



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

“ Εταιρική κοινωνική ευθύνη ως παράγων υπεραξίας τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον ”

Διδακτορική Διατριβή

**του Λεωνίδα Πουλιόπουλου
Καθηγητή Εφαρμογών του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Μακεδονίας,
Οικονομολόγου, MSc Διοίκηση Επιχειρήσεων**

Δεκέμβριος 2013

Μέλη επταμελούς εξεταστικής επιτροπής.

Μέλη της τριμελούς συμβουλευτικής επιτροπής:

1. **Μαίρη Γείτονα**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια (επιβλέπουσα)
2. **Παπαρρηγόπουλος Ξενοφών**, Αναπληρωτής Καθηγητής Πανεπιστημίου Θεσσαλίας Τμήμα Οικονομικών Επιστημών με γνωστικό αντικείμενο «Φιλοσοφία και γενική θεωρία του δικαίου
3. **Κυριαζής Νικόλαος**, Καθηγητής Πανεπιστημίου Θεσσαλίας Τμήμα Οικονομικών Επιστημών με γνωστικό αντικείμενο «Οικονομική ανάπτυξη και ευρωπαϊκές πολιτικές»

Μέλη ΔΕΠ για τη συγκρότηση της επταμελούς επιτροπής:

4. **Θανάσης Κατσής**, Καθηγητής Τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, γνωστικό αντικείμενο «Στατιστική με έμφαση στην εκπαιδευτική έρευνα»
5. **Μάνος Σπυριδάκης**, Επίκουρος Καθηγητής Τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, γνωστικό αντικείμενο «Κοινωνική ανθρωπολογία των εργασιακών σχέσεων»
6. **Δέσποινα Καρακατσάνη**, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, γνωστικό αντικείμενο «Επιστήμες της εκπαίδευσης : εξέλιξη εκπαιδευτικών θεσμών και θεωριών»
7. **Ανδρέας Φερόνας**, Επίκουρος Καθηγητής Τμήματος Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, γνωστικό αντικείμενο «Κοινωνικός αποκλεισμός και πολιτικές κοινωνικής ενσωμάτωσης»

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες	1
Περίληψη	3
Εισαγωγή	5
Κεφάλαιο 1 ^ο	9
1. ΓΕΝΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	9
1.1.ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ.....	9
1.1.1 Έννοια και ορισμοί	9
1.1.2. Η Διαχρονικότητα της ΕΚΕ.....	12
1.1.3. Τα χαρακτηριστικά της ΕΚΕ.	13
1.2.Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ.....	15
1.2.1 Διαχείριση Ανθρώπινων Δυναμικού.....	15
1.2.2. Υγεία και ασφάλεια στον εργασιακό χώρο.....	16
1.2.3. Εκπαίδευση, προσαρμογή και αναδιάρθρωση στην αλλαγή.	16
1.2.4. Ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων.	17
1.2.5. Το εργασιακό περιβάλλον στην σύγχρονη επιχείρηση.....	18
1.3.Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ	21
1.3.1. Η τοπική κοινωνία.	21
1.3.2. Επιχειρηματικοί εταίροι.....	22
1.3.3. Τα ανθρώπινα δικαιώματα.....	23
1.3.4. Παγκόσμια περιβαλλοντικά προβλήματα και ανησυχίες	25
1.3.4.1. Γεωμηχανικά πειράματα για το μέλλον του πλανήτη.....	27
Κεφάλαιο 2 ^ο	31
2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ.....	31
2.1. ΟΙ ΒΑΘΜΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	31
2.1.1 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Υποχρέωσης(Social Obligation Approach).....	31
2.1.2 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Ευθύνης(Social Responsibility Approach).....	32
2.1.3 Η Προσέγγιση Κοινωνικής Απόκρισης (Social Responsiveness Approach).	32
2.2. ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΚΕ.	33
2.2.1. Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ.....	33
2.2.2. Πως εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ.....	34
2.2.2.1. Πρακτικές εφαρμογές ΕΚΕ.....	34
2.2.3. Τι είναι και τι δεν είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.	35

2.2.4. Τα ενδιαφερόμενα μέρη (Stakeholders).	36
2.2.5. Η εφαρμογή της ΕΚΕ στη πράξη.....	37
2.2.6. Η αξιολόγηση και η αντίληψη της ΕΚΕ από την σκοπιά των πολιτικών.....	40
2.3. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΚΕ.....	42
2.3.1. Αποτίμηση του δέκτη – καταναλωτή.....	43
2.3.2. Ο ρόλος των καταναλωτών και τα κινήματα τους.....	44
2.3.2.1. Το αναδυόμενο κίνημα του «Νοητικού Περιβαλλοντισμού».....	47
2.3.3. Θετικά και οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ.	48
2.3.3.1. Αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς.	49
2.3.3.2. Ενίσχυση της θέσης της επωνυμίας.	50
2.3.3.3. Βελτίωση εταιρικής εικόνας και επιρροής.....	51
2.3.3.4. Προσέλκυση ικανοποίηση και διατήρηση προσωπικού.	53
2.3.3.5. Μείωση λειτουργικού κόστους.....	54
2.3.3.6. Αύξηση ενδιαφέροντος για τους επενδυτές και τους αναλυτές.	55
2.3.4. Μια δραστηριότητα που «πουλάει» μια αναγκαιότητα ή προσφορά;	55
Κεφάλαιο 3 ^ο	59
3. ΝΟΜΙΚΟ – ΗΘΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ.....	59
3.1. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ	59
3.1.1. Διεθνείς Συνθήκες.....	59
3.1.2 Ευρωπαϊκές Συνθήκες.....	61
3.1.3 Διεθνή Πρότυπα Υπευθυνότητας και Δείκτες Κοινωνικής Ευθύνης.	61
3.2 ΗΘΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΥΠΕΡΑΞΙΑ	63
3.2.1. ΕΚΕ και Επιχειρηματική Ηθική.	63
3.2.2. Νόμιμο- Ηθικό και ΕΚΕ.....	66
3.2.2.1. Συνύπαρξη της αντιφατικότητας και σκοπιμότητες.	67
3.2.3. Δεοντολογία και επιχειρηματικό γίνεσθαι του «Φιλανθρωποκαπιταλισμού».	68
3.2.4. Δημιουργία υπεραξίας.	72
3.2.4.1. Από ανεκμετάλλευτη αξία και όχι μόνο.	72
3.2.4.2. Από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.	73
3.3. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΕ	75
3.3.1. Η Ολιστική Προσέγγιση της ΕΚΕ.....	75
3.3.1.1. Ισορροπημένη Κάρτα Επιδόσεων(ΙΚΕ) και ΕΚΕ.....	77
3.3.2. Η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ.....	78
3.3.2.1. Η ΕΚΕ μετεξελίσσεται σε Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη (ΚΕΕ).	84

3.3.3. ΕΚΕ, ως στρατηγική επιλογή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.	88
3.3.3.1. ΕΚΕ και οικονομική κρίση.	90
3.3.4. ΕΚΕ και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης	91
3.3.4.1. Ο ρόλος των ΜΜΕ στην διαμόρφωση και την υιοθέτηση της ΕΚΕ	91
ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ.....	94
ΕΙΔΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	95
ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	95
Κεφάλαιο 4 ^ο	97
4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	97
4.1. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ	97
4.2. ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	100
4.3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	101
4.4 ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ	102
4.5. ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	103
Κεφάλαιο 5 ^ο	107
5. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	107
5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	147
5.2 Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ.....	150
Προτάσεις.....	149
Βιβλιογραφία	153
Abstract.....	159
ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ - ΠΙΝΑΚΕΣ	161
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ	169
ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	171

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας τη συγγραφή της διδακτορικής διατριβής, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους όσους συνέβαλαν σε αυτήν, επιστημονικά και ηθικά.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κ. Μαίρη Γείτονα, αναπληρώτρια καθηγήτρια της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, για την ευκαιρία που μου έδωσε να ερευνήσω ένα τόσο επίκαιρο και ενδιαφέρον θέμα στην επιστήμη της Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Η βοήθεια και το ενδιαφέρον της ήταν τόσο μεγάλο που με ενημέρωνε ακόμη για ότι υπέπιπτε στην αντίληψη της σχετικά με το θέμα της διατριβής μου. Την ευχαριστώ επίσης για τις παρατηρήσεις τη βοήθεια και την ειλικρινή αυστηρότητα, καθόλη τη διάρκεια της έρευνας και των δημοσιεύσεων που προηγήθηκαν.

Τις ευχαριστίες μου επίσης στην εξεταστική επιτροπή, στην οικογένειά μου, σύζυγο και κόρη, καθώς και στον γιό μου ιδιαίτερα για την επιμέλεια των μεταφράσεων στην αγγλική.

Ευχαριστίες οφείλω στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Μακεδονίας για την επιστημονική άδεια, τους καθηγητές και το προσωπικό για την υποστήριξη, καθόλη την διάρκεια της επιστημονικής μου έρευνας, καθώς και σε όλους εκείνους που με οποιονδήποτε τρόπο με βοήθησαν στην ολοκλήρωση του έργου μου.

Περίληψη

Το θέμα της παρούσας διατριβής αναφέρεται στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως παράγοντα υπεραξίας, τόσο για την επιχείρηση, όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον. Σκοπός της έρευνας ήταν να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά άσκησης ΕΚΕ, τόσο στις αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις όσο και στις ξένες που δραστηριοποιούνται στην ελλαδικό χώρο. Πιο συγκεκριμένα, οι επιμέρους βασικοί στόχοι της έρευνας ήταν οι εξής πέντε : α) να ερευνηθούν οι αντιλήψεις των στελεχών για τα οφέλη και την υπεραξία της ΕΚΕ. β) ποιές είναι οι αντιλήψεις των στελεχών για τη θεσμοθέτηση της ΕΚΕ. γ) σε ποίο βαθμό επηρεάζει η δομή ή δραστηριότητα μιας επιχείρησης τις αντιλήψεις των στελεχών για την εφαρμογή της ΕΚΕ. δ) εάν θα πρέπει και από ποιόν θα πρέπει να αξιολογούνται οι επιχειρήσεις. ε) σε ποια πεδία άσκησης ΕΚΕ δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα οι επιχειρήσεις.

Στην παρούσα διατριβή ακολουθήθηκε η προσέγγιση του θετικισμού (positivist approach) οι δε μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν ήταν κυρίως οι ποσοτικές, ειδικότερα η μέθοδος της «επισκόπησης γνώμης» (opinion survey), με δομημένο ερωτηματολόγιο 25 ερωτήσεων κλειστού τύπου. Η επιλογή των εταιρειών, στις οποίες απευθύνθηκε το ερωτηματολόγιο έγινε από το Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ. Το δειγματοληπτικό πλαίσιο της παρούσας μελέτης αποτελείται από τα 90 κύρια μέλη – επιχειρήσεις και περιλαμβάνει επιχειρήσεις που απασχολούν από 10 μέχρι και πάνω από 7.000 εργαζόμενους/ες. Από τις 90 βασικές επιχειρήσεις του δειγματοληπτικού πλαισίου που επιλέξαμε, λάβαμε 61 απαντήσεις ήτοι ποσοστό που αγγίζει το 70%.

Για την επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων της έρευνας έγινε χρήση των στατιστικών προγραμμάτων SPSS 17.0 και AMOS 8.0. Οι στατιστικές αναλύσεις έγιναν με τη χρήση (α) της εξερευνητικής και επιβεβαιωτικής ανάλυσης παραγόντων (exploratory and confirmatory factor analysis), (β) της μεθόδου των μοντέλων δομικών εξισώσεων (structural equation modeling), (γ) των συγκρίσεων μέσω τιμών (t-tests, analysis of variance).

Τα συμπεράσματα που προέκυψαν δείχνουν, ότι όλα τα ανώτερα στελέχη των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι πεπεισμένα για τα οφέλη και την υπεραξία που αποκομίζει η επιχείρηση από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ. Προκύπτει επίσης ότι είναι απαραίτητη η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ, με την προϋπόθεση να διατηρηθεί ο εθελοντικός της χαρακτήρας. Οι αντιλήψεις των στελεχών σχετικά με την ΕΚΕ, δεν επηρεάζονται από τη δομή ή δραστηριότητα της επιχείρησης τους. Συμπεραίνεται επίσης ότι τα στελέχη θεωρούν, ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αξιολογούνται και μάλιστα δίνουν μεγάλη σημασία στην δημιουργία εθνικού φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ. Μεγαλύτερη βαρύτητα δίνουν στην κοινωνία και το περιβάλλον και ακολουθούν οι τομείς των εργαζομένων και της αγοράς. Οι δραστηριότητες ΕΚΕ θα γίνονται όλο και πιο ποικιλόμορφες με την τάση να δημοσιοποιούνται και να συμμετέχουν άμεσα οι εργαζόμενοι στην υλοποίησή τους.

Μέσα από τα αποτελέσματα της παρούσας διδακτορικής διατριβής διαπιστώθηκε ότι:
1) Το δόγμα της επίτευξης κέρδους μπορεί να μην είναι αμφισβητήσιμο, όμως ούτε και η

κοινωνική επιταγή είναι αμφισβητήσιμη. 2) Εάν επιζητούμε μια Ολιστική Διοίκηση Επιχειρήσεων τότε η ΕΚΕ είναι μέρος αυτής. 3) Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρά την εξαίρεση που παρουσιάζει ο κανόνας, δεν έχουν πιστέψει ακόμη στην αναγκαιότητα της εφαρμογής μιας ολιστικής ΕΚΕ. 4) Οι πρακτικές ΕΚΕ επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις προσωπικές ηθικές αξίες των επιχειρηματιών ή των υπευθύνων διοικητικών στελεχών. 5) Η Δημοσίευση Κοινωνικών απολογισμών υιοθετείται όλο και από περισσότερες επιχειρήσεις και βελτιώνεται. 6) Δημιουργείται υπεραξία, η οποία ωφελεί τόσο την επιχείρηση, όσο και την κοινωνία και το περιβάλλον.

Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνας προτείνονται στα στελέχη της ΕΚΕ κάποιες ενέργειες. Πρώτον, να ζητούν από την διοίκηση την δέσμευση και την 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 και τέλος να αναγάγουν την ΕΚΕ ως απαραίτητη πρακτική στρατηγικής επιλογής.

Το καινοτόμο της διατριβής αυτής είναι, ότι σε ερευνητικό επίπεδο κατέδειξε την αναγκαιότητα για θεσμοθέτηση της ΕΚΕ, ότι η στρατηγική επιλογής της ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις, καθώς επίσης και ότι η ΕΚΕ είναι αναπόσπαστο μέρος της Ολιστικής Διοίκησης των Επιχειρήσεων.

Λέξεις κλειδιά: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Κοινωνική Υποχρέωση, Κοινωνική Ευθύνη, Κοινωνική Απόκριση, Θεσμοθέτηση της ΕΚΕ, αξιολόγηση της ΕΚΕ, περιβάλλον, κοινωνία, εργαζόμενοι, αγορά

Εισαγωγή

Ο μέγας στοχαστής, συγγραφέας και διανοούμενος Νίκος Καζαντζάκης έλεγε: «*Να αγαπάς την ευθύνη. Να λες, εγώ μονάχος μου έχω χρέος να σώσω τον κόσμο. Αν δεν σωθεί εγώ θα φταίω*». Ο δε Πλάτων έγραψε : «*οι καλοί άνθρωποι δεν χρειάζονται νόμους για να ενεργούν υπεύθυνα. Ενώ οι "κακοί" άνθρωποι θα βρουν τρόπους να τους παρακάμψουν*».

Ο ανθρώπινος νους έχει τη δυνατότητα να κατασκευάζει παραδείσους, τους οποίους καταστρέφει η ανθρώπινη η φύση. Αυτό γίνεται αιώνες τώρα τόσο με την γένεση των θρησκειών όσο και των κοσμοθεωριών κλπ. Επομένως λοιπόν, λογικό είναι και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη(ΕΚΕ), σε θεωρητικό επίπεδο, σαν ιδέα πρώτα και μετά ως πρακτική, να φαντάζει και να θεωρείται ιδανική. Στην πράξη όμως υπονομεύεται από την ανθρώπινη φύση και καταστρατηγείται σε τέτοιο βαθμό που θέτει σε κίνδυνο όλο αυτό το οικοδόμημα.

Η διατριβή αυτή τόσο σε θεωρητικό όσο και ερευνητικό επίπεδο στοχεύει να καταδείξει 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 και υπάρχει 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.

Σκοπός της παρούσας διατριβής 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.

Η δομή της παρούσας διατριβής αποτελείται από δύο μέρη. Το πρώτο μέρος αφορά την θεωρητική προσέγγιση του θέματος γενικά και το δεύτερο το ερευνητικό.

Το πρώτο μέρος χωρίζεται σε τρία κεφάλαια, με επιμέρους αναφορές, σε ένα γενικό μέρος, σε μια θεωρητική προσέγγιση και στο νομικό πλαίσιο, την υπεραξία και τις καινοτομίες όπως αναλύονται παρακάτω.

Στο πρώτο κεφάλαιο με τα τρία υποκεφάλαια γίνεται αναφορά στην έννοια, τους ορισμούς, την εσωτερική και εξωτερική διάσταση της ΕΚΕ. Ποιο συγκεκριμένα στο πρώτο υποκεφάλαιο αποτυπώνονται οι διάφοροι ορισμοί της ΕΚΕ, η διαχρονικότητά της και τα χαρακτηριστικά της.

Στο δεύτερο υποκεφάλαιο με τίτλο η εσωτερική διάσταση της ΕΚΕ αναφερόμαστε στην διαχείριση ανθρώπινων πόρων, την υγεία και ασφάλεια στον εργασιακό χώρο την εκπαίδευση, την ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων και στο τρίτο υποκεφάλαιο στην εξωτερική της διάσταση, με επιμέρους αναφορές στην τοπική κοινωνία τα ανθρώπινα δικαιώματα τα περιβαλλοντικά προβλήματα κλπ.

Στο δεύτερο κεφάλαιο με τα τρία επίσης υποκεφάλαια γίνεται αναφορά στις διαβαθμίσεις της ΕΚΕ, την πρακτική της εφαρμογή και στο Μάρκετινγκ. Ειδικότερα αναλύονται οι τρεις βαθμοί κοινωνικής ευθύνης, ήτοι αυτός της κοινωνικής υποχρέωσης, της κοινωνικής ευθύνης και κοινωνικής απόκρισης. Στο υποκεφάλαιο της αντίληψης και πρακτικής εφαρμογής, γίνεται αναφορά στο πως εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ, τι είναι και την δεν είναι ΕΚΕ, την εφαρμογή της στην πράξη, πως την αξιολογούν οι πολιτικοί κλπ. Στο τρίτο υποκεφάλαιο με αναφορά στο Μάρκετινγκ και την ΕΚΕ, γίνεται αναφορά στην αποτίμηση και τον ρόλο του καταναλωτή, τα θετικά οφέλη από την εφαρμογή της, όπως η αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου της αγοράς, βελτίωση της εικόνας και επιρροής της επιχείρησης, μείωση του λειτουργικού κόστους κλπ.

Το τρίτο κεφάλαιο με τρία επίσης υποκεφάλαια αναφέρεται στις διεθνείς συνθήκες, στο ηθικό πλαίσιο, την υπεραξία και στις καινοτομίες. Ποιο συγκεκριμένα στο πρώτο υποκεφάλαιο γίνεται αναφορά στις ευρωπαϊκές συνθήκες στα διεθνή πρότυπα υπευθυνότητας και τους δείκτες Κοινωνικής Ευθύνης. Το δεύτερο υποκεφάλαιο αναφέρεται στην επιχειρηματική ηθική, την διαφορά μεταξύ νόμιμου και ηθικού, τον "φιλανθρωποκαπιταλισμό", καθώς και την δημιουργία υπεραξίας από απλές έξυπνες πρακτικές. Στο τρίτο υποκεφάλαιο με τίτλο "καινοτομίες" γίνεται αναφορά στην ολιστική αντίληψη της ΕΚΕ, τη θεσμοθέτηση και στον ρόλο που μπορούν να παίξουν τα ΜΜΕ σε σχέση με την ΕΚΕ.

Το δεύτερο μέρος της έρευνας περιλαμβάνει το τέταρτο και πέμπτο κεφάλαιο. Το πρώτο απ' αυτά αναφέρεται στην μεθοδολογία, τον σκοπό, την δειγματοληψία της έρευνας κ.α. Η έρευνα έγινε με δομημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικά και απευθύνθηκε σε όλες τις εταιρείες που είναι βασικά μέλη του ελληνικού δικτύου ΕΚΕ.

Το πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται στα αποτελέσματα της έρευνας που είναι πολλά και ενδιαφέροντα. Το βασικότερο όμως συμπέρασμα που προκύπτει τόσο από την παρούσα έρευνα όσο και από άλλες, είναι ότι η ΕΚΕ, είτε με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, αποτελεί κοινωνική ανάγκη και επιταγή, καθότι η κοινωνία μας έχει φθάσει σε ένα τέτοιο στάδιο της εξελικτικής της διαδικασίας, που θεωρεί τόσο την κοινωνική όσο και την περιβαλλοντική προσφορά, σε συνδυασμό με την αειφόρο ανάπτυξη, ως την επιτακτικότερη ανάγκη για την αντιμετώπιση των σύγχρονων προβλημάτων που έχει δημιουργήσει ο άνθρωπος σήμερα.

Γι' αυτό και ο Αριστοτέλης αν ζούσε σήμερα, θα χαιρόταν με τη βαρύτητα που έχει αποκτήσει η έννοια της «εταιρικής κοινωνικής ευθύνης» και οι εξ αυτής απορρέουσες επιχειρηματικές πρακτικές, αν και θα τις δικαιολογούσε διαφορετικά απ' ότι οι περισσότεροι σύγχρονοι υποστηρικτές τους, όπως πολύ εύστοχα αναφέρει ένας γνωστός ακαδημαϊκός δάσκαλος.

Ο Αριστοτέλης διακήρυττε ότι κανείς πολίτης δεν ανήκει στον εαυτόν του αλλά αντιθέτως, ότι ανήκει στην πόλη. Με την ίδια λογική θα μπορούσαμε να πούμε σήμερα ότι καμία επιχείρηση δεν ανήκει αποκλειστικά μόνο στον επιχειρηματία ή στους μετόχους της, αλλά και στην κοινωνία. Αφού προϋπόθεση για να υπάρξει μια επιχείρηση είναι η ύπαρξη μιας κοινωνίας και η επιχείρηση υπάρχει, αναπτύσσεται και κερδίζει εξ' αιτίας της κοινωνίας.

Εξ' άλλου δεν είναι τυχαίο που η «Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων», αποτελεί ένα κείμενο αρχών και αξιών, με το οποίο οι επιχειρήσεις δηλώνουν την αυτοδέσμευσή τους στις υποχρεώσεις τους, διεκδικώντας παράλληλα και τα δικαιώματά τους. Η Χάρτα κλείνει δε με τη διαπίστωση, ότι η κάθε επιχείρηση δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει, όπως ορίζει άλλωστε και η ΕΚΕ.

Ποιοι όμως είναι οι λόγοι και οι παράγοντες που συνετέλεσαν σ' αυτήν την μεταστροφή της κοινωνίας, ώστε να θεωρείται, ότι οι επιχειρήσεις δεν κάνουν μόνο χάρη στην κοινωνία με το να δημιουργούν θέσεις εργασίας και να συμβάλουν στην ανάπτυξή της, αλλά οφείλουν και χάρη στην κοινωνία, καθότι υπάρχουν, αναπτύσσονται, κερδίζουν, αλλά και κερδοσκοπούν χάριν της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, το οποίο κληρονομήσαμε όλοι από τις προηγούμενες γενεές;

Αυτά και πολλές άλλες ενδιαφέρουσες και καινοτόμες ιδέες αποτυπώνονται στην παρούσα διατριβή, στην οποία προσπαθήσαμε να " επενδύσουμε " την αγάπη και το μεράκι για την γνώση και την πολύπλευρη θεώρηση και προσέγγιση του θέματος που εντρυφήσαμε.

Κεφάλαιο 1^ο

1. ΓΕΝΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1.1.ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

1.1.1 Έννοια και ορισμοί

Στο μάνατζμεντ, χρησιμοποιείται ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη(ΕΚΕ), για να περιγραφεί η υποχρέωση ενός οργανισμού να λειτουργεί με τρόπους οι οποίοι εξυπηρετούν τα δικά του συμφέροντα όσο και τα συμφέροντα της κοινωνίας. Κάποιοι περιγράφουν αυτή τη δέσμευση κοινωνικής ευθύνης, ως ένα διπλό κέρδος, δηλαδή οικονομική απόδοση και αντίκτυπο στην κοινωνία. Άλλοι προχωρούν ακόμη παραπέρα κάνοντας λόγο για τριπλό κέρδος, δηλαδή οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση (Schermerhorn, 2012, σελ. 151)

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει πολλούς ορισμούς σύμφωνα όμως με την Πράσινη Βίβλο που κυκλοφόρησε το 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αναφέρει ότι ΕΚΕ είναι, η σε εθελοντική βάση ενσωμάτωση από τις επιχειρήσεις, κοινωνικών και περιβαλλοντικών πρακτικών, στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, καθώς και στις σχέσεις τους με όλους τους συμμετέχοντες(προσωπικό - κοινωνία - μέτοχοι). Μολονότι σε ευρωπαϊκό επίπεδο υπάρχει συμφωνία ως προς τον ορισμό της έννοιας, όπως και ως προς τις δράσεις που περιλαμβάνει, ωστόσο η ακριβής φύση και τα χαρακτηριστικά της διαφοροποιούνται, ανάλογα με το εθνικό κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο καλλιεργείται και αναπτύσσεται (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 5)

Το **Ελληνικό Δίκτυο** για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναφέρει, ότι η ΕΚΕ είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων, για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές, κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από την νομοθεσία και έχουν άμεση σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους, εργαζόμενοι – μετόχους – συνεργάτες – προμηθευτές - επενδυτές – καταναλωτές – κοινότητες – μέσα στις οποίες δραστηριοποιούνται. (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 5)

Το **CSR Europe**, το δίκτυο για την ΕΚΕ στην Ευρώπη αναφέρει ότι η ΕΚΕ αφορά τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση διαχειρίζεται και βελτιώνει την κοινωνική και περιβαλλοντική της επίπτωση, ώστε να προσθέσει αξία τόσο στους μετόχους, όσο και για τα ενδιαφερόμενα μέρη, μέσω της καινοτομίας στη στρατηγική, στην οργάνωση και την λειτουργία της.

Το **World Business Council for Sustainable Development** (Παγκόσμιο Συμβούλιο για την Αειφόρο Ανάπτυξη) αναφέρει ότι ΕΚΕ, είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων, να συνεισφέρουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, μέσω της συνεργασίας με το

προσωπικό τους, τις οικογένειές τους τις τοπικές κοινωνίες εν γένει, ώστε να βελτιώσουν το βιοτικό επίπεδο όλων.

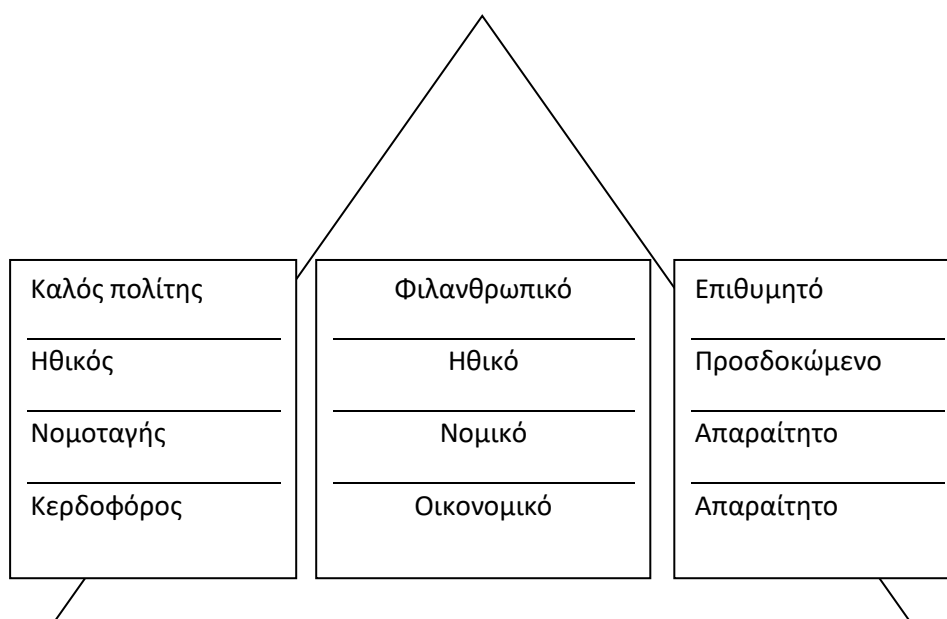
Το Παγκόσμιο Εμπορικό Επιμελητήριο για την κοινωνική ανάπτυξη σε δημοσίευση του με τίτλο " Making Good Business Sense " των Lord Holme και Richard Watts, σημειώνει ότι «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια συνεχής δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται ηθικά και να συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας έτσι την ποιότητα ζωής του εργατικού δυναμικού και των οικογενειών τους και κατ' επέκταση της τοπικής κοινωνίας και της κοινωνίας γενικότερα.» (Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ, ιστοσελίδα, ανάκτηση 8-5-13)

Σε σχετικό τους άρθρο οι Mark S . Schwartz και Archie B . Carroll αναφέρουν τα εξής: «Τις τελευταίες δεκαετίες, η συζήτηση για τη σωστή σχέση μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας των πολιτών έχει επικεντρωθεί στο θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) (Klonoski 1991). Στη σύγχρονη εποχή, η σκηνή είχε οριστεί για αυτή τη συζήτηση από τον Keith Davis, ο οποίος έθεσε δύο ενδιαφέροντα ερωτήματα στη δεκαετία του 1960: «Τι οφείλει ο επιχειρηματίας στην κοινωνία; "(Davis 1967) και" Μπορεί η επιχείρηση να έχει την πολυτέλεια να αγνοεί τις κοινωνικές ευθύνες της; "(Davis 1960). Παρά το γεγονός ότι πολλοί έχουν προσπαθήσει να καθορίσουν την ΕΚΕ όλα αυτά τα χρόνια, η έννοια έχει παραμείνει ασαφής και διφορούμενη για μερικούς(Makower 1994: 12). Οι ορισμοί της ΕΚΕ εμπίπτουν σε δύο γενικές σχολές σκέψης, σε εκείνους που υποστηρίζουν ότι η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη μόνο να μεγιστοποιεί τα κέρδη εντός των ορίων του νόμου και με ελάχιστους ηθικούς περιορισμούς (Friedman 1970, Levitt 1958), καθώς και εκείνους που έχουν προτείνει ένα ευρύτερο φάσμα των υποχρεώσεων προς της κοινωνία των πολιτών (Andrews 1973, Carroll 1979, Davis και Blomstrom 1975, Epstein 1987, McGuire 1963). Μια σημαντική προσπάθεια για να γεφυρωθεί το χάσμα ανάμεσα στις οικονομικές και άλλες προσδοκίες προσφέρθηκε από τον Archie Carroll (1979). Οι προσπάθειές του κατέληξαν στον παρακάτω ορισμό της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης: Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων περιλαμβάνει τις οικονομικές, νομικές, ηθικές και τις διακριτικές προσδοκίες που έχει η κοινωνία από τις επιχειρήσεις σε μια δεδομένη χρονική στιγμή.»(Schwartz, Carroll, 2003, σελ. 503)

Για να γίνει ποιο κατανοητή η σκέψη των αρθρογράφων παραθέτουμε το παρακάτω σχήμα,(1.1.) που παρουσιάζει την αντιστοιχία του κάθε επιπέδου της πυραμίδας με τις αντίστοιχες προσδοκίες ή πρακτικές. Έτσι βλέπουμε το οικονομικό επίπεδο να θεωρείται ως απαραίτητο και να συνδέεται με την κερδοφορία. Το νομικό επίπεδο είναι επίσης απαραίτητο αφού κάθε επιχείρηση ή οργανισμός οφείλει να είναι νομοταγής και να συμμορφώνεται με τους νόμους της πολιτείας ή της κοινωνίας. Το ηθικό επίπεδο είναι προσδοκώμενο και οι επιχειρηματίες ή τα στελέχη της επιχείρησης πρέπει να συμπεριφέρονται ανάλογα με το ισχύοντα ηθικό κώδικα της κάθε κοινωνίας στην οποία δραστηριοποιούνται.

Τέλος δε το φιλανθρωπικό επίπεδο το οποίο είναι επιθυμητό και ταυτίζεται με τον καλό πολίτη την σημερινή εποχή, τις δε παλαιότερες με τον φιλόπατρι πολίτη και ευεργέτη.

Σχήμα 1.1. Πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης



Source: A. B. Carroll, "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders," *Business Horizons* (July-August 1991): 39-48.

Οι τέσσερις κατηγορίες του Carroll ή τομείς της ΕΚΕ έχουν χρησιμοποιηθεί από πολλούς θεωρητικούς και εμπειρικούς ερευνητές. Πολλές μελέτες για την επιχειρηματική ηθική και την κοινωνία ενσωμάτωσαν τους τομείς του Carroll.

Ο Carroll (1979) ανέφερε ότι: " Η πρώτη και κύρια κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι οικονομικής φύσεως. Πριν από οτιδήποτε άλλο, η επιχείρηση είναι η βασική οικονομική μονάδα της κοινωνίας μας "(σελ. 500). Ο Carroll στη συνέχεια κατατάσσει τις άλλες εταιρικές ευθύνες στην παρακάτω φθίνουσα σειρά σπουδαιότητας: (1) νομική, (2) ηθική, και (3) φιλανθρωπική ευθύνη. Κάποιος μπορεί να αναρωτηθεί εάν η κατάταξη που πρότεινε ο Carroll βάσει της πολύ περιορισμένης τροποποιητικής επιχειρηματολογίας αυτής συμμερίζεται επίσης από τους καταναλωτές. (Maignan, 2001, σελ. 59)

Οι περισσότεροι ορισμοί πάντως, περιγράφουν την ΕΚΕ ως μια έννοια, σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε **εθελοντική βάση** κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες, στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές του με άλλα ενδιαφέροντα μέρη.

Παρόλο που δεν υπάρχει ένα κοινά αποδεκτός ορισμός έχουμε **τρία σημεία**, στα οποία υπάρχει συναίνεση. Το ένα είναι ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ, το δεύτερο σημείο είναι η στενή σχέση που υπάρχει με την βιώσιμη ανάπτυξη και το τρίτο είναι ότι πρόκειται για μια στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και δεν είναι απλά μια δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή. (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 5)

1.1.2. Η Διαχρονικότητα της ΕΚΕ

Ο όρος ΕΚΕ μπορεί να είναι σύγχρονος, αλλά σαν φιλοσοφία έρχεται και υπάρχει από την αρχαία ακόμη εποχή, αρκεί να μελετήσει κανείς τις χορηγίες στους Ολυμπιακούς αγώνες στην αρχαία Ελλάδα. Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων υπήρξε διάχυτη στο διάβα των αιώνων και πήρε διάφορες ονομασίες και μορφές, όπως χορηγία, ευεργεσία, φιλανθρωπία κλπ. Η φιλανθρωπία δεν ήταν πρακτική χαρακτηριστική μόνο της βυζαντινής περιόδου, όταν αναδείχθηκε σε κορυφαία πράξη από τον Χριστιανισμό. Υπήρχε ήδη από τον αρχαιότητα, από όπου την κληρονόμησε ο Χριστιανισμός και την εμφύσησε στους βυζαντινούς. (Ιστορικά θέματα , 2012, σ. 94)

Κατά τον 19^ο αιώνα, όπου συντελείται η μετάβαση από την γεωργική στην βιομηχανική κοινωνία, αναπτύχθηκαν τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Αμερική διάφορα κοινωνικά μοντέλα, στο πλαίσιο των οποίων οι επιχειρήσεις εφάρμοζαν με διάφορους τρόπους την κοινωνική τους υπευθυνότητα, είτε προσφέροντας κατοικία στους εργαζόμενους τους, ή φροντίζοντας τις οικογένειες τους. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε την περίπτωση την γερμανικής εταιρείας Bayer, η οποία στα τέλη του 19^{ου} αιώνα ξεκινά τις πρώτες κοινωνικές παροχές. Το 1877 ιδρύει για τους συνεργάτες της την πρώτη ασφάλιση υγείας (Betriebskrankenkasse). Μερικά χρόνια αργότερα δημιουργεί ταμείο αρωγής (Hilfsfond) για τους συνεργάτες που αντιμετωπίζουν επείγουσες ανάγκες. Το 1905 ιδρύει τον πρώτο Νηπιαγωγείο , επίσης προχωρά στην δημιουργία εργατικών κατοικιών , εργαστηρίων ή σχολών μαθητείας, πολυκλινικών, ιδρυμάτων συλλόγων και ενώσεων που σήμερα αριθμούν τα 50.000 μέλη περίπου. (Handbuch CC, 2008, άρθρο Schuster J. σελ. 146)

Στις αρχές του 20^ο αιώνα ξεκινάει η καθιέρωση των νομικών πλαισίων λειτουργίας των επιχειρήσεων και η ανάπτυξη του κράτους πρόνοιας. Ιδιαίτερα μετά την οικονομική κρίση του 1929, το πνεύμα της φιλανθρωπίας παραχώρησε την θέση του στις νομικές, συμβατικές και οργανωτικές δομές, για να εξελιχθεί έτσι η σήμερα ονομαζόμενη κοινωνική υποχρέωση. Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, η ανάδειξη των πολυεθνικών εταιρειών, η αυξανόμενη επίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η υιοθέτηση του επιχειρηματικού μοντέλου ότι οι επιχειρήσεις έχουν ως αποκλειστική ευθύνη έναντι των μετόχων τους, την αύξηση των κερδών και του πλούτου, με το γνωστό σλόγκαν (the business of business is business), έφερε στην επιφάνεια το ερώτημα των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας. Το 1987, τα Ηνωμένα Έθνη δημοσίευσαν την περιβόητη έκθεση Brundland, η οποία διακήρυξε ότι η μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη, ο πόλεμος κατά της φτώχειας και η αποτελεσματική διαχείριση του περιβάλλοντος συχνά πηγαίνουν χέρι με χέρι. Σε αυτήν την έκθεση πρωτοεμφανίστηκε και η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης που σύντομα συνδέθηκε με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης . (Οδηγός ΕΚΕ για ΜμΕ, 2008, σελ. 4)

Ιστορικά, ο όρος social responsibility, δηλαδή κοινωνική ευθύνη, καθώς επίσης και ο όρος social responsiveness, δηλαδή κοινωνική ανταπόκριση, παρουσιάζονται σε διάφορα συγγράμματα της διοίκησης επιχειρήσεων ήδη από την δεκαετία του 1970. Ο Peter

Drucker ήταν ένας από τους πρώτους που χρησιμοποίησε τον όρο social responsibility στο βιβλίο του *Tasks, Responsibilities, Practices* όπου αναφέρει το όρο «κοινωνική ευθύνη» σαν μια από τις οχτώ περιοχές όπου η επιχείρηση χρειάζεται να έχει αντικειμενικούς στόχους. (Drucker, P., 1973, σελ 74)

Το 1999 στο παγκόσμιο οικονομικό φόρουμ στο Νταβός, επισημοποιείται για πρώτη φορά η εταιρική κοινωνική ευθύνη ως κοινωνική αναγκαιότητα. Τότε ο Γενικός Γραμματέας των Ηνωμένων Εθνών ζήτησε από τις μεγάλες επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ένα βασικό σχέδιο αναφοράς της Κοινωνικής Ευθύνης, που να διασφαλίζει ένα ανθρώπινο πρόσωπο στην παγκόσμια οικονομία. Παράλληλα διατυπώθηκαν οι επιχειρηματικές αρχές των Ηνωμένων Εθνών τον Νοέμβριο του 1999, γνωστές ως Sullivan Principles, μέσω των οποίων οι εταιρείες που τις υπέγραψαν αποδέχθηκαν να:

- Υποστηρίζουν την οικονομική, κοινωνική και πολιτική δικαιοσύνη οπουδήποτε και αν δρουν επιχειρηματικά.
- Προστατεύουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και να ενθαρρύνουν την εφαρμογή ίσων δικαιωμάτων.
- Εκπαιδεύουν και να απασχολούν μειονεκτούντες υπαλλήλους.
- Βοηθούν στην ύπαρξη μεγαλύτερης ανοχής και κατανόησης μεταξύ των ανθρώπων, συντελώντας στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. (Θανόπουλος, 2003, σελ. 165-166)

Επομένως οι σημερινές δραστηριότητες των επιχειρήσεων σε θέματα περιβάλλοντος, κοινωνικής ευαισθησίας, πολιτισμού, επιμόρφωσης κλπ, δεν προέκυψαν από παρθενογένεση, αλλά προϋπήρχαν από παλαιότατων χρόνων απλώς παρουσιαζόταν και χαρακτηριζόταν διαφορετικά καθότι ήταν διαφορετικές οι ανάγκες κάθε εποχής

1.1.3. Τα χαρακτηριστικά της ΕΚΕ.

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 προσέγγιση (TBL, Triple Bottom Line, Elkington 1997) η ιδέα 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, προστασία περιβάλλοντος, εργασιακά δικαιώματα, συμπεριλαμβάνει την εταιρική φιλανθρωπία, εθελοντισμό, συμμετοχή στην κοινότητα, εταιρική διαφάνεια, υιοθέτηση αρχών και κωδίκων, ενημέρωση καταναλωτών, υπευθυνότητα διαχείρισης προϊόντων και υπηρεσιών κλπ. (ΕΤΑΤ, 2008, ιστοσελίδα α/α 3, σελ. 13-15)

Τα κύρια χαρακτηριστικά της ΕΚΕ, σύμφωνα με τους Basu a. 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.(Βοριά Ε, 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 κατοχήν ή άλλες περιπτώσεις όπως είναι το Μακεδονικό ζήτημα, που διάφορες επιχειρήσεις χρηματοδοτούν διάφορες οργανώσεις ή συλλόγους προκειμένου να μη περάσουν οι αλυτρωτικές θέσεις των αντιπάλων.

1.2. Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ 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)

1.2.1 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 τον διασφαλίζει ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας να τον αμείβει νόμιμα και γενικά να τηρεί τους νόμους εργασιακής νομοθεσίας. Τα κίνητρα για την υποκίνηση των εργαζομένων πρέπει να είναι τέτοια που να διασφαλίζεται τόσο η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης όσο και η ικανοποίηση του εργαζομένου.

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, σελ. 54)

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, καθότι το τμήμα Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού μπορεί δέσει του υπαλλήλους με την στρατηγική. Εάν εργάζεται κανείς σε πρωτοβουλίες ΕΚΕ, τότε είναι μέρος της στρατηγικής καθότι έτσι το θέμα δεν

γίνεται εφήμερο αλλά ευθυγραμμίζεται με την λειτουργία των ανθρώπινων πόρων, τους στόχους της επιχείρησης την εξέλιξη της σταδιοδρομίας κλπ. (ο.π. σελ. 55)

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 του 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 συζητήσεις. (Haas Edersheim, El. σελ. 281)

Ο Drucker θεωρούσε ότι το πιο πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο μιας επιχείρησης είναι οι άνθρωποί της.(ο.π. σελ. 151)

1.2.2. 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.

1.2.3. 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 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, επιτρέποντας στους πολίτες 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 σχετικά με το θέμα αυτό, μπορεί να συνεισφέρει στην προώθηση των αρχών και πρακτικών της ΕΚΕ, όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

1.2.4. 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 βλέπουν και 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, σελ. 63-64)

Η εξέλιξη όμως αυτή είχε ως αποτέλεσμα ο 21^{ος} 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 κατάσταση της λογικής: είτε θα βοηθούσε το περιβάλλον και θα έπληττε την επιχείρησή του είτε θα βοηθούσε την επιχείρησή εις βάρος του περιβάλλοντος. Ευτυχώς η αντίληψη αυτή διαψεύσθηκε 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 του περιβάλλοντος 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, σελ. 334)

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. έτσι ώστε να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Έτσι επαληθεύεται η ρήση ότι η πρακτικές ΕΚΕ είναι εθελοντικές μεν αναγκαστικές δε.

1.2.5. 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 6^η θέση της συνολικής κατάταξης ανάμεσα σε 1300 εταιρείες από 17 χώρες στον διαγωνισμό 'European Great Place to Work', όπου έχουν 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 αυτοί ή οι οργανισμοί αξιολόγησης, αμείβονται για τις υπηρεσίες τους από τις ίδιες τις εταιρείες και επομένως υπάρχει μια συμφεροντολογική σχέση, την οποία απλώς θα πρέπει κανείς να την έχει υπόψη του. Αυτό φυσικά δεν σημαίνει ότι οι εταιρείες αυτές 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/ες 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 ιδιυλλιακό 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 δύσκολες οικονομικές συγκυρίες που βιώνει ο επιχειρηματικός κόσμος και όχι μόνο.(ο.π. σελ. 7)

«Πάντων μέτρων άνθρωπος» 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, ενταγμένη στο ΕΣΥ έχει σαν πρωταρχικό στόχο την βελτίωση του επιπέδου υγείας, γι' αυτό έχει εισαγάγει δείκτες ποιότητας υπηρεσιών σε όλη την μονάδα με την διαπίστευση του JCI¹. 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 οικογένειά μου θα με βοηθήσουν και χωρίς να το ζητήσω». Ποιο συγκεκριμένα η παραπάνω νοσηλευτική επιχείρηση εφαρμόζει τις παρακάτω ειδικές και ξεχωριστές πρακτικές και παροχές για τους εργαζόμενους/νες της. Μερικές δε από αυτές είναι:

- 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 αυτό της κοινωνικής ευθύνης. Επιπλέον δε να επισημάνουμε ότι οι πρακτικές αυτές κοινωνικής προσφοράς και ευθύνης προς τους εργαζόμενους, είναι ανταποδοτικές, καθότι ισχύει και εδώ το νομοτελειακό αξίωμα της ανταποδοτικότητας. 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 Junior Chamber International

1.3. Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ

Η εξωτερική διάσταση αναφέρεται σε όλους όσους βρίσκονται εκτός της επιχείρησης που ωστόσο επηρεάζονται έμμεσα ή άμεσα από τη λειτουργία της, και 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, την ανάληψη μέτρων για την υποστήριξη ηθικών πρακτικών και για την καταπολέμηση της διαφθοράς, καθώς και την 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 προστασία ανθρωπίνων δικαιωμάτων, διάλογο και συνεργασία με τις κοινότητες που επηρεάζονται καθώς και ενεργή συνεισφορά μέσω εθελοντικών προγραμμάτων των εργαζομένων.

1.3.1. 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 και της επιχείρησης. Μεταξύ τοπικής κοινωνίας πρέπει να υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση, αλληλοβοήθειας, αλληλοϋποστήριξης, κυρίως σε περιόδους ύφεσης αλλά όχι μόνο.

Ποιοί 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 σε βγει σε καλό είναι μια από τις πολλές ρήσεις που υπάρχουν στις παραδόσεις διαφόρων πολιτισμών και θρησκειών. (Byrne R., 2006, σελ. 43)

Οι περισσότεροι γιατροί και θεραπευτές, αναφέρουν ο Ph. Kotler και η N. Lee στο βιβλίο τους, 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 έχει ανάλογα οφέλη. Εξάλλου αυτό έχει διαπιστωθεί από πάρα πολλές μελέτες και έρευνες, 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, εκτός από την κοινωνία, 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, σελ. 24)

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, σελ. 25)

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.

1.3.2. 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 κατάχρηση 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 προσδοκίες αυτών των αρχών.
- 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)

1.3.3. 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 μεγάλη κριτική και είχαν μεγάλες οικονομικές επιπτώσεις όταν αποκαλύφθηκε ότι, οι προμηθευτές τους χρησιμοποιούσαν ανήλικα παιδιά στα εργοστάσιά τους.² Μπορεί σε κάποιες χώρες να μην υπάρχει νομοθεσία που να απαγορεύει την εργασία ανηλίκων, η ηθική όμως και κουλτούρα των βιομηχανικά ανεπτυγμένων χωρών δεν αποδέχεται μια τέτοια πρακτική, έστω και αν δεν είναι παράνομη.

Στις 13 Αυγούστου 2003, η υπό – επιτροπή 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 που προωθήθηκε για ψήφιση στην Ολομέλεια της Επιτροπής Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, το Μάρτιο του 2004.

² Μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες σε εργοστάσια της Ασίας (βλ. Μουλόπουλος, 1998, εφημ. Το βήμα)

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). 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 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 πάνω από 80 κρατικές υπηρεσίες στους πολίτες. 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, σελ. 84)

Το ζητούμενο ή το ερώτημα που γενάτε εδώ είναι, αν θα μπορεί να διασφαλιστεί ότι σε όλες τις χώρες οι εγχώριες ή ξένες πολυεθνικές επιχειρήσεις τηρούν τις δεσμεύσεις τους και αποδέχονται τους κανόνες έτσι 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.

1.3.4. 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 την 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 όχι μόνο τις προσδοκίες των μετόχων και των συμμετόχων αλλά και όλης 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 την συνέχιση της λεγόμενης αιφόρου ανάπτυξης, αλλά και της συνέχισης 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, δίκαια βασισμένη στα δεδομένα της επιστήμης και νομικά δεσμευτική, τονίζει μεταξύ άλλων ο 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, ιστοσελίδα α/α 10, 6/12/09, σελ. 17)

Η προστασία του περιβάλλοντος πρέπει να βρίσκεται στο επίκεντρο της ΕΚΕ των επιχειρήσεων. Οι αυξανόμενες ανησυχίες για τις κλιματικές αλλαγές ωθούν όλο και περισσότερες εταιρείες να εξετάσουν τον τρόπο λειτουργίας τους ώστε να επιβαρύνουν στο ελάχιστο δυνατόν 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 αιφόρο 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 των 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, από 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 μοιραία 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 την 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. (Γσούκας Χ., 2007, άρθρο του Κ. Χατζημπίρου, σελ. 97-98).

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 στην χώρα μας τόσο σε κοινωνικά όσο και σε περιβαλλοντικά θέματα και προβλήματα.

Οι διαπιστώσεις αυτές όπως και πολλές άλλες που δεν αναφέρουμε μπορεί διαπιστώνουν 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, σελ. 99).

Παρόλα αυτά όμως η ελληνική κοινωνία και πολιτεία ακολουθώντας τις επιταγές τόσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και της Διεθνούς Κοινότητας έχει κάνει αργά μεν αλλά μεγάλα και σταθερά βήματα, που δεδομένων των γεωπολιτικών συνθηκών της περιοχής μπορούν να θεωρηθούν ως ικανοποιητικά επιτεύγματα.

1.3.4.1. 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 αντανakλούσε 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 η ο άνθρωπος θα μπορούσε να μιμηθεί αυτό το φυσικό φαινόμενο έτσι 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 ηφαιστειών 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 αντανακλούν 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 αναγνώριζαν ότι υπάρχει. 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 πολτό 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.

Κεφάλαιο 2^ο

2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

2.1. ΟΙ ΒΑΘΜΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

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. Με τη προϋπόθεση ότι 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. (Montana, Charnov, 2004, σελ. 69)

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 και αυτή μια προσέγγιση η οποία θεωρεί ότι, οι στόχοι μια 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 ηθική και ολιστική θεώρηση της επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρήσεις ως μέρος του όλου της κοινωνίας θα πρέπει να επιδιώκουν την κοινωνική ευθύνη, διότι διαφορετικά η αποστασιοποίησή τους και η ανευθυνότητά τους, θα αποβεί σε βάρος του όλου 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. (Montana, Charnov, 2004., σελ. 71)

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 η εταιρεία δραστηριοποιείται εντός της κοινωνίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η χρηματοδότηση ενός προγράμματος καταπολέμησης των ναρκωτικών στα σχολεία. Το μελλοντικό 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. (Montana, Charnov, 2004, σελ. 72-73)

Ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα κοινωνικής ευθύνης και ποιο 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. ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΚΕ.

2.2.1. Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ.

Αν θελήσουμε να κάνουμε μια σύγκριση με το προαναφερθέν σκεπτικό, των τριών βαθμών ΕΚΕ, θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τους παρακάτω τρεις διαφορετικούς, τρόπους αντίληψης, για το πώς κατανοούν οι επιχειρήσεις σήμερα την ΕΚΕ.

Το πρώτο επίπεδο είναι εκείνο, που για κάποιες επιχειρήσεις σημαίνει προσφορά ή δημιουργία θέσεων εργασίας, καταβολή φόρων και γενικά συμμόρφωση με την νομοθεσία.

Σε λίγο ανώτερο επίπεδο η ΕΚΕ ταυτίζεται με την φιλανθρωπία, χορηγία, εθελοντισμό κλπ. Στην δε χορηγία η δημιουργία υπεραξίας μπορεί να είναι πολύ μεγάλη όταν ποντάρει κανείς σε έναν ανερχόμενο αθλητή, ο οποίος εκτός από τις άριστες επιδόσεις θα είναι και πολύ δημοφιλής.

Όσο δε αφορά την επιτυχία της χορηγίας (Fabisch N. 2004) , αρκεί να ακολουθήσει κανείς τα τέσσερα ακόλουθα βήματα.

- ✓ Στρατηγικό σχέδιο.
- ✓ Πολυεπίπεδο συντονισμό και συμμετοχή των εργαζομένων.
- ✓ Ενεργή διαφάνεια στην επικοινωνία τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά.
- ✓ Μέτρηση και αξιολόγηση των επιδόσεων.(Habisch A. 2008, κ.α. σελ. 210)

Μια άλλη αντίληψη αυτή των «αρνητικών κριτηρίων» όπου η κοινωνική ευθύνη για μια επιχείρηση σημαίνει ότι «δεν κάνει κακό». Δηλαδή δεν μολύνει το περιβάλλον, δεν καταναλώνει μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους, δεν παράγει επιβλαβή προϊόντα κλπ.

Στο επόμενο επίπεδο που χαρακτηρίζεται ως «θετικές ενέργειες», που σημαίνει ότι κάποιες επιχειρήσεις ενσωματώνουν στην εσωτερική τους δομή κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα ή ακόμη και προληπτικές ενέργειες μελλοντικών προβλημάτων που διαφαίνονται ότι θα προκύψουν.

Οι Matten και Moon(2004), κάνουν τη διάκριση μεταξύ υποκρυπτόμενης και απερίφραστης ΕΚΕ. Η υποκρυπτόμενη ΕΚΕ είναι εγγενής στις σχέσεις επιχειρήσεις – κοινωνίας – κυβέρνησης που προκύπτουν από ισχυρούς νόμους και αποτελούνται από αξίες, θέσμια, που ως επί το πλείστον έχουν ως επακόλουθο δεσμευτικές απαιτήσεις για τις εταιρείες να αντιμετωπίσουν κοινωνικά ζητήματα. Η απερίφραστη ΕΚΕ θα περιλάμβανε κανονικά εθελοντικές πρακτικές, πολιτικές που κατευθύνονται από το ίδιο το συμφέρον, προγράμματα και στρατηγικές εταιρειών, να αντιμετωπίσουν ζητήματα που γίνονται αντιληπτά από την εταιρεία και τους εμπλεκόμενους της ως μέρος του κοινωνικού καθήκοντος.(Πουλαστίδης Φ. σελ. 15)

2.2.2. Πως εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ.

Το πρώτο επίπεδο, κατά το οποίο οι επιχειρήσεις εκδίδουν έναν κώδικα δεοντολογίας ή κάποιο οδηγό συμπεριφοράς, όπου αναφέρονται οι προθέσεις τους σχετικά με την κοινωνία και το περιβάλλον.

Στο δεύτερο επίπεδο υπάγονται επιχειρήσεις που προθυμοποιούνται να εφαρμόσουν κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα δράσεων, όπως π.χ. η υιοθέτηση ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης, ή διαβούλευση με προμηθευτές του τρίτου κόσμου σχετικά με τις συνθήκες εργασίας του προσωπικού τους. Στην περίπτωση αυτή οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται μόνες τους χωρίς την συνεργασία με άλλους φορείς.

Στο τρίτο επίπεδο οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν ένα από τα γνωστά συστήματα αξιολόγησης των προγραμμάτων ΕΚΕ, όπως τα πρότυπα EMAS το ISO14001 ή το SA8000. Στην περίπτωση αυτή η αξιολόγηση μπορεί να γίνεται εσωτερικά ή να ανατίθεται σε εξειδικευμένες τρίτες εταιρείες.

Στο τέταρτο επίπεδο η ΕΚΕ ενσωματώνεται στην επιχειρηματική ζωή στο πλαίσιο ενός ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης. Στο επίπεδο αυτό η ΕΚΕ καθίσταται αναπόσπαστο μέρος όλων των λειτουργιών της επιχείρησης και λαμβάνεται υπόψη κατά την λήψη όλων των σημαντικών αποφάσεων.

Στο πέμπτο στάδιο η επιχείρηση μετά από διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη προσπαθεί να εντοπίσει τους στόχους, τους τρόπους επίτευξης των στόχων, καθώς και την αποτελεσματικότητα αυτών των προσπαθειών. (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 5-6)

2.2.2.1. Πρακτικές εφαρμογές ΕΚΕ.

Αν και η ΕΚΕ δεν είναι κάτι εντελώς καινούργιο ή προήλθε από παρθενογένεση, υπό την μορφή όμως που την γνωρίζουμε σήμερα, ξεπρόβαλε την δεκαετία του '60. Ήταν η εποχή που οι ακτιβιστές αμφισβητούσαν τον αποκλειστικά οικονομικό στόχο των επιχειρήσεων. Φυσικά παρά τα επιχειρήματα των «πολέμιων» της ΕΚΕ τα πράγματα και

οι καιροί έχουν αλλάξει πάρα πολύ και η ΕΚΕ έχει αποκτήσει στόχο στρατηγικής επιλογής τουλάχιστον για τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Φιλανθρωπία, τιμολόγηση, σχέσεις εργαζομένων, συζητήσεις για τους πόρους, ποιότητα προϊόντων, επιχειρηματική δραστηριότητα σε χώρες με απολυταρχικά καθεστάτα κλπ., είναι μερικές από τις αποφάσεις που πρέπει να πάρουν οι μεγάλες επιχειρήσεις. Προκειμένου δε να αντιμετωπίσουν όλα αυτά τα ζητήματα οι Μάνατζερ των επιχειρήσεων αναθεωρούν, σχεδιάζουν και ανασχεδιάζουν τις πρακτικές τους εφαρμογές σε όλους τους τομείς δραστηριότητάς, με κύρια έμφαση και μεγαλύτερη ευαισθησία στο περιβάλλον ή πράσινο μάνατζμεντ. (Robbins, 2012, σελ. 99)

Παραδείγματα τέτοιων πρακτικών εφαρμογών έχουμε πάρα πολλά τόσο διεθνώς όσο και σε εγχώριες επιχειρήσεις όλων σχεδόν των κλάδων. Το Δίκτυο ΕΚΕ σε ειδική έκδοσή του με την ευκαιρία του συνεδρίου " Κοινωνικός Επιχειρείν Αθήνα 2011 ", αναφέρεται σε περισσότερες από 100 επιχειρήσεις ελληνικές και ξένες με 12 πλέον διαδεδομένες πρακτικές των μεγαλύτερων επιχειρήσεων όλων των κλάδων.

Ενδεικτικά αναφέρουμε μερικές απ' αυτές όπως: Πρόγραμμα πρόσθετης ιατροφαρμακευτικής ασφάλισης, περιβαλλοντικές δράσεις, ανακύκλωση, τράπεζα αίματος και αιμοδοσία, δωρεές χορηγίες σε χρήμα και είδος, πιστοποίηση συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, κλπ.

2.2.3. Τι είναι και τι δεν είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ.

- Δεν είναι μόνο η συμμόρφωση με την νομοθεσία.
- Δεν είναι φιλανθρωπία και εμπορική χορηγία.
- Δεν είναι δημόσιες σχέσεις. Μπορεί τα όρια κάποιων δράσεων ΕΚΕ να προσεγγίζονται, να εφάπτονται ή να επικαλύπτονται, αλλά μια επιχείρηση δεν ενσωματώνει μέσα στου στρατηγικούς της στόχους την ΕΚΕ απλά και μόνο για να κάνει δημόσιες σχέσεις.
- Δεν είναι αντίφαση στον κύριο επιχειρηματικό της στόχο που είναι το κέρδος.
- Δεν είναι λόγια αλλά πράξεις.

ΕΙΝΑΙ.

- Είναι πλατφόρμα κοινωνικού διαλόγου. Επενδύει στην αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη που δημιουργείται ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη ύστερα από ισότιμο, συνεχή και διάφανο διάλογο.

- Δημιουργεί ένα επίπεδο αμοιβαίας εμπιστοσύνης και σεβασμού, παρέχει ευκαιρίες για συνέργειες και συνεχείς βελτιώσεις, όπου η κατανόηση των αναγκών όλων των μερών είναι επιβεβλημένη για την εφαρμογή οποιωνδήποτε δράσεων.
- Είναι «επένδυση» που αποφέρει αποτελέσματα μακροπρόθεσμα και δεν μπορούν να μετρηθούν άμεσα.
- Είναι πηγή καινοτομίας. Παρέχει λύσεις σε πραγματικά προβλήματα που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση μια περιοχή ένα κλάδος ή η κοινωνία γενικότερα. (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 6)

Επομένως κάποιες επιχειρήσεις που προβαίνουν σε ολοσέλιδες κυρίως καταχωρήσεις σε εφημερίδες προκειμένου να δημοσιοποιήσουν το κοινωνικό τους έργο πρέπει να είναι πιο προσεκτικές ως προς το περιεχόμενο αυτών των καταχωρήσεων. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι το ύψος των επενδύσεων αόριστα, ούτε ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολεί μια επιχείρηση, ούτε οι φόροι που πληρώθηκαν. Είναι όμως τα χρήματα που δαπανήθηκαν ή συγκεντρώθηκαν για κοινωφελείς σκοπούς, οι επενδύσεις που έγιναν για αντιρρυπαντικούς λόγους, η μείωση που επιτεύχθηκε στην κατανάλωση νερού χαρτιού ενέργειας κλπ.

2.2.4. Τα ενδιαφερόμενα μέρη (Stakeholders).

Η ΕΚΕ πρέπει να ενδιαφέρει όλους μας, καθότι όταν ζεις σε ένα οργανωμένο σύνολο ή σε μια οργανωμένη κοινωνία, οι επιρροές και οι αλληλεπιδράσεις είναι τέτοιες που όλοι λίγο πολλοί επηρεαζόμαστε, δεχόμενοι τα θετικά ή αρνητικά κάποιας συμπεριφοράς ή δραστηριότητας.

Ενδιαφέρει τις **επιχειρήσεις**, μεγάλες ή μικρές, οι οποίες μέσα από το υπεύθυνο «επιχειρείν» μπορούν να βελτιώσουν την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους αποτελεσματικότητα.

Ενδιαφέρει τους **εργαζόμενους** διότι διασφαλίζει ένα εργασιακό περιβάλλον δημιουργικό και ανταποδοτικό. Για τον λόγο αυτό οι επιχειρήσεις καλούνται να εφαρμόσουν στρατηγικές που να κάνουν την επιχείρησή τους προτιμητέα από τα στελέχη της αγοράς εργασίας.

Ενδιαφέρει το **καταναλωτικό κοινό**, το οποίο όλο και περισσότερο εξελίσσεται και διευρύνεται, προτιμώντας προϊόντα ή υπηρεσίες που συνδέονται με κοινωνικά και οικολογικά «διαπιστευτήρια». Οι πελάτες – καταναλωτές μπορούν να αποτελέσουν ένα ισχυρό μοχλό πίεσης προς τις επιχειρήσεις ώστε να εφαρμόζουν όσο τα δυνατόν περισσότερες πρακτικές ΕΚΕ. (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 7).

2.2.5. Η εφαρμογή της ΕΚΕ στη πράξη.

Η εφαρμογή και υιοθέτηση της ΕΚΕ από την επιχείρηση οφείλει να ακολουθήσει κάποια συγκεκριμένη πρακτική, προκειμένου να έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Η πρακτική αυτή περιλαμβάνει 7 βήματα, τα οποία είναι συνοπτικά τα εξής:

1^ο Βήμα. Προσδιορισμός του σκοπού και του οράματος της επιχείρησης.

Εκτός από τον βασικό στόχο που είναι το κέρδος της επιχείρησης, η σύγχρονη επιχείρηση πρέπει μέσα στο όραμά της να έχει και άλλους στόχους που είναι τα οφέλη για τους ανθρώπους, την κοινωνία και το περιβάλλον. Η επιχείρηση πρέπει να αξιολογήσει τους στόχους της και να τους ενσωματώσει στο όραμά της.

2^ο Βήμα. Ορισμός υπεύθυνου για την ΕΚΕ.

Ο ρόλος του υπεύθυνου πρέπει να είναι πολλαπλός και σημαντικός. Ο υπεύθυνος πρέπει να εμπλέξει στη διαδικασία αυτή όλες τις διευθύνσεις και όσο το δυνατόν περισσότερα άτομα της επιχείρησης. Η δέσμευση της επιχείρησης, όπως και στην περίπτωση της ΔΟΠ, πρέπει να προέρχεται από την διοίκηση, τον ιδιοκτήτη ή τον Γενικό Διευθυντή της διότι, αυτός θα είναι υπεύθυνος για την επιτυχία ή αποτυχία του όλου εγχειρήματος.

3^ο Βήμα. Καθορισμός προτεραιοτήτων.

Η ένταξη της ΕΚΕ στις γενικότερες στρατηγικές των επιχειρήσεων δεν σημαίνει ότι οι δράσεις πρέπει να εκτελούνται ταυτόχρονα όλες μαζί. Οι προτεραιότητες και η βαρύτητα εξαρτώνται ανάλογα με το αντικείμενο δραστηριότητας της κάθε επιχείρησης. Τις προτεραιότητες θα πρέπει να τις καθορίζουν ομάδες εργασίας, ανάλογα με την επικινδυνότητα ή σημαντικότητα κάθε δραστηριότητας. Δηλαδή θα πρέπει να σχηματίζεται ένας οδικός χάρτης για την ΕΚΕ, που θα περιλαμβάνει βραχυχρόνιες προτεραιότητες και μακροχρόνιους στόχους.

4^ο Βήμα. Προσδιορισμός των ενδιαφερομένων μερών(stakeholders).

Οι εργαζόμενοι, η κοινότητα, οι πελάτες, οι καταναλωτές, οι προμηθευτές, το περιβάλλον και η κοινωνία γενικότερα, αποτελούν τις προϋποθέσεις, για να υπάρχει να επιβιώνει και να κερδίζει η επιχείρηση.

Για κάθε μια από τις παραπάνω ομάδες, θα πρέπει να αποτυπωθεί ένας χάρτης, που να απεικονίζει τις σχέσεις, που έχει μαζί της η επιχείρηση. Η διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη πρέπει να γίνεται τακτικά, καθότι μέσα από τον διάλογο μπορεί να προκύψουν αμοιβαία οφέλη και στόχοι αμοιβαίου συμφέροντος, οι οποίοι στη συνέχεια μπορούν να ενσωματωθούν στις στρατηγικές ΕΚΕ.

5^ο Βήμα. Καθορισμός ενός προγράμματος επιχειρηματικής υπευθυνότητας.

Αφού προσδιοριστούν οι προτεραιότητες και τα ενδιαφερόμενα μέρη, το επόμενο βήμα είναι ο καθορισμός ενός προγράμματος επιχειρηματικής υπευθυνότητας. Ανάλογα με την ομάδα των ενδιαφερομένων μερών, στην οποία απευθύνεται το πρόγραμμα της επιχείρησης, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει:

Εργαζόμενους: θέματα που αναφέρονται σε:

- Κανόνες και πολιτικές που διασφαλίζουν την υγιεινή και την ασφάλειά τους.
- Συμμετοχή τους στην εταιρική διακυβέρνηση.
- Βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος και ίσες ευκαιρίες για όλους.
- Δυνατότητα κατάρτισης και δυνατότητα προαγωγής μέσα στην επιχείρηση. Η κατάρτιση πρέπει να επεκτείνεται και σε θέματα διαχείρισης της προσωπικής ζωής ακόμη και για την μετά την συνταξιοδότηση ζωή.
- Ανάπτυξη και επικοινωνία πολιτικών που στοχεύουν στην ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, όπως ελαστικό ωράριο, φροντίδα των παιδιών κατά τις εργάσιμες ώρες κ.λπ.
- Εφαρμογή προγραμμάτων προληπτικού ελέγχου υγείας, και ενθάρρυνση πρακτικών για ένα υγιές εργασιακό περιβάλλον.
- Ανταπόκριση σε ανεγνωρισμένα διεθνή εργασιακά πρότυπα συμπεριλαμβανομένης της ελευθερίας του «συνδικαλιζέσθε».
- Πολιτικές προώθησης ίσων ευκαιριών, απάλειψης των διακρίσεων σε προσλήψεις, μισθούς, ή άλλων διακρίσεων που έχουν σχέση με το φύλο την καταγωγή, το χρώμα κ.λπ.

Κοινωνία: Θέματα που αναφέρονται σε:

- Πρακτικές και μηχανισμοί προώθησης αμφίδρομης συνεργασίας και επικοινωνίας με τις τοπικές κοινωνίες.
- Αντιμετώπιση της κοινότητας ως σημαντικού και απαραίτητου ενδιαφερομένου μέρους. Η τοπική κοινωνία πρέπει να ενημερώνεται για τις λειτουργίες της επιχείρησης και οι όποιες επιπτώσεις των σημερινών και μελλοντικών δραστηριοτήτων προς αυτήν, να λαμβάνονται υπόψη στην λήψη αποφάσεων.
- Δημιουργία προγραμμάτων που να ενθαρρύνουν τον εθελοντισμό των εργαζομένων προς όφελος της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.
- Εφαρμογή κοινών ενεργειών με τοπικές οργανώσεις με στήριξη ακόμη και συμμετοχή των μελών του ΔΣ της επιχείρησης.

Προμηθευτές: Θέματα που αναφέρονται σε:

- Στην απαραίτητη δημιουργία Κώδικα Δεοντολογίας Προμηθευτών.
- Υποστήριξη των προμηθευτών σε θέματα ΕΚΕ, ποιότητας, τήρησης των προδιαγραφών και της δεοντολογίας.
- Προτίμηση συνεργατών – προμηθευτών που εφαρμόζουν την ιδέα του δικαίου εμπορίου και την συμμόρφωση με τα ανθρώπινα δικαιώματα.
- Γνώση του τόπου και των συνθηκών που παράγονται τα προϊόντα της επιχείρησης και αν κατά την παραγωγή παραβιάζονται τα ανθρώπινα δικαιώματα ή περιβαλλοντικοί νόμοι και πρακτικές.

Περιβάλλον: Θέματα που αναφέρονται σε:

- Επίσημη και ξεκάθαρη δέσμευση της επιχείρησης στην αειφόρο και βιώσιμη ανάπτυξη.
- Συνεχή προσπάθεια για βελτίωση της αποτελεσματικότητας, με την οποία η επιχείρηση χρησιμοποιεί όλες τις μορφές ενέργειας και εκμετάλλευσης των πρώτων υλών.
- Δημιουργία προγραμμάτων για έλεγχο της χρήσης ενέργειας, νερού, πρώτων υλών, αλλά και των εκπομπών στο περιβάλλον.
- Δέσμευση και χρήση και παραγωγή ανακυκλώσιμων και ανακυκλωμένων υλικών.
- Πρακτικές και ενέργειας άμεσες ή έμμεσες που βοηθούν, προστατεύουν και δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον.

Ασφαλώς, οι προαναφερθείσες πρακτικές-αναφορές είναι ενδεικτικές και δεν εξαντλούν το μεγάλο φάσμα καλών πρακτικών ΕΚΕ.

6^ο Βήμα: Εφαρμογή και μέτρηση.

Κανονικά και λογικά, η διαδικασία εφαρμογής πρέπει να επιτελείται με την συμμετοχή όλων των εργαζομένων. Είναι όμως ευκολότερο και αποτελεσματικότερο η διαδικασία να αρχίζει με μια επιλεγμένη ομάδα οδηγό, σε έναν τομέα που έχει επιλεγεί ότι έχει προτεραιότητα.

Η ομάδα αυτή θα πρέπει να έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και να έχουν την γενική στρατηγική άποψη της εταιρείας. Η ομάδα στην αρχή θα πρέπει να συνεργασθεί με άλλους εργαζόμενους για την συλλογή στοιχείων και μετά για την εφαρμογή των ενεργειών βελτίωσης και την εφαρμογή των νέων πρακτικών. Η αξιολόγηση και η μέτρηση των αποτελεσμάτων είναι απαραίτητη και πρέπει να γίνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα προκειμένου να αξιολογείται και να διαπιστώνεται η επίτευξη των στόχων.

Η μέτρηση των αποτελεσμάτων εφαρμογής των πρακτικών ΕΚΕ πρέπει να γίνεται, με την χρήση συγκριτικών αξιολογήσεων, ανάλογα με το κλάδο, αλλά και με την αξιοποίηση εργαλείων αυτοαξιολόγησης και συνεχούς βελτίωσης. Σ' αυτές τις περιπτώσεις επιβάλλεται να γίνουν τα παρακάτω βήματα:

1. Ανάπτυξη ενός εργαλείου ελέγχου και οδηγιών για την εφαρμογή
2. Ορισμός εσωτερικών ή εξωτερικών ελεγκτών.
3. Διορθωτικές ενέργειες ή βελτιώσεις των ήδη υπαρχόντων.

7ο Βήμα: Επικοινωνία – Δημοσιοποίηση.

Η επικοινωνία των δράσεων ΕΚΕ πρέπει να είναι συνεχής και επαγγελματική καθότι έτσι δείχνει τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί η επιχείρηση καθώς και ότι οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές ευθύνες αντιμετωπίζονται με σοβαρότητα. Με τον τρόπο αυτό αυξάνεται η φήμη της, βελτιώνονται οι σχέσεις της με τα ενδιαφερόμενα μέλη, παρακινεί και υποκινεί το προσωπικό και βελτιώνει την πρόσβασή της σε νέες αγορές και επιχειρηματικές συνεργασίες.

Η δημοσιοποίηση των δράσεων ΕΚΕ δημιουργεί αξία στην επιχείρηση ή τον οργανισμό, καθότι δημιουργείται μια αμφίδρομη πληροφόρηση η οποία βοηθά στην λήψη αποφάσεων, σε βελτίωση των προγραμμάτων και καλύτερη εκπλήρωση των ενδιαμέσων ή τελικών στόχων που έχουν σχέση με τις πρακτικές της ΕΚΕ.

Πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την δημοσιοποίηση ως εργαλείο εσωτερικής επικοινωνίας για συνεχή βελτίωση. Άλλες τη χρησιμοποιούν ως μέσο βελτίωσης των εξωτερικών τους σχέσεων και της φήμης τους. Σημαντικό πάντων είναι ότι η δημοσιοποίηση δεν πρέπει να είναι ψευδεπίγραφη ή να γίνεται με εκφράσεις επικοινωνιακού χαρακτήρα ή κενού περιεχομένου. Για να υπάρξει ολιστική προστιθέμενη αξία, οι δημοσιοποιήσεις πρέπει να γίνονται εφ' όσον υπάρχει πραγματική δέσμευση και ειλικρίνεια για την ΕΚΕ καθώς επίσης και διάθεση για συνεχή βελτίωση των δράσεων που πραγματοποιούνται. (Οδηγός ΕΚΕ για Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2008, σελ. 12-15).

2.2.6. Η αξιολόγηση και η αντίληψη της ΕΚΕ από την σκοπιά των πολιτικών.

Η εφημερίδα 'Έθνος' δημοσίευσε σε ένα πολυσέλιδο ένθετο ετήσιας έκδοσης, στις 4 Απριλίου 2009, μία πολύ ενδιαφέρουσα έρευνα, με συνεντεύξεις από διάφορες εξέχουσες προσωπικότητες από τον Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως ο Βλαντίμιρ Σπίντλα, Επίτροπος Κοινωνικών Υποθέσεων της Ε.Ε., ο Ετιέν Νταβινιόν, πρόεδρος CSR Europe, ο Σταύρος Δήμας, Επίτροπος Περιβάλλοντος, ο Λάμπρος Κανελλόπουλος, πρόεδρος Ελλ. Εθνικής Επιτροπής UNICEF, και άλλοι αξιωματούχοι της πολιτικής ζωής.

Μερικές από τις πολλές διαπιστώσεις ήταν ότι:

- Εάν η επιχείρηση δεν εξυπηρετεί την κοινωνία, η κοινωνία δεν θα ανεχτεί τα κέρδη.

- Η ύφεση είναι ευκαιρία για την δημιουργία πράσινης οικονομίας.
- Οι εταιρίες – κυρίως του χρηματοοικονομικού τομέα – θα πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή σε θέματα ηθικής τάξης και υπευθυνότητας.
- Η ΕΚΕ είναι κοινωνική αναγκαιότητα και όχι πολυτέλεια.
- Η ΕΚΕ αποτελεί ένα ιδιαίτερα θετικό στοιχείο σε εποχή ευημερίας και αδιαμφισβήτητα απαραίτητο σε περίοδο κρίσης.
- Η ΕΚΕ είναι προϋπόθεση για την αιεφόρο ανάπτυξη.

Είναι μερικές από τις πολλές διαπιστώσεις οι οποίες διαφοροποιούνται ανάλογα με τις κοινωνικοπολιτικές αντιλήψεις του κάθε πολιτικού προσώπου. Πέραν όμως των διαπιστώσεων υπάρχουν και αναφορές σε έρευνες, που αποδεικνύουν πως οι καταναλωτές, δεν μένουν αδιάφοροι απέναντι στην κοινωνική δράση των επιχειρήσεων και η πλειοψηφία επηρεάζεται θετικά από την κοινωνικά προσανατολισμένη συμπεριφορά μιας εταιρίας.(www.ethnos.gr, Έθνος ειδικό ένθετο ΕΚΕ, σελ. 23).

Το ενδιαφέρον στην έρευνα αυτή είναι οι θέσεις που παίρνουν διάφοροι εκπρόσωποι φορέων ανάλογα με τα πολιτικά τους πιστεύω. Είναι πολύ σημαντικό να καταγράψουμε εδώ τις ιδιότητες διαφόρων εκπροσώπων πολιτικών ή κοινωνικών φορέων προκειμένου να κατανοήσουμε από ποια οπτική γωνία βλέπει κανείς την ΕΚΕ των επιχειρήσεων.

Έτσι βλέπουμε στην έρευνα οι εκπρόσωποι των αριστερών κομμάτων να έχουν την θέση ότι η «κοινωνική ευθύνη» πρέπει να καταστεί καθολική υποχρέωση των επιχειρήσεων και όχι δικαίωμα, η άσκηση της οποίας επαφίεται στην διακριτική τους ευχέρεια. Το θέμα επομένως της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων δεν μπορεί να αφηθεί και ούτε θα έχει καμία τύχη αν αφηθεί στην καλή θέληση και την οικειοθελή διάθεση των επιχειρήσεων. Ακόμη εκφράζεται και η θέση για καταστατική υποχρέωση των επιχειρήσεων σε θέματα κοινωνικής ευθύνης με δημιουργία αποτελεσματικών μηχανισμών εποπτείας και ελέγχου για την τήρηση αυτών των υποχρεώσεων. (www.ethnos.gr, ιστοσελίδα α/α 18, 4/4/2009, σελ. 67)

Αντίθετα, οι εκπρόσωποι των δεξιών κομμάτων τονίζουν το στοιχείο του εθελοντισμού, θεωρώντας ότι η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων δεν πρέπει να απορρέει μέσα από κανόνες και νόμους που τις επιβάλλουν, αλλά από ευθύνες που αντικατοπτρίζουν τη στάση ενός υγιούς μέλους του κοινωνικού οργανισμού, που ταυτίζει την βιώσιμη ανάπτυξη με την εύρυθμη λειτουργία του συνόλου. (ο.π., σελ. 23)

Δηλαδή, οι εκπρόσωποι του φιλελευθερισμού πιστεύουν σε μια «αυτορρύθμιση» της αγοράς αφού, αφενός την κοινωνική ευθύνη την επικροτούν οι καταναλωτές και η κοινωνία γενικότερα και αφετέρου την επιδιώκουν και οι ίδιες οι επιχειρήσεις, καθότι είναι μια πρακτική που ωφελεί τις ίδιες, αλλά και την κοινωνία, την οποία έχουν ανάγκη οι επιχειρήσεις καθότι υπάρχουν και αναπτύσσονται εξ' αιτίας της κοινωνίας.

Μια άλλη μερίδα ανθρώπων που ανήκουν στο συνδικαλιστικό κίνημα θεωρεί ότι, η ΕΚΕ, πρέπει να δώσει περισσότερο βάρος στην ανθρώπινο παράγοντα και κυρίως στους εργαζομένους, δίνοντας βάρος στις συμμετοχικές διαδικασίες και την εταιρική διακυβέρνηση. Ενώ οι εκπρόσωποι των πρασίνων και άλλων οικολογικών οργανώσεων θεωρούν ότι η ΕΚΕ, δεν πρέπει να είναι μόνο φιλανθρωπία και χορηγίες, αλλά μια ριζική αλλαγή του τρόπου σκέψης για τον πλανήτη, δίνοντας έμφαση στην πράσινη ανάπτυξη

και την ανάγκη δημιουργίας ενός Πράσινου Κοινωνικού Συμβολαίου (Green New Deal), για μια πράσινη στροφή της οικονομίας. (www.ethnos.gr, Έθνος ειδικό ένθετο ΕΚΕ, σελ. 69).

Το συμπέρασμα πάντως που προκύπτει από την έρευνα αλλά και την δική μας διαπίστωση είναι ότι, η Ε.Κ.Ε. είτε με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, αποτελεί κοινωνική ανάγκη και επιταγή, καθότι η κοινωνία μας έχει φθάσει σε ένα τέτοιο στάδιο της εξελικτικής της διαδικασίας, που θεωρεί τόσο την κοινωνική όσο και την περιβαλλοντική προσφορά, σε συνδυασμό με την αειφόρο ανάπτυξη, ως την επιτακτικότερη ανάγκη για την αντιμετώπιση των σύγχρονων προβλημάτων που έχει δημιουργήσει ο άνθρωπος σήμερα.

2.3. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΚΕ.

“ Κάνε το καλό και κέρδισε μετά ” σημειώνει σε άρθρο του ο γερμανός επιστήμονας Wermter Volkmar, παραφράζοντας ίσως το γνωστό ρητό που λέει, “ κάνε το καλό και ρίξτο στο γιαλό ”. Η κοινωνική δέσμευση των επιχειρήσεων έγινε εδώ καιρό αναπόσπαστο συστατικό του Μάρκετινγκ. Η εθελοντική κοινωνικά υπεύθυνη δράση των πολυεθνικών εταιρειών δεν γίνεται πλέον αντιληπτή μόνο, ως μια ανιδιοτελής δράση, την οποία οι αλτρουιστικές επιχειρήσεις προσπαθούν διακριτικά να την κρατήσουν στο παρασκήνιο. Η ΕΚΕ σήμερα έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε αποκάλυπτα να αυξήσει την αξία του εμπορικού σήματος. Διότι η επιχειρηματική εμπλοκή των πολιτών, προσφέρει συγκεκριμένα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, που κάνουν τους επιχειρηματίες να μην αισθάνονται ένοχοι. (Handbuch CC, άρθρο Wermter V. σελ. 133)

Η ΕΚΕ έχει εξελιχθεί σε μια από τις πιο επίμονες μόδες του Μάνατζμεντ (και κατ' επέκταση του Μάρκετινγκ) και λέξεις κλειδιά στην αγορά τις τελευταίες δεκαετίες. Η ΕΚΕ θεωρείται από τις επιχειρήσεις παγκοσμίως σαν μια αυξανόμενα απαραίτητη πρακτική, η οποία ακολούθησε τεράστια εταιρικά σκάνδαλα και ατυχήματα που βγήκαν στην επιφάνεια από εταιρίες που έχαιραν υψηλής εκτίμησης.

Θεωρείται πώς όσο περισσότερο γνωστή γίνεται η ΕΚΕ, τόσο περισσότερες παρερμηνείες δημιουργούνται γύρω από το νόημα της. Κάποιος μπορεί να πει ότι αυτές οι παρερμηνείες οφείλονται στις ασυνέπειες στις αναπτυσσόμενες ακαδημαϊκές συζητήσεις σχετικά όχι μόνο με την ΕΚΕ αλλά επίσης και με την Εταιρική Διακυβέρνηση, την Εταιρική μεταχείριση των συμμετόχων (Corporate Citizenship), κ.ο.κ. Η ρίζα του προβλήματος όμως μπορεί να βρίσκεται πιο βαθιά.

Παρά τα όποια αρνητικά της ΕΚΕ, τα θετικά κίνητρα είναι, το χτίσιμο της οργανωτικής υποχρέωσης, τα άυλα στοιχεία, το θετικό εταιρικό κλίμα, κίνητρα εργαζομένων και μέσα από αυτά ενισχυμένη χρηματοοικονομική απόδοση, προσέλκυση ηθικά σκεπτόμενων πελατών και επενδυτών και επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Όλα αυτά προσμετρούνται μέσα στην συζήτηση για την ΕΚΕ.

2.3.1. Αποτίμηση του δέκτη – καταναλωτή.

Σε όλους μας είναι πλέον γνωστό ότι το Μάρκετινγκ είναι αποδέκτης μεγάλης κριτικής. Κατά ένα μέρος δικαιολογημένο ίσως, όμως κατά το μεγαλύτερο αδικαιολόγητο. Οι επικριτές υποστηρίζουν ότι συγκεκριμένες πρακτικές μάρκετινγκ βλάπτουν τους εξατομικευμένους καταναλωτές, την κοινωνία συνολικά, καθώς και άλλες επιχειρήσεις. Οι έρευνες συνήθως δείχνουν, ότι οι καταναλωτές έχουν ανάμικτες ή ακόμη δυσμενείς στάσεις σχετικά με τις πρακτικές μάρκετινγκ. Συνήγοροι καταναλωτών, κρατικοί οργανισμοί και άλλοι επικριτές κατηγορούν το μάρκετινγκ ότι βλάπτει τους καταναλωτές μέσω υψηλών τιμών, παραπλανητικών πρακτικών, φορτικών τακτικών, κακής ποιότητας ή μη ασφαλών προϊόντων εσκεμμένης αχρηστίας και κακής εξυπηρέτησης σε άτομα-καταναλωτές με ειδικές ανάγκες. (Armstrong, Kotler, 2009, σελ. 706)

Για τους λόγους αυτούς αλλά και για πολλούς άλλους, οι καταναλωτές μέσω διαφόρων πρωτοβουλιών κινήσεων οργανώσεων κλπ. αναγκάζουν τις εταιρίες να γίνουν κοινωνικά υπεύθυνες. Και στην περίπτωση λοιπόν αυτή εγείρεται ο σκεπτικισμός, κατά πόσο η κοινωνική ευαισθησία των επιχειρήσεων είναι εθελοντική, αναγκαστική, επιβεβλημένη ή αυτουποχρέωση προς την κοινωνία από την οποία εξαρτάται και επιβιώνει κάθε επιχείρηση.

Είναι σημαντικό να υπάρξει πλήρης διαχωρισμός των δράσεων ΕΚΕ από την φιλανθρωπία και πολύ περισσότερο από το Μάρκετινγκ. Η ΕΚΕ δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται ως επικοινωνιακό τρικ το οποίο θα επηρεάσει την συνείδηση των κοινωνικά και περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένων καταναλωτών – υποψηφίων πελατών. Αντίθετα θα πρέπει οι επιχειρήσεις και τα στελέχη τους να την δουν, ως μια ολιστική προσέγγιση του όρου «επιχειρείν», από την σκοπιά του πόσο σωστά ενταγμένος είναι ένας επιχειρηματικός οργανισμός στον κοινωνικό ιστό. Καθότι η επιχείρηση υπάρχει λόγω της κοινωνίας αδειοδοτείται από την κοινωνία και κερδίζει εξ' αιτίας της κοινωνίας. Για τους παραπάνω λόγους πολλές πολιτείες στις ΗΠΑ, προσφέρουν φοροαπαλλαγές για επιβράβευση στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες.

Οι περισσότεροι καταναλωτές, κυρίως στην Ελλάδα, αν και αποδέχονται, χαιρετίζουν και απολαμβάνουν τις δράσεις ΕΚΕ, δεν πιστεύουν εύκολα στην ανιδιοτέλεια των σκοπών αυτών, αποδίδοντας τις ενέργειες αυτές στο δαιμόνιο του Μάρκετινγκ. Έτσι ελλοχεύει ο κίνδυνος όχι μόνο να συγχέεται η κοινωνική ευθύνη με τις πρακτικές του Μάρκετινγκ, αλλά και να ακυρώνονται οι ευεργετικές συνέπειες, που πιθανώς να είχε η εταιρία από την πρωτοβουλία αυτή. Αυτό πιθανότατα συμβαίνει διότι περνάει στη συνείδηση του καταναλωτή η πρακτική αυτή ως έμμεση διαφήμιση, απέναντι στην οποία αισθάνεται την ανάγκη να «αμυνθεί».

Παρά το γεγονός ότι οι Έλληνες πολίτες – καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις και αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων, θεωρούν ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς. Σε πολλές περιπτώσεις το μάρκετινγκ «ακυρώνει» την πρόθεση του κοινωνικού έργου και εκλαμβάνεται ως

διαφήμιση, ενώ πολλές φορές ο διαχωρισμός της ενημέρωσης για κοινωνικά προβλήματα από την έννοια του μάρκετινγκ είναι μια δύσκολη υπόθεση.

Οι χορηγίες π.χ. βρίσκονται μεταξύ σφύρας και άκμονος, ισορροπώντας συχνά ανάμεσα στην έμμεση διαφήμιση και την πραγματική εταιρική ευθύνη. Βέβαια μια γνωστοποίηση ενός χορηγικού προγράμματος δεν ακυρώνει την κοινωνική προσφορά, αλλά η όποια δαπάνη δεν πρέπει να έχει ως αποκλειστικό στόχο να κοινοποιηθεί. Πως όμως θα ξεχωρίσει ο καταναλωτής την μία περίπτωση από την άλλη και επομένως που θα γνωρίσουν οι εταιρίες τι απέγινε ο καρπός της ευαισθησίας τους; Είναι στο χέρι κάθε εταιρίας, λένε οι Αμερικάνοι. Από αυτήν εξαρτάται να δημιουργήσει τον καλόπιστο εκείνο καταναλωτή-δέκτη που θα αποτιμήσει την όποια κίνηση όπως πρέπει και δεν θα την καταδικάσει με την σφραγίδα της διαφημιστικής καμπάνιας.

Το Calpers, μια από τις μεγαλύτερες οργανώσεις παγκοσμίως για την προώθηση της εταιρικής διακυβέρνησης, δεν διστάζει να απογοητεύσει όσους προσβλέπουν σε βραχυπρόθεσμα οφέλη: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και σε μικρότερο βαθμό η Εταιρική Διακυβέρνηση είναι πρακτικές που απαιτούν χρόνο και υπομονή για να αποδώσουν καρπούς αναφέρει. (Η χαρτογράφηση και τα όρια της ΕΚΕ, 2006, ιστοσελίδα α/α 1.)

2.3.2. Ο ρόλος των καταναλωτών και τα κινήματα τους.

Πολλοί άνθρωποι θεωρούν την επιχειρηματικότητα ως την αιτία πολλών οικονομικών και κοινωνικών ασθενειών, με αποτέλεσμα να αναπτύσσονται κατά καιρούς διάφορα κινήματα πολιτών για τον έλεγχο των επιχειρήσεων. Τα βασικότερα δε από αυτά τα κινήματα είναι το αντι-καταναλωτικό και δεύτερον αυτό για την προστασία του περιβάλλοντος. (Armstrong, Kotler, 2009, σελ. 720)

Το αντι-καταναλωτικό κίνημα είναι ένα οργανωμένο κίνημα πολιτών και κυβερνητικών οργανισμών με σκοπό τη βελτίωση των δικαιωμάτων και της δύναμης των αγοραστών απέναντι στους πωλητές. Το κίνημα για την προστασία του περιβάλλοντος από την άλλη, είναι ένα οργανωμένο κίνημα ευαισθητοποιημένων πολιτών και κυβερνητικών οργανώσεων, με σκοπό την προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος και της ζωής των ανθρώπων. Οι περιβαλλοντικές οργανώσεις στην ουσία δεν είναι εναντίον του μάρκετινγκ και της κατανάλωσης, απλώς θέλουν οι άνθρωποι και οι οργανισμοί να ενδιαφέρονται περισσότερο για το περιβάλλον και την αειφόρο ανάπτυξη. Υποστηρίζουν ότι στόχος του μάρκετινγκ δεν θα πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση της κατανάλωσης αλλά η μεγιστοποίηση της ποιότητας ζωής. Όσο για το περιβαλλοντικό κόστος θέλουν να περιλαμβάνεται στις αποφάσεις τόσο των παραγωγών όσο και των καταναλωτών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα για τα παραπάνω είναι αυτό που πολλοί υποστηρίζουν για τα αυτοκίνητα μεγάλου κυβισμού. Δηλαδή ότι θα πρέπει να πληρώνουν περιβαλλοντικό φόρο τόσο οι εταιρείες που τα παράγουν όσο και ο καταναλωτής που το αγοράζει.

Είναι μια ορθολογική σκέψη η οποία όμως θα πρέπει να επεκταθεί και σε άλλα καταναλωτικά ή επενδυτικά αγαθά. Η λογική δε αυτή δεν θα πρέπει να έχει μόνο τιμωρητικό χαρακτήρα αλλά και επιβράβευσης. Δηλαδή π.χ. η αγορά ποδηλάτου να μην έχει τον ίδιο ΦΠΑ όπως ένα μηχανοκίνητο δίκυκλο. Φυσικά τέτοια παραδείγματα μπορούμε να αναφέρουμε πολλά, το ζητούμενο όμως είναι οποιαδήποτε ρύθμιση ή απόφαση ψηφίζεται να έχει την οικολογική, κοινωνική και όποια άλλη διάσταση χρειάζεται έτσι ώστε ο πολίτης να λειτουργεί με αίσθημα κοινωνικής ευθύνης.

Το πρώτο κύμα του σύγχρονου κινήματος για την προστασία του περιβάλλοντος ξεκίνησε στις ΗΠΑ την δεκαετία του 1960. Το δεύτερο κύμα ξεκίνησε από την κυβέρνηση των ΗΠΑ, με την ψήφιση νόμων και κανονισμών κατά τις δεκαετίες 1970 και 1980 που ρύθμιζαν τις βιομηχανικές πρακτικές που είχαν επίπτωση στο περιβάλλον. Το κύμα αυτό έπληξε άσχημα κάποιους κλάδους γι' αυτό και αγανάκτησαν και αντιτάθηκαν σε πολλές περιβαλλοντικές ρυθμίσεις. Ίσως και αυτός είναι ένα λόγος που οι ΗΠΑ δεν υπέγραψαν την συμφωνία του Κιότο και γενικά είναι επιφυλακτικοί σε τέτοιου είδους δεσμεύσεις.

Τα πρώτα δυο κύματα προστασίας του περιβάλλοντος έχουν σήμερα συγχωνευθεί σε ένα τρίτο και ισχυρότερο κύμα, όπου όλο και περισσότερες επιχειρήσεις αναλαμβάνουν πλέον μεγαλύτερη ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος. Μετατοπίζουν την θέση τους από την διαμαρτυρία στη πρόληψη και από την εποπτεία στην ευθύνη. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις εφαρμόζουν πολιτικές περιβαλλοντολογικής αειφορίας, που σημαίνει παραγωγή κερδών παράλληλα με τη συνδρομή για την σωτηρία του πλανήτη, κοινωνικό στόχο κρίσιμο και δύσκολο ως προς την επίτευξή του. (ο.π., σελ. 723)

Μερικές εταιρίες ανταποκρίθηκαν στις περιβαλλοντικές απαιτήσεις ή ανησυχίες των καταναλωτών, εφαρμόζοντας εκείνα τα πράγματα που ήταν αναγκαία ώστε να αποτρέψουν νέους κανονισμούς ή να καθησυχάσουν τους εκπροσώπους των περιβαλλοντικών κινήματων. Οι πεφωτισμένες όμως και διορατικές εταιρίες, εφαρμόζουν πρακτικές και δράσεις, όχι επειδή κάποιος τους αναγκάζει να τις εφαρμόσουν ή να αποκομίσουν βραχυπρόθεσμα κέρδη, αλλά επειδή αυτό είναι σωστό, τόσο για την εταιρία όσο και για το μέλλον της ζωής και του πλανήτη. Είναι αυτό που χαρακτηρίζουμε ως ολιστική σκέψη και διοίκηση ολικής ποιότητας, όχι μόνο για το προϊόν και τον καταναλωτή αλλά και την αειφόρο ανάπτυξη και την επιβίωση του πλανήτη.

Για την πληρέστερη κατανόηση των όσων παραπάνω παρουσιάσαμε, πιστεύουμε ότι η απεικόνιση του παρακάτω σχήματος, μας δίνει την δυνατότητα να κατανοήσουμε καλύτερα, το χαρτοφυλάκιο της περιβαλλοντικής αειφορίας, έτσι όπως το αποτύπωσαν δύο γνωστοί αμερικανοί επιστήμονες στα συγγράμματά τους.

Απεικόνιση Νο 2.1. Χαρτοφυλάκιο περιβαλλοντικής αειφορίας.

Σήμερα:

Αύριο:

Πράσινο

Πέραν του πράσινου

Πρόληψη της μόλυνσης Εξάλειψη μείωση των αποβλήτων πριν να δημιουργηθούν	Νέα καθαρή τεχνολογία Ανάπτυξη νέων περιβαλλοντικών ικανοτήτων και δυνατοτήτων	εσωτερικά
Διαχείριση προϊόντων Ελαχιστοποίηση της περιβαλλοντολογικής επίπτωσης σε όλο τον κύκλο ζωής των προϊόντων	Όραμα αειφορίας Δημιουργία ενός στρατηγικού πλαισίου μελλοντικής αειφορίας	εξωτερικά

πηγή: Armstrong G., Kotler P., 2009, σελ. 723

Είναι γεγονός ότι η χρηματοοικονομική κρίση έχει τονώσει το ενδιαφέρον πολλών επιχειρήσεων για κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδόσεις. Αυτό φυσικά αξιολογείται τόσο από τον καταναλωτή όσο και από τον επενδυτή, οι οποίοι θέτουν κριτήρια προκειμένου να προτιμήσουν ή να επενδύσουν σε μια συγκεκριμένη εταιρεία. Παλαιότερα οι αποφάσεις των επενδυτών λαμβάνονταν με καθαρά χρηματοοικονομικά κριτήρια, τις τελευταίες δεκαετίες όμως τόσο στις ΗΠΑ όσο και σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, μερικοί επενδυτές που είχαν κυρίως σχέσεις με θρησκευτικές ή άλλες κοινωνικές οργανώσεις, αποφάσισαν να θεσπίσουν συγκεκριμένα «ηθικά» κριτήρια για να επενδύσουν, αποκλείοντας έτσι εταιρείες που σχετίζονται με όπλα αλκοόλ, καπνό, πορνογραφία κλπ.

Το κίνημα καθώς και οι αγορές των αειφόρων και υπεύθυνων επενδύσεων (SRI) γνωρίζουν τα τελευταία χρόνια μεγάλη άνθηση και φαίνεται να οδηγούν σε έναν επαναπροσδιορισμό των αξιών και των ηθικών κανόνων της επιχειρηματικότητας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα για την μεταστροφή αυτή είναι η πρωτοφανής πτώση της κεφαλαιοποίησης που υπέστη η BP μετά την οικολογική καταστροφή που προξένησε η έκρηξη της πλατφόρμας Deepwater Horizon στον κόλπο του Μεξικού. Βλέπουμε λοιπόν ότι το γεγονός αυτό ήρθε να επιβεβαιώσει την μεταστροφή στρατηγικής μεγάλης μερίδας επενδυτών απέναντι στην ΕΚΕ. Μία άλλη επιβεβαίωση ότι τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα, καθώς και άλλα που αφορούν την εταιρική διακυβέρνηση και διαφάνεια κρύβουν πολλούς κινδύνους αλλά και πολλές ευκαιρίες για την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Παράλληλα όμως με την επενδυτική αυτή στρατηγική παρακινούν τις επιχειρήσεις να δείξουν ουσιαστική υπευθυνότητα σε όλους του τομείς και κυρίως στο περιβάλλον. Για τους

λόγους αυτούς τα μεγάλα χρηματιστήρια έχουν καθιερώσει ειδικούς δείκτες για την αξιολόγηση των εισηγμένων εταιρειών που πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια εταιρικής υπευθυνότητας διαφάνειας και διακυβέρνησης.(www.tovima.gr, ιστοσελίδα α/α 26, 27-2-11, σελ. Π 14).

Οι Murray και Vogel (1997) υπογράμμισαν την υποστήριξη των καταναλωτών στην ΕΚΕ σαν μια διαδικασία ανταλλαγής: 'Η ανταλλαγή είναι η διαδικασία εκείνη κατά την οποία η εταιρεία προσφέρει κάτι αξίας - συνήθως ένα κοινωνικό όφελος ή μια δημόσια υπηρεσία – σε ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού και, με τη σειρά της προσδοκά την υποστήριξη των πελατών. Ο Clarkson (1995) υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ είναι η έννοια που δημιουργείται έξω από την διοικητική εμπειρία, και περιέχει κανονιστικούς συνειρμούς που δεν έχουν σαφήνεια και εξειδίκευση. Ισχυρίζεται ότι αξίες και προσωπική κρίση απαιτούνται για να απαντηθούν θεμελιώδη ερωτήματα όπως: Κοινωνικά υπεύθυνη για ποιον; Κοινωνικά υπεύθυνη σε τι; Και η Κοινωνική ανταπόδοση κρίνεται από ποιους και με ποια κριτήρια; (Green, Pelosa, 2011, σελ. 48)

2.3.2.1. Το αναδυόμενο κίνημα του «Νοητικού Περιβαλλοντισμού»

Ο αγώνας για την καταπολέμηση της φιλο-καταναλωτικής διαφήμισης γίνεται όχι ως ένα μέσο για έναν σκοπό, αλλά ως αυτοσκοπός. Αυτή η μετατόπιση της έμφασης είναι ένα κρίσιμο στοιχείο του νοητικού περιβαλλοντισμού.

Εάν μία βασική αντίληψη του περιβαλλοντισμού ήταν ότι η εξωτερική πραγματικότητα, η φύση, θα μπορούσε να μολυνθεί από βιομηχανικές τοξίνες, η βασική αντίληψη του νοητικού περιβαλλοντισμού είναι ότι η εσωτερική πραγματικότητα, ο νους μας, μπορεί να μολυνθεί από τοξίνες πληροφοριών. Ο νοητικός περιβαλλοντισμός συνδέει τη μόλυνση του μυαλού μας από τα εμπορικά μηνύματα, με τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές, οικονομικές και ηθικές καταστροφές που απειλούν την ανθρωπότητα. Νοητικοί περιβαλλοντολόγοι υποστηρίζουν ότι μια ολόκληρη σειρά φαινομένων, από την πετρελαιοκηλίδα της BP μέχρι την εμφάνιση της ευνοιοκρατίας, τη μαζική εξαφάνιση των ζώων, και τη σημαντική αύξηση των ψυχικών ασθενειών, προκαλούνται άμεσα από τις τρεις χιλιάδες διαφημίσεις που επιτίθενται στο νου μας κάθε μέρα. Και αντί να θεραπεύσουμε τα συμπτώματα, με το να βιαστούμε να καθαρίσουμε τις εμποτισμένες με πετρέλαιο παραλίες ή περνώντας ανούσια νομοπλαίσια για την προστασία του περιβάλλοντος, οι νοητικοί περιβαλλοντολόγοι στοχεύουν την αιτία: *τη βιομηχανία της διαφήμισης που τροφοδοτεί τον καταναλωτισμό.*

Ο νους μας είναι μολυσμένος από μια συντριπτική επίθεση προπαγάνδας που επιδρά στις πεποιθήσεις μας, στις επιθυμίες και στην αντίληψη της πραγματικότητας. Η αντεπίθεση είναι επομένως πολύ πιο δύσκολη από τη διαμαρτυρία στους δρόμους ή κάνοντας κλικ σε λίγους συνδέσμους στο διαδίκτυο. Αυτό μας επαναφέρει στην έννοια του *satori*³. Για την

³ **Σατόρι** [*satoʁi*] (*ιαπ.*) είναι ο ιαπωνικός **βουδιστικός** όρος για τη *φώτιση* στο **Βουδισμό Zen**. Η κυριολεκτική σημασία της λέξης είναι "κατανόηση".

κατάρριψη της καταναλωτικής νοοτροπίας, χρειάζεται μια θεμελιώδης αλλαγή οπτικής γωνίας, μία επιφοίτηση, μετά την οποία τα πάντα αντιμετωπίζονται με νέα οπτική.

Ο νοητικός περιβαλλοντισμός είναι ένα αναδυόμενο κίνημα που κατά τα προσεχή έτη θα αναγνωριστεί ως ο θεμελιώδης κοινωνικός αγώνας της εποχής μας. Είναι τόσο μια ενωτική πάλη - μεταξύ νοητικών περιβαλλοντολόγων υπάρχουν τα πάντα, από συντηρητικοί Μορμόνοι έως ακραίοι αριστεροί αναρχικοί – όσο και ένας αγώνας που τελικά, επεξηγεί συγκεκριμένα την αιτία της ποικιλομορφίας των δεινών που μας απειλούν. (Νοητικός περιβαλλοντισμός, ιστοσελίδα α/α 17, 8-5-13)

Στην επιρροή λοιπόν αυτή του νοητικού περιβαλλοντισμού εμπλέκονται άμεσα τα ΜΜΕ ως διαμορφωτές της κοινής γνώμης. Ο ρόλος τους είναι όχι μόνο σημαντικός αλλά και καταλυτικός σε όλο το κοινωνικό οικονομικό και περιβαλλοντικό γίγνεσθαι. Τον ρόλο λοιπόν αυτόν για να τον ασκήσουν με κανόνες, νομικούς, ηθικούς και κοινωνικής ευθύνης, θα πρέπει να ενεργοποιηθούν η πολιτεία και οι πολίτες. Η πολιτεία θα επιβάλει τους κανόνες και η κοινωνία θα διεκδικεί θα απαιτεί και θα επηρεάζει τα εμπλεκόμενα μέρη ανάλογα με τις ολιστικές ανάγκες της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

Στην νεωτεριστική αυτή αντίληψη ο ρόλος των ΜΜΕ θα πρέπει να είναι καταλυτικός. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έντυπα και ηλεκτρονικά θα πρέπει να δουν αυτήν την νέα αντίληψη ή το νέο αυτό κίνημα, ως μια ευκαιρία, να μπουν κανόνες στην διαφήμιση την ενημέρωση κλπ, και ότι αυτό το κίνημα, δεν θα βλάψει τα συμφέροντά τους, αλλά απεναντίας θα είναι μια ευκαιρία θα καταδείξουν την συνεισφορά τους στην βελτίωση της ποιότητας της κοινωνίας σε όλα τα επίπεδα. Μία τέτοια πρωτοβουλία από τα ΜΜΕ όχι μόνο θα αποκαταστήσει κάποιες αρνητικές αντιλήψεις της κοινωνίας απέναντί τους, αλλά θα τα βοηθήσει να ισχυροποιήσουν τον ρόλο της ΕΚΕ μέσα στην κοινωνία.

2.3.3. Θετικά και οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Είναι πλέον διαπιστωμένο όχι μόνο εμπειρικά αλλά από έρευνες ότι, η αγοραστική δύναμη διαμορφώνεται και επηρεάζεται από το κοινωνικό προφίλ του φορέα ή της επιχείρησης. Αρκετοί καταναλωτές στην Ε.Ε. ψωνίζουν πλέον λαμβάνοντας υπόψη την περιβαλλοντική πολιτική και την οικονομική στάση μιας εταιρίας. Σήμερα, είναι περισσότερο από ποτέ άλλοτε ορατό το φαινόμενο των καταναλωτών που ψωνίζουν λαμβάνοντας υπόψη την κοινωνική ευαισθησία και την οικολογική στάση και πολιτική μιας εταιρείας.

Χαρακτηριστικό είναι το παρακάτω άρθρο για τα ενδιαφερόμενα μέρη και κυρίως του καταναλωτές σχετικά με τις αντιλήψεις τους απέναντι στην υπεύθυνη κατανάλωση.

Η θεωρία του Freeman (1984) για τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) κάνει σαφές ότι οι εταιρείες είναι υπεύθυνες για διάφορες ομάδες πρωταγωνιστών μέσα στην κοινωνία. Αυτά τα ενδιαφερόμενα μέρη λέγεται ότι έχουν «αξίωση, ιδιοκτησία, δικαιώματα ή ενδιαφέρον» για μια επιχείρηση και τις δραστηριότητες της, στο παρελθόν το παρόν και

το μέλλον. (Clarkson, 1995). Όπως η Maignan, ενδιαφερόμαστε να βρούμε ποιο είναι το μεγαλύτερο ενδιαφερόμενο μέρος και καταλήγουμε στους καταναλωτές. Συνοπτικά, θα πρέπει να διαφοροποιήσουμε την «κοινωνικά υπεύθυνη κατανάλωση» από την κοινωνική αντίληψη για την ΕΚΕ. Η πρώτη αναφέρεται σε μια καταναλωτική συμπεριφορά η οποία έχει θετικό ή λιγότερο αρνητικό αποτέλεσμα για το περιβάλλον και την χρήση της αγοραστικής δύναμης για να εκφραστούν οι κοινωνικές ανησυχίες. Η δεύτερη προσέγγιση αναφέρεται στη δυνατότητα του καταναλωτή να διακρίνει την εταιρικές οικονομικές ευθύνες από την μια πλευρά και τις εταιρικές νομικές, ηθικές και φιλανθρωπικές ευθύνες από την άλλη. (Maignan, 2001) Με άλλα λόγια, όταν η πρώτη προσέγγιση δίνει έμφαση στην κοινωνική ευθύνη των καταναλωτών και στις πράξεις τους, η δεύτερη ασχολείται με την σημασία που δίνουν οι καταναλωτές στο αν οι εταιρείες είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Αν ο καταναλωτής δίνει έμφαση στις μη οικονομικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων, είναι πιθανόν να στηρίζει την επιχείρηση μέσα από μια αντίστοιχα κοινωνικά υπεύθυνη κατανάλωση. (Ramasmay, Yeung, 2009, σελ. 121)

2.3.3.1. Αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου αγοράς.

Διάφορες έρευνες που έγιναν στις ΗΠΑ στις αρχές της δεκαετίας του '90 έδειξαν ότι οι εταιρείες ωφελούνται σημαντικά από τη σύνδεσή τους με έναν κοινωνικό σκοπό. Έρευνα καταναλωτών για το 1993-4 έδειξε ότι:

- Το 84% έχουν θετική εικόνα για τις εταιρείες που ενεργούν για έναν καλύτερο κόσμο.
- Το 78% των ενηλίκων δήλωσαν ότι ήταν πιθανότερο να αγοράσουν ένα προϊόν που συνδέεται με έναν σκοπό που τους αφορά.
- Το 66% δήλωσαν ότι θα άλλαζαν μάρκα προϊόντος προκειμένου να υποστηρίξουν ένα σκοπό που τους αφορά.
- Το 62% απάντησαν ότι θα άλλαζαν το κατάστημα που επισκέπτονται προκειμένου να υποστηρίξουν ένα σκοπό
- Το 64% πιστεύουν ότι το μάρκετινγκ σκοπού θα έπρεπε να αποτελεί βασικό κομμάτι των δραστηριοτήτων μια εταιρείας

Επιπλέον, η έρευνα έδειξε ότι το κοινωνικό μάρκετινγκ έχει μεγαλύτερη απήχηση σε πολίτες με υψηλότερα εισοδήματα και μορφωτικό επίπεδο. (Kotler, Lee, 2009, σελ. 25)

Ένα άλλο στοιχείο που αποτυπώνουν οι έρευνες είναι ότι σε περιόδους κρίσης ή μετά από συγκλονιστικά γεγονότα όπως το τρομοκρατικό χτύπημα στους δίδυμους πύργους στη Ν.Υ., αυξάνεται η επιθυμία των πολιτών για περισσότερη κοινωνική ευαισθησία και προσφορά από μέρους των επιχειρήσεων. Τον Μάρτιο του 2001, το 65% των Αμερικανών πίστευαν ότι οι εταιρείες πρέπει να υποστηρίξουν κοινωνικούς σκοπούς. Το

Νοέμβριο το ποσοστό αυτό αυξήθηκε στο 79%. Το κλίμα μετά τη 11η Σεπτεμβρίου ενίσχυσε και επιτάχυνε μία τάση που είχε διαπιστωθεί από έρευνες ήδη από το 1993. Η έρευνα Corporate Citizenship Study της Cone, ανέφερε ότι το 84% των Αμερικανών μπορεί να προτιμούσαν μια άλλη μάρκα προϊόντων που συνδέεται με ένα κοινωνικό σκοπό αν η τιμή και η ποιότητα ήταν στα ίδια επίπεδα.

Στα ίδια συμπεράσματα φυσικά καταλήγουν και άλλες έρευνες που έγιναν όχι μόνο για κοινωνικούς αλλά και περιβαλλοντικούς σκοπούς. Έγκυρα περιοδικά όπως το "Journal of Marketing", στο τεύχος 58 τον Ιούλιο του 1994, σε σχετικό άρθρο, υποστήριζε ότι, καθώς αυξάνεται ο πληθυσμός της Γης και ολοένα και περισσότεροι πόροι εξαντλούνται, τα μη οικονομικά κριτήρια θα έχουν αυξημένο ρόλο στις αγοραστικές τάσεις, αναφέροντας μάλιστα προς επιβεβαίωση αυτών διάφορες έρευνες. Τα ευρήματα των ερευνών αυτών δείχνουν ότι, το 75% των καταναλωτών επηρεάζονται για τις αγορές τους από την περιβαλλοντική φήμη μιας εταιρείας και οχτώ στους δέκα θα πλήρωναν περισσότερο για προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον. (Kotler, Lee, 2009, σελ. 26)

Ο οργανισμός Business for Social Responsibility, αναφερόμενος σε έρευνα του 1999, σε δείγμα 25.000 πολιτών σε 23 χώρες, καταλήγει σε κάποια σημαντικά συμπεράσματα που αναφέρονται στα εξής:

- Το 90% των ερωτηθέντων επιθυμούν οι εταιρείες να έχουν και άλλους στόχους, εκτός από την κερδοφορία.
- Το 60% δηλώνουν ότι διαμορφώνουν γνώμη για κάποια εταιρεία βάσει της εικόνας της περί εταιρικής ευθύνης.
- Το 40% απαντούν ότι ανταποκρίνονται αρνητικά ή εκφράζονται αρνητικά απέναντι σε εταιρείες τις οποίες κρίνουν κοινωνικά υπεύθυνες.
- Το 17% αναφέρουν ότι έχουν αποφύγει να αγοράσουν προϊόντα εταιρειών τις οποίες κρίνουν κοινωνικά ανεύθυνες.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα εταιρικής κοινωνικής πρωτοβουλίας αποτέλεσε η ενέργεια της τράπεζας American Express, η οποία αύξησε το μερίδιο της αγοράς της, προσφέροντας ένα ορισμένο ποσό, με την χρήση κάθε κατόχου κάρτας της, υπέρ του ταμείου αποκατάστασης του Αγάλματος της Ελευθερίας. Η εκστρατεία συγκέντρωσε 1,7 εκατ. Δολάρια για το Άγαλμα και απέφερε αύξηση 27% στην χρήση καρτών και 10% στις αιτήσεις έκδοσης για νέες κάρτες. Ήταν μια επιτυχία του αυτό που χαρακτηρίζεται ως μάρκετινγκ σκοπού. (Kotler, Lee, 2009, σελ. 27)

2.3.3.2. Ενίσχυση της θέσης της επωνυμίας.

Ξεκινώντας από την απλή διαπίστωση ότι, κάποιο πρόγραμμα που προβαίνει σε δωρεές προς μια περιβαλλοντική οργάνωση με κάθε αγορά προϊόντος, έχει μεγαλύτερο κοινωνικό περιεχόμενο από ένα πρόγραμμα, που με κάθε αγορά προσφέρει στον καταναλωτή ένα δωρεάν παιχνίδι, οδηγούμεθα στο συμπέρασμα ότι οι καταναλωτές λειτουργούν με συναισθηματικά και ψυχολογικά κριτήρια που μάλλον εξηγούνται με την θεωρία του Α. Μάσλοου περί ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών. Οι καταναλωτές κινούνται προς την τελευταία βαθμίδα της ιεράρχησης της πυραμίδας, δηλαδή την αυτοπραγμάτωση, καθότι αυτό που τους ελκύει και αποζητούν είναι η απόδειξη του

καλού. Έχει αποδειχθεί ότι, πρωτοβουλίες προώθησης με κοινωνικό πρόσωπο έχουν πιο θετικό αντίκτυπο στις αντιλήψεις και τα συναισθήματα, απέναντι στην επωνυμία απ' ότι οι πρωτοβουλίες παρόμοιου μεγέθους και φάσματος με μικρότερο κοινωνικό περιεχόμενο.(ο.π., σελ. 28)

Ανεξάρτητα αν κάποιοι πιστεύουν ή εκτιμούν ότι, η ΕΚΕ είναι φύσει ασύμβατη με τον καπιταλισμό, καθώς η πρωταρχική επιδίωξη της κάθε επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους και όχι η κοινωνική προσφορά, η εμφάνιση του «ηθικού καταναλωτισμού» επιτάσσει αναπόφευκτα την εφαρμογή ηθικών πρακτικών από πλευράς επιχειρήσεων.

Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο πιστεύει ότι οι επιχειρήσεις έχουν ηθικούς και οικονομικούς λόγους για να θέλουν να εφαρμόσουν την ΕΚΕ. Πιστεύεται ότι σε επίπεδο ωφελειών η ηθική πλευρά της ΕΚΕ είναι πιο εύκολα αναγνωρίσιμη απ' ότι η οικονομική ή η επιχειρηματική. Αν και τα οικονομικά οφέλη της ΕΚΕ μπορεί να είναι πολλές φορές ασαφή, οι έρευνες αποδεικνύουν ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά έναντι της κοινωνίας και του περιβάλλοντος μπορεί να καταστήσει μια επιχείρηση πιο ανταγωνιστική, πιο ανθεκτική σε περιόδους κρίσης, καθώς και πιο θελκτική για τους καταναλωτές και τους ικανούς υπαλλήλους, ενισχύοντας έτσι την θέση της επωνυμίας της.

Η στάση των καταναλωτών σήμερα παίζει όλο και μεγαλύτερο ρόλο, αφού είναι όλο και περισσότερο ενημερωμένοι. Οι πληροφορίες για την αντικοινωνική δράση των εταιρειών κυκλοφορούν στον κόσμο του διαδικτύου και του ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών με μεγάλη ταχύτητα. Στα πανεπιστήμια των ΗΠΑ διδάσκεται ήδη από πολλά χρόνια, ότι η ΕΚΕ αποτελεί για τις εταιρείες έναν από τους ασφαλέστερους τρόπους ώστε να βελτιώσει το εμπορικό της σήμα, ενισχύοντας έτσι την θέση της επωνυμίας της. Χαρακτηριστικό παράδειγμα γι' αυτό αποτελεί η συμμετοχή της British American Tobacco, σε χορηγίες αντικαρκινικής εκστρατείας, καθώς και σε μεγάλες ενισχύσεις προς αντικαρκινικά ιδρύματα και καμπάνιες για την δημόσια υγεία.

Θετική στάση έχουν επίσης και οι εργαζόμενοι, οι οποίοι προτιμούν να εργάζονται σε μια συμπαθή και με καλό όνομα στο κοινό εταιρεία, όπως προκύπτει από έρευνα της Cherenson Group το 2001, που έδειξε ότι το 78% των υπαλλήλων επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα, θα δούλευε προθυμότερα σε μια εταιρεία με αυξημένη ΕΚΕ.(Η χαρτογράφηση και τα όρια της ΕΚΕ, 2006, ιστοσελίδα ανάκτηση 25-3-13)

2.3.3.3. Βελτίωση εταιρικής εικόνας και επιρροής.

Η ΕΚΕ επιδρά θετικά στη διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας και φήμης και συνεπώς στη επιρροή των εταιρειών. Οι καταναλωτές απαιτούν πολιτικές σεβασμού, αφού η δραστηριότητά των εταιριών υπόκειται ευκολότερα στην αξιολόγηση και την κριτική τους από ότι στο παρελθόν. Επειδή οι καταναλωτές επηρεάζονται και προσελκύονται από ηθικές πρακτικές, είναι εύλογο και πολύ πιθανόν αυτές να συνδράμουν στην περεταίρω κερδοφορία της επιχείρησης. Οπότε η εδραίωση μια θετικής εικόνας για την επιχείρηση μεταξύ των οικονομικών φορέων, ΜΚΟ, εκπαιδευτικής κοινότητας, τοπικών κοινοτήτων,

του δημόσιου τομέα κλπ., μόνο θετικά μπορεί να επιδράσει στην επιρροή και στην εδραίωση της εταιρίας.

Για την αξιολόγηση των επιδόσεων στον τομέα της ΕΚΕ υπάρχουν πάρα πολλές αξιόπιστες εκθέσεις που περιγράφουν τα πρότυπα βάσει των οποίων κατατάσσουν τις επιχειρήσεις μετά από έρευνα σε κλίμακα αξιολόγησης.

Το αμερικανικό περιοδικό "Fortune" δημοσιεύει ετήσιο κατάλογο "America's Most Admired Companies" μετά από δημοσκόπηση, όπου οι ερωτηθέντες καλούνται να βαθμολογήσουν σε κλίμακα από 0 έως το 10, οκτώ χαρακτηριστικά εταιρειών που είναι:

1. Η οικονομική σταθερότητα
2. Η καινοτομία
3. Οι δεξιότητες του προσωπικού
4. Η χρήση των εταιρικών περιουσιακών στοιχείων
5. Η μακροπρόθεσμη επενδυτική αξία
6. Η ποιότητα της εταιρικής διαχείρισης
7. Η ποιότητα των προϊόντων / υπηρεσιών
8. Η κοινωνική ευθύνη

Αυτά τα 8 χαρακτηριστικά καθορίστηκαν πριν από 20 και πλέον χρόνια, μέσα από έρευνες που κατέδειξαν την αυξημένη αναγκαιότητα να συμπεριληφθεί σε αυτά και η έννοια της κοινωνικής ευθύνης, που ορίζεται ως μια υπεύθυνη στάση απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Το 2004 μεταξύ των 10 πρώτων εταιρειών με την μεγαλύτερη δράση για κοινωνική ευθύνη ήταν η BP, η McDonald's, η Procter & Gamble, η American Express κ.α.

Το περιοδικό "Business Ethics" δημοσιεύει κατάλογο με τις 100 καλύτερες επιχειρήσεις που αναγνωρίζονται για την κοινωνική τους ευθύνη απέναντι στους μετόχους στο περιβάλλον και την κοινωνία. Άλλοι οργανισμοί και φορείς που αξιολογούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη με διάφορες εκθέσεις είναι:

- Το δίκτυο στελεχών ιδιωτικού και δημόσιου τομέα Global Reporting Initiative.
- Τα πρότυπα Global Sullivan Principles, Social Accountability 8000 και Sunshine Standards for Corporate Reporting to Stakeholders.
- Η ένωση θεσμικών επενδυτών Interfaith Center on Corporate Responsibility.
- Η Ιαπωνική Επιχειρηματική Ομοσπονδία Keidanren Charter for Good Corporate Behavior.

Σύμφωνα δε με το οργανισμό Business for Social Responsibility, εκτός από τα θετικά που παρουσιάζουν οι εκθέσεις αυτές για τις εταιρείες, υπάρχει και το σημαντικό ότι, οι επιχειρήσεις αυτές που ακολουθούν και συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις των ρυθμιστικών αρχών, δέχονται λιγότερους ελέγχους από τις διάφορες ελεγκτικές αρχές και είναι ποιο ελεύθερες να δράσουν.

Προς επιβεβαίωση των παραπάνω αναφερόμαστε σε ένα παράδειγμα της McDonald's όπου η καλή της φήμη την προφύλαξε από τις καταστροφές κατά την διάρκεια των επεισοδίων του 1992 που έγιναν στο Λος Άντζελες. (Kotler κ. Lee, 2009, σελ. 29).

Τα πιθανά οφέλη της ΕΚΕ ανά πεδίο καταγράφονται ως εξής:

Χώροι εργασίας

1. Ελκυστικό περιβάλλον – προτιμητέος εργοδότης
2. Στρατολόγηση ταλαντούχων στελεχών
3. Κίνητρο παραγωγικότητας
4. Παράδοση έργων έγκαιρα εντός προϋπολογισμών
5. Πίστη προσωπικού

Αγορά

1. Ενδυνάμωση του brand μέσω αύξησης ανταγωνιστικότητας
2. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
3. Καλύτερη πιστοληπτική αξιολόγηση
4. Βελτίωση της αλυσίδας παραγωγής
5. Συμμετοχή από «πράσινα» χαρτοφυλάκια

Περιβάλλον

1. Οικονομία ενεργειακών πόρων
2. Μείωση αποβλήτων
3. Εξοικονόμηση κόστους

Κοινωνία

1. Αυξημένη πρόσβαση σε τοπικές πιθανές πηγές εισοδήματος
2. Προστασία έναντι τυχόν καταναλωτικών «αντιποίνων»
3. Αυξημένη ασφάλεια σε ότι αφορά τις πωλήσεις

Γενικά

1. Πρόσθετη αξία στην επιχείρηση
2. «Χτίσιμο» και προστασία της εταιρικής φήμης
3. Η επιχείρηση αποτελεί βελτιωμένη πρόταση για επιχείρηση
4. Διαχρονικότητα του 'brand'
5. Πιθανή χαλάρωση ρυθμιστικών απαιτήσεων σε άλλους τομείς.
(Η χαρτογράφηση και τα όρια της ΕΚΕ, ιστοσελίδα α/α 1, 8-5-13)

2.3.3.4. Προσέλκυση ικανοποίηση και διατήρηση προσωπικού.

Διάφορες μελέτες έχουν καταδείξει ότι η συμμετοχή των εταιρειών σε κοινωνικές πρωτοβουλίες, έχουν θετική εικόνα τόσο για την εταιρεία, όσο και για τα στελέχη της. Υπάρχουν έρευνες που έχουν καταγράψει υψηλά ποσοστά ικανοποίησης των εργαζομένων σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται σε κοινωνικά προγράμματα. Τα ποσοστά αυτά αυξήθηκαν κατακόρυφα μετά την 11η Σεπτεμβρίου φθάνοντας το 76% από 38% έως 48% που κατέγραψαν οι έρευνες πριν την παραπάνω ημερομηνία. Κατά μία έρευνα της Cone/Roper στις ΗΠΑ το 2002, κατέδειξε ότι το 80% των ερωτηθέντων,

δήλωσαν ότι πιθανώς να απέρριπταν μία θέση σε κάποια εταιρία που ασκεί αρνητικές πρακτικές ΕΚΕ. Άλλη έρευνα της Net Impact, σε μεταπτυχιακούς φοιτητές κατέδειξε ότι περισσότεροι από το 50% θα αποδέχονταν χαμηλότερο μισθό προκειμένου να εργασθούν σε μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία. Τις ίδιες τάσεις και αντιλήψεις κατέδειξαν και άλλες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν όπως αυτή του Ινστιτούτου Παγκοσμίων Πόρων (WRI), όπου οι μεταπτυχιακοί φοιτητές εκτός του επιθυμητού μισθού το είδος εργασίας κ.α. εξετάζουν την φιλοσοφία της εταιρίας ως προς το κοινωνικό πρόσωπο που παρουσιάζει. Τέτοιο παράδειγμα εταιρίας είναι η Timberland, αφού δίνει στους εργαζόμενους πλήρης απασχόλησης 40 ώρες άδεια με αποδοχές, προκειμένου να απασχοληθούν σε δραστηριότητες κοινωνικής προσφοράς. Το πρόγραμμα αυτό που ονομάζεται " Path of Service " ήταν ένας από τους παράγοντες που κατέταξε την εταιρία, το περιοδικό Fortune, στον κατάλογο " 100 Best Company to Work for ", των καλύτερων εργοδοτών. (Kotler, Lee, 2009, σελ. 30-31).

Είναι λοιπόν επιβεβαιωμένο ότι η επιχειρηματική ηθική συνδέεται όχι μόνο άμεσα με την κερδοφορία, αλλά και με την αφοσίωση του προσωπικού. Οι εταιρίες που επενδύουν σε τομείς όπως η επιμόρφωση, οι καλύτερες συνθήκες εργασίας και η ισορροπία εργασίας-ζωής έχουν περισσότερες πιθανότητες να διασφαλίσουν την δια βίου εργασία μέσω της δια βίου μάθησης. Οι μελέτες και οι έρευνες μπορεί να έχουν δείξει ότι οι εργαζόμενοι θέλουν καλές αμοιβές και καλές προοπτικές, όμως όλο και περισσότεροι θέλουν επίσης να αισθάνονται υπερήφανοι για την επιχείρηση όπου εργάζονται.

2.3.3.5. Μείωση λειτουργικού κόστους

Πολλές κοινωνικές πρωτοβουλίες παροχών και κινήτρων, έχουν ως αποτέλεσμα, να μειώνουν το λειτουργικό κόστος και να αυξάνουν τα έσοδα των επιχειρήσεων, που τις εφαρμόζουν. Ένας από τους τομείς αυτούς είναι οι περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες για την μείωση των αποβλήτων, την ανακύκλωση και εξοικονόμηση υδάτινων πόρων και ενέργειας.

Μπορεί η προμήθεια κατάλληλου εξοπλισμού για την μείωση των ρύπων να ακούγεται στην αρχή σαν «πονοκέφαλος» για κάποια βιομηχανία, αλλά στη συνέχεια αποδεικνύεται ως μια έξυπνη επένδυση, δεδομένων των αυξανόμενων ελέγχων και προστίμων για τους ρύπους. Η δέσμευση της Dow Chemicals για μείωση της παραγωγής 26 τοξικών ουσιών της κόστισε 31 εκατ. δολάρια., αλλά από την άλλη εξοικονόμησε 5,4 εκατ. δολάρια ετησίως λόγω αυτής της απόφασης. (Η χαρτογράφηση και τα όρια της ΕΚΕ, ιστοσελίδα α/α 1, 8-5-13)

Άλλο παράδειγμα είναι η Cisco Systems, η οποία με μια πρωτοβουλία για εξοικονόμηση ενέργειας, υπολογίστηκε ότι θα μείωνε το λειτουργικό κόστος της εταιρίας κατά 4,5 εκατ. δολ. ετησίως, πλέον της σημαντικότητας επιστροφής χρημάτων από τον τοπικό πάροχο ενέργειας. Ένας άλλος τομέας με δυνατότητα σημαντικής μείωσης του λειτουργικού κόστους είναι τα έξοδα διαφήμισης, λόγω της αύξησης της δωρεάν προβολής. Για παράδειγμα έχουμε την εταιρία " The Body Shop ", η οποία δραστηριοποιήθηκε κατά των δοκιμών καλλυντικών σε ζώα. Η εταιρία δημιούργησε πολύ μεγάλη προβολή σε βαθμό που δεν είχε ανάγκη την διαφήμιση. Δηλαδή μια εξαιρετική

πρακτική κερδοφορίας που αφορούσε την σχέση κόστους-οφέλους , εκτός από την κοινωνική προσφορά της εταιρίας. (Kotler, Lee, 2009, σελ. 31).

2.3.3.6. *Αύξηση ενδιαφέροντος για τους επενδυτές και τους αναλυτές.*

Είναι πλέον από πολλές πλευρές και περιπτώσεις εξακριβωμένο ότι η ανάμειξη σε εταιρικές κοινωνικές πρωτοβουλίες μπορεί να αυξήσει ακόμη και την αξία της μετοχής της εταιρίας. Οι επενδυτές ήδη αντιλαμβάνονται την αξία των κοινωνικών, περιβαλλοντικών και ηθικών παραγόντων και προτιμούν τις εταιρίες που εφαρμόζουν τις πρακτικές αυξημένης ΕΚΕ. Υπάρχουν στις ΗΠΑ αμοιβαία κεφάλαια και συνταξιοδοτικά ταμεία που λαμβάνουν εντολές από τους μετόχους να επενδύσουν μόνο σε εκείνες τις εταιρίες που θεωρούνται κοινωνικά υπεύθυνες.

Ο οργανισμός ‘Business for Social Responsibility’ συμφωνεί ότι οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν κοινωνικές περιβαλλοντικές και ηθικές ευθύνες αποκτούν μεγαλύτερη και καλύτερη πρόσβαση σε κεφάλαια, που σε άλλη περίπτωση δεν θα ήταν τόσο εύκολα προσβάσιμα. Ο οργανισμός αναφέρει μια έκθεση της ένωσης εμπορίου ‘‘ Social Investment Forum ‘‘, η οποία εκτιμά ότι, τα κεφάλαια που διαχειρίζονται χαρτοφυλάκια, που εφαρμόζουν ηθικά περιβαλλοντικά και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κριτήρια, έχουν αυξηθεί από 639 δις δολάρια το 1995 σε 1,185 τρις το 1997 και 2,16 τρις το 1999. (ο.π., σελ. 32).

Σύμφωνα με μελέτες έχει αποδειχθεί ότι η δημοσιοποίηση μη ηθικών εταιρικών συμπεριφορών επιδρά αρνητικά στις τιμές των μετοχών για τουλάχιστον έξι μήνες. Άλλη μελέτη απέδειξε ότι οι 100 εταιρίες που περιλαμβάνονται στον κατάλογο των καλύτερων εταιρικών πολιτικών του περιοδικού ‘‘ Business Ethics ‘‘ παρουσιάζουν οικονομικές επιδόσεις απ’ ότι οι υπόλοιπες εταιρίες του δείκτη S&P 500. (ο.π., σελ. 33).

Σύμφωνα με δημοσιευθείσα έρευνα του Ευρωπαϊκού Φόρουμ Αειφόρων Επενδύσεων (Eurosif) (2010) τα ευρωπαϊκά κεφάλαια που αφορούν αειφόρες και υπεύθυνες επενδύσεις υπολογίζονται σε 5 τρις ευρώ. Οι αντίστοιχες επενδύσεις οι οποίες έγιναν στις ΗΠΑ και την Ασία ανέρχονται σε 2,5 δις ευρώ. Η έρευνα αυτή που κάλυπτε 19 χώρες μεταξύ των οποίων για πρώτη φορά και την Ελλάδα, έδειξε ότι, παρά την κρίση, το συνολικό ποσό διαθέσιμων σε επενδύσεις SRI αυξήθηκε από 2,7 τρις σε 5 τρις ευρώ μέχρι τα τέλη του 2009. Η έρευνα αυτή έδειξε ξεκάθαρα ότι οι επενδύσεις SRI την περίοδο αυτή αποτέλεσαν και αποτελούν μια εξαιρετικής απόδοσης αγορά που μπορεί να χαρακτηριστεί ως bull market άλλων εποχών. (Ευρωπαϊκή μελέτη, ιστοσελίδα, α/α 16, 8-5-13)

2.3.4. Μια δραστηριότητα που «πουλάει» μια αναγκαιότητα ή προσφορά;

Ένας κακοπροαίρετος κριτής θα μπορούσε να πει ότι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την ΕΚΕ διότι «πουλάει». Είναι όμως έτσι ή είναι μια υπερβολή από ανθρώπους που είναι προκατειλημμένοι ή επηρεασμένοι από οτιδήποτε; Μήπως η ΕΚΕ είναι μια

αναγκαιότητα που την επέβαλε άτυπα η κοινωνία στις επιχειρήσεις, καθότι φθάσαμε σε ένα σημείο ωριμότητας ή εξέλιξης, μ' αποτέλεσμα η κοινωνική και οικολογική ευαισθησία να γίνει «εκ των ων ουκ άνευ»;

Φυσικά εμείς πιστεύουμε ότι η κοινωνική και οικολογική ευθύνη ή ευαισθησία δεν είναι απόλυτα κάτι που πουλάει, διότι έτσι θα το υιοθετούσαν όλες ανεξαιρέτα οι επιχειρήσεις και ο κόσμος μας θα ήταν καλύτερος. Ίσως θα μπορούσε να υιοθετήσει κανείς την άποψη ότι, είναι μια αναγκαιότητα την οποία αντιλήφθηκαν κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις, και με τον χρόνο γίνεται πλέον συνείδηση που κατακτά όλο και περισσότερο τον κόσμο των επιχειρήσεων.

Μια εξήγηση για την συμπεριφορά αυτή των επιχειρήσεων, θα μπορούσε να δώσει κανείς λαμβάνοντας ως δεδομένο την πεποίθηση πλέον στον επιχειρηματικό κόσμο ότι, οι επιχειρήσεις για να συνεχίσουν να επιβιώνουν, πρέπει να υπάρχει μια ποιοτική, εύπορη και υγιής κοινωνία, η οποία θα καταναλώσει τα αγαθά τους, καθότι δεν μπορεί να υπάρξει επιχείρηση δίχως κοινωνία, ενώ η κοινωνία προϋπήρξε των επιχειρήσεων.

Φυσικά κάποιοι άνθρωποι των επιχειρήσεων θα μπορούσαν να μιλήσουν για προσφορά ή ευαισθησία των επιχειρήσεων. Είναι όμως έτσι; Ο μεροληπτικά σκεπτόμενος κριτής θα μπορούσε να δει την ΕΚΕ ως μια προσφορά ή αγαθοεργία; Κάποιες περιπτώσεις μπορούν ίσως να χαρακτηριστούν ως τέτοιες, στην ουσία όμως η επιχείρηση και ο επιχειρηματίας επιστρέφει στην κοινωνία ένα μέρος των κερδών του που απεκόμισε από την κοινωνία. Μία κοινωνία, την οποία οφείλει η επιχείρηση να κρατήσει σε ένα υψηλό ποιοτικό και οικονομικό επίπεδο, ώστε να μπορεί να αποκομίζει από αυτήν τα οφέλη ή τα κέρδη που επιθυμεί ή επιβάλλεται να αποκομίσει.

Επομένως λοιπόν κάτω από το προαναφερθέν σκεπτικό, θα μπορούσε να πει κανείς ότι, η ΕΚΕ αποτελεί μια αναγκαιότητα για την επιχείρηση και την κοινωνία, την οποία πρέπει να αναπτύξουμε, ώστε να αποτελέσει μια δραστηριότητα, η οποία θα αποτελεί πλέον μια απαραίτητη εθελοντική μεν, αλλά αναγκαστική δε πρακτική, που θα είναι απαραίτητη τόσο για την επιβίωση της επιχείρησης, όσο και για την αξιοπρεπή διαβίωση των μελών της κοινωνίας που συντηρεί και διατηρεί την επιχείρηση.

Προσοχή όμως, το σκεπτικό αυτό δεν θα πρέπει να μας οδηγήσει σε λανθασμένα συμπεράσματα και να αρχίσουμε να μιλάμε σήμερα για μοντέλα κοινωνικοποίησης ή κολεκτιβοποίησης των επιχειρήσεων. Αυτό δεν είναι στις φανερές ούτε στις κρυφές μας προθέσεις, ούτε το υιοθετούμε τουλάχιστον στην φάση αυτή που βρίσκεται η κοινωνία σήμερα. Εάν φυσικά κάποτε στο απώτερο μέλλον η κοινωνία και οι εργαζόμενοι ωριμάσουν και εξελιχθούν τόσο πολύ ώστε να διαχειρίζονται αποτελεσματικά ανταγωνιστικά και κερδοφόρα επιχειρήσεις, με το σύστημα της αυτοδιαχείρισης, που είχε κάποτε η πρώην Γιουγκοσλαβία αλλά απέτυχε, τότε φυσικά δεν θα ισχύουν ετεροχρονισμένα πλέον οι απόψεις μας.

Πριν την δεκαετία του '90, το δόγμα που κυριαρχούσε σχετικά με την επιλογή των κοινωνικών ζητημάτων ήταν, «να κάνουμε κάτι καλό για να φανούμε καλοί». Οι διαθέσιμοι πόροι μοιράζονταν σε όσο το δυνατόν περισσότερους οργανισμούς, για να προβάλλεται και να γίνεται γνωστότερο το φιλανθρωπικό έργο της επιχείρησης.

Απέφευγαν να υλοποιήσουν σκοπούς που είχαν σχέση με τα προϊόντα της εταιρίας τους, καθώς επίσης να βοηθήσουν αμφιλεγόμενα κοινωνικά ζητήματα όπως το AIDS, με την δικαιολογία ότι αυτά έπρεπε να τα χειριστούν εξειδικευμένοι κρατικοί ή ΜΚΟ.

Η λογική που επικρατούσε τότε θα μπορούσε να διατυπωθεί με την φράση «κάντε το καλό με τον πιο εύκολο τρόπο», ακόμη και με την έκδοση μιας επιταγής. Οι περισσότεροι δωρητές ήθελαν να παραμένουν ανώνυμοι και λίγοι ήταν εκείνοι που προσπαθούσαν να εντάξουν το πρόγραμμα δωρεών με άλλες στρατηγικές επιλογές ή επιχειρησιακές μονάδες, όπως το Μάρκετινγκ, οι άνθρωποι πόροι κλπ., καθότι κάτι τέτοιο θα απαιτούσε χρόνο και προσπάθεια. (Kotler κ. Lee, 2009, σελ. 22-23).

Η παραπάνω παραδοσιακή προσέγγιση ξεπεράσθηκε και υιοθετήθηκε αργότερα μια νέα προσέγγιση με παράλληλη στήριξη επιχειρηματικών στόχων. Στην φάση αυτή η λήψη αποφάσεων γίνεται με το σκεπτικό «πάμε καλά και να κάνουμε κάτι καλό». Οι επιχειρήσεις επιλέγουν πλέον νέα στρατηγικά πεδία που ανταποκρίνονται στις εταιρικές τους αξίες, δηλαδή πρωτοβουλίες που στηρίζουν τους επιχειρηματικούς τους στόχους και ζητήματα που σχετίζονται με τα κύρια προϊόντα και τις αγορές τους. Υποστηρίζουν κοινωνικές ομάδες που δημιουργούν ευκαιρίες για την επίτευξη των στόχων μάρκετινγκ, όπως επέκταση αγορών, αύξηση του μεριδίου αγοράς ή δημιουργία της επιθυμητής ταυτότητας της επωνυμίας. Επιλέγουν κοινωνικά προβλήματα με βάση την δυνατότητα θετικής στήριξης ακόμη και σε περιόδους κρίσεων ή αλλαγών στις εθνικές πολιτικές. Επιζητούν την δυνατότητα συμμετοχής όσο το δυνατόν περισσότερων τμημάτων του οργανισμού στη διαδικασία επιλογής, ώστε να υπάρχουν ερείσματα για την υποστήριξη εφαρμογής των προγραμμάτων ενώ ασχολούνται με τα ζητήματα εκείνα που απασχολούν περισσότερο την τοπική κοινωνία, τους πελάτες και τους εργαζόμενους. (Kotler κ. Lee, 2009, σελ. 23)

Χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός τέτοιου σκεπτικού είναι μια πρόσφατη πρακτική ΕΚΕ, που έχει σχέση με την εταιρεία "IKEA" και την "Unicef", όπου τα πολυκαταστήματα 'IKEA' δημοσίευαν ολοσέλιδη διαφήμιση σε εφημερίδες μέσω των οποίων ενημέρωναν τους αναγνώστες ότι, με την αγορά ενός συγκεκριμένου προϊόντος που εικονίζονταν στην διαφήμιση, ένα ευρώ θα διατίθετο υπέρ της "Unicef". «Πάρε με σπίτι και εγώ θα δώσω 1€ στην Unicef» ανέφερε στη διαφήμιση το λούτρινο ζώακι. (www.tovima.gr, ιστοσελίδα α/α 20, 15/11/09, σελ. Α 29).

Είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα όπου ο κοινωνικός σκοπός ενσωματώνεται στο μάρκετινγκ και την εταιρική επικοινωνία. Τέτοιες ενέργειες φυσικά δεν αυξάνουν μόνο το γόητρο της εταιρείας ή του οργανισμού, αλλά και το ηθικό των εργαζομένων που απασχολούνται σε μια εταιρία κοινωνικά ευαίσθητη, της οποίας φυσικά η ευαισθησία δεν εξαντλείται μόνο σε έναν τομέα, αλλά επεκτείνεται και σε επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού, προστασίας του περιβάλλοντος κ.α.

Σκεπτόμενοι λοιπόν με τα σημερινά δεδομένα πιστεύουμε ότι, η κοινωνία, οι επιχειρήσεις και η πολιτεία, θα πρέπει σε στενή συνεργασία, να βελτιώσουν τον θεσμό των επιχειρήσεων, έχοντας όχι μόνο ως στόχο την αειφόρο ανάπτυξη των επιχειρήσεων, αλλά την αειφόρο ανάπτυξη της κοινωνίας και του πλανήτη που μας φιλοξενεί, όσο θα είμαστε συνεπείς στις αρχές και τους κανόνες που διέπουν την φύση και το σύμπαν.

Την άδεια λειτουργίας για την εκμετάλλευση των φυσικών πόρων των συχνοτήτων ή την παροχή άλλων υπηρεσιών την δίνει το κράτος, δηλαδή η κοινωνία. Εύλογο λοιπόν είναι η κοινωνία να θέλει και να μπορεί να επιβάλει όρους και κανόνες, που δεν απειλούν, όχι μόνο την αειφόρο ανάπτυξη του περιβάλλοντος και της ίδιας της κοινωνίας, αλλά και την ευημερία, την πρόοδο και την ομαλή και εύρυθμη λειτουργία της πολιτείας.

Σε τελική ανάλυση όπως και παραπάνω αναφερθήκαμε, οι επιχειρήσεις, δεν μπορεί να υπάρξουν δίχως την κοινωνία (εργαζόμενοι, καταναλωτές συνεργάτες κλπ.), αλλά ότι και η επιχειρηματικότητα βοηθά στην ανάπτυξη και καλυτέρευση της ζωής της κοινωνίας. Υπό αυτό το σκεπτικό θα πρέπει επιχειρήσεις και κοινωνία να έχουν μια αρμονική συνεργασία και όχι ανταγωνιστική αντιπαλότητα, που μπορεί να οδηγήσει σε ακρότητες, οι οποίες θα αποβούν σε βάρος όλου του κοινωνικού συνόλου.

Κεφάλαιο 3^ο

3. ΝΟΜΙΚΟ – ΗΘΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ

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)

Όσο αφορά την καινοτομία, αυτή δεν θα πρέπει να περιορίζεται και να αφορά μόνο τις πρακτικές ή τις ενέργειες των επιχειρήσεων, αλλά και στον 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. Περισσότερα για την νέα αυτή αντίληψη και τάση που ξεκίνησε το 1989 θα αναφέρουμε στην συνέχεια αυτού του κεφαλαίου.

3.1. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

3.1.1. Διεθνείς Συνθήκες.

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. σελ.511)

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 ανθρώπινων 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 25-2-13)

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.

3.1.2 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, σελ. 257)

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 με ποιόν καλύτερο τρόπο θα μπορούσαν να γίνουν ευρύτερα γνωστά θεματικά πεδία της ΕΚΕ.(Οδηγός ΕΚΕ για ΜμΕ, σελ. 4).

3.1.3 Διεθνή Πρότυπα Υπευθυνότητας και Δείκτες Κοινωνικής Ευθύνης.

Τα διεθνή πρότυπα Υπευθυνότητας συγκαταλέγονται όπως είναι λογικό στα πλαίσια της λογικής και πρακτικής 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.⁴

⁴ www.accountability21.net

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 συμμόρφωση τριών βασικών αρχών 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, σελ. 10)

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, σελ. 86-7)

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

3.2 ΗΘΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΥΠΕΡΑΞΙΑ

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 ιδιοφυίας. 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, σελ. 85).

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 του αληθές, καταγράφουμε την ρήση ενός πνευματικού ανθρώπου, του Μάριου Πλωρίτη, ο οποίος μας θυμίζει ότι «όπως κατά τον Αντρέ Μαυρώ ``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 29/10/2011)

3.2.1. 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 γραμματεῖς και φαρισαῖοι 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. Έως 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, σελ. 56)

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, απλό 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 του 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 στον βαθμό που τηρούν τον κώδικα δεοντολογίας. (Jongchul κ.α., 2014, σελ. 296)

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. Ή 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, σελ. 40).

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 «ποιο 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 πρωτοεμφανίσθηκε 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 όφελος της κοινωνίας για μια ολιστική αειφόρο ανάπτυξη.

Η επιχειρηματική ηθική εκ πρώτης όψεως φαντάζει ως εύλογη απάντηση στις κοινωνικές και οικονομικές ανακατατάξεις που επιφέρει ο 21^{ος} 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 πρωτοεμφανίσθηκε, 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 «πρασίνισε». Έτσι, μπήκαν στο καθημερινό μας λεξιλόγιο, λέξεις και πρακτικές άγνωστες μέχρι τότε. Αειφόρος ανάπτυξη, αναδάσωση, βιοποικιλότητα, εναλλακτικές πηγές ενέργειας, ανακύκλωση κλπ, είναι έννοιες που χρησιμοποιούνται πλέον όχι μόνο στην θεωρία αλλά και στην πράξη.

Η μετάλλαξη αυτή φανερώνει την αναπροσαρμογή 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 στην 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, σελ. 10)

Η ηθική είναι η βάση κάθε προσωπικής και κοινωνικής αρμονίας. Είναι η έκφραση των υψηλών πνευματικών αληθειών, των υψηλότερων 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 κάποιος άνθρωπος και κατ' επέκταση οι επιχειρήσεις που ψέματα, κλέβουν, εκμεταλλεύονται, αδιαφορούν για το περιβάλλον κλπ., κάποια στιγμή θα βιώσουν τις συνέπειες των πράξεών τους.(Γερούκη, 2005, σελ. 29-30)

Για τον λόγο αυτό μπορεί κανείς να θεωρήσει ότι, η αντίφαση αυτή των εταιριών 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.

3.2.2. 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 φαντασθούμε 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 την στάση και τις προθέσεις της αγοράς, καλύπτουν αυτά που οι καταναλωτές θεωρούν ως ηθικά αναγκαίο ή απαραίτητο.(Θανόπουλος, 2003, σελ. 36)

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 στην 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 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 πολλές ομοιότητες από όσες εκ' πρώτης όψεως φαίνεται με αυτήν 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 συστηματική, αφού το σύστημα απαιτούσε την 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, σελ. 65-66)

3.2.2.1. Συνύπαρξη της αντιφατικότητας και σκοπιμότητες.

Η αντίφαση και η αντιφατικότητα είναι ένα καθημερινό φαινόμενο στην ανθρώπινη φύση. Επομένως λοιπόν αυτή η συμπεριφορά δεν μπορεί να μην υπάρχει και στην λειτουργία των επιχειρήσεων αφού " πάντων χρημάτων μέτρον εστίν άνθρωπος " έλεγε ο Πρωταγόρας ο Αβδηρίτης, αφού όλα καθορίζονται από τον άνθρωπο. Έτσι λοιπόν αν

θελήσει κανείς να ερευνήσει την αντιφατικότητα που υπάρχει στην λειτουργία και την συμπεριφορά των επιχειρηματιών των επιχειρήσεων και των στελεχών αυτών, στο πεδίο της ηθικής ή της ΕΚΕ θα συναντήσει χιλιάδες περιπτώσεις ανακολουθίας πράξεων και έργων. Εμείς εδώ θα αναφερθούμε μόνο σε μερικές περιπτώσεις εταιρικών σκανδάλων ή διαφθοράς από εταιρείες οι οποίες ενώ ταυτόχρονα ασπάζονταν τις ηθικές αρχές και τους νόμους και δραστηριοποιούνταν σε πρακτικές ΕΚΕ, αλλά 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 να κάνει εκτιμήσει κανείς, αν οι εταιρείες αυτές με τα πρόστιμα αυτά όντως τιμωρήθηκαν ή απλώς μείωσαν τα παράνομα κέρδη τους. (Τσούκας Χ., κ.α..2008, σελ. 59)

Τέτοιες πρακτικές και συμπεριφορές αντιφατικότητας, συνύπαρξης του καλού και του κακού, του θετικού και αρνητικού δεν υπάρχουν και δεν συμβαίνουν μόνο σε μεγάλες επιχειρήσεις αλλά ακόμη και στις πολύ μικρές. Γενικά θα μπορούσε να πει κανείς ότι αυτή 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.

3.2.3. 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 την λαϊκή φιλοσοφημένη ρύση 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), συνέπειες που μπορούν να επιφέρουν κοινωνικές αναταράξεις με απρόβλεπτες επιπτώσεις για το κοινωνικό σύνολο, επομένως και για τις επιχειρήσεις.

Στη γερμανόγλωσση βιβλιογραφία τίθεται το ερώτημα αν η κάθε εταιρία, ως νομικό πρόσωπο που δεν έχει τα ψυχοφυσικά χαρακτηριστικά ενός φυσικού προσώπου (συνείδηση κλπ.), θα πρέπει να της καταλογίζεται ευθύνη.(Ungericht B. κ.α, 2008, σελ.49).

Την απάντηση στο ερώτημα αυτό την 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 την διοίκηση για διαφθορά και διακίνηση μαύρου χρήματος, για την 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, σελ. 291)

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 ως προς το 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 καναδικής 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, 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. Μάσλου 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 οποιουσδήποτε άλλους, συνεισφέρουν στην προσπάθεια της εθελοντικής Ε.Κ.Ε. Εκείνο που θα μπορούσε να εντυπωσιάσει πολλούς ανθρώπους είναι αυτό που εκμυστηρεύθηκε ο Έλληνας Καθηγητής στη 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 Αντρίου Άθενς. Ομογενής δεύτερης γενιάς με μυθιστορηματικό βίο, που έχει αφιερώσει την ζωή του στον απανταχού ελληνισμό. Έχει διαθέσει το 50% των καθαρών του 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, σελ.2)

3.2.4. 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 προτεραιότητες. Πράγματι, οι αξιολογήσεις των φιλανθρωπιών παγκόσμιων 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. (Vogel, 2005), για παράδειγμα, ρωτάει: 'Η Wal-Mart θεωρείται υπεύθυνη εταιρεία για την παροχή στους καταναλωτές αγαθών σε χαμηλές τιμές ή ανεύθυνη αν αμείβει τους υπαλλήλους της με χαμηλούς μισθούς και εκμηδενίζει το ανεξάρτητο εμπόριο. (Green, Pelosa, 2011, σελ. 49)

Υπάρχουν πολλοί τρόποι που μπορεί να χρησιμοποιήσει κανείς, έτσι ώστε να αξιοποιήσει ανεκμετάλλευτα κεφάλαια και αξίες που βρίσκονται κάπου καταχωνιασμένες στο σπίτι σε κάποια συρτάρια ή οπουδήποτε αλλού. 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.

3.2.4.1. 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 και ολιστικότερη στις πανανθρώπινες αξίες, που 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, σελ. 74-75).

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, μηδέν 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.

3.2.4.2. 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 επιτροπή 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 Φράιμπουργκ. 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 Αμάρτσα Σεν στο βιβλίο του «Η ανάπτυξη ως ελευθερία». Και το ζητούμενο εδώ είναι κατά πόσο ελεύθερος είναι ο άνθρωπος να κάνει τις αρεστές του επιλογές, 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. Δεν χρειάζεται να είναι κανείς θρησκευόμενος ή μη για να δεχθεί αυτή την άποψη. Ως άνθρωποι που ζούμε – με τη ευρεία έννοια – μαζί, 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 δικά μας προβλήματα. Και είναι της δικής μας ευθύνης – ανεξαρτήτως αν είναι ή όχι και κάποιων άλλων. (Σεν Α.,2000, σελ.339,341).

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 τι και ποια κριτήρια και πόσο θα αξιολογούσαν οι κάτοικοι της Ιαπωνίας και ποιο συγκεκριμένα της περιοχής που έζησαν και θα ζουν για πολλά χρόνια τον πυρηνικό εφιάλτη της Φουκουσίμα, την ζωή της περιοχής Vauban του Φράιμπουργκ 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.

3.3. ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ ΣΤΗΝ ΕΚΕ

Εάν δούμε την ΕΚΕ κάτω από το πρίσμα της «φρακταλιστικής δομής⁵» μιας επιχείρησης, που ουσιαστικά υποδηλώνει την ύπαρξη του όλου στα μέρη του, τότε μπορούμε να συμπεράνουμε ότι μια στρατηγικής επιλογής ΕΚΕ και όχι επικοινωνιακής πολιτικής, αντικατοπτρίζει τις προθέσεις το ήθος και την συμβολή της επιχείρησης στην κοινωνία και το περιβάλλον ολιστικά. Το γεγονός ότι στη χριστιανική παράδοση και όχι μόνο, θεωρείται ότι κάθε άνθρωπος είναι η ενσάρκωση της συμπαντικής δημιουργίας, είναι ένα δείγμα του ολιστικού τρόπου σκέψης, που συναντάμε τόσο στη νέα φυσική όσο και στους προ-επιστημονικούς τρόπους σκέψης. (Τσούκας Χ., 2004, σελ.146)

Επομένως εάν θέλαμε να παρουσιάσουμε σχηματικά την θέση της ΕΚΕ στην λογική της Ολιστικής Διοίκησης των Επιχειρήσεων(Ο.Δ.Ε.) και την θέση που καταλαμβάνει στον ολιστικό τρόπο σκέψης της Δ.Ε., θεωρούμε ότι το ακόλουθο σχήμα είναι το αντιπροσωπευτικότερο.

Σχ. 3.1. ΕΚΕ και ΟΔΕ.



Η ΔΟΠ = αναπόσπαστο τμήμα της Ο.Δ.Ε.

Η ΕΚΕ = άμεση σχέση με τα προϊόντα.

Επομένως είναι φυσικό κάθε εταιρία, να είναι απαραίτητο να εντάξει την ΕΚΕ στην ολιστική της φιλοσοφία και στρατηγική, καθότι συνδέεται τουλάχιστο σε ένα μεγάλο μέρος έμμεσα και άμεσα με την ΔΟΠ.

3.3.1. Η Ολιστική Προσέγγιση της ΕΚΕ.

Σχεδόν όλοι οι επιστημονικοί τομείς πέρασαν από κάποιο στάδιο κατά την διάρκεια της ανάπτυξής τους, όπου θεωρούνταν ως κλειστά συστήματα. Τις τελευταίες δεκαετίες ήρθε στο προσκήνιο η προσέγγιση των ανοιχτών συστημάτων. Οι θεωρητικοί της οργάνωσης σήμερα συμφωνούν ότι μια εταιρία λειτουργεί όπως ένας ζωντανός οργανισμός. Όλο και περισσότερα στελέχη των επιχειρήσεων και όχι μόνο, αναγνωρίζουν ότι, οι υγιείς επιχειρήσεις είναι εκείνες στις οποίες οι εργαζόμενοι, η διοίκηση, οι συμμετοχοί κλπ., αλληλεπιδρούν για να δημιουργήσουν ένα ενιαίο λειτουργικό σύνολο. Επομένως, όλο και περισσότερο αποδυναμώνεται η άποψη ότι η εταιρία είναι υπεύθυνη μόνο για τους δικούς της στόχους και υπερισχύει εκείνη που αφορά το ανοιχτό σύστημα, δηλαδή ότι η επιχείρηση είναι μια εξελισσόμενη μονάδα που λειτουργεί μέσα σε ένα ευρύτερο κοινωνικό σύνολο από το οποίο εξαρτάται αλλά είναι και υπεύθυνη για το περιβάλλον της. Η σύγχρονη λοιπόν, γενική θεωρία των συστημάτων, φανερώνει ότι όλο το σύμπαν είναι ένας ζωντανός οργανισμός, όπως πίστευαν στην αρχαιότητα. (LaViolette, 1995, σελ. 72)

Κάτω από αυτό το σκεπτικό θεωρούμε ότι, για να μιλάμε για ολιστική διοίκηση επιχειρήσεων, είναι απαραίτητο, πέραν από τις υποχρεωτικές από τον νόμο, πρακτικές

⁵ Ολιστικός τρόπος σκέψης που υποδηλώνει την ύπαρξη του όλου στα μέρη του.

και λειτουργίες κοινωνικής ή οικολογικής ευθύνης, είναι απαραίτητες και οι εθελοντικές, πλην όμως αυτουποχρεωτικές πράξεις ή πρακτικές ΕΚΕ, για να έχουμε μια ολοκληρωμένη λειτουργία της επιχείρησης, που θα ακολουθεί όχι μόνο το νόμιμο, αλλά και το ηθικό μέρος της αιεφόρου ανάπτυξης.

Η έννοια της διοίκησης των επιχειρήσεων έχει μια ποικιλομορφία «οπτικών γωνιών» αρχίζοντας από την γενική διαχείριση και φθάνοντας ως την κοινωνική ευθύνη. Διοίκηση δεν είναι ούτε διαχείριση, ούτε οργάνωση, ούτε απόφαση, ούτε σχεδιασμός, ούτε και έλεγχος μόνο, αλλά όλα αυτά μαζί.(Μαυρίδης, 1999, σελ. 24)

Ολιστικός Κύκλος της Διοίκησης των Επιχειρήσεων δεν μπορεί, ούτε και θα πρέπει να εξαντλείται με τους κύριους παράγοντες του Ολιστικού Κύκλου Διοίκησης, δηλαδή τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τον έλεγχο και την διεύθυνση ή συντονισμό. Χωρίς την κοινωνική ευθύνη θα μοιάζει σαν ένα σώμα χωρίς ψυχή. Η επιχείρηση όχι μόνο αντλεί την δύναμή της μέσα από την κοινωνία, αλλά υπάρχει λόγω της κοινωνίας. Η κοινωνία αδειοδοτεί την επιχείρηση και είναι υποχρεωμένη να υπηρετήσει την κοινωνία. Εάν η επιχείρηση δεν έχει την ανάλογη κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία, τότε σιγά σιγά η κοινωνία και το περιβάλλον δεν θα είναι πλέον πηγή ζωής για την επιχείρηση και επομένως με την σειρά της και αυτή θα σβήσει με ότι αυτό συνεπάγεται. Επομένως, αν θέλουμε να μιλάμε για μια Ολιστική Διοίκηση Επιχειρήσεων, θα πρέπει να θεωρήσουμε την Ε.Κ.Ε., όχι σαν συμπληρωματικό, αλλά σαν απαραίτητο παράγοντα μιας ολοκληρωμένης επιχείρησης, δηλαδή «εκ των ων ουκ άνευ».

Χαρακτηριστικό παράδειγμα ολιστικής σκέψης και διοίκησης αποτελεί ο Jeffrey Swartz, γενικός διευθυντής της Timberland. Αυτός ο άνθρωπος ανέλαβε με πάθος μια αποστολή χρησιμοποίησης των πόρων της εταιρείας στην καταπολέμηση κοινωνικών ασθενειών του κόσμου. Γνώριζε όμως, για να κάνει κάτι τέτοιο η εταιρεία πρέπει να κερδίζει. Ο Swartz πιστεύει ακράδαντα ότι οι εταιρείες μπορούν να τα κάνουν και τα δύο, δηλαδή και να κερδίζουν αλλά και να κάνουν καλό στην κοινωνία, θέση που παραπέμπει στη φιλοσοφία των πρωτεργατών της ΔΟΠ Deming και Juran, οι οποίοι πίστευαν ότι, μπορεί να συμβαδίσει η καλή ποιότητα με την προσιτή τιμή.

Όσο και αν ακούγεται παράξενο ο Swartz δεν «πουλούσε» την δημιουργικότητα ή την δεξιότητα της Timberland αλλά «πουλούσε» την κουλτούρα της, και τους τρόπους με τους οποίους η κουλτούρα αυτή θα μπορούσε να φρεσκάρει μια επιχείρηση, όπως συνέβη με την περίπτωση της McDonalds.

Δεν είναι εξάλλου τυχαίο ότι σε έρευνα για τους υπαλλήλους το 75% είπαν ότι, εάν έψαχναν για δουλειά θα επέλεγαν και πάλι την Timberland, και το 79% είπαν ότι η φήμη της εταιρείας είχε παίξει μεγάλο ρόλο στην απόφασή τους να έλθουν στην εταιρεία. «Οι βασικές αξίες είναι ο ανθρωπισμός, η ταπεινότητα, η ακεραιότητα και η αρετή, και βλέπω αυτές οι αξίες να χρησιμοποιούνται ως λύδια λίθος σε όλες τις συζητήσεις» έλεγε ένας πληρεξούσιος προσωπικού.(Armstrong Kotler, 2009, σελ.703-4)

Εδώ βλέπουμε μια προσπάθεια εκπλήρωσης ενός διττού στόχου, που δεν είναι άλλος από αυτόν των αξιών και των κερδών. Το ερώτημα που γενάτε εδώ είναι, εάν μπορεί ένας άνθρωπος και μια ομάδα αφοσιωμένων υποστηρικτών του να αλλάξουν τον ρόλο μιας εταιρείας όπως της Timberland. Για τον Swartz είναι θέμα χρόνου, σημειώνουν οι Armstrong και Kotler. «Στο κάτω- κάτω προσπαθεί να σώσει τον κόσμο. Το αστείο είναι, ότι προσπαθεί να το κάνει λειτουργώντας μια μεγάλη κερδοφόρα εμπορική επιχείρηση. Κάποιοι τον αποκαλούν Μεσσία μιας νέας εποχής κοινωνικής ευαισθητοποίησης. Άλλοι πιστεύουν ότι μπορεί να οδηγηθεί σε καταστροφή. Όλοι όμως συμφωνούν ότι αυτός προκαλεί το σύστημα». (ο.π, σελ.705)

Εάν όμως κατορθώσει να επιτύχει το τερπνόν μετά του ωφελίμου, θα είναι μια επιβεβαίωση ότι η Ε.Κ.Ε., μπορεί να είναι όχι απλώς μέρος της Ολιστικής Διοίκησης των Επιχειρήσεων, αλλά μια απαραίτητη πρακτική η οποία συμπληρώνει και ολοκληρώνει την ολιστική σκέψη στην διοίκηση των επιχειρήσεων. Εάν θέλουμε να κάνουμε μια

σύγκριση ή έναν παραλληλισμό μεταξύ ΔΟΠ και ΕΚΕ θα μπορούσαμε να πούμε ότι η πρώτη ξεκίνησε ως μέθοδος στατιστικού ελέγχου της παραγωγικής διαδικασίας και εξελίχθηκε σε φιλοσοφία και πρακτική διοίκησης, η οποία διαφέρει σημαντικά από παραδοσιακές μεθόδους, ενώ η δεύτερη ξεκίνησε ως πράξη φιλανθρωπίας ή και φιλοπατρίας και σήμερα εξελίσσεται ως μια διεθνής στρατηγική, με τάσεις τουλάχιστον από τις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις, να ενσωματωθεί στην ολιστική λογική της διοίκησης των επιχειρήσεων.(Δεδούλης, 2005, σελ.14)

Συμπέρασμα. Η Δ.Ο.Π. είναι σίγουρο ότι αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της Ολιστικής Διοίκησης των Επιχειρήσεων. Η Ε.Κ.Ε. έχει άμεση σχέση με τα προϊόντα τα οποία για να πληρούν την άριστη ποιότητα από άποψη χρηστικότητας, υγείας και περιβαλλοντικών επιπτώσεων, πρέπει να σχεδιάζονται, να ελέγχονται και να βελτιώνονται ποιοτικά (Δ.Ο.Π.), καθότι οι πελάτες επηρεάζονται συχνά από προϊόντα που προκαλούν καταστροφές στο περιβάλλον. Επομένως, είναι φυσικό κάθε εταιρία, να είναι απαραίτητο να εντάξει την Ε.Κ.Ε. στην ολιστική της φιλοσοφία και στρατηγική, καθότι συνδέεται τουλάχιστον σε ένα μεγάλο μέρος έμμεσα και άμεσα με την ΔΟΠ. Το κίνημα της ΕΚΕ έχει αναδείξει τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα την αντίληψη ότι η απόδοση των εταιρειών πρέπει και μπορεί να αξιολογείται με ολιστικό τρόπο.

Πίνακας 3.1. Διαφορές και ομοιότητες μεταξύ ΔΟΠ και ΕΚΕ.

ΔΟΠ	ΕΚΕ
<i>Απαραίτητα προσανατολισμένη στον πελάτη.</i>	<i>Προσανατολισμένη στους εργαζόμενους στους συνεργάτες στην κοινωνία και στο περιβάλλον. Απαραίτητη πρακτική στρατηγικής επιλογής.</i>
<i>Αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής.</i>	<i>Εστίαση στην φιλοσοφία της επιχείρησης.</i>
<i>Εστίαση στην φιλοσοφία της επιχείρησης και στο τεχνικό σύστημα.</i>	<i>Εμφαση στην συμμετοχή των εργαζομένων και ενθάρρυνση για συμμετοχή.</i>
<i>Εμφαση στην συμμετοχή των εργαζομένων και ενθάρρυνση για συμμετοχή.</i>	<i>Εμφαση στην συμμετοχή των εργαζομένων και ενθάρρυνση για συμμετοχή.</i>
<i>Συνεχής βελτίωση και ΔΟΠ είναι συνώνυμα. Η ΔΟΠ είναι μια διαδικασία που δεν τελειώνει ποτέ.</i>	<i>Συνεχής βελτίωση και αναπροσαρμογή στα νέα δεδομένα. Μια διαδικασία που δεν τελειώνει ποτέ.</i>
<i>Αφορά όλα τα τμήματα και επίπεδα του οργανισμού.</i>	<i>Αφορά όλα τα τμήματα και επίπεδα του οργανισμού και όχι μόνο.</i>
<i>Όλοι είναι υπεύθυνοι για την ποιότητα.</i>	<i>Όλοι θα πρέπει να είναι υπεύθυνοι αλλά κυρίως εκείνοι που έχουν την ευθύνη εφαρμογής των πρακτικών της ΕΚΕ.</i>
<i>Συνεπάγεται αλλαγές στις διαδικασίες και στην κουλτούρα του οργανισμού.</i>	<i>Συνεπάγεται αλλαγές στην φιλοσοφία την κουλτούρα και την νοοτροπία των επιχειρήσεων.</i>

Πηγή: Σύγκρ. Δεδούλης Ε., 2005, σελ. 8 κ.α.

3.3.1.1. Ισορροπημένη Κάρτα Επιδόσεων(IKE) και ΕΚΕ.

Η IKE ή αλλιώς στην αγγλική ορολογία " The balanced Scorecard " κατά τους R. Kaplan και D. Norton (1996), δημιουργήθηκε από την σύγκρουση ανάμεσα στην ακατανίκητη δύναμη να οικοδομηθούν μεγάλου βεληνεκούς ανταγωνιστικές ικανότητες

και στο αμετακίνητο αντικείμενο του μοντέλου του ιστορικού κόστους της χρηματοοικονομικής λογιστικής. Η ΙΚΕ από την μια διατηρεί τα παραδοσιακά χρηματοοικονομικά μέτρα αλλά από την άλλη οι στόχοι και τα μέτρα της κάρτας επιδόσεων αντλούνται από το όραμα και την στρατηγική μιας οργάνωσης. (R. Kaplan και D. Norton 2008, σελ, 28)

Τα στελέχη των εταιρειών μπορούν μέσω αυτής την κάρτας να μετρήσουν πως οι επιχειρήσεις τους δημιουργούν αξία καθώς επίσης και πως πρέπει να αναβαθμίσουν τις εσωτερικές ικανότητες δηλαδή την επένδυση σε ανθρώπους, συστήματα, και διαδικασίες που είναι απαραίτητες για να βελτιώσουν την μελλοντική απόδοση. Η ΙΚΕ θα πρέπει να μεταφράζει την αποστολή και την στρατηγική μιας επιχειρηματικής μονάδας σε απτούς στόχους και μέτρα. Οι καινοτόμες εταιρείες θα πρέπει να χρησιμοποιούν την κάρτα επιδόσεων ως σύστημα στρατηγικής διοίκησης για να διευθύνουν την στρατηγική τους μακροπρόθεσμα. (ο.π. σελ. 30-31)

Έτσι λοιπόν αφού εντάσσεται η ΕΚΕ στην στρατηγική επιλογή της επιχείρησης, καθότι αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, επόμενο είναι να συμπεριλαμβάνεται στις μετρήσεις της ΙΚΕ, προκειμένου να αξιολογείται η αποτελεσματικότητα των πρακτικών της ΕΚΕ σε όλα τα επίπεδα.

Η ΙΚΕ επομένως είναι κάτι περισσότερο από ένα σύστημα μέτρησης αφού δεν μετρά μόνο την αλλαγή αλλά ενισχύει την αλλαγή. Η πραγματική της δε ισχύς αναδεικνύεται όταν αυτή μεταμορφώνεται από σύστημα μέτρησης σε σύστημα διοίκησης γεγονός που αποδεικνύεται καθώς όλο και περισσότερες εταιρείες εργάζονται με την ΙΚΕ αφού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για:

- Αποσαφηνίζουν και να επιτυγχάνουν ομοφωνία γύρω από την στρατηγική,
- Να μεταδίδουν την στρατηγική σε όλη την οργάνωση,
- Να ευθυγραμμίζουν τμηματικούς και προσωπικούς σκοπούς στη στρατηγική,
- Να εξασφαλίζουν ανάδραση και να μαθαίνουν και να βελτιώνουν τη στρατηγική, κλπ.

Η Ισορροπημένη Κάρτα Επιδόσεων γεμίζει το κενό που υπάρχει στα περισσότερα συστήματα διοίκησης, οι δε διοικητικές εργασίες που οικοδομούνται γύρω από αυτήν καθιστούν την οργάνωση ικανή να ευθυγραμμίζεται και να εστιάζεται στην εφαρμογή της μακροπρόθεσμης στρατηγικής. Χρησιμοποιούμενη δε με τον τρόπο αυτό γίνεται το θεμέλιο για την διοίκηση των οργάνωσεων την εποχή της πληροφορικής και της κοινωνικής και οικολογικής ευθύνης που πρέπει να επιδεικνύουμε όλοι μας και κυρίως οι επιχειρήσεις. (ο.π. σελ. 43-44).

3.3.2. Η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ.

Είναι γνωστό εξ' ορισμού πλέον ότι η ΕΚΕ αποτελεί μια εθελοντική πράξη των εταιριών, η οποία όμως όσο περνά ο χρόνος όχι μόνο συστηματοποιείται και οριοθετείται, αλλά ακόμη υπάρχουν χώρες οι οποίες ζητούν την θεσμοθέτηση της. Αυτό προκύπτει από έρευνα που διεξήχθη στη χώρα μας το 2004, από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας στο

πλαίσιο μιας διεθνούς έρευνας για την ΕΚΕ που πραγματοποίησε σε 21 χώρες, η εταιρία 'GlobeScan Inc.' και κατέδειξε ότι ο Καναδάς και η Ισπανία είναι υπέρ της ύπαρξης νομικού πλαισίου, σε αντίθεση με τις ΗΠΑ και την Ρωσία που επιμένουν σε μη θεσμοθετημένο πλαίσιο της εφαρμογής δράσεων της ΕΚΕ. (Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ, 2006, σελ.15)

Εάν φυσικά προχωρήσουμε σε μια θεσμοθέτηση των δράσεων της ΕΚΕ τότε θα περιορισθεί το εθελοντικό της πεδίο και θα μιλάμε πλέον για μια κοινωνική ευθύνη με κίνητρα και όχι για κοινωνική ευθύνη ή κοινωνική απόκριση όπως την αποτύπωσαν ο M. Friedman και ο K. Davis.

Σε περιόδους κρίσης, όπως αυτή του 1929 και όπως αυτή του 2008, η κρατική παρέμβαση είναι πάντα προβληματική και δεν κάνει τις αγορές τέλειες. Ο θεμελιώδης ισχυρισμός της θεωρίας της ανακλαστικότητας⁶, θεωρεί ότι, όλα τα ανθρώπινα δημιουργήματα έχουν ατέλειες, άρα και οι χρηματοοικονομικές αγορές δεν τείνουν αναγκαία προς την ισορροπία και κινδυνεύουν να οδηγήσουν σε ακραία ευφορία ή απόγνωση. Επίσης, ο τραπεζικός θεσμός είναι τόσο ισχυρός που τον φοβάται ακόμη και το κράτος. Όλα αυτά οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ίσως είναι απαραίτητο να υπάρξει ένας άλλος ισχυρός θεσμός, ο οποίος θα μπορεί να έχει λόγο και δύναμη σε τέτοιου είδους οικονομικές κρίσεις. Ή μήπως μία τέτοιου είδους θεσμοθέτηση με κίνητρα, η οποία εθελοντική μεν, αλλά αναγκαστική δε, δημιουργήσει άλλον έναν ισχυρό θεσμό όπως είναι οι τράπεζες σε βάρος φυσικά της ισχύς της πολιτείας και κατ' επέκταση της κοινωνίας; (συγκ. Soros, 2008, σελ. 154-5).

Εξυπακούεται ότι ένας τέτοιος θεσμός (π.χ. Δίκτυα ή οργανώσεις ΕΚΕ), θα έχει και την ανάλογη οικονομική ευρωστία, έτσι ώστε σε περιόδους κρίσης να μπορεί να παρεμβαίνει και να κρατά την κοινωνία σε ένα επίπεδο τέτοιο, που δεν θα απειλείται η συνοχή, τόσο της κοινωνίας όσο και των ίδιων των επιχειρήσεων. Εξάλλου στην προαναφερθείσα έρευνα του Ελληνικού Δικτύου ΕΚΕ αναφέρεται ότι «... το κράτος μοιάζει να «χάνει» την εμπιστοσύνη των πολιτών και ο ρόλος του στη επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων φθίνει. Το βάρος μετατίθεται στις Μ/ΜΕ οι οποίες καλούνται να δράσουν με γνώμονα το κοινωνικό καλό και να μην έχουν ως μοναδικό σκοπό το κέρδος.» (Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ, 2006, σελ. 24)

Για να θεσμοθετήσουμε την ΕΚΕ θα πρέπει πρώτα να αποδεχθούμε ότι η επιχείρηση έχει ένα θεσμικό ρόλο, αφού ως κοινωνικός οργανισμός ή φορέας πρέπει να διέπεται από αρχές, αξίες, δεσμεύσεις, προτεραιότητες κλπ. Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση περιορίζει μεν τη βραχυπρόθεσμη ελευθερία δράσης της, αφού δεν μπορεί πλέον να δρα καιροσκοπικά, διαμορφώνει όμως το χαρακτήρα της, την ταυτότητά της, η οποία εν είδει πυξίδας, καθοδηγεί τη μακροπρόθεσμη συμπεριφορά της επιχείρησης.(Τσούκας, 2004, σελ. 77).

Σε θεωρητικό επίπεδο, προκειμένου να υποστηρίξει κανείς την άποψη ότι, η ΕΚΕ πρέπει να θεσμοθετηθεί και να μπει σε πλαίσια και προδιαγραφές, θα μπορούσε κανείς να

⁶ Την θεωρία αυτή την διατύπωσε πρώτος ο G. Soros.

πει και να γράψει πάρα πολλά, μπαίνοντας έτσι στον πειρασμό μια βαθιάς φιλοσοφημένης θεωρητικολογίας. Εμείς φυσικά δεν θα μπορούμε σ' αυτό τον πειρασμό, καθότι το θέμα αυτό είναι ξεκαθαρισμένο με τις απόψεις, τόσο του Friedman όσο και του Davis.

Θα προσπαθήσουμε όμως, με κάποια πρακτικά και απλά παραδείγματα να υποστηρίξουμε την άποψη, γιατί η ΕΚΕ δεν πρέπει να παραμείνει στην καλή διάθεση των εθελοντών- επιχειρήσεων οι οποίες ενδεχομένως να έχουν και τους δικούς τους λόγους και σκοπούς να προωθούν την ΕΚΕ σε τέτοιο βαθμό, που στο βάθος να εκπληρώνει μια σκοπιμότητα.

Φυσικά δεν μπορεί να επιβάλει κανείς πρακτικές ΕΚΕ, οι οποίες δεν είναι υποχρεωτικές από τον νόμο, δηλαδή δεν βρίσκονται στο πεδίο της κοινωνικής υποχρέωσης. Μπορεί όμως να θεσμοθετηθούν μέτρα, κίνητρα και αντικίνητρα για πρακτικές κοινωνικού, οικολογικού και λοιπού ενδιαφέροντος. Στη λογική αυτή κινούνται πάρα πολλοί φορείς και δίκτυα ΕΚΕ, γεγονός που αποτυπώθηκε και από τον αείμνηστο πρόεδρο του Ελληνικού Δικτύου κ. Αναλυτή.

Ο πρόεδρος λοιπόν του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, σε δημοσιευμένο του άρθρο σε ένθετο της εφημερίδας "Ελευθεροτυπία" μεταξύ άλλων αναφέρει τα εξής: «Η επιχειρηματική υπευθυνότητα ως προσέγγιση διακυβέρνησης συνεπάγεται την δημιουργία εκ μέρους των κυβερνήσεων, συνθηκών, που επιτρέπουν στην ΕΚΕ να ευδοκιμήσει. Οι κυβερνήσεις δημιουργούν ένα περιβάλλον που διευκολύνει, παρέχει κίνητρα και ενθαρρύνει υπεύθυνες επιχειρηματικές δράσεις με στόχο την οικοδόμηση μια βιώσιμης, χωρίς αποκλεισμούς, οικονομίας. Δύο θεμελιώδεις μεταβλητές παίζουν κυρίαρχο ρόλο στη δημιουργία των κυβερνητικών πολιτικών: α) ο τύπος της χρησιμοποιούμενης κυβερνητικής παρέμβασης για την προώθηση της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας και β) η αντιμετώπιση του συγκεκριμένου θέματος ή δράσης. Αυτά μπορούν να υλοποιηθούν με:

- Αύξηση της γνώσης μέσω προγραμμάτων βράβευσης, πληροφόρησης, εκστρατειών, εκπαιδευτικών προγραμμάτων και οικοδόμησης δεξιοτήτων, labeling, δημιουργία ειδικών εργαλείων κλπ.
- Συνεργασίες μέσω της εμπλοκής όλων των ενδιαφερομένων μερών, συνεργιών μεταξύ το ιδιωτικού και δημοσίου τομέα, προσπαθειών για κοινές δράσεις κ.λπ.
- Ελαστικές προσεγγίσεις μέσω της καθιέρωσης κανόνων εταιρικής διακυβέρνησης και κανόνων συμπεριφοράς, της εφαρμογής διεθνών προτύπων, της υιοθέτησης και εφαρμογής αρχών ΕΚΕ στις δημόσιες προμήθειες, της παροχής φορολογικών κινήτρων για φιλανθρωπικές δράσεις, της δημιουργίας εθνικής στρατηγικής για την ΕΚΕ.
- Υποχρεωτικότητα μέσω της δημιουργίας νόμων για τη δημοσιοποίηση κοινωνικών απολογισμών, την τιμωρία των μη συμμορφούμενων κ.λπ.» (Εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 19/12/10, ένθετο ΕΚΕ, άρθρο του Ν. Αναλυτή)

Στην Ε.Ε. η λειτουργία της ΕΚΕ έχει προχωρήσει σε τέτοιο στάδιο όπως π.χ. στη Δανία, η οποία έχει θεσπίσει τον λεγόμενο κοινωνικό δείκτη (Social Index). Ο δείκτης αυτός είναι ένα εργαλείο αυτοαξιολόγησης, τον οποίο σχεδίασε το Υπουργείο

Κοινωνικών Υποθέσεων για την μέτρηση του βαθμού στον οποίο μια εταιρία ανταποκρίνεται στις κοινωνικές ευθύνες της. Λόγω του ότι ο δείκτης αυτός αποτελείται από μια κλίμακα με διαβαθμίσεις από το 0 έως το 100, είναι εύκολο να γνωστοποιηθεί στους εργαζόμενους και τα εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη πόσο κοινωνικά υπεύθυνα είναι η εταιρία τους. Το άρθρο 64 του γαλλικού νόμου που αφορά τις νέες οικονομικές ρυθμίσεις, απαιτεί από τις εταιρίες να λαμβάνουν υπόψη «τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες» των δραστηριοτήτων τους στην ετήσια έκθεσή τους. (Πράσινη Βίβλος, 2001, σελ. 20)

Ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα προς αυτή την κατεύθυνση είναι το γεγονός της πρωτοβουλίας της Ernst & Young η οποία σε συνεργασία με τον AccountAbility και το Ινστιτούτο Κοινωνικής Καινοτομίας πραγματοποίησε διεθνή συνάντηση διαβούλευσης για την αναθεώρηση του προτύπου AA1000SES(Stakeholder Engagement Standard), με στόχο η αναθεώρηση αυτή να υπερβεί τα όρια της ΕΚΕ και να αποτελέσει στρατηγικό εργαλείο, για όλες τις πτυχές της επιχειρηματικής λειτουργίας. (Δαμουλιάνου Χριστίνα Καθημερινή, 6/12/09, σελ. 10)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σε πολυμερές Forum που έγινε στις Βρυξέλες, ανακοίνωσε την πρόθεσή της να διατυπώσει μια νέα πολιτική σχετικά με την ΕΚΕ. Εκεί φάνηκε σαφέστατα μια τάση για νέες πρωτοβουλίες ή η αναθεώρηση των νομοθετικών μέτρων προκειμένου να βελτιωθούν οι υπάρχουσες πολιτικές, σχετικά με το θέμα της πληροφόρησης και δημοσιοποίησης των δράσεων, που υλοποιούν οι επιχειρήσεις για την κοινωνία, το περιβάλλον και το σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων. Με άλλα λόγια διαφαίνεται η μέσω νομοθετικών διατάξεων ή ρυθμίσεων υποχρεωτική έκδοση εκ μέρους των επιχειρήσεων κοινωνικών απολογισμών. (Αναλυτής Νίκος, ιστοσελίδα α/α 6, 19-12-10,)

Στις αρχές του 2012, διαβάζουμε σε άρθρο της Χ. Δαμουλιάνου στην εφημερίδα Καθημερινή, ότι το Ευρωπαϊκό δίκτυο για την ΕΚΕ καλωσόρισε ως μέλος του τον μεγάλο όμιλο οργανισμών και εταιρειών της Δανίας ‘VirksomhedNetwaerket’, που από το 2001 αποτελεί στην χώρα αυτή – τόσο για τον ιδιωτικό όσο και για τον δημόσιο τομέα – το φόρουμ για την προώθηση και για την εφαρμογή στην πράξη των πολιτικών κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.

Το κοινοβούλιο της Δανίας από τον Δεκέμβριο του 2008, με μεγάλη πλειοψηφία ψήφισε νόμο για την υποχρεωτική έκδοση Απολογισμών ΕΚΕ. Αυτό αφορά τις 1100 μεγαλύτερες εταιρείες της Δανίας, εισηγμένες στο χρηματιστήριο, με δημόσια συμμετοχή και θεσμικούς επενδυτές, οι οποίες μαζί με τους ετήσιους οικονομικούς απολογισμούς, υποχρεούνται να δίνουν και πληροφορίες για τις πολιτικές της εταιρείας για την ΕΚΕ και για τις Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις τους(SRI). Επίσης θα πρέπει να αναφέρουν ποιες από τις πολιτικές τους αυτές εφαρμόζονται στην πράξη και ποια είναι τα αποτελέσματά τους, όπως και τις μελλοντικές προσδοκίες της διοίκησης σε ότι αφορά την ΕΚΕ και τις **ΚΥΕ(Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις)**.

Φυσικά οι αποφάσεις των εταιρειών αυτών τόσο για την ΕΚΕ όσο και για τις ΚΥΕ(SRI), είναι εθελοντικές και αφορά τις ίδιες πως δεσμεύονται με αυτές. Είναι υποχρεωμένες όμως, να δηλώσουν με σαφήνεια, αν δεν διαθέτουν ως εταιρείες, πολιτική

για την ΕΚΕ. Της ψήφισης του σχετικού νόμου προηγήθηκε Σχέδιο Δράσης, που εκπόνησε το δανέζικο υπουργείο Οικονομίας και Επιχειρηματικών υποθέσεων, ώστε η οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων να προχωρεί παράλληλα με την επίτευξη των κοινωνικών και περιβαλλοντικών στόχων. Προέτρεπε ακόμα τις εταιρείες να δεσμευθούν με τις Αρχές του Παγκοσμίου Συμφώνου του ΟΗΕ, όπως και τους Δανούς επενδυτές με τις Αρχές των ΚΥΕ.

Το σχέδιο αυτό δράσης είχε τέσσερις κατευθυντήριες γραμμές.

- ✓ Την επαύξηση της Κ.Ε. των επιχειρήσεων.
- ✓ Την προώθηση της κοινωνικής υπευθυνότητας μέσω κρατικών δραστηριοτήτων.
- ✓ Την ενδυνάμωση του εταιρικού κλίματος υπευθυνότητας.
- ✓ Να προβληθεί διεθνώς η Δανία για την υπεύθυνη ανάπτυξή της.

Η πρωτοβουλία αυτή της Δανίας χαρακτηρίστηκε από εκπρόσωπο του Παγκοσμίου Συμφώνου του ΟΗΕ ως πρότυπο και εξέφρασε την ελπίδα να το μιμηθούν και άλλες χώρες. Την πρωτοποριακή αυτή πρωτοβουλία της Δανίας υπογράμμισε και ο πρόεδρος των «Αρχών για τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις» και συνεχάρη την δανέζικη κυβέρνηση για την κοινωνική της αντίληψη σε θέματα ΕΚΕ, πράγμα που θα αποδώσει μεγάλα οφέλη στις επιχειρήσεις τους από τις διεθνείς αγορές και θα προσελκύσει παγκόσμιους επενδυτές. Στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον που αντιμετωπίζει και θα αντιμετωπίζει συνεχώς, όχι μόνο οικονομικές αλλά και κοινωνικές κρίσεις καθώς επίσης και κλιματικές αλλαγές, η ΕΚΕ αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία και αναγκαιότητα ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε όσους συνειδητά και μεθοδικά την εφαρμόζουν.

Πλεονεκτήματα μιας θεσμοθετημένης ΕΚΕ.

- Θα δημιουργηθούν επαγγελματικά στελέχη που θα ασχολούνται με τις θεσμοθετημένες δράσεις.
- Θα υπάρχει ελεγχόμενος και δημοσιοποιημένος προϋπολογισμός, ισολογισμός και απολογισμός, που θα βγαίνει από τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης και δεν θα επιβαρύνεται ο καταναλωτής.
- Ανάλογα με τον προϋπολογισμό και την ιεράρχηση των δράσεων η επιχείρηση θα μπαίνει σε ένα πρόγραμμα που θα της δίνει μόνους (μονάδες) για την ένταξή της σε διάφορα προγράμματα ή σε ευνοϊκή χρηματοδότηση.
- Θα υπάρχουν κίνητρα για τις μικρές επιχειρήσεις να δημιουργήσουν φορείς ή δίκτυα Ε.Κ.Ε., καθότι θα είναι δύσκολο μια μικρομεσαία επιχείρηση να λειτουργεί από μόνη της τμήμα που να ασχολείται με την ΕΚΕ.

Ενδεχόμενα μειονεκτήματα από την θεσμοθέτησή της.

- Να μετακυλήσει το κόστος στο προϊόν και κατ' επέκταση στον καταναλωτή.
- Να απασχοληθούν στελέχη των επιχειρήσεων που δεν έχουν εξειδικευμένες γνώσεις που είναι απαραίτητες για την επίτευξη στόχων κοινωνικού οικολογικού ενδιαφέροντος κλπ.
- Η κοινή γνώμη προτιμά τα κρατικά κοινωνικά προγράμματα και έχει μικρότερη εμπιστοσύνη στα προγράμματα ΕΚΕ των επιχειρήσεων.

Ενδεικτικά κριτήρια αξιολόγησης εταιριών που εφαρμόζουν την ΕΚΕ.

- Ξεχωριστός απολογισμός ΕΚΕ
- Εσωτερικός κανονισμός λειτουργίας ΕΚΕ
- Ξεχωριστό τμήμα στο οργανόγραμμα υπεύθυνο για την ΕΚΕ
- Απασχολούμενα άτομα στο τμήμα της ΕΚΕ
- Κατώτατο ποσό ανάλογο του κύκλου εργασιών που θα διαθέτεται για πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Είναι μερικά κριτήρια τα οποία φυσικά είναι ενδεικτικά και μπορούν να διαφοροποιηθούν ανάλογα με τις συνθήκες. Η αξιολόγηση των κριτηρίων αυτών θα είναι οδηγός για το ποσοστό και το κόστος χρηματοδότησης καθώς και για άλλες περιπτώσεις προβλημάτων και κινδύνων που θα αντιμετωπίζουν τέτοιου είδους επιχειρήσεις.(π.χ. αντιμετώπιση από την κοινωνία ή πολιτεία σε περίπτωση ακούσιου περιβαλλοντικού ή εργατικού ατυχήματος κ.λ.π.) (Δαμουλιάνου Χρ. άρθρο, ιστοσελίδα α/α 9, 4/2/12, σελ. 6).

Συμπέρασμα ως προς την θεσμοθέτηση της ΕΚΕ.

Δημιουργία μιας τράπεζας ΕΚΕ. ή δημιουργία ενός ταμείου ΕΚΕ., όπου θα διαχειρίζεται το κεφάλαιο με κοινωνικά κριτήρια και μετά από ανοιχτή διαβούλευση σε περιόδους μεγάλων κρίσεων. Εθελοντική μεν αλλά με θεσμοθετημένα κίνητρα για τους κλάδους ή τις επιχειρήσεις που την εφαρμόζουν και συμμετέχουν.

Οι φωνές που ζητούν την θεσμοποίηση της και την μετατροπή της σε υποχρεωτική πρακτική, αν και δυναμώνουν δεν φαίνεται να έχουν τουλάχιστον μέχρι σήμερα την ανάλογη αποδοχή. Η σημασία του εθελοντισμού στην ΕΚΕ είναι αυτή που σήμερα στηρίζει το οικοδόμημά της και υπόσχεται την μελλοντική ανάπτυξη, καθώς διαχωρίζει σαφώς «την ήρα από το σιτάρι», επιβραβεύοντας τις καλές προθέσεις και αποφεύγοντας να στραγγαλίσει τον προϋπολογισμό των εταιριών. Στις κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ αλλά και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ο εθελοντικός χαρακτήρας εξασφαλίζεται. Το πώς θα εξελιχθεί και το τι θα συμβεί στο μέλλον θα εξαρτηθεί από τις δυνατότητες του καπιταλιστικού ή του συστήματος της οικονομίας της αγοράς, να προσαρμοσθεί στα νέα δεδομένα της παγκοσμιοποίησης και της αύξησης του πληθυσμού της γης.

3.3.2.1. Η ΕΚΕ μετεξελίσσεται σε Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη (ΚΕΕ).

Η μετεξέλιξη δεν είναι χαρακτηριστικό γνώρισμα μόνο της έμβιας φύσης ή του ανθρώπου αλλά και των ιδεών, των αντιλήψεων και των συνηθειών του. Έτσι λοιπόν, οι ιδέες, οι συνήθειες και τα συναφή αλλάζουν, εξελίσσονται, επανέρχονται ή επαναλαμβάνονται.

Αυτό κατ' επέκταση σημαίνει ότι, μία ενέργεια Κοινωνικής Ευθύνης, που σήμερα είναι εθελοντική, μπορεί αύριο να γίνει υποχρεωτική, ενδεχομένως και αντιστρόφως. Φυσικά εύλογο είναι να ισχυρισθεί κάποιος ότι, αυτό που είναι από το νόμο υποχρεωτικό και εμπίπτει στο βαθμό της κοινωνικής υποχρέωσης, δεν θεωρείται ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ίσως και ως **Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη**, καθότι όλοι οι ορισμοί της κοινωνικής ευθύνης εμπεριέχουν την έννοια ή το στοιχείο του εθελοντισμού. Η κοινωνική ευθύνη ως έννοια ή ως πράξη είτε περιέχει το στοιχείο του εθελοντισμού, είτε το στοιχείο της υποχρέωσης, την οποία επιβάλλει ο νόμος, η κοινωνία ή το εθιμικό δίκαιο κλπ. κατά την γνώμη μας δεν σημαίνει ότι, δεν μπορούμε να μιλάμε για κοινωνική ευθύνη. Επομένως, μια πράξη ή ενέργεια δεν μπορεί από την μια στιγμή στην άλλη, ανάλογα εάν περιέχει τον στοιχείο του εθελοντισμού ή της υποχρέωσης, να αποχαρακτηρίζεται και να μην θεωρείται πλέον ως πράξη Κοινωνικής Ευθύνης. Μπορεί να μην την αποκαλούμε ΕΚΕ, αλλά θα μπορούσαμε να την αποκαλέσουμε Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη(ΚΕΕ), έστω και αν έχει τον χαρακτήρα της νομικής υποχρέωσης.

Όταν η πολιτεία ή ο νομοθέτης λόγω αλλαγής των κοινωνικών ή περιβαλλοντικών αλλαγών, ή λόγω εμπειριών, ή απόκτησης περισσότερων γνώσεων αποφασίσει ότι, μια εθελοντική ενέργεια της επιχείρησης θα πρέπει να γίνει από τώρα και στο εξής υποχρεωτική, αυτό δεν αλλάζει το περιεχόμενο της πράξης ή της ενέργειας, απλώς από το βαθμό της κοινωνικής απόκρισης ή της κοινωνικής ευθύνης μεταπηδά στο βαθμό της κοινωνικής υποχρέωσης.

Επομένως, μπορεί η πρακτική αυτή λόγω της νομοθετικής υποχρέωσης να μην βρίσκεται πλέον στη λογική ή το πεδίο της ΕΚΕ, σίγουρα όμως δείχνει μια ωριμότητα ή ευαισθησία της πολιτείας και της κοινωνίας, αφού από την εθελοντική ΕΚΕ περνάει σε μια νομοθετική υποχρέωση που ξεπερνάει τα όρια ακόμη και της ΚΕΕ (Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης) και καταλήγει στην κοινωνική υποχρέωση. Σε μια άλλη όμως κοινωνία, αυτή η κοινωνική υποχρέωση μπορεί ακόμη να βρίσκεται στο στάδιο του εθελοντισμού, δηλαδή της ΕΚΕ.

Ίσως φυσικά θεωρήσει κανείς ότι, η εναλλαγή αυτών των όρων δεν έχει και τόσο μεγάλη σημασία και το χαρακτηρίσει ως λογοπαίγνιο, όπως γίνεται πολλές φορές σε κάποια κόμματα που αλλάζουν την θέση μιας λέξης όχι για λόγους ουσίας αλλά ίσως για λόγους σκοπιμότητας.(π.χ. μ-λ Κ.Κ.Ε. και Κ.Κ.Ε. μ-λ). Φυσικά εδώ δεν πρόκειται για τέτοια περίπτωση, αλλά για μια διαφοροποίηση, η οποία θα μπορούσε να ισχύσει, εφ' όσον συνοδευόταν και από έναν ορισμό ο οποίος θα διαφοροποιούσε την έννοια της Κ.Ε.Ε.(Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης) από την έννοια της Ε.Κ.Ε (Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης), προσδίδοντας μάλιστα νέα έννοια στο στοιχείο αυτό της «υποχρέωσης» που

θα κινούνταν στα όρια της σημερινών κοινωνικών οικολογικών ίσως και ψυχολογικών αναγκών της κοινωνίας μας.

Εμείς πάντως θα τολμούσαμε να χαρακτηρίσουμε και να πούμε ότι η Ε.Κ.Ε. πρέπει να είναι και να θεωρείται ως μια εθελοντική πράξη, τις διαστάσεις της οποίας θα έχει το δικαίωμα να τις καθορίζει εθελοντικά κάθε επιχείρηση. Την Κ.Ε.Ε όμως, θα πρέπει να την επιζητεί, να την απαιτεί και να την επιβάλλει νόμιμα και δημοκρατικά η κοινωνία, μέσω των κοινωνικών φορέων των θεσμοθετημένων οργανώσεων κλπ.

Δεν είναι τυχαίο ότι μετά την οικονομική κρίση του 2008 πολλοί λένε ότι, η κρίση πρέπει να γίνει αφορμή να περάσουμε από την εποχή της Εταιρικής Ευθύνης στην εποχή της Κοινωνικής Υπευθυνότητας, δηλαδή από την ΕΚΕ στην ΚΕΕ. (Πρωταίου Π., άρθρο σε ένθετο, ιστοσελίδας α/α 12, 4/4/09, σελ. 4)

Εξ' άλλου δεν μπορεί κανείς να μην προβληματίζεται όταν προσωπικότητες όπως ο καθηγητής Χρήστος Γιανναράς, εκφράζουν δημόσια απόψεις που αφορούν την «ηθική» λειτουργία τηλεοπτικών επιχειρήσεων και κατ' επέκταση την ευθύνη απέναντι στην κοινωνία από την οποία «τρέφονται». «Οι συχνότητες είναι κοινωνικός πλούτος, όπως ο αέρας και το νερό. Δεν μπορούν να τις ιδιοποιούνται μεγιστάνες του πλούτου για να εκβιάζουν τους διαχειριστές της εξουσίας και τα κόμματα, αλλοτριώνοντας την πληροφόρηση σε προπαγάνδα και την ψυχαγωγία σε μεθοδική εξηλιθίωση της μάζας- σε ηθικό και αισθητικό εκβαρβαρισμό της. Ανάκαμψη από την παρακμιακή κατρακύλα δεν νοείται χωρίς κοινωνικό έλεγχο της τηλεόρασης από Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο, συγκροτημένο με την υψηλότερη ανθρώπινη ποιότητα που διαθέτει η ελληνική κοινωνία και παντοδύναμο». (Γιανναράς Χ., άρθρο, ιστοσελίδας α/α 7, 5/4/09 σελ. 25.).

Εάν λοιπόν στη παραπάνω γνώμη του αρθρογράφου θελήσει να κάνει κανείς έναν επαγωγικό συνειρμό, θα εξάγει το συμπέρασμα ότι, αυτό θα πρέπει να ισχύσει για όλες τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτου αντικειμένου και μεγέθους, οι οποίες αδειοδοτούνται από την κοινωνία και χάριν της κοινωνίας. Επομένως, πρέπει να υπάρξει κοινωνικός έλεγχος, εθελοντική εταιρική ευθύνη, αλλά ελεγχόμενη, με κανόνες και αρχές ΚΕΕ (Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης).

Η ΕΚΕ μπορεί να αποτελεί σήμερα μία πράξη εθελουσίας πρακτικής των επιχειρήσεων και να εξαρτάται από τις προθέσεις τις δυνατότητες ή τις επιλογές της επιχείρησης, πράγμα που σημαίνει ότι στο μέλλον μπορεί να μην είναι έτσι. Η ΕΚΕ όπως την γνωρίζουμε σήμερα, δεν ήταν έτσι πριν πολλούς αιώνες, όταν ξεκίνησε ως πράξη χορηγίας φιλανθρωπίας ή φιλοπατρίας.

Δεν είναι εξάλλου τυχαίο αυτό που έγραψε ο Economist στις 24/06/1995 ότι, οι πολιτικές για τις προσλήψεις τις απολύσεις, τις αμοιβές και τις προαγωγές των εταιριών ήταν κάποτε υπόθεση της ίδιας της εταιρίας, ενώ σήμερα υπάρχει η τάση αυτές οι πολιτικές να θεωρούνται ως μια νόμιμη περιοχή δημόσιου ελέγχου, πράγμα που σημαίνει ότι περνάμε από την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική εταιρική ευθύνη. (Τσούκας, 2004, σελ. 97)

Με την πάροδο του χρόνου βλέπουμε όλο και περισσότερες επιχειρήσεις να καθίστανται υπόλογες, όχι μόνο στους μετόχους και στους πελάτες τους, αλλά και σε

όλους όσους επηρεάζονται από τη λειτουργία τους – γι' αυτό και η πρόσφατη έμφαση στην έκδοση εταιρικών περιβαλλοντικών εκθέσεων, παράλληλα με τους ετήσιους οικονομικούς απολογισμούς. Θέματα που παραδοσιακά ήταν «εσωτερικά» των εταιριών προσελκύουν πλέον την δημόσια (συχνά δε την παγκόσμια) προσοχή και σε πολλές περιπτώσεις ακόμη και την δημόσια – παγκόσμια παρέμβαση. (Τσούκας, 2004, σελ. 99).

Ακόμη και ο Αριστοτέλης αν ζούσε σήμερα, σημειώνει ο Χ. Τσούκας, θα χαιρόταν με τη βαρύτητα που έχει αποκτήσει η έννοια της «εταιρικής κοινωνικής ευθύνης» και οι εξ αυτής απορρέουσες επιχειρηματικές πρακτικές, αν και θα τις δικαιολογούσε διαφορετικά απ' ό τι οι περισσότεροι σύγχρονοι υποστηρικτές τους. Θα διαφωνούσα ριζικά, τονίζει ο Χ. Τσούκας, με εκείνους τους οικονομολόγους οι οποίοι αναγορεύουν την αναζήτηση του κέρδους στη μοναδική αποστολή των επιχειρήσεων (κατά την ρήση το Μίλτον Φρίντμαν: «The business of business is just business»). Αν το τελικό κριτήριο της επιτυχίας είναι η ευδαιμονία, τότε οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης κατατείνουν στην τελειότητα όταν προωθούν τον ενάρετο βίο, τόσο για τα μέλη της επιχείρησης όσο και για την περιβάλλουσα κοινωνία. Αυτό σημαίνει ότι η ενάρετη επιχείρηση πρέπει να διέπεται από εθελοντική αυτουποχρέωση, καθώς και από αυτοδέσμευσή να ακολουθεί πρακτικές, οι οποίες προάγουν την ευδαιμονία της κοινωνίας εντός της οποίας λειτουργεί. Με λίγα λόγια η ενάρετη επιχείρηση πρέπει να συμπεριφέρεται όπως ο ενάρετος πολίτης, δηλαδή να συνεισφέρει στο κοινό καλό. (ο.π., σελ. 27-28).

Επομένως δεν ήταν τυχαία η απάντηση του τ. βρετανού πρωθυπουργού Τόνυ Μπλερ στο ερώτημα του οικονομικού φόρουμ στο Νταβός, ως προς το τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις για να καλυτερεύσουν τον κόσμο και αυτός απάντησε: Να εργάζονται κερδοφόρα έτσι ώστε να παράγουν ευημερία και θέσεις εργασίας. Όσο δε για την παραπάνω ρήση του Μ. Φρίντμαν τονίζει σε άρθρο του ο Heuskel Dieter ότι, είναι δυνατόν σήμερα να την διατυπώσει κανείς τροποποιημένα λέγοντας: " The business of CSR is business ". (Handbuch CC, άρθρο του Dieter H. Σελ. 520)

Ο Αριστοτέλης διακήρυττε ότι κανείς πολίτης δεν ανήκει στον εαυτόν του αλλά αντιθέτως, ότι ανήκει στην πόλη. Με την ίδια λογική θα μπορούσαμε να πούμε σήμερα ότι καμία επιχείρηση δεν ανήκει στον επιχειρηματία ή στους μετόχους της αλλά στην κοινωνία. Αφού προϋπόθεση για να υπάρξει μια επιχείρηση είναι η ύπαρξη μιας κοινωνίας και η επιχείρηση υπάρχει, αναπτύσσεται και κερδίζει εξ' αιτίας της κοινωνίας.

Ποιοι όμως είναι οι λόγοι και οι παράγοντες που συνετέλεσαν σ' αυτήν την μεταστροφή της κοινωνίας, ώστε να θεωρείτε ότι, οι επιχειρήσεις δεν κάνουν χάρη στην κοινωνία με το να δημιουργούν θέσεις εργασίας και να συμβάλουν στην ανάπτυξή της, αλλά οφείλουν χάρη στην κοινωνία, καθότι υπάρχουν, αναπτύσσονται κερδίζουν αλλά και κερδοσκοπούν χάριν της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, το οποίο κληρονομήσαμε όλοι από τις προηγούμενες γενεές;

Ενδεικτικά αναφέρουμε, κάποια από τα βασικότερα θέματα που αφύπνισαν τη συνείδηση της κοινωνίας και ανέδειξαν την εταιρική υπευθυνότητα σε κοινωνική επιταγή όπως αναφέρουν πολλοί συγγραφείς, που είναι τα ακόλουθα: (McIntosh M.,1998, σελ. 44)

- Η διοικητική πλεονεξία.
- Η διαφθορά και το οικονομικό έγκλημα, αντιπροσωπευόμενα από κάποιους ιδιοκτήτες και διοικητικά στελέχη υψηλού προφίλ, που υπεξαιρούν από εταιρείες και εργαζομένους.
- Η καταστροφή του περιβάλλοντος, προκαλούμενη από συγκεκριμένες βιομηχανικές πρακτικές.
- Οι καταπατήσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, όπως η συνειδητή χρήση παιδιών ή φυλακισμένων στην κατασκευή ειδών ένδυσης και υπόδησης.
- Το δίκαιο εμπόριο (fair trade), με όλο και περισσότερους καταναλωτές να αποκτούν αυξανόμενη συνείδηση των αδικιών στις τρέχουσες μορφές παγκοσμίου εμπορίου.
- Η ενδυνάμωση όλων των συμμετεχόντων (stakeholders), καθώς οι μέτοχοι (shareholders) απαιτούν περισσότερη πληροφόρηση και έλεγχο για τα οικονομικά και χρηματιστηριακά θέματα, και στους καταναλωτές δεν επαρκεί πλέον η απλή αποδοχή των πληροφοριών των εταιρειών, εφ' όσον τις θεωρούν ανεπαρκείς ή ανέντιμες.
- Η ασφάλεια και η σωστή χρήση ετικέτας των προϊόντων, καθώς τα προϊόντα συχνά αποσύρονται εσπευσμένα, λόγω κατασκευαστικών ή άλλων λαθών και οι καταναλωτές απαιτούν περισσότερη και καλύτερη χρήση ετικέτας για στοιχεία όπως η γενετική μετάλλαξη, η ακτινοβολία, οι τοξίνες, η νοθεία στα τρόφιμα κ.ο.κ.

Στην ίδια, ή καλύτερα παρόμοια λογική κινούνται και άλλοι συγγραφείς όπως ο Νίκος Δοΐκος (Πανελλήνιο βραβείο κοινωνικοπολιτικού δοκιμίου 2012 «Παναγιώτης Φωτέας») στο βιβλίο του «Ο Ανάριθμος Δρόμος», όπου εκεί θέτει τον προβληματισμό αλλά και την διαπίστωση ότι, πρέπει από την πολιτικοποίηση της κοινωνίας να περάσουμε στην κοινωνικοποίηση της πολιτικής. Αναφέρεται στον όρο βιωματικός μινιμαλισμός, αναδεικνύοντας την άμεση ανάγκη για μείωση των ρυθμών ανάλωσης των πόρων, καθότι το 2040 με την αύξηση του πληθυσμού και την αύξηση του μέσου όρου ζωής του ανθρώπου, θα πρέπει τόσο οι επιχειρήσεις, όσο και οι κυβερνήσεις να αντιληφθούν την ανάγκη, όχι μόνο για μεταστροφή προς την κοινωνική εταιρική ευθύνη, αλλά προς ριζική αναθεώρηση του μοντέλου οικονομικής ανάπτυξης. (Δοΐκος, 2009, σελ.127)

Συμπέρασμα: Η ΕΚΕ θα πρέπει να γίνεται όλο και πιο κοινωνικότερη και να προσαρμόζεται κάθε φορά ανάλογα με την εξέλιξη και τις απαιτήσεις της κοινωνίας, τόσο σε κοινωνικά, όσο και περιβαλλοντικά προβλήματα, που απασχολούν και απειλούν την κοινωνία και το πλανήτη. Καθότι οι επιχειρήσεις, (επιχειρηματίες και συμμετοχοί) θα πρέπει να αντιληφθούν ότι, για να συνεχίσει να υπάρξει επιχειρηματικότητα και κέρδος, θα πρέπει να υπάρχει μια υγιής κοινωνία και ένα υγιές περιβάλλον.

3.3.3. ΕΚΕ, ως στρατηγική επιλογή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Στο ετήσιο συνέδριο “ Business for Social Responsibility Annual Conference ”, στις 12 Νοεμβρίου 2003, διατυπώθηκε μεταξύ άλλων η άποψη ότι, για πολλά χρόνια οι στόχοι για ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας αποτελούνταν από πράξεις φιλανθρωπίας, οι οποίες θεωρούνταν κάτι ανεξάρτητο από τους επιχειρηματικούς στόχους και όχι κάτι βασικό για την επίτευξή τους. Οι καλές πράξεις και άλλες προσωπικές επιτυχίες, εκλαμβάνονταν ως ξεχωριστές δραστηριότητες. Αυτό όμως διαπιστώθηκε ότι, σιγά – σιγά άλλαξε. Πολλοί από τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις διαπίστωσαν ότι, η καινοτομία και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, μπορούν να προκύψουν εξ’ αρχής, από τον συνδυασμό κοινωνικών και περιβαλλοντικών πρακτικών, με την επιχειρηματική στρατηγική. Μέσα από αυτήν την διαδικασία μπορούν να αναπτυχθούν νέες ιδέες και αγορές στη νέα γενιά στελεχών. (Kotler, κ. Lee., 2009, σελ.15)

Τις τελευταίες δεκαετίες υπάρχει μια τάση αύξησης της εταιρικής προσφοράς, των πρωτοβουλιών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, καθώς και καθιέρωσης ενός εταιρικού κοινωνικού προτύπου και μιας διαφαινόμενης μετάβασης, από την προσφορά ως υποχρέωση, στην προσφορά ως στρατηγική, επισημαίνει ο Philip Kotler. Σύμφωνα με την οργάνωση ‘Giving USA’, η κοινωφελής προσφορά των επιχειρήσεων αυξήθηκε από 9,6 δις το 1999 σε 12,19 δις δολάρια το 2002. Σύμφωνα με την έρευνα Cone/Ropers Executive Study το 2000, το 69% των εταιριών σχεδίαζαν να αυξήσουν την προσφορά στους κοινωνικούς σκοπούς. (ο.π., σελ.18)

Μια έρευνα του 2002 από την KPMG(εταιρία παροχής επαγγελματικών υπηρεσιών), για τις εταιρίες ‘Global Fortune Top 250’ κατέδειξε μια συνεχή αύξηση των αμερικανικών εταιριών, που δημοσιεύουν απολογισμούς για την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Αν διερευνήσει κανείς τις ιστοσελίδες των εταιριών του Fortune 500 θα διαπιστώσει ότι οι περισσότερες διαθέτουν πλέον ειδικές αναφορές, σχετικά με την προσφορά τους, με χαρακτηρισμούς όπως «εταιρική κοινωνική ευθύνη», «ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας», «εταιρικοί πολίτες», «κοινωνική προσφορά», ή «κοινωνική ανάμειξη». Πολλές από αυτές τις ενότητες, αναφέρουν λεπτομέρειες για τις ετήσιες δωρεές, φιλανθρωπίες, προτεραιότητες, μεγάλες πρωτοβουλίες, καθώς επίσης εθελοντισμό των εργαζομένων και βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα προς επιβεβαίωση των παραπάνω, είναι οι απολογισμοί Ε.Κ.Ε., τόσο των ξένων όσο και των Ελληνικών τραπεζών. Στους απολογισμούς αυτούς αναφέρονται όλες οι δραστηριότητες ΕΚΕ, τόσο στον κοινωνικό όσο και στον περιβαλλοντικό τομέα, μέσα από το πρίσμα μιας σαφής και ολοκληρωμένης στρατηγικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Οι απολογισμοί αυτοί αναφέρονται επίσης σε στοιχεία και δείκτες που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, την κοινωνία, το περιβάλλον, την εταιρική διακυβέρνηση, βραβεύσεις, συσχέτιση δεικτών ΕΚΕ με δείκτες CRI κ.α.

Αυτοί οι ετήσιοι απολογισμοί, καθώς και εταιρικές ιστοσελίδες, έχουν σαν στόχο την καθιέρωση ενός εταιρικού κοινωνικού προτύπου για κοινωφελείς δράσεις και ότι οι δεσμεύσεις για ΕΚΕ αποτελούν γενικευμένη τάση στον εταιρικό διάλογο ως

αναγκαιότητα μια εθελοντικής αυτουποχρέωσης. Για επιβεβαίωση των παραπάνω αναφερόμαστε σε μερικά παραδείγματα που αναφέρονται στο βιβλίο του Ph. Kotler και της N. Lee περί εταιρικής κοινωνικής ευθύνης:

- American Express: «Καλές πράξεις = καλή επιχειρηματική πρακτική. Δεν είναι μόνο πρόπον για την εταιρεία να ανταποδίδει στις κοινότητες όπου δραστηριοποιείται, αλλά αποτελεί και καλή επιχειρηματική πρακτική. Οι υγιείς κοινότητες είναι σημαντικές για την κοινωνική και οικονομική ευημερία. Προσφέρουν επίσης ένα περιβάλλον που βοηθά εταιρείες όπως η American Express να αναπτυχθούν, να καινοτομήσουν και να προσελκύσουν σπουδαία ταλέντα».
- Ford Motor Company: «Υπάρχει διαφορά ανάμεσα σε μια καλή και μια μεγάλη εταιρεία. Μια καλή εταιρεία προσφέρει εξαιρετικά προϊόντα και υπηρεσίες. Μια μεγάλη εταιρεία προσφέρει εξαιρετικά προϊόντα και υπηρεσίες αλλά ταυτόχρονα πασχίζει να κάνει τον κόσμο καλύτερο».
- Kellogg: «Υπάρχουν πολλοί τρόποι να μετρήσουμε την επιτυχία μιας εταιρείας. Οι πιο προφανείς, φυσικά, είναι η κερδοφορία και η αξία της μετοχής. Μια εταιρεία μπορεί επίσης να εκτιμηθεί βάσει της ικανότητάς της να προσαρμόζεται στους καιρούς ή να αναπτύσσει πρωτοποριακά προϊόντα. Αυτά τα στοιχεία είναι ζωτικής σημασίας για την Kellogg Company. Υπάρχει όμως και ένα άλλο σημαντικό μέτρο για το οποίο είμαστε υπόλογοι – η κοινωνική μας ευθύνη.»
- Hewlett-Packard: «Ειλικρινά πιστεύω ότι οι εταιρείες – νικητές αυτού του αιώνα θα είναι εκείνες που θα αποδείξουν με τις πράξεις τους ότι μπορούν να είναι κερδοφόρες και να αυξάνουν την κοινωνική αξία – εταιρείες που μπορούν να πετύχουν αλλά και να προσφέρουν ... Σε αυξανόμενο βαθμό οι μέτοχοι, οι πελάτες, οι εταίροι και οι εργαζόμενοι θα προτιμούν και θα επιβραβεύουν τις εταιρείες που πυροδοτούν την κοινωνική αλλαγή μέσα από το επιχειρείν. Αυτή είναι η νέα επιχειρηματική πραγματικότητα την οποία πρέπει να ασπαστούμε».(Κάρλη Φιορίνα, πρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος, Νοέμβριος 2003).
- McDonald's: «Η κοινωνική ευθύνη δεν είναι κάποιο πρόγραμμα το οποίο κάποτε ξεκινά και κάποτε τελειώνει. Η υπεύθυνη δράση αποτελούσε πάντοτε κομμάτι του ποιοι είμαστε και θα συνεχίσει να είναι ο τρόπος με τον οποίο πορεύεται η McDonald's. Είναι μια διαρκής δέσμευση».(Τζίμ Κανταλούπο, διευθύνων σύμβουλος, 2003).
- Nike: «Η απόδοση της Nike και κάθε άλλης εταιρείας παγκόσμιας δράσης, θα μετρηθεί τον 21ο αιώνα, τόσο βάσει της επίδρασής μας στην ποιότητα ζωής, όσο και βάσει της αύξησης των εσόδων και των περιθωρίων κέρδους. Ελπίζουμε να βρεθούμε ένα βήμα μπροστά από τους άλλους». (Φιλ Νάιτ, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, 2001).(Kotler κ. Lee, 2009, σελ. 20-21)

Ένα ορόσημο, που συνέβαλε στην μετάβαση από την υποχρέωση στην στρατηγική, όπως επεσήμανε ο Κρεγκ Σμιθ, σε άρθρο του στο περιοδικό 'Harvard Business Review' το 1994, ήταν η απόφαση του Ανωτάτου Δικαστηρίου των ΗΠΑ τη δεκαετία του '50, η οποία ήρε τους νομικούς περιορισμούς αλλά και τους άγραφους κώδικες που παρεμπόδιζαν, ή τουλάχιστον περιόριζαν, την εταιρική συμμετοχή σε κοινωνικούς

σκοπούς. Την δεκαετία του '60, οι περισσότερες αμερικάνικες εταιρίες άρχισαν να δέχονται πιέσεις για να δείξουν το κοινωνικό τους πρόσωπο και για τον λόγο αυτό δημιούργησαν δικά τους κοινωφελή ιδρύματα.(ο.π., σελ. 21).

3.3.3.1. ΕΚΕ και οικονομική κρίση.

Είναι αλήθεια ότι μια οικονομική κρίση πλήττει τόσο την κοινωνία, όσο και την επιχειρηματικότητα. Πολλές φορές όμως μια κρίση μπορεί να αναδειχθεί ως ευκαιρία για ανασυγκρότηση, αναδιοργάνωση και διόρθωση μιας κακώς κείμενης κατάστασης. Έτσι λοιπόν, υπό την έννοια αυτή θα μπορούσαμε να δούμε την σημερινή οικονομική κρίση ως μια ευκαιρία δημιουργίας συγκριτικού πλεονεκτήματος μέσω της εκμετάλλευσης της πρακτικής της ΕΚΕ.

Έρευνες πάντως που έχουνε γίνει, όπως αυτή των Arevalo και Aravind το 2010 κατέδειξαν ότι σε μερικές περιπτώσεις η ΕΚΕ αποτέλεσε σημείο αναφοράς για βελτίωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων εν μέσω κρίσης. Διαπιστώθηκε δε ότι επιχειρήσεις που αποδέχονται τις αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου των Η.Ε., είχαν μικρότερες πιθανότητες να επηρεαστούν από τις επιπτώσεις της κρίσης σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις που δεν τις ενστερνίστηκαν. Έτσι η ΕΚΕ μέσω των αξιών που προσβέει και των καινοτόμων δράσεων που εφαρμόζει μετατρέπει την απειλή σε ευκαιρία. (Arevalo and Aravind, 2010, pp.406-420).

Μια άλλη έρευνα των Giannarakis και Theotokas το 2011, που διεξήχθη σε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις που αποδέχονται και τηρούν τις αρχές της Global Reporting Initiative (GRI), σε ότι αφορά την ΕΚΕ, με κύριο ζητούμενο την αξιολόγηση της επιρροής της οικονομικής κρίσης στην εφαρμογή της κοινωνικής ευθύνης, κατέληξαν στο εξής συμπέρασμα. Οι επιχειρήσεις που εφαρμόσαν πρακτικές ΕΚΕ βελτίωσαν την αποδοτικότητά τους και εκτός των άλλων διατήρησαν ή βελτίωσαν την θέση τους στην αγορά γενικά και ειδικά στην αγορά κεφαλαίων. Επομένως συμπεραίνει κανείς ότι στην νέα τάξη πραγμάτων η ΕΚΕ λειτουργεί ως μορφή επένδυσης που βοηθά τις επιχειρήσεις να διαφοροποιηθεί και να κερδίσει την εμπιστοσύνη της κοινωνίας. Συνεπώς τα οφέλη που αποκομίζουν από την εφαρμογή τέτοιων στρατηγικών είναι εξόχως σημαντικά για την επιβίωση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων στην ρευστή οικονομική πραγματικότητα. (Giannarakis, G., and Theotokas, I., 2011, pp. 1-10).

Επειδή δε είναι διαπιστωμένο ότι η σημερινή κοινωνία δεν έχει μόνο κρίση οικονομική αλλά και κρίση αξιών, θα πρέπει οι επιχειρήσεις για να κερδίσουν την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη των πολιτών – καταναλωτών, να εκπονήσουν λύσεις αξιόπιστες και ειλικρινείς. Θα πρέπει να πείσουν τον πολίτη ότι κέρδος, βιωσιμότητα, αιεφόρος ανάπτυξη και κοινωνική ευθύνη μπορούν να συμβαδίζουν και αποτελούν στρατηγικές επιλογές και όχι επικοινωνιακές τεχνικές, σε όλα τα επίπεδα.

3.3.4. ΕΚΕ και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι τα τηλεοπτικά μέσα επικοινωνίας παίζουν ένα πάρα πολύ σημαντικό ρόλο όχι μόνο στην λήψη αποφάσεων, αλλά και στην διαμόρφωση την κοινής γνώμης, η οποία με την σειρά της μετατρέπει την γνώμη και την γνώση αυτή, όχι μόνο σε δύναμη εκλογής ή επιλογής του ενός ή του άλλου κόμματος, αλλά και σε δύναμη διαμόρφωσης στερεοτύπων, υπερβολών, σωστών ή εσφαλμένων εντυπώσεων κλπ. Εξ' άλλου αν τα τηλεοπτικά ΜΜΕ δεν είχαν την δύναμη της επιρροής και της διαμόρφωσης της γνώμης, δεν θα είχαν τόσο μεγάλη επίδραση και ανάπτυξη και δεν θα είχαν χαρακτηριστεί επίσημα μεν ως τέταρτη εξουσία, ανεπίσημα δε ίσως και η πρώτη. Ίσως γι' αυτό δεν είναι καθόλου τυχαίο που διανοούμενοι και σκεπτόμενοι άνθρωποι όπως ο καθηγητής Χ. Γιανναράς να εκφράζουν έντονα το προβληματισμό του για τα ΜΜΕ, υιοθετώντας την άποψη για ουσιαστικό κοινωνικό έλεγχο από μια πραγματικά ανεξάρτητη αρχή.

Τα ΜΜΕ πρέπει και οφείλουν να λειτουργούν με κανόνες που θεσπίζει η κοινωνία, αλλά πέραν αυτών των κανόνων, θα πρέπει να υπηρετούν το δημόσιο συμφέρον, την κοινωνία και το περιβάλλον, με αίσθημα ευθύνης, καθότι η κοινωνία θα ανταποδώσει και θα κεφαλαιοποιήσει τις πρακτικές αυτές, προς όφελος της επιχείρησης.

Δεν είναι λοιπόν καθόλου τυχαίο, όπως απέδειξαν διάφορες έρευνες, ότι η συντριπτική πλειοψηφία στην Ελλάδα είναι δυσαρεστημένη από την τηλεοπτική ενημέρωση. Έρευνα που έγινε από την VPRS και δημοσιεύθηκε στην "Καθημερινή" στις 6/5/2007 έδειξε την δυσαρέσκεια των πολιτών, ως προς την τηλεόραση και κυρίως την τηλεοπτική ενημέρωση. (Ζέρβα, 2006, σελ. 27)

3.3.4.1. Ο ρόλος των ΜΜΕ στην διαμόρφωση και την υιοθέτηση της ΕΚΕ

Είναι πολλές οι περιπτώσεις και τα παραδείγματα κατά τα οποία αποδεικνύεται ότι, τα ΜΜΕ δεν καταγράφουν απλώς τι γίνεται στον κόσμο, αλλά συν-διαμορφώνουν ότι γίνεται στον κόσμο – δημιουργούν γεγονότα, τα οποία, χωρίς την παρουσία των ΜΜΕ δεν θα υπήρχαν. Ένα τέτοιο παράδειγμα έχουμε με την εταιρία Shell, η οποία ακύρωσε την απόφασή της να πετάξει μια παλιά πλατφόρμα πετρελαίου στην θάλασσα το 1995, μετά την έντονη αντίδραση της Greenpeace, η οποία καλύφθηκε τηλεοπτικά, και έτσι οδήγησε στην κινητοποίηση χιλιάδων ανθρώπων στη βόρεια Ευρώπη. (Τσούκας, 2004, σελ.96)

Ένας άλλος τρόπος που εμπλέκονται, ίσως άθελά τους, τα ΜΜΕ στην διαδικασία της Ε.Κ.Ε. είναι οι διάφορες εκπομπές κοινωνικού περιεχομένου, όπως το «Φως στο Τούνελ» ή το «Πάμε Πακέτο», ίσως και άλλες, όπου αναδεικνύονται ή σατιρίζονται διάφορα σκάνδαλα ή αρνητικές συμπεριφορές πολιτικών ή δημόσιων προσώπων. Οι προαναφερθείσες τηλεοπτικές εκπομπές ανεξάρτητα με τον οικονομικό ή κερδοσκοπικό στόχο που επιδιώκουν, προσφέρουν κοινωνικό και φιλανθρωπικό έργο, αφού λύνουν κοινωνικά προβλήματα τα οποία σε καμία περίπτωση, τουλάχιστον με τα σημερινά δεδομένα, δεν θα μπορούσε να τα λύσει το κράτος μας ή η πολιτεία. Αυτό φυσικά δεν συμβαίνει μόνο στην Ελλάδα αλλά και σε πολλές άλλες χώρες στον αναπτυγμένο κόσμο.

Μία τέτοια εκπομπή σε μια τηλεοπτική επιχείρηση σίγουρα προσθέτει υπεραξία στην ίδια την επιχείρηση, αλλά θα έπρεπε, η έστω και έμμεση αυτή πράξη Ε.Κ.Ε., που προκύπτει εκ των ενόντων, να αξιολογείται στο «Χρηματιστήριο της Ε.Κ.Ε.» ή σε ένα άλλο σύστημα αντίστοιχο αυτού του Σ.Δ.Π.(Τ.Ο.Μ). Η αξιολόγηση αυτή θα μπορούσε να γίνει βάσει κριτηρίων από μια ανεξάρτητη αλλά εξειδικευμένη στο θέμα αυτό αρχή, χρησιμοποιώντας ακόμη και το εργαλείο της δημοσκοπήσης, προκειμένου να διερευνηθεί η γνώμη και η θέση των πολιτών απέναντι στην συγκεκριμένη δραστηριότητα ενός συγκεκριμένου τηλεοπτικού σταθμού.

Έτσι λοιπόν για την διερεύνηση των παραπάνω προβληματισμών, έγιναν διάφορες έρευνες και μελέτες, όπως αυτή του ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ το 2008, η οποία κατέγραψε τις προσδοκίες που έχει ο Έλληνας πολίτης από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ).

Έτσι λοιπόν τα θέματα που διερευνήθηκαν και για τα οποία θα έπρεπε να θεωρούνται υπεύθυνα τα ΜΜΕ καταγράφηκαν ποσοστιαία από τους Έλληνες πολίτες ως εξής:

- Για την παραγωγή αξιόπιστων ειδήσεων 86,1
- Για την παραγωγή ποιοτικών εκπομπών/ ρεπορτάζ 85,2
- Να είναι σωστός εργοδότης, να σέβεται τα εργασιακά δικαιώματα 81,7
- Για τη δημοσιοποίηση υποθέσεων που σχετίζονται με την κατάχρηση εξουσίας 79,1
- Να χρησιμοποιούν φιλικά προς το Περιβάλλον υλικά 80,2
- Για την κάλυψη θεμάτων Κοινωνικής και Περιβαλλοντικής ευθύνης 78,9
- Για την αξιολόγηση και άσκηση κριτικής σε εκείνους που διαθέτουν εξουσία και ισχύ 77,2
- Να συμμετέχουν σε Περιβαλλοντικά προγράμματα 75,9
- Για την παροχή πεδίου διαλόγου και συζήτησης 74,5
- Για τη διαμόρφωση Περιβαλλοντικής κουλτούρας 73,1
- Για την υποστήριξη φιλανθρωπικών και λοιπών κοινωνικών έργων 73,8
- Για την αξιολόγηση και άσκηση κριτικής σε επιχειρήσεις και δημόσιους φορείς 71,9
- Για την παρακίνηση των πολιτών για ενεργή συμμετοχή στα κοινά 71,4
- Για τη λογοδοσία και έκδοση Κοινωνικών Απολογισμών 65,0

Όσο αφορά δε την σχέση των ΜΜΕ με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ενδιαφέρον παρουσιάζει, η βαρύτητα που αποδίδουν οι πολίτες στα θέμα αυτά. Αρκεί να συγκρίνει κανείς ότι στο ερώτημα (Για τη λογοδοσία και έκδοση Κοινωνικών Απολογισμών) δίδουν ποσοστό 65% ενώ όταν το ίδιο ερώτημα(Τα ΜΜΕ θα έπρεπε να εκδίδουν κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς απολογισμούς.....) που συνδέεται με την ΕΚΕ δίδουν ποσοστό 93,2%.

- Το θέμα της υπευθυνότητας των ΜΜΕ απέναντι στην κοινωνία είναι πολύ σημαντικό στην εποχή μας. 95,7
- Τα ΜΜΕ θα έπρεπε να εκδίδουν κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς απολογισμούς στους οποίους να αναφέρουν τις αξίες, τις δεοντολογικές αρχές τους, τις οικονομικές πηγές τους, το κοινωνικό και περιβαλλοντικό έργο τους. 93,2
- Υπάρχει στενή σχέση αλληλεξάρτησης ανάμεσα στα ΜΜΕ και στην πολιτική εξουσία και αυτό φαίνεται στο περιεχόμενο και στην ποιότητα των προγραμμάτων, των ρεπορτάζ και των ειδήσεων. 92,0
- Υπάρχει στενή σχέση αλληλεξάρτησης ανάμεσα στα ΜΜΕ και στις διαφημιστικές εταιρείες και τους διαφημιζόμενους και αυτό φαίνεται στο περιεχόμενο και στην ποιότητα των προγραμμάτων, των ρεπορτάζ και των ειδήσεων. 92,5
- Τα ΜΜΕ, τύπος και τηλεόραση, συνήθως προσπαθούν να καλύψουν τα λάθη τους παρά να τα παραδεχτούν δημόσια 91,7
- Οι κυβερνήσεις διστάζουν να λάβουν και να εφαρμόσουν τα αναγκαία ρυθμιστικά μέτρα ώστε τα ΜΜΕ να λειτουργούν με διαφάνεια και υπευθυνότητα 91,1
- Ως πολίτης αισθάνομαι ότι μπορώ να καταλάβω πότε οι ειδήσεις είναι ανακριβείς και μεροληπτικές 91,8
- Ελάχιστα πιέζουν οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι ώστε τα ΜΜΕ να γίνουν πιο υπεύθυνα στη λειτουργία τους και στη παραγωγή των προγραμμάτων και των ειδήσεων. 81,1
- Τα Μέσα Ενημέρωσης αποτελούν έναν ανεξάρτητο, κοινωνικό θεσμό και θα πρέπει μόνος του να τηρεί αυστηρά έναν κώδικα δημοσιογραφικής και επιχειρηματικής δεοντολογίας, δηλαδή να αυτορυθμίζεται χωρίς εξωτερικές παρεμβάσεις 76,6.

Έχοντας λοιπόν υπόψη τους τα τηλεοπτικά κανάλια τα αποτελέσματα αυτών των ερευνών και την αλλαγή στάσης του πολίτη-καταναλωτή-πελάτη, αρχίζουν σιγά-σιγά να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα και να γίνονται πιο υπεύθυνα, τόσο ως προς την κοινωνία όσο και προς το περιβάλλον. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το τηλεοπτικό κανάλι ΣΚΑΪ που μπήκε δυναμικά σε πολλές πρακτικές που αφορούν την ΕΚΕ. Φυσικά η εξέλιξη αυτή αποτελεί το εύκολο μέρος του πλαισίου μέσα στο οποίο κινούνται τα ΜΜΕ. Το άλλο μέρος η στενή σχέση με την εξουσία οι αλληλεξαρτήσεις και τα οικονομικά συμφέροντα είναι το δύσκολο κομμάτι, για το οποίο θα πρέπει να υπάρχουν όχι μόνο αυστηροί κανόνες αλλά κι αυτορυθμιζόμενος κώδικας επαγγελματικής δεοντολογίας. (Έρευνα Ινστιτούτου Επικοινωνίας, 2007)

ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

1^ο έως 3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ.

Ως γενικά συμπεράσματα και διαπιστώσεις από το θεωρητικό μέρος της διδακτορικής διατριβής, θα μπορούσε να διατυπώσει κανείς τα ακόλουθα:

- Ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη(ΕΚΕ) μπορεί να είναι σύγχρονος, αλλά σαν φιλοσοφία έρχεται και υπάρχει από την αρχαία ακόμη εποχή.
- Οι ΕΚΕ μπορεί να διαχωριστεί σε τρεις κατηγορίες. Την Κοινωνική Υποχρέωση, την Κοινωνική Ευθύνη και την Κοινωνική Απόκριση.
- Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις εντάσσουν την ΕΚΕ στον στρατηγικό τους σχεδιασμό.
- Η θεσμοθέτηση κινήτρων για τις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις κερδίζει έδαφος.
- Η Δημοσίευση Κοινωνικών απολογισμών υιοθετείται όλο και από περισσότερες επιχειρήσεις και βελτιώνεται.
- Δημιουργείται υπεραξία, η οποία ωφελεί τόσο την επιχείρηση, όσο και την κοινωνία και το περιβάλλον.
- Τα ΜΜΕ μπορούν να παίξουν καταλυτικό ρόλο στην καθιέρωση και την αναβάθμιση της ΕΚΕ.
- Υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που λειτουργούν αντιφατικά. Από την μια εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ, από την άλλη όμως παραβιάζουν νομικούς και ηθικούς κανόνες.
- Η ΕΚΕ αποτελεί κοινωνική επιταγή και οικολογική ανάγκη.
- Η ΕΚΕ μπορεί να λειτουργήσει νομοτελειακά. Όπως μια συμπαντική δύναμη είναι απαραίτητη για την αρμονική λειτουργία το σύμπαντος, έτσι και η ΕΚΕ είναι απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

ΕΙΔΙΚΟ ΜΕΡΟΣ
ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Κεφάλαιο 4^ο

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Είναι πλέον γνωστό, ότι ο τομέας της κοινωνικής υπευθυνότητας αποτελεί ένα χώρο που αξίζει πολύ μεγαλύτερης διερεύνησης. Παρά το γεγονός ότι η εξεύρεση ενός αντικειμενικού μέσου μέτρησης την κοινωνικής υπευθυνότητας είναι ιδιαίτερα δύσκολη, πολλές είναι οι τεχνικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη προσέγγισή του. Επιπλέον η συγκέντρωση απαντήσεων από την πλευρά των επιχειρήσεων, όσον αφορά τις κοινωνικές τους δραστηριότητες για περισσότερες της μιας χρονικές περιόδους, βοηθά σημαντικά στη διενέργεια μια διαχρονικής ανάλυσης, η οποία θα αποκαλύπτει τη δυναμική των σχέσεων μεταξύ των οικονομικών χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων και της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Επίσης οι αιτιώδεις σχέσεις μεταξύ ΕΚΕ και των οικονομικών επιδόσεων αξίζει περαιτέρω διερεύνησης. Επίσης η χρησιμοποίηση δεδομένων ΕΚΕ το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και από περισσότερες εταιρείες, η άντληση στοιχείων και από άλλες πηγές, εκτός των επιχειρήσεων, καθώς και η υιοθέτηση ενός ικανοποιητικού συστήματος βαθμολόγησης, πιστεύεται ότι βοηθά την αύξηση της γνώσης όσον αφορά την ΕΚΕ των επιχειρήσεων. (Βενιέρης Γ, 2006, σελ. 241)

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν. Αναπτύσσεται η μέθοδος, ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, η δειγματοληψία καθώς και οι μέθοδοι στατιστικής επεξεργασίας των πρωτογενών δεδομένων.

4.1. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά και τα δυνητικά οφέλη άσκησης της ΕΚΕ τόσο στις αμιγώς Ελληνικές επιχειρήσεις όσο και στις ξένες που δραστηριοποιούνται στην Ελλαδικό χώρο. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει αρκετές έρευνες τόσο από φορείς, όπως το Δίκτυο ΕΚΕ, Πανεπιστήμια, Ινστιτούτα, όσο και από εταιρίες δημοσκοπήσεων όπως η MRB, αλλά και από φοιτητές ή υποψήφιους διδάκτορες. Το δικό μας σκεπτικό και η φιλοσοφία ήταν να μην διενεργήσουμε μια παρόμοια έρευνα, διότι δεν θα προσφέραμε κάτι διαφορετικό. Γι' αυτό επιλέχθηκε μια έρευνα μέσα από την οποία θα μπορούσε να αναδειχθεί κάτι καινούργιο και καινοτόμο.

Χαρακτηριστικά αναφέρουμε μερικούς από τους σημαντικότερους στόχους του ερωτηματολογίου της μελέτης όπως:

- ✓ Αν η κοινωνία – καταναλωτής επιβραβεύει μια κοινωνικά και οικολογικά ευαίσθητη εταιρεία.
- ✓ Αν μια ολοκληρωμένη εφαρμογή ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση.
- ✓ Αν η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων επιχειρήσεων.
- ✓ Αν ο δημόσιος τομέας θα πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- ✓ Αν είναι αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ.
- ✓ Αν είναι αναγκαία η δημιουργία ενός Εθνικού Φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ.

Υπάρχει και μια άλλη κατηγορία συνδυαστικών ερευνητικών ερωτημάτων όπως:

- ✓ Επηρεάζει ο κλάδος δραστηριότητας την ύπαρξη εσωτερικού τμήματος ΕΚΕ?
- ✓ Η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σχετικά με το περιβάλλον επηρεάζουν την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σχετικών με την κοινωνία;
- ✓ Η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σχετικά με την κοινωνία επηρεάζει την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σχετικά με τους εργαζομένους, κοκ.

Είναι μερικά από τα ερευνητικά ερωτήματα και τους βασικούς στόχους της μελέτης, που ερευνήθηκαν μέσω ερωτηματολογίου. Επιπρόσθετα ερευνήθηκαν τάσεις και απόψεις που προέκυψαν από την ομαδοποίηση κάποιων ερωτήσεων με το εξής σκεπτικό:

<< Μπορούν να ομαδοποιηθούν ορισμένες ερωτήσεις που αφορούν τις αντιλήψεις των στελεχών για ζητήματα ΕΚΕ σε κατηγορίες?>>.

Για να απαντηθεί το παραπάνω ερώτημα πραγματοποιήθηκε ανάλυση παραγόντων γνωστή ως **διερευνητική ανάλυση παραγόντων** (exploratory factor analysis).

Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την εν λόγω ανάλυση ήταν οι παρακάτω:

1. Πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούνται;
2. Πιστεύετε ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων;
3. Πιστεύετε ότι μια ολοκληρωμένη εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που την εφαρμόζει;
4. Θεωρείτε ότι ο δημόσιος τομέας πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;
5. Θεωρείτε αναγκαία τη δημιουργία ενός Εθνικού Φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ;
6. Πιστεύετε ότι η λειτουργία της ΕΚΕ πρέπει να ασκείται από Ειδικό Τμήμα μέσα στην επιχείρηση;

Από την επεξεργασία των στοιχείων μέσω του προγράμματος προέκυψαν δύο παράγοντες που είναι οι ακόλουθοι:

Ο πρώτος παράγοντας (Α) αποτελείται από τις ερωτήσεις:

- Πιστεύετε ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων;(12)
- Πιστεύετε ότι μια ολοκληρωμένη εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που την εφαρμόζει;(11)
- Πιστεύετε ότι η λειτουργία της ΕΚΕ πρέπει να ασκείται από Ειδικό Τμήμα μέσα στην επιχείρηση;(20)

Ο παράγοντας αυτός σχετίζεται με τα οφέλη από την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ και την εσωτερική οργάνωση της επιχείρησης σχετικά με την ΕΚΕ, και τον χαρακτηρίζουμε ως «Οφέλη & Οργάνωση».

Ο δεύτερος παράγοντας(Β) αποτελείται από τις ερωτήσεις:

- Πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούνται;(10)
- Θεωρείτε ότι ο δημόσιος τομέας πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;(14)
- Θεωρείτε αναγκαία τη δημιουργία ενός Εθνικού Φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ;(17)

Ο παράγοντας αυτός σχετίζεται με την δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση των ενεργειών ΕΚΕ αλλά και τα πλεονεκτήματα συνεργασίας με το δημόσιο που θα έπρεπε να προσδίδει η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ, και τον χαρακτηρίζουμε ως «δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση ΕΚΕ».

Στη συνέχεια ερευνήσαμε ερωτήματα όπως:

- ✓ Εάν η ύπαρξη ειδικού τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών ως προς τον παράγοντα «Οφέλη και Οργάνωση ΕΚΕ»
- ✓ Εάν η ύπαρξη ειδικού τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών ως προς τον παράγοντα «Δημοσιοποίηση και Επίσημη Αξιολόγηση ΕΚΕ»
- ✓ Εάν η ύπαρξη ειδικού τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ.
- ✓ Εάν οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι περισσότερο πιθανό να έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ.
- ✓ Εάν εφαρμογή δράσεων σχετικών με ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ;
- ✓ Εάν επηρεάζει ο κλάδος δραστηριότητας τις αντιλήψεις των στελεχών για ζητήματα ΕΚΕ;

- ✓ Εάν οι αντιλήψεις των στελεχών για τα οφέλη και τον τρόπο οργάνωσης(παραγ. Α) της ΕΚΕ επηρεάζονται από παράγοντες όπως (α) αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση, (β) τις αντιλήψεις για τους στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας που πρέπει να θέτουν οι επιχειρήσεις, και (γ) τις αντιλήψεις για την αναγκαιότητα θεσμοθέτησης της ΕΚΕ.

Είναι μερικές από τις πολλές ερωτήσεις που τίθενται και απαντώνται από τον τρόπο που επεξεργασθήκαμε τις απαντήσεις της έρευνας. Όλα τα αποτελέσματα της έρευνας αναλύονται στη συνέχεια με κάθε λεπτομέρεια.

4.2. ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.

Στην διαδικασία σχεδιασμού της έρευνας, κατ' αρχήν επιλέγει η ερευνητική προσέγγιση που ακολουθήθηκε, προκειμένου να επιτευχθούν οι ερευνητικοί στόχοι που τέθηκαν. Στην παρούσα διατριβή εφαρμόσαμε η προσέγγιση του θετικισμού (positivist approach). Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή η έρευνα βασίζεται στην γνώση που αποκτήθηκε από <<θετική>> επαλήθευσης, όχι ενδοσκόπηση ή διαίσθηση. Αφού δε κατά την προσέγγιση αυτή ο κόσμος υπάρχει εξωτερικά, οι ιδιότητές του πρέπει να μετρηθούν μέσω αντικειμενικών μεθόδων. (Easterby-Smith et al., 2002, σελ. 28)

Οι μέθοδοι δε τις οποίες εφαρμόζει η φιλοσοφία του θετικισμού είναι συνήθως οι ποσοτικές. Έτσι λοιπόν και στην παρούσα έρευνα θα χρησιμοποιηθούν κυρίως οι ποσοτικές μέθοδοι έρευνας. Βασικά χαρακτηριστικά των ποσοτικών μεθόδων είναι η ελεγχόμενη μέτρηση, η εξαγωγή συμπερασμάτων βάσει ερευνητικών υποθέσεων, ο προσανατολισμός στο αποτέλεσμα, η αντικειμενικότητά τους καθώς ο ερευνητής λειτουργεί <<αποστασιοποιημένος>> από τα δεδομένα (Σιώμκος και Μαύρος 2004)

Μερικές από τις ποσοτικές μεθόδους που έχει στην διάθεσή του ένας ερευνητής είναι οι επισκοπήσεις, τα πειράματα, οι επίσημες στατιστικές μελέτες η δομημένη παρατήρηση κλπ. Επιπρόσθετα οι επισκοπήσεις απαιτούν την τυποποίηση της πληροφορίας ώστε να οριστούν ή να περιγραφούν οι μεταβλητές ή ακόμη και μελετηθούν οι σχέσεις μεταξύ μεταβλητών(Malhorta and Grover, 1998).

Επομένως λοιπόν, η ποσοτική μέθοδος έρευνας που επιλέχθηκε για την επίτευξη των ερευνητικών στόχων μας είναι η **επισκόπηση**. Οι Malhotra και Grover (1998, p. 409) αναφέρουν ότι η επισκόπηση συνήθως αφορά «τη συλλογή πληροφοριών από μια μεγάλη ομάδα ατόμων ή πληθυσμού» και ο βασικός στόχος της είναι η γενίκευση των αποτελεσμάτων από το δείγμα στον πληθυσμό. Ο Baker (2002) τονίζει ότι οι επισκοπήσεις χρησιμοποιούνται για τη συλλογή δεδομένων που αφορούν στάσεις και συμπεριφορές ατόμων που λειτουργούν είτε ως ανεξάρτητες οντότητες, είτε ως μέλη κοινωνικών ή επιχειρησιακών ομάδων.

Κατά τον Mayer (1965), υπάρχουν τρία είδη επισκόπησης: α) η «πραγματική» (factual) που βασίζεται σε πραγματικά δεδομένα και πραγματικές συμπεριφορές των ατόμων, β) η «επισκόπηση γνώμης» (opinion) της οποίας στόχος είναι να εκμαιεύσει

τις απόψεις των συμμετασχόντων στο υπό διερεύνηση θέμα και γ) η «ερμηνευτική επισκόπηση» (interpretive) στην οποία οι συμμετέχοντες καλούνται να απαντήσουν και να εξηγήσουν ως προς τα ερωτήματα τι, πότε και που. Στην παρούσα εργασία θα διεξαχθεί η «επισκόπηση γνώμης».

Σύμφωνα με τους Tull και Albaum (1973), η επισκόπηση αποτελεί ένα σχέδιο συλλογής πληροφοριών με τη χρήση ερωτηματολογίου. Την ίδια γνώμη έχει και ο Mayer (1965) ο οποίος χαρακτηρίζει την επισκόπηση ως την «τεχνική του ερωτηματολογίου». Ανάλογα δε με τα δεδομένα και το κόστος, η συλλογή των απαντήσεων-πληροφοριών σε μια επισκόπηση μπορεί να διεξαχθεί με ταχυδρομικό ερωτηματολόγιο, με τηλεφωνική ή με προσωπική συνέντευξη (Malhotra and Grover, 1998). Σήμερα, με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την αλματώδη ανάπτυξη του Διαδικτύου, έγιναν διαθέσιμες νέες μορφές επισκόπησης στους ερευνητές, όπως ερωτηματολόγια αποθηκευμένα σε ηλεκτρονική μορφή, ερωτηματολόγια με τη χρήση του Διαδικτύου, ερωτηματολόγια που αποστέλλονται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, συνεντεύξεις με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή ή επισκοπήσεις συνδυαστικά με περισσότερες από μια από τις παραπάνω μεθόδους (mixed mode survey) (Biemer and Lyberg, 2003).

Έτσι λοιπόν αφού έγινε η επιλογή της μεθόδου της έρευνας και της ερευνητικής προσέγγισης στην συνέχεια παρουσιάζεται ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου.

4.3. ΣΧΕΛΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η έρευνα διενεργήθηκε με **δομημένο ερωτηματολόγιο** το οποίο περιελάμβανε 25 ερωτήσεις, ξεκινώντας με γενικά ερωτήματα όπως:

- Ο κλάδος δραστηριότητας της επιχείρησης
- Τον αριθμό των εργαζομένων
- Εάν υπάρχει ειδικό τμήμα ΕΚΕ που να ασχολείται με τις δράσεις ΕΚΕ.
- Σε ποιόν τομέα υπάρχουν δράσεις ΕΚΕ.

Οι υπόλοιπες ερωτήσεις μπορούν να ομαδοποιηθούν, προκειμένου να εξαχθούν κάποια συγκεκριμένα συμπεράσματα, όπως:

- ✓ η στάση των επιχειρήσεων απέναντι στους φορείς αξιολόγησης,
- ✓ στην θεσμοθέτηση της ΕΚΕ,
- ✓ την θέση των ερωτωμένων για τον τρόπο αξιολόγησης των επιχειρήσεων κλπ.

Θέσαμε ερωτήσεις, οι οποίες δεν τέθηκαν από άλλες έρευνες, μη παραλείποντας όμως βασικές ή κλασσικές ερωτήσεις σε σχέση με την ΕΚΕ, τις περισσότερες από τις οποίες εντάξαμε στην πιο συνηθισμένη τακτική (κλίμακα Likert), όπου οι απαντήσεις διαβαθμίζονται από το πολύ θετικό μέχρι το πολύ αρνητικό για το θέμα που εξετάζεται (Μακράκης Β., 2005, σελ. 39).

Στόχος μας ήταν να δημιουργήσουμε ένα ερωτηματολόγιο ευκατανόητο, απλό χωρίς να απαιτείται πολύς χρόνος για να απαντηθεί και να μην είναι επαναλαμβανόμενο σε σχέση με τις ως τώρα γνωστές έρευνες, που έγιναν στην χώρα μας.

Ξεκινήσαμε με συγκεκριμένες ερωτήσεις ώστε να προσδιορίσουμε ποιοι κλάδοι και μεγέθη επιχειρήσεων έχουν αυτόνομα τμήματα άσκησης ΕΚΕ. Μετά θέσαμε ερωτήσεις οι οποίες έχουν ειδικό χαρακτηριστικό γνώρισμα και βαρύτητα η κάθε μια χωριστά.

Στη συνέχεια υπάρχει μια ομάδα ερωτήσεων που προσπαθούν να αποτυπώσουν τις προθέσεις των ερωτωμένων για μια θεσμοθετημένη ΕΚΕ, και μία άλλη ομάδα που αξιολογεί τους φορείς αξιολόγησης και τι μορφή θα πρέπει να έχουν αυτοί οι φορείς. Ο μέσος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου υπολογίστηκε το ανώτερο δέκα λεπτά.

Η κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων εξετάστηκε και μετρήθηκε αναφορικά με 4 τομείς, δίνοντας την δυνατότητα στους ερωτώμενους να συμπληρώσουν άλλον έναν τομέα δραστηριότητάς τους, που τον χαρακτήριζαν οι ίδιοι κατά την κρίση τους.

Οι τομείς αυτοί που αναφέρονται στην 4^η ερώτηση του ερωτηματολογίου ήταν:

- το περιβάλλον
- η κοινωνία
- οι εργαζόμενοι
- και η αγορά.

Στον επιπλέον τομέα που είχε την δυνατότητα να συμπληρώσει ο ερωτώμενος, πήραμε απαντήσεις όπως: Διαφάνεια, Εταιρική Διακυβέρνηση, Υγεία Παιδεία Πολιτισμός, Σωματεία, Πανεπιστήμια, ΜΚΟ. κλπ.

Το ερωτηματολόγιο ήταν επώνυμο και είχε τον χαρακτηρισμό «Έρευνα για τα χαρακτηριστικά άσκησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα».

Στα γενικά στοιχεία της επιχείρησης περιλαμβάνονταν η επωνυμία το ονοματεπώνυμο του στελέχους που απαντά (προαιρετικό), την θέση του στελέχους στην εταιρεία, τηλέφωνα και ηλεκτρονική διεύθυνση. Η πλειοψηφία των στελεχών απάντησε επώνυμα, το δε ερωτηματολόγιο πλήρες, υπάρχει στο παράρτημα της παρούσας διατριβής. Αρκετά στελέχη που επικοινωνήσαμε τηλεφωνικά, εξέφρασαν μεγάλο ενδιαφέρον για τα αποτελέσματα της έρευνας και ζήτησαν μετά την ολοκλήρωση της να την θέσουμε υπόψη τους.

4.4 ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

Η επιλογή των εταιρειών έγινε από το Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ. Στο δίκτυο αυτό είναι εγγεγραμμένες επιχειρήσεις και φορείς (επιμελητήρια ενώσεις ινστιτούτα). Από τα 150 μέλη του δικτύου τα 90 περίπου είναι κύρια και τα υπόλοιπα απλά μέλη. Το δειγματοληπτικό πλαίσιο της παρούσας μελέτης αποτελείται από τα 90 κύρια μέλη – επιχειρήσεις και περιλαμβάνει επιχειρήσεις που απασχολούν από 10 μέχρι και πάνω από

7.000 εργαζόμενους/ες. Από τις 90 βασικές επιχειρήσεις του δειγματοληπτικού πλαισίου που επιλέξαμε, λάβαμε 61 απαντήσεις ήτοι ποσοστό που αγγίζει το 70%. Το εν λόγω ποσοστό θεωρείται ικανοποιητικό αν ληφθεί υπόψη πως υπάρχουν άλλες παρόμοιες μελέτες-έρευνες, που το ποσοστό απόκρισης ανέρχεται περίπου στο 30% (βλ. Βενιέρης Γ., 2006, σελ. 224)

Απευθύναμε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο με 25 ερωτήσεις, το οποίο σχεδιάστηκε σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία τα αποτελέσματα του οποίου σχολιάζουμε, αντλώντας τα ανάλογα συμπεράσματα.

Η έρευνα διεξήχθη τις αρχές μέχρι τα μέσα του 2011 απευθυνόμενοι στα ανώτατα στελέχη των εταιρειών και των υπευθύνων των τμημάτων ΕΚΕ εφόσον υπήρχαν. Σε περίπτωση μη ύπαρξης ειδικού τμήματος απευθυνόμασταν στα τμήματα Ανθρώπινου Δυναμικού, Δημοσίων Σχέσεων κλπ. .

Με την βοήθεια του στατιστικού προγράμματος SPSS 18.0 επεξεργασθήκαμε τα δεδομένα κάθε ερώτησης, αποτυπώνοντας την στατιστική σχέση μεταξύ τους, σχολιάζοντας συνάμα το κάθε αποτέλεσμα.

Το ερωτηματολόγιο απευθυνόταν σε όλες τις επιχειρήσεις του δειγματοληπτικού πλαισίου ανεξαρτήτως μεγέθους. (Μικρές μεσαίες και μεγάλες).Ειδικότερα το ερωτηματολόγιο απευθύνονταν στο τμήμα ΕΚΕ και σε περίπτωση μη ύπαρξης τέτοιου τμήματος, απευθυνόμασταν στο τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού ή Δημοσίων Σχέσεων. Το εντυπωσιακό ήταν ότι σε πολλές περιπτώσεις μεγάλες επιχειρήσεις με πολλούς εργαζόμενους, δεν διέθεταν τμήμα ΕΚΕ, ενώ άλλες μικρότερες διέθεταν. Από αρκετές γνωστές επιχειρήσεις δεν βρήκαμε τα e-mail καθότι δεν απαντούσαν στα τηλέφωνα ενώ το Δίκτυο ΕΚΕ δεν μπορούσε να μας τα γνωστοποιήσει, καθότι ήταν απόφαση της Γ.Σ. να μην γνωστοποιούν τέτοια στοιχεία.

Όπως προαναφέρθηκε από τις 90 επιχειρήσεις του δειγματοληπτικού πλαισίου συλλέχθηκαν 61 ερωτηματολόγια. Συνεπώς, ο βαθμός απόκρισης στην έρευνα ήταν 68% περίπου. Όμως, λόγω ελλιπών απαντήσεων αναγκαστήκαμε να μη χρησιμοποιήσουμε για περαιτέρω στατιστική ανάλυση 13 ερωτηματολόγια. Επομένως, το τελικό δείγμα αποτελούνταν από 48 επιχειρήσεις (βλ. Howitt D. και Gramer D., 2005, σελ. 171-5)

4.5. ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ.

Για την επεξεργασία των πρωτογενών στοιχείων που συγκεντρώσαμε με τον τρόπο που παραπάνω αναφέραμε, χρησιμοποιήσαμε το στατιστικό πακέτο SPSS (Statistical Package for Social Surveys) τα αποτελέσματα του οποίου τα μεταφέραμε με την βοήθεια των λογιστικών φύλλων EXCEL, σε διαγραμματική απεικόνιση των αποτελεσμάτων, τις κοινώς ονομαζόμενες «πίτες».

Για τα αποτελέσματα των συνδυαστικών ερωτήσεων όπου συμπεριλαμβάνονταν και μεταβλητές χρησιμοποιήσαμε διάφορες στατιστικές μεθόδους.

Οι στατιστικές τεχνικές που χρησιμοποιήσαμε:

➤ έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test).

Ο έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να ελεγχθεί η ύπαρξη σχέσης μεταξύ δυο μεταβλητών οι οποίες είναι κατηγορικές (nominal). Αν η τιμή Sig. του ελέγχου χ^2 είναι μικρότερη του 0,05 τότε μπορούμε να πούμε ότι, οι δυο μεταβλητές είναι συσχετισμένες. Η ένταση της σχέσης των δυο μεταβλητών υπολογίζεται από το συντελεστή Phi και Cramer's V. Ο συντελεστής Phi και Cramer's V παίρνει τιμές από 0 έως 1. Τιμές κοντά στο 1 δείχνουν ισχυρή εξάρτηση μεταξύ των μεταβλητών. Αντίθετα, τιμές κοντά στο 0 δείχνουν ασθενή συσχέτιση.

➤ Διερευνητική ανάλυση παραγόντων (exploratory factor analysis).

Χρησιμοποιήθηκε ως τεχνική μείωσης ενός μεγάλου αριθμού μεταβλητών σε έναν μικρότερο και περισσότερο διαχειρίσιμο αριθμό μεταβλητών, που θα διατηρεί όμως το μεγαλύτερο μέρος της διακύμανσης του δείγματος. Σκοπός σε αυτή την περίπτωση είναι η κατανόηση των βασικών διαστάσεων, που απαρτίζουν λανθάνουσες κλίμακες (latent constructs). Μέσω της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων εντοπίζεται ένας μικρός αριθμός συνθετικών μεταβλητών που καλούνται «παράγοντες» και απαρτίζουν την λανθάνουσα κλίμακα υπό διερεύνηση.

➤ Υπολογισμός συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach's alpha.

Τον συντελεστή Cronbach α τον χρησιμοποιήσαμε προκειμένου να εκτιμηθεί η αξιοπιστία των παραγόντων που προέκυψαν από την ανάλυση τους. Ουσιαστικά, πριν η έρευνα προχωρήσει στη δημιουργία των αθροιστικών κλιμάκων βάσει της ανάλυσης παραγόντων, είναι απαραίτητο να εκτιμηθεί η αξιοπιστία τους. Ο συντελεστής Cronbach α παίρνει τιμές από 0 έως 1. Οι παράγοντες των οποίων ο δείκτης Cronbach α είναι μεγαλύτερος του 0,70 θεωρούνται αξιόπιστες.

➤ Συγκρίσεις μέσω των τιμών για δυο ανεξάρτητα δείγματα (Independent Samples T-Tests).

Ο έλεγχος t-test για ανεξάρτητα δείγματα χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να συγκριθούν οι μέσες τιμές μιας μεταβλητής (ποσοτικής ή κλίμακας ίσου διαστήματος), μεταξύ δυο ανεξάρτητων δειγμάτων. Με άλλα λόγια ελέγχσαμε την ύπαρξη σχέσης ανάμεσα σε μια μεταβλητή ποσοτική ή ίσου διαστήματος και σε μια κατηγορική – διχοτομική μεταβλητή. Η τιμή Sig. του t-test μας πληροφορεί για το αν οι μέσες τιμές των δυο δειγμάτων διαφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό μεταξύ τους. Αν το Sig. λάβει τιμή μικρότερη του 0,05 τότε τα δυο δείγματα διαφέρουν μεταξύ τους σε στατιστικά σημαντικό βαθμό.

➤ **Ανάλυση Διακύμανσης (Analysis of Variance, ANOVA).**

Με την ανάλυση διακύμανσης ελέγξαμε αν δυο ή περισσότερα ανεξάρτητα δείγματα διαφέρουν μεταξύ τους ως προς τη μέση τιμή μιας ποσοτικής ή ίσου διαστήματος μεταβλητής. Ουσιαστικά, μέσω της ανάλυσης διακύμανσης ελέγχθηκε η σχέση ανάμεσα σε μια ποσοτική ή ίσου διαστήματος μεταβλητής και σε μια κατηγορική μεταβλητή με περισσότερα από δυο επίπεδα. Η τιμή Sig. του F-test της ανάλυσης διακύμανσης μας πληροφορεί για το αν οι μέσες τιμές των δειγμάτων διαφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό μεταξύ τους. Αν το Sig. λάβει τιμή μικρότερη του 0,05 τότε τα δείγματα διαφέρουν μεταξύ τους σε στατιστικά σημαντικό βαθμό.

➤ **Ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression).**

Η ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να ελέγξουμε το αν και σε ποιο βαθμό μια ή περισσότερες ανεξάρτητες μεταβλητές επηρεάζουν μια εξαρτημένη. Βασική υπόθεση της ανάλυσης γραμμικής παλινδρόμησης είναι ότι οι τιμές των μεταβλητών προσαρμόζονται καλύτερα σε μια ευθεία. Κατά την ανάλυση παλινδρόμησης ερμηνεύεται η στατιστική σημαντικότητα και το μέγεθος των τυποποιημένων συντελεστών παλινδρόμησης (standardized regression coefficients). Για να θεωρηθεί πως μια ανεξάρτητη μεταβλητή επηρεάζει μια εξαρτημένη είναι απαραίτητο η τιμή Sig. του τυποποιημένου συντελεστή της να παίρνει τιμές μικρότερες του 0,05. Έπειτα, η ένταση της επίδρασης της ανεξάρτητης μεταβλητής στην εξαρτημένη εντοπίζεται από την τιμή του τυποποιημένου συντελεστή παλινδρόμησης, standardized beta. Τιμές κοντά στο 1 υποδηλώνουν ισχυρή επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής στην εξαρτημένη.

Κεφάλαιο 5^ο

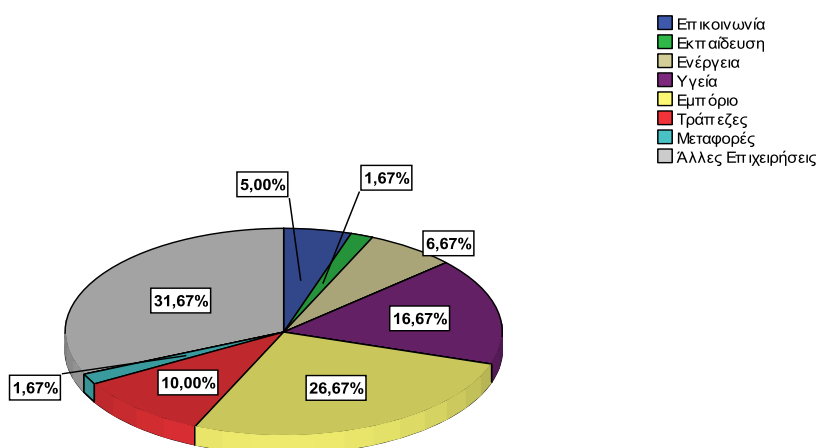
5. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.

Από την επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων στο δείγμα μας, που συμπεριλαμβάνει τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις στον ελλαδικό χώρο, οι οποίες ταυτόχρονα είναι μέλη στο ΔΙΚΤΥΟ ΕΚΕ, για τις οποίες αναφερθήκαμε αναλυτικότερα στο κεφάλαιο τέσσερα και συγκεκριμένα στη Δειγματοληψία (κεφ. 4.5), προέκυψαν τα εξής:

Οι επιχειρήσεις που ερευνήσαμε δραστηριοποιούνται σε όλους του κλάδους της οικονομίας με ποσοστιαία συμμετοχή σε κάθε κλάδο δραστηριότητας όπως αποτυπώνεται στο παρακάτω σχήμα 5.1. ήτοι :

Εμπόριο (26,67%), Υγεία (16,67%), Τράπεζες (10%), Ενέργεια (6,67%), Επικοινωνία (5%), Μεταφορές (1,67%), Εκπαίδευση(1,67%), Διαφορετικοί κλάδοι (31,67%).

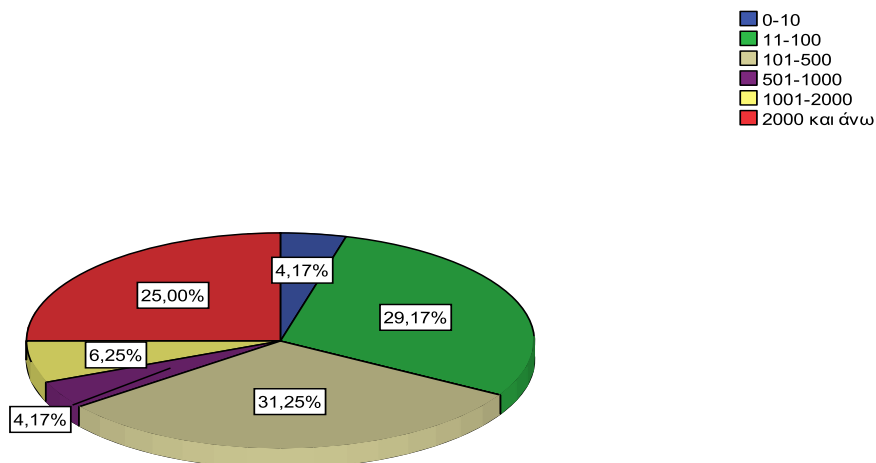
Σχήμα 5.1.



Όσο αφορά τον αριθμό των απασχολούμενων η σύνθεση του δείγματος όπως αποτυπώνεται στο παρακάτω σχήμα 5.2. έχει ως εξής:

- ✓ Το 4,17% του δείγματος των επιχειρήσεων που απάντησαν, απασχολεί μέχρι 10 εργαζόμενους/ες.
- ✓ Το 29,17% από 11-100 άτομα.
- ✓ Το 31,25% απασχολεί 101 – 500 εργαζόμενους/ες.
- ✓ Το 4,17% από 501 – 1000 εργαζόμενους/ες.
- ✓ Το 6,25% από 1001 – 2000 εργαζόμενους/ες.
- ✓ Το 25% απασχολεί πάνω από 2.000 άτομα, στοιχείο που σημαίνει ότι όλες οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις ανήκουν στο Δίκτυο ΕΚΕ.

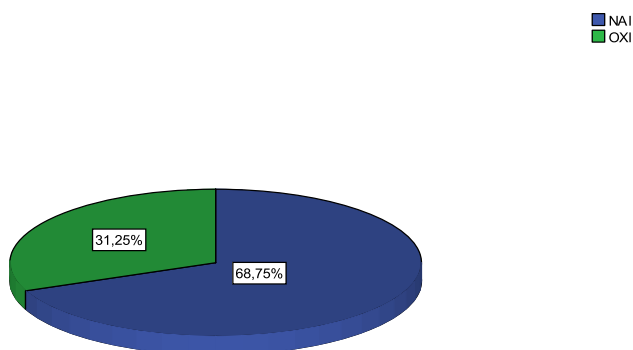
Σχήμα 5.2.



Στα επιμέρους ερωτήματα της έρευνας, όπως αποτυπώνονται στο ερωτηματολόγιο που απευθύνθηκε στις υπό έρευνα επιχειρήσεις, έχουμε τα παρακάτω αποτελέσματα που αποτυπώνονται στα ακόλουθα σχήματα.

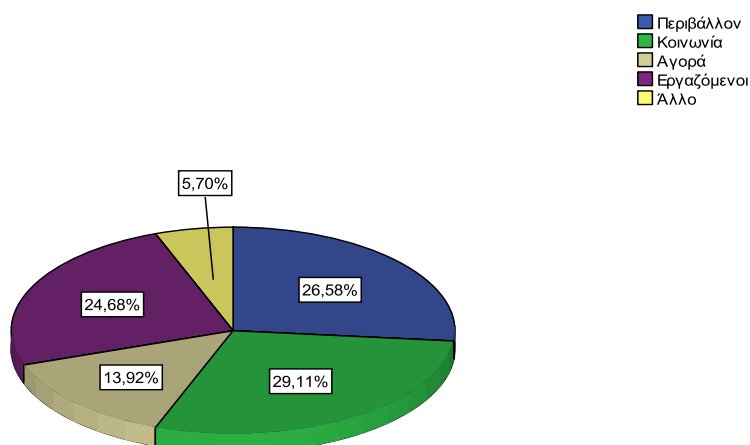
Στο σχήμα 5.3. για το αν υπάρχει ειδικό τμήμα που να ασχολείται με τις δράσεις ΕΚΕ το 68,75% των επιχειρήσεων απάντησαν ΝΑΙ ενώ το 31,25% ΟΧΙ.

Σχήμα 5.3.



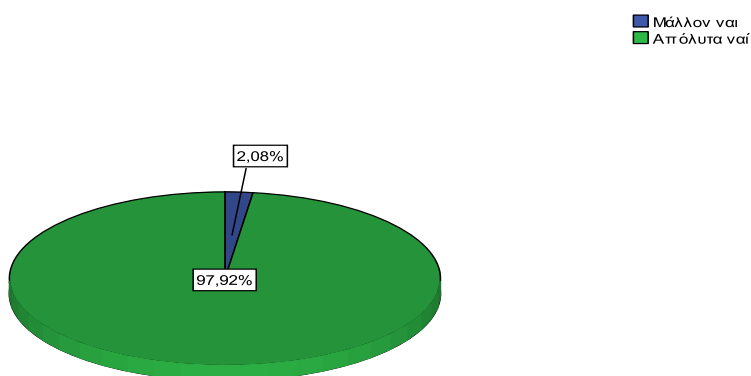
Στο σχήμα 5.4. ως προς τους τομείς δράσεις των εταιρειών η κοινωνία κατέχει το 29,11% το περιβάλλον 26,58% οι εργαζόμενοι 24,68%, ενώ η αγορά το 13,92%, λοιπές δράσεις 5,70%.

Σχήμα 5.4.



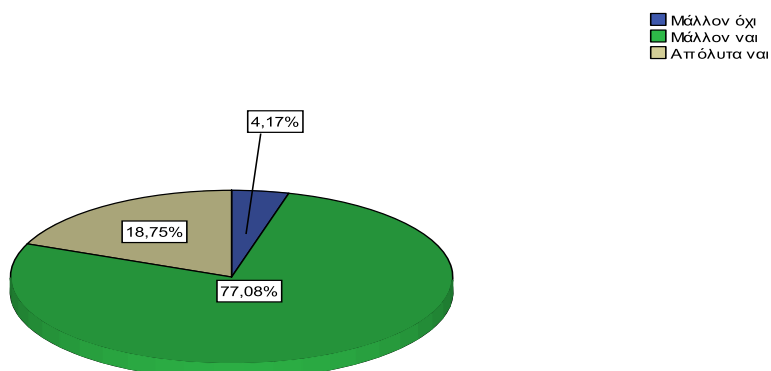
Στο σχήμα 5.5. ως προς το εάν οι επιχειρήσεις εκτός από οικονομικούς στόχους πρέπει να έχουν και στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας, το απόλυτα Ναι ανέρχεται στο 97,92% ενώ το μάλλον Ναι στο 2,08%.

Σχήμα 5.5.



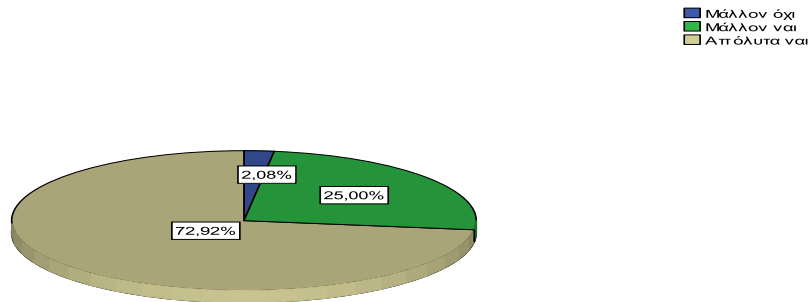
Στο σχήμα 5.6. ως προς το εάν η κοινωνία/καταναλωτής επιβραβεύει μια κοινωνικά και οικολογικά ευαίσθητη εταιρεία, το 95,83% απαντά ΝΑΙ και μάλλον ΝΑΙ ενώ το υπόλοιπο 4,17% ΟΧΙ.

Σχήμα 5.6.



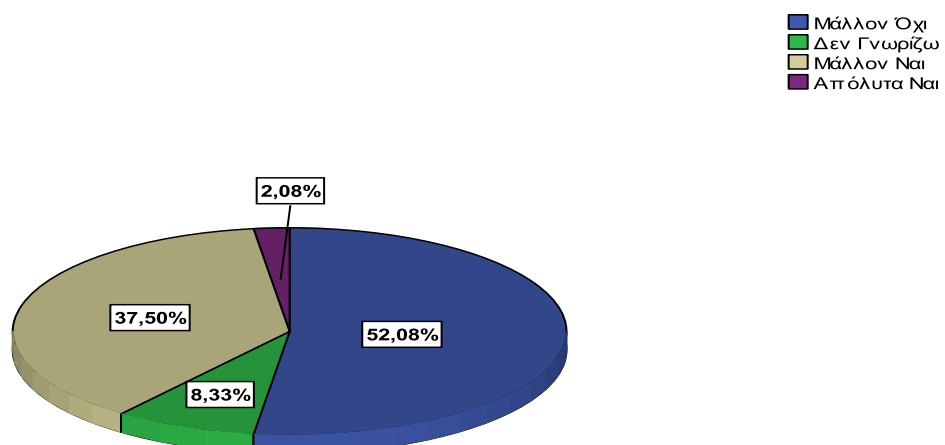
Στο σχήμα 5.7 ως προς το εάν η ΕΚΕ αποτελεί υποχρέωση της εταιρείας προς το κοινωνικό σύνολο, το 98%, απαντά ΝΑΙ και το 2,08%, ΟΧΙ.

Σχήμα 5.7.



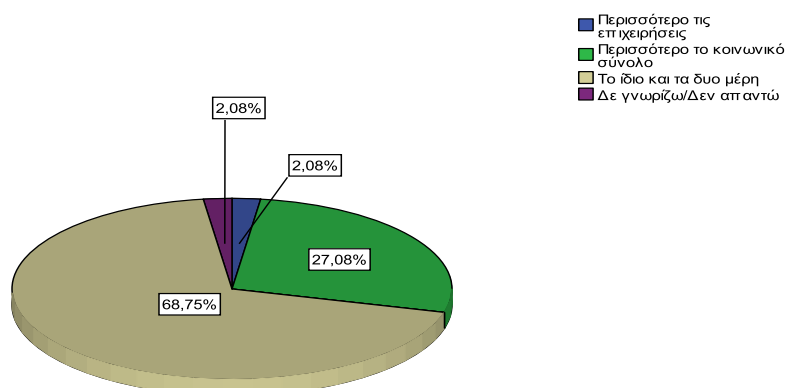
Στο σχήμα 5.8. ως προς το εάν οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας το 52,08% απαντά μάλλον ΟΧΙ, το 39,59% απόλυτα και μάλλον ΝΑΙ και το 8,33 δεν γνωρίζει ή δεν απαντά.

Σχήμα 5.8.



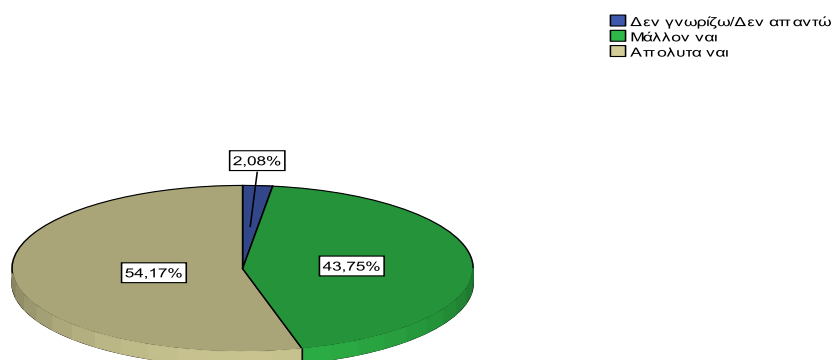
Στο σχήμα 5.9. ως προς τον ποιόν ωφελούν οι πρακτικές ΕΚΕ, το 68,75% απαντά την κοινωνία και τις επιχειρήσεις, το 27,08% μόνο την κοινωνία και το 2% περίπου μόνο τις επιχειρήσεις.

Σχήμα 5.9.



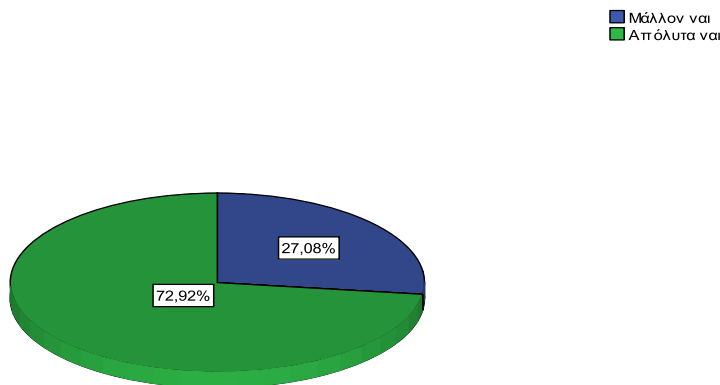
Στο σχήμα 5.10. ως προς το εάν οι δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούνται, το 98% απαντά απόλυτα και μάλλον ΝΑΙ, ενώ το 2% δεν γνωρίζει ή δεν απαντά.

Σχήμα 5.10.



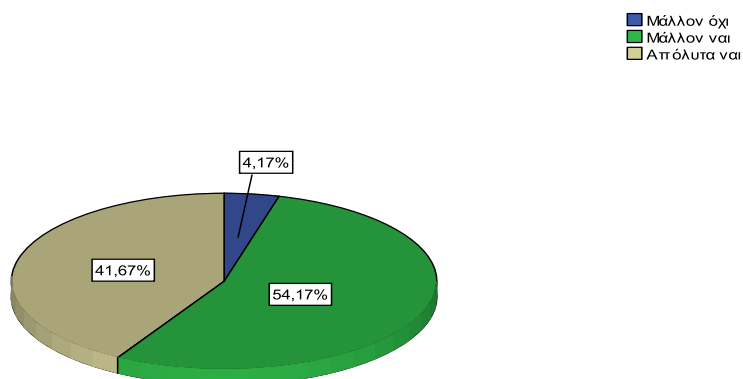
Στο σχήμα 5.11. αν μια ολοκληρωμένη εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που την εφαρμόζει, το 73% απάντησε ΝΑΙ και το 27% μάλλον ΝΑΙ.

Σχήμα 5.11.



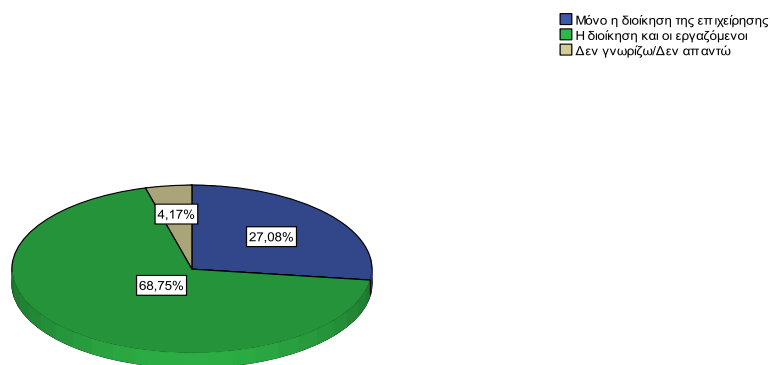
Στο σχήμα 5.12. ως προς το εάν η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων το 95,84%(54,17 μάλλον + 41,67 απόλυτα) απαντά ΝΑΙ και το 4,17% απαντά μάλλον ΟΧΙ.

Σχήμα 5.12.



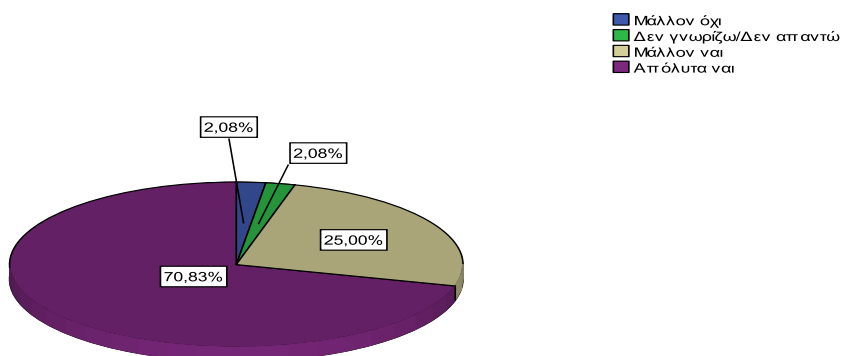
Στο σχήμα 5.13. ως προς το ποιος πρέπει να αποφασίζει για τις δραστηριότητες της ΕΚΕ στην επιχείρηση, το 68,75% απαντά η Διοίκηση μαζί με τους εργαζόμενους, το 27,08% μόνο η διοίκηση, ενώ το 4,17% δεν γνωρίζει ή δεν απαντά.

Σχήμα 5.13.



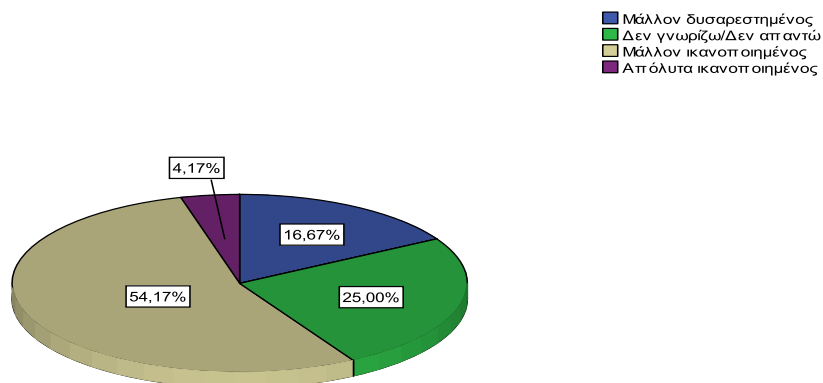
Στο σχήμα 5.14. εάν ο δημόσιος τομέας πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, το 95,83% (70,83% απόλυτα και 25% μάλλον) απαντά ΝΑΙ ενώ μόνο το 2,08% απαντά ΟΧΙ.

Σχήμα 5.14.



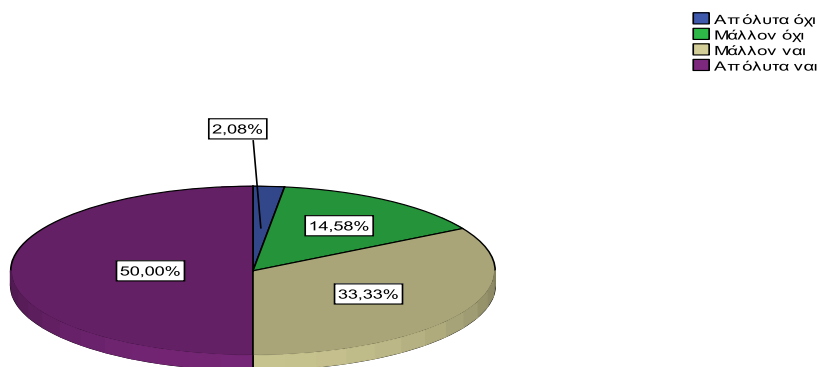
Στο σχήμα 5.15. ως προ το πόσο υπάρχει ικανοποίηση από τους φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ, το 58,34% (54,17 απόλυτα +4,17 μάλλον) απαντά ΝΑΙ, το 25% μάλλον ΟΧΙ και το 16,57 δεν γνωρίζει ή δεν απαντά.

Σχήμα 5.15.



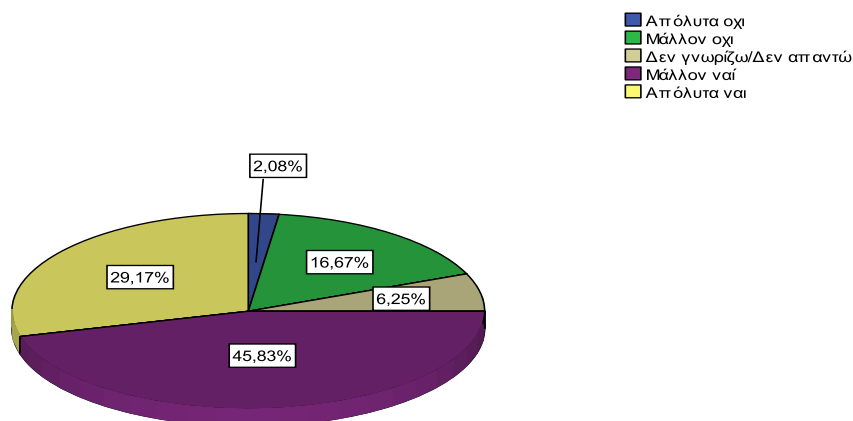
Στο σχήμα 5.16. ως προς την αναγκαιότητα θεσμοθέτησης της ΕΚΕ, το 83,33% περίπου (50% απόλυτα και 33,33% μάλλον), απαντά ΝΑΙ, ενώ το 16,64% (2,08% απόλυτα και 14,58% μάλλον) απαντά ΟΧΙ.

Σχήμα 5.16.



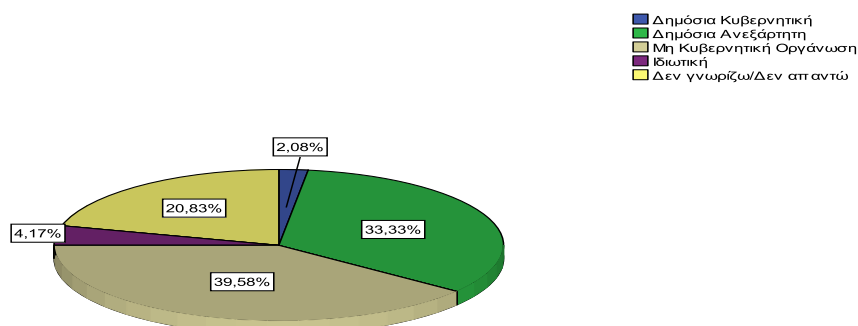
Στο σχήμα 5.17. ως προς την αναγκαιότητα δημιουργίας Εθνικού Φορέα Αξιολόγησης της ΕΚΕ, το 75%(45,83+29,17) απαντά ΝΑΙ, και το 18,75% (16,67+2,08) ΟΧΙ.

Σχήμα 5.17.



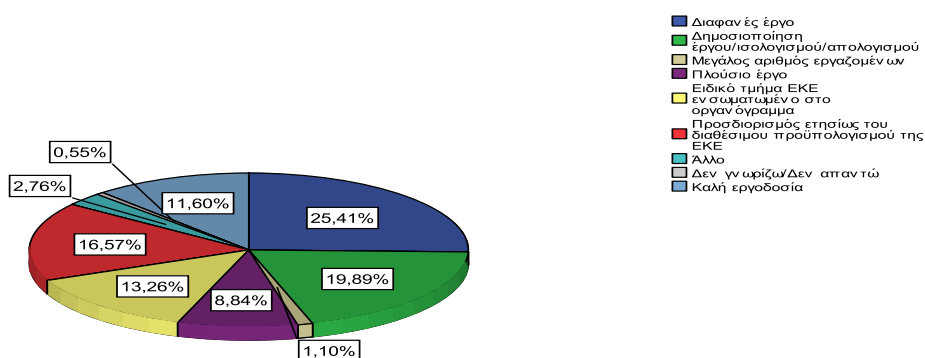
Στο σχήμα 5.18. ως προς το τι νομική μορφή θα πρέπει να έχει ο Εθνικός Φορέας, το 39,58% δηλώνει μη κυβερνητική οργάνωση, το 33,33% δημόσια ανεξάρτητη αρχή,(σύνολο 73% περίπου) το 20,83% δεν γνωρίζει ή δεν απαντά, ενώ το 2,08% είναι υπέρ μιας δημόσιας κυβερνητικής, και το 4,17% υπέρ ιδιωτικής αρχής.

Σχήμα 5.18.



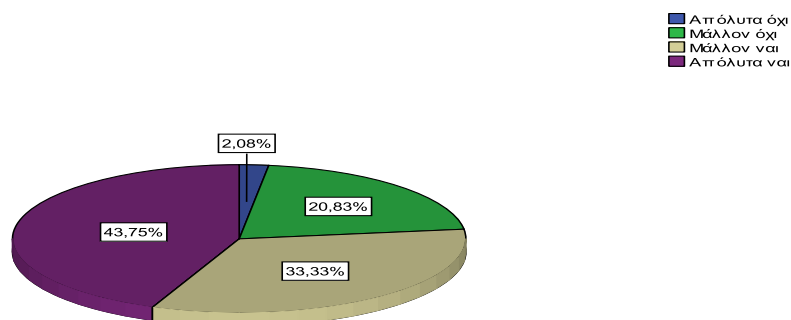
Στο σχήμα 5.19. ως προς τα κριτήρια για να ενταχθεί μια επιχείρηση σε ένα θεσμοθετημένο σύστημα ευνοϊκής αντιμετώπισης, (με δυνατότητα απαντήσεων περισσότερες από μια), κατέχουν: Το διαφανές έργο 25,41%, η δημοσιοποίηση του έργου μέσω ισολογισμού και απολογισμού 19,89%, το τμήμα ΕΚΕ ενσωματωμένο στο οργανόγραμμα 13,26%, ο προσδιορισμός του ετήσιου διαθέσιμου προϋπολογισμού 16,57% ,η καλή εργοδοσία 11,60%, το πλούσιο έργο 8,84% λοιπά 4,43%.

Σχήμα 5.19.



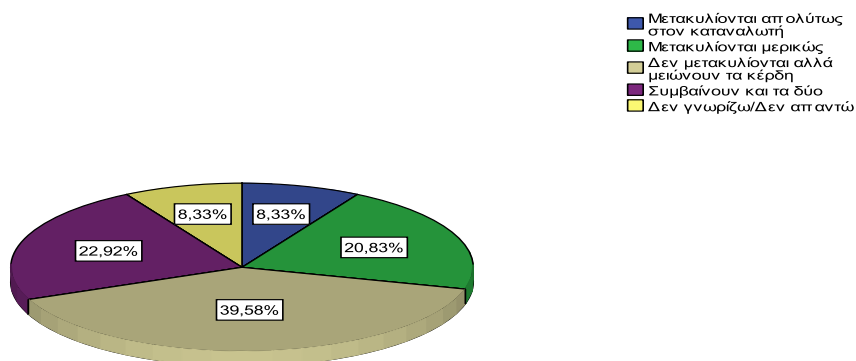
Στο σχήμα 5.20. ως προς το εάν η λειτουργία της ΕΚΕ πρέπει να ασκείται από Ειδικό Τμήμα το 77% περίπου (43,75 απόλυτα +33,33 μάλλον) απαντά ΝΑΙ ενώ το 23% περίπου (20,83 μάλλον + 2,08 απόλυτα) απαντά ΟΧΙ.

Σχήμα 5.20.



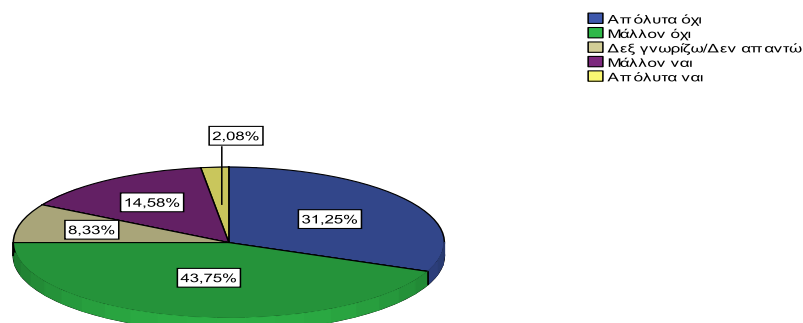
Στο σχήμα 5.21. ως προ το εάν οι δαπάνες των εταιρειών για την ΕΚΕ μετακυλίσονται στον καταναλωτή ή μειώνουν τα κέρδη της εταιρείας απαντούν: Το 39,58% ότι δεν μετακυλίσονται στον καταναλωτή αλλά μειώνουν τα κέρδη των επιχειρήσεων, το 22,92% συμβαίνουν και τα δύο, το 20,83% πιστεύει ότι μετακυλίσονται μερικώς στον καταναλωτή, ενώ το 8,33% μετακυλίσονται απόλυτα στο καταναλωτή.

Σχήμα 5.21.



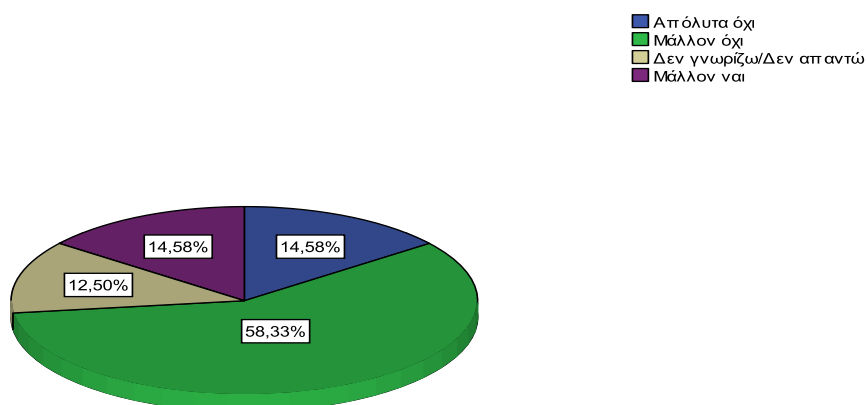
Στο σχήμα 5.22. ως προς το εάν μια θεσμοθετημένη ΕΚΕ θα μείωνε την κοινωνική συνεισφορά της πολιτείας, οι απαντήσεις ήταν: 75%(43,75 μάλλον + 31,25 απόλυτα) ΟΧΙ, ενώ το 16,64% (14,58 μάλλον + 2,08 απόλυτα) ΝΑΙ και το 8,33% δεν γνωρίζει η δεν απαντά.

Σχήμα 5.22.



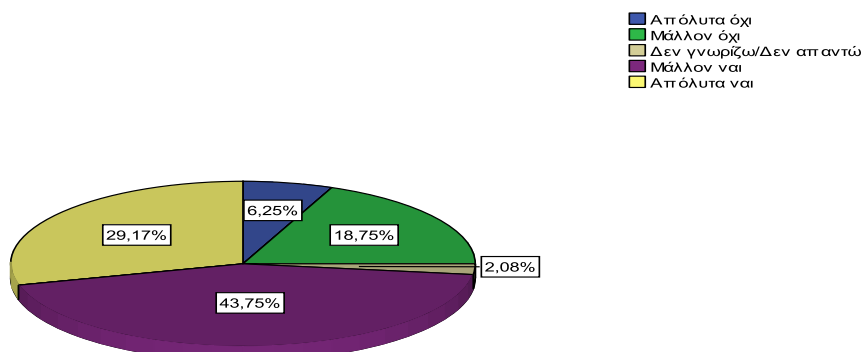
Στο σχήμα 5.23. ως προ το εάν η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις οι απαντήσεις έχουν ως εξής: 72,91% (14,58 απόλυτα 58,33 μάλλον) ΟΧΙ, το 14,58 μάλλον ΝΑΙ και το 12,50 δεν γνωρίζει ή δεν απαντά.

Σχήμα 5.23.



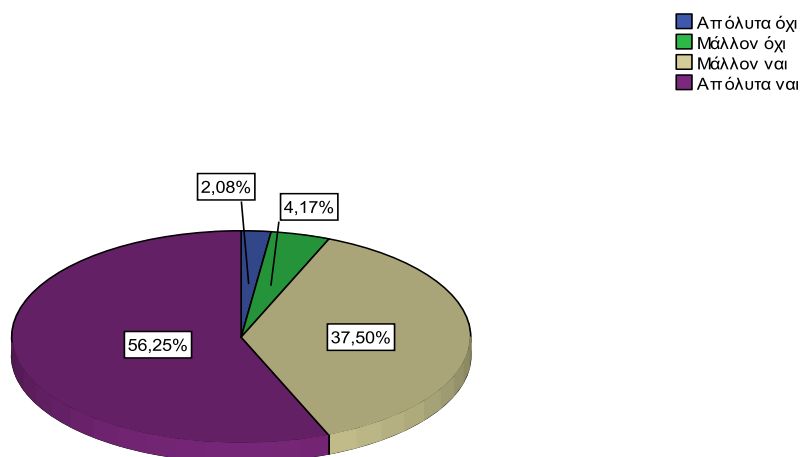
Στο σχήμα 5.24. ως προς την περίπτωση μιας θεσμοθετημένης ΕΚΕ, εάν πρέπει να υπάρχουν οικονομικά, φορολογικά κίνητρα και ανταμοιβές, το ΝΑΙ συγκεντρώνει 72,92% ενώ το ΟΧΙ 25%, το 2,08 δεν γνωρίζει ή δεν απαντά.

Σχήμα 5.24



Στο σχήμα 5.25. ως προς το εάν πρέπει να υπάρχει δημόσιος έπαινος με τη χορήγηση ενός βραβείου ήθους για τις κοινωνικά ευαίσθητες εταιρείες, το 93,75% απαντά ΝΑΙ (56,25% απόλυτα, 37,50% μάλλον) ενώ το ΟΧΙ συγκεντρώνει μόλις το 6,25%. (4,17% μάλλον, 2,08 απόλυτα).

Σχήμα 5.25.



Από το σύνολο των 25 ερωτήσεων, πέντε ερωτήσεις είχαν σχέση με το ερευνητικό ερώτημα της υπεραξίας, πέντε επίσης με το ερευνητικό ερώτημα της θεσμοθέτησης και οι υπόλοιπες με τα λοιπά ερευνητικά ερωτήματα που θέσαμε ως στόχο της παρούσας διδακτορικής διατριβής και έρευνας.

Στη συνέχεια διερευνώνται και αναλύονται τα αποτελέσματα συνδυασμένων ερωτήσεων, προκειμένου να διατυπωθούν τα συμπεράσματα και οι προτάσεις που θα προκύψουν από την παρούσα έρευνα.

Αποτελέσματα συνδυασμένων ερωτήσεων.

Σχετικά με το ερώτημα " εάν επηρεάζει ο κλάδος δραστηριότητας την ύπαρξη εσωτερικού τμήματος ΕΚΕ " από τα δεδομένα του πίνακα 5.1. βλέπουμε ποιες επιχειρήσεις έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ.

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στο παραπάνω ερώτημα, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test). (Βλ. παράρτημα πίνακα 1.1. και 1.2. σελ. 179-180)

Πίνακας 5.1.

Κλάδος δραστηριότητας	Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	
	Ναι	Όχι
Ενέργεια	2	1
Υγεία	5	0
Εμπόριο	7	3
Μεταφορές	0	1
Άλλο	19	10
Chi-Square Statistic	4.627	
Phi and Cramer's V	0.310	

Από τον εν λόγω στατιστικό πίνακα διαπιστώνουμε ότι διαθέτουν τμήμα ΕΚΕ:

- Το 65% των επιχειρήσεων σε άλλο κλάδο
- Το 70% των επιχειρήσεων του εμπορίου
- 100% των επιχειρήσεων υγείας
- το 67% των επιχειρήσεων ενέργειας.
- Ενώ καμία εταιρεία στους κλάδους, μεταφορές, εκπαίδευση, τραπεζικός δεν διαθέτει τμήμα ΕΚΕ.

Από τον πίνακα (1.2. **Chi-Square Tests** βλ. Παράρτημα σελ. 180) παρατηρείται ότι, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ του κλάδου δραστηριότητας της επιχείρησης και της ύπαρξης ενός τμήματος ΕΚΕ ($\chi^2 = 4,627$, $p = 0,328 > 0.05$).

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και με βάση τον πίνακα (1.3. **Symmetric Measures** βλ. παράρτημα σελ. 176) Ο συντελεστής συσχέτισης Phi (ϕ) ισούται με 0,310 είναι μη στατιστικά σημαντικός και επομένως, δεν υφίσταται σχέση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές (ειδικό τμήμα ΕΚΕ και κλάδος δραστηριότητας).

Άρα το αν μια επιχείρηση θα έχει τμήμα ΕΚΕ δεν εξαρτάται από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται.

Σχετικά με το ερώτημα εάν η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με το περιβάλλον επηρεάζουν την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικών με την κοινωνία από τα δεδομένα του πίνακα 5.2. συμπεραίνουμε τα παρακάτω:

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στο παραπάνω ερώτημα, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test).

Πίνακας 5.2.

Δράση Περιβάλλον	Δράση Κοινωνία	
	Ναι	Όχι
Ναι	40	2
Όχι	6	0
Chi-Square Statistic	0,298	
Phi and Cramer's V	-0,079	

Με βάση τον πίνακα (2.1. Crosstab βλ.παράρτημα σελ. 180) παρατηρούμε ότι, το 95,2% των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν ενέργειες ΕΚΕ για την κοινωνία συνήθως εφαρμόζουν και ενέργειες ΕΚΕ για το περιβάλλον.

Από τον πίνακα (2.2. Chi-Square Tests βλ. παράρτημα σελ. 181) παρατηρείται ότι, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των περιβαλλοντικών δράσεων της επιχείρησης και των κοινωνικών δράσεων ($\chi^2 = 0,298$, $p = 0,585 > 0.05$).

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και με βάση τον πίνακα (3.3. Symmetric Measures βλ.παράρτημα σελ. 183). Ο συντελεστής συσχέτισης Phi (ϕ) ισούται με -0,079, είναι μη στατιστικά σημαντικός και επομένως, δεν υφίσταται σχέση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές (δράσεις κοινωνία – δράσεις περιβάλλοντος).

Άρα το αν μια επιχείρηση θα εφαρμόζει ενέργειες σχετικές με το περιβάλλον δεν σημαίνει ότι θα εφαρμόζει και ενέργειες σχετικές με το κοινωνικό σύνολο.

Η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με την κοινωνία επηρεάζει την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με τους εργαζομένους;

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στο παραπάνω ερώτημα, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test), όπως αποτυπώνεται στον πίνακα 5.3. καθώς και τον πίνακα (3.1. Crosstab. βλ. παράρτημα σελ. 182).

Πίνακας 5.3.

Δράση Εργαζόμενοι	Δράση Κοινωνία	
	Ναι	Όχι
Ναι	39	0
Όχι	7	2
Chi-Square Statistic	9,043*	
Phi and Cramer's V	0,434*	

Το 100% των επιχειρήσεων του δείγματος που εφαρμόζουν πρακτικές σχετικές με τους εργαζομένους, εφαρμόζουν και πρακτικές ΕΚΕ σχετικές με την κοινωνία. Επίσης, το 84,8% των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν πρακτικές σχετικά με την κοινωνία εφαρμόζουν και πρακτικές σχετικά με τους εργαζομένους.

Από τον πίνακα (3.2. **Chi-Square Tests**, βλ. παράρτημα σελ. 182) παρατηρείται ότι, **υπάρχει συσχέτιση** μεταξύ των δράσεων ΕΚΕ για εργαζομένους και των κοινωνικών δράσεων ($\chi^2 = 9,043$, $p = 0,003 < 0.05$).

Επιπρόσθετα, ο συντελεστής Phi (ϕ) ισούται με 0,43. Άρα υπάρχει μια στατιστικά σημαντική – μέτριας έντασης - σχέση μεταξύ των δυο μεταβλητών (δράσεις για εργαζομένους – δράσεις για κοινωνία), όπως φαίνεται από τον πίνακα (3.3. **Symmetric Measures**, βλ. παράρτημα, σελ. 183).

Επομένως, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι, η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ για εργαζομένους επηρεάζεται από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ για την κοινωνία. Με άλλα λόγια, όταν μια επιχείρηση εφαρμόζει ενέργειες ΕΚΕ για εργαζομένους το πιθανότερο είναι να εφαρμόζει ενέργειες και για την κοινωνία.

Η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με την αγορά επηρεάζει την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικών με την κοινωνία;

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στο παραπάνω ερώτημα, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test), όπως φαίνεται από τον πίνακα 5.4 καθώς και τον πίνακα (4.1. **Crosstab**, βλ. παράρτημα, σελ. 183)

Πίνακας 5.4.

Δράση Αγορά	Δράση Κοινωνία	
	Ναι	Όχι
Ναι	22	0
Όχι	24	2
Chi-Square Statistic	1,766	
Phi and Cramer's V	0,192	

Από τους πίνακες αυτούς συνάγεται ότι, όλες οι επιχειρήσεις του δείγματος που εφαρμόζουν ενέργειες ΕΚΕ σχετικά με την **αγορά**, εφαρμόζουν ενέργειες ΕΚΕ σχετικά με την **κοινωνία**. Αντίθετα, μόνο το 48% των επιχειρήσεων, που εφαρμόζουν ενέργειες ΕΚΕ σχετικά με την **κοινωνία**, εφαρμόζουν ενέργειες ΕΚΕ ως προς την **αγορά**.

Από τον πίνακα (4.2 **Chi-Square Tests**, βλ. παράρτημα, σελ. 183) παρατηρείται ότι, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δράσεων ΕΚΕ που προσανατολίζονται στην αγορά και των δράσεων ΕΚΕ που αφορούν την κοινωνία ($\chi^2 = 1,766$, $p = 0,184 > 0.05$).

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και με βάση τον πίνακα (4.3. **Symmetric Measures**, βλ. παράρτημα) Ο συντελεστής συσχέτισης Phi (ϕ) ισούται με 0,192 είναι μη στατιστικά σημαντικός και επομένως, δεν υφίσταται σχέση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές (δράσεις αγοράς και δράσεις κοινωνίας).

Άρα το αν μια επιχείρηση θα διενεργεί πρακτικές ΕΚΕ σε επίπεδο αγοράς δεν επηρεάζει την εφαρμογή πρακτικών σχετικά με την κοινωνία.

Η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με το περιβάλλον επηρεάζουν την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικών με τους εργαζομένους;

Πίνακας 5.5.

Δράση Εργαζόμενοι	Δράση Περιβάλλον	
	Ναι	Όχι
Ναι	35	4
Όχι	7	2
Chi-Square Statistic	0,957	
Phi and Cramer's V	0,141	

Από τον πίνακα 5.5. καθώς και τον **(5.1. Crosstab** βλ. προσάρτημα σελ. 184) συνάγεται ότι, το 89.7% των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ για τους εργαζομένους εφαρμόζουν και αντίστοιχες για το περιβάλλον. Αντίστοιχα, το 83% των επιχειρήσεων του δείγματος που εφαρμόζει δράσεις ΕΚΕ για το **περιβάλλον** εφαρμόζει αντίστοιχες και για τους **εργαζομένους**.

Από τον πίνακα **(5.2. Chi-Square Tests** βλ. προσάρτημα σελ. 184) παρατηρείται ότι, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δράσεων ΕΚΕ για τους εργαζομένους και των δράσεων ΕΚΕ για το περιβάλλον ($\chi^2 = 0,957, p = 0,328 > 0.05$).

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και με βάση τον πίνακα **(5.3. Symmetric Measures,** βλ. παράρτημα σελ. 185). Ο συντελεστής συσχέτισης Phi (ϕ) ισούται με 0,141 και είναι μη στατιστικά σημαντικός και επομένως, δεν υφίσταται σχέση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές (δράσεις ΕΚΕ για εργαζομένους και δράσεις ΕΚΕ προς το περιβάλλον).

Άρα το αν μια επιχείρηση εφαρμόζει πρακτικές ΕΚΕ σχετικές με τους εργαζομένους δεν επηρεάζει την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σχετικά με το περιβάλλον.

Η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με το περιβάλλον επηρεάζουν την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικών με την αγορά;

Πίνακας 5.6.

Δράση Αγορά	Δράση Περιβάλλον	
	Ναι	Όχι
Ναι	21	1
Όχι	21	5
Chi-Square Statistic	2,350	
Phi and Cramer's V	0,221	

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στο παραπάνω ερώτημα, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test)

Από τον πίνακα 5.6. και τον **(6.1. Crosstab,** βλ. προσάρτημα σελ. 185) συνάγεται ότι, το **95,5%** των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ σχετικά για την **αγορά** εφαρμόζουν και πρακτικές ΕΚΕ για το **περιβάλλον**. Αντίστοιχα, μόνο το **50%** των

επιχειρήσεων του δείγματος που δραστηριοποιείται σε ενέργειες ΕΚΕ για το **περιβάλλον** εφαρμόζει πρακτικές ΕΚΕ για την **αγορά**.

Από τον πίνακα (**6.2. Chi-Square Tests** βλ. προσάρτημα σελ. 185) παρατηρείται ότι, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δράσεων ΕΚΕ για τους εργαζομένους και των δράσεων ΕΚΕ για την αγορά ($\chi^2 = 2,350, p = 0,125 > 0,05$).

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και με βάση τον πίνακα (**6.3. Symmetric Measures**, βλ. προσάρτημα σελ. 186). Ο συντελεστής συσχέτισης Phi (ϕ) ισούται με 0,221 και είναι μη στατιστικά σημαντικός και επομένως, δεν υφίσταται σχέση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές (δράσεις ΕΚΕ για αγορά και δράσεις ΕΚΕ για το περιβάλλον).

Άρα το αν μια επιχείρηση εφαρμόζει ενέργειες ΕΚΕ σχετικές με τους εργαζομένους δεν επηρεάζει την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με την αγορά.

Η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικά με τους εργαζομένους επηρεάζει την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ σχετικών με την αγορά;

Πίνακας 5.7.

Δράση Εργαζόμενοι	Δράση Αγορά	
	Ναι	Όχι
Ναι	22	17
Όχι	0	9
Chi-Square Statistic	9,373*	
Phi and Cramer's V	0,442*	

Από τον πίνακα 5.7. καθώς και τον (**7.1 Crosstab**, βλ. προσάρτημα σελ. 186) συνάγεται ότι, το **56%** των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ για τους **εργαζομένους**, εφαρμόζουν και πρακτικές ΕΚΕ σχετικές με την **αγορά**. Αντίστοιχα, το 100% των επιχειρήσεων του δείγματος που εφαρμόζει πρακτικές ΕΚΕ προσανατολισμένες προς την **αγορά** εφαρμόζει και πρακτικές ΕΚΕ για τους εργαζομένους.

Από τον πίνακα (**7.2. Chi-Square Tests**, βλ. προσάρτημα σελ. 187) παρατηρείται ότι, **υπάρχει συσχέτιση** μεταξύ των δράσεων ΕΚΕ για **εργαζομένους** και δράσεων ΕΚΕ για την **αγορά** ($\chi^2 = 9,373, p = 0,002 < 0,05$). Επομένως, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι, η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ για **εργαζομένους** επηρεάζεται από την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ για την **αγορά**.

Επομένως, όταν μια επιχείρηση εφαρμόζει ενέργειες ΕΚΕ για τους εργαζομένους το πιθανότερο είναι να εφαρμόζει ενέργειες ΕΚΕ σχετικές με την αγορά.

Επιπρόσθετα, ο συντελεστής Phi (ϕ), όπως φαίνεται από τον πίνακα (**7.3. Symmetric Measures**, βλ. προσάρτημα σελ. 187), ισούται με 0,44.

Άρα υπάρχει μια στατιστικά σημαντική, μέτριας έντασης σχέση μεταξύ των δυο μεταβλητών (δράσεις για εργαζομένους – δράσεις για αγορά)

Συνδυασμός ερώτησης 17 και 18 του ερωτηματολογίου της έρευνας, ως προς τον εθνικό φορέα και την νομική μορφή του.

(όπου, 1: Απόλυτα Όχι, 2: Μάλλον Όχι, 3: Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ, 4: Μάλλον Ναι, 5: Απόλυτα Ναι.)

Το **75%** των επιχειρήσεων του δείγματος επιθυμεί σε μεγάλο βαθμό να δημιουργηθεί ένας **εθνικός φορέας αξιολόγησης ΕΚΕ**. Παράλληλα, το 72,9% των επιχειρήσεων του δείγματος θα επιθυμούσε ο εθνικός φορέας ΕΚΕ να είναι είτε **δημόσια ανεξάρτητη εταιρεία** είτε **μη κυβερνητική οργάνωση**, όπως φαίνεται από τον πίνακα 5.8. και τον **(8.1. Crosstabulation**, βλ. προσάρτημα σελ. 188).

Πίνακας 5.8.

		Νομική μορφή εθνικού φορέα				
		Δημόσια κυβερνητική	Δημόσια ανεξάρτητη	Μη κυβερνητική οργάνωση	ιδιωτική	Δεν γνωρίζω
Αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	Καθόλου	0	0	0	0	1
	Ελάχιστα	0	0	3	1	4
	Αρκετά	0	0	1	0	2
	Πολύ	0	9	9	1	3
	Πάρα Πολύ	1	7	6	0	0
Chi-Square Statistic		2,331				

Σχετίζεται όμως η επιθυμία δημιουργίας εθνικού φορέα ΕΚΕ με την νομική μορφή που θα πρέπει να έχει αυτός ο φορέας?

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στο παραπάνω ερώτημα, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 (chi-square test).

Από τον πίνακα **(8.2. Chi-Square Tests**, βλ. προσάρτημα σελ. 189) παρατηρείται ότι, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της επιθυμίας για δημιουργία **εθνικού φορέα ΕΚΕ** και την επιθυμητής **νομικής μορφής** αυτού του φορέα ($\chi^2 = 23,31$, $p = 0,106 > 0,05$).

Άρα η νομική μορφή που επιθυμεί το στέλεχος να έχει ο εθνικός φορέας για την ΕΚΕ, δεν σχετίζεται με το βαθμό που επιθυμεί τη δημιουργία ανάπτυξης του εθνικού φορέα.

Μπορούν να ομαδοποιηθούν ορισμένες ερωτήσεις που αφορούν τις αντιλήψεις των στελεχών για ζητήματα ΕΚΕ σε κατηγορίες?

Για να απαντηθεί το παραπάνω ερώτημα πραγματοποιήθηκε ανάλυση παραγόντων γνωστή ως **διερευνητική ανάλυση παραγόντων (exploratory factor analysis)**.

Αρχικά, για να εντοπιστούν οι ερωτήσεις που θα χρησιμοποιηθούν στην ανάλυση παραγόντων, υπολογίστηκε ο συντελεστής corrected-item-to-total correlation για όλες τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που αφορούσαν τις αντιλήψεις των στελεχών για την ΕΚΕ και ήταν κλίμακες ίσου διαστήματος. Ο δείκτης corrected-item-to-total correlation παίρνει τιμές από 0 έως 1. Οι ερωτήσεις οι οποίες παίρνουν τιμές στο εν λόγω δείκτη μεγαλύτερες του 0,50 θεωρούνται περισσότερο αντιπροσωπευτικές για την λανθάνουσα κλίμακα υπό μελέτη και καταλληλότερες να χρησιμοποιηθούν για την ανάλυση παραγόντων. Αντίθετα, οι ερωτήσεις που η τιμή του δείκτη corrected-item-to-total

correlation είναι μικρότερη του 0,50 θεωρούνται ότι προκαλούν περισσότερο “ θόρυβο ” παρά προσφέρουν πληροφόρηση και επομένως είναι ακατάλληλες να χρησιμοποιηθούν στην ανάλυση παραγόντων.

Βάσει των ανωτέρω οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση παραγόντων και εμφάνισαν τιμές στο δείκτη corrected-item-to-total correlation μεγαλύτερες του 0,50 είναι οι παρακάτω:

1. Πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούνται;
2. Πιστεύετε ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων;
3. Πιστεύετε ότι μια ολοκληρωμένη εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που την εφαρμόζει;
4. Θεωρείτε ότι ο δημόσιος τομέας πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;
5. Θεωρείτε αναγκαία τη δημιουργία ενός Εθνικού Φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ;
6. Πιστεύετε ότι η λειτουργία της ΕΚΕ πρέπει να ασκείται από Ειδικό Τμήμα μέσα στην επιχείρηση;

Πίνακας 5.9.

Στοιχεία Παραγόντων (Items)	Communalities Extraction	Rotated Factor Loadings
Η ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα;	0,601	0,755
Η ΕΚΕ να ασκείται από ειδικό τμήμα;	0,529	0,744
Η ολοκληρωμένη εφαρμογή ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση;	0,579	0,670
Αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ;	0,657	0.808
Ο δημόσιος τομέας να προτιμά συνεργασία με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;	0,475	0.711
Πρέπει να δημοσιοποιούνται οι δράσεις ΕΚΕ;	0,570	0.640
Total Variance Explained	0.568	
Kaiser-Meyer-Olkin	0.691*	

Με βάση τον πίνακα 5.9. καθώς και τον **(9.1. KMO and Bartlett's Test** βλ. προσάρτημα σελ. 189) παρατηρούμε ότι, ο δείκτης KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) είναι στατιστικά σημαντικός ($p = 0,001 < 0,05$) και ισούται με $0,691 > 0,50$. Επομένως, η επάρκεια του δείγματός μας είναι καλή και επομένως μπορούμε να προχωρήσουμε στην **factor analysis**.

Από τον πίνακα **(9.2. Communalities**, βλ. προσάρτημα σελ. 189) παρατηρούμε ότι, θα πρέπει να διατηρηθούν και οι 6 μεταβλητές στην ανάλυσή μας, αφού οι τιμές σε communalities των μεταβλητών δεν είναι ιδιαίτερα χαμηλές.

Ο πίνακας **(9.3. Total Variance Explained**, βλ. Προσάρτημα σελ. 190) δείχνει ότι, οι 6 ερωτήσεις μπορούν να **ομαδοποιηθούν σε 2 παράγοντες** οι οποίοι εξηγούν το 57% της διακύμανσης του δείγματος. (Συγκεκριμένα το 56,8 που είναι πάνω από το 50%)

Η rotated μήτρα, πίνακας (9.4. **Component Matrix^a** βλ. προσάρτημα σελ.190) και κυρίως ο πίνακας (9.5. **Rotated Component Matrix^a** βλ. προσάρτημα σελ. 191) απεικονίζει καλύτερα την σύνθεση του κάθε παράγοντα.

Η rotated μήτρα απεικονίζει καλύτερα την σύνθεση του κάθε παράγοντα.

Έτσι, ο **πρώτος παράγοντας** αποτελείται από τις ερωτήσεις:(A)

- Πιστεύετε ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων;(12)
- Πιστεύετε ότι μια ολοκληρωμένη εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που την εφαρμόζει;(11)
- Πιστεύετε ότι η λειτουργία της ΕΚΕ πρέπει να ασκείται από Ειδικό Τμήμα μέσα στην επιχείρηση;(20)

Ο παράγοντας αυτός σχετίζεται με τα οφέλη από την εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ και την εσωτερική οργάνωση της επιχείρησης σχετικά με την ΕΚΕ. Επομένως, ο παράγοντας αυτός σχετίζεται με «Οφέλη & Οργάνωση».

Ο **δεύτερος παράγοντας** αποτελείται από τις ερωτήσεις(B)

- Πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούνται;(10)
- Θεωρείτε ότι ο δημόσιος τομέας πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;(14)
- Θεωρείτε αναγκαία τη δημιουργία ενός Εθνικού Φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ;(17)

Ο παράγοντας αυτός σχετίζεται με την δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση των ενεργειών ΕΚΕ αλλά και τα πλεονεκτήματα συνεργασίας με το δημόσιο που θα έπρεπε να προσδίδει η εφαρμογή ενεργειών ΕΚΕ. Επομένως, ο παράγοντας σχετίζεται με «δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση ΕΚΕ».

Στη συνέχεια ελέγχθηκε η εσωτερική αξιοπιστία των δυο παραγόντων με τη χρήση του δείκτη α cronbach (δείκτης αξιοπιστίας). Για τον παράγοντα **Οφέλη & Οργάνωση ΕΚΕ**, ο δείκτης αξιοπιστία ήταν 0,54 ενώ για τον παράγοντα **δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση ΕΚΕ** ο δείκτης ήταν 0,512. Για να θεωρηθεί ότι, μια κλίμακα είναι αξιόπιστη ο συντελεστής α cronbach πρέπει να είναι μεγαλύτερος του 0,70. Όμως, πολλές φορές ένας δείκτης μεγαλύτερος του 0,50 είναι ικανοποιητικός όταν προκύπτει από εξερευνητική (Exploratory factor analysis) ανάλυση παραγόντων (Helmstadter, 1964).

Προκειμένου να ελεγχθεί καλύτερα η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των παραγόντων που προέκυψαν από την εξερευνητική ανάλυση παραγόντων, έγινε επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων (**confirmatory factor analysis**) με χρήση του στατιστικού προγράμματος AMOS 8.0.

Για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί η μέθοδος των δομικών μοντέλων εξίσωσης, θα πρέπει τα δεδομένα υπό μελέτη να ακολουθούν την κανονική κατανομή. Γι' αυτό το λόγο αρχικά, ελέγξαμε την κανονικότητα των δεδομένων.

Όπως φαίνεται από τον πίνακα (9.6. **Έλεγχος Κανονικότητας**, βλ. προσάρτημα σελ. 191) τα δεδομένα είναι κανονικά αφού ο δείκτης c.r. (critical ratio) ήταν 2,26 και ο

δείκτης multivariate kurtosis ήταν 6.41. Σύμφωνα με τον **Bentler (2005)** ο δείκτης c.r. πρέπει να είναι μικρότερος από 5 προκειμένου τα δεδομένα να ακολουθούν την κανονική κατανομή.

Για να επιβεβαιωθεί ότι, η δομή των δυο παραγόντων έτσι όπως προέκυψε από την εξερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι έγκυρη και ορθή θα πρέπει να ισχύουν τα παρακάτω:

- 1) οι standardized coefficients(πίνακας 9.7) των παραγόντων να είναι μεγαλύτεροι του 0,40 και στατιστικά σημαντικοί.
- 2) οι δείκτες για την προσαρμογή του μοντέλου (GFI κλπ., goodness of fit measures) να είναι ικανοποιητικοί.

Με βάση τον πίνακα (**9.7. Standardized Regression Coefficients**. Βλ. προσάρτημα σελ. 191). παρατηρείται ότι, όλα τα items των παραγόντων έχουν standardized coefficients παραπάνω από 0,40 και όλοι είναι στατιστικά σημαντικοί, δηλαδή το p. value είναι μικρότερο από 0,05.

Οι δείκτες προσαρμογής του μοντέλου (δομής των παραγόντων), είναι οι παρακάτω.

$\chi^2 = 3,912$, $\chi^2/df=0.489$, $RMR = 0,042$, $GFI = 0.97$, $NFI = 0.903$

Για να είναι έγκυρο το μοντέλο θα πρέπει ο δείκτης RMR να είναι μικρότερος του 0,05, ενώ οι δείκτες GFI και NFI θα πρέπει να είναι μεγαλύτεροι του 0,90 (Byrne, 2001). Όπως, προκύπτει από τους παρακάτω δείκτες, το μοντέλο παρουσιάζει ικανοποιητική προσαρμογή. Οι πίνακες (**9.8.CMIN**, **9.9.RMR-GFI**, **9.10.Baseline Comparisons**, **9.11.RMSEA**, βλ. προσάρτημα σελ. 190) παρουσιάζουν αναλυτικότερα τους δείκτες προσαρμογής του μοντέλου. (Είναι μια επιπλέον ανάλυση που ενισχύει την factor analysis)

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν ως εξής:

- οι επιχειρήσεις που έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ βαθμολόγησαν υψηλότερα τον παράγοντα (Α) «Οφέλη & Οργάνωση ΕΚΕ», σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν είχαν τμήμα ΕΚΕ.
- Οι επιχειρήσεις που έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ θεωρούν ότι, η ΕΚΕ προσφέρει σε πολύ μεγάλο βαθμό οφέλη και πρέπει να αποτελεί μια ξεχωριστή διοικητική λειτουργία σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις χωρίς τμήμα ΕΚΕ.
- Οι επιχειρήσεις με τμήμα ΕΚΕ δεν διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις τους για τον παράγοντα (Β) «Δημοσιοποίηση και Επίσημη Αξιολόγηση ΕΚΕ» σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν έχουν τμήμα ΕΚΕ.

Η ύπαρξη ειδικού τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών ως προς τον παράγοντα(Α) «Οφέλη και Οργάνωση ΕΚΕ»;

Για να απαντηθεί η ανωτέρω ερώτηση, πραγματοποιήθηκαν t-tests ανεξάρτητων δειγμάτων.

Πίνακας 5.10.

Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Οφέλη Ναι	33	4,494	2.812*
Όχι	15	4,000	

Ο πίνακας 5.10. καθώς και ο (10.1. Group Statistics, βλ. προσάρτημα σελ. 189) δείχνει ότι, οι επιχειρήσεις που είχαν τμήμα ΕΚΕ βαθμολόγησαν υψηλότερα τον παράγοντα (Α) «Οφέλη & Οργάνωση ΕΚΕ», σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν είχαν τμήμα ΕΚΕ. Συγκεκριμένα, η μέση τιμή του παράγοντα «Οφέλη & Οργάνωση ΕΚΕ», για τις επιχειρήσεις με τμήμα ΕΚΕ ήταν μεγαλύτερη από την μέση τιμή του παράγοντα για τις εταιρείες χωρίς τμήμα ΕΚΕ.

Όπως προκύπτει από τον πίνακα (10.2. Independent Samples Test. Βλ. προσάρτημα σελ. 190) αυτή η διαφορά στις μέσες τιμές του παράγοντα οφέλη και οργάνωση ΕΚΕ είναι στατιστικά σημαντική (t: 2.812, p. 0.007).

Άρα προκύπτει το συμπέρασμα ότι, οι επιχειρήσεις που έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ θεωρούν ότι, η ΕΚΕ προσφέρει σε πολύ μεγάλο βαθμό οφέλη και πρέπει να αποτελεί μια ξεχωριστή διοικητική λειτουργία σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις χωρίς τμήμα ΕΚΕ.

Η ύπαρξη ειδικού τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών ως προς τον παράγοντα «Δημοσιοποίηση και Επίσημη Αξιολόγηση ΕΚΕ»;

Για να ελεγχθεί η ανωτέρω ερώτηση πραγματοποιήθηκε t-test για ανεξάρτητα δείγματα.

Πίνακας 5.11

Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Οφέλη Ναι	33	4,494	2.812*
Όχι	15	4,000	

Όπως φαίνεται από τον πίνακα 5.11. καθώς και τον (11.1. Group Statistics, βλ. προσάρτημα σελ. 193) οι επιχειρήσεις με τμήμα ΕΚΕ δεν διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις τους για τον παράγοντα «Δημοσιοποίηση και Επίσημη Αξιολόγηση ΕΚΕ» σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν είχαν τμήμα ΕΚΕ. Δεν παρατηρείται διαφορά στην μέση τιμή(4,33) του παράγοντα ως προς τα δυο ανεξάρτητα δείγματα

Τα ανωτέρω επιβεβαιώνονται και από τον πίνακα (11.2. Independent Samples Test, βλ. προσάρτημα σελ. 194) που η τιμή του t είναι μηδέν.

Άρα, το αν μια επιχείρηση έχει ειδικό τμήμα ΕΚΕ ή όχι δεν επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών ως προς τον Β παράγοντα «Δημοσιοποίηση και Επίσημη Αξιολόγηση ΕΚΕ».

Η ύπαρξη ειδικού τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ;

Για να απαντηθεί η ερώτηση αυτή έγινε t-test με ανεξάρτητα δείγματα.

Πίνακας 5.12.

	Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	33	4,96	0,670
	Όχι	15	5,00	
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	33	4,09	-0,228
	Όχι	15	4,13	
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	33	2,93	0,446
	Όχι	15	2,80	
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ	Ναι	33	3,39	-0,800
	Όχι	15	3,60	
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	33	4,15	0,051
	Όχι	15	4,13	
Η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	33	2,06	-0,606
	Όχι	15	2,26	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	33	2,27	0,022
	Όχι	15	2,26	
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις;	Ναι	33	3,51	-1,610**
	Όχι	15	4,13	
Βραβείο ήθους	Ναι	33	4,36	-0,621
	Όχι	15	4,53	

**Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 0.10

Από τα στοιχεία του πίνακα 5.12. καθώς και των (12.1. Group Statistics και 12.2. Independent Samples Test, βλ. προσάρτημα σελ. 196), προκύπτει ότι, οι επιχειρήσεις με

τμήμα ΕΚΕ σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που δεν έχουν τμήμα ΕΚΕ, δεν διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα παρακάτω:

- Οι επιχειρήσεις πρέπει εκτός από οικονομικούς να έχουν και κοινωνικούς και οικολογικούς στόχους.
- Οι καταναλωτές πρέπει να επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις.
- Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας.
- Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ.
- Αναγκαιότητα θεσμοθέτησης ΕΚΕ.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις.
- Χορήγηση βραβείου ήθους στις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.

Αντίθετα, σημαντικές διαφορές εντοπίστηκαν ανάμεσα στις εταιρείες που έχουν τμήμα ΕΚΕ και σε αυτές που δεν έχουν, ως προς την ανάγκη **για οικονομικά και φορολογικά κίνητρα και ανταμοιβές** για τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ.

Αξίζει να αναφερθεί ότι, οι επιχειρήσεις που **δεν είχαν τμήμα ΕΚΕ** πιστεύουν πολύ περισσότερο (μ.τ.: 4,13) από εκείνες που έχουν τμήμα ΕΚΕ (μ.τ.: 3.51) ότι, πρέπει να δίνονται οικονομικά κίνητρα στις εταιρείες που εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ.

Η τιμή του t: -1.610 ήταν στατιστικά σημαντική (p. 0.081) σε επίπεδο σημαντικότητας 0.10.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι περισσότερο πιθανό να έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ?

Για να απαντηθεί η ερώτηση αυτή, έγινε t-test για ανεξάρτητα δείγματα.

Πίνακας 5.13.

	Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Αριθμός εργαζομένων	Ναι	33	2118,51	2.250*
	Όχι	15	646,66	

*Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο p<0.05

Από τον πίνακα 5.13. και τον **(13.1. Group Statistics**, βλ. προσάρτημα σελ. 198) παρατηρείται ότι, οι επιχειρήσεις με τμήμα ΕΚΕ έχουν κατά μέσο όρο περισσότερους εργαζομένους (μ.τ.: 2.118,5) από τις επιχειρήσεις όπου δεν υπάρχει τμήμα ΕΚΕ (μ.τ.: 646,6).

Από τα αποτελέσματα του t-test του πίνακα **(13.2. Independent Samples Test**, βλ. προσάρτημα σελ. 198), προκύπτει ότι, οι διαφορές που εντοπίστηκαν στις μέσες τιμές

είναι στατιστικά σημαντικές. Η τιμή του t ισούται με 2,250 και είναι στατιστικά σημαντική (sig. 0,029) σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05.

Άρα, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι, το μέγεθος της επιχείρησης επηρεάζει τον τρόπο διοίκησης της ΕΚΕ, αφού οι επιχειρήσεις με περισσότερους εργαζομένους είναι περισσότερο πιθανό να έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ.

Η εφαρμογή δράσεων σχετικών με το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ;

Για να απαντηθεί το ερώτημα αυτό πραγματοποιήθηκε t-test για ανεξάρτητα δείγματα.

Πίνακας 5.14.

	Δράση περιβάλλον	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	42	4,97	-,0374
	Όχι	6	5,00	
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	42	4,09	-0,274
	Όχι	6	4,16	
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	42	2,92	0,599
	Όχι	6	2,66	
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	42	3,45	-0,131
	Όχι	6	3,50	
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	42	4,23	1,518
	Όχι	6	3,50	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	42	2,11	-0,100
	Όχι	6	2,16	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	42	2,30	0,791
	Όχι	6	2,00	
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	42	3,78	1,134
	Όχι	6	3,16	
Βραβείο ήθους	Ναι	42	4,38	-0,748
	Όχι	6	4,66	
Δημ.κ. αξιολ. (παραγ. Β)	Ναι	42	4,37	1,273
	Όχι	6	4,05	
Οφέλη (παραγ. Α)	Ναι	42	4,39	1,750**
	Όχι	6	3,94	

**Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 0.10

Από τα στοιχεία των πινάκων 5.14. καθώς και των (14.1. Group Statistics και 14.2. Independent Samples Test, βλ. προσάρτημα σελ. 200), προκύπτει ότι, οι επιχειρήσεις που διενεργούν δράσεις σχετικές με το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται σε περιβαλλοντικές δράσεις, δεν διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα παρακάτω:

- Οι επιχειρήσεις πρέπει εκτός από οικονομικούς να έχουν και κοινωνικούς και οικολογικούς στόχους.
- Οι καταναλωτές πρέπει να επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις.
- Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας.
- Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ.
- Αναγκαιότητα θεσμοθέτησης ΕΚΕ.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα για φορολογικά και οικονομικά κίνητρα για εταιρείες που είναι κοινωνικά ευαίσθητες.
- Χορήγηση βραβείου ήθους στις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ.

Αντίθετα, σημαντικές διαφορές εντοπίστηκαν ανάμεσα στις εταιρείες που εμπλέκονται σε δράσεις σχετικές με το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα οφέλη(παράγων Α) που απορρέουν από την ΕΚΕ καθώς και την οργάνωση του τμήματος ΕΚΕ, σε σχέση με τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται στις εν λόγω δράσεις.

Επομένως τα στελέχη των επιχειρήσεων που εμπλέκονται σε δράσεις με το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ θεωρούν ότι, η ΕΚΕ προσφέρει πολλαπλά οφέλη στις επιχειρήσεις και παράλληλα πιστεύουν πως πρέπει να υπάρχει ειδικό τμήμα ΕΚΕ σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό (μ.τ.:4,39) από εκείνες τις επιχειρήσεις που δεν εφαρμόζουν πρακτικές για το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ (τ.μ.: 3,94). Η τιμή του t: 1,750 και p. 0,087. Άρα οι παραπάνω διαφορές είναι στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας 0,087.

Η εφαρμογή δράσεων σχετικών με την κοινωνία στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ;

Η ερώτηση αυτή απαντήθηκε με τη χρήση t-test για ανεξάρτητα δείγματα.

Πίνακας 5.15.

	Δράση Κοινωνία	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	46	4,97	0,837
	Ναι	2	5,00	
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	46	4,15	0,006
	Ναι	2	3,00	
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	46	2,84	-7,909*
	Ναι	2	4,00	
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	46	3,47	3,878*
	Ναι	2	3,00	
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	46	4,13	0,656
	Ναι	2	4,50	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	46	2,17	0,135
	Ναι	2	1,00	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	46	2,32	10,331*
	Ναι	2	1,00	
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	46	3,73	0,420
	Ναι	2	3,00	
Βραβείο ήθους	Ναι	46	4,41	0,892
	Ναι	2	4,50	
Δημ. και αξιολόγ.(παρ. Β)	Ναι	46	4,34	408
	Ναι	2	4,00	
Οφέλη (παρ. Α)	Ναι	46	4,34	,987
	Ναι	2	4,33	

* Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 0.05

Από τα στοιχεία των πινάκων 5.15 καθώς και των (15.1. Group Statistics και 15.2.Independent Samples Test, βλ. προσάρτημα σελ. 203), προκύπτει ότι, οι επιχειρήσεις που διενεργούν δράσεις σχετικές με την **κοινωνία** σε σύγκριση με τις

επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται σε αυτές, δεν διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα παρακάτω:

- Οι επιχειρήσεις πρέπει εκτός από οικονομικούς να έχουν και κοινωνικούς και οικολογικούς στόχους.
- Οι καταναλωτές πρέπει να επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα θεσμοθέτησης ΕΚΕ.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας.
- Αναγκαιότητα για φορολογικά και οικονομικά κίνητρα για εταιρείες που είναι κοινωνικά ευαίσθητες.
- Χορήγηση βραβείου ήθους στις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ.
- Οφέλη και οργάνωση ΕΚΕ.

Αντίθετα, σημαντικές διαφορές εντοπίστηκαν ανάμεσα στις εταιρείες που εμπλέκονται σε δράσεις σχετικές με την **κοινωνία** σε σχέση με αυτές που δεν εμπλέκονται ως προς τα παρακάτω:

- **Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας.** Η μέση τιμή για τις εταιρείες με δράσεις σχετικές με την ΚΟΙΝΩΝΙΑ είναι 2,84 ενώ για τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ σχετικές με την κοινωνία είναι 4,00. Η τιμή του t είναι -7,909 και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05 (p. 0.000). Με άλλα λόγια οι εταιρείες με δράσεις προς την **κοινωνία** δεν θεωρούν ότι, οι ενέργειες ΕΚΕ γίνονται για λόγους σκοπιμότητας.

- **Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ.** Η μέση τιμή για τις εταιρείες με δράσεις σχετικές με την ΚΟΙΝΩΝΙΑ είναι 3,47 ενώ για τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ είναι 3,00. Η τιμή του t είναι 3,878 και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05 (p. 0.000). Με άλλα λόγια οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την κοινωνία, οι ερωτώμενοι είναι περισσότερο ικανοποιημένοι από τους φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ σε σχέση με αυτούς που δεν διενεργούν δράσεις προς την κοινωνία.

- **Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις.** Η μέση τιμή για τις εταιρείες με δράσεις σχετικές με την ΚΟΙΝΩΝΙΑ είναι 2,32 ενώ για τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ είναι 1,00. Η τιμή του t είναι 10.331 και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05 (p. 0.000). Με άλλα λόγια οι ερωτώμενοι σε εταιρείες που διενεργούν δράσεις προς την **κοινωνία** θεωρούν ότι, η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ.

Η εφαρμογή δράσεων σχετικών με την ΑΓΟΡΑ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ;

Για να απαντηθεί η ερώτηση διεξήχθη t-test για ανεξάρτητα δείγματα.

Πίνακας 5.16.

	Δράση Αγορά	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	22	4,95	-1,089
	Όχι	26	5,00	
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	22	4,13	0,343
	Όχι	26	4,07	
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	22	3,00	0,664
	Όχι	26	2,80	
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	22	3,36	-0,729
	Όχι	26	3,53	
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	22	4,00	-0,820
	Όχι	26	4,26	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	22	2,31	1,139
	Όχι	26	1,96	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	22	2,31	0,335
	Όχι	26	2,23	
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	22	3,68	-0,133
	Όχι	26	3,73	
Βραβείο ήθους	Ναι	22	4,27	-1,054
	Όχι	26	4,53	
Δημ. και αξιολ. Παράγων. Β	Ναι	22	4,46	1,532
	Όχι	26	4,21	
Οφέλη παραγ. Α	Ναι	22	4,50	1,716**
	Όχι	26	4,20	

**Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 0.10

Από τα στοιχεία του πίνακα 5.16. και των (16.1. Group Statistics και 16.2. Independent Samples Test, βλ προσάρτημα σελ. 208), προκύπτει ότι, οι επιχειρήσεις

που διενεργούν δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται σε δράσεις με αυτήν, **δεν διαφέρουν** ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα παρακάτω:

- Οι επιχειρήσεις πρέπει εκτός από οικονομικούς να έχουν και κοινωνικούς και οικολογικούς στόχους.
- Οι καταναλωτές επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες.
- Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας.
- Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ.
- Αναγκαιότητα θεσμοθέτησης ΕΚΕ.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας.
- Αναγκαιότητα για φορολογικά και οικονομικά κίνητρα για εταιρείες που είναι κοινωνικά ευαίσθητες.
- Χορήγηση βραβείου ήθους στις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ.

Αντίθετα, σημαντικές διαφορές εντοπίστηκαν στις επιχειρήσεις που διενεργούν δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν διενεργούν, ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα οφέλη και την οργάνωση της ΕΚΕ(παρ. Α). Η μέση τιμή για τις εταιρείες με δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ είναι 4,50 ενώ για τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ για την ΑΓΟΡΑ είναι 4,20. Η τιμή του t είναι 1,716 και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,10 (p. 0.093). ***Επομένως τα στελέχη των εταιρειών που διενεργούν δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ θεωρούν ότι, η ΕΚΕ προσφέρει πολλαπλά οφέλη στις επιχειρήσεις και παράλληλα πιστεύουν πως πρέπει να υπάρχει ειδικό τμήμα ΕΚΕ σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από τις εταιρείες που δεν διενεργούν δράσεις προς την αγορά.***

Η εφαρμογή δράσεων σχετικών με τους ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ στην επιχείρηση επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών γύρω από διάφορα ζητήματα ΕΚΕ;

Για να απαντηθεί η ερώτηση διεξήχθη t-test για ανεξάρτητα δείγματα (βλ.5.17 πίνακα). Αναλυτικότερα, η ανεξάρτητη μεταβλητή ήταν διχοτομική και έπαιρνε τιμές 1: Διενέργεια δράσεων ΕΚΕ για εργαζομένους και 2: Μη διενέργεια δράσεων ΕΚΕ για εργαζομένους ενώ οι εξαρτημένες μεταβλητές ήταν οι ερωτήσεις της κλίμακας likert που αφορούσαν τις αντιλήψεις των εργαζομένων για ζητήματα ΕΚΕ.

Πίνακας 5.17.

	Δράσεις εργαζόμενοι	N	Μέση Τιμή	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	39	4,97	-0,476
	Όχι	9	5,00	
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	39	4,17	1,884**
	Όχι	9	3,77	
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	39	2,89	0,023
	Όχι	9	2,88	
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	39	3,43	-0,389
	Όχι	9	3,55	
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	39	4,07	-0,878
	Όχι	9	4,44	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	39	2,17	0,721
	Όχι	9	1,88	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	39	2,38	1,887**
	Όχι	9	1,77	
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	39	3,69	-0,182
	Όχι	9	3,77	
Βραβείο ήθους	Ναι	39	4,35	-0,954
	Όχι	9	4,66	
Δημ. και αξιολ. παραγ. Β	Ναι	39	4,40	1,751
	Όχι	9	4,03	
Οφέλη παραγ, Α	Ναι	39	4,38	1,058
	Όχι	9	4,14	

**Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο 0.10

Από τα στοιχεία των πινάκων 5.17. και των (17.1. Group Statistics και 17.2. Independent Samples Test, βλ. προσάρτημα σελ. 211-12), προκύπτει ότι, οι επιχειρήσεις που διενεργούν δράσεις σχετικές με τους ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται σε δράσεις που έχουν σχέση με τους ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ, δεν διαφέρουν ως προς τις αντιλήψεις των στελεχών για τα παρακάτω:

- Οι επιχειρήσεις πρέπει εκτός από οικονομικούς να έχουν και κοινωνικούς και οικολογικούς στόχους.
- Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας.
- Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ.
- Αναγκαιότητα θεσμοθέτησης ΕΚΕ.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας.
- Αναγκαιότητα για φορολογικά και οικονομικά κίνητρα για εταιρείες που είναι κοινωνικά ευαίσθητες.
- Χορήγηση βραβείου ήθους στις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ.
- Οφέλη και οργάνωση ΕΚΕ.

Αντίθετα, σημαντικές διαφορές εντοπίστηκαν στις επιχειρήσεις που διενεργούν δράσεις προς την ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν διενεργούν ως προς τα παρακάτω:

- **Οι καταναλωτές πρέπει να επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;** Η μέση τιμή για τις εταιρείες με δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ είναι 4,17 ενώ για τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ για την ΑΓΟΡΑ είναι 3,17. Η τιμή του t είναι 1,884 και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,10 (p. 0.066). Με άλλα λόγια οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ θεωρούν ότι, οι καταναλωτές πρέπει να επιβραβεύουν περισσότερο τις επιχειρήσεις, που είναι κοινωνικά ευαίσθητες, πολύ περισσότερο από τις εταιρείες που δεν διενεργούν δράσεις προς την αγορά.

- **Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;** Η μέση τιμή για τις εταιρείες με δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ είναι 2,38 ενώ για τις εταιρείες που δεν εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ για την ΑΓΟΡΑ είναι 1,77. Η τιμή του t είναι 1,887 και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,10 (p. 0.065). Με άλλα λόγια οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την ΑΓΟΡΑ θεωρούν ότι, οι η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις, πολύ περισσότερο από τις εταιρείες που δεν διενεργούν δράσεις σχετικές με την αγορά.

Επηρεάζει ο κλάδος δραστηριότητας τις αντιλήψεις των στελεχών για ζητήματα ΕΚΕ;

Για να απαντηθεί η παραπάνω ερώτηση διενεργήθηκε ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) προκειμένου να εντοπιστούν διαφορές στις μέσες τιμές των αντιλήψεων των στελεχών για διάφορα ζητήματα ΕΚΕ, ανάλογα με τον κλάδο δραστηριοποίησης της κάθε εταιρείας.

Πίνακας 5.18.

		N	Μέση Τιμή	F-Value
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ενέργεια	3	5,00	0,946
	Υγεία	5	5,00	
	Εμπόριο	10	4,90	
	Μεταφορές	1	5,00	
	Άλλο	29	5,00	
	Total	48	4,97	
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ενέργεια	3	4,33	2,923
	Υγεία	5	4,40	
	Εμπόριο	10	4,40	
	Μεταφορές	1	5,00	
	Άλλο	29	3,89	
	Total	48	4,10	
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ενέργεια	3	2,66	0,888
	Υγεία	5	2,40	
	Εμπόριο	10	2,70	
	Μεταφορές	1	4,00	
	Άλλο	29	3,03	
	Total	48	2,89	
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ενέργεια	3	3,66	0,596
	Υγεία	5	3,20	
	Εμπόριο	10	3,20	
	Μεταφορές	1	4,00	
	Άλλο	29	3,55	
	Total	48	3,45	
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ενέργεια	3	3,66	0,155
	Υγεία	5	4,20	
	Εμπόριο	10	4,10	
	Μεταφορές	1	4,00	
	Άλλο	29	4,20	
	Total	48	4,14	
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ενέργεια	3	2,66	0,338
	Υγεία	5	2,20	
	Εμπόριο	10	2,30	
	Μεταφορές	1	2,00	
	Άλλο	29	2,00	
	Total	48	2,12	

Πίνακας 5.18. (συνέχεια)

		N	Μέση Τιμή	F-Value
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ενέργεια	3	1,66	1,954
	Υγεία	5	2,40	
	Εμπόριο	10	2,60	
	Μεταφορές	1	4,00	
	Άλλο	29	2,13	
	Total	48	2,27	
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ενέργεια	3	4,33	1,196
	Υγεία	5	3,20	
	Εμπόριο	10	3,20	
	Μεταφορές	1	5,00	
	Άλλο	29	3,86	
	Total	48	3,70	
Βραβείο ήθους	Ενέργεια	3	4,66	0,562
	Υγεία	5	4,80	
	Εμπόριο	10	4,20	
	Μεταφορές	1	5,00	
	Άλλο	29	4,37	
	Total	48	4,41	
Δημ. και αξιολ. παραγ. Β	Ενέργεια	3	4,22	0,435
	Υγεία	5	4,46	
	Εμπόριο	10	4,33	
	Μεταφορές	1	5,00	
	Άλλο	29	4,29	
	Total	48	4,33	
Οφέλη και τρόπος οργάνωσης	Ενέργεια	3	4,55	0,915
	Υγεία	5	4,53	
	Εμπόριο	10	4,46	
	Μεταφορές	1	5,00	
	Άλλο	29	4,21	
	Total	48	4,34	

Με βάση τους δύο πίνακες (18.1. Descriptives και 18.2. ANOVA, βλ. προσάρτημα σελ. 215-216), διαπιστώνεται ότι, ο κλάδος δραστηριοποίησης των εταιρειών δεν επηρεάζει τις αντιλήψεις των καταναλωτών ως προς τα παρακάτω ζητήματα ΕΚΕ:

- Οι επιχειρήσεις εκτός από οικονομικούς πρέπει να έχουν κοινωνικούς και οικολογικούς στόχους.
- Οι καταναλωτές επιβραβεύουν τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες.
- Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας.
- Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ.
- Αναγκαιότητα θεσμοθέτησης της ΕΚΕ.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας.
- Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα για φορολογικά και οικονομικά κίνητρα για εταιρείες που είναι κοινωνικά ευαίσθητες.
- Χορήγηση βραβείου ήθους στις κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις.
- Αναγκαιότητα δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ.
- Οφέλη και οργάνωση ΕΚΕ.

Αυτό το συμπέρασμα προέκυψε από το γεγονός ότι, δεν εντοπίστηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις μέσες τιμές των εξαρτημένων μεταβλητών ανά κλάδο (βλ. F-value και Sig.). Σε κάθε ανάλυση διακύμανσης το sig. ήταν μεγαλύτερο του 0.05.

Εάν, το ποιος πρέπει να αποφασίζει για την ΕΚΕ, επηρεάζει την ύπαρξη ή όχι τμήματος ΕΚΕ στην επιχείρηση?

Για να απαντηθεί η παραπάνω ερώτηση έγινε έλεγχος ανεξαρτησίας.

Πίνακας 5.19.

		Ποιος αποφασίζει για την ΕΚΕ		
		Μόνο η διοίκηση της επιχείρησης	Η διοίκηση και οι εργαζόμενοι	Δεν γνωρίζω
Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	Ναι	9	22	2
	Όχι	4	11	0
Chi-Square Statistic		0.977		
Phi and Cramer's V		0.143		

Σε 22 επιχειρήσεις με ειδικό τμήμα ΕΚΕ, τις αποφάσεις σχετικά με τα ζητήματα ΕΚΕ, απαντούν ότι θα έπρεπε να τις λαμβάνει από κοινού η διοίκηση και οι εργαζόμενοι, όπως προκύπτει από του πίνακες 5.19 και **(19.1. Case Processing Summary** και **19.2. Crosstabulation**, βλ. προσάρτημα σελ. 219). Ενώ στις υπόλοιπες 9 επιχειρήσεις με τμήμα ΕΚΕ, απαντούν ότι, τις αποφάσεις τις λαμβάνει μόνο η διοίκηση. Επιπρόσθετα, η πλειοψηφία των εταιρειών που δεν διαθέτουν τμήμα ΕΚΕ, λαμβάνει αποφάσεις σχετικά με την ΕΚΕ μέσα από τη συνεργασία των εργαζομένων και της διοίκησης.

Άρα η πλειοψηφία των υπό μελέτη επιχειρήσεων λαμβάνει αποφάσεις για την ΕΚΕ έπειτα από συνεργασία της διοίκησης και των εργαζομένων, ανεξάρτητα από το αν υπάρχει εσωτερικό τμήμα ΕΚΕ.

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και με βάση τους δύο πίνακες, **(19.3. Chi-Square Tests** και **19.4. Symmetric Measures**, βλ. προσάρτημα 220), στους οποίους απεικονίζονται τα αποτελέσματα του ελέγχου ανεξαρτησίας. Σύμφωνα, με τους πίνακες το χ^2 ισούται με 0,977 και δεν είναι στατιστικά σημαντικό (p. 0.613) σε επίπεδο σημαντικότητας 0.05.

Επομένως, δεν επηρεάζει η ύπαρξη τμήματος ΕΚΕ τον τρόπο λήψης απόφασης για θέματα ΕΚΕ.

Οι αντιλήψεις των στελεχών για τα οφέλη και τον τρόπο οργάνωσης(παράγων Α) της ΕΚΕ επηρεάζονται από παράγοντες όπως (α) αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση, (β) τις αντιλήψεις για τους στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας που πρέπει να θέτουν οι επιχειρήσεις, και (γ) τις αντιλήψεις για την αναγκαιότητα θεσμοθέτησης της ΕΚΕ?

Για να απαντηθεί η παραπάνω ερώτηση πραγματοποιήθηκε **ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης**, όπου εξαρτημένη μεταβλητή είναι ο παράγοντας που προέκυψε από την factor analysis «οφέλη και οργάνωση ΕΚΕ» (συγκεκριμένα, το άθροισμα των ερωτήσεων που συνθέτουν τον παράγοντα Α), και ανεξάρτητες μεταβλητές οι εξής:

- Αριθμός εργαζομένων.
- Αντίληψη για στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας που πρέπει να θέτουν οι επιχειρήσεις.
- Αντιλήψεις για αναγκαιότητα θεσμοθέτησης και επίσημης αξιολόγησης των ενεργειών ΕΚΕ.

Πίνακας 5.20.

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Standardized Beta	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	-0,130	-0,930
Αριθμός εργαζομένων	0,262	1,882
Θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	0,293*	2,080
R²	0,162	
F-Value	2,830*	

*Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο $p < 0.05$

Από τον πίνακα 5.20. και (20.1. Model Summary, βλ. προσάρτημα σελ.220) προκύπτει ότι, το R² του μοντέλου της γραμμικής παλινδρόμησης είναι 0,162 που σημαίνει ότι, το 16,2% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής εξηγείται από την διακύμανση των ανεξάρτητων μεταβλητών.

Επιπλέον, το μοντέλο της παλινδρόμησης θεωρείται έγκυρο. Όπως φαίνεται στον πίνακα (20.2. ANOVA^b, βλ. προσάρτημα) της ανάλυσης διακύμανσης, το F-value ισούται με 2,830 και είναι στατιστικά σημαντικό sig.: 0,049 σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 0.05.

Στον πίνακα, (20.3. Coefficients^a βλ. προσάρτημα σελ. 221) παρατηρούμε ότι, οι αντιλήψεις των στελεχών για τα **οφέλη και την οργάνωση της ΕΚΕ** επηρεάζονται μόνο από τον αριθμό των εργαζομένων (beta: 0.262, sig.: 0.066) και από τις απόψεις των στελεχών για θεσμοθέτηση της ΕΚΕ (beta: 0.293, sig.: 0.043), ενώ δεν επηρεάζονται από τις αντιλήψεις των εργαζομένων για την αναγκαιότητα καθορισμού κοινωνικών και οικολογικών στόχων από την πλευρά των επιχειρήσεων (beta: -0.130, sig.: 0.357). (Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι το 0,10).

Άρα, η θετική στάση των στελεχών για τα **οφέλη και οργάνωση** της ΕΚΕ, θα αυξάνεται όσο (α) αυξάνεται η αναγκαιότητα για θεσμοθέτηση και επίσημη αξιολόγηση της ΕΚΕ και (β) όσο αυξάνεται ο αριθμός των εργαζομένων στην επιχείρηση.

Οι αντιλήψεις των στελεχών για την αναγκαιότητα δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης της ΕΚΕ, επηρεάζονται από παράγοντες όπως (α) τον αριθμό εργαζομένων στην επιχείρηση, (β) τις αντιλήψεις για τους στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας που πρέπει να θέτουν οι επιχειρήσεις, και (γ) τις αντιλήψεις για τα οφέλη και τον τρόπο οργάνωσης της ΕΚΕ?

Για να απαντηθεί η παραπάνω ερώτηση πραγματοποιήθηκε **ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης**, όπου εξαρτημένη μεταβλητή είναι ο παράγοντας(B)που προέκυψε από την factor analysis «**δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση ΕΚΕ**» (συγκεκριμένα, το άθροισμα των ερωτήσεων που συνθέτουν τον παράγοντα), και οι παρακάτω ανεξάρτητες μεταβλητές :

- αριθμός εργαζομένων.
- αντιλήψεις για στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας που πρέπει να θέτουν οι επιχειρήσεις.
- αντιλήψεις για οφέλη και οργάνωση ΕΚΕ.

Πίνακας 5.21.

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Standardized Beta	T-Statistic
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	-0,109	-0,755
Αριθμός εργαζομένων	-0,174	-1,194
Οφέλη και τρόπος οργάνωσης	0,306	2,080*
R²	0,126	
F-Value	2,108	

*Στατιστικά σημαντικό σε επίπεδο $p < 0.05$

Από τον πίνακα 5.21. και (21.1 Model Summary, βλ. προσάρτημα σελ. 221) προκύπτει ότι, το R² του μοντέλου της γραμμικής παλινδρόμησης είναι 0,126 που σημαίνει ότι, το 12,6% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής, εξηγείται από την διακύμανση των ανεξάρτητων μεταβλητών.

Επιπλέον, το μοντέλο της παλινδρόμησης δεν θεωρείται έγκυρο. Όπως φαίνεται στον πίνακα (21.2. ANOVA^b βλ. προσάρτημα σελ. 222) της ανάλυσης διακύμανσης, όπου το F-value ισούται με 2,108 και δεν είναι στατιστικά σημαντικό sig.: 0,113 σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 0.05.

Στον πίνακα, (21.3. Coefficients^a βλ. προσάρτημα σελ. 222) παρατηρούμε ότι, οι αντιλήψεις των στελεχών για την αναγκαιότητα **δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης της ΕΚΕ** επηρεάζονται μόνο τις αντιλήψεις των στελεχών για τα **οφέλη και τον τρόπο οργάνωσης** της ΕΚΕ (beta: 0.306, sig.: 0.043) ενώ δεν επηρεάζονται από τις αντιλήψεις των εργαζομένων για την αναγκαιότητα καθορισμού **κοινωνικών και οικολογικών** στόχων από την πλευρά των επιχειρήσεων (beta: -0.109, sig.: 0.454) αλλά και ούτε από τον **αριθμό των εργαζομένων** (beta: -0.174, sig. 0.239). (Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι το 0,05).

Αναλυτικότερα, η θετική στάση των στελεχών για την αναγκαιότητα **δημοσιοποίησης και επίσημης αξιολόγησης** της ΕΚΕ θα αυξάνεται όσο αυξάνεται και η θετική στάση των στελεχών ως προς τα **οφέλη** που απορρέουν από την ΕΚΕ και τον τρόπο οργάνωσης της ΕΚΕ (παραγ. Α).

5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.

Στο παρόν υποκεφάλαιο παρουσιάζονται τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε. Παράλληλα, γίνονται διαπιστώσεις και προτείνονται διάφορες ενέργειες προς τα ανώτερα στελέχη που είναι υπεύθυνα για την υλοποίηση της ΕΚΕ. Συγκεκριμένα τα συμπεράσματα είναι τα εξής:

- Αν μια επιχείρηση διατηρεί ειδικό τμήμα ΕΚΕ **δεν** εξαρτάται από τον κλάδο δραστηριότητάς της.
- Αν μια επιχείρηση εφαρμόζει δράσεις σχετικές με το **περιβάλλον** δεν σημαίνει ότι, εφαρμόζει και δράσεις σχετικές με το **κοινωνικό** σύνολο.
- Όταν μια επιχείρηση εφαρμόζει δράσεις ΕΚΕ για **εργαζομένους** το πιθανότερο είναι **να** εφαρμόζει και δράσεις για την **κοινωνία**.
- Αν μια επιχείρηση εφαρμόζει πρακτικές ΕΚΕ σε επίπεδο **αγοράς** δεν επηρεάζει την εφαρμογή δράσεων σχετικών με την **κοινωνία**.
- Αν μια επιχείρηση εφαρμόζει πρακτικές ΕΚΕ σχετικές με τους **εργαζομένους** **δεν** επηρεάζει την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ σχετικά με το **περιβάλλον**.
- Αν μια επιχείρηση εφαρμόζει δράσεις ΕΚΕ σχετικές με τους εργαζομένους **δεν** επηρεάζει την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ σχετικά με τον κλάδο στην οποίο δραστηριοποιείται.
- Όταν μια επιχείρηση εφαρμόζει δράσεις ΕΚΕ για τους **εργαζομένους** το πιθανότερο είναι **να** εφαρμόζει δράσεις ΕΚΕ σχετικές με την **αγορά**.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων του δείγματος(75%) επιθυμεί να δημιουργηθεί ένας **εθνικός φορέας αξιολόγησης ΕΚΕ**.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων του δείγματος θα επιθυμούσε ο εθνικός φορέας αξιολόγησης ΕΚΕ να είναι είτε **δημόσια ανεξάρτητη εταιρεία** είτε **μη κυβερνητική οργάνωση**.
- Η **νομική μορφή** που επιθυμεί ένα στέλεχος να έχει ο εθνικός φορέας αξιολόγησης της ΕΚΕ, δεν σχετίζεται με το ποσοστό ή βαθμό επιθυμίας, δημιουργίας του **εθνικού φορέα**.
- Οι επιχειρήσεις που έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ θεωρούν ότι, αυτή προσφέρει σε πολύ μεγάλο βαθμό οφέλη και πρέπει να αποτελεί μια ξεχωριστή διοικητική λειτουργία, σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις χωρίς τμήμα ΕΚΕ.

- Το μέγεθος της επιχείρησης επηρεάζει τον τρόπο διοίκησης της ΕΚΕ, αφού οι επιχειρήσεις με περισσότερους εργαζομένους είναι περισσότερο πιθανό να έχουν ειδικό τμήμα ΕΚΕ.
- Τα στελέχη των επιχειρήσεων που εμπλέκονται σε περιβαλλοντικές δράσεις θεωρούν ότι, η ΕΚΕ προσφέρει πολλαπλά οφέλη στις επιχειρήσεις και παράλληλα πιστεύουν πως **πρέπει να υπάρχει ειδικό τμήμα ΕΚΕ** σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό, από εκείνες τις επιχειρήσεις που δεν εφαρμόζουν περιβαλλοντικές δράσεις.
- Οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την **κοινωνία** είναι περισσότερο ικανοποιημένες από τους φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ σε σχέση με αυτές που δεν διενεργούν κοινωνικές δράσεις.
- Οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την **κοινωνία** θεωρούν ότι, η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις, σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται σε τέτοιου είδους δράσεις.
- Οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την **αγορά** θεωρούν ότι, η ΕΚΕ προσφέρει πολλαπλά οφέλη στις επιχειρήσεις και παράλληλα πιστεύουν πως πρέπει να υπάρχει ειδικό τμήμα Ε.Κ.Ε., σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από τις εταιρείες που δεν διενεργούν δράσεις σχετικές με την αγορά.
- Οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την **αγορά** θεωρούν ότι, οι καταναλωτές πρέπει να επιβραβεύουν περισσότερο τις επιχειρήσεις, που είναι κοινωνικά ευαίσθητες, πολύ περισσότερο από τις εταιρείες που δεν διενεργούν δράσεις προς την αγορά.
- Οι εταιρείες που διενεργούν δράσεις σχετικές με την **αγορά** θεωρούν ότι, οι η **θεσμοθετημένη** ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις, πολύ περισσότερο από τις εταιρείες που δεν διενεργούν δράσεις σχετικές με την αγορά.
- Αν μια επιχείρηση **έχει τμήμα ΕΚΕ** ή όχι, δεν επηρεάζει τις αντιλήψεις των στελεχών ως προς την αναγκαιότητα για **θεσμοθέτηση** της ΕΚΕ.
- Οι επιχειρήσεις που **δεν είχαν τμήμα ΕΚΕ** πιστεύουν πολύ περισσότερο από εκείνες που έχουν τμήμα ΕΚΕ ότι, πρέπει να δίνονται οικονομικά κίνητρα στις ευαίσθητες προς την κοινωνία εταιρείες.

Οι συνοπτικές διαπιστώσεις είναι οι εξής:

- Όλες οι επιχειρήσεις είναι πεπεισμένες για την αναγκαιότητα εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ. Μεγαλύτερη βαρύτητα δίνουν στην κοινωνία και το περιβάλλον και μετά έπονται οι τομείς εργαζόμενοι και αγορά.

- Οι δραστηριότητες ΕΚΕ θα γίνονται όλο και πιο ποικιλόμορφες με την τάση να δημοσιοποιούνται και να συμμετέχουν άμεσα οι εργαζόμενοι στην υλοποίησή τους.
- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρά την εξαίρεση που παρουσιάζει ο κανόνας, δεν έχουν πιστέψει ακόμη στην αναγκαιότητα της εφαρμογής μιας ολιστικής ΕΚΕ.
- Οι πρακτικές ΕΚΕ επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις προσωπικές ηθικές αξίες των επιχειρηματιών ή των υπευθύνων διοικητικών στελεχών.
- Μπορεί το δόγμα της επίτευξης κέρδους να μην είναι αμφισβητήσιμο, αλλά ούτε και η κοινωνική επιταγή είναι αμφισβητήσιμη.
- Εάν επιζητούμε μια Ολιστική Διοίκηση Επιχειρήσεων τότε η ΕΚΕ είναι μέρος αυτής δηλαδή << εκ των ων ουκ άνευ>>.

Προτάσεις.

Η ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας τόσο σε θεωρητικό όσο και ερευνητικό επίπεδο, 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 από την παρούσα διατριβή είναι οι εξής:

- Θα πρέπει να γίνει προσεκτική διαχείριση των πρακτικών ΕΚΕ, έτσι 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 έρευνας προτείνονται στα στελέχη της ΕΚΕ οι εξής ενέργειες:

- ✓ Πρώτον να ζητούν από την διοίκηση την δέσμευση και την 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».

5.2. Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ.

Βασικός σκοπός της παρούσας διδακτορικής διατριβής ήταν να διερευνήσει την γνώμη των στελεχών των επιχειρήσεων γύρω από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά της ΕΚΕ. Οι επιμέρους στόχοι τη διδακτορικής διατριβής ήταν: (1) να διερευνηθούν οι αντιλήψεις των στελεχών για τα οφέλη και την υπεραξία που προκύπτει από την εφαρμογή της ΕΚΕ.(2) να διερευνηθούν οι αντιλήψεις των στελεχών σχετικά με την θεσμοθέτηση της ΕΚΕ. (3) σε ποιο βαθμό επηρεάζει η δομή ή ο κλάδος δραστηριότητας μιας επιχείρησης, τις αντιλήψεις των στελεχών σχετικά με την ΕΚΕ,(4) ποια είναι η γνώμη των στελεχών ως προς το εάν θα πρέπει και από ποιόν θα πρέπει, να αξιολογούνται οι επιχειρήσεις και (5) σε ποια πεδία άσκησης ΕΚΕ δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα οι επιχειρήσεις.(π.χ. περιβάλλον κοινωνία εργαζόμενοι αγορά).

Ως εκ τούτου η παρούσα διδακτορική διατριβή μέσω της επίτευξης των παραπάνω στόχων συνεισφέρει τουλάχιστον σε δύο διαφορετικά καιρία ζητήματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις και τους φορείς ως προς την άσκηση της ΕΚΕ. Πρώτον την ύπαρξη υπεραξίας δηλαδή οφέλους για τις επιχειρήσεις και την κοινωνία και δεύτερον, τη θεσμοθέτηση και αξιολόγηση της ΕΚΕ.

Η πρώτη συνεισφορά της παρούσας διδακτορικής διατριβής σχετίζεται με το γεγονός ότι ως τώρα δεν υπήρξαν τουλάχιστον ελληνικές έρευνες που να διερευνούν τη γνώμη των

στελεχών σχετικά με τα οφέλη και την υπεραξία των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ. Συνεπώς η παρούσα έρευνα διασφαλίζει πλήρως αυτή την συνεισφορά.

Η δεύτερη βασική συνεισφορά της μελέτης ως προς την γνώμη των στελεχών των επιχειρήσεων αφορά τη θεσμοθέτηση και αξιολόγηση της ΕΚΕ, για την οποία όπως αναφέραμε και στο θεωρητικό μέρος μόνο δύο χώρες (Καναδάς, Ισπανία κεφ. 3.3.2.) τάχθηκαν ανεπιφύλακτα υπέρ της θεσμοθέτησης της. Ευρήματα δε μας επιβεβαιώνουν το καινό που υπήρχε στην Ελλάδα ως προς την θεσμοθέτηση της ΕΚΕ. Αξίζει να επισημανθεί ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων όχι μόνο συμφωνεί ως προς την θεσμοθέτηση της αλλά προτείνει και κριτήρια ακόμη και κίνητρα

Σημαντικά κρίνονται και άλλα ευρήματα της παρούσας διδακτορικής διατριβής καθώς απαντούν σε ένα μεγάλο βαθμό σε ουσιώδη ερωτήματα του ερευνητικού μας πεδίου. Τα περισσότερα ερωτήματα που θέσαμε εκτός του ότι ήταν επίκαιρα, δεν τα συναντά κανείς συχνά σε αντίστοιχες έρευνες. Ειδικότερα το ζήτημα της θεσμοθέτησης της ΕΚΕ και του φορέα αξιολόγησης θεωρούνται από τα πιο σημαντικά ευρήματα της έρευνας. Πρωτοτυπία επίσης της παρούσας διδακτορικής διατριβής ήταν ότι απευθυνθήκαμε απευθείας στα στελέχη που ασκούν και διαμορφώνουν την στρατηγική της ΕΚΕ.

Συμπερασματικά από την ανάλυση των δεδομένων προκύπτει ότι η ΕΚΕ πρέπει να αποτελέσει μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού της επιχείρησης και να συμπεριληφθεί στην ολιστική αντίληψη του επιχειρείν, όπως γίνεται και με την Διοίκηση Ολικής Ποιότητας. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται επιπροσθέτως η δυνατότητα να ενθαρρυνθούν και να υποκινηθούν οι ΜμΕ επιχειρήσεις να δημιουργήσουν δικά τους δίκτυα ΕΚΕ.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Βενιέρης Γ., Παν/μιο Πειραιώς, Μελέτες προς τιμήν Χρήστου Ναούμ, Πειραιάς 2006.
- Βοριά Ευανθία., 2001, `` Επιχειρηματική Αριστεία και Μέτρηση Επιχειρηματικών Αποδόσεων `` Διδ-κή Διατριβή στο Παν-μιο Πειραιώς.
- Γερούκη Α., 2005, «Ο κόσμος της Γιόγκα», Συλλογικό έργο, Εκδόσεις Άγνωστο, Θεσσαλονίκη,
- Δεδούλης Ε., 2005, «Εγχειρίδιο ΔΟΠ», Β.Γκιούρδας Εκδοτική, Αθήνα
- Δόικος Ν., 2009, «Ο Ανάριθμος Δρόμος», Εκδόσεις Επίκεντρο, Θεσ/νίκη
- Δόικος Ν., 2012, «Μετά την Βαρβαρότητα» ,εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Ζέρβα Α. «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
- Μακράκης Β., Ανάλυση Δεδομένων στην Επιστημονική Έρευνα, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα 2005.
- Μαυρίδης Δ., , «Ολιστική Διοίκηση Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Αφοι Κυριακίδη ΑΕ, Θεσσαλονίκη 1999
- Πουλαστίδης Φ. «Εταιρική Διακυβέρνηση κ. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», μεταπτυχιακή εργασία στο πανεπιστήμιο Πάτρας, Πάτρα 2008
- Σεν Α., 2000, «Η ανάπτυξη ως ελευθερία», εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Σίσκος Ε., 2012, «Παγκόσμια και Ευρωπαϊκή Οικονομία», 1η έκδοση, Θεσσαλονίκη, 2012
- Σιώμκος Γ. & Μαύρος, Δ. (2008) Έρευνα Αγοράς. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Τσούκας Χ., 2007, «Για μια προοδευτική πολιτική», Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα
- Τσούκας, Χ., 2004, «Αν ο Αριστοτέλης ήταν διευθύνων σύμβουλος», Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Τσούκας, Χ., Θεοχαράκης Β. Μυλωνόπουλος Ν., (2008)`` Σύγχρονες Τάσεις στο Μάνατζμεντ `` Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.
- Armstrong G., Kotler P., 2009 «Εισαγωγή στο ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ», εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα,
- Babbie Earl, Εισαγωγή στην Κοινωνική Έρευνα, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2011.

- Bateman T., Snell S., 2011, «Διοίκηση Επιχειρήσεων», Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη
- Byrne Rhonda, 2007, << Το Μυστικό>>, εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα.
- Haas Edersheim, Elizabeth, 2009, ‘‘Peter Drucker ο Γκουρού του Μάνατζμεντ’’ εκδόσεις ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ.
- Howitt Dennis και Gramer Duncan, Στατιστική με το SPSS 11, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα 2005.
- Kaplan R. και Norton D. , ‘‘ Ισορροπημένη Κάρτα Επιδόσεων ‘‘ Εκδόσεις Επίκεντρο, 2008.
- Kotler P., Lee N., 2009, «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Έκδοση: Economía, Αθήνα
- La Violette P., 2006, «Η Γέννηση του Κόσμου», Εκδόσεις Ενάλιος, Αθήνα
- Mann M., 2008, «Οι πηγές της κοινωνικής εξουσίας» τόμος α΄, Εκδόσεις Πόλις, 2008
- Mondy R.W., 2011, ‘‘ Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων ‘‘, Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσ/νίκη
- Robbins S., 2012, «Διοίκηση Επιχειρήσεων, αρχές και εφαρμογές», εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2012
- Schermerhorn John, 2012, «Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ», BROKEN HILL PUBLISHERS LTD, Λευκωσία
- Soros G. ,2008, «Η οικονομική κρίση του 2008 και η σημασία της» Εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα.

Διεθνής

- Arevalo, A., and Aravind, D. (2010) ‘‘The Impact of the Crisis on Corporate Responsibility: The Case of UN Global Compact Participants in the USA’’, Corporate Governance, 10 (4), pp. 406-420
- 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
- BAKER, M. (2002) Research methods. Marketing Review. 3. p.167-193.
- Bentler PM (2005) Structural Equations Program Manual. BMDP Statistical Software, Inc. Los Angeles, CA.
- BIEMER, P. & LYBERG, L. (2003) Introduction to Survey Quality. Wiley-Interscience.
- BYRNE, B. (2001) Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming. Psychology Press.
- Drucker, Peter F., 1973, Management: Tasks, Responsibilities, Practices. N.Y

EASTERBY-SMITH, M., THORPE, R. & LOWE, A. (2002) *Management Research: An Introduction*. 2nd Edition. London: Sage Publications.

Giannarakis, G., and Theotokas, I. (2011) "The Effect of Financial Crisis in Corporate Social Responsibility Performance", *International Journal of Marketing Studies*, 3 (1), pp. 1-10

Green T., Pelosa J., 2011, How does CSR create value for consumers? , *Journal of Consumer Marketing*, 28/1 (2011) pp. 48–56.

Handbuch CC Habisch A. Schmidpeter R. Neureiter M. (2008) "Handbuch Corporate Citizenship", Springer Verlag Berlin.

Helmstadter GC. (1964), *Principles of Psychological Measurement*. New York: Appleton-Century-Crofts.

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

Maignan I, 2001, Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison *Journal of Business Ethics*, 30: pp.57–72, 2001.

MALHOTRA, M. & GROVER, V. (1998) An assessment of survey research in POM: from constructs to theory. *Journal of Operations Management*. 16 (4). p. 407-425.

McIntosh Malcolm, Leipziger Deborah, Jones Keith, Coleman Gill, (1998), *Corporate Citizenship: Successful Strategies for Responsible Companies*, London: Financial Times, Pitman Publishing.

MAYER, C. (1965) *Marketing Research Sec 24 and Statistical and Mathematical Tools Sec 25 Marketing Handbook*.

Porter M., Kramer M., 2002, *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*, *Harvard Business Review*, December 2002

Ramasamy B., Yeung M., 2009, "Chinese Consumers' Perception of Corporate Social Responsibility (CSR)", *Journal of Business Ethics* (2009) 88, pp.119–132.

Schwartz M., Carroll A., 2003, *Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach*, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, No. 4 (Oct., 2003), pp. 503-530.

Ungericht B., Korenjak T., Raith D., 2008, "Corporate Social Responsibility oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung"? LIT VERLAG GmbH, WIEN 2008.

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.

TULL, D. & ALBAUM, G. (1973) *Survey Research: A Decisional Approach*. New York, NY: Intext Educational Publish

Ιστοσελίδες

1. Η χαρτογράφηση και τα όρια της ΕΚΕ, 2006
<http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders.aspx?amid=103712&parent=103711> ανάκτηση 25-2-13 και Κέρδος και Ηθική 24-5-10
2. Κώδικας Συμπεριφοράς Επιχειρηματικών Εταίρων της MSD, 2011,
http://www.merck.com/about/how-we-operate/code-of-conduct/pdfs/mbpcoc_greek.pdf
3. ΕΤΑΤ, 2008, Αθήνα
(<http://www.etat.gr/knowshycles/training/Sustainability.pdf>
[ανάκτηση 25-2-13](#))
4. Οι 10 αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ, αν/ση 25-2-13
http://www.unglobalcompact.org/Languages/Greek/ten_principles.html
5. Απολογισμός ΕΚΕ 2009 Alpha Bank,
http://www.alpha.gr/files/corporatesocial/Koinoniki_ApologismosGr2009.pdf
6. Αναλυτής Νίκος, Ελευθεροτυπία 19-12-10 . <http://www.enet.gr/>,
19-12-10, φ. 1715, ένθετο ΕΚΕ
7. Γιανναράς Χ., Καθημερινή 5-4-09 σελ. 25.
<http://www.kathimerini.gr>
8. Μουλόπουλος, εφημ. Το Βήμα, 18/10/98
<http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=103947>
9. Δαμουλιάνου Χριστίνα, εφ. Καθημερινή αφ. 27347, 6/12/09 και αφ. 27975, 4/2/12
<http://www.kathimerini.gr>
10. Δήμας Σταύρος, Καθημερινή αφ. 27347, 6/12/09

<http://www.kathimerini.gr>

11. Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ
http://www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/32oz_2007110132.php3 ανάκτηση 8-5-13
12. Πρωταίου Π., άρθρο σε ένθετο για την ΕΚΕ στο Έθνος.
www.ethnos.gr 4/4/09.
13. Εθελοντικός Χαρακτήρας της ΕΚΕ.
<http://news.disabled.gr/?p=8053>(ανάκτηση 25-3-13)
14. U.N.http://conspect.nl/pdf/Our_Common_Future-Brundtland_Report_1987.pdf.(ανάκτηση 8-5-13)
15. Χάρτα δικαιωμάτων.http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/SEV_Xarta_dikaiomaton1.pdf (ανάκτηση 29/10/2011)
16. Ευρωπαϊκή μελέτη <http://www.eurosif.org/research/eurosif-study/2010> ανάκτηση 8-5-13)
17. Νοητικός περιβαλλοντισμός.
<http://www.adbusters.org/blogs/blackspot-blog/what-mental-environmentalism-greek.html> ανάκτηση 8-5-13.
18. <http://www.ethnos.gr> (Ειδικό ένθετο για την ΕΚΕ, 4/4/2009)
19. <http://www.tovima.gr> 07/06/09
20. <http://www.tovima.gr> 15/11/09
21. <http://www.tovima.gr> Βημαγκαζίνο, 20-06-10, τ. 505
22. <http://www.tovima.gr> 21/2/2010, Αφιέρωμα ΕΚΕ, σελ. X 54.
23. <http://www.enet.gr/> Έπιλον Ελευθεροτυπίας, 11.07.10
24. <http://www.kathimerini.gr>, 14-8-10 αφ. 27546
25. <http://www.tovima.gr> , 13-2-2011

26. <http://www.tovima.gr> αφιέρωμα στην ΕΚΕ, 27/2/11

27. <http://www.tovima.gr> Ένθετο ανάπτυξη 3/4/11

28. <http://www.kathimerini.gr>, α.φ. 27975, 4/2/12

Άλλες πηγές

1. Εργαστήριο Νέων Τεχνολογιών στην Επικοινωνία την Εκπαίδευση και τα ΜΜΕ, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, «Έρευνα για την ΕΚΕ στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Έκθεση Αποτελεσμάτων», Αθήνα, 2006
2. Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2001, «Πράσινη Βίβλος, Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», 18/07/2001, Βρυξέλλες
3. Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, 2008, Οδηγός εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
4. Έρευνα Ινστιτούτου Επικοινωνίας, MRB, «Ο έλληνας πολίτης απέναντι στα ΜΜΕ», Απρίλιος 2007
5. Εκπομπή NET 'Ταξιδεύοντας με την Μάγια Τσόκλη. Οι Έλληνες της Αφρικής'. 10/06/09
6. Ιστορικά θέματα, μηνιαίο περιοδικό τ. 121, Δεκ. 2012
7. Οδηγός ΕΚΕ για ΜμΕ, 2008 Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ.
8. Οικονομικός Ταχυδρόμος, ένθετο 'Επιχειρηματικό Ήθος', 5-6-1996
9. Περιοδικό 'Επίκαιρα' 30/5/2013 τ. 189.

Abstract

The subject of this thesis relates to Corporate Social Responsibility as a factor of surplus value, for business, society and for the environment as well. The aim is to identify the characteristics of CSR activity, both in domestic and in foreign enterprises operating in Greece. More specifically, the main objectives of this research are the following five: First, to investigate the perceptions of executives about the benefits and the surplus value of CSR. Second, to find out which are the perceptions of executives for the institutionalization of CSR. Third, to examine in which extent the structure or the activity of a business affects executives' perceptions on the implementation of CSR. Fourth, to investigate if companies should be evaluated and by whom. Fifth and final aim is to examine in which fields of CSR practice, Greek companies are more involved.

In this study we use the positivist approach and the methods being used are mainly the quantitative and in particular the method of "opinion survey" with a structured questionnaire of 25 questions. The companies which participated in this survey were selected by the Greek CSR network. The sampling frame of this study consisted by 90 main members - companies and includes enterprises which employing from 10 to over 7,000 employees. From the 90 enterprises in the sampling frame, we received 61 responses, a percentage of almost 70%.

For the processing and analysis of data we used the statistical software programmes SPSS 17.0 and AMOS 8.0. The statistical analysis were made by using (a) exploratory and confirmatory factor analysis, (b) structural equation modeling, (c) comparisons of mean values (t-tests , analysis of variance).

The conclusions show that all senior business executives of the sample are convinced of the benefits and the surplus value earned by enterprises from implementing CSR practices. The executives believe that is necessary for CSR to be institutionalized, but it must remain a voluntary activity. The perceptions of executives about CSR are not affected by the structure or the activity of their business. Another significant conclusion is the belief of executives in the evaluation of businesses and even the establishment of a national assessment body of CSR. According to our results, the participants give priority to society and the environment at first and then to employees and the market. The CSR activities will become increasingly diverse with a tendency to be publicized and the employees will be directly involved in their implementation.

Through the results of this thesis we found out that: 1) the goal of achieving profit may be vital, however, the social contribution is significant as well. 2) If we seek a Holistic Management Approach then CSR is a part of it. 3) Small enterprises need to believe in the necessity of implementing a holistic CSR approach, no matter the size of the company. 4) CSR practices are heavily influenced by the moral values of entrepreneurs and managers. 5) The Social Report Post practice is increasingly adopted by many businesses and still growing. 6) Surplus value is created, which benefits businesses and society as well.

According to the results and conclusions of the research we can propose some actions to the business executives and managers. First, they can ask for the administration's commitment and dedication to the continuous expression of CSR and seek employees' contribution to the CSR practices. Also, they can try to expand and diversify CSR practices, emphasize to the importance of a holistic approach of CSR and finally elevate CSR as a vital strategic choice.

The contribution of this thesis to the science of Management is that through the research part, we demonstrated the need for the institutionalization of CSR, the perception that CSR creates competitive advantage for businesses and finally that CSR is an integral part of the Holistic Management Approach of Business.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Social Obligation, Social Responsibility and Social Response, Institutionalization, assessment, environment, community, employees, market.

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ - ΠΙΝΑΚΕΣ

1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

2. ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ιανουάριος 2011

ΕΡΕΥΝΑ

ΓΙΑ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΗΣ
ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΚΕ)
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αξιότιμοι Κύριοι/ες

Σας γνωρίζουμε ότι το Τμήμα Κοινωνικής και Εκπαιδευτικής Πολιτικής του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου διεξάγει έρευνα σχετικά με την ΕΚΕ στη χώρα. Δεδομένου ότι η Εταιρεία σας εμπεριέχεται μεταξύ των επιχειρήσεων με σημαντική δράση στο πεδίο της ΕΚΕ, θα ήταν σημαντικό για την επιτυχία της έρευνας να απαντήσετε στο παρόν ερωτηματολόγιο. Παρακαλούμε το ερωτηματολόγιο να απαντηθεί από στελέχη τα οποία ασχολούνται με το πεδίο ΕΚΕ της εταιρείας σας.

Σας διαβεβαιώνουμε ότι οι απαντήσεις είναι απολύτως εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για την εξαγωγή αποτελεσμάτων, τα οποία θα σας κοινοποιηθούν μετά την ολοκλήρωση της έρευνας.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία και παρακαλούμε να έχουμε την απάντησή σας στην ηλεκτρονική διεύθυνση: pouliopoulos@kastoria.teikoz.gr

Για οποιαδήποτε πληροφορία ή διευκρίνιση, παρακαλούμε επικοινωνήστε στο τηλέφωνο 6937 285914 κος Πουλιόπουλος

Με εκτίμηση

Οι ερευνητές:

Μαίρη Γείτονα
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
Τηλ. Επικοινωνίας : 2741074991
geitona@uop.gr

Λεωνίδας Πουλιόπουλος
Καθηγητής Εφαρμογών
ΤΕΙ Καστοριάς
Τηλ. Επικοινωνίας : 6937285914
pouliopoulos@kastoria.teikoz.gr

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΚΕ) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Επωνυμία Επιχείρησης	
Όνοματεπώνυμο Στελέχους που απαντά (προαιρετικό)	
Θέση Στελέχους στην Εταιρεία	
Τηλ/Fax/Email	

1. Ποιος είναι ο κλάδος δραστηριότητας της επιχείρησης;

Κλάδος δραστηριότητας

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Επικοινωνία | <input type="checkbox"/> Εμπόριο |
| <input type="checkbox"/> Εκπαίδευση | <input type="checkbox"/> ΜΜΕ |
| <input type="checkbox"/> Ενέργεια | <input type="checkbox"/> Μεταφορές |
| <input type="checkbox"/> Υγεία | <input type="checkbox"/> Άλλο (αναφέρατε)..... |

2. Ποιος είναι ο αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση;

.....

3. Υπάρχει στην επιχείρηση ειδικό τμήμα που να ασχολείται με τις δράσεις ΕΚΕ;

- Ναι Όχι

4. Ποιες είναι οι δράσεις ΕΚΕ της Εταιρείας σας;

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Περιβάλλον | <input type="checkbox"/> Άλλο (αναφέρατε) |
| <input type="checkbox"/> Κοινωνία | <input type="checkbox"/> Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ |
| <input type="checkbox"/> Αγορά | <input type="checkbox"/> Καμία |
| <input type="checkbox"/> Εργαζόμενοι | |

5. Πιστεύετε ότι οι επιχειρήσεις εκτός από οικονομικούς στόχους πρέπει να έχουν και στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

6. Πιστεύετε ότι η κοινωνία/καταναλωτής επιβραβεύει μια κοινωνικά και οικολογικά ευαίσθητη εταιρεία;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

7. Πιστεύετε ότι η ΕΚΕ αποτελεί υποχρέωση της εταιρείας προς το κοινωνικό σύνολο;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

8. Πιστεύετε ότι οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

9. Ποιόν πιστεύετε ότι ωφελούν οι πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι εταιρείες;

- Περισσότερο τις επιχειρήσεις
- Περισσότερο το κοινωνικό σύνολο
- Το ίδιο και τα δύο μέρη
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

10. Πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούνται;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

11. Πιστεύετε ότι μια ολοκληρωμένη εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που την εφαρμόζει;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

12. Πιστεύετε ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

13. Ποιος πρέπει να αποφασίζει για τις δραστηριότητες της ΕΚΕ στην επιχείρηση;

- Μόνο η διοίκηση της επιχείρησης
- Μόνο οι εργαζόμενοι
- Η διοίκηση και οι εργαζόμενοι από κοινού
- Δεν γνωρίζω/δεν απαντώ

14. Θεωρείτε ότι ο δημόσιος τομέας πρέπει να προτιμά να συνεργάζεται με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

15. Είστε ικανοποιημένοι από τους φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

16. Πιστεύετε ότι είναι αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

17. Θεωρείτε αναγκαία τη δημιουργία ενός Εθνικού Φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

18. Τι νομική μορφή πιστεύετε ότι μπορεί να έχει αυτός ο Εθνικός Φορέας;

- Δημόσια Κυβερνητική
- Δημόσια Ανεξάρτητη
- Μη Κυβερνητική Οργάνωση
- Ιδιωτική
- Άλλη (αναφέρατε)

- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

19. Ποια από τα παρακάτω κοινωνικά και επιχειρησιακά κριτήρια πιστεύετε ότι είναι απαραίτητα για να θεωρηθεί μία επιχείρηση ότι πληροί τις προϋποθέσεις, για να ενταχθεί σε ένα θεσμοθετημένο σύστημα ευνοϊκής αντιμετώπισης από μέρους της πολιτείας;

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Διαφανές έργο | <input type="checkbox"/> Ειδικό Τμήμα ΕΚΕ ενσωματωμένο στο οργανόγραμμα |
| <input type="checkbox"/> Δημοσιοποίηση έργου/ισολογισμού / απολογισμού | <input type="checkbox"/> Προσδιορισμός ετησίως του διαθέσιμου προϋπολογισμού της ΕΚΕ |
| <input type="checkbox"/> Καλή εργοδοσία | <input type="checkbox"/> Άλλο (αναφέρατε) ... |
| <input type="checkbox"/> Μεγάλος αριθμός εργαζομένων | <input type="checkbox"/> Δεν γνωρίζω/δεν απαντώ |
| <input type="checkbox"/> Πλούσιο έργο | |

20. Πιστεύετε ότι τα χρήματα που δαπανούν οι εταιρίες για ΕΚΕ μετακυλίνονται στον καταναλωτή ή μειώνουν τα κέρδη της επιχείρησης;

- Μετακυλίνονται απολύτως στον καταναλωτή
- Μετακυλίνονται μερικώς
- Δεν μετακυλίνονται αλλά μειώνουν τα κέρδη των επιχειρήσεων
- Συμβαίνουν και τα δύο
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

21. Πιστεύετε ότι μια θεσμοθετημένη ΕΚΕ που δίνει κίνητρα στις επιχειρήσεις μειώνει την κοινωνική συνεισφορά της πολιτείας;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

22. Πιστεύετε ότι η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις ;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

23. Πιστεύετε ότι στο πλαίσιο μιας θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά, φορολογικά κίνητρα και ανταμοιβές για τις επιχειρήσεις;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

24. Πρέπει να υπάρχει δημόσιος έπαινος με τη χορήγηση ενός βραβείου ήθους για τις κοινωνικά ευαίσθητες εταιρείες;

- Απόλυτα ναι
- Μάλλον ναι
- Μάλλον όχι
- Απόλυτα όχι
- Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

(σημ. ο αριθμός δίπλα από κάθε ερώτηση δείχνει τον α/α της ερώτησης στο ερωτηματολόγιο)

Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας (5^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μάλλον ναι	1	2,1	2,1	2,1
	Απόλυτα ναι	47	97,9	97,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές (6^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μ. όχι	2	4,2	4,2	4,2
	Μ. ναι	37	77,1	77,1	81,3
	Α. ναι	9	18,8	18,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Υποχρέωση ΕΚΕ(7^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μ. όχι	1	2,1	2,1	2,1
	Μ. ναι	12	25,0	25,0	27,1
	Α. ναι	35	72,9	72,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

8.1. Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας (8^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	25	52,1	52,1	52,1
	3,00	4	8,3	8,3	60,4
	4,00	18	37,5	37,5	97,9
	5,00	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Ποιόν ωφελούν οι πρακτικές ΕΚΕ;(9^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Περισσότερο τις επιχειρήσεις	1	2,1	2,1	2,1
	Περισσότερο το κοιν. σύνολο	13	27,1	27,1	29,2
	Το ίδιο και τα δύο μέρη	33	68,8	68,8	97,9
	Δεν γνωρίζω δεν απαντώ	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Πρέπει να δημοσιοποιούνται οι δράσεις ΕΚΕ;(10^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μ. όχι	1	2,1	2,1	2,1
	Μ. ναι	21	43,8	43,8	45,8
	Α. ναι	26	54,2	54,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Υπεραξία στις επιχειρήσεις λόγω εφαρμογής ΕΚΕ(11^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μ.ναι	13	27,1	27,1	27,1
	Α.ναι	35	72,9	72,9	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Συγκριτικό πλεονέκτημα λόγω εφαρμογής ΕΚΕ(12^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	M. όχι	2	4,2	4,2	4,2
	M. ναι	26	54,2	54,2	58,3
	A. όχι	20	41,7	41,7	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Ποιος πρέπει να αποφασίζει για την ΕΚΕ στην επιχείρηση(13^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μόνο η διοίκηση	13	27,1	27,1	27,1
	Διοίκηση και εργαζόμενοι	33	68,8	68,8	95,8
	Δεν γνωρίζω δεν απαντώ	2	4,2	4,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Ο δημόσιος τομέας να προτιμά συνεργασία με εταιρίες κοινωνικά υπεύθυνες.(14^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	A. όχι	1	2,1	2,1	2,1
	M.όχι	1	2,1	2,1	4,2
	M.ναι	12	25,0	25,0	29,2
	A. ναι	34	70,8	70,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Ικανοποιημένοι από τους φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ. (15^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	8	16,7	16,7	16,7
	3,00	12	25,0	25,0	41,7
	4,00	26	54,2	54,2	95,8
	5,00	2	4,2	4,2	100,0

Ικανοποιημένοι από τους φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ. (15^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	8	16,7	16,7	16,7
	3,00	12	25,0	25,0	41,7
	4,00	26	54,2	54,2	95,8
	5,00	2	4,2	4,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ; (16^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,1	2,1	2,1
	2,00	7	14,6	14,6	16,7
	4,00	16	33,3	33,3	50,0
	5,00	24	50,0	50,0	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα αξιολόγησης της ΕΚΕ(17^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΓ/ΔΑ	1	2,1	2,1	2,1
	Μ. όχι	8	16,7	16,7	18,8
	Α.όχι	3	6,3	6,3	25,0
	Μ. ναι	22	45,8	45,8	70,8
	Α. ναι	14	29,2	29,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Νομική μορφή εθνικού φορέα(18^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	δημόσια κυβερνητική	1	2,1	2,1	2,1
	δημόσια ανεξάρτητη	16	33,3	33,3	35,4
	μη κυβερνητική οργάνωση	19	39,6	39,6	75,0
	Ιδιωτική	2	4,2	4,2	79,2
	Δεν γνωρίζω/δεν απαντώ	10	20,8	20,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Ειδικό τμήμα ΕΚΕ(20^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	A.όχι	1	2,1	2,1	2,1
	M.όχι	10	20,8	20,8	22,9
	A. ναι	16	33,3	33,3	56,3
	M.ναι	21	43,8	43,8	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Αν τα χρήματα που δαπανώνται για δράσεις ΕΚΕ μετακυλίνονται στον καταναλωτή ή μειώνουν τα κέρδη της επιχείρησης.(21^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μετακυλίνονται στον καταναλωτή	4	8,3	8,3	8,3
	Μετακυλίνονται μερικώς	10	20,8	20,8	29,2
	Δεν μετακυλίνονται αλλά μειώνουν τα κέρδη.	19	39,6	39,6	68,8
	Συμβαίνουν και τα δύο	11	22,9	22,9	91,7
	Δεν γνωρίζω/δεν απαντώ	4	8,3	8,3	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας;(22^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	A.όχι	15	31,3	31,3	31,3
	M.όχι	21	43,8	43,8	75,0
	A.ναι	4	8,3	8,3	83,3
	M.ναι	7	14,6	14,6	97,9
	ΔΓ/ΔΑ	1	2,1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει ποιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;(23^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	A.όχι	7	14,6	14,6	14,6
	M. όχι	28	58,3	58,3	72,9
	A.ναι	6	12,5	12,5	85,4
	M.ναι	7	14,6	14,6	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά, φορολογικά κίνητρα και ανταμοιβές για τις επιχειρήσεις ;(24^η)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	A. όχι	3	6,2	6,3	6,3
	M. όχι	9	18,8	18,8	25,0
	ΔΓ/ΔΑ	1	2,0	2,1	27,1
	M. ναι	21	43,8	43,8	70,8
	A. ναι	14	29,2	29,2	100,0
	Total	48	100,0	100,0	

Πρέπει να υπάρχει δημόσιος έπαινος με την χορήγηση βραβείου για τις κοινωνικά ευαίσθητες εταιρείες; (25^η)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A. όχι	1	2,1	2,1	2,1
M. όχι	2	4,2	4,2	6,3
M. ναι	18	37,5	37,5	43,8
A. ναι	27	56,3	56,3	100,0
Total	48	100,0	100,0	

**ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΝΔΥΑΣΤΙΚΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΤΗΣ ΕΚΕ**

1.1. Κλάδος δραστηριότητας με ειδικό τμήμα ΕΚΕ (Crosstabulation)

			Ειδικό τμήμα ΕΚΕ		Total
			Ναι	Όχι	
Κλάδος δραστηριότητας	Ενέργεια	Count	2	1	3
		% within κλάδος δραστηριότητας	66,7%	33,3%	100,0%
		% within ειδικό τμήμα ΕΚΕ	6,1%	6,7%	6,3%
	Υγεία	Count	5	0	5
		% within κλάδος δραστηριότητας	100,0%	,0%	100,0%
		% within ειδικό τμήμα ΕΚΕ	15,2%	,0%	10,4%
	Εμπόριο	Count	7	3	10
		% within κλάδος δραστηριότητας	70,0%	30,0%	100,0%
		% within ειδικό τμήμα ΕΚΕ	21,2%	20,0%	20,8%
Μεταφορέ ς	Count	0	1	1	
	% within κλάδος δραστηριότητας	,0%	100,0%	100,0%	
	% within ειδικό τμήμα	,0%	6,7%	2,1%	
Άλλο	Count	19	10	29	
	% within κλάδος δραστηριότητας	65,5%	34,5%	100,0%	
	% within ειδικό τμήμα ΕΚΕ	57,6%	66,7%	60,4%	
Total	Count	33	15	48	
	% within κλάδος δραστηριότητας	68,8%	31,3%	100,0%	
	% within ειδικό τμήμα ΕΚΕ	100,0%	100,0%	100,0%	

1.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,627 ^a	4	,328
Likelihood Ratio	6,225	4	,183
Linear-by-Linear Association	,929	1	,335
N of Valid Cases	48		

a. 7 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,31.

1.3. Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,310	,328
	Cramer's V	,310	,328
N of Valid Cases		48	

2.1. Crosstab

		Δράση κοινωνία		Total	
		Ναι	Όχι		
Δράση περιβάλλον	Ναι	Count	40	2	42
		% within δράση περιβάλλον	95,2%	4,8%	100,0%
		% within δράση κοινωνία	87,0%	100,0%	87,5%
	Όχι	Count	6	0	6
		% within δράση περιβάλλον	100,0%	,0%	100,0%
		% within δράση κοινωνία	13,0%	,0%	12,5%
Total	Count	46	2	48	
	% within δράση περιβάλλον	95,8%	4,2%	100,0%	
	% within δράση κοινωνία	100,0%	100,0%	100,0%	

2.2. Chi-Square Tests

	Value	df
Pearson Chi-Square	,298 ^a	1
Continuity Correction ^b	,000	1
Likelihood Ratio	,546	1
Fisher's Exact Test		
Linear-by-Linear Association	,292	1
N of Valid Cases	48	

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5.

The minimum expected count is ,25.

b. Computed only for a 2x2 table

2.3.Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by	Phi	-,079	,585
Nominal	Cramer's V	,079	,585
N of Valid Cases		48	

3.1. Crosstab

		Δράση κοινωνία		Total
		Ναι	Όχι	
Δράση εργαζ. Ναι	Count	39	0	39
	% within δράση εργαζόμενοι	100,0%	,0%	100,0%
	% within δράση κοινωνία	84,8%	,0%	81,3%
Όχι	Count	7	2	9
	% within δράση εργαζόμενοι	77,8%	22,2%	100,0%
	% within δράση κοινωνία	15,2%	100,0%	18,8%
Total	Count	46	2	48
	% within δράση εργαζόμενοι	95,8%	4,2%	100,0%
	% within δράση κοινωνία	100,0%	100,0%	100,0%

3.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,043 ^a	1	,003		
Continuity Correction ^b	4,334	1	,037		
Likelihood Ratio	7,093	1	,008		
Fisher's Exact Test				,032	,032
Linear-by-Linear Association	8,855	1	,003		
N of Valid Cases	48				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

b. Computed only for a 2x2 table

3.3. Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,434	,003
	Cramer's V	,434	,003
N of Valid Cases		48	

4.1. Crosstab

			dras_koin		Total
			Nai	Oxi	
Δράση αγορά	Nai	Count	22	0	22
		% εντός δράσης αγορ.	100,0%	,0%	100,0%
		% εντός δράσης κοιν.	47,8%	,0%	45,8%
	Oxi	Count	24	2	26
		% εντός δράσης αγορ.	92,3%	7,7%	100,0%
		% εντός δράσης κοιν.	52,2%	100,0%	54,2%
Total	Count	46	2	48	
	% εντός δράσης αγορ.	95,8%	4,2%	100,0%	
	% εντός δράσης κοιν.	100,0%	100,0%	100,0%	

4.2 Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	1,766 ^a	1	,184		
Continuity Correction ^b	,365	1	,546		
Likelihood Ratio	2,526	1	,112		
Fisher's Exact Test				,493	,288
Linear-by-Linear Association	1,729	1	,189		
N of Valid Cases	48				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,92.

b. Computed only for a 2x2 table

4.3. Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,192	,184
Cramer's V	,192	,184
N of Valid Cases	48	

5.1. Crosstab

		Περιβάλλον		Total	
		Ναι	Όχι		
Εργαζόμενοι	Ναι	Count	35	4	39
		% εντός δράσης εργαζ.	89,7%	10,3%	100,0%
		% εντός δράσης περιβ.	83,3%	66,7%	81,3%
Όχι	Όχι	Count	7	2	9
		% εντός δράσης εργαζ.	77,8%	22,2%	100,0%
		% εντός δράσης περιβ.	16,7%	33,3%	18,8%
Total		Count	42	6	48
		% εντός δράσης εργαζομένων	87,5%	12,5%	100,0%
		% εντός δράσης περιβ.	100,0%	100,0%	100,0%

5.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,957 ^a	1	,328		
Continuity Correction ^b	,176	1	,675		
Likelihood Ratio	,842	1	,359		
Fisher's Exact Test				,312	,312
Linear-by-Linear Association	,937	1	,333		
N of Valid Cases	48				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,13.

b. Computed only for a 2x2 table

5.3. Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,141	,328
Cramer's V	,141	,328
N of Valid Cases	48	

6.1. Crosstab

			Περιβάλλον		Total
			Nai	Oxi	
Αγορά	Ναι	Count	21	1	22
		% εντός δράσης αγοράς	95,5%	4,5%	100,0%
		% εντός δράσης περιβ.	50,0%	16,7%	45,8%
	Όχι	Count	21	5	26
		% εντός δράσης αγοράς	80,8%	19,2%	100,0%
		% εντός δράσης περιβ.	50,0%	83,3%	54,2%
Total	Count	42	6	48	
	% εντός δράσης αγοράς	87,5%	12,5%	100,0%	
	% εντός δράσης περιβ.	100,0%	100,0%	100,0%	

6.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,350 ^a	1	,125		
Continuity Correction ^b	1,199	1	,274		
Likelihood Ratio	2,577	1	,108		
Fisher's Exact Test				,199	,137
Linear-by-Linear Association	2,301	1	,129		
N of Valid Cases	48				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,75.

b. Computed only for a 2x2 table

6.3. Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Phi	,221	,125
Cramer's V	,221	,125
N of Valid Cases	48	

7.1. Crosstab

		Δράσεις αγορά		Total
		Ναι	Όχι	
Δράση εργαζ. Ναι	Count	22	17	39
	% εντός δράσης εργαζ.	56,4%	43,6%	100,0%
	% εντός δράσης αγοράς	100,0%	65,4%	81,3%
Όχι	Count	0	9	9
	% εντός δράσης εργαζ.	,0%	100,0%	100,0%
	% εντός δράσης αγοράς	,0%	34,6%	18,8%
Total	Count	22	26	48
	% εντός δράσης εργαζ.	45,8%	54,2%	100,0%
	άς	100,0%	100,0%	100,0%

7.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,373 ^a	1	,002		
Continuity Correction ^b	7,238	1	,007		
Likelihood Ratio	12,786	1	,000		
Fisher's Exact Test				,002	,002
Linear-by-Linear Association	9,178	1	,002		
N of Valid Cases	48				

7.3. Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,442	,002
	Cramer's V	,442	,002
N of Valid Cases		48	

8.1.Crosstabulation

Δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ*νομική μορφή εθνικού φορέα

		Νομική μορφή εθνικού φορέα					Total
		Δημόσια κυβερνητική	Δημόσια ανεξάρτητη	Μη κυβερνητική οργάνωση	ιδιωτική	Δεν γνωρίζω	
αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	Count	0	0	0	0	1	1
	% within αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	% within νομική μορφή εθνικού φορέα	,0%	,0%	,0%	,0%	10,0%	2,1%
	Count	0	0	3	1	4	8
	% within αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	,0%	,0%	37,5%	12,5%	50,0%	100,0%
	% within νομική μορφή εθνικού φορέα	,0%	,0%	15,8%	50,0%	40,0%	16,7%
	Count	0	0	1	0	2	3
	% within αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	,0%	,0%	33,3%	,0%	66,7%	100,0%
	% within νομική μορφή εθνικού φορέα	,0%	,0%	5,3%	,0%	20,0%	6,3%
	Count	0	9	9	1	3	22
	% within αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	,0%	40,9%	40,9%	4,5%	13,6%	100,0%
	% within νομική μορφή εθνικού φορέα	,0%	56,3%	47,4%	50,0%	30,0%	45,8%
	Count	1	7	6	0	0	14
	% within αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	7,1%	50,0%	42,9%	,0%	,0%	100,0%
	% within νομική μορφή εθνικού φορέα	100,0%	43,8%	31,6%	,0%	,0%	29,2%
	Count	1	16	19	2	10	48
% within αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ	2,1%	33,3%	39,6%	4,2%	20,8%	100,0%	
% within νομική μορφή εθνικού φορέα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

8.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23,310 ^a	16	,106
Likelihood Ratio	27,328	16	,038
Linear-by-Linear Association	17,463	1	,000
N of Valid Cases	48		

a. 22 cells (88,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

9.1. A and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,691
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	37,942
	df	15
	Sig.	,001

9.2. Communalities

	Initial	Extraction
Πρέπει να δημοσιοποιούνται οι δράσεις ΕΚΕ;	1,000	,601
Ο δημόσιος τομέας να προτιμά συνεργασία με κοινωνικά ευαίσθητες εταιρείες;	1,000	,529
Η ΕΚΕ να ασκείται από ειδικό τμήμα;	1,000	,579
Αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ;	1,000	,657
Η εφαρμογή ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στις επιχειρήσεις;	1,000	,475
Η ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα;	1,000	,570

Extraction Method: Principal Component Analysis.

9.3. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,258	37,635	37,635	2,258	37,635	37,635	1,789	29,811	29,811
2	1,152	19,197	56,833	1,152	19,197	56,833	1,621	27,022	56,833
3	,784	13,062	69,895						
4	,743	12,391	82,287						
5	,585	9,758	92,044						
6	,477	7,956	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

9.4. Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Πρέπει να δημοσιοποιούνται οι δράσεις ΕΚΕ;	,748	,201
Η ΕΚΕ να ασκείται από ειδικό τμήμα;	,670	-,361
Η ολοκληρωμένη εφαρμογή ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση;	,614	-,312
Ο δημόσιος τομέας να προτιμά συνεργασία με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;	,578	,441
Η ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα;	,558	-,509
Αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ;	,476	,656

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

9.5. Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Η ΕΚΕ δημιουργεί συγκριτικό πλεονέκτημα;	,755	
Η ΕΚΕ να ασκείται από ειδικό τμήμα;	,744	,162
Η ολοκληρωμένη εφαρμογή ΕΚΕ προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση;	,670	,163
Αναγκαία η δημιουργία εθνικού φορέα ΕΚΕ;		,808
Ο δημόσιος τομέας να προτιμά συνεργασία με κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;	,152	,711
Πρέπει να δημοσιοποιούνται οι δράσεις ΕΚΕ;	,437	,640

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

9.6. Έλεγχος Κανονικότητας

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
quest17	1,000	5,000	-,836	-2,363	-,276	-,390
quest20	1,000	5,000	-,916	-2,590	-,561	-,793
quest12	2,000	5,000	-1,313	-3,712	2,938	4,155
quest11	4,000	5,000	-1,031	-2,917	-,936	-1,324
quest14	2,000	5,000	-2,070	-5,854	4,858	6,870
quest10	3,000	5,000	-,480	-1,359	-,970	-1,371
Multivariate					6,411	2,266

Σημ. Το min. είναι διαφορετικό καθότι κάποιες απαντήσεις παραλείπονταν από τους ερωτώμενους)

9.7. Standardized Regression Coefficients

			C.R.	P-Value	Estimate
quest10	<---	Δημ. παραγ. Β			,818
quest14	<---	Δημ. παραγ. Β	2,141	,032	,466
quest11	<---	Οφέλη παραγ. Α			,549
quest12	<---	Οφέλη παραγ. Α	2,217	,027	,515
quest20	<---	Οφέλη παραγ. Α	2,359	,018	,653
quest17	<---	Δημ. Παραγ. Β	2,062	,039	,434

9.8.CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	13	3,912	8	,865	,489
Saturated model	21	,000	0		
Independence model	6	40,376	15	,000	2,692

9.9.RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,042	,974	,932	,371
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,127	,735	,629	,525

9.10.Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	,903	,818	1,126	1,302	1,000
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

9.11.RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,000	,000	,090	,900
Independence model	,190	,120	,261	,002

10.1. Group Statistics

Ειδικό τμήμα EKE	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Οφέλη Ναι	33	4,4949	,52784	,09189
Όχι	15	4,0000	,64242	,16587

10.2. Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
οφέλη	Equal variances assumed	,420	,520	2,812	46	,007	,49495	,17600	,14069	,84921
	Equal variances not assumed			2,610	22,965	,016	,49495	,18962	,10265	,88724

11.1. Group Statistics

	Ειδικό τμήμα EKE	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Δημ/ποίηση και αξιολ.(B)	Ναι	33	4,3333	,62915	,10952
	Όχι	15	4,3333	,45426	,11729

11.2.Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Δημ.κ. αξιολ. Παραγ.Β_	Equal variances assumed	1,344	,252	,000	46	1,000	,00000	,18108	-,36450	,36450
	Equal variances not assumed			,000	36,813	1,000	,00000	,16047	-,32520	,32520

12.1.Group Statistics

	Ειδικό τμήμα ΕΚΕ		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	33	4,9697	,17408	,03030
	Όχι	15	5,0000	,00000	,00000
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	33	4,0909	,67840	,11809
	Όχι	15	4,1333	,35187	,09085
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	33	2,9394	1,02894	,17912
	Όχι	15	2,8000	,94112	,24300
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης ΕΚΕ	Ναι	33	3,3939	,86384	,15037
	Όχι	15	3,6000	,73679	,19024
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	33	4,1515	1,20211	,20926
	Όχι	15	4,1333	,99043	,25573
Η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	33	2,0606	1,05887	,18433
	Όχι	15	2,2667	1,16292	,30026
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	33	2,2727	,87581	,15246
	Όχι	15	2,2667	,96115	,24817
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις;	Ναι	33	3,5152	1,32574	,23078
	Όχι	15	4,1333	,99043	,25573
Βραβείο ήθους	Ναι	33	4,3636	,89506	,15581
	Όχι	15	4,5333	,83381	,21529

12.2.Independent Samples Test

Ειδικό τμήμα ΕΚΕ;		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Equal variances assumed	1,915	,173	-,670	46	,506	-,03030	,04521	-,12131	,06070
	Equal variances not assumed			-,32000 1,000	32,000	,325	-,03030	,03030	-,09203	,03142
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Equal variances assumed	1,054	,310	-,228	46	,821	-,04242	,18628	-,41738	,33253
	Equal variances not assumed			-,285	45,032	,777	-,04242	,14900	-,34251	,25767
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγο σκοπιμότητας	Equal variances assumed	1,400	,243	,446	46	,657	,13939	,31234	-,48932	,76811
	Equal variances not assumed			,462	29,532	,648	,13939	,30188	-,47753	,75632
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης	Equal variances assumed	1,459	,233	-,800	46	,428	-,20606	,25760	-,72459	,31246

EKE	Equal variances not assumed			-,850	31,569	,402	-,20606	,24249	-,70027	,28815
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Equal variances assumed	1,045	,312	,051	46	,959	,01818	,35557	-,69755	,73391
	Equal variances not assumed			,055	32,626	,956	,01818	,33043	-,65439	,69075
Η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Equal variances assumed	,568	,455	-,606	46	,547	-,20606	,33992	-,89029	,47816
	Equal variances not assumed			-,585	24,987	,564	-,20606	,35233	-,93171	,51959
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Equal variances assumed	,003	,955	,022	46	,983	,00606	,28108	-,55973	,57185
	Equal variances not assumed			,021	25,004	,984	,00606	,29126	-,59379	,60591
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Equal variances assumed	4,433	,041	-	46	,114	-,61818	,38407	-	,15492
	Equal variances not assumed			1,610					1,39128	
Βραβείο ήθους	Equal variances assumed	,034	,854	-,621	46	,537	-,16970	,27306	-,71933	,37994
	Equal variances not assumed			-,639	29,023	,528	-,16970	,26576	-,71321	,37382

13.1. Group Statistics

	Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Αριθμός εργαζομένων	Ναι	33	2118,5152	3267,38362	568,77848
	Όχι	15	646,6667	1251,44709	323,12225

13.2. Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	T	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Αριθμός εργαζομένων	Equal variances assumed	9,376	,004	1,681	46	,099	1471,84848	875,43087	-290,30247	3233,99944
	Equal variances not assumed			2,250	45,222	,029	1471,84848	654,15361	154,49389	2789,20308

14.1.Group Statistics

	Δράση περιβάλλον	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	42	4,9762	,15430	,02381
	Όχι	6	5,0000	,00000	,00000
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	42	4,0952	,61721	,09524
	Όχι	6	4,1667	,40825	,16667
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	42	2,9286	,99738	,15390
	Όχι	6	2,6667	1,03280	,42164
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	42	3,4524	,83235	,12843
	Όχι	6	3,5000	,83666	,34157
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	42	4,2381	1,10010	,16975
	Όχι	6	3,5000	1,22474	,50000
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	42	2,1190	1,10878	,17109
	Όχι	6	2,1667	,98319	,40139
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	42	2,3095	,94966	,14654
	Όχι	6	2,0000	,00000	,00000
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	42	3,7857	1,24029	,19138
	Όχι	6	3,1667	1,32916	,54263
Βραβείο ήθους	Ναι	42	4,3810	,90937	,14032
	Όχι	6	4,6667	,51640	,21082
Δημ.κ. αξιολ. (παραγ. Β)	Ναι	42	4,3730	,58529	,09031
	Όχι	6	4,0556	,44305	,18088
Οφέλη (παραγ. Α)	Ναι	42	4,3968	,57612	,08890
	Όχι	6	3,9444	,71233	,29081

14.2. Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
								95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Equal variances assumed	,589	,447	-,374	46	,710	-,02381	,06358	-,15179	,10417
	Equal variances not assumed			-,41000	1,000	,323	-,02381	,02381	-,07189	,02427
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Equal variances assumed	,098	,755	-,274	46	,786	-,07143	,26101	-,59681	,45396
	Equal variances not assumed			-,372	8,685	,719	-,07143	,19196	-,50808	,36522
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Equal variances assumed	,074	,787	,599	46	,552	,26190	,43700	-,61773	1,14154
	Equal variances not assumed			,584	6,407	,580	,26190	,44885	-,81968	1,34349
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Equal variances assumed	,097	,757	-,131	46	,896	-,04762	,36347	-,77925	,68401
	Equal variances not assumed			-,130	6,498	,900	-,04762	,36491	-,92420	,82896

Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Equal variances assumed	,303	,585	1,518	46	,136	,73810	,48633	-,24084	1,71703
	Equal variances not assumed			1,398	6,209	,210	,73810	,52803	-,54348	2,01967
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Equal variances assumed	,557	,459	-,100	46	,921	-,04762	,47826	-	,91506
	Equal variances not assumed			-,109	6,954	,916	-,04762	,43633	1,01030	-,98552
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Equal variances assumed	11,034	,002	,791	46	,433	,30952	,39129	-,47811	1,09716
	Equal variances not assumed			2,112	41,000	,041	,30952	,14654	,01359	,60546
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Equal variances assumed	,451	,505	1,134	46	,262	,61905	,54566	-,47930	1,71740
	Equal variances not assumed			1,076	6,309	,321	,61905	,57539	-,77231	2,01040
Βραβείο ήθους	Equal variances assumed	,893	,349	-,748	46	,458	-,28571	,38199	-	,48318
	Equal variances not assumed			-	10,168	,285	-,28571	,25325	1,05461	-,84872
Δημ.κ. αξιολ. (Παραγ. Β)	Equal variances assumed	,416	,522	1,273	46	,210	,31746	,24944	-,18464	,81956

	Equal variances not assumed			1,570	7,745	,156	,31746	,20217	-,15143	,78635
Οφέλη παραγ. Α	Equal variances assumed	,064	,801	1,750	46	,087	,45238	,25856	-,06808	,97284
	Equal variances not assumed			1,488	5,972	,188	,45238	,30409	-,29255	1,19731

15.1. Group Statistics

Δράση Κοινωνία		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	46	4,9783	,14744	,02174
	Ναι	2	5,0000	,00000	,00000
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	46	4,1522	,51499	,07593
	Ναι	2	3,0000	1,41421	1,00000
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	46	2,8478	,98809	,14569
	Ναι	2	4,0000	,00000	,00000
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	46	3,4783	,83637	,12332
	Ναι	2	3,0000	,00000	,00000
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	46	4,1304	1,14715	,16914
	Ναι	2	4,5000	,70711	,50000
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	46	2,1739	1,08124	,15942
	Ναι	2	1,0000	,00000	,00000
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	46	2,3261	,87062	,12837
	Ναι	2	1,0000	,00000	,00000
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	46	3,7391	1,20064	,17703
	Ναι	2	3,0000	2,82843	2,00000
Βραβείο ήθους	Ναι	46	4,4130	,88383	,13031
	Ναι	2	4,5000	,70711	,50000
Δημ. και αξιολόγ.(παρ. Β)	Ναι	46	4,3478	,57930	,08541
	Ναι	2	4,0000	,47140	,33333
Οφέλη (παρ. Α)	Ναι	46	4,3406	,61860	,09121
	Ναι	2	4,3333	,00000	,00000

15.2.Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Equal variances assumed	,178	,675	-,206	46	,837	-,02174	,10534	-,23377	,19029
	Equal variances not assumed			-1,000	45,000	,323	-,02174	,02174	-,06552	,02205
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Equal variances assumed	5,729	,021	2,898	46	,006	1,15217	,39756	,35194	1,95241
	Equal variances not assumed			1,149	1,012	,454	1,15217	1,00288	-11,25148	13,55583
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Equal variances assumed	15,378	,000	-1,632	46	,109	-1,15217	,70591	-2,57311	,26876
	Equal variances not assumed			-7,909	45,000	,000	-1,15217	,14569	-1,44560	-,85875
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Equal variances assumed	6,137	,017	,800	46	,428	,47826	,59752	-,72449	1,68101

	Equal variances not assumed			3,878	45,000	,000	,47826	,12332	,22989	,72663
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Equal variances assumed	,493	,486	-449	46	,656	-,36957	,82300	-	1,28704
	Equal variances not assumed			-,700	1,242	,592	-,36957	,52783	2,02617	-3,91920
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Equal variances assumed	2,772	,103	1,520	46	,135	1,17391	,77246	-,38097	2,72880
	Equal variances not assumed			7,364	45,000	,000	1,17391	,15942	,85282	1,49500
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Equal variances assumed	3,310	,075	2,132	46	,038	1,32609	,62199	,07409	2,57808
	Equal variances not assumed			10,331	45,000	,000	1,32609	,12837	1,06755	1,58463
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Equal variances assumed	4,169	,047	,813	46	,420	,73913	,90912	-	2,56909
	Equal variances not assumed			,368	1,016	,775	,73913	2,0078	1,09083	-25,3360
Βραβείο ήθους	Equal variances assumed	,158	,693	-,137	46	,892	-,08696	,63590	-	1,19305
									1,36696	

	Equal variances not assumed			-,168	1,140	,891	-,08696	,51670	5,01950	-4,84558
Δημ. και αξιολ. παραγ. B	Equal variances assumed	,204	,654	,834	46	,408	,34783	,41690	-,49134	1,18700
	Equal variances not assumed			1,011	1,136	,480	,34783	,34410	2,96513	-3,66079
Οφέλη(παρ. Α)	Equal variances assumed	4,589	,038	,016	46	,987	,00725	,44194	-,88233	,89682
	Equal variances not assumed			,079	45,000	,937	,00725	,09121	-,17645	,19095

16.1. Group Statistics

	Δράση Αγορά	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	22	4,9545	,21320	,04545
	Όχι	26	5,0000	,00000	,00000
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	22	4,1364	,63960	,13636
	Όχι	26	4,0769	,56022	,10987
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	22	3,0000	1,02353	,21822
	Όχι	26	2,8077	,98058	,19231
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	22	3,3636	,90214	,19234
	Όχι	26	3,5385	,76057	,14916
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	22	4,0000	1,30931	,27915
	Όχι	26	4,2692	,96157	,18858
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	22	2,3182	1,28680	,27435
	Όχι	26	1,9615	,87090	,17080
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	22	2,3182	,83873	,17882
	Όχι	26	2,2308	,95111	,18653
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	22	3,6818	1,24924	,26634
	Όχι	26	3,7308	1,28243	,25150
Βραβείο ήθους	Ναι	22	4,2727	1,03196	,22001
	Όχι	26	4,5385	,70602	,13846
Δημ. και αξιολ. Παράγων. Β	Ναι	22	4,4697	,44435	,09474
	Όχι	26	4,2179	,65280	,12803
Οφέλη παραγ. Α	Ναι	22	4,5000	,59761	,12741
	Όχι	26	4,2051	,58936	,11558

16.2. Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Equal variances assumed	5,232	,027	-1,089	46	,282	-,04545	,04173	-,12945	,03854
	Equal variances not assumed			-1,000	21,000	,329	-,04545	,04545	-,13998	,04907
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Equal variances assumed	,590	,446	,343	46	,733	,05944	,17316	-,28912	,40800
	Equal variances not assumed			,339	42,182	,736	,05944	,17512	-,29392	,41280
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Equal variances assumed	,054	,817	,664	46	,510	,19231	,28980	-,39104	,77565
	Equal variances not assumed			,661	43,995	,512	,19231	,29086	-,39389	,77851
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Equal variances assumed	1,501	,227	-,729	46	,470	-,17483	,23992	-,65775	,30810
	Equal variances not assumed			-,718	41,305	,477	-,17483	,24340	-,66626	,31661

Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Equal variances assumed	1,710	,197	-,820	46	,417	-,26923	,32839	-,93025	,39179
	Equal variances not assumed			-,799	37,909	,429	-,26923	,33687	-,95125	,41279
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Equal variances assumed	6,460	,014	1,139	46	,261	,35664	,31309	-,27357	,98686
	Equal variances not assumed			1,104	35,903	,277	,35664	,32317	-,29883	1,01212
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Equal variances assumed	,223	,639	,335	46	,739	,08741	,26116	-,43828	,61310
	Equal variances not assumed			,338	45,907	,737	,08741	,25840	-,43274	,60757
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Equal variances assumed	,000	,998	-,133	46	,895	-,04895	,36714	-,78796	,69006
	Equal variances not assumed			-,134	45,056	,894	-,04895	,36632	-,78673	,68883
Βραβείο ήθους	Equal variances assumed	,939	,338	-1,054	46	,297	-,26573	,25205	-,77309	,24162
	Equal variances not assumed			-1,022	36,163	,313	-,26573	,25996	-,79287	,26140
Δημ. και αξιολ. Παράγων Β	Equal variances assumed	3,570	,065	1,532	46	,132	,25175	,16432	-,07900	,58250

	Equal variances not assumed			1,58 1	44,124	,121	,25175	,15927	-,06921	,57270
Οφέλη παραγ. Α	Equal variances assumed	,475	,494	1,71 6	46	,093	,29487	,17182	-,05099	,64074
	Equal variances not assumed			1,71 4	44,481	,093	,29487	,17203	-,05172	,64146

17.1.Group Statistics

	Δράσεις εργαζόμενοι	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ναι	39	4,9744	,16013	,02564
	Όχι	9	5,0000	,00000	,00000
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ναι	39	4,1795	,55592	,08902
	Όχι	9	3,7778	,66667	,22222
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ναι	39	2,8974	,99459	,15926
	Όχι	9	2,8889	1,05409	,35136
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ναι	39	3,4359	,88243	,14130
	Όχι	9	3,5556	,52705	,17568
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ναι	39	4,0769	1,22226	,19572
	Όχι	9	4,4444	,52705	,17568
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ναι	39	2,1795	1,14413	,18321
	Όχι	9	1,8889	,78174	,26058
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ναι	39	2,3846	,90657	,14517
	Όχι	9	1,7778	,66667	,22222
Στο πλαίσιο θεσμοθε- τημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ναι	39	3,6923	1,23871	,19835
	Ναι	9	3,7778	1,39443	,46481
Βραβείο ήθους	Ναι	39	4,3590	,93153	,14916
	Όχι	9	4,6667	,50000	,16667
Δημ. και αξιολ.παραγ. Β	Ναι	39	4,4017	,51401	,08231
	Όχι	9	4,0370	,75359	,25120
Οφέλη παραγ, Α	Ναι	39	4,3846	,61434	,09837
	Όχι	9	4,1481	,55556	,18519

17.2. Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Equal variances assumed	,958	,333	-,476	46	,636	-,02564	,05382	-,13398	,08269
	Equal variances not assumed			-,38000	38,000	,324	-,02564	,02564	-,07755	,02627
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Equal variances assumed	,011	,917	1,884	46	,066	,40171	,21327	-,02757	,83099
	Equal variances not assumed			1,678	10,715	,122	,40171	,23939	-,12689	,93031
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Equal variances assumed	,326	,571	,023	46	,982	,00855	,37172	-,73968	,75678

	Equal variances not assumed			,022	11,522	,983	,00855	,38577	-,83586	,85295
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Equal variances assumed	3,818	,057	-,389	46	,699	-,11966	,30753	-,73868	,49936
	Equal variances not assumed			-,531	19,941	,601	-,11966	,22546	-,59004	,35072
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Equal variances assumed	3,159	,082	-,878	46	,385	-,36752	,41878	-1,2104	,47543
	Equal variances not assumed			-1,397	30,341	,172	-,36752	,26300	-,90439	,16935
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Equal variances assumed	1,337	,253	,721	46	,475	,29060	,40301	-,52061	1,10181
	Equal variances not assumed			,912	16,990	,374	,29060	,31854	-,38149	,96268
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Equal variances assumed	1,450	,235	1,887	46	,065	,60684	,32158	-,04047	1,25415

	Equal variances not assumed			2,286	15,683	,037	,60684	,26544	,04321	1,17046
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Equal variances assumed	,001	,981	-,182	46	,856	-,08547	,46860	-1,0287	,85777
	Equal variances not assumed			-,169	11,101	,869	-,08547	,50536	-1,1965	1,02559
Βραβείο ήθους	Equal variances assumed	1,392	,244	-,954	46	,345	-,30769	,32245	-,95675	,34137
	Equal variances not assumed			-1,376	22,861	,182	-,30769	,22367	-,77054	,15516
Δημ. και αξιολ. παραγ. Β	Equal variances assumed	3,479	,069	1,751	46	,087	,36467	,20822	-,05444	,78379
	Equal variances not assumed			1,380	9,786	,198	,36467	,26434	-,22606	,95540
Οφέλη παραγ. Α	Equal variances assumed	,365	,549	1,058	46	,296	,23647	,22356	-,21353	,68646
	Equal variances not assumed			1,128	12,935	,280	,23647	,20969	-,21678	,68971

18.1.Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Ενέργεια	3	5,0000	,00000	,00000	5,0000	5,0000	5,00	5,00
	Υγεία	5	5,0000	,00000	,00000	5,0000	5,0000	5,00	5,00
	Εμπόριο	10	4,9000	,31623	,10000	4,6738	5,1262	4,00	5,00
	Μεταφορές	1	5,0000	5,00	5,00
	Άλλο	29	5,0000	,00000	,00000	5,0000	5,0000	5,00	5,00
	Total	48	4,9792	,14434	,02083	4,9373	5,0211	4,00	5,00
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Ενέργεια	3	4,3333	,57735	,33333	2,8991	5,7676	4,00	5,00
	Υγεία	5	4,4000	,54772	,24495	3,7199	5,0801	4,00	5,00
	Εμπόριο	10	4,4000	,51640	,16330	4,0306	4,7694	4,00	5,00
	Μεταφορές	1	5,0000	5,00	5,00
	Άλλο	29	3,8966	,55709	,10345	3,6846	4,1085	2,00	5,00
	Total	48	4,1042	,59213	,08547	3,9322	4,2761	2,00	5,00
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Ενέργεια	3	2,6667	1,15470	,66667	-,2018	5,5351	2,00	4,00
	Υγεία	5	2,4000	,89443	,40000	1,2894	3,5106	2,00	4,00
	Εμπόριο	10	2,7000	,82327	,26034	2,1111	3,2889	2,00	4,00
	Μεταφορές	1	4,0000	4,00	4,00
	Άλλο	29	3,0345	1,05162	,19528	2,6345	3,4345	2,00	5,00
	Total	48	2,8958	,99444	,14354	2,6071	3,1846	2,00	5,00
Ικανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Ενέργεια	3	3,6667	,57735	,33333	2,2324	5,1009	3,00	4,00
	Υγεία	5	3,2000	1,09545	,48990	1,8398	4,5602	2,00	4,00
	Εμπόριο	10	3,2000	,78881	,24944	2,6357	3,7643	2,00	4,00
	Μεταφορές	1	4,0000	4,00	4,00
	Άλλο	29	3,5517	,82748	,15366	3,2370	3,8665	2,00	5,00
	Total	48	3,4583	,82406	,11894	3,2191	3,6976	2,00	5,00
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Ενέργεια	3	3,6667	1,52753	,88192	-,1279	7,4612	2,00	5,00
	Υγεία	5	4,2000	1,30384	,58310	2,5811	5,8189	2,00	5,00
	Εμπόριο	10	4,1000	,87560	,27689	3,4736	4,7264	2,00	5,00
	Μεταφορές	1	4,0000	4,00	4,00

	Άλλο	29	4,2069	1,20651	,22404	3,7480	4,6658	1,00	5,00
	Total	48	4,1458	1,12967	,16305	3,8178	4,4739	1,00	5,00
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Ενέργεια	3	2,6667	1,52753	,88192	-	6,4612	1,00	4,00
						1,1279			
	Υγεία	5	2,2000	1,64317	,73485	,1597	4,2403	1,00	5,00
	Εμπόριο	10	2,3000	1,05935	,33500	1,5422	3,0578	1,00	4,00
	Μεταφορές	1	2,0000	2,00	2,00
	Άλλο	29	2,0000	1,00000	,18570	1,6196	2,3804	1,00	4,00
	Total	48	2,1250	1,08422	,15649	1,8102	2,4398	1,00	5,00
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Ενέργεια	3	1,6667	,57735	,33333	,2324	3,1009	1,00	2,00
	Υγεία	5	2,4000	,89443	,40000	1,2894	3,5106	2,00	4,00
	Εμπόριο	10	2,6000	,96609	,30551	1,9089	3,2911	1,00	4,00
	Μεταφορές	1	4,0000	4,00	4,00
	Άλλο	29	2,1379	,83342	,15476	1,8209	2,4549	1,00	4,00
	Total	48	2,2708	,89299	,12889	2,0115	2,5301	1,00	4,00
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Ενέργεια	3	4,3333	,57735	,33333	2,8991	5,7676	4,00	5,00
	Υγεία	5	3,2000	1,64317	,73485	1,1597	5,2403	1,00	5,00
	Εμπόριο	10	3,2000	1,13529	,35901	2,3879	4,0121	1,00	4,00
	Μεταφορές	1	5,0000	5,00	5,00
	Άλλο	29	3,8621	1,24568	,23132	3,3882	4,3359	1,00	5,00
	Total	48	3,7083	1,25407	,18101	3,3442	4,0725	1,00	5,00
Βραβείο ήθους	Ενέργεια	3	4,6667	,57735	,33333	3,2324	6,1009	4,00	5,00
	Υγεία	5	4,8000	,44721	,20000	4,2447	5,3553	4,00	5,00
	Εμπόριο	10	4,2000	,91894	,29059	3,5426	4,8574	2,00	5,00
	Μεταφορές	1	5,0000	5,00	5,00
	Άλλο	29	4,3793	,94165	,17486	4,0211	4,7375	1,00	5,00
	Total	48	4,4167	,87113	,12574	4,1637	4,6696	1,00	5,00
Δημ. και αξιολ. παραγ. Β	Ενέργεια	3	4,2222	,50918	,29397	2,9574	5,4871	3,67	4,67
	Υγεία	5	4,4667	,69121	,30912	3,6084	5,3249	3,33	5,00
	Εμπόριο	10	4,3333	,62854	,19876	3,8837	4,7830	3,00	5,00
	Μεταφορές	1	5,0000	5,00	5,00
	Άλλο	29	4,2989	,56586	,10508	4,0836	4,5141	2,67	5,00
	Total	48	4,3333	,57530	,08304	4,1663	4,5004	2,67	5,00

Οφέλη και τρόπος οργάνης	Ενέργεια	3	4,5556	,19245	,11111	4,0775	5,0336	4,33	4,67
	Υγεία	5	4,5333	,38006	,16997	4,0614	5,0052	4,00	5,00
	Εμπόριο	10	4,4667	,52587	,16630	4,0905	4,8429	3,67	5,00
	Μεταφορές	1	5,0000	5,00	5,00
	Άλλο	29	4,2184	,67422	,12520	3,9619	4,4748	2,67	5,00
	Total	48	4,3403	,60529	,08737	4,1645	4,5160	2,67	5,00

18.2.ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	Between Groups	,079	4	,020	,946	,447
	Within Groups	,900	43	,021		
	Total	,979	47			
Επιβράβευση εταιρείας από καταναλωτές	Between Groups	3,523	4	,881	2,923	,032
	Within Groups	12,956	43	,301		
	Total	16,479	47			
Εφαρμογή ΕΚΕ λόγω σκοπιμότητας	Between Groups	3,547	4	,887	,888	,479
	Within Groups	42,932	43	,998		
	Total	46,479	47			
Ίκανοποίηση από φορείς αξιολόγησης της ΕΚΕ	Between Groups	1,678	4	,419	,596	,667
	Within Groups	30,239	43	,703		
	Total	31,917	47			
Αναγκαία η θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	Between Groups	,854	4	,213	,155	,960
	Within Groups	59,125	43	1,375		
	Total	59,979	47			
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ μειώνει την συνεισφορά της πολιτείας	Between Groups	1,683	4	,421	,338	,851
	Within Groups	53,567	43	1,246		
	Total	55,250	47			
Η θεσμοθετημένη ΕΚΕ κάνει πιο εξαρτημένη την κοινωνία από τις επιχειρήσεις;	Between Groups	5,764	4	1,441	1,954	,119
	Within Groups	31,715	43	,738		
	Total	37,479	47			
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Between Groups	7,402	4	1,850	1,196	,326
	Within Groups	66,515	43	1,547		
	Total	73,917	47			
Βραβείο ήθους	Between Groups	1,772	4	,443	,562	,691
	Within Groups	33,894	43	,788		
	Total	35,667	47			
Στο πλαίσιο θεσμοθετημένης ΕΚΕ	Between Groups	,605	4	,151	,435	,783
	Within Groups	14,951	43	,348		

πρέπει να υπάρχουν οικονομικά φορολογικά κίνητρα για τις επιχειρήσεις	Total	15,556	47			
Δημ. και αξιολ. παραγ. Β	Between Groups	1,351	4	,338	,915	,464
	Within Groups	15,869	43	,369		
	Total	17,220	47			
Οφέλη παραγ. Α	Between Groups	1,351	4	,338	,915	,464
	Within Groups	15,869	43	,369		
	Total	17,220	47			

19.1. Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ειδικό τμήμα ΕΚΕ * ποιος αποφασίζει για την ΕΚΕ	48	100,0%	0	,0%	48	100,0%

19.2. Crosstabulation(ειδικό τμήμα ΕΚΕ * ποιος αποφασίζει για την ΕΚΕ)

Count

		Ποιος αποφασίζει για την ΕΚΕ			Total
		Μόνο η διοίκηση της επιχείρησης	Η διοίκηση και οι εργαζόμενοι	Δεν γνωρίζω	
Ειδικό τμήμα ΕΚΕ	Ναι	9	22	2	33
	Όχι	4	11	0	15
Total		13	33	2	48

19.3. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,977 ^a	2	,613
Likelihood Ratio	1,566	2	,457
Linear-by-Linear Association	,027	1	,869
N of Valid Cases	48		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,63.

19.4. Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	,143	,613
	Cramer's V	,143	,613
N of Valid Cases		48	

20.1. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,402 ^a	,162	,105	,57277

a. Predictors: (Constant), (α)αριθμός εργαζομένων (β)στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας που πρέπει να θέτουν οι επιχειρήσεις και (γ) αντιλήψεις για την αναγκαιότητα θεσμοθέτησης της ΕΚΕ.

20.2. ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,785	3	,928	2,830	,049 ^a
	Residual	14,435	44	,328		
	Total	17,220	47			

a. Predictors: (Constant), (α)αριθμός εργαζομένων (β)στόχους κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας και (γ) αντιλήψεις για την αναγκαιότητα θεσμοθέτησης της ΕΚΕ.

b. Dependent Variable: οφέλη και οργάνωση(παρ. Α)

20.3. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,637	3,100		1,818	,076
	Στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	-,547	,588	-,130	-,930	,357
	Αριθμός εργαζομένων	5,535E-5	,000	,262	1,882	,066
	Θεσμοθέτηση της ΕΚΕ	,308	,148	,293	2,080	,043

a. Dependent Variable: οφέλη και τρόπος οργάνωσης (παρ. Α)

21.1 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,355 ^a	,126	,066	,55597

a. Predictors: (Constant), οφέλη και οργάνωση, στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας, αριθμός εργαζομένων.

21.2. ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,955	3	,652	2,108	,113 ^a
	Residual	13,601	44	,309		
	Total	15,556	47			

a. Predictors: (Constant), οφέλη και οργάνωση, στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας αριθμός εργαζομένων.

b. Dependent Variable: Δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση(B)

21.3. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,285	3,017		1,752	,087
	στόχοι κοινωνικής και οικολογικής ευαισθησίας	-,433	,573	-,109	-,755	,454
	αριθμός εργαζομένων	-3,486E-5	,000	-,174	-1,194	,239
	οφέλη και τρόπος οργάνωσης	,290	,140	,306	2,080	,043

a. Dependent Variable: Δημοσιοποίηση και επίσημη αξιολόγηση.(B)