΕ είναι εθελοντικές μεν αναγκαστικές δε.

Το εργασιακό περιβάλλον στην σύγχρονη επιχείρηση

“Νικητές της κρίσης με συμμάχους τους εργαζόμενους” ήταν ο τίτλος ενός αφιερώματος της εφημερίδας «Το Βήμα» στις 3/4/11. «Σε πείσμα των καιρών υπάρχουν εταιρείες που δεν σταματούν να επενδύουν στη δημιουργία ενός εξαιρετικού εργασιακού περιβάλλοντος. Το αποτέλεσμα πολλαπλό: Ευχαριστημένοι εργαζόμενοι, συντροφικότητα στον χώρο εργασίας, υπερηφάνεια, όρεξη για δημιουργία, λήψη πρωτοβουλιών, λιγότερες απουσίες για ασθένειες, μεγαλύτερη δημιουργικότητα εργαζομένων, καλύτερα συνολικά εταιρικά αποτελέσματα». Γι ένατη συνεχή χρονιά αναφέρει η εφημερίδα το Great Place to Work Institute Hellas, παρουσιάζει 20 μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα (www.tovima.gr, ιστοσελίδα α/α 27, 3/4/11 σελ. 1).

Πριν αναφερθούμε στο τι λένε οι εργαζόμενοι για τις επιχειρήσεις που δουλεύουν, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η 3E έχει βραβευθεί δύο συνεχόμενες χρονιές, για το καλύτερο εργασιακό

περιβάλλον στην Ελλάδα στην κατηγορία των μεγάλων επιχειρήσεων. Έχει βρεθεί στην 6η θέση της συνολικής κατάταξης ανάμεσα σε 1300 εταιρείες από 17 χώρες στον διαγωνισμό 'European Great Place to Work', και έχει λάβει τα ειδικά βραβεία «υπερηφάνειας» και «ανάπτυξης και εξέλιξης των εργαζομένων» της εταιρείας (ο.π. σελ. 3).

Φυσικά όλα αυτά που αναφέρονται και που θα αναφερθούν στην συνέχεια θα πρέπει κανείς να τα αντιμετωπίζει με ένα βαθμό επιφύλαξης, καθότι οι οίκοι ή οι οργανισμοί αξιολόγησης, αμείβονται για τις υπηρεσίες τους από τις ίδιες τις εταιρείες και επομένως υπάρχει μια συμφεροντολογική σχέση, την οποία θα πρέπει κανείς να την έχει υπόψη του. Αυτό φυσικά δεν σημαίνει ότι οι εταιρείες, που αξιολογούνται δεν έχουν ένα ιδανικό και σύγχρονο περιβάλλον, αλλά ούτε ότι το εργασιακό τους περιβάλλον δεν έχει προβλήματα. Μπορεί να μην είναι όλα τόσο ιδανικά όσο τα περιγράφουν αλλά σίγουρα τα περισσότερα απ' αυτά ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα και είναι αντικειμενικά.

Ας δούμε λοιπόν πως αποτυπώνεται η γνώμη των εργαζομένων σ' αυτή την έρευνα. Ένας εργαζόμενος της 'Αθηναϊκής ζυθοποιίας' με 1076 εργαζόμενους λέει: «Ανά πάσα στιγμή μπορείς να πλησιάσεις την Διοίκηση και να ζητήσεις ότι χρειαστείς στην προσωπική σου ζωή. Βραβεύουν τα παιδιά μας που πετυχαίνουν τους στόχους τους, όπως την εισαγωγή τους στα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Νιώθω σιγουριά στα 34 χρόνια δουλειάς μου εδώ, είναι το σπίτι μου. Ευχαριστώ». Άλλος εργαζόμενος της ίδιας επιχείρησης λέει: «Αρρώστησε συνάδελφος και η εταιρεία όχι μόνο του έδωσε όση άδεια χρειαζόταν για θεραπεία, αλλά κάλυψε και τα έξοδα θεραπείας. Έχει δώσει και δίνει άτοκα δάνεια σε όποιον εργαζόμενο αντιμετωπίζει προβλήματα.» (ο.π., σελ. 4).

Για την Unilever Hellas με 669 εργαζόμενους ένας εργαζόμενος αναφέρει: «έχουμε περιπτώσεις εργαζομένων που απουσιάζουν λόγω ασθένειας, οι οποίοι θα έπρεπε να έχουν σταματήσει να πληρώνονται από την εταιρεία διότι έχουν καλύψει το διάστημα που ορίζει ο νόμος, αλλά η εταιρεία συνεχίζει να τους πληρώνει κανονικά και για πάρα πολλούς μήνες». Στο τέλος κάθε χρονιάς οι εργαζόμενοι με παρακίνηση της διοίκησης καλούνται να ψηφίσουν και να αναγνωρίσουν την προσπάθεια και την καλή δουλειά άλλων συναδέλφων ή ομάδων. Το ΔΣ συνεδριάζει και επιλέγει τα άτομα που θα βραβευθούν. Φυσικά υπάρχουν και άλλες παροχές όπως η δυνατότητα να επιλέξει μια μέρα την βδομάδα, σταθερή μέσα στο χρόνο, όπου μπορεί να εργάζεται από το σπίτι, επαγγελματικός προσανατολισμός στα παιδιά των εργαζομένων κ.α. (www.tovima.gr, ιστοσελίδα α/α 27, 3/4/11, σελ. 6).

Οι εργαζόμενοι της 'Tasty Foods' με 814 εργαζόμενους/ες και ένα υψηλό ποσοστό αποχώρησης εργαζομένων 8,1%, σε σχέση με τις δύο προαναφερθείσες εταιρείες που κυμαίνονταν στο 1,1% και 1,2% αντίστοιχα, λένε τα ακόλουθα: «Είναι πραγματικά εξαιρετικό το γεγονός ότι η εταιρεία μας έχει την Ομάδα Κοινωνικής Ευθύνης, που με οργάνωση συνέπεια και ήθος προσφέρει κοινωνικό έργο στους συνανθρώπους μας και σε ιδρύματα που το έχουν ανάγκη. Αυτό με κάνει ακόμη πιο υπερήφανη». Άλλος εργαζόμενος διαπιστώνει: «Το ομαδικό κλίμα, τα εφόδια και οι

παροχές κάνουν την εταιρεία μας ένα ειδυλλιακό περιβάλλον για να δουλέψεις. Το πιο ασυνήθιστο είναι το οικογενειακό κλίμα όπου μπορείς να μιλήσεις με τον οποιονδήποτε ανώτερο για οτιδήποτε σε απασχολεί, καθώς επίσης και η διάθεση που δείχνουν για να ακούσουν τα προβλήματά σου και να βοηθήσουν στην επίλυσή τους».

Η "Tasty Foods" είναι μια εταιρεία ιδιαίτερα δυναμική και νεωτεριστική σε πολιτικές και πρακτικές που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό. Έχει θεσπίσει ειδικό διαγωνισμό με τίτλο 'αγκάλιασε τις διαφορές μας', όπου κάθε εργαζόμενος μπορεί να προτείνει ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων που πιστεύει ότι έχει συνεισφέρει σημαντικά στην προώθηση των στόχων της Διαφορετικότητας και Συμπερίληψης. Στον τομέα της εξισορρόπησης προσωπικής - επαγγελματικής ζωής εφαρμόζονται διάφορες πρακτικές. Οι εργαζόμενοι μπορούν να φεύγουν νωρίτερα την ημέρα των γενεθλίων των παιδιών τους, να παίρνουν έξτρα άδεια γάμου, μητρότητας πατρότητας, επιδοτείται το φαγητό τους, μπορούν να συμβουλευτούν ειδικό διατροφολόγο, απολαμβάνουν εκπτώσεις στα γυμναστήρια, παιδικές κατασκηνώσεις κλπ., και επιδοτούνται με 1.000 ευρώ ετησίως για τον βρεφονηπιακό σταθμό. Επίσης αποφασίστηκε από το 2009, όλα τα εταιρικά δώρα που λαμβάνουν τα μέλη της διοίκησης κατά την περίοδο των Χριστουγέννων από εξωτερικούς συνεργάτες να διανέμονται με κλήρωση στους εργαζόμενους. Αυτά και πολλά άλλα έδωσαν την δυνατότητα στην Tasty Foods-Pepsico να συμμετάσχει στο Great Place to Work και να διακριθεί σε σημαντικές θέσεις παρά την δύσκολη οικονομική συγκυρία που βιώνει ο επιχειρηματικός κόσμος και όχι μόνο (ο.π. σελ. 7).

«Πάντων χρημάτων μέτρον άνθρωπος» του Πρωταγόρα θα έπρεπε να ήταν μια διαχρονική αξία όχι μόνο για την νοσοκομειακή μονάδα ΥΓΕΙΑ αλλά για κάθε επιχείρηση. Η επιχείρηση αυτή στον χώρο της υγείας, έχει σαν πρωταρχικό στόχο την βελτίωση του επιπέδου υγείας, γι' αυτό έχει εισαγάγει δείκτες ποιότητας υπηρεσιών σε όλη την μονάδα με την διαπίστευση του JCI. Είναι το πρώτο και μοναδικό νοσοκομείο στην Ελλάδα που μέχρι το 2010 έχει διαπιστευτεί με την συγκεκριμένη πιστοποίηση.

Τι λένε όμως οι εργαζόμενοι για την επιχείρηση με τους 1.244 εργαζόμενους και τα 301,7 εκατομμύρια κύκλο εργασιών το 2009. «Είμαι αλβανός πολίτης, δεν με έχουν αντιμετωπίσει ποτέ με ρατσισμό, έχω μια αξιοπρεπή δουλειά από την οποία ζω την οικογένειά μου, αν δουλέψω παραπάνω θα με πληρώσουν και περισσότερο, με αγαπούν όλοι, με φροντίζουν εξαιρετικά, μου μιλάνε ακόμη και οι διευθυντές στον πληθυντικό, ενώ ξέρω αν χρειαστώ κάτι εγώ ή η οικογένειά μου θα με βοηθήσουν και χωρίς να το ζητήσω». Συγκεκριμένα η παραπάνω νοσοκομειακή επιχείρηση εφαρμόζει τις παρακάτω ειδικές και ξεχωριστές πρακτικές και παροχές για τους εργαζόμενους/νες της:

- Δωρεάν νοσηλεία και ιατρικές εξετάσεις, καθώς και έκπτωση 50% για σύζυγο και παιδιά.
- Μίσθωση βρεφονηπιακού σταθμού καλύπτοντας εξ' ολοκλήρου την δαπάνη φύλαξης και

φροντίδας των παιδιών των εργαζομένων.

- Άτοκα δάνεια.
- Εικοσάλεπτο διάλειμμα που υπολογίζεται μέσα στο ωράριο.
- Δωρεάν δεκατιανό στην τραπεζαρία.
- Γεύμα με ελάχιστη χρέωση (1 ευρώ).
- Μίσθωση ιδιωτικών λεωφορείων για την μεταφορά των εργαζομένων.
- Δωροεπιταγή αξίας 120 € τα Χριστούγεννα και το Πάσχα.
- Μπόνους 2 ημερών άδεια για κάθε πενταετία στην εταιρεία (www.tovima.gr Ιστοσελίδα α/α 27, 3/4/11, σελ. 8).

Υπάρχουν και άλλες παροχές για τους εργαζόμενους, στις οποίες δεν αναφερόμαστε καθότι η παρουσίαση είναι ενδεικτική για όλες τις επιχειρήσεις που αναφέρονται στο αφιέρωμα. Σκοπός μας δεν είναι να απαριθμήσουμε όλες τις επιχειρήσεις αλλά ούτε και όλες τις πρακτικές, αλλά να τονίσουμε την συνεισφορά των επιτυχημένων επιχειρήσεων στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης. Επιπλέον δε να επισημάνουμε ότι οι πρακτικές κοινωνικής προσφοράς και ευθύνης προς τους εργαζόμενους, είναι ανταποδοτικές. Μπορεί φυσικά να υπάρχουν κάποιες εξαιρέσεις στον κανόνα και κάποιοι εργαζόμενοι να μην εκτιμούν αυτές της προσφορές των εταιρειών αλλά οι εξαιρέσεις είναι που επιβεβαιώνουν τον κανόνα όπως συνηθίζεται να λέγεται.

1.6.2 Εξωτερική Διάσταση ΕΚΕ

Η εξωτερική διάσταση αναφέρεται σε όλους όσους βρίσκονται εκτός της επιχείρησης και ωστόσο επηρεάζονται έμμεσα ή άμεσα από τη λειτουργία της. Πιο συγκεκριμένα:

- Η ΕΚΕ ως προς την αγορά και τη σφαίρα του ανταγωνισμού ασχολείται με τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση συμπεριφέρεται στους προμηθευτές, τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της. Καλύπτει θέματα όπως είναι η υπεύθυνη διαφήμιση και το Marketing, η διαχείριση των παραπόνων των πελατών, η ανάληψη μέτρων για την υποστήριξη ηθικών πρακτικών και για την καταπολέμηση της διαφθοράς, καθώς και η επιβολή κοινωνικών και περιβαλλοντικών πρακτικών στους προμηθευτές της.
- Τέλος, η ΕΚΕ ασχολείται με την σχέση των επιχειρήσεων με τους πολίτες και τις τοπικές κοινωνίες μέσα στις οποίες λειτουργούν και πώς αυτές μπορούν να επηρεαστούν από την λειτουργία τους. Περιλαμβάνει θέματα όπως η προστασία ανθρωπίνων δικαιωμάτων, ο διάλογος και η συνεργασία με τις κοινότητες που επηρεάζονται καθώς και η ενεργή συνεισφορά, μέσω εθελοντικών προγραμμάτων των εργαζομένων.

Η τοπική κοινωνία

Η επιχείρηση υπάρχει εξ' αιτίας της κοινωνίας. Η επιχείρηση συμβάλει στην ευημερία της

κοινωνία αλλά η κοινωνία προϋπήρχε της επιχείρησης και αυτή γέννησε και δημιούργησε την επιχείρηση. Επομένως υποχρέωση της επιχείρησης είναι να βοηθά και να προστατεύει την κοινωνία αφού από αυτήν αντλεί το προσωπικό της και αυτή καταναλώνει τα αγαθά της επιχείρησης. Μία υγιής αναπτυγμένη και ευημερούσα κοινωνία είναι προς όφελος της επιχείρησης. Μεταξύ τοπικής κοινωνίας και επιχείρησης πρέπει να υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση, αλληλοβοήθειας, αλληλοϋποστήριξης, κυρίως σε περιόδους ύφεσης αλλά όχι μόνο.

Ποιοι είναι όμως οι λόγοι και οι αιτίες για κοινωνική προσφορά; Υπάρχουν πάρα πολλοί λόγοι για τους οποίους πρέπει να είναι κανείς κοινωνικά ευαίσθητος. Είναι επιστημονικά αποδεδειγμένο πως μια θετική σκέψη είναι εκατοντάδες φορές ισχυρότερη από μια αρνητική. Η κοινωνική ευαισθησία είναι μια πράξη θετικής σκέψης. <<Όταν κάνεις καλό θα σου βγει σε καλό>> είναι μια από τις πολλές ρήσεις που υπάρχουν στις παραδόσεις διαφόρων πολιτισμών και θρησκειών (Byrne R., 2006).

Οι περισσότεροι γιατροί και θεραπευτές, όπως αναφέρουν ο Ph. Kotler και η N. Lee, μας υπόσχονται ότι αν γίνουμε πιο δραστήριοι θα έχουμε καλύτερη εμφάνιση, θα αισθανόμαστε καλύτερα, θα αποδίδουμε καλύτερα και θα ζούμε περισσότερο. Υπάρχουν πολλοί που ισχυρίζονται ότι η συμμετοχή σε εταιρικές κοινωνικές πρωτοβουλίες αποδίδει ανάλογα οφέλη. Εξάλλου έχει διαπιστωθεί από πάρα πολλές μελέτες, ότι η κοινωνική προσφορά και ευαισθησία των επιχειρήσεων και οργανισμών προκαλεί θετικά συναισθήματα όχι μόνο στους πελάτες, αλλά και στους εργαζόμενους τους μετόχους τα μέλη των Δ.Σ. και σε όλη την κοινωνία γενικότερα. Υπάρχουν επίσης στοιχεία ότι, οι πρωτοβουλίες και οι πρακτικές της ΕΚΕ βοηθούν στην ενίσχυση της επωνυμίας και των οικονομικών αποτελεσμάτων. Άλλοι δε ισχυρίζονται, ότι οι εταιρείες με καλή φήμη κοινωνικής ευθύνης ευημερούν για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (Kotler, Lee, 2009).

Το ότι οι κοινωνικές πρωτοβουλίες μπορούν να επηρεάσουν σημαντικούς παράγοντες απόδοσης, τεκμαίρεται από τις έρευνες και την εμπειρία του οργανισμού “Business for Social Responsibility”, ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού παγκόσμιας εμβέλειας, που παρέχει πληροφορίες, εργαλεία, εκπαίδευση και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε σχέση με την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στην εταιρική λειτουργία και στρατηγική. Οι έρευνες λοιπόν του οργανισμού αυτού συμπέραναν ότι τα κυριότερα οφέλη για τις εταιρείες είναι τα εξής:

- Αυξημένες πωλήσεις και μερίδιο αγοράς.
- Ενισχυμένη εικόνα επωνυμίας.
- Ενισχυμένη εταιρική εικόνα και επιρροή.
- Αυξημένη ικανότητα προσέλκυσης, ευαισθητοποίησης και διατήρησης προσωπικού.
- Μειωμένο λειτουργικό κόστος.
- Αυξημένο ενδιαφέρον από τους επενδυτές και τους αναλυτές (Kotler, Lee, 2009).

Συνοψίζοντας λοιπόν θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι εταιρίες που επενδύουν στην ΕΚΕ το

κάνουν για διάφορους λόγους μεταξύ των οποίων οι βασικότεροι είναι ότι:

1. Η επιχειρηματική ηθική συνδέεται άμεσα με την κερδοφορία.
2. Η ΕΚΕ επιδρά θετικά στην διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας και φήμης.
3. Οι εταιρίες προωθούν τις αξίες που τις διέπουν μέσω της ΕΚΕ, αφού επιχειρηματική ηθική και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι αλληλένδετες.

Επιχειρηματικοί εταίροι

Η επιχείρηση πρέπει να προωθεί το σκεπτικό και τις αξίες της ελεύθερης ανταγωνιστικότητας, χωρίς να χρησιμοποιεί ηθικά επιλήψιμες πρακτικές έναντι των ανταγωνιστών της ή των προμηθευτών της. Με τους προμηθευτές πρέπει να διατηρεί σχέσεις εμπιστοσύνης και καλής συνεργασίας και η επιλογή τους να γίνεται με κριτήρια που να διασφαλίζουν την ποιότητα, το όφελος και την υγεία του καταναλωτή και φυσικά του περιβάλλοντος.

Από τους επιχειρηματικούς εταίρους αναμένει κανείς να:

- Συμμορφώνονται πλήρως με τις δεοντολογικές αξίες για την εργασία, το περιβάλλον, την υγεία και την ασφάλεια, και τα συστήματα διαχείρισης.
- Ενσωματώνουν, κοινοποιούν και εφαρμόζουν αυτές τις αρχές.
- Λειτουργούν με πλήρη συμμόρφωση ως προς όλους τους ισχύοντες νόμους, κανόνες και κανονισμούς.
- Ενσωματώνουν τις αρχές με μια προσέγγιση συνεχούς βελτίωσης που αυξάνει την απόδοση με το πέρασμα του χρόνου.

Οι επιχειρηματικοί εταίροι επίσης θα πρέπει να:

- Υποστηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων και να διασφαλίζουν ότι δεν είναι συνένοχοι σε καταπάτηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Να παρέχουν ένα ασφαλές και υγιές περιβάλλον εργασίας, συμπεριλαμβανομένων και οποιωνδήποτε χώρων κατοικίας που παρέχονται από την εταιρεία.
- Να λειτουργούν με έναν περιβαλλοντικά υπεύθυνο και αποδοτικό τρόπο για να ελαχιστοποιήσουν τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.
- Να προστατεύουν τους φυσικούς πόρους, να αποφεύγουν τη χρήση επικίνδυνων υλικών, όπου αυτό είναι δυνατό, και να συμμετέχουν σε δραστηριότητες επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης.
- Να χρησιμοποιούν συστήματα διαχείρισης για να διευκολύνουν τη συνεχή βελτίωση και συμμόρφωση με τις παραπάνω αρχές.
- Να διεξάγουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες με δεοντολογικό τρόπο και να δρουν με ακεραιότητα (Κώδικας Συμπεριφοράς Επιχειρηματικών Εταίρων της MSD, 2011, ιστοσελίδα α/α 2, σελ. 4-5).

Τα ανθρώπινα δικαιώματα

Τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι μια βασική προϋπόθεση για την ύπαρξη της επιχείρησης. Η επιχείρηση δεν είναι μόνο η ίδια υποχρεωμένη να διαφυλάττει τους νόμους για τα ανθρώπινα δικαιώματα, αλλά θα πρέπει να μην επιτρέπει τους συνεργάτες της ή τους προμηθευτές της να τα παραβιάζουν. Πολλές μεγάλες επιχειρήσεις έχουν δεχθεί αυστηρή κριτική και είχαν μεγάλες οικονομικές επιπτώσεις όταν αποκαλύφθηκε ότι, οι προμηθευτές τους χρησιμοποιούσαν ανήλικα παιδιά στα εργοστάσιά τους. Μπορεί σε κάποιες χώρες να μην υπάρχει νομοθεσία που να απαγορεύει την εργασία ανήλικων, η ηθική όμως και η κουλτούρα των βιομηχανικά ανεπτυγμένων χωρών δεν αποδέχεται μια τέτοια πρακτική, έστω και αν δεν είναι παράνομη.

Στις 13 Αυγούστου 2003, η υποεπιτροπή του ΟΗΕ που ασχολείται με τα θέματα της Προώθησης και Προστασίας των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, ψήφισε μία σειρά από πρότυπα που αφορούν στην υπευθυνότητα των πολυεθνικών επιχειρήσεων και προωθήθηκαν για ψήφιση στην Ολομέλεια της Επιτροπής Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, το Μάρτιο του 2004. Τα πρότυπα αυτά αφορούν στις περιβαλλοντικές και οικονομικές υποχρεώσεις των πολυεθνικών επιχειρήσεων, που βασίζονται περισσότερο στα ήδη κοινά συμφωνηθέντα και αποδεκτά δικαιώματα καθώς και τα εργασιακά πρότυπα.

Σύμφωνα με τα πρότυπα αυτά, η επιχειρηματική δραστηριότητα, θα πρέπει να διασφαλίζει ότι δεν θα παραβιάζονται τα ανθρώπινα δικαιώματα (συμπεριλαμβανομένων των αστικών, πολιτικών, οικονομικών, κοινωνικών και πολιτισμικών δικαιωμάτων). Οι υποχρεώσεις αφορούν, επίσης, στην ασφάλεια των προσώπων, στα βασικά εργασιακά δικαιώματα, στη νομική συμμόρφωση, στην αντιμετώπιση της δωροδοκίας, στην προστασία των καταναλωτών, στην περιβαλλοντική προστασία και τέλος στις επιχειρηματικές δραστηριότητες σε εμπόλεμη ζώνη. Επίσης, οι επιχειρηματικές δραστηριότητες θα πρέπει να προβλέπουν εσωτερικές δομές και νομικές διαδικασίες που να διασφαλίζουν την συμμόρφωση καθώς και την επανόρθωση προς κάθε πλευρά που θίγεται από την παραβίαση. Τέλος, τα κράτη, διατηρούν την πρωταρχική ευθύνη της προστασίας και προώθησης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, δηλαδή να δημιουργούν το απαραίτητο νομικό και διοικητικό πλαίσιο που να διασφαλίζει την εφαρμογή τους, ενώ μία μονάδα που θα μπορούσε να παρακολουθεί την εφαρμογή των παραπάνω θα μπορούσε να δημιουργηθεί από τον ΟΗΕ (Εθελοντικός Χαρακτήρας της ΕΚΕ. ιστοσελίδα α/α 13, 25-3-13).

Σε μερικές περιπτώσεις βλέπουμε τις εταιρείες να γίνονται αρωγοί στις προσπάθειες των πολιτών να αποκτήσουν περισσότερα δικαιώματα σε απολυταρχικά πολιτικά συστήματα. Για παράδειγμα, οι μουσουλμανικές χώρες στις οποίες αναπτύχθηκε η «αραβική άνοιξη» τα τελευταία χρόνια, έχουν μπει σε μια διαδικασία απόκτησης περισσότερων ελευθεριών και δικαιωμάτων για τους πολίτες τους. Μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες πληροφοριακών συστημάτων παρέχουν λογισμικό και εφαρμογές που προωθούν την διαφάνεια, τον εκσυγχρονισμό και τα δικαιώματα των πολιτών

απέναντι στο κράτος. Οι Google, IBM, Nokia, Samsung κλπ χορηγούν την καινοτομία και προωθούν την οικονομική ανάπτυξη και την δημοκρατία. Η Microsoft επίσης έχει δημιουργήσει μια διαδικτυακή πύλη E-Government στην Αίγυπτο, η οποία παρέχει στους πολίτες πάνω από 80 υπηρεσίες. Νέες υπηρεσίες που προωθούν την διαφάνεια και την ανοιχτή διακυβέρνηση σχεδιάζονται με σκοπό να βελτιώσουν την σχέση κράτους-πολίτη στον αραβικό κόσμο και να προωθήσουν τα ανθρώπινα δικαιώματα (Avina, 2013).

Το ζητούμενο ή το ερώτημα που γενάτε εδώ είναι, αν θα μπορεί να διασφαλιστεί ότι σε όλες τις χώρες οι εγχώριες ή οι ξένες πολυεθνικές επιχειρήσεις τηρούν τις δεσμεύσεις τους και αποδέχονται τους κανόνες ώστε να μην δημιουργείται αθέμιτος ανταγωνισμός σε βάρος των "ηθικών" επιχειρήσεων. Αυτό φυσικά είναι δύσκολο να διασφαλιστεί και εξαρτάται κατά πολύ από την οργάνωση και την κουλτούρα του κάθε κράτους αλλά και το επίπεδο της κοινωνίας που δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

Παγκόσμια περιβαλλοντικά προβλήματα και ανησυχίες

Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ευαισθητοποιημένες σε θέματα περιβάλλοντος και να αναπτύσσουν πρωτοβουλίες με σκοπό την προστασία του. Οι πρακτικές αυτές θα πρέπει να είναι συμβατές με διεθνείς κανόνες και πρακτικές. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να γνωρίζει ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας εξαρτάται άμεσα από τη βιωσιμότητα του οικοσυστήματος, γι' αυτό θα πρέπει να αναγνωρίζει την ευθύνη που έχει να συμβάλει ενεργά στην προστασία του περιβάλλοντος και την εξοικονόμηση των φυσικών πόρων. Μία σαφής και ολοκληρωμένη περιβαλλοντική πολιτική εκπληρώνει τις προσδοκίες των μετόχων, των λοιπών εμπλεκομένων, αλλά και της κοινωνίας.

Είναι πλέον σε όλους μας γνωστό ότι, η κλιματική αλλαγή λόγω της μόλυνσης του περιβάλλοντος από την ανθρώπινη δραστηριότητα, αποτελεί την μεγαλύτερη απειλή που αντιμετωπίζει ο πλανήτης, με ότι αυτό συνεπάγεται, όχι μόνο για τη συνέχιση της λεγόμενης αιφόρου ανάπτυξης, αλλά και τη συνέχιση της ομαλής επιβίωσης μας στην γη. Με τους σημερινούς ρυθμούς και τρόπους ανάπτυξης η κλιματική αλλαγή σε λίγες δεκαετίες θα καταστεί πιθανότατα μη αναστρέψιμη τονίζουν οι περισσότεροι επιστήμονες. Για να αποτραπεί η καταστρεπτική αυτή εξέλιξη απαιτείται μια παγκόσμια συμφωνία, δίκαιη, βασισμένη στα δεδομένα της επιστήμης και νομικά δεσμευτική, τονίζει μεταξύ άλλων ο πρώην Έλληνας Επίτροπος της ΕΕ για το περιβάλλον, Σταύρος Δήμας, σε άρθρο του στην εφημερίδα 'Καθημερινή'. Μια συμφωνία που θα διασφαλίζει ότι η μέση αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη δεν θα υπερβαίνει τους 2 βαθμούς Κελσίου σε σχέση με τα προ-βιομηχανικά επίπεδα. Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, σύμφωνα με τους επιστήμονες πρέπει να μειωθούν οι εκπομπές αερίων των ανεπτυγμένων χωρών κατά 30% μέχρι το 2020 σε σχέση με το 1990 και στη συνέχεια να μειωθούν κατά 80-90% μέχρι το 2050 σε σχέση με το 1990 (Δήμας Σταύρος, 2009).

Η προστασία του περιβάλλοντος πρέπει να βρίσκεται στο επίκεντρο της ΕΚΕ. Οι αυξανόμενες

ανησυχίες για τις κλιματικές αλλαγές ωθούν όλο και περισσότερες εταιρείες να εξετάσουν τον τρόπο λειτουργίας τους ώστε να επιβαρύνουν στο ελάχιστο δυνατό το περιβάλλον. Είναι χαρακτηριστικό άλλωστε πως και οι κυβερνήσεις της Ε.Ε. υιοθετούν όλο και αυστηρότερους κανόνες και πολιτικές για την προστασία του περιβάλλοντος και την ενέργεια, καθιστώντας έτσι την ΕΕ πρωτοπόρο παγκοσμίως στην αειφόρο ανάπτυξη και την διαφύλαξη του πλανήτη. Έτσι λοιπόν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα συνεχίσει να στηρίζει την ιδέα της ΕΚΕ και να παρέχει όλα τα απαραίτητα μέσα, προκειμένου να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους.

Στην προσπάθεια δε αυτή δεν εμπλέκονται μόνο τα κράτη και διάφοροι κρατικοί οργανισμοί αλλά και ιδιώτες μέσω την ιδρυμάτων τους ή μέσω ΜΚΟ. Μια τέτοια περίπτωση είναι αυτή του οικολόγου ακτιβιστή Νικολά Υλό, ο οποίος ίδρυσε το 1990 ένα περιβαλλοντικό ίδρυμα το οποίο στην αρχή ξεκίνησε με καθαρά παιδαγωγικούς στόχους και απευθυνόταν κυρίως στους νέους. Στη συνέχεια όμως αποδείχθηκε ότι αυτός ο τρόπος προσέγγισης ήταν μεν πολύ σημαντικός, αλλά εντελώς ανεπαρκής. Διότι καλό είναι, τόνιζε ο κ. Υλό, να διαπαιδαγωγείς τους ανθρώπους ώστε να υιοθετούν συνήθειες φιλικές προς το περιβάλλον, αλλά πρέπει επίσης να αναλύσεις ολόκληρο το υπάρχον σύστημα και να πείσεις όλους τους κοινωνικούς φορείς να σε ακολουθήσουν. Οπότε, σιγά σιγά, το ίδρυμα διεύρυνε σημαντικά το πεδίο δράσης του, ευαισθητοποιώντας όλους τους κοινωνικούς φορείς: τους εργαζόμενους, τα συνδικαλιστικά κινήματα, τους πολίτες, τους επιστήμονες, τους πολιτικούς και τους οικονομικούς παράγοντες. Στην αρχή η αντιμετώπιση γινόταν με συμπάθεια καθότι ο κ. Υλό ως δημοσιογράφος, φωτογράφος και παραγωγός ντοκιμαντέρ ήταν αρκετά δημοφιλής, αλλά δεν τους έπαιρναν πολύ στα σοβαρά. Από την στιγμή όμως που άρχισαν να εισχωρούν στην καρδιά του προβλήματος, που σήμαινε νομοτελειακά ενασχόληση με την πολιτική και την οικονομία τότε άρχισε η αντιμετώπιση να γίνεται σοβαρή. Έτσι μέσα σε λίγα χρόνια καταστρώθηκε το «Οικολογικό Σύμφωνο» που απευθυνόταν στους πολιτικούς και είχε την στήριξη 800.000 πολιτών. Το «οικολογικό σύμφωνο» ήταν ο προπομπός των περιβαλλοντικών Γκερνέλ 1 και 2 (δημόσιες διαβουλεύσεις για το περιβάλλον στην Γαλλία το 2007), της κυβέρνησης Σαρκοζί και συνέβαλε στην απελευθέρωση και στην αναγνώριση των οικολογικών φορέων που ήταν ως τότε στο περιθώριο. Η κίνηση αυτή κατάφερε να αποκομματικοποιήσει την οικολογία και να της δώσει μια ευρύτερη πολιτική διάσταση. Αυτό έγινε με το «οικολογικό σύμφωνο» αφού η δεξιά Κυβέρνηση του Σαρκοζί εφάρμοσε το Γκερνέλ, ενώ ως τότε η οικολογία ανήκε στα θέματα που απασχολούσαν μόνο την Αριστερά. Έτσι, ενώ η Γαλλία ήταν από τις τελευταίες χώρες που επικύρωναν τις αποφάσεις της Ευρώπης σε θέματα περιβάλλοντος, έγινε πρωτοπόρος συμβάλλοντας έτσι στην αειφόρο ανάπτυξη, αφού κατανόησαν οι ηγέτες της την αναγκαιότητα της κοινωνικής και οικολογικής ευθύνης που πρέπει να έχουμε όλοι μας (www.tovima.gr ιστοσελίδα α/α 21, 20-06-10, σελ. 32).

Όσο αφορά στη χώρα μας, μολονότι γενικά το ελληνικό περιβάλλον μοιάζει να είναι σε καλή κατάσταση, με περιορισμένη ρύπανση, γεγονός όμως που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην

περιορισμένη εκβιομηχάνιση ή στην αποβιομηχάνιση της χώρας, θα πρέπει να γίνουν φιλότιμες και συνεχείς προσπάθειες για να βελτιωθεί η κατάσταση. Αν και ο τουρισμός, τονίζει σε άρθρο του ο κ. Χατζημπίρος, έχει υποκαταστήσει την βιομηχανία ως πυλώνας της ανάπτυξης και έχει ανάγκη από ποιοτικό περιβάλλον για να γίνει αποδοτικότερος και ελκυστικότερος, ελάχιστες είναι οι περιβαλλοντικές επενδύσεις, π.χ. για διαχείριση τοπίου και φύσης, για αναβάθμιση δημοσίων χώρων, για καταγραφές ή δίκτυα μετρήσεων κτλ., αν μάλιστα εξαιρέσουμε τα κοινοτικά κονδύλια. Αντίθετα είναι δυσανάλογα υψηλές οι επενδύσεις στους ιδιωτικούς χώρους π.χ. πολυτελείς κατοικίες, ακριβή επίπλωση κλπ. Εξάλλου το οικολογικό ενδιαφέρον που εμφανίζεται σε δημοσκοπήσεις της κοινής γνώμης είναι εν μέρει πλασματικό, δεδομένου ότι δεν συνοδεύεται από επαρκείς γνώσεις ούτε από διάθεση οικονομικών ή άλλων θυσιών για την προστασία του περιβάλλοντος. Επομένως, η καθυστέρηση της περιβαλλοντικής πολιτικής μάλλον συνδέεται με την περιορισμένη ανάπτυξη μιας ειλικρινούς κοινωνικής μέριμνας για το περιβάλλον (Τσούκας Χ., 2007, άρθρο του Κ. Χατζημπίρου).

Παρόλα αυτά όμως δεν θα πρέπει να παραβλέψει κανείς τις προσπάθειες πολλών δημοτικών αρχών για την οικολογική διαχείριση των απορριμμάτων, την ανακύκλωση, τους βιολογικούς καθαρισμούς ακόμη και τις εντυπωσιακές προσπάθειες τηλεοπτικών σταθμών γύρω από οικολογικά θέματα και όχι μόνο. Ούτε φυσικά θα μπορούσε κανείς να μην αναφέρει τις προσπάθειες εκατοντάδων μη κυβερνητικών οργανώσεων (ΜΚΟ) που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας τόσο σε κοινωνικά όσο και σε περιβαλλοντικά θέματα και προβλήματα.

Οι διαπιστώσεις αυτές όπως και πολλές άλλες που δεν αναφέρουμε αναδεικνύουν ένα χάσμα μεταξύ ελληνικής και διεθνούς πραγματικότητας και αντίληψης για την ανάγκη περιβαλλοντικής πολιτικής, αλλά δεν μπορεί κανείς να παραβλέψει την έστω και αργή πρόοδο που επιτελέστηκε τα τελευταία χρόνια. Φυσικά οι διαπιστώσεις αυτές δεν αφορούν μόνο την ελληνική πολιτεία αλλά όλη την κοινωνία, επομένως και τις επιχειρήσεις ακόμη και εκείνες που δραστηριοποιούνται σε πρακτικές ΕΚΕ. Επόμενο λοιπόν είναι τόσο η Ελληνική πολιτεία και κοινωνία όσο και οι επιχειρήσεις να μην ακολουθήσουν την κοσμογονία που υπήρξε στον Διεθνή χώρο, με την Έκθεση Brundland το 1987 το Διεθνές Πρωτόκολλο του Μόντρεαλ(1987) και τις πέντε αναθεωρήσεις του για την προστασία του στρώματος του όζοντος, τη συνδιάσκεψη του Ρίο για το περιβάλλον και την ανάπτυξη, την ενσωμάτωση με την Ενιαία Πράξη (1987) πολιτικής περιβάλλοντος στην Ευρωπαϊκή Συνθήκη, την εισαγωγή της έννοιας της αειφορίας στο κείμενο της Συνθήκης του Maastricht (1992), την διαμόρφωση της πολιτικής για την αειφόρο ανάπτυξη στις ευρωπαϊκές συνόδους Cardiff(1998), Λισαβόνας (2000) και Göteborg (2001), τον τετραπλασιασμό των ευρωπαϊκών νομοθετημάτων για το περιβάλλον κλπ. (Τσούκας Χ., 2007).

Παρόλα αυτά όμως η ελληνική κοινωνία και πολιτεία ακολουθώντας τις επιταγές τόσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και της Διεθνούς Κοινότητας έχει κάνει μικρά μεν αλλά σταθερά βήματα, και με τις δεδομένες γεωπολιτικές συνθήκες της περιοχής μπορούν να θεωρηθούν ως ικανοποιητικά

επιτεύγματα.

Γεωμηχανικά πειράματα για το μέλλον του πλανήτη

Αφορμή για να ξεκινήσουν τα γεωμηχανικά πειράματα που πραγματοποιούνται ανεξέλεγκτα από ομάδες ερευνητών, (αναφέρει σε άρθρο του στο περιοδικό Επίκαιρα ο Άρης Χατζηστεφάνου), αποτέλεσε το γεγονός της έκρηξης του ηφαιστείου Πινατούμπο στις Φιλιππίνες πριν μερικές δεκαετίες, όπου οι επιστήμονες διαπίστωσαν έκπληκτοι μια παράπλευρη ωφέλεια, προερχόμενη από την μανία της φύσης. Τα εκατομμύρια τόνων διοξειδίου του θείου που διοχετεύθηκαν στην ατμόσφαιρα δημιούργησαν μια ομπρέλα γύρω από τον πλανήτη μας που αντανάκλούσε μέρος της θερμότητας του Ήλιου προς το διάστημα. Αποτέλεσμα αυτού ήταν να διαπιστωθεί ότι, η θερμοκρασία του πλανήτη μας μειώθηκε κατά μισή μονάδα, καθυστερώντας έτσι για μικρό χρονικό διάστημα, περίπου ενός χρόνου, τις επιπτώσεις από την υπερθέρμανση.

Μετά από αυτό το γεγονός πολλές ομάδες επιστημόνων παρουσίασαν δεκάδες ιδέες για το πώς ο άνθρωπος θα μπορούσε να μιμηθεί αυτό το φυσικό φαινόμενο ώστε να προστατεύσει τον πλανήτη από την διαφαινόμενη καταστροφή που ο ίδιος επιφέρει με την ανεξέλεγκτη βιομηχανική παραγωγή στο όνομα του κέρδους και της ίσως κακώς νοούμενης οικονομικής ανάπτυξης.

Ανάμεσα στις προτάσεις περιλαμβάνεται και η δημιουργία τεχνητών ηφαιστείων ή ακόμη και η τοποθέτηση τεράστιων κατόπτρων στο διάστημα τα οποία θα στέλνουν την θερμότητα σε άλλη κατεύθυνση, προκειμένου ο πλανήτης να ψυχρανθεί. Άλλες προτάσεις αναφέρονται στον ψεκασμό των ωκεανών ή της στρατόσφαιρας με σωματίδια που αντανάκλούν μεγάλο τμήμα της ηλιακής ενέργειας, λειτουργώντας ως ασπίδα προστασίας. Οι τελευταίες δε προτάσεις συνέπεσαν με το σήμα κινδύνου που εξέπεμψε το αμερικάνικο Εθνικό Κέντρο Ωκεάνιων και Ατμοσφαιρικών Ερευνών, ότι το CO₂ ξεπέρασε τα όρια συναγερμού. Έτσι λοιπόν ορισμένα από τα εγκυρότητα έντυπα διεθνώς αμφισβητούν για το εάν τέτοιου είδους προτάσεις αποτελούν την λύση για την διάσωση του πλανήτη ή αν θα ανοίξουν τους ασκούς του Αιόλου, για απρόβλεπτες και αλυσιδωτές αντιδράσεις στο παγκόσμιο οικοσύστημα.

Ο συγγραφέας πάντως του βιβλίου «Οι κυρίαρχοι της Γης – το τέλος της βιομηχανικής», Κλιβ Χάμιλτον, εξηγούσε ότι η ιδέα της γεωμηχανικής προωθείται από πανίσχυρα υπερσυντηρητικά ιδρύματα ερευνών όπως το Cato Institute, το Hertland Institute και το American Enterprise Institute (AEI), τα οποία στο παρελθόν έχουν υποστηρίξει το δικαίωμα των μεγάλων βιομηχανιών να συνεχίσουν να μολύνουν ανενόχλητες τον πλανήτη. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με δημοσιεύματα της εφημερίδας Guardian το AEI είχε λάβει 1,6 εκατομμύριο δολάρια από τον πετρελαϊκό κολοσσό ExxonMobil για να προωθήσει την ιδέα ότι το φαινόμενο του θερμοκηπίου δεν οφείλεται σε ανθρώπινη παρέμβαση. Σύμφωνα πάντα με τον Guardian το AEI προσέφερε τότε 10.000 δολάρια και σειρά πολυτελών ταξιδιών σε όσους επιστήμονες αμφισβητούσαν δημοσίως τις αρμόδιες υπηρεσίες του ΟΗΕ που απέδιδαν την υπερθέρμανση στην δράση των μεγάλων βιομηχανιών σε όλο τον κόσμο.

Τα συγκεκριμένα ιδρύματα λοιπόν φτάνουν σήμερα στο σημείο να ισχυρίζονται ότι διαθέτουν μια λύση σε ένα πρόβλημα το οποίο μέχρι πρότινος σχεδόν δεν αποδέχονταν την ύπαρξη του. Η νέα στάση τους φαίνεται να συνοψίζεται στη σκέψη ότι οι κυβερνήσεις είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα, έστω και μελλοντικά, και συνεπώς δεν υπάρχει κανένας λόγος να τεθούν περιορισμοί στην ανεξέλεγκτη δράση των πλέον ρυπογόνων πολυεθνικών. Αντί για την αντιμετώπιση του προβλήματος δηλαδή προτείνουν μερική αντιμετώπιση των συμπτωμάτων. Ενώ όμως η σχετική φιλολογία δείχνει να έχει προς το παρόν αμιγώς προπαγανδιστικό χαρακτήρα κανείς δεν μπορεί να προβλέψει τι θα συμβεί εάν ξεκινήσουν μεγάλης κλίμακας πειράματα για την τεχνική αλλαγή του κλίματος του πλανήτη.

Αν και οι σχετικές προτάσεις της γεωδυναμικής παραμένουν ακόμη στο επίπεδο της επιστημονικής έρευνας αρκετές εταιρείες αλλά και αυτόνομοι επιχειρηματίες αρχίζουν να δείχνουν ενδιαφέρον (ή τουλάχιστον να ισχυρίζονται δημοσίως ότι δείχνουν ενδιαφέρον). Ο Μπιλ Γκέιτς έχει ήδη φροντίσει να επενδύσει στη γεωδυναμική αλλά και να κατοχυρώσει δικαιώματα ευρεσιτεχνίας σε αρκετές από τις προτεινόμενες τεχνικές της γεωδυναμικής. Ενδιαφέρον όμως εκφράζουν και εταιρείες όπως η Shell και η Exxon.

Ένα από τα προβλήματα που προκύπτουν από το ξαφνικό ενδιαφέρον εκατοντάδων επιχειρηματιών για τη γεωδυναμική είναι ότι ομάδες ερευνητών αρχίζουν να πραγματοποιούν ανεξέλεγκτα πειράματα σε ερημικές εκτάσεις ή ακόμη και σε ωκεανούς. Καθώς η γεωμηχανική μετατρέπεται στο νέο Ελντοράντο της τεχνολογίας οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες λειτουργούν λίγο έως πολύ σαν τους νέους αλχημιστές του Μεσαίωνα που προσπαθούν να μετατρέψουν τον άνθρακα σε χρυσό. Και ενώ η δράση των αλχημιστών ήταν απλώς άσκοπη, οι διάδοχοί τους μπορεί να αποδειχθούν επικίνδυνοι.

Πριν από λίγους μήνες έγινε γνωστό ότι ο Αμερικανός επιχειρηματίας Ρας Τζορτζ πήρε ένα πλοίο από την Βρετανική Κολομβία του Καναδά και άρχισε να ρίχνει στη θάλασσα μεγάλες ποσότητες από έναν ειδικό πολύτιμο μετάλλων.

Σύμφωνα με τη θεωρία του ο πολτός θα βοηθούσε στην ανάπτυξη φυκιών τα οποία θα απορροφούσαν διοξείδιο του άνθρακα και στη συνέχεια θα βυθίζονταν στον ωκεανό. Σε μια προσπάθεια να αντιμετωπιστούν σχετικά φαινόμενα η Διάσκεψη του ΟΗΕ για την Βιοποικιλότητα υιοθέτησε ορισμένες μη δεσμευτικές αποφάσεις που απαγορεύουν την πραγματοποίηση πειραμάτων γεωμηχανικής σε μεγάλα οικοσυστήματα. Καθώς όμως αυτές οι αποφάσεις δεν πέρασαν στις εθνικές νομοθεσίες των χωρών μελών πρακτικά δεν υπάρχει κανένας περιορισμός σε επιστήμονες ή επιχειρηματίες - μεσσίες που πιστεύουν ότι μπορούν να σώσουν την ανθρωπότητα... πάντα με το αζημίωτο (Επίκαιρα τ. 189 σελ. 66-67).

Όλα αυτά τα αναφέρουμε για να καταδείξουμε τα προβλήματα αλλά και την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών προβλημάτων από την διεθνή κοινότητα και τις επιχειρήσεις, οι οποίες στο βωμό

του ανταγωνισμού και του κέρδους κάνουν δοκιμές οι οποίες μπορεί να αποδειχθούν ολέθριες. Συνάμα δε δεν επιδιώκουν να αντιμετωπίσουν τα αίτια αλλά προσπαθούν να διορθώσουν τις επιπτώσεις ή τα αποτελέσματα των αιτίων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

2.1 Οι βαθμοί Κοινωνικής Ευθύνης

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ή **Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη**(ΚΕΕ); Μήπως είναι ένα δίλημμα που θα πρέπει άμεσα να μας απασχολήσει; Εάν η ΕΚΕ εμπεριέχει υποχρεωτικά το στοιχείο του εθελοντισμού μήπως η Κ.Ε.Ε. θα έπρεπε να περιέχει και ένα άλλο επιπλέον στοιχείο, που θα κινείται στα όρια μιας περισσότερο από εθελοντικής κοινωνικής προσφοράς; Κάτι δηλαδή σαν μια εθελοντική αυτουποχρέωση; Το ερώτημα που γενάτε εδώ είναι ήδη απαντημένο με τις τρεις διαβαθμίσεις της κοινωνικής ευθύνης ήτοι, της κοινωνικής **υποχρέωσης**, της κοινωνικής **ευθύνης** και της κοινωνικής **απόκρισης**, που σημαίνει ότι στο πρώτο βαθμό έχουμε την υποχρεωτικότητα και στους δύο άλλους τον εθελοντισμό.

Ένα άλλο ερώτημα όμως που θα μπορούσε να τεθεί εδώ θα ήταν, εάν τα όρια αυτά μπορούν να μεταβληθούν ανάλογα με τις ανάγκες ή τις απαιτήσεις της κοινωνίας. Η απάντηση φυσικά είναι καταφατική, καθότι οι απαιτήσεις και οι ανάγκες της κοινωνίας μεταβάλλονται, επομένως και οι βαθμοί της ΕΚΕ, πρέπει να προσαρμόζονται και να μεταβάλλονται ανάλογα με τις απαιτήσεις και τις ανάγκες της κοινωνίας.

2.1.1 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Υποχρέωσης (Social Obligation Approach)

Μια προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης θεωρεί ότι ο κύριος στόχος μια επιχείρησης είναι η οικονομική επιτυχία και όχι η εκπλήρωση κοινωνικών υποχρεώσεων. Επομένως η επιχείρηση θα πρέπει να εκπληρώνει τις ελάχιστες κοινωνικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται από την τρέχουσα νομοθεσία. Οι μάνατζερ που αποδέχονται αυτή την προσέγγιση συμμορφώνονται με τη νομοθεσία και μπορούν να επιχειρήσουν να επηρεάσουν την διαμόρφωσή της, ενισχύοντας υποψηφίους για δημόσια αξιώματα που συμμερίζονται τις ίδιες απόψεις ή ασκώντας πίεση σε νομοθεσίες, για να δημιουργούν νέους νόμους ή να καταργούν άλλους κ.ο.κ. Οι μάνατζερ υποστηρικτές αυτής της προσέγγισης υποστηρίζουν ότι, οι επιχειρήσεις εκπληρώνουν τις κοινωνικές υποχρεώσεις μεγιστοποιώντας τα κέρδη και διατηρώντας την απασχόληση των εργαζομένων. Στην περίπτωση αυτή οι μάνατζερ συμμορφώνονται με τη νομοθεσία και είναι υπόλογοι μόνο στους ιδιοκτήτες(μετόχους) της επιχείρησης - και όχι στην κοινωνία - για τη χρησιμοποίηση των πόρων της επιχείρησης (Shahin A. & Zairi M., 2007).

Κύριος εκφραστής αυτής της άποψης ήταν ο τιμημένος με Nobel Οικονομίας, Milton Friedman, σε αντίθεση με τον καθηγητή του Πανεπιστημίου της Αριζόνας Keith Davis, που είχε διαφορετική άποψη και πίστευε στις δύο επόμενες προσεγγίσεις, δηλαδή αυτήν της Κοινωνικής Ευθύνης και την άλλη της Κοινωνικής απόκρισης.

2.1.2 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Ευθύνης (Social Responsibility Approach)

Είναι μια προσέγγιση η οποία θεωρεί ότι, οι στόχοι μιας επιχείρησης δεν είναι μόνον οικονομικοί, αλλά και κοινωνικοί και ότι η επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει οικονομικούς πόρους για την επίτευξη των κοινωνικών στόχων. Αυτό απαιτεί όχι μόνο η ολιστική αντίληψη της ΕΚΕ, αλλά και η ηθική και η ολιστική θεώρηση της επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρήσεις υποσύνολο της κοινωνίας θα πρέπει να επιδιώκουν την κοινωνική ευθύνη, διότι διαφορετικά η αποστασιοποίησή τους και η ανευθυνότητά τους, θα αποβεί σε βάρος του κοινωνικού συνόλου και επομένως και κατά των δημιουργημάτων αυτού, δηλαδή των επιχειρήσεων.

Οι μάνατζερ που συμφωνούν με αυτή την προσέγγιση λαμβάνουν επιχειρηματικές αποφάσεις που δεν βασίζονται μόνο στα οικονομικά κέρδη και στην νομοθετική συμμόρφωση αλλά και σε κριτήρια κοινωνικού συμφέροντος. Υπάρχει μια προθυμία στη δαπάνη ορισμένων πόρων της επιχείρησης σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά προγράμματα, χωρίς φυσικά να βλάπτεται οικονομικά η επιχείρηση. Οι εταιρείες που ασπάζονται την προσέγγιση αυτή επιζητούν την αποδοχή της κοινωνίας για την ανάμειξή τους σε κοινωνικές δραστηριότητες και επιθυμούν να θεωρούνται «καλοί πολίτες». Γι' αυτόν το λόγο, πρέπει να γίνονται πολλές προσπάθειες στον τομέα των δημοσίων σχέσεων, έτσι ώστε οι επιχειρήσεις να κερδίζουν την επιδοκιμασία της κοινής γνώμης (Shahin A. & Zairi M., 2007).

2.1.3 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Απόκρισης (Social Responsiveness Approach)

Η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης θεωρεί ότι μια επιχείρηση δεν έχει μόνο οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους, αλλά πρέπει επίσης να προβλέπει και μελλοντικά κοινωνικά προβλήματα και να ενεργεί προληπτικά για την αντιμετώπισή τους. Συγκριτικά με τις άλλες δύο προαναφερθείσες προσεγγίσεις η προσέγγιση αυτή έχει τις περισσότερες απαιτήσεις καθότι:

1. Η επιχείρηση πρέπει να προβλέπει μελλοντικά κοινωνικά προβλήματα και να τα αντιμετωπίζει πριν εκδηλωθούν.
2. Για την αντιμετώπιση των μελλοντικών κοινωνικών προβλημάτων, η επιχείρηση πρέπει να χρησιμοποιεί τους σημερινούς της πόρους για μελλοντικά κοινωνικά οφέλη, γεγονός όμως που επηρεάζει αρνητικά την μεγιστοποίηση των κερδών στο παρόν.

Μία εταιρεία που υποστηρίζει αυτή την προσέγγιση πιστεύει ότι η «καλή διαγωγή» μιας επιχείρησης συνίσταται στην ανάληψη ενός προληπτικού ρόλου στην κοινωνία, δηλαδή στο να χρησιμοποιεί την δύναμή της για τη βελτίωση της κοινωνίας. Αυτές οι ενέργειες θα ωφελήσουν, τελικά, την επιχείρηση, επειδή δραστηριοποιείται εντός της κοινωνίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η χρηματοδότηση ενός προγράμματος καταπολέμησης των ναρκωτικών στα σχολεία. Το κέρδος θα είναι ένα υγιέστερο εργατικό δυναμικό στο μέλλον, παρά του ότι η εταιρεία μπορεί να μην

αντιμετωπίζει προβλήματα με ναρκωτικά στον εργασιακό της χώρο (Shahin A. & Zairi M., 2007).

Ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα κοινωνικής ευθύνης και πιο συγκεκριμένα κοινωνικής απόκρισης αποτελεί η Νορβηγία η οποία αποταμιεύει κεφάλαια, δηλαδή οικονομικό πλούτο για τις επόμενες γενεές, από τα κέρδη της εκμετάλλευσης των μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Η λογική τους είναι ότι, αφού οι σημερινές γενεές στερούν πόρους από τις επερχόμενες γενεές, είναι λογικό σε αντιστάθμισμα αυτής της ενέργειας να τους εξασφαλίσουν ένα μελλοντικό όφελος.

2.2 Λόγοι ή Προσδιοριστικοί Παράγοντες της ΕΚΕ

Οι παράγοντες που παρακινούν την εταιρεία να ενσωματώσει κοινωνική ευθύνη στις λειτουργίες της μπορεί να διαφέρουν από εταιρεία σε εταιρεία, ανάλογα με τους αρχικούς παράγοντες που συντέλεσαν στη δημιουργία της εταιρείας, την κουλτούρα της και τη στρατηγική της (Ευρωπαϊκό Πολυμερές Φόρουμ για την ΕΚΕ, 2004). Παρακάτω περιγράφονται οι παράγοντες που συμβάλλουν στην υιοθέτηση της ΕΚΕ.

Αυξανόμενος ακτιβισμός των Συμμετεχόντων: Οι Συμμετέχοντες, επηρεασμένοι από τα εταιρικά λογιστικά σκάνδαλα, επικεντρώθηκαν στη συμμετοχή των εταιρειών σε ηθικές και κοινωνικές συμπεριφορές. Η κοινή γνώμη και διάφοροι Συμμέτοχοι αναμένουν περισσότερα από τις εταιρείες εκτός από τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Η ανάληψη ακτιβιστικών δράσεων έναντι επιχειρησιακών πρακτικών που είναι κοινωνικά ανεύθυνες πραγματοποιείται με τη μορφή δημόσιων διαδηλώσεων, δημόσιων αποκαλύψεων σκανδάλων, μποϊκοτάζ, ψηφισμάτων των μετόχων καθώς και «επιθέσεων» στους δικτυακούς τόπους των επιχειρήσεων (Business for Social Responsibility).

Η δημοτικότητα της «πράσινης» κατανάλωσης: Οι καταναλωτές συνεχίζουν να ενδιαφέρονται για την ΕΚΕ και να αγοράζουν προϊόντα από εταιρείες που εφαρμόζουν υπεύθυνες πρακτικές. Η «πράσινη» κίνηση γίνεται όλο και πιο δραστήρια, καθώς υπάρχει ένα παγκόσμιο δίκτυο από Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς οι οποίοι προβάλλουν πληροφορίες. Το διαδίκτυο αποτελεί έναν καλό διάυλο επικοινωνίας, όπου οι καταναλωτές καλούνται να μποϊκοτάρουν προϊόντα και υπηρεσίες των οποίων οι εταιρείες δεν έχουν εφαρμόσει προγράμματα ΕΚΕ. Και αντιστρόφως ενημερώνονται οι καταναλωτές να αγοράσουν προϊόντα και υπηρεσίες, των οποίων οι εταιρείες εφαρμόζουν την ΕΚΕ (Tanimoto, 2004).

Νέα πρότυπα, κώδικες δεοντολογιών, δείκτες και κατευθυντήριες γραμμές: Νέα εθελοντικά πρότυπα ΕΚΕ και εργαλεία μέτρησης αποδοτικότητας εμφανίζονται με το πέρασμα των χρόνων, αυξάνοντας την περιπλοκότητα της ΕΚΕ κυρίως για τις πολυεθνικές εταιρείες στις αναπτυσσόμενες χώρες (Business for Social Responsibility; Fliess, 2007). Τα παγκόσμια πρότυπα, οι κώδικες δεοντολογιών και το πλαίσιο εργασίας τυγχάνουν μεγάλης προσοχής από εταιρείες και ερευνητές της ΕΚΕ. Οι κώδικες και τα πρότυπα ΕΚΕ που έχουν αναπτυχθεί υποστηρίζονται από

κυβερνήσεις, εταιρείες και οργανισμούς από το 1948 προκειμένου να συγκροτήσουν μία ηθική αρχή και οδηγίες για τις πολυεθνικές εταιρείες (Phatak και λοιποί, 2005). Ο Leipziger (2003) υποστηρίζει ότι είναι πολύ δύσκολο για τις εταιρείες να δραστηριοποιηθούν στην ΕΚΕ, λόγω της πληθώρας των προτύπων και κωδικών δεοντολογίας που υπάρχουν. Σε αυτήν την αυξητική τάση συνέβαλαν και τα μεγάλα επιχειρησιακά σκάνδαλα στις Η.Π.Α. Ταυτόχρονα, διογκωμένη είναι η απαίτηση από αυτούς που ασχολούνται με την ΕΚΕ για αισθητή ενοποίηση και βελτίωση όλων των εθελοντικών προτύπων, όπως το Οικουμενικό Σύμφωνο, το Global Sullivan Principles, το CERES environmental principles ή το πρότυπο SA8000 labor (Business for Social Responsibility; Leipziger, 2003). Οι κώδικες και τα πρότυπα αναπτύσσονται με σκοπό οι εταιρείες να συμπεριφέρονται ηθικά, αυτά όμως διαφέρουν ανάμεσα στις χώρες και τους πολιτισμούς (Donaldson, 2001). Ο Fliess (2007) αναφέρει ότι οι απαιτήσεις για να συμμορφωθούν στα εθνικά πρότυπα είναι περισσότερες στις χώρες του Καναδά και της Κορέας.

Νόμοι και κανονισμοί: Η νομική ευθύνη των εταιρειών είναι σημαντικό στοιχείο της ΕΚΕ, σύμφωνα με τον Carroll (2004). Οι εταιρείες πρέπει να υπακούουν τους νόμους κάθε χώρας, δεδομένου ότι θέτουν τους κανόνες για το τι είναι αποδεκτό και τι όχι. Εάν η εταιρεία δεν υπακούει τους νόμους και τους κανονισμούς, αυτό μπορεί να αποβεί σε βάρος της φήμης της. Κάθε χώρα υιοθετεί νομικά συστήματα, τα οποία διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Αυτό σημαίνει ότι οι προσδοκίες από τις εταιρείες διαφέρουν. Ο Galbreath (2006) αναφέρει ότι οι νόμοι επιβάλλονται από τις κυβερνήσεις όταν οι εταιρείες και η αγορά έχουν αποτύχει να διασφαλίσουν την ανταγωνιστικότητα, τα ασφαλή προϊόντα, τις ίσες ευκαιρίες στην εργασία και καθαρό και υγιές περιβάλλον. Ο Galbreath (2006) προσθέτει ότι οι νόμοι, με βάση τους οποίους οι εταιρείες θα δραστηριοποιηθούν στο εξωτερικό, θα ληφθούν υπόψη στην εφαρμογή της ΕΚΕ. Οι εταιρείες αντιμετωπίζουν το δίλλημα εάν θα λάβουν υπόψη τους νόμους της χώρας από όπου ξεκίνησε η εταιρεία τη δραστηριότητά της ή θα συμμορφωθούν στους νόμους των χωρών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Το ερώτημα που ανακύπτει είναι αν οι εταιρείες θα ακολουθούν την ίδια ΕΚΕ σε όλες τις χώρες, στις οποίες δραστηριοποιούνται.

Περιπλοκότερη δέσμευση Συμμετεχόντων: Από την πλευρά των εταιρειών, το ζήτημα του κατά πόσο οι Συμμετέχοντες αναμειγνύονται στις εταιρείες έχει μετατοπιστεί στο πώς αναμειγνύονται, οργανώνοντας καλύτερα τη διαδικασία της συμμετοχής (Business for Social Responsibility).

Υπευθυνότητα σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού: Κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, η ΕΚΕ χαρακτηρίζεται ως μια επέκταση των ορίων της ευθύνης της εταιρείας. Οι Συμμετέχοντες καθιστούν υπεύθυνες τις εταιρείες για τις ενέργειες των εταιρικών συνεργατών με ιδιαίτερη έμφαση στους προμηθευτές σε θέματα περιβαλλοντικά, εργασιακά και ανθρωπίνων πόρων (Business for Social Responsibility).

Διαφάνεια και Λογοδοσία: Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν όλο και περισσότερο το αίτημα για διαφάνεια και απαίτηση για μέτρηση, λογοδοσία και συνεχή βελτίωση της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής αποδοτικότητας. Αναμένεται από την πλευρά των εταιρειών να παρέχουν πληροφορίες για την επίδραση των ενεργειών τους, να προωθούν το διάλογο με τους Συμμέτοχους. Οι πρωτοπόρες εταιρείες αναζητούν και άλλους τρόπους για την αύξηση της αξιοπιστίας αναφορικά με τη διαφάνεια και τις μεθόδους λογοδοσίας. Επίσης, οι Συμμετέχοντες θέλουν να γνωρίζουν τους τρόπους με τους οποίους οι εταιρείες μπορούν να επηρεάσουν την δημόσια πολιτική και αν αυτοί είναι συμβατοί με τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης. Πολλές, επομένως, εταιρείες παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες αναφορικά με την κοινωνική και περιβαλλοντική τους αποδοτικότητα ακόμα και αν αυτές είναι αρνητικές (Business for Social Responsibility).

Αυξημένο κυβερνητικό ενδιαφέρον και δράσεις: Η Ευρώπη εμφανίζεται πρωτοπόρα στην προώθηση της ΕΚΕ. Σημαντική είναι και η δημιουργία του Πολυμερούς Φόρουμ των Ενδιαφερόμενων Μερών της Ευρώπης για την ΕΚΕ το 2004, με σκοπό να συμβουλευεί την Επιτροπή ως προς τους τρόπους ενσωμάτωσης της ΕΚΕ. Κυβερνήσεις όπως της Γαλλίας και του Ηνωμένου Βασιλείου προωθούν πρότυπα για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να γίνονται οι εταιρικές αναφορές της κοινωνικής ευθύνης που ενσωματώνουν. Η Δανία, από την πλευρά της, προωθεί τη διακλαδική συνεργασία ενώ το Λουξεμβούργο υιοθέτησε δικό του μοντέλο ΕΚΕ. Σημαντικές επίσης δράσεις για την ΕΚΕ εκπληρώνονται από τη Διεθνή Σύνοδο Κορυφής για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Summit on Sustainable Development) και το Οικουμενικό Σύμφωνο του Ο.Η.Ε. (Οικουμενικό Σύμφωνο), στα οποία συμμετέχει πληθώρα εταιρειών (Business for Social Responsibility).

Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ): Ο Galbreath (2006) διακρίνει τριών ειδών ΜΚΟ βάσει της δραστηριότητας που αναπτύσσουν. Λειτουργικοί είναι εκείνοι οι ΜΚΟ, οι οποίοι προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε θέματα όπως η εκπαίδευση, η υγεία και σε περιπτώσεις καταστροφών. Οι συμβουλευτικοί ΜΚΟ λειτουργούν ως σύμβουλοι σε διάφορα θέματα, ενώ οι υπερασπιστικοί δραστηριοποιούνται σε ενέργειες που πιέζουν κυβερνήσεις και εταιρείες προκειμένου να λάβουν υπόψη τις ανησυχίες τους. Οι εταιρείες πρέπει να δώσουν σημασία στη διαφοροποίηση ή όχι της ΕΚΕ πριν εγκατασταθούν και σε άλλες χώρες. Η τελική απόφαση εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους στόχους των εταιρειών και τις πολιτικές τους. Ο Freeman (2006) υποστηρίζει ότι η δύναμη και η επίδραση των ΜΚΟ δεν πρέπει να μεγαλοποιείται. Αναφέρει τις περιπτώσεις των NIKE και Gap, οι οποίες κατηγορήθηκαν από ΜΚΟ ότι εκμεταλλεύονταν το προσωπικό τους. Οι εταιρείες αναγκάστηκαν να είναι πιο διαφανείς αναφορικά με τους προμηθευτές τους και να τους δημοσιοποιούν στο κοινό. Οι ΜΚΟ είναι εκείνες οι οποίες παροτρύνουν τις εταιρείες να ενασχοληθούν με την ΕΚΕ περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο φορέα. Οι σχέσεις με τους ΜΚΟ είναι σχεδόν ίσης αξίας με τη σχέση με τους επενδυτές, ιδιαίτερα από την πλευρά της εταιρικής φήμης και επικοινωνίας. Ο Jons (2001) υποστηρίζει ότι η αυξανόμενη τάση ΕΚΕ και της δημοτικότητας που

έχει λάβει προέρχεται από την πίεση των ΜΚΟ στις εταιρείες. Οι ΜΚΟ επιδιώκουν οι εταιρείες να είναι «καλοί πολίτες», να υποστηρίζουν δηλαδή τους στόχους των ΜΚΟ.

Εξέλιξη της τεχνολογίας: Η βελτίωση των πληροφοριακών συστημάτων και γενικότερα της τεχνολογίας έχει κάνει πιο έντονη τη σύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων και της ΕΚΕ. Η κινητή τηλεφωνία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το διαδίκτυο μπορεί να δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν αλλά ταυτόχρονα οι ενέργειες της εταιρείας αναφορικά με την ΕΚΕ διαδίδονται άμεσα. Με άλλα λόγια, η τεχνολογία συμβάλλει στην άμεση ανταλλαγή της πληροφορίας και καθιστά πλέον την online διαχείριση της φήμης μια αναγκαιότητα για τις επιχειρήσεις (Business for Social Responsibility).

Αυξανόμενη πίεση επενδυτών: Ενώ οι κοινωνικά υπεύθυνοι επενδυτές πιέζουν τις εταιρείες για ΕΚΕ αποδοτικότητα τα τελευταία 30 χρόνια, η ΕΚΕ έρχεται στο προσκήνιο όλο και περισσότερο στις επενδυτικές αποφάσεις. Τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούνται περισσότερα εργαλεία αξιολόγησης της ΕΚΕ, όπως αυτά των δεικτών ΚΥΕ. Οι επενδύσεις σε τέτοιου είδους εταιρείες τις πιέζουν να μεταβάλουν την πολιτική τους και να συμπεριλάβουν περισσότερα ζητήματα ΕΚΕ. Υπάρχουν ομάδες ακτιβιστών, οι οποίες αγοράζουν μετοχές προκειμένου να έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στα ετήσια διοικητικά συμβούλια (Business for Social Responsibility). Πληθώρα δεικτών ΚΥΕ υπάρχουν σε ολόκληρο τον κόσμο προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των κοινωνικά ευαίσθητων επενδυτών όπως οι Dow Jones Sustainable Index, FTSE4Good, Maala index και Ethibel Sustainability Index. Η Ευρώπη παρουσιάζει και αυτή μεγάλη ανάπτυξη αναφορικά με την εταιρική κοινωνική επένδυση τα τελευταία χρόνια και συγκεκριμένα στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σύμφωνα με το EIRIS, το συνολικό ποσό που επενδύθηκε σε κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις (σε αμοιβαία κεφάλαια) αυξήθηκε κατά 20 φορές από το 1989 (199 εκατ. λίρες) μέχρι το 2001 (4.0253 δις λίρες) (Tanimoto, 2004). Σύμφωνα με τον SIF (2001, 2007), που ασχολείται με έρευνες εταιρικών κοινωνικών επενδύσεων, το συνολικό ύψος των επενδύσεων αυτών ανέρχεται το 1995 στα \$165 δις, το 1997 αυξάνεται στα \$529 δις, το 1999 στα \$1.497 τρις, το 2001 στα \$02.03 τρις, δώδεκα φορές μεγαλύτερο από το 1995, ενώ το 2007 ανέρχεται στα \$2,71 τρις.

Πίεση για ποσοτικοποίηση της ΕΚΕ - «απόδοση επενδύσεων»: Τόσο οι εταιρείες όσο και οι υπόλοιποι Συμμετέχοντες, όπως ΜΚΟ, πελάτες, προσωπικό κλπ., αναμένουν οφέλη από τις επενδύσεις στην ΕΚΕ για τις εταιρείες αλλά και την κοινωνία. Αυτή η ποσοτικοποίηση των ωφελειών είναι πολύ σημαντική, καθώς κρίνεται η αξία της ΕΚΕ και δίνει πληροφορίες για το εύρος και το βάθος στο οποίο η ΕΚΕ πρέπει να δραστηριοποιείται (Business for Social Responsibility).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001) αναφέρεται εν συντομία στους παράγοντες που ωθούν τις εταιρείες να είναι κοινωνικά υπεύθυνες και οι οποίοι, όπως διαπιστώνεται, δεν διαφέρουν από τους προαναφερόμενους.

1. «Οι νέες ανησυχίες και προσδοκίες των πολιτών, των καταναλωτών, των δημόσιων αρχών και των επενδυτών στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της βιομηχανικής αλλαγής σε μεγάλη κλίμακα,
2. τα κοινωνικά κριτήρια που επηρεάζουν όλο και περισσότερο τις επενδυτικές αποφάσεις των ατόμων και των φορέων, τόσο ως καταναλωτών όσο και ως επενδυτών,
3. η αυξανόμενη ανησυχία για τις ζημιές που προκαλεί η οικονομική δραστηριότητα στο περιβάλλον και
4. η διαφάνεια στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, που επήλθε με την επανάσταση και τις σύγχρονες τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών».

2.3 Οφέλη από την εφαρμογή ΕΚΕ

Παρακάτω αναφέρονται τα κύρια πλεονεκτήματα που απορρέουν από την εφαρμογή της ΕΚΕ. Πρέπει να σημειωθεί πως δεν προσδιορίζονται επακριβώς ποιες πρακτικές ΕΚΕ ωφελούν τις εταιρείες. Ενδεχομένως τα οφέλη που απορρέουν από την ΕΚΕ να προέρχονται είτε από το σύνολο των πρακτικών της, είτε από μερικές ή μεμονωμένες πρακτικές, που λαμβάνουν μεγάλη δημοσιότητα. Οι περιοχές, οι οποίες διακρίνονται, είναι οι εξής: φήμη, ικανοποίηση, προσωπικό, καινοτομία και μάθηση, πρόσβαση στο κεφάλαιο, καταναλωτική πίστη, μείωση του ρίσκου, μείωση λειτουργικού κόστους, αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας, μειωμένη ρυθμιστική εποπτεία και βελτίωση της χρηματοοικονομικής αποδοτικότητας.

Η φήμη της διοίκησης αναφέρεται στο πώς η επιχείρηση γίνεται αντιληπτή από τους Συμμετέχοντες όπως τους καταναλωτές, τους επενδυτές, το προσωπικό, την κυβέρνηση, τους προμηθευτές, τα ΜΜΕ και τις κοινότητες (Arthur, 2003). Σύμφωνα με την PWC (2006), η επιρροή των Συμμετεχόντων αυξάνεται, ιδιαίτερα στην Ευρώπη, επιδιώκοντας διοικητικά εργαλεία προσανατολισμένα προς τους ιδίους. Διεθνείς έρευνες αποτυπώνουν την αυξανόμενη σημασία του προφίλ της ΕΚΕ για τις εταιρείες. Σε έρευνα του 2001 από το Environics αναφορικά με τη δημόσια γνώμη τις εταιρείες, αποκαλύφθηκε ότι το 49% του δείγματος έχει την κοινωνική ευθύνη ως έναν από τους δύο παράγοντες που επηρεάζουν τη γνώμη του για την εταιρεία (BSR, 2003). Έρευνα της CSR Europe το 2000, έδειξε ότι το 70% των ερωτηθέντων καταναλωτών σε 12 χώρες αναδεικνύει ότι η ΕΚΕ αποτελεί μία σημαντική διάσταση όταν επιλέγουν εταιρεία και το 20% του δείγματος είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω σε εταιρείες που εμφανίζουν κοινωνικές ανησυχίες (CSR Europe, 2006b). Οι επενδυτές αλλάζουν τις αποφάσεις τους από τις καθαρά οικονομικές απόψεις και αρχίζουν να λαμβάνουν υπόψη την αποδοτικότητα της ΕΚΕ (Gillis και Spring, 2001). Αυτή η τάση επιβεβαιώνεται και με την εισαγωγή των δεικτών KYE (BSR, 2003). Η κακή φήμη και η αρνητική δημοσιότητα μπορεί να παρακινήσει τις εταιρείες να υιοθετήσουν την ΕΚΕ (van der Lungt, 2005).

Τέλος, τα ΜΜΕ και οι ΜΚΟ μπορεί να παίζουν σημαντικό ρόλο στη δημοσιοποίηση των εταιρειών που δε συμμορφώνονται με περιβαλλοντικά και εργασιακά πρότυπα ή την εταιρική συμπεριφορά (Gillis και Spring, 2001).

Η διαχείριση ρίσκου αποτελεί αναγκαιότητα για όλες τις εταιρείες, ωστόσο η ΕΚΕ μακροπρόθεσμα μπορεί να αποβεί προς όφελος της εταιρείας, λειτουργώντας ως προνοητικό μοντέλο διοίκησης. Ο Taylor Nelson (2001) καταλήγει ότι το 86% των Ευρωπαίων επενδυτών πιστεύουν ότι η κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση μέσα στα πλαίσια της διαχείρισης του ρίσκου μπορεί να ωφελήσει μακροπρόθεσμα την αξία της εταιρείας (Arthur, 2003). Οι εταιρείες θεωρούν την κοινωνική ευθύνη ως πλεονέκτημα, τόσο από την επίτευξη της φήμης στην κοινωνία, όσο και της φήμης ανάμεσα στις εταιρείες, αυξάνοντας την ικανότητα για προσέλκυση νέων κεφαλαίων και εμπορικών συνεργατών (Business for Social Responsibility).

Καθώς η εταιρεία εξαρτάται από το **προσωπικό**, η ικανοποίησή του είναι σημαντική για την επιτυχία της εταιρείας. Η ΕΚΕ γίνεται όλο και πιο σημαντική για τα βασικά και κύρια στελέχη, τα οποία αναζητούν εταιρείες με απαιτητικότερα πρότυπα (IISD, 2006). Το υψηλής ποιότητας υποψήφιο προσωπικό κρίνει τους εργοδότες του σύμφωνα με τα πρότυπα της ΕΚΕ, ενώ η εταιρεία μπορεί να χρησιμοποιεί τη φήμη της για να προσελκύει ικανό προσωπικό (Gillis και Spring, 2001). Η συμμετοχή της εταιρείας σε συγκεκριμένες αξίες και στόχους μπορεί να βοηθήσει το προσωπικό να βρει ενδιαφέρον και νόημα στην εργασία του και να συνδέσει τις προσωπικές του επιδιώξεις με αυτές της εταιρείας. Οι εταιρείες αντιλαμβάνονται ότι η ενσωμάτωση ενεργειών ΕΚΕ οδηγεί πολλές φορές στην ευκολότερη προσέλκυση και διατήρηση προσωπικού, με αποτέλεσμα τη μείωση των εξόδων για πρόσληψη νέου προσωπικού. Σε έρευνα που διενεργήθηκε στις Η.Π.Α. μεταξύ των ετών 1999 και 2001 από την Aspen Institute Initiative for Social Innovation καταδείχθηκε ότι απόφοιτοι πανεπιστημίων θα αναζητούσαν άλλη εταιρεία, σε περίπτωση που οι αξίες τους δε συμβάδιζαν με τις αντίστοιχες των εταιρειών που εργάζονταν (Business for Social Responsibility).

Η **καινοτομία και μάθηση** είναι βασικά στοιχεία για τη μακροχρόνια επιβίωση των εταιρειών και απαραίτητα για την προσαρμογή τους στις κοινωνικές και τεχνολογικές αλλαγές. Μέσω των δύο αυτών στοιχείων, νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες μπορεί να δημιουργηθούν και ταυτόχρονα να ανταποκριθούν στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές ανησυχίες (Arthur, 2003).

Η **πρόσβαση στο κεφάλαιο** συνδέεται με τη φήμη της εταιρείας που προσλαμβάνουν οι επενδυτές και την ικανότητα να διαχειρίζεται τα επιμέρους ρίσκα που αντιμετωπίζει (Arthur, 2003). Οι ΚΥΕ αυξάνονται και οι εταιρείες επικεντρώνονται σε ζητήματα ΕΚΕ, προκειμένου να έχουν πρόσβαση σε κεφάλαιο, που αλλιώς δεν θα μπορούσαν να έχουν (BSR, 2003). Σύμφωνα με αναφορά που δημοσιεύεται από την Business in the Community το 2001, το 34% των επενδυτικών αναλυτών αναφέρουν ότι η κοινωνική ευθύνη είναι πολύ σημαντική, ενώ το 1994 ήταν μόλις 12% (Business in the Community, 2001). Η ανάπτυξη των ΚΥΕ σημαίνει ότι οι εταιρείες με καλή ΕΚΕ αποδοτικότητα

έχουν πρόσβαση και σε άλλες αγορές, στις οποίες σε διαφορετική περίπτωση δεν θα μπορούσαν να συμμετέχουν (Business for Social Responsibility).

Επίτευξη καταναλωτικής πίστης: Παρόλο που οι εταιρείες πρέπει να ικανοποιούν βασικά κριτήρια για την πώληση των προϊόντων τους, όπως τιμή, ποιότητα, διαθεσιμότητα και ασφάλεια, έρευνες δείχνουν ότι η αγορά επηρεάζεται από κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια. Αποτελέσματα του Cone Corporate Citizenship Study (2002) στις Η.Π.Α. δείχνουν ότι οι εταιρείες, οι οποίες δεν εμφάνιζαν καλές πρακτικές, ενδέχεται να αντιμετωπίσουν προβλήματα καθώς το 91% θα σκεφτόταν να αλλάξει εταιρεία για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του, το 85% θα ενημέρωνε την οικογένειά του και τους φίλους του για τις ενέργειες των εταιρειών, το 80% θα αρνιόταν να δουλέψει σε τέτοιου είδους εταιρείες ενώ το 76% θα μπουκόταρε τα προϊόντα των εταιρειών (Business for Social Responsibility).

Μείωση του ρίσκου: Οι εταιρείες, οι οποίες θεσμοθετούν αξίες ως βάση αποφάσεων, ενδέχεται να φέρουν σε πέρας νομικά και ηθικά διλήμματα (Schiebel και Pöchtrager, 2003) και να αποφύγουν μπουκοτάζ και αρνητικά σχόλια στον τύπο (Weber, 2008).

Μείωση λειτουργικού κόστους: Υπάρχουν πρωτοβουλίες-ενέργειες ΕΚΕ, συνδεδεμένες με το περιβάλλον ή τον χώρο εργασίας, οι οποίες μειώνουν δραματικά το κόστος με τη μείωση των αποβλήτων ή βελτίωση της παραγωγικότητας (Schiebel και Pöchtrager, 2003). Πολλές πρωτοβουλίες ανακύκλωσης μπορούν να περιορίσουν τα απόβλητα των εταιρειών και να δημιουργήσουν έσοδα για τις ίδιες, καθώς μπορούν να πουλήσουν τα απόβλητα ως ανακυκλώσιμα υλικά. Όσον αφορά τις ενέργειες στον χώρο εργασίας, όπως η ευελιξία στην εργασία, μπορούν να ελαττώσουν την απουσία του προσωπικού από την εργασία και να αυξήσουν την παραμονή του αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο την παραγωγικότητα και μειώνοντας τα έξοδα πρόσληψης και εκπαίδευσης (Business for Social Responsibility).

Αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας: Οι προσπάθειες των εταιρειών να βελτιώσουν τις συνθήκες εργασίας, να μειώσουν τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιδράσεις ή να αυξήσουν την ανάμειξη του προσωπικού στη διαδικασία αποφάσεων συχνά οδηγούν στην αύξηση της παραγωγικότητας και στον περιορισμό των λαθών (Business for Social Responsibility).

Μειωμένη ρυθμιστική εποπτεία: Στις Η.Π.Α. οι εταιρείες, οι οποίες συμπεριφέρονται κοινωνικά υπεύθυνα, είναι δυνατόν να έχουν λιγότερες επιθεωρήσεις ή λογοδοσία προς τις επίσημες αρχές. Πολλές φορές τα πρόστιμα σε εταιρείες μπορούν να μειωθούν ή να εξαλειφθούν, εφόσον οι εταιρείες συμπεριφέρονται ηθικά (Business for Social Responsibility).

Βελτίωση οικονομικής αποδοτικότητας: Οι Brammer και λοιποί (2005) διαπιστώνουν ότι οι δείκτες που σχετίζονται με την κοινωνία έχουν αδύναμη θετική σχέση με τις αποδόσεις των μετοχών. Οι Ziegler και λοιποί (2007) διερευνούν την ΕΚΕ και τις αποδόσεις των μετοχών ευρωπαϊκών εταιρειών την περίοδο 1996-2001. Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι υπάρχει θετική σχέση

μεταξύ των μηνιαίων αποδόσεων των μετοχών και της περιβαλλοντικής αποδοτικότητας, ενώ οι κοινωνικοί δείκτες σχετίζονται αρνητικά με τα stock returns. Ο Frooman (1994) υποστηρίζει ότι οι εταιρείες, οι οποίες είναι κοινωνικά ανεύθυνες, μπορεί να τιμωρηθούν από τη χρηματιστηριακή αγορά. Οι Margolis και Walsh (2001) αναφέρουν ότι από τις 80 έρευνες που λαμβάνουν υπόψη στη μελέτη τους διαπιστώνουν ότι το 53% αναδεικνύουν θετική σχέση μεταξύ ΕΚΕ και εταιρικής χρηματοοικονομικής απόδοσης, 24% δεν καταλήγουν σε κάποια σχέση μεταξύ των δύο, το 19% δείχνουν μεικτά αποτελέσματα, ενώ μόλις 4% καταλήγει σε αρνητική σχέση.

Υπάρχουν περιπτώσεις εταιρειών οι οποίες αποφασίζουν να εφαρμόσουν πρακτικές ΕΚΕ, κατόπιν δημόσιας κατακραυγής από αρνητικές επιπτώσεις της επιχειρηματικής τους λειτουργίας, όπως η Nike, η Shell Oil και τα μπουκάλια νερού της Nestlee (Porter και Kramer 2006). Οι εταιρείες ενθαρρύνονται να υιοθετήσουν και να αναπτύξουν την ΕΚΕ ύστερα από πιέσεις από πελάτες, προμηθευτές, προσωπικό, κοινότητες, επενδυτές, ΜΚΟ και άλλους Συμμετέχοντες (Schiebel και Pöchtrager, 2003).

Οι Tencati και λοιποί (2004) αναφέρονται στα οφέλη που απορρέουν για τους πολίτες από την ΕΚΕ. Καταρχήν έχουν στη διάθεσή τους αξιόπιστη και διαφανή πληροφόρηση αναφορικά με την πραγματική κοινωνική συμπεριφορά των εταιρειών. Με αυτόν τον τρόπο οι πολίτες μπορούν να επιλέξουν πιο υπεύθυνα εταιρείες, ως καταναλωτές και επενδυτές. Αναφορικά με τα οφέλη που αποκομίζουν οι κυβερνήσεις και οι δημόσιες αρχές, συνοψίζονται στα εξής: ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, προώθηση της γνώσης και διάδοση καλών πρακτικών κοινωνικής ευθύνης, ανάπτυξη ΚΥΕ και ηθικών συνταξιοδοτικών ταμείων και δημιουργία νέων συνεργασιών ανάμεσα στους δημόσιους φορείς. Πρέπει να σημειωθεί πως με την ενσωμάτωση πρακτικών ΕΚΕ και κατ' επέκταση δεικτών αποδοτικότητας της ΕΚΕ επωφελούνται τόσο οι ίδιες οι εταιρείες αλλά και οι κοινωνίες μέσα στις οποίες δραστηριοποιούνται, δίνοντας λύσεις στα όποια κοινωνικά ζητήματα προκύπτουν.

2.4 Πρακτική Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ο ρόλος κάθε επιχείρησης είναι να δημιουργεί πλούτο παρέχοντας αγαθά, υπηρεσίες και εργασία και να εξασφαλίζει απόδοση του κεφαλαίου των μετόχων της. Με την αυτοδέσμευση και την εθελοντική εφαρμογή προγραμμάτων και δράσεων στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης οι επιχειρήσεις δημιουργούν, αφενός, πρόσθετο άμεσο κόστος, αφετέρου δε, περιορίζουν τα πιθανά κέρδη που μπορούν να προκύψουν από τη δραστηριότητά τους άμεσα ή και μακροπρόθεσμα.

Η σύγχρονη θεωρία της διοίκησης των επιχειρήσεων και της επιχειρησιακής οργάνωσης έχει αναδείξει την ανάγκη αποτελεσματικής διαχείρισης όλων των ενδιαφερομένων μερών [stakeholders] ως προϋπόθεση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Είναι, όμως, σαφές σήμερα ότι οι γενικές κατευθύνσεις και συνθήκες που επιβάλλει ο ανταγωνισμός είναι, σε πολλές περιπτώσεις, αντίθετες με τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η σχέση κόστους-οφέλους στις περιπτώσεις αυτές είναι ιδιαίτερα περίπλοκη και δύσκολα μετρήσιμη. Ιδιαίτερα δε στην περίπτωση δραστηριοτήτων και πρωτοβουλιών που αφορούν ποιοτικής μορφής παρεμβάσεις, η μέτρηση των αποτελεσμάτων είναι συνάρτηση πολλών παραμέτρων και μακροπρόθεσμης προοπτικής.

Στο πλαίσιο αυτό η υιοθέτηση από τις επιχειρήσεις μιας νέας στρατηγικής συνυφασμένης με την έννοια και τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης δεν είναι ούτε δεδομένη ούτε αυτονόητη.

Τις περισσότερες φορές αφορμή για την αλλαγή στρατηγικής των επιχειρήσεων είναι είτε μια φωτισμένη ηγεσία είτε μια μεγάλη κρίση που φέρνει στο προσκήνιο την ανάγκη επανεξέτασης των θέσεων της επιχείρησης και αλλαγής του τρόπου λειτουργίας της σε κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της δεύτερης περίπτωσης είναι η γνωστή επιχείρηση αθλητικών ειδών NIKE, που αποτέλεσε και το βασικό παράδειγμα ανάλυσης των επιμέρους σταδίων εξέλιξης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τον Simon Zadek, ιδρυτή της μη κυβερνητικής οργάνωσης Accountability.

Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή, τα επιμέρους στάδια στη διαδικασία πλήρους αποδοχής και ενσωμάτωσης των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι (Αλεξίου Μ, 2008):

Πρώτο στάδιο: *‘η άμυνα’*. Η επιχείρηση γίνεται το επίκεντρο κριτικής μη κυβερνητικών οργανώσεων ή του Τύπου για πρακτικές που ακολουθεί και οι οποίες είναι αντίθετες με τις αρχές της ΕΚΕ. Η συνηθέστερη αντίδραση στην περίπτωση αυτή είναι η άρνηση κάθε πιθανής ευθύνης ή ανάμειξης: η επιχείρηση είτε αρνείται τα γεγονότα είτε εκτιμά ότι το θέμα είναι ευρύτερο (π.χ. η ευθύνη συνολικά των εταιρειών πετρελαιοειδών στο φαινόμενο του θερμοκηπίου). Η αντίδραση αυτή περιγράφεται καλύτερα με τη φράση: *το θέμα δεν αφορά την εταιρεία μας*.

Δεύτερο στάδιο: *‘η συμμόρφωση’*. Η επιχείρηση διαπιστώνει ότι έχει υποστεί μια ζημιά από τη μη συμμόρφωσή της με κάποια πρότυπα κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας. Αποφασίζει να δηλώσει δημόσια ποιες είναι οι αρχές της και με ποιες προδιαγραφές έχει επιλέξει να συμμορφώνεται. Το κόστος της συμμόρφωσης είναι άμεσα μετρήσιμο, εφόσον η επιχείρηση ξέρει τι ακριβώς έχει δεσμευτεί να κάνει με στόχο να αποφύγει αρνητική επιρροή στη φήμη της ή ενδεχομένως και καταγγελίες. Αυτό, για παράδειγμα, ισχύει σε μεγάλο βαθμό στη βιομηχανία τροφίμων, όπου οι επιχειρήσεις δεσμεύονται για το είδος των εισροών που χρησιμοποιούν (π.χ. βιολογικά ή φρέσκα τρόφιμα) και θεωρούν ότι φέρουν ευθύνη μόνο ως προς τη συμμόρφωσή τους με τις δεσμεύσεις τους. Το στάδιο αυτό περιγράφεται καλύτερα με τη φράση: *θα κάνουμε μόνο ό,τι χρειάζεται*.

Τρίτο στάδιο: *‘διαχείριση’*. Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση αντιλαμβάνεται ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι ευρύτερο και μακροχρόνιο ζήτημα που άπτεται της συνολικής εξέλιξής της. Τα στελέχη που ασκούν τις κεντρικές λειτουργίες της επιχείρησης καλούνται να σχεδιάσουν την ενσωμάτωση αυτών των αλλαγών σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της. Η φράση που χαρακτηρίζει το συγκεκριμένο στάδιο είναι: *αυτή είναι η δουλειά μας*.

Τέταρτο στάδιο: *‘η στρατηγική’*. Η επιχείρηση διαπιστώνει ότι αν προσαρμόσει τη στρατηγική της σε κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές, τότε η επιχειρηματική προσέγγιση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να αποφέρει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που θα οδηγήσουν σε μακροχρόνια οφέλη. Η διαπίστωση αυτή, τις περισσότερες φορές, οδηγεί την επιχείρηση στην προώθηση ριζικών αλλαγών. Ενδεικτικά παραδείγματα για τέτοιες περιπτώσεις είναι οι επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται ορυκτά και μεταλλεύματα, η αυτοκινητοβιομηχανία και η αεροναυπηγική βιομηχανία η περιβαλλοντική συνείδηση των οποίων μπορεί να προσδιορίσει σε μεγάλο βαθμό την προτίμηση των πελατών τους. Εδώ η ΕΚΕ δίνει ένα πλεονέκτημα σε όποιον προσαρμοστεί πρώτος και την κατάλληλη στιγμή τις κοινωνικές απαιτήσεις της εποχής.

Πέμπτο στάδιο: *‘η ευρύτερη κοινωνική συναίνεση’*. Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση επιλέγει να προσπαθήσει να προωθήσει τις κοινωνικά υπεύθυνες δραστηριότητές της με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι διαφανείς, συνεπείς με τις δεσμεύσεις της και αποδεκτές -αν όχι προϊόν συνεργασίας- με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Στο πλαίσιο αυτό η ευρύτατη αποδοχή και εφαρμογή των καλών πρακτικών δημιουργούν ‘νέα πρότυπα’ που, ακόμη και όταν δεν επιβάλλονται δια νόμου, διευκολύνουν τη συστηματική εφαρμογή τους σε κλαδικό και διεθνές επίπεδο. Έτσι, αυτό που αποτελεί ‘οικειοθελή δέσμευση’ εξελίσσεται σε κάποιας μορφής δεσμευτική πρακτική.

Το σημαντικότερο στοιχείο που συνάγεται από τις παραπάνω παρατηρήσεις είναι ότι, καθώς οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι διεθνείς οργανισμοί βλέπουν στην έννοια και την εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έναν νέο τρόπο εξασφάλισης της κοινωνικής ευημερίας και αειφορίας και καθώς αυτή υιοθετείται όλο και περισσότερο από επιχειρήσεις κάθε κλάδου και μεγέθους, είναι αναμενόμενο ότι θα ενσωματώνεται σταδιακά στην αποστολή, τις αξίες και το όραμα των εταιρειών που την ενστερνίζονται χάνοντας με τον τρόπο αυτόν την αποσπασματική της μορφή.

2.5 Μελέτες Περίπτωσης Επιχειρήσεων που εφαρμόζουν την ΕΚΕ και χαρακτηριστικά τους

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μία από τις πρώτες πλευρές της ΕΚΕ ήταν η εταιρική φιλανθρωπία. Αν και οι πρώτοι καπιταλιστές όπως ο Andrew Carnegie αποκλήθηκαν φιλάνθρωποι, τις φιλανθρωπικές τους δραστηριότητες τις επιδίωξαν ως μονάδες και όχι εκ μέρους των επιχειρήσεων. Η εποχή της μοντέρνας εταιρικής φιλανθρωπίας, όταν οι επιχειρήσεις άρχισαν να

προσφέρουν για λόγους που δεν σχετίζονταν άμεσα με το εταιρικό όφελος, χρονολογείται από το 1953 ως αποτέλεσμα της αντιδικίας Smith v. Barlow. Σε απόφαση του «το Ανώτατο Δικαστήριο του New Jersey άνοιξε το δρόμο για την Κατασκευαστική Εταιρεία A.P. Smith για να δωρίσει το ποσό των 1500 δολαρίων στο Πανεπιστήμιο του Princeton χωρίς να καταστρατηγεί τα συμφέροντα των μετόχων».

Στις δεκαετίες που ακολούθησαν το «χρυσό πρότυπο» της εταιρικής φιλανθρωπίας είναι οι φιλανθρωπικές συνεισφορές που θα βελτίωναν την συνολική κατάσταση της ευρύτερης κοινωνίας. Αυτές οι συνεισφορές περιλάμβαναν δωρεές στα πανεπιστήμια, σε τοπικές όπερες ή κάθε άλλο κοινωνικό σκοπό. Το κυρίαρχο δόγμα αυτού του είδους της εταιρικής φιλανθρωπίας είναι ότι «είναι από καρδιάς» και δεν επικεντρώνεται σε καθαρό επιχειρηματικό κέρδος. Στην πραγματικότητα υπήρχε ένα στίγμα κολλημένο σε δραστηριότητες που προωθούσαν οφέλη για την εταιρεία. Πολλοί πίστευαν ότι οι τελευταίες δραστηριότητες δεν μπορούν να ιδωθούν ως «φιλανθρωπικές» αλλά ως αυστηρά επιχειρηματικές αποφάσεις.

Ένα πολύ σημαντικό σημείο εξέλιξης παρουσιάστηκε με τη δημοσίευση του άρθρου των Michael Porter και Mark Kramer (2002) στο περιοδικό Harvard Business Review. Οι παραπάνω ερευνητές παρουσίασαν ένα πολύ σημαντικό επιχείρημα προς όφελος ενός νέου τύπου εταιρικής φιλανθρωπίας. Σε αυτό το άρθρο οι συγγραφείς παρατήρησαν ότι **σε μακροχρόνιο επίπεδο οι οικονομικοί και οι κοινωνικοί στόχοι δεν είναι εγγενώς αντιφατικοί, αλλά συνδέονται ως κομμάτια ενός συστήματος**. Επιπρόσθετα παρατήρησαν ότι πολλές οικονομικές επενδύσεις έχουν κοινωνικά οφέλη και πολλές κοινωνικές επενδύσεις έχουν οικονομικά οφέλη. Κατά συνέπεια αντί να προσπαθούν να κρατήσουν αυτά τα δύο οφέλη ξεχωριστά, **οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να δίνουν έμφαση σε προγράμματα που έχουν τόσο οικονομικά όσο και κοινωνικά οφέλη**. Αν και οι Porter και Kramer εφάρμοσαν τη συγκεκριμένη αρχή στην εταιρική φιλανθρωπία, μπορεί πολύ εύκολα να επεκταθεί σε κάθε μορφή ΕΚΕ.

Οι δύο συγγραφείς έφεραν ως παράδειγμα τέτοιας λειτουργίας την Cisco Networking Academy. Αρχικά η Cisco συνεισέφερε στα σχολεία της περιφέρειας με δικτυακό εξοπλισμό βασικά σαν χειρονομία καλής θέλησης. Έγινε γρήγορα αντιληπτό ότι εκείνα τα σχολεία δεν διέθεταν τους ειδικούς για τη διαχείριση των μηχανημάτων που είχαν δωρίσει. Έτσι μερικοί μηχανικοί της Cisco αποφάσισαν να βοηθήσουν με εκπαιδευτικά σεμινάρια τους δασκάλους που ασχολούνταν με την συντήρηση των συγκεκριμένων μηχανημάτων. Πολύ γρήγορα άρχισαν να συμμετέχουν και μαθητές στα σεμινάρια αυτά. Σε αυτό το σημείο η ηγεσία της Cisco αντιλήφθηκε ότι υπήρχε μια σημαντική ζήτηση για τέτοια εκπαίδευση, με πάνω από 1 εκατομμύριο μη καταγεγραμμένες θέσεις εργασίας για την Τεχνολογία της Πληροφορίας παγκοσμίως.

Στη συνέχεια, η εταιρεία αύξησε τα προγράμματα και ξεκίνησε συστηματικά να τα προσφέρει σε ολόένα και περισσότερα σχολεία. Κατόπιν ενθάρρυνσης του Υπουργείου Παιδείας της Αμερικής

άρχισαν να προσανατολίζουν τις Ακαδημίες τους σε περιοχές με οικονομικές δυσκολίες. Όταν άρχισε να ενδιαφέρεται ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, η Cisco, άρχισε να λειτουργεί Ακαδημίες σε αναπτυσσόμενα κράτη. Μέσα σε 5 χρόνια η εταιρεία ίδρυσε σχεδόν 10.000 Ακαδημίες από τις οποίες αποφοίτησαν πάνω από 115.000 σπουδαστές, οι περισσότεροι από τους μισούς βρήκαν δουλειά στη βιομηχανία της Τεχνολογίας της Πληροφορίας. Μέσα από την σχετικώς μικρή επένδυση των 150 εκατομμυρίων δολαρίων, η Cisco αύξησε θεαματικά την δεξαμενή εκπαιδευμένων ανώτερων διοικητικών υπαλλήλων σε τεχνολογίες δικτύου. Αυτό δεν ωφέλησε μόνο τους σπουδαστές οι οποίοι εκπαιδεύτηκαν στη διαχείριση δικτύων, αλλά και τη Cisco με την αύξηση του αριθμού και της ποιότητας των διαχειριστών δικτύου.

Σε μια σημαντική εμπειρική μελέτη, οι Turban και Greening (1997) έδειξαν ότι **«η ΕΚΕ μιας εταιρείας μπορεί να παρέχει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην προσέλκυση υποψηφίων για εργασία»**. Οι συγγραφείς συνέχισαν υποστηρίζοντας την άποψη ότι η εταιρείες αποκτούν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όταν γίνονται αντιληπτές ως ιδανικά μέρη για εργασία.

Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η Google η οποία ονομάστηκε από το περιοδικό Fortune ως η καλύτερη εταιρεία να δουλεύει κάποιος το 2007. Επιπρόσθετα, πολλοί θα μπορούσαν να υποστηρίξουν ότι είναι κι από τα πιο ευχάριστα μέρη για τους εργαζομένους αφού προσφέρει: δωρεάν γεύματα, σπα, και δωρεάν ιατρική φροντίδα. Επιπλέον, οι μηχανικοί της Google μπορούν να περνάνε το 20% του χρόνου τους στην εργασία, δουλεύοντας σε θέματα που οι ίδιοι επιλέγουν. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών η Google μπορεί να επιλέγει τους αρίστους όταν προσλαμβάνει προσωπικό. Είναι μια εταιρεία με 6000 υπαλλήλους και λαμβάνει 1300 βιογραφικά τη μέρα. Με ένα εξαιρετικά χαμηλό ποσοστό ανανέωσης υπαλλήλων και πολύ **υψηλό ποσοστό ηθικών υπαλλήλων**, τέτοιοι παράγοντες είναι λογικό να ενισχύουν ή να βελτιώνουν την εταιρεία Google στην πάροδο του χρόνου.

Όσον αφορά στους πελάτες, ένας ευχαριστημένος πελάτης είναι βασικό στοιχείο για τις πιο επιτυχημένες εταιρείες. Ένας πελάτης που έχει απολαύσει το προϊόν είναι πολύ πιθανό να ξαναγίνει πελάτης. Το παράδειγμα των Starbucks δείχνει ότι μπορούν να χρεώνουν 5 με 10 φορές παραπάνω την κούπα καφέ απ' ότι τα συνηθισμένα τοπικά καφέ, εν μέρει λόγω των ποιοτικών και απολαυστικών προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν στους πελάτες.

Συνοψίζοντας, σύμφωνα με τα παραπάνω παραδείγματα, γίνεται αντιληπτό ότι η επίτευξη κέρδους μπορεί να συνδυαστεί με πρακτικές ΕΚΕ οι οποίες προωθούν και καλύπτουν κοινωνικές ανάγκες. **Ανάγκες όπως η εκπαίδευση σε νέα τεχνολογία, αλλά και η δια βίου εκπαίδευση, η διατήρηση ενός υψηλού ποιοτικού επιπέδου διαβίωσης των εργαζομένων μέσα κι έξω από την επιχείρηση, αλλά και η εξασφάλιση της ευχαριστημένης πελατείας αποτελούν μερικά από τα αποτελέσματα που έχουν οι πρακτικές στρατηγικής ΕΚΕ.**

Ο Kampf (2007) από την άλλη, εισάγει την πολιτιστική διάσταση στο αντικείμενο της ΕΚΕ. Ειδικότερα φέρνει τα παραδείγματα της αυτοπαρουσίασης των ιστοσελίδων δύο πολύ μεγάλων

εταιρειών των WalMart (ΗΠΑ) και Maersk (Δανία). Η WalMart βασίζεται στην ανάγκη να προβληθεί ως Κοινωνικά Υπεύθυνη στην τοπική κοινωνία, σε σχέση με το περιβάλλον την κοινότητα και τους εργαζομένους της. Η WalMart έχει μεγαλύτερη ανάγκη από την Maersk να αποδείξει ότι είναι καλός κοινωνικός εταίρος. Αυτή η ανάγκη και οι διαφορές που συνοδεύουν την συζήτηση για την ΕΚΕ μεταξύ των δύο αυτών ιστοσελίδων των εταιρειών Maersk και WalMart μπορεί να γίνει κατανοητή ως προκύπτουσα από τις διαφορές των πολιτιστικών συστημάτων της Δανίας και των ΗΠΑ.

Τα παραδείγματα της αυτοπαρουσίασης από τις ιστοσελίδες των WalMart και Maersk αποκαλύπτουν τις διαφορές στον τρόπο επικοινωνίας της ΕΚΕ, από την πλευρά των δυο εταιριών. Η ιστοσελίδα της WalMart περιγράφει τις προσπάθειες της εταιρείας να αντιμετωπίσει τα θέματα της βιοποικιλότητας, της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας καθώς και την εμπλοκή σε κοινοτικά ζητήματα σε κάθε πολιτεία των ΗΠΑ. Σε αντίθεση με τα παραπάνω, η ιστοσελίδα της Maersk, επικεντρώνει την επικοινωνία της ΕΚΕ σε προσπάθειες και επιτεύγματα στο εξωτερικό. Η ιστοσελίδα της WalMart είναι εμφανώς μεγαλύτερη και με περισσότερες λεπτομέρειες απ' ότι η ιστοσελίδα της Maersk. Οι δύο εταιρείες είναι παγκόσμιοι ηγέτες στις αντίστοιχες βιομηχανίες.

Οι παραπάνω διαφορές μπορούν να γίνουν κατανοητές από την πλευρά της θεωρίας των πολιτιστικών συστημάτων τους, ως επίδειξη των διαφορετικών ρόλων τους οποίους οι κοινωνικοί εταίροι περιμένουν από τις εταιρείες και τις κυβερνήσεις να παίξουν. Το παράδειγμα των δύο εταιριών μας λέει τα εξής: Η WalMart να είναι τοποθετημένη σε ένα σύστημα όπου οι εταιρείες έχουν ιστορικά πραγματοποιήσει κοινωνικές και κοινοτικές παροχές προς τις τοπικές κοινωνίες και η Maersk τοποθετημένη σε ένα σύστημα όπου η Δανέζικη Ομοσπονδιακή Κυβέρνηση έχει ιστορικά φροντίσει για τις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών μέσα από υψηλότερους φόρους. Αυτές οι διαφορετικές σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνικών εταίρων επηρεάζουν τις προσδοκίες των κοινωνικών εταίρων, όπως και τη συζήτηση για τον ρόλο των εταιριών στα Μέσα Επικοινωνίας της Δανίας και των ΗΠΑ.

Επιπρόσθετα, η προοπτική των πολιτιστικών συστημάτων αποκαλύπτει συνδέσεις μεταξύ των εταιριών και των κοινωνικών εταίρων σύμφωνα με την τοποθέτησή τους σε ένα σύστημα που απαρτίζεται από νομικά, περιβαλλοντικά, ιστορικά και πολιτιστικά μέλη. Κατ' αντιστοιχία και σύμφωνα με το πολιτιστικό περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται, η εταιρεία WalMart πρέπει να επικοινωνήσει και να ορίσει τις προσπάθειες της για ΕΚΕ στις κοινότητες με τις οποίες συνεργάζεται. Σε αντίθεση, η Maersk, βρίσκεται σε ένα πολιτιστικό σύστημα το οποίο ήδη είναι αντιληπτό για την συνεισφορά του στην κοινότητα, έτσι η Maersk μπορεί να παρουσιάζει πολύ λιγότερες πληροφορίες απ' ότι η WalMart και να επικεντρώνεται ειδικότερα σε κοινοτικές προσφορές εκτός Δανίας.

Οι επιπλοκές της προσέγγισης των πολιτιστικών συστημάτων για την κατανόηση της καθεστηκυίας τάξης των επιχειρήσεων περιλαμβάνουν:

1. κατάδειξη της αλληλεπίδρασης των εταιρικών μελών-μετόχων ως μέρος ενός μεγαλύτερου συνόλου.
2. βοήθεια για την κατανόηση και τον προσδιορισμό των πηγών, των προσδοκιών και των επιδείξεων της ΕΚΕ σε ένα δεδομένο πολιτιστικό περιεχόμενο.
3. χρήση ως κεντρικού σημείου για την κατανόηση του πως η ΕΚΕ πλαισιώνεται και αναπτύσσεται μέσα στα πολιτιστικά όρια ενός συγκεκριμένου έθνους και στην
4. επέκταση του ορισμού των Habisch και Jonker (2005) για την κοινωνία ως μιας ιστορικά παγιωμένης ισορροπίας μεταξύ τριών κυρίαρχων φορέων: της κυβέρνησης, της κοινωνίας των πολιτών και της αγοράς, η οποία εκπροσωπείται από τους εμπορικούς οργανισμούς

Συμπεριλαμβανομένων των πολιτιστικών διαφορών από την πλευρά του συστήματος παρά από την πλευρά των αξιών όπως υπονοείται από τον Hofstede με τη χρήση των πολιτιστικών διαστάσεων στο σχεδιασμό ερευνητικών ερωτήσεων προσφέρει στους ερευνητές την ευκαιρία να δουν την επιχείρηση τοποθετημένη σε ένα συγκεκριμένο πολιτιστικό σύστημα και να προσθέσουν ιστορικούς και άλλους οικολογικούς παράγοντες για να εξηγήσουν τις υποθέσεις που υπογραμμίζουν τις πρωτοβουλίες ΕΚΕ σε διαφορετικά πολιτιστικά περιεχόμενα. Αυτό το μοντέλο επεκτείνει όπως αναφέρθηκε και παραπάνω τον ορισμό της κοινωνίας των Habisch και Jonker περιλαμβάνοντας μια μεγαλύτερη ομάδα μεταβλητών και μια συστημική αλληλεπίδραση μεταξύ των μεταβλητών η οποία ενσωματώνει τους stakeholders και το περιεχόμενο πέρα από τους τρεις κυρίαρχους φορείς ή ομάδες.

Η προσέγγιση των πολιτιστικών συστημάτων για την κατανόηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δίνει τη δυνατότητα στους ερευνητές να εξερευνήσουν τη σύνδεσή μεταξύ της τοπικής κοινωνίας στην οποία είναι τοποθετημένες οι κεντρικές μονάδες των πολυεθνικών και τις επιδράσεις τους στην παγκοσμιοποίηση. Οι επιδράσεις των εταιρειών στην παγκοσμιοποίηση γίνονται συνεχώς και σημαντικότερες καθώς αυξάνεται η συμμετοχή τους στο παγκόσμιο οικονομικό σύστημα. Για τους practitioners (εμπειρικούς μελετητές) η προσέγγιση των ανοιχτών συστημάτων προσφέρει μια προοπτική για την κατανόηση των προσδοκιών των ενδιαφερομένων μερών (stakeholder) για να επικοινωνήσει την ΕΚΕ τοποθετημένη σε τοπικές κοινωνίες και περιορισμένη από τις πολιτιστικές καταβολές της συγκεκριμένης κοινωνίας.

Επιπρόσθετα, εγείρονται ζητήματα για την ανάγκη μεγαλύτερης διερεύνησης σχετικά με τη σχέση μεταξύ της κάλυψης των Μέσων Επικοινωνίας, των περιγραφών των προσπαθειών για ΕΚΕ στις ιστοσελίδες και των πραγματικών πρακτικών ΕΚΕ των εταιρειών, πρακτικών που από τη μια περιγράφονται στις παρουσιάσεις των ιστοσελίδων και από την άλλη παραλείπονται οι παρουσιάσεις τους στις ιστοσελίδες, αλλά το κοινό γνωρίζει για αυτές. Η οπτική των πολιτιστικών συστημάτων μπορεί ακόμη να είναι χρήσιμη για τα ζητήματα των διαφορών μεταξύ των θεμάτων ΕΚΕ που η εταιρείες συζητούν στις εταιρικές τους ιστοσελίδες, καθώς αυτές έρχονται αντιμέτωπες με πραγματικές πρακτικές ΕΚΕ στις γύρω κοινότητες, καθώς και πόσο καλά οι εταιρείες αντιδρούν στα

Μέσα Ενημέρωσης και Επικοινωνίας μέσω των ιστοσελίδων τους τόσο γενικά όσο και σε καταστάσεις κρίσεων.

Ο Alex MacBeath (global leader-privately held business) στο International Business Report 2008, διατείνεται ότι οι επιχειρήσεις που είναι υπεύθυνες γρήγορες και καινοτόμες, θα είναι αυτές που όχι μόνο θα επιβιώσουν της αλλαγής που συντελείται στην παγκοσμιοποιημένη αγορά και κοινωνία αλλά θα αναδειχθούν και νικήτριες.

Για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις η πίεση να δρουν κοινωνικά υπεύθυνα ή αλλιώς με Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), μπορεί να προέρχεται από τις απαιτήσεις της αλυσίδας προσφοράς με μεγάλες πολυεθνικές να ζητούν ολοένα και περισσότερο απαιτητικά την προσαρμογή ή συμμόρφωση των προμηθευτών σε ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές. Επιπρόσθετα η ένταξη της εταιρικής υπευθυνότητας ως βασικής επιχειρηματικής στρατηγικής μπορεί ακόμα και να αυξήσει την έλξη που ασκούν ως εργοδότες.

Σε αντίθεση με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις οι μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις έχουν μια πολύ δυνατή ομάδα από μετόχους να λάβουν υπόψη, και έχουν σε πολλές περιπτώσεις υιοθετήσει μια ολιστική προσέγγιση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ). Πολλές επιχειρήσεις έχουν γραφτεί στο εθελοντικό πλαίσιο των Ηνωμένων Εθνών με τίτλο Global Compact, μια διαπολιτιστική ηθική πρακτική για επιχειρήσεις που είναι προετοιμασμένες να δεσμευτούν στις αρχές των παρακάτω τεσσάρων κύριων θεματικών ενοτήτων:

- Ανθρώπινα Δικαιώματα
- Πρότυπα Εργασίας
- Το Περιβάλλον
- Αντί-διαφθορά

Το Global Compact των Η.Ε. δεν είναι ένα ρυθμιστικό εργαλείο, αλλά εξαρτάται από την δημόσια υπευθυνότητα και το ενδιαφέρον των ίδιων των εταιρειών να επεκτείνουν τους στόχους τους χωρίς την επιβολή ή τον έλεγχο των επιχειρηματικών ενεργειών.

Τα αποτελέσματα της έρευνας της Διεθνούς Επιχειρηματικής Έκθεσης για το 2008 δίνουν έμφαση σε ένα βασικό σημείο – στο ότι δηλαδή η υιοθέτηση των πρακτικών επιχειρηματικής ηθικής είναι θεμελιώδης για την επιτυχία των Ιδιωτικών Επιχειρήσεων.

Ειδικότερα ο κύριος παράγοντας κατά 65% που οδηγεί στην υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ είναι η ανάγκη των ιδιωτικών επιχειρήσεων «να προσελκύουν και να διατηρούν ένα υψηλών προσόντων στελεχιακό δυναμικό» ώστε να αντιμετωπίζουν τις παρούσες αλλά και τις μελλοντικές απαιτήσεις. Σε πολύ κοντινή απόσταση στη δεύτερη θέση με 63% του ποσοστού έρχεται ο παράγοντας της «διαχείρισης του κόστους» ο οποίος αντικατοπτρίζει την γνώση ή την αναγνώριση από την πλευρά της επιχείρησης ότι η διαχείριση του κόστους αποφέρει όφελος τόσο για επιχείρηση όσο και για το περιβάλλον. Η ανάγκη για την καθιέρωση εμπιστοσύνης και τη δημιουργία ονόματος μεταξύ των

πελατών καταλαμβάνει το 56% των ερωτώμενων καθιστώντας έτσι και αυτό τον παράγοντα αρκετά σημαντικό στην υιοθέτηση της ΕΚΕ.

Ο Jan Hetland Moller του ιδρύματος Grant Thornton στο Παράρτημα της Δανίας διατείνεται ότι η επιχειρηματική ηθική είναι ένα παράγοντας κλειδί για την στρατολόγηση και διατήρηση του στελεχιακού δυναμικού στο στενό πλαίσιο της Δανέζικης Αγοράς Εργασίας. Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις που αγνοούν τα θέματα της ΕΚΕ θα αντιμετωπίσουν μελλοντικά την έλλειψη στελεχών με προσόντα, η οποία θα αποτελέσει απειλή για την παγκόσμια ανταγωνιστικότητά τους.

Πίνακας 1: Λόγοι υιοθέτησης πρακτικών επιχειρηματικής ηθικής σε παγκόσμιο επίπεδο

| Διαχείριση Κόστους | Δημόσιες Σχέσεις/ Δημιουργία Ονόματος ή Φίρμας | Στρατολόγηση/ Συγκράτηση προσωπικού | Φορολογική ελάφρυνση | Επενδυτικές σχέσεις |
|---|---|---|-------------------------|------------------------|
| Μποτσουάνα Βραζιλία Γαλλία Χόνγκ Κόνγκ Ινδία Ιταλία Μαλαισία Ολλανδία Φιλιππίνες Ν. Αφρική Ταϊβάν | Αργεντινή Ελλάδα Ιρλανδία Μεξικό Σγκαπούρη Ισπανία | Αρμενία Αυστραλία Βέλγιο Καναδάς Δανία Γερμανία Ιαπωνία Ν. Ζηλανδία Πολωνία Ρωσία Σουηδία Τουρκία Ηνωμένο Βασίλειο Ηνωμένες Πολ. Αμερικής | Ταϊλάνδη | Βιετνάμ |

Πηγή: (International Business Report, 2008)

Σε παγκόσμιο επίπεδο τα κυριότερα σημεία αυτής της έκθεσης έρευνας αποτυπώνονται στις ακόλουθες παρατηρήσεις: Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν ως υπεύθυνη συμπεριφορά την ενσωμάτωση της καλής φήμης στη διαχείριση της επιχείρησης και της μακροχρόνιας στρατηγικής. Η δημόσια συμπεριφορά καθώς και η δημιουργία ονόματος κατατάσσεται με ποσοστό 56% των ερωτώμενων παγκοσμίως ως βασικός παράγοντας της ηθικής επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Ειδικότερα το Μεξικό με 89% και η Ελλάδα με ποσοστό 85% είναι πρώτοι στη λίστα ενώ η Γαλλία βρίσκεται στο άλλο άκρο με ποσοστό 27% και αρκετά πίσω της βρίσκεται το Βέλγιο με ποσοστό 39%.

Είναι ενδιαφέρον να παρατηρήσει κανείς ότι για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, οι δημόσιες σχέσεις/ δημιουργία ονόματος ακολουθεί μετά τα θέματα προσωπικού και διαχείρισης κόστους. Το τελευταίο υπαινίσσεται ότι οι ιδιώτες κατευθύνουν τις ιδιωτικές επιχειρήσεις προς περισσότερο ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές. Καθώς οι οργανισμοί μεγαλώνουν σε μέγεθος, το επίπεδο αυστηρού ελέγχου κάτω από τον οποίο λειτουργούν επίσης μεγαλώνει. Οι μεγάλες πολυεθνικές να δίνουν μεγαλύτερο βάρος στις δημόσιες σχέσεις/ δημιουργία ονόματος τους έναντι των μικρών.

Η φορολογική ελάφρυνση ως ο σημαντικότερος λόγος που οδηγεί στην επιχειρηματική ηθική,

ισχύει μόνο για την Ταϊλάνδη και ειδικότερα υποστηρίζεται από ένα ποσοστό 94% των αποκρινόμενων στην έρευνα. Επιπρόσθετα, τα μέτρα φορολογικής ελάφρυνσης για τις επιχειρήσεις είναι σημαντικά κίνητρα για ένα μεγάλο ποσοστό αποκρινόμενων στη Βραζιλία και το Βιετνάμ και στις δύο χώρες κατά 79%. Στη Βραζιλία αυτό φαίνεται να αντανακλά τις μειώσεις της φορολογίας που προώθησε το κράτος για να ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να ακολουθήσουν κάποιες πρότυπες διαδικασίες πρόσληψης.

Δεν φαίνεται πάντως από τα αποτελέσματα της έρευνας της Διεθνούς Επιχειρηματικής Έκθεσης (IBR) ότι κάποιος φόρος που συνδέεται με την ΕΚΕ να έχει μια δυναμική επίδραση στη συμπεριφορά των Ιδιωτικών Επιχειρήσεων. Γεγονός το οποίο οδηγεί στην εξής ερώτηση: Έχουν οι κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιήσει τους φόρους ή τις φορολογικές αλλαγές κατά τρόπο αρκετά αποδοτικό ώστε να επηρεάζουν θετικά την παγκόσμια επιχειρηματική ηθική;

Μόνο στο Βιετνάμ οι επενδυτικές σχέσεις θεωρούνται το κυρίαρχο κίνητρο από τις επιχειρήσεις προκειμένου να υιοθετήσουν μια περισσότερο ηθική επιχειρηματική πρακτική. Οι βιετναμέζικες εταιρείες ιδιωτικού συμφέροντος φαίνεται να επωφελούνται από δομικές αναμορφώσεις για τον εκσυγχρονισμό της οικονομίας και την ανάπτυξη ή άνθηση πιο ανταγωνιστικών, και ωθούμενων σε εξαγωγές βιομηχανιών. Αλλά φυσικά αυτός ο εκσυγχρονισμός είναι πολύ πρόσφατος και οι εταιρείες φαίνεται να αγωνίζονται ώστε να εντυπωσιάσουν τόσο τους τοπικούς όσο και τους διεθνείς επενδυτές. Αυτό φαίνεται να αποτελεί χαρακτηριστικό και άλλων αναδυόμενων αγορών γενικά, όπως η Ινδία (75% του ποσοστού των αποκρινόμενων), οι Φιλιππίνες (71% ποσοστό), η Βραζιλία (64% ποσοστό) και η Τουρκία (63% ποσοστό) οι οποίες επικαλούνται τον παράγοντα του εκσυγχρονισμού.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω, στις πιο ώριμες οικονομίες, όπου οι επενδυτικές σχέσεις διανύουν πολλές δεκαετίες και κατά συνέπεια δεν αποτελούν κίνητρο. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι παντού μέσα στην Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς και στην Σιγκαπούρη, το ποσοστό των αποκρινόμενων που αναγνωρίζουν τις επενδυτικές σχέσεις ως κίνητρο για την επιχειρηματική ηθική είναι 35%. Σε παρόμοια ποσοστά αντιπροσωπεύεται το συγκεκριμένο κίνητρο στις ΗΠΑ, 32% των αποκρινόμενων απαντά θετικά και στην Ιαπωνία μόλις 9%. Πιθανότατα βέβαια αυτά τα νούμερα να μην εκπλήσσουν λαμβάνοντας υπόψη ότι οι Ιδιωτικές επιχειρήσεις έχουν να ικανοποιήσουν λιγότερους εξωτερικούς επενδυτές σε σύγκριση με τις κρατικές εταιρείες.

Η σωτηρία του πλανήτη αποτελεί σημαντικό παράγοντα από τα τρία τέταρτα (ή και περισσότερο) των αποκρινόμενων στη Βραζιλία (84%) και στην Ινδία (75%). Στο άλλο άκρο βρίσκεται η Αμερική με μόλις 21% των ιδιωτικών κρατούντων επιχειρήσεων να αναγνωρίζουν ότι η διάσωση του πλανήτη αποτελεί κίνητρο κοινωνικής υπευθυνότητας. Σε πολλές άλλες ώριμες κοινωνίες λιγότερο από το ένα τρίτο των αποκρινόμενων έχει αναγνωρίσει τη διάσωση του πλανήτη ως προτεραιότητα.

Τέλος φαίνεται πως δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η κυβερνητική πίεση μπορεί να αποτελέσει

κίνητρο για δράση προς την κατεύθυνση της κοινωνικής υπευθυνότητας. Το ερώτημα είναι αν οι κυβερνήσεις κάνουν αρκετά στον τομέα των Ιδιωτικών επιχειρήσεων για το επίπεδο της αλλαγής που είναι απαραίτητη.

Όταν οι Ιδιωτικές επιχειρήσεις ερωτήθηκαν τι έκαναν τον προηγούμενο χρόνο προκειμένου να καταφέρουν να λειτουργούν κοινωνικά υπεύθυνα, θέματα σχετικά με τους εργαζομένους αναδείχθηκαν στην κορυφή της λίστας των κοινωνικά υπεύθυνων συμπεριφορών. Αυτό το τελευταίο στοιχείο δείχνει ότι η προσέλκυση / στρατολόγηση υπάλληλων αποτελεί ένα παράγοντα κλειδί της ηθικά υπεύθυνης συμπεριφοράς.

Τέσσερες από τις πέντε πρωτοβουλίες ήταν άμεσα συνδεδεμένες με τους ανθρώπους και τους χώρους εργασίας τους – ενεργή προώθηση της υγείας και καλής κατάστασης των εργαζομένων (71% των αποκρινόμενων), παροχή μαθητείας και επαγγελματικής εμπειρίας (67%), προώθηση της ποικιλίας στο εργασιακό περιβάλλον (64%) και η επιτρεπόμενη ελαστική εργασία (62%). Όλα αυτά παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στο περιεχόμενο της κοινωνικής υπευθυνότητας, αν και οι πρωτοβουλίες επίσης παίζουν ένα καθοριστικό ρόλο στη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων.

Επιπρόσθετα περισσότερες από 100 εμπειρικές έρευνες που εκπονήθηκαν από το 1972 έως και το 2000 εξέτασαν τη σχέση μεταξύ ΕΚΕ και οικονομικών ωφελειών, θέμα το οποίο θα αναλυθεί αναλυτικά στο 4ο Κεφάλαιο. Όπως προέκυψε, το 68% των αποτελεσμάτων κατέδειξε την ύπαρξη θετικής σχέσης ανάμεσα στα δύο.

Εξάλλου, το London School of Economics επιβεβαιώνει τα παραπάνω ευρήματα, προσθέτοντας ότι από τις 80 αναγνωρισμένες έρευνες για την ΕΚΕ, οι 42 κατέδειξαν θετική σχέση, 19 δεν βρήκαν καμία σύνδεση ανάμεσα στις δράσεις της ΕΚΕ και στο οικονομικό όφελος, 15 εμφάνισαν μικτά αποτελέσματα και μόνο 4 έδειξαν αρνητική σχέση. Ακολουθούν ορισμένα από τα χρησιμότερα συμπεράσματα των ερευνών αυτών:

Επιχειρήσεις με κοινωνική δέσμευση αποδίδουν καλύτερα σε τρία από τέσσερα οικονομικά μεγέθη στα οποία ελέγχθηκαν, ενώ έχουν **κατά 18% υψηλότερα κέρδη** κατά μέσο όρο (Institute of Business Ethics, 2003).

Επιχειρήσεις που με συνέπεια προσπαθούν να λάβουν υπόψη τους τις απόψεις της πλειοψηφίας των μετόχων **υπεραπέδωσαν** δύο φορές έναντι του S&P 500 κατά την τελευταία 15ετία, με συνολικά μέση μετοχική απόδοση στο 43%, έναντι 19% του S&P 500.

Επιχειρήσεις με κοινωνική δέσμευση υπεραποδίδουν δύο έως τρεις φορές, έναντι των υπολοίπων (Business & Society Review).

Στην Ελλάδα οι πρόσφατες έρευνες για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σπανίζουν. Από μη επιστημονική δημοσκόπηση που διενήργησε **το euro2day.gr** στο πρώτο δεκαπενθήμερο του Μαΐου 2006, προκύπτει πως το 63% από τους άνω των 400 συμμετέχοντες στην έρευνα δείχνει διαφορετική συμπεριφορά έναντι των προϊόντων μιας εταιρείας με κοινωνική ευαισθησία. Το 45% αυτών θα

αγόραζε κάποιο συγκεκριμένο προϊόν σε περίπτωση που είχε ίδια τιμή με τα άλλα, ενώ σημαντικό ποσοστό, το 17,69%, θα πλήρωνε ακόμα και ακριβότερα προϊόντα μιας τέτοιας εταιρείας.

Οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρήσεις αποφασίζουν να επενδύσουν στις αρχές τις ΕΚΕ είναι σύμφωνα με την Εφημερίδα «Το Βήμα» και το άρθρο *Τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (2010)* οι ακόλουθοι:

- Η επιχειρηματική ηθική έχει άμεση σχέση με την κερδοφορία. Ο επιχειρηματίας επιλέγοντας να επενδύσει στη βελτίωση των συνθηκών εργασίας, στη δια βίου μάθηση των εργαζομένων και στην εξισορρόπηση της εργασίας με την προσωπική ζωή των εργαζομένων εξασφαλίζει την συναισθηματική σύνδεσή τους με την επιχείρηση και κατά συνέπεια επιφέρει την αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας των προϊόντων. Με τον ίδιο τρόπο οι επιχειρηματίες που επιλέγουν να ενσωματώσουν τις νέες τεχνολογίες μείωσης της εκπομπής ρύπων και του ενεργειακού τους αποτυπώματος καταφέρνουν τον περιορισμό των δαπανών της επιχείρησης και παράλληλα προστατεύουν το περιβάλλον
- Η ανάληψη δράσεων που εκπορεύονται από τις αρχές της ΕΚΕ διαμορφώνει μια θετική αντίληψη στους καταναλωτές για την εικόνα και τη φήμη της επιχείρησης.. Η διαρκώς μεγαλύτερη πληροφόρηση και ενημέρωση καθιστά τις επιχειρήσεις εκτεθειμένες σε μια διαρκή αξιολόγηση από τους καταναλωτές. Έτσι η καθιέρωση μια θετικής εικόνας της επιχείρησης με πολιτικές σεβασμού προς όλους τους κοινωνικούς εταίρους (εμπορικοί φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, εκπαιδευτικός κόσμος, τοπικές κοινότητες και δημόσιος τομέας) έχει μόνο θετική επίδραση στην επιρροή της επιχείρησης.
- Οι εταιρείες συνδέουν την επιχειρηματική ηθική με την ΕΚΕ και προωθούν τις αξίες τους και τα συμφέροντά τους μέσα από δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Μελέτες που έγιναν πάνω στη σύνδεση της οικονομικής απόδοσης με δράσεις εταιρικής ευθύνης αποδεικνύουν από τα συμπεράσματά τους ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της εταιρικής κοινωνικής επίδοσης και της οικονομικής επίδοσης της εταιρείας ή τουλάχιστον πολύ μικρή αρνητική σχέση μεταξύ των δύο. Ειδικότερα σε μελέτες τόσο του London Business School όσο και του Πανεπιστημίου Harvard διαπιστώνεται ότι όσες επιχειρήσεις έχουν πολιτικές σεβασμού σε όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (stakeholders) έχουν τέσσερις φορές μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης από εκείνες που είναι επικεντρωμένες μόνο στους μετόχους τους.
- Οι επιχειρήσεις συνδέουν την ΕΚΕ με τη στρατολόγηση και διατήρηση των στελεχών τους. Το τελευταίο επιβεβαιώνεται και από διάφορες μελέτες ότι δηλαδή οι εργαζόμενοι πέρα από το ότι επιθυμούν καλές αμοιβές και καλές προοπτικές εξέλιξης επιθυμούν όλο και περισσότεροι να προσφέρουν εργασία σε μια επιχείρηση για την οποία να αισθάνονται περήφανοι για τις πρακτικές της. Έρευνα του ομίλου Chersonson έδειξε ότι το 78% των

ερωτηθέντων επιθυμεί να εργάζεται σε μια επιχείρηση που έχει καλή φήμη και τους πληρώνει με μισθό που καλύπτει τις ανάγκες τους.

Τέλος γίνεται κατανοητό ότι οι δράσεις ΕΚΕ χωρίς να αποτελούν υποκατάστατο της δημόσιας πολιτικής παραταύτα μπορούν να συμβάλουν στην επίτευξη πολλών στόχων δημόσιας πολιτικής, όπως:

1. Στη διαμόρφωση πιο ολοκληρωμένων αγορών εργασίας και υψηλότερων επιπέδων κοινωνικής ένταξης.
2. Σε επενδύσεις στην επιμόρφωση και στη δια βίου μάθηση.
3. Στη βελτίωση του αγαθού της δημόσιας υγείας.
4. Στη βελτίωση των επιδόσεων στον τομέα της καινοτομίας.
5. Στη διαμόρφωση πιο θετικής εικόνας για τις επιχειρήσεις στο κοινωνικό σύνολο.
6. Στη προστασία των φυσικών πόρων και του περιβάλλοντος με την ορθολογικότερη χρήση τους.
7. Στο μεγαλύτερο σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των βασικών κανόνων εργασίας.
8. Στην επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης με την μείωση της φτώχειας, την περιβαλλοντική προστασία και την ανάπτυξη πηγών ανανεώσιμης ενέργειας μέσω των νέων τεχνολογιών. Ειδικότερα η βιώσιμη ανάπτυξη βρίσκεται στο επίκεντρο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Οι αυξανόμενες ανησυχίες για τις κλιματικές αλλαγές ωθούν όλο και περισσότερες εταιρείες να εξετάσουν τον τρόπο προσαρμογής τους προκειμένου να έχουν την ελάχιστη επιβάρυνση στο περιβάλλον. Είναι χαρακτηριστική άλλωστε η υιοθέτηση των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης δέσμης μέτρων για την προστασία τους περιβάλλοντος και την ενέργεια, που καθιστούν την ΕΕ πρωτοπόρο σε παγκόσμιο επίπεδο στη σωτηρία του πλανήτη μας.

Είναι καταφανές μέσα από παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων που έχουν υιοθετήσει την ΕΚΕ ότι έχει αποτελέσει έναν τρόπο εξασφάλισης κοινών ωφελειών μεταξύ των οικονομικών επιδιώξεων της και των αναγκών των ενδιαφερομένων μερών. Ανάγκες όπως η εκπαίδευση σε νέα τεχνολογία, αλλά και η δια βίου εκπαίδευση, η διατήρηση ενός υψηλού ποιοτικού επιπέδου διαβίωσης των εργαζομένων μέσα κι έξω από την επιχείρηση αλλά και η εξασφάλιση της ευχαριστημένης πελατείας αποτελούν μερικά από τα αποτελέσματα που έχουν οι πρακτικές στρατηγικής ΕΚΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΗΘΙΚΟ - ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

3.1 Νομικό – Ηθικό Πλαίσιο και Καινοτομίες

Σε παγκόσμιο επίπεδο θα μπορούσε να πει κανείς, ότι η αρχή για να τεθούν οι βάσεις για μια συστηματική αντιμετώπιση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (η οποία θα πρέπει να συνοδευτεί και από την λέξη περιβαλλοντική ή οικολογική ΕΚΕ) έγινε το 1987, κατά την διάρκεια της συνάντησης της παγκόσμιας επιτροπής για το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη στα Ηνωμένα Έθνη. Εκεί από την WCED (World Commission on Environment and Development), ως αειφόρος ανάπτυξη ορίστηκε «η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις παρούσες ανάγκες χωρίς να περιορίζει τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες», θέτοντας έτσι τις προϋποθέσεις για την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σε όλο τον κόσμο (U.N. ιστοσελίδα α/α 14, 8-5-13).

Όσον αφορά στην καινοτομία, αυτή δεν θα πρέπει να περιορίζεται και να αφορά μόνο τις πρακτικές ή τις ενέργειες των επιχειρήσεων, αλλά και τον τρόπο σκέψης των καταναλωτών. Ένας τέτοιος τρόπος σκέψης είναι ο λεγόμενος νοητικός περιβαλλοντισμός, τον οποίο θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε με προσοχή προκειμένου να τον κατανοήσουμε ως ένα ακόμη συμπληρωματικό στοιχείο ή μέρος του ολιστικού τρόπου σκέψης, που πρέπει να αναπτύξει ένας ολοκληρωμένος πολίτης-καταναλωτής.

3.1.1 Νομικό Πλαίσιο

3.1.1.1 Διεθνείς Συνθήκες και Πρωτοβουλίες

Εάν η παγκοσμιοποίηση δεν αποβεί προς όφελος όλων, τότε στο τέλος δεν θα ωφελήσει κανέναν είπε ο Κόφι Ανάν που χρημάτισε Γ.Γ. των Η.Ε. μέχρι το 2006 και παρουσίασε πρώτος την ιδέα του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ, το 1999 στο Νταβός (Handbuch CC. άρθρο Hoelz H., 2008).

Το 1992 κατά την διάρκεια της παγκόσμιας διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών στο Ρίο της Βραζιλίας δημιουργήθηκε η ‘Agenda 21’, με θέμα την εφαρμογή της «αειφόρου ανάπτυξης» από κάθε φορέα, κράτος ή επιχείρηση.

Το 1997 υπογράφεται στο Κιότο της Ιαπωνίας η παγκόσμια συμφωνία για το περιβάλλον για την μείωση των αερίων που προκαλούν το φαινόμενο του θερμοκηπίου.

Στις 31 Ιανουαρίου 1999 στο Davos ο Γενικός Γραμματέας των Ηνωμένων Εθνών κ. Kofi A. Annan κάλεσε τους ηγέτες των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο «να αγκαλιάσουν και να θεσπίσουν μια σειρά από καλές εταιρικές πρακτικές», θέτοντας τις βάσεις της πρωτοβουλίας ‘‘The Global Contact’’, η οποία είναι μια πρωτοβουλία του οργανισμού Η.Ε. για την εθελοντική συμμετοχή

εταιρειών σε ένα πλαίσιο αρχών και δράσεων, που υποστηρίζει τις αρχές της ΕΚΕ και ειδικότερα θέματα, όπως ανθρώπινα δικαιώματα, εργασία, περιβάλλον. Η προκαταρκτική φάση της πρωτοβουλίας ξεκίνησε στην έδρα των Η.Ε., στη Νέα Υόρκη, στις 26 Ιουλίου 2000.

Στις 24 Ιουνίου 2004 στην έδρα των Η.Ε. στη Νέα Υόρκη στη πρώτη Σύνοδο Κορυφής ηγετών των επιχειρήσεων ο Γενικός Γραμματέας ανήγγειλε τις βασικές αρχές της πρωτοβουλίας, οι οποίες είναι οι εξής:

Ανθρώπινα Δικαιώματα

- Αρχή 1η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Αρχή 2η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι οι δικές τους δραστηριότητες δεν εμπλέκονται σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Συνθήκες εργασίας

- Αρχή 3η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος της συλλογικής διαπραγμάτευσης.
- Αρχή 4η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.
- Αρχή 5η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας.
- Αρχή 6η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων στις προσλήψεις και την απασχόληση.

Περιβάλλον

- Αρχή 7η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ακολουθούν προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις.
- Αρχή 8η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.
- Αρχή 9η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση τεχνολογιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον.

Καταπολέμηση της Διαφθοράς

- Αρχή 10η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένου του εκβιασμού και της δωροδοκίας (Οι 10 αρχές του Οικουμενικού

Συμφώνου του ΟΗΕ, ανάκτηση 10-10-2018).

Επίσης ειδική αναφορά θα πρέπει να γίνει στην παγκόσμια πρωτοβουλία υποβολής εκθέσεων GRI (Global Reporting Initiative). Η πρωτοβουλία αυτή έχει σαν σκοπό την ανάπτυξη, την διάδοση και την εφαρμογή της βιώσιμης ανάπτυξης. Η συμμετοχή στην πρωτοβουλία γίνεται εθελοντικά από τις επιχειρήσεις οι οποίες υποβάλουν έκθεση σχετικά με τις οικονομικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις των δραστηριοτήτων τους, των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, δηλαδή κοινωνικό απολογισμό. Το GRI εντάσσει στη λογιστική και στην επένδυση θέματα περιβάλλοντος και ανθρώπινα δικαιώματα, έγινε δε ανεξάρτητη πρωτοβουλία το 2002 και αποτελεί τμήμα του προγράμματος περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών(UNEP) και λειτουργεί σε συνεργασία με τα Η.Ε., υπό την εποπτεία του Γενικού Γραμματέα και την πρωτοβουλία του The Global Contact.

3.1.1.2 Ευρωπαϊκές Συνθήκες

Η ΕΕ ανταποκρίθηκε πολύ νωρίς στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανάγκες ή απαιτήσεις της κοινωνίας, αφού ξεκίνησε ήδη από το 1972 την περιβαλλοντική της πολιτική, η οποία βασίζεται στο άρθρο 191 της Συνθήκης για την λειτουργία της Ε.Ε. (ΣΛΕΕ) (Σίσκος, 2012).

Ο τότε πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ανταποκρινόμενος στις σύγχρονες εξελίξεις κάλεσε το 1994 τις Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των καιρών και να προχωρήσουν σε ενέργειες που θα αναδείκνυαν την κοινωνική και την περιβαλλοντική τους ευθύνη.

Το 1995 δημιουργήθηκε το CSR Europe, το ηγετικό Ευρωπαϊκό επιχειρηματικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Το 2001 η ΕΕ δημοσιοποίησε την Πράσινη Βίβλο για την ΕΚΕ, η οποία αποτέλεσε βάση για έναν ευρύ διάλογο μεταξύ των διαφόρων ενδιαφερομένων μερών.

Το 2002 δημιουργήθηκε πάλι με πρωτοβουλία της ΕΕ ένα πολυμερές Forum, το οποίο ασχολήθηκε με πιο εξειδικευμένα θεματικά πεδία της ΕΚΕ.

Το 2004 το Forum παρέδωσε τα αποτελέσματα των συναντήσεών του στην ΕΕ.

Το 2006 η ΕΕ ανακοίνωσε την δημιουργία της "Ευρωπαϊκής Σύμπραξης για την ΕΚΕ" που είναι μια πολιτική «ομπρέλα» για νέες ή υπάρχουσες πρωτοβουλίες που αναλαμβάνονται στον τομέα της ΕΚΕ από μεγάλες επιχειρήσεις, ΜΜΕ και άλλους σχετικούς φορείς.

Το 2007 στο πλαίσιο της Σύμπραξης με πρωτοβουλία του CSR Europe και Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και φορέων δημιουργήθηκαν 18 εργαστήρια, κάθε ένα από τα οποία ανέλαβε να ερευνήσει τον καλύτερο τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαν να γίνουν ευρύτερα γνωστά θεματικά

πεδία της ΕΚΕ (Οδηγός ΕΚΕ για ΜμΕ).

3.1.1.3 Διεθνή Πρότυπα Υπευθυνότητας και Δείκτες Κοινωνικής Ευθύνης

Τα διεθνή πρότυπα Υπευθυνότητας συγκαταλέγονται στο πλαίσιο της Κοινωνικής Ευθύνης με την ευρεία έννοια. Εξέχουσα θέση στην διεθνή σειρά προτύπων κατέχουν τα AA1000 Accountability Principles Standard 2008 τα οποία ανέπτυξε εδώ και πολλά χρόνια ο διεθνής μη κερδοσκοπικός Οργανισμός AccountAbility (www.accountability21.net, πρόσβαση 10-10-2018).

Ο Οργανισμός αυτός ιδρύθηκε το 1995 και λειτουργεί παγκοσμίως με όραμα «έναν κόσμο όπου οι άνθρωποι να έχουν λόγο στις αποφάσεις που επηρεάζουν τη ζωή τους και εκείνοι που παίρνουν αυτές τις αποφάσεις να ενεργούν με διαφάνεια σε όλα τα σημαντικά θέματα». Το όραμα αυτό δε, μπορεί να υλοποιηθεί μέσα από την υιοθέτηση και τη συμμόρφωση με τρεις βασικές αρχές αυτών των προτύπων. Πρώτον την Συμμετοχικότητα (Inclusivity) όλων των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), δεύτερον την Ουσιαστικότητα (Materiality), δηλαδή να μπορεί ο οργανισμός να προσδιορίζει πόσο σημαντικά ένα θέμα επηρεάζει τις αποφάσεις, τις ενέργειες, την επίδοση του οργανισμού, καθώς και των ενδιαφερομένων μερών αυτού. Τρίτη δε αρχή είναι η Ανταπόκριση (Responsiveness) του οργανισμού στα θέματα των ενδιαφερομένων μερών που επηρεάζουν την επίδοσή του (Δήμας Σταύρος., ιστοσελίδα α/α 10, 6-12-09).

Εκτός από τα πρότυπα υπάρχουν και δείκτες κοινωνικής ευθύνης όπως ο ‘‘Dow Jones Sustainability Index’’ ή ο ‘‘Financial Times Stock Exchange 4 Good Index’’, ο οποίος χαρακτηρίζεται ως χρηματιστηριακός δείκτης αειφορίας, ανήκει στο ‘‘ London Stock Exchange ’’ και τους ‘‘Financial Times’’, όπου γίνεται αξιολόγηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης των εισηγμένων εταιριών σε πέντε τομείς που αφορούν:

- Λειτουργίες χωρίς επιβλαβείς συνέπειες στο περιβάλλον.
- Ανάπτυξη θετικών σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη και το εν γένει περιβάλλον λειτουργίας της επιχείρησης (Μέτοχοι, Πελάτες, Εργαζόμενοι, Προμηθευτές, Κοινωνία).
- Υποστήριξη, εξασφάλιση και σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Διασφάλιση υψηλών εργασιακών προτύπων.
- Συμβολή στην πάταξη της οικονομικής διαφθοράς.

Στην Ελλάδα δραστηριοποιείται και ένας άλλος διεθνής θεσμός, ο ‘Accountability Rating’, που στηρίζεται σε εξειδικευμένη μεθοδολογία, η οποία αναπτύχθηκε από τον ίδιο τον οργανισμό και την βρετανική εταιρεία ‘csnetwork’. Το ‘Accountability Rating Greece’ πραγματοποιεί κάθε χρόνο

από το 2007 μετρήσεις, ως προς τον βαθμό κατά τον οποίο οι επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει και ενσωματώσει υπεύθυνες πρακτικές στην στρατηγική και την επιχειρηματική λειτουργία τους, καθώς και τον βαθμό επίδρασής τους στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον (Απολογισμός ΕΚΕ, 2009, Alpha Bank, ιστοσελίδα α/α 5, σελ. 15).

Εν κατακλείδι για την νόμιμη, ηθική και νομοτελειακή λειτουργία του επιχειρηματικού κόσμου θα μπορούσε να επαναλάβει κανείς την θέση του κοινωνιολόγου Amiati Etzioni η οποία έχει ως εξής: «η παγκόσμια οικονομία προϋποθέτει δισεκατομμύρια συναλλαγές καθημερινά. Δεν είναι δυνατό να υπάρξουν ποτέ αρκετοί επιθεωρητές, λογιστές, τελωνειακοί και αστυνομικοί, για να διασφαλιστεί η ορθή εκτέλεση όλων ή έστω των περισσότερων συναλλαγών. Επιπλέον, οι υπεύθυνοι για την επιβολή των κανονισμών αυτών δεν είναι αδιάβλητοι και άρα πρέπει με τη σειρά τους να επιβλέπονται και να λογοδοτούν σε άλλους – οι οποίοι πρέπει επίσης να υπαχθούν σε κανονισμούς. Συμπερασματικά οι κανονιστικές ρυθμίσεις δεν μπορούν να αποτελέσουν τον άξονα γύρω από τον οποίο θα στραφούν οι προσπάθειες για αναδιαμόρφωση την οικονομίας. Χρειάζεται κάτι πολύ πιο ριζικό: οι πολίτες πρέπει να εμπεδώσουν μια διαφορετική αντίληψη περί ορθής συμπεριφοράς και να ενεργούν βάσει αυτής επειδή την θεωρούν σωστή» (Robbins, 2012).

Επομένως εδώ υπεισέρχεται ο παράγων κοινωνικής ευθύνης από μέρους της κοινωνίας, που μπορεί να ρυθμίσει, να αποσοβήσει, να τιμωρήσει και να κάνει ότι άλλο χρειάζεται για να λειτουργήσει απρόσκοπτα μια ευνομούμενη δημοκρατική και δίκαιη στο μέτρο του δυνατού, κοινωνία.

3.1.2 Πρωτοβουλίες για την ΕΚΕ σε Διεθνές, Ευρωπαϊκό και Εθνικό Επίπεδο

Οι σημαντικότερες πρωτοβουλίες για την εταιρική κοινωνική ευθύνη σε διεθνές, ευρωπαϊκό, κλαδικό και εθνικό επίπεδο, προάγουν συστηματικά τη συνεργασία με τα ενδιαφερόμενο μέρη, τη σύμπραξη μεταξύ επιχειρήσεων και ενδιαφερομένων μερών και τη συμμετοχή στην αντιμετώπιση κρίσιμων κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων. Κοινή προσέγγιση των πρωτοβουλιών αυτών είναι ότι οι επιχειρήσεις αποτελούν μέρος της λύσης!

3.1.2.1 Οικουμενικό Σύμφωνο. Η πρωτοβουλία του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών για την ΕΚΕ και τη βιώσιμη ανάπτυξη

‘Δεν ζητάμε από τις επιχειρήσεις να κάνουν κάτι διαφορετικό. Τους ζητάμε να προβούν στις συνήθειες δραστηριότητές τους με διαφορετικό τρόπο’, επισήμανε ο γενικός γραμματέας του ΟΗΕ Kofi Anan το 1999 στο Διεθνές Φόρουμ του Νταβός, απευθύνοντας έκκληση στις μεγάλες

πολυεθνικές επιχειρήσεις να υιοθετήσουν την εφαρμογή των αρχών της προστασίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων του ανθρώπου, των εργασιακών δικαιωμάτων και της προστασίας του περιβάλλοντος σε όλο το εύρος της δραστηριότητάς τους.

Τον Ιούλιο του 2000 στην έδρα του ΟΗΕ, στη Νέα Υόρκη, 50 από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές επιχειρήσεις -μεταξύ των οποίων η NIKE, η SHELL κ.ά.- αλλά και σημαντικές για τη δράση τους σε διεθνές επίπεδο μη κυβερνητικές οργανώσεις -όπως η Διεθνής Αμνηστία, το WWF κ.ά- προσυπέγραψαν την πρωτοβουλία του Οργανισμού για ένα Οικουμενικό Σύμφωνο.

Παρά την έντονη κριτική που δέχεται εξαρχής η συγκεκριμένη πρωτοβουλία δεδομένου ότι δεν προβλέπει μηχανισμούς επιβολής των αρχών στις ενδιαφερόμενες και συμμετέχουσες επιχειρήσεις, αποτελεί σήμερα μοναδικό φαινόμενο: περισσότερες από 3.000 επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο έχουν ενταχθεί στη συγκεκριμένη πρωτοβουλία. Το 2004, μετά από διαβουλεύσεις με τα μέλη της πρωτοβουλίας, υιοθετήθηκε και η δέκατη αρχή του Συμφώνου που αφορά την καταπολέμηση της δωροδοκίας και της διαφθοράς. Συνοπτικά, το περιεχόμενο των δέκα αρχών είναι το ακόλουθο:

1. Υποστήριξη και σεβασμός της προστασίας των διεθνώς αποδεκτών ανθρωπίνων δικαιωμάτων εντός των επιχειρήσεων και της σφαίρας επιρροής τους.
2. Εξασφάλιση της μη εμπλοκής των επιχειρήσεων σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
3. Ελευθερία στη δημιουργία συνεταιρισμών και αναγνώριση του δικαιώματος για συλλογικές διαπραγματεύσεις.
4. Περιορισμός κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.
5. Αποτελεσματική απαγόρευση της παιδικής εργασίας.
6. Περιορισμός κάθε διάκρισης στην εργασία και την απασχόληση.
7. Υποστήριξη μιας προληπτικής προσέγγισης στις περιβαλλοντικές προκλήσεις.
8. Ανάλυση πρωτοβουλιών για προώθηση μεγαλύτερης περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.
9. Ενίσχυση της ανάπτυξης και διάδοσης φιλικών για το περιβάλλον τεχνολογιών.
10. Καταπολέμηση του φαινομένου της διαφθοράς σε όλες του τις μορφές.

Οι δέκα αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου βασίζονται σε τέσσερις διεθνείς συνθήκες που τυγχάνουν ευρύτερης αποδοχής και εφαρμογής. Πρόκειται για τη Διεθνή Συνθήκη του ΟΗΕ για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου, τη Δήλωση του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας περί Βασικών Αρχών και Δικαιωμάτων στην Εργασία, την Αρχή 15 για τον σεβασμό στο Περιβάλλον του Ρίο και τη Συνθήκη των Ηνωμένων Εθνών κατά της Διαφθοράς (www.unglobalcompact.org, πρόσβαση 10-10-18).

3.1.2.2 Ευρωπαϊκή Συμμαχία για την ΕΚΕ: Πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ανάδειξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως πόλου αριστείας και προαγωγής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Η νέα πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που ανακοινώθηκε τον Μάρτιο του 2006 τονίζει στο προοίμιό της ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη μας αφορά όλους διότι ‘αντικατοπτρίζει τις θεμελιώδεις αξίες της κοινωνίας στην οποία επιθυμούμε να ζούμε’. Στόχος της πρωτοβουλίας, που φέρει τον γενικό τίτλο ‘Σύμπραξη Επιχειρήσεων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη’, είναι να αναδειχθεί η Ευρώπη ως πόλος ανάπτυξης και προαγωγής της ΕΚΕ και των καλών πρακτικών που αφορούν την εφαρμογή της σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η πρωτοβουλία στηρίζεται στην πολύτιμη εμπειρία και γνώση που αναπτύσσεται στον ευρωπαϊκό χώρο από το 1994 και μετά, όταν για πρώτη φορά οργανωμένα, με την υποστήριξη του τότε Προέδρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής J. Delors, ιδρύθηκε το Επιχειρηματικό Συμβούλιο για την Κοινωνική Συνοχή -γνωστό σήμερα ως Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ.

Η δημοσίευση της Πράσινης Βίβλου για την ΕΚΕ από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2001 και ο διάλογος που ακολούθησε σε κάθε επίπεδο και ειδικότερα στο πλαίσιο του πολυ-συμμετοχικού φόρουμ, εμπλούτισαν τον προβληματισμό και βοήθησαν στην ανάδειξη των σημαντικότερων προτεραιοτήτων σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Σύμπραξη για την ΕΚΕ τονίζει τον συμμετοχικό χαρακτήρα της, αναγνωρίζοντας δύο βασικά μέσα υλοποίησης των στόχων που έχουν υιοθετηθεί: το ‘πολυ-συμμετοχικό φόρουμ’ και τα ‘εργαστήρια’ [laboratories] μέσω των οποίων εξετάζονται οι παρακάτω βασικοί άξονες προτεραιοτήτων:

- ενίσχυση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας σε βιώσιμες τεχνολογίες, προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες της κοινωνίας.
- υποστήριξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων για να ενσωματώσουν τις αρχές της ΕΚΕ, να αναπτυχθούν και να ευημερήσουν στο νέο περιβάλλον που έχει διαμορφωθεί παγκοσμίως.
- καλύτερη ανταπόκριση στην πολυμορφία και την πρόκληση των ίσων ευκαιριών λαμβάνοντας υπόψη τις δημογραφικές αλλαγές μαζί με την ταχεία γήρανση του πληθυσμού της Ευρώπης.
- ενίσχυση του διαλόγου και δέσμευση με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη σε κοινές δράσεις.
- καλύτερη ανταπόκριση στην πρόκληση της διαφάνειας και της επικοινωνίας όλων των επιδόσεων της επιχείρησης -οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών.
- ενίσχυση της απασχολησιμότητας και της επιχειρηματικότητας μέσω της δια βίου μάθησης και της συνολικής ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού.

Είναι αξιοσημείωτο ότι στο σύντομο χρονικό διάστημα που έχει τεθεί σε εφαρμογή η πρωτοβουλία αυτή, σημαντικές επιχειρήσεις από όλη την Ευρώπη αλλά και τον ελληνικό χώρο,

φορείς και επιχειρηματικές ενώσεις και εκπρόσωποι των καταναλωτών και της κοινωνίας πολιτών μετέχουν στις εργασίες για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας, παρακολουθούν και σχολιάζουν εποικοδομητικά τα παραγόμενα αποτελέσματα και συμπράττουν στην ανάπτυξη κοινών δράσεων σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.

3.1.2.3 Διεθνής Πρωτοβουλία για την Έκδοση Κοινωνικών και Περιβαλλοντικών Απολογισμών

Η αξιοπιστία των επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά το πώς αντιλαμβάνονται και πώς ανταποκρίνονται στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές απαιτήσεις είναι σημείο τριβής και αμφισβήτησης, ειδικότερα στην αποκαλούμενη ‘μετά Enron’ εποχή. Η εφαρμογή αυστηρότερης νομοθεσίας, όπως στην περίπτωση Sarbanes-Oxley στις ΗΠΑ, δεν φαίνεται να αποτελεί λύση στο συγκεκριμένο πρόβλημα- η ανάγκη για συνολική διαφοροποίηση του τρόπου λειτουργίας της αγοράς και αξιολόγηση των επιχειρήσεων εντείνεται ολοένα και περισσότερο.

Η Διεθνής Πρωτοβουλία για την Έκδοση Κοινωνικών και Περιβαλλοντικών Απολογισμών [Global Reporting Initiative, GRI] (www.globalreporting.org, πρόσβαση 10-10-2018) ξεκίνησε ως πρωτοβουλία της μη κυβερνητικής οργάνωσης CERES και της UNEP το 1997, σχεδόν παράλληλα με την εμφάνιση των πρώτων Εταιρικών Απολογισμών για την ΕΚΕ και τη Βιώσιμη Ανάπτυξη. Με τη σύμπραξη της Διεθνούς Ένωσης Ορκωτών Λογιστών και σημαντικού αριθμού εκπροσώπων ενδιαφερομένων ομάδων η πρωτοβουλία έθεσε ως βασικό της στόχο την ανάπτυξη ενός κοινού πλαισίου δημοσιοποίησης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών αναφορών των επιχειρήσεων. Σήμερα, το GRI έχει μετεξελιχθεί σε ανεξάρτητο, πολυ-συμμετοχικό οργανισμό, στον οποίο ενεργοποιούνται και συνεργάζονται σε ειδικές ομάδες στελέχη επιχειρήσεων και μη κυβερνητικών οργανώσεων, ελεγκτικές εταιρίες και εταιρίες συμβούλων, εκπρόσωποι συνδικαλιστικών οργανώσεων και πλήθος άλλων φορέων και κοινωνικών εταίρων.

Το προτεινόμενο από το GRI πλαίσιο για την έκδοση Απολογισμών μη οικονομικού χαρακτήρα, είναι το πλέον αποδεκτό σε διεθνές επίπεδο. Η τρίτη έκδοση του πλαισίου αυτού, G3, κυκλοφόρησε πρόσφατα σε συνδυασμό με μια σειρά τεχνικών πρωτοκόλλων για την καλύτερη εφαρμογή του. Το GRI είναι ένα πλαίσιο αρχών. Προτείνει συγκεκριμένους δείκτες, ‘κύριους’ και ‘συμπληρωματικούς’, ως εργαλεία μέτρησης, διαχρονικά και συγκριτικά, της απόδοσης της επιχείρησης σε όλα τα επιμέρους θέματα: οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά.

3.1.2.4 Ειδικά Επενδυτικά Κεφάλαια και αρχές για την αξιολόγηση των επενδύσεων

Η εφαρμογή των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης από τις επιχειρήσεις συνδέεται με την ανταγωνιστικότητά τους στο παρόν και στο μέλλον. Η ωριμότητα των αγορών στον τομέα αυτό αποτελεί ίσως τον σημαντικότερο καταλύτη, δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αξιολογούνται καταρχάς από την αγορά και σύμφωνα με τα άμεσα, βραχυπρόθεσμα, οικονομικά τους αποτελέσματα και όχι σύμφωνα με την αποτελεσματικότητά τους στους τομείς της ΕΚΕ και της βιώσιμης ανάπτυξης.

Η ανάπτυξη ειδικών επενδυτικών κεφαλαίων και δεικτών διαχείρισης στα μεγαλύτερα χρηματιστήρια του κόσμου (Dow Jones Sustainability Index, FTSE4Good, ETHIBEL κ.λπ.) συνιστά μια νέα διάσταση της προσπάθειας για αναθεώρηση του τρόπου που λειτουργεί το επενδυτικό κοινό. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύσσονται πολλές πρωτοβουλίες σε εθνικό επίπεδο δεδομένου ότι σε αρκετές χώρες, όπως για παράδειγμα στη Γαλλία, οι εισηγμένες στο χρηματιστήριο επιχειρήσεις οφείλουν, δια νόμου, να ενημερώνουν τους μετόχους τους για τις επενδύσεις τους και τα αποτελέσματα αυτών στους τομείς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης.

Η έλλειψη κοινά αποδεκτού -διεθνώς- ορισμού για την εταιρική κοινωνική ευθύνη και κριτηρίων αξιολόγησης των μη οικονομικών αποτελεσμάτων των επιχειρήσεων, όπως εννοούνται πλέον οι επιδόσεις τους στους τομείς αυτούς, ήταν η αφορμή για την έκδοση από τον ΟΗΕ, στο πλαίσιο της ευρύτερης διάδοσης και αναγνώρισης του Οικουμενικού Συμφώνου, των Αρχών για Υπεύθυνες Επενδύσεις [Principles for Responsible Investment] (www.unglobalcompact.org, πρόσβαση 10-10-2018).

Η πρωτοβουλία αυτή του ΟΗΕ απευθύνεται στους θεσμικούς επενδυτές και τους παράγοντες της αγοράς προτείνοντάς τους συγκεκριμένα κριτήρια αξιολόγησης των επενδύσεων σε επιχειρήσεις με άξονα τις αρχές της ΕΚΕ και της βιώσιμης ανάπτυξης.

3.1.2.5 Πρωτοβουλία για τη δημιουργία Διεθνούς Προτύπου (ISO) για την εταιρική κοινωνική ευθύνη

Η ανάπτυξη και προώθηση κατευθυντήριων οδηγιών για την εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι το αντικείμενο εργασιών μιας πολυπληθούς ομάδας ειδικών και εκπροσώπων ενδιαφερομένων μερών που έχει συσταθεί από τον Διεθνή Οργανισμό Πιστοποίησης [International Organization for Standardization] με σκοπό να δημιουργηθεί το κατάλληλο πλαίσιο διοίκησης όλων των επιμέρους θεμάτων της ΕΚΕ.

Το νέο πλαίσιο κατευθυντήριων αρχών αναμένεται να δημοσιευθεί επίσημα το 2010 και θα τεθεί σε εφαρμογή από τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις σε εθελοντική βάση. Στόχος του είναι να

διευκολύνει την εφαρμογή κοινών αρχών, ορισμών και συστημάτων μέτρησης της αποτελεσματικότητας των σχετικών διαδικασιών και προγραμμάτων που επιλέγουν και εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις για την εταιρική κοινωνική ευθύνη (www.iisd.org/standards/csr, πρόσβαση 10-10-2018).

3.1.2.6 Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά και τις ελληνικές επιχειρήσεις παρόλο που, στην πλειοψηφία τους, είναι μικρές και δεν δραστηριοποιούνται εκτός συνόρων.

Η προσπάθεια για την ανάπτυξη συλλογικών πρωτοβουλιών στον τομέα αυτό ξεκινάει ουσιαστικά το 2000, με την ίδρυση του (μη κερδοσκοπικού) Ελληνικού Δικτύου (www.csrhellas.net, πρόσβαση 10-10-2018) για την ΕΚΕ από δεκατρείς επιχειρήσεις και τρεις συλλογικούς φορείς. Το Δίκτυο απέκτησε το 2003 τη νομική μορφή σωματείου, ενώ διατηρεί τον ρόλο του ως εθνικού εκπροσώπου για τα θέματα της ΕΚΕ στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ [CSR Europe].

Βασική αποστολή του είναι η προώθηση της έννοιας και των καλών πρακτικών για την εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε εθνικό επίπεδο· για την επίτευξή της υλοποιεί προγράμματα και δράσεις που εστιάζονται στους εξής τομείς:

1. ενημέρωση, διάδοση και προώθηση πληροφοριών σε εθνικό επίπεδο.
2. ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού για την κοινωνική δράση και συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο και
3. μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών σε επιμέρους τομείς της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Στο πλαίσιο αυτό, το Ελληνικό Δίκτυο έχει αναλάβει και υλοποιήσει μέχρι σήμερα ένα σημαντικό πλήθος πρωτοβουλιών. Σε αυτές περιλαμβάνονται:

- Διεξαγωγή της πρώτης ποιοτικής έρευνας καταναλωτών και opinion leaders σχετικά με την έννοια της ΕΚΕ (Οκτώβριος 2001). Αξίζει να σημειωθεί ότι τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας αυτής ανέδειξαν τα ακόλουθα:
 1. οι Έλληνες καταναλωτές είναι ενήμεροι και προσδιορίζουν με σαφήνεια τον όρο εταιρική κοινωνική ευθύνη ως ‘το να λειτουργείς με κοινωνική συνείδηση’.
 2. οι opinion leaders ως ομάδα φαίνονται να διαθέτουν περιορισμένη γνώση και αντίληψη σε σχέση με τους καταναλωτές για το θέμα αυτό και
 3. οι επιχειρήσεις που περιελήφθησαν στην έρευνα (μεγάλες σε μέγεθος) δηλώνουν ετοιμότητα και βούληση για ενεργότερη συμμετοχή στην προώθηση και εξέλιξη του θέματος.
- Διοργάνωση του Α' Ευρωπαϊκού Συνεδρίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Αθήνα,

τον Νοέμβριο του 2001, το οποίο ήταν και το εναρκτήριο για έναν “Επιχειρηματικό Μαραθώνιο”, όπως ονομάστηκε, με αντίστοιχα συνέδρια σε όλες τις χώρες-μέλη της Ε.Ε.

- Καταγραφή και διάδοση μεταξύ των μελών του Δικτύου παραδειγμάτων ‘καλής πρακτικής’ στην εφαρμογή πρωτοβουλιών ΕΚΕ. Έκδοση του πρώτου καταλόγου ΕΚΕ με ‘50+ παραδείγματα’ καλών πρακτικών από ελληνικές επιχειρήσεις.
- Σχεδιασμός, ανάπτυξη και υλοποίηση ολοκληρωμένου προγράμματος δράσης, με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για την προώθηση και διάδοση της ΕΚΕ στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Στο πλαίσιο του προγράμματος υλοποιήθηκε ειδική έρευνα σε 300 τέτοιες επιχειρήσεις σχετικά με την κατανόηση και τις δράσεις που αναπτύσσουν σε επιμέρους τομείς της ΕΚΕ. Επίσης, σχεδιάστηκε και αναπτύχθηκε η πρώτη εξειδικευμένη ‘πύλη’ ενημέρωσης σε θέματα ΕΚΕ και εκδόθηκε ο πρώτος οδηγός με παραδείγματα καλών πρακτικών από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.
- Αναπτύχθηκε και τέθηκε σε εφαρμογή τριετές Μνημόνιο Συνεργασίας με τη Γενική Γραμματεία Ισότητας για την προώθηση των ‘ίσων ευκαιριών μεταξύ των δύο φύλων’ στις ελληνικές επιχειρήσεις.
- Υλοποιήθηκε το πρώτο Συνέδριο με τίτλο ‘Κοινωνικός Επιχειρείν’ κατά τα πρότυπα του Ευρωπαϊκού Marketplace, που συγκέντρωσε περισσότερους από 300 συνέδρους, Έλληνες και ξένους επιχειρηματίες και εμπειρογνώμονες και επιλεγμένα παραδείγματα πρακτικών εφαρμογών.
- Προωθήθηκε η συνεργασία μεταξύ μη κυβερνητικών οργανώσεων και μελών του Δικτύου με τη μορφή συμπράξεων ή συμμετοχικών συνεργασιών.

Τέλος, με αφορμή τις επιπτώσεις από τις πρόσφατες καταστροφικές πυρκαγιές στη χώρα μας, σχεδιάστηκε ένα καινοτόμο πρόγραμμα συνεργασίας με την Οργάνωση ‘PRAKSIS’ για στοχοθετημένες παρεμβάσεις στις πιο απομακρυσμένες από τις πυρόπληκτες περιοχές με την ενεργή συμμετοχή εθελοντών από τις επιχειρήσεις για την παροχή ιατροφαρμακευτικών και βοηθητικών υπηρεσιών προς τους κατοίκους, τη συνεργασία με την εκπαιδευτική κοινότητα για κατάλληλη ψυχολογική υποστήριξη των παιδιών και την υποστήριξη των προγραμμάτων αναδάσωσης και συνολικότερης αποκατάστασης.

Από τον Ιούλιο του 2004, το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ έχει προσυπογράψει και συμμετέχει στην Πρωτοβουλία του ΟΗΕ για το Οικουμενικό Σύμφωνο, ενώ επίσης υποστηρίζει ενεργά την Πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ΕΚΕ (Επιχειρηματική Συμμαχία για την ΕΚΕ)(2006), στο πλαίσιο της οποίας έχει αναλάβει τον συντονισμό σε εθνικό επίπεδο δύο εργαστηρίων: το πρώτο αφορά την προώθηση της ΕΚΕ στην αλυσίδα προμηθειών και το δεύτερο την προώθηση των ίσων ευκαιριών μεταξύ των δύο φύλων.

Το Ελληνικό Δίκτυο έχει σήμερα περισσότερα από 100 μέλη, κυρίως μεγάλες επιχειρήσεις.

Είναι χαρακτηριστικό, ωστόσο, το γεγονός ότι στην πρώτη αξιολόγηση που πραγματοποιήθηκε στη χώρα μας (Δεκέμβριος 2007) με θέμα την έκδοση και δημοσίευση κοινωνικών και περιβαλλοντικών αποτελεσμάτων (www.accountabilityrating.gr, πρόσβαση 10-10-2018) από τη δραστηριότητα τους, οι δέκα πρώτες σε κατάταξη ελληνικές επιχειρήσεις είναι μέλη του Ελληνικού Δικτύου.

3.2 Ηθική Επιχειρήσεων, Κώδικας Δεοντολογίας, έννοιες που οδηγούν στην ορθή εφαρμογή ΕΚΕ

3.2.1 Ηθική των Επιχειρήσεων

Η ηθική είναι μια έννοια που εναρμονίζεται με την κουλτούρα και τα χαρακτηριστικά ενός τόπου όπου καθορίζεται το τι είναι χρηστό και ηθικό. Η απόδοση της ηθικής ως έννοια αναφέρεται στην ορθότητα και την εντιμότητα των πράξεων που απορρέουν από αγαθές προθέσεις. Οι κανόνες που διέπουν την ηθική μεταβάλλονται ακολουθώντας την εξέλιξη της κοινωνίας και την προσθήκη νέων στοιχείων χρηστής συμπεριφοράς. Η ηθική των επιχειρήσεων είναι μια έννοια που εισήχθη όταν αυτές άρχισαν να διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην κοινωνία με τις υπηρεσίες που προσφέρουν σε αυτή αλλά και να δημιουργούν προβλήματα λόγω κακών επιχειρηματικών πρακτικών. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να εναρμονίζονται στις εκάστοτε συνθήκες της κοινωνίας στην οποία δραστηριοποιούνται και η δράση τους να είναι συμβατή με τους κανόνες της. Η σύγχρονη επιχείρηση είναι μέλος της κοινωνίας γεγονός που δημιουργεί υποχρεώσεις απέναντι σε αυτή.

Η ηθική των επιχειρήσεων είναι ο θεμέλιος λίθος για την εφαρμογή της Εταιρικής Διακυβέρνησης και της ΕΚΕ και δεν είναι μια γενική έννοια αλλά συγκεκριμενοποιείται μέσα από τον Κώδικα Δεοντολογίας και Ηθικής. Ο κώδικας αποτελεί ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο συμπεριφοράς της επιχείρησης απέναντι στο άμεσο και έμμεσο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της (Θανόπουλος, 2013).

Συγκεκριμένα η επιχειρηματική ηθική ανήκει στην κατηγορία της εφαρμοσμένης ηθικής, δηλαδή αυτής που ασχολείται με ζητήματα δεοντολογίας σε τομείς όπως για παράδειγμα η νομική και η ηθική των επιχειρήσεων. Οι τομείς τους οποίους πραγματεύεται είναι:

- Η ΕΚΕ που ασχολείται με τις σχέσεις της επιχείρησης με την κοινωνία.
- Η Εταιρική Διακυβέρνηση (ΕΔ).
- Ζητήματα μεταξύ επιχείρησης και μέτοχων.
- Η ηθική στην ηγεσία.
- Ηθικά ζητήματα στις σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων όπως ανταγωνισμός, εξαγορές, συγχωνεύσεις, διαφήμιση, κατασκοπεία κ.α.
- Την εφαρμογή της επιχειρηματικής ηθικής στο μάρκετινγκ.

- Την αναζήτηση για κοινωνικές συνέπειες από τις δραστηριότητες της επιχείρησης.
- Επιχειρηματική ηθική και πολιτική οικονομία, μια οικονομική ανάλυση βάσει πολιτικών και ιστορικών προοπτικών (Βελέντζας-Μπρώνη, 2010).

Το ηθικό μάρκετινγκ και η ΕΚΕ είναι δυο συγγενικές έννοιες που πολλές φορές τις συγχέουν. Όμως η ηθική σχετίζεται με την ατομική ή ομαδική εκτίμηση και κρίση για το τι είναι σωστό ή λάθος για μια συγκεκριμένη λήψη απόφασης ενώ η ΕΚΕ αποτελεί μια υποχρέωση της επιχείρησης να αυξήσει την θετική επίδραση της ή να μειώσει την αρνητική επίδραση της απέναντι στην κοινωνία. Αξιοσημείωτο είναι ότι η ΕΚΕ συμφωνεί με το συνολικό αποτέλεσμα των αποφάσεων του μάρκετινγκ απέναντι στην κοινωνία. Έτσι ο συνδυασμός της ύπαρξής τους στην πολιτική της επιχείρησης αυξάνει τις πιθανότητες θετικής επίδρασης στην κοινωνία. Η ΕΚΕ αποτελεί έναν πολύτιμο σύμμαχο στην στρατηγική μάρκετινγκ έχοντας έναν ρόλο ζωτικής σημασίας στην λήψη αποφάσεων γιατί έχει αποδειχτεί ότι οι επιχειρήσεις που αγνόησαν την ΕΚΕ κατέστρεψαν την σχέση εμπιστοσύνης τους με τους πελάτες αποδυναμώνοντας έτσι την πολιτική μάρκετινγκ (Pride Ferrell, 1999).

3.2.2 Κώδικας Δεοντολογίας

Η συνήθης δομή ενός κώδικα χωρίζεται σε τέσσερα μέρη.

Στο πρώτο μέρος περιλαμβάνονται οι στόχοι του κώδικα και οι γενικές υποχρεώσεις απέναντι στους εμπλεκόμενους όπως εντιμότητα, εχεμύθεια, ισοτιμία, σεβασμός στην ιδιωτικότητα, προσφορά στην κοινωνία κ.α.

Στο δεύτερο μέρος περιλαμβάνονται οι «Ειδικότερες Επαγγελματικές Υποχρεώσεις» όπου αναφέρονται οι υποχρεώσεις απέναντι στο έμψυχο προσωπικό, στην ορθή τήρηση των κανόνων λειτουργίας και στην ποιοτική παράγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών.

Στο τρίτο μέρος αναφέρονται οι «Οργανωτικές Αρχές Διοίκησης» δηλαδή η οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης μέσα από αξιοκρατικές διαδικασίες και έντιμες πρακτικές.

Στο τέταρτο μέρος αναφέρεται η «Εφαρμογή του Κώδικα» όπου προβλέπονται οι κανόνες τήρησης και προώθησης των αρχών του, οι κυρώσεις και τα αρμόδια όργανα (Βελέντζας -Μπρώνη, 2010).

Ο επιχειρησιακός κώδικας δεοντολογίας που αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της Εταιρικής Διακυβέρνησης των επιχειρήσεων, προάγει την διαφάνεια στην λειτουργία τους και αποτρέπει μη ηθικές συμπεριφορές μέσα από τους κανόνες του. Όμως οι ηθικές επιχειρησιακές συμπεριφορές μεταβάλλονται λόγω των κοινωνικών αλλαγών, άλλα και των εταιρικών αναδιαρθρώσεων. Η παγκοσμιοποίηση των επιχειρήσεων υποχρεώνει πλέον τους εργαζόμενους να προσαρμοστούν στις διαφορετικές εθνικές και πολιτισμικές κουλτούρες. Ο κώδικας δεοντολογίας συμβάλει στην

διευκρίνηση των αποδεκτών συμπεριφορών και των αξιών που πρέπει να υιοθετήσουν προκειμένου να προστατέψουν την αξία και την εικόνα της επιχείρησης. Επίσης οι ηθικοί κανόνες οριοθετούν την συμπεριφορά των στελεχών, διαχωρίζουν το σωστό από το λάθος για τις αποφάσεις και τις δράσεις τους με αποτέλεσμα να μην πραγματοποιούν ανήθικες ενέργειες. Οι μη δεοντολογικές συμπεριφορές από τα ανώτερα στελέχη της επιχείρησης έχουν δυσμενείς επιπτώσεις στην χρηματοοικονομική πληροφόρηση του εξωτερικού περιβάλλοντος καθώς οι αναληθείς ειδήσεις για την οικονομική εικόνα μιας επιχείρησης αποτελεί αντιδεοντολογική συμπεριφορά και επηρεάζει δυσμενώς τους μετόχους της επιχείρησης άλλα και το οικονομικό περιβάλλον με το οποίο σχετίζεται η επιχείρηση. Ο εγγυητής για την αξιόπιστη χρηματοοικονομική πληροφόρηση είναι ο ελεγκτής που δεν περιορίζεται πλέον μόνο στον έλεγχο των χρηματοοικονομικών καταστάσεων άλλα και στην διαπίστωση της πιστής εφαρμογής του κώδικα δεοντολογίας. Η διαφάνεια και η σωστή διαχείριση των επιχειρήσεων αποτελούν προϋπόθεση για την επιβίωση και την πρόοδο τους άλλα και για την εύρυθμη λειτουργία της κεφαλαιαγοράς. Τα κέρδη και η ηθική μπορούν και πρέπει να συνυπάρχουν καθώς ο συνδυασμός αυτός προσδίδει μεγαλύτερη αξία στην επιχείρηση και στους μετόχους αποτελώντας ένα μελλοντικό εφόδιο για την ευημερία της επιχείρησης, των ιδίων και κατ' επέκταση όλων των εμπλεκόμενων μερών του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης (Μπεκιάρης-Χατζηαναστασίου, 2010).

3.3 Ηθικό Πλαίσιο Αρχές και Υπεραξία

Ο έγκριτος οικονομολόγος John M. Keynes διατύπωσε κάποτε την εξής κυνική άποψη: «Ο καπιταλισμός είναι η εκπληκτική πεποίθηση ότι οι μοχθηροί άνθρωποι θα διαπράξουν τις πιο μοχθηρές ενέργειες για το υπέρμετρο καλό του συνόλου». Ο καπιταλισμός δημιούργησε πλούτο άνευ προηγουμένου στη ζωή μας και απέδειξε ότι έχει την δύναμη να βγάζει τους ανθρώπους από την φτώχεια δημιουργώντας έναν πολιτισμό ανταγωνιστικής ιδιοφυΐας. Τον έχουν αποκαλέσει επίσης ως την πιο παραγωγική οικονομική μηχανή που επινόησε ποτέ ο άνθρωπος. Αυτό όμως δεν σημαίνει, όπως αποδείχθηκε στην πράξη, ότι το σύστημα του καπιταλισμού είναι τέλειο. Είχε, έχει και θα έχει πολλά και δύσκολα προβλήματα, τα οποία προσπαθεί ο άνθρωπος να τα λύσει με διάφορα εργαλεία νομικού, ηθικού ή εθελοντικού περιεχομένου όπως είναι η πρακτική της ΕΚΕ (Robbins, 2012).

Η ηθική απέναντι προς όλους και προς όλα, δεν αποτελεί απλώς μια πολυτέλεια, άλλα είναι ουσιώδης για την επιβίωση μιας επιχείρησης, ενός έθνους και ενός συστήματος όπως είναι το σύστημα της ελεύθερης αγοράς ή του καπιταλισμού. Αυτή δε η ηθική στάση θα πρέπει να ξεκινάει πρωτίστως από την πολιτική.

Για του λόγου το αληθές, καταγράφουμε την ρήση ενός πνευματικού ανθρώπου, του Μάριου Πλωρίτη, ο οποίος μας θυμίζει ότι «όπως κατά τον Αντρέ Μαρλώ "δεν γίνεται πολιτική με ηθική",

έτσι δεν γίνονται επιχειρήσεις χωρίς ήθος». Και αν αληθεύει η αντίληψη ότι, χωρίς καλή οικονομία δεν μπορεί να υπάρξει καλή πολιτική, το ίδιο αληθεύει και ότι χωρίς ήθος δεν μπορεί να υπάρξει καλή οικονομία” (Οικονομικός Ταχυδρόμος, (5-6-1996), σελ. 5).

Μέσα στην λογική αυτή θα μπορούσε να πει κανείς ότι εντάσσεται και η πρωτοβουλία του Σ.Ε.Β. να αποδεχθεί την «Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων», ένα κείμενο αρχών και αξιών, με το οποίο οι επιχειρήσεις δηλώνουν την αυτοδέσμευσή τους στις υποχρεώσεις τους, διεκδικώντας παράλληλα και τα δικαιώματά τους και προωθεί την αλλαγή της νοοτροπίας, που θεωρείται απαραίτητη για τη βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος. Η Χάρτα κλείνει με τη διαπίστωση ότι η κάθε επιχείρηση δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει, όπως ορίζει άλλωστε και η ΕΚΕ (Χάρτα δικαιωμάτων, ιστοσελίδα, ανάκτηση 10-10-2018).

3.3.1 ΕΚΕ και Επιχειρηματική Ηθική

Η υποκρισία είναι μια συνήθεις και πολύ γνωστή λέξη την οποία χρησιμοποίησαν κατά κόρον οι ευαγγελιστές αφού ο Χριστός διατύπωσε την γνωστή ρήση του ευαγγελίου «ουαί υμίν γραμματείς και φαρισαίοι υποκριτές». Το τι μπορεί να σημαίνει αυτό στην περίπτωση της επιχειρηματικής ηθικής είναι αυτονόητο, από την στιγμή που υπάρχουν επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν ταυτόχρονα να είναι επιχειρηματικά ανήθικες και συνάμα να εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ. Δηλαδή με λίγα λόγια ότι υπάρχουν επιχειρήσεις και επιχειρηματίες που υποκρίνονται και αντιφάσκουν.

Η Ηθική (ή Δεοντολογία) είναι ο κλάδος που ασχολείται με το τι είναι καλό και κακό, ή σωστό και λάθος, ή με το ηθικό καθήκον και την υποχρέωση. Όχι πολύ καιρό πριν, οι εταιρείες/οργανισμοί έδιναν πολύ μικρή σημασία στη δεοντολογία. Τίτλοι εφημερίδων έχουν εκθέσει τις μη ηθικές έως και παράνομες ενέργειες εταιρειών όπως η Enron, Arthur Andersen, WorldCom, Global Crossing και άλλες εταιρείες. Η αδίστακτη ιδιοτέλεια που αποτελούσε το κίνητρο των ηγετών ορισμένων μεγάλων εταιρειών αποκαλύφθηκε (Mondy, 2011).

Η ηθική ευθύνη πολλές φορές υπερβαίνει την εκπλήρωση των ωφελμιστικών και νομικών υποχρεώσεων της επιχείρησης. Βασικός στόχος των επιχειρήσεων που θέλουν να πληρούν τους ηθικούς κανόνες είναι να διασφαλίσουν πως οι ενέργειες τους δεν βλάπτουν τα άτομα ή το ευρύ κοινό. Το να κάνουν δηλαδή ότι είναι σωστό και δίκαιο (Smith & Quelch, 1993). Υπάρχουν έρευνες που δείχνουν πως οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την ηθική στάση των επιχειρήσεων έχουν θετική επίπτωση στη εταιρική φήμη (Bendixen & Abratt, 2007). Το ενδιαφέρον του κοινού για ηθικές επιχειρηματικές πρακτικές υπογραμμίζεται από τους Creyer και Ross (1997), οι οποίοι διαπίστωσαν πως οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να ανταμείψουν μια εταιρεία με ηθικές πρακτικές

καταβάλλοντας ακόμα και υψηλότερες τιμές για τα προϊόντα της. Στις σχέσεις προμηθευτών και αγοραστών οι Bendixen και Abratt (2007) διαπίστωσαν ότι η φήμη των προμηθευτών επηρεάζεται από την αντίληψη των αγοραστών σχετικά με την ηθική συμπεριφορά των προμηθευτών και τον βαθμό που τηρούν τον κώδικα δεοντολογίας (Jongchul κ.α., 2014).

Επομένως το ερώτημα που θα μπορούσε να γεννηθεί και να διατυπωθεί εδώ είναι: Μπορεί να συμβαδίζει η έλλειψη ηθικής με την ΕΚΕ; Λογικά και ηθικά όχι. Το άλλο ερώτημα θα ήταν: Μπορεί να συμβαδίζει η δωροδοκία με την ΕΚΕ; Φυσικά και όχι. Στην πράξη όμως τι γίνεται; Συμβαδίζει; Μα φυσικά συμβαδίζει θα απαντούσε η πλειοψηφία της κοινής γνώμης. Τα τελευταία χρόνια αυτά που έχουν ακουστεί και δημοσιοποιηθεί από τα ΜΜΕ, σίγουρα θα είναι πάρα πολύ λίγοι οι πολίτες, που θα είχαν θετική γνώμη για την επιχειρηματική ηθική, κυρίως των μεγάλων επιχειρήσεων.

Φυσικά τέτοια παραδείγματα αντιφατικότητας υποκρισίας και σκοπιμοτήτων υπάρχουν πάρα πολλά σε διεθνές επίπεδο, από πολυεθνικές κυρίως επιχειρήσεις, αρκεί να θυμηθεί κανείς το σκάνδαλο με την Siemens, που αφορούσε και την χώρα μας, αλλά και άλλα σκάνδαλα που δεν έγιναν στη χώρα μας γνωστά, όπως αυτό της ‘IBM Argentina’ και πολλά άλλα τα οποία δεν πήραν μεγάλη δημοσιότητα (Θανόπουλος, 2003).

Άλλη κραυγαλέα περίπτωση που απασχόλησε τον διεθνή τύπο ήταν η περίπτωση της ‘L’ Oreal’ στην Γαλλία. Αν και η εταιρία αναγνωρίστηκε από το Ινστιτούτο ‘Ethisphere’ ως μια από τις «πιο ηθικές παγκοσμίως» για το 2010, «για υποδειγματική συμπεριφορά στο θέμα της ηθικής δέσμευσης και της θετικής συνεργασίας με τις τοπικές κοινωνίες», κατηγορήθηκε ότι χρηματοδοτούσε πολιτικά πρόσωπα προκειμένου να έχει ευνοϊκές φοροαπαλλαγές (www.enet.gr, ιστοσελίδα α/α 23, 11.07.10, σελ. 62).

Η θεωρία περί επιχειρηματικής ηθικής και υπευθυνότητας πρωτοεμφανίστηκε στη δεκαετία του ’70 και γνώρισε ευρεία διάδοση στις δεκαετίες του ’80 και ’90 τόσο σε επιχειρηματικό όσο και σε ακαδημαϊκό επίπεδο. Σε έναν ιδανικό κόσμο εταιρικής ηθικής, οι εταιρίες σέβονται το φυσικό περιβάλλον, τους καταναλωτές, το εργατικό δυναμικό και γενικά όλη την κοινωνία, ενώ παράλληλα προωθούν την οικονομική ανάπτυξη με γνώμονα το δημόσιο συμφέρον και το όφελος της κοινωνίας.

Η επιχειρηματική ηθική εκ πρώτης όψεως φαντάζει ως εύλογη απάντηση στις κοινωνικές και οικονομικές ανακατατάξεις που επιφέρει ο 21ος αιώνας και η παγκοσμιοποίηση. Οικονομικά πανίσχυρες επιχειρήσεις μπορούν να παίξουν καταλυτικό ρόλο σε θέματα δημοσίου συμφέροντος και να επιτελέσουν κοινωνικό έργο ισάξιο με αυτό των εθνικών κυβερνήσεων ή των διεθνών οργανισμών. Η ΕΚΕ με το που πρωτοεμφανίστηκε, συνδέθηκε με τη βοήθεια προς τις χώρες του τρίτου κόσμου, τις πρακτικές προστασίας των καταναλωτών και την υπεύθυνη διαχείριση των φυσικών πόρων. Καθώς όμως η ανθρωπότητα συνειδητοποιούσε το μέγεθος της οικολογικής

καταστροφής που απειλούσε και απειλεί τον πλανήτη, η επιχειρηματική ηθική «πρασίνιζε». Έτσι, μπήκαν στο καθημερινό μας λεξιλόγιο, λέξεις και πρακτικές άγνωστες μέχρι τότε: Αειφόρος ανάπτυξη, αναδάσωση, βιοποικιλότητα, εναλλακτικές πηγές ενέργειας, ανακύκλωση κλπ.

Η μετάλλαξη αυτή φανερώνει την αναπροσαρμογή της επιχειρηματικής ηθικής και των πρακτικών της στις κοινωνικές απαιτήσεις των καιρών. Οι καχύποπτοι όμως και οι δύσπιστοι θα σκεφτούν ότι, η ΕΚΕ προσαρμόζεται στο περιβάλλον για να νομιμοποιεί την επιχειρηματική δραστηριότητα και μερικές φορές να «φιμώνει» τους ακτιβιστές. Εν μέσω δε οικονομικής κρίσης, τόσο η ΕΚΕ όσο και η εταιρική ηθική προβάλλονται ως «εκ των ων ουκ άνευ», όχι μόνο ως προς την αντιμετώπισή της, αλλά και για την μη επανάληψη ή την συνέχισή της.

Φυσικά πρώτος κανόνας της επιχειρηματικότητας είναι η επιδίωξη του κέρδους. Θεωρητικά, η επιδίωξη αυτή έχει προτεραιότητα έναντι όλων των άλλων εταιρικών υποχρεώσεων. Μπορεί το δόγμα της επίτευξης κέρδους να μην είναι αμφισβητήσιμο, αλλά ούτε και η κοινωνική επιταγή της ευαισθησίας είναι αμφισβητήσιμη. Λογικά και φαινομενικά μπορεί να συμπεράνει κάποιος ότι οι δαπάνες για την ΕΚΕ μειώνουν την κερδοφορία, αρκετές φορές όμως δεν είναι έτσι. Πριν αρκετά χρόνια η 'Ford' και η 'Firestone' αποφάσισαν να επωμιστούν ένα τεράστιο κόστος για να αποσύρουν από την αγορά προϊόν που ενδεχομένως να αποδεικνυόταν επικίνδυνο για τους καταναλωτές. Πριν από την λήψη της απόφασης αυτής, υπολόγισαν το κόστος των μηνύσεων εναντίον τους, αλλά και την βλάβη που θα προκαλούσε στη φήμη των προϊόντων τους οποιοδήποτε συμβάν. Μπορεί το εν λόγω παράδειγμα να φαίνεται κυνικό, να ξεφεύγει της «κοινωνικής ευαισθησίας» και να θεωρείται μια αυτονόητη ενέργεια ψυχρού επαγγελματισμού, αλλά είναι ενδεικτικό ως προς το που μπορεί να κρύβονται οι ωφέλειες μιας ανάληψης κόστους, που στο τέλος αποδεικνύεται ότι από μια τέτοια ενέργεια ωφελούνται μακροπρόθεσμα τόσο οι καταναλωτές όσο και οι επιχειρήσεις. Μπορεί η ενέργεια της προαναφερθείσας εταιρίας να ήταν καθαρά επαγγελματική αλλά είχε και την ηθική της διάσταση (Η χαρτογράφηση και τα όρια της ΕΚΕ, ιστοσελίδα α/α 1, 24-05-10).

Στο σημείο αυτό νομίζουμε ότι ταιριάζει απόλυτα μία από τις πολλές διαπιστώσεις που κάνει ο καθηγητής κοινωνιολογίας Μάικλ Μαν: «Ο πραγματικός κόσμος (ιστορικός και σύγχρονος) είναι ακατάστατος και ατελώς στοιχειοθετημένος. Ωστόσο η θεωρία απαιτεί τάξη και τελειότητα. Δεν είναι δυνατόν να επιτευχθεί μια πλήρης ισορροπία. Η υπερβολική ακαδημαϊκή προσήλωση στα γεγονότα μπορεί να σε τυφλώσει. Η υπερβολική προσοχή στους ρυθμούς της θεωρίας και της παγκόσμιας ιστορίας μπορεί να σε κάνει κωφό» (Mann, 2008).

Η ηθική είναι η βάση κάθε προσωπικής και κοινωνικής αρμονίας. Είναι η έκφραση των υψηλών πνευματικών αληθειών, των υψηλοτέρων φυσικών νόμων του σύμπαντος στο σωματικό, συγκινησιακό, νοητικό και κοινωνικό επίπεδο, κατά την άποψη των ζηλωτών, των δασκάλων ή γκουρού των μεταφυσικών αναζητήσεων. Πιστεύουν ότι οι ηθικοί νόμοι είναι σαν τους νόμους της

φύσης. Είναι απόλυτοι όπως η βαρύτητα. Αν κάποιοι άνθρωποι και κατ' επέκταση οι επιχειρήσεις πουν ψέματα, κλέβουν, εκμεταλλεύονται, αδιαφορούν για το περιβάλλον κλπ., κάποια στιγμή θα βιώσουν τις συνέπειες των πράξεων τους (Γερούκη, 2005).

Για τον λόγο αυτό μπορεί κανείς να θεωρήσει ότι, η αντίφαση αυτή των εταιρειών και κατ' επέκταση των ανθρώπων, είναι μια ανθρώπινη αδυναμία, ίσως λόγω ανασφάλειας, η οποία συνέβαινε, συμβαίνει και θα συμβαίνει, χωρίς αυτό φυσικά να επηρεάζει την πρακτική και την συνεισφορά της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων στην κοινωνία και το περιβάλλον.

3.3.2 Νόμιμο - Ηθικό και ΕΚΕ

Ότι είναι νόμιμο δεν συνεπάγεται ότι είναι και Ηθικό και αντιστρόφως. Για να αντιληφθούμε καλύτερα την διαφορά των δυο αυτών όρων, ας τους φανταστούμε σαν δύο ανεξάρτητους κύκλους, οι οποίοι όμως μερικώς επικαλύπτονται και δεν έχουν τις ίδιες διαστάσεις. Σε κάποια μέρη το νομικό πλαίσιο προπορεύεται: νομοθετεί, δημιουργεί καινούργιες νόρμες, για τις οποίες δεν έχουν διαμορφωθεί ακόμη ηθικοί κανόνες, όπως συμβαίνει με κάποιες επιχειρήσεις τεχνολογίας αιχμής που πειραματίζονται σε γενετικές μεταλλάξεις. Σε κάποια άλλα μέρη το ηθικό προπορεύεται του νομικού. Οι πελάτες πιστεύουν ότι έχουν δικαιώματα, τα οποία είτε δεν προβλέφθηκαν ακόμη από τον νόμο ή δεν έχουν διατυπωθεί με σαφήνεια, αλλά σταδιακά θα υπάρξουν νομοθετικές ρυθμίσεις. Οι μεγάλες όμως επιχειρήσεις, που αντιλαμβάνονται έγκαιρα τη στάση και τις προθέσεις της αγοράς, καλύπτουν αυτά που οι καταναλωτές θεωρούν ως ηθικά αναγκαία ή απαραίτητα (Θανόπουλος, 2003).

Σε μερικές χώρες η ΕΚΕ εντάσσεται σε μια σειρά πολιτικών, ενώ σε άλλες οι δράσεις ευαισθητοποίησης είναι οι μόνες που προβλέπουν οι δημόσιες πολιτικές. Σε αυτό το πλαίσιο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συγκέντρωσε τις δημόσιες πολιτικές που αφορούν το συγκεκριμένο θέμα και τις ενέταξε σε τρεις βασικές θεματικές ενότητες:

Πρώτον, πολιτικές που προωθούν τις δράσεις ΕΚΕ. Δεύτερον πολιτικές που προωθούν την διαφάνεια στις δράσεις ΕΚΕ. Τρίτον, πρωτοβουλίες ή πρακτικές που εντάσσονται σε άλλες δημόσιες πολιτικές και οι οποίες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις δράσεις ΕΚΕ.

Φυσικά οι πρακτικές στον τομέα της ΕΚΕ δεν αποτελούν πανάκεια και δεν μπορούν από μόνες τους να παράγουν τα επιθυμητά αποτελέσματα και να λύσουν τα προβλήματα της κοινωνίας. Δεν μπορούν να υποκαταστήσουν τις δημόσιες πολιτικές αλλά μπορούν να συμβάλουν στην επίτευξη των στόχων των δημόσιων πολιτικών όπως:

- Στην διαμόρφωση πιο ολοκληρωμένων αγορών εργασίας και υψηλότερων επιπέδων κοινωνικής ένταξης.

- Σε επενδύσεις στην ανάπτυξη δεξιοτήτων και στη δια βίου μάθηση.
- Σε βελτιώσεις στη δημόσια υγεία.
- Στην βελτίωση των επιδόσεων στον τομέα της καινοτομίας.
- Στη διαμόρφωση πιο θετικής εικόνας για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες στην κοινωνία.
- Στην ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων και τη μείωση των επιπέδων ρύπανσης.
- Στον μεγαλύτερο σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των βασικών κανόνων εργασίας.
- Στην μείωση της φτώχειας και την επίτευξη προόδου σε σχέση με τους στόχους της κοινωνίας των εθνών.

Η παραδοσιακή αντίληψη της επιχειρηματικής ηθικής μπορεί να προέρχεται από ανθρώπους οι οποίοι ζουν σε χώρες με αναπτυγμένες αγορές και θεωρεί ότι, σε αντίθεση με ότι συμβαίνει σε χώρες με αναδυόμενες αγορές, τα ηθικά προβλήματα στις ανεπτυγμένες χώρες είναι κατά κύριο λόγο ζητήματα κακοποιών ατόμων και σε ορισμένες περιπτώσεις κακοποιών εταιρειών, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι η άποψη αυτή δεν μπορεί να είναι εσφαλμένη. Το είδος της χρηματοοικονομικής διαφθοράς που συντελέστηκε στις ΗΠΑ και άλλες χώρες τις τελευταίες δεκαετίες έχει περισσότερες ομοιότητες από όσες εκ' πρώτης όψεως φαίνονται με αυτή της οργανωμένης συστημικής διαφθοράς των χωρών με αναδυόμενες αγορές.

Η χρηματοοικονομική διαφθορά στις ΗΠΑ, όπως την περιέγραψε ο R. Nielsen (2002), ήταν και ίσως εξακολουθεί να είναι συστημική, αφού το σύστημα απαιτούσε τη συνεργασία πολλών εταιρειών της επενδυτικής τραπεζικής, θεσμικών επενδυτών, λογιστικών εταιρειών, ρυθμιστικών αρχών και πολιτικών. Για παράδειγμα αναφέρεται το ολιγοπώλιο πέντε κυρίως εταιρειών (Citicorp και Salomon Smith Barney, Merrill Lynch, Credit Suisse, First Boston, Morgan Sachs, και J.P.Morgan Chase), που όλες αυτές συνεργάζονταν αλλά και ανταγωνίζονταν μεταξύ τους (Τσούκας Χ., κ.α. 2008).

Συνύπαρξη της αντιφατικότητας και σκοπιμότητες

Η αντιφατικότητα είναι ένα καθημερινό φαινόμενο στην ανθρώπινη φύση. Επομένως λοιπόν αυτή η συμπεριφορά δεν μπορεί να μην υπάρχει και στην λειτουργία των επιχειρήσεων. Έτσι λοιπόν αν θελήσει κανείς να ερευνήσει την αντιφατικότητα που υπάρχει στην λειτουργία και τη συμπεριφορά των επιχειρηματιών και των στελεχών των επιχειρήσεων στο πεδίο της ηθικής ή της ΕΚΕ, θα συναντήσει χιλιάδες περιπτώσεις ανακολουθίας λόγων και πράξεων. Εμείς εδώ θα αναφερθούμε μόνο σε μερικές περιπτώσεις εταιρικών σκανδάλων ή διαφθοράς από εταιρείες, οι

οποίες ενώ φαινομενικά ασπάζονταν τις ηθικές αρχές και τους νόμους και δραστηριοποιούνταν σε πρακτικές ΕΚΕ, παράλληλα όμως εμπλέκονταν σε πράξεις διαπλοκής, σκανδάλων, διαφθοράς και άλλων ενεργειών για λόγους σκοπιμότητας και όχι μόνο.

Εκτός των περιπτώσεων που αναφέρθηκαν παραπάνω, δηλαδή αυτή της Siemens και της L'Oréal υπάρχουν και άλλες πολλές περιπτώσεις επιχειρήσεων με αντιφατική ή αντικρουόμενη συμπεριφορά και λειτουργία, δηλαδή την συνύπαρξη πρακτικών ΕΚΕ και παράλληλα την αντιδεοντολογική, ανήθικη και παράνομη συμπεριφορά ή πρακτική από στελέχη της εταιρείας, τους κύριους μετόχους, διευθυντικά στελέχη κλπ.

Χαρακτηριστικά μπορούμε να αναφέρουμε τις περιπτώσεις γνωστών σκανδάλων όπως της Enron (2001), World Com (2002), ETBA Finance (2002), και πολλών άλλων πρόσφατων γεγονότων που οδήγησαν στην σημερινή οικονομική κρίση. Αρκεί να θυμηθεί κανείς τον τρόπο που λειτούργησαν οι μεγάλες χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις των ΗΠΑ με αποκορύφωμα την πτώχευση της Lehman's Brothers και το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης που βιώνουμε μέχρι σήμερα.

Όλα αυτά φυσικά τα εταιρικά σκάνδαλα δεν ξεπεράστηκαν ανώδυνα αφού στις εταιρείες επιβλήθηκαν τεράστια πρόστιμα εκατοντάδων εκατομμυρίων όπως πχ. των εταιρειών της Citicorp και στο βραχίονα της Salomon Smith Barney(400 εκ. δολ.) στη Merrill Lynch (200 εκ. δολ.) στην Credit Suisse First Boston(200 εκ. δολ.) κλπ,(R.Nielsen,2004), χρηματικά ποσά για τα οποία είναι δύσκολο για οποιονδήποτε να κάνει εκτιμήσεις, αν οι εταιρείες αυτές με τα πρόστιμα όντως τιμωρήθηκαν ή απλώς μείωσαν τα παράνομα κέρδη τους (Τσούκας Χ., κ.α.2008).

Τέτοιες πρακτικές και συμπεριφορές αντιφατικότητας, συνύπαρξης του καλού και του κακού, του θετικού και του αρνητικού δεν υπάρχουν και δεν συμβαίνουν μόνο σε μεγάλες επιχειρήσεις αλλά ακόμη και στις πολύ μικρές. Γενικά θα μπορούσε να πει κανείς ότι αυτή η συμπεριφορά είναι ένα σύνηθες φαινόμενο στη ανθρώπινη φύση το οποίο δεν θα πρέπει να μας ξενίζει, αλλά ούτε και να μειώνει την σημασία της ΕΚΕ και γενικά την προσπάθεια μας για κοινωνική και περιβαλλοντική προσφορά.

3.3.3 Δεοντολογία και επιχειρηματικό γίνεσθαι του «Φιλανθρωποκαπιταλισμού»

Είναι ήδη ξεκάθαρο και αποδεκτό ότι η ΕΚΕ αποτελεί και έτσι θα πρέπει να παραμείνει, μια εθελοντική πρακτική ή λειτουργία της επιχείρησης με την υποσημείωση βέβαια ότι, κάποιες εθελοντικές πρακτικές από το πεδίο του εθελοντισμού ή της κοινωνικής ευθύνης ή απόκρισης μπορούν να περάσουν με νομοθετική ρύθμιση ή «εθιμικό δικαίω» στο πεδίο της κοινωνικής υποχρέωσης.

Ίσως οι εταιρίες σήμερα να κατάλαβαν και να κατανόησαν αυτό που έλεγε και λέει ο σοφός λαός. «Όταν ο γείτονας πεινάει πρέπει να του δώσεις κάτι να φάει για να μην έρθει και σε κλέψει». Μήπως αυτή τη λαϊκή φιλοσοφημένη ρήση εφαρμόζουν σήμερα τεχνοκρατικά και επιστημονικά πλέον οι επιχειρήσεις;

Έστω και έτσι να είναι, δεν παύει αυτή η συμφεροντολογική αντίληψη των επιχειρήσεων να δημιουργεί κοινωνική υπεραξία, καθότι βοηθά στην μείωση των ανισοτήτων, της φτώχειας και στην δυνατότητα κάποιων ευκαιριών σε ανθρώπους που διαφορετικά δεν θα τις είχαν. Επομένως, είναι λογικό να μιλάμε για εθελοντική αυτουποχρέωση, η οποία ίσως και να «εξαναγκάζεται» από τον κίνδυνο να δημιουργήσουμε μια προβληματική κοινωνία (ανεργία, φτώχεια, ανισότητες, ανατροπές κλπ), συνέπεια που μπορεί να επιφέρει κοινωνικές αναταράξεις με απρόβλεπτες επιπτώσεις για το κοινωνικό σύνολο, επομένως και για τις επιχειρήσεις.

Στη γερμανόγλωσση βιβλιογραφία τίθεται το ερώτημα αν στην εταιρία, ως νομικό πρόσωπο που δεν έχει τα ψυχοφυσικά χαρακτηριστικά ενός φυσικού προσώπου (συνείδηση κλπ.), θα πρέπει να καταλογίζεται ευθύνη (Ungericht B. κ.α, 2008).

Την απάντηση στο ερώτημα αυτό τη δίνει το Συνταγματικό Δικαστήριο των ΗΠΑ, το οποίο αποφάσισε ότι τα νομικά πρόσωπα έχουν τα ίδια δικαιώματα με τα φυσικά πρόσωπα, παρά την τεράστια διαφορά ισχύος μεταξύ τους (www.tovima.gr Το Βήμα, 13- 2-2011, σελ. 49).

Αυτό τουλάχιστον απεδείχθη στην πράξη με το σκάνδαλο SIEMENS, όπου ο καταλογισμός ευθυνών βάρυνε κυρίως τα πρόσωπα και πολύ λιγότερο την εταιρία. Το ερώτημα που γενάτε εδώ είναι αν τις παραλείψεις, τις παρατυπίες ή παρανομίες θα πρέπει να τις πληρώσουν οι εταιρίες, δηλαδή στην ουσία οι μέτοχοι ή οι διοικήσεις και τα ανώτατα στελέχη τους. Το σκάνδαλο της SIEMENS πάντως έδειξε ότι οι μέτοχοι ή τέλος πάντων κάποιοι από τους μετόχους, έκαναν σωστά την δουλειά τους, καταγγέλλοντας τη διοίκηση για διαφθορά και διακίνηση μαύρου χρήματος, για τη διακίνηση του οποίου δεν έφταιγαν φυσικά οι μέτοχοι ούτε το νομικό πρόσωπο, που δεν έχει τα φυσικά χαρακτηριστικά που έχει ένας άνθρωπος, αλλά τα φυσικά πρόσωπα που απάρτιζαν την διοίκηση ή τα ανώτατα διευθυντικά στελέχη.

Μπορεί συχνά να λέγεται ότι η βιομηχανία δεν μπορεί να έχει συνείδηση, όμως μια βιομηχανία με ευσυνείδητους ανθρώπους είναι μια βιομηχανία με συνείδηση υποστηρίζει ο Χένρι Ντέιβιντ Θορό (Bateman, Snell, 2011).

Συμπερασματικά λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι η Κοινωνική, Οικολογική ή οποιαδήποτε άλλη ευθύνη, ξεκινάει από και καταλήγει στα φυσικά πρόσωπα, τα οποία έχουν συνείδηση και γενικά όλες εκείνες τις ψυχοφυσικές λειτουργίες, που έχει ή αποκτά στην εξέλιξη του ένας άνθρωπος. Αυτό τουλάχιστον δείχνει και η κίνηση των 6 πλουσιότερων ανθρώπων στη Αμερική, που αποκαλέστηκαν

ως οι «εκλεκτοί του Φιλανθρωποκαπιταλισμού» και συναντήθηκαν μετά την οικονομική κρίση του 2008 στην Νέα Υόρκη, προκειμένου να συζητήσουν τα προβλήματα που απασχολούν όλο τον κόσμο.

Η σύνοδος λοιπόν αυτή «διάσωσης του κόσμου», διοργανωτές της οποίας ήταν ο Μπιλ Γκέιτς, ο Γουόρεν Μπάφετ, και ο Ντέιβιντ Ροκφέλερ, συγκλήθηκε με αφορμή την παγκόσμια οικονομική κρίση και τα προβλήματα που μαστίζουν τον πλανήτη και ειδικά τις χώρες του τρίτου κόσμου. Στην λέσχη αυτή των καλών, όπως την ονομάζουν, ανήκουν μεταξύ άλλων πλουσίων, ο Τζόρτζ Σόρος, ο Τεντ Τέντερ, η Όπρα Γουίνφρεϊ αλλά και άλλοι λιγότερο γνωστοί γίγαντες των επιχειρήσεων, των οποίων η αξία αγγίζει τα 125 δις δολάρια. Τα προβλήματα που τους απασχόλησαν ήταν ο αναλφαβητισμός, η φτώχεια, η οικονομική ύφεση, ο υπερπληθυσμός, οι ασθένειες, ενώ εξετάζουν και τρόπους κινητοποίησης των απλών πολιτών προκειμένου να προσφέρουν μικρά ποσά για τα παγκόσμια ζητήματα (www.tovima.gr, ιστοσελίδα α/α 19, 07/06/09, σελ. Α 31).

Τα τελευταία 12 χρόνια αναφέρει σε δημοσίευσή του το Βήμα στις 7 Ιουνίου 2009, τα μέλη της Λέσχης των Καλών έχουν προσφέρει περισσότερα από 70 δις δολάρια σε φιλανθρωπίες. Το ίδρυμα Μπιλ και Μελίνα Γκέιτς, με κληροδότημα που ξεπερνά τα 30 δις δολάρια, είναι ο μεγαλύτερος φιλανθρωπικός οργανισμός που ιδρύθηκε ποτέ. Ο παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (Π.Ο.Υ.), εκτιμά ότι η συμμαχία GAVI (Παγκόσμια Συμμαχία για τα Εμβόλια και την Ανοσοποίηση) και του ιδρύματος Γκέιτς απέτρεψε 3,4 εκατομμύρια θανάτους τα τελευταία 8 χρόνια. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 η Όπρα Γουίνφρεϊ ίδρυσε την φιλανθρωπική οργάνωση «Oprah's Angel Network», σκοπός της οποίας είναι να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να βοηθούν τους μη προνομιούχους του κόσμου. Οι διασυνδέσεις της με πολιτικούς, επιχειρηματίες αλλά και αστέρες από τον κόσμο του θεάματος, βοήθησαν την οργάνωση της να γίνει παγκοσμίως γνωστή, συγκεντρώνοντας περισσότερα από \$51 εκατομμύρια για το φιλανθρωπικό της έργο (ο.π, σελ. Α 31).

Οι υποστηρικτές του «Φιλανθρωποκαπιταλισμού» σημειώνει το άρθρο της εφημερίδας, διατείνονται ότι, οι ίδιοι μπορούν να προσφέρουν βοήθεια στους ανθρώπους που έχουν ανάγκη πιο άμεσα και πιο αποτελεσματικά από τις εθνικές κυβερνήσεις. Από την άλλη πλευρά όμως επειδή τα περιουσιακά στοιχεία της Λέσχης των Καλών ανταγωνίζονται τους προϋπολογισμούς για τις κοινωνικές δαπάνες πολλών κρατών, υπάρχουν φωνές που βλέπουν κινδύνους. Εάν οι επενδύσεις τέτοιων τεράστιων ποσών σε μια κοινότητα δεν διαχειριστούν σωστά, μπορούν να βλάψουν τους αποδέκτες της κοινότητας. Επίσης δεν είναι λίγοι αυτοί που ανησυχούν για την διογκούμενη κυριαρχία μια χούφτας ανθρώπων στον τομέα της ανάπτυξης. `` Το πρόβλημα με την Λέσχη των Καλών είναι ότι μπορεί να μην είναι όλοι οι άνθρωποι «καλοί». Τουλάχιστον όχι «καλοί» με καθολικά κριτήρια `` λέει η Λουίζ Ουβάκου, ιδρύτρια της канаδικής φιλανθρωπικής οργάνωσης `` Positivision`` (ο.π, σελ. Α 31).

Επιπλέον συνεχίζει το άρθρο, ανακλύπει το ζήτημα της υπευθυνότητας και της λογοδοσίας.

Ακόμη και οι πιο καταπιεστικές κυβερνήσεις στον κόσμο υπό τον φόβο της λαϊκής πίεσης λογοδοτούν ως έναν βαθμό στους πολίτες τους. Η Λέσχη των Καλών όμως σε ποιόν λογοδοτεί; Η άκρως μυστική φύση τέτοιων συναντήσεων, δεδομένης της φήμης και του πλούτου των μελών της, είναι εν μέρει κατανοητή, ωστόσο επιτείνει τον προβληματισμό γύρω από τους σκοπούς τέτοιου είδους οργανώσεων.

Ίσως στο σημείο αυτό είναι σκόπιμο να τονίσουμε ακόμη μια φορά, την αναγκαιότητα της θεσμοθέτησης της ΕΚΕ, στην οποία φυσικά συμπεριλαμβάνονται οι φιλανθρωπίες, οι χορηγίες και άλλες κοινωνικές ή περιβαλλοντικές πρακτικές. Η θεσμοθέτηση αυτή μπορεί να παρέχει κίνητρα, να έχει κανόνες και υποχρεώσεις, όπως είναι οι δημοσιοποιήσεις εκθέσεων ισολογισμών κοινωνικών απολογισμών κλπ. Φυσικά τα πλαίσια αυτά, τους κανόνες κλπ. θα είναι υποχρεωμένοι να τους ακολουθούν οι πάντες, όπως γίνεται με τις αθλητικές διοργανώσεις ή άλλους διεθνείς οργανισμούς, οι οποίοι λειτουργούν σε εθελοντική βάση και οι συνεδριάσεις τους δεν είναι μυστικές.

Φυσικά υπάρχουν εκατοντάδες μεγαλύτερες και χιλιάδες μικρότερες περιπτώσεις επιχειρήσεων και φυσικών προσώπων, τα οποία, ίσως διότι ως άτομα βρίσκονται στις τελευταίες βαθμίδες (αναγνώριση, αυτοπραγμάτωση) της γνωστής πυραμίδας του Α. Μάσλοου για την ιεράρχηση των ανθρωπίνων αναγκών, έχουν αφιερώσει την ζωή τους σε ενέργειες και πρακτικές κοινωνικής ευαισθησίας, επιβεβαιώνοντας από μια άποψη τον χαρακτηρισμό του «Φιλανθρωποκαπιταλισμού», από την άλλη το συμπέρασμα που βγαίνει από τις θέσεις του Καρλ Μαρξ ότι, ο σοσιαλισμός μπορεί να επιτευχθεί ευκολότερα από έναν ολοκληρωμένο ή κορεσμένο καπιταλισμό.

Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση ενός Έλληνα δεύτερης γενιάς, του οποίου ο πατέρας δραστηριοποιούνταν επιχειρηματικά στο Μαρόκο και ο γιος έχει αφιερώσει την ζωή του σε κοινωνικό έργο. Ίδρυσε μια μη κυβερνητική οργάνωση στην αφρικανική αυτή χώρα και εκπαιδεύει ανθρώπους με ειδικές ανάγκες σε διάφορες τέχνες, έτσι ώστε έπειτα από μερικά χρόνια να μπορούν οι άνθρωποι αυτοί εξασκώντας το επάγγελμα που έμαθαν, να επιβιώνουν μόνοι τους χωρίς βοήθεια. Φυσικά την χρηματοδότηση αυτή, ο Έλληνας Καθηγητής στη Λυών Πέτρος Κατακάζος, την αντλεί από ευρωπαίους επιχειρηματίες, οι οποίοι σίγουρα, είτε για λόγους αυτοϋποχρέωσης ή αυτοπραγμάτωσης, ή για οποιουδήποτε άλλους, συνεισφέρουν στην προσπάθεια της εθελοντικής Ε.Κ.Ε. Εκείνο που θα μπορούσε να εντυπωσιάσει πολλούς ανθρώπους είναι αυτό που εκμυστηρεύθηκε ο Έλληνας Καθηγητής σε δημοσιογράφο ότι, με την δραστηριότητα αυτή πλέον κοιμάται ήσυχος τα βράδια (Εκπομπή NET με την Μάγια Τσόκλη, 10/06/09).

Ένα άλλο παράδειγμα ελληνικού «Φιλανθρωποκαπιταλισμού» είναι η περίπτωση του Ελληνοαμερικανού επιχειρηματία Άντριου Άθενς. Ομογενής δεύτερης γενιάς με μυθιστορηματικό βίο, που έχει αφιερώσει τη ζωή του στον απανταχού ελληνισμό. Έχει διαθέσει το 50% των καθαρών κερδών της επιχείρησής του, για θέματα που σχετίζονται με τον ελληνισμό σε ολόκληρο τον κόσμο.

Όποιος βγάζει χρήματα, οφείλει να επιστρέψει μέρος αυτών στην κοινωνία, δηλώνει και το εφαρμόζει στην πράξη (www.kathimerini.gr, ιστοσελίδα α/α 24, 14/8/10, σελ. 18).

Κάτω απ' αυτήν την λογική σημειώνουν πολλοί επιστήμονες ότι, οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις φιλανθρωπικές τους δραστηριότητες για να βελτιώσουν το ανταγωνιστικό τους πλαίσιο, δηλαδή την ποιότητα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην περιοχή ή στις περιοχές όπου δραστηριοποιούνται. Χρησιμοποιώντας την φιλανθρωπία για να ενισχύσουν το πλαίσιο τους, φέρνουν κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους σε ευθυγράμμιση και βελτιώνουν τις μακροπρόθεσμες προοπτικές των εταιρειών. Επιπρόσθετα, η αξιοποίηση του πλαισίου επιτρέπει στην εταιρεία όχι μόνο να δίνει χρήματα αλλά και να ενισχύει τις δυνατότητες και τις σχέσεις της στην υποστήριξη κοινωφελών σκοπών. Αυτό παράγει κοινωνικά οφέλη πολύ πιο αποτελεσματικά από ότι οι δωρεές ιδιωτών, ιδρυμάτων ή και κυβερνήσεων.

Μερικές εταιρείες έχουν ξεκινήσει να χρησιμοποιούν την φιλανθρωπία με στόχευση πλαισίου (context focused philanthropy) για να επιτύχουν κοινωνικό και παράλληλα οικονομικό όφελος. Για παράδειγμα, η Cisco Systems επένδυσε σε ένα φιλόδοξο εκπαιδευτικό πρόγραμμα (Cisco Networking Academy) ώστε να εκπαιδεύσει τεχνικούς δικτύου υπολογιστών. Έτσι, ελαφρύνει το κόστος της ανάπτυξης και της στελέχωσης της, ενώ παράλληλα δίνει εξαιρετικές ευκαιρίες απασχόλησης σε αποφοίτους. Με το να εστιάζει σε κοινωνικές ανάγκες που επηρεάζουν το εταιρικό της πλαίσιο και αξιοποιώντας τα μοναδικά της γνώρισμα σαν εταιρεία ώστε να τα αξιοποιήσει, η Cisco ξεκίνησε να δείχνει την μέχρι πρότινος άγνωστη εταιρική φιλανθρωπία. Ακολουθώντας βέβαια αυτή τη νέα κατεύθυνση, οπωσδήποτε προϋποθέτει θεμελιακές αλλαγές στον τρόπο που η εταιρεία προσεγγίζει τα προγράμματα κοινωνικής συνεισφοράς. Οι εταιρείες πρέπει να ξανασκεφτούν που θα εστιάσουν την φιλανθρωπία τους και με ποιόν τρόπο θα προσφέρουν στην κοινωνία (Porter, Kramer, 2002).

3.3.4 Δημιουργία υπεραξίας

Οι καταναλωτές αξιολογούν συνήθως τις δράσεις ΕΚΕ μιας επιχείρησης ανάλογα με το πως σχετίζονται με τα δικά τους συμφέροντα. Οι Rowley και Moldoveanu (2003) θεωρούν τις αξιολογήσεις ΕΚΕ από τους ενδιαφερόμενους ότι γίνονται βάσει ενδιαφέροντος, και ως εκ τούτου θα αξιολογούν κάθε σχετική πρωτοβουλία σύμφωνα με την προσωπική τους ηθική, τις αξίες και τις προτεραιότητες. Πράγματι, οι αξιολογήσεις των φιλανθρωπιών πολυεθνικών επιχειρήσεων από τους καταναλωτές διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα και τον πολιτισμό (Endacott, 2003). Με άλλα λόγια, η κοινωνική επίδοση της επιχείρησης είναι περίπου η αξιολόγηση των δράσεων, και όχι οι ενέργειες τους που αφορούν μόνο στην ΕΚΕ (Vogel, 2005).

Υπάρχουν πολλοί τρόποι που μπορεί να χρησιμοποιήσει κανείς, ώστε να αξιοποιήσει ανεκμετάλλευτα κεφάλαια και αξίες που βρίσκονται κάπου ανενεργά ή αναξιοποίητα. Στην περίπτωση αυτή, αρκεί να αναπτυχθεί μία πρακτική, ή οποία ίσως να έχει ασήμαντο κόστος, αφού ενεργοποιείται ο «μηχανισμός» του φιλότιμου, της φιλανθρωπίας ή της φιλοκαλίας, ο οποίος ευτυχώς υπάρχει μέσα στους περισσότερους ανθρώπους. Αυτόν τον «μηχανισμό» αν μπορέσει κανείς να τον αξιοποιήσει με ένα πρακτικό και ορθολογικό τρόπο, μπορεί να εκμεταλλευτεί και να αξιοποιήσει ένα πολύ μεγάλο ποσοστό λιμνάζουσας ή ανεκμετάλλευτης αξίας, υπέρ αναξιοπαθόντων συνανθρώπων μας, που έχουν ανάγκη από αυτό, που εμάς μας περισσεύει και μένει ανεκμετάλλευτο.

Από ανεκμετάλλευτη αξία και όχι μόνο

Τέτοιες πρακτικές είναι πάρα πολλές. Μία από αυτές που μετατρέπει την ανεκμετάλλευτη αξία σε υπεραξία, η οποία με την σειρά της συντελεί στο να σώζει ζωές και να κάνει την κοινωνία μας δικαιότερη σε σχέση με τις πανανθρώπινες αξίες, οι οποίες είναι απαραίτητες στη κάθε φάση που περνάει η κοινωνία μας, είναι αυτή που θα περιγράψουμε στην συνέχεια.

Παρόμοια παραδείγματα υπάρχουν πάρα πολλά. Εμείς επιλέγουμε ένα, αυτό της ‘British Airways’ και το πρόγραμμα «Change for Good» που παρουσιάζεται στο βιβλίο του Ph. Kotler για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Στο παράδειγμα αυτό αναφέρεται ότι, η B.A. λαμβάνοντας υπόψη ότι περίπου 16 εκατομμύρια Αμερικανοί ταξιδεύουν στην Ευρώπη κάθε χρόνο και πιθανότατα έχουν ως περίσσειμα ξένα νομίσματα στις τσέπες και στα πορτοφόλια τους, ξεκίνησε το 1994 τη συνεισφορά της στην ‘United Nations Children’s Fund (UNICEF)’, συγκεντρώνοντας μικρά χρηματικά ποσά από τους πελάτες στις πτήσεις της. Στη συνέχεια σε συνεργασία με την UNICEF αποφάσιζαν ποιες χώρες θα ήταν αποδέκτες των δωρεών. Μέχρι το τέλος του 2002, η B.A. είχε συγκεντρώσει περισσότερα από \$31 εκατομμύρια για την UNICEF, βοηθώντας προγράμματα σε περισσότερες από 50 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο (Kotler, Lee, 2009).

Η ΕΚΕ δεν πρέπει να θεωρείται ως μια πρακτική ή ενέργεια ανεξάρτητη (πχ. Χορηγία, φιλανθρωπία, προστασία του περιβάλλοντος κλπ.) αλλά μπορεί να είναι και να αποτελεί ένα μέρος της ολικής προσφοράς που περιλαμβάνει ένα προϊόν. Παραδείγματος χάριν, ένα κινητό τηλέφωνο, το οποίο ενσωματώνει ένα επιπλέον υλικό που προστατεύει τον χρήστη έστω και από την ελάχιστη ακτινοβολία. Εννοείται ότι η παροχή αυτή δεν επιβάλλεται από τον νόμο αλλά η εταιρία την προσφέρει, καθότι της δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Άρα έχουμε την ΕΚΕ ως παράγοντα δημιουργίας τόσο υπεραξίας, όσο και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Φυσικά η υπεραξία δεν δημιουργείται σε μια κοινωνία μόνο από τις προαναφερθείσες περιπτώσεις. Υπάρχουν χιλιάδες παραδείγματα που θα μπορούσε να αναφέρει κανείς, μηδέ φυσικά εξαιρουμένων και των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τις οποίες μπορεί να αξιοποιήσει μια

συνειδητοποιημένη κοινωνία με κοινωνικές και περιβαλλοντικές ή οικολογικές ευαισθησίες. Ένα τέτοιο παράδειγμα που αποτελεί πρότυπο για τον ευρωπαϊκό χώρο είναι η μικρή κωμόπολη Vauban της Γερμανίας, που ανήκει στον Δήμο του Φράϊμπουργκ.

Από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας

Η πόλη Vauban της Γερμανίας είναι ένας «παράδεισος» σε 420 στρέμματα γης, καθότι κάποιοι κοινωνικά και οικολογικά υπεύθυνοι άνθρωποι αποφάσισαν να αξιοποιήσουν την ηλιακή ενέργεια, (1800 ώρες ηλιοφάνεια το χρόνο) και φιλικές προς το περιβάλλον πρώτες ύλες. Όλα τα σπίτια στην συνοικία είναι χτισμένα με προδιαγραφές χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης. Το νερό θερμαίνεται από τα ηλιακά πάνελ στις στέγες και ο ηλεκτρισμός από γεννήτριες που χρησιμοποιούν ως καύσιμο 'wood-chips' (κομμάτια ξύλου φυσικό απόβλητο των δασοκομικών επιχειρήσεων).

Το πρόγραμμα Vauban «Πρότυπη Βιώσιμη Ανάπτυξη», αναπτύχθηκε με πρωτοβουλία του Δήμου του Φράϊμπουργκ, αλλά στην υλοποίησή του υπήρχε η συμμετοχή της «Εκκλησίας του Δήμου», δηλαδή επιτροπής πολιτών με το όνομα Forum Vauban. Το περιοδικό Time κατέταξε τους κατοίκους της πόλης αυτής στους «ήρωες του περιβάλλοντος», αφού υπάρχουν κάτοικοι που ομολογούν ότι: 'Σε ένα σπίτι 90 τετραγωνικών μέτρων με τρία δωμάτια, πληρώνουν 200 € για θέρμανση και ηλεκτρισμό όχι τον μήνα, αλλά τον χρόνο'. Ένα άλλο χαρακτηριστικό γνώρισμα της πόλης αυτής είναι η «Ζωή χωρίς αυτοκίνητο». Σε κάθε 1000 κατοίκους της περιοχής αυτής αντιστοιχούν περίπου 200 αυτοκίνητα, δηλαδή τα μισά από μια παρόμοιου μεγέθους συνοικία του Φράϊμπουργκ. Οι κάτοικοί του εξυπηρετούνται από ένα δίκτυο MMM, τράμ και ποδηλατοδρόμων, αλλά και από προγράμματα car sharing που μπορούν οι συνδρομητές να τα χρησιμοποιούν μόνο όταν τα χρειάζονται.

Σε έρευνα που έγινε το 81% των κατοίκων χωρίς αυτοκίνητο δήλωσαν ότι η οργάνωση της ζωής τους χωρίς ΙΧ είναι πολύ εύκολη, ενώ το 96% είπαν ούτε που το σκέφτονται να αγοράσουν αυτοκίνητο. Χαρακτηριστική είναι η ομολογία ενός 50χρονου μηχανικού ο οποίος αποφάσισε να ζήσει σε μια τέτοια περιοχή: «Στην αρχή δεν μπορούσα να κοιμηθώ, διότι δεν άκουγα αυτοκίνητα, αλλά άκουγα άλλους περιέργους θορύβους από το δάσος δίπλα. Στο τέλος, όμως, όχι απλώς βρήκα πάλι τον ύπνο μου, αλλά βρήκα τον εαυτό μου» (www.kathimerini.gr ένθετο, ιστοσελίδα α/α 10, 6/12/2009, σελ. 44).

Ένα εύλογο ερώτημα που γεννιέται τώρα είναι ότι, αυτή την υπεραξία της ποιότητας ζωής πώς και πόσο θα μπορούσε να την αξιολογήσει κανείς; Σίγουρα η απάντηση και η ποσοτικοποίηση της αξίας αυτής είναι δύσκολη καθότι η ευθύνη (και κατ' επέκταση η κοινωνική ευθύνη) απαιτεί ελευθερία όπως υποστηρίζει ο Αμάρτυα Σεν στο βιβλίο του «Η ανάπτυξη ως ελευθερία». Και το ζητούμενο εδώ είναι κατά πόσο ελεύθερος είναι ο άνθρωπος να κάνει τις επιλογές που επιθυμεί, πόσο

μάλλον αυτές, που έχουν σχέση με την αειφόρο ανάπτυξη και την βελτίωση του κοινωνικού του περιγύρου και του περιβάλλοντος. Σίγουρα δεν θα μπορούσε κανείς να αμφισβητήσει εύκολα τον ισχυρισμό ότι, οι ίδιοι οι άνθρωποι πρέπει να έχουν την ευθύνη (κοινωνική και περιβαλλοντική) για την ανάπτυξη και την αλλαγή του κόσμου στον οποίο ζουν. Ως άνθρωποι που ζούμε σε έναν παγκοσμιοποιημένο πλανήτη, δεν μπορούμε να αποφύγουμε την σκέψη ότι τα τρομερά συμβάντα που ζήσαμε και ζούμε (π.χ Τσερνόμπιλ, Φουκουσίμα, πόλεμοι κ.λ.π.), γύρω μας είναι στην ουσία τα προβλήματα όλων μας. Και είναι της δικής μας ευθύνης, ανεξαρτήτως αν είναι ή όχι και κάποιων άλλων (Σεν Α.,2000).

Το προαναφερθέν βιβλίο αριστερά από τον εκδοτικό οίκο και πριν το τίτλο και τον συγγραφέα, αναφέρει με κεφαλαία γράμματα την λέξη «αναστοχασμός». Ας στοχαστούμε λοιπόν και ας αναστοχαστούμε ως άνθρωποι, επιστήμονες, ενεργοί πολίτες, πολιτικοί κλπ, με ποια κριτήρια και πόσο θα αξιολογούσαν οι κάτοικοι της Ιαπωνίας και πιο συγκεκριμένα της περιοχής που έζησαν και θα ζουν για πολλά χρόνια τον πυρηνικό εφιάλτη της Φουκουσίμα, την ζωή της περιοχής Vauban του Φράμπουργκ της Γερμανίας; Και τι δεν θα έδινε ο κάτοικος μιας πληγείσας από ραδιενέργεια περιοχής να ζήσει σε μια περιοχή με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και σε ένα περιβάλλον που σέβεται την αειφόρο ανάπτυξη, με πράξεις και έργα και όχι μόνο στα λόγια; Την απάντηση μπορεί να την δώσει κανείς μόνος του και είναι αυτονόητη και κατανοητή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.1 Πρότυπα Μέτρησης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Προκειμένου να πιστοποιηθεί ότι οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν τις αρχές της ΕΚΕ, διεθνώς αναγνωρισμένοι φορείς έχουν καθιερώσει πρότυπα ποιότητας. Αυτοί καλύπτουν ένα φάσμα απαιτήσεων και αποτελούν σημαντικό εργαλείο στην εφαρμογή της ΕΚΕ με επιτυχία. Η απόκτηση της πιστοποίησης είναι μια συνεχής διαδικασία ελέγχων και αξιολογήσεων προκειμένου να διατηρηθεί.

Ο Διεθνής Οργανισμός Πιστοποίησης έχει θεσπίσει το Πρότυπο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14000. Το πρότυπο αυτό στοχεύει στην οικονομική ευημερία με ταυτόχρονη την εφαρμογή ορθών περιβαλλοντικών πρακτικών μέσα από τη δημιουργία συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Υπάρχουν δύο γενικές κατηγορίες προτύπων ISO 14000. Η πρώτη περιλαμβάνει πρότυπα για την οργάνωση των επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνει τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης (ISO 14001, 14004), αξιολόγησης περιβαλλοντικής απόδοσης (ISO 14014, 14015, 14031) και περιβαλλοντικού ελέγχου (ISO 14010, 14011, 14012, 14013).

Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα πρότυπα για τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις διεργασίες. Έτσι, υπάρχει η ανάλυση κύκλου ζωής (ISO 14040, 14041, 14042, 14043), τα περιβαλλοντικά σήματα (ISO 14020, 14021, 14022, 14023) και οι περιβαλλοντικές παράμετροι παραγωγής (ISO 14060).

Το διεθνώς εφαρμοζόμενο πρότυπο με το οποίο πιστοποιούνται τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι το ISO 14001. Με το πρότυπο αυτό καθορίζονται οι διαδικασίες βάσει των οποίων μπορεί μια επιχείρηση να μειώσει την επιβάρυνση που προκαλεί στο περιβάλλον. Η εκπαίδευση του προσωπικού αποτελεί πολύ σημαντική παράμετρο προς την εφαρμογή του συγκεκριμένου προτύπου. Με το ISO 14001 καταφέρνουν να συνυπάρξουν η βέλτιστη παραγωγική διαδικασία που ενσωματώνει το σύνολο των πόρων με την προστασία του περιβάλλοντος (www.iso.org, 10-10-2018).

Με στόχο τη συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία, την υιοθέτηση ορθών περιβαλλοντικών πρακτικών αλλά και την ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού για τις περιβαλλοντικές δράσεις μιας επιχείρησης χρησιμοποιείται στο Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS). Στο πλαίσιο αυτού του συστήματος, οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να αξιολογούνται για το αν και κατά πόσο έχουν συμμορφωθεί με συγκεκριμένη περιβαλλοντική πολιτική. Το συγκεκριμένο σύστημα ισχύει για την Ευρώπη και είναι αυστηρότερο σε σχέση με το ISO 14000 γεγονός που το καθιστά λιγότερο δημοφιλές (http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm, 10-10-2018).

Για την εκτίμηση της κοινωνικής προσφοράς μιας επιχείρησης εφαρμόζεται το πρότυπο AA 1000. Το συγκεκριμένο έχει ως αντικείμενο την ηθική συμπεριφορά των επιχειρήσεων βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων. Η προσφορά του συνοψίζεται στον καθορισμό κοινωνικών στόχων και στο βαθμό επίτευξής τους (<https://www.accountability.org/>, 10-10-2018).

Θέματα που αφορούν τις συνθήκες εργασίας αντιμετωπίζονται στο πλαίσιο του προτύπου SA 8000. Τα θέματα που πραγματεύεται αφορούν την παιδική εργασία, το συνδικαλιστικό δικαίωμα, την υγιεινή και ασφάλεια, την ισότητα στο εργασιακό χώρο, τα ωράρια εργασίας, θέματα μισθοδοσίας, θέματα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων, θέματα βελτίωσης συνθηκών εργασίας. Το πρότυπο βασίζεται στη διεθνή εργατική νομοθεσία και στους κανόνες των Ηνωμένων Εθνών και βρίσκει εφαρμογή σε παγκόσμια κλίμακα από επιχειρήσεις, οργανισμούς, μη κυβερνητικές οργανώσεις (<http://www.sa-intl.org>, 10-10-2018).

Επιπλέον, η ποσοτικοποίηση της απόδοσης κοινωνικών και περιβαλλοντικών προγραμμάτων που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις είναι πολύ σημαντική για την αξιολόγηση των δράσεων τους. Τα αποτελέσματα είναι σημαντικά τόσο για την ίδια την επιχείρηση όσο και για όλους τους εμπλεκόμενους, εργαζόμενους, καταναλωτές, μετόχους, τοπική κοινωνία και καθοριστικά για το αν ανταποκρίνονται στις προσδοκίες τους.

Για την ποσοτικοποίηση των δράσεων έχουν θεσπιστεί ορισμένοι δείκτες που λαμβάνουν υπόψη χρηματοοικονομικά στοιχεία μιας επιχείρησης και αξιολογούν τον κίνδυνο του επενδυτικού χαρτοφυλακίου των επενδυτών και των μετόχων. Οι δείκτες αυτοί που υπολογίζονται ετησίως ποσοτικοποιούν τις δράσεις ΕΚΕ ανάλογα με το περιεχόμενό τους που διακρίνεται στη θέση της επιχείρησης στην αγορά, το περιβάλλον, τις εργασιακές συνθήκες και την κοινωνία.

Ένας από τους πιο διαδεδομένους δείκτες που χρησιμοποιείται και ως εθνικός δείκτης ΕΚΕ σε διάφορες χώρες είναι ο CR Index. Αναφορικά με την κοινωνική δράση των επιχειρήσεων μετρά την υποστήριξη που προσφέρουν σε τοπικές ή ευρύτερες δράσεις ενισχύοντας την εμπιστοσύνη του κοινού. Για το περιβάλλον, αξιολογεί την περιβαλλοντική τους δράση με το να προλαμβάνουν τη ρύπανσή του ή να βοηθούν στην αποκατάστασή του. Για τους καταναλωτές, η ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς, η υπεύθυνη διαδικασία παραγωγής, η καλή ποιότητα στην ανάλογη τιμή βοηθά στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης τους προς μια επιχείρηση. Τέλος, για το υπαλληλικό προσωπικό αξιολογείται η τακτική μιας επιχείρησης σε εργασιακά ζητήματα όπως της ασφάλειας, υγιεινής, άδειες, παροχές, αξιοκρατία (Σαββάκης Γ., 2006).

Ένας επιπλέον δείκτης είναι ο Dow Jones Sustainability Index (DJS Index) που σταθμίζει τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις μιας επιχείρησης με έναν βαθμό βαρύτητας. Έτσι, κατατάσσεται μια επιχείρηση στον κλάδο της ανάλογα με τον τελικό βαθμό που έχει προκύψει (<http://www.sustainability-indices.com/>, 10-10-2018).

Ο δείκτης FTSE4GOOD Index κατατάσσει τις επιχειρήσεις ανάλογα με τον αντίκτυπό τους

στην κοινωνία και στο περιβάλλον, σε χαμηλής, μεσαίας και υψηλής επίδρασης. Τα κριτήρια αξιολόγησης είναι αυστηρότερα για τις επιχειρήσεις με τη μεγαλύτερη επίδραση. Υπάρχουν ορισμένα κριτήρια που πρέπει να πληρούν οι επιχειρήσεις για να συμπεριληφθούν στο δείκτη αυτό. Πρέπει να αναπτύσσουν σχέσεις εμπιστοσύνης με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη σεβόμενοι τα ανθρώπινα δικαιώματα. Η προσαρμοστικότητα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες, στις εξελίξεις και η δυνατότητα να ακολουθούν και να ενσωματώνουν στην πολιτική τους διεθνή εταιρικά πρότυπα αποτελεί επιπλέον κριτήριο. Αναφορικά με το περιβάλλον είναι απαραίτητο να έχουν λάβει μέτρα για την προστασία του (<http://www.ftse.com/products/indices/ftse4good>, 10-10-2018).

Υπάρχει και ο δείκτης KLD Social Screens που αναπτύχθηκε από εταιρεία χρηματοοικονομικών συμβούλων και αξιολογεί οκτώ δράσεις ΕΚΕ σε μια επιχείρηση. Η σχέση με την τοπική κοινωνία, οι εργασιακές σχέσεις, η προστασία του περιβάλλοντος, η ποιότητα και τιμή προϊόντος, η δραστηριότητα στη Νότιο Αφρική, η σχέση με το στρατιωτικό τομέα και η χρήση πυρηνικής ενέργειας είναι οι παράγοντες που αξιολογούνται. Οι τρεις τελευταίες κατηγορίες λαμβάνονται υπόψη μόνο αν υπάρχει αρνητική αξιολόγηση. Τα αποτελέσματα χαρακτηρίζουν τη συμπεριφορά μιας επιχείρησης θετική, αρνητική ή ουδέτερη ως προς κάθε δράση (<http://csridentity.com/kld400socialindex/index.asp>, 10-10-2018).

4.2 Φορείς ΕΚΕ στην Ελλάδα

Επιχειρηματικοί φορείς ήταν εκείνοι που ανέλαβαν την πρωτοβουλία για την ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με τη μορφή μη κερδοσκοπικού σωματείου. Ένας από τους πρωταρχικούς στόχους του δικτύου είναι η διατήρηση και προώθηση της κοινωνικής συνοχής στην Ελλάδα. Αυτό λαμβάνει χώρα με την κατάλληλη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση τόσο του επιχειρηματικού κόσμου όσο και γενικότερα των κοινωνικών ομάδων. Αρχικά, η διάδοση των αρχών της ΕΚΕ ήταν πολύ σημαντική λόγω της περιορισμένης γνώσης που υπήρχε πάνω στην έννοια. Επίσης, ήταν πολύ σημαντική η υποκίνηση των επιχειρήσεων να αναλάβουν δράσεις υπέρ της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Το δίκτυο στοχεύει στην εφαρμογή προγραμμάτων από κοινού και στην ανταλλαγή καλών πρακτικών μεταξύ των επιχειρήσεων ώστε να αναπτυχθούν μηχανισμοί επικοινωνίας μεταξύ τους.

Για το Ελληνικό Δίκτυο, η ΕΚΕ περιλαμβάνει την ανάληψη κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων οικειοθελώς πέρα από τις νόμιμες υποχρεώσεις τους. Στον κοινωνικό τομέα δίνει μεγάλη σημασία στην ενσωμάτωση ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων όπως ατόμων με ειδικές ανάγκες, πρώην εξαρτημένους, μετανάστες κ.α. Για το περιβάλλον δίνεται ιδιαίτερη σημασία σε δράσεις που αποσκοπούν στην προστασία του και την αναβάθμισή του. Για την ανάπτυξη της γνώσης και της εμπειρίας γύρω από δράσεις ΕΚΕ συντάσσονται και διανέμονται κατάλογοι καλών πρακτικών

προκειμένου να διαδοθεί η εφαρμογή τους και επιπλέον να προβληθούν στο κοινό.

Φορείς του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα, μη κυβερνητικές οργανώσεις, η ακαδημαϊκή κοινότητα και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συνεργάζονται με το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ. Επίσης, υπάρχει συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ από το οποίο δημιουργήθηκε η ιδέα ίδρυσης του Ελληνικού. Έτσι, έχει τη δυνατότητα να έρχεται σε επαφή και να συμβάλλει στη διαμόρφωση της ΕΚΕ σε ευρωπαϊκό επίπεδο αλλά και να μεταφέρει γνώση που αφορά την ΕΚΕ από το εξωτερικό στο εσωτερικό της χώρας (www.csrhellas.gr, 10-10-2018).

Στην Ελλάδα λειτουργεί επίσης το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής. Στόχος του είναι να προωθήσει την ΕΚΕ σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού και του δημοσίου τομέα αλλά και σε οργανισμούς. Παρέχει υποστήριξη σε επιχειρήσεις και οργανισμούς με την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, εργαλείων και εκπαίδευσης προκειμένου να μπορέσουν να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν νέο τρόπο διοίκησης στην ΕΚΕ. Άλλωστε, το καταναλωτικό κοινό στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον είναι αρκετά επιφυλακτικό για το προϊόν ή την υπηρεσία που θα προμηθευτεί και ζητά οι επιχειρήσεις να λειτουργούν με ήθος και κανόνες. Βασική θεωρία του Ινστιτούτου είναι ότι η επιχειρηματική ηθική αποτελεί κομμάτι της ΕΚΕ και πρέπει να υιοθετείται από όλες τις επιχειρήσεις (www.eben.gr, 10-10-2018).

Ένα ακόμα δίκτυο αποτελεί το Ελληνικό Δίκτυο Global Compact που ουσιαστικά τηρεί τις δέκα αρχές του Global Compact τόσο κατά την παραγωγική διαδικασία όσο και κατά τη διάθεση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Το δίκτυο στοχεύει στην προώθηση του Οικουμενικού Συμφώνου και των αρχών του στον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο καθώς και στην προσέλκυση νέων μελών. Οι επιχειρήσεις και οργανισμοί που συμμετέχουν στο δίκτυο υποστηρίζονται και δέχονται συνδρομή σε θέματα ΕΚΕ μέσα από δραστηριότητες και εκδηλώσεις που αφορούν όλους τους συμμετέχοντες (<http://csrhellas.net/network/global-compact/to-elliniko-diktyo-gc/>, 10-10-2018).

4.3 Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Βασικός σκοπός κάθε επιχείρησης παραμένει η δημιουργία πλεονάσματος και υπεραξίας που έχει ως αποτέλεσμα το κέρδος για ικανοποίηση των μετόχων και των επενδυτών. Όμως κάθε επιχειρηματική δράση, για να έχει κοινωνικό έρεισμα και μακροχρόνια προοπτική, πρέπει στη βάση της να έχει και μια σχέση ουσιαστικά κοινωνική και περιβαλλοντικά συμβατή. Μια επιχείρηση για να είναι βιώσιμη και ανταγωνιστική σε βάθος χρόνου, πρέπει:

- να είναι οικονομικά αποδοτική και αποτελεσματική.
- να ελαχιστοποιεί τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις.
- να δρα λαμβάνοντας σοβαρά υπόψιν την κοινωνία μέσα στην οποία ενεργοποιείται και τις προσδοκίες της για το μέλλον.

Ενιαία “συνταγή” Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που να ταιριάζει απόλυτα σε κάθε επιχείρηση δεν υπάρχει. Κάθε επιχείρηση πρέπει να αναζητήσει, να σχεδιάσει και να εφαρμόσει τις δράσεις και πρακτικές ΕΚΕ που της ταιριάζουν, ανάλογα με το αντικείμενο δραστηριότητάς της, το μέγεθος και τις δυνατότητές της, το συγκεκριμένο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί και τα προσδοκώμενα επιχειρηματικά οφέλη από την εφαρμογή των ανάλογων πρακτικών.

Ένα σημαντικό θέμα που τίθεται, ιδιαίτερα στη χώρα μας, σχετίζεται με το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων. Είναι γνωστό πως στη διευρυμένη Ευρωπαϊκή Ένωση υπάρχουν 25 εκατομμύρια μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ στην Ελλάδα πάνω από το 90% των επιχειρήσεων έχουν κάτω από 20 εργαζόμενους. Τα μεγέθη αυτά είναι αποκαλυπτικά του ρόλου και της σημασίας αυτών των επιχειρήσεων στο εθνικό, αλλά και στο ευρωπαϊκό επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

Η επιχειρηματική λογική της ΕΚΕ είναι ευκολότερα αντιληπτή από μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς:

1. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διαθέτουν οργανωτική ικανότητα και ανθρώπινους πόρους για να διαχειρίζονται, πιο άμεσα και αποτελεσματικά, θέματα και πρακτικές της ΕΚΕ.
2. Οι μεγάλοι επιχειρηματικοί οργανισμοί διαθέτουν ευρύτερο δημόσιο προφίλ, ιδιαίτερα αν αντλούν κεφάλαια από κάποιο χρηματιστήριο, το οποίο δημιουργεί μεγαλύτερο ενδιαφέρον στην κοινή γνώμη για τις δραστηριότητές τους.
3. Οι μεγάλες επιχειρήσεις ενημερώνονται και επηρεάζονται πιο άμεσα από τα διεθνή γεγονότα.
4. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι, πολλές φορές, οικονομικά πιο ευάλωτες από τους μεγάλους ανταγωνιστές τους.

Παρόλα αυτά, πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα υιοθετούν παραδοσιακά πρακτικές ΕΚΕ, πολλές φορές χωρίς καν να το συνειδητοποιούν ή να τις ονομάζουν κατά αυτόν τον τρόπο. Άλλες πάλι, έχουν την επιθυμία να πράξουν περισσότερο στον τομέα της κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας, αλλά μπορεί να μην έχουν την απαιτούμενη γνώση και ενημέρωση, καθώς και τα κατάλληλα εργαλεία.

Γεγονός, πάντως, είναι ότι οι αρχές και οι στόχοι για την ΕΚΕ είναι οι ίδιοι για τις μικρομεσαίες, όπως και για τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Το Μάιο του 1995, μια ομάδα Ευρωπαίων Επιχειρηματιών και Διευθυντών Επιχειρήσεων συνυπέγραψε την “Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού” με στόχο την ανεύρεση τρόπων για προαγωγή της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Αποτέλεσμα αυτής της διακήρυξης ήταν η δημιουργία, το 1996, του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR EUROPE) ιδρύθηκε με την υποστήριξη του Jack Delors, προέδρου τότε της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Ένας από τους βασικούς στόχους του Δικτύου αυτού ήταν και η ενθάρρυνση για τη δημιουργία αντίστοιχων

Εθνικών Δικτύων.

Τον Νοέμβριο του 1999, αντίστοιχες προσπάθειες από δεκατρείς μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις μαζί με τρεις από τους μεγαλύτερους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς κατέληξαν στην υπογραφή της διακήρυξης για την ίδρυση του “Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή”. Ιδρυτικά μέλη ήταν οι δεκατρείς επιχειρήσεις οι οποίες είχαν την πρωτοβουλία – ανάμεσα στις οποίες δεν υπήρχε Τράπεζα – και οι τρεις συλλογικοί επιχειρηματικοί φορείς.

Το σχετικό καταστατικό της Αστικής – μη κερδοσκοπικής Εταιρίας – κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών την 15η Ιουνίου 2000 όπου και καταχωρήθηκε με αριθμό 10147 /29.6.2000 και έκτοτε τροποποιήθηκε ήδη δυο φορές. Με την τροποποίηση του καταστατικού άλλαξε και η ονομασία του Δικτύου σε “Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη”. Με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης των μελών του, το Νοέμβριο του 2002, το Ελληνικό Δίκτυο άλλαξε τη νομική του μορφή σε μη κερδοσκοπικό Σωματείο.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει στόχο τη διάδοση των αξιών της ΕΚΕ και την προβολή της τόσο στον επιχειρηματικό κόσμο, όσο και στο κοινωνικό σύνολο.

Αποσκοπεί στην ευαισθητοποίηση όλο και περισσότερων επιχειρήσεων ως προς την ένταξη στρατηγικών ΕΚΕ στις δραστηριότητές τους, οι οποίες θα συνεισφέρουν αποτελεσματικά στην αρμονική συνύπαρξη επιχειρηματικής επιτυχίας και κοινωνικής ευαισθησίας. Για την επίτευξη των ανωτέρω έχει θέσει τους εξής συγκεκριμένους στόχους:

- Τη συνεχή ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της ΕΚΕ.
- Τη δικτύωση και τη συνεργασία με επιχειρήσεις, με συλλογικούς και άλλους φορείς, σε κάθε επίπεδο, για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών.
- Την ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού στην κοινωνική δράση και τη συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό, αλλά και διεθνές επίπεδο.
- Την κινητοποίηση και την ανάπτυξη συνεργασιών για την προώθηση προγραμμάτων συλλογικής προσφοράς και για την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων.
- Την μεταφορά, την προσαρμογή και τη διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της ΕΚΕ.
- Την ανάπτυξη δράσης οιασδήποτε μορφής εκ μέρους των επιχειρήσεων, με στόχο πάντοτε την επίτευξη των σκοπών του Δικτύου.

Αυτή τη στιγμή αριθμεί πάνω από 100 μέλη Μικρομεσαίων και Μεγάλων Επιχειρήσεων, αλλά και 6 συλλογικούς φορείς όπως ο ΣΕΒ, το ΕΒΕΑ και ο ΣΒΒΕ, όλοι τους ευαισθητοποιημένοι σε θέματα που αφορούν την κοινωνία και το περιβάλλον και έχουν εντάξει στις επιχειρηματικές στρατηγικές προγράμματα τα οποία:

- Συμβάλλουν στην οικονομική και βιώσιμη ανάπτυξη των κοινοτήτων όπου δραστηριοποιούνται.

- Ελαχιστοποιούν τις επιπτώσεις που ενδέχεται να έχουν οι δραστηριότητές τους στο περιβάλλον και στους φυσικούς πόρους.
- Διαμορφώνουν για τους εργαζόμενους υγιεινές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας.
- Προσφέρουν ίσες ευκαιρίες απασχόλησης και επαγγελματικής εξέλιξης.
- Παρέχουν στους μετόχους τους, μέσω της ορθής κοινωνικής και περιβαλλοντικής διαχείρισης, ικανοποιητική απόδοση.

Αποστολή του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι να παρέχει προς τις επιχειρήσεις τη βοήθεια αυτή που θα τους εξασφαλίζει ταυτόχρονη επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης και ανθρώπινης προόδου.

Με την ένταξή τους στο Δίκτυο, οι επιχειρήσεις εξασφαλίζουν μια σειρά από μέσα και μεθόδους που αποφέρουν συγκεκριμένα και άμεσα οφέλη, ανάμεσα στα οποία συγκαταλέγονται:

- Πληροφόρηση (ιστοσελίδα, newsletter, ειδικές συναντήσεις και συνέδρια).
- Συμβουλές και Κατάρτιση (Το Δίκτυο καταρτίζει τα μέλη του, επιχειρεί συγκριτική αξιολόγηση δράσεων ΕΚΕ και “οικοδομεί” ικανότητες για την εφαρμογή των προγραμμάτων).
- Συμμετοχή στο Διάλογο για την ΕΚΕ (Ενεργοποιεί μεταξύ επιχειρήσεων, επιχειρηματικών φορέων, διαμορφωτών γνώμης, κοινωνικών εταίρων, ακαδημαϊκών κ.α. τον ευρύτερο διάλογο περί θεμάτων ΕΚΕ).
- Ανάπτυξη Καλών Πρακτικών (Δίνει στα μέλη του τη δυνατότητα να συγκεντρώνουν, να ανταλλάσσουν και να διαδίδουν καλές πρακτικές δράσεων ΕΚΕ).
- Ανάπτυξη Εξειδικευμένων Εργαλείων (Το Ελληνικό Δίκτυο προσφέρει εργαλεία για την καλύτερη κατανόηση, τη συγκριτική αξιολόγηση και τον κοινωνικό απολογισμό δράσεων ΕΚΕ).
- Δυνατότητες Προβολής σε όλα τα Επικοινωνιακά Μέσα (Μέσω του Δικτύου επιτυγχάνεται η μέγιστη δυνατή προβολή των δράσεων ΕΚΕ που αναλαμβάνουν τα μέλη).

4.4 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα

Η ενότητα αυτή περιγράφει τόσο το εταιρικό όσο και το κοινωνικό περιβάλλον των εταιρειών αναφορικά με την ΕΚΕ. Παρακάτω παρουσιάζονται τόσο οι εμπειρικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί όσο και οι πρωτοβουλίες ανάδειξης της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Έρευνες για τη συμπεριφορά των ελληνικών εταιρειών σχετικά με την κοινωνική τους συμπεριφορά είναι περιορισμένες, ενδεχομένως λόγω της πρόσφατης υιοθέτησης κοινωνικών προτύπων και πρακτικών. Οι έρευνες συμβάλουν στην ανάπτυξη της ΕΚΕ καθώς μπορούν να αποτελέσουν εργαλείο μάθησης ανάπτυξης και εφαρμογή της και στην κατανόηση των σχέσεων της ΕΚΕ με τους Συμμετέχοντες,

όπως τους πελάτες. Όσον αφορά τις πρωτοβουλίες ανάδειξης και προώθησης της ΕΚΕ στην Ελλάδα είναι ελάχιστες. Σημαντική όμως συνεισφορά στο πεδίο αυτό είναι της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής της Ελλάδας (ΟΚΕ), όπου αναλύει το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα σε σχέση με την ΕΚΕ προτείνοντας ενέργειες ανά κλάδο προκειμένου να αναπτυχθεί η ΕΚΕ με τον αποτελεσματικότερο τρόπο.

4.4.1 Εμπειρικές Έρευνες

Οι Ραπαιγιότου και συνεργάτες (2009) διερευνούν τις πρακτικές και τις δηλώσεις ΕΚΕ σε εταιρείες από διαφορετικούς κλάδους στην Ελλάδα. Το συνολικό δείγμα της έρευνας βασίζεται σε εταιρείες που υποστηρίζουν οργανισμούς οι οποίοι προωθούν την ΕΚΕ. Από το δείγμα της έρευνας οι είκοσι πέντε εταιρείες είναι ιδιωτικές, ενώ σε τρεις εταιρείες η πλειοψηφία των μετοχών ανήκει στο κράτος. Οι ιδιωτικές εταιρείες εμφανίζονται να είναι περισσότερο κοινωνικές και οι πρακτικές τους να ξεπερνούν τα όρια της Ελλάδας. Η πλειοψηφία των εταιρειών (είκοσι τέσσερις συμπεριλαμβανομένου του ΟΤΕ, της Cosmote και της Vodafone) που εφαρμόζουν ΕΚΕ είναι διεθνείς εταιρείες, ενώ μόλις τέσσερις εστιάζονται σε εθνικό επίπεδο. Μπορεί να ειπωθεί ότι οι εταιρείες με διεθνή προσανατολισμό επηρεάζονται περισσότερο από τις νέες τάσεις και επιδεικνύουν μία βελτιωμένη κοινωνική και περιβαλλοντική συμπεριφορά προκειμένου να είναι βιώσιμες.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι υιοθετούνται δύο προσεγγίσεις αναφορικά με τις δηλώσεις ΕΚΕ. Η πλειοψηφία των εταιρειών δημοσιεύουν την ΕΚΕ σε ξεχωριστές δηλώσεις από τις χρηματοοικονομικές, συμπεριλαμβανομένων των μεγάλων τηλεπικοινωνιακών οργανισμών ΟΤΕ, Wind, Vodafone και Cosmote, ενώ μόλις τέσσερις εταιρείες αφιερώνουν ένα τμήμα των χρηματοοικονομικών δηλώσεων στην ΕΚΕ. Άλλη κατηγοριοποίηση των εταιρειών βασίζεται στην ύπαρξη ή όχι τμήματος ΕΚΕ. Προσδιορίζονται τρεις διαφορετικές πρακτικές:

Τμήμα ΕΚΕ: φανερώνει τη σημασία που δίνουν οι εταιρείες για την ΕΚΕ. Παρατηρείται ότι 17 εταιρείες, συμπεριλαμβανομένης της Vodafone και της Cosmote, έχουν ξεχωριστά τμήματα.

Η ΕΚΕ αποτελεί ευθύνη του Τμήματος των δημοσίων σχέσεων: τέτοια πρακτική φανερώνει ότι η ΕΚΕ λειτουργεί σαν προσθήκη στις δημόσιες σχέσεις της εταιρείας και όχι ως κάτι το οποίο πρέπει να αναπτυχθεί στην εταιρεία κάθετα και οριζόντια. Συνολικά οκτώ εταιρείες εφαρμόζουν αυτή την πρακτική, συμπεριλαμβανομένου του ΟΤΕ και της Wind.

Η ΕΚΕ εκτελείται από ένα στέλεχος της εταιρείας: παρόμοια με την παραπάνω πρακτική, η ΕΚΕ αποτελεί μία περιφερειακή πρακτική με μικρή σημασία εστιάζοντας κυρίως σε δωρεές. Συνολικά τρεις εταιρείες εντάσσονται σε αυτή την κατηγορία. Οι δηλώσεις ΕΚΕ των είκοσι οκτώ εταιρειών χρησιμοποιούνται προκειμένου να προσδιοριστούν οι δείκτες αποδοτικότητας της ΕΚΕ για κάθε μία από τις εταιρείες. Η έλλειψη προτύπων και η ασάφεια σχετικά με το ποιος είναι ο αναγνώστης των δηλώσεων αναφέρονται ως δύο σημεία που δυσκολεύουν την παραπάνω διαδικασία.

Για να ξεπεραστούν οι δυσκολίες, η ταξινόμηση των δεικτών ΕΚΕ αναφέρεται στις παρακάτω κατηγορίες και δείκτες. Η ανάλυση ανέδειξε οκτώ ξεχωριστές κατηγορίες, οι οποίες αναφέρονται περισσότερο από τις εταιρείες: οικονομία, εσωτερικές επιχειρηματικές διαδικασίες, μάθηση και ανάπτυξη, ανθρώπινοι πόροι, κοινωνία, αγορά και υγεία και ασφάλεια.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ (2001), σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο Αθηνών, την εταιρεία ερευνών αγοράς Research International και με την υποστήριξη του Philip Morris Institute, πραγματοποιεί έρευνα αναφορικά με τις απόψεις της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας και της κοινής γνώμης για την ΕΚΕ (Tsakarestou, 2001). Η έρευνα αυτή βασίζεται μόνο σε ποιοτικές μεθόδους για να καταγράψει τις τάσεις και τις αντιλήψεις της ΕΚΕ. Συνολικά πραγματοποιήθηκαν 60 συνεντεύξεις με 11 μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ και 25 επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στο Δίκτυο, 7 δημοσιογράφους και εκπροσώπους ΜΜΕ, 8 ΜΚΟ, 3 ακαδημαϊκούς και 5 πολιτικούς, 6 ομάδες πολιτών-καταναλωτών και 3 παρατηρήσεις αγοραστικής συμπεριφοράς σε σούπερ μάρκετ. Τέλος, υιοθετήθηκε η μεθοδολογία των μαλακών συστημάτων σε 2 επιχειρήσεις. Παρακάτω παρατίθενται μερικά από τα συμπεράσματα της έρευνας:

Οι πολίτες-καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι τα κοινωνικά προβλήματα οφείλονται τόσο στο κράτος, όσο και τις επιχειρήσεις, τα ΜΜΕ, τους παθητικούς καταναλωτές και την επίδραση της τεχνολογίας. Παρόλη την αρνητική στάση τους απέναντι στο κράτος, πιστεύουν σε αυτό για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων καθώς δεν μπορούν να πειστούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν αγνούς σκοπούς, μια και οι ίδιες προκαλούν σειρά προβλημάτων. Αποδέχονται τις σημαντικές κοινωνικές προσπάθειες των εταιρειών, ωστόσο δεν τις αναγνωρίζουν αυτομάτως στη συνείδησή τους ως κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες. Το κίνητρο για κέρδος είναι αυτό που επισκιάζει τις κοινωνικές προσπάθειες των εταιρειών και θεωρείται ως «τερτίπι» του μάρκετινγκ που εφαρμόζουν. Οι πολίτες-καταναλωτές αναγνωρίζουν ως έμπρακτη απόδειξη της υπευθυνότητας των επιχειρήσεων την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Δίνουν έμφαση στην πιστοποίηση των διαδικασιών με διεθνή αναγνωρίσιμα προς αυτούς πρότυπα, όπως ISO. Η διαφάνεια και η τήρηση των κανόνων του ανταγωνισμού προσλαμβάνουν ιδιαίτερη σημασία. Πρωτίστως, οι καταναλωτές αναμένουν από τις επιχειρήσεις να αναλαμβάνουν ενέργειες, οι οποίες θα αφορούν τη βιωσιμότητα του φυσικού περιβάλλοντος. Επίσης, οι επιχειρήσεις αναμένεται να δώσουν έμφαση και σε άλλους τομείς, όπως η υγεία, η εκπαίδευση, οι κοινωνικές μειονότητες, άτομα με ειδικές ανάγκες και καλές εργασιακές συνθήκες.

Τόσο οι διαμορφωτές της κοινής γνώμης όσο και οι επιχειρήσεις ορίζουν την έννοια της ΕΚΕ από εκείνες τις δράσεις, οι οποίες δεν αποβλέπουν στο άμεσο κέρδος και συμβάλουν στην επίλυση σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων, επιστρέφοντας μέρος των κερδών των επιχειρήσεων στην κοινωνία. Η τήρηση του νόμου δε σημαίνει αυτομάτως ότι η εταιρεία είναι κοινωνικά υπεύθυνη, αποτελεί ωστόσο προϋπόθεση για την υιοθέτηση κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς. Οι

επιχειρήσεις δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην ποιότητα του προϊόντος τους, στους εργαζομένους τους, στο φυσικό περιβάλλον και στον αθλητισμό.

Στην έρευνα αναφέρονται πέντε διαφορετικοί τύποι με βάση το πώς οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται και εφαρμόζουν την ΕΚΕ:

- Η «μη ευαισθητοποιημένη» επιχείρηση αντιμετωπίζει την ΕΚΕ ως κόστος και γενικότερα μένει αμέτοχη σε τέτοιου είδους ενέργειες.
- Η «φιλόanthρωπος» επιχείρηση ενεργεί σύμφωνα με τις αξίες του ιδρυτή. Το φιλόanthρωπικό έργο της δεν αποτελεί μέρος της στρατηγικής της επιχείρησης και δεν δημοσιοποιείται.
- Ο «αποσπασματικός χορηγός» επιδιώκει να αποκτήσει καλό εταιρικό όνομα μέσω των χορηγιών. Οι χορηγίες που πραγματοποιεί γίνονται βάσει της δημοσιότητας που θα λάβει το γεγονός, χωρίς να συνδέονται με τη στρατηγική του.
- Ο «συνεπής χορηγός» επιλέγει εκείνα τα προγράμματα, τα οποία συνδέονται με τη στρατηγική της εταιρείας και αναμειγνύει και το προσωπικό, προκειμένου να βελτιώσει τόσο το φυσικό όσο και το κοινωνικό περιβάλλον.
- Ο «ενεργός πολίτης», όπου η ΕΚΕ αναμειγνύεται στη φιλοσοφία της εταιρείας αναδιαμορφώνοντας την εταιρική λειτουργία και διαδικασία λήψης αποφάσεων. Δεν αποζητά βραχυχρόνια οφέλη και συνεργάζεται με άλλους φορείς. Το προσωπικό των επιχειρήσεων συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση της ΕΚΕ.

Στην Ελλάδα εμφανίζονται εταιρείες, οι οποίες ανήκουν στις τέσσερις πρώτες κατηγορίες.

Τέλος, τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι διαμορφωτές γνώμης υποστηρίζουν ότι η αξιολόγηση των ενεργειών πρέπει να είναι προϊόν συνεργασίας κράτους, ΜΚΟ, ΜΜΕ και καταναλωτών, προκειμένου τα αποτελέσματα να καταστούν πιο αξιόπιστα.

Η Bichta (2003) εξετάζει τον βαθμό, στον οποίο δύο εταιρείες που ανήκουν στον βιομηχανικό κλάδο εφαρμόζουν περιβαλλοντική πολιτική στα πλαίσια της ΕΚΕ. Η πρώτη εταιρεία ανήκει στον υπο-κλάδο της μεταλλουργίας, ενώ η δεύτερη ανήκει στον κλάδο των χημικών/λιπασμάτων. Τα εμπειρικά αποτελέσματα αναφέρουν ότι υπάρχουν εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες που καθορίζουν τον βαθμό της περιβαλλοντικής πολιτικής και αποδοτικότητας των δύο εταιρειών. Όσον αφορά τους εσωτερικούς παράγοντες, με σειρά σημαντικότητας, είναι οι οικονομικές ανησυχίες, η εταιρική κουλτούρα και ηθικότητα των ανώτατων στελεχών και του προσωπικού και οι ηθικές επιδράσεις, ενώ στους εξωτερικούς παράγοντες συγκαταλέγονται η συμμόρφωση με τη νομοθεσία, οι τεχνολογικές επιδράσεις, η ιδιοκτησία της εταιρείας και η εθνική (ελληνική) κουλτούρα.

Αναφορικά με τους εσωτερικούς παράγοντες και συγκεκριμένα με τις οικονομικές ανησυχίες, αυτές αποσκοπούν στη βελτίωση και στη διατήρηση της κερδοφορίας. Οι μάνατζερ υποστηρίζουν πως η βελτιστοποίηση της περιβαλλοντικής αποδοτικότητας επιτυγχάνεται με δύο τρόπους. Ο πρώτος σχετίζεται με επένδυση σε πιο «καθαρές» τεχνολογίες καθώς η μόλυνση κοστίζει,

βελτιώνεται η αποδοτικότητα των μηχανημάτων και παρέχεται η δυνατότητα για ανακύκλωση. Ο δεύτερος τρόπος αναφέρεται στην εξισορρόπηση μεταξύ της κερδοφορίας και της περιβαλλοντικής προστασίας. Οι διοικούντες υποστηρίζουν ότι δεν λαμβάνονται όλες οι αποφάσεις βάσει οικονομικών κριτηρίων. Η εταιρική κουλτούρα θέτει τους κανόνες σχετικά με το πώς τα ανώτατα στελέχη πρέπει να διαχειρίζονται το περιβάλλον, το προσωπικό και τους πελάτες, δηλαδή τι είναι σωστό και τι λάθος. Για παράδειγμα, οι μάνατζερ της πρώτης εταιρείας έθεσαν την υγεία και την ασφάλεια του προσωπικού και την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος σε προτεραιότητα και γι' αυτόν τον λόγο συνεργάστηκαν με άλλη εταιρεία, η οποία τους πρότεινε την κατάλληλη τεχνολογία και τους παρείχε τις κατάλληλες πληροφορίες για την προστασία του περιβάλλοντος. Γίνεται κατανοητό ότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί σημαντική διάσταση της ΕΚΕ, εάν και μόνο συμπεριλαμβάνεται ανάμεσα στις αρχές και τις αξίες της εταιρείας οι οποίες χρησιμοποιούνται ως πλαίσιο στη λήψη αποφάσεων. Η εταιρική κουλτούρα μπορεί να θέτει τους κανόνες για το πώς το προσωπικό πρέπει να αποφασίζει και να ενεργεί, αλλά οι αξίες του κάθε ατόμου μεμονωμένα και ιδιαίτερα η ηθική άποψη μπορεί να συμβάλει θετικά στις εταιρικές περιβαλλοντικές ενέργειες.

Όσον αφορά στους εξωτερικούς παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν περισσότερο την εταιρική περιβαλλοντική πολιτική και αποδοτικότητα, είναι οι νομοθετικές απαιτήσεις και η διαθεσιμότητα της τεχνολογίας που παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων των ελληνικών εταιρειών. Οι εταιρείες συμβαδίζουν με την περιβαλλοντική νομοθεσία επειδή δεν είναι διαπραγματεύσιμη και μπορούν να τους επιβληθούν ποινικές ρήτρες σε περίπτωση που αντιβαίνουν τη νομοθεσία. Η περιβαλλοντική πολιτική της δεύτερης εταιρείας υπερβαίνει την εθνική πολιτική, καθώς πιστοποιείται με ISO 14001 λόγω του αυξανόμενου ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει η εταιρεία και της συνεργασίας της με άλλη εταιρεία. Η πρώτη εταιρεία, όπως προκύπτει, προσπαθεί να συμβαδίσει με το νόμο. Καμία όμως από τις δύο εταιρείες δεν αισθάνεται πίεση από τις τοπικές αρχές για τη βελτίωση της περιβαλλοντικής της αποδοτικότητας. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνει τον συγκεντρωτικό περιβαλλοντικό έλεγχο στην Ελλάδα και την αδυναμία των περιφερειακών και τοπικών αρχών να ασκούν περιβαλλοντικούς ελέγχους (Spanou, 1998). Οι Έλληνες διοικούντες πιέζονται «έμμεσα» από την Ευρωπαϊκή Ένωση για βελτίωση του περιβαλλοντικού ελέγχου, καθώς οι ελληνικές κυβερνήσεις τείνουν να καθυστερούν να ενσωματώσουν στην εθνική νομοθεσία τις αποφάσεις της Ε.Ε.

Τέλος, η Bichtha (2003) καταλήγει ότι ο κλάδος, στον οποίο δραστηριοποιούνται οι εταιρείες, επηρεάζει την περιβαλλοντική πολιτική και την αποδοτικότητα. Ο κλάδος καθορίζει τον βαθμό μόλυνσης που παράγουν οι ελληνικές επιχειρήσεις, τις προσπάθειες που έχουν αναλάβει οι εταιρείες προκειμένου να βελτιώσουν τις παραγωγικές διαδικασίες και το τελικό προϊόν, τις στρατηγικές μάρκετινγκ αναφορικά με την περιβαλλοντική επίδραση και τα διοικητικά συστήματα τα οποία εφαρμόζουν οι εταιρείες. Η μεν μεταλλουργική εταιρεία προβάλλει την ανακύκλωση που εφαρμόζει

στα τελικά προϊόντα, ενώ η εταιρεία του κλάδου των χημικών/λιπασμάτων προβάλλει ότι πιστοποιείται με ISO 14001. Ο προσδιορισμός των παραγόντων, οι οποίοι επηρεάζουν τον κάθε κλάδο χωριστά, ενδέχεται να δυσκολεύει την εύρεση ενός τυποποιημένου μοντέλου της ΕΚΕ. Οι παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την περιβαλλοντική αποδοτικότητα, μπορεί να είναι μοναδικοί σε κάθε κλάδο αναδεικνύοντας τις ιδιαίτερες σχέσεις του κάθε κλάδου με την κοινωνία.

Η εταιρεία MEDA Communication A.E. (www.meda.gr) πραγματοποιεί έρευνες αναφορικά με την ΕΚΕ, προσφέροντας νέα εργαλεία και επιχειρηματικές λύσεις μέσω της δημιουργικότητας και της καινοτομίας. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στους τομείς της ΕΚΕ και του κοινωνικού μάρκετινγκ. Το Κοινωνικό Βαρόμετρο A.S.B.I. (Awareness & Social Index) ανήκει στα ειδικευμένα εργαλεία ΕΚΕ της MEDA Communication και υλοποιείται στην Ελλάδα σε ετήσια βάση, από το 2003, σε δείγμα πολιτών άνω των 15 ετών. Η μοναδικότητά του ως στρατηγικό εργαλείο συνίσταται στην εξειδικευμένη του προσέγγιση στο θέμα της ΕΚΕ, η οποία επιτρέπει, βάσει των διαχρονικών στοιχείων του, στις εταιρείες να αποτιμήσουν τις κοινωνικές τάσεις που δύνανται να επηρεάσουν την εικόνα και τη φήμη τους και να βελτιώσουν την πολιτική τους σε θέματα ΕΚΕ, όπως και την επικοινωνία με τους Συμμετέχοντες. Το εργαλείο αυτό αποτελεί τη μεγαλύτερη έρευνα στην Ελλάδα, εξετάζοντας την κοινωνική ευθύνη των εταιρειών για το έργο των ΜΚΟ και του γενικότερου κλίματος της ΕΚΕ στη χώρα.

4.4.2 Πρωτοβουλίες ανάδειξης και προώθησης ΕΚΕ

Η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε) (2003) με δική της πρωτοβουλία εξέδωσε ανακοίνωση αναφορικά με την ΕΚΕ, προκειμένου να αναδείξει τη σημασία της. Υποστηρίζει ότι αν και ο διάλογος για την ΕΚΕ έχει ξεκινήσει από τα μέσα του 1990 στην Ευρώπη, στην Ελλάδα η συζήτηση έχει ξεκινήσει μόλις τα τελευταία χρόνια. Οποιαδήποτε συζήτηση για πρωτοβουλίες σε εθνικό επίπεδο πρέπει να λάβει σοβαρά υπόψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ΕΚΕ στην Ελλάδα.

Πρώτον, τόσο η ελληνική όσο και η κοινοτική νομοθεσία καθορίζει εργασιακά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Στην Ελλάδα, όμως, δεν τίθεται ζήτημα έλλειψης νόμων αλλά ανεπαρκούς εφαρμογής της νομοθεσίας. Δεύτερον, θεωρείται απαραίτητη η ανάπτυξη του διαλόγου σχετικά με την ΕΚΕ και το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ αποτελεί ένα από τα χαρακτηριστικότερα παραδείγματα προώθησης του διαλόγου της ΕΚΕ. Τρίτον, το μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων αποτελεί ένα ακόμα χαρακτηριστικό το οποίο πρέπει να συνυπολογιστεί. Η ΕΚΕ αφορά - όχι κατ' ανάγκη - μεγάλες σε μέγεθος εταιρείες και συγκριτικά μεγαλύτερες από τις ελληνικές και συνεπώς δεν είναι εφαρμόσιμη στον ελληνικό επιχειρηματικό χώρο ή δεν αναμένεται να έχει τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Τέταρτον, οι πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων δεν πρέπει να θεωρηθούν ότι αντικαθιστούν το ρόλο του Κράτους και των αρμόδιων φορέων. Πέμπτον, μεγάλης

σημασίας είναι η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά των καταναλωτών. Στην Ελλάδα παρατηρείται έλλειψη της υπεύθυνης συμπεριφοράς, η οποία δεν μπορεί να παρακινήσει και να ενισχύσει την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων. Έκτον, θεωρείται απαραίτητος ο διάλογος σε όλα τα επίπεδα, τόσο σε τοπικό και κλαδικό όσο και διεπιχειρησιακό. Αναγκαία κρίνεται προς την κατεύθυνση αυτή και η ανάπτυξη της κατάλληλης παιδείας. Η όποια συζήτηση των αρμόδιων φορέων και επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο δεν είναι συνηθισμένη και όσες φορές πραγματοποιείται συζήτηση, το ζήτημα εξετάζεται αποσπασματικά. Έβδομον, επισημαίνεται η ανάγκη αρμονικής συνεργασίας των ενδιαφερόμενων μερών, καθώς μέσω των συνεργασιών μπορούν να αντιμετωπιστούν θέματα κοινωνικής και περιβαλλοντικής σημασίας αποτελεσματικότερα.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, η ΟΚΕ προτείνει:

- Άρση των αντικινήτρων τόσο σε νομοθετικό όσο και σε διοικητικό επίπεδο. Σε νομοθετικό επίπεδο, η φορολογική νομοθεσία επιβαρύνει οικονομικά τις δωρεές μειώνοντας το όφελος των αποδεκτών δωρεών. Σε διοικητικό επίπεδο, απαραίτητη θεωρείται η εξοικείωση των δημόσιων υπηρεσιών σε κοινωνικά υπεύθυνες πρωτοβουλίες. Επίσης, οι δήμοι οφείλουν να διευκολύνουν τις όποιες πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων.
- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα διοικούνται τις περισσότερες φορές όχι από ικανά και επαγγελματικά καταρτισμένα στελέχη αλλά από αυτοδίδακτους επιχειρηματίες. Συνεπώς, προγράμματα τα οποία θα προωθήσουν την ΕΚΕ κρίνονται απαραίτητα.
- Σημαντική θεωρείται η ενημέρωση των επιχειρήσεων για ποια από τα πρότυπα διαχείρισης συμμορφώνονται με την ΕΚΕ. Προς αυτή την κατεύθυνση πρέπει να συμβάλουν και οι συλλογικοί φορείς.
- Η ΕΚΕ πρέπει να συμβαδίζει με τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις αλλά και με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε εταιρείας.
- Ο κλάδος των κατασκευών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην αναπτυξιακή προσπάθεια της Ελλάδας. Ο σκληρός ανταγωνισμός για την ανάληψη έργων περιορίζει τις πρωτοβουλίες σχετικά με την ΕΚΕ. Η Πολιτεία λοιπόν οφείλει να επανεξετάσει τις διαδικασίες ανάληψης των έργων από την παράμετρο της ενθάρρυνσης της ΕΚΕ.
- Επισημαίνονται ορισμένες πρωτοβουλίες, οι οποίες εφαρμόζονται ήδη και οι οποίες μπορούν να αναπτυχθούν περαιτέρω ανεξαρτήτως σε ποιο κλάδο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις: μέτρηση, έκδοση αναφορών και εκθέσεων και επιβεβαίωση των αποτελεσμάτων, μάθηση και συμμετοχική συνεργασία, σήμανση προϊόντων, κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις και οικοδόμηση δομών διαλόγου και συνεργασίας.

Η ΟΚΕ αναφέρεται στην ΕΚΕ διαφορετικών τομέων ή κλάδων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

Ο ευρύτερος δημόσιος τομέας

Η ΟΚΕ αναφέρει τη σημασία της ενσωμάτωσης της ΕΚΕ από τον δημόσιο τομέα, καθώς πραγματοποιεί μεγάλο μέρος επιχειρηματικής δραστηριότητας κοινωφελούς χαρακτήρα (π.χ. ενέργεια, υγεία και μεταφορές) μέσω των ΔΕΚΟ. Οι ΔΕΚΟ αναπτύσσονται γεωγραφικά σε όλη την ελληνική επικράτεια και συνδιαλέγονται με το σύνολο του πληθυσμού. Η Ελλάδα βρίσκεται σε μεταβατικό στάδιο, όπου ο ευρύτερος δημόσιος τομέας αρχίζει να εκτίθεται στις ίδιες συνθήκες με τον ιδιωτικό τομέα καθώς το μονοπώλιο υπέρ του δημοσίου μετατρέπεται σε ελεύθερο ανταγωνισμό. Η άμεση ανταπόκριση στις νέες συνθήκες και η επιβεβαίωση του κοινωφελούς χαρακτήρα του δημοσίου τομέα προϋποθέτει την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Βιομηχανία

Κύρια χαρακτηριστικά της βιομηχανίας είναι ότι απασχολεί μεγάλο πλήθος εργαζομένων και η δράση της στηρίζεται στο φυσικό περιβάλλον, εκθέτοντάς την περισσότερο από κάθε άλλο κλάδο σε κριτική σε ζητήματα που άπτονται της ΕΚΕ. Παραδοσιακά ο κλάδος της ΕΚΕ εμφανίζεται περισσότερο ευαίσθητος σε κοινωνικά ζητήματα, σε τομείς όπως το προσωπικό, οι πελάτες, η τοπική κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον. Σημειώνεται ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δραστηριοποιείται στον κλάδο της βιομηχανίας. Οι περισσότερες επιχειρήσεις του βιομηχανικού κλάδου είναι μικρές και μικρομεσαίες, οπότε πρέπει να αντληθούν τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από την ΕΚΕ.

Αγροτικός, κτηνοτροφικός και αλιευτικός τομέας

Μεγάλο μέρος των καταναλωτικών προϊόντων προέρχονται από τον αγροτικό, κτηνοτροφικό και αλιευτικό τομέα. Οι επιπτώσεις των τομέων αυτών στο περιβάλλον είναι ιδιαίτερα δύσκολο να ελεγχθούν, καθώς υπάρχουν πολλοί μικροί παραγωγοί. Ο αγροτικός τομέας εμφανίζεται να επιδρά περισσότερο συγκριτικά με τους άλλους δύο τομείς, καθώς συμβάλλει σημαντικά στο φαινόμενο του θερμοκηπίου και μολύνει τους υδάτινους πόρους μέσω της αλόγιστης χρήσης χημικών και εντομοκτόνων. Επισημαίνεται ότι πάνω από 100 διαφορετικοί τύποι εντομοκτόνων αποσύρθηκαν από την Ε.Ε., καθώς χαρακτηρίστηκαν επικίνδυνα για τη δημόσια υγεία. Αναφορικά με τον κτηνοτροφικό τομέα, πρόσφατο είναι το σκάνδαλο των τρελών αγελάδων που συνδέεται με τη χρησιμοποίηση χημικών στη ζωική παραγωγή. Στην αλιεία παρατηρείται υπερεκμετάλλευση των θαλασσών, προκαλώντας διατάραξη του θαλάσσιου οικοσυστήματος. Τονίζεται η σημασία που πρέπει να δώσουν οι συνεταιρισμοί στο θέμα της κοινωνικής ευθύνης και στην ανάπτυξη της αντίστοιχης κουλτούρας. Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας και η ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας αποτελούν τους τρεις άξονες, τους οποίους πρέπει να συνυπολογίσει οποιαδήποτε ενέργεια.

Εμπόριο και υπηρεσίες

Καθώς η παγκόσμια παραγωγή μεταφέρεται κυρίως σε χώρες όπου το εργατικό κόστος είναι

μικρότερο και η νομοθεσία πιο χαλαρή, παρατηρείται στις περισσότερες των περιπτώσεων καταστρατήγηση τόσο των εργατικών όσο και των περιβαλλοντικών κανονισμών. Επομένως, η εφοδιαστική αλυσίδα αποτελεί σημαντικό σημείο αναφοράς με την ΕΚΕ. Σε αντίθεση με τη Δυτική Ευρώπη και τις Η.Π.Α., η κοινωνικά υπεύθυνη κατανάλωση στην Ελλάδα αναπτύσσεται μόλις τα τελευταία χρόνια και αποτελεί μοχλό πίεσης προς τις εταιρείες να υιοθετούν περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνη στάση.

Ειδικότερα, οι τράπεζες εμφανίζονται να έχουν δραστηριοποιηθεί στο τρίπτυχο της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής διάστασης. Δύο είναι οι κύριες πρωτοβουλίες, στις οποίες δραστηριοποιούνται οι τράπεζες: πρωτοβουλίες ως προς την οργάνωση και λειτουργία τους και ως προς το κοινωνικό σύνολο.

Οι δράσεις των τραπεζών αναφέρονται στο προσωπικό και στα μέλη των οικογενειών τους, όπως ομαδικά προγράμματα ασφάλισης του προσωπικού, δάνεια με προνομιακούς όρους με στόχο την εξασφάλιση στέγασης της οικογένειας και επιδόματα για βρεφονηπιακούς σταθμούς στο πλαίσιο της παιδικής μέριμνας. Επίσης, ιδιαίτερη σημασία αποκτά η επιμόρφωση και η στελέχωση προσωπικού. Αναφορικά με τους πελάτες, πραγματοποιούνται έρευνες ικανοποίησης και διαχείρισης παραπόνων. Σημαντική δράση προς την κατεύθυνση της ΕΚΕ αποτελεί ο Τραπεζικός Μεσολαβητής. Οι δράσεις προς την κοινωνία αφορούν κυρίως την υποστήριξη φορέων είτε άμεσα είτε έμμεσα, όπως τους Γιατρούς χωρίς Σύνορα, το Σύλλογο παιδιών με καρκίνο "Ελπίδα", την παροχή υποτροφιών για μεταπτυχιακά προγράμματα και εφοδιασμό των σχολείων με εκπαιδευτικό υλικό. Πρέπει να σημειωθεί πως οι τράπεζες δημοσιεύουν τον κοινωνικό απολογισμό που πραγματοποιούν.

Προκειμένου να καταπολεμηθούν οι διακρίσεις και οι ανισότητες στην εργασιακή απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αναπτύχθηκε το equal (www.equal-greece.gr), εργαλείο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση, το οποίο αναπτύχθηκε και στην Ελλάδα. Οι γενικοί στόχοι του προγράμματος είναι η διευκόλυνση και η επιστροφή στην εργασία ομάδων οι οποίες υφίστανται διακρίσεις, η καταπολέμηση του ρατσισμού και της ξενοφοβίας στον εργασιακό χώρο, η ανάπτυξη του επιχειρησιακού πνεύματος, η ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των απασχολουμένων, η ενίσχυση της πολιτικής ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες και η υποστήριξη της κοινωνικής και επαγγελματικής ένταξης των αιτούντων άσυλο.

Η Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων (ΓΓΙ) (www.isotita.gr) είναι ο κυβερνητικός φορέας ο οποίος σχεδιάζει, υλοποιεί και παρακολουθεί την εφαρμογή πολιτικών για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών σε όλους τους τομείς. Η ΓΓΙ, μεταξύ άλλων, λαμβάνει δράσεις προκειμένου να επιτευχθεί η ισότητα των δύο φύλων στις μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις και αφορά τόσο τον ιδιωτικό τομέα όσο και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα με νομική μορφή ανώνυμης εταιρείας. Μερικές από τις δράσεις του προγράμματος είναι οι εξής: Η προετοιμασία και ενημέρωση των επιχειρήσεων στην πιστοποίηση ποιότητας σε ζητήματα ισότητας των φύλων και ως στοιχείο της ΕΚΕ, όπως του

SA 8000 και του ISO 26000 (υπό διαμόρφωση). Η επιμόρφωση των γυναικών μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων κάθε βαθμίδας, προκειμένου να αναβαθμιστούν τα προσόντα και η επαγγελματική εξέλιξή τους. Η τηλεργασία αποτελεί ακόμη ένα μέσο για την εξισορρόπηση της επαγγελματικής και κοινωνικής ζωής των γυναικών. Επίσης, η δημιουργία σταθμών φύλαξης των παιδιών των εργαζόμενων γυναικών αποτελεί μία ακόμα σημαντική ενέργεια του προγράμματος.

Το ινστιτούτο Sustainable Business, το οποίο χρηματοδοτείται από το Γερμανικό Ομοσπονδιακό Υπουργείο Εκπαίδευσης και Έρευνας, αποτελεί μία σημαντική βάση δεδομένων για τις εταιρείες οι οποίες συμμετέχουν σε δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων, γεγονός που καταδεικνύει ότι παρουσιάζουν ικανοποιητική αποδοτικότητα ΕΚΕ. Όπως είναι φανερό, μόλις εννέα εταιρείες, με μεγαλύτερη παρουσία του κλάδου των τραπεζών, συμμετέχουν σε τρεις διαφορετικούς δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων (Πίνακας 2).

Πίνακας 2: Ελληνικές εταιρείες που συμμετέχουν σε δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων

| Δείκτης ΚΥΕ | | ΕΤΑΙΡΙΕΣ | ΚΛΑΔΟΣ |
|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|------------------|
| Ethibel Sustainability Index (ESI) | ESI Excellence Europe (30/06/2008) | Εμπορική Τράπεζα | Τράπεζα |
| | ESI Pioneer Global (30/05/2008) | Εμπορική Τράπεζα | Τράπεζα |
| FTSE4GOOD | FTSE4GOOD Europe Index (30/9/2008) | Alpha Τράπεζα | Τράπεζα |
| | | Τράπεζα Πειραιώς | Τράπεζα |
| | | Coca- Cola (Greek) | Τροφίμων & Ποτών |
| | | Cosmote Κινητή Τηλεφωνία | Τηλεπικοινωνίες |
| | | EFG Eurobank Εργασίας | Τράπεζα |
| | | Εμπορική Τράπεζα | Τράπεζα |
| | | ΟΠΑΠ | Τυχερά Παίγνια |
| | | ΟΤΕ | Τηλεπικοινωνίες |
| | | Εθνική Τράπεζα Ελλάδος | Τράπεζα |
| | FTSE4GOOD Global Index (30/9/2008) | Alpha Τράπεζα | Τράπεζα |
| | | Τράπεζα Πειραιώς | Τράπεζα |
| | | Cosmote Κινητή Τηλεφωνία | Τηλεπικοινωνίες |
| | | EFG Eurobank Εργασίας | Τράπεζα |
| | | ΟΠΑΠ | Τυχερά Παίγνια |
| | | ΟΤΕ | Τηλεπικοινωνίες |
| | | Εθνική Τράπεζα Ελλάδος | Τυχερά Παίγνια |
| Ethical Index | Ethical Index Euro (30/06/2007) | ΟΤΕ | Τηλεπικοινωνίες |
| | | Εθνική Τράπεζα Ελλάδος | Τράπεζα |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΚΡΙΤΙΚΗ ΘΕΩΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ

5.1 Η σύγχρονη μορφή της ΕΚΕ

Κάθε μεγάλη επιχείρηση διαθέτει στη σύγχρονη εποχή, έναν κανονισμό δεοντολογίας ή τουλάχιστον δεσμεύεται σε συμπεριφορές κοινωνικής υπευθυνότητας στο website και σε βιβλιογραφία των μετόχων. Πράγματι, η ΕΚΕ έχει γίνει μια μεγάλη «βιομηχανία». Ο Dwight Justice της Διεθνούς Συνομοσπονδίας Ενώσεως Ελεύθερου Εμπορίου παρατηρεί ότι η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει βιομηχανοποιηθεί καθώς σύμβουλοι και επιχειρήσεις προσφέρουν υπηρεσίες ΕΚΕ στις επιχειρήσεις. Μεταξύ των υπηρεσιών συγκαταλέγονται ο κοινωνικός έλεγχος καθώς και οι υπηρεσίες εκτίμησης ρίσκου. Επίσης, συνεχίζει η ανησυχία της Ένωσης Εμπορίου σχετικά με αυτή την βιομηχανία είναι ότι βοηθάει τις επιχειρήσεις στον επαναπροσδιορισμό των προσδοκιών της κοινωνίας αντί να δίνει απαντήσεις προς αυτούς. Οι επιχειρήσεις είχαν ως στόχο τον επαναπροσδιορισμό από τότε που η Ακτιβιστές για κοινωνικά και εργασιακά θέματα είχαν ξεκινήσει να δουλεύουν για να επενδύσουν στην λαϊκή δυσανεμία και να ζητήσουν περισσότερες ρυθμιστικές διαδικασίες σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο.

Ο John Elkington, (1997) στο *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business* συνέβαλε με καθοριστικό τρόπο στον εμπλουτισμό και τη διαμόρφωση της σύγχρονης μορφής της ΕΚΕ. Στο πλαίσιο της Παγκοσμιοποιημένης αγοράς και κοινωνίας υπάρχει μια σημαντική αλλαγή στη διακυβέρνηση: οι διεθνείς οργανισμοί αποκτούν όλο και περισσότερη δύναμη, ενώ οι κυβερνήσεις βλέπουν τον ρόλο τους να έχει σχετικά μικρότερη επιρροή. Κατά συνέπεια οι επιχειρήσεις αποκτούν πιο κεντρική θέση και έτσι πρέπει να γίνουν υπεύθυνες για τις πράξεις τους. Καταλήγει στο συμπέρασμα ότι εξαιτίας αυτής της μετατόπισης της επιρροής και επιπρόσθετα των παγκόσμιων δημογραφικών και οικολογικών μεταβολών ο καπιταλισμός θα πρέπει να αναδιαρθρωθεί με βιώσιμο τρόπο. Για να επιβεβαιώσει τη δήλωσή του, ο συγγραφέας αποκαλύπτει την τάση των "τριών κυμάτων" (Τα τρία κύματα της οικολογίας αφορούν περιόδους με διαφορετικό περιβαλλοντικό προσανατολισμό και δράση από τις ΜΚΟ και τους περιβαλλοντολόγους. Το πρώτο κύμα είναι της "Διατήρησης» και ξεκίνησε το 19ο αιώνα, το δεύτερο είναι το κύμα της «Περιβαλλοντικής Δράσης» και ξεκίνησε τον 20ο αιώνα και το τρίτο της «Αποκατάστασης και της Συν-δημιουργίας» ή αλλιώς της «Βιωσιμότητας») στην επιστήμη της οικολογίας. Διερωτάται σχετικά με το μέλλον του τρίτου κύματος. Ο Elkington εξηγεί τις ριζικές αλλαγές που απαιτούνται από το μέρος των κορυφαίων επιχειρήσεων με την εισαγωγή της Triple Bottom Line προσέγγισης ή αρχής.

Το επιχειρημά του John Elkington είναι ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προετοιμάζουν τρεις διαφορετικές (και εντελώς ξεχωριστές) αναλύσεις επίδοσης. Η πρώτη αφορά την παραδοσιακή μέτρηση του εταιρικού κέρδους, του λογαριασμού των κερδών και των ζημιών. Η δεύτερη αφορά στην επίδοση της εταιρείας "στον ανθρώπινο λογαριασμό", μια μέτρηση που δείχνει πόσο κοινωνικά

υπεύθυνος είναι ένας οργανισμός μέσω των δραστηριοτήτων του. Το τρίτο είναι η επίδοση του λογαριασμού της εταιρείας για τον πλανήτη ένα μέτρο του πόσο περιβαλλοντικά υπεύθυνη υπήρξε. Η τριπλή γραμμή προσέγγιση (TBL) αποτελείται έτσι από τρία P: το (Profit) κέρδος, τους (People) ανθρώπους και τον (Planet) πλανήτη. Έχει ως στόχο να μετρήσει την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση της εταιρείας κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου. Με την εισαγωγή της αρχής της Τριπλής Προσέγγισης ο Elkington είναι συνεπής με την ως τώρα ανασκόπηση της βιβλιογραφίας αφού οι αρνητικές επιδράσεις μιας επιχείρησης παρατηρούνται και στους τρεις τομείς στον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Μόνο μια εταιρεία που παράγει ένα TBL λαμβάνει υπόψη το πλήρες κόστος που συνεπάγεται η επιχειρηματική δραστηριότητα στους παραπάνω τομείς και λαμβάνει μέτρα για να το ελαχιστοποιήσει ή να το αντιστρέψει.

Οι επικείμενες αλλαγές και τάσεις στον 21ο αιώνα αναφέρονται από τον Elkington (1997) ως επαναστάσεις. Προκειμένου να γίνει η μετάβαση μεταξύ των παλαιών και των νέων παραδειγμάτων ακόμα πιο ορατή ο Elkington στηρίζει τον προβληματισμό του με ορισμένες λέξεις-κλειδιά.

Αγορές - από τη Συμμόρφωση στις νομικές επιταγές προς τον ανταγωνισμό για τις ηθικές πρακτικές (Βιώσιμη Ανάπτυξη, ΕΚΕ)

Ο Elkington αναφέρεται στη δήλωσή του σχετικά με την αυξανόμενη επιρροή των επιχειρήσεων. Εξηγεί ότι το ενδιαφέρον για τη βιώσιμη ανάπτυξη θα μεταδίδεται από τις επιχειρήσεις μέσω των αγορών. Επιμένει στο γεγονός ότι ο αυξανόμενος αριθμός των επιχειρήσεων και η απελευθέρωση των αγορών θα δημιουργήσει ακόμη περισσότερο ανταγωνισμό, όπου η στάση απέναντι στο "zero impact» θα πρέπει να αντικατασταθεί από καινοτόμες στρατηγικές, οι οποίες επιτρέπουν στην επιχείρηση να έχει ένα θετικό αντίκτυπο ("positive impact"). Οι εταιρείες πρέπει να αναπτύξουν βιώσιμα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, χωρίς να ξεχνούν την τριπλή γραμμή προσέγγισης.

Αξίες - από τις σκληρές αξίες του καπιταλισμού σε πιο ηθικές αξίες

Ο Elkington υποστηρίζει ότι ήδη παρατηρείται η ανάδυση ενός ανανεωμένου συνόλου αξιών. Ξεπερνούνται οι σκληρά προκαθορισμένες άκαμπτες αξίες. Τείνουν προς την έννοια "πολίτης του κόσμου", η ποιότητα αντικαθιστά την ποσότητα και ένα μακροπρόθεσμος προβληματισμός μετατρέπεται σε υποχρέωση. Οι εταιρείες πρέπει να λάβουν υπόψη ότι έχουν ευθύνες έναντι των εμπλεκόμενων φορέων τους. Οι νέες αξίες είναι παγκόσμιες, αλλά οι εταιρείες δεν πρέπει να ξεχάσουν την πολιτιστική πολυμορφία.

Διαφάνεια - από το κλειστό στο ανοιχτό σύστημα

Ο Elkington επικεντρώνεται στις αναδυόμενες πιέσεις των ενδιαφερομένων μερών, με αποτέλεσμα οι εταιρείες δεν μπορούν να υπολογίζουν στην ικανότητά τους να κρατούν μυστικά. Χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας των πληροφοριών, οι «επιχειρηματικές δράσεις» γίνονται ολοένα και πιο ορατές. Οι Απολογισμοί βιωσιμότητας γίνονται ένα σημαντικό εργαλείο για να δώσουν μια

σαφή εικόνα της επιχείρησης, καθώς και για να καταστεί συγκρίσιμη με άλλες. Θα πρέπει να βασίζεται στον ενεργό διάλογο με τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και μια εξωτερική επαλήθευση. Παγκόσμια πρότυπα λειτουργίας πρέπει να αναπτυχθούν.

Τεχνολογία κύκλου ζωής - από το προϊόν στην λειτουργία

Η τέταρτη επανάσταση οδηγείται από τις εμπειρίες του παρελθόντος, όταν οι νέες τεχνολογίες εισήχθησαν στη βιομηχανική παραγωγή. Αυτό προκάλεσε ακούσιες παράπλευρες συνέπειες. Γεγονότα όπως στο Τσερνόμπιλ, ή η Σιωπηλή Άνοιξη της Rachel Carson προκάλεσαν μια μετατόπιση, ώστε οι επιχειρήσεις πρέπει να επικεντρωθούν στην αποδοχή της διαδικασίας της παραγωγής και όχι μόνο στην χάραξη της απόδοσης. Το αποτέλεσμα της αυξανόμενης ανησυχίας σχετικά με τις εξωτερικές επιπτώσεις κάνει τις επιχειρήσεις να είναι υπεύθυνες για το σύνολο του κύκλου ζωής των προϊόντων τους.

Συνεργασίες - Από την Υπονόμευση στην Συμβίωση

Ο Elkington επιμένει στο γεγονός ότι για την εφαρμογή της αρχής της τριπλής γραμμής προσέγγισης, οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωτικό να συνεργαστούν και να αναπτύξουν εταιρικές σχέσεις. Ο ρόλος της συμπληρωματικότητας (συνεργασίας) αυξάνεται και η συμβίωση κυβέρνησης-βιομηχανία-ΜΚΟ αποκτά μεγαλύτερη σημασία. Η οικοδόμηση εμπιστοσύνης καθίσταται ζωτικής σημασίας σε οικονομικές σχέσεις, αλλά το να κερδίσεις αυτή την εμπιστοσύνη είναι μια μεγάλη πρόκληση για τις επιχειρήσεις.

Ωρα - Από την Ευρύτερη στη μεγαλύτερη

Ο Συγγραφέας παραπέμπει σε δύο διαστάσεις του χρόνου που έχουν γίνει ζωτικής σημασίας για τη βιωσιμότητα. Από τη μία πλευρά, οι επιχειρήσεις πρέπει να δράσουν το ταχύτερο δυνατόν, ενώ η μετάδοση των πληροφοριών γίνεται άμεση. Από την άλλη πλευρά, η μακροπρόθεσμη προοπτική απαιτεί μεγαλύτερη προσοχή καθώς η πρόβλεψη αποτελεί βασικό δείκτη της βιωσιμότητας. Προκειμένου να ξεπεραστεί η πολυπλοκότητα του μέλλοντος, ο Elkington, φέρνοντας ως παράδειγμα τη Shell, συνιστά τη χρήση των εργαλείων βάσει σεναρίων.

Εταιρική Διακυβέρνηση - από τον αποκλεισμό στη χωρίς αποκλεισμούς συμμετοχή

Στο "κανίβαλοι με πιρούνια", ο John Elkington επικεντρώνεται στην εταιρική διακυβέρνηση, λέγοντας ότι ένα αυξανόμενο ποσοστό των εταιρικών υποθέσεων δεν περιστρέφονται μόνο γύρω από τη διαδικασία ή το σχεδιασμό του προϊόντος, αλλά και γύρω από την περιβάλλον της επιχείρησης. Η ενσωμάτωση της αρχής της τριπλής προσέγγισης πρόκειται να επιτευχθεί με την ανάπτυξη τρόπων συμμετοχής των ενδιαφερομένων μερών στον καπιταλισμό. Ο συγγραφέας επιμένει επίσης στη σημασία της ποικιλομορφίας στα επίπεδα λήψης αποφάσεων.

Η πορεία της ΕΚΕ προς τη σύγχρονη μορφή της σκιαγραφείται μέσα από δύο περιόδους: η πρώτη περίοδος αφορά στο χρονικό διάστημα από 1960-1976 όταν οι αναπτυσσόμενες χώρες σε συνεργασία με τα Δυτικά σωματεία και τους κοινωνικούς ακτιβιστές διεκδικούσαν μια «Νέα Διεθνή Οικονομική

Τάξη» με την οποία θα ρυθμίζονταν πιο στενά η δραστηριότητα των Υπερεθνικών Εταιρειών (Transnational Corporations) και η δεύτερη περίοδο που κυμαίνεται από 1998 έως σήμερα και αφορά τις μαζικές διαδηλώσεις κατά της παγκοσμιοποίησης και των υψηλής φήμης εταιρικών σκανδάλων, τα οποία προκαλούσαν την αύξηση της απαίτησης για ρύθμιση.

Η ΕΚΕ περιγράφεται στη σύγχρονη μορφή της καλύτερα μέσα από τη θεωρία της τριπλής προσέγγισης του John Elkington (1997). Μέσω αυτής μια εταιρεία οφείλει να ενσωματώνει στην ΕΚΕ στρατηγική της τα τρία P δηλαδή τη μέτρηση: 1. των οικονομικών μεγεθών (profit), 2. των επιπτώσεων στον ανθρώπινο παράγοντα (people) και 3 των περιβαλλοντικών συνεπειών (planet). Επιπρόσθετα τονίζεται η ανάγκη μέσω των αλλαγών που προκύπτουν για τις επιχειρήσεις στον παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον και για την καλύτερη εφαρμογή της τριπλής προσέγγισης να αναπτύξει βιώσιμα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, να ενστερνιστεί τις νέες αξίες, τη διαφάνεια, την τεχνολογία του κύκλου ζωής, να υιοθετήσει τη συμβίωση από την υπονόμηση, και να κάνει σωστή χρήση του χρόνου καθώς και να προωθήσει τη χωρίς αποκλεισμούς συμμετοχή στην εταιρική διακυβέρνηση. Με την ανάλυση του Ellington και τη σύνδεση της ΕΚΕ με τη θεωρία της τριπλής προσέγγισης αρχίζει να γίνεται εμφανής η σύνδεση της ΕΚΕ με τη Βιώσιμη Ανάπτυξη.

5.2 Λάθη που οδηγούν την ΕΚΕ σε αποτυχία

Τα συνηθέστερα λάθη που παρατηρούνται και οδηγούν αρκετές κοινωνικά υπεύθυνες «απόπειρες» στην αποτυχία είναι (Πηγή: Qualitynet Foundation):

1. Απουσία οράματος: ένας αριθμός επιχειρήσεων αντιμετωπίζει τα θέματα κοινωνικής ευθύνης όπως όλα τα τρέχοντα θέματα. Βασίζονται δηλαδή στις τρέχουσες δραστηριότητές τους και την υφιστάμενη στρατηγική τους.
2. Επιφανειακή προσέγγιση: δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις που δεσμεύονται και επιτυγχάνουν σημαντικά επιτεύγματα σε θέματα ΕΚΕ σε κάποιους τομείς δραστηριότητάς τους, ωστόσο η συμπεριφορά τους σε άλλους τομείς παραμένει κάθε άλλο παρά υπεύθυνη.
3. Έλλειψη εκσυγχρονισμού: ελάχιστες είναι οι επιχειρήσεις που αναγνωρίζουν πως τα στοιχεία που θεωρούνταν βασικά και συνιστούσαν τις καλές αποδόσεις της επιχείρησης στο παρελθόν μπορεί να μην καλύπτουν τις αντίστοιχες ανάγκες της στο μέλλον.
4. Απουσία πολυφωνίας – νέων ιδεών: τα επιτυχημένα κοινωνικά υπεύθυνα προγράμματα και πρωτοβουλίες προϋποθέτουν την ύπαρξη πολυφωνίας και νέων απόψεων. Όλοι οι εμπλεκόμενοι με την επιχείρηση φορείς θα πρέπει να καλούνται για να υποβάλλουν τις σκέψεις, τις παρατηρήσεις και τα σχόλιά τους σχετικά με τα προγράμματα ΕΚΕ που αναλαμβάνει ή σκέφτεται να αναλάβει η επιχείρηση.
5. Μη συμμετοχή του ανθρώπινου δυναμικού: προκειμένου οι πρακτικές ΕΚΕ να είναι

επιτυχημένες, θα πρέπει να εντάσσονται στην κουλτούρα, στις καθημερινές διαδικασίες της επιχείρησης και να εμπλέκουν άμεσα και ουσιαστικά όλο το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης από την ανώτατη διοίκηση ως τους εξωτερικούς συνεργάτες της.

6. Αδυναμία αντιμετώπισης της ΕΚΕ ως καινοτομίας: οι επιχειρήσεις δε θα πρέπει να ξεχνούν πως οι πρακτικές ΕΚΕ πρέπει να βασίζονται σε μια συνεχή διαδικασία με στόχο την καινοτομία, η οποία συνδέει την κοινωνική ευθύνη με το επιχειρηματικό μοντέλο της εκάστοτε εταιρείας.

5.3 Προβληματισμοί σχετικά με την ΕΚΕ

Παρά τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν, ένα βασικό ερώτημα προέκυψε στην πορεία της διαμόρφωσης της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Το ερώτημα αυτό είχε να κάνει με το αν οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να υιοθετήσουν νέες πολιτικές περισσότερο προσανατολισμένες προς την ΕΚΕ ή αν κάτι τέτοιο θα επιβάρυνε τελικά τον προϋπολογισμό τους χωρίς να απολαμβάνουν περισσότερα κέρδη. Με άλλα λόγια, θα ήταν συμφέρον μια επιχείρηση να θυσιάσει ένα σημαντικό μέρος του προϋπολογισμού της για να βελτιώσει την εικόνα της ενισχύοντας το κοινωνικό της προφίλ;

Ο νομπελίστας οικονομολόγος Milton Friedman θεωρεί την ευθύνη της επιχείρησης έναντι της κοινωνίας άσκοπη. Υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις, ως νομικά πρόσωπα, έχουν μόνο νομικές υποχρεώσεις και οι διοικήσεις πρέπει να προωθούν και να προστατεύουν τα συμφέροντα των μετόχων. Ο πρωταρχικός σκοπός μιας επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση των κερδών των μετόχων της με τη συνετή χρήση των πόρων της, ενώ οι φιλανθρωπικές δραστηριότητες δεν εμπίπτουν στην αποστολή της. Ο Friedman ισχυρίστηκε ότι οι επιχειρήσεις, μέσω της κερδοφόρας λειτουργίας τους, ωφελούν έμμεσα την κοινωνία δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, καταβάλλοντας υψηλότερους μισθούς και, επομένως, ανεβάζοντας το βιοτικό επίπεδο. Αντίθετα, η διοχέτευση πόρων σε κοινωνικές δραστηριότητες, αποκλειστική ευθύνη του κράτους, οδηγεί σε αναποτελεσματικότητα και πλήττει μοιραία την επιχείρηση.

Οι πολέμιοι των δράσεων της ΕΚΕ θεωρούν ότι οι επενδύσεις στην κοινωνική υπευθυνότητα συνεπάγονται επιπρόσθετα κόστη για την αγορά ειδικού εξοπλισμού και υλικών, την εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού, τις δαπάνες σε φιλανθρωπίες και τη χάραξη κοινωνικής και περιβαλλοντικής πολιτικής. Υποστηρίζουν ότι οι εταιρείες που δρουν υπεύθυνα υφίστανται ένα ανταγωνιστικό μειονέκτημα, αφού πραγματοποιούν δαπάνες που θα μπορούσαν να αποφευχθούν. Οι επιχειρήσεις ανήκουν στους μετόχους τους και δεν πρέπει να διενεργούν έξοδα που μειώνουν τα μερίσματά τους (Mullins, 2009). Από την άλλη πλευρά, ο Mulerat (2009) αναφέρει ότι όσοι ασκούν κριτική στην ΕΚΕ θεωρούν την επιχείρηση ανθρώπινη οντότητα που έχει κοινωνική ευθύνη. Πιστεύει ότι οι εταιρείες είναι η ισχυρότερη δύναμη στη σύγχρονη κοινωνία και έχουν υποχρέωση να αναλάβουν τις

ευθύνες τους απέναντι στο κοινωνικό σύνολο. Αυτή η υποχρέωση ευνοεί το γενικό συμφέρον και, όταν αυτό εξυπηρετείται, ωφελείται και η επιχείρηση. Δεν είναι, μάλιστα, λίγοι οι ερευνητές που υποστηρίζουν την ύπαρξη θετικής σχέσης ανάμεσα στην εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ και στην χρηματοοικονομική απόδοση μιας επιχείρησης, θεωρώντας την ΕΚΕ μία επένδυση που δίνει στον οργανισμό το συγκριτικό πλεονέκτημα και που ανταμείβει μακροπρόθεσμα, ειδικά σε κοινωνίες όπου οι πολίτες είναι επαρκώς ενημερωμένοι. Ο οργανισμός θα παρουσιάσει αύξηση των κερδών του, αφού οι πελάτες αντιδρούν θετικά σε έναν πιο “πράσινο” και κοινωνικά ευαισθητοποιημένο τρόπο επιχειρηματικής λειτουργίας.

Συγκεκριμένα, οι Pedersen and Neergaard (2008) καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι τα οφέλη μίας πολιτικής ΕΚΕ είναι πολύ μεγαλύτερα από το κόστος που απαιτείται για την επένδυσή της. Επίσης, ο Roberts (1995) έγραψε ότι αυξημένη ΕΚΕ οδηγεί σε αυξημένη χρηματοοικονομική απόδοση και αντίστροφα. Φαίνεται, λοιπόν, ότι υπάρχει στενή σχέση μεταξύ της ΕΚΕ και της χρηματοοικονομικής απόδοσης, σε διαφορετικό βαθμό βέβαια ανάλογα με το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον της κάθε επιχείρησης. Θα πρέπει, όμως, να εφαρμόζεται με καινοτόμους τρόπους και σε αρμονία με τη γενικότερη εταιρική στρατηγική.

Άλλη έρευνα που διεξήχθη την περίοδο 1999-2000 στις ΗΠΑ και στη Βρετανία από την εταιρεία Arthur Andersen σε συνεργασία με το LondonBusinessSchool, όπως αναφέρεται από τους Pedersen and Neergaard (2008), έδειξε ότι τα προγράμματα ΕΚΕ μπορούσαν να επηρεάζουν τις στάσεις και τις συμπεριφορές των εργαζομένων. Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα παρουσίασαν περισσότερη αφοσίωση στην επιχείρηση, μειωμένη ανήθικη και παράνομη συμπεριφορά και μεγαλύτερη ικανότητα στη λήψη αποφάσεων. Η λογική, λοιπόν, είναι ότι η ΕΚΕ αυξάνει την αξιοπιστία της εταιρείας και την εργασιακή ικανοποίηση και ενδυναμώνει τις σχέσεις της με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Παράλληλα, η ΕΚΕ μπορεί να μειώσει τα λειτουργικά κόστη και να δημιουργήσει προϋποθέσεις για μελλοντικές ευκαιρίες. Από αυτήν την πλευρά, θα μπορούσαμε να δούμε την ΕΚΕ ως επένδυση, ενδεχομένως με μεγάλα οικονομικά ανταλλάγματα, ανεξάρτητα τα οφέλη που έχει για το κοινωνικό σύνολο.

Σε κάθε περίπτωση, πάντως, βασική αποστολή της επιχείρησης είναι η συνεχής αύξηση της αξίας της και η ικανοποίηση των μετόχων της. Οι διοικήσεις, όμως, θα πρέπει να βοηθούν στην ευημερία της κοινωνίας και να επιδιώκουν τη βιώσιμη ανάπτυξη, διατηρώντας την ισορροπία ανάμεσα στις προσδοκίες των επενδυτών και την ευθύνη απέναντι στο κοινωνικό σύνολο. Μια ανάλυση κόστους – ωφελειών εξυπηρετεί τον προσδιορισμό του άριστου επιπέδου επενδυτικών δαπανών σε προγράμματα ΕΚΕ. Κατά τον Meehan et al (2006) η προσήλωση σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα στο σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο είναι αντανάκλαση του καλού μάνατζμεντ.

5.4 Διλήμματα και Προβληματισμοί

Μέσα στη δεκαετή διαδρομή της, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντιμετωπίστηκε τόσο με ενθουσιασμό, όσο και με επιφύλαξη. Από τον Milton Friedman μέχρι τον Robert Reich έχουν περάσει περίπου τριάντα χρόνια και σε μια εποχή κατά τη διάρκεια της οποίας η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη φαίνεται να είναι παντού, η κριτική προσέγγιση ποτέ δεν ήταν τόσο επίκαιρη. Επιχειρώντας ένα κριτικό απολογισμό θα εστιάσουμε στα εξής:

α. Πολλοί είναι αυτοί που αμφισβητούν τα κίνητρα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και επιμένουν ότι πρόκειται μόνο για ένα επικοινωνιακό τρικ των επιχειρήσεων στην προσπάθειά τους να αποδαιμονοποιηθούν στη συνείδηση των καταναλωτών και να αποσπάσουν την προσοχή του αγοραστικού κοινού από τη φύση και το προϊόν τους (π.χ. βιομηχανίες καπνού ή γρήγορου φαγητού) ή από εσωτερικές πρακτικές που δεν συνάδουν με τις επιταγές της υπεύθυνης επιχείρησης (π.χ. εργασιακές συνθήκες).

β. Ένα άλλο ζήτημα που προκύπτει είναι η συζήτηση για τη μετατόπιση ευθυνών από την κρατική στην επιχειρηματική σφαίρα. Πολλοί υποστηρίζουν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια εύσημη δικαιολογία του κρατικού μηχανισμού προκειμένου να μην αναλαμβάνει τις αρμόζουσες ευθύνες σε ορισμένους τομείς εξοικονομώντας οικονομική και οργανωτική ισχύ. Ο Robert Reich στο τελευταίο βιβλίο του με τίτλο *Supercapitalism* υπερασπίζεται ακριβώς αυτή την άποψη.

γ. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη παρόλο που αποτελεί μια εφαρμοσμένη πλέον πολιτική για πολλές επιχειρήσεις, δεν παύει να παραμένει ένα πείραμα η επιτυχία του οποίου εξαρτάται από τη συνεργασία όλων των κοινωνικών εταίρων. Η πραγματικότητα αποδεικνύει καθημερινά ότι παρά τη θετική συμβολή των κοινωνικά υπεύθυνων οργανισμών και επιχειρήσεων οι σημαντικές και πραγματικά αποτελεσματικές κοινωνικές αλλαγές είναι δύσκολο να επιτευχθούν, ιδιαίτερα εάν τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελούν πάρεργο για τις επιχειρήσεις και εμποδίζουν την παραγωγικότητά τους.

δ. Στο πλαίσιο του κοινωνικού πειράματος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία βασίζεται στην εθελοντική αυτοδέσμευση των επιχειρήσεων έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια συμπληρωματικοί θεσμοί και κείμενα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, οι χρηματιστηριακοί δείκτες υπευθυνότητας, οι δείκτες μέτρησης ΕΚΕ δηλώνουν τη δημιουργία ενός μαλακού συστήματος ρύθμισης που προάγει μια γενικότερη κουλτούρα και φιλοσοφία κοινωνικής ευθύνης και παράλληλα τη διάχυση και τη διασφάλιση της εφαρμογής της. Βρισκόμαστε πλέον μπροστά σε ένα νέο σταυροδρόμι όπου η αυτοδέσμευση συναντά ένα ρυθμιστικό πλαίσιο επιβολής υπεύθυνων πρακτικών. Το ερώτημα που εγείρεται λοιπόν είναι αν η αυτοδέσμευση θα γίνει δέσμευση και ο εθελοντισμός επιταγή.

ε. Η επιτυχία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, όπως προαναφέρθηκε, είναι αποτέλεσμα πολλαπλών παραγόντων και κυρίως της συνεργασίας πολλών κοινωνικών εταίρων. Η Εταιρική

Κοινωνική Ευθύνη σίγουρα δεν είναι πανάκεια, και η αποτελεσματική εφαρμογή της εξαρτάται και από την ίδια την κοινωνία μέσα στην οποία εφαρμόζεται. Εκτός από τις επιχειρήσεις και τους δημόσιους φορείς απαιτείται η συμμετοχή όλων των πολιτών στη διαμόρφωση μιας συλλογικής κουλτούρας ευθύνης που θα διέπει την καθημερινότητά μας. Η πορεία προς μια κοινωνία υπευθυνότητας είναι μια συνολική και συλλογική εμπειρία, η οποία εξελίσσεται δυναμικά. Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να αναρωτηθούμε κατά πόσο οι κοινωνίες μας είναι πραγματικά έτοιμες να αποδεχτούν και να εφαρμόσουν μια τέτοια προσέγγιση.

στ. Πόσο κοστίζει όμως η δυνατότητα των πολιτών να διαμορφώσουν την καθημερινή εμπειρία της υπεύθυνης συμπεριφοράς; Καθημερινά κατακλυζόμαστε από διαφημίσεις για ένα πιο ηθικό lifestyle. Η Μπέττυ Τσακαρέστου (2008) αναφέρει: *«Καθιστώντας την οικολογική επιλογή οικονομικά ασύμφορη σε σύγκριση με πληθώρα καταναλωτικών προτάσεων της αγοράς που δεν έχουν αυτές τις προδιαγραφές, δεν διατρέχουμε τον κίνδυνο να σηματοδοτήσουμε το πράσινο lifestyle ως το νέο, πολυτελές σύμβολο κοινωνικής και ατομικής διάκρισης;»*.

Το 2008, βιώσαμε πολύ έντονα την περιβαλλοντική κρίση, ήμασταν μάρτυρες διατροφικών σκανδάλων που απείλησαν την παγκόσμια υγεία, ζήσαμε μια σημαντική παγκόσμια οικονομική κρίση που κλόνισε την αυτονομία των ιδιωτικών επιχειρήσεων και ίσως να σήμανε ακόμα και την αρχή του τέλους του φιλελεύθερου μοντέλου της αγοράς. Παράλληλα, η Ευρωπαϊκή Ένωση επανατοποθέτησε τους στόχους της στρατηγικής της Λισσαβόνας χαράσσοντας την αναπτυξιακή στρατηγική της για το μέλλον θέτοντας στο κέντρο -μεταξύ άλλων- την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, το περιβάλλον, την κοινωνική δικαιοσύνη και συνοχή, το ρόλο της οργανωμένης κοινωνίας των πολιτών. Στο σκηνικό αυτό προστίθεται και η έξαρση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπουν στους πολίτες να παρακολουθούν και να συμμετέχουν στο δημόσιο διάλογο, ακόμα και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η έννοια της ευθύνης και της δημόσιας λογοδοσίας από όλους και προς όλους αποκτά ένα ευρύτερο περιεχόμενο και επεκτείνεται. Σε ένα περιβάλλον ρευστότητας και κινδύνου καλούμαστε να εκμεταλλευτούμε τις ευκαιρίες και να απαντήσουμε στα διλήμματα επιλέγοντας τη συνεργασία και τη διαμόρφωση μιας ατομικής και συλλογικής κουλτούρας υπεύθυνης συμπεριφοράς.

Η κοινωνική ευθύνη και ότι αυτή περιλαμβάνει δεν αφορά μόνο στην επιχειρηματική σφαίρα, αλλά ακουμπά όλες τις εκφάνσεις του δημόσιου και του ιδιωτικού. Και αν όπως υποστηρίζουν μερικοί, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη οδεύει προς το τέλος της, η ευθύνη ως πολιτική πράξη πλέον, δηλαδή η ιδιότητα των πολιτών και των οργανισμών να επιλέγουν και να δρουν υπεύθυνα και με διαφάνεια μέσα στο κοινωνικοπολιτικό πεδίο και να μοιράζονται γνώση και εμπειρίες μέσα από έναν ανοιχτό δημόσιο διάλογο φαίνεται να είναι στο κατώφλι μιας νέας εποχής.

5.5 Κριτική και Αντίλογος

Είναι γεγονός ότι πολλές επενδυτικές αποφάσεις καθορίζονται από τον τρόπο διοίκησης μιας εταιρείας και από τις αρχές ΕΚΕ που υιοθετεί. Η ΕΚΕ έχει αποκτήσει σημαντική θέση στην εταιρική ατζέντα.

Υπάρχουν ωστόσο και εκείνες οι φωνές, όπως του νομπελίστα οικονομολόγου Milton Friedman, που υποστηρίζουν ότι η κοινωνική και περιβαλλοντική πολιτική είναι ευθύνη των κυβερνήσεων και όχι των επιχειρήσεων που άλλωστε πληρώνουν φόρους για αυτόν τον σκοπό. Σκοπός μιας επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση των κερδών των μετόχων της με την υποχρέωση προς την κοινωνία να υπακούει στους νόμους. Η προσπάθεια να αποφέρει κέρδη είναι από μόνη της σημαντική προσφορά για την κοινωνία. Υποστηρίζεται ότι τα χρήματα που διατίθενται για δράσεις ΕΚΕ ουσιαστικά στερούνται από τους μετόχους στους οποίους ανήκουν οι επιχειρήσεις ή ακόμα και από τους υπαλλήλους στην περίπτωση μείωσης ή στασιμότητας των μισθών τους (www.introduction-to-management.24xls.com/el401, 10-10-2018).

Πολλοί μπορεί να υποστηρίζουν ότι η εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ αποτελεί μια βιτρίνα της επιχείρησης η οποία αποσκοπεί σε κέρδος εκμεταλλεζόμενη την ανάδειξη της καλής εικόνας που χτίζει με το κοινωνικό προφίλ που εμφανίζει. Οι μικρές επιχειρήσεις θεωρούνται ότι υστερούν στην πραγματοποίηση προγραμμάτων ΕΚΕ λόγω των περιορισμένων διαθέσιμων πόρων, την έλλειψη χρόνου και εξειδικευμένου προσωπικού κυρίως στην παρούσα περίοδο της οικονομικής κρίσης. Το αποτέλεσμα είναι να ασκείται στις ίδιες πίεση σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον αλλά και να περιθωριοποιούνται στη συνείδηση των καταναλωτών επειδή δεν εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ.

Το γεγονός ότι η ΕΚΕ χρησιμοποιείται για την προσέλκυση πελατείας, την αύξηση των πωλήσεων και συνεπώς την αύξηση των κερδών και όχι γιατί πραγματικά ενδιαφέρεται για το κοινωνικό συμφέρον αποδεικνύεται από την υποκριτική και διπρόσωπη συμπεριφορά. Μπορεί από τη μια να εφαρμόζουν αρχές ΕΚΕ και από την άλλη να χρησιμοποιούν επιχειρηματικές πρακτικές που δεν συνάδουν με τις αρχές αυτές όπως μη ορθή διάθεση ακατέργαστων αποβλήτων. Ουσιαστικά οι επιχειρήσεις προσποιούνται ότι εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ τις οποίες τελικά δεν ασπάζονται. Συνήθως επιλέγουν να γνωστοποιήσουν τις δράσεις με δαπανηρές διαφημίσεις για να πείσουν το κοινό ότι ενδιαφέρονται για το περιβάλλον και την κοινωνία. Ωστόσο, όταν μια επιχείρηση θεωρεί υποχρέωση της την κοινωνική προσφορά δεν την διαφημίζει αλλά αφήνει το κοινό να την διαπιστώσει και να την αξιολογήσει (Παπατριανταφύλλου, 2010).

Οι κώδικες δεοντολογίας είναι επίσης, μια παράμετρος που αντιμετωπίζεται με σκεπτικισμό. Αυτοί διαμορφώνονται ανάλογα με το εργασιακό καθεστώς μιας χώρας και μετασχηματίζονται ανάλογα με τον ανταγωνισμό που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, η ύπαρξη μιας ανταγωνιστικής αγοράς αναγκάζει τις επιχειρήσεις να επιβάλλουν πιο σκληρές εργασιακές συνθήκες με διευρυμένα ωράρια εργασίας και μικρότερες αποδοχές (Doane, 2005).

Από την άλλη πολλοί υποστηρίζουν ότι ακόμα και το καταναλωτικό κοινό ενδιαφέρεται πιο πολύ για την τιμή και τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος παρά για την κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη των επιχειρήσεων (Page & Fearn, 2005). Άλλωστε για μεγάλο διάστημα δεν υπήρχαν γενικά αποδεκτές αρχές για την αξιολόγηση και ποσοτικοποίηση των κοινωνικά υπεύθυνων δράσεων. Αυτό βέβαια έχει πλέον αντιμετωπιστεί με τον ορισμό Αρχών που προτείνουν μια πληθώρα δεικτών αξιολόγησης σε τοπική, εθνική και παγκόσμια κλίμακα. Τέλος, οι επιχειρήσεις εκδίδουν και δημοσιεύουν αντικειμενικούς απολογισμούς με τους οποίους κάνουν γνωστές τις δράσεις τους στο κοινό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

6.1 Σύνοψη – Συμπεράσματα

Διαπιστώνεται τόσο από τη βιβλιογραφία όσο και από την παρούσα εργασία ότι η ΕΚΕ είναι μία πολύπλευρη έννοια, η οποία αναφέρεται σε διαφορετικούς Συμμετέχοντες και όχι σε μία και μόνο πρακτική κοινωνικής ευθύνης ή σε μία και μόνο κατηγορία Συμμετεχόντων. Η πολύπλευρη διάσταση της ΕΚΕ επιβεβαιώνεται όχι μόνο από την επιστημονική κοινότητα αλλά και από τις ίδιες τις εταιρείες. Οι εταιρείες απαντούν το ερώτημα έναντι ποιών είναι υπεύθυνες (Donaldson και Preston, 1995; Moir, 2001). Οι εταιρείες υιοθετούν κοινωνικές πρακτικές, προβάλλοντας ότι προέρχονται από δική τους καλή πρόθεση χωρίς να γίνεται λόγος για άμεσα ή έμμεσα οφέλη. Ωστόσο, από τη βιβλιογραφία υποστηρίζεται ότι υπάρχουν ενδείξεις για εταιρικά οφέλη, προερχόμενα από κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Ενδεχομένως, οι εταιρείες να αναπτύσσουν την κοινωνική τους ευθύνη κατά τέτοιο τρόπο ώστε να ικανοποιούνται τόσο οι κοινωνικές τους επιδιώξεις όσο και τα εταιρικά οφέλη, δηλαδή η ΕΚΕ μπορεί να θεωρηθεί ως ευκαιρία για τις εταιρείες να «μετατρέψουν» τις κοινωνικές ευθύνες σε επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Ωστόσο, κανένας ορισμός δεν αναφέρεται στα οφέλη που απορρέουν από την ΕΚΕ. Η θεωρία των Συμμετεχόντων αποτελεί το κλειδί για την κατανόηση της δομής και των διαστάσεων των κοινωνικών σχέσεων της εταιρείας, καθώς οι εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους ευθύνης λαμβάνουν υπόψη τις επιδιώξεις των Συμμετεχόντων. Η ΕΚΕ στην Ελλάδα αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια και δεν υπάρχει κάποιος επίσημος φορέας καταγραφής δεδομένων ΕΚΕ ή κάποια βάση δεδομένων για την αποδοτικότητα των εταιρειών.

Επιπλέον, οι εταιρείες οφείλουν να ερευνούν όχι μόνο τις ανάγκες του περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται αλλά και τη σημασία τους σε κάθε χρονική στιγμή, καθώς τόσο οι πρακτικές όσο και οι βαρύτητές τους και συνάμα η συνολική αποδοτικότητά τους μπορεί να αλλάξει ανάλογα με τις περιστάσεις. Υπενθυμίζεται η άποψη του Kitchin (2002) που υποστηρίζει ότι η έννοια της ΕΚΕ δεν είναι σταθερή αλλά μεταβάλλεται συνεχώς. Σε ιδεατό-ηθικό επίπεδο, ενδεχομένως οι εταιρείες να μην ενδιαφέρονται για το αποτέλεσμα της συνολικής αποδοτικότητας αλλά να ενδιαφέρονται για το βαθμό ικανοποίησης των αναγκών των Συμμετεχόντων και της κοινωνίας ευρύτερα. Σε ένα πιο ρεαλιστικό επίπεδο, οι εταιρείες προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα προκειμένου να επωφεληθούν όσο το δυνατόν περισσότερο. Οποιαδήποτε αξιολόγηση της αποδοτικότητας πρέπει να γίνεται με προσοχή διότι μπορεί να εξαχθούν λανθασμένες εκτιμήσεις στην περίπτωση μεταβολής στη βαρύτητα των διαστάσεων ΕΚΕ, διότι τόσο το τελικό αποτέλεσμα αποδοτικότητας της ΕΚΕ κάθε εταιρείας όσο και οι κατατάξεις ενδέχεται να αλλάζουν.

Διαπιστώσαμε με την παρούσα διπλωματική εργασία ότι επιβεβαιώνονται οι απόψεις των Palazzi και Starcher (2001) και Secchi (2004) οι οποίοι υποστηρίζουν ότι η ΕΚΕ αναπτύσσεται

διαφορετικά ή με μοναδικό τρόπο για κάθε εταιρεία καθώς οφείλει να λαμβάνει υπόψη τις επιδράσεις που έχει στην κοινωνία, την επιχειρησιακή στρατηγική της, την κουλτούρα και τις αξίες της.

Ακόμα, υποστηρίζεται ότι οι επιχειρήσεις έχουν κύριο σκοπό την παραγωγή προϊόντων προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες της κοινωνίας. Η κύρια ευθύνη των εταιρειών δεν είναι άλλη από την ορθολογική χρήση των πόρων και την παραγωγικότητα, υιοθετώντας ταυτόχρονα τους ηθικούς κοινωνικούς κανόνες. Πρακτικές όπως η προστασία τους περιβάλλοντος, η ενίσχυση κοινωνικών ιδρυμάτων δεν συγκαταλέγονται στις κύριες ευθύνες της εταιρείας, καθώς αποκλειστικός υπεύθυνος για τέτοιου είδους ευθύνες είναι το κράτος (Koontz και Donnel, 1968). Η ιδέα της ΕΚΕ οδηγεί τους διοικούντες να λάβουν αποφάσεις οι οποίες είναι πέρα από την ειδίκευσή τους, γι' αυτό άλλωστε η προσέγγιση στα κοινωνικά θέματα δεν είναι απλή (Freeman και Liedtka, 1991). Επιπρόσθετα, ο Hummels (1998) υποστηρίζει ότι οι διοικούντες πολλές φορές δεν είναι σε θέση να εκτιμήσουν τους κινδύνους που συνεπάγεται η λειτουργία των εταιρειών στους Συμμετέχοντες. Γίνεται, επομένως, αντιληπτό ότι οι εταιρείες πρέπει να συμπεριλάβουν στις λειτουργίες τους προσωπικό ικανό να διαχειριστεί θέματα αναφορικά με τις προκλήσεις ΕΚΕ, την αύξηση της ενδο-επικοινωνίας και την προώθηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε θέματα ηθικής.

Η ευθύνη των επιχειρήσεων απέναντι στην κοινωνία και στο περιβάλλον αν και έχει αναγνωριστεί και εκδηλωθεί στο παρελθόν, ουσιαστικά θεμελιώθηκε τη δεκαετία του 1990. Διεθνείς φορείς συνέβαλλαν στη θεσμοθέτηση και συστηματοποίηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μετατρέποντάς την σε ένα οργανωμένο μοντέλο που διέπει τις σχέσεις μεταξύ κοινωνίας και επιχειρήσεων. Ο θεσμός ισχυροποιήθηκε στις αρχές του 21ου αιώνα σαν απάντηση στην επιταγή των πολιτών για αντισταθμιστικά οφέλη και καθαρότερο περιβάλλον. Άλλωστε, η αδυναμία των κρατών κυρίως στη σύγχρονη δυσχερή οικονομική πραγματικότητα να ανταπεξέλθουν σε κοινωνικές απαιτήσεις για παροχές και οικονομική ανάπτυξη καθιστά ακόμα περισσότερο αναγκαία την υιοθέτηση δράσεων ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις. Υπάρχει και η πεποίθηση σύμφωνα με την οποία από τη στιγμή που οι επιχειρήσεις λειτουργούν μέσα στην κοινωνία και κάνουν χρήση των φυσικών και κοινωνικών πόρων είναι απαραίτητο να προσφέρουν και κάποια ανταποδοτικά οφέλη.

Αντικειμενικός σκοπός μιας επιχείρησης είναι η επίτευξη κέρδους. Οι δράσεις ΕΚΕ μπορεί να απαιτούν την διάθεση πόρων της επιχείρησης με άμεση επίπτωση στα οικονομικά μεγέθη της επιχείρησης. Ωστόσο, στην πράξη φαίνεται ότι τα οφέλη που τελικά αποκομίζει μια επιχείρηση είναι πολλά και πολυδιάστατα. Βελτιώνεται η εταιρική εικόνα και η φήμη της, ενισχύεται η αξιοπιστία και η αποδοχή της από το κοινό με αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων, την προσέλκυση επενδυτών, την υιοθέτηση καινοτόμων πρακτικών και κατ' επέκταση την αύξηση των κερδών. Φυσικά, η ΕΚΕ πρέπει να έχει μακροπρόθεσμο χαρακτήρα ώστε να αποτελέσει πραγματικό πλεονέκτημα για μια επιχείρηση.

Συχνά οι δράσεις ΕΚΕ μιας επιχείρησης αντιμετωπίζονται με σκεπτικισμό θεωρώντας ότι

υπάρχει σκοπιμότητα πίσω από αυτές, όπως λόγοι διαφημιστικοί. Αν όμως δεν υπάρχει πίσω από αυτές κάλυψη παράνομων ενεργειών, παραβίαση νόμων και κανόνων είναι αποδεκτή κάθε ενέργεια που προάγει το κοινωνικό συμφέρον, προστατεύει το περιβάλλον, προάγει τον πολιτισμό.

Η αποτελεσματικότητα της ΕΚΕ εξαρτάται από το πόσο σωστά και ολοκληρωμένα είναι σχεδιασμένη. Οι αποσπασματικές και πρόσκαιρες ενέργειες δεν αποφέρουν οφέλη σε αντίθεση με τις δράσεις που εντάσσονται στο στρατηγικό πλάνο μιας επιχείρησης. Βέβαια οι δράσεις καθορίζονται από το είδος, το μέγεθος, τη φιλοσοφία και τους στόχους της και εκφράζονται με διάφορους τρόπους ανάλογα με τις ανάγκες του κοινού στο οποίο απευθύνονται. Το καλύτερο για τους καταναλωτές είναι τα προσφερόμενα αγαθά ή οι υπηρεσίες από τις επιχειρήσεις να συνδυάζουν τόσο την ενσωμάτωση δράσεων ΕΚΕ όσο και να ωφελούνται οι ίδιοι όπως με την ανταγωνιστική τιμή.

Η σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα επιβάλλει επαναπροσδιορισμό της εταιρικής κουλτούρας των επιχειρήσεων με υιοθέτηση στρατηγικών που θα διασφαλίζουν τη βιωσιμότητα και τα κέρδη τους από τη μία και από την άλλη θα προασπίζουν τα οφέλη όλων των ενδιαφερόμενων μερών.

6.2 Γενικότερες Προτάσεις για την σωστή εφαρμογή της ΕΚΕ

Η ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής, μας δίνει την δυνατότητα να διατυπώσουμε σκέψεις και προτάσεις, η υλοποίηση των οποίων μπορεί να βοηθήσει στην άσκηση και εφαρμογή μιας αποτελεσματικότερης και ωφελιμότερης ΕΚΕ, τόσο προς όφελος της κοινωνίας και του περιβάλλοντος όσο και της ίδιας της επιχείρησης.

Οι επιμέρους λοιπόν προτάσεις, που προκύπτουν είναι οι εξής:

- Θα πρέπει να γίνει προσεκτική διαχείριση των πρακτικών ΕΚΕ, ώστε να εκφράζουν ουσία και όχι τύπο ή σκοπιμότητα.
- Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜμΕ) θα μπορούσαν να εφαρμόσουν πρακτικές ΕΚΕ μέσω ενός τοπικού ή κλαδικού δικτύου.
- Το Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ θα έπρεπε να ενθαρρύνει μια τέτοια προσπάθεια των ΜμΕ και να την επιδιώξει.
- Η πολιτεία θα πρέπει να επιβραβεύει και να υποκινεί τις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- Οι φορείς με τη συμπαράσταση της πολιτείας, θα πρέπει να ενθαρρύνουν τη δημιουργία τοπικών ή κλαδικών δικτύων ΕΚΕ.
- Η ΕΚΕ μπορεί και πρέπει να θεσμοθετηθεί, δεν θα πρέπει όμως να θίξει τον εθελοντικό της χαρακτήρα, αλλά ούτε και να λειτουργήσει ανταγωνιστικά.
- Να δημιουργηθεί ένα εθνικός φορέας αξιολόγησης της ΕΚΕ.
- Ο εθνικός φορέας θα πρέπει να είναι δημόσια ανεξάρτητη αρχή ή μη κυβερνητική οργάνωση.

Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας βιβλιογραφικής έρευνας προτείνονται στα στελέχη της ΕΚΕ οι εξής ενέργειες:

- Πρώτον να ζητούν από την διοίκηση την δέσμευση και τη συνεχή έκφραση αφοσίωσης προς την ΕΚΕ.
- Δεύτερον να ζητούν την καθολική συμμετοχή των εργαζομένων στην άσκηση πρακτικών ΕΚΕ.
- Τρίτον να διευρύνουν και να διαφοροποιούν τις πρακτικές ΕΚΕ.
- Τέταρτον να τονίζουν την σημασία της ολιστικής προσέγγισης της ΕΚΕ.
- Τέλος να αναγάγουν την ΕΚΕ ως απαραίτητη πρακτική στρατηγικής επιλογής.

Εν κατακλείδι αφού η επιχείρηση υπάρχει εξαιτίας της κοινωνίας, παράγει κέρδη και υπεραξία εξαιτίας της κοινωνίας, οφείλει ένα μέρος της υπεραξίας να το επιστρέφει στην κοινωνία, όπως αναφέρει και η «Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων».

6.2.1 Τα βασικά Βήματα για την ορθή εφαρμογή ΕΚΕ

Τα βασικά βήματα για την ορθή εφαρμογή της ΕΚΕ είναι τα εξής:

1ο ΒΗΜΑ- Προσδιορισμός του σκοπού και του οράματος της επιχείρησης

Η επιχείρηση πέρα από την επίτευξη των στόχων της για την πραγματοποίηση κερδών έχει και ένα όραμα που την χαρακτηρίζει, της προσδίδει κύρος και την δέουσα εκτίμηση από το ευρύτερο περιβάλλον της.

2ο ΒΗΜΑ- Ορισμός υπευθύνου για την ΕΚΕ

Ο ορισμός των υπευθύνων για τον συντονισμό των δράσεων της ΕΚΕ αποτελεί αναγκαία συνθήκη για την σωστή εφαρμογή της καθώς οι δράσεις απαιτούν την συμβολή πολλών εμπλεκόμενων από διαφορετικούς τομείς εντός της επιχείρησης άλλα και διάφορους φορείς εκτός της επιχείρησης.

3ο ΒΗΜΑ- Καθορισμός προτεραιοτήτων

Η κάθε επιχείρηση επιλέγει κάποιες δράσεις ΕΚΕ σύμφωνα με τον κλάδο που δραστηριοποιείται οι οποίες έχουν προτεραιότητα και για τις οποίες είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένη. Οι προτεραιότητες καθορίζονται από ομάδες εργασίας που εξετάζουν τις δυνατότητες που έχει η επιχείρηση για την εφαρμογή της ΕΚΕ και δημιουργείται ένα χρονοδιάγραμμα σύμφωνα με το οποίο τίθενται βραχυχρόνιες προτεραιότητες και μακροχρόνιοι στόχοι.

4ο ΒΗΜΑ- Προσδιορισμός των ενδιαφερόμενων μερών

Ο προσδιορισμός των ενδιαφερόμενων μερών θέτει τις βάσεις για καλύτερη επικοινωνία και αποτελεσματικότερο διάλογο μεταξύ των ατόμων που θα συνεισφέρουν από κοινού στην επίτευξη

των στόχων της ΕΚΕ από διαφορετικές θέσεις ανάλογα με την σχέση που έχουν με την επιχείρηση.

5ο ΒΗΜΑ- Καθορισμός ενός προγράμματος επιχειρηματικής υπευθυνότητας

Σε αυτή την φάση συγκεκριμενοποιείται το πρόγραμμα επιχειρηματικής υπευθυνότητας το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει θέματα για το περιβάλλον, τους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, την κοινωνία.

6ο ΒΗΜΑ-Εφαρμογή- Παρακολούθηση εφαρμογής- Μέτρηση

Η εφαρμογή του προγράμματος χρειάζεται εθελοντική συμμετοχή κυρίως από τους εργαζόμενους και κατά προτίμηση από ικανά άτομα με εμπειρία από διάφορες ιεραρχικές θέσεις.

Στην συνέχεια γίνεται αξιολόγηση της εφαρμογής προκειμένου να επέλθουν οι απαραίτητες βελτιώσεις που θα διασφαλίσουν την αξιοπιστία της επιχείρησης.

Η μέτρηση των αποτελεσμάτων της εφαρμογής της ΕΚΕ γίνεται με διάφορα εργαλεία και στόχο έχει αφενός την διαπίστωση για την αποτελεσματικότητα της εφαρμογής ΕΚΕ αλλά και την διαρκή βελτίωση της στρατηγικής που θα ακολουθείται στο μέλλον.

7ο ΒΗΜΑ- Επικοινωνία- Δημοσιοποίηση

Η συνεχής επικοινωνία των δράσεων της ΕΚΕ αναδεικνύει την σοβαρότητα και τον επαγγελματισμό που διακρίνει την επιχείρηση και που με αυτόν τον τρόπο βελτιώνει τις σχέσεις της με τα ενδιαφερόμενα μέρη άλλα και τα παρακινεί για βελτίωση. Η δημοσιοποίηση των δράσεων ΕΚΕ προσδίδει αξία στην επιχείρηση και αποτελεί έναν δίαυλο επικοινωνίας με το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της (Οδηγός ΕΚΕ για μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

6.2.2 Η Στρατηγική της ΕΚΕ

Ένα βασικό ερώτημα των επιχειρήσεων είναι το πώς θα δημιουργήσουν αξίες οι οποίες θα στηρίζουν τα μακροπρόθεσμα οφέλη και όχι μόνο τα βραχυπρόθεσμα. Η στρατηγική απαιτείται να είναι περισσότερο ολιστική (σύμφωνα και με τη διατύπωση του Πράσινου Βιβλίου της Ε.Ε.) στοχεύοντας ταυτόχρονα στους εργαζόμενους και την κουλτούρα της επιχείρησης, σε εσωτερικούς οργανωτικούς μηχανισμούς και εξωτερικές-κοινωνικές δράσεις. Ο Bob Willard στο βιβλίο του «*The NEXT Sustainability Wave*» αναφέρει δέκα παράγοντες που καθορίζουν μια στρατηγική ΕΚΕ: κλιματολογικές αλλαγές, μόλυνση/υγεία, αρνητικές επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης, ενεργειακή κρίση, αποσάθρωση της εμπιστοσύνης. Τα παραπάνω δημιουργούν: καταναλωτές με οικολογική συνείδηση, μαχητικούς μετόχους, πολιτικοποιημένη κοινωνία, επιπλέον ρυθμίσεις και νομικούς περιορισμούς, απαιτητικό χρηματοοικονομικό τομέα. Όλα μαζί οδηγούν τις επιχειρήσεις να προωθούν την καινοτομία, την ανάπτυξη, την προσοχή στην δημόσια εικόνα τους, σε δημιουργία επιπλέον αποθεματικών και παραγωγικότητας και εν τέλει στη δημιουργία επιχειρηματικής αξίας.

Η πλέον αποδεκτή μεθοδολογία ΕΚΕ η οποία χρησιμοποιείται από τον DOW για τον έλεγχο

εφαρμογής μεθόδων ΕΚΕ είναι η GRI (Global Reporting Initiative) που απαντά στην απαίτηση για δημοσίευση της στρατηγικής ΕΚΕ των επιχειρήσεων. Οι οδηγίες *GRI Sustainability Guidelines* δημιουργούνται με τη συμμετοχή επιχειρηματιών, εργαζομένων και άλλων κοινωνικών εταίρων με ποιοτικά και ποσοτικά κριτήρια τα οποία οι επιχειρήσεις ελέγχονται κατά πόσο ακολούθησαν και εφάρμοσαν. Στον Πίνακα 3 παρουσιάζεται ένα παράδειγμα με τέτοια κριτήρια.

Πίνακας 3: Παράδειγμα Στρατηγικής ΕΚΕ

| ΕΙΔΟΣ ΣΤΟΧΟΥ | ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΙΕΣΗΣ | ΜΕΤΡΗΣΗ CRI | ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ |
|-----------------|---|---|--|
| ΧΡΗΜ/ΚΟΣ | ΟΙΚΟΛΟΓΟΙ | ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ | ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΙΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
| ΧΡΗΜ/ΚΟΣ | ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ | ΑΜΕΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΑΝΑ ΠΗΓΗ | 100% ΑΝΑΝΕΩΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ |
| ΧΡΗΜ/ΚΟΣ | ΧΡΗΜ/ΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ | ΑΥΞΗΣΗ Ή ΜΕΙΩΣΗ ΠΑΡΑΚΡΑΤΗΘΕΝΤΩΝ ΚΕΡΔΩΝ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
| ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ | ΜΟΛΥΝΣΗ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ | ΤΡΑΥΜΑΤΙΣΜΟΙ, ΗΜΕΡΕΣ ΑΝΑΡΡΩΤΙΚΩΝ ΑΔΕΙΩΝ | ΜΗΔΕΝΙΚΕΣ ΑΠΩΛΕΙΕΣ |
| ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ | ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ | ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ ΚΑΥΣΑΕΡΙΩΝ | ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΙΩΣΗ |
| ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ | ΝΟΜΙΚΟΙ - ΘΕΣΜΙΚΟΙ | ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ ΜΗ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ | ΜΗΔΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ |
| ΑΝΘΡΩΠΟΙ- ΓΝΩΣΗ | ΠΟΛΙΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ-ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ | ΟΔΗΓΙΕΣ, ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΨΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ |
| ΑΝΘΡΩΠΟΙ- ΓΝΩΣΗ | ΜΑΧΗΤΙΚΟΙ ΜΕΤΟΧΟΙ | ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΣΕ ΕΥΑΙΣΘΗΤΕΣ Ή ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ |
| ΠΕΛΑΤΕΣ | ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ | ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΣ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | ΜΗΔΕΝΙΚΗ ΠΑΙΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ |
| ΠΕΛΑΤΕΣ | ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ | ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΥΘΥΝΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ | ΧΡΗΣΗ 100% ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ |

Πηγή: GRI Strategy examples, http://www.managementmag.com/index.cfm/ci_id/2391/la_id/1, 10-10-2018

Η παραπάνω μεθοδολογία είναι η αφετηρία για τις περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις που περιέχονται στους δείκτες ΕΚΕ του DOW με βάση αυτά ή παρόμοια κριτήρια ανάλογα την περίπτωση.

Ταυτόχρονα με την παραπάνω μέθοδο αξιολόγησης και εφαρμογής στρατηγικής οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα εξής εργαλεία-μέσα ΕΚΕ: προωθητικές χορηγίες, μάρκετινγκ σκοπού,

κοινωνικό μάρκετινγκ, εταιρική φιλανθρωπία, εθελοντισμός, επιχειρηματικές πρακτικές κοινωνικής ευθύνης. Αυτά αντιστοιχούν σε παραδείγματα ενεργειών όπως αυτό που είδαμε παραπάνω της American Express (μάρκετινγκ σκοπού), επισκέψεις σε σχολεία (κοινωνικό μάρκετινγκ), υποτροφίες (φιλανθρωπία), εθελοντική εργασία υπαλλήλων εταιρείας σε μέρες επιπλέον άδειας από αυτό που δικαιούνται (εθελοντισμός), βοήθεια υπαλλήλων που σπουδάζουν, προγράμματα εκπαίδευσης εργαζομένων σε κοινωνικές πρακτικές (επιχειρηματικές πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης)

Το εταιρικό κοινωνικό μοντέλο στρατηγικής Kyosei περιλαμβάνει τα εξής πέντε στρατηγικά στάδια: οικονομική επιβίωση, συνεργασία με το προσωπικό, συνεργασία με κοινωνικούς εταίρους, παγκόσμιος ακτιβισμός, εταιρική διακυβέρνηση kyosei. Στο πρώτο στάδιο η επιχείρηση προσπαθεί να επιβιώσει. Αυτός είναι ο κύριος σκοπός της και η προσφορά της ταυτίζεται με την shareholder theory. Στο δεύτερο στάδιο οι εργαζόμενοι και η επιχείρηση έχουν κοινή συναίσθηση της ευθύνης με κοινή στρατηγική και συμφέροντα. Στο τρίτο στάδιο η στρατηγική επεκτείνεται στους πελάτες και την κοινωνία με κατάλληλες ενέργειες, μερικές από τις οποίες έχουμε δει. Στο τέταρτο στάδιο η επιχείρηση πιθανόν έχει πολυεθνική παρουσία και αποκτά μια μεγαλύτερη ευθύνη για περιβαλλοντικά και άλλα ηθικά θέματα. Στο τελευταίο στάδιο ανάπτυξης και στρατηγικής οι επιχειρήσεις προσπαθούν να προσανατολίσουν τις κυβερνήσεις προς τις σωστές ηθικά και κοινωνικά πολιτικές και μαζί τους δρουν προς αυτό τον σκοπό. Η οργανωσιακή διαδικασία μάθησης που οδηγεί τις στρατηγικές επιλογές της επιχείρησης στα πλαίσια της ΕΚΕ περιγράφεται από τον Zadek ως μια διαδικασία πέντε σταδίων στην οποία κινούνται οι οργανισμοί καθώς αναπτύσσουν την αντίληψη τους για την ΕΚΕ. Η διαδικασία αυτή περιγράφεται στον παρακάτω Πίνακα 4:

Πίνακας 4: Τα πέντε στάδια της οργανωσιακής μάθησης

| ΣΤΑΔΙΟ | ΤΙ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ | ΓΙΑΤΙ ΤΟ ΚΑΝΟΥΝ |
|-------------|---|--|
| ΑΜΥΝΤΙΚΟ | ΑΡΝΟΥΝΤΑΙ ΤΙΣ ΕΥΘΥΝΕΣ ΤΟΥΣ | ΦΟΒΟΥΝΤΑΙ ΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ |
| ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ | ΥΙΟΘΕΤΟΥΝ ΝΟΜΟΥΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΩΣ ΑΝΑΓΚΑΙΟ ΚΑΚΟ | ΝΟΜΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ |
| ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ | ΠΡΟΣΕΓΓΙΖΟΥΝ ΜΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΡΟΠΟ ΠΟΛΛΑ ΘΕΜΑΤΑ | ΕΠΙΔΙΩΚΟΥΝ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΑ ΟΦΕΛΗ |
| ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ | ΕΝΣΩΜΑΤΩΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΚΕ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ | ΕΠΙΔΙΩΚΟΥΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΑ ΟΦΕΛΗ |
| ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΕΥΘΥΝΗΣ ΚΑΙ ΗΘΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ | ΠΡΟΣΔΟΚΙΑ ΟΦΕΛΟΥΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ |

Πηγή: Zadek S., (2004)

Η στρατηγική της ΕΚΕ, επίσης, μπορεί να αυξάνει τα κέρδη της επιχείρησης και ταυτόχρονα την κοινωνική ευημερία, μπορεί να αυξάνει τα κέρδη και να μειώνει την κοινωνική ευημερία ή μπορεί να αυξάνει την κοινωνική ευημερία και να μειώνει τα κέρδη καθώς και να μειώνει τόσο την κοινωνική

ευημερία όσο και τα κέρδη. Αυτά φαίνονται στον παρακάτω Πίνακα 5:

Πίνακας 5: Παραλλαγές μιας στρατηγικής ΕΚΕ

| | Αύξηση Κοινωνικής Ευημερίας | Μείωση Κοινωνικής Ευημερίας |
|---------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Αύξηση Κερδών | Αποτελεσματική Διοίκηση | Επιβλαβής ΕΚΕ |
| Μείωση Κερδών | Δανεική Αρετή | Απατηλή ΕΚΕ |

Πηγή: **The Economist.**, (2005), “The Good Company”, Jan 22th., p.8.

Η αποτελεσματική διοίκηση πετυχαίνει όλους τους στόχους της ΕΚΕ και είναι μια διατηρήσιμη στρατηγική. Η δανεική αρετή σημαίνει ότι η επιχείρηση ακολουθεί μια στρατηγική ΕΚΕ που μοιράζει κέρδη που δεν της ανήκουν, κέρδη που ανήκουν σε μετόχους που ίσως ήθελαν κάποιο άλλο τρόπο φιλανθρωπίας, αυτή είναι η περίπτωση που οι μέτοχοι δεν εγκρίνουν ή δεν συμφωνούν. Στην περίπτωση της επιβλαβούς ΕΚΕ οι εταιρείες έχουν δανειστεί κώδικες δεοντολογίας και άλλα παρόμοια εργαλεία για να αποκομίσουν τα οφέλη χωρίς πραγματικά να εφαρμόζουν κάτι από αυτή την στρατηγική, κάτι που θα μπορούσε να προκαλέσει αρνητικά αποτελέσματα. Η απατηλή ΕΚΕ είναι ένας συνδυασμός άγνοιας των πρακτικών ΕΚΕ και της επιθυμίας για οφέλη από την ΕΚΕ, αλλά που δεν πετυχαίνει τίποτε από τα δύο. Συνεπώς, χρειάζεται μελέτη πολλών παραγόντων για να επιτευχθεί μια ΕΚΕ που είναι πραγματικά χρήσιμη.

6.2.3 Ανάγκη και ευθύνη του Σύγχρονου Επιχειρηματικού Κόσμου

Στις ημέρες μας οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, πρέπει να ανταποκρίνονται με συγκεκριμένα και πρωτοποριακά μέτρα, σε ένα περιβάλλον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό και διαρκώς μεταβαλλόμενο. Την ίδια στιγμή, όμως, τα μέτρα αυτά πρέπει να ταυτίζονται με τις όλο και περισσότερες απαιτήσεις της κοινωνίας για σεβασμό προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον.

Έτσι λοιπόν, όσες επιχειρήσεις στοχεύουν στο να είναι μακροπρόθεσμα ανταγωνιστικές και κερδοφόρες καλούνται να εντάξουν οικειοθελώς στη στρατηγική τους και στις πολιτικές που ακολουθούν, μέτρα που συμβάλλουν όχι μόνο στη βιώσιμη ανάπτυξή τους, αλλά και στην προαγωγή του ανθρώπου και της κοινωνίας.

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο αναγνωρίζουν ότι οι δραστηριότητές τους δεν αφορούν μόνο τα οικονομικά τους αποτελέσματα, αφού επηρεάζουν εξίσου το περιβάλλον και την κοινωνία. Έτσι συνειδητοποιούν ότι πρέπει να αντιλαμβάνονται ξεκάθαρα τις προσδοκίες αυτών που επηρεάζονται από τη δράση τους και να ανταποκρίνονται σε αυτές.

Οι συμμετοχοί των επιχειρήσεων αυξάνουν συνεχώς τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις τους. Έρευνα ανάμεσα σε 750 ανώτατα στελέχη επιχειρήσεων (CEOs) έδειξε ότι η αυξημένη πίεση από τους συμμετόχους είναι το δεύτερο κατά σειρά σημαντικό θέμα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις (“Most Respected Companies Survey” Financial Times /pwhc 1999). Πολλές έρευνες αγοράς

δείχνουν ότι το ενδιαφέρον του κοινού για τις επενδύσεις των επιχειρήσεων στην κοινωνία αυξάνεται συνεχώς. Οι πελάτες/καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την επίδραση των επιχειρήσεων στην κοινωνία. Το 81% των καταναλωτών συμφωνούν ότι, όταν η τιμή και η ποιότητα είναι ίσες, προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα που είναι συσχετισμένα με κάποιο καλό σκοπό (a good cause). Το 70% των Ευρωπαϊκών καταναλωτών υποστηρίζουν ότι η δέσμευση μιας επιχείρησης στην κοινωνική ευθύνη είναι σημαντική όταν αγοράζουν ένα προϊόν ή υπηρεσία και ένας στους πέντε είναι διατεθειμένος να πληρώσει πιο ακριβά για προϊόντα τα οποία είναι “κοινωνικά και περιβαλλοντικά πιο υπεύθυνα” (MORI Sep 2000, on behalfs of CSR Europe, 12000 consumers in 12 European countries).

Η ΕΚΕ επηρεάζει πολύ την προσέλκυση και διακράτηση των υπαλλήλων και των στελεχών. Οι εργαζόμενοι θέλουν καλές αμοιβές και προοπτικές ανέλιξης, όμως όλο και περισσότερο θέλουν να αισθάνονται υπερήφανοι για την εταιρεία που εργάζονται. Οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από οργανωμένα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δημιουργούν πολύ καλύτερες σχέσεις με τους εργαζομένους τους. Εξασφαλίζουν μεγαλύτερη εκτίμηση και την πίστη τους στα προγράμματα ΕΚΕ.

Στη σύγχρονη εποχή η ΕΚΕ συνδέεται με την εξασφάλιση της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων. Προϋπόθεση οι αποτελεσματικές πρακτικές ΕΚΕ που πηγάζουν μέσα από την κουλτούρα, την εταιρική πολιτική και στρατηγική. Πρόχειρος προγραμματισμός σχετικών δραστηριοτήτων, μπορεί να αποβεί ανώφελος και να οδηγήσει σε περιττές δαπάνες την επιχείρηση. Η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων συνδέεται άμεσα με το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το οποίο μπορεί να προέρχεται είτε από τις διαφοροποιημένες παρεχόμενες υπηρεσίες/προϊόντα, είτε από τον συνδυασμό τους με η συνολική εικόνα μιας επιχείρησης. Διανύουμε μια εποχή που η περιβαλλοντική και η κοινωνική υπευθυνότητα είναι ζητήματα εξαιρετικά σημαντικά.

Η ΕΚΕ πρέπει σήμερα να αντικατοπτρίζει το μέλλον των στρατηγικών στόχων κάθε επιχείρησης, ανεξαρτήτου τομέα ή δραστηριότητας, δίχως αυτό να περιορίζει την ανταγωνιστικότητά της, αλλά αντιθέτως να την ενισχύει.

6.3 Προοπτική και Μέλλον της ΕΚΕ

Συνοψίζοντας την παρούσα εργασία διαπιστώνεται πως η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αν και δεν είναι νέα σε διεθνές επίπεδο η συζήτηση στη χώρα μας έχει αρχίσει τα τελευταία μόλις χρόνια ενώ σε ευρωπαϊκό επίπεδο κατατάσσεται υψηλά στην ημερήσια διάταξη του δημόσιου διαλόγου από τις αρχές της δεκαετίας του 1990.

Οι δραστηριότητες και η συμπεριφορά των εταιριών ενδιαφέρουν ολοένα και περισσότερο το κοινωνικό σύνολο και ειδικότερα σε συνάρτηση με την απασχόληση, το περιβάλλον, την ποιότητα

ζωής κ.λ.π. Στο πλαίσιο αυτό, η κοινωνία σήμερα φαίνεται να προσδοκά από τις επιχειρήσεις να προσεγγίζουν με ένα ευρύ πνεύμα την έννοια της κερδοφορίας και, στο πλαίσιο της, να λαμβάνουν υπ' όψιν τις ανάγκες της κοινωνίας μέσα στην οποία επιχειρούν.

Αρκετές επιχειρήσεις έχουν ήδη υιοθετήσει την έννοια της ΕΚΕ ως αναγκαίο τμήμα της επιχειρηματικής πολιτικής που ξεφεύγει από το πλαίσιο των δημοσίων σχέσεων και αποτελεί μοχλό για την μακροπρόθεσμη ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους στο πλαίσιο του ευρύτερου προβληματισμού για βιώσιμη ανάπτυξη. Παράγοντες που καθιστούν επίκαιρη και συνεχώς αυξανόμενη τη σημασία της ΕΚΕ αναφέρονται ενδεικτικά οι εξής:

- Η διεργασία της παγκοσμιοποίησης, σε συνάρτηση με την απελευθέρωση του παγκόσμιου εμπορίου και των χρηματαγορών έχει οδηγήσει σε έντονο προβληματισμό και αντιπαράθεση για τις δυνατότητες και το είδος ανάπτυξης που μπορεί να προσφέρει χωρίς κάποιους ελάχιστους κανόνες λειτουργίας και ελέγχου.
- Στην παγκόσμια αγορά, η επιρροή και οι επιπτώσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας αφορούν πλέον πολύ μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων και χωρών καθώς και τομέων με αποτέλεσμα οι πραγματικές αλλά και οι ενδεχόμενες συνέπειες από αυτή να αυξάνουν σημαντικά.

Οι επιχειρήσεις του 21ου αιώνα πρέπει να αναδείξουν τελείως διαφορετικά χαρακτηριστικά από ό,τι στο παρελθόν και να αποδείξουν πολύ περισσότερα για να θεωρηθούν επιτυχημένες. Σήμερα οι πολίτες και οι καταναλωτές είναι περισσότερο απαιτητικοί, καλύτερα πληροφορημένοι και όλο και περισσότερο υποψιασμένοι για τον αντίκτυπο της παγκοσμιοποίησης και την ισχύ των πολυεθνικών εταιρειών. Η έκρηξη στις τεχνολογίες της πληροφορίας και της κοινωνίας, ειδικά το διαδίκτυο, οδήγησαν σε πολύ μεγαλύτερη διαφάνεια στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Πληροφορίες σχετικά με την ανεύθυνη εταιρική συμπεριφορά σήμερα έχουν πολύ περισσότερες πιθανότητες να γίνουν αντιληπτές από πελάτες, στελέχη και επενδυτές, καθώς και άλλες επιχειρήσεις.

Δεδομένο είναι ότι στη χώρα μας χρειάζεται να αναπτυχθεί περισσότερο η ενημέρωση, ο διάλογος και η έρευνα για τα θέματα της ΕΚΕ. Οι πρωτοβουλίες του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη πρέπει να γίνουν αντικείμενο συστηματικής ενημέρωσης, κοινωνικού και πολιτικού διαλόγου με τελικό ζητούμενο να γίνουν κτήμα του επιχειρηματικού κόσμου και του κοινωνικού συνόλου.

Για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί έμφαση από τους κοινωνικούς και επιστημονικούς φορείς στη ανάπτυξη ευρύτερου δημόσιου προβληματισμού για το θέμα και την έρευνα τόσο των ακολουθούμενων από ελληνικές επιχειρήσεις πρακτικών ΕΚΕ όσο και των τομέων εκείνων όπου υπάρχει οξύτερη ανάγκη δημιουργίας και υλοποίησης τέτοιων πρακτικών.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Αντλώντας τις ρίζες της από τη φιλανθρωπία και την κοινωνική αλληλεγγύη, η εταιρική κοινωνική ευθύνη συγγέεται έντονα με τη χορηγική δραστηριότητα. Ταυτόχρονα, η συσχέτιση της με την ‘εικόνα’ και τη ‘φήμη’ της επιχείρησης δημιουργεί σύγχυση αναφορικά και με τις δημόσιες σχέσεις.

Η ανάγκη για συμμετοχή των επιχειρήσεων στην ανεύρεση και εφαρμογή λύσεων που αφορούν καίρια κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα δημιουργεί επίσης έντονο προβληματισμό για το εάν μέσα από τη διαδικασία αυτή, η επιχείρηση υποκαθιστά εν μέρει το κράτος στον κοινωνικό του ρόλο.

Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν συνιστά αποσπασματική προσέγγιση που εξαντλείται στην υιοθέτηση μιας πρωτοβουλίας ή συγκεκριμένων δράσεων σε επιμέρους τομείς. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια φιλοσοφία και εκφράζεται με ολοκληρωμένη στρατηγική και πρακτικές εφαρμογές οι οποίες, ακόμη και αν δεν καλύπτουν το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, εστιάζονται στην πλήρη εναρμόνισή τους με τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης. Η υιοθέτηση και εμπέδωση των αρχών της ΕΚΕ είναι μια διαδικασία συνεχούς μάθησης, προσαρμογής, ανάπτυξης νέων δεξιοτήτων και ικανοτήτων και διαφοροποίησης.

Σήμερα οι σχετικές έρευνες -σε διεθνές αλλά και σε εθνικό επίπεδο- συγκλίνουν στο ότι όλο και περισσότεροι καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα επιχειρήσεων που εμπιστεύονται, όλο και περισσότεροι μέτοχοι επενδύουν σε επιχειρήσεις που λειτουργούν με κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία, όλο και περισσότεροι νέοι επαγγελματίες επιλέγουν για απασχόληση εκείνες τις επιχειρήσεις που υιοθετούν τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και όλο και περισσότεροι πολίτες προσδοκούν πιο ενεργή και ουσιαστικότερη συμμετοχή των επιχειρήσεων στην κοινωνική συνοχή και πρόοδο. Ταυτόχρονα, οι πολυάριθμες πρωτοβουλίες σε κάθε επίπεδο -παγκόσμιο, περιφερειακό, κλαδικό, εθνικό και τοπικό- συνθέτουν ένα ‘κίνημα για την εταιρική κοινωνική ευθύνη’ που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση και διάδοση των καλών επιχειρηματικών πρακτικών, στην ανάπτυξη συστημάτων και εργαλείων για την ενίσχυση της διαφάνειας αλλά και του διαλόγου με τα ενδιαφερόμενα μέρη, στην υποστήριξη συνεργασιών και συμπράξεων και στη διεύρυνση της εφαρμογής των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τόσο στον χώρο των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων όσο και σε εκείνες του ευρύτερου δημόσιου τομέα.

Είναι πλέον σαφές ότι για την εφαρμογή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ως επιχειρηματικής στρατηγικής δεν αρκεί η δέσμευση της ηγεσίας και η διαμόρφωση σχετικής εταιρικής κουλτούρας. Η ΕΚΕ είναι μια πίστη που πρέπει να εμφυτευτεί σε ένα περιβάλλον που σήμερα λειτουργεί αντίθετα -αν όχι εχθρικά- απέναντι της.

Παρόλο που οι εταιρικές σχέσεις προσπαθούν να περιλαμβάνουν στη στρατηγική τους ένα ευρύτερο σύνολο ομάδων που, είτε άμεσα είτε έμμεσα, επηρεάζουν και επηρεάζονται από την

επιχειρηματική δραστηριότητα, οι επιχειρήσεις εξακολουθούν να αξιολογούνται καταρχήν για τα άμεσα, βραχυπρόθεσμα αποτελέσματά τους.

Ο παραδοσιακός και σύμφωνα με τα δεδομένα του 19ου αιώνα στενός ορισμός της έννοιας του 'κέρδους' για τη δημιουργία του οποίου ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα, δεν περιλαμβάνει την ευρύτερη και μακροπρόθεσμη διάσταση του επιχειρηματικού σκοπού που, σήμερα, είναι εμφανές ότι συνδέεται τόσο με την κοινωνική συνοχή όσο και με τη βιώσιμη ανάπτυξη -δύο στόχοι που είναι αλληλένδετοι και κυρίαρχοι στην ευρωπαϊκή αλλά και τη παγκόσμια πολιτική.

Η ενσωμάτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην επιχειρηματική λειτουργία είναι αναμφισβήτητα δύσκολη και πολύπλοκη διαδικασία για δύο ειδικότερα λόγους: σχετίζεται, αφενός, με την ηγεσία και τις αρχές των βασικών μετόχων της επιχείρησης και εξελίσσεται, αφετέρου, ανάλογα με τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η ίδια η επιχείρηση στο περιβάλλον που λειτουργεί.

Η αποτύπωση αρχών και προτύπων επιχειρηματικής συμπεριφοράς, η διάδοση της εφαρμογής τους μέσω των συμφωνητικών συνεργασίας στην αλυσίδα προμηθευτών, αποτελούν το πρώτο στάδιο κατανόησης και αλληλεπίδρασης που δημιουργείται καταρχάς μεταξύ των επιχειρήσεων. Ακόμη και οι μικρές επιχειρήσεις, όπως και οι μεσαίες, είτε ως προμηθευτές και συνεργάτες είτε ως πελάτες πολυεθνικών και περιφερειακών επιχειρήσεων, οφείλουν να λειτουργούν, αφενός, σύμφωνα με τους εθνικούς νόμους και, αφετέρου, βάσει αξιών που λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες και τις προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών πέρα από τα στενά εθνικά όρια.

Η επιχείρηση καλείται να αναπτύξει όχι μόνο νέα συστήματα διοίκησης για τη διαχείριση όλων των επιμέρους θεμάτων και ειδικά των σχέσεων της με τα ενδιαφερόμενα μέρη, αλλά και διαδικασίες για τη συλλογή και δημοσιοποίηση στοιχείων που αφορούν τις δραστηριότητές της και τα αποτελέσματά τους σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Μια από τις σημαντικότερες μελέτες ('Response', www.eabis.org, πρόσβαση 10-10-2018) που μόλις ολοκληρώθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος European Academy for Business in the Society με την υποστήριξη των μεγαλύτερων πανεπιστημιακών σχολών διοίκησης επιχειρήσεων και τη συμμετοχή επιχειρήσεων που θεωρούνται 'πρότυπα' για τη στρατηγική τους και τα συστήματα ΕΚΕ, υποστηρίζει ότι υπάρχει ακόμη απόσταση μεταξύ της 'παραδοσιακής αντίληψης' και της πλήρους ενσωμάτωσης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η μεγαλύτερη δυσκολία συνίσταται στο να ενταχθεί η ΕΚΕ στον πυρήνα των λειτουργιών της επιχείρησης. Βασικός συντελεστής είναι οι επικρατούσες αντιλήψεις των στελεχών των οποίων η παιδεία σε συνδυασμό με τον τρόπο λειτουργίας της αγοράς δεν διευκολύνουν την ανάπτυξη των σχετικών αντιλήψεων και ικανοτήτων.

Η ικανότητα να ακούς και να αντιλαμβάνεσαι την ανησυχία και τον προβληματισμό των άλλων, η δυνατότητα να μετατρέπεις τις προκλήσεις σε πλεονέκτημα συμμετέχοντας στην ανάπτυξη λύσεων για τα κοινά ζητήματα είναι βασικά συστατικά της νέας νοοτροπίας και λειτουργίας. Παράλληλα, η ωριμότητα της αγοράς, η ετοιμότητα των εκπροσώπων της κοινωνίας πολιτών να συμπράξουν

δημιουργικά και επίσης η δυνατότητα του κρατικού μηχανισμού να ανταπεξέλθει αποτελεσματικά στις νέες προκλήσεις είναι όλοι παράγοντες που επηρεάζουν καταλυτικά την εξέλιξη και επέκταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και θα την επηρεάσουν αναμφισβήτητα και στο μέλλον.

Η δέσμευση των επιχειρήσεων σε αξίες, αρχές και πρότυπα και ο έλεγχος μέσα από τη δημοσίευση στοιχείων και πρακτικών συγκρίσιμων και ικανών να αξιολογηθούν από ανεξάρτητους φορείς, επιβεβαιώνει ότι η ΕΚΕ είναι απόδειξη της αλλαγής που έχει ήδη συντελεστεί.

Συνοψίζοντας, πρέπει να τονισθεί ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι μια παροδική ανάγκη, μια νέα μόδα ή μία άλλη διάσταση των δημοσίων σχέσεων. Δεν εξαντλείται στο φιλανθρωπικό και χορηγικό έργο των επιχειρήσεων, δεν εξαργυρώνεται με την ‘καλή φήμη’, δεν μετράται και δεν ενσωματώνεται εύκολα. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια πρόκληση στρατηγικής σημασίας. Έχει θεωρηθεί το κυρίαρχο συστατικό της επιχείρησης του 21ου αιώνα και έχει επίσης ορισθεί ως κάτι αντίστοιχο με την ομορφιά: ‘Δεν είναι εύκολο να την ορίσεις αλλά, όταν τη δεις στην πράξη, μπορείς να την αναγνωρίσεις’.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Bateman T., Snell S., (2011), «Διοίκηση Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη.
- Byrne Rhonda, (2006), «Το Μυστικό», εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα.
- Haas Edersheim, Elizabeth, (2009), “Peter Drucker ο Γκουρού του Μάνατζμεντ”, εκδόσεις ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ.
- Hunger, J. David, Wheelen, Thomas L.,(2004), Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ. Εκδόσεις ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ, Αθήνα.
- Kotler P., (2009), ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας», Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING.
- Kotler P., Lee N., (2009), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Έκδοση: Economia, Αθήνα.
- Mann M., (2008), «Οι πηγές της κοινωνικής εξουσίας» τόμος α΄, Εκδόσεις Πόλις.
- Mondy R.W., (2011), “Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων”, Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσ/νίκη.
- Robbins S., (2012), «Διοίκηση Επιχειρήσεων, αρχές και εφαρμογές», εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2012.
- Αλεξίου Μ., (2008), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο σύγχρονο περιβάλλον». *Επιστήμη και Κοινωνία*, τεύχος 19/2008, σελ.115-133.
- Βελέντζας Γ.- Μπρώνη Γ., (2010), Επιχειρηματική Ηθική, Εταιρική Διακυβέρνηση & Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη I, Jus-Νομική Τράπεζα.
- Γερούκη Α., (2005), «Ο κόσμος της Γιόγκα», Συλλογικό έργο, Εκδόσεις Άγνωστο, Θεσσαλονίκη.
- Δήμας Σταύρος, Καθημερινή αφ. 27347, 6/12/09.
- Δόικος Ν., (2012), «Μετά την Βαρβαρότητα», εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Εθελοντικός Χαρακτήρας της ΕΚΕ. <http://news.disabled.gr/?p=8053>[http](http://news.disabled.gr/?p=8053), ανάκτηση 10-10-2018).
- Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (2001), Πράσινο Βιβλίο, Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ, COM (2001) 366 τελικό, Βρυξέλλες.
- Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (2002), *ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ-σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη*, COM(2002) 347, Βρυξέλλες.
- ΕΤΑΤ, (2008), Αθήνα (<http://www.etat.gr/knownshycles/training/Sustainability.pdf> ανάκτηση 10-10-2018).
- Ευρωπαϊκή Ένωση ΟΔΗΓΙΑ, (2002), Οδηγία 2002/96/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Ιανουαρίου 2003 σχετικά με τα απόβλητα ειδών ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού (ΑΗΗΕ).
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2001), *Αειφόρος ανάπτυξη της Ευρώπης για έναν καλύτερο κόσμο: Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την αειφόρο ανάπτυξη*. 264 Τελικό, Βρυξέλλες.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2002), *ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη*, τελικό, Βρυξέλλες.
- Ζέρβα Α., (2006), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Η ευθύνη των Μέσων. Η περίπτωση του BBC», Μεταπτυχιακή εργασία Παντείου Πανεπιστημίου, Αθήνα 2006.
- Θανόπουλος Γ., (2003), «Επιχειρηματική ηθική και δεοντολογία», εκδόσεις INTERBOOKS, Πειραιάς.
- Κώδικας Συμπεριφοράς Επιχειρηματικών Εταίρων της MSD, (2011), http://www.merck.com/about/how-we-operate/code-ofconduct/pdfs/mbpcoc_greek.pdf
- Μπεκιάρης Μ.Χ., Χατζηαναστασιου Γ.Ι., (2010), Οι Κώδικες δεοντολογίας Υπό Το Πρίσμα Των Νέων Ρυθμίσεων Στην Εταιρική Διακυβέρνηση: Η ευθύνη του ελεγκτή.

- Παπατριανταφύλλου Γ., (2010), Οι Αναρίθμητες Εταιρικές Απάτες Περί Κοινωνικής Υπευθυνότητας, <http://georgepapatriantafyllou.wordpress.com>
- Περιοδικό 'Επίκαιρα' τ. 189, σελ. 66-67.
- Σαββάκης Γ., (2006), Οι Δείκτες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, <http://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103715/oi-deiktes-etairikhhs-koinonikhhs-efthynhs.html>.
- Σεν Α., (2000), «Η ανάπτυξη ως ελευθερία», εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Σίσκος Ε., (2012), «Παγκόσμια και Ευρωπαϊκή Οικονομία», 1η έκδοση, Θεσσαλονίκη, 2012.
- Τσακαρέστου Μ., (2008), *Επιχειρήσεις και κοινωνία: Σύγκρουση ή συνεργασία;* Ανακτήθηκε από http://www.vimaideon.gr/MS_479.html, πρόσβαση στις 10-10-2018.
- Τσούκας Χ., (2007), «Για μια προοδευτική πολιτική», Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Τσούκας, Χ., Θεοχαράκης Β. Μυλωνόπουλος Ν., (2008), “Σύγχρονες Τάσεις στο Μάνατζμεντ” Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.

Ξενόγλωσση

- Aaronson, S.A. (2003). “Corporate responsibility in the global village: The British role model and the American laggard”, *Business and Society Review*, Vol. 108(3), pp.309-38
- Ackerman, R.W. (1973). “How companies respond to social demands”. *Harvard Business Review*, Vol. 51(4), pp. 88-98.
- Arthur D.L., (2003), “The business case for corporate responsibility”. Available at: http://www.bitc.org.uk/resources/publications/bus_case_cr.html.
- Avina J., (2013), “The Evolution of Corporate Social Responsibility (CSR) in the Arab Spring”, *The Middle East Journal*, Vol. 67, No. 1, Winter 2013, pp. 77-92.
- Barnard C.I. (1938), *The functions of the executive*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Berle, A. A. (1932). For Whom Corporate Managers Are Trustees: A Note. *Harvard Law Review*, 10(7), 1-50.
- Bichta C., (2003), “CORPORATE SOCIALLY RESPONSIBLE (CSR) PRACTICES IN THE CONTEXT OF GREEK INDUSTRY”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt*, Vol. 10, pp.12– 24.
- Boli J. and Hartsuiker D., (2001), World Culture and Transnational Corporations: Sketch of a Project. In (ed.), *International Conference on Effects of and Responses to Globalization*. Istanbul.
- Bowen H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row, New York. Pp. 276.
- Brammer S. and Millington, A., (2005), “Firm Size, Organizational Visibility and Corporate Philanthropy: An Empirical Analysis”, *Business Ethics: A European Review*, Vol. 15, pp. 6-18.
- BSR (Business for Social Responsibility), (2003), Issue Brief – Overview of Corporate Social Responsibility, Accessed: 11.10.18: <http://www.bsr.org/CSRResources/IssueBriefDetail.cfm?DocumentID=48809>
- Carroll A., (2004), “Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge”, *Academy of Management Executives*, Vol. 18(2), pp. 114-120.
- Carroll A.B. (1979). “A three-dimensional conceptual model of corporate social performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4, pp. 497-505.
- Carroll A.B. (1983). “Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding?”, *Vital Speeches of the Day*, Vol. 49, pp. 604-608.

- Carroll A.B. (1999). "Corporate social responsibility", *Business and Society*, Vol. 38(3), pp. 268-295.
- Carroll, A. 1991, 'The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders' *Business Horizons*, July August, pp.39-48 URL: <http://www.rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.pyramidofcsr.pdf> (accessed 10 October 2018).
- Carroll, A. 2007, 'A history of corporate social responsibility: concepts and practices', in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford.
- Clark, J.M., (1939), *Social control of business*, New York: McGraw-Hill.
- Cochran P. L. and Wood R.A., (1984), "Corporate social responsibility and financial performance", *Academy of Management Journal*, Vol. 27, pp. 42-56.
- Communication from the commission concerning: "Corporate Social Responsibility", July 2002.
- Cramer J., Jonker. J. and van der Heijden A., (2004), "Making Sense of Corporate Social Responsibility", *Journal of Business Ethics*, Vol. 55(2), pp. 215-222.
- Davis K. (1960), 'Can Business afford to ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2, Spring, pp. 70-76.
- Davis K. and Blomstrom R. L., (1966), *Business and its environment*. New York: McGraw-Hill.
- Davis K., (1967), "Understanding the social responsibility puzzle: What does the businessman owe to society?", *Business Horizons*, Vol. 10, pp. 45-50.
- Doane D., (2005), "Beyond Corporate Social Responsibility: minnows, mammoths and markets", *Futures*, 37(2-3), pp. 215-229.
- Dodd E. M., (1932), For Whom Are Corporate Managers Trustees? *Harvard Law Review*, 45(7), 1145-1163.
- Donaldson J. and Fafaliou, I., (2002), "Business ethics, corporate social responsibility and corporate governance: a review and summary critique", *European Research Studies Journal*, Vol. 6(1-2), pp. 97-118.
- Donaldson L., (2001), *The Contingency Theory of Organizations*. Sage, London.
- Donaldson T. and Preston L.E., (1995), "The Stakeholder Theory of the Corporation: concepts, evidence and implications", *Academy of Management Review*, 20(1), pp. 65-91.
- Drucker P.F., (1999), *Management challenges for the 21st century*. New York: Harper-Business
- Drucker Peter F., (1973), *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. N.Y
- Drucker, P.F., (1954), *The practice of management*. New York: Harper & Row.
- Ebner D. and Baumgartner, R.J. (2006). "The relationship between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility". Corporate Responsibility Research Conference, 4th-5th September, Dublin.
- Elkington J. (1997), *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*, Oxford: Capstone Publishing.
- Enterprise 2020 Strategy, (2012), The European Business Network for Corporate Social Responsibility, [On line], Available at: <http://www.csreurope.org/sites/default/files/Enterprise%202020%20Strategy.pdf> (Accessed 10-10-2018).
- Ferrell P., (1997), *Marketing International Edition*, Tenth edition Houghton Mifflin.
- Fiorina C., (2001), *Technology, Business and Our Way of Life: What's Next*. In (ed.). Minneapolis: HP.
- Fitch H.G., (1976), "Achieving corporate social responsibility", *Academy of Management*

- Review*, Vol. 1, pp. 38-46.
- Fliess B., (2007), *CSR and Trade: Informing Consumers about Social and Environmental Conditions of Globalised Production*. Part I, OECD Trade Policy Working Papers, 4, OECD Publishing.
 - Frederick W.C., (1960), "The growing concern over business responsibility", *California Management Review*, Vol. 2, pp. 54-61.
 - Friedman M., (1970), 'The social responsibility of business is to increase its profits', *New York Times Magazine*, 13 September 1970. retrieved from www.cbe.wvu.edu/dunn/rprnts.friedman.dunn.pdf
 - Friedman M., (1970), *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. New York: London.
 - Frooman J., (1994), "Socially irresponsible and illegal behavior and shareholder wealth: A meta-analysis of event studies", *Business & Society*, Vol .36(3), pp. 221-249.
 - Galbreath J., (2006), "Corporate Social Responsibility strategy: strategic options, global considerations", *Corporate Governance*, Vol. 6(6), pp. 175-187.
 - Gillis T. and Spring N., (2001), Doing good is good for business – corporate social responsibility, In: *Communication World*. Available: http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m4422/is_6_18/ai_80227334.
 - Green T., Pelosa J., (2011), How does CSR create value for consumers?, *Journal of Consumer Marketing*, 28/1 (2011) pp. 48–56.
 - Gunther M., (2004), *Money and Morals at GE*. In (ed.), *Fortune*, pp. 176–182.
 - Handbuch CC Habisch A. Schmidpeter R. Neureiter M., (2008), 'Handbuch Corporate Citizenship', Springer Verlag Berlin.
 - Heald M., (1970), *The social responsibilities of business: Company and community, 1900-1960*. Cleveland, OH: Case Western Reserve University Press.
 - Hopkins M., (2004), Corporate social responsibility: An issues paper. Working paper no. 27. World Commission on the Social Dimension of Globalization, International Labor Organization, Geneva, Switzerland. Pp 41.
 - Howard R. Bowen, (1953), "Social responsibility of the businessman" New York: Harper & Row.
 - International Business Report, (2008), Corporate Social Responsibility a necessity not a choice, Grant Thornton International, [On line], available at: <http://www.grantthorntonibos.com/files/ibr%202008%20-%20corporate%20social%20responsibility%20report%20final%20%28150%20dpi%29%20web%20enabled.pdf> (Accessed 10-10-2018).
 - Japan Industrial Policy Research Institute, (2003), *A study of Corporate Social Responsibilities (CSR) activities*. Abridged edition.
 - Jones T.M. (1980), "Corporate social responsibility revisited, redefined". *California Management Review*, Vol. 22(8), pp. 59-67.
 - Jongchul P. Hanjoon L. and Chankon K., (2014), 'Corporate social responsibilities, consumer trust and corporate reputation: South Korean consumers' perspectives', *Journal of Business Research*, 67, 2014, pp. 295-302.
 - Kaku R., (2003), *Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, Harvard Business Scholl Press, Boston, pp.105-129.
 - Kampf C., (2007), Corporate Social Responsibility WalMart, Maersk and the cultural bounds of representation in corporate web sites, *Corporate Communication: An International Journal*, Vol 12, No 1, pp. 41-57.
 - Kitchin T. (2002), "Corporate social responsibility - a brand explanation", *Brand Management*, Vol. 10(4/5), pp. 312–326.
 - Koellner T., Weber O., Fenchel M. and Scholz R., (2008), "Principles for Sustainability

Rating of Investment Funds”, *Business Strategy and the Environment Bus. Strat. Env.*, Vol. 14, pp. 54–70.

- Kong, N., Salzmann, O., Steger, U. and Ionescu-Somers, A., (2002), “Moving Business/Industry Towards Sustainable Consumption: The Role of NGOs”, *European Management Journal*, Vol. 20(2), pp. 109–127.
- Korhonen J., (2003), “On the Ethics of Corporate Social Responsibility - Considering the Paradigm of Industrial Metabolism”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 48(4), pp. 301-315.
- Kotler P. and Keller K., (2009), *Marketing Management*, 13th Ed. Pearson.
- Kotler P. and N. Lee, (2005), *Corporate Social Responsibility*, Wiley, New Jersey.
- Leipziger D., (2003), *The Corporate Responsibility Code Book*. Sheffield: Greenleaf.
- Maignan I. and Ralston D.A., (2002), “Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: Insights from businesses' self-presentations”, *Journal of International Business Studies*, Vol. 33(3), pp. 497-515.
- McWilliams A. and Siegel D., (2001), “Corporate Social Responsibility: A theory of the firm perspective”, *Academy of Management Review*, Vol. 26(1), pp. 117-127.
- Meehan J., Meehan K. and Richards A., (2006), ‘Corporate social responsibility: the 3C-SR model’ *International Journal of Social Economics*, Vol. 33 No. 5/6.
- Moon J., (2004), *Government as a Driver for Corporate Social Responsibility*, URL: <http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/pdf/ResearchPdfs/20-2004.pdf>.
- Moore G. and Robson, A., (2002), “The UK Supermarket Industry: An Analysis of Corporate Social and Financial Performance”, *Business Ethics: A European Review*, Jan2002, Vol. 11 (1).
- MORI, (2006). “Engaging Employees through Corporate Responsibility”. Available at: <http://www.ipsos-mori.com/assets/erm/engaging-employees-through-corporateresponsibility.pdf>.
- Moskowitz M., (1972), “Choosing Socially Responsible Stocks”, *Business and Society*, Spring.
- Mullerat R., (2009), «International Corporate Social Responsibility: The Role of Corporations in the Economic Order of the 21st Century», Kluwer Law International, The Netherlands.
- Mullins L., (2009) ‘Management and Organizational Behavior’ 7th Edition, Prentice-Hall.
- Murray E.A., (1976), “The Social Response Process in Commercial Banks: An Empirical Investigation”, *Academy of Management Review*, Vol. 1, pp. 5-15.
- Page G. & H. Fearn, (2005), *Corporate Reputation: What Do Consumers Really Care About?*. *Journal of Advertising Research*, 45(03), pp.305-313.
- Palazzi M., and Starcher G., (2001), “Corporate Social Responsibility and Business Success”. Available at: <http://www.ebbf.org>
- Panayiotou N.A., Aravossis K.G. and Moschou P., (2009), “Greece: A Comparative Study of CSR Reports”, σε Idowu, S.O. and Filho, W.L., “Global Practices of Corporate Social Responsibility”, Springer.
- Pedersen E. and Neergaard P., (2008), “From periphery to center: how CSR is integrated in mainstream performance management frameworks”, *Measuring Business Excellence*, Vol.12, No.1.
- Perrini F., Pogutz S. and Tencati A., (2006), “Corporate social responsibility in Italy: State of the art”, *Journal of Business Strategies*, Vol. 23(1), pp. 65.
- Phatak A., Bhagat R., Kashlak R., (2005), *International management*. New York: McGraw-Hill.
- Porter M., Kramer M., (2002), *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*, Harvard Business Review, December 2002.
- Porter M.E. and Kramer M.R., (2006), *Strategy and Society - The Link Between*

Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, HBR Spotlight.

- Post F.R., (2003), “A response to “the social responsibility of corporate management: A classical critique”, *Mid - American Journal of Business*, Vol. 18(1), pp. 25-35.
- Preston L.E. and Post J.E., (1975), *Private management and public policy: The principle of public responsibility*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Roberts J.A., (1995), ‘Profiling levels of socially responsible consumer behavior: a cluster analytic approach and its implications for marketing’, *Journal of Marketing Theory and Practice*, Fall.
- Rondinelli D & Berry, M. (1999), Environmental Citizenship in multinational Corporations: Social Responsibility and Sustainable Development, [URL:http://www.greeningofindustry.org/gin1999/Rondinelli%20_Berry.pdf](http://www.greeningofindustry.org/gin1999/Rondinelli%20_Berry.pdf).
- Ruud A., (2002), “Environmental Management of Transnational Corporations in India: Are TNCs Creating Islands of Environmental Excellence in a Sea of Dirt?”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 11(2), pp. 103-19.
- Schiebel W. and Pöchtrager S., (2003), “Corporate ethics as a factor for success – the measurement instrument of the University of Agricultural Sciences (BOKU), Vienna”, *Supply Chain Management: An international Journal*, Vol. 8(2), pp. 116-21.
- Secchi D., (2004), “Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts”, Università degli Studi dell'Insubria. Available at: <http://eco.uninsubria.it>.
- Sen A., (1989), *On Ethics and Economics*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Shahin A. & Zairi M., (2007), “Corporate governance as a critical element for driving excellence in corporate social responsibility”, *International Journal of Quality & Reliability Management* Vol. 24, No. 7, pp. 753-770.
- Simon H.A., (1945), *Administrative Behavior*. Free Press, New York, NY.
- Spanou C., (1998), Greece: administrative symbols and policy realities. In *Governance and Environment in Western Europe – Politics, Policy and Administration*, Hanf K, Jansen AI (eds). Longman: Harlow; pp. 110–130.
- Tanimoto K., (2004), “Changes in the Market Society and Corporate Social Responsibility”, *Asian Business & Management*, Vol. 3, pp. 151–172.
- Tencati A., Perrini F. and Pogutz S., (2004), “New Tools to Foster Corporate Socially Responsible Behavior”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 53, pp. 173–190.
- The Economist., (2002), “Badly in Need of Repair”, May 4th-10th , p.71.
- The Economist., (2005), “America’s Most Hated Companies, The very bottom line”, 24th Dec , pp.97-99.
- Tsakarestou B., (2001), *Corporate Social Responsibility Across Europe*. Springer Berlin Heidelberg New York.
- Turner R.J., (2006), *Corporate Social Responsibility: Should disclosure of social considerations be mandatory?. Submission to the Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services Inquiry*. Available at: http://www.aph.gov.au/senate/committee/corporations_ctte/corporate_responsibility/submissions/sub05.pdf.
- Wartick S.L. and Cochran P.L., (1985), “The evolution of the corporate social performance model”, *Academy of Management Review*, Vol. 10, pp. 758-769.
- Webley S. and E. More, (2003), “Does Business Ethics Pay?”, *Ethics and Financial Performance Institute of Business Ethics*, <http://www.ibe.org.uk/DBEPsumm.htm>
- Weiss J.W., (2003), *Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach*, South: Western, Thomson Learning, Mason, OH.
- Windsor D., (2001), “The future of corporate responsibility”, *International Journal of*

Organizational Analysis, Vol. 9(3), pp. 225-56.

- Wood D., (1995), “Stakeholder Mismatching: A Theoretical Problem on Empirical Research on Corporate Social Performance”, *The International Journal of Organizational Analysis*, v.3, n.3, pp.229-267.
- Wood D.J., (1991), “Corporate social performance revisited”. *Academy of Management Review*, 16, 691-718.
- Zadek S., (2004), “The Path to Corporate Responsibility”, *Harvard Business Review*, Vol.82, n.12, pp.125-132.
- Zairi M., (2000), ‘Social responsibility and impact on society’ *The TQM magazine*, Vol.12, No.3.
- Ziegler A., Schröder M. and Rennings K., (2007), “The effect of environmental and social performance on the stock performance of European corporations”, *Environmental and Resource Economics*, Vol. 37, pp. 661–680.

Ηλεκτρονικές πηγές:

- <http://csrhellas.net/network/global-compact/to-elliniko-diktyo-gc/>, πρόσβαση 10-10-2018
- U.N.http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf, πρόσβαση 10-10-18
- Χάρτα δικαιωμάτων.http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/SEV_Xarta_dikaiomaton1.pdf πρόσβαση 10-10-2018
- Απολογισμός EKE 2009 Alpha Bank, http://www.alpha.gr/files/corporatesocial/Koinoniki_ApologismosGr2009.pdf
- Κώδικας Συμπεριφοράς Επιχειρηματικών Εταίρων της MSD, 2011, http://www.merck.com/about/how-we-operate/code-ofconduct/pdfs/mbpcoc_greek.pdf
- Ελληνικό Δίκτυο EKE http://www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/32oz_2007110132.php3, πρόσβαση 10-10-2018
- ‘Corporate Social Responsibility: Making good business sense’, 2000. www.wbcasd.org, πρόσβαση 10-10-2018
- ‘Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα: Θέματα και Προοπτικές’, 2001, Ελληνικό Δίκτυο για την EKE, www.csrhellas.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- ‘Promoting a European Framework for CSR’, COM (2001).
- PRINCIPLES FOR RESPONSIBLE INITIATIVE (www.unglobalcompact.org), πρόσβαση 10-10-2018
- Quality Net Foundation <http://www.Foundation.qualitynet.gr>, πρόσβαση 10-10-2018
- <http://www.managementmag.com/index.cfm/ciid/2391/laid/1>, πρόσβαση 10-10-2018
- <http://www.ethnos.gr> (Ειδικό ένθετο για την EKE, 4/4/2009)
- <http://www.tovima.gr> 07/06/09
- <http://www.tovima.gr> 15/11/09
- Δήμας Σταύρος, Καθημερινή αφ. 27347, 6/12/09
- <http://www.tovima.gr> 21/2/2010, Αφιέρωμα EKE, σελ. X 54.
- <http://www.tovima.gr> Βημαγκαζίνο, 20-06-10, τ. 505
- <http://www.kathimerini.gr>, 14-8-10 αφ. 27546
- Αναλυτής Νίκος, Ελευθεροτυπία 19-12-10 . <http://www.enet.gr/>, 19-12-10, φ. 1715, ένθετο EKE.
- <http://www.tovima.gr> , 13-2-2011
- <http://www.tovima.gr> αφιέρωμα στην EKE, 27/2/11
- <http://www.tovima.gr> Ένθετο ανάπτυξη 3/4/11
- <http://www.kathimerini.gr>, α.φ. 27975, 4/2/12

- <http://csridentity.com/kld400socialindex/index.asp>, πρόσβαση 10-10-2018
- www.meda.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- <http://www.tovima.gr>, πρόσβαση 10-10-2018
- www.equal-greece.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- www.isotita.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm, πρόσβαση 10-10-2018
- www.accountability.org/, πρόσβαση 10-10-2018
- www.sa-intl.org, πρόσβαση 10-10-2018
- www.sustainability-indices.com/, πρόσβαση 10-10-2018
- www.ftse.com/products/indices/ftse4good, 10-10-2018
- www.csrhellas.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- www.eben.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- Οι 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ, πρόσβαση 10-10-18
http://www.unglobalcompact.org/Languages/Greek/ten_principles.html
- www.accountability.org, πρόσβαση 10-10-2018
- www.unglobalcompact.org, πρόσβαση 10-10-2018
- www.globalreporting.org, πρόσβαση 10-10-2018
- www.siri.org, πρόσβαση 10-10-2018
- www.iisd.org/standards/csr, πρόσβαση 10-10-2018
- www.accountabilityrating.gr, πρόσβαση 10-10-2018
- www.eabis.org, πρόσβαση 10-10-2018
- www.introduction-to-management.24xls.com/el401, πρόσβαση 10-10-2018