



**ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΤΙΚΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΠΛΟΙΑΡΧΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ:
Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΝΤΩΝΑ ΓΕΩΡΓΙΑ
Α.Γ.Μ.: 3405**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΣΙΓΚΟΥΝΑΚΗΣ
ΙΩΑΝΝΗΣ**

ΝΕΑ ΜΗΧΑΝΙΩΝΑ 2016

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΣΙΓΚΟΥΝΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΘΕΜΑ

**Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ**

**ΤΟΥ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ: ΝΤΩΝΑ ΓΕΩΡΓΙΑ
Α.Γ.Μ: 3405**

**Ημερομηνία ανάληψης της εργασίας: 27/04/2015
Ημερομηνία παράδοσης της εργασίας:**

<i>A/A</i>	<i>Όνοματεπώνυμο</i>	<i>Ειδικότητα</i>	<i>Αξιολόγηση</i>	<i>Υπογραφή</i>
<i>1</i>				
<i>2</i>				
<i>3</i>				
ΤΕΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ				

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΟΛΗΣ :

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται το θέμα της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης (ΕΚΕ), τόσο σε επίπεδο κοινωνίας, περιβάλλοντος, οικονομίας και επικεντρώνεται στον τομέα των ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Ο σκοπός της εργασίας είναι να παρουσιάσει την καταλυτικότητα οργάνωσης των επιχειρήσεων έχοντας ως βάση τις στρατηγικές της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης με στόχο την βελτίωση του ευρύτερου περιβάλλοντος. Αρχικά, γίνεται βιβλιογραφική αναφορά στον ορισμό, στην ιστορική αναδρομή, στις κατηγορίες της ΕΚΕ καθώς και στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που μπορεί να αποφέρει. Στη συνέχεια, αναλύονται οι βαθμοί κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων, ο σημαντικός ρόλος του κράτους, ιδιαίτερα τονίζεται η ΕΚΕ στον ναυτιλιακό κλάδο και αναφέρονται δυο παραδείγματα μεγάλων ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, γίνεται αναφορά στους κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς, οικονομικούς τομείς της ΕΚΕ καθώς επισημαίνονται κάποιες βιβλιογραφικές κριτικές απέναντι στην ΕΚΕ. Στο δεύτερο μέρος, της παρούσας εργασίας αναλύεται η ΕΚΕ στην ναυτιλία τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στον ελληνικό χώρο. Τέλος, παρατίθενται το ερωτηματολόγιο με στόχο να διαπιστωθεί η υλοποίηση των στρατηγικών δράσεων της ΕΚΕ με απώτερο σκοπό τον προβληματισμό και την διερεύνηση για περαιτέρω έρευνα.

Λέξεις κλειδιά: Εταιρική κοινωνική ευθύνη, ναυτιλιακές επιχειρήσεις, κοινωνικοί-περιβαλλοντικοί- οικονομικοί τομείς

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμότερες ευχαριστίες μου στον επιβλέπων της πτυχιακής για τον χρόνο που μου διέθεσε και την πολύτιμη υποστήριξη που μου πρόσφερε κατά την εκπόνηση αυτής της εργασίας.

Στον Καθηγητή μου, κύριο Τσιγκουνάκη Ιωάννη, Αρχικαπετάνιος και καθηγητής της Ακαδημίας Εμπορικού Ναυτικού, για την επιστημονική καθοδήγηση, την παροχή πληροφοριών και την άψογη συνεργασία που μου προσέφερε.

Στα μέλη της εξεταστικής επιτροπής αυτής της εργασίας, εκ των προτέρων, για τις χρήσιμες επισημάνσεις / παρατηρήσεις τους.

Γενικότερα, σε όλους τους καθηγητές του τμήματος, για την προσφορά τους στην εκπαίδευση μας ως Δόκιμοι Πλοίαρχοι.

Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου, τους φίλους και συμφοιτητές για την κατανόηση και την βοήθεια τους.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ 8	
1.1 Ορισμοί της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης.....	8
1.2 Ιστορικά στοιχεία για την Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη	9
1.3 Κατηγορίες Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης.....	10
1.4 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	16
2.1 Διαφορετικές Έννοιες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	16
2.2 Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ.....	17
2.3 Βαθμοί και οι τομείς της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης.....	19
2.3.1 Βαθμοί Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων.....	19
2.3.2 Η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης.....	20
2.3.3 Η προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης	21
2.3.4 Η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης	22
2.4 Ο ρόλος των υπεύθυνων και τα κοινωνικά ζητήματα	22
2.5 Ο ρόλος του κράτους στην προώθηση της ΕΚΕ	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΟ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ	
ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ.....	26
3.1 Παραδείγματα ΕΚΕ από εταιρείες της ναυτιλίας.....	27
3.1.1 Attica Group	27
3.1.2 Diana Shipping Services Inc. και Unitized Ocean Transport Limited (UOT)	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΜΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ	
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	33
5.1 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και περιβάλλον	33
5.2 Σύστημα διαχείρισης του περιβάλλοντος.....	34
5.2.1 ISO 14000.....	35
5.2.2 EMAS (Eco- Management and Audit Scheme)	35
5.3 Η Ρύπανση του περιβάλλοντος	36
5.3.1 ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΡΥΠΑΝΣΗ.....	36
5.3.2 Η Ρύπανση των υδάτινων πόρων.....	38

5.4 Προστασία του Περιβάλλοντος.....	39
5.4.1 Μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	40
6.1 Η διάσταση του φυσικού περιβάλλοντος	40
6.2 Η Οικονομική Διάσταση	40
6.3 Η σύνδεση με το Marketing και το Management.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	43
7.1 Πρότυπα	43
7.2 Δείκτες.....	44
7.3 Μέθοδοι Δημοσιοποίησης Δράσεων	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	49
9.1 Ενημέρωση για την απόδοση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	51
9.2 Αντιλήψεις για την Κοινωνική Δράση των εταιριών	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΕΠΟΧΕΣ ΚΡΙΣΗΣ	53
10.1 Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)	53
10.2 Εφαρμογή της ΕΚΕ στην ναυτιλιακή πρακτική.....	53
10.3 Υπευθυνότητα της ΕΚΕ για την εφαρμογή της.....	54
10.4 Μετρήσεις και αποτελέσματα της ΕΚΕ στην ναυτιλία	54
10.5 Κόστος και Όφελος της ΕΚΕ	54
10.6 Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη ως ένα στρατηγικό εργαλείο.....	55
10.7 Έλεγχος αποτελεσμάτων της ΕΚΕ	55
10.8 Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη στην Ναυτιλία.....	56
10.9 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε Ναυτιλιακές Εταιρίες και Κριτική Ανασκόπηση	57
11.1 Σύντομη περιγραφή του ερωτηματολογίου	57
11.2 Παρουσίαση ερωτηματολογίου	58
11.3 Στάδια της έρευνας και μέχρι τώρα συμπεράσματα.....	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	64

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μια αρχή που συνδέεται με την οικονομία, όπου η επιδίωξη του ατομικού κέρδους δεν γίνεται σε βάρος της συλλογικής ή κοινωνικής ευημερίας αλλά ούτε και σε βάρος των επόμενων γενεών. Αντίθετα, η επιδίωξη του κέρδους είναι συνδεδεμένη με δραστηριότητες που βελτιώνουν τη θέση των εργαζομένων, προωθούν την αξιοπρέπεια του ατόμου, ενισχύουν την προστασία του περιβάλλοντος και λαμβάνουν υπόψη τους το μέλλον των επόμενων γενεών. Είναι δηλαδή, μια νέα αντίληψη στη νέα εποχή, αποτελεί απαρχή, για την οποία δεν υπάρχει ένας κοινός ορισμός, η οποία όμως πρέπει να κερδίζει συνεχώς έδαφος.

Είναι γνωστό ότι τα τελευταία χρόνια διανύουμε μια εποχή παγκόσμιου οικονομικού κλονισμού με ιδιαίτερα δυσμενείς συνέπειες για τη χώρα μας. Το 2013 η ελληνική επιχειρηματική κοινότητα βρέθηκε αντιμέτωπη με πρωτοφανή δεδομένα και κλήθηκε να αντιμετωπίσει ίσως μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις των τελευταίων χρόνων, να βρει τις ισορροπίες της. Πρώτα απ όλα να επιβιώσει και μετά να συνεχίσει τη πορεία της προς την ανάπτυξη. Η κρίση «υποχρεώνει» τις εταιρίες να προβάλλουν ακόμα πιο έντονα τις δράσεις της ΕΚΕ και το πόσο στηρίζουν τον άνθρωπο και το περιβάλλον του.

Ο ρόλος της ΕΚΕ πρέπει τώρα περισσότερο από ποτέ να αναβαθμιστεί και να γίνει πιο καθοριστικός και αποτελεσματικός, προσφέροντας ουσιαστική βοήθεια στη κοινωνία που πλήττεται. Έτσι λοιπόν, αξίζει να τεθεί σε αυτό το σημείο το εξής ερώτημα: **«Η Κρίση ως Ευκαιρία για Αφύπνιση - ΕΚΕ : Πολυτέλεια η Αναγκαιότητα;»** (2ο Ετήσιο Συνέδριο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, 2012)

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

1.1 Ορισμοί της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης

Η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη (CSR Corporate Social Responsibility) σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης (European Commission) είναι η ιδέα στην οποία οι εταιρείες ενοποιούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα με τις επιχειρησιακές λειτουργίες και με την αλληλεπίδραση με τα ενδιαφερόμενα μέρη σε εθελοντική βάση. Ένας σύγχρονος και επαρκής ορισμός για την Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη διατυπώνεται παρακάτω: Μια επιχείρηση έχει ευθύνες που επεκτείνονται πέραν από την δημιουργία κερδών. Η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη αποτελεί μια εθελοντική δέσμευση μιας επιχείρησης που συμπληρώνει τους ελέγχους της νομοθεσίας, του ανταγωνισμού και του εθιμικού δικαίου και οδηγεί την επιχείρηση να λαμβάνει εκείνες τις αποφάσεις, να επιδιώκει εκείνη τις πολιτικές και να ακολουθεί εκείνες τις δράσεις που προάγουν ευρύτερα συμφέροντα και επομένως, είναι αποδεκτές από την κοινωνία.

Ένας, ακόμη ορισμός, της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης που πρέπει να αναφερθεί είναι του Howard Bowen, ο οποίος θεωρείται ο πατέρας της κοινωνικής εταιρικής ευθύνης: «η υπευθυνότητα αναφέρεται στην υποχρέωση των επιχειρημάτων να επιδιώκουν εκείνες τις πολιτικές, να λαμβάνουν εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθούν εκείνες τις δράσεις που συνάδουν με τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας μας». Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε αλληλεπίδραση, εξαρτώνται, επηρεάζουν και επηρεάζονται από την κοινωνία και το περιβάλλον, επομένως οφείλουν να προσαρμόζονται και να συνυπάρχουν, με ομαλό και αρμονικό τρόπο. Η επιχείρηση δεν μπορεί να στηρίζει την βιωσιμότητα της και τη αξία της στην επιδίωξη βραχυπρόθεσμου κέρδους, αλλά καλείται να αναπτύξει την στρατηγική της με βασικούς πυλώνες την κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος.

Συμπληρωματικά, σύμφωνα με το «World Business Council for Sustainable Development», αναφέρεται ότι: «Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και η συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού δυναμικού όσο και των οικογενειών τους καθώς επίσης των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα». (World Business Council for Sustainable Development», Stakeholder Dialogue on CRS, The Netherlands, 1998)

Ακόμη, ένας ουσιαστικός και περιεκτικός τρόπος για να αποδοθεί η έννοια της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης, δίνεται με τον παρακάτω ορισμό: « Η ιδέα της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρεία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες: τον κοινωνικό, τον οικονομικό και τον περιβαλλοντικό. Η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη υποδηλώνει ότι μια εταιρεία ασχολείται σοβαρά όχι μόνο με την αποδοτικότητα και ανάπτυξή της, αλλά με τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της: εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα».

Συνοψίζοντας, η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη δεν αποτελεί φιλανθρωπία, εμπορικές χορηγίες, δημόσιες σχέσεις, αλλά αφορά την επένδυση στην αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη, στη διαφάνεια και στο συνεχή διάλογο. Παράλληλα δίνεται έμφαση σε ότι δημιουργεί προστιθέμενη αξία και μακροπρόθεσμη στρατηγική στην κοινωνία, στην οικονομία και το περιβάλλον. Θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί και η αξία της ηθικής εταιρικής ευθύνης απέναντι στο εργατικό δυναμικό και το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί η σημασία της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης στην κοινοτική υποστήριξη στις τέχνες, στην εκπαίδευση, την ποικιλότητα στο φύλο, στη φυλή, στην αναπηρία, στην στήριξη των εργαζομένων, στο περιβάλλον, στις δραστηριότητες και σε θέματα που αφορούν στο προϊόν όπως η ασφάλεια, η έρευνα και η ανάπτυξη.

1.2 Ιστορικά στοιχεία για την Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει ιστορική αναδρομή και αναφορά στα ιστορικά γεγονότα της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης. Αν θέλουμε να μελετήσουμε σε βάθος ένα φαινόμενο, το πρώτο που πρέπει να γνωρίζουμε είναι η ιστορία του. Στο κείμενο που ακολουθεί παρουσιάζονται τα γεγονότα που επηρέασαν σε σημαντικό βαθμό την ιστορία της, υπογραμμίζονται τα ιστορικά γεγονότα, ώστε να ξεχωρίζουν από το κείμενο της ανάλυσης.

Η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη εμφανίζεται σε διάφορους περιόδους μετά τη βιομηχανική επανάσταση και περίπου ταυτόχρονα με τις κινητοποιήσεις του εργατικού κινήματος. Συγκεκριμένα, η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα μπορεί να θεωρηθεί το σημείο εκκίνησης για την ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών από τη μεριά των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις εξέφραζαν με διάφορους τρόπους την κοινωνική τους υπευθυνότητα, προσφέροντας για παράδειγμα κατοικία στους εργαζομένους τους, φροντίζοντας γι αυτούς και τις οικογένειές τους.

Παρόλα αυτά, η ιδέα της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης γεννήθηκε και αναπτύχθηκε οργανωμένα πρωτίστως στις ΗΠΑ στις αρχές του 20ου αιώνα. Ήταν αποτέλεσμα του δυσάρεστου κοινωνικού κλίματος που είχε δημιουργηθεί λόγω των αντικοινωνικών πρακτικών των επιχειρήσεων. Αποτέλεσμα των κοινωνικών διεργασιών ήταν η αποκρυστάλλωση δύο γενικών αρχών: της αγαθοεργίας (charity principle) και της διαχείρισης (stewardship principle). Σύμφωνα με την πρώτη αρχή, η επιχείρηση έχει καθήκον να παρέχει εθελοντική βοήθεια και υποστήριξη σε άτομα και κοινωνικές ομάδες που βρίσκονται σε δυσμενή θέση, καθώς και σε οργανισμούς που παρέχουν κοινωνικές υπηρεσίες. Την ίδια εποχή παρατηρείται και η ανάπτυξη εθελοντικών δράσεων με σκοπό την προώθηση του κοινωνικού συμφέροντος, όπως τα ιδρύματα φιλανθρωπίας για επιχειρήσεις. Η αρχή της διαχείρισης αναφέρεται στην δράση των στελεχών που στοχεύουν στο ευρύτερο κοινωνικό συμφέρον και επηρεάζονται από διαχειριστικές αποφάσεις.

Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, η ανάδειξη των πολυεθνικών εταιριών, η αυξανόμενη επίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου που βασίζεται στην αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων, έφερε πάλι στην επιφάνεια το ερώτημα των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας. (Carroll, 2007, & Gail & Nowak, 2006).

Στις αρχές του 1930 ο Merrick Dodd και ο Adolf Berle υποστήριζαν πως η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη μπορεί να αποτελέσει μια υπηρεσία παρόμοια με έναν κερδοσκοπικό οργανισμό, η οποία ωστόσο, θα αντλεί τα οφέλη της από την αναγνωρισιμότητα και την αποδοχή των εργαζομένων, των πελατών και των

συμβαλλόμενων μερών. Μέχρι και το 1970, παρά τις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις που είχαν θεσπιστεί, οι εταιρείες ακολουθούσαν ένα διαφορετικό δρόμο που αγνοούσε τις πρακτικές της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης.

Η συγκεκριμένη πολιτική σκόπευε στην ουσιαστική ικανοποίηση των αναγκών των εργαζομένων και στην αγνόηση των υπολοίπων καλών πρακτικών που όριζε η ιδέα και η φιλοσοφία της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης. Στην δεκαετία του '70, η Επιτροπή Οικονομικής Ανάπτυξης (Committee for Economic Development), οργανισμός που ιδρύθηκε από περίπου 200 επιχειρηματίες και ακαδημαϊκούς, εξέδωσε ένα κείμενο με τίτλο «The Social Responsibility of Business Corporations», στο οποίο παρουσιάζονταν 2 λόγοι που υποστήριζαν την ανάγκη ύπαρξης της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης: αφενός το μεταβαλλόμενο κοινωνικό συμβόλαιο και αφετέρου το πεφωτισμένο προσωπικό συμφέρον.

1.3 Κατηγορίες Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης

Η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη διακρίνεται σε Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη και σε Εξωτερική Ευθύνη καθώς και σε άλλες υποκατηγορίες.

Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη

Σε μια εταιρεία, η εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη αφορά κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως, η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής ενώ οι περιβαλλοντικές υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με τη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Ανοίγουν το δρόμο για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με την βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα. (Ευρωπαϊκή επιτροπή, 2001, PORTER & KRAMER, 2006).

Η διαχείριση του Ανθρώπινου Δυναμικού που αποτελεί μια από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρείες αφορά την προσέλκυση και τη συγκράτηση εξειδικευμένου προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν την δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας, οικογένειας και ελεύθερου χρόνου, την μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού, την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες, τον καταμερισμό των κερδών και τα συστήματα παροχής μεριδίων του μετοχικού κεφαλαίου, καθώς και τον προβληματισμό σχετικά με την απασχόληση και την εξασφάλιση της εργασίας.

Όσο αφορά την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία παραδοσιακά έγκειται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρείες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις επιδόσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας. Εθελοντικά προγράμματα, ως συμπληρωματικά προς τις δραστηριότητες νομοθεσίας και ελέγχου από τις δημόσιες αρχές, υιοθετούνται από τις εταιρείες για την περαιτέρω προώθηση της υγείας και της ασφάλειας, χρησιμοποιώντας αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια για την προμήθεια των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

Σύμφωνα με την αναδιάρθρωση, εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Ειδικότερα, αυτό συνεπάγεται με τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων.

Η Διαχείριση του Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και των Φυσικών Πόρων, η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν το περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Στο περιβαλλοντικό τομέα, οι περιβαλλοντικές αυτές επενδύσεις αναφέρονται κανονικά ως ευκαιρίες διπλού κέρδους, και για τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον.

Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη

Η εξωτερική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη αφορά την επέκταση της ευθύνης της εταιρείας στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον.

Η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη στις τοπικές κοινότητες αφορά την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητές τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες εξαρτώνται από την υγεία, την σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Επίσης, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους (καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα, δρόμοι χωρίς κίνηση).

Οι επιχειρηματικοί εταίροι, προμηθευτές και καταναλωτές μακροπρόθεσμα, η οικοδόμηση σχέσεων με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους προμηθευτές ενδέχεται να οδηγήσει σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες καθώς και ποιότητα και αξιόπιστη παράδοση ή εκτέλεση. Οι εταιρείες που οικοδομούν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζοντας όλη την οργάνωσή τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών και παρέχοντάς τους ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες.

Για τα Ανθρώπινα δικαιώματα αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο ότι ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων μίας εταιρείας στα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και στις τοπικές κοινότητες ξεπερνά το πεδίο των εργατικών δικαιωμάτων.

Οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση διεθνών εργασιακών προτύπων, η αποτελεσματικότητα ωστόσο εξαρτάται από την σωστή εφαρμογή και την επαλήθευσή τους.

Τέλος οι παγκόσμιες περιβαλλοντικές ανησυχίες μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων συνδέονται με τις επιχειρήσεις και τη κατανάλωση πόρων από ολόκληρο τον κόσμο. Παρακάτω επισημαίνονται οι υποκατηγορίες της εξωτερικής κοινωνικής ευθύνης:

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

B) Εμπορικός Σκοπός (Cause related marketing): Συνδέονται οι πωλήσεις ενός συγκεκριμένου προϊόντος με ένα ποσοστό από τα έσοδά του, το οποίο προσφέρεται σε συγκεκριμένο σκοπό. Τα «cause- related marketing» γίνεται συνήθως για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Η συμφωνία είναι αμοιβαίως συμφέρουσα καθώς κερδίζει τόσο η επιχείρηση όσο και ο οργανισμός με τον οποίο συνεργάζεται. Επιπλέον, ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να βοηθήσει τον συγκεκριμένο σκοπό χωρίς να χρειαστεί να δώσει ο ίδιος χρήματα και παράλληλα χωρίς να πάρει τίποτα σε αντάλλαγμα.

Γ) Κοινωνικό Εμπόριο (Corporate social marketing): Συνδράμει στην αλλαγή της συμπεριφοράς του κοινού όσο αφορά σε κάποιο θέμα και συνήθως υπάρχει συνεργασία με κάποιο δημόσιο φορέα. (Kolter,2009;Hunger,Wheelen,Thomas,2004)

Δ) Εταιρική Φιλανθρωπία (Corporate Philanthropy): Είναι η προσφορά χρημάτων σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό/σκοπό. Αυτή η ενέργεια είναι η πιο παραδοσιακή μορφή Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης.

Ε) Εταιρικός Εθελοντισμός (Community volunteering): Η επιχείρηση υποστηρίζει και προτρέπει εργαζομένους και συνεργάτες να προσφέρουν τον χρόνο τους σε κάποιο σκοπό, συνήθως σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας. Η ενέργεια μπορεί να ξεκινήσει από την επιχείρηση αυτήν καθ' αυτήν ή να γίνει συνεργασία με κάποιον οργανισμό.

ΣΤ) Κοινωνικές Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές (Socially responsible business practices): Πρόκειται για πρακτικές που έχουν να κάνουν με την βελτίωση της ζωής σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας και το περιβάλλον.

Εκτός των παραπάνω και σύμφωνα με την σύγχρονη βιβλιογραφία η Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη μπορεί να διακριθεί και σε άλλες κατηγορίες ανεξάρτητα με το αν επιβάλλεται από την τοπική κοινωνία καθώς και αν όλοι οι συμμετέχοντες ευνοούνται από τα οφέλη της εφαρμογής των συγκεκριμένων προγραμμάτων.

The Pyramid of Corporate Social Responsibility



Archie B. Carroll, 2001

Σχήμα 1. «Η πυραμίδα της ΕΚΕ»

Ζ) Στρατηγική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη: Η Στρατηγική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη συνδυάζει τα κοινωνικά οφέλη με τους άμεσους στρατηγικούς στόχους μιας επιχείρησης. Με την Στρατηγική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη, η επιχείρηση πραγματοποιεί φιλανθρωπίες προς την κοινωνία με στόχο την ενίσχυση των μακροπρόθεσμων οικονομικών τους στόχων. Συνεπώς, η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων αποσκοπεί στην μεγιστοποίηση του κέρδους. Η συγκεκριμένη επιχειρηματική συμπεριφορά αναπτύχθηκε κατά την περίοδο του 1980 και πρακτικά μπορεί αρχικά η υιοθέτηση της να σήμαινε βραχυπρόθεσμες απώλειες σε ότι αφορά τον προϋπολογισμό μιας επιχείρησης. Ωστόσο μακροπρόθεσμα τα οφέλη της επιχείρησης μπορούν να καταγραφούν από τα οικονομικά δεδομένα όπως είναι τα αποτελέσματα χρήσης, λόγω της βελτίωσης της εικόνας της επιχείρησης έναντι της κοινωνίας. Για αυτόν τον λόγο η Στρατηγική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη αντιμετωπίζεται ως επένδυση στην δημιουργία καλής φήμης έναντι των πελατών αλλά και των εν δυνάμει πελατών οι οποίοι είναι αυτοί που ενισχύουν την χρηματοοικονομική απόδοση της επιχείρησης.

Η εφαρμογή της Στρατηγικής Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης προκαλεί κάποια ερωτήματα από τα προβλήματα που προκύπτουν αναφορικά με την ικανοποίηση όλων των συμφερόντων και των συμμετεχόντων καθώς κάποια από αυτά προσκρούουν μεταξύ τους.

Πολλές έρευνες έχουν αποδείξει ότι τα βραχυπρόθεσμα κέρδη των εταιρειών των οποίων τα στελέχη περιλαμβάνουν στην στρατηγική τους κοινωνικούς στόχους, άλλες φορές αυξάνονται και άλλες φορές μειώνονται. Ωστόσο άλλες έρευνες αποδεικνύουν ότι οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε πρακτικές Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης αποδίδουν μακροπρόθεσμα.

Η) Ηθική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη: Η Ηθική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη έχει ως σκοπό, πέρα από την ικανοποίηση των οικονομικών και νομικών υποχρεώσεων στο κοινωνικό σύνολο, να περιλαμβάνει ενέργειες οι οποίες να αποφεύγουν οποιαδήποτε βλάβης στην κοινωνία είτε σε οικονομική, πνευματική ή ψυχολογική. Οποιαδήποτε εταιρεία δεν εκπληρώνει τα ηθικά της καθήκοντα λειτουργεί ως ανεύθυνος οργανισμός. Τα στελέχη της επιχείρησης γνωρίζουν ότι θα πρέπει να υπάρχει συμμόρφωση στα ιδανικά, ακόμα και αν βραχυπρόθεσμα καθυστερεί την εμφάνιση του κέρδους ή του άμεσου θετικά αποτελέσματος, καθώς αν προβεί σε ενέργειες που αγνοούν αυτές τις πρακτικές (για παράδειγμα περιβαλλοντική μόλυνση της τοπικής κοινωνίας), μεταγενέστερα θα υπάρξει μείωση στα κέρδη των μετόχων καθώς υποβαθμίζεται η ευρύτερη εικόνα της επιχείρησης. Πρακτικά μια επιχείρηση η οποία στηρίζεται στην ηθική, αποκτά μεγαλύτερη φερεγγυότητα και δημιουργεί εικόνα εμπιστοσύνης έναντι των πελατών, των προμηθευτών, των εργαζομένων κτλ.

Θ) Ανθρωπιστική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη: Με τον όρο «Ανθρωπιστική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη», η επιχείρηση δεν αποσκοπεί μόνο στην αποφυγή δημιουργίας κοινωνικής βλάβης αλλά ενισχύει της προσπάθειες βελτίωσης και εξάλειψης των κοινωνικών προβλημάτων, όπως χαμηλό βιοτικό επίπεδο, ναρκωτικά, εγκληματικότητα, έλλειψη παιδείας. Τα παραπάνω συμβάλλουν στην ύπαρξη κοινωνική ανισότητας και αναβαθμίζουν τους όρους ζωής.

Η Ανθρωπιστική Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη περιλαμβάνει ενέργειες, πολιτικές και δράσεις οι οποίες αποσκοπούν στην άμεση επέμβαση του οργανισμού μέσω της κατανομής πόρων βάσει των υπαρχόντων κοινωνικών αναγκών. Τέτοιες ενέργειες της Ανθρωπιστικής Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης είναι οι πολιτικές προστασίας του περιβάλλοντος, οι δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, η συμμετοχή της επιχείρησης σε προγράμματα εύρεσης εργασίας για μακροχρόνια ανέργους, καθώς και διάφορες άλλες δραστηριότητες που η συνιστώσα τους αποσκοπεί στη βελτίωση των όρων και των συνθηκών ζωής.

1.4 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης

Η συμβολή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κάθε επιχείρησης στην κοινωνική πρόοδο και ανάπτυξη θεωρείται πλέον δεδομένη. Μέσα όμως απ' αυτό θα μπορούσαμε να επισημάνουμε ορισμένα πλεονεκτήματα όπως είναι η εταιρική φήμη. Οι επιχειρήσεις με καλή φήμη αναγνωρίζουν ότι υπάρχει πάντα περιθώριο για βελτίωση και λαμβάνουν υπόψη τις προσδοκίες όλων των ενδιαφερόμενων μερών όταν παίρνουν αποφάσεις σχετικά με την λειτουργία τους.

Επίσης, η βιωσιμότητα θεωρείται άλλο ένα πλεονέκτημα. Η βιώσιμη ανάπτυξη δίνει έμφαση στην περιβαλλοντική και κοινωνική ευθύνη μέσα από την προσπάθεια των επιχειρήσεων να καλύψουν τις ανάγκες του σήμερα χωρίς να διακυβεύονται να χαθούν οι ανάγκες ολόκληρης της κοινωνίας.

Με την εξάπλωση της παγκοσμιοποίησης οι υπεύθυνες επιχειρήσεις θεωρούν τη βελτίωση της άδειας λειτουργίας τους σαν προαπαιτούμενο για την είσοδο τους σε μια αγορά. Με τον όρο άδεια λειτουργίας εννοούμε αρχικά την επίσημη λήψη της άδειας λειτουργίας από τις αρχές και δευτερευόντως τη γενική αποδοχή εκ μέρους όλων των ενδιαφερόμενων μερών της επίδρασης που έχουν οι δράσεις μιας επιχείρησης στους ανθρώπους, την κοινωνία και στο περιβάλλον.

Ακόμα κάθε επιχείρηση θα πρέπει να είναι εμπορικά πετυχημένη με τον τρόπο που τιμά ηθικές αξίες όπως τιμιότητα, αξιοπιστία, αμεροληψία και σέβεται τους ανθρώπους, την κοινωνία και το περιβάλλον. Άρα η ηθική υποχρέωση υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις έχουν καθήκον να πράττουν το σωστό. Από την άλλη πλευρά όμως ξέρουμε ότι οι επιχειρήσεις ιδρύονται και λειτουργούν με σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους από την εκμετάλλευση των διαφόρων πόρων μέσω επιχειρηματικών διαδικασιών. Διάφορα σκάνδαλα αδιαφάνειας και κακοδιαχείρισης από κολοσσούς είχαν ως αποτέλεσμα την επέκταση της Εταιρικής Διακυβέρνησης και των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε όλες τις οικονομίες, ξεκινώντας από τις αναπτυγμένες.

Σε βασικούς τομείς όπως για παράδειγμα η υγιεινή και η ασφάλεια στους χώρους εργασίας ή η προστασία από την θαλάσσια ρύπανση, το βασικότερο ζητούμενο δεν είναι η δημιουργία από τις επιχειρήσεις, υψηλότερων προτύπων προστασίας αλλά η συνέπεια με όσα προβλέπονται από την νομοθεσία.

Η συζήτηση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε διεθνή αναφορά συνήθως αφορά επιχειρήσεις πολύ μεγαλύτερες των ελληνικών. Έτσι τα μέτρα που προτείνονται δεν είναι κατ' ανάγκη εφαρμόσιμα στην ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα και δεν θα έχουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα γιατί δεν θα μπορούν να ακολουθηθούν από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων. Επίσης, πρέπει να είναι σαφές ότι η ανάπτυξη πρωτοβουλιών από τις επιχειρήσεις στο πλαίσιο της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν μπορεί και δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να θεωρείται ότι υποκαθιστά το ρόλο του Κράτους και των αρμόδιων φορέων.

Θέματα όπως η προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή ανήκουν στην νομοθετική και ελεγκτική αρμοδιότητα του Κράτους και όλη η συζήτηση γίνεται με σκοπό την περαιτέρω βελτίωση της κατάστασης.

Καθώς στην Ελλάδα ο βαθμός ανάπτυξης συνείδησης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι μικρός, υπάρχει αντίστοιχο πρόβλημα ελλιπούς ανάπτυξης κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς των καταναλωτών. Η αύξηση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών έτσι ώστε να είναι διατεθειμένοι να στηρίζουν ένα λίγο πιο ακριβό αλλά περιβαλλοντολογικά αβλαβές καταναλωτικό προϊόν θα αποτελέσει ένα μοχλό ενίσχυσης της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς των επιχειρήσεων.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι και στο διεθνές αλλά και στο ευρωπαϊκό επίπεδο ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στην συνεργασία και την συνέργια των ενδιαφερόμενων μερών δεδομένου ότι η αποτελεσματική δράση για την αντιμετώπιση θεμάτων κοινωνικής και περιβαλλοντολογικής σημασίας είναι δυνατή περισσότερο μέσω συνεργιών και λιγότεροι με αποσπασματικές και μεμονωμένες ενέργειες. Η ανάπτυξη της συμμετοχής και της συνεργασίας σε κάθε επίπεδο (τοπικό, περιφερειακό, κλαδικό και διεπιχειρησιακό) θα πρέπει να θεωρείται σημαντική προϋπόθεση για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

2.1 Διαφορετικές Έννοιες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Υπάρχουν εννέα έννοιες σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Αυτές οι έννοιες μπορούν να ομαδοποιηθούν σε τρεις ευρύτερες κατηγορίες.

- 1.Κοινωνική υποχρέωση**
- 2.Κοινωνική αντίδραση**
- 3.Κοινωνική ευαισθησία**

Αρχικά, όσον αφορά την κοινωνική ευθύνη ως κοινωνική υποχρέωση, μια επιχείρηση δεσμεύεται σε μια κοινωνική υπεύθυνη συμπεριφορά όταν επιδιώκει ένα κέρδος μέσα από περιορισμούς του νόμου, όπως επιβάλλονται από την κοινωνία. Επειδή η κοινωνία υποστηρίζει την επιχείρηση, με το να επιτρέπει σε αυτήν να υπάρχει, η επιχείρηση υποχρεούται να προσφέρει κάτι χρήσιμο στην κοινωνία σε αντάλλαγμα να δημιουργήσει κέρδος. Έτσι, η νομική συμπεριφορά κατά την επιδίωξη κέρδους είναι η μόνη κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά και οποιαδήποτε συμπεριφορά κατά την επιδίωξη κέρδους είναι κοινωνικά ανεύθυνη. Επιπλέον, δραστηριότητες άλλες από την επιδίωξη κέρδους είναι δυνατόν να καταλήγουν σε μειονέκτημα για την κοινωνία.

Έπειτα, σχετικά με την έννοια της κοινωνικής ευθύνης ως κοινωνικής αντίδρασης είναι η συμπεριφορά σε αντίδραση προς «συνήθεις κοινωνικού κανόνες, αξίες και προσδοκίες απόδοσης». Πιο συγκεκριμένα η κοινωνία έχει επιχειρήσεις και επιχειρηματική συμπεριφορά, η οποία ξεπερνά την πρόβλεψη για αγαθά και υπηρεσίες. Βέβαια η επιχείρηση πρέπει να είναι υπόλογη και για το οικολογικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό κόστος που προκύπτει από τις δραστηριότητες της. Όμως, η επιχείρηση πρέπει να αντιδρά και να συμβάλει στην λύση των προβλημάτων της κοινωνίας (ακόμη και αν αυτά που δεν μπορούν να αποδοθούν απευθείας στην επιχείρηση). Η κοινωνική ευθύνη ως κοινωνική αντίδραση περιλαμβάνει μόνο εθελοντικές πράξεις. Θα πρέπει να γίνεται συνεπώς διάκριση μεταξύ των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που γίνονται από εθελοντικά, αλτρουιστικά κίνητρα από εκείνα που απαιτούνται από οικονομική ή νομική σκοπιμότητα.

Τέλος, υπάρχει και η άποψη της κοινωνικής ευθύνης ως κοινωνική ευαισθησία. Σύμφωνα με την άποψη αυτή, η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί πρόβλεψη και προφύλαξη παρά αντίδραση και επανόρθωση.

Ο όρος κοινωνική ευαισθησία έχει ευρύτατα χρησιμοποιηθεί κατά τα τελευταία χρόνια και αναφέρεται σε ενέργειες που περιλαμβάνουν την θέση πάνω σε δημόσιες υποθέσεις, την λογοδοσία προς οποιαδήποτε ομάδα σχετικά με τις δραστηριότητες, την πρόβλεψη των μελλοντικών αναγκών της κοινωνίας και την κίνηση για ικανοποίησή τους και την επικοινωνία με το κράτος αναφορικά με την υπάρχουσα και προσδοκώμενη κοινωνικά επιθυμητή νομοθεσία.

Η παραπάνω άποψη της κοινωνικής ευθύνης, δηλαδή αυτή της κοινωνικής ευαισθησίας, είναι η ευρύτερη έννοια της κοινωνικής ευθύνης και βασίζεται σε δύο συλλογισμούς:

1.Οι επιχειρήσεις οφείλουν να συμμετέχουν στην προσπάθεια, να εμποδίζουν, καθώς και να επιλύουν τα κοινωνικά προβλήματα.

2.Οι εταιρείες «είναι ίσως οι πιο αποτελεσματικοί οργανισμοί για λύση των προβλημάτων μέσα σε μια κοινωνία».

2.2 Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την ΕΚΕ

Οι βασικές αρχές που διέπουν τον ορισμό της ΕΚΕ (συμβολή των επιχειρήσεων στην κοινωνία, το περιβάλλον και την οικονομική ανάπτυξη) αποτελούν δεοντολογικές συνισταμένες επιμέρους αντιλήψεων σχετικά με τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρηματικών μονάδων και οργανισμών. Στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον των σύγχρονων επιχειρήσεων, η έννοια της ΕΚΕ καλείται να υπερβαίνει τα όρια του τοπικού, αποκτώντας παγκόσμιο χαρακτήρα. Ωστόσο, από περιοχή και από χώρα σε χώρα οι προτεραιότητες διαφέρουν. Πρέπει να αναφερθεί το συμπέρασμα που έχει γραφτεί σε πλήθος βιβλίων και μελετών ότι: οι αναπτυγμένες χώρες είναι πρωτοπόρες σε σχεδιασμό, υλοποίηση και εφαρμογή των προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ενώ οι αναπτυσσόμενες χώρες και οι επιχειρήσεις που αναπτύσσονται σε αυτές είναι ακόμη σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης προγραμμάτων ΕΚΕ.

Η ποικιλομορφία του βαθμού σχεδιασμού και υλοποίησης προγραμμάτων ΕΚΕ που επικρατεί αντικατοπτρίζεται με ιδιαίτερη σαφήνεια σε έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε διαφορετικές χώρες αναπτυσσόμενες και ανεπτυγμένες ανά τον κόσμο όπως οι ΗΠΑ, η Ταϊλάνδη, η Ολλανδία, η Βραζιλία, η Γκάνα, η Αργεντινή, η Ταϊβάν και οι Φιλιππίνες, στο πλαίσιο ενός ολοένα και περισσότερο παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος. Ακόμη, σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη στην χώρα μας από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας το 2004 σε 21 χώρες η εταιρεία «GolbeScan Inc», ο Καναδάς και η Ισπανία ήταν υπέρ της ύπαρξης θεσμοθετημένου πλαισίου δράσεων.

Επιπλέον, ο βαθμός ανάπτυξης των προγραμμάτων ΕΚΕ ποικίλλει θεωρημένος και από ακόμη μια διάσταση, αυτή της διαμόρφωσης Στρατηγική Αειφόρου Ανάπτυξης. Αν οι επιχειρήσεις κινούνται προς τη κατεύθυνση αυτή τότε, η ΕΚΕ αποτελεί στρατηγική επιλογή και μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού. Αντιθέτως, υπάρχει περίπτωση η ΕΚΕ, να αντιμετωπίζεται ως πρακτική δημοσίων σχέσεων και μόνο, και στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση δίνει έμφαση στις χορηγίες και μόνο χωρίς να αναπτύσσει ολοκληρωμένο το πρόγραμμα της ΕΚΕ. Τέτοιες διαφορές ανάμεσα στα κράτη μπορεί να είναι δείγματα αντιδιαστελλόμενων πολιτικών προτεραιοτήτων.

Ο τρόπος αντίληψης και η εφαρμογή της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σύστημα επικοινωνίας, συζήτησης και δράσης. Κατά συνέπεια, δεν θα πρέπει εκ των προτέρων να υποβαθμίζεται ο ρόλος της προγραμματικής συζήτησης, όπως συχνά διαπιστώνεται στις εκθέσεις και τα προγράμματα ΕΚΕ, ως κάτι επιφανειακό ή αποσπώμενο από τις πρακτικές της οργάνωσης. Η συζήτηση σχετικά με τα σχέδια και τις προθέσεις όσον αφορά την ΕΚΕ, είναι ενέργειες, όπως οι δράσεις στον τομέα αυτό που «μιλούν».

Πιο συγκεκριμένα, η διευθυντική δράση πρέπει να συζητείται, στο εσωτερικό της επιχείρησης και δημοσίως, προκειμένου να γίνει μέρος της κοινωνίας, καθώς επίσης πολλές και διαφορετικές απόψεις να ακούγονται.

Ακόμα και στην περίπτωση στην οποία οι εταιρικές φιλοδοξίες για κοινωνική δράση δεν αντικατοπτρίζουν τη διαχειριστική δράση, η συζήτηση για τέτοιες φιλοδοξίες παρέχει ένα σύστημα πεποιθήσεων, ιδανικών και αξιών στα πλαίσια του οποίου θα γίνει η αναδόμηση του οργανισμού. Εντός του παραπάνω συστήματος θα συντελεστεί και η κοινωνική αλλαγή.

Ωστόσο, όταν πρόκειται για τα θέματα της κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης, οι κοινωνικοί κριτικοί έχουν την τάση να αγνοούν την παραπάνω άποψη και να υποστηρίζουν ότι οι διαφορές μεταξύ αυτών που παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις σε συνάρτηση με αυτά που κάνουν είναι ένα πρόβλημα που πρέπει να εξαλειφθεί. Η επιμονή σχετικά με την συνέπεια μεταξύ της ομιλίας και της δράσης μπορεί να εμποδίζει την ανάπτυξη στον τομέα της ΕΚΕ, και με αυτόν τον τρόπο να ενισχύονται προνομακές θέσεις ισχυρών συμφερόντων. Επειδή οι μελέτες της ΕΚΕ δεν έχουν θεσπίσει ένα σαφές παράδειγμα και μια κοινή γλώσσα για να κατευθυνθεί η συζήτηση, το παραπάνω επίχειρημα δεν αποτελεί απαραίτητα πρόβλημα. Στο σημείο αυτό, πρέπει να τονιστεί ότι θα ήταν χρήσιμο μέσα από εμπειρική έρευνα να επισημανθούν τα λεπτά όρια μεταξύ συζήτησης και δράσης όταν πρόκειται για προγράμματα ΕΚΕ στις επιχειρήσεις ώστε γίνει περισσότερο εμφανές το πεδίο εφαρμογής των προγραμμάτων.

Σχετικά με τα αποτελέσματα της ΕΚΕ, αναφορά σε 128 μελέτες που διερεύνησαν την σχέση ΕΚΕ και οικονομικών αποτελεσμάτων ανέφερε ότι το 59% των επιχειρήσεων του δείγματος βρήκε μια θετική σχέση, το 27% μια μικτή ή ουδέτερη σχέση, και το 14% αρνητική σχέση. Παρόλα αυτά θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων του δείγματος ως προς το πώς ορίζουν την ΕΚΕ. Επίσης, στις παραπάνω έρευνες χρησιμοποιήθηκαν 36 διαφορετικά κριτήρια αξιολόγησης της χρηματοοικονομικής απόδοσης.

Μια άλλη άποψη θέλει την ΕΚΕ να γίνεται αντιληπτή και να εφαρμόζεται από τις επιχειρήσεις ως μέσο για την απόκτηση βελτιωμένου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, μέσο για την προσέλκυση επενδυτών, μέσο λειτουργικής αποτελεσματικότητας και καλύτερης δημογραφικής ποικιλομορφίας, ειδικά όσον αφορά τις γυναίκες και τις μειονότητες.

Τέλος, κλείνοντας την ενότητα αυτή να αναφερθεί ότι σήμερα, υπό την πίεση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, που έχει προκαλέσει η δραστηριότητα διαφόρων επιχειρήσεων και με τις επιπτώσεις που είχαν αυτές πάνω στην κοινωνική ευαισθησία, οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους το φυσικό περιβάλλον και να φροντίζουν σε πολλές περιπτώσεις με αρκετό κόστος να αποφεύγουν την ρύπανση και περαιτέρω φθορά του. Η ρύπανση αυτή αναφέρεται είτε στα στερεά, στα υγρά και στα αέρια απόβλητα ή ακόμη και στην ηχορύπανση ή και την επιβάρυνση του κυκλοφοριακού συστήματος της περιοχής. Η παραπάνω άποψη παρατηρείται να έχει άμεση εφαρμογή στον τομέα των μεταφορών και ειδικότερα στον κλάδο των θαλάσσιων μεταφορών.

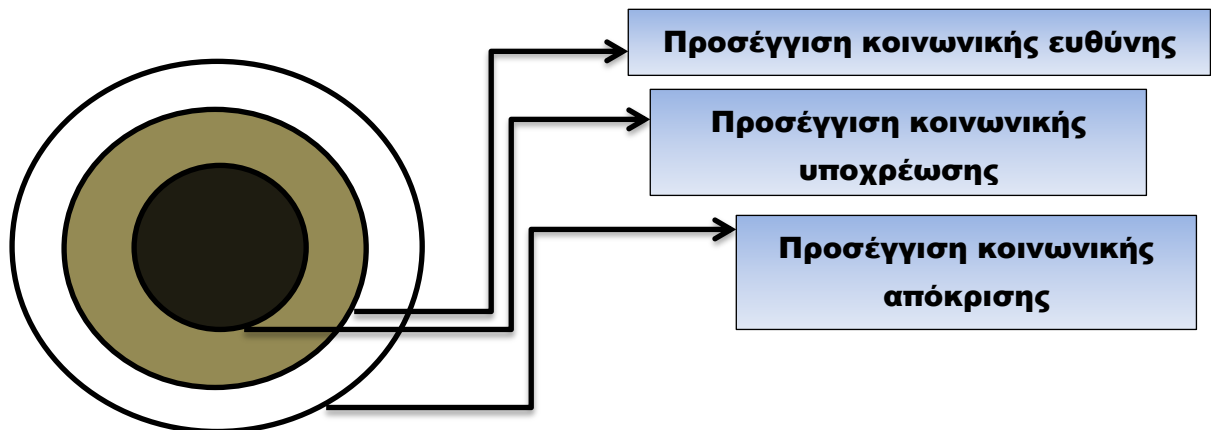
Στην παρούσα μελέτη και με την σχετική έρευνα θα διαπιστωθεί κατά πόσο ο σεβασμός του φυσικού περιβάλλοντος αποτελεί βασική προτεραιότητα των ναυτιλιακών εταιρειών. Όλες οι παραπάνω απόψεις είναι αντικείμενο και της παρούσας έρευνας σχετικά με την ΕΚΕ στην ναυτιλιακή βιομηχανία.

2.3 Βαθμοί και οι τομείς της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης

2.3.1 Βαθμοί Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων

Η κοινωνική απόκριση είναι ο βαθμός στον οποίο μια επιχείρηση ανταποκρίνεται στις κοινά θεωρούμενες κοινωνικές υποχρεώσεις της. Η κοινωνική απόκριση μετρείται με την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας μιας επιχείρησης όσο αφορά τις προσπάθειες της για την εκπλήρωση των κοινωνικών υποχρεώσεων.

Απηχώντας τις διαφορές ανάμεσα στην άποψη του Milton Friedman ότι «οι επιχειρήσεις δεν έχουν κοινωνικές ευθύνες πέρα από τις απαιτήσεις του νόμου» και του Keith Davis ότι «οι επιχειρήσεις έχουν κοινωνική και οικονομική δύναμη», οι επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει διαφορετικά επίπεδα κοινωνικής απόκρισης. Έχουν προκύψει τρεις προσεγγίσεις: η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης, η προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης και η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης. Αυτές οι τρεις προσεγγίσεις αντιπροσωπεύουν μια διαβάθμιση της κοινωνικής απόκρισης, αρχίζοντας από την προσέγγιση με τον μικρότερο βαθμό κοινωνικής ευθύνης και καταλήγοντας στην προσέγγιση με τον μεγαλύτερο βαθμό όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα



Προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης		Δέχεται μόνο τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η νομοθεσία
Προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης		Δέχεται τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η νομοθεσία και τις τρέχουσες κοινωνικές υποχρεώσεις που έχουν άμεσο αντίκτυπο στην επιχείρηση
Προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης		Δέχεται τις υποχρεώσεις που επιβάλλει η νομοθεσία και τις αναμενόμενες κοινωνικές υποχρεώσεις που σχετίζονται με μελλοντικές τάσεις/προβλήματα, ακόμη και αν αυτά επηρεάζουν έμμεσα την επιχείρηση.

P.Montana- B. Charnoc,2005

Σχήμα 2. « Επίπεδα της κοινωνικής απόκρισης των επιχειρήσεων»

2.3.2 Η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης

Η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης υποθέτει ότι οι βασικοί στόχοι μιας επιχείρησης είναι οικονομικού χαρακτήρα, είναι δηλαδή, η μεγιστοποίηση του κέρδους και της αξίας του μετοχικού κεφαλαίου, και όχι η εκπλήρωση κοινωνικών υποχρεώσεων. Ωστόσο, οι υποστηρικτές αυτής της προσέγγισης πιστεύουν ότι η επιχείρηση θα πρέπει να εκπληρώνει τις ελάχιστες κοινωνικές υποχρεώσεις που επιβάλλονται από την ισχύουσα νομοθεσία.

Ο υπεύθυνος που αποδέχεται την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης, συμμορφώνεται με την νομοθεσία και μπορεί να επιχειρήσει να επηρεάσει τη διαμόρφωσή της, ενισχύοντας υποψήφιους για δημόσια αξιώματα που συμμερίζονται τις ίδιες απόψεις, ή ασκώντας πίεση σε νομοθέτες για να δημιουργήσουν νέους νόμους ή να καταργήσουν ορισμένους από τους υπάρχοντες. Οι υπεύθυνοι που αποδέχονται αυτή την προσέγγιση υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις εκπληρώνουν τις κοινωνικές υποχρεώσεις τους μεγιστοποιώντας τα κέρδη και διατηρώντας την απασχόληση των εργαζομένων. Με την προϋπόθεση ότι οι υπεύθυνοι συμμορφώνονται με την νομοθεσία, είναι υπόλογοι μόνο στους ιδιοκτήτες (μετόχους) της επιχείρησης- και όχι στην κοινωνία- για την χρησιμοποίηση των πόρων της επιχείρησης. Αυτοί επιλέγουν τις επιχειρηματικές ενέργειες που αποφέρουν το βέλτιστο δυνατό οικονομικό αποτέλεσμα για την επιχείρηση και που επιβάλλονται από την νομοθεσία. Επίσης, μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στην δράση των επαγγελματικών οργανώσεων για κατάργηση ή αλλαγή της νομοθεσίας και για τον περιορισμό της κοινωνικής ευθύνης της επιχείρησης. Επίσης, οι ίδιοι υποστηρίζουν ενεργά τους πολιτικούς υποψηφίους που ενθαρρύνουν την ελάχιστη κρατική ανάμειξη στις υποθέσεις των επιχειρήσεων.

Οι υπεύθυνοι που συμφωνούν με την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης, υποστηρίζουν τις φιλανθρωπικές συνεισφορές της επιχείρησης, αλλά μόνο επειδή οι πράξεις αυτές ωφελούν την εταιρεία. Αυτές οι φιλανθρωπίες εντάσσονται στις προσπάθειες δημόσιων σχέσεων, με την ελπίδα να αποκτήσει η επιχείρηση καλή φήμη, η οποία σε τελική ανάλυση επηρεάζει τις αποφάσεις των καταναλωτών ή ευνοεί άμεσα τους υπαλλήλους της. Διαφορετικά, το κοινωνικό έργο της φιλανθρωπίας θεωρείται ευθύνη των μεμονωμένων ατόμων και όχι της επιχείρησης. Αυτή η προσέγγιση τονίζει εν γένει ότι οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται από την νομοθεσία είναι προς όφελος της ίδιας της επιχείρησης και είναι αυτές που προσδιορίζουν την κοινωνική ευθύνη διαφορετικά και αυτή η ευθύνη αφορά τα μεμονωμένα άτομα ή το κράτος.

Αν και η προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης έχει επικριθεί έντονα από εκείνους που υποστηρίζουν ότι η απλή συμμόρφωση στις υποχρεώσεις που προβλέπονται από τον νόμο είναι ανεπαρκής, οι τάσεις της νομοθεσίας σε τοπικό και κρατικό επίπεδο λειτούργησαν ως μετωπική, πραγματική επίθεση εναντίον υπευθύνων και μετοχών που διαφορετικά θα περιόριζαν την απόκριση των επιχειρήσεων στα κοινωνικά προβλήματα.

Στις μέρες μας, οι επιχειρήσεις, έχουν να αντιμετωπίσουν μια πληθώρα νόμων που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν νόμοι κοινωνικών υποχρεώσεων-διατάγματα που δημιουργούν νέες και αυστηρές υποχρεώσεις στις σύγχρονες επιχειρήσεις για τον περιορισμό της ρύπανσης, τη δημιουργία και τη διατήρηση ασφαλών χώρων εργασίας, την αποφυγή του αθέμιτου ανταγωνισμού, την ίση μεταχείριση των εργαζομένων και την παροχή πληροφοριών για την απόδοση και το προσωπικό τους στα αρμόδια τοπικά και κρατικά θεσμικά όργανα.

Όλο και περισσότερο, η αδυναμία συμμόρφωσης σε αυτή την αυξανόμενη νομοθεσία μπορεί να επιφέρει σημαντικές χρηματικές ποινές, τόσο στους μεμονωμένους υπεύθυνους όσο και στις επιχειρήσεις, ενώ υπάρχουν και ποινικές ευθύνες που επισύρουν πρόστιμα ή ακόμα και ποινές φυλάκισης.

Αυτοί που ήθελαν να περιορίσουν την απόκριση της διοίκησης στις απαιτήσεις που ορίζονται από τον νόμο αντιμετωπίζουν σήμερα την ανάγκη να δείξουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις μεταβαλλόμενες κοινωνικές υποχρεώσεις και για την δέσμευση των πόρων της επιχείρησης.

2.3.3 Η προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης

Η προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν μόνο οικονομικούς στόχους, αλλά και κοινωνικές ευθύνες. Οι υπεύθυνοι που συμφωνούν με αυτή την προσέγγιση λαμβάνουν επιχειρηματικές αποφάσεις που δεν βασίζονται μόνο στα οικονομικά κέρδη και στην συμμόρφωση με την νομοθεσία, αλλά και σε κριτήρια κοινωνικού συμφέροντος. Υπάρχει μια προθυμία στην δαπάνη ορισμένων πόρων της επιχείρησης σε κοινωνικά προγράμματα σε σχέση με τις ανάγκες της ευρύτερης κοινωνίας, χωρίς φυσικά να βλάπτεται οικονομικά η εταιρεία. Υπάρχει, δηλαδή, ενδιαφέρον για την μεγιστοποίηση των κερδών και της αξίας του μετοχικού κεφαλαίου, αλλά και η διάθεση να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι στα πλαίσια της κοινωνίας που παρακολουθεί τα προγράμματα κοινωνικής δράσης.

Οι εταιρείες που ασπάζονται την προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης επιζητούν την αποδοχή της κοινωνίας για την ανάμιξη τους σε κοινωνικές δραστηριότητες και επιθυμούν να θεωρούνται «καλοί πολίτες». Γι αυτό τον λόγο, πρέπει να γίνονται πολλές προσπάθειες στον τομέα των δημόσιων σχέσεων, έτσι ώστε οι επιχειρήσεις να κερδίσουν την επιδοκιμασία της κοινής γνώμης.

Οι υπεύθυνοι αυτών των επιχειρήσεων συνεργάζονται με κοινωνικές υπηρεσίες για να καθορίζουν τις διαστάσεις των τρεχόντων κοινωνικών προβλημάτων και να ανακαλύπτουν τρόπους με τους οποίους μπορούν οι επιχειρήσεις να συμβάλουν στην επίλυση αυτών των προβλημάτων. Επίσης, οι εργαζόμενοι ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε τοπικά κοινωνικά προγράμματα, ενώ, οι επιχειρήσεις συχνά ανταμείβουν τους υπαλλήλους που παίρνουν μέρος σε αυτά. Επιπλέον, η πολιτική της εταιρείας ενθαρρύνει και υποστηρίζει την κοινωνικά επιθυμητή μεμονωμένη δράση με δραστηριότητες όπως η ενίσχυση των φιλανθρωπικών εισφορών των εργαζομένων με κεφάλαια της εταιρείας.

Αν οι εταιρείες αυτές διαπιστώσουν ότι οι ενέργειες τους συμβάλλουν θετικά στα τρέχοντα κοινωνικά προβλήματα, τότε εφαρμόζουν την κατασταλτική προσαρμογή. Αυτό, σημαίνει ότι, στις περιπτώσεις που η συμμετοχή της εταιρείας στην επίλυση κάποιου προβλήματος είναι αναγκαία, η επιχείρηση θα ενεργεί με σκοπό να προσφέρει κάποια λύση. Παραδείγματα τέτοιων ενεργειών είναι η αποζημίωση των ατόμων που υπέστησαν κάποια οργανική βλάβη από την ρύπανση την οποία προκάλεσε η εταιρεία, ή η δαπάνη χρηματικών ποσών για τη διατήρηση του ελέγχου της ρύπανσης σε υψηλά επίπεδα.

2.3.4 Η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης

Η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης θεωρεί ότι μια επιχείρηση δεν έχει μόνο οικονομικούς και κοινωνικούς στόχους, αλλά πρέπει επίσης να προβλέψει και μελλοντικά κοινωνικά προβλήματα και να ενεργεί από τώρα προληπτικά για την αντιμετώπισή τους. Συγκριτικά με τις άλλες δυο προσεγγίσεις που παρουσιάστηκαν, η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης έχει τις περισσότερες απαιτήσεις:

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 σήμερα τους πόρους της για μελλοντικό κοινωνικό όφελος, γεγονός που επηρεάζει αρνητικά τη μεγιστοποίηση των κερδών στο παρόν.

Μια εταιρεία που υποστηρίζει αυτή την προσέγγιση πιστεύει ότι η καλή διαγωγή μιας επιχείρησης συνιστάται στην ανάληψη ενός προληπτικού ρόλου στην κοινωνία, δηλαδή στο να χρησιμοποιεί τη δύναμη της για τη βελτίωση της κοινωνίας. Αυτές οι ενέργειες θα ωφελήσουν τελικά την επιχείρηση, επειδή η εταιρεία δραστηριοποιείται εντός της κοινωνίας.

Μια επιχείρηση που πιστεύει στην κοινωνική απόκριση επιδιώκει να συμμετέχει στην κοινωνία και να ενθαρρύνει τους εργαζομένους να κάνουν το ίδιο. Απαιτείται μεγάλη προσπάθεια για να είναι η επιχείρηση συνεχώς ενημερωμένη για τα κοινωνικά προβλήματα, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για νέα προβλήματα. Αν και η προαναφερθείσα προσέγγιση κοινωνικής ευθύνης δίνει βαρύτητα στην ανάμιξη της εταιρείας και των μεμονωμένων ατόμων σε καλά προσδιορισμένα κοινωνικά προβλήματα, η προσέγγιση κοινωνικής απόκρισης ασχολείται με το ευρύτερο πεδίο προβλημάτων που σχετίζονται με φιλανθρωπίες και ομάδες κοινωνικής δράσης.

2.4 Ο ρόλος των υπεύθυνων και τα κοινωνικά ζητήματα

Οι υπεύθυνοι πρέπει να έχουν την δυνατότητα να καθορίσουν την κοινωνικά και ηθικά υπεύθυνη συμπεριφορά, καθώς επίσης θα πρέπει να είναι σε θέση να γνωρίζει τις δικές τους ευθύνες για τήρηση και διοχέτευση αποδεκτών ηθικών μέσα σε ολόκληρη την επιχείρηση. Ακόμη, πρέπει να γνωρίζουν την αναγκαιότητα να δημιουργηθούν οργανωτικές διαδικασίες και πολιτική που ενθαρρύνουν τον αποκλεισμό ανήθικης συμπεριφοράς. Το πρότυπο επιχειρηματικής και διοικητικής συμπεριφοράς, που θεμελιώνει τουλάχιστον ένα μίνιμουμ υπευθυνότητας και ηθικότητας, είναι εκείνο που είναι νόμιμο. Η νομιμότητα είναι το αναγνωρισμένο ελάχιστο όριο της επιχειρηματικής και διοικητικής δραστηριότητας.

Η κοινωνία με αυξανόμενο ρυθμό απαιτεί από τους οργανισμούς να θέσουν νέες προτεραιότητες και ο ρόλος των διευθυντικών στελεχών είναι συνεχώς μεταβαλλόμενος. Αρχικά, ο διευθυντικός ρόλος ήταν συναφείς με του ατόμου που θέτει τους κανόνες έχοντας την πηγή της δύναμης του στο στρατιωτικό έλεγχο, στην μοναρχία και στην κατοχή του κεφαλαίου. Σταδιακά, ο διευθυντικός ρόλος αρχίζει να περιλαμβάνει και τις κοινωνικές ανάγκες και υιοθετείται η λειτουργία της επιχείρησης η οποία υπόκειται σε αξιολόγηση από τους ιδιοκτήτες, τους εργαζομένους και την κοινωνία ισομερώς.

Ο υπεύθυνος μπορεί να ανταποκριθεί στην υποχρέωση του προς την κοινωνία, δημιουργώντας αγαθά και υπηρεσίες σε αντάλλαγμα για το κέρδος, μέσα στα όρια που καθορίζονται από τον νόμο. Επιπλέον, δεν θα ασχοληθεί, εν γνώσει του, με συμπεριφορά η οποία παρέβη νόμους και κανονισμούς.

Όμως η κοινωνική ευθύνη θέτει τους υπεύθυνους και τους οργανισμούς σε ευθύνη η οποία είναι απομακρυσμένη από την παραδοσιακή φροντίδα η οποία νοείται μόνο με οικονομικά μέσα και σκοπούς. «Οι σύγχρονοι υπεύθυνοι, σύμφωνα με την άποψη της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων, επιδιώκουν την ενεργητική λύση των κοινωνικών προβλημάτων, χρησιμοποιώντας επιχειρηματικές δραστηριότητες και πόρους για κάθε πρόβλημα. Μια συμπεριφορά που θα είναι σύμφωνη με τα παραπάνω αντικατοπτρίζει την «σωστή» έννοια της κοινωνικής ευθύνης κι όταν ανώτατα στελέχη εταιρειών οδηγούν τους οργανισμούς τους σε τέτοιες προσπάθειες, είναι πιθανό να δεχτούν ουσιαστική δημόσια έγκριση».

Ο υπεύθυνος καλείται να διαδραματίσει τον ρόλο του έμπιστου αντιπροσώπου (trustee). Ο ρόλος αυτός παρουσιάστηκε από το «Committee for Economic Development» της Ν. Υόρκης, ως εξής: Ο σύγχρονος επαγγελματίας manager, θεωρεί τον εαυτό του όχι μόνο ως ιδιοκτήτη (owner), αλλά και ως έμπιστο και προσπαθεί να ισορροπήσει συμφέροντα πολλών διαφορετικών συμμετεχόντων στην επιχείρηση, των οποία τα συμφέροντα πολλές φορές συγκρούονται. Τα υψηλά στελέχη των μεγάλων επιχειρήσεων έχουν το πρόβλημα να πρέπει να αποκαλύψουν τις ανάγκες των εργαζομένων για υψηλότερους μισθούς και περισσότερα προνόμια, των πελατών για χαμηλότερες τιμές και μεγαλύτερη αξία, των επενδυτών για αυξημένες τιμές, της κυβέρνησης για φόρους, των μετοχών για υψηλότερα μερίσματα και υψηλότερη κεφαλαιακή αξιολόγηση, και όλα αυτά εντός ενός πλαισίου αποδεκτού και εποικοδομητικού για την κοινωνία. Παρόλα αυτά, οι ηθικοί κανόνες και κώδικες της προσωπικής συμπεριφοράς δεν είναι ταυτόσημοι με αυτούς της αντιπροσωπευτικής συμπεριφοράς. Ανεξάρτητα, όμως από το βαθμό στο οποίο η προσωπική ηθική εναρμονίζεται με την αντιπροσωπευτική, απαιτείται ένα εντελώς νέο σύστημα αξιών και νορμών. Το περιβάλλον μέσα στο οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις είναι αρκετά πολύπλοκο, ώστε καθίσταται αδύνατο να περιγραφούν όλες οι επιχειρηματικές αποφάσεις μέσω του νόμου.

Οι υπεύθυνοι καλούνται να συμπεριφερθούν με υπεύθυνο τρόπο ως έμπιστοι αντιπρόσωποι των κοινωνικών επενδύσεων. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της έρευνας του Henry Eilbrit και I. Robert Parket, ότι οι managers είναι υπεύθυνοι προς την κοινωνία σχετικά με την ποιότητα της ζωής η οποία δημιουργείται από τις πράξεις τους και τις ενέργειες τους ως έμπιστοι αντιπρόσωποι.

«Έρευνα σε εταιρείες με πωλήσεις άνω του \$1 δις. ετησίως είναι ουσιαστικά περισσότερο ενεργές στην κοινωνική λειτουργία σε σύγκριση με αυτές των οποίων οι πωλήσεις δεν ξεπερνούν τα \$250 εκατ. Πιο συγκεκριμένα, οι προαναφερθέντες εταιρείες έχουν υψηλότερο δείκτη συμμετοχής σε σημαντικές περιοχές κοινωνικής υπευθυνότητας. Για παράδειγμα, στην εκπαίδευση μειονεκτικών προσώπων, 91% των μεγάλων επιχειρήσεων ήταν ενεργές ενώ το 54% των μικρών επιχειρήσεων ήταν ενεργό στον τομέα αυτό. Σχετικά με την υπευθυνότητα για τα ελαττωματικά προϊόντα και τον έλεγχο αυτών, 50% των μεγάλων επιχειρήσεων και μόλις το 8% των μικρών επιχειρήσεων είχαν προγράμματα ελέγχου».

Από τα παραπάνω απορρέει το συμπέρασμα ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις με πλεόνασμα οικονομικών πόρων και ανθρώπινου δυναμικού είναι περισσότερο ικανές να ανταποκριθούν ευκολότερα και γρηγορότερα στην επιχειρηματική τάση για κοινωνική ευθύνη και εναρμόνιση με τις κοινωνικές ανάγκες. Να σημειωθεί ότι αυτή η έρευνα έγινε τη δεκαετία του 70 και δημοσιεύτηκε στο περιοδικό «Business Horizons».

2.5 Ο ρόλος του κράτους στην προώθηση της ΕΚΕ

Στην ενότητα αυτή εξετάζεται η σχέση μεταξύ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και κράτους. Θα διερευνηθεί γιατί το κράτος πρέπει να σχετίζεται με τα σχετικά ζητήματα και σε ποιο βαθμό, ενώ παράλληλα θα δοθεί ένας ορισμός της συνεργασίας κράτους και επιχείρησης. Ακόμη, θα αναλυθεί το πώς μπορεί το κράτος και η επιχείρηση να συνεργαστούν για να επιτευχθούν ατομικοί (σε επίπεδο επιχείρησης) και συλλογικοί (σε επίπεδο κοινωνίας) στόχοι αλλά και το θέμα των αντιθέσεων και των συγκρούσεων κράτους και επιχείρησης.

Από την άποψη της «αυτό-ρύθμισης», ο ρόλος του κράτους περιορίζεται. Το κράτος όμως μπορεί να διαδραματίσει πολλούς ρόλους στην προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Υπάρχουν αρκετοί λόγοι για τους οποίους το κράτος έχει ισχυρά κίνητρα για την ισχυροποίηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Μερικοί από αυτούς είναι, οι οικονομική και κοινωνική κρίση που πλήττει από το 2008 την Ευρώπη, η επιδίωξη εθνικής ανταγωνιστικότητας και βιώσιμης ανάπτυξης. Όμως η εταιρική κοινωνική ευθύνη ξεκινά στο σημείο που τελειώνουν οι απαιτήσεις του κράτους από τις επιχειρήσεις και σχετίζεται με κοινωνικές απαιτήσεις, η ανταπόκριση στις οποίες δεν ορίζει η εθνική νομοθεσία. Θα πρέπει να θεωρηθεί ένα νέο σύστημα εντός του οποίου η αυτορρύθμιση θα διευκολύνεται από το κράτος, θα συντονίζεται από συνεργασίες με το κράτος και άμεσα ή έμμεσα το κράτος θα δίνει τις εντολές.

Πέρα από τα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως πελάτες, ανταγωνιστές, προμηθευτές και εργαζόμενοι, το κράτος και ο ευρύτερος κοινωνικός τομέας με την μορφή των Μη Κυβερνητικών Οργανισμών (ΜΚΟ), έρχονται σε αλληλεπίδραση με τις επιχειρήσεις με ωφέλεια ή ζημία. Θα πρέπει να εξεταστούν οι σχέσεις της επιχείρησης με τα δύο αυτά σύνολα, καθώς από τις σχέσεις αυτές, οι οποίες είναι σύνθετες και περίπλοκες απορρέουν ζητήματα ηθικής φύσεως και προβληματισμοί καθώς επίσης μπορούν να γεννηθούν ιδέες για την ΕΚΕ των επιχειρήσεων. Το βασικό θέμα προς εξέταση είναι αν οι επιχειρήσεις πρέπει να επηρεάζουν τις αποφάσεις του κράτους στα νομικά πλαίσια, η έκταση στην οποία πρέπει να συμβαίνει αυτό και ποιοι τρόποι και μέσα πρέπει να χρησιμοποιούνται.

Η ανάλυση ξεκινά με μία σημαντική παρατήρηση της σχέσης μεταξύ κράτους και επιχείρησης σχετικά με την διάσταση που αφορά την εταιρική κοινωνική ευθύνη θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από διαφάνεια και λογοδοσία. Ακόμη, είναι γενικά παραδεκτή η κρατική παρέμβαση για την ρύθμιση περιβαλλοντικών ζητημάτων σε τοπικό, εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Θέματα όπως η τρύπα του όζοντος, η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα και άλλων επιβλαβών αερίων, η ανακύκλωση υλικών και απορριμμάτων, η ενθάρρυνση χρήσης πιο φιλικών προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας, αποτελούν το αντικείμενο νόμων σε εθνικό επίπεδο οδηγίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και διεθνών διασκέψεων όπως του Ρίο το 1992, του Κυότο, το 1997, του Γιοχάνεσμπουργκ το 2002 και της Κοπεγχάγης το 2010. Τα αποτελέσματα των διεθνών αυτών συνθηκών υπήρξαν ως επί το πλείστον κατώτερα των προσδοκιών, καθώς μεγάλα επιχειρηματικά συμφέροντα, ενώ δημοσίως υποστηρίζουν την περιβαλλοντική ατζέντα, πίσω από κλειστές πόρτες ασκούν έντονες πιέσεις προς τις κυβερνήσεις, για θέσπιση λιγότερο αυστηρών ρυθμίσεων και για χαλαρότερη εφαρμογή τους.

Οι παραπάνω πιέσεις ασκούνται με την χρήση «lobbying». Παρόλα αυτά, και τα 2 μέρη, στα πλαίσια της ηθικής δραστηριοποίησης και ευθύνης προς την κοινωνία, υποχρεούνται να συνεργαστούν θεσπίζοντας και εφαρμόζοντας κανόνες αναγκαίους για τη διατήρηση των φυσικών πόρων και του φυσικού περιβάλλοντος.

Σχετικά με τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), οι οποίες είναι οργανώσεις του κοινωνικού τομέα, σχετίζονται σαφώς και άμεσα με το θέμα της επιχειρηματικής ηθικής.

Οι επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένου και του ναυτιλιακού τομέα, έρχονται σε επαφή και αλληλεπίδραση μέσω χορηγιών και γενικότερης στήριξης προς τα ΜΚΟ. Να ληφθεί υπόψη επίσης, ότι η κοινωνία δείχνει εμπιστοσύνη στις οργανώσεις αυτές, γίνεται αντιληπτό ότι στις μεταβλητές Επιχείρηση- Κράτος έρχεται να προστεθεί και μια τρίτη, αυτή των ΜΚΟ, η οποία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σχετικά με την κοινωνική ευθύνη.

Έχοντας αναλύσει στην ενότητα αυτή την σχέση κράτους και επιχείρησης, ως προς τη διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, θα πρέπει να καταλήξουμε σε συμπεράσματα ως προς τα είδη των σχέσεων, τον μηχανισμό συντονισμού, την επίδραση των επιχειρήσεων στις σχέσεις και το πώς αυτές εκδηλώνονται.

Όσο η ιδέα της ΕΚΕ ωριμάζει περισσότερο, περνάμε στην 3η σχέση, στην ΕΚΕ σαν συνεργασία με το κράτος. Σε αυτό το είδος σχέσης, η συνεργασία με το κράτος εκδηλώνεται μέσω της ίδρυσης οργανώσεων και ινστιτούτων με την χρήση κρατικών πόρων, με σκοπό την μεταφορά κοινωνικών αγαθών και πόρων. Στην σχέση αυτή, κράτος και επιχειρήσεις συνδυάζουν τους πόρους και τους στόχους τους, ενώ τα κράτος επιδρά ελαφρά στο περιεχόμενο και ισχυρά στην διαδικασία των κίνητρων ΕΚΕ. Έπειτα, σχετικά με το 4ο είδος σχέσης, αφορά την ΕΚΕ που επιβάλλεται από το κράτος, την οποία το κράτος έχει τον ρόλο του ελέγχου των αποτελεσμάτων και τις επιβολές των ρυθμίσεων ενώ η επίδραση και η επιρροή των επιχειρήσεων είναι μεσαία έως μικρή. Το περιεχόμενο των προγραμμάτων και τα κίνητρα είναι επίσης, ισχυρά ελεγχόμενα από το κράτος. Παράδειγμα εκδήλωσης αυτής της σχέσης είναι ο Γαλλικός Νόμος για την κοινωνική αναφορά των επιχειρήσεων. Τέλος, η 5η σχέση αφορά την ΕΚΕ ως μορφή του κράτους. Εδώ, ο έλεγχος ασκείται σε επιχειρησιακό επίπεδο, ή μέσω των ενδιαφερόμενων μερών/ οργανώσεων και υπάρχει ισχυρή έλλειψη κρατικής εξουσίας. Η σχέση αυτή εκδηλώνεται σε καθεστώς ιδιωτικοποίησης ή διεθνούς διακυβέρνησης.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΟ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ

Όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν στο πρώτο μέρος και αφορούν την κοινωνική ευθύνη, τις έννοιες αλλά και τις ειδικές δραστηριότητες θα πρέπει να τονιστεί δυστυχώς ότι δεν εφαρμόζονται τελικά πάντοτε και από όλες τις επιχειρήσεις στην πράξη σε ένα ικανοποιητικό βαθμό. Παρόλο που σε ορισμένες περιπτώσεις κάποιες εταιρείες συμφωνούν με τις πρακτικές της κοινωνικής ευθύνης, δεν εισέρχονται τελικά στην διαδικασία υιοθέτησης τους για διάφορους λόγους που δεν θα αποτελεί αντικείμενο και στόχος της παρούσας ανάλυσης. Αυτό βέβαια αν και συμβαίνει με ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, δεν συμβαίνει με όλες. Υπάρχουν επιχειρήσεις, δύο από τις οποίες παρουσιάζονται παρακάτω, οι οποίες υιοθετούν τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Οι επιχειρήσεις αυτές συνειδητοποιούν την ευθύνη που έχουν απέναντι στην κοινωνία, πράγμα που πηγάζει από την κουλτούρα της ίδιας της επιχείρησης, και προχωρούν σε έργα και προγράμματα προκειμένου να είναι συνεπείς στις κοινωνικές υποχρεώσεις τους.

Στο κλάδο της Ναυτιλίας, παρατηρείται ότι τα τελευταία χρόνια αναγνωρίζεται η προστιθέμενη αξία για την εταιρεία, από την εφαρμογή των αρχών της ΕΚΕ, ενώ γίνονται μελέτες και σχεδιάζονται προγράμματα έχοντας ως βασικό άξονα το σύνολο των πυλώνων της ΕΚΕ. Πιο συγκεκριμένα, τα προγράμματα αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, την εταιρική διακυβέρνηση, την αγορά, το περιβάλλον και την κοινωνία. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η επιχειρησιακή δέσμευση ως τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Σύμφωνα με τις δηλώσεις της Κατερίνα Κατσούλη, (Managing Director, SD Sustainable Development Σύμβουλοι ΕΚΕ και Αειφόρου Ανάπτυξης), «η ελληνική ναυτιλία έχει να επιδείξει πολλά στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, εφόσον αντιμετωπίσει το θέμα της υπεύθυνης ανάπτυξης συστηματικά και υπό το πρίσμα στρατηγικού σχεδιασμού». Είναι σημαντικό να εξεταστεί πέρα από τους ετήσιους απολογισμούς εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και η επικοινωνία των δράσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders). Η ναυτιλία ως πλήρως διεθνοποιημένη δραστηριότητα, καταγράφει, παρουσιάζει και δημοσιεύει διεθνώς τις δράσεις και τα αποτελέσματα της καθώς ο ετήσιοι Απολογισμοί Κοινωνικής Υπευθυνότητας έρχονται σε συμφωνία με τα διεθνή Λογιστικά Πρότυπα. Στο σημείο αυτό να επισημανθεί ότι, μέσα από έρευνα στο site της ναυτιλιακής εταιρείας «Thenamaris» διαπιστώθηκε ότι στην εταιρεία δίνεται έμφαση σε θέματα ΕΚΕ.

Επιπλέον, οι ναυτιλιακές εταιρείες είναι ευαισθητοποιημένες ως προς το θέμα της Ασφάλειας της ανθρώπινης ζωής και της προστασίας του περιβάλλοντος και συμμορφώνονται με τα διεθνή πρότυπα που θέτονται από διεθνείς Οργανισμούς όπως ο IMO, (International Maritime Organization και ILO (International Labor Organization) και τις διεθνείς συμβάσεις MARPOL και SOLAS. Μέσα από νέες ναυπηγήσεις, ανανεώνουν το στόλο τους και αποκτούν πλοία φιλικά προς το περιβάλλον (eco- friendly ships), που στόχο έχουν τις μειώσεις των ρύπων αλλά και την χρήση καυσίμων με χαμηλότερη περιεκτικότητα σε διοξείδιο του άνθρακα. Ακόμη, τα νέα πλοία πληρούν σε ορισμένες περιπτώσεις τις κατάλληλες προδιαγραφές για λειτουργία καταναλώνοντας καύσιμα όπως το φυσικό αέριο, έχοντας μικρότερο αρνητικό αντίκτυπο στο περιβάλλον.

Φυσικά, θα πρέπει να γίνει αναφορά στις ειδικές νομοθεσίες για την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού ώστε να μπορεί να χειριστεί τον σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό των πλοίων ώστε να ελαχιστοποιούνται τα ατυχήματα. Να σημειωθεί ότι τα ναυτιλιακά ατυχήματα, μπορούν να αποτελέσουν μεγάλο κίνδυνο μέσω της απώλειας της ανθρώπινης ζωής αλλά και μέσω του αρνητικού αντίκτυπου από την ρύπανση του θαλάσσιου περιβάλλοντος.

Όσο αφορά την οργάνωση για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι ναυτιλιακές εταιρίες έχουν οργανωμένα τμήματα ασφαλείας (safety department). Η τήρηση όλων των προδιαγραφών και των προτύπων που θέτονται για την ασφάλεια στην θάλασσα είναι κύρια προτεραιότητα του τμήματος αυτού. Αφού γίνουν οι κατάλληλες προετοιμασίες είναι οι διεθνώς αναγνωρισμένοι νηογνώμονες που ελέγχουν και αξιολογούν τα συστήματα ασφαλείας και αναλόγως χορηγούν τα αντίστοιχα πιστοποιητικά όπως ISO 14001 και άλλα πιστοποιητικά που έρχονται για να αυξήσουν τις απαιτήσεις και τις προδιαγραφές που πρέπει να πληρούν τα σύγχρονα πλοία και οι ναυτιλιακές εταιρίες (όπως είναι η Diana Shipping και Maritime Labour Convention).

Σχετικά με το αρμόδιο τμήμα εντός των ναυτιλιακών εταιριών, το οποίο είναι αρμόδιο για την τήρηση θεμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, έχει δοθεί έμφαση στην έρευνα που σχεδιάστηκε στα πλαίσια της παρούσας εργασίας.

Όλα όσα προαναφέρθηκαν είναι δεδομένα στοιχεία για όλες τις εταιρίες της επιβατηγού και φορτηγού ναυτιλίας. Στο ναυτιλιακό κλάδο, η ασφάλεια της ανθρώπινης ζωής και η προστασία του φυσικού και θαλάσσιου περιβάλλοντος είναι κύρια στοιχεία του στρατηγικού σχεδιασμού των εταιριών. Τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει η τάση ότι όσο πιο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένη και κινητοποιημένη είναι μια εταιρία, τόσο καλύτερη είναι και η άποψη των ναυλωτών της για εκείνη. Επομένως, τα κίνητρα για τις ναυτιλιακές εταιρίες είναι η έμφαση ως προς την υιοθέτηση κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών και πολιτικών, ο βαθμός όμως στο οποίο υιοθετούνται ποικίλλει. Στις ενότητες που ακολουθούν επιχειρείται η ανάλυση και η παρουσίαση συγκεκριμένων προγραμμάτων και δράσεων ΕΚΕ εταιριών που ανήκουν στην επιβατηγό και στην φορτηγό ναυτιλία. Η πρώτη εταιρία που αναλύεται είναι η Attica Group, της οποίας η κοινωνική προσφορά είναι αναγνωρισμένη. Σημαντικές πληροφορίες για τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, τις ενέργειες και τις πολιτικές της Attica Group παρουσιάζονται στον ετήσιο Απολογισμό Κοινωνικής Υπευθυνότητας 2011, οποίος χρησιμοποιήθηκε ως πηγή άντλησης πληροφοριών. Ακόμη, σε επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται η δραστηριότητα της εταιρείας Diana Shipping Services Inc., το κοινωνικό έργο και η κοινωνική της προσφορά θέλοντας έτσι να εξαχθούν συμπεράσματα ως προς τη ΕΚΕ των ναυτιλιακών εταιριών.

3.1 Παραδείγματα ΕΚΕ από εταιρίες της ναυτιλίας

3.1.1 Attica Group

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστεί μια εταιρία της επιβατηγού ναυτιλίας σημαντικό έργο στο τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Έχοντας μελετήσει ετήσιο απολογισμό ΕΚΕ της Attica Group, και το όραμα της για την ΕΚΕ, παρατηρούμε ότι όμιλος έχει υιοθετήσει πρακτικές που προάγουν το «Ευ Επιχειρείν». Κύριοι πυλώνες της στρατηγικής του ομίλου είναι η αιεφόρος ανάπτυξη των εργαζομένων, η προστασία και ο σεβασμός στο περιβάλλον καθώς και η ευημερία των τοπικών κοινωνιών. Να διευκρινιστεί ότι οι εταιρίες BLUE STAR FERRIES και SUPERFAST FERRIES είναι εταιρίες του ομίλου. Η παρακάτω ανάλυση αφορά τον όμιλο συνολικά.

Μέσω της έρευνας που διεξήχθη σχετικά με την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στην οργανωτική κουλτούρα, παρατηρήθηκε ότι αυτό έχει επιτευχθεί σε σημαντικό βαθμό. Πιο συγκεκριμένα, ο όμιλος έχοντας σχεδιάσει και εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα ΕΚΕ στηρίζει τον αθλητισμό και τον πολιτισμό, προχωρά σε χορηγίες και σε αξιόλογο φιλανθρωπικό έργο, ενώ δίνει έμφαση στις κοινωνίες των νησιωτικών περιοχών της Ελλάδας. Σημαντικά χαρακτηριστικά της προσέγγισης του Ομίλου σε θέματα ΕΚΕ είναι η συνέχεια, σταθερότητα και η συνέπεια. Στο σημείο αυτό να σημειωθεί ότι εκδίδεται απολογισμός ΕΚΕ από τα 2006, οποίος είναι ετήσιος ή σε χρονικό πλαίσιο δύο ετών και δημοσιεύεται στο εταιρικό web-site στην ειδική ενότητα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη».

Οι φιλικές πρακτικές προς το περιβάλλον είναι θεμελιώδους σημασία για την Attica Group, για το λόγο αυτό παρακινεί τους εργαζομένους στα πλοία και τα γραφεία να τις υιοθετούν ενώ η ίδια επενδύει στην απόκτηση νέων τεχνολογιών για την εφαρμογή τους. Συμμετέχει σε διεθνείς οργανισμούς για την ασφάλεια και την προστασία του περιβάλλοντος και σε προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης, ενώ επιδιώκει να παραμένει ενήμερη για εξελίξεις στο τομέα αυτό.

Το περιβάλλον και η θάλασσα είναι σημαντικές παράμετροι της στρατηγικής της ΕΚΕ της Attica Group. Δίνεται βαρύτητα στα περιβαλλοντικά θέματα και σε ζητήματα ελαχιστοποίησης της επίδρασης στο περιβάλλον.

Διαχειρίζεται με ιδιαίτερη προσοχή θέματα όπως: εκπομπές καυσαερίων, εκροές στην θάλασσα, διαχείρισης απορριμμάτων, ρύπανση, χρησιμοποίηση πρώτων υλών και πόρων και περιβαλλοντικά αιτήματα τοπικών κοινωνιών. Αξιοσημείωτο είναι ότι τα πλοία της ανταποκρίνονται στα στάνταρ που θέτονται από τον ΙΜΟ (Διεθνής Ναυτιλιακός Οργανισμός) και τη σύμβαση MARPOL 73/78 ενώ οι εταιρείες του ομίλου και τα πλοία είναι πιστοποιημένα, με τα ISO 14001: 1996 Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, ενώ υπεύθυνος για τους ελέγχους και την έκδοση των πιστοποιητικών είναι ο Αμερικανικός Νηογνώμονας ABS.

Σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό, η εταιρεία επενδύει στην προσωπική ανάπτυξη των εργαζομένων αναγνωρίζοντας ότι η υλοποίηση των στόχων της διοίκησης περνά μέσα από το ανθρώπινο κεφάλαιο. Δεν υφίσταται διαχωρισμός μεταξύ ανδρών και γυναικών καθώς στα γραφεία στην ξηρά, εργάζονται 138 γυναίκες και 115 άνδρες. Η συνεχής επιμόρφωση των εργαζομένων επιτυγχάνεται μέσω σεμιναρίων εξειδίκευσης και κατάρτισης όπως επίσης μέσω του συστήματος διαχείρισης της απόδοσης που έχουν αναπτυχθεί.

Η ικανοποίηση των εργαζομένων μετράται και δημοσιεύεται μέσω ανώνυμων και εθελοντικών ερευνών που διεξάγονται ετησίως στα πλοία και τα γραφεία.

Επιπλέον, σχετικά με την εταιρική διακυβέρνηση στην Attica Group, υπάρχει διαφάνεια στις εταιρικές συναλλαγές. Για το σκοπό αυτό έχουν συσταθεί η επιτροπή ελέγχου, η διεύθυνση εσωτερικών ελέγχων, οι υπηρεσίες εταιρικών ανακοινώσεων και εξυπηρέτησης των μετοχών. Με τον τρόπο αυτό υπάρχει έλεγχος των διαδικασιών και διασφάλιση της ποιότητας, μέσω της καταγραφής, αξιολόγησης, και των απαραίτητων διορθωτικών ενεργειών.

Επιπρόσθετα, οι συνεργάτες της Attica Group, καθώς κατέχει ένα εκτενές δίκτυο πωλήσεων και πρακτορείων για την έκδοση εισιτηρίων αποτελούν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της αλυσίδας αξίας της επιχείρησης. Αποτελούν επομένως μέρους του συνόλου των ενδιαφερόμενων μερών. Ως προς τη συμπεριφορά της προς τους συνεργάτες της, επικοινωνεί καθοδηγώντας την εμπορική πολιτική και ενημερώνοντας για τα νέα προϊόντα και τις δραστηριότητες του ομίλου, επενδύοντας παράλληλα σε νέα μέσα και τεχνολογίες.

Η ανάλυση για το παράδειγμα της Attica Group, εστιάζει στο πιο σημαντικό ίσως κομμάτι της ΕΚΕ, την Αειφόρο Ανάπτυξη. Η Attica Group αντιμετωπίζει το τρίπτυχο οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον ως παράγοντες βιωσιμότητας και αειφόρας. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται μέσα στον ετήσιο απολογισμό εταιρικής κοινωνικής ευθύνης 2011, «στόχος της εταιρείας είναι να είναι κάτι παραπάνω από μία απλή ακτοπλοϊκή εταιρεία ώστε σε σύντομο χρονικό διάστημα να μπορεί να υποστηριχθεί εμπράκτως ότι κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής πορείας, πρόσφερε ουσιαστικά στη διάσωση και διατήρηση του φυσικού μας πλούτου». Στην παράγραφο που ακολουθεί αναλύονται οι σχετικές δράσεις.

Δράσεις προς την κατεύθυνση της βιωσιμότητας και αειφόρου ανάπτυξης είναι, οι ενέργειες για την διάδοση των νέων τεχνολογιών, οι εναλλακτικοί και φιλικόι τρόποι ταξιδιού. Είναι χρήσιμο για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης να γίνει περαιτέρω ανάλυση του δεύτερου στοιχείου. Η Attica Group προσφέρει πακέτα ταξιδιού με προορισμό την Ευρώπη στα οποία συνδυάζουν το πλοίο και το τρένο. Τα μέσα αυτά είναι τα δύο περισσότερο φιλικά προς το περιβάλλον μεταφορικά μέσα. Επομένως, περιορίζοντας την οδική μεταφορά περιορίζονται ταυτόχρονα και οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα.

Ακόμη, εκτός από τους εθελοντικούς καθαρισμούς ακτών στους οποίους συμμετέχει η εταιρεία, έχει υιοθετήσει 2 ακόμη σημαντικές ενέργειες προάγοντας την αειφόρα και την βιώσιμη ανάπτυξη.

Αυτές είναι τα τασάκια στις ακτές σε ελληνικές παραλίες νησιών και τα έντυπα με χρήσιμες πληροφορίες για την προστασία του πλανήτη, τα οποία είναι διαθέσιμα στα πρακτορεία της εταιρείας, για ενημέρωση των πολιτών.

Επιπλέον, η ανακύκλωση, η απομάκρυνση απορριμμάτων από τις ακτές και η καινοτομική διαχείριση των απορριμμάτων με τρόπο οικολογικό, αλλά και οι γενικότερη στήριξη των νησιώτικων περιοχών είναι στις προτεραιότητες του Ομίλου. Η στήριξη στις νησιώτικες περιοχές (και κυρίως στις περιοχές που θεωρούνται άγονες γραμμές) έρχεται κα με την μορφή δωρεών ή χορηγιών στα πολιτιστικά και κοινωνικά δρώμενα αλλά και σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, δήμους και κοινότητες. Οι παραπάνω ενέργειες έχουν στόχο να περιορίσουν το αποκλεισμό των απομακρυσμένων νησιών. Η δωρεάν μεταφορά και οι σημαντικές εκπτώσεις στις μετακινήσεις ομάδων ή ατόμων με σκοπό την παιδεία, την υγεία και τον αθλητισμό, εντάσσεται επίσης στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της Attica Group. Η προώθηση του « ευ αγωνίζεσθε» αποτελεί ένα από τους στόχους του προγράμματος εταιρικής κοινωνικής ευθύνης του ομίλου. Τέλος, ως πράξη κοινωνικής προσφοράς και υπευθυνότητας μπορεί να θεωρηθεί και η εθελοντική αιμοδοσία των εργαζομένων της Attica Group.

Τέλος, δίδονται αριθμητικά στοιχεία για τα χρηματικά ποσά που δαπανήθηκαν στα πλαίσια της εταιρικής ευθύνης. Το 2010 διατέθηκαν συνολικά €158.264 για άμεσες χορηγίες ενώ το 2011 €132.280, ενώ για την μεταφορά ατόμων διατέθηκαν εισιτήρια συνολικής αξίας το 2010 €498.653 και για το 2011 ήταν συνολικής αξίας €496.805. Το 2012 διατέθηκαν συνολικά €55.687 για άμεσες χορηγίες ενώ το 2013 €30.000. Για την μεταφορά ατόμων διατέθηκαν εισιτήρια συνολική αξίας το 2012 €478.148 και για το 2013 €564.368. Οι ενέργειες και το πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναμένονταν να συνεχιστεί με συνέπεια και το 2014 από την Attica Group. Η έμφαση του προγράμματος εταιρικής κοινωνικής ευθύνης όπως αναφέρεται στον ετήσιο απολογισμό του 2013 θα ήταν και το 2014 στην στήριξη της τοπικής κοινωνίας και ιδιαίτερα της νεολαίας.

3.1.2 Diana Shipping Services Inc. και Unitized Ocean Transport Limited (UOT)

Η Diana Shipping Services Inc., εταιρία με δραστηριοποίηση στο χώρο της μεταφοράς χύδην ξηρών φορτίων και εμπορευματοκιβωτίων (Unitized Ocean Transport Limited), έχει ήδη αξιολογικό έργο στο τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας θα παρουσιαστεί η στρατηγική της, ως προς τρεις(3) κύριους άξονες οι οποίοι είναι η προστασία και η ασφάλεια της ανθρώπινης ζωής στην θάλασσα, η οικολογική συνείδηση με κύρια διάσταση την προστασία του θαλάσσιου και φυσικού περιβάλλοντος και η αίσθηση καθήκοντος προς τη κοινωνία με την διάσταση της διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού. Είναι σημαντικό να γίνει μια διευκρίνιση. Η Diana Shipping Services Inc. και η Unitized Ocean Transport Limited θα εξεταστούν συνολικά ως προς το έργο τους, καθώς ανήκουν στον ίδιο όμιλο. Επομένως, οι στόχοι και η στρατηγική είναι κοινά και για τις δυο εταιρείες.

Η ανάλυση θα εστιάσει στις πολιτικές που ακολουθούνται από την Diana Shipping ώστε η διαχείριση των πλοίων της να γίνεται με την δέσμευση της υψηλής ποιότητας στο πλοίο και στην εταιρία. Ακόμη, θα γίνουν αναφορές σχετικά με την εκπαίδευση στο πλοίο και στην ξηρά ώστε το προσωπικό να είναι κατάλληλο εξειδικευμένο και καταρτισμένο στα πρότυπα που τίθενται από διεθνείς οργανισμούς.

Η Diana δεν διαθέτει προσομοιωτές για την εκπαίδευση του προσωπικού της αλλά συνεργάζεται με άλλες εταιρείες και στέλνει τα άτομά της εκεί για εκπαίδευση και επιμόρφωση των εργαζομένων της.

Σχετικά με τα πλοία του στόλου της Diana, αναγνωρίζοντας τις πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις της θαλάσσιας μεταφοράς χύδην ξηρού φορτίου και τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο στο περιβάλλον κάποιου ατυχήματος, έχει εγκαταστήσει σύστημα αξιολόγησης των κινδύνων και λήψη προληπτικών ενεργειών (risk assessment). Ένα σημαντικό στοιχείο είναι τα πλοία της Diana, έχουν βραβευτεί για την ποιότητα και την ασφάλεια. Αναφερόμενοι στις πιστοποιήσεις ποιότητας της Diana, η εταιρεία κατά πλοία είναι πιστοποιημένα με τα συστήματα ποιότητας ISO 9001-2000 σχετικά με την ποιότητα και με το ISO 14001-2004 για την περιβαλλοντική διαχείριση. Επιπλέον, στα πιστοποιητικά ποιότητας της Unitized Ocean Transport Limited προστίθεται και το OHSAS 18001(Occupational health and safety) το οποίο είναι σχετικό με την ασφάλεια και την υγεία στην εργασία και το Green Award για τα μέτρα που λαμβάνει για την προστασία του περιβάλλοντος.

Σχετικά με την πρωτοπορία και την καινοτομία της εταιρείας, η ναυτιλιακή εταιρία που απέκτησε το ISO 14001, η περιβαλλοντική συμμόρφωση θα συνεχιστεί να δίνεται προτεραιότητα από την Diana. Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο καινοτομίας είναι ότι το DSS σκοπεύει να συνεχίσει να μετατρέπει την εταιρική κουλτούρα και τις πράξεις της εταιρίας και να είναι σίγουροι ότι είναι ένα μοντέλο στο ναυτιλιακό κλάδο για την περιβαλλοντική συμμόρφωση.

Σχετικά με την διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, η εταιρία έχει επενδύσει στην ενδυνάμωση των πληρωμάτων της και στην συνεχή εκπαίδευση και επιμόρφωση. Ο λόγος για την συγκεκριμένη εκπαίδευση είναι ότι η εταιρία πιστεύει ότι το έμπειρο και καλά εκπαιδευμένο προσωπικό στην ξηρά και στην θάλασσα, είναι παράγοντας ισχυροποίησης της υψηλής ποιότητας των υπηρεσιών προς τους πελάτες της.

Τέλος, κλείνοντας την ανάλυση για την στρατηγική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της Diana Shipping Services Inc. και της Unitized Ocean Transport Limited θα αναφερθεί ένα επιπλέον σημαντικό στοιχείο. Το στοιχείο της στρατηγικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με το οποίο θα κλείσει η ανάλυση είναι ότι στην προαναφερθείσα εταιρεία αναγνωρίζεται η ανάγκη της ένταξης των περιβαλλοντικών θεμάτων στις καθημερινές επιχειρηματικές αποφάσεις και δραστηριότητες. Για το σκοπό αυτό υιοθετούνται τα κατάλληλα τεχνολογικά συστήματα και πρακτικές διαχείρισης, τα οποία ενισχύουν την περιβαλλοντική διαχείριση. Επομένως, το συμπέρασμα που απορρέει είναι ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού της εταιρίας αλλά και της οργανωτικής κουλτούρας που διέπει τον οργανισμό χωρίς να περιορίζεται μόνο σε πρακτική δημοσίων σχέσεων και χορηγιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΜΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Υπάρχουν ορισμένοι τομείς κοινωνικού ενδιαφέροντος που απασχολούν τις επιχειρήσεις από την δεκαετία του 1970 έως σήμερα. Πρόκειται για την ατμοσφαιρική ρύπανση των υδάτων, την ασφάλεια των καταναλωτών και των εργαζομένων. Αυτά τα θέματα αφορούν όλες τις επιχειρήσεις ακόμη και αν εφαρμόζουν την προσέγγιση κοινωνικής υποχρέωσης με την κοινωνική ευθύνη. Καθένα από αυτούς τους τομείς περιέχει και ορισμένες νομικές υποχρεώσεις στις οποίες θα πρέπει να συμμορφώνονται οι επιχειρήσεις και να αναλύονται ως εξής:

1. Ευθύνη για την προστασία του περιβάλλοντος

Ένας από τους πλέον κρίσιμους και επίκαιρους τομείς στους οποίους εντοπίζεται ευθύνη της επιχείρησης είναι η διατήρηση και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Η ρύπανση της ατμόσφαιρας, η ρύπανση των υδάτων των ποταμών, των λιμνών και των θαλασσών και η καταστροφή της εντός αυτών ζωής, του χερσαίου ζωικού και φυτικού πλούτου, έχουν προσελκύσει τα τελευταία χρόνια την προσοχή των ειδικών και των υπεύθυνων και έχουν αναχθεί σε μείζονα πρόβλημα της διεθνούς κοινότητας. Οι επιχειρήσεις φέρουν ένα μεγάλο ποσοστό ευθύνης για την συντελούμενη καταστροφή στα υδάτινα οικοσυστήματα, ο καπνός και τα αέρια που εκπέμπονται από τα εργοστάσια, τα άχρηστα υλικά τοξικά ή και τα ραδιενεργά μολύνουν σε μεγάλο βαθμό το περιβάλλον.

Εξαιτίας των διαστάσεων που έχει λάβει το πρόβλημα, τελευταία έχουν ευαισθητοποιηθεί σε παγκόσμια κλίμακα διάφοροι διεθνείς και κυβερνητικοί οργανισμοί και έχουν οδηγήσει στην λήψη νομοθετικών μέτρων για τον περιορισμό τους, όπως ο νόμος της προστασίας της ατμόσφαιρας (Clean Air Act), ο Ομοσπονδιακός νόμος περί ελέγχου της ρύπανσης των υδάτων (Federal Water Pollution Control Act), και ο νόμος περί ανάκτησης πόρων (Resource Recovery Act).

Με τη γενική αυτή κινητοποίηση, υπάρχουν ενδείξεις ότι ένα ποσοστό επιχειρήσεων τείνει να πειστεί για τη σοβαρότητα του προβλήματος και να πάρει ανάλογα μέτρα.

2. Ευθύνη για τον εργαζόμενο άνθρωπο

Ο εργαζόμενος πρέπει να αντιμετωπίζεται από την επιχείρηση ως ανθρώπινη ύπαρξη και αξία. Ο σεβασμός της αξιοπρέπειας, η προστασία της υγείας και της ασφάλειας στο χώρο της εργασίας, η εξασφάλιση ανεκτών συνθηκών εργασίας από άποψη χώρου, φωτισμού, αερισμού, θερμοκρασίας, η καταβολή δίκαιης αμοιβής, η στοιχειώδης προστασία της μητρότητας, είναι μερικά από τα σημεία στα οποία έχει υποχρέωση να δίνει ιδιαίτερη σημασία η επιχείρηση. Αφότου τέθηκε σε ισχύ ο νόμος περί ανθρωπίνων δικαιωμάτων (Civil Rights Acts), οι επιχειρήσεις ευθύνονται για τη σωστή αντιμετώπιση των μειονοτήτων στο χώρο εργασίας. Ο νόμος περί ασφάλειας και υγείας στην εργασία (Occupational Safety and Health Act, OSHA) επέτρεψε στην ομοσπονδιακή κυβέρνηση να θεσπίζει και να επιβάλλει πρότυπα για την ασφάλεια και την προστασία των εργαζομένων. Αυτή η νομοθεσία θεσπίστηκε λόγω της αυξανόμενης αγανάκτησης των εργαζομένων και της κοινής γνώμης για τις ανασφαλείς συνθήκες εργασίας που είχαν ως αποτέλεσμα το θάνατο χιλιάδων και τον τραυματισμό εκατοντάδων χιλιάδων εργαζομένων κάθε χρόνο. Ο εργοδότης υπήρξε ανέκαθεν το κοινωνικά και οικονομικά ισχυρότερο μέρος στη σύμβαση εργασίας. Η επιχείρηση, αν επιθυμεί να διακρίνεται για το επίπεδο της κοινωνικής της υπευθυνότητας, θα πρέπει να κάνει με φειδώ χρήση αυτής της υπεροχής.

3. Ευθύνη του καταναλωτή

Η επιχείρηση μπορεί (και μέχρι ενός βαθμού υποχρεούται) να υιοθετεί και να εφαρμόζει μια κοινωνικά υπεύθυνη πολιτική στις σχέσεις της με το καταναλωτικό κοινό. Οφείλει να φέρεται με στοιχειώδη ευπρέπεια προς τον πελάτη και να μεριμνά για την διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας του. Είναι κοινωνικά ανεπίτρεπτη και καταδικαστέα η διοχέτευση στην αγορά εκ μέρους της επιχείρησης Αγαθών που δεν πληρούν τους καθιερωμένους όρους υγιεινής, ή Αγαθών που θέτουν σε κίνδυνο την ασφάλεια του καταναλωτή. Ένα αυτοκίνητο παραδείγματος χάρη με τεχνικά ελαττώματα, εγκυμονεί κίνδυνο για τον οδηγό και τα επιβαίνοντα πρόσωπα καθώς επίσης και για τους διερχόμενους οδηγούς.

Κοινωνικά απαράδεκτη είναι επίσης η προσπάθεια πώλησης μειωμένης ή ανύπαρκτης χρησιμότητας αγαθών, καθώς και η προσπάθεια εξαπάτησης του πελάτη σε θέματα που αφορούν την ποιότητα. Τέλος, η επιχείρηση έχει κοινωνική υποχρέωση απέναντι στον καταναλωτή:

A) Για την πλησιέστερη δυνατή ενημέρωση του, εφόσον αφορά τη λειτουργία και τη λειτουργία και τη χρησιμότητα του πωλούμενου αγαθού.

B) Για την αναγνώριση του δικαιώματος και για την διευκόλυνση να επιλέγει το αγαθό που επιθυμεί να αγοράσει.

Γ) Για προσεκτική ακρόαση του πελάτη, για τυχόν παράπονα που διατυπώνονται για ελαττώματα του αγαθού ή για πληρωμή υπερβολικής τιμής. Η αντιμετώπιση των παραπάνω πρέπει να γίνεται με ειλικρίνεια και εντιμότητα και οι ευθύνες, αν υπάρχουν να γίνονται με προθυμία δεκτές.

4. Η ευθύνη προς τους επενδυτές

Ο επιχειρηματίας δεν είναι πάντοτε και διαχειριστής της επιχειρηματικής περιουσίας. Όταν, ιδιαίτερα, η επιχείρηση λειτουργεί υπό μορφή ανώνυμης εταιρείας η διαχείριση ασκείται, από ένα μικρό αριθμό προσώπων από τα οποία συγκροτείται το διοικητικό συμβούλιο. Ακόμη και στην περίπτωση όπου το διοικητικό συμβούλιο συγκροτείται από μετόχους που κατέχουν την πλειοψηφία των μετοχών, γεγονός αναμφισβήτητο, είναι ότι ένα μεγάλο ποσοστό μετοχών εκπροσωπούντων είναι ένα επίσης σημαντικό ποσοστό κεφαλαίου, ουδόλως, αναμειγνύεται με τη διαχείριση.

Πολλοί από τους μη ασκούντες διαχείριση μετόχους είναι άτομα εντελώς αμήτητα προς οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα, έχουν επενδύσει απλώς τα κεφαλαία τους ελπίζοντας καλή πορεία.

Απέναντι στα άτομα αυτά, το διοικητικό συμβούλιο και τα διοικητικά στελέχη, ως διαμορφωτές και εκφραστές της βούλησης της επιχείρησης, έχουν (πλην της νομικής και τυπικής) και ηθική κοινωνική ευθύνη για εμπνευσμένη σφύρα και έντιμη διαχείριση, ώστε να επιτυγχάνεται η μεγαλύτερη δυνατή απόδοση των κεφαλαίων τους και να καθίσταται δυνατή η διανομή ικανοποιητικού μερίσματος.

5. Συμμετοχή σε κοινωφελείς δραστηριότητες

Κατά μια εκδοχή, ο βαθμός της κοινωνικής υπευθυνότητας της επιχείρησης, όπως και των ατόμων, συμπίπτει με το βαθμό της κοινωνικής ευαισθησίας και κρίνεται από την προθυμία συμμετοχής στην κοινωνική προσπάθεια για:

1. Πνευματική ανάπτυξη και καλλιέργεια.
2. Ανακούφιση των οικονομικά αδύνατων.
3. Βελτίωση της ποιότητας των ανθρώπινων σχέσεων.
4. Απαλλαγή του ανθρώπινου πόνου.

Κατά την εκδοχή αυτή πέρα της συνταγματικής υποχρέωσης για αναλογική συμμετοχή στα δημόσια βάρη, η οποία άλλωστε υλοποιείται δια της εφαρμογής των σχετικών διατάξεων της φορολογικής, κυρίως, νομοθεσίας, η επιχείρηση, για να τύχει της γενικής κοινωνικής εκτίμησης και αποδοχής, πρέπει να συνεισφέρει σε διάφορους οργανισμούς κοινωφελούς χαρακτήρα, οποίοι δραστηριοποιούνται στο χώρο της εκπαίδευσης, της υγείας, της τέχνης, της φιλανθρωπίας κ.α.

Επίσης, ως υψηλού βαθμού κοινωνική παρουσία και συμμετοχή, θεωρείται και η επέμβαση για τη βελτίωση κακώς κειμένων ή κακώς βαινόντων πολιτικών και εθνικών ζητημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

5.1 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και περιβάλλον

Από τη φύση της η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι δυναμική και συγκλίνει στην διαπίστωση ότι οικονομική ανάπτυξη, κέρδος, κοινωνικές ευαισθησίες και ενδιαφέρον για το περιβάλλον δεν είναι έννοιες αντιφατικές και αντικρουόμενες. Μόνο όλοι μαζί μπορούμε να ανατρέψουμε τις δυσοίωνες τάσεις της κλιματικής αλλαγής. Σε αυτό το πλαίσιο αξίζει να τονιστεί ότι οι επιχειρήσεις δεν αποτελούν ξένα σώματα, αλλά υπάρχουν, λειτουργούν και εξελίσσονται και αυτές μέσα στην κοινωνία. Υπό αυτή την έννοια, αποδεικνύεται ότι όσο πιο πολύ εφαρμόζονται οι αρχές της κοινωνικής ευθύνης τόσο πιο πολύ συγκλίνουν τα οράματα όλων των θεσμικών-συλλογικών και ατομικών-εκφραστών μιας δομημένης κοινωνίας για ένα περισσότερο υγιές και ελπιδοφόρο αύριο.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη νοείται ως συμπεριφορά των επιχειρήσεων η οποία υπερβαίνει τις νομικές μας υποχρεώσεις και υιοθετείται εθελοντικά, ενώ συνδέεται στενά με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς ενσωματώνει τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων μας. Σε μία σύγχρονη κοινωνία, η επιτυχία μιας στρατηγικής οικονομικής ανάπτυξης εξαρτάται, κυρίως, από τη συμμετοχή του συνόλου των κοινωνικών και οικονομικών δυνάμεων στον σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στον έλεγχο όλων των απαραίτητων μέτρων πολιτικής.

Η μακροχρόνια και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη περνάει αναμφίβολα μέσα από τον σεβασμό στο περιβάλλον και στις μελλοντικές γενιές.

Προκύπτει, λοιπόν, έκδηλη η ανάγκη αλληλοσυσχέτισης της πολιτικής περιβάλλοντος και με άλλες αναπτυξιακές πολιτικές, όσο και η ανάγκη μιας συνολικής και ολοκληρωμένης αντιμετώπισης των περιβαλλοντικών ζητημάτων. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί παράδειγμα υγιούς νοοτροπίας και πρακτικής υπό την έννοια ότι αποδεικνύει ότι με αυτόν τον τρόπο όλοι μπορεί να βγαίνουν κερδισμένοι και οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές, πάνω απ όλα το περιβάλλον. Αναφορικά με το περιβάλλον, έναν τομέα στον οποίο η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έχει άμεση εφαρμογή, η αξία της έρχεται μέσα από τη συνειδητοποίηση της αντίληψης ότι η κοινωνία του σήμερα δεν μπορεί και δεν πρέπει να αισθάνεται ότι είναι και ο τελευταίος διαχειριστής του περιβάλλοντος.

Ο περιβαλλοντικός εφησυχασμός απαγορεύεται. Αν θέλουμε να κληροδοτήσουμε ένα βιώσιμο και υγιές μέλλον οφείλουμε όλοι από κοινού να αλλάξουμε τους όρους του σήμερα. Και όπως συμβαίνει συνήθως με θέματα αλλαγής νοοτροπιών, η εκπαίδευση παίζει μείζονα ρόλο. Και οι επιχειρήσεις μπορούν και παίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτό το επίπεδο.

Οι περιβαλλοντικές προκλήσεις της εποχής μας, άλλωστε, απαιτούν συνεργασία μεταξύ όλων των φορέων προκειμένου να υπάρξει η απαραίτητη ευαισθητοποίηση των πολιτών.

Γιατί στην Ελλάδα, εκτός από τον μικρό βαθμό ανάπτυξης συνείδησης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, υπάρχει αντίστοιχα πρόβλημα και ελλειπούς ανάπτυξης. Η εθελοντική διάθεση οφείλει να γίνει αυτονόητη συμπεριφορά όλων των θεσμικών εταίρων και η εταιρική κοινωνική ευθύνη μονόδρομος στη συνολική συμπεριφορά των επιχειρήσεων.

Να σημειωθεί ότι αν συνειδητοποιήσουμε ότι το περιβάλλον είναι το σπίτι του κοινού μας μέλλοντος και ο χώρος της κοινής μας δημιουργίας και της κοινής οικονομική συμπεριφοράς τότε οι συμπεριφορές όλων μας θα είναι πιο υπεύθυνες.

5.2 Σύστημα διαχείρισης του περιβάλλοντος

Ένα Σύστημα Διαχείρισης του Περιβάλλοντος (ΣΔΠ) είναι ένα σύστημα με το οποίο μια εταιρία ελέγχει και οργανώνει τις δραστηριότητες, τα προϊόντα και τις διεργασίες για την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Η διαχείριση του περιβάλλοντος είναι το εργαλείο ουσιαστικά που καθιστά ικανό τον έλεγχο των αιτιών και έτσι ελαχιστοποιούνται ή εξαφανίζονται οι επιπτώσεις. Ένα ΣΔΠ από μόνο του δεν βελτιώνει την περιβαλλοντική απόδοση της επιχείρησης είναι και τα άτομα που λειτουργούν αυτά τα συστήματα.

Τα ΣΔΠ μπορεί να είναι επίσημα και προσωποποιημένα, όπως είναι το ISO14001 και το EMAS, ή μπορεί να είναι ανεπίσημα όπως ένα εσωτερικό πρόγραμμα ελαχιστοποίησης των αποβλήτων ή μη γραπτοί τρόποι και μέθοδοι με τα οποία ένας οργανισμός διαχειρίζεται τις αλληλεπιδράσεις του με το περιβάλλον.

5.2.1 ISO 14000

Τα ISO 14000 είναι μια σειρά διεθνών προτύπων για τη διαχείριση του περιβάλλοντος. Είναι η πρώτη τέτοια σειρά προτύπων που επιτρέπει σε οργανισμούς από ολόκληρο τον κόσμο να επιδιώκουν περιβαλλοντικές προσπάθειες και μέτρα αποδόσεως ανάλογα με τα διεθνώς ισχύοντα κριτήρια. Το ISO 14001 είναι το πρώτο της σειράς 14000 και εξειδικεύει τις απαιτήσεις ενός ΣΔΠ. Το ISO 14001 προσδιορίζεται να εφαρμόζεται σε όλους τους τύπους και τα μεγέθη των οργανισμών και συμβιβάζεται ποικίλες γεωγραφικές, πολιτισμικές και κοινωνικές συνθήκες.

Ο συνολικός στόχος του ISO 14001 και των άλλων προτύπων της ίδια σειράς είναι να στηρίζουν την περιβαλλοντική προστασία και την πρόληψη της ρυπάνσεως σε αρμονία με τις κοινωνικό-οικονομικές ανάγκες. Το ISO 14001 εφαρμόζεται σε κάθε οργανισμό που επιθυμεί να βελτιώνει και να επιδεικνύει την περιβαλλοντική του απόδοση σε άλλους μέσω της παρουσίας ενός πιστοποιημένου συστήματος διαχείρισεως του περιβάλλοντος. Με εξαίρεση την απαιτούμενη δέσμευση για συνεχή βελτίωση και τη δέσμευση για συμμόρφωση με τους σχετικούς νόμους και κανονισμούς, το ISO 14001 δεν καθορίζει απαιτήσεις περιβαλλοντικής αποδόσεως.

Το ISO 14000 περιλαμβάνει τα ακόλουθα πρότυπα:

- ✚ **14001: Σύστημα Διαχειρίσεως του Περιβάλλοντος-Προδιαγραφές με οδηγίες χρήσης.**
- ✚ **14002: Συστήματα Διαχειρίσεως του Περιβάλλοντος- Οδηγίες για ζητήματα που επηρεάζουν Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις**
- ✚ **14004: Συστήματα Διαχειρίσεως του Περιβάλλοντος-Γενικές Οδηγίες για τις Αρχές, τα Συστήματα και τις Υποστηρικτικές Τεχνικές.**
- ✚ **14010: Οδηγίες για Περιβαλλοντική Ελεγκτική-Γενικές Αρχές Περιβαλλοντικής Ελεγκτικής.**
- ✚ **14031: Αξιολόγηση Περιβαλλοντικής Αποδόσεως-Οδηγίες.**

5.2.2 EMAS (Eco- Management and Audit Scheme)

Αν και το ISO 14001 είναι το μόνο διεθνές πρότυπο για ένα ΣΔΠ, υπάρχουν και άλλα πρότυπα που περιγράφουν τις απαιτήσεις για ένα λειτουργικό ΣΔΠ. Από τα πρώτα και πιο αναγνωρισμένα τέτοια πρότυπα είναι το EMAS (Eco- Management and Audit Scheme), ένας κανονισμός της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ΣΔΠ.

Το EMAS απαιτεί τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης να οργανώνουν υποστηρικτικές διοικητικές δομές για το σχήμα και να παροτρύνουν τις επιχειρήσεις να συμμετέχουν επί εθελοντικής βάσεως.

Ο συνολικός στόχος του EMAS ήταν να καλύψει την υποχρέωση της Ευρωπαϊκής Ένωσης να αναπτύξει πολιτική και δράση σε σχέση με το περιβάλλον και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Το EMAS αναγνωρίζει ότι η βιομηχανία έχει τη δική της υποχρέωση να διαχειρίζεται την περιβαλλοντική επίπτωση των δραστηριοτήτων της και επομένως θα πρέπει:

1. Να υιοθετεί μια ενεργή προσέγγιση σ' αυτό το πεδίο.
2. Να προλαμβάνει, να μειώνει και όσο είναι το δυνατόν να εξαφανίζει τη ρύπανση, ιδιαίτερα στην πηγή.
3. Να εξασφαλίζει καλή διαχείριση των πόρων.
4. Να χρησιμοποιεί καθαρές ή ακόμη καθαρότερες τεχνολογίες.

Το EMAS περιγράφει ότι αυτή η υπευθυνότητα ζητά από τις επιχειρήσεις να εγκαταστήσουν και να εφαρμόσουν αποτελεσματικά συστήματα διαχείρισης του περιβάλλοντος, που να περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, μια περιβαλλοντική πολιτική, σκοπούς, προγράμματα και παροχή πληροφοριών για τη σχετική περιβαλλοντική απόδοση στο κοινό όλων των στόχων σε λογική συνεχή περιβαλλοντικής αποδόσεως.

5.3 Η Ρύπανση του περιβάλλοντος

Η ρύπανση ορίζεται η κατάσταση κατά την οποία ορισμένα στοιχεία που εκπέμπονται και συσσωρεύονται στο περιβάλλον είναι επιβλαβή για τον άνθρωπο και τους άλλους έμβιους οργανισμούς, ή ανεπιθύμητα, λόγω του ότι εμποδίζουν την αξιοποίηση του περιβάλλοντος για συγκεκριμένους επωφελείς σκοπούς. Οι ζημιές που δημιουργεί η ρύπανση αποτελούν το κόστος της συγκεκριμένης εξωτερικής οικονομίας. Η αποφυγή τους από την άλλη πλευρά αποτελεί το όφελος που προκύπτει από την προστασία της ποιότητας του περιβάλλοντος.

Η ρύπανση διακρίνεται σε ρύπανση της ατμόσφαιρας, των υδάτινων πόρων του εδάφους, καθώς και σε ηχητική και αισθητική ρύπανση. Μεγάλης σημασίας είναι η ραδιενεργός ρύπανση που μολύνει την ατμόσφαιρα, το νερό και το έδαφος. Τα φαινόμενα του θερμοκηπίου, της τρύπας του όζοντος και της όξινης βροχής έχουν παγκόσμιες επιπτώσεις και έχουν προκαλέσει ιδιαίτερο ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια.

5.3.1 ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΡΥΠΑΝΣΗ

Ατμοσφαιρική ρύπανση είναι η καύση ενεργειακών πόρων που πραγματοποιείται από τα μεταφορικά μέσα, τη βιομηχανία, την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και από θέρμανση κατοικιών και άλλων κτιρίων. Η ατμοσφαιρική ρύπανση διακρίνεται σε βιομηχανική και αστική ρύπανση. Τη βιομηχανική τη συναντάμε σε περιοχές εγκατάσταση σταθμών παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, μεγάλων βιομηχανικών μονάδων. Η αστική ρύπανση αφορά αστικές περιοχές και κυρίως αυτές που έχουν μεγάλη πληθυσμιακή πυκνότητα. Πηγές αστικής ρύπανσης είναι κυρίως ο τομέας των οδικών μεταφορών.

Οι κυριότεροι ρύποι που συναντάμε στην ατμόσφαιρα είναι:

1. Το διοξείδιο του θείου (SO₂). Προέρχεται κυρίως από καύσεις καυσίμων που περιέχουν θείο και από βιομηχανική δραστηριότητα παραγωγής θεικού οξέος.
2. Οξείδια του αζώτου (NO_x). Προέρχονται από την καύση των στερεών, υγρών και αέριων καυσίμων και αποτελούν βασικά στοιχεία φωτοχημικών αντιδράσεων.
3. Μονοξείδιο του άνθρακα (CO). Προέρχονται από την ατελή καύση διαφόρων καυσίμων, όταν είναι ανεπαρκής η τροφοδοσία σε οξυγόνο. Η μεγαλύτερη πηγή μονοξειδίου του άνθρακα στα αστικά κέντρα είναι τα βενζινοκίνητα οχήματα με συνολικές εκπομπές μεγαλύτερες από το σύνολο των άλλων ρύπων.
4. Υδρογονάνθρακες (HC). Προέρχονται από μερική καύση καυσίμων που όπως είπαμε είναι επιρρεπείς σε φωτοχημικές αντιδράσεις.
5. Αιωρούμενα σωματίδια (TSP). Προέρχονται από τις παραγωγικές διαδικασίες, από τις καύσεις καυσίμων και από διάφορες διαδικασίες, χημικές ή φυσικές που συμβαίνουν στην ατμόσφαιρα.

6. Καπνός. Προέρχεται από ατελή καύση καυσίμων. Η σύσταση των μαύρων σωματιδίων του είναι άνθρακας, άκαυστοι υδρογονάνθρακες και μόλυβδος.
7. Όζον (O₃) και Φωτοχημικοί ρυπαντές. Είναι δευτερογενείς ρυπαντικές ουσίες και δημιουργούνται από αντιδράσεις σε συνθήκες ηλιοφάνειας όταν υπάρχουν στην ατμόσφαιρα διοξείδιο του αζώτου και υδρογονάνθρακες.

Το μέγεθος της ατμοσφαιρικής ρύπανσης εξαρτάται από τη ποσότητα των ρυπαντικών ουσιών που εκπέμπονται από τις διάφορες εστίες και από την ταχύτητα διασποράς και διάχυσης τους στην ατμόσφαιρα. Τα ανώτερα επιτρεπτά όρια των ρύπων θα τα δούμε αναλυτικότερα στον παρακάτω πίνακα:

ΡΥΠΟΙ	ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ
Διοξείδιο του θείου (SO ₂)	80-120 mg/m ³ (α) 130-180 mg/m ³ (β)	Μέσα ετήσια επίπεδα ημερησίων τιμών Μέσα χειμερινά επίπεδα των ημερησίων τιμών
Καπνός	80 mg/m ³ 130 mg/m ³	Μέσα ετήσια επίπεδα ημερησίων τιμών Μέσα χειμερινά επίπεδα των ημερησίων τιμών
Αιωρούμενα σωματίδια (TSP)	120 mg/m ³	Μέσα ετήσια επίπεδα ημερησίων τιμών
Διοξείδιο του αζώτου (NO ₂)	50 mg/m ³ 200 mg/m ³	Μέσα ετήσια επίπεδα των ωριαίων μέσων τιμών P ₉₈ όλων των ημερησίων μέσων τιμών που μετρήθηκαν όλο το έτος
Όζον (O ₃)	180mg/m ³ (όριο επιφυλακής) 306 mg/m ³ (όριο λήψης εκτάκτων μέτρων) 110 mg/m ³	Μέση ωριαία τιμή Μέση ωριαία τιμή Μέση τιμή οκταώρου

Μονοξείδιο του άνθρακα (CO)	300 mg/m ³	Μέγιστη ωριαία τιμή
	10 mg/m ³	Μέγιστη τιμή οκταώρου
Μόλυβδος	2 mg/m ³	Μέγιστη ετήσια τιμή

Ανδριάνα Βλάχου (2001)

Ανώτατα επιτρεπτά όρια ρύπων

5.3.2 Η Ρύπανση των υδάτινων πόρων

Κάθε παράγοντας που εμποδίζει την κανονική χρήση των υδάτων θεωρείται ότι προκαλεί ρύπανση. Οι λίμνες, τα ποτάμια και οι θάλασσες υφίστανται βιολογική, χημική και βακτηριολογική ρύπανση από την απόρριψη των υγρών αποβλήτων της βιομηχανίας και της οικιακής χρήσης και μεταφορά πετρελαιοειδών, καθώς επίσης και από τη χρησιμοποίηση λιπασμάτων και φαρμάκων στην γεωργία. Πολλές από αυτές τις ρυπαντικές ουσίες διασπώνται και απορροφώνται από τον υδάτινο αποδέκτη σταδιακά, άλλες όμως δεν είναι δυνατόν να αποικοδομηθούν από το οικοσύστημα του αποδέκτη.

Οι υδάτινοι πόροι μπορεί να υπόκεινται σε διαταραχή της θερμοκρασίας του νερού, η οποία είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της ζωής στο οικοσύστημά του. Αυτό σημαίνει όταν βιομηχανίες χρησιμοποιούν νερό για ψυκτικούς σκοπούς και στην συνέχεια εκκίνουν το νερό σε υψηλή θερμοκρασία στον υδάτινο αποδέκτη. Διαταραχή της θερμοκρασίας του νερού μπορεί να προκαλέσει και το φαινόμενο του θερμοκηπίου.

Άλλη μορφή ρύπανσης των νερών είναι η απόρριψη σκόνης και στερεών ουσιών, οι οποίες μένουν χημικά αναλλοίωτες μέσα στο νερό, αλλά διαταράσσουν τη ζωή του οικοσυστήματος με το να εμποδίζουν το φώς να διεισδύει και κατά συνέπεια τη λειτουργία της φωτοσύνθεσης.

Η ρύπανση του νερού έχει επίσης καταστροφικές συνέπειες σε ζωντανούς οργανισμούς του οικοσυστήματος των ποταμών, λιμνών και θαλασσών. Έχει σαν αποτέλεσμα την εξαφάνιση ψαριών και άλλων οργανισμών και τη διατάραξη της οικολογικής ισορροπίας. Οι οικονομικές ζημιές από την μείωση της αλιείας είναι επίσης σημαντικές. Τέλος η ρύπανση εμποδίζει τη χρήση των υδάτινων πόρων για αναψυχή, με αρνητικές επιπτώσεις για τον τουρισμό.

5.4 Προστασία του Περιβάλλοντος

Με τον όρο προστασία του περιβάλλοντος εννοούμε το σύνολο των ενεργειών, μέτρων που έχουν στόχο την πρόληψη της υποβάθμισης του περιβάλλοντος ή την αποκατάσταση, διατήρηση ή βελτίωση του.

Επίσης ως Προστασία του περιβάλλοντος νοείται:

A. Η διατήρηση του χαρακτήρα του φυσικού περιβάλλοντος και η βελτίωση των διαμορφωμένων σχέσεων μεταξύ των στοιχείων αυτού ως οικοσυστήματος.

B. Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος από τις ζημιογόνες επιπτώσεις για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων και παρεμβάσεων του ανθρώπου.

Γ. Η διαφύλαξη του πολιτιστικού περιβάλλοντος και των ιστορικών χώρων.

Δ. Ο έλεγχος της αξιοποίησης των φυσικών πόρων και της ανάπτυξης των χώρων δραστηριοτήτων, με σκοπό την εναρμόνιση των σχέσεων μεταξύ του φυσικού περιβάλλοντος, του πολιτιστικού περιβάλλοντος και της οικονομικής δράσεως του ανθρώπου.

5.4.1 Μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος

Τα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος έχουν στόχο να αναγκάσουν ή να δώσουν κίνητρα στις οικονομικές μονάδες να λάβουν υπόψη τους στις εξωτερικές οικονομίες που δημιουργούν. Μια επιχείρηση για παράδειγμα μπορεί να περιορίσει τη ρύπανση που προκαλεί με μείωση του προϊόντος που παράγει, με πιο ορθολογική χρήση των πόρων, ώστε να ελαχιστοποιούνται οι ρύποι, που εκπέμπονται στο περιβάλλον, ή με επεξεργασία των ρύπων, ώστε να μειώσει τις ζημίες που προκαλούν. Οι ζημίες αποτελούν εξωτερικές οικονομίες, ενώ το κόστος ελέγχου της ρύπανσης αποτελεί ιδιωτικό κόστος για την επιχείρηση. Έτσι είναι προ το συμφέρον της επιχείρησης που λειτουργεί με ιδιωτικό-οικονομικά κριτήρια να χρησιμοποιεί το περιβάλλον σαν αποδέκτη απορριμμάτων, αντί να προβαίνει σε περιορισμό ή καθαρισμό των ρυπαντικών ουσιών που εκπέμπει.

Τα μέτρα που λαμβάνονται για την προστασία του περιβάλλοντος αρχικά είναι οι άμεσες διοικητικές ρυθμίσεις σχετικά με την ποσότητα της εκπεμπόμενης ρύπανσης, την ποιότητα των καυσίμων και το είδος της τεχνολογίας που χρησιμοποιείται. Επίσης, περιλαμβάνουν οικονομικά μέτρα, όπως είναι η επιβολή φόρων επί των εκπεμπόμενων ρύπων ή επί των ρυπογόνων προϊόντων, η καταβολή επιδοτήσεων, η έκδοση αδειών ρύπανσης και η δημιουργία σχετικής αγοράς, οι εθελοντικές συμφωνίες και η καθιέρωση επιστρεφόμενων εγγυήσεων για την προστασία του περιβάλλοντος. Τα μέτρα που συμπεριλαμβάνουν τις δημόσιες επενδύσεις για έργα βελτίωσης της ποιότητας του περιβάλλοντος καθώς και την εκπαίδευση για την ανάπτυξη οικολογικής γνώμης και συνείδησης. Τα μέτρα αυτά δεν είναι αμοιβαία αποκλειόμενα. Αντίθετα θα πρέπει να συνδυάζονται προκειμένου να επιτυγχάνεται το άριστο ή το επιθυμητό επίπεδο ρύπανσης του περιβάλλοντος. Στόχος των μέτρων είναι η δημιουργία κινήτρων στις οικονομικές μονάδες, ώστε να προσαρμόσουν τη συμπεριφορά τους για επιτευχθεί το άριστο ή το επιθυμητό επίπεδο ρύπανσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

6.1 Η διάσταση του φυσικού περιβάλλοντος

Η προστασία του περιβάλλοντος είναι ο τομέας, που βαρύνει με ευθύνη κατά μεγάλο ποσοστό τις επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις είναι αυτές, που αντλούν πόρους από το περιβάλλον για την παραγωγή, εκπέμπουν ρύπους και απόβλητα και καταναλώνουν ενέργεια σε μεγάλες ποσότητες. Επομένως, βαρύνονται με την ευθύνη όχι απλώς να τηρούν τη σχετική νομοθεσία και τους κανονισμούς, αλλά θα πρέπει να λαμβάνουν επιπλέον μέτρα για τη διαχείριση του περιβαλλοντικού κεφαλαίου και των φυσικών πόρων. Η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, της εκπομπής ρύπων, λυμάτων κι αποβλήτων μέσω χρήσης τεχνολογικών συστημάτων φιλικών προς το περιβάλλον είναι απαραίτητα στοιχεία στην περιβαλλοντική πολιτική μιας επιχείρησης. Επιπλέον, μέσω του θεσμού της ΕΚΕ δίνεται η δυνατότητα για εφαρμογή πιστοποιημένων συστημάτων διαχείρισης στον τομέα του περιβάλλοντος (π.χ. πρότυπα ISO και EMAS), προγράμματα τα οποία ακολουθούν τις Κοινοτικές Οδηγίες. Επιπλέον, το χρηματοπιστωτικό σύστημα χρηματοδοτεί επιχειρήσεις, οι οποίες μακροπρόθεσμα κομίζουν κέρδη για την εταιρεία, γιατί οδηγούν σε αυξημένη ανταγωνιστικότητα και αποδοτικότητα, κι όφελος για το περιβάλλον, καθώς ελαττώνουν το περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

Η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως κι η ένταξη στη διαδικασία της ανακύκλωσης θεωρούνται πλέον επιβεβλημένα μέτρα, τα οποία απαραίτητως πρέπει να λαμβάνει μια επιχείρηση.

Σε γενικές γραμμές οι επιχειρήσεις σε συνεργασία με τις ενώσεις τους και τους αρμόδιους φορείς οφείλουν να οργανώσουν εκστρατείες για την ενθάρρυνση παραγωγής προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, αλλά ταυτόχρονα και να ενημερώσουν τους καταναλωτές, ώστε να αναπτύξουν συνειδητά οικολογικές καταναλωτικές συνήθειες.

6.2 Η Οικονομική Διάσταση

Η οικονομική διάσταση στα πλαίσια της ΕΚΕ, ορίζεται ως το οικονομικό όφελος, που έχει η επιχείρηση στο οικονομικό περιβάλλον, όπου δραστηριοποιείται και εμπεριέχει σε μεγάλο βαθμό το κοινωνικό και το περιβαλλοντικό κέρδος, όπως αναπτύχθηκαν παραπάνω. Η εγκατάσταση κι η λειτουργία μιας επιχείρησης σε μια κοινότητα δημιουργεί θέσεις εργασίας, συνεργασίες με τοπικούς επαγγελματίες, φέρνει έσοδα από φόρους στα δημόσια ταμεία, συμβάλλοντας έτσι στην ισόρροπη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τόπου. Το σύνολο της λειτουργίας, όμως, της επιχείρησης πρέπει να διέπεται από διαφάνεια στο σύστημα συναλλαγών της κι ορθές συναλλακτικές πρακτικές. Η τήρηση νόμων, κανόνων, κωδικών δεοντολογίας θεωρείται θεμελιώδους σημασία για την σωστή εταιρική διακυβέρνηση, ενώ η ενσωμάτωση προτύπων διαχείρισης κι η προώθηση κοινωνικά υπεύθυνα επενδύσεων προσδίδουν στην επιχείρηση υπεροχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

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

6.3 Η σύνδεση με το Marketing και το Management

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες στα πλαίσια της ΕΚΕ οι επιχειρήσεις προσπαθούν να υιοθετήσουν μια πιο στρατηγική προσέγγιση σε ότι αφορά τις φιλανθρωπικές δραστηριότητες τους κυρίως επιχειρώντας να ευθυγραμμίσουν τέτοιου είδους δραστηριότητες με την κουλτούρα και τους στόχους τους. Καθώς η ΕΚΕ εμπεριέχει εταιρικές κοινωνικές δράσεις, που ικανοποιούν κοινωνικούς σκοπούς πέρα από τις νομικές υποχρεώσεις μίας επιχείρησης, καταλήγει να είναι ένα σημαντικό στοιχείο-κλειδί στα προγράμματα marketing, επειδή ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των καταναλωτών, βελτιώνει την εταιρική απόδοση και φήμη, και ταυτόχρονα εξυπηρετεί κοινωνικούς σκοπούς. Η αντίληψη της ανάπτυξης καλής φήμης για μια επιχείρηση είναι θεμελιώδους σημασίας, αφού της επιτρέπει να εδραιώσει την αξία της, να απολαμβάνει την εμπιστοσύνη. Την αφοσίωση και την αναγνώριση των καταναλωτών, να προφυλάσσεται από νεοεισερχόμενους στην αγορά, να συγκρατεί ή και να αυξάνει τις τιμές των προϊόντων της, να προσελκύει ικανά στελέχη από την αγορά εργασίας, αλλά και να συγκεντρώνει επενδυτικά κεφάλαια και κατάλληλους συνεργάτες και προμηθευτές. Οι έρευνες καταδεικνύουν ότι εταιρείες με υψηλά επίπεδα κοινωνικής δράσης θεωρούνται πιο «δημοφιλείς» από τους καταναλωτές εν συγκρίσει αυτών με χαμηλή δραστηριότητα.

Κατά γενική ομολογία, η κοινωνική συμπεριφορά ανταμείβεται από τους καταναλωτές με θετικές εκτιμήσεις για την εταιρεία, υψηλά ποσοστά προτίμησης και πρόθεσης αγοράς των προϊόντων της, θετικό «word of mouth», θετική αντιμετώπιση από τους καταναλωτές τυχόν υψηλών τιμών και επίδειξη ανοχής σε περίπτωση αρνητικής πληροφόρησης.

Ένα ακόμη σημείο άξιο αναφοράς, που εντοπίζουν οι μελετητές είναι ότι οι επενδύσεις σε κοινωνική συμπεριφορά εκτός από το κτίσιμο καλής φήμης κι ισχυρού «brand name» συμβάλλει στη διαφοροποίηση μιας επιχείρησης και τελικά στην αύξηση της αξίας της. Στην περίπτωση αυτή η υπευθυνότητα μετατρέπεται σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κι αυτό είναι δύσκολο να αντιγραφεί από τους ανταγωνιστές, αναδεικνύεται σε πηγή δύναμης. Άλλωστε, παρατηρείται συχνά το φαινόμενο στρατηγικές ΕΚΕ να γίνονται αφορμή κι απαρχή, ώστε μια επιχείρηση να φτάσει σε μεγάλα τεχνολογικά επιτεύγματα και να παράγει νέα προϊόντα. Επομένως, οι πρακτικές της ΕΚΕ μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις σαν ένα ολοκληρωμένο εργαλείο στρατηγικής, έτσι ώστε να επιτύχουν την μεγαλύτερη οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική αξία, αλλά και να μειώσουν οποιαδήποτε τυχόν αρνητική επίπτωση προέλθει από τις δραστηριότητές τους.

Οι πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων στα πλαίσια της κοινωνικής συνεισφοράς τους μπορούν να εκφραστούν με πολλούς τρόπους. Πολλοί ερευνητές, λοιπόν, επιχείρησαν να διερευνήσουν τον αντίκτυπο των διαφόρων αυτών μορφών κοινωνικής προσφοράς στους καταναλωτές και πως αυτός επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφοράς τους. Στο μικροσκόπιο τέθηκαν κυρίως το μάρκετινγκ σκοπούς (caused related marketing), η χορηγία κι η εταιρική φιλανθρωπία. Μάλιστα όσον αφορά τα δύο πρώτα λόγω του γεγονότος ότι είναι άρρηκτα συνδεδεμένα τόσο με τους στόχους του μάρκετινγκ όσο και με τους οικονομικούς και κοινωνικούς σκοπούς της κάθε εταιρείας μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής διοίκησης, πρέπει να λειτουργήσουν «ηθικά» και με συνέπεια απέναντι στην κοινωνία. Η χορηγία εξακολουθεί να είναι από τα πολλά υποσχόμενα εργαλεία μάρκετινγκ κι αποφέρει περισσότερα κέρδη από τη συμβατική διαφήμιση, ενώ το μάρκετινγκ σκοπού είναι ικανό να παροτρύνει τους καταναλωτές να αλλάξουν μάρκα προϊόντος, προκειμένου να στηρίξουν τον κοινωνικό σκοπό, που προωθεί.

Ωστόσο, οι καταναλωτές δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση σε επιχειρήσεις οι οποίες δωρίζουν μεγάλα ποσά σε κοινωνικούς σκοπούς μέσω φιλανθρωπιών και την ίδια στιγμή οι έμμεσοι τρόποι χορηγίας και μάρκετινγκ βρίσκονται χαμηλότερα στις προτιμήσεις τους. Ιδιαίτερα, το μάρκετινγκ αντιμετωπίζεται με καχυποψία, καθώς προϋποθέτει αγορά από μέρους τους δηλαδή καθαρό κέρδος για την επιχείρηση.

Επιπρόσθετα, κι η χορηγία προκαλεί καχύποπτα συναισθήματα, διότι υπάρχει η υπόνοια εκμετάλλευσης των χορηγών για εμπορικούς σκοπούς. Επομένως, η εταιρική φιλανθρωπία μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι εκείνη ο κύριος στόχος στα πλαίσια της ΕΚΕ, που προτιμάται από τους καταναλωτές.

Στην περίπτωση του μάρκετινγκ σκοπού οι καταναλωτές για τη στήριξη τους, όταν μάλιστα η τιμή κάποιου προϊόντος είναι αυξημένη λόγω της ζήτησής του, επιθυμούν να καταβάλλουν κάποιου είδους « κέρδος» για ανταμοιβή. Επιδιώκουν δηλαδή να έχουν ένα αποτέλεσμα win-win από τη στήριξή τους. Το «κέρδος» ή η «αξία» που θα προκύψει για τον καταναλωτή θα πρέπει να ευθυγραμμίζεται με το προσωπικό ήθος του, τις αξίες και τις προτεραιότητές τους και φυσικά διαφοροποιείται ανάλογα με την χώρα και την κουλτούρα κάθε καταναλωτή. Οι μελετητές έχουν κατηγοριοποιήσει τις προσλαμβάνουσες από τον καταναλωτή αξίες σε συναισθηματική (emotional value), όταν ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται ότι με την αγορά του συμμετέχει σε ένα κοινωνικό ή περιβαντολλογικό σκοπό, σε κοινωνική (social value). (Green και Pelozo, 2011)

Όταν με την αγορά και τη συνεισφορά του αισθάνεται ότι προσδιορίζει τον εαυτό του μέσα στην κοινωνία, εντάσσεται μέσα σε ένα κοινωνικό σύνολο κι ανυψώνεται και τέλος σε λειτουργική αξία (functional value), που συνδέεται με το πραγματικό κέρδος του καταναλωτή από την αγορά του προϊόντος.

Σύμφωνα, λοιπόν, με την πρόσφατη έρευνα των Green και Pelozo (2011), σε περίοδο οικονομικής αβεβαιότητας η λειτουργική αξία θεωρείται από τους καταναλωτές ότι αποτελεί το σημαντικότερο κριτήριο προκειμένου να προβούν σε μία αγορά που συνδέεται με κοινωνικό σκοπό. Ακόμη και στην περίπτωση, που συνυπάρχουν κι άλλες αξίες, η λειτουργική είναι αυτή που παίζει τον καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της απόφασης.

Λαμβάνοντας υπόψη των παραπάνω, συνάγεται ότι οι μάνατζερ θα πρέπει να αξιολογούν και να επιλέγουν προσεκτικά το είδος της κοινωνικής δράσης, που θα υιοθετήσουν στα πλαίσια της ΕΚΕ, δράση η οποία θα είναι ικανή να εξασφαλίσει το μεγαλύτερο κέρδος από όλες τις απόψεις. Είναι πολύ σημαντικό η δράση να επικοινωνείται μέσω των χαρακτηριστικών των προϊόντων, έτσι ώστε να υπενθυμίζει στους καταναλωτές το όφελος από τη συμμετοχή τους σε αυτή με την αγορά.

Γενικότερα, η διαχείριση των πρωτοβουλιών της ΕΚΕ θα πρέπει να γίνεται με προσοχή, προκειμένου να αποφευχθεί τυχόν σκεπτικισμός από τους καταναλωτές. Η δημιουργία κι η διατήρηση μιας στενής σχέσης μεταξύ καταναλωτή κι εταιρείας μέσω της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς έχει αποφέρει θετικά αποτελέσματα στο προφίλ των επιχειρήσεων. Αυτό επιτυγχάνεται ιδιαίτερα με τις φιλανθρωπικές προσφορές, οι οποίες όμως για να χτίσουν ισχυρούς δεσμούς με τους καταναλωτές και να συντελέσουν στη διαμόρφωση του «brand image» της εταιρείας, πρέπει να έχουν συνέχεια και να θεωρούνται ως μακροπρόθεσμη επένδυση.

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

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Ο εθελοντικός χαρακτήρας της εφαρμογής των πρακτικών της ΕΚΕ δικαιολογεί το γεγονός ότι δεν υπάρχουν σαφή και κοινά αποδεκτά κριτήρια αξιολόγησης των επιχειρήσεων στον τομέα αυτό. Παρ' όλα αυτά κι επειδή υφίσταται η ανάγκη θέσπισης μεθόδων ελέγχου, αξιολόγησης και μέτρησης των επιδόσεων των επιχειρήσεων ως προς την εταιρική υπευθυνότητα, έχουν δημιουργηθεί εργαλεία, που δίνουν στοιχεία για την αποτελεσματικότητα και την απόδοσή τους. Πρόκειται για τα γνωστά πρότυπα πιστοποίησης, τους δείκτες, τους απολογισμούς και τα βραβεία.

7.1 Πρότυπα

Στον τομέα της αξιολόγησης της διαχείρισης των ανθρώπινων δικαιωμάτων των εργαζομένων εντάσσεται το πρότυπο **SA8000**, το οποίο έχει ως στόχο την εξάλειψη πρακτικών αθέμιτων ή απάνθρωπων στο χώρο εργασίας, προκειμένου να βελτιωθούν οι συνθήκες εργασίας και να καταπολεμηθούν οι σοβαρές παραβιάσεις των ανθρώπινων δικαιωμάτων. Η πιστοποίηση των επιχειρήσεων με το πρότυπο αυτό επιβεβαιώνει την παροχή ίσων ευκαιριών σε όλους τους εργαζομένους, την παροχή αμοιβών με αντικειμενικά κριτήρια, την πρόσληψη με αντικειμενικά κριτήρια και γενικά τη διαμόρφωση ενός ασφαλούς κι υγιούς εργασιακού περιβάλλοντος. Σχετικό με τα παραπάνω είναι και το πρότυπο **OHSAS 18001**, σύμφωνα με το οποίο πρέπει να τηρούνται συγκεκριμένες προδιαγραφές για την προστασία των εργαζομένων, ώστε να εξαλείφονται τα ατυχήματα κι οι επικίνδυνες συνθήκες (Βαξεβανίδου, 2011).

Τις φιλικές προς το περιβάλλον οράσεις πιστοποιούν τα **ISO** σειράς **1400**, που καθορίζουν τις προϋποθέσεις τις οποίες πρέπει να πληροί η λειτουργία τις επιχείρησης όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της, και τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να βελτιώσει το σύστημα παραγωγής της σχετικά με την πρόκληση ρύπανσης. Σε ανάλογο πλαίσιο κινείται κι ο Κανονισμός **EMAS**, που περιγράφει συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και συστήματα ελέγχου, με τη διαφορά ότι τα **ISO** είναι αναγνωρισμένα παγκοσμίως, ενώ ο **EMAS** μόνο από την Ε.Ε.

Η εκδήλωση υπεύθυνης επιχειρηματικότητας αποτελεί βασικό ζητούμενο στα πλαίσια της προάσπισης των προσωπικών δεδομένων και το πρότυπο **ISO 27001** για την ασφάλεια των πληροφοριών εξασφαλίζει ότι η επιχείρηση εφαρμόζει επαρκείς και κατάλληλους ελέγχους, που σχετίζονται με την εμπιστευτικότητα, την ακεραιότητα και τη διαθεσιμότητα της πληροφορίας, ώστε να προστατεύονται οι πληροφορίες και τα δεδομένα των ενδιαφερόμενων μερών (Βαξεβανιδου,2011).

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι για την πιστοποίηση μιας εταιρείας ακολουθείται μια τυποποιημένη διαδικασία κι η πιστοποίηση ισχύει για ορισμένο χρονικό διάστημα, μετά την πάροδο του οποίου γίνεται εκ νέου έλεγχος για τη συνέχιση ή μη αυτής. Επομένως, η απόκτηση κι η διατήρηση της πιστοποίησης περιλαμβάνει συνεχείς ελέγχους κι αξιολογήσεις.

Τέλος, το 2010 καθιερώθηκε το διεθνές πρότυπο για την ΕΚΕ **ISO 26000** με βασική επιδίωξη να μπορούν οι επιχειρήσεις να αναλαμβάνουν την ευθύνη για τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους στην κοινωνία και το περιβάλλον και να παίρνουν σχετικά μέτρα, ώστε να συμβάλλουν θετικά και να παρέχουν οφέλη στους τομείς αυτούς. Στην ουσία πρόκειται για έναν οδηγό για την ΕΚΕ, δεν περιέχει απαιτήσεις και δεν οδηγεί σε πιστοποίηση.

7.2 Δείκτες

Η αριθμητική μέτρηση κι η ποσοτική απόδοση της ΕΚΕ είναι συχνά δυσχερές έργο. Η ανάγκη όμως για τη μεταφορά και την απόδοση της έννοιας από το θεωρητικό στο πρακτικό επίπεδο, αλλά κι η σημασία, που έχει η ανταπόκριση κάθε επιχείρησης στον τομέα της ΕΚΕ, για τη διαδικασία λήψης επενδυτικών αποφάσεων, οδήγησαν στη θέσπιση δεικτών μέτρησης.

Ο σημαντικότερος διεθνώς δείκτης μέτρησης της ΕΚΕ είναι ο **Corporate Responsibility Index (CRI)** κι αποτελεί το κορυφαίο εργαλείο αξιολόγησης και το σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων στο τομέα της ΕΚΕ. Αναπτύχθηκε από το **BITC (Business in the Community)**, που ιδρύθηκε στην Αγγλία και αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους οργανισμούς παγκοσμίως για την προώθηση της ΕΚΕ.

Υποστηρίζει κορυφαίους οργανισμούς και επιχειρήσεις στην ενσωμάτωση καλών πρακτικών στις λειτουργίες τους, με σκοπό να έχουν θετική επίδραση στην κοινωνία και το περιβάλλον. Ο εν λόγω δείκτης εφαρμόζεται και στην Ελλάδα σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης.

Αναλυτικά ο δείκτης **CRI** μετράει την απόδοση των επιχειρήσεων και την επίδραση τους στους εξής τομείς:

1. Στην κοινωνία, αξιολογώντας την υποστήριξη που παρέχει κάθε επιχείρηση σε πρωτοβουλίες των τοπικών και εθνικών κοινωνιών βοηθώντας στο χτίσιμο εποικοδομητικών σχέσεων με τις κοινωνίες αυτές
2. Στο περιβάλλον, αξιολογώντας τις πολιτικές και τις ενέργειες κάθε εταιρίας για τον περιορισμό των δυσμενών επιδράσεων στις κλιματικές αλλαγές.
3. Στην αγορά και τους καταναλωτές, αξιολογώντας την επίδοσή τους στις σχέσεις τους με τους πελάτες τους και την αγορά και στο κατά πόσο παρακολουθούν, κατανοούν και ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταλλασσόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Στο πώς δηλαδή πωλούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με υπευθυνότητα, σωστή ποιότητα και τιμές.

4. Στους εργαζομένους, αξιολογώντας τη συμπεριφορά και τις πολιτικές τους στα εργασιακά θέματα όπως: **Ασφάλεια, Υγιεινή, Ειλικρινή Επικοινωνία και Δίκαιη Μεταχείριση.**

Τα επίπεδα διάκρισης μιας επιχείρησης βάσει των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων της, σύμφωνα με το δείκτη είναι τέσσερα: **Platinum, Gold, Silver, και Bronze.**

Στους δείκτες της ΕΚΕ συγκαταλέγονται κι οι δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης **FTSE4Good**. Η σειρά αυτών των δεικτών έχει σχεδιαστεί για να μετρά με αντικειμενικά κριτήρια την επίδοση των εταιριών, που τηρούν τα διεθνώς αναγνωρισμένα στάνταρ της ΕΚΕ. Η διαφάνεια στη διοίκηση κι οι υψηλές επιδόσεις στο δείκτη **FTSE4Good** αποτελούν πολύτιμο εργαλείο για τους συμβούλους, τους μετόχους, τους επενδυτές και τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, ώστε να είναι σε θέση να αξιολογήσουν ορθά μια εταιρεία. Οι τομείς στον οποίον τα κριτήρια θα πρέπει να ανταποκρίνεται μια επιχείρηση είναι: η περιβαλλοντική βιώσιμη ανάπτυξη, η αποδοτική ανάπτυξη σχέσεων με τους εταίρους, ο σεβασμός κι η προάσπιση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, η διασφάλιση αξιοπρεπών κι ηθικών συνθηκών εργασίας κι η αποποίηση της δωροδοκίας.

Άλλος ένας δείκτης, που σχετίζεται με την βιώσιμη ανάπτυξη είναι ο **DJSGI (Dow Jones Sustainability Group Index)**, ο οποίος καταγράφει την οικονομική επίδοση και τη χρηματική αξία των κορυφαίων εταιριών με γνώμονα την αειφορία σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο δείκτης αυτός αποτελεί σημείο αναφοράς για τους επενδυτές, που επιθυμούν να διαθέτουν στο χαρτοφυλάκιό τους υπεύθυνες κοινωνικά επιχειρήσεις κι επιπλέον εφοδιάζει τις εταιρείες, που θέλουν να αξιολογηθούν βάσει αυτού του δείκτη με ένα ολοκληρωμένο υπόβαθρο παγκοσμίως αναγνωρισμένων καλών πρακτικών. Τα κριτήρια επιλογής περιλαμβάνουν τομείς όπως σχέσεις με καταναλωτές, ποιότητα προϊόντων, εργασιακές σχέσεις, εταιρική διακυβέρνηση, οικονομική ανάπτυξη κι αειφορία.

7.3 Μέθοδοι Δημοσιοποίησης Δράσεων

Οι επιχειρήσεις, οι οποίες αναλαμβάνουν δράσεις ΕΚΕ πρέπει να δημοσιοποιούν και να τονίζουν την σημασία των προσπαθειών τους στο κοινό. Στη σύγχρονη εποχή υφίστανται πολλά μέσα για να γνωστοποιούν στην κοινή γνώμη τις δράσεις, που αναλαμβάνουν σχετικά με την ΕΚΕ, με πιο λειτουργικό κι άμεσο το διαδίκτυο. Η ιστοσελίδα κάθε εταιρείας αποτελεί τη «βιτρίνα», στην οποία ο επιχειρηματίας μπορεί να προβάλει οποιαδήποτε πτυχή της δραστηριότητάς του κι αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο επικοινωνίας. Έτσι, συχνά στις ιστοσελίδες περιγράφονται διεξοδικά οι πολιτικές της εταιρείας αναφορικά με το περιβάλλον, τις συνθήκες εργασίας, τα μέτρα αειφορίας και τις κοινωνικές δράσεις, αλλά ακόμη περιλαμβάνονται οι δημοσιεύσεις κοινωνικών απολογισμών, οι εκθέσεις ΕΚΕ κι οι τυχόν διακρίσεις στον τομέα αυτό. Επιπλέον, συνηθίζεται η δημόσια διαβούλευση μιας επιχείρησης μέσω του διαδικτύου για θέματα που αφορούν τις τοπικές κοινωνίες, μέθοδος η οποία χτίζει σχέσεις εμπιστοσύνης, προλαμβάνει αντιρρήσεις κι εξασφαλίζει κοινωνική συνοχή και συναίνεση.

Η έκθεση του Κοινωνικού Απολογισμού ή της Έκθεσης για την ΕΚΕ συνοψίζει και παρουσιάζει με αρτιότητα τις δράσεις, που αναλαμβάνει η επιχείρηση στα πλαίσια της εφαρμογής των πρακτικών της κοινωνικής υπευθυνότητας. Η έκδοση αυτή είναι συνήθως ετήσια και παρόλο, που υλοποιείται σε εθελοντική βάση, οι επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια την έχουν εντάξει στις υποχρεώσεις τους μαζί με τη δημοσιοποίηση των οικονομικών δεικτών και των επιδόσεών τους, γιατί διαφαίνεται ότι η παρουσίαση του απολογισμού έχει θετικό αντίκτυπο για τη φήμη της επιχείρησης, ενώ συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στις αγοραστικές τάσεις του

σύγχρονου ευαισθητοποιημένου καταναλωτή. Υπό αυτές τις συνθήκες έχει αναδυθεί μια τεράστια ευκαιρία για τις επιχειρήσεις και τους έχει δοθεί με αυτόν τον τρόπο η δυνατότητα να παράσχουν πληροφορίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και στις επιθυμίες κοινού με αυτού του είδους τα ενδιαφέροντα. Η σύνταξη του απολογισμού πρέπει να ακολουθεί κάποιο μοντέλο, και συνήθως γίνεται με βάση κάποιων διεθνών προτύπων όπως το **Global Reporting Initiative (GRI)**. Πρόκειται για ένα δίκτυο, που παρέχει το πλαίσιο και τις κατευθυντήριες οδηγίες, σύμφωνα με τις οποίες πρέπει να συντάσσονται οι κοινωνικοί απολογισμοί, και το οποίο πλαίσιο υπόκειται συνεχώς σε αλλαγές και βελτιώσεις για την καλύτερη εφαρμογή των δράσεων της ΕΚΕ σε σχέση με το περιβάλλον και την κοινωνία. Στους κοινωνικούς απολογισμούς περιλαμβάνονται οι αρχές, η στρατηγική και το προφίλ της επιχείρησης, οι δράσεις της αναφορικά με την ΕΚΕ και τα αποτελέσματα αυτών μέσω των δεικτών επίδοσης. Σκοπός του εγχειρήματος είναι η δημιουργία μιας σαφούς και πλήρους εικόνας για την κοινωνική και περιβαλλοντική πολιτική που εφαρμόζει η επιχείρηση, σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, για τη διαχρονική παρακολούθηση της εξέλιξης της προσπάθειάς της κι ακόμη παρέχει σύγκριση των επιδόσεων της με αυτές άλλων επιχειρήσεων με στόχο τη συνεχή ανάπτυξη και βελτίωση.

Το 2005 ο Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ) προχώρησε στην υιοθέτηση της «Χάρτας Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων», ένα κείμενο αρχών κι 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 την βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος. Μεταξύ άλλων υπογραμμίζεται ότι η επιχείρηση οφείλει να διασφαλίζει την επιβίωσή της, σεβόμενη το θεσμικό και νομικό πλαίσιο, έχει υποχρέωση να συμβάλλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς, η οποία δημιουργεί στρεβλώσεις στην αγορά και ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο. Επιπλέον, κάθε επιχείρηση πρέπει να εφαρμόζει στις αρχές εταιρικής διακυβέρνησης και να εκπληρώνει άρτια τις υποχρεώσεις της προς προμηθευτές, προς τους εργαζομένους σε θέματα κατάρτισης κι εκπαίδευσης, αξιοκρατικού συστήματος αξιολόγησης κι αμοιβών και ασφαλών συνθηκών εργασίας και προς τους καταναλωτές, καλλιεργώντας τον υγιή ανταγωνισμό με την παροχή ποιοτικών προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές. Τέλος, η επιχείρηση έχει την ευθύνη να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζεται και να καινοτομεί, αλλά με σεβασμό στο περιβάλλον ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις των δράσεων της σε αυτό, με την εφαρμογή προληπτικών μέτρων όπως η ανακύκλωση κι η εξοικονόμηση ενέργειας. Η Χάρτα κλείνει με τη διαπίστωση ότι η κάθε επιχείρηση δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει, όπως ορίζει άλλωστε κι ΕΚΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Πολύς λόγος έχει γίνει κι πολλές μελέτες έχουν διεξαχθεί για να διαπιστωθούν οι συνέπειες, που έχει η εφαρμογή της ΕΚΕ, τόσο στην οικονομική επίδοση μιας επιχείρησης, όσο και στην εν γένει λειτουργία της. Όμως, έχει αποδειχθεί ότι είναι εξαιρετικά δυσχερές το έργο αυτό, καθώς τα οφέλη δεν είναι πάντα μετρήσιμα κι επομένως δεν οριοθετούνται και δεν προσδιορίζονται εύκολα.

Οι έρευνες κατά καιρούς έχουν καταλήξει σε διφορούμενα αποτελέσματα. Ιδιαίτερα οι παλιότερες μελέτες αδυνατούσαν να καταλήξουν στη σύνδεση της ΕΚΕ με την υψηλή οικονομική επίδοση. Άλλοι μελετητές διαπίστωναν μια χαλαρή σύνδεση, που όμως δεν έχει την απαραίτητη συνέπεια και συνέχεια. Τα τελευταία χρόνια, βέβαια, παρατηρούνται διαφοροποιημένα σε μεγάλο βαθμό τα αποτελέσματα των ερευνών, καταδεικνύοντας ότι οι επενδύσεις στην εταιρική υπευθυνότητα δεν αποτελούν απλώς έναν επιπλέον λειτουργικό κόσμο και μια αδικαιολόγητη σπατάλη

πόρων, αλλά είναι απαραίτητες για την επιβίωση και την αύξηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μιας επιχείρησης στην σύγχρονη αγορά.

Τα επιχειρήματα, που υποστηρίζουν την άποψη ότι η ΕΚΕ προσφέρει πλεονεκτήματα και προνόμια, που αντισταθμίζουν το κόστος, αποδεικνύουν τη σπουδαιότητα και την αναγκαιότητα του θεσμού. Βέβαια, για να είναι θετικά τα αποτελέσματα και να επιτευχθεί η υψηλή οικονομική επίδοση σε μια εταιρία, που εφαρμόζει τις πρακτικές της ΕΚΕ, θα πρέπει να τηρούνται ορισμένες προϋποθέσεις, όπως για παράδειγμα η κατάλληλη ένταξη των πρακτικών στην στρατηγική διοίκηση της επιχείρησης κι η επιλογή των κατάλληλων πρακτικών σε συνάρτηση και με συνάφεια στο σκοπό και στο αντικείμενο της για παράδειγμα θα ήταν πιο αποτελεσματική η προσπάθεια μιας μικρής επιχείρησης παροχή υπηρεσιών, αν στρεφόταν στη σφυρηλάτηση καλών σχέσεων με την τοπική κοινωνία μέσω δωρεών, παρά αν συμμετείχε σε ένα μεγάλο περιβαλλοντικό πρόγραμμα, κάτι που θα ευνοούσε πολύ μια βιομηχανία.

Η συνολικά βελτιωμένη απόδοση και κερδοφορία μιας επιχείρησης σε σχέση με την ΕΚΕ μπορεί να προέλθει από τη μείωση των λειτουργικών εξόδων μέσω της ανάπτυξης συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, που συντελούν στη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και πόρων, στην καλύτερη λειτουργική απόδοση και την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων μέσω της ανακύκλωσης υλικών. Επιπλέον, με την εισαγωγή στην γραμμή παραγωγής προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, μπορεί είτε να ανεβάσει τις τιμές, γιατί γνωρίζει ότι πολλοί καταναλωτές έχουν την πρόθεση να πληρώσουν παραπάνω για τέτοιου είδους προϊόντα, είτε να εισέλθει σε νέες αγορές και να κάνει ένα νέο «positioning» για τα προϊόντα της.

Σε συνέχεια της παραπάνω θέσης γίνεται αντιληπτή η σπουδαιότητα της φήμης μιας εταιρείας. Πλέον οι επιχειρήσεις προσανατολίζονται στη λήψη αποφάσεων με βάση τις ανησυχίες των πελατών τους, στις οποίες εμπεριέχονται όχι μόνο θέματα εξυπηρέτησης και διαφάνειας, αλλά και κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα, τα οποία δημιουργούν προστιθέμενη αξία. Με τον τρόπο και με τη διαφοροποίηση που προσφέρει στην αγορά μια ηθική κι υπεύθυνη επιχείρηση, ενισχύει την ικανοποίηση που παρέχει στους πελάτες της και ταυτόχρονα τη φήμη της μέσω του θετικού «word of mouth» με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων και της κερδοφορίας της. Πρόσφατες έρευνες μάρκετινγκ μάλιστα έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές έχουν ιδιαίτερες αυξημένες απαιτήσεις από τις επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζονται όσον αφορά τη νομιμότητα, την ηθική και το φιλανθρωπικό έργο τους (Golob et al. 2008).

Επιπλέον, έχει αποδειχθεί πλέον ότι οι δράσεις στα πλαίσια της ΕΚΕ κατέχουν ρόλο-κλειδί στη διαμόρφωση της εμπιστοσύνης του κοινού προς μια επιχείρηση, εμπιστοσύνη η οποία με τη σειρά της επηρεάζει τη στάση και τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Έτσι, η εταιρεία δεν βελτιώνει μόνο τη φήμη και την εικόνα της, αλλά θέτει γερά θεμέλια στην εμπιστοσύνη στο σήμα της (brand loyalty) κι οι σύγχρονοι μάνατζερ γνωρίζουν καλά ότι η καλή εικόνα είναι δύσκολο να χτιστεί, αλλά πολύ εύκολο να γκρεμιστεί. Στα πιθανά οφέλη, που αποκτά μια εταιρεία μέσω της εφαρμογής της ΕΚΕ, περιλαμβάνονται ενδεικτικά η αναγνωρισιμότητα κι η ενίσχυση της μάρκας (brand), η βελτίωση «brand image», η επέκταση σε νέες αγορές, οι επαναλαμβανόμενες αγορές (repeat purchases), η αφοσίωση κι η δέσμευση, γιατί ο πελάτης αισθάνεται ότι μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση τηρεί τις υποσχέσεις της κι είναι ειλικρινής.

Η υψηλή οικονομική απόδοση δεν επιτυγχάνεται μόνο με την αύξηση του κύκλου εργασιών, αλλά και με την αύξηση της παραγωγικότητας του εργατικού δυναμικού. Η ύπαρξη καλού εργασιακού περιβάλλοντος, η προσφορά παροχών ικανοποίησης εργαζομένων, οι καλές κι ασφαλείς εργασιακές συνθήκες συντελούν στην αύξηση της αποδοτικότητας, στη μείωση των ατυχημάτων και των απουσιών. Μια επιχείρηση, που διατηρεί καλές σχέσεις με το προσωπικό, αποτελεί πόλο έλξης

για τα πιο προσοντούχα και εξειδικευμένα στελέχη της αγοράς. Επιπλέον, τηρώντας υψηλά επίπεδα ικανοποίησης εργαζομένων είναι σε θέση να καλλιεργεί αυξημένη πίστη και αφοσίωση στους εργαζομένους και να διατηρεί το προσωπικό της αποφεύγοντας το κόστος των παραιτήσεων και της στρατολόγησης κι εκπαίδευσης νέων υπαλλήλων (Albinger and Freeman, 2000). Εκτός αυτού, οι τελευταίες μελέτες δείχνουν ότι όταν οι υπάλληλοι θεωρούν ότι η επιχείρηση στην οποία εργάζονται συμπεριφέρεται κοινωνικά ανεύθυνα, εμφανίζουν αρνητική εργασιακή συμπεριφορά, ενώ όταν η επιχείρηση λειτουργεί υπεύθυνα, αυτό επιδρά ως κίνητρο, που παρακινεί τους εργαζομένους να επιδείξουν κι ίδιοι ανάλογη συμπεριφορά στο χώρο εργασίας τους στοχεύοντας στη βελτίωση της απόδοσης τόσο της δικής τους όσο και της λειτουργίας της επιχείρησης. Οι καλές εργασιακές σχέσεις έχουν αντίκτυπο και στη φήμη της επιχείρησης κι επηρεάζουν την κοινή γνώμη, καθώς συχνά έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο καταναλωτές να μπουκοτάρουν προϊόντα εταιρειών, που δεν τηρούν τους νόμους ως προς τις συνθήκες εργασίας.

Ο παράγοντας των καλών σχέσεων μιας επιχείρησης με την τοπική κοινωνία στα πλαίσια της ΕΚΕ έχει διττή σημασία. Αφενός μέσω των δωρεών και των χορηγιών σε φορείς της τοπικής κοινωνίας ενισχύεται η φήμη της στους καταναλωτές και χτίζονται ισχυροί δεσμοί με τα μέλη της κοινότητας, όπου δραστηριοποιείται, αφετέρου ενισχύει το ηθικό του προσωπικού, που αντιλαμβάνεται ότι η επιχείρηση στην οποία εργάζεται συνδράμει στην ανάπτυξη και στη ζωή της περιοχής με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο. Και οι δυο αυτές παράμετροι έχουν ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και τελικά την αύξηση της κερδοφορίας μέσω της δημιουργία καλής φήμης στους καταναλωτές και αύξηση τα αποδοτικότητας των εργαζομένων. Τέλος, η διατήρηση καλών σχέσεων με την τοπική κοινωνία οικοδομεί την καλή πίστη και την εμπιστοσύνη και δρα ως ασφάλεια σε περίπτωση μίας άσχημης στιγμής της επιχείρησης (περιβαλλοντικό ατύχημα) μειώνοντας τις αρνητικές αντιδράσεις και συνεπώς τον κίνδυνο των επιπτώσεων στην επιχείρηση. Συνεπώς, μέσα στο πλαίσιο της ΕΚΕ πραγματοποιείται μια κοινωνική συνδιαλλαγή και συνεργασία μεταξύ τοπικής κοινότητας κι επιχείρησης.

Η βελτιωμένη εταιρική εικόνα και φήμη μέσω ενός κοινωνικά υπεύθυνου προφίλ συντελεί στην ευκολότερη πρόσβαση της εταιρίας στο κεφάλαιο, στους επενδυτικούς κύκλους και στην χρηματοδότηση από τις τράπεζες, καθώς οι οργανισμοί αυτοί στοχεύουν στη διατήρηση της δικής τους καλής φήμης, αλλά και την εξασφάλιση επιστροφής των κεφαλαίων τους κι έτσι προτιμούν να επενδύουν σε κοινωνικά υπεύθυνες, υγιείς και κερδοφόρες επιχειρήσεις. Επιπλέον, υιοθετώντας τις πρακτικές της ΕΚΕ μια επιχείρηση επιτυγχάνει ευνοϊκότερη νομική μεταχείριση, γιατί όσο δεσμεύεται και συμμορφώνεται με τη νομοθεσία και πέραν αυτής, τόσο περισσότερο ανεκτικές και κυβερνήσεις κι άλλες σε περίπτωση μιας ατυχίας.

Σε γενικές γραμμές από τα παραπάνω λοιπόν, γίνεται αντιληπτό ότι η επιβίωση κι η ανάπτυξη μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανοποίηση των απαιτήσεων των ενδιαφερόμενων μερών, οι οποίες συνδέονται άμεσα με τις πρακτικές της ΕΚΕ. Οι μάνατζερ που σχεδιάζουν τη στρατηγική τους, σύμφωνα με τις επιταγές του πλαισίου της ΕΚΕ κι επενδύουν σε αυτή, είναι λογικό να ενδιαφέρονται έντονα να αποκομίσουν τα αναμενόμενα κέρδη από αυτήν την επένδυση. Αυτό, τις περισσότερες φορές και κυρίως, όταν οι δράσεις είναι οργανωμένες κι ενταγμένες στους σκοπούς και στο στρατηγικό σχέδιο της επιχείρησης, επιτυγχάνεται. Γι' αυτό, άλλωστε, οι σύγχρονοι μάνατζερ έχουν αντιληφθεί ότι είναι ουσιαστικότερο να οικοδομήσουν τη φήμη της επιχείρησης, που διοικούν μέσω των πολιτικών της ΕΚΕ, παρά μέσω πρόσκαιρων κι εφήμερων δημόσιων σχέσεων. Βέβαια, η πορεία της ΕΚΕ είναι δυσχερέστερη, γιατί τα αποτελέσματά της κι ιδιαίτερα τα οικονομικά οφέλη δεν είναι ορατά άμεσα, αλλά σε πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Άλλωστε, οι δράσεις της ΕΚΕ δεν παύουν να θεωρούνται επενδύσεις κι όπως κάθε μεγάλη επένδυση, χρειάζεται χρόνο για να αποδώσει τα αναμενόμενα.

Τέλος, έχει διαπιστωθεί ότι όσο περισσότερο παραμένει πιστή μια εταιρεία σε κοινωνικά υπεύθυνα πολιτικές, τόσο περισσότερο αυξάνεται η εμπιστοσύνη των πελατών της κι απομακρύνεται ο κίνδυνος του σκεπτικισμού και των επιφυλάξεων, που συχνά συνοδεύουν τέτοιου είδους πολιτικές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Επιφυλάξεις κι αντιρρήσεις κυρίως στον τομέα της εταιρικής φιλανθρωπίας εκφράστηκαν από τα πρώτα στάδια της θεμελίωσης του θεσμού της ΕΚΕ. Οι επικριτές προέβαλλαν σαν αντεπιχειρήματα το φόβο για την κατασπατάληση των κερδών μιας επιχείρησης, την αμφίβολη κοινωνική αποτελεσματικότητα των προσπαθειών και έθεσαν το ζήτημα της νομιμότητάς τους. Πολλοί ακόμη υποστήριξαν ότι εφόσον οι πολιτικές της ΕΚΕ εντάσσονται στο στρατηγικό σχεδιασμό της επιχείρησης και έχουν απώτερο σκοπό τη βελτίωση της φήμης, την καλλιέργεια καλών σχέσεων με πελάτες κι υπαλλήλους και τελικά την αύξηση των κερδών, μια τέτοια προσπάθεια δεν μπορεί να εκληφθεί εξ ορισμού σαν έκφραση κοινωνικής ευθύνης.

Αντίλογος όμως διατυπώνεται και από τη μεριά των μετοχών, οι οποίοι συχνά θεωρούν ότι τέτοιου είδους πρωτοβουλίες αποτελούν υπέρβαση του διευθυντικού δικαιώματος, καθώς οι μάνατζερ διαχειρίζονται τα κέρδη των επενδυτών και των μετοχών με τέτοιο τρόπο, που δεν είναι σίγουρο ότι θα δημιουργήσουν αξία για την επιχείρηση, καθώς όπως αναφέρθηκε υπάρχει δυσχέρεια στην αποτίμηση και στην μέτρηση των οικονομιών αποτελεσμάτων των πολιτικών της ΕΚΕ. Αντιθέτως, μάλιστα, μετά από τέτοιου είδους ενέργειες υπάρχει περίπτωση μείωσης των κερδών, λόγω του συνήθως μεγάλου κόστους τους. Άλλωστε, συνεχίζουν, δεν αποτελεί ευθύνη των επιχειρήσεων η διανομή του κοινωνικού μερίσματος κι ενεργώντας κατά αυτόν τον τρόπο ο ιδιωτικός τομέας, υποκαθιστά την λειτουργία και το ρόλο του κράτους, συμπληρώνοντας το κενό του και αναλαμβάνοντας την ευθύνη του, χωρίς να έχει όμως τη νομιμοποίηση να το κάνει.

Στο ίδιο πλαίσιο κινείται κι ο αντίλογος από το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων. Θεωρείται ότι με τις φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες οι εταιρίες σφετερίζονται τη δημοκρατική εντολή, που έχουν οι κυβερνήσεις για εφαρμογή της κοινωνικής πολιτικής και τελικά το κράτος αδρανεύει κι η αναδιανομή του πλούτου καταλήγει να ασκείται από μια μερίδα μη εκλεγμένων επιχειρηματιών. Βέβαια, είναι κοινά παραδεκτό ότι οι πρωτοβουλίες αυτές δεν πραγματοποιούνται μόνο εξαιτίας της καλής θέλησης των ιθυνόντων μιας εταιρίας, αλλά πρόκειται για αποτέλεσμα έντονων πιέσεων ακτιβιστών. Σε ανταπόδοση της κοινωνικής δράσης της, η εταιρία λαμβάνει ανταλλάγματα όπως φόρο ελάφρυνσης, ευνοϊκή μεταχείριση κι αποφυγή σκληρών νομοθετικών κανονισμών από μέρους της κυβέρνησης.

Η σημαντικότερη αντίρρηση κι επιφύλαξη εκφράζεται από τους καταναλωτές, οι οποίοι αντιλαμβάνονται ότι η κοινωνική δράση των εταιριών εντάσσεται στα στρατηγικά ενδιαφέροντά τους κι αποτελεί μέσο κι εργαλείο για να διαφημιστούν. Οι πιο σκληροπυρηνικοί, μάλιστα, πιστεύουν ότι με τις δράσεις της ΕΚΕ έχουν εφεύρει καινοτόμους τρόπους να διαδίδουν τα μηνύματά τους κι ότι μέσω της ΕΚΕ ανοίγονται νέοι δίαυλοι προσέγγισης πελατών. Για το λόγο αυτό, άλλωστε, οι επιχειρήσεις φαίνεται να επιλέγουν να συνδράμουν σε κοινωνικούς σκοπούς έτσι ώστε να προβληθούν ευκολότερα και να αποφεύγουν να ενισχυθούν επείγουσες περιπτώσεις αδήριτων αναγκών, που δεν θα τύχουν μεγάλης προβολής. Στο σημείο αυτό εγείρονται θέματα οργάνωσης κι αποτελεσματικότητας των δράσεων της ΕΚΕ όπως π.χ. σε ποιες κοινωνικές ομάδες πρέπει να κατευθυνθεί η βοήθεια, σε τι ύψος να ανέλθει, σε ποιες περιπτώσεις πρέπει να δοθεί προτεραιότητα και πως αυτές οι ενέργειες θα συμβαδίσουν με τα συμφέροντα κάθε επιχείρησης.

Οι επικριτές, λοιπόν, αυτής της κατηγορίας καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι τελικά οι επιχειρήσεις μέσω της ΕΚΕ προσπαθούν να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους και σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να προωθήσουν τα συμφέροντα της κοινωνίας σφαιρικά, οργανωμένα κι αποτελεσματικά.

Είναι γεγονός, ότι πολλές πρωτοβουλίες ΕΚΕ περνούν στην συνείδηση των καταναλωτών ως μέρος της διαφημιστικής καμπάνιας μιας εταιρίας. Οι καταναλωτές αδυνατούν να πιστέψουν στους ανιδιοτελείς σκοπούς των επιχειρήσεων, θεωρούν ότι το κίνητρο του κέρδους τελικά επισκιάζει την απήχηση της κοινωνικής προσφοράς και το κυριότερο ότι οι επιχειρήσεις εκμεταλλεύονται τις κοινωνικές ευαισθησίες μιας μερίδας πολιτών, με τον πιο ιδιωφελή τρόπο. Επομένως, το μάρκετινγκ σε πολλές περιπτώσεις ακυρώνει στα μάτια των καταναλωτών την αγνή πρόθεση κοινωνικού έργου από μέρους της επιχείρησης. Για τους λόγους αυτούς χρειάζονται λεπτοί χειρισμοί στο στρατηγικό σχεδιασμό των δράσεων της ΕΚΕ και κυρίως στο θέμα των κοινοποιήσεων αυτών, ώστε να μην καταδικαστεί εξ αρχής κάθε προσπάθεια ως διαφημιστική καμπάνια.

Αξιοσημείωτα είναι τα ευρήματα των ερευνών του Campbell (2002), σύμφωνα με τα οποία αποδείχτηκε ότι τα ποσά που δίνουν οι εταιρίες για δωρεές, αποτελούν ένα μικρό ποσοστό των καθαρών κερδών, ενώ ο διαφημιστικός προϋπολογισμός για τη δημοσιοποίηση των δωρεών είναι πολύ μεγαλύτερος. Αυτό δείχνει ότι οι πολιτικές αυτές έχουν περισσότερο συμβολικό χαρακτήρα με σκοπό να επιτευχθούν φοροαπαλλαγές για τις επιχειρήσεις από μέρους της κυβέρνησης και εξασφάλιση εύνοιας από τη μεριά των καταναλωτών.

Έντονη κριτική ασκείται στην υιοθέτηση της ΕΚΕ από όσους πιστεύουν ότι η εφαρμογή καλών πρακτικών έχει ως στόχο να αποπροσανατολίσει την κοινή γνώμη και να μειώσει τον αρνητικό αντίκτυπο από άλλες δραστηριότητες της επιχείρησης, όπως ενδεχομένως μπορεί να είναι ένα οικονομικό σκάνδαλο. Με αυτόν τον τρόπο η ΕΚΕ λειτουργεί ως βιτρίνα και ως ασπίδα για να συγκαλυφθούν οι παράνομες δράσεις.

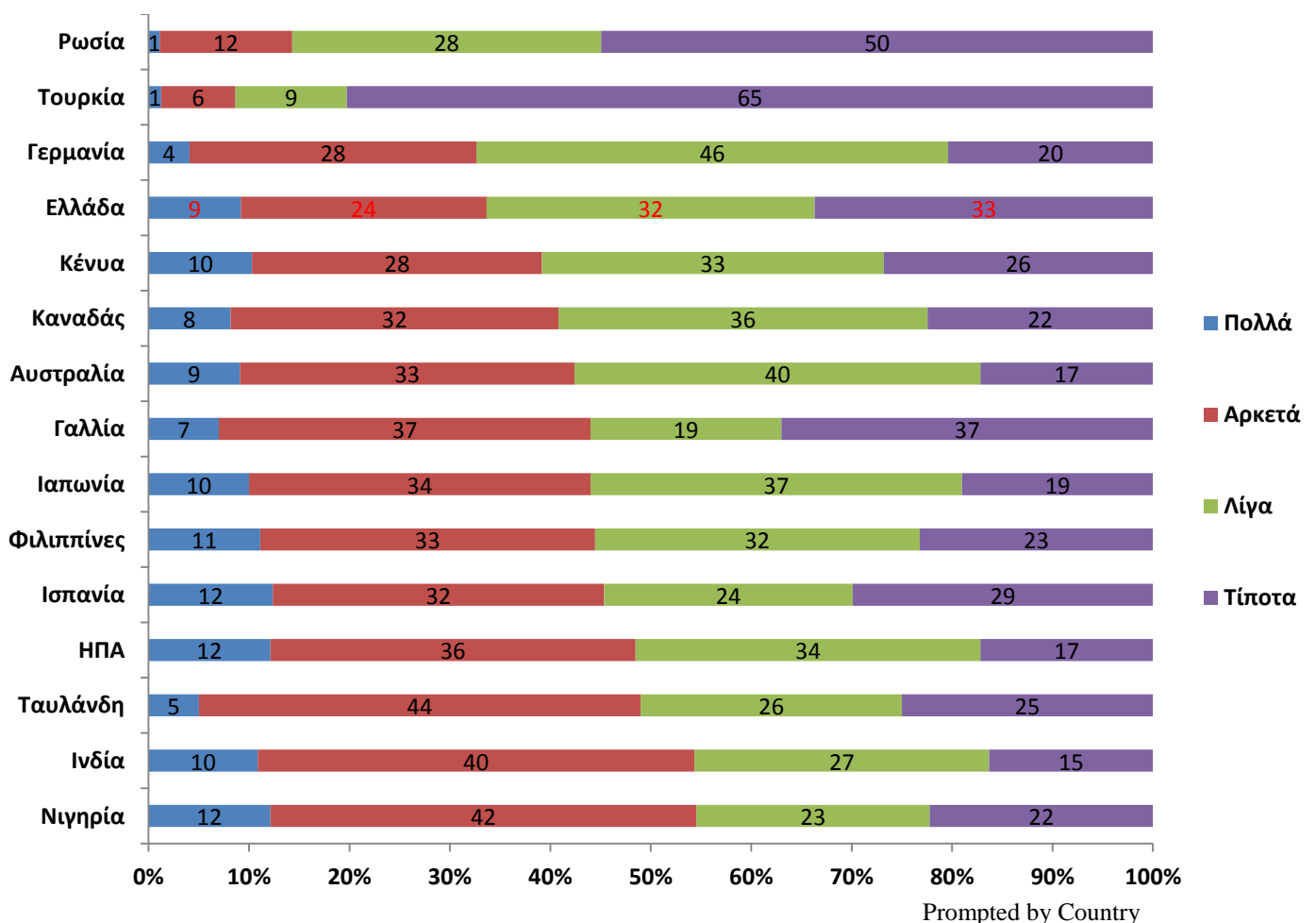
Ιδιαίτερη μνεία στην βιβλιογραφία γίνεται για την κριτική που αφορά το κοινωνικό μάρκετινγκ και κυρίως τις περιπτώσεις των διαφημιστικών εκστρατειών στα πλαίσια της ΕΚΕ. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι τέτοιες εκστρατείες όχι μόνο δεν λειτούργησαν ανασταλτικά, αλλά αντίθετα προκάλεσαν μεγαλύτερη κατανάλωση, επιβεβαιώνοντας ότι τα προγράμματα ΕΚΕ δρουν θετικά στη φήμη, στην εικόνα και κατ' επέκταση στις πωλήσεις της επιχείρησης. Από τη φύση τους τέτοιου είδους καμπάνιες ενέχουν μια αντίφαση: πρωτεύων στόχος τους είναι η διατήρηση της φήμης των εταιριών κι όχι η προστασία της υγείας των καταναλωτών. Οι μελετητές επισημαίνουν ότι ίσως θα πρέπει να μην αναλαμβάνονται αυτές οι πρωτοβουλίες από τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με το εκάστοτε αντικείμενο, αλλά η προστασία της υγείας των πολιτών να περιέλθει στην ευθύνη του κοινωνικού κράτους κι η συμβουλευτική να ανεξαρτητοποιηθεί από τα ιδιωτικά συμφέροντα, που ενδέχεται να προξενήσουν κακό. Στα χέρια των εταιρειών, υπογραμμίζουν, το κοινωνικό μάρκετινγκ πάντοτε θα μετατρέπεται σε εμπορικό μάρκετινγκ.

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω γεννιέται το ερώτημα αν τελικά οι πρωτοβουλίες της ΕΚΕ είναι ένα έξυπνο εργαλείο του μάρκετινγκ, που επικεντρώνεται στην εξύψωση της φήμης και της οικονομικής απόδοσης μιας εταιρείας ή αποτελεί γνήσια έκφραση κοινωνικής ευαισθησίας. Η απάντηση βρίσκεται στο μέσον, και θα πρέπει να ισχυριστεί κάποιος ότι πρόκειται για «win-win» κατάσταση υπό συγκεκριμένους όρους και προϋποθέσεις. Είναι γνωστό ότι θεμελιακός σκοπός των επιχειρήσεων είναι η επιτυχία τους κι η αύξηση της αξίας τους για τους μετόχους, επομένως οποιαδήποτε κοινωνική πρωτοβουλία, θα πρέπει να εντάσσεται σε αυτό τον σκοπό.

Από την άλλη είναι επίσης γνωστό ότι τα τελευταία χρόνια λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, οι κρατικοί φορείς έχουν μεγάλες δυσχέρειες στην οργάνωση κι εφαρμογή της κοινωνικής πρόνοιας. Επιπλέον, συχνά παρατηρείται το φαινόμενο οι κρατικές πρωτοβουλίες σε αυτόν τον τομέα καταλήγουν να είναι αναποτελεσματικές λόγω των γραφειοκρατικών διαδικασιών του δημοσίου, αλλά κυρίως ελλείψεις ουσιαστικού κινήτρου και οικονομικών πόρων. Επομένως, καλούνται οι επιχειρήσεις που διαθέτουν και τα κίνητρα και την οικονομική ευχέρεια να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στον τομέα της κοινωνικής ευαισθησίας και της προστασίας του περιβάλλοντος. Η ανάληψη τέτοιου είδους πρωτοβουλιών κάθε άλλο παρά ανεπιθύμητη είναι με την προϋπόθεση, βέβαια, οι κοινωνικές δράσεις να μην αποτελούν αντάλλαγμα για αποδοχή από την πολιτεία παραβατικών πρακτικών των επιχειρήσεων, ούτε συγκάλυψη άλλων ενεργειών, που βλάπτουν το κοινωνικό σύνολο.

9.1 Ενημέρωση για την απόδοση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

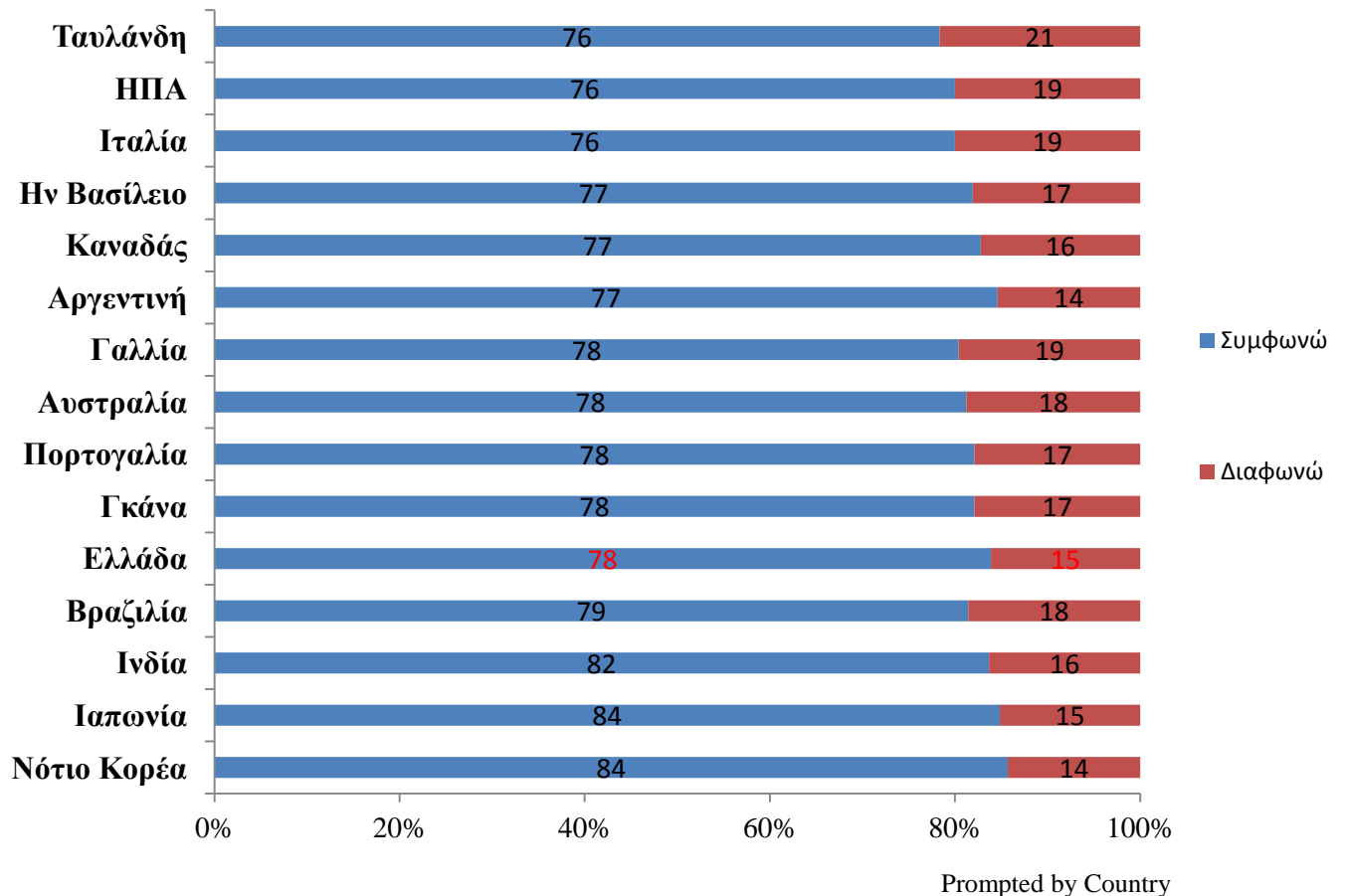
«Τον τελευταίο χρόνο με την προσπάθεια συγκεκριμένων εταιρειών να βελτιώσουν την κοινωνική και περιβαλλοντική τους συμπεριφορά και να προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, θα λέγατε ότι ακούσατε, διαβάσατε...»



Διάγραμμα 1: «Ενημέρωση για την απόδοση ΕΚΕ»

9.2 Αντιλήψεις για την Κοινωνική Δράση των εταιριών

«Πιστεύω ότι οι περισσότερες εταιρείες που προσπαθούν να δείξουν ένα κοινωνικό υπεύθυνο πρόσωπο, το κάνουν κυρίως για να βελτιώσουν την εταιρική τους εικόνα και όχι επειδή θέλουν να συνεισφέρουν θετικά στο κοινωνικό σύνολο».



Διάγραμμα 2: « Αντιλήψεις για την κοινωνική δράση των εταιριών».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΕΠΟΧΕΣ ΚΡΙΣΗΣ

10.1 Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)

Η ΕΚΕ είναι ιδεολογία, στρατηγική και μεθοδολογία με τρεις (3) κυρίως πυλώνες:

- Εταιρική Διακυβέρνηση και διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού,
- Κοινωνίας (ως κοινωνική επιχειρηματικότητα),
- Περιβάλλοντος και Κλιματικής Αλλαγής.

Λόγοι για καθιέρωση του Κώδικα ISM ήταν η ρύπανση και η ασφάλεια της ναυσιπλοΐας, ενώ στην προώθηση της ΕΚΕ συνέβαλλαν τα αρνητικά φαινόμενα διαφθοράς, κλιματικής αλλαγής και κοινωνική συνοχής.

Υπεύθυνη επιχειρηματικότητα σημαίνει να δραστηριοποιείται ο διευθύνων σύμβουλος υπεύθυνα, επιδιώκοντας την βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη της εταιρείας του με κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία, εθελοντικά, πέρα και πάνω από ότι επιβάλλει ο νόμος, επηρεάζοντας ανάλογα τους κοινωνικούς τους εταίρους.

Η ΕΚΕ ξεκίνησε σαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, χάριν θετικής δημοσιότητας μεγάλων εταιρειών, ώστε να αποκατασταθεί η εμπιστοσύνη των πολιτών στην θετική συμβολή τους στο περιβάλλον και την κοινωνία, ως η «Κοινωνική Άδεια Λειτουργίας» τους.

10.2 Εφαρμογή της ΕΚΕ στην ναυτιλιακή πρακτική

Οι περισσότεροι Έλληνες πλοιοκτήτες ποντοπόρων αποτελούν εξειδικευμένες κι ευέλικτες μικρομεσαίου μεγέθους οικογενειακές επιχειρήσεις που απλά διατηρούν γραφεία στην Ελλάδα, με ολιγάριθμο προσωπικό, ενώ η ΕΚΕ εφαρμόζεται με άνεση από μεγάλου μεγέθους εταιρείες (συνήθως με χιλιάδες άτομα προσωπικό). Συνεπώς είναι αρκετά δύσκολο να εφαρμοσθεί στον ίδιο βαθμό από κάθε εταιρεία χωριστά. Είναι όμως εφικτό να αναπτυχθούν συνέργειες μεταξύ ομοϊδεατών και να υποστηριχθούν συλλογικές δράσεις υπέρ επιλεγμένων κοινών δράσεων.

Στα πλαίσια της εφαρμογής ΕΚΕ μια μεγάλη ναυλώτρια εταιρεία επιβάλλεται να επηρεάζει όλους τους εταίρους της, απαιτώντας να εφαρμόζουν πολιτική μείωση του κοινωνικού αντίκτυπου και του ανθρακικού αποτυπώματος της εταιρείας τους, με πιστοποιημένα μετρήσιμα αποτελέσματα. Οι OIL MAJORS, όπως BP, SHELL, και φορτωτές όπως οι RIGHTSHIP, CARGIL, RIO TINTO θα κινητοποιήσουν τους εφοπλιστές να εναρμονισθούν με τις απαιτήσεις τους. Το ερώτημα που τίθεται είναι το εξής: «Πώς όμως μπορεί να γίνει αυτό;». Αναζητώντας να συνεργασθούν κυρίως με πρωτοπόρες εταιρείες που συντάσσουν Κοινωνικό Απολογισμό, κατά προτίμηση διασφαλισμένο για την ακρίβεια των μετρήσεων του. Για παράδειγμα η TOYOTA διαφημίζοντας ένα απλό ή υβριδικό όχημα με μειωμένους ρύπους θα συνυπολογίσει και αυτούς του πλωτού μέσου μεταφοράς. Επίσης, η Mark's & Spencer έχει δεσμευθεί από τις αρχές ΕΚΕ ότι θα προωθήσει τον έλεγχο εφαρμογής αυτών των αρχών στην εφοδιαστική και μεταφορική αλυσίδα. Αποφάσισε να σταματήσει τις μεταφορές από διαφορετικό ημισφαίριο και υπολόγισε ότι έτσι εξοικονομεί 176εκ. λίρες ως το 2016.

10.3 Υπευθυνότητα της ΕΚΕ για την εφαρμογή της

Σε επίπεδο εταιρείας απαιτείται προσωπική δέσμευση του διευθύνοντα Σύμβουλου, καλά ενημερωμένο προσωπικό κι ειδική στελέχωση για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της Στρατηγικής ΕΚΕ, την σύνταξη του Κοινωνικού Απολογισμού και την Επικοινωνία του στο ευρύ κοινό. Στον Κοινωνικό Απολογισμό καταγράφεται η οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση της εταιρείας, όπως αποτυπώνεται στον ισολογισμό η χρηματοοικονομική επίδοση της εταιρείας. Ο αρμόδιος για την ΕΚΕ πρέπει λοιπόν να ξεκινήσει την καταγραφή στόχων και αποτελεσμάτων, ώστε σε 2-3 χρόνια η εταιρεία να είναι έτοιμη να εκδώσει Κοινωνικό Απολογισμό και για του τρεις θεματικούς πυλώνες. Να προβεί δηλαδή σε συγκεκριμένη αρχική υποτύπωση (ακτινογραφία) της υπάρχουσας κατάστασης, στοιχειοθεσία, μέτρηση και καταγραφή αποτελεσμάτων σύμφωνα με αναγνωρισμένα πρότυπα (π.χ. ISO 14001, ISO 50001, SA 8000 κλπ.) και συστήματα διαχείρισης (ISM, TMSA, SEEMP, EFQM, Investors in People, ISO 26000 κλπ) και αν επιθυμεί να ζητήσει επαλήθευση της ακριβείας τους από ανεξάρτητο φορέα πιστοποίηση, όπως οι νηογνώμονες.

10.4 Μετρήσεις και αποτελέσματα της ΕΚΕ στην ναυτιλία

Η ΕΚΕ αποτελεί **μεθοδολογία μέτρησης αποδοτικότητας** των συστημάτων διαχείρισης και μια καταγραφή κι αποτύπωση των καλών πρακτικών, στρατηγικής σημασίας.

Η συγκεκριμένη στρατηγική (strategic performance management) επιχειρήσεων εφαρμόζεται με κατάρτιση επιχειρησιακού πλάνου (με KPIs), καταγραφή μετρήσιμων αποτελεσμάτων κι ετήσια σύγκριση του, βάσει των δεικτών επίδοσης GRI των Ηνωμένων εθνών, κυρίως. Υπάρχουν **(300) διεθνή πρότυπα (models & standards)** π.χ. διοίκησης κι ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού, που οι επιχειρήσεις μπορούν να υιοθετήσουν σαν υπόδειγμα διοικητικών μεθόδων ώστε να αυτοελέγχονται για την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους απόδοση. Επικρατέστερα πρότυπα είναι το AA1000 & GRI των UN που εμπεριέχουν πολλούς δείκτες. Είναι **θετικό ότι δημιουργήθηκε το 2010 η Διεθνής Επιτροπή Έκδοσης Ενιαίων Απολογισμών (International Integrated Reporting Committee- IIRC)**, η οποία επιχειρεί να αναπτύξει τις αρχές για τη δημοσίευση χρηματοοικονομικών και ESG (Διακυβέρνησης- Περιβαλλοντικό –Κοινωνικών) στοιχείων με ξεκάθαρο, συνοπτικό, αξιόπιστο και συγκρίσιμο τρόπο.

10.5 Κόστος και Όφελος της ΕΚΕ

Η επιπλέον στελέχωση με επιτελείο ΕΚΕ (για την μέτρηση κι επικοινωνία), τυχόν εξωτερικοί σύμβουλοι, η ενεργειακή αναβάθμιση και οι χορηγίες είναι το κόστος αλλά με μακροπρόθεσμα οφέλη, καθώς αν ασκηθεί προαιρετικά, η κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι ναυλωτών κι επενδυτών, ενισχύοντας παράλληλα τις εργασιακές σχέσεις και διατηρώντας τα αξιολογικά στελέχη της, ενώ μειώνει το ενεργειακό της κόστος, χάριν της πολιτικής μείωσης ατμοσφαιρικών ρύπων. Οι εταιρείες πρέπει όμως να δείξουν ότι έχουν ενσωματώσει τις αρχές εταιρικής υπευθυνότητας στην επιχειρηματική τους στρατηγική και να παρουσιάσουν τα στοιχεία τους με τρόπο που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους επενδυτές και τους ναυλωτές τους. Σε μερικές χώρες όπως η Νορβηγία, ήδη η ΕΚΕ είναι νομοθετικά υποχρεωτική για τις εταιρείες που αντλούν κεφάλαια από το κοινό. Η διεθνής τάση είναι οι μεγάλοι επενδυτές (όπως η Νορβηγική Κυβέρνηση, τα ασφαλιστικά της ταμεία- που επενδύει διεθνώς 400 δις. κι ένα δις εντός Ελλάδας) επενδύουν μόνο Κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις.

10.6 Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη ως ένα στρατηγικό εργαλείο

Προς το παρόν, η ΕΚΕ είναι για λίγους τους μνημένους πρωτοπόρους οι οποίοι και θα καρπωθούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα εφαρμογής. Ιδανικά οι απολογισμοί που τυγχάνουν επαλήθευσης από πραγματικά εγκριτικούς φορείς, μπορούν να πιστοποιήσουν ότι λειτουργούν με κανόνες διαφάνειας κι επιχειρηματικής ποιότητας και έχουν «κοινωνική άδεια» λειτουργίας κι αξιοπιστίας που συμβαδίζει με την κοινή γνώμη. Στην ελληνική ναυτιλία είναι πράγματι αρκετές εταιρείες, κι όχι μόνο οι εισαγμένες, που αθόρυβα επενδύουν σε σχετικές δράσεις, αλλά πρέπει να ενημερωθούν και να προετοιμαστούν για Έκδοση Κοινωνικού Απολογισμού. Η MAERSK εξέδωσε τον πρώτο της Κοινωνικό Απολογισμό με βαθμολογία (C+) σε 100 σελίδες, καλύπτοντας δηλαδή τις απαιτήσεις 10 μόνο UN GRI δεικτών, με την επαλήθευση τους από ανεξάρτητη αρχή. Συνεπώς, είμαστε ήδη στην αρχή, αλλά από την πίεση των αγορών (ναυλωτών, φορτωτών, Ευρωπαϊκής Επιτροπής και περιβαλλοντολόγων) η ΕΚΕ θα γενικευθεί στην ελληνική ναυτιλία, μάλλον σύντομα.

10.7 Έλεγχος αποτελεσμάτων της ΕΚΕ

Πιστοποιούνται από φορείς επαλήθευσης, όπως είναι γνωστές εταιρείες Ορκωτών Ελεγκτών. Αλλά για την ναυτιλία, σαφώς οι Νηογνώμονες είναι οι πιο έγκυροι φορείς πιστοποίησης, ως αξιόπιστοι κι ανεξάρτητοι τρίτοι με μεγάλο δίκτυο επιθεωρητών. Αυτοί και μόνο, μπορούν έγκυρα να σηκώσουν το βάρος της επαλήθευσης πολύπλοκων μαθηματικών υπολογισμών, κατά τον έλεγχο ενεργειακής αποδοτικότητας και μείωσης ανθρακικού αποτυπώματος, καθώς είναι γνωστές της ναυτιλιακής πρακτικής και των ιδιαιτεροτήτων της, αλλά κυρίως έχουν την δυνατότητα πρόσβασης στα πλοία.

Οι Κοινωνικοί Απολογισμοί απαιτούν ενδελεχή έλεγχο των μετρήσεων από ειδικούς και οι ιδιωτικές εταιρείες κι οι επιτροπές βραβεύσεων δεν μπορούν να φέρουν την βαρύτητα και την αξιοπιστία που επαγγέλλονται και απαιτούν τα διεθνή πρότυπα.

Η ελληνόκτητη ναυτιλία αυτοελέγχεται από τους νηογνώμονες και δεν έχει ανάγκη τους ίδιους μηχανισμούς μάρκετινγκ ή επικοινωνίας των άλλων βιομηχανιών. Χρειάζεται να αναπτύξει άμεσα τους δικούς της μηχανισμούς, εμπνεόμενη από τις καλές πρακτικές που ήδη έχουν ευρύτατα κοινοποιηθεί, σύμφωνα όμως με τα δικά της κριτήρια και ανάγκες. Το παράδειγμα υποβιβασμού της χώρας μας από Οίκους αξιολόγησης είναι απευκταίο. Επιβάλλεται να υπάρχει κλαδική ενημέρωση και αντίληψη, με εντιμότητα και διαφάνεια, ώστε να υιοθετηθούν μοντέλα επιχειρηματικής αριστείας που αφορούν την συγκεκριμένη ναυτιλιακή βιομηχανία, ειδικά κατά την οικονομική κρίση. Πρέπει να αποφευχθεί η εκμετάλλευση της ιδεολογίας της κοινωνικής υπευθυνότητας, ώστε να μην ταυτισθεί μόνο με την αγαθοεργία ή την εθελοντική αντιστάθμιση ρύπων, την στιγμή που η ΕΚΕ είναι σύνθετο και πολύπλοκο εργαλείο στρατηγικής διαχείρισης (ανθρώπινου δυναμικού, ενεργειακής απόδοσης και κοινωνικής συνεισφοράς) που απαιτεί άρτια επιστημονική κατάρτιση κι όραμα.

10.8 Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη στην Ναυτιλία

Ζούμε σε εποχές με συναισθήματα του τύπου «η εκκλησία να σταματήσει να μοιράζει μακαρόνια και να δώσει την περιουσία της στους άστεγους» και συνεπώς είναι εποχή για πραγματικά ουσιαστικές δράσεις. Οι συνήθεις πρακτικές κοινωνικής δικτύωσης ή ηλεκτρονικών ενημερωτικών δελτίων, με την επαναλαμβανόμενη διαφήμιση χορηγιών ή συνεδριών που διατείνονται ότι ασκούν ΕΚΕ, ήταν θεμιτά για τις χρυσές εποχές, είναι ανεπαρκή για την σημερινή ελληνική πραγματικότητα. Αναδεικνύουν, για παράδειγμα εμπορικές πρακτικές, όπως εθελοντική επιπλέον μείωση ανθρακικού αποτυπώματος σε τρίτες χώρες, αποζητώντας πόρους καλοπροαίρετων ενδιαφερομένων, ενώ η χώρα μας οικονομικά καταρρέει.

Η ΕΚΕ απαιτεί να επηρεάζεις τον άμεσο κοινωνικό σου περίγυρο, συνεπώς η πλειοψηφία της ελληνόκτητης ναυτιλίας πρέπει να μην εφησυχάζει «..δωρίζοντας μικροπράγματα» στη χώρα μας, αλλά να επενδύσει σοβαρά στην υποστήριξη της καινοτομίας, της έρευνας και εκπαίδευσης για την ανάπτυξη και κοινωνική διάσωση της. Με σωστή ενημέρωση για προτάσεις και δράσεις ΕΚΕ, η ελληνική ναυτιλία μπορεί βάσιμα να προασπιθεί και την τεκμηριωμένη θέση της υπέρ της επικράτησης «Bunker Levy» έναντι «ETS», προλαμβάνοντας την σύγχυση που προκαλούν οι λομπίστες άλλων συμφερόντων που ενεργούν παρασκηνιακά εναντίον της, παραφράζοντας τον όρο και τις δυνατότητες της ΕΚΕ. Δεν πρέπει επίσης να επιβαρυνθεί το ήδη περιορισμένο ανθρώπινο δυναμικό της ναυτιλίας με υπερβολικές γραφειοκρατικές απαιτήσεις, εισηγμένες από άλλους επαγγελματικούς φορείς, με διαφορετικές αντιλήψεις, δυνατότητες και διοικητική οργάνωση. Η ναυτιλία μπορεί να στραφεί σε συντονισμένες συλλογικές προσπάθειες εφαρμογής ΕΚΕ, ώστε να πιστοποιήσει και τους τρείς πυλώνες, κι όχι μόνο τον περιβαλλοντικό.

10.9 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Στην ναυτιλία σταθερά εφαρμόζεται ο θεσμός της Αλληλέγγυας Επιχείρησης, όπου συνεταιριστικά σχήματα με Διοικούσες Επιτροπές των ιδίων μελών-Εφοπλιστών (Νηογνώμονες, Αλληλασφαλιστικές Ενώσεις) εφαρμόζουν την τήρηση κανονισμών και διαδικασίες ασφάλειας κι εταιρικής διοίκησης, αλληλασφαλίζουν ή επιθεωρούν πλοία.

Η εμπορική ναυτιλία παραδοσιακά αυτορυθμίζεται με Κανονισμούς από Διεθνείς Οργανισμούς κι ουσιαστικά αυτοελέγχεται από Συνομοσπονδίες Μελών.

Σαν ιστορική ανασκόπηση, αξίζει να σημειωθεί ότι κατά την ελληνική επανάσταση, οι ναυτιλιακές συνεργασίες στην Ύδρα, Σπέτσες & Ψαρά, ήταν Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί (π.χ. στις Σπέτσες 40 πλοία και 136 συνέταιροι) όπου εργαζόμενοι ναυτικοί, δανειστές ακόμη και χήρες-ορφανά ναυτικών συμμετείχα στην πλοιοκτησία ως μεριδιούχοι. Αυτά τα πλοία των συνεταιριστικών επιχειρήσεων θυσιάστηκαν στον απελευθερωτικό αγώνα. Επίσης οι Οικοδομικοί Συνεταιρισμοί άνθισαν σε εποχή που η μετεμφυλιακή Ελλάδα ήταν οικονομικά αδύναμη με κατακερματισμό των πολιτικών κομμάτων, μαστιζόμενη από αστυφιλία ή μετανάστευση. Τότε αναδείχθηκαν ηγεσίες που αφιλοκερδώς πρόσφεραν κοινωνικό έργο ως ρυθμιστές, αφού διένειμαν με πολεοδομικό σχεδιασμό, πρώτες στεγαστικές κι παραθεριστικές κατοικίες χωρίς δάνεια αλλά με χαμηλές μηνιαίες δόσεις σε Συνεταιρικό Ταμείο. Μέχρι το 2020 θα έχουμε έλλειψη διεθνώς από 50,000 αξιωματικούς και 500.000 ναύτες. Διανοίγονται λοιπόν μεγάλες προοπτικές (ίσως για Ελληνικές ναυτικές ακαδημίες) σαν κοινωνικές επιχειρήσεις. Αρκεί κι ο Έλληνας, κάνοντας την ανάγκη φιλοτιμία, να θυμηθεί γονιδιακά την ναυτοσύνη του και να πεισθεί να στραφεί στο ναυτικό επάγγελμα. Σε εποχές κρίσης οι κοινωνικές επιχειρήσεις πιστεύεται ξανά να ανθήσουν. Η ναυτιλία, η έρευνα και η καινοτομία, ο τουρισμός κι η πράσινη ενέργεια είναι οι τομείς που πρέπει να στραφεί εποικοδομητικά η κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Συμπερασματικά, οι ναυτιλιακές εταιρείες στην Ελλάδα που επιβλέπονται, ελέγχονται και επιθεωρούνται στενά από διευθύνοντες, μετόχους, εσωτερικούς κι εξωτερικούς ελεγκτές, επιπλέον της θεσμικής επίβλεψης, πρέπει να επαναπροσδιορίσουν τις ανάγκες τους και να οργανωθούν με νέες συμπράξεις και συνεργατικές μορφές σε σχέση με ΕΚΕ.

Ειδικά, η ναυτιλιακή βιομηχανία πρέπει να οχυρώσει την ιδιαιτερότητα της, μέσω της κλαδικής και διακλαδικής της δικτύωσης με στροφή στις συνέργειες μεταξύ όλων των φορέων της ναυτιλίας και η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι επιτακτική εθνική ανάγκη πλέον, με την υποστήριξη υπεύθυνων εταιριών και θεσμικών φορέων δημιουργικά και όχι ως χορηγοί σε κούφια εκκλήσεις ανθρωπισμού σε εύκολες, αλλά ξεπερασμένες επικοινωνιακές και διαφημιστικές πρακτικές ή πυροσβεστικές κινήσεις αγαθοεργίας.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε Ναυτιλιακές Εταιρίες και Κριτική Ανασκόπηση

Έχοντας στόχο της παρούσας μελέτης την διερεύνηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις ναυτιλιακές εταιρείες δημιουργήθηκε το παρακάτω ερωτηματολόγιο έρευνας στο οποίο επισυνάπτω παρακάτω.

11.1 Σύντομη περιγραφή του ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δεκατέσσερις ερωτήσεις. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρεται στις συγκεκριμένες δράσεις ΕΚΕ των ναυτιλιακών επιχειρήσεων, όπου δίνονται ανάλογες επιλογές. Ζητείται από τους ερωτώμενους να δηλώσουν αν δίνεται έμφαση σε κάποιο τομέα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και αν ναι, να το δηλώσουν. Ένας από τους στόχους του ερωτηματολογίου είναι να εντοπιστεί ο βαθμός στον οποίο η ΕΚΕ έχει ενσωματωθεί στην εταιρική κουλτούρα και αν ναι, σε ποίο βαθμό είναι μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού ή αντιμετωπίζεται απλώς ως πρακτική δημόσιων σχέσεων. Επιπλέον ένας σημαντικός στόχος της έρευνας είναι το κατά πόσο υπάρχει οργανωμένο τμήμα ή διεύθυνση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εντός της επιχείρησης, αλλά και το ποια διεύθυνση είναι αρμόδια για θέματα ΕΚΕ. Ακόμη, οι συμμετέχοντες στην έρευνα απαντούν σε ερωτήματα πρόβλεψης της πορείας των προγραμμάτων ΕΚΕ στο ναυτικό κλάδο αλλά και σε ερωτήματα που έχουν να κάνουν με τον αντίκτυπο που έχουν τα προγράμματα ΕΚΕ στους πελάτες, και στην κερδοφόρο της επιχείρησης. Τέλος, προσδιορίζεται από το ερωτηματολόγιο αν το στέλεχος που απαντά το ερωτηματολόγιο προέρχεται από εταιρεία που δραστηριοποιείται στην μεταφορά χύδην υγρών φορτίων, χύδην ξηρών φορτίων, εμπορευματοκιβωτίων, επιβατών, ή στις ναυτιλιακές υπηρεσίες, ή σε διαφορετική περίπτωση να συμπληρωθεί το πεδίο άλλο, ώστε να υπάρχει εικόνα των επιμέρους αγορών της ναυτιλιακής βιομηχανίας.

11.2 Παρουσίαση ερωτηματολογίου

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



1. Η διοικητική μονάδα που διαχειρίζεται τα θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε ποια διεύθυνση της εταιρίας υπάγεται (παρακαλώ σημειώστε την ακριβή περιγραφή της Διεύθυνσης αν δεν ταιριάζει με τις ακόλουθες επιλογές);

- Διεύθυνση Marketing
 - Διεύθυνση Δημόσιων Σχέσεων
 - Διεύθυνση Στρατηγικού Σχεδιασμού
 - Διεύθυνση Υγείας Ασφαλείας και Περιβάλλοντος
 - Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού
 - Διεύθυνση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
 - Άλλο.....
-

2. Ποιες είναι οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της επιχείρησας; (Παρακαλώ σημειώστε μία ή παραπάνω απαντήσεις)

- Χορηγίες
 - Καθαρισμός Ακτών
 - Φιλικά προς το Περιβάλλον Πλοία
 - Εκπαίδευση και Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού
 - Καλές σχέσεις με την Τοπική Κοινωνία
 - Άλλο.....
-

3. Σε ποιόν τομέα θα μπορούσε ενδεχομένως να δοθεί περισσότερη έμφαση (αν ήταν όχι παρακαλώ συνεχίστε στην ερώτηση 5)

- Χορηγίες
- Καθαρισμός Ακτών
- Φιλικά προς το περιβάλλον Πλοία
- Εκπαίδευση και Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού
- Ενημέρωση επιβατών σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος (αν πρόκειται για πλοία με επιβάτες)
- Ανταποδοτικά οφέλη/ σχέσεις καλής γειτονίας με την τοπική κοινωνία
- Άλλο.....
.....

4. Σε ποιο τομέα από τους παρακάτω δίνετε περισσότερη εθελοντική βάση:

- Κοινωνία
- Περιβάλλον
- Εταιρική Διακυβέρνηση
- Ανθρώπινο Δυναμικό
- Άλλο.....

5. Χρησιμοποιείτε κάποιες στρατηγικές επικοινωνίας των δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με τους μετόχους;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Αν Ναι,
ποιές;.....

6. Τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν συμβάλει σημαντικά στην ενίσχυση της καλής εικόνας της επιχείρησης προς τους μετόχους;

- Ναι, έχουν συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην καλή εικόνα
- Ναι, έχουν ενισχύσει την καλή εικόνα
- Όχι, δεν έχουν συμβάλει
- Δεν γνωρίζω
- Άλλο.....

7. Ποιοι ήταν οι λόγοι της εφαρμογής προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης; (Παρακαλώ σημειώστε μία ή παραπάνω απαντήσεις)

- Κοινωνικό Μάρκετινγκ
- Αποτελεσματική και Υπεύθυνη Διοίκηση
- Βελτίωση της Εταιρικής εικόνας προς τους πελάτες
- Αύξηση της κερδοφορίας
- Βιώσιμη και Αειφόρος Ανάπτυξη
- Άλλο.....
-

8. Παρακαλώ αξιολογήσετε στην παρακάτω κλίμακα από 1 έως 7 τον βαθμό στον οποίο η εταιρία σας έχει ενσωματώσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην οργανωτική κουλτούρα;

1. Καθόλου
2. Λίγο
3. Μέτρια
4. Αρκετά
5. Πολύ
6. Πάρα πολύ
7. Άριστα

9. Παρακαλώ αξιολογήσετε στην παρακάτω κλίμακα από 1 έως 7 τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως προς την αποτελεσματικότητά τους για την επίτευξη των στόχων της Διοίκησης;

1. Καθόλου
2. Λίγο
3. Μέτρια
4. Αρκετά
5. Πολύ
6. Πάρα πολύ
7. Άριστα

10. Σκοπεύετε να ενισχύσετε το πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με περισσότερες δράσεις μέσα στο έτος 2014-2015;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Αν Ναι, ποιες είναι αυτές?.....
-
-

11. Θεωρείτε ότι τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν επηρεάσει την σχέση των πελατών σας;

- Ναι, την έχουν επηρεάσει σημαντικά
- Ναι, αλλά σε μικρό βαθμό
- Όχι, οι πελάτες δεν επηρεάζονται
- Δεν γνωρίζω

12. Ποια είναι η αναμενόμενη μελλοντική πορεία των προγραμμάτων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στο κλάδο της Ναυτιλίας;

- Θα ενισχυθούν σημαντικά
- Θα ενισχυθούν
- Δεν θα υπάρξει μεταβολή
- Θα περιοριστούν σημαντικά
- Δεν γνωρίζω

13. Θεωρείται ότι τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελούν πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τη ναυτιλιακή επιχείρηση;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Αν ναι,
γιατί;.....
.....
.....

14. Ο τομέας δραστηριοποίησης της εταιρίας σας είναι:

- Μεταφορά Χύδην Υγρών Φορτίων
- Μεταφορά Χύδην Ξηρών Φορτίων
- Μεταφορά Εμπορευματοκιβωτίων
- Μεταφορά Επιβατών (Ακτοπλοΐα-Κρουαζιέρα)
- Ναυτιλιακές Υπηρεσίες
- Άλλο.....
.....

Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας!!!!!!

Με εκτίμηση

11.3 Στάδια της έρευνας και μέχρι τώρα συμπεράσματα

Η έρευνα βρίσκεται στο στάδιο επικοινωνίας και συλλογής των ερωτηματολογίων. Ο τρόπος επικοινωνίας που έχει επιλεγεί είναι μέσω προσωπικών «e-mail» σε στελέχη ναυτιλιακών εταιρειών ή μέσω αποστολής του ερωτηματολογίου στο εταιρικό «e-mail» των επιχειρήσεων, εξηγώντας τους λόγους και τους στόχους της έρευνας.

Από την μέχρι τώρα έρευνα, το συμπέρασμα που απορρέει είναι ότι οι ναυτιλιακές εταιρείες δίνουν μεγάλη έμφαση σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος. Επενδύουν στα φιλικά προς το περιβάλλον πλοία και στο τεχνολογικό εξελιγμένο εξοπλισμό επί του πλοίου ώστε να πληρούνται όλα τα περιβαλλοντικά διεθνή πρότυπα. Για το σκοπό αυτό, επενδύουν σημαντικά κεφάλαια στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού στο πλοίο και στα γραφεία στην ξηρά, ώστε να έχουν οι εργαζόμενοι όλες τις γνώσεις και τις δεξιότητες διαχείρισης των συστημάτων περιβαλλοντικού ελέγχου. Ο σεβασμός και η προστασία του φυσικού και θαλάσσιου περιβάλλοντος και παράλληλα η ασφάλεια και η διασφάλιση της ανθρώπινης ζωής και των εμπορευμάτων που μεταφέρονται είναι οι θεμέλιοι λήθη πάνω στους οποίους χτίζεται η στρατηγική των ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Η προαναφερθείσα στρατηγική είναι αυτή που καθορίζει και την εταιρική κουλτούρα και κατά συνέπεια και την εταιρική φήμη. Η ναυτιλιακή βιομηχανία είναι μια βιομηχανία στην οποία η εταιρική φήμη παίζει καθοριστικό ρόλο για του πελάτες (ναυλωτές). Ιδιαίτερα, σε εταιρείες μεταφοράς χύδην υγρών φορτίων, όπου οι ναυλωτές είναι μεγάλες εταιρείες πετρελαίου, η εταιρική κοινωνική ευθύνη παίζει μεγάλο ρόλο, καθώς οι ναυλωτές για την επιλογή πλοίου και για την μεταφορά των φορτίων τους, θέτουν ως κριτήριο τη συμμόρφωση (πλοίου και εταιρείας) προς τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις.

Το επόμενο βήμα, για την ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην ναυτιλία θα μπορούσε να είναι η έκδοση, από το σύνολο των εταιριών, του ετησίου απολογισμού Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι κάποιες εταιρείες του ναυτιλιακού κλάδου, μεταξύ των οποίων είναι η Attica Group, Arcadia Shipping management Co. Ltd και η Aegean Bulk Co. Inc , Thenamaris Ships Management Inc. οι οποίες έχουν αξιόλογο έργο στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ενώ εταιρίες όπως η Diana Shipping Services S.A, πρωτοπορούν στον τομέα της περιβαλλοντικής προστασίας και πιστοποίησης. Παρόλα αυτά, η ενότητα Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο εταιρικό site του συνόλου των ναυτιλιακών εταιρειών θα αποτελέσουν μια ακόμη ένδειξη ότι η Ναυτιλία αναπτύσσει το επίπεδο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στόχος της παρούσας εργασίας αποτελεί η καταγραφή της κατάστασης και των αντιλήψεων των επιχειρήσεων και των καταναλωτών για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθώς και τους τρόπους με τους οποίους συμβάλλουν στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Επιπλέον μελετώνται οι επιπτώσεις και οι τάσεις που επικρατούν στις ελληνικές επιχειρήσεις στον τομέα της ΕΚΕ.

Ένα από τα κύρια συμπεράσματα που απορρέουν από την παρούσα μελέτη είναι ότι οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά ενδιαφέρονται και προσφέρουν στην κοινωνία, είτε χρηματοδοτώντας διάφορα προγράμματα για την παιδεία, την υγεία και το περιβάλλον, είτε ενεργώντας αυτοβούλως ως μείζον θέματα που απασχολούν κατά καιρούς την χώρα μας αλλά και στο εξωτερικό. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υιοθετούνται πιο συχνά από τις μεγάλες επιχειρήσεις αφενός γιατί διαθέτουν τα μέσα και αφετέρου γιατί είναι πιο ανοικτές στο διεθνές οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον. Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι οι πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης περισσότερο των μεγάλων ναυτιλιακών επιχειρήσεων, τείνουν να είναι περισσότερο συστηματοποιημένες, επίσημες και να συνοδεύονται και από ανάλογο πρόγραμμα δημοσιότητας.

Σημαντικό ακόμα συμπέρασμα είναι η στάση των πολιτών-καταναλωτών απέναντι στην κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων καθώς φαίνεται μέσω των ερευνών ότι επηρεάζονται από την παρουσία της ΕΚΕ και αναλόγως επιβραβεύουν ή και τιμωρούν επιχειρήσεις καθώς είναι σε θέση να αξιολογούν πότε μια επιχείρηση χρησιμοποιεί το μέσο της κοινωνικής προσφοράς για διαφημιστικό σκοπό και πότε από πραγματικό κοινωνικό ενδιαφέρον. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι παρά τη θετική στάση των καταναλωτών απέναντι στην κοινωνική ευθύνη αναθεωρούν τις προτιμήσεις τους ανάλογα με την οικονομική τους κατάσταση.

Στα πλαίσια αυτά και λαμβάνοντας υπόψη την υπάρχουσα κατάσταση σε εθνικό και μη επίπεδο οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνεχίσουν, περισσότερο από ποτέ, την υλοποίηση δράσεων για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με σκοπό την ανάπτυξη και την διασφάλιση της επιχειρηματικής τους εξέλιξη. Στα συμπεράσματα που προκύπτουν περιλαμβάνεται και το μοντέλο της Βιώσιμης Ανάπτυξης της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις της ναυτιλιακής βιομηχανίας, αλλά και γενικότερα, έχοντας, ως γνώμονα της στρατηγικής, τη κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική αποτελεσματικότητα, θα ενισχύσουν σημαντικά την ανταγωνιστικότητα τους και την μακροχρόνια κερδοφορία τους. Τέλος, η εταιρική κοινωνική ευθύνη, όντας συστατικό στοιχείο της λειτουργικότητας των επιχειρήσεων, μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στην καλή φήμη και εικόνα της επιχείρησης, αφού βεβαίως έχει εξασφαλισθεί ότι η κοινωνική προσφορά των επιχειρήσεων είναι εθελοντική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βαξεβανίδου, Μ. (2011), Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα: Εκδόσεις ΑΘ. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ.
- Γκατζάς, Γ. (2010), Πολιτιστική πολιτική, χορηγία και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα: ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ.
- Kotler, P., Lee, N. (2009), Εταιρική κοινωνική ευθύνη: πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας, Αθήνα: Economía Publishing.
- Σαρμανιώτης Χρήστος, MANATZMENT, Αθήνα 2005.
- Στειακάκης Εμμ.- Κάτζος Νικόλαος, MANATZMENT, μια σύγχρονη άποψη, Θεσσαλονίκη 2002.
- Σωτ. Καρβούνης – Δημ. Γεωργακέλλος, «Διαχείριση του Περιβάλλοντος», Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2003: Κεφάλαιο 22 σελ 622-627.
- Ανδριάννα Βλάχου, « Περιβάλλον και Φυσικοί Πόροι» Τόμος Α, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα 2001: Κεφάλαιο 3 σελ. 65-87, 122-124.
- Γιώργος Δ. Σαμιώτης - Γρηγόρης Δ. Τσαπάς, «Διεθνής Προστασία του Περιβάλλοντος» Τόμος Α, Εκδόσεις Παπαζήση: Κεφάλαιο 1 σελ. 45-46.

ΔΙΕΘΝΗΣ

- Carroll, A.B. (1979), “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, Vol 4 (4), pg. 497-505.
- Carroll, A.B. (1991), “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders”, *Business Horizons*, Vol 34(4), pg. 39-48.
- Corporate Social Responsibility Green Paper (2001), Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, (COM (2001)366 Final of 18.7.2001).
- Albinger, H.S., and Freeman, S.J (2000) “Corporate Social Performance and Attractiveness as an Employer to Different Job Seeking Populations” *Journal of Business Ethics*, 28 (3), pg. 243-253.
- Campbell, D., Moore, G., and Metzger, G. (2002) “Corporate Philanthropy 1985-2000: Some Empirical Findings”, *Journal of Business Ethics*, 39, pg. 29-41.
- Giannarakis, G., and Theotokas, I. (2011) “ The Effect of Financial Crisis in Corporate Social Responsibility Performance”, *International Journal of Marketings Studies*, 3 (1), pg. 1-10.
- Green, T., and Peloza, J. (2011) “ How Does Corporate Social Responsibility Create Value for Consumers”, *Journal of Consumer Marketing*, 28(1), pg. 48-56.

- Pelozo, J. (2006) “ Using Corporate Social Responsibility as Insurance for Financial Performance”, California Management Review, 48(2), pg. 52-72.
- Porter, M.E., Karmar, M.R. (2002) “ The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy” Harvard Business Review, 80(12), pg. 56-69.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

www.csrhellas.gr

www.csreurope.org

www.eucsrwards-hellas.gr

Ετήσιος Απολογισμός ΕΚΕ , διαθέσιμος στο www.atticagroup.gr

<http://www.dianashippinginc.com>

<http://www.unitizedocean.com/>

www.allaboutshipping.co.uk

www.qualitynet.gr

www.instofcom.gr

www.cri.org.gr

www.globalreporting.org

www.sev.org.gr

www.meda.gr

www.socialresponsibility.vinsign.com

www.unglobalcompact.org

www.iso.org

www.wbcds.org

<http://www.go-maritime.net/european-maritime-industry/corporatesocial-responsibility/Corporate-social-responsibility.php#>

<http://www.commonlawgic.org/>

<http://www.imo.org/en/OurWork/Environment/PollutionPrevention/AirPollution/Pages/Technical-and-Operational-Measures.aspx>

<http://corostrandberg.com/>