

# ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΤΙΚΟΥ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

## ΣΧΟΛΗ ΠΛΟΙΑΡΧΩΝ

### Πτυχιακή Εργασία: Εταιρική κοινωνική ευθύνη και Ναυτιλία

Α/Α	Όνοματεπώνυμο	Ειδικότης	Αξιολόγηση	Υπογραφή
1				
2				
3				
ΤΕΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ				

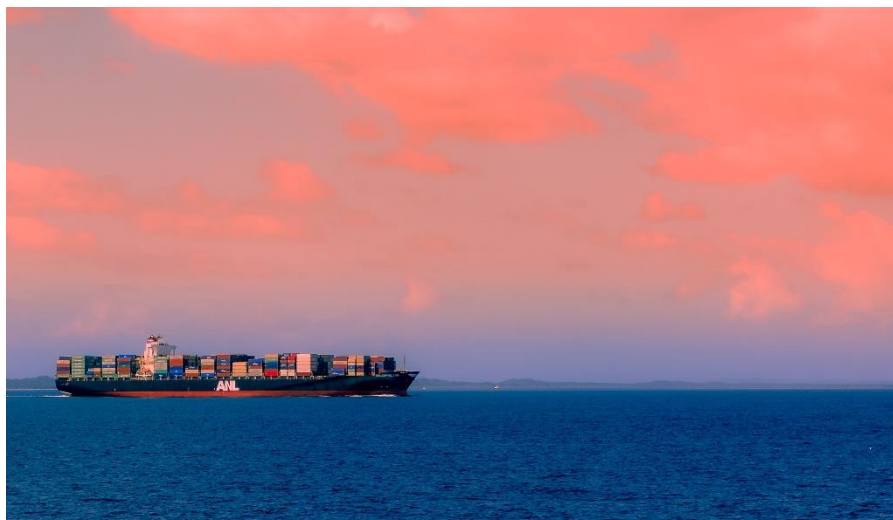
ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: Ιωαννίδης Γρηγόριος

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Γεωργακαράκου Χρυσάνθη

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΟΛΗΣ:.....

**ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΤΙΚΟΥ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΠΛΟΙΑΡΧΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**



**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Γεωργακαράκου Χρυσάνθη**

**Εταιρική κοινωνική ευθύνη και Ναυτιλία**

**ΤΟΥ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ : Ιωαννίδη Γρηγορίου**

**ΑΓΜ : 4463**

**ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: 06/02/2021**

**ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: 16/02/2022**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	8
1.1 Ορισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	8
1.2 Ιστορική Αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	10
1.3 Εργαλεία και διαστάσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	12
1.4 Οφέλη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΝΑΥΤΙΛΙΑ.....	18
2.1 Τι είναι Ναυτιλία.....	18
2.2 Ιστορική Αναδρομή.....	19
2.3 Θαλάσσιο εμπόριο.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑ.....	22
3.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελληνική ναυτιλία.....	22
3.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και κανονισμοί Ασφαλείας στη ναυτιλία.....	25
3.3 Εταιρική Φιλανθρωπία στην Ελληνική Ναυτιλία.....	25
3.4 Ελληνική Ναυτιλία και προσφορά στην κοινότητα.....	27
3.5 Ελληνική Ναυτιλία και υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές.....	29
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	31
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	32

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη παρούσα εργασία θα αναλυθεί η Εταιρική κοινωνική ευθύνη στη Ναυτιλία. Η Εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί μια σημαντική ενέργεια των επιχειρήσεων που αποσκοπεί στην συμβολή αντιμετώπισης περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Η ανάλυση του συγκεκριμένου θέματος έχει ενδιαφέρον διότι η Εταιρική κοινωνική ευθύνη αποσκοπεί σε ένα καλύτερη κοινωνία

Αρχικά στο πρώτο μέρος, παρουσιάζονται η Εταιρική κοινωνική ευθύνη, δηλαδή ο ορισμός της, η ιστορία της, τα οφέλη της και τα εργαλεία της. Επιπλέον, στο δεύτερο μέρος παρουσιάζετε η ναυτιλία και το θαλάσσιο εμπόριο . Επιπρόσθετα, το τρίτο μέρος της εργασίας περιλαμβάνει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην ναυτιλία. Θα αναλυθεί η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελληνική ναυτιλία, τι προσφέρει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στη κοινωνία.

Τέλος, θα πραγματοποιηθεί εξαγωγή αποτελεσμάτων.

## ABSTRACT

In this paper, corporate social responsibility in shipping will be analyzed. Corporate social responsibility is an important business action that aims to contribute to addressing environmental and social issues. The analysis of this issue is interesting because Corporate social responsibility aims at a better society

Initially, in the first part, corporate social responsibility is presented, i.e. its definition, its history, its benefits and its tools. In addition, in the second part you present shipping and maritime trade. In addition, the third part of the work includes Corporate Social Responsibility in shipping. Corporate Social Responsibility in Greek shipping will be analyzed, what Corporate Social Responsibility offers to society.

Finally, results will be exported.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παγκοσμιοποίηση επηρεάζει όλες τις πτυχές της ζωής, και ως εκ τούτου επηρεάζει τις επιχειρήσεις, χωρίς καμία εξαίρεση. Μπορεί να διεξάγει παγκόσμιο εμπόριο γρήγορα και αξιόπιστα για επιχειρήσεις και πελάτες. Οι εταιρείες σε όλο τον κόσμο ανησυχούν όλο και περισσότερο για τον αντίκτυπο της επιχείρησής τους στην κοινωνία. Αναγνωρίζουν επίσης ότι ο κόσμος στον οποίο ζούμε αντιμετωπίζει όλο και περισσότερες ανάγκες, πιέσεις και κινδύνους, και αυτές οι ανάγκες, οι πιέσεις και οι κίνδυνοι δεν έχουν αντικατοπτριστεί στην αγορά ή στην παραδοσιακή πολιτική διαδικασία στην οποία βασίζονται εδώ και πολύ καιρό. Από την άλλη πλευρά, οι νέες απαιτήσεις για τις διεθνείς εταιρείες πρέπει να αφορούν την ευαισθητοποίηση των πελατών σε θέματα ηθικής κατανάλωσης, αλλά ταυτόχρονα, οι πελάτες απαιτούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες να παρέχονται με χαμηλότερο κόστος. Αυτό δημιουργεί ένα περιβάλλον στο οποίο οι διεθνείς εταιρείες πρέπει να επιτύχουν μια ισορροπία μεταξύ ηθικών και οικονομικών επιλογών προκειμένου να επιβιώσουν. Ως εκ τούτου, πολλές εταιρείες έχουν εφαρμόσει τη λεγόμενη εταιρική κοινωνική ευθύνη (εφεξής καλούμενη ΕΚΕ) στις δραστηριότητές τους, με στόχο να εξισορροπήσουν τις δραστηριότητές τους με τις ανησυχίες εσωτερικών και εξωτερικών ενδιαφερομένων, όπως εργαζόμενοι, πελάτες, προμηθευτές και συνεργάτες, εργατικά σωματεία, Τοπικές κοινωνίες, μη κυβερνητικές οργανώσεις (εφεξής καλούμενες και μη κυβερνητικές οργανώσεις) και κυβέρνηση. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη περιλαμβάνει εταιρείες που αποφασίζουν οικειοθελώς να ενσωματώσουν κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους στις καθημερινές επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, πέρα από κάθε νομική υποχρέωση. Όσον αφορά τη φύση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, πρόκειται για ένα σύνθετο και πολύπλευρο φαινόμενο που εμφανίζεται ως διασύνδεση μεταξύ της εταιρείας και της κοινωνίας. Προκειμένου να διατηρηθεί η μακροπρόθεσμη βιώσιμη ανάπτυξη και ανάπτυξη, οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις έχουν αρχίσει να σταθμίζονται έναντι των οικονομικών οφελών και των βραχυπρόθεσμων κερδών, σε βάρος της μακροπρόθεσμης ευημερίας των επιχειρήσεων. Με την αυξανόμενη ευαισθησία σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα και τις ανησυχίες των ενδιαφερομένων και των ιδιοκτητών που μπορούν να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά μέσω της εσωτερικής και εξωτερικής διάστασης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι εταιρείες προσπαθούν όλο και περισσότερο να δημιουργήσουν

Καλύτερος «εταιρικός πολίτης» είναι κάποιος που μπορεί να εφαρμόσει την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ωστόσο, αν και πολλοί άνθρωποι συμφωνούν ότι η ΕΚΕ λειτουργεί καλά για τις εταιρείες, αφού εφαρμοστεί και ακολουθηθεί, το κόστος που σχετίζεται με το σχέδιο ΕΚΕ είναι σαφές, αλλά η θετική συσχέτιση με την καλύτερη οικονομική απόδοση είναι συχνά δύσκολο να αποδειχθεί. Σε κάθε περίπτωση, οι συνήγοροι μπορούν να υποστηρίξουν και να βρουν μια σταθερή διαδρομή, επειδή οι στόχοι της ΕΚΕ υπερβαίνουν τα βραχυπρόθεσμα οικονομικά οφέλη και επικεντρώνονται κυρίως στο μακροπρόθεσμο της ευημερίας και της επιχειρηματικής ζωτικότητας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

### 1.1 Ορισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η έννοια της εταιρικής διακυβέρνησης δεν είναι νέα, καθώς συνέπεσε με τη δημιουργία των πρώτων ανώνυμων εταιρειών τον 19ο αιώνα. Η εταιρική διακυβέρνηση δεν είναι τίποτα άλλο από ένα σύστημα αρχών βάσει των οποίων μπορεί κανείς να οργανώσει, να λειτουργήσει και να διαχειριστεί μια εταιρεία προκειμένου να προστατεύσει και να ικανοποιήσει τα έννομα συμφέροντα όλου του προσωπικού που σχετίζεται με την εταιρεία στο πλαίσιο των συμφερόντων της εταιρείας. Με άλλα λόγια, στοχεύει στη μόνιμη εξυπηρέτηση των συμφερόντων της εταιρείας ως νομικής οντότητας και των συμφερόντων των ενδιαφερομένων (μετόχων) μέσω μιας διαδικασίας πλήρους διαφάνειας και παροχής σημαντικών πληροφοριών, ώστε να μπορούν και αυτοί να συμμετέχουν ενεργά στις δραστηριότητες της εταιρείας.

Αν και η έννοια της ΕΚΕ χρησιμοποιείται ευρέως σε δημόσιες συζητήσεις σχετικά με τις επιχειρήσεις, τα καλύτερα κοινωνικά μοντέλα και τη διακυβέρνηση, δεν υπάρχει διεθνώς αναγνωρισμένος ορισμός της ΕΚΕ. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι η εθελοντική (εθελοντική) δέσμευση μιας εταιρείας στη στρατηγική ενσωμάτωσης κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων και εκφράζεται μέσω σχετικών πρακτικών που συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη, τις σχέσεις ανθρώπινου δυναμικού, την κοινωνική αλληλεγγύη και αλληλεγγύη. Η τοπική κοινωνία και η ευρύτερη κοινότητα συνολικά. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό:

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις επιχειρηματικές πολιτικές, επειδή οι κοινωνικοί δείκτες χρησιμοποιούνται συνήθως για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων των πολιτικών τους.

- Η ΕΚΕ επηρεάζει τις οικονομικές επιδόσεις της εταιρείας/οργανισμού, επομένως δεν αποτελεί περιφερειακή δραστηριότητα, αλλά έναν από τους κύριους στόχους της καλής λειτουργίας.
- Η ΕΚΕ είναι η λογική της καλής επιχειρηματικότητας. Η ενσωμάτωση των εννοιών και των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην επιχειρηματική πρακτική σηματοδοτεί μια νέα αντίληψη που διέπει το όραμα, τις αξίες και τις αρχές πάνω στις οποίες λειτουργεί η εταιρεία. Στην περίπτωση αυτή, η εταιρεία επιδιώκει να συνδυάσει αποτελεσματικά τα οικονομικά τους



Εκτός από τη συμμόρφωση με το νομικό πλαίσιο, βελτιώνουν επίσης την αποτελεσματικότητα και την ανάπτυξη μέσω της συνεισφοράς τους σε ολόκληρη την κοινωνία και την προστασία του περιβάλλοντος. Η αρχή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι ότι η συμμετοχή της εταιρείας εμπίπτει κυρίως στο πεδίο αρμοδιοτήτων των δημόσιων φορέων, της κοινωνικής πρόνοιας, της προστασίας του περιβάλλοντος, της εκπαίδευσης και της κατάρτισης. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη καλύπτει ποικίλες δραστηριότητες, όπως η στρατηγική «Ευρωπαϊκή 2020» (ιδίως νέες δεξιότητες και θέσεις εργασίας, νεολαία, τοπική ανάπτυξη), επιχειρηματικά και ανθρώπινα δικαιώματα, κοινή χρήση δεδομένων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και κοινωνικά υπεύθυνες δημόσιες συμβάσεις.

Το 1960, ο Keith Davis πρότεινε ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται σε αποφάσεις και ενέργειες που δεν έχουν καμία σχέση με οικονομικά αποτελέσματα ή τεχνικά οφέλη (Davis K, 1960). Ταυτόχρονα, οι Eells και Walton όρισαν την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως ένα πρόβλημα που προκύπτει όταν μια εταιρεία δίνει έμφαση στα κοινωνικά οφέλη και γενικά αναφέρεται στις αξίες που πρέπει να διέπουν τη σχέση εταιρείας-κοινωνίας (Eells R./Walton C., 1961 ). Ο Later Wood πιστεύει ότι η εφαρμογή της πρακτικής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έγκειται στο ότι η επιχείρηση και η κοινωνία είναι δύο έννοιες, οι οποίες όχι μόνο συνδέονται άμεσα, αλλά κυρίως δεν μπορούν να ακολουθήσουν ανεξάρτητους δρόμους (Wood D.J, 1991). Οι Jackson και Nelson προσδιόρισαν επίσης την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως σημαντικό παράγοντα για την επιτυχία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων το 2004. Είναι επίσης μια ευκαιρία για τις εταιρείες. Εκτός από το ενδιαφέρον τους για τα οικονομικά αποτελέσματα, μπορούν επίσης να λάβουν σοβαρά υπόψη ευρύτερα κοινωνικά ζητήματα (Jackson / Nelson J., 2004), ενώ ο Clarkson πιστεύει ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη έγκειται στην ικανοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών της επιχείρησης (Clarkson M., 1995).

Ο πρώην στέλεχος της Shell, Sir Jeffrey Chandler (2010), περιέγραψε την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως «διαφανείς επιχειρηματικές πρακτικές που βασίζονται σε ηθικές αξίες, συμμόρφωση με τις νομικές απαιτήσεις και σεβασμό για τους ανθρώπους, τις κοινότητες και το περιβάλλον». Ως εκ τούτου, εκτός από τα κέρδη, η εταιρεία είναι επίσης υπεύθυνη για όλες τις επιπτώσεις της στους ανθρώπους και τον πλανήτη. Τα άτομα στον ορισμό του Chandler είναι τα ενδιαφερόμενα μέρη της εταιρείας.

Η Διεθνής Οργάνωση Εργασίας (ΔΟΕ) το περιγράφει στον ιστότοπο ΕΚΕ ως «έναν τρόπο για τις εταιρείες να εξετάσουν τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους στην κοινωνία και να επιβεβαιώσουν τις αρχές και τις αξίες τους, είτε στις εσωτερικές τους μεθόδους και διαδικασίες είτε σε συνεργασία με άλλους συμμετέχοντες. η αλληλεπίδραση «και να οριστεί περαιτέρω η εταιρική κοινωνική ευθύνη ως «εθελοντική, με βάση την πρωτοβουλία της επιχείρησης, δηλαδή δραστηριότητες που θεωρείται ότι υπερβαίνουν τη νομική συμμόρφωση».

Τα τελευταία χρόνια η εταιρική κοινωνική ευθύνη ως έννοια και πρακτική έχει αναπτυχθεί ραγδαία σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο. Ας ρίξουμε μια ματιά στο πώς έχουν συγχωνευθεί οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής ευθύνης τα τελευταία δέκα χρόνια. Η πτώση του Τείχους του Βερολίνου το 1989 εγκαινίασε μια νέα εποχή ευρωπαϊκής συνεργασίας. Το 1992, ο όρος «αειφόρος ανάπτυξη» εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην Παγκόσμια Σύνοδο Κορυφής του Ρίο. Το 1995, μια ομάδα μεγάλων επιχειρηματιών και ο Jacques Deloitte υπέγραψαν τη «Διακήρυξη για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις κατά του κοινωνικού αποκλεισμού». Την ίδια χρονιά, στην Παγκόσμια Σύνοδο Κορυφής του Γιόχανεσμπουργκ, έγινε η πρώτη προσπάθεια να προταθεί ένα σχέδιο δράσης για τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης.

## 1.2 Ιστορική Αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η επιθυμία για τη δημιουργία θετικής κοινωνικής αλλαγής στον κόσμο των επιχειρήσεων δεν είναι απαραίτητα ένα νέο φαινόμενο, αν και οι σημερινές κοινωνικές, πολιτικές, οικονομικές και ιδεολογικές συνθήκες κλίνουν με συγκεκριμένο τρόπο. Για αιώνες, ερωτήματα σχετικά με τη φύση, το εύρος και τον αντίκτυπο των οργανισμών υπάρχουν με διάφορες μορφές, καλύπτοντας την κλασική, μεσαιωνική, εμπορική, βιομηχανική και εταιρική εποχή. Αν και σπάνια αναγνωρίζεται, από την ύστερη μεσαιωνική συντεχνία, έχουν αναπτυχθεί τόσο οι εταιρικές μορφές όσο και τα σύγχρονα συνδικάτα. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Η ανάγκη για εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι μια πρώιμη ιστορική πραγματικότητα. Για παράδειγμα, οι αναφορές σε αρχαία Σουμεριακά, Κινέζικα και Αιγυπτιακά κείμενα αποκάλυψαν εκτενείς περιγραφές κανόνων που προωθούν το εμπόριο μέσω κοινωνικών διαπραγματεύσεων και διασφαλίζουν ότι λαμβάνεται υπόψη το δημόσιο συμφέρον. Από τότε, το ενδιαφέρον του κοινού για την αλληλεπίδραση των

επιχειρήσεων και της κοινωνίας έχει αυξηθεί με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων (Werther/Chandler, 2005).

Σημαντικό ορόσημο στην ιστορία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ήταν η βιομηχανική επανάσταση (τέλη 18ου και 19ος αιώνας) και η εκβιομηχάνιση τον 19ο και τον 20ο αιώνα. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, μεγάλες επιχειρήσεις άρχισαν να εμφανίζονται και οι δραστηριότητές τους επηρέαζαν όλο και περισσότερο τις κοινότητες τους, την κοινωνία και το περιβάλλον. Αυτό οδήγησε σε συζητήσεις σχετικά με την καταλληλότητα των ενεργειών τους. Ως αποτέλεσμα αυτών των συζητήσεων, εκδόθηκε νέα νομοθεσία για την παιδική εργασία, την ασφάλεια στην εργασία κ.λπ., και ως απάντηση στη δημόσια κριτική για το λειτουργικό σύστημα του εργοστασίου, οι βιομήχανοι διατύπωσαν ένα «βιομηχανικό σχέδιο ευημερίας» για την παροχή εκπαίδευσης, αναψυχής και κοινωνικοποίησης. Εργάτες, και προσπαθούν να καλλιεργούν καλούς εργάτες και καλούς πολίτες ταυτόχρονα. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Ένας από τους πρωτοπόρους ήταν ο Robert Owen, ο οποίος ίδρυσε πολλά κοινωνικά χωριά γύρω από εργοστάσια κλωστοϋφαντουργίας στη Σκωτία στις αρχές του 1800. Αυτά τα χωριά παρέχουν εκπαίδευση στους εργαζόμενους και τα παιδιά τους, καθώς και υγειονομική περίθαλψη, συνεταιρισμούς τροφίμων, τραπεζικές εγκαταστάσεις και δραστηριότητες αναψυχής. Το δόγμα του «Owenism» έγινε τόσο δημοφιλές που γρήγορα εξήχθη πέρα από τον Ατλαντικό στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου ορισμένες φάρμες βαμβακιού εισήγαγαν παρόμοιες πρακτικές.

Ο εννοιολογικός ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ανήκει στον Keith Davis, γιατί ήταν ο πρώτος που προσπάθησε να διατυπώσει ορισμένους ορισμούς. Αξίζει να σημειωθεί ότι αρχικά (γύρω στη δεκαετία του 1950) αυτή η έννοια αναφερόταν με τον γενικότερο όρο «Κοινωνική Ευθύνη» (SR-Social Responsibility), παρά με τη σύγχρονη εταιρική κοινωνική ευθύνη (CSR-Corporate Social Responsibility) (Carroll, 1999).

Με την προέλευση της ΕΚΕ, αγωνίζονται επίσης για τη θέση τους στην καθημερινή φιλοσοφική έρευνα ηθικών αξιών και ηθικών κανόνων. Η ιδέα της επιχειρηματικής ηθικής δεν είναι νέα. Μπορούν να αναχθούν σε φιλόφρονες του 19ου αιώνα, όπως ο προαναφερθείς πρώιμος σοσιαλιστής επιχειρηματίας Ρόμπερτ Όουεν.

Στη δεκαετία του 1920, ο Χένρι Φορντ σκέφτηκε ότι έπρεπε να πληρώσει στους υπαλλήλους αρκετούς μισθούς για να αγοράσουν τα αυτοκίνητα που παρήγαγαν. Αυτή η πολιτική φαίνεται να τον θέτει σε μειονεκτική θέση επειδή οι μισθοί και η ασφάλεια

της εργασίας του εργοστασίου του ήταν πολύ υψηλότερα από το μέσο επίπεδο της αυτοκινητοβιομηχανίας εκείνη την εποχή. Αλλά η απόφασή του τελικά ωφέλησε τη Ford Motor Company, τον έκανε ελκυστικό εργοδότη και τόνωσε τη ζήτηση για τα προϊόντα της. Ωστόσο, το πιο σημαντικό είναι ότι, ταυτόχρονα, οι ενέργειες της Ford ωφέλησαν την ευρύτερη κοινωνία, η οποία αύξησε τους μισθούς και τα πρότυπα εργασίας σε ολόκληρη την αυτοκινητοβιομηχανία. Επομένως, το εργαλείο ΕΠΕ χρησιμοποιείται για πρώτη φορά, αλλά δεν υπάρχει ακόμη συγκεκριμένο νόημα.

### 1.3 Εργαλεία και διαστάσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Από τη δεκαετία του 1990, υπήρξε μια αυξανόμενη ανάγκη για τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους, τους επενδυτές, κ.λπ. να παρέχουν πληροφορίες για εταιρικά θέματα οικονομικής, οικολογικής και κοινωνικής βιωσιμότητας. Ωστόσο, η μέτρηση αυτών των περιοχών απαιτεί ειδικό σύστημα αξιολόγησης. Γι' αυτό το λόγο έχουν δημιουργηθεί με την πάροδο των ετών πολλοί δείκτες και πολλοί οργανισμοί, κύριος στόχος των οποίων είναι η μέτρηση της υπεύθυνης συμπεριφοράς της εταιρείας προς όλους τους μετόχους της και το περιβάλλον.

Μέχρι στιγμής, δεν υπάρχει παγκοσμίως αναγνωρισμένο σύστημα μέτρησης της ΕΚΕ και δεν υπάρχει πλαίσιο μεμονωμένης μεθόδου που να είναι ευρέως αποδεκτό από την αγορά. Ωστόσο, οι εταιρείες μπορούν πλέον να χρησιμοποιούν πολλές κατευθυντήριες γραμμές, εργαλεία, πρότυπα, κατευθυντήριες γραμμές και πλαίσια για να τις βοηθήσουν να ενσωματώσουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στις επιχειρηματικές τους στρατηγικές, ευθυγραμμίζοντας έτσι την απόδοσή τους με τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης. (Ackerman B., 1999)

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει οδηγήσει σε αύξηση του αριθμού των εργαλείων για τη μέτρηση και τη διαχείρισή της. Αυτά τα εργαλεία ορίζονται από ορισμένες γενικές κατευθυντήριες γραμμές μέχρι το σύστημα διαχείρισης, δηλαδή από μεθόδους αναθεώρησης επενδύσεων. Βεβαίως, κοινός στόχος είναι να καθοδηγήσει και στη συνέχεια να μπορέσει η εταιρεία να μπει σε έναν δρόμο βιώσιμης ανάπτυξης και να δώσει έμφαση στη διαδικασία αυτή στο κοινό. (Ackerman B., 1999)

Όλα τα συστήματα αξιολόγησης διέπονται από διεθνείς κανόνες και συμβάσεις. Αυτά τα διεθνή πρότυπα αποτελούν σε κάποιο βαθμό τη βάση πάνω στην οποία οι οργανισμοί που συμμετέχουν στο μοντέλο αξιολόγησης μπορούν να ιδρύσουν και να

λειτουργήσουν. Η «Διαχείριση Κοινωνικής Ευθύνης» της εταιρείας περιλαμβάνει κώδικα συμπεριφοράς, πρότυπα διαχείρισης και αναφοράς, ώστε η εταιρεία να μπορεί να υιοθετήσει αξίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη στρατηγική της. Ο κώδικας δεοντολογίας είναι ένα εργαλείο για τη θεμελιώδη προώθηση των βασικών ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των εργασιακών και περιβαλλοντικών δικαιωμάτων. Στην ουσία, το ονομάζουμε επίσημη δήλωση αξίας. (Ackerman B., 1999)

Ενδεικτικά, στη μέτρηση της απόδοσης των εταιρειών στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (CSR), ένας σημαντικός διεθνής δείκτης είναι ο δείκτης CR, ο οποίος χρησιμοποιείται ως εθνικός δείκτης EKE από όλες τις χώρες. Ως εργαλείο αξιολόγησης, αποτελεί επίσης σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση της απόδοσης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους τέσσερις υποτομείς της κοινωνίας, του περιβάλλοντος, των εργαζομένων και των αγορών. Πιο αναλυτικά, ο δείκτης CRI μετρά την απόδοση μιας εταιρείας και τον αντίκτυπό της:

- Στην κοινωνία, αξιολογήστε την υποστήριξη που παρέχει για πρωτοβουλίες που θα βοηθήσουν στη δημιουργία εποικοδομητικών σχέσεων με αυτές τις κοινότητες και στην οικοδόμηση αμοιβαίας εμπιστοσύνης στις τοπικές και εθνικές κοινότητες.
- Όσον αφορά το περιβάλλον, αξιολογήστε τις πολιτικές και τις ενέργειές τους για τον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής και βοηθήστε τους να συνειδητοποιήσουν ότι η μετάβαση σε μια οικονομία που απαιτεί δέσμευση άνθρακα αποτελεί ταυτόχρονα τεράστιο κίνδυνο και τεράστια ευκαιρία.
- Στην αγορά και τους καταναλωτές, αξιολογήστε την απόδοσή τους στη σχέση με τους πελάτες και την αγορά και εάν παρακολουθούν, κατανοούν και ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Με άλλα λόγια, πώς πωλούν υπεύθυνα προϊόντα και υπηρεσίες στη σωστή ποιότητα και τιμή.
- Οι εργαζόμενοι, αξιολογούν τις συμπεριφορές και τις πολιτικές τους σε εργασιακά θέματα, όπως: ασφάλεια, υγιεινή, ειλικρινής επικοινωνία και δίκαιη μεταχείριση. (Ackerman B., 1999)

Γενικά, ο δείκτης θα πρέπει:

- Να εστιάζει στους κινδύνους και τις ευκαιρίες της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας από τις εταιρείες με χρήσιμο τρόπο.

- Συνδυάστε διαφορετικές λειτουργίες και διαχειριστείτε τα βασικά ζητήματα της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας σε όλη την επιχείρηση.
- Να γίνεται έλεγχος εάν οι δραστηριότητες της εταιρείας πραγματοποιούνται με συστηματικό και ενιαίο τρόπο και καθοδηγήστε την εταιρεία να ολοκληρώσει τη διαδικασία ολοκλήρωσης.
- Να γίνει καθορισμός ενός πρακτικού πλαισίου για τη βελτίωση των διαδικασιών απόδοσης και επικοινωνίας.
- Παροχή αξιόπιστων και ανεξάρτητων πληροφοριών σε εσωτερικούς και εξωτερικούς ενδιαφερόμενους, αποδεικνύοντας τη δέσμευση της εταιρείας για διαφάνεια και συνεχείς πρακτικές βελτίωσης. (Ackerman B., 1999)

Η ανάγκη για δείκτες ΕΚΕ είναι πολύ σημαντική γιατί μπορούν να μετρήσουν και να αξιολογήσουν την πραγματική ευθύνη του οργανισμού. Οι δείκτες μπορούν να μετρήσουν τη θέση της εταιρείας στην αγορά, την ευθύνη της εταιρείας για το περιβάλλον, την εργασία, την ηθική και την κοινωνία. Επιπλέον, υπάρχουν πολλοί ανεξάρτητοι και μη ανεξάρτητοι θεσμοί και ομάδες που στοχεύουν στην προώθηση και αξιολόγηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι ορισμένα από τα ιδρύματα αυτά έχουν ιδρυθεί και δραστηριοποιηθεί στην Ελλάδα. (Ackerman B., 1999)

#### Διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη μπορεί να έχει διαφορετικές διαστάσεις στην εταιρική εφαρμογή. Ο John Elkington (1998) ανέφερε τον όρο Triple Bottom Line (TBL) - γνωστός και ως 3BL ή 3p's (Ανθρωποι, Πλανήτης, Κέρδος) - περιγράφοντας την ενσωμάτωση των τριών βασικών πυλώνων σε όλες τις λειτουργίες (οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές) ενός οργανισμού. ), Η εταιρεία μπορεί να το χρησιμοποιήσει για να υπολογίσει τη συνολική απόδοσή της. Στο πλαίσιο της βιωσιμότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης, οι εταιρείες μπορούν να στραφούν σε διαδικασίες όπου το όραμα, η αποστολή και οι αξίες θα περιλαμβάνουν και τους τρεις πυλώνες. Αυτό σημαίνει ενσωμάτωση βιώσιμων οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών αρχών στη στρατηγική όλων των λειτουργιών του οργανισμού ταυτόχρονα.

Σύμφωνα με τον Archie Carroll (1979), οι διαστάσεις της κοινωνικής ευθύνης χωρίζονται σε τέσσερις διαφορετικούς τομείς:

- Οικονομικές Ευθύνες
- Νομικές Ευθύνες
- Ηθικές Ευθύνες
- Προαιρετικές Ευθύνες

#### 1.4 Οφέλη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Προφανώς, η σημερινή εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν μένει μόνο στο πλαίσιο της διαχείρισης της ηθικής και των κοινωνικών αξιών της εταιρείας. Αυτή είναι μια πρακτική της σύγχρονης εταιρικής διακυβέρνησης. Οι εταιρείες που ενσωματώνουν πρακτικές προστασίας του περιβάλλοντος στις παραγωγικές τους διαδικασίες βλέπουν τα οφέλη της κερδοφορίας τους. Οι εταιρείες που ανακυκλώνουν, μειώνουν τα απόβλητα και μειώνουν την κατανάλωση ενέργειας γίνονται πιο κερδοφόρες. (Ackerman B., 1999)

Οι εταιρείες που επενδύουν σε εργαζόμενους μέσω συνεχούς εκπαίδευσης, ανάπτυξης, επιβράβευσης και προγραμμάτων ασφάλειας είναι πιο πιθανό να προσελκύσουν και να διατηρήσουν τα καλύτερα στελέχη της αγοράς. Τέλος, οι εταιρείες που παρέχουν κοινωνικό έργο στις κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιούνται μπορούν να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη και σεβασμό για τους πελάτες και τους καταναλωτές στα μέσα ενημέρωσης και τις σχέσεις με την κυβέρνηση για να παράγουν τα καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα.

Οι εταιρείες που μετρούν και διαχειρίζονται τον ευρύτερο αντίκτυπό τους στην κοινωνία είναι πιθανό να βελτιώσουν την εικόνα τους μεταξύ των ενδιαφερομένων (όπως πελάτες, προμηθευτές, εργαζόμενοι, κρατικοί φορείς, καταναλωτές, επιχειρηματικές και εργατικές ενώσεις και μη κυβερνητικές οργανώσεις). Ωστόσο, εκτός από αυτό, τα οφέλη από τη συστηματική διαχείριση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορούν να είναι πολύπλευρα, όχι μόνο για τη βελτίωση της δημόσιας εικόνας της εταιρείας. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Εάν μια εταιρεία δεν μπορεί να επικοινωνήσει με αυτούς τους όρους, πράγμα που σημαίνει ότι δεν μπορεί να διαχειριστεί τη φήμη της υπό αυτές τις συνθήκες, τότε δεν θα είναι πλέον ανταγωνιστική και επομένως μη κερδοφόρα. Ο μύθος ότι όλες οι εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες στην κοινωνία θυσιάζουν οικονομικά δεδομένα έχει

πλέον καταρρεύσει. Όλες οι εταιρείες που βελτιώνουν τις κοινωνικές τους πρακτικές θα αυξήσουν την κερδοφορία τους.

Με άλλα λόγια, όλα τα θετικά ή αρνητικά πράγματα που κάνουν οι εταιρείες σήμερα θα γίνουν άμεσα γνωστά. Η διαφάνεια στις επιχειρηματικές πρακτικές δεν είναι πλέον πολυτέλεια, αλλά απαίτηση. Οι πελάτες και οι καταναλωτές θέλουν να γνωρίζουν τι υπάρχει μέσα στην εταιρεία. Δεν θέλουν να συναλλάσσονται με εταιρείες που δεν εμπιστεύονται και δεν εκτιμούν.

Οι εταιρείες μπορούν επίσης να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να αξιολογήσουν και να διαχειριστούν αποτελεσματικά τους επιχειρηματικούς κινδύνους επειδή θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν αμοιβαία επωφελείς σχέσεις και συμμαχίες με ένα ευρύ φάσμα ιδρυμάτων και οργανισμών και να συνεργαστούν με υπαλλήλους και προμηθευτές για αρμονική ανάπτυξη. Η συμμετοχή στη διαχείριση συστημάτων ΕΚΕ δίνει επίσης στις εταιρείες την ευκαιρία να αξιολογήσουν καλύτερα το εξωτερικό περιβάλλον και να κάνουν τις δραστηριότητές τους να συμμορφώνονται με μια σειρά κανονισμών, κοινωνικών απαιτήσεων και επιθυμιών που μπορεί να μην είχαν τραβήξει την προσοχή τους στο παρελθόν. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Πιο συγκεκριμένα, τα κύρια πλεονεκτήματα του να πειστούν οι σημαντικότερες εταιρείες της Ευρώπης να υιοθετήσουν μοντέλα ανάπτυξης και διαχείρισης ΕΚΕ συνοψίζονται ως εξής:

- Εκτίμηση και διαχείριση πιθανών επιχειρηματικών κινδύνων, ιδιαίτερα κινδύνων που σχετίζονται με τη φήμη της εταιρείας. Οι εταιρείες που συμμετέχουν ενεργά στο διάλογο και τη συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να κατανοήσουν καλύτερα τους πιθανούς κινδύνους που αντιμετωπίζουν και ταυτόχρονα να χειριστούν καλύτερα πιθανές κρίσεις και να απαλλαγούν από κρίσεις πιο γρήγορα και να μειώσουν τις απώλειες.
- Προσδιορισμός στα ενδιαφερόμενα μέρη (ομάδες ενδιαφερομένων, όπως υπάλληλοι, πελάτες, μέτοχοι, κυβερνητικοί και κρατικοί φορείς, ΜΚΟ, τοπικές κοινωνίες κ.λπ.). Η συστηματική προσέγγιση συνήθως αποκαλύπτει τα ενδιαφερόμενα μέρη που η εταιρεία δεν γνώριζε στο παρελθόν και τις διαστάσεις που τους ενδιαφέρει. Αν και σημαντικές, δεν είναι ακόμη κατανοητές.



- Συμμόρφωση με τα υπάρχοντα και μελλοντικά ρυθμιστικά πλαίσια σε τομείς όπως η προστασία του περιβάλλοντος, τα εργασιακά δικαιώματα και η παροχή πληροφοριών.
- Βελτίωση της εικόνας και της εταιρικής φήμης. Αυτός είναι συχνά ο πρώτος λόγος που δίνει η διοίκηση της εταιρείας για συμμετοχή στην ΕΚΕ. Μια εταιρική φήμη που βασίζεται στην εκτίμηση και την εμπιστοσύνη θα πάρει χρόνια, αλλά αν χάσετε την εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων και του κοινού, μπορεί να την χάσετε σε σύντομο χρονικό διάστημα. Οι εταιρείες ξοδεύουν τεράστια χρηματικά ποσά για να υποστηρίξουν άλλες μορφές άυλων περιουσιακών στοιχείων, αλλά συχνά δεν συνειδητοποιούν τον αντίκτυπο της κοινωνικής εικόνας στα επιχειρηματικά τους αποτελέσματα. Μια έρευνα του 2009 σε 23 χώρες και 25.000 πολίτες έδειξε ότι τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων ήθελαν οι εταιρείες να συνεισφέρουν σε κοινωνικούς σκοπούς, και το 40% των ερωτηθέντων είχε «τιμωρήσει» ή σκέφτηκε να «τιμωρήσει» εταιρείες καταναλωτικής συμπεριφοράς που δεν θεωρούν τους εαυτούς τους υπεύθυνους για κοινωνία. Παράλληλα, σύμφωνα με την ίδια μελέτη, η συσχέτιση της φήμης μιας εταιρείας με την κοινωνική της ευθύνη (56%) σχετίζεται περισσότερο με την ποιότητα ή τη φήμη των προϊόντων της (40%).
- Οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ της εταιρείας και του εξωτερικού της περιβάλλοντος μέσω συνεργασίας και ανταλλαγής πληροφοριών σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Ειδικά όσον αφορά τη σχέση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και εταιρικής οικονομικής απόδοσης, σύμφωνα με την έρευνα που ολοκληρώθηκε, φαίνεται ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της εταιρικής κοινωνικής απόδοσης και της οικονομικής απόδοσης. Σε κάθε περίπτωση, οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η σχέση μεταξύ των δύο είναι απολύτως ακραίο Λιγότερο αρνητικός συσχετισμός.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΝΑΥΤΙΛΙΑ

### 2.1 Τι είναι Ναυτιλία

Κάθε ναυτική απασχόληση που αποσκοπεί στην απόκτηση οικονομικών παροχών ονομάζεται ναυτιλία. Ο όρος αναφέρεται σε μια ομάδα πλοίων που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά διαφόρων αγαθών και ανθρώπων για εμπορικούς σκοπούς, καθώς και μια ομάδα μελών του πληρώματος και διάφορες ναυτικές εγκαταστάσεις απαραίτητες για τη χρήση και τη συντήρηση του πλοίου.

Η εμπορική ναυτιλία είναι ένας οικονομικός κλάδος όπου η Ελλάδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα. Ο τεράστιος στόλος της Ελλάδας καθιστά τη χώρα νούμερο ένα στον κόσμο. Οι μεταφορές των ξηρών και υγρών φορτίων συμμετέχουν στο διεθνές εμπόριο και καλύπτουν τις ανάγκες μεταφοράς και εξαγωγής πολλών χωρών, ακόμη και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές του πλανήτη. Η ναυτιλία έχει προωθήσει μια σειρά σημαντικών οικονομικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την εθνική ανάπτυξη. Οι καθαρές δαπάνες για όλες τις δραστηριότητες αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο μέρος του εμπορικού ελλείμματος της Ελλάδας. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

#### Ορισμός

Από τεχνικής απόψεως η ναυτιλία είναι η μεταφορά είναι μια μέθοδος ασφαλούς πλοήγησης. Δηλαδή, για τον σκοπό της πλοήγησης, δηλαδή για τον ασφαλή προσδιορισμό της θέσης, της πορείας και της απόστασης, η πλοήγηση σε ένα πλοίο είναι επιστήμη και τεχνολογία. Γενικά, η ναυτιλία χαρακτηρίζεται από μια συλλογή όλων των συστηματικών ενεργειών που αποσκοπούν στην παροχή υπηρεσιών, που σχετίζονται με τις θαλάσσιες μεταφορές και στην ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών με αντάλλαγμα ορισμένα οφέλη. Ως εκ τούτου, η «οικονομία της ναυτιλίας» μπορεί να ενσωματωθεί στον τριτογενή κλάδο που δραστηριοποιείται στον οικονομικό τομέα (δηλαδή, στον κλάδο των υπηρεσιών, μετά την πρωτογενή βιομηχανία, τη γεωργία κ.λπ. και τη δευτερογενή βιομηχανία). Επιπλέον, η μεταφορά μπορεί να περιλαμβάνει πολλές δραστηριότητες μεταφοράς, όπως ιδιοκτησία πλοίων, μεταφορά, ασφάλιση πλοίων, πίστωση μεταφοράς, ναυλώσεις, τροφοδοσία πλοίων, ναυπηγική και επισκευή, εμπορική ναυτιλία, πρακτορείο πλοίων και μεταφορά εμπορευμάτων. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

## 2.2 Ιστορική Αναδρομή

Παρόλο που η ελληνική ναυτιλία γνώρισε δύο παγκόσμιους πολέμους και υπέστη μεγάλες απώλειες, ξαναγεννήθηκε κατά τη διάρκεια του "ΚΡΑΧ" το 1929. Στη συνέχεια, επλήγη από την παγκόσμια κρίση της ναυτιλιακής αγοράς στη δεκαετία του 1980 και συνέχισε να αυξάνεται στον διεθνή ανταγωνισμό, ως ρυθμιστής σε παγκόσμια κλίμακα.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1940 έως τα μέσα της δεκαετίας του 1970, η ελληνική ναυτιλία γνώρισε ραγδαία ανάπτυξη, η οποία συχνά αναφέρεται ως «Θαύμα της Ελληνικής Ναυτιλίας». Η ιδιοφυΐα των επιχειρηματιών, η αρχική τάση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, οι κίνδυνοι των πλοιοκτητών εκείνη την εποχή και οι γνώσεις τους έκαναν τη ναυτιλιακή βιομηχανία τον νούμερο ένα στον κόσμο. Αυτό επιβεβαιώνεται κάθε χρόνο. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Μεγάλες εταιρείες στον τομέα της ναυτιλίας ιδρύθηκαν το 1967, αντικαθιστώντας σταδιακά την παραδοσιακή ναυτιλιακή επιχείρηση. Λόγω της επιτυχούς οργάνωσης και λειτουργίας των πρώτων εταιρειών, πολλά νησιά ενθαρρύνθηκαν να ιδρύσουν τις δικές τους εταιρείες μεταφορών. Φυσικά, η λειτουργία αυτών των εταιρειών αποφέρει τεράστια οφέλη στους καταναλωτές που εξυπηρετούν και σε όλους τους κατοίκους των νησιών και των χωρών. Ωστόσο, η οικονομική αποδοτικότητα αυτών των εταιρειών μειώθηκε σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Ως αποτέλεσμα, το 1979, έξι ναυτιλιακές εταιρείες άνοιξαν πλοία με συνολική καθαρή απώλεια 17 εκατομμυρίων δραχμών. Το 1980, ο αριθμός των εταιρειών αυξήθηκε σε 4 από τις 7 με συνολική ζημιά 146 εκατομμύρια. Αυτή η διαδικασία ναυτιλιακών εταιρειών έχει εσωτερικά και εξωτερικά αίτια. Για παράδειγμα, ένας σημαντικός εξωτερικός παράγοντας συνέβη το 1973 όταν ο κραδασμός πετρελαίου που συνέβη εκείνη τη στιγμή έκανε την αγορά εμπορευμάτων εντελώς εκστατική. Ωστόσο, λίγο μετά τα μέσα της δεκαετίας του 1980, πρώτα το ναυάγιο των δεξαμενόπλοιων, μετά το ναυάγιο ξηρού φορτίου, θα εισέλθουν σε μεγάλο χρονικό διάστημα, κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι προσωρινές βελτιώσεις θα απορροφηθούν γρήγορα και στη συνέχεια θα υπάρξουν σοβαρές δυσκολίες.

Κατά τη διάρκεια αυτών των 15 ετών, η ανάπτυξη ήταν καταπληκτική όχι μόνο λόγω της ζήτησης, αλλά και λόγω της προσφοράς ελληνικής και διεθνούς ναυτιλίας. Η μετάβαση σε νέα, τεχνολογικά προηγμένα και εξειδικευμένα πλοία θα συνεχίσει να υπάρχει, κυρίως στις παραδοσιακές ναυτιλιακές χώρες, αλλά αυτές οι χώρες αντιμετωπίζουν τώρα διαφορετικές και προφανώς πιο δύσκολες συνθήκες. Τέλος,

εισάγοντας εξειδικευμένες νέες μεθόδους μεταφοράς κεφαλαίου υψηλής ισχύος που χρησιμοποιούν την τεχνολογική ηγεσία της, τα οριακά κέρδη των παραδοσιακών ναυτιλιακών χωρών συχνά αντισταθμίζουν την ανάπτυξη ιδιόκτητης τεχνολογίας. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

Ωστόσο, ο αντίκτυπος αυτής της οικονομικής κρίσης σε διάφορους στόλους δεν είναι ο ίδιος. Συγκεκριμένα, η ελληνική ναυτιλιακή βιομηχανία πριν από το 1973 παρουσίασε πολύ σημαντική θετική εξέλιξη στον τομέα της ναυτιλίας. Εκείνη την εποχή, η ελληνική ναυτιλιακή βιομηχανία βασίστηκε στην ανταγωνιστικότητα και την επιθετικότητα της, επειδή το σταθερό κόστος της μονάδας παραγωγής της ήταν σχετικά χαμηλό και ήταν επίσης σχετικά ανταγωνιστικό, βελτιωμένο κόστος εργασίας και υψηλότερη παραγωγικότητα. Στην πραγματικότητα, κυρίως λόγω της παρέμβασης της εθνικής ναυτιλιακής πολιτικής, η ελληνική σημαία θα αποκτήσει σταδιακά πολύ σημαντικό κύρος και δύναμη.

Επομένως, σε σύγκριση με άλλες παραδοσιακές μεθόδους μεταφοράς, το σταθερό κόστος και το χαμηλότερο κόστος εργασίας θα ωφελήσουν την ελληνική βιομηχανία μεταφορών μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1980. Σε σύγκριση με την αντίσταση άλλων παραδοσιακών μεταφορών, η ελληνική ναυτιλία θα είναι σε θέση να αντέξει τις αντίξοες συνθήκες της ναυτιλιακής αγοράς.

Από τώρα και στο εξής, οι προοπτικές του εθνικού εμπορικού στόλου στο πλαίσιο του διεθνούς εμπορίου περιορίζονται και καθορίζονται αποφασιστικά από τους αναπτυσσόμενους στόλους των νεοβιομηχανικών χωρών και τους στόλους των παραδοσιακά ανεπτυγμένων ναυτιλιακών χωρών. (Βαξεβανίδου Μ., 2009)

### 2.3 Θαλάσσιο εμπόριο

Η ναυτιλία είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην παγκόσμια αλυσίδα εφοδιασμού. Ο κύριος σκοπός αυτής της αλυσίδας είναι να παραδώσει τυχόν προϊόντα που θα επηρεάσουν την ταχύτητα σχεδιασμού και λειτουργίας του πλοίου σε ενδιαφερόμενους αγοραστές με το χαμηλότερο δυνατό κόστος και χρόνο που απαιτείται. Το κόστος κυμαίνεται με τις διακυμάνσεις της συναλλαγματικής ισοτιμίας και επηρεάζει τη χώρα εξαγωγής του προϊόντος. Επομένως, ήταν πάντα διαφορετικό. Σε αυτήν την περίπτωση, μπορεί κανείς να το θεωρήσει ως «mobile art». Κάτω από μικρές παρεμβολές, μπορεί να φτάσει γρήγορα στην ισορροπία. Με μεγαλύτερες αλλαγές, παίρνει διαφορετικά σχήματα. Εάν δεν υπάρχει ενδιαφερόμενος αγοραστής, δεν θα υπάρξει μεταφορά. Οι

έμποροι, οι ενοικιαστές και άλλοι δεν είναι παρά μεσάζοντες. Το ίδιο ισχύει και για το θαλάσσιο εμπόριο. Το θαλάσσιο εμπόριο αντιπροσωπεύει το 90% του παγκόσμιου εμπορίου, αλλά μόνο το 50% του κόστους του παγκόσμιου εμπορίου. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Οι θαλάσσιες μεταφορές κατέχουν μια από τις πρώτες θέσεις στις μεταφορές εμπορευμάτων. Αυτό συμβαίνει επειδή οι θαλάσσιες μεταφορές έχουν ορισμένα βασικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλους τρόπους μεταφοράς, όπως:

Οι πρώτες οργανωμένες κοινωνίες έδωσαν μεγάλο βάρος στην ανάπτυξη Θαλάσσιων μεταφορών, αυτό συμβαίνει επειδή ο πλανήτης μας καλύπτεται από περίπου το 70% του ωκεανού.

Χρησιμοποιώντας θαλάσσια μεταφορά, το μεγάλο φορτίο μπορεί να μεταφερθεί με χαμηλότερο κόστος. Ακόμα και σήμερα, σε σύγκριση με άλλους τρόπους μεταφοράς, το κόστος μεταφοράς πλοίων είναι ακόμα χαμηλότερο, ενώ το κόστος μαζικής μεταφοράς είναι υψηλότερο όπως με τον σιδηρόδρομο.

Η θαλάσσια μεταφορά είναι πιο κατάλληλη για τις συγκεκριμένες απαιτήσεις των εμπορευμάτων που μεταφέρονται. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε από τα ναυπηγεία που κατασκευάζουν ειδικά κατάλληλα πλοία, είτε προσαρμόζοντας τις λιμενικές εγκαταστάσεις υποδοχής για πλοία και φορτία. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΝΑΥΤΛΙΑ

### 3.1 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελληνική ναυτιλία

Παρά τη ζοφερή οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, μεγάλο ποσοστό εταιρειών κατανοεί τη σημασία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για την ανάπτυξη της εταιρείας και τη σημασία όλων των συμμετεχόντων σε αυτήν και υποστηρίζουν τον θεσμό διατηρώντας (ή και αυξάνοντας) το κόστος. Συγκεκριμένα, το 67% των εταιρειών διατήρησε το κόστος των δράσεων ΕΚΕ τους, ενώ το 17% των εταιρειών αύξησε το κόστος του. Στο εγγύς μέλλον, το 83% των επιχειρήσεων σκοπεύει να διατηρήσει τις δαπάνες ΕΚΕ στα ίδια επίπεδα, ενώ το υπόλοιπο 17% σκοπεύει να τις αυξήσει. Αυτά είναι τα σημαντικά συμπεράσματα της έρευνας (πρώτης στη χώρα μας) για το κόστος και τη δαπάνη των δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα που διεξάγει το Κέντρο Βιωσιμότητας και Αριστείας με την υποστήριξη του Ινστιτούτου Εταιρικών Ερευνών. Υπευθυνότητα (CRI). (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Από την άλλη, αν και οι Έλληνες πολίτες παραδέχονται ότι οι εταιρείες πρέπει να επιδεικνύουν κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά και να αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων, πιστεύουν ότι το εγωιστικό κίνητρο του κέρδους κρύβει τον αντίκτυπο των εταιρικών κοινωνικών εισφορών. Σε πολλές περιπτώσεις, το μάρκετινγκ ακυρώνει την πρόθεση της κοινωνικής εργασίας και θεωρείται διαφήμιση. Σε πολλές περιπτώσεις, είναι δύσκολο να διαχωριστούν οι πληροφορίες για κοινωνικά θέματα από την έννοια του μάρκετινγκ.

Για παράδειγμα, η χορηγία βρίσκεται σε πολύ καλό στάδιο και συνήθως επιτυγχάνει μια ισορροπία μεταξύ της έμμεσης διαφήμισης και της πραγματικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Φυσικά, η κοινοποίηση του σχεδίου χορηγίας δεν θα ακυρώσει την κοινωνική εισφορά που φέρνει, αλλά οποιαδήποτε δαπάνη δεν θα πρέπει να κοινοποιείται για τον αποκλειστικό σκοπό. Πώς όμως θα διακρίνουν οι καταναλωτές τη μια περίπτωση από την άλλη και πώς θα γνωρίζουν οι εταιρείες τι απέγιναν τα ευαίσθητα αποτελέσματά τους; «Είναι στα χέρια κάθε εταιρείας», είπε ο Αμερικανός αναλυτής. «Εξαρτάται από το αν μπορεί να δημιουργήσει έναν πραγματικό καταναλωτή δέκτη, θα αξιολογήσουν σωστά κάθε κίνηση και δεν θα την καταδικάσουν κάτω από το αποτύπωμα της διαφημιστικής καμπάνιας». (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με την έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής του 2007, το σημερινό Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης είναι υπεύθυνο για το συντονισμό των εργασιών ΕΚΕ. Ωστόσο, ο σημαντικότερος θεσμός για τη διάδοση των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα δεν είναι το κράτος, αλλά το «Ελληνικό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», που είναι ένα δίκτυο εταιρειών με τη μορφή μη κερδοσκοπικών ενώσεων (Παπαφλωράτος, 2011). Το «Ελληνικό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» είναι εθνικός εταίρος για την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην Ευρώπη και ξεκίνησε τις δραστηριότητές του το 2000. Η ίδρυσή της ξεκίνησε από 13 ελληνικές εταιρείες και τρεις συλλογικούς φορείς (ΣΕΒ, ΕΒΕΑ, ΣΒΒΕ). Στόχος του δικτύου είναι η βελτίωση της μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητας της εταιρείας και της ελληνικής οικονομίας συνολικά εντάσσοντας την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα στον βασικό άξονα στρατηγικής και επιχειρηματικής λειτουργίας. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Παρά την κατανόηση της σημασίας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η πλειοψηφία των εταιρειών (61%) πιστεύει ότι όλες οι ελληνικές εταιρείες εξακολουθούν να έχουν μέτριο επίπεδο εφαρμογής των πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Αυτό προκύπτει από μια προκαταρκτική έρευνα για την εταιρική κοινωνική ευθύνη που διεξήγαγε η ICAP.

Η ίδια έρευνα έδειξε ότι οι δράσεις των εταιρειών που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό κατείχαν το μεγαλύτερο μερίδιο του συνολικού προϋπολογισμού των δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (35% το 2015). Ταυτόχρονα, ορισμένες από τις κύριες πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι εταιρείες του δείγματος σε σημαντικό βαθμό «πολύ» ή «πολύ» είναι:

- α) η εφαρμογή συστήματος διασφάλισης διαχείρισης ποιότητας προϊόντων (86%),
- β) η παροχή ίσων ευκαιριών για όλους τους εργαζόμενους (85%),
- γ) ευκαιρίες εκπαίδευσης ή βελτίωσης των δεξιοτήτων των εργαζομένων (83%) και
- δ) εσωτερικά προγράμματα ανακύκλωσης (81%).(Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Επιπλέον, το 89% των εταιρειών του δείγματος αξιολόγησε τη συμβολή των δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε ολόκληρη την κοινωνία ως «πολύ» ή «πολύ» σημαντικά οφέλη. Το δεύτερο είναι η προσέλκυση και διατήρηση ανθρώπινου δυναμικού υψηλού επιπέδου, που αντιστοιχεί στο 85%, και η εδραίωση και προστασία

της εταιρικής εικόνας, που αντιστοιχεί στο 83%. Τέλος, το χρηματοοικονομικό κόστος (27%) θεωρείται το κύριο εμπόδιο για τις ελληνικές εταιρείες να εφαρμόσουν την ΕΚΕ, ακολουθούμενο από την έλλειψη ενημέρωσης (20%) και το μέγεθος της εταιρείας (19%).

Ωστόσο, μάλιστα, η Ελλάδα έχει αναπτύξει αυτή την πρακτική τα τελευταία χρόνια ώστε διάφορες εταιρείες να αναλαμβάνουν κοινωνική δράση. Άλλωστε και οι ίδιοι οι πολίτες πιέζουν ολοένα και περισσότερο για την ενίσχυση της εταιρικής ευθύνης για σοβαρά κοινωνικά ζητήματα. Σύμφωνα με έρευνα για τα σχέδια εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (που διεξήχθη πρόσφατα από το Ινστιτούτο Επικοινωνιών σε συνεργασία με το Ελληνικό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και την MRB), οι πολίτες δίνουν προτεραιότητα στην προστασία του περιβάλλοντος (38,5%) και ακολουθεί η προώθηση προϊόντων που πληρούν τα ακόλουθα συνθήκες και δεν θέτουν σε κίνδυνο τη δημόσια υγεία, Καλή ποιότητα (38%), δημιουργία νέων ευκαιριών εργασίας (13,3%), υποστήριξη από φιλανθρωπικά ιδρύματα (11,3%) και στήριξη από οικονομικά μειονεκτούσες κοινωνικές ομάδες (8,4%).

#### Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ναυτιλία

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη στη ναυτιλιακή βιομηχανία δεν έχει αναπτυχθεί ιστορικά όπως η εταιρική κοινωνική ευθύνη που σχετίζεται με τον βιομηχανικό τομέα. Η ναυτιλιακή βιομηχανία δραστηριοποιείται σε διαφορετικά περιβάλλοντα, συμπεριλαμβανομένων των διασυνοριακών περιοχών σε διαφορετικές χώρες, και δραστηριοποιείται σε διεθνή ύδατα σύμφωνα με το διεθνές ναυτιλιακό δίκαιο. Γεωγραφικά, δεν μπορούμε να υποθέσουμε ότι οι επιχειρηματικές διαδικασίες και οι χερσαίες βιομηχανικές δραστηριότητες έχουν τα ίδια φυσικά εμπόδια. (DNV 2004).

Από το 1970, η ναυτιλιακή βιομηχανία έχει υποστεί θεμελιώδεις αλλαγές. Με την πετρελαϊκή κρίση και την απότομη πτώση του παγκόσμιου εμπορίου, οι εταιρείες πρέπει να μειώσουν δραστικά το λειτουργικό κόστος για να επιβιώσουν. Η λύση είναι να αλλάξει η χώρα του πλοίου (να αλλάξει η σημαία στο πλοίο) και να μειωθεί το κόστος του πληρώματος με την πρόσληψη αξιωματικών και πληρώματος από όλο τον κόσμο. (Προγουλάκη / Αυγοτάραχο 2011). Μετά από δεκαετίες εφαρμογής αυτών των λύσεων μείωσης του κόστους, η ναυτιλιακή βιομηχανία έχει δημιουργήσει μια ατμόσφαιρα που θεωρείται πρωτόπορος της παγκοσμιοποίησης. Η θαλάσσια μίσθωση εξακολουθεί να είναι ο πιο οικονομικός τρόπος μεταφοράς αγαθών και πρώτων υλών



σε παγκόσμια κλίμακα, και οι ναυτιλιακές εταιρείες εξακολουθούν να είναι ένας από τους σημαντικότερους παίκτες στην παγκόσμια οικονομία και το παγκόσμιο σύστημα παραγωγής. (DNV 2004). Η ναυτιλιακή βιομηχανία έχει γίνει μια εξαιρετική δύναμη στην πορεία της παγκόσμιας παγκοσμιοποίησης. Όλο και περισσότερες ναυτιλιακές εταιρείες εστιάζουν στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε νέους τομείς και στη δημιουργία κοινοπραξιών με τοπικές εταιρείες. (DNV 2004).

### 3.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και κανονισμοί Ασφαλείας στη ναυτιλία

Οι επιδόσεις μιας ναυτιλιακής εταιρείας και της κοινωνίας στην οποία δραστηριοποιείται και ο αντίκτυπός της στο περιβάλλον έχουν γίνει βασικό μέρος της μέτρησης της συνολικής απόδοσής της και της ικανότητάς της να συνεχίσει την αποτελεσματική λειτουργία της.

Από την άλλη πλευρά, η εταιρική κοινωνική ευθύνη βασίζεται κυρίως στην αρχή της εθελοντικής υπηρεσίας. Με βάση τους τύπους ΕΚΕ του Κότλερ που αναλύθηκαν εκτενώς στο προηγούμενο κεφάλαιο, θα προσπαθήσω να αναλύσω την εφαρμογή της ΕΚΕ στην ελληνική ναυτιλιακή βιομηχανία.

Από αυτούς τους έξι τύπους, μόνο τρεις έχουν εφαρμοστεί αποτελεσματικά στη ναυτιλιακή βιομηχανία: η εταιρική φιλανθρωπία, η εταιρική αφοσίωση στην κοινότητα και οι εταιρικές υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές. Οι υπόλοιποι τύποι ΕΚΕ δεν έχουν καμία σχέση με τη μεταφορά γιατί σχετίζονται άμεσα με συγκεκριμένα προϊόντα. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

### 3.3 Εταιρική Φιλανθρωπία στην Ελληνική Ναυτιλία

Η εταιρική φιλανθρωπία είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος εκπλήρωσης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη ναυτιλιακή βιομηχανία. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι ναυτιλιακές εταιρείες δεν σχετίζονται άμεσα με προϊόντα και τα προϊόντα μπορούν να συμπεριληφθούν σε διαφημιστικές δραστηριότητες. Επομένως, ο μόνος τρόπος για να συνεισφέρετε είναι η φιλανθρωπία. Παράλληλα, ακόμη και σε περιόδους κρίσης, τα αυξημένα έσοδα που φέρνουν τους δίνει τη δυνατότητα να συνεισφέρουν με τον τρόπο τους και να στηρίζουν οικονομικά διάφορες δραστηριότητες. Ωστόσο, είναι ο πιο αμφιλεγόμενος τρόπος πρακτικής ΕΚΕ. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Η ναυτιλιακή βιομηχανία έχει δημιουργήσει οργανισμούς που συμμετέχουν ενεργά στις κοινωνικές εισφορές. Η Ένωση Ελλήνων Εφοπλιστών έχει υλοποιήσει ένα φιλανθρωπικό έργο από την ίδρυσή της το 1916, συμπεριλαμβανομένου του

Πανελλήνιου «Σχεδίου Αλληλεγγύης» που ξεκίνησε το 2012. Το σχέδιο αυτό υποστηρίζει 50.000 άτομα σε 110 περιοχές της Ελλάδας για την αντιμετώπιση των συνεπειών της κρίσης και τη διατήρηση Πλοία του Λιμενικού Σώματος (2 συναπτά έτη), πλήρως χρηματοδοτούμενα από το πρόγραμμα «Υγεία για Όλους» που υλοποιεί ο οργανισμός «Γιατροί του Κόσμου». (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Από την άλλη, ένα ενδεικτικό παράδειγμα είναι η Europan. Η ναυτιλιακή Europan έχει πραγματοποιήσει διάφορες δράσεις με στόχο την εταιρική φιλανθρωπία, για παράδειγμα. Υποστηρίζει το Διεθνές Ταμείο Έκτακτης Ανάγκης για τα Παιδιά των Ηνωμένων Εθνών (Unisef) να επιλέξει τις χριστουγεννιάτικες κάρτες του οργανισμού για να εκφράσει τις ευχές του για τις γιορτές. Επίσης υποστηρίζει επιλεκτικά πολιτιστικές δραστηριότητες. Για παράδειγμα, χρηματοδότησε εκθέσεις μεγάλης κλίμακας του διάσημου Βέλγου ζωγράφου Eugene Van Mieghem που δραστηριοποιήθηκε τον 19ο και τις αρχές του 20ου αιώνα. Η έκθεση πραγματοποιείται στο Ναυτικό Μουσείο της Νέας Υόρκης. Παράλληλα, το πλοίο Cap Victor της προαναφερθείσας εταιρείας κέρδισε το βραβείο Outstanding Ship από την BP το 2009. Το έπαθλο συνοδεύεται επίσης με χρηματικό έπαθλο 6.000 ευρώ και η εταιρεία διπλασίασε το χρηματικό έπαθλο. Τα χρήματα δόθηκαν σε τέσσερις φιλανθρωπικές οργανώσεις: το Argo Naval Children's Special School, το Baby Mothers Center, το El Salvador's Home of Bread and Life και το United Foundation της Ρουμανίας για ορφανά κατά του AIDS. Τέλος, από το 2005 έως σήμερα, έχει υποστηρίξει τουρνουά γκολφ που διοργανώνει η Valero και έχει συγκεντρώσει κεφάλαια για φιλανθρωπικά ιδρύματα για παιδιά σε διάφορες κοινότητες όπου η Valero διεξάγει σημαντικές δραστηριότητες. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Η Capital Ship Management συμμετέχει συχνά ως χορηγός σε έργα του Ελληνικού Ναυτικού Μουσείου στον Πειραιά, της Εθνικής Ακαδημίας Εμπορικού Ναυτικού στην Ύδρα, του Κέντρου Ερευνών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και άλλων δομών.

Ένα άλλο ενδεικτικό παράδειγμα εταιρικής κοινωνικής φιλανθρωπίας ανήκει στην οικογένεια Πάνου, όπου ο Θανάσης Λασκαρίδης (Laskaridis Shipping) δώρισε το πλοίο «Κύκνος» στο Πολεμικό Ναυτικό. Το πλοίο χρησιμοποιείται κυρίως για ναυτική δοκιμαστική εκπαίδευση.

Από την άλλη πλευρά, το μεγαλύτερο παράδειγμα εταιρικής φιλανθρωπίας είναι ένας μεγάλος αριθμός φιλανθρωπικών ιδρυμάτων, τα οποία όλα ιδρύονται από μεγάλες

εφοπλιστικές οικογένειες. Αυτοί οι θεσμοί και τα συνεχή σχέδια δράσης που προωθούν συμβάλλουν στην οικονομία και βελτιώνουν την κοινωνική ευημερία.

Ίδρυμα Αλέξανδρου Ωνάση: Το Ίδρυμα Αλέξανδρου Ωνάση ιδρύθηκε το 1975. Το Ωνάσειο Καρδιοχειρουργικό Κέντρο, το οποίο έχει διεθνή φήμη, πολιτιστικές συνεισφορές και ευεργεσία διάσωσης, και ο Alexander Nave Η ίδρυση του Οίκου Λογοτεχνίας και Τέχνης της Παναγίας της Τίκης, Αίγυπτος, και τα λοιπά. Το ίδρυμα παρέχει οικονομική υποστήριξη και υποτροφίες για προέδρους πανεπιστημίων, σχολές ή ακαδημαϊκά προγράμματα στην Ευρώπη, τις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά, τη Νότια Αμερική, την Αυστραλία, την Αφρική και την Ασία που παρέχουν εκπαίδευση στην Ελλάδα. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι το 50% των εσόδων της Ολυμπιακής Ναυτιλίας (ιδιοκτησίας της οικογένειας Ωνάση), μιας ναυτιλιακής εταιρείας του Ιδρύματος Αλέξανδρου Ωνάση, χρησιμοποιείται για τη στήριξη φιλανθρωπικών δράσεων στο πλαίσιο της πολιτικής που εφαρμόστηκε το 1975.

Ίδρυμα Γιάννη Λάτση: Το ίδρυμα για τον εορτασμό του Γιάννη Λάτση (ιδιοκτήτης της ναυτιλιακής εταιρείας Consolidated Marine Management) έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη του Πύργου μέσω της κατασκευής του Latsio Doctrine και του Latsios Burn Center. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

### 3.4 Ελληνική Ναυτιλία και προσφορά στην κοινότητα

Ένας άλλος τρόπος για να εκπληρώσουν οι ναυτιλιακές εταιρείες τις εταιρικές κοινωνικές τους ευθύνες είναι να συνεισφέρουν στην κοινωνία. Γενικά, αυτή δεν είναι η πιο κοινή μορφή εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ο λόγος είναι ότι η ναυτιλιακή εταιρεία δεν έχει άμεση επαφή με την κοινότητα. Παρόλα αυτά, έχουν συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων που σχετίζονται κυρίως με εκπαιδευτικά προγράμματα. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Από το 2008, η Attica Group (η εταιρεία μεταφοράς επιβατών της Blue Star Ferries και της Super Fast Ferries) συνεργάζεται με ΜΚΟ για την παροχή ενός σημαντικού κοινοτικού έργου. Η «Μέλαμπους» προωθεί το πρόγραμμα προληπτικής ιατρικής «αντηλιακή προστασία». Περίπου 3.000 κάτοικοι στα ελληνικά νησιά έλαβαν δωρεάν εξετάσεις για σπίλους και πληροφορίες για τον καρκίνο του δέρματος. Επιπλέον, το κοινό ενημερώθηκε και για τις κατάλληλες μεθόδους αυτοεξέτασης και παράλληλα

άρχισε να εκδίδει ενημερωτικό εγχειρίδιο, το οποίο θα διανέμεται σε κεντρικά λιμάνια και πρακτορεία καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Επιπλέον, το έργο της ομάδας «Εύφορες Γη» για παιδιά και ενήλικες που ζουν σε μικρά νησιά μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της εκπαίδευσης και της πολιτικής. Το πρόγραμμα ξεκίνησε το 2006 και περιλαμβάνει διάφορες δραστηριότητες (όπως εκμάθηση μουσικών οργάνων, πολεμικές τέχνες, χορό, θεατρικούς θιάσους κ.λπ.).

Άλλο ένα πρόγραμμα που υλοποιεί η εταιρεία είναι το πρόγραμμα «Life Ammunition» που στοχεύει στην ευαισθητοποίηση των τουριστών στο νησί με τα αποτσίγαρα που ρυπαίνουν τις ακτές. Σκοπός αυτής της πρωτοβουλίας είναι η δημιουργία μιας υπεύθυνης περιβαλλοντικής στάσης, η οποία θα ωφελήσει τις τοπικές κοινωνίες. Για την υλοποίηση του σχεδίου, παραχωρήσαμε τασάκια μιας χρήσης και μοιράσαμε ενημερωτικά φυλλάδια στους επιβάτες. Η μείωση της ρύπανσης σε 13 από τις 15 παραλίες έφτασε το 73%.

Τέλος, ο Όμιλος Attica συνεργάστηκε με την Ελληνική Ορνιθολογική Εταιρεία για την υποστήριξη πρωτοβουλιών για την προστασία της βιοποικιλότητας, ενώ παράλληλα συνεργάστηκε με το Νοσοκομείο Γ. Γεννηματάς για την οργάνωση εθελοντικών αιμοδοσιών, ενώ από το 2009 διοργανώνει σεμινάρια πρώτων βοηθειών για τους κατοίκους του ελληνικά νησιά. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Η Capital Ship Management συμμετέχει σε διάφορα επιστημονικά φόρουμ (όπως Tradewinds Forum, Safety4Seas, ΕΜΠ, Marine Money, Capital Link, Technology Academies κ.λπ.) μέσω των εκπροσώπων της για να αναδείξει την εμπειρία των σύγχρονων ναυπηγών που αντιμετωπίζουν όλες τις νέες προκλήσεις στη ναυτιλιακή βιομηχανία.

Επίσης το 2016 συμμετείχε στο ερευνητικό πρόγραμμα ABS που υποστηρίζεται από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (ΕΜΠ) και τη Metrisis Ltd. Το έργο είχε ως στόχο την ανάπτυξη αισθητήρων για τη μέτρηση της δύναμης που ασκείται στο πλοίο από το κύριο σύστημα πρόωσης. Επιπλέον, συμμετείχε σε ένα αναπτυξιακό έργο με το Lloyd's Register of Shipping και την DSME το 2014, το οποίο εξέτασε το ειδικό LNG ως καύσιμο, τις τεχνικές προδιαγραφές και το κόστος, συμπεριλαμβανομένης της απόδοσης του καυσίμου, και τις πιθανές επιπτώσεις του στην ασφάλεια. Σχέδιο μελλοντικού υπερμεγάλου πλοίου μεταφοράς εμπορευματοκιβωτίων (14.000 TEU). (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Παράδειγμα εταιρειών που παρέχουν υπηρεσίες στην κοινότητα είναι η βελγική ναυτιλιακή εταιρεία Euronav Ship Management, σε συνεργασία με τρεις άλλους πλοιοκτήτες, για την ανάπτυξη λεπτομερών επαγγελματικών μαθημάτων ναυτιλίας στο Τεχνικό Λύκειο της Γάνδης.

### 3.5 Ελληνική Ναυτιλία και υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές

Το τελευταίο μέρος των δραστηριοτήτων της ελληνικής ναυτιλιακής εταιρείας σχετίζεται με την υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά της εταιρείας. Οι περισσότερες πρακτικές εταιρικής ευθύνης σχετίζονται με την πρόληψη της ρύπανσης του περιβάλλοντος. Σε γενικές γραμμές, η ναυτιλιακή βιομηχανία έχει επανειλημμένα κατηγορηθεί ότι ρυπαίνει τα νερά των ωκεανών. Ως εκ τούτου, διάφορες εταιρείες υιοθετούν «πράσινες» πρακτικές προστασίας του περιβάλλοντος κ.ο.κ. Επιπλέον, η ναυτιλιακή εταιρεία έχει διαμορφώσει δράσεις που σχετίζονται με την εκπαίδευση των εργαζομένων της (κυρίως για το πλήρωμα) ώστε να ανταποκρίνονται σε έκτακτα περιστατικά και να παρέχουν τις πρώτες βοήθειες. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

Σε γενικές γραμμές, οι ναυτιλιακές εταιρείες προσπαθούν να βελτιώσουν τα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά, ιδίως όσον αφορά την περιβαλλοντική τους ταυτότητα. Για το λόγο αυτό, συμμετέχουν σε διάφορα συστήματα πιστοποίησης για τα χαρακτηριστικά ασφάλειας πλοίων και προστασίας του περιβάλλοντος (και σε πολλές περιπτώσεις ακόμη και εθελοντικά). Ένα από τα προγράμματα είναι ο Οργανισμός Green Award, ο οποίος πιστοποιεί πλοία που πληρούν και διατηρούν πολύ υψηλά πρότυπα ασφάλειας και προστασίας του περιβάλλοντος και καθιστά τη διαχείριση πλοίων πιο ελκυστική από οικονομική άποψη.

Οι λιμενικές αρχές διαφόρων χωρών και πολλές άλλες υπηρεσίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της ναυτιλίας έχουν παράσχει στα πλοία που έχουν πιστοποιηθεί με πράσινο βραβείο σχετική εξοικονόμηση κόστους. Επί του παρόντος, συμμετέχουν περισσότεροι από 60 προμηθευτές μέτρων ενθάρρυνσης με στόχο τη μείωση του λειτουργικού κόστους των πλοίων. Ενωμένη Ναυτιλιακή Εταιρεία

Η Marine Management (ιδιοκτησίας της οικογένειας Λάτση) και η Arcadia Shipping (ιδιοκτησία της οικογένειας Αγγελοπούλου) έχουν λάβει την πιστοποίηση Green Award.

Η ναυτιλιακή Euronav κέρδισε το 2015 το Lowe's List Environmental Award. Την ίδια χρονιά, η Capital Ship Management από το Port of Long Beach κέρδισε βραβείο για

την περιβαλλοντική της ευαισθητοποίηση. Το Capital έλαβε επίσης βραβείο από την ηλεκτρονική εφημερίδα Green4Sea. Επιπλέον, τον Νοέμβριο του 2016, το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής απένειμε στη ναυτιλιακή Athenian Sea Carriers χρυσό μετάλλιο κοινωνικής, περιβαλλοντικής και επιχειρηματικής ηθικής. (Ξηραδάκης, Γ., 2014)

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη και η εταιρική βιώσιμη ανάπτυξη είναι ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα του 21ου αιώνα και υπάρχουν πολυάριθμες αναφορές στην παγκόσμια ακαδημαϊκή βιβλιογραφία και πολιτική αρένα. Μέχρι στιγμής, η πιο ευρέως χρησιμοποιούμενη ερμηνεία είναι αυτή των Ηνωμένων Εθνών (1987), η οποία ορίζεται ως «η ανάπτυξη ικανοποίησης των αναγκών του σήμερα χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις ανάγκες τους».

Τα τελευταία χρόνια, η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης χρησιμοποιείται ευρέως στο εσωτερικό και στο εξωτερικό και όλο και περισσότερες εταιρείες τη θεωρούν ως μέρος της εταιρικής τους στρατηγικής. Διαδραματίζει βασικό ρόλο στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ της κοινωνίας και ολόκληρης της επιχείρησης. Ωστόσο, ειδικά στην Ελλάδα, η περαιτέρω διείσδυση των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε μεγάλο ποσοστό εταιρειών και ευρύτερων δραστηριοτήτων έχει σίγουρα ακόμη πολλά περιθώρια βελτίωσης.

Οι μεγάλες εταιρείες υιοθετούν δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συχνότερα και σε μεγαλύτερο βαθμό γιατί διαθέτουν τα κατάλληλα μέσα και τους απαιτούμενους οικονομικούς πόρους. Οι δράσεις ΕΚΕ των μεγάλων εταιρειών είναι συχνά πιο συστηματικές και επισημοποιημένες και συνοδεύονται από παρόμοια σχέδια δημοσιότητας.

Η έννοια της βιωσιμότητας και η αναγκαιότητα συνειδητοποίησής της αναγνωρίζονται και κατανοούνται όλο και περισσότερο από το κοινό σε όλο τον κόσμο. Η προηγούμενη θεωρητική σύλληψη και φιλοδοξία έχουν γίνει πλέον προσδοκία. Ως αποτέλεσμα, η ανάπτυξη νέων βιομηχανιών και η εξερεύνηση νέας ενέργειας και ενεργειακής απόδοσης έχουν εμπνεύσει την «αναγέννηση, την τεχνολογική ανάπτυξη και την καινοτομία».

Σε κάθε περίπτωση, η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται απλώς ως πρόσθετο κόστος, αλλά ως επένδυση με συγκεκριμένους στόχους, μετρήσιμα αποτελέσματα και οφέλη, είτε για την ίδια την εταιρεία είτε για το κοινωνικό σύνολο.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βαξεβανίδου Μαρία, «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Εκδόσεις: Σταμούλης, Αθήνα, 2009

Ληξουριώτης Γιάννης, «Ατομικές εργασιακές σχέσεις», Εκδόσεις: Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα, 2013

Ξηραδάκης, Γεώργιος, «Ελληνική ναυτιλία και ΕΚΕ», CSR Conference organized by Capital Link, Αθήνα, Μάιος 2014

Σακελλαρόπουλος Θεόδωρος , «Ζητήματα Κοινωνικής Πολιτικής», Εκδόσεις: Διώνικος, Αθήνα, 2003

Σακελλαρόπουλος Θεόδωρος (επιμέλεια), «Η Κοινωνική Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Παπαφλωράτος Τριαντάφυλλος: «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως Κοινωνική Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας», Εκδόσεις: Διώνικος, Αθήνα, 2011

Ackerman Bruce, «The Stakeholder Society», Εκδόσεις: Yale University Press, New Haven, 1999

Bowen Howard, «Social Responsibilities of the Businessman», Εκδόσεις: Harper & Row, New York, 1953

Callaghan Elkins/Addison-Wesley Dennis, «Managerial Odyssey: Problems in Business and Its Environment», Εκδόσεις: Educational Publishers Inc, USA, 1978

Carroll Archie, «Managing Corporate Social Responsibility», Εκδόσεις: Scott Foresman & Co, USA, 1977