

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

**Η αξία ανάπτυξης του Εταιρικού Εθελοντισμού
στο εργασιακό περιβάλλον και στην κοινωνία.
Μελέτη περίπτωσης αξιολόγησης του
Προγράμματος Εθελοντισμού των Παγκοσμίων
Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, από
τους εργαζόμενους που συμμετείχαν μέσω των
Προγραμμάτων Εθελοντισμού των εταιρειών τους.**

**ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ
ΣΤΥΛΙΑΝΗ Ν. ΨΑΡΡΟΥ**

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ
ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΕΧΑΓΙΑΣ**

ΑΘΗΝΑ, ΜΑΪΟΣ, 2014

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ (στην ελληνική)	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ (στην αγγλική)	3
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο.....	8
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	8
1.1 Εννοιολογικό και Θεσμικό Πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	8
1.2 Ιστορική Αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	14
1.3 Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο	16
1.4 Οι Διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	19
1.5 Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη των Εταιρειών.....	21
1.6 Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη των Εταιρειών	22
1.7 Κατηγορίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	23
1.8 Οφέλη Επιχειρήσεων και Οργανισμών.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο.....	27
ΕΤΑΙΡΙΚΟΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ	27
2.1 Ορισμός Εταιρικού Εθελοντισμού.....	27
2.2 Τρόποι Δημιουργίας και Υλοποίησης Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού	28
2.3 Οφέλη από την εφαρμογή Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού	28
2.4 Η Ελλάδα της κρίσης και ο Εθελοντισμός.....	29
2.5 Η εξέλιξη του Εταιρικού Εθελοντισμού	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο.....	33
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ	33
3.1 Προγράμματα Εθελοντισμού μέσα στην Επιχείρηση (Customer Involvement) ...	33
3.2 Προγράμματα Εταιρικού Εθελοντισμού Εργαζομένων	33
3.3 Αναγκαιότητα ύπαρξης Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού μέσα στις Επιχειρήσεις.....	34
3.4 Στρατηγικοί Στόχοι των Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο.....	39
ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ	39
4.1 Εννοιολογική προσέγγιση του Εθελοντισμού	39
4.2 Χαρακτηριστικά Εθελοντισμού μέσα από μελέτες και έρευνες.....	41
4.3 Αναγκαιότητα ύπαρξης Εθελοντισμού.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο.....	43
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΑΓΩΝΩΝ SPECIAL OLYMPICS ΑΘΗΝΑ 2011	43
5.1 Εισαγωγή.....	43
5.2 Σκοπός της έρευνας.....	45
5.3 Διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων	45
5.4 Μέθοδοι Έρευνας.....	47
5.5 Ερωτηματολόγιο	49
5.6 Ανάλυση	50
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	60
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	60
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	64
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	66
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	68

ΠΕΡΙΛΗΨΗ (στην ελληνική)

Στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η μελέτη του περιεχομένου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και πιο συγκεκριμένα του Εταιρικού Εθελοντισμού, η ανάδειξη του συνδυασμού των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών οφελών που προκύπτουν για επιχειρήσεις και κοινωνία από μία πετυχημένη διαμόρφωση πολιτικής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μέσω του Εταιρικού Εθελοντισμού. Όσον αφορά στον Εταιρικό Εθελοντισμό και τη μελέτη της εφαρμογής του κατά τη διάρκεια των Παγκοσμίων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, θα εξεταστούν οι επιπτώσεις στην επιχείρηση και στο ανθρώπινο δυναμικό και η συμβολή στη διαμόρφωση της αξίας των επιχειρήσεων, που συνέβαλαν με το ανθρώπινο δυναμικό τους στην υλοποίηση του Προγράμματος Εθελοντισμού των Αγώνων.

Επιλέχθηκε η χρήση ερωτηματολογίου το οποίο συμπληρώθηκε από τα υποκείμενα της έρευνας, καθώς και συνεντεύξεις κατά την διαδικασία τοποθέτησης των εθελοντών. Η αξιολόγηση έγινε σε πραγματικό χρόνο κατά την διάρκεια των βαρδιών των εργαζομένων-εθελοντών, ώστε να μπορεί ο εθελοντής να αξιολογήσει πραγματικά το πρόγραμμα πριν την λήξη των αγώνων. Όπως παρατηρήθηκε σε προηγούμενες περιπτώσεις (Ολυμπιακοί Αγώνες ΑΘΗΝΑ 2004), με την ολοκλήρωση του έργου, ωραιοποιούνται τυχόν ελλείψεις λόγω εξύψωσης του εθνικού φρονήματος ή της προσωπικής επαφής με τους αθλητές, γεγονός που στη δική μας περίπτωση μελέτης ενισχύεται, καθώς η συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία δημιουργεί εξ ορισμού θετική στάση.

Ο Εταιρικός Εθελοντισμός στα Special Olympics αποτέλεσε ευκαιρία για άτομα που αυτοβούλως διέθεσαν το χρόνο και τις γνώσεις τους, ώστε να συνεισφέρουν στο καλό του συνόλου, να αναπτύξουν ή να διευρύνουν την εξοικείωση τους με τη διαφορετικότητα και να ζήσουν τους ρυθμούς μιας μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης. Συμπερασματικά, διαπιστώθηκε ότι οι συμμετέχοντες στο Πρόγραμμα Εταιρικού Εθελοντισμού στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011 εξοικειώθηκαν με την διανοητική αναπηρία, άλλαξαν στάση απέναντι στα άτομα με διανοητική αναπηρία και εξασφαλίστηκε ότι ο εθελοντισμός στα Special Olympics στην Ελλάδα θα συνεχιστεί και μετά τη λήξη των Παγκόσμιων Αγώνων.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ (στην αγγλική)

The scope of work of the dissertation is the study of Corporate and Sustainability Relations and in specific the study of Corporate Volunteerism, and the combination of economic, social and environmental benefits of businesses and society that rise through a successful policy planning and implementation of Corporate and Sustainability Relations through Corporate Volunteerism.

Within the frame work of Corporate Volunteerism and the study of its implication in the World Summer Games Special Olympics Athens 2011, the effects on the corporate environment and human resources as well as the dynamics of corporate value that contributed with the human resource assets in the implementation of the Games Volunteer Program will be examined.

The assessment tools for results to be driven out are questionnaires and interviews given out during the real time frame of volunteer role roster, in order for the volunteer to evaluate the Volunteer Program before the end of the Games. As was observed in previous cases (Olympic Games, ATHENS 2004) within the completion of the Games any procedural or Games Time deficiencies are not taken into high consideration due to the fact that the perception of national pride is enhanced because of working closely with the athletes; which in our case this feeling is enhanced as the working with individuals with mental disability inevitably promotes a positive attitude.

Corporate Volunteerism in Special Olympics provided a milestone opportunity to people who voluntarily gave their time and know-how for the common good, by developing and enhancing their familiarity in a diversified environment within a sporting event. As a result, it is founded that the participants of the Corporate and Sustainability Relations Programs in Special Olympics ATHENS 2011, not only familiarized themselves with mental disability during their interaction with the athletes, but also ensured that volunteering in Special Olympics in Greece provided a volunteering heritage.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για τη συμπαράσταση σε όλα τα στάδια των σπουδών μου. Ευχαριστώ τον καθηγητή κ. Ιωάννη Κεχαγιά για την στήριξή του στην εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής. Τέλος, την κ. Γιάννα Δεσποτοπούλου, Πρόεδρο των Special Olympics Ελλάς, που με τη δράση της και τη διοργάνωση των Παγκόσμιων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, ενέπνευσε την πίστη μας στον εθελοντισμό, μέσα από τη θέση της ότι «Ο εθελοντισμός είναι η κινητήρια δύναμη σε μια διαδικασία από τον κόσμο που ζούμε, στον κόσμο που θέλουμε να φτάσουμε.»

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία με τίτλο «Η αξία της ανάπτυξης του Εταιρικού Εθελοντισμού στο εργασιακό περιβάλλον και στην κοινωνία. Μελέτη περίπτωσης αξιολόγησης του Προγράμματος Εθελοντισμού των Παγκοσμίων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011 από τους εργαζόμενους που συμμετείχαν μέσω των Προγραμμάτων Εθελοντισμού των εταιρειών τους» θα παρουσιάσει την μελέτη του περιεχομένου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και θα εστιάσει στην πτυχή του Εταιρικού Εθελοντισμού.

Τα Εταιρικά Προγράμματα Εθελοντισμού αποτελούν σημαντικά κανάλια για φροντίδα του κοινωνικού συνόλου και έκφραση αλληλεγγύης, αλλά δεν υπάρχει αρκετή έρευνα ως προς το πότε οι εργαζόμενοι διατηρούν συμμετοχή σε αυτά, προσφέροντας προσωπικό χρόνο. Η δημοσίευση του Adam M. Grant, με τίτλο «Giving Time, Time After Time: Work Design and Sustained Employee Participation in Corporate Volunteering»¹ εξηγεί τα κίνητρα των εργαζομένων να επαναλάβουν τη συμμετοχή τους σε Προγράμματα Εθελοντισμού. Έρευνα από τη Γερμανία, του Christian Herzig², μελετά τον Εταιρικό Εθελοντισμό μεταξύ των 120 μεγαλύτερων εταιρειών στην Γερμανία αλλά και την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας, και εξάγει συμπεράσματα ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη και η διάδοση του Εταιρικού Εθελοντισμού σε επιχειρηματίες, εργαζόμενους και κοινωνικά σύνολα. Η δημοσίευση με τίτλο Corporate Volunteering των Lee, Louise; Higgins, Colin στο Journal of Corporate Citizenship, Volume 2001, Number 4, December 2001, pp. 79-90(12) εξετάζει την εμπειρία του Εταιρικού Εθελοντισμού από την οπτική των επιχειρήσεων, και των εργαζομένων/εθελοντών, αποκαλύπτοντας ότι ο Εταιρικός Εθελοντισμός έχει δυνατότητα να αντιμετωπίσει ζητήματα ΕΚΕ, με ευαισθητοποίηση των ενδιαφερομένων μερών και συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να μελετηθεί η αξία της ανάπτυξης του Εταιρικού Εθελοντισμού στο εργασιακό περιβάλλον και το κοινωνικό όφελος. Με τη Μελέτη Περίπτωσης, παρουσιάζεται η εμπειρία των εργαζομένων από τη συμμετοχή τους στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού των Παγκοσμίων Αγώνων Special

¹ Adam M. Grant , «Giving Time, Time After Time: Work Design and Sustained Employee Participation in Corporate Volunteering», ACAD MANAGE REV October 2012 37:4 589-615; published ahead of print July 20, 2012

² Christian Herzig², University of Lueneburg, Centre for Sustainability Management (CSM), German, International Journal of Business Environment June 2006,

Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, η εμπειρία τους από τη συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία, το ενδεχόμενο συνέχισης της εθελοντικής προσφοράς τους και μετά τη λήξη των Αγώνων και η διαμόρφωση θετικής στάσης απέναντι στην εταιρεία τους, εφόσον η πρωτοβουλία της εταιρείας για προσφορά εθελοντικής υπηρεσίας σε αυτή την αθλητική διοργάνωση προσμετράτε θετικά από τους εργαζόμενους, ώστε να συνεχιστεί το εθελοντικό πρόγραμμα στον συγκεκριμένο οργανισμό και μετά το πέρας των Αγώνων.

Το σημαντικότερο εύρημα της παρούσας μελέτης είναι ότι επιβεβαιώνεται η βιβλιογραφία η οποία υποστηρίζει ότι η προηγούμενη εμπειρία ενός ατόμου αποτελεί καθοριστικό κίνητρο για την συμμετοχή του σε ένα πρόγραμμα εθελοντισμού. Όπως διαπιστώθηκε, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού των Αγώνων είχε προηγούμενη εμπειρία στην ζωή του με άτομα με διανοητική αναπηρία. Οι Αγώνες προσέφεραν ευκαιρίες προσφοράς στους εθελοντές, ώστε να συνεισφέρουν στο καλό του συνόλου, να αναπτύξουν ή να διευρύνουν την εξοικείωση τους με τη διαφορετικότητα και να ζήσουν τους ρυθμούς μιας μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης. Η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε ότι είτε βελτιώθηκε είτε άλλαξε στάση και αντίληψη για τα άτομα με διανοητική αναπηρία. Συνακόλουθα, το σύνολο των συμμετεχόντων αξιολογεί θετικά τόσο την εμπειρία του δηλώνοντας την πρόθεσή του να εξακολουθήσει να προσφέρει εθελοντική υπηρεσία στα προγράμματα των Special Olympics Hellas, όσο και τη μελλοντική συμμετοχή της εταιρίας του μέσω προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού.

Για τις ανάγκες της μελέτης, επιλέχθηκε χρήση ανώνυμου ερωτηματολογίου συμπληρωμένο από τα υποκείμενα της έρευνας, καθώς και προσωπικές συνεντεύξεις, σε πραγματικό χρόνο κατά τη διάρκεια των βαρδιών των εργαζομένων-εθελοντών, ώστε να μπορεί ο εθελοντής να αξιολογήσει το Πρόγραμμα πριν την λήξη των Αγώνων. Όπως παρατηρήθηκε σε προηγούμενες περιπτώσεις (Ολυμπιακοί Αγώνες ΑΘΗΝΑ 2004), με την ολοκλήρωση του έργου, ωραιοποιούνται τυχόν ελλείψεις λόγω εξύψωσης του εθνικού φρονήματος ή της προσωπικής επαφής με τους αθλητές, γεγονός που στη δική μας περίπτωση μελέτης ενισχύεται, καθώς η συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία δημιουργεί εξ ορισμού θετική στάση.

Μέσα από την ανάπτυξη της παρούσας εργασίας, δίνεται στο 1^ο Κεφάλαιο το Εννοιολογικό και Θεσμικό Πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καθώς και οι Τομείς Δραστηριότητας της ΕΚΕ. Γίνεται Ιστορική Αναδρομή της εφαρμογής της και παρουσιάζεται το Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο δράσης της. Δίνεται η συνοπτική εικόνα

σε Ελλάδα και Κύπρο και αναλύονται οι διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Περιγράφονται Πεδία και Κατηγορίες δράσης της ΕΚΕ, και η χρήση της από επιχειρήσεις και οργανισμούς, με σκοπό την ανάδειξη της χρησιμότητας του όρου, των τεχνικών λειτουργίας και χρήσης της κοινωνικής ευθύνης μέσα από τις σύγχρονες επιχειρήσεις και οργανισμούς.

Στο 2^ο Κεφάλαιο εστιάζουμε στην εφαρμογή Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού. Παρουσιάζεται ο ορισμός της έννοιας, οι τρόποι δημιουργίας και υλοποίησης των Προγραμμάτων, τα οφέλη της επιχείρησης από την εφαρμογή των παραπάνω Προγραμμάτων, και μελετάται ο Εθελοντισμός στον Ελλαδικό χώρο κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης και η εξέλιξη του Εταιρικού Εθελοντισμού.

Στο 3^ο Κεφάλαιο εστιάζουμε στα Προγράμματα Εταιρικού Εθελοντισμού που υλοποιούνται με στόχο τον πελάτη, τον εργαζόμενο και την αναγκαιότητα ύπαρξης του, παρουσιάζονται οι στρατηγικοί στόχοι που θέτει η εφαρμογή προγραμμάτων εταιρικού εθελοντισμού στις επιχειρήσεις.

Στο 4^ο Κεφάλαιο παρουσιάζεται ο εννοιολογικός προσδιορισμός του όρου εθελοντισμός, το μοντέλο του εθελοντισμού και τα χαρακτηριστικά του μέσα από μελέτες και έρευνες.

Στο 5^ο Κεφάλαιο μελετάται η περίπτωση της εφαρμογής προγράμματος εταιρικού εθελοντισμού στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics, οι οποίοι πραγματοποιήθηκαν στη χώρα μας, στην Αθήνα το 2011.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1.1 Εννοιολογικό και Θεσμικό Πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Κάθε επιχείρηση, (ιδιωτική ή δημόσια, οργανισμός ή μη κυβερνητική οργάνωση) για να μπορέσει να εδραιωθεί, να γίνει γνωστή στο χώρο της και να χτίσει την εικόνα της χρησιμοποιεί διάφορα μέσα και αναπτύσσει διάφορες δράσεις όπως διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις και εταιρική κοινωνική ευθύνη, μια έννοια όλο και περισσότερο συνδεδεμένη την τελευταία δεκαετία με την εικόνα των επιχειρήσεων. Μέσω της κοινωνικής ευθύνης προβάλλεται η υπευθυνότητα, η κοινωνική ευσυνειδησία, η ευαισθησία, η συνείδηση και η επιχειρηματική ηθική της επιχείρησης. Γεγονότα, όπως Διοικητική πλεονεξία, Οικονομικό έγκλημα, Διαφθορά, Καταστροφή περιβάλλοντος, Καταπάτηση ανθρωπίνων δικαιωμάτων που αφορούν επιχειρήσεις και οργανώσεις, αφύπνισαν τη δημόσια συνείδηση και ανέδειξαν την εταιρική υπευθυνότητα σε κοινωνική επιταγή. (Αναλυτής, Ν. 2007).

Ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εννοούμε την ηθική συμπεριφορά μιας επιχείρησης στις σχέσεις της με την κοινωνία. Αυτό σημαίνει τις υπεύθυνες ενέργειες της διοίκησής της κατά τις σχέσεις της με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (Stakeholders). Λόγω του πολυσύνθετου χαρακτήρα της έννοιας δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο, παρόλο που διεθνώς χρησιμοποιείται ευρύτατα στο δημόσιο διάλογο. Η διαφορετικότητα των ορισμών συνδέεται με τη διαφορετική φιλοσοφία, τον διαφορετικό βαθμό ανάπτυξης κάθε χώρας, τις διαφορετικές προτεραιότητες που υπάρχουν στις διάφορες περιφέρειες.

Παραθέτουμε μερικούς από αυτούς που κατά τη γνώμη μας αντικατοπτρίζουν την ποικιλία των προσεγγίσεων:

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους
(Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)
- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και

περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Πράσινη Βίβλος, 2001)

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα.

(WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, 1998)

- Η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες: οικονομικό, κοινωνικό, περιβαλλοντικό. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποδηλώνει ότι μια εταιρία ασχολείται σοβαρά όχι μόνον με την αποδοτικότητα και την ανάπτυξή της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπό της. Επίσης, δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της : εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα (Novethic - the French Expert of RI).

- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση της ηγεσίας μιας επιχείρησης για θεμελιώδεις αξίες και αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών. Είναι η υιοθέτηση, εκ μέρους των επιχειρήσεων, της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας.

Παρά τους διαφορετικούς ορισμούς υπάρχουν τρία σημεία για τα οποία υπάρχει συναίνεση:

- ❖ Ο εθελοντικός χαρακτήρας της Ε.Κ.Ε.
- ❖ Η στενή σχέση της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.
- ❖ Η στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι απλά η δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

Το ζήτημα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι από τα πιο δυναμικά και ενδιαφέροντα θέματα που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματικός κόσμος. Οι οργανισμοί όλο και περισσότερο απαιτείται να ισορροπήσουν κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές διαστάσεις της επιχειρηματικής λειτουργίας τους. Η δυσκολία

διαμόρφωσης ενός κοινά αποδεκτού ορισμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (γνωστή ως Corporate Social Responsibility ή CSR) από τις επιχειρήσεις αποκαλύπτει τον τρόπο με τον οποίο αυτή έχει αναπτυχθεί. Κατά τη γνώμη ορισμένων, προήλθε από την εταιρική φιλανθρωπία με έμφαση στην κοινωνική βελτίωση. Κατά τη γνώμη άλλων, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί πολύ ευρύτερη έννοια και σχετίζεται άμεσα με την αειφόρο ανάπτυξη που εισήχθη από τα ανώτατα στελέχη των Ηνωμένων Εθνών, στη σύσκεψη του Rio de Janeiro το 1992. Οι Panayiotou et al., σε πρόσφατη μελέτη τους (2009) κατηγοριοποίησαν τους ορισμούς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε τρεις κατηγορίες με βάση ισάριθμες σχετιζόμενες οπτικές:

- ο Σκεπτικιστική οπτική: Υιοθετεί επιφυλακτική στάση και αντιμετωπίζει κριτικά το CSR (EKE). Ο πιο σημαντικός στόχος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι να παρέχει όσο το δυνατό περισσότερο πλούτο στους μετόχους της επιχείρησης, και μέσω της επίτευξης αυτού του στόχου, θεωρεί ότι εξυπηρετεί ένα κομμάτι της κοινωνίας.
- ο Ουτοπική οπτική: Αντικατοπτρίζει την ιδέα ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ηθική υποχρέωση απέναντι σε όλους τους εμπλεκόμενους με την επιχείρηση, και όχι μόνο στους μετόχους της, να τους ωφελούν με όποιον τρόπο μπορούν.
- ο Ρεαλιστική οπτική: Συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη αποδοχή στον επιστημονικό και επιχειρηματικό χώρο. Το CSR είναι η διαχείριση του αντίκτυπου της λειτουργίας μίας επιχείρησης τόσο στους άμεσους όσο και στους έμμεσους εμπλεκόμενους με αυτήν, άρα στην κοινωνία στην οποία λειτουργεί και αναπτύσσεται.

Επομένως, το CSR (EKE) δεν περιλαμβάνει μόνο τα κεφάλαια που διατίθενται από τις επιχειρήσεις για την επίλυση κοινωνικών προβλημάτων αλλά και τον τρόπο με τον οποίο επιτυγχάνει τη δική της διακυβέρνηση, την εκπλήρωση της αποστολής της, την εφαρμογή των αξιών της, τη συνεργασία της με κάθε είδους εμπλεκόμενο, τη μέτρηση των αποτελεσμάτων και την κοινοποίησή τους. Μεγάλος αριθμός ακαδημαϊκών μελετών³ δημοσιεύθηκαν σχετικά με τον εννοιολογικό προσδιορισμό και τα χαρακτηριστικά στοιχεία που προσδιορίζουν την EKE τα τελευταία 30 χρόνια. Παρά την ποικιλία των ορισμών, ίσως ο πιο ευρέως αποδεκτός, αναφορικά με τον επιστημονικό αλλά και τον επιχειρηματικό χώρο είναι αυτός του Archie Carroll, ο οποίος

³ Carroll, A. (1999), "Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct" *Business & Society*, Vol. 38, No. 3, pp. 268-295.

θεωρεί την ΕΚΕ ως μια σύνθεση που αφορά τέσσερις διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας της κοινωνίας των σχέσεων.



Source: Carroll (1996)

1. Οικονομικές Προσδοκίες: Οι εταιρίες έχουν τους μετόχους, οι οποίοι αποζητούν εύλογο κέρδος από τις επενδύσεις τους, έχουν τους εργαζόμενους, που θέλουν ασφαλή και δίκαια αμειβόμενη εργασία, τους πελάτες, οι οποίοι ζητούν καλής ποιότητας προϊόντα σε εύλογη τιμή. Σύμφωνα με τον αριθμό των επιχειρήσεων, αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο έχουν συσταθεί οι επιχειρήσεις στην κοινωνία και πρωταρχική τους ευθύνη αποτελεί η ορθή λειτουργία τους ως οικονομική μονάδα για να παραμείνουν στο επιχειρηματικό χώρο. Όλες οι δευτερεύουσες ευθύνες κατατάσσονται στο πεδίο της ΕΚΕ. Σύμφωνα με τον Carroll, η ικανοποίηση των οικονομικών ευθυνών είναι, συνεπώς βασική προϋπόθεση από το σύνολο επιχειρήσεων.

2. Νομικές Προσδοκίες: Η ευθύνη των εταιριών σε σχέση με τον νόμο απαιτεί να τηρούν τους όρους και να “παίζουν με τους κανόνες της, παιχνίδι”. Ο Carroll υποδηλώνει ότι η ικανοποίηση των νομικών ευθυνών απαιτείται απ’ όλες τις εταιρίες που επιδιώκουν να είναι κοινωνικά υπεύθυνες.

3. Ηθικές Προσδοκίες: Η ευθύνη αυτή υποχρεώνει τις εταιρίες να κάνουν ότι είναι σωστό, δίκαιο και εύλογο, ακόμη και όταν δεν είναι υποχρεωμένες από το νομικό

πλαίσιο. Ο Carroll υποστηρίζει ότι οι ηθικές ευθύνες, ως εκ τούτου, αποτελούνται απ' ότι γενικά αναμένει η κοινωνία πέρα από τις οικονομικές και νομικές προσδοκίες.

4. Φιλανθρωπικές Προσδοκίες: Το τέταρτο επίπεδο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εξετάζει το φιλανθρωπικό κομμάτι των επιχειρήσεων. Αντιμετωπίζει μεγάλο εύρος ζητημάτων, συμπεριλαμβανομένων δωρεών σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, επενδύσεων σε υποδομές αναψυχής για τους εργαζόμενους και τις οικογένειες τους, υποστήριξη τοπικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων ή τεχνών και χορηγίας αθλητικών εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τον Carroll, οι φιλανθρωπικές προσδοκίες είναι απλώς επιθυμητές από τις επιχειρήσεις.

Σημαντικό ζήτημα της ΕΚΕ είναι η ιδέα της εθελοντικής πρωτοβουλίας των εταιρειών. Αυτό ασφαλώς εφαρμόζεται στους τομείς των ηθικών και των φιλανθρωπικών προσδοκιών καθώς επίσης και στα πρώτα δυο επίπεδα. Η λογική αυτή που αναφέρει ρητά τις οικονομικές και νομικές “ευθύνες” ως “απαιτήσεις” των εταιριών – σίγουρα σε βραχυπρόθεσμη βάση- υποθέτει ότι οι εταιρείες έχουν την απόλυτη δικαιοδοσία όσον αφορά στον τρόπο και το βαθμό που θα επιλέξουν να ανταποκριθούν σε αυτές τις ευθύνες. Οι επιχειρήσεις μπορούν να επιλέξουν, είτε λόγω αμέλειας, να αποτύχουν να ανταποκριθούν στις ευθύνες τους όσον αφορά στα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη, τους μετόχους και τους εργαζομένους τους.

Ωστόσο, το πιο διαδεδομένο μέρος της ΕΚΕ δεν αφορά στις οικονομικές υποχρεώσεις έναντι των μετόχων και των εργαζομένων ή των νομικών υποχρεώσεων, αλλά τις εθελοντικές πρωτοβουλίες, τα προγράμματα, τις πολιτικές και τις στρατηγικές εκείνες των εταιριών που ανταποκρίνονται στις ευθύνες έναντι της κοινωνίας, με βάση ηθικά ή φιλανθρωπικά κίνητρα. Πληθώρα άλλων ορισμών και απόψεων σχετικά με την ΕΚΕ έχουν προταθεί και θα συζητηθεί κατά τη διάρκεια των ετών, αλλά θα μπορούσε να ισχυριστεί ότι ο ορισμός Carroll αιχμαλωτίζει πιθανώς το ελάχιστο κοινό παρονομαστή της ΕΚΕ.⁴

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission, 2001) έχει ορίσει την ΕΚΕ ως την πρακτική σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις στις επιχειρηματικές τους διαδικασίες και δράσεις, καθώς και στις σχέσεις τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) σε εθελοντική βάση.⁵

⁴ Crane, A. And Matten, D. (2004). “Business ethics- A European perspective”, Oxford University Press, Oxford, pp.37-71

⁵ Κ. Μανασάκης (2011): “Η εταιρική κοινωνική ευθύνη ως πολιτική πράξη”, στον τόμο

Ο παραπάνω ορισμός αναδεικνύει τις τρεις βασικές διαστάσεις της ΕΚΕ:

1. Η ΕΚΕ συνδέεται με τις δυνατότητες δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων στον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα πέρα και πάνω από το επίπεδο στο οποίο είναι υποχρεωμένες να πράξουν, σύμφωνα με το θεσμικό-νομικό πλαίσιο.
2. Το γεγονός ότι η ΕΚΕ αφορά στην ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών διαστάσεων στο πλαίσιο επιχειρηματικών διαδικασιών υποδηλώνει ότι η ΕΚΕ δεν αφορά μόνο σε φιλανθρωπικές δράσεις αλλά και σε επενδύσεις σε τεχνολογίες και διαδικασίες παραγωγής, κατά μήκος της αλυσίδας αξίας, που είναι φιλικές προς τους εργαζόμενους και το περιβάλλον (Porter and Kramer, 2002; 2006).
3. Η αλληλεπίδραση με τα ενδιαφερόμενα μέρη προβάλλει το ρόλο της επιχείρησης ως πολιτικής οντότητας στην κοινωνία και αναδεικνύει την πολιτική δυναμική της μέσω του διαλόγου και της συνεργασίας με εργατικά συνδικάτα, δημόσιες αρχές, μη κυβερνητικές οργανώσεις.

Σύμφωνα με τον Howard Bowen - ο οποίος θεωρείται ο πατέρας της Ε.Κ.Ε: «Η υπευθυνότητα αναφέρεται στην υποχρέωση των επιχειρηματιών να επιδιώκουν εκείνες τις πολιτικές, να λαμβάνουν εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθούν εκείνες τις δράσεις που να συνάδουν με τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας μας». Η σχέση επιχείρησης - κοινωνίας είναι αμφίδρομη και για το λόγο αυτό επιχειρήσεις και οργανισμοί οφείλουν να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί, απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον και αντίστοιχα να προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους. Η Ε.Κ.Ε. υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπιση της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής.

Η Εταιρική Υπευθυνότητα συνιστά ευρύτατη έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις δεν αποτελούν απλά κερδοσκοπικές οντότητες, μα έχουν παράλληλα και την ηθική υποχρέωση να ωφελούν την κοινωνία εντός της οποίας δραστηριοποιούνται. Ειδικότερα, συνιστά αξιολόγηση των επιχειρήσεων και των πρακτικών τους, μέσω της πολύπλευρης αποτίμησης των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων και χειρισμών τους.

Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες και χειρισμοί της τριπλής αυτής κατεύθυνσης, αποτελούν την “Triple Bottom Line” (3BL) μιας επιχείρησης, η οποία ορίζεται ως «επιχειρηματικές λύσεις και επιλογές, που ταυτόχρονα είναι κοινωνικά υπεύθυνες,

περιβαλλοντικά ορθές και οικονομικά βιώσιμες» και πιο απλά, αποτελούν τις τρεις ευρείες προσεγγίσεις της εταιρικής υπευθυνότητας που έχουν έρθει έντονα πλέον στο προσκήνιο: την οικονομική, την οικολογική και την κοινωνική. Ο όρος πρωτοεμφανίστηκε το 1994 από τον John Elkington, που αναφέρθηκε στην triple bottom line για να περιγράψει την «κοινωνική, περιβαλλοντική και οικονομική υπευθυνότητα», στα πλαίσια της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης.

1.2 Ιστορική Αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Στα μέσα και τέλη του 18ου αιώνα, οι επιχειρήσεις έστρεψαν το ενδιαφέρον τους στους υπαλλήλους και συγκεκριμένα ενδιαφέρθηκαν για το πώς θα τους καταστήσουν πιο παραγωγικούς. (Carroll, 2007; Gail & Nowak, 2006) Οι επιχειρήσεις εξέφραζαν ποικιλοτρόπως την κοινωνική τους υπευθυνότητα, προσφέροντας π.χ. κατοικία στους εργαζόμενους τους, φροντίζοντας για αυτούς και τις οικογένειες τους. Η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα θεωρείται σημείο εκκίνησης για ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών από πλευράς επιχειρήσεων.

Με τον ερχομό του 20ου αιώνα και την καθιέρωση των νομικών πλαισίων της λειτουργίας των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη του κράτους όσον αφορά στην πρόνοια, ιδιαίτερα μετά το κραχ του 1929, το πνεύμα της φιλανθρωπίας παραχώρησε το πνεύμα του σε εκτεταμένες νομικές, συμβατικές και οργανωτικές δομές. Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, η ανάδειξη των πολυεθνικών εταιριών, η αυξανόμενη επίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου που αποδίδει ως αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων την παραγωγή πλούτου για τους μετόχους τους (the business of business is business) έφερε εκ νέου στο προσκήνιο 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 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να αποτελέσει μια υπηρεσία παρόμοια με έναν κερδοσκοπικό οργανισμό, η οποία, ωστόσο, θα αντλεί οφέλη από την αναγνωρισιμότητα και την αποδοχή των εργαζομένων, των πελατών και των συμβαλλόμενων μερών. (Θανόπουλος, 2003; w:en:Corporate_social_responsibility).

Ενώ μέχρι τη δεκαετία του 1950, η φιλανθρωπία κυριαρχούσε στο πεδίο της κοινωνικής προσφοράς των επιχειρήσεων και περιελάβανε κυρίως δωρεές από ελεημοσύνη, από το 1953 έγινε αντιληπτή η συνολική ευθύνη που έχουν οι

επιχειρήσεις και η ανάγκη για ανάμειξή τους σε ζητήματα της κοινότητας (Murphy, 1978). Η δημοσίευση του βιβλίου του Bowen “Social Responsibilities of the Businessman” (1953) οριοθετεί χρονικά την έναρξη της περιόδου κατά την οποία διαφάνηκε η κυριαρχία του επιχειρηματικού τομέα στην κοινωνική ζωή, και που γίνεται η μετάβαση από τον όρο κοινωνική ευθύνη στον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.(Carroll, 2008). Ο Bowen την όρισε ως εξής: «η κοινωνική ευθύνη αναφέρεται στις υποχρεώσεις των επιχειρηματιών να ακολουθούν εκείνες τις πολιτικές, να λαμβάνουν εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθούν εκείνες τις κατευθυντήριες γραμμές δράσης, οι οποίες είναι επιθυμητές με βάση τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας μας».

Στη δεκαετία του 1960, σημειώθηκε μνημειώδης αύξηση των προσπαθειών για επισημοποίηση της ΕΚΕ και για ακριβή καθορισμό της σημασίας και του περιεχομένου της. Ένας από τους ορισμούς που δόθηκαν τη συγκεκριμένη περίοδο ήταν ότι « η ΕΚΕ αναφέρεται στις αποφάσεις και ενέργειες των επιχειρηματιών που αποφασίζονται για λόγους που έστω και μερικώς δεν αφορούν στα άμεσα οικονομικά ή τεχνικά συμφέροντα της εταιρείας» (Davis, 1960). Η κύρια έκφανση της ΕΚΕ συνέχιζε να είναι η φιλανθρωπία. Η περίοδος αυτή, σύμφωνα με τη Muirhead ήταν η περίοδος της αύξησης και επέκτασης των επιχειρηματικών παροχών. Οι δωρεές συνεχίστηκαν προς κοινωνικές ομάδες που ήδη τις λάμβαναν, ενώ επεκτάθηκαν για να καλύψουν την υγεία, τον πολιτισμό και τις τέχνες, καθώς και ζητήματα της κοινότητας.

Μέχρι και το 1970, παρά τις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις που είχαν θεσπιστεί, οι εταιρείες ακολουθούσαν ένα διαφορετικό δρόμο που αγνοούσε τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η συγκεκριμένη πολιτική σκόπευε στην ουσιαστική ικανοποίηση των περαιτέρω αναγκών των εργαζομένων και αγνόηση των υπόλοιπων καλών πρακτικών που όριζε η ιδέα και η φιλοσοφία της ΕΚΕ. (Θανόπουλος, 2003; Corporate_social_responsibility)

Η διεργασία της παγκοσμιοποίησης και της απελευθέρωσης των αγορών, με τα αμφισβητούμενα αποτελέσματα τους, η ανάγκη ύπαρξης ελάχιστων κανόνων λειτουργίας και ελέγχου, οι επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που αφορούν όλο και περισσότερο μεγαλύτερο αριθμό ατόμων και κρατών, η αύξηση της ευαισθησίας σε θέματα προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, έθεσαν το πλαίσιο μέσα στο οποίο οι επιχειρήσεις καλούνται σήμερα να εντάξουν τη Βιώσιμη Ανάπτυξη στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους σκέψης. Οι προσδοκίες

όλων των ενδιαφερόμενων μερών απέναντι στον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν και συμπεριφέρονται οι επιχειρήσεις διαρκώς αυξάνονται.

Οι επιχειρήσεις επομένως αντιμετωπίζουν ένα νέο κόσμο που απαιτεί νέο τρόπο σκέψης και ο οποίος θα πρέπει να καλύψει τις ανάγκες αυτής της γενιάς αλλά και των μελλοντικών. (Θανόπουλος, 2003; Corporate_social_responsibility)

1.3 Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο

Η αναγνώριση από τις σύγχρονες κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη και των θεμελιωδών αλλαγών που αυτή προϋποθέτει για τον τρόπο που οργανώνονται και λειτουργούν οι επιχειρήσεις, αποτελεί κύρια αιτία ανάπτυξης και διάδοσης της ιδέας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Τελευταία, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου έχουν αρχίσει να απομακρύνονται από παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο σε δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους. Σταδιακά υιοθετούν μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της ΕΚΕ, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον. Με αυτή τη μεταστροφή στοχεύουν σε μακροπρόθεσμη αύξηση της απόδοσης τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή, άτομα και ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν και να επηρεαστούν από τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Επιπρόσθετα, πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέονται με την παγκοσμιοποίηση προκαλούν ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές με συνέπεια τη ριζική αλλαγή των προσδοκιών της κοινωνίας για το ρόλο των επιχειρήσεων. Οι εταιρίες κρίνονται, πλέον, όχι μόνο με βάση οικονομικά αποτελέσματα ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Η ΕΚΕ αναδείχθηκε ως εξέχον θέμα για τον επιχειρηματικό κόσμο από τις αρχές της δεκαετίας του '90, κυρίως μέσα από μια σειρά «σκανδάλων» ή δυσφημιστικών εκστρατειών που έπληξαν μια σειρά από μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις⁶ και που προκάλεσαν τη συνειδητοποίηση, εκ μέρους των επιχειρήσεων, του πόσο ευαίσθητες ήταν σε

⁶ Ενδεικτικά μπορούν να αναφερθούν οι υποθέσεις της Exxon (ναύαγιο Exxon Valdez και οικολογική καταστροφή στις ακτές της Αλάσκας), της Shell (υποθέσεις Brend Spa και επεισοδίων στη Νιγηρία), της Nestle (παιδική φόρμουλα στην Αφρική και εργασία ανηλίκων σε φυτείες καφέ), της Nike (καταναγκαστική εργασία και εργασία ανηλίκων στην Ασία), των I.G. Farben, VW και Daimler-Benz (αποκαλύψεις σχετικές με την εργασία αιχμαλώτων κατά τον Β΄ Π.Π.), των Perrier και Coca-Cola (προβλήματα με δηλητηριάσεις από το προϊόν) και πιο πρόσφατα την υπόθεση Enron – Andersen (επιβεβαίωση ψευδών στοιχείων)

ζητήματα που συχνά δεν άπτονταν των προϊόντων που παράγουν και των υπηρεσιών που προσφέρουν. Έκτοτε, το θέμα της συστηματικής διαχείρισης της κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο και ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε το 2001 την Πράσινη Βίβλο για την ΕΚΕ και σήμερα βρίσκεται στη διαδικασία επεξεργασίας σχετικού Σχεδίου Οδηγίας. Σε εθνικό επίπεδο, αρκετές ευρωπαϊκές χώρες έχουν θεσπίσει την υποχρέωση δημοσίευσης συγκεκριμένων στοιχείων για περιβαλλοντικά, εργασιακά και κοινωνικά ζητήματα που προκύπτουν από τη δραστηριότητα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων.⁷

Η ΕΚΕ ορίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε) ως «η έννοια σύμφωνα με την οποία εταιρίες ενσωματώνουν, σε εθελοντική βάση, κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη».⁸ Άλλοι ορισμοί τονίζουν τη δέσμευση των επιχειρήσεων σε αρχές «ηθικής» συμπεριφοράς,⁹ ωστόσο, οι περισσότεροι ορισμοί συμφωνούν πως η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση λαμβάνει υπ' όψιν της ζητήματα που προκύπτουν από τη λειτουργία της σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, τη βιώσιμη ανάπτυξη, τα δικαιώματα, την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και την ευρύτερη κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Μέσω της ΕΚΕ, επιδιώκεται η εθελοντική αυτορρύθμιση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ώστε να εξασφαλίζεται σεβασμός για τα ζητήματα αυτά με τη χρήση συστημάτων διαχείρισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, την υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων και άλλων επωφελών κοινωνικών πρωτοβουλιών (π.χ. απασχόληση ατόμων από ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού) και τη δημιουργία ενός δίκαιου, ασφαλούς και δημιουργικού εργασιακού περιβάλλοντος.

Σταδιακά προκύπτουν όλο και περισσότερες διεθνείς πρωτοβουλίες για την προώθηση, ανάπτυξη και συστηματοποίηση της ΕΚΕ. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εθνικά και υπερεθνικά δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων και επιχειρηματικών ενώσεων, τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της ΕΚΕ¹⁰, το κίνημα για τις ηθικές

⁷ Αυτό συμβαίνει στη Γαλλία, την Ιταλία και τις σκανδιναβικές χώρες (για περιβαλλοντικά στοιχεία)

⁸ Πράσινη Βίβλος, “Προώθηση ενός Ευρωπαϊκού Πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη”, 2001

⁹ Π.χ. ο ορισμός του World Business Council for Sustainable Development: “the continuing commitment by business to behave ethically and to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”

¹⁰ Όπως το AA1000 και το SA8000

επενδύσεις, οι αντίστοιχοι δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων¹¹ και οι πρωτοβουλίες της Επιτροπής της Ε.Ε και του Ο.Η.Ε.

Το 2000, δημιουργήθηκε, μετά από πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, το Global Compact, με στόχο να ενώσει τις προσπάθειες επιχειρήσεων, συνδικαλιστικών φορέων και οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Μέσω του Global Compact, ο Ο.Η.Ε. επιχειρεί να προωθήσει την ΕΚΕ και να καταστήσει τις επιχειρήσεις μέρος της λύσης των προβλημάτων που προκύπτουν από την παγκοσμιοποίηση. Σήμερα, εκατοντάδες επιχειρήσεις και οργανώσεις από ολόκληρο τον κόσμο έχουν ενταχθεί σε αυτήν την εθελοντική προσπάθεια, υιοθετώντας τις δέκα βασικές αρχές που τη διέπουν.¹²

Παράλληλα, με την αύξηση των προσδοκιών¹³ των ενδιαφερομένων μερών και της κοινής γνώμης σε ότι αφορά τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων, παρατηρείται πως τα ενδιαφερόμενα μέρη και ιδιαίτερα οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι ενώσεις τοπικών συμφερόντων, συνειδητοποιούν σταδιακά τη μεγαλύτερη δύναμη που τους εξασφαλίζουν οι νέες τεχνολογικές και πολιτικές συνθήκες έναντι των εταιριών και κινητοποιούνται εντονότερα για την προώθηση των αιτημάτων και προσδοκιών τους. Οι καταναλωτές, παρουσιάζουν επίσης μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν καθώς και των εταιριών που τα προσφέρουν. Το 70% των ευρωπαίων καταναλωτών υποστηρίζει, ότι η κοινωνική ευθύνη μια επιχείρησης επηρεάζει τις αγοραστικές του αποφάσεις και ο ένας στους πέντε καταναλωτές είναι διατεθειμένος

¹¹ Π.χ. FTSE4Good Index και Dow Jones Sustainability Indexes

¹² Οι δέκα αρχές χωρίζονται σε τέσσερις θεματικές ενότητες και είναι οι ακόλουθες: Ανθρώπινα Δικαιώματα (1. Υποστήριξη και σεβασμός των διεθνώς αναγνωρισμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων, 2. Μη εμπλοκή σε παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων), Εργασιακά Πρότυπα (3. Σεβασμός της συνδικαλιστικής ελευθερίας και του δικαιώματος συλλογικών διαπραγματεύσεων, 4. Εξάλειψη της καταναγκαστικής εργασίας, 5. Απαγόρευση της παιδικής εργασίας, 6. Εξάλειψη των διακρίσεων στην εργασία), Περιβάλλον (7. Προληπτική προσέγγιση, 8. Ανάληψη πρωτοβουλιών για την προώθηση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας, 9. Ανάπτυξη και διάδοση φιλικών για το περιβάλλον τεχνολογιών) και Καταπολέμηση της Διαφθοράς (10. Ενέργειες κατά της διαφθοράς, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας)

¹³ Έρευνα 750 ανώτατων στελεχών επιχειρήσεων έδειξε ότι η αυξημένες προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών είναι το δεύτερο σε σημασία ζήτημα που αντιμετωπίζουν (Financial Times & PricewaterhouseCoopers, “The most respected companies survey”, Dec. 1999)

να πληρώσει ακριβότερα για περιβαλλοντικά και κοινωνικά πιο «υπεύθυνα» προϊόντα¹⁴.

Παρόμοια, οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική συμπεριφορά των εργοδοτών τους και οι εταιρείες που φαίνονται να υποστηρίζουν πιο ενεργητικά τις ανάγκες της κοινωνίας, συγκρατούν ευκολότερα τους καλύτερους υπαλλήλους τους ή προσλαμβάνουν σταδιακά άτομα που συνήθως αποτελούν θύματα διακρίσεων και προκαταλήψεων, ανεξάρτητα από τα εργασιακά προσόντα και τη διαθεσιμότητά τους. Ενδεικτική αυτής της αυξημένης ισχύος των καταναλωτών και των μη κυβερνητικών οργανώσεων αποτελεί η τάση που παρουσιάζεται σε πολλές μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις για την επέκταση της εφαρμογής της ΕΚΕ και στα ευρύτερα δίκτυα των συνεργατών τους στην αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους.

Μπορεί να υποστηριχθεί πως το αμερικανικό μοντέλο βασίζεται περισσότερο στην φιλανθρωπική διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και την υψηλή ευελιξία, ενώ το ευρωπαϊκό στη δομική προσέγγιση, τις νομοθετικές ρυθμίσεις και τον σχετικά μεγαλύτερο βαθμό κοινωνικού διαλόγου και συνεργασίας. Οι διεθνείς δείκτες κοινωνικής ευθύνης (FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Indexes) κυριαρχούνται από επιχειρήσεις αμερικανικής και βρετανικής προέλευσης, ενώ στα περιβαλλοντικά ζητήματα διακρίνονται ιδιαίτερα οι ιαπωνικές επιχειρήσεις. Οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις είναι πιο εξελιγμένες στα θέματα των εργασιακών σχέσεων και στη δημοσίευση περιβαλλοντικών στοιχείων και κοινωνικών απολογισμών, ενώ οι αμερικανικές έχουν αναπτύξει περισσότερο τους εσωτερικούς κώδικες συμπεριφοράς.

1.4 Οι Διαστάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

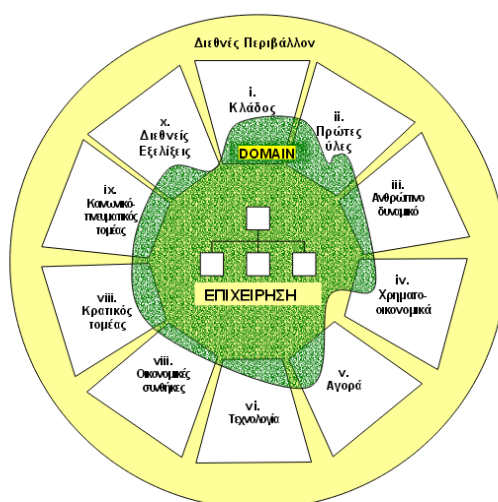
Με τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Ε.Κ.Ε.), ορίζεται η εφαρμοζόμενη από επιχειρήσεις πολιτική, η οποία αφορά δράσεις, ενέργειες και προγράμματα κοινωνικού, περιβαντολογικού, πολιτιστικού, εκπαιδευτικού και ερευνητικού χαρακτήρα (Εξωτερική Ε.Κ.Ε.), καθώς και σε δράσεις, οι οποίες αφορούν την ανθρωποκεντρική και δίκαιη πολιτική ανθρωπίνων πόρων, το σεβασμό των δικαιωμάτων των εργαζομένων, κανόνες υγιεινής και ασφάλειας, την ενίσχυση του κοινωνικού διαλόγου, την εξασφάλιση των συνδικαλιστικών δικαιωμάτων, το

¹⁴ Βλ σχετικά, CSR Europe, “12000 consumers in 12 countries”, MORI, Sep. 2000.

σεβασμό των συλλογικών συμβάσεων εργασίας (Εσωτερική Ε.Κ.Ε.)” (Hohnen, 2007; CSR 2003)

Η διοίκηση της επιχείρησης ή του οργανισμού θα πρέπει να εντοπίσει τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που καθορίζουν αφενός την επιχειρηματική βιωσιμότητα και αφετέρου την αειφόρο ανάπτυξη υιοθετώντας πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Για διαφορετικές χώρες, περιφέρειες, κλάδους και κατηγορία οργανισμών, η υπεύθυνη επιχειρηματική πρακτική περιλαμβάνει διαφορετικά αντικείμενα συζήτησης και σημαντικά διαφορετικές προτεραιότητες.

Ωστόσο, η κοινή βασική προσέγγιση της ΕΚΕ περιλαμβάνει οργανισμούς που υιοθετούν μια επίσημη, δομημένη προσέγγιση στην αποτίμηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασής τους, κάνοντας βήματα για την βελτίωσή της και δημοσιεύοντας την όλη διαδικασία καθώς και τα αποτελέσματά της. (Hohnen, 2007; CSR 2003)



Πηγή: Daft L. Richard, 2004, p. 135

Σχεδιάγραμμα 1.

Η υπεύθυνη εταιρική πρακτική εκτείνεται σε τέσσερα βασικά πεδία: • Εργασιακός χώρος • Πεδίο αγοράς • Κοινότητα • Περιβάλλον Έργου.

Ο Daft συνεχίζει ταξινομώντας τους δέκα τομείς του Περιβάλλοντος σε 2 υποκατηγορίες : 1. Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη 2. Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη.

1.5 Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη των Εταιρειών

Σε μια εταιρεία, η εσωτερική Εταιρική 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 τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366; Porter & Kramer, 2006)

Διαχείριση του Ανθρώπινου Δυναμικού: Κύρια πρόκληση για τις εταιρείες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη 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, τη 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 απασχολησιμότητα και την εξασφάλιση της εργασίας. Έχει επίσης αποδειχθεί ότι η ενεργός εποπτεία και διαχείριση των υπαλλήλων που απουσιάζουν από την εργασία τους λόγω αναπηρίας ή τραυματισμού έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των δαπανών. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366; Porter & Kramer, 2006)

Υγεία και Ασφάλεια στην Εργασία: Το θέμα αυτό στην εργασία παραδοσιακά έγκεινται 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 αυτών. Εθελοντικά προγράμματα ως συμπληρωματικά προς τις δραστηριότητες νομοθεσίας και ελέγχου από τις δημόσιες αρχές υιοθετούνται από τις εταιρείες για περαιτέρω προώθηση της υγείας και της ασφάλειας, χρησιμοποιώντας τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια για την προμήθεια των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους.

Προσαρμογή στην Αλλαγή: Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Ειδικότερα, αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω της ανοικτής

ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366; Porter & Kramer, 2006)

Διαχείριση του Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και των Φυσικών Πόρων: Η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να περιορίσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Οι περιβαλλοντικές αυτές επενδύσεις αναφέρονται ως ευκαιρίες διπλού κέρδους, και για τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον

1. 6 Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη των Εταιρειών

Η Εξωτερική Εταιρική Κοινωνική 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. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366; Porter & Kramer, 2006)

Τοπικές Κοινότητες: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά στην 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, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Επίσης, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους.

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.

Ανθρώπινα Δικαιώματα: Αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο ότι ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων μιας 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 τη σωστή

εφαρμογή και την επαλήθευσή τους. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366; Porter & Kramer, 2006)

Παγκόσμιες Περιβαλλοντικές Ανησυχίες: Μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και της κατανάλωσης πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρείες διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον.

1.7 Κατηγορίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Οι κατηγορίες που διαρθρώνεται η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι οι εξής:

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

Μάρκετινγκ Σκοπού (Cause related marketing): Οι πωλήσεις ενός συγκεκριμένου προϊόντος συνδέονται με ένα ποσοστό από τα έσοδά του, το οποίο προσφέρεται για συγκεκριμένο σκοπό. Το cause - related marketing γίνεται συνήθως για συγκεκριμένο προϊόν και για 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 συμβάλει χωρίς να χρειασθεί να δώσει ο ίδιος χρήματα και χωρίς να πάρει τίποτα σε αντάλλαγμα.

Κοινωνικό Μάρκετινγκ (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)

Εταιρική Φιλανθρωπία (Corporate philanthropy): Παραδοσιακή μορφή Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που αφορά στην προσφορά χρημάτων σε κάποιο φιλανθρωπικό οργανισμό/σκοπό.

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 σε συνεργασία με κάποιον οργανισμό. (Kolter, 2009; Hunger, Wheelen, Thomas, 2004)

Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές (Socially responsible business practices): Πρόκειται για πρακτικές που σχετίζονται με τη βελτίωση της ζωής σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας και το περιβάλλον.

Σύμφωνα με τη σύγχρονη διεθνή βιβλιογραφία, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να διακριθεί σε 3 κατηγορίες, ανεξάρτητα με το αν επιβάλλεται από την τοπική κοινωνία, και αν όλοι οι συμμετέχοντες ευνοούνται από τα οφέλη της εφαρμογής των συγκεκριμένων προγραμμάτων. (Kolter, 2009; Hunger, Wheelen, Thomas, 2004) Οι τρεις προαναφερθείσες κατηγορίες είναι οι εξής:

Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η Στρατηγική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνδυάζει τα κοινωνικά οφέλη με τους άμεσους στρατηγικούς στόχους μιας επιχείρησης. Η επιχείρηση πραγματοποιεί φιλανθρωπίες προς την κοινωνία με στόχο την ενίσχυση των μακροπρόθεσμων οικονομικών τους στόχων. Η συγκεκριμένη επιχειρηματική συμπεριφορά αναπτύχθηκε κατά την περίοδο του 1980. Αρχικά ίσως να σήμαινε βραχυπρόθεσμες απώλειες σε ότι αφορά τον προϋπολογισμό μιας επιχείρησης. Μακροπρόθεσμα όμως τα οφέλη της επιχείρησης μπορούν να καταγραφούν από οικονομικά δεδομένα, όπως είναι τα αποτελέσματα χρήσης, λόγω βελτίωσης της εικόνας της επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία. Η Στρατηγική ΕΚΕ αντιμετωπίζεται ως επένδυση στη 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 προκαλεί ερωτήματα σχετικά με 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 Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποδίδουν μακροπρόθεσμα. (Kolter, 2009; Hunger, Wheelen, Thomas, 2004)

Ηθική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η Ηθική ΕΚΕ έχει ως σκοπό, πέρα από την ικανοποίηση των οικονομικών και νομικών υποχρεώσεων στο κοινωνικό σύνολο, να περιλαμβάνει ενέργειες οι οποίες να αποφεύγουν οποιαδήποτε οικονομική, πνευματική ή ψυχολογική βλάβη στην κοινωνία. Οποιαδήποτε εταιρεία δεν εκπληρώνει τα ηθικά της καθήκοντα λειτουργεί ως ανεύθυνος οργανισμός. Τα στελέχη της επιχείρησης γνωρίζουν ότι θα πρέπει να υπάρχει συμμόρφωση στα

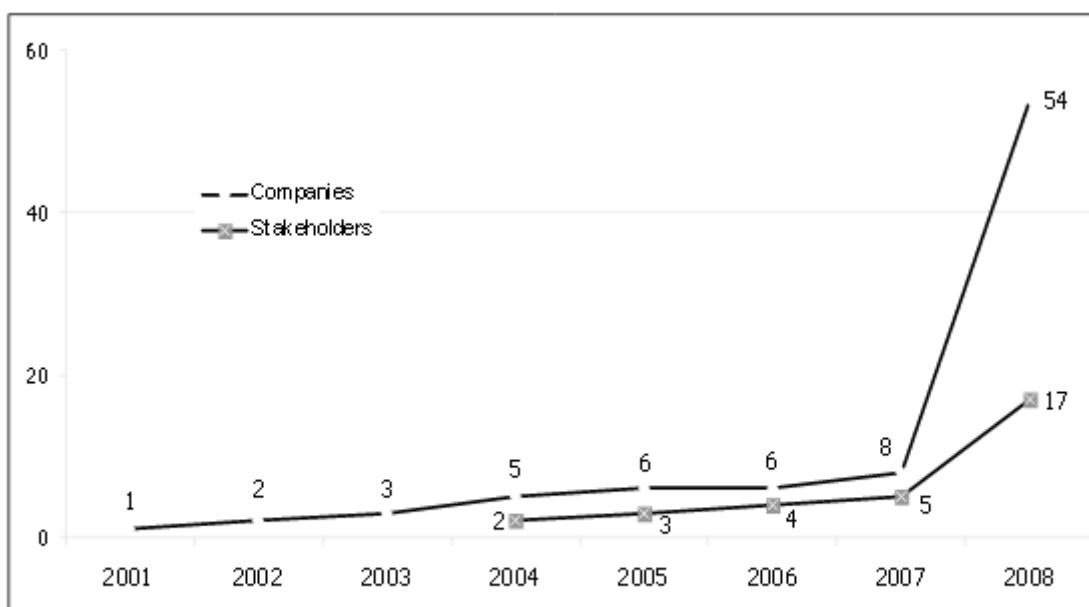
ιδανικά, ακόμα και αν βραχυπρόθεσμα καθυστερεί την εμφάνιση του κέρδους ή του άμεσου θετικού αποτελέσματος, καθώς αν προβεί σε ενέργειες που αγνοούν αυτές τις πρακτικές (π.χ. περιβαλλοντική μόλυνση της τοπικής κοινωνίας) μεταγενέστερα θα υπάρξει μείωση στα κέρδη των μετόχων καθώς υποβαθμίζεται η ευρύτερη εικόνα της επιχείρησης. (Kolter, 2009; Hunger, Wheelen, Thomas, 2004). Επιχείρηση η οποία στηρίζεται στην ηθική, αποκτά μεγαλύτερη φερεγγυότητα και δημιουργεί εικόνα εμπιστοσύνης έναντι πελατών, προμηθευτών και εργαζομένων.

Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Με τον όρο «Ανθρωπιστική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», η επιχείρηση δεν αποσκοπεί μόνο στην αποφυγή δημιουργίας κοινωνικής βλάβης αλλά ενισχύει τις προσπάθειες βελτίωσης και εξάλειψης των κοινωνικών προβλημάτων. Τα παραπάνω συμβάλλουν στην ύπαρξη κοινωνικής ανισότητας και υποβαθμίζουν τους όρους ζωής. (Kolter, 2009; Hunger, Wheelen, Thomas, 2004). Η Ανθρωπιστική ΕΚΕ περιλαμβάνει πολιτικές και δράσεις που αποσκοπούν σε άμεση επέμβαση του οργανισμού μέσω κατανομής πόρων και βάσει των υπάρχουσών κοινωνικών αναγκών. Τέτοιες ενέργειες της Ανθρωπιστικής ΕΚΕ είναι οι πολιτικές προστασίας του περιβάλλοντος, οι δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, η συμμετοχή της επιχείρησης σε προγράμματα εύρεσης εργασίας για μακροχρόνια ανέργους, καθώς δραστηριότητες που η συνιστώσα τους αποσκοπεί στη βελτίωση των όρων και των συνθηκών ζωής.

1. 8 Οφέλη Επιχειρήσεων και Οργανισμών

Μια εταιρεία που αναπτύσσει Πρόγραμμα ΕΚΕ αποκομίζει οφέλη. Σύμφωνα με στοιχεία των δημοσκοπήσεων, ένας στους δύο Ευρωπαίους καταναλωτές είναι διατεθειμένος να πληρώσει παραπάνω για να αγοράσει προϊόντα που σέβονται την κοινωνία και το περιβάλλον. Από πλευράς εργαζομένων, οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις προσελκύουν και διατηρούν ευκολότερα δυναμικό ποιότητας συγκριτικά με άλλες επιχειρήσεις. Από πλευράς επενδυτών, διαπιστώνεται κατακόρυφη άνοδος των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν σχεδόν σε ολόκληρη την Ευρώπη περισσότερα από 200 ταμεία από συνδρομές επιχειρήσεων με καθαρά δεοντολογικό χαρακτήρα και περιουσιακά στοιχεία 11 δις ευρώ. Οι ελληνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται τουλάχιστον διστακτικές στην υιοθέτηση και την υποστήριξη εθελοντικών εξωτερικά ανεπτυγμένων πρωτοβουλιών ΕΚΕ. Στοιχεία έρευνας του Εργαστηρίου Επιχειρησιακής Περιβαλλοντικής Πολιτικής και Διαχείρισης έδειξαν ότι έως το 2008, μόνο δυο εταιρείες είχαν επαληθεύσει τους

απολογισμούς τους σύμφωνα με το πρότυπο AA1000AS, ενώ μόλις οκτώ επιχειρήσεις είχαν δηλώσει την υποστήριξή τους στο πλαίσιο οδηγιών κατάρτισης απολογισμών ΕΚΕ, Global Reporting Initiative GRI) και μόνο δέκα επιχειρήσεις είχαν πιστοποιηθεί σύμφωνα με το πρότυπο Social Accountability 8000 (SA8000). Ομοίως, ο αριθμός των επιχειρηματικών οργανισμών που δήλωσαν τη δέσμευσή τους έναντι των δέκα αρχών του Οικουμενικού Συμφώνου του Ο.Η.Ε., της μεγαλύτερης και σημαντικότερης ίσως πρωτοβουλίας για την προώθηση της ΕΚΕ διεθνώς ήταν μικρός έως τις αρχές του 2007. Όμως, κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου έτους υπήρξε μια εκθετική αύξηση των επιχειρήσεων που δεσμεύτηκαν να τηρούν το Οικουμενικό Σύμφωνο, ενώ ο αριθμός των ενδιαφερομένων μερών των επιχειρήσεων που υιοθέτησαν τις αρχές του Συμφώνου σχεδόν τριπλασιάστηκε.



Σχήμα 1: Οι ελληνικοί οργανισμοί που συμμετέχουν στο Οικουμενικό Σύμφωνο του Ο.Η.Ε.
Πηγή: unglobalcompact.org

	AA1000AS	SA8000	GRI Guidelines	Global Compact
Αριθμός επιχειρήσεων (Στοιχεία 2008)	2	10	8	71

Πίνακας 1: Υιοθέτηση εθελοντικών προτύπων και διεθνών πρωτοβουλιών ΕΚΕ στην Ελλάδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΕΤΑΙΡΙΚΟΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

2.1 Ορισμός Εταιρικού Εθελοντισμού

Υπάρχουν πολλές και διαφορετικές έννοιες για την ΕΚΕ ώστε δεν υπάρχει ακόμη ένας και μοναδικός ορισμός που να γίνεται δεκτός ομόφωνα, ούτε ένα μοναδικό όνομα που αναφέρεται στην ίδια έννοια. Χρησιμοποιούνται μεταξύ άλλων οι όροι, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Επιχειρηματική Κοινωνική Ευθύνη, Εταιρική Ευθύνη, Βιωσιμότητα ή Δημιουργία των Κοινών Αξιών. Εστιάζουμε αρχικά στα χαρακτηριστικά που μοιράζονται οι διαφορετικοί ορισμοί ώστε να δημιουργήσουμε την ελάχιστη συναίνεση. Εξάγοντας τα βασικότερα και κοινά χαρακτηριστικά από την πλειοψηφία των ορισμών, διατυπώνουμε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι:

- Εθελοντική: ξεκινάει εκεί που τελειώνει ο νόμος
- Συμμετοχική: η συμμετοχή των ενδιαφερομένων ομάδων είναι ουσιαστική
- Πολυδιάστατη: επηρεάζει ολόκληρη την αλυσίδα παραγωγής αξίας
- Διαφανής: είναι απαραίτητη η αναφορά των θετικών και αρνητικών επιπτώσεων της
- Στρατηγική: μόνο με αυτόν τον τρόπο μπορούμε να ωφεληθούμε από τα πλεονεκτήματά της
- Καινοτόμος: αναγκάζει σε καινοτομία, με τη διεξαγωγή καταρτίσεων και εκπαιδεύσεων
- Μετρήσιμη: καθιστά αναγκαία την έρευνα για αναζήτηση συναφών λύσεων και τον σχεδιασμό κινήτρων.

Σύμφωνα με τους Kolter, Hunger, και Thomas ο Εταιρικός Εθελοντισμός (Community volunteering) συμπεριλαμβάνει τις ενέργειες εκείνες που η επιχείρηση υποστηρίζει και προτρέπει τους εργαζομένους να προσφέρουν τον χρόνο τους σε κάποιο σκοπό, συνήθως σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας. Οι εργαζόμενοι άλλοτε προσφέρουν σε χρόνο εργασίας και άλλοτε από τον ελεύθερο χρόνο τους.

2.2 Τρόποι Δημιουργίας και Υλοποίησης Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού

Η Στρατηγική Φιλανθρωπία και ο Εθελοντισμός αποτελούν “μέσο” για τη δημιουργία αξίας της επιχείρησης. Καινοτόμα προϊόντα, τεχνική υποστήριξη, συμβουλές, επιπλέον εξυπηρέτηση, αποτελούν εργαλεία του relationship marketing που προσθέτουν αξία στον πελάτη και βοηθούν στη δημιουργία μακροχρόνιας πίστης με τον πελάτη. (Pride-Ferrell, Marketing, 2003). Ένα ακόμη όμως εργαλείο έχει προστεθεί τα τελευταία χρόνια στην υπηρεσία του relationship marketing για τη δημιουργία επιπλέον αξίας και αφορά στον εθελοντισμό, ο οποίος αναπτύσσεται και λειτουργεί σχεδιασμένα κάτω από την έννοια της Στρατηγικής Φιλανθρωπίας. Καθώς η λογική μάρκετινγκ κινείται από την ικανοποίηση στην πιστότητα του καταναλωτή (Oliver, 1999), η Στρατηγική Φιλανθρωπία γίνεται ολοένα και πιο σημαντική. Η πιστότητα και η εμπιστοσύνη του καταναλωτή συμπορεύονται. Σε εποχές έντονου ανταγωνισμού, η εύρεση τρόπων να κερδίζεται η εμπιστοσύνη του καταναλωτή και να δημιουργείται επιπλέον αξία οδηγεί σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ενίσχυση της πιστότητας.

Υπάρχουν ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες που αποδεικνύουν ότι εθελοντικά προγράμματα μέσα στην επιχείρηση μπορούν να δώσουν προστιθέμενη αξία στις δραστηριότητές της, να τη διαφοροποιήσουν από τον ανταγωνισμό, να βελτιώσουν την απόδοση των εργαζομένων, ενώ παράλληλα να αυξήσουν την πίστη των πελατών σε αυτή. Όταν μια εταιρεία υποστηρίζει και προωθεί, συνειδητά και βάσει στρατηγικής, την ενημέρωση αλλά και τη συμμετοχή των εργαζομένων σε εθελοντικές δράσεις, τότε μπορούμε να πούμε ότι ενθαρρύνει τον εθελοντισμό στο εσωτερικό της περιβάλλον. Με την εφαρμογή προγραμμάτων εθελοντισμού, τα οποία αποτελούν καλά σχεδιασμένες διαχειριστικές προσπάθειες, στοχεύει στην ευαισθητοποίηση και την ενεργοποίηση των εργαζομένων της σε εθελοντικές δράσεις.

2.3 Οφέλη από την εφαρμογή Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού

Το πλέον μετρήσιμο όφελος που έχει η επιχείρηση από την υλοποίηση των εθελοντικών προγραμμάτων είναι η αλλαγή στη συμπεριφορά, την ικανοποίηση και την παραγωγικότητα των εργαζομένων. Σύμφωνα με την μελέτη Good Companies,

Better Employees (Tuffrey, 2003), κάποια από τα αποτελέσματα ενός αποτελεσματικού προγράμματος εθελοντισμού είναι:

- Αυξημένη εκτίμηση των εργαζομένων προς τους εργοδότες τους σε σχέση με άλλες εταιρείες
- Αυξημένη ικανοποίηση των εργαζομένων από την εργασία τους
- Αυξημένη παραγωγικότητα των εργαζομένων που συμμετείχαν στα προγράμματα εθελοντισμού σε σχέση με αυτούς που δεν συμμετείχαν, επιδεικνύοντας μεγαλύτερη διάθεση να διεκδικήσουν προαγωγές και να αναπτύξουν τις 24 δεξιότητες κατά την χρονική περίοδο που ακολούθησε τη συμμετοχή τους στα προγράμματα εθελοντισμού

2.4 Η Ελλάδα της κρίσης και ο Εθελοντισμός

Η οικονομική ύφεση, η ανεργία, η φτώχεια και ο κοινωνικός αποκλεισμός αναγάγουν το ρόλο του Εθελοντισμού ως περισσότερο αναγκαίο από ποτέ. Όταν το κοινωνικό κράτος παρουσιάζει αδυναμία ή δεν εκδηλώνει βούληση να στηρίξει συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες, να προσφέρει ή και να προστατέψει ζωτικά κοινωνικά αγαθά, ο Εθελοντισμός ως αμιγής κοινωνική λειτουργία συμβάλλει καθοριστικά στην κοινωνική ανάπτυξη και συνοχή. Ο ρόλος των επιχειρήσεων αναδεικνύεται σε σημαντική λειτουργία καθώς μπορεί να αναδείξει τον εθελοντισμό ως βασική υποστηρικτική δραστηριότητα, καλλιεργώντας στους εργαζόμενους τη βούληση της εκούσιας, συνειδητής και ανιδιοτελούς προσφοράς προς το κοινωνικό σύνολο.

Ο ρόλος του εθελοντισμού στο σύγχρονο κοινωνικό γίγνεσθαι δεν μπορεί να είναι μονοδιάστατος ή στατικός. Η κοινωνικοοικονομική κρίση επέφερε ταχείες και πολύμορφες μεταβολές σε παραδοσιακούς ρόλους, στάσεις και αντιλήψεις. Ο εθελοντισμός ως ηθελημένη και συνειδητή επιλογή αποτελεί πολυδιάστατη διαδικασία, η οποία δεν γίνεται κατανοητή μέσα από το πρίσμα μιας και μόνο επιστήμης. Αντίθετα, η κατανόησή του απαιτεί μια περισσότερο δια-θεματική και διεπιστημονική προσέγγιση η οποία οφείλει να λαμβάνει υπόψη της πολλά και διαφορετικά επιστημονικά πεδία (Lockstone, 2004).

Σύγχρονες μελέτες προσπαθούν να κατανοήσουν τα κίνητρα που ωθούν στον εθελοντισμό. Με βάση αυτή την προσπάθεια έχουν καταλήξει στη δημιουργία βασικών μοντέλων μέσω των οποίων επιχειρούν να συστηματοποιήσουν τα κίνητρα (Widjaja, 2010) που ωθούν κάποιον στο να αναλάβει εθελοντική δράση, απόφαση

που διαφέρει από άνθρωπο σε άνθρωπο. Σύμφωνα με τα κριτήρια αυτά, το πολυδιάστατο μοντέλο (Clary et al 1998) βασίζεται σε συγκεκριμένα διακριτά στοιχεία τα οποία κινητοποιούν τη συμπεριφορά μας: αξίες, αντιλήψεις, κοινωνικά κριτήρια, καριέρα, αίσθημα αυτοπροστασίας και αυτοβελτίωσης. Πρόκειται για ένα πλέγμα κινήτρων το οποίο περιλαμβάνει:

- αλτρουιστικές ανάγκες, νέες εμπειρίες, γνώσεις και δεξιότητες
- ανάπτυξη και ενδυνάμωση κοινωνικών σχέσεων
- απόκτηση και ενίσχυση κοινωνικής ταυτότητας
- αποδοχή και αναγνώριση από τον κοινωνικό περίγυρο
- ενδυνάμωση προσόντων και επαγγελματικής εμπειρίας
- ανάπτυξη αυτοεκτίμησης και αυτοπεποίθησης
- αίσθημα απενοχοποίησης για την αδυναμία κάποιων συνανθρώπων μας να αντιμετωπίσουν τις δικές τους ανάγκες ή τη φυσική και κοινωνική τους υστέρηση.

Αξίζει να σημειωθεί πως ανεξάρτητα από τα κίνητρα τα οποία ενεργοποιούν τη δράση των ατόμων σε σχέση με τον εθελοντισμό, η προσωπικότητα διαδραματίζει αποφασιστικό ρόλο, αφού στοιχεία όπως η ψυχο-διανοητική συγκρότηση, το ενδιαφέρον για προσφορά στο συνάνθρωπο, καθώς και το αίσθημα της μετριοπάθειας και της έλλειψης εγωισμού, ενεργοποιούν την ανθρώπινη συμπεριφορά προς τον εθελοντισμό (Penner, 2004). Είναι σαφές πως τα κριτήρια που ενεργοποιούν την ανθρώπινη συμπεριφορά είναι πολυποίκιλα και πολλές φορές αλληλεπικαλύπτονται.(Widjaja, 2010). Τα κίνητρα μπορεί να είναι διαφορετικά ανάλογα με το φύλο (Papadakis et al, 2004) ή την ηλικία (Widjaja, 2010). Για παράδειγμα, έχει αποδειχθεί πως στις γυναίκες προκύπτει μια μεγαλύτερη ευαισθησία για θέματα προσωπικής και κοινωνικής προσφοράς. Επιπροσθέτως, έχει αποδειχθεί πως οι νέοι εμπλέκονται περισσότερο σε δράσει που σχετίζονται με την επαγγελματική τους προοπτική, τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις ικανότητες που πρόκειται να αποκτήσουν, ενώ τα άτομα μέσης και προχωρημένης ηλικίας εμπλέκονται περισσότερο σε δράσεις που σχετίζονται με τις αξίες, τις ιδεολογικές πεποιθήσεις, την παράδοση και την κοινωνική τους καταγωγή. Εθελοντική δράση ωστόσο μπορεί να αναπτύξει κάποιος λόγω των προσωπικών του βιωμάτων, της θρησκευτικής του συνείδησης, της συμμετοχής του σε μία κοινότητα, των βαθύτερων

προσωπικών του αναγκών ή της πίεσης που του ασκείται από τον οικογενειακό και κοινωνικό του περίγυρο (Houle et al, 2005).

Ο Εθελοντισμός δεν μπορεί να ταυτιστεί με δράσεις όπως φιλανθρωπία, χορηγίες ή δωρεές και κληροδοτήματα. Βασικό κίνητρό του δεν αποτελούν αυτά καθ' αυτά συναισθήματα οίκτου ή συμπόνιας για τον συνάνθρωπο, ούτε η ανάγκη για ελεημοσύνη ή κοινωνική αναγνώριση, αλλά κινητήρια δύναμή του αποτελεί μόνο η εκούσια και συνειδητή προσφορά του ατόμου μέσω της συμμετοχής του σε μια συλλογική δράση.

Ο Εθελοντισμός ενδέχεται να πηγάζει από βαθύ προσωπικό κίνητρο αλλά συνδέεται αποκλειστικά με ανιδιοτελή κοινωνική δράση. Ως αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας, προσβλέπει στην παροχή υπηρεσιών κοινή ωφέλειας μέσω ανώνυμης και ηθελμημένης προσφοράς, και κυρίως στην αλλαγή στάσεων και αντιλήψεων, αποσκοπώντας στην κοινωνική μεταστροφή προς μια κατεύθυνση που να ωφελεί την πλειοψηφία. Δεδομένης της αποδυνάμωσης του κοινωνικού κράτους και της κοινωνικοοικονομικής κρίσης, η οποία έχει επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην καθημερινότητα, αύξηση της ανεργίας και ένταση της φτώχειας, ο Εθελοντισμός μπορεί να αναπτύξει δυναμικά τον ρόλο του στη σύγχρονη πραγματικότητα.

2.5 Η εξέλιξη του Εταιρικού Εθελοντισμού

Ο Εταιρικός Εθελοντισμός, ως κεντρικός πυλώνας καλλιέργειας εταιρικής κουλτούρας και συνεργασίας με την κοινωνία, αποτελεί βασικό άξονα της υπεύθυνης και συστηματικής ανάπτυξης και εδραίωσης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η επένδυση στον προσωπικό χρόνο, τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντα των εργαζομένων αποτυπώνει την ουσιαστική και υπεύθυνη στάση μιας επιχείρησης απέναντι στο ανθρώπινο δυναμικό της, διευκολύνοντας ταυτόχρονα και την την αποτελεσματική ανάπτυξη και διαχείριση των σχέσεων με άλλα Ενδιαφερόμενα Μέρη, όπως φορείς των τοπικών κοινωνιών, ΜΚΟ, πιθανοί μελλοντικοί εργαζόμενοι.

Η σημαντικότητά του αναδεικνύεται και από τις μορφές εξέλιξης της εφαρμογής του. Σύγχρονες τάσεις και καλές πρακτικές από διεθνείς επιχειρήσεις αφήνουν νέο αποτύπωμα, πέρα από τις στερεότυπες πρωτοβουλίες καθαρισμού δημόσιων χώρων και ακτών ή της δημιουργίας των πάντα αναγκαίων Τραπεζών αίματος. Μια νέα προσέγγιση στον Εταιρικό Εθελοντισμό αφορά Στην αποστολή εργαζομένων σε αναπτυσσόμενες αγορές ανά τον κόσμο, όπου μπορούν να προσφέρουν

επαγγελματική εμπειρία, προσωπικές ικανότητες και χρόνο σε νέες επιχειρήσεις (start ups), ΜΚΟ, σχολεία, νοσοκομεία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της διαφορετικής αυτής προσέγγισης του εταιρικού εθελοντισμού βλέπουμε στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, στους οποίους ο ΟΤΕ ξεκίνησε ένα πρόγραμμα εθελοντισμού για την τηλεπικοινωνιακή υποστήριξη Αγώνων. Στο πρόγραμμα συμμετείχαν εργαζόμενοι του ΟΤΕ απ' όλη την Ελλάδα. Ο ΟΤΕ/COSMOTE παρείχε όλη την τηλεπικοινωνιακή υποδομή και τις υπηρεσίες που ήταν απαραίτητες. Στο πλαίσιο του Προγράμματος Εθελοντισμού Εργαζομένων ΟΤΕ, αλλά και της χορηγικής προσφοράς του ΟΤΕ στους «Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011», δημιουργήθηκε ένα ειδικό εταιρικό πρόγραμμα εθελοντικής συμμετοχής των εργαζομένων της Εταιρείας στη διοργάνωση. Εργαζόμενοι από όλη την Ελλάδα ανταποκρίθηκαν και συμμετείχαν στην Ομάδα Εθελοντών του ΟΤΕ, συμβάλλοντας έτσι στην κατανόηση και αποδοχή της διανοητικής αναπηρίας, προάγοντας την ιδέα του εθελοντισμού και εκπροσωπώντας την Εταιρεία τους στην παγκόσμια διοργάνωση. Άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα εταιρείας που συνέβαλε θετικά στη διοργάνωση μέσω του Προγράμματος Εταιρικού Εθελοντισμού ήταν η εταιρεία Microsoft η οποία αξιοποίησε την τεχνολογία και τους εργαζόμενους προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Η Microsoft Ελλάς, πέρα από τη συμμετοχή της στο χορηγικό πρόγραμμα των Αγώνων συμμετείχε και στο πρόγραμμα εθελοντισμού της διοργάνωσης, κινητοποιώντας τους εργαζομένους της από τη Νοτιοανατολική Ευρώπη να έρθουν και να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους μέσα στις αγωνιστικές εγκαταστάσεις τον Ιούνιο του 2011.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ

3.1 Προγράμματα Εθελοντισμού μέσα στην Επιχείρηση (Customer Involvement)

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις σχεδιάζουν και υλοποιούν Προγράμματα Εθελοντισμού μέσα στην ίδια την επιχείρηση, ανεξάρτητα από τα Προγράμματα Εθελοντισμού στα οποία επιχειρήσεις και εργαζόμενοι συνεισφέρουν εθελοντικά την εργασία τους μέσα στην κοινωνία. Ακόμη και η ανακάλυψη της μεγαλύτερης ιδέας θα ήταν εμπορική αποτυχία εάν δεν εκπλήρωνε τις ανάγκες των πελατών. Γι αυτό οι επιχειρήσεις, αναζητούν μεθόδους οι οποίες πρωτίστως συμβάλλουν στην κατανόησή τους. Τοποθετούνται πελάτες της επιχείρησης, οι οποίοι επιλέγονται με συγκεκριμένη διαδικασία, να εργαστούν εθελοντικά σε αυτήν ή σε πιλοτικά προγράμματα τα οποία σχεδιάζει η ίδια η εταιρεία. Τα προγράμματα αυτά χρησιμοποιούνται από τις εταιρείες πολλές φορές για τη δημιουργία και την χρήση νέων καινοτόμων προϊόντων, για τη συλλογή πληροφοριών και την αποκόμιση της γνώμης των πελατών για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, για την ενίσχυση του brand ενός προϊόντος. Σκοπός των προγραμμάτων είναι να εμπλακούν οι πελάτες σε διάφορους τομείς της επιχείρησης όπως στο σχεδιασμό, στο marketing, στις πωλήσεις και σε άλλες δραστηριότητες της.

3.2 Προγράμματα Εταιρικού Εθελοντισμού Εργαζομένων

Η Ευρωπαϊκή Ένωση με σχετικό ψήφισμα της 22ας Απριλίου 2008 15 σχετικά με τη συμβολή του Εθελοντισμού στην οικονομική και κοινωνική συνοχή (2007/2149(INI))

¹⁵ Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 22ας Απριλίου 2008 σχετικά με τη συμβολή του εθελοντισμού στην οικονομική και κοινωνική συνοχή Βλέπε Mandl, I., Oberholzner, T., & Dörflinger, C. Ευρωπαϊκό Ίδρυμα για τη Βελτίωση των Συνθηκών Διαβίωσης και Εργασίας. <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2007/18/en/1/ef0718en.pdf>. Vestergaard Poulsen, L. "From Deprived Neighbourhood to Sustainable Community" English Summary. Πρόγραμμα Urban II στο Aarhus 2002-2007. Βλέπε The Health Benefits of Volunteering - A Review of Recent Research (Corporation for National and Community Service, 2007). Βλέπε Civil Society as a Partner in European Union Structural Funds. Υπηρεσία Δράσης Ευρωπαίων Πολιτών. Νοέμβριος 2004.

Βλέπε The Health Benefits of Volunteering - A Review of Recent Research (Corporation for National and Community Service, 2007). Βλέπε Civil Society as a Partner in European Union Structural Funds. Υπηρεσία Δράσης Ευρωπαίων Πολιτών. Νοέμβριος 2004.

ενθαρρύνει τα κράτη μέλη και τις περιφερειακές και τοπικές αρχές να αναγνωρίσουν την αξία του εθελοντισμού για την προαγωγή της κοινωνικής και οικονομικής συνοχής. Ενθαρρύνει την συνεργασία τους στο πλαίσιο εταιρικών σχέσεων με εθελοντικές οργανώσεις και την ανάπτυξη, μετά από ουσιαστική διαβούλευση με τον τομέα του εθελοντισμού, σχεδίων και στρατηγικών για την αναγνώριση, την εκτίμηση, την υποστήριξη, τη διευκόλυνση και την ενθάρρυνση του εθελοντισμού. Καλεί τα κράτη μέλη να προβούν στη δημιουργία σταθερού, θεσμοθετημένου πλαισίου συμμετοχής των μη κυβερνητικών οργανώσεων (ΜΚΟ) στη δημόσια διαβούλευση. Ενθαρρύνει εταιρείες και άλλους φορείς του ιδιωτικού τομέα, στο πλαίσιο της στρατηγικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που εφαρμόζουν, να υποστηρίζουν οικονομικά τις πρωτοβουλίες προαγωγής και ενίσχυσης του εθελοντισμού. Παροτρύνει τα κράτη μέλη, στο πλαίσιο του εταιρικού εθελοντισμού, να παράσχουν κίνητρα για τον ιδιωτικό τομέα, να χρηματοδοτήσουν και να υποστηρίξουν τον εθελοντικό τομέα, συμβάλλοντας έτσι στη διασφάλιση της μεταφοράς εταιρικής δεξιοτεχνίας και τεχνογνωσίας από την ιδιωτική στη δημόσια σφαίρα και στη βελτίωση της ποιότητας της τοπικής ζωής με την ενθάρρυνση της αυτενέργειας στην επίλυση τοπικών προβλημάτων.

3.3 Αναγκαιότητα ύπαρξης Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού μέσα στις Επιχειρήσεις

Νέες αντιλήψεις, εντάσσουν οι επιχειρήσεις στις στρατηγικές που ακολουθούν στο πεδίο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ιδιαίτερα όσον αφορά στη συνεργασία τους με τις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ). Ο λόγος αναζητείται σε κοινωνικές και πολιτικές πιέσεις προερχόμενες από δίκτυα ΜΚΟ, ιδιαίτερα σε Πολυεθνικές Επιχειρήσεις (ΠΕΕ). «να διεξαγάγουν τις δραστηριότητές τους υπεύθυνα και σύμφωνα με την επιχειρηματική ηθική» (Derikson et al.,2007:39). Η εχθρότητα που χαρακτήριζε τις σχέσεις μεταξύ των ΜΚΟ και των επιχειρήσεων σταδιακά έδωσε τη θέση της στη συνεργασία, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι εξέλειψαν εντελώς οι οξύνσεις. Πολλές ΜΚΟ χωρίς να εγκαταλείπουν τις βασικές τους θέσεις αποδέχονται σήμερα και επιδιώκουν τη συνεργασία με επιχειρήσεις και ενώσεις επιχειρηματικών φορέων. Έτσι εμπλουτίζουν τον χάρτη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, διευκολύνοντας παράλληλα τις δραστηριότητες τους. Οι μορφές συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων και των ΜΚΟ αντανακλούν την σπουδαιότητα της ύπαρξης Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού. Κατά την τελευταία δεκαετία

παρατηρείται αύξηση των συμπράξεων μεταξύ των επιχειρήσεων και των ΜΚΟ (Bendell 2000; Svendsen και Laberge 2005)

Στην Ελλάδα, η οικονομική κρίση έφερε στην επιφάνεια νέα προβλήματα αλλά και νέους τρόπους αντιμετώπισής τους. Η μεγάλη πρόκληση για τις σύγχρονες επιχειρήσεις είναι η αντιμετώπιση της ευθύνης και του κοινωνικού τους ρόλου, εφόσον το κοινωνικό σύνολο ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για αυτήν τον ρόλο. Η ενδυνάμωση του ρόλου της ΕΚΕ μέσα στις επιχειρήσεις αντικατοπτρίζει την διττή ανάγκη για κοινωνική ευαισθησία.

3.4 Στρατηγικοί Στόχοι των Προγραμμάτων Εταιρικού Εθελοντισμού

Όταν μια εταιρεία, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, υποστηρίζει και προωθεί υπεύθυνα την ενημέρωση και τη συμμετοχή των εργαζομένων της σε δράσεις για την επίλυση κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προβλημάτων που άπτονται του χώρου που δραστηριοποιούνται, τότε η εταιρεία αυτή μπορούμε να πούμε ότι ενθαρρύνει τον Εθελοντισμό στο εσωτερικό της περιβάλλον, ο οποίος υλοποιείται κυρίως με την εφαρμογή Εθελοντικών Προγραμμάτων. Πρόκειται για καλά σχεδιασμένες διαχειριστικές προσπάθειες στοχεύοντας στην ευαισθητοποίηση, και την ενεργοποίηση των εργαζομένων σε εθελοντικές δράσεις με την υποστήριξη και την καθοδήγηση της εταιρείας. Η συμμετοχή των εργαζομένων σε εταιρικά εθελοντικά προγράμματα αφορά μια ολοκληρωμένη στρατηγική που υλοποιείται κυρίως με δύο βασικούς τρόπους εθελοντισμού, χωρίς όμως να αποκλείεται και ο συνδυασμός τους:

- Μέσω του εθελοντισμού των εργαζομένων: ενεργή συμμετοχή των εργαζομένων σε εταιρικές εθελοντικές δράσεις στο πλαίσιο του ιδιωτικού τους χρόνου.
- Μέσω του εταιρικού εθελοντισμού: ενεργή συμμετοχή των εργαζομένων σε εταιρικές εθελοντικές προσπάθειες που υλοποιούνται κυρίως στο πλαίσιο των εργασιακών ωρών.

Παρ' όλα αυτά, θα πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή στο θέμα. Ο εθελοντισμός στον εργασιακό χώρο δεν εμφανίζεται αυθόρμητα στο περιβάλλον της ελεύθερης αγοράς, ούτε αποτελεί πανάκεια για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές κοινωνίες. Η οποιαδήποτε στρατηγική εθελοντισμού στο εργασιακό περιβάλλον θα πρέπει να δομείται στη λογική ότι η επιχείρηση, ορμώμενη κυρίως από την κουλτούρα της,

λειτουργεί ως ενεργός πολίτης, δηλαδή συμμετέχει ενεργά, τόσο στο στάδιο του εντοπισμού των κοινωνικών αναγκών όσο και στο στάδιο της διαμόρφωσης κοινωνικών ή περιβαλλοντικών προγραμμάτων για την αντιμετώπισή τους, χωρίς να περιορίζεται απλώς στο ρόλο του οικονομικού υποστηρικτή αυτών. Ο εθελοντισμός στο εργασιακό χώρο ουσιαστικά επιτυγχάνει το σκοπό του μόνο όταν τόσο η κοινωνία, όσο και η εταιρεία ωφελούνται.

- Υπάρχουν αρκετοί τρόποι¹⁶ δόμησης ενός εταιρικού εθελοντικού προγράμματος και εύρος δραστηριοτήτων υλοποίησης, ξεκινώντας από ατομικές εθελοντικές πρωτοβουλίες, μέχρι και ολοκληρωμένες συλλογικές δραστηριότητες. Εν τούτοις, οι εταιρείες χρειάζεται να είναι ιδιαίτερα δυναμικές στην προώθηση του εθελοντισμού στον εργασιακό χώρο, αλλά και ταυτόχρονα πολύ προσεκτικές. Παρά τα πλεονεκτήματα του εθελοντισμού στο εργασιακό περιβάλλον, τόσο για την κοινωνία όσο και για τις επιχειρήσεις, η πλειονότητα των εργαζομένων είναι διστακτική να αναμιχθεί σε αυτή τη διαδικασία. Παράγοντες που λειτουργούν ανασταλτικά στην ενεργή συμμετοχή των εργαζομένων σε οποιοδήποτε εταιρική εθελοντική προσπάθεια είναι:
- έλλειψη χρόνου για εθελοντική εργασία
- αίσθηση ότι υπάρχει έλλειψη εκτίμησης της εθελοντικής προσφοράς εκ μέρους των επιχειρήσεων
- αντίληψη ότι με την εθελοντική εργασία περιορίζονται ως ένα βαθμό οι προοπτικές για επαγγελματική εξέλιξη των εργαζομένων (λόγω του χρόνου που θα καταναλώσουν από τις ώρες εργασίας τους).

Δύσκολα εμπλέκεται ο εργαζόμενος σε ένα εταιρικό Εθελοντικό Πρόγραμμα, χωρίς να συμμερίζεται τους στόχους της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της εταιρείας του. Η αίσθηση που δημιουργείται κάτω από αυτές τις συνθήκες, είναι ότι ένα Εταιρικό Εθελοντικό Πρόγραμμα, είτε αποτελεί περιστασιακή εταιρική δραστηριότητα που ίσως βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος στην παρούσα χρονική περίοδο, είτε γιατί αποτελεί προσωπική επιλογή της ηγεσίας της εταιρείας.

Ο σχεδιασμός του Εταιρικού Εθελοντικού Προγράμματος που λαμβάνει υπόψη τις προτεραιότητες της εταιρείας, τις ανάγκες των εργαζομένων και τις απαιτήσεις της κοινωνίας, θέτει τα θεμέλια για την επιτυχία του, εξασφαλίζοντας τη βιωσιμότητα του

¹⁶ <http://www.epistimonikomarketing.gr/>

στον χρόνο, όσο και τις αξίες που υποστηρίζει. Η δημιουργία ενός Εταιρικού Εθελοντικού Προγράμματος θα πρέπει να εστιάζει στην εφαρμογή δράσεων βασισμένων στα ενδιαφέροντα και τις δεξιότητες των εργαζομένων, ενώ είναι αναγκαίο να δοθεί έμφαση στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της κοινωνίας, με σκοπό την επίλυση πραγματικών προβλημάτων. Για να είναι σε θέση το Εταιρικό Εθελοντικό Πρόγραμμα να διαχέει τον σκοπό του σε όλους τους αποδέκτες του, προϋποθέτει την ενημέρωση της εταιρίας για τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας σε ευαίσθητα κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, ίσως όχι εμφανή με την πρώτη θεώρηση.

Εύλογα γεννάται το ερώτημα ποιος και σε ποιο βαθμό τελικά «κερδίζει» από την ενθάρρυνση του Εθελοντισμού στον εργασιακό χώρο. Η προώθηση του εθελοντισμού στον εργασιακό χώρο είναι μια win-win σχέση, ανάμεσα σε επιχειρηματική δραστηριότητα, εταιρική ανάπτυξη, και κοινωνική ευημερία. Ουσιαστικά όλοι μπορούν να επωφεληθούν. Οι Εργαζόμενοι μπορούν να εκπαιδευτούν σε νέες τεχνικές management, μπορούν να αναπτύξουν τις ικανότητές τους μέσα από την ομαδική εργασία, να ενδυναμώσουν ή να ανανεώνουν τις σχέσεις τους με τους συναδέλφους τους, να τονώσουν την αυτοπεποίθηση και την αυτοεκτίμησή τους, να κατανοήσουν τις ανάγκες της κοινωνίας και λειτουργώντας ως ευαισθητοποιημένοι πολίτες να εμπλουτίσουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες. Η Επιχείρηση αποκτά θετικό πρόσημο στη δραστηριοποίησή της γιατί φέρεται κοινωνικά υπεύθυνα. Τηρώντας τις δεσμεύσεις της απέναντι στην κοινωνία και καλλιεργώντας αντίληψη εταιρικού ενεργού πολίτη, ισχυροποιεί το προφίλ της στην αγορά. Η Κοινωνία κερδίζει γιατί, μέσω του Εθελοντισμού στον εργασιακό χώρο, οι κοινωνικοί φορείς που ασχολούνται με την επίλυση βασικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων αποκτούν την απαιτούμενη εμπειρία, αλλά και τα κατάλληλα εργαλεία, για να πετύχουν το στόχο τους. Το οργανωμένο κράτος αποκομίζει οφέλη, γιατί η ιδιωτική πρωτοβουλία, μέσω του Εταιρικού Εθελοντισμού μπορεί να λειτουργήσει ως παράπλευρη βασική πηγή υπηρεσιών που δρα συμπληρωματικά στις περιορισμένες δυνατότητες του κράτους να επιλύσει βασικά ζητήματα που απασχολούν την κοινωνία.

Τα κοινωνικά προγράμματα μπορούν και πρέπει να είναι προάγγελοι των οικονομικών πολιτικών και μεταρρυθμίσεων, αλλά και της διατύπωσης νέων επιχειρηματικών οραμάτων. Αποτελεί μεγάλη πρόκληση για όσους έχουν την ευθύνη σχεδιασμού, είτε από πλευράς της Πολιτείας, είτε από πλευράς Επιχειρήσεων, η

διατύπωση με σαφήνεια και καθαρότητα ενός οράματος κοινωνικής πολιτικής, το οποίο θα είναι ικανό να προσελκύσει το ενδιαφέρον, την εμπειρία, αλλά και τη δέσμευση του ιδιωτικού τομέα στην επίλυση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ

4.1 Εννοιολογική προσέγγιση του Εθελοντισμού

Ως εθελοντισμός νοούνται όλες εκείνες οι πράξεις ή οι ενέργειες που αναλαμβάνονται από ανεξάρτητα άτομα, ομάδες ανθρώπων ή οργανισμών, χωρίς καμία υποχρέωση από μέρους τους και των οποίων ο αντικειμενικός σκοπός είναι να υπηρετήσουν και να βοηθήσουν ανθρώπους, χωρίς καμία διάκριση και με σεβασμό στο χρώμα, στη φυλή, στο φύλλο, στη θρησκεία και σε οποιονδήποτε άλλο παράγοντα. (N. Kanaan, *Volunteering and the Relationship between the public sector and Not Government Organizations*, 2001). Οι ρίζες του εθελοντισμού είναι βαθιές μέσα στην ιστορία και τη διαχρονική εξέλιξη της κοινωνίας. Ο εθελοντισμός συνδέεται με την ανιδιοτελή προσφορά για την κοινή ευημερία. Συνδυάζει τα στοιχεία της ελεύθερης βούλησης και επιλογής με την ένταξη σε ένα πρόγραμμα δράσης. (Γ. Δημάκος, Ε. Συνοδινός, *Ο ρόλος των οργανώσεων. Μικρή η συμμετοχή στην Ελλάδα. Εθελοντισμός ίσον προσφορά*, 2001) Η έννοια του εθελοντισμού¹⁷ συνδέεται με την αλληλεγγύη και την ανιδιοτελή προσφορά. Ο εθελοντισμός εκφράζεται ποικιλοτρόπως, ο καθένας από αυτούς με τη δική του φυσιογνωμία και μέθοδο δράσης. Κοινό χαρακτηριστικό όλων είναι η συνδρομή τους στην προάσπιση των θεμελιωδών δικαιωμάτων. Στη σύγχρονη εποχή, ο εθελοντισμός έχει καθιερωθεί ως ο θεσμός εκείνος που συμβάλει στην αντιμετώπιση κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων, καλούμενος να αναπληρώσει τα κενά που δημιουργεί η αδυναμία του κράτους και οι μηχανισμοί της αγοράς. Ο εθελοντισμός δεν είναι απλά ένας όρος, είναι στάση ζωής και δρα εποικοδομητικά στο κοινωνικό γίγνεσθαι, καθώς μας αφορά όλους, ανεξάρτητα από κοινωνικές και οικονομικές διακρίσεις, προάγει την ενεργή συμμετοχή των πολιτών στην προάσπιση των θεμελιωδών τους δικαιωμάτων και ενδυναμώνει την κοινωνική αλληλεγγύη και συνοχή. Σύμφωνα με τον ορισμό που χρησιμοποιείται ευρέως (στα όργανα της ΕΕ), ο όρος «εθελοντισμός» αναφέρεται σε κάθε μορφή εθελοντικής δραστηριότητας, επίσημης ή ανεπίσημης, που συντελείται με την ελεύθερη βούληση του ατόμου ως αποτέλεσμα προσωπικών επιλογών και κινήτρων, χωρίς προσδοκία οικονομικού

¹⁷ Rochester, C., Paine, A. E., Howlett, S., & Zimmeck, M. (2009). *Volunteering and Society in the 21st Century*. Palgrave Macmillan.

κέρδους. Συνεπώς με αυτήν την αντίληψη του εθελοντισμού, αν και ακριβέστερος, είναι ο ορισμός της εθελοντικής εργασίας στο «Έγγραφο οδηγιών της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας σχετικά με τη μέτρηση της εργασίας σε εθελοντική βάση» (*Manual on the Measurement of Volunteer Work*), το οποίο χρησιμοποιείται ως εννοιολογικό πλαίσιο για τη μέτρηση των επίσημων ή ανεπίσημων εθελοντικών δραστηριοτήτων σε διάφορα πολιτιστικά και νομικά πλαίσια. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, εθελοντική εργασία σημαίνει «μη υποχρεωτική εργασία χωρίς αμοιβή — δηλαδή, χρόνος που αφιερώνει ένα άτομο χωρίς πληρωμή σε δραστηριότητες που εκτελούνται είτε μέσω μιας οργάνωσης είτε απευθείας προς όφελος άλλων ατόμων που δεν ανήκουν στο νοικοκυριό του»¹⁸. Ο ορισμός αυτός, ο οποίος απαριθμεί με ακρίβεια τα χαρακτηριστικά του εθελοντισμού, είναι εκείνος που πρέπει να χρησιμοποιείται στις διεθνείς συγκριτικές έρευνες — επειδή είναι απαραίτητο να λαμβάνονται υπόψη όλα τα σημαντικά χαρακτηριστικά της εθελοντικής εργασίας στους ορισμούς που χρησιμοποιούνται στις διάφορες χώρες, ώστε να οριοθετηθεί τελικά με ομοιόμορφο τρόπο το πεδίο των ερευνών, ανεξάρτητα από τις τοπικές συνθήκες. Τα τελευταία χρόνια, ιδίως σε συνδυασμό με την ανακήρυξη του 2011 ως Ευρωπαϊκού Έτους Εθελοντισμού, σε πολλά έγγραφα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, αλλά και της ΕΟΚΕ, της ΕτΠ και των οργανώσεων της ευρωπαϊκής κοινωνίας των πολιτών, επισημάνθηκε ότι ο εθελοντισμός συνδέεται με βασικές αξίες της ΕΕ όπως η ενεργός συμμετοχή των πολιτών στα κοινά και η αλληλεγγύη με τους χρίζοντες βοήθειας. Τονίστηκε ότι ο εθελοντισμός συμβάλλει σημαντικά σε εκείνο το τμήμα της κοινωνικής ευημερίας που δεν προσμετράται στο ΑΕγχΠ και ότι έχει μεγάλη επίδραση στην ποιότητα ζωής των ανθρώπων. Από συστημική άποψη, η εθελοντική εργασία συμβάλλει στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου στην ανάπτυξη και εδραίωση δεσμών εμπιστοσύνης και συνεργασίας, ενώ ταυτόχρονα καλλιεργεί ευρέως αποδεκτούς κοινωνικούς κανόνες και αξίες. Ο ανεπίσημος εθελοντισμός είναι σημαντική μορφή επένδυσης σε ανθρώπινο κεφάλαιο, π.χ. μέσω της άτυπης φροντίδας και διαπαιδαγώγησης των παιδιών και των νέων, ενώ ο επίσημος εθελοντισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, μεταξύ άλλων, στην ανάπτυξη οριζόντιων δεξιοτήτων και στην απόκτηση νέων επαγγελματικών προσόντων. Η εθελοντική φροντίδα που παρέχεται σε ηλικιωμένους ή από ηλικιωμένους έχει, επίσης, πολύ μεγάλη σημασία

¹⁸ Έγγραφο οδηγιών σχετικά με τη μέτρηση της εργασίας σε εθελοντική βάση, Διεθνής Οργάνωση Εργασίας, Γενεύη, 2011.

για τις γηράσκουσες κοινωνίες της Ευρώπης. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά αποκαλύπτουν τον ρόλο του εθελοντισμού στην ανάπτυξη κοινωνικής συνοχής και στη διευκόλυνση της απασχόλησης, συντελώντας στο να θεωρείται σημαντικό στοιχείο της ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς, η οποία αποτελεί τον έναν από τους τρεις πυλώνες της αναπτυξιακής στρατηγικής της ΕΕ «Ευρώπη 2020»

4.2 Χαρακτηριστικά Εθελοντισμού μέσα από μελέτες και έρευνες

Ο Εθελοντισμός γίνεται αντιληπτός με διαφορετικό τρόπο και παίρνει ποικίλες μορφές ανάλογα με τις επιρροές που δέχονται από το περιβάλλον, την ιστορία, την πολιτική, τον πολιτισμό και την θρησκεία κάθε κοινωνίας. Αυτό που θεωρείται εθελοντισμός σε μια χώρα, απαξιώνεται ως χαμηλά αμειβόμενη εργασία σε μια άλλη. Παρουσιάζονται στη συνέχεια τρία χαρακτηριστικά ή κριτήρια τα οποία περιλαμβάνουν όλες τις μορφές εθελοντισμού που υπάρχουν σε παγκόσμιο επίπεδο.

- Πρωταρχικός Σκοπός δεν είναι το Οικονομικό Όφελος
- Βασίζεται στην Ελεύθερη Βούληση
- Επιφέρει Οφέλη τόσο σε Τρίτα Μέρη όσο και στους ίδιους τους Εθελοντές

Έρευνες που έχουν διενεργηθεί για τον εθελοντισμό καλύπτουν πολλές βασικές πτυχές του, όχι μόνο όσον αφορά στον βαθμό συμμετοχής του πληθυσμού σε εθελοντικές δραστηριότητες και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των εθελοντών, αλλά και στα κίνητρα π.χ. που τους ωθούν να ασχοληθούν με τέτοιου είδους δραστηριότητες. Η χρήση αυτών των ερευνών για αναλύσεις ενωσιακής κλίμακας εμποδίζεται από την έλλειψη συνεκτικότητας όσον αφορά στο εύρος και τον τρόπο ορισμού του εθελοντισμού, πέραν των άλλων μεθοδολογικών διαφορών, όπως το διαφορετικό χρονικό διάστημα που καλύπτει η κάθε έρευνα, οι διαφορετικές ηλικιακές ομάδες στις οποίες χωρίζουν τον πληθυσμό, οι διαφορετικές ερευνητικές μέθοδοι ή η ακρίβεια των αποτελεσμάτων, καθώς και των διαφορετικών χρονολογιών διεξαγωγής τους. Στην έκθεση που εκπονήθηκε κατά παραγγελία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής από την εταιρεία μελετών GHK, οι διαφορές στα αποτελέσματα συχνά φθάνουν ως και τις 30-40 ποσοστιαίες μονάδες. Από διεθνείς μελέτες προκύπτουν ενδιαφέροντα στοιχεία για τον Εθελοντισμό:

Το μέγεθος του Εθελοντισμού μιας χώρας είναι ανάλογο του επιπέδου ανάπτυξης της. Οι εθελοντικές οργανώσεις αποδεικνύεται ότι αποτελούν μεγάλη οικονομική δύναμη (μόνο στις Η.Π.Α., όπου δραστηριοποιούνται 1.140.000 οργανώσεις,

εμφανίζουν έσοδα 622 δις \$ που αποτελούν το 6,2% της αμερικανικής οικονομίας). Είναι προσανατολισμένες κυρίως στην παροχή υπηρεσιών, όπως πρόνοια, υγεία, εκπαίδευση και εν γένει, κοινωνικές υπηρεσίες. Τα έσοδά τους προέρχονται κυρίως από συνδρομές και κρατικές επιχορηγήσεις και όχι από εισφορές επιχειρήσεων. Αποτελούν παράγοντα δημιουργίας θέσεων εργασίας, εμφανίζοντας δείκτες αύξησης απασχόλησης πολύ μεγαλύτερους από αυτούς των εθνικών οικονομιών. Είναι χαρακτηριστικό ότι μόνο στις Η.Π.Α. απασχολούνται επαγγελματικά άνω των 10 εκατ. εργαζομένων ή ποσοστό 7% περίπου της συνολικής εργατικής δύναμης. Οι εθελοντικές οργανώσεις αποτελούν πόλο άσκησης εξωτερικής πολιτικής. Ενώ μέχρι πρόσφατα οι εθνικές κυβερνήσεις ήταν αποκλειστικά αρμόδιες για τη άσκηση διεθνούς πολιτικής, σήμερα έχουν να αντιμετωπίσουν τα οργανωμένα εθελοντικά σχήματα που διεκδικούν τη δική τους συμβολή σε αποφάσεις παγκόσμιας σημασίας. Με τις προτάσεις και τη δράση του επιδρούν στη διαμόρφωση μιας νέας κλίμακας αξιών στη σύγχρονη κοινωνία της γνώσης και της πληροφορίας αλλά και της υπερκατανάλωσης

4.3 Αναγκαιότητα ύπαρξης Εθελοντισμού

Η συνεχώς αυξανόμενη τάση δραστηριοποίησης εθελοντικών οργανώσεων είναι αποτέλεσμα της αδυναμίας του κράτους και των μηχανισμών της αγοράς να αντιμετωπίσουν ικανοποιητικά τα ολοένα και πιο σύνθετα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα. Οι εθελοντικές οργανώσεις ουσιαστικά δραστηριοποιούνται στην παραγωγή των δημοσίων αγαθών, που το κράτος αδυνατεί να προσφέρει σε επαρκή ποσότητα και ποιότητα, αλλά και ο ιδιωτικός τομέας δεν επιθυμεί να προσφέρει, εφόσον τα περιθώρια κέρδους δεν είναι ικανοποιητικά. Στις σύγχρονες κοινωνίες, προβλήματα, όπως η διαχείριση του ελεύθερου χρόνου, η συν-λειτουργία με τους ανθρώπους της τρίτης ηλικίας, η αναβίωση της γειτονιάς, η διαφύλαξη των λίγων ελεύθερων χώρων που έχουν απομείνει, η προστασία των δασών, η ενίσχυση των παιδιών όλου του κόσμου, η καταπολέμηση του ρατσισμού και της ξενοφοβίας, βρίσκουν λύσεις μέσα από τις προτάσεις και τις δράσεις των εθελοντικών οργανώσεων (Γ. Δημάκος, Ε. Συνοδινός, Ο ρόλος των οργανώσεων. Μικρή η συμμετοχή στην Ελλάδα. Εθελοντισμός ίσον προσφορά, 2001)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΟΥ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΑΓΩΝΩΝ SPECIAL OLYMPICS ΑΘΗΝΑ 2011

5.1 Εισαγωγή

Το Πρόγραμμα Εθελοντισμού των Παγκόσμιων Αγώνων Special Olympics Αθήνα 2011 είχε την ευθύνη ανάπτυξης, οργάνωσης και υλοποίησης όλων των απαραίτητων ενεργειών προσέλευσης, επιλογής, ταξινόμησης και τοποθέτησης σε τομείς και θέσεις υπηρεσίας, εκπαίδευσης, διατήρησης και αναγνώρισης προκειμένου να υποστηριχθούν οι Αγώνες με άτομα ικανά, εκπαιδευμένα και ενθουσιώδη που ανέλαβαν με επιτυχία τις υπευθυνότητες των εθελοντών. Ο Εθελοντισμός στα Special Olympics, αποτέλεσε μια ευκαιρία για άτομα που αυτοβούλως διέθεσαν το χρόνο και τις γνώσεις τους ώστε να συνεισφέρουν στο καλό του συνόλου, να αναπτύξουν ή να διευρύνουν την εξοικείωση τους με τη διαφορετικότητα και να ζήσουν τους ρυθμούς μιας μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης.

Οι Αγώνες προσέφεραν ευκαιρίες προσφοράς οι οποίες συνδέθηκαν επιτυχημένα με τα ενδιαφέροντα και τις ικανότητες των εθελοντών, καθώς ο ρόλος τους ήταν καθοριστικός για την επίτευξη των στόχων των Παγκόσμιων Αγώνων Special Olympics Αθήνα 2011. Κρίσιμη για την επιτυχία του Προγράμματος Εθελοντισμού ήταν η συστηματική και στενή συνεργασία με τα Special Olympics Hellas σε όλα τα στάδια υλοποίησης (προσέλευσης, εκπαίδευσης των εθελοντών κτλ).

Στόχος του Προγράμματος ήταν η παροχή μια μοναδικής, αξέχαστης και ωφέλιμης εμπειρίας ζωής που θα στοχεύει στην κατανόηση και αποδοχή καθετί του διαφορετικού -από τα χιλιάδες άτομα που θα συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού των Παγκόσμιων Αγώνων SpecialOlympics ΑΘΗΝΑ 2011 και μέσα από αυτό να παραμείνει κληρονομιά στο Κίνημα των Special Olympics στην Ελλάδα, στην Ευρώπη και στο εξωτερικό.

Το Πρόγραμμα Εθελοντισμού ΑΘΗΝΑ 2011 απευθυνόταν κυρίως σε ενήλικα άτομα τα οποία αυτοβούλως αποφάσισαν να διαθέσουν τις γνώσεις και το χρόνο τους με σκοπό την επιτυχία της διοργάνωσης. Οι ενδιαφερόμενοι αφού διάβαζαν το Ενημερωτικό Έντυπο συμπλήρωναν την Αίτηση Συμμετοχής. Η επίσημη Αίτηση

Συμμετοχής υπήρχε διαθέσιμη σε ηλεκτρονική μορφή στην ιστοσελίδα www.athens2011.org ή μπορούσε να ταχυδρομηθεί σε έντυπη μορφή.

Το Πρόγραμμα Εθελοντισμού πραγματοποίησε μία σειρά από παρουσιάσεις σε πολλές εταιρίες - Χορηγούς, αλλά και σε άλλες που ενδιαφέρθηκαν στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης να συνδράμουν με αυτό τον τρόπο στη διοργάνωση των Αγώνων. Παρουσιάστηκαν οι Παγκόσμιοι Αγώνες και οι ρόλοι εθελοντικής υπηρεσίας τους οποίους θα μπορούσαν να αναλάβουν στελέχη της κάθε εταιρείας, σε περίπτωση που επιθυμούσαν να εγγραφούν στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού, ως ομάδα ή μεμονωμένα.

Πολλές εταιρίες αγκάλιασαν τα μηνύματα του Εθελοντισμού στα Special Olympics και ένας σημαντικός αριθμός του προσωπικού της κάθε εταιρείας έγινε μέλος της μεγάλης ομάδας των εθελοντών των Αγώνων. Οι παρακάτω εταιρίες συμμετείχαν στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού ΑΘΗΝΑ 2011:

Εταιρίες Χορηγοί

- MICROSOFTHELLAS
- OTE
- CISCO
- COSMOTE
- MATTEL
- METROPOLITAN EXPO
- ΟΠΑΠ

Άλλες Εταιρίες

- AXA Insurance Company
- CCC (Consolidated Contractors Company)
- LLOYD'S REGISTRY
- NIKE HELLAS
- NOKIA – SIEMENS Networks
- TELEPERFORMANCE
- NOVARTIS
- ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
- HEWLETT PACKARD
- RANDSTAD
- SPACE HELLAS
- METRONICS
- SKYWALKER

5.2 Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετηθεί η αξία της ανάπτυξης του Εταιρικού Εθελοντισμού στο εργασιακό περιβάλλον και το πώς ωφελείται η κοινωνία. Με την Μελέτη Περίπτωσης, η παρούσα εργασία προσπαθεί να παρουσιάσει την εμπειρία των εργαζομένων από την συμμετοχή τους στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού των Παγκοσμίων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, την εμπειρία τους με την συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία, την ενδεχόμενη συνέχιση της εθελοντικής τους προσφοράς και μετά τη λήξη των Αγώνων και τη διαμόρφωση θετικής στάσης απέναντι στην εταιρεία τους. Η μελέτη θα φανεί χρήσιμη σε στελέχη επιχειρήσεων, υπεύθυνων προγραμμάτων εθελοντισμού, υπεύθυνων εθελοντών Μ.Κ.Ο, στο Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, σε εταιρείες στρατηγικού σχεδιασμού, δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης, σε εμπλεκόμενους φορείς και σε όσους μελετούν και συμμετέχουν στο εθελοντικό κίνημα στην Ελλάδα.

5.3 Διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων

Ερωτήσεις 1 – 4: Σε αυτήν την ενότητα του ερωτηματολογίου εξετάζεται ο αντίκτυπος συμμετοχής στους Αγώνες, σε σχέση με την αντίληψη και στάση των συμμετεχόντων απέναντι στα άτομα με διανοητική αναπηρία, καθώς και η ενδεχόμενη εθελοντική τους προσφορά στα Special Olympics Ελλάς.

Ερώτηση 5: Διερευνά την προηγούμενη εμπειρία από συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία, καλύπτοντας ένα μεγάλο κενό στην βιβλιογραφία για την συναναστροφή ατόμων χωρίς διανοητική αναπηρία με άτομα με διανοητική αναπηρία. Στόχος της ερώτησης να μετρήσουμε:

- εάν οι εθελοντές σε αυτή την μεγάλη αθλητική διοργάνωση είχαν προηγούμενη εμπειρία με άτομα με διανοητική αναπηρία
- εάν τα άτομα γενικού πληθυσμού έχουν εμπειρία από την συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία
- εάν στελέχη εταιρειών είναι ευαισθητοποιημένα προς τα άτομα με αναπηρία.

Ερώτηση 6: Διερευνά την αλλαγή ή βελτίωση της αντίληψης/στάσης των εργαζομένων για τα άτομα με διανοητική αναπηρία, μέσα από τη συμμετοχή τους σε

ένα οργανωμένο Πρόγραμμα Εθελοντισμού, όπως αυτό των Παγκόσμιων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011. Στόχος της ερώτησης να μετρήσουμε:

- εάν η συμμετοχή των εργαζομένων ως εθελοντές σε μια αθλητική διοργάνωση για τα άτομα με αναπηρία βοήθησε στο να αλλάξει η στάση απέναντι στα άτομα αυτά.
- Εάν η συναναστροφή ατόμων γενικού πληθυσμού με άτομα με διανοητική αναπηρία βοηθά στην αλλαγή της στάσης προς τα άτομα με αναπηρία.

Ερώτηση 7: Διερευνά την μελλοντική συμμετοχή των εργαζομένων στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού στο Ελληνικό Πρόγραμμα – Special Olympics Ελλάς, μετά την λήξη των Αγώνων. Οι απαντήσεις θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε εάν η συμμετοχή εργαζομένων σε προγράμματα εταιρικού εθελοντισμού ήταν εφήμερη ή πρόκειται να έχει διάρκεια. Στόχος της ερώτησης να μετρήσουμε:

- πόσοι από τους εθελοντές που συμμετείχαν στο πρόγραμμα με τις εταιρείες τους επιθυμούν να προσφέρουν στα Special Olympics Ελλάς μετά το πέρας των Αγώνων, μεμονωμένα ως άτομα.
- εάν η επιτυχημένη συμμετοχή σε μια τόσο μεγάλη αθλητική διοργάνωση αποτελεί κίνητρο για τη συνέχιση της εθελοντικής προσφοράς.

Ερωτήσεις 8 - 9: Διερευνώνται τόσο η επιθυμία των εργαζομένων των συνεργαζόμενων εταιρειών να συνεχίσει η εταιρεία την προσφορά εθελοντικής υπηρεσίας, όσο και την επιθυμία των εργαζόμενων έπειτα από την εμπειρία τους να συνεχίσουν να προσφέρουν εθελοντική υπηρεσία στο αντίστοιχο πρόγραμμα των Special Olympics Ελλάς. Στόχος των ερωτήσεων να μετρήσουμε εάν η πρωτοβουλία της εταιρείας για προσφορά εθελοντικής υπηρεσίας σε αυτή την αθλητική διοργάνωση προσμετράται θετικά από τους εργαζόμενους ώστε να συνεχιστεί το εθελοντικό πρόγραμμα στον συγκεκριμένο οργανισμό και μετά το πέρας των αγώνων.

Ερωτήσεις 10 – 13: Οι ερωτήσεις αυτές αξιολογούν τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του Προγράμματος Εθελοντισμού των Παγκοσμίων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, δίνοντας μας μια σαφή εικόνα για την συμμετοχή των εργαζομένων σε οργανωμένα πλαίσια εταιρικού εθελοντισμού, κατάλληλα σχεδιασμένα ώστε να μπορούν να ικανοποιούν και τις ανάγκες της διοργάνωσης αλλά και της επιθυμίας των ίδιων των εργαζομένων. Σε αυτή την ενότητα του ερωτηματολογίου, καταγράφουμε την εμπειρία των εθελοντών από τη συνεργασία

τους με τον Οργανισμό Special Olympics καθώς και την άποψή τους για το εκπαιδευτικό υλικό που έλαβαν.

Ερωτήσεις 14- 19: Στόχος αυτής της σειράς ερωτήσεων είναι η αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών του Προγράμματος Εθελοντισμού. Η αξιολόγηση έγινε σε πραγματικό χρόνο και σε μικρή χρονική διάρκεια, κατά τη διάρκεια των βαρδιών των εργαζομένων-εθελοντών ώστε να μπορεί ο εθελοντής να αξιολογήσει πραγματικά το πρόγραμμα πριν την λήξη των αγώνων.

5.4 Μέθοδοι Έρευνας

Επιλέχθηκε χρήση ερωτηματολογίου το οποίο συμπληρώθηκε από τα υποκείμενα της έρευνας, καθώς και συνεντεύξεις κατά τη διαδικασία τοποθέτησης των εθελοντών. Κατά τη διάρκεια της συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων, οι ενδιαφερόμενοι απασχολούνταν στον Τομέα Τοποθέτησής τους και οι Αγώνες ήταν σε εξέλιξη. Η έρευνα αξιολόγησης διενεργήθηκε τις ημέρες των Παγκόσμιων Αγώνων, η έκταση των οποίων ήταν το χρονικό διάστημα 26/6/2011 – 3/7 2011. Συνολικά απαντήθηκαν 295 ερωτηματολόγια. Κατασκευάστηκε δομημένο ερωτηματολόγιο 15 ερωτήσεων κλειστού τύπου και τέσσερα (4) πεδία δημογραφικών δεδομένων. Το ερωτηματολόγιο ήταν ανώνυμο. Το μέγεθος του δείγματος αποτελούν 295 εθελοντές που συμμετείχαν στους Παγκόσμιους Αγώνες και συμμετείχαν στο Πρόγραμμα μέσω της Εταιρείας τους, και συγκεκριμένα 234 Έλληνες και 61 εθελοντές από διάφορες χώρες του εξωτερικού που συμμετείχαν με τις εταιρείες τους (γυναίκες 73,2% και άνδρες 25,4%). Έγινε προσπάθεια ώστε να αντιπροσωπεύονται όλοι οι τομείς των Αγώνων στην έρευνα αξιολόγησης, καθώς και το σύνολο σχεδόν των αγωνιστικών και μη αγωνιστικών εγκαταστάσεων. Ο πληθυσμός της συγκεκριμένης έρευνας αποτελείται από όλους τους εθελοντές που συμμετείχαν στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού μέσω των εταιρειών τους. Η μέθοδος συμπλήρωσης υλικού που επιλέχτηκε για την συγκεκριμένη έρευνα είναι η προσωπική συνέντευξη. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέχτηκε η μέθοδο αυτή είναι:

- Ο ερωτώμενος μπορεί να κατανοήσει πιο εύκολα τις ερωτήσεις με την βοήθεια του ερευνητή, Δεν ήταν εύκολο να δοθούν προσωπικά στοιχεία των εθελοντών (διευθύνσεις) καθώς με την αίτηση εθελοντισμού τα προσωπικά στοιχεία προστατευτήκαν ως προσωπικά δεδομένα και ήταν μη ανακοινώσιμα και μη διαθέσιμα σε τρίτους

- είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος, πράγμα που βοηθάει πολύ και για την ολοκλήρωση της εργασίας μιας και ο χρόνος που απαιτείται είναι πολύ περιορισμένος.

Πριν την διανομή του ερωτηματολογίου κατασκευάστηκε ένα πιλοτικό ερωτηματολόγιο, αυτό δηλαδή που ονομάζουμε δοκιμή του σχεδίου του ερωτηματολογίου, με κύριο σκοπό την διαπίστωση της αποτελεσματικότητας του «εργαλείου» που σχεδιάσαμε.

Στο δοκιμαστικό στάδιο μετράται ο βαθμός κατανόησης, «αποδοχής» και ερμηνείας του ερωτηματολογίου. Αυτό το στάδιο είναι απολύτως απαραίτητο, και επιφέρονται τεράστιες δυσκολίες εάν δεν ληφθεί σοβαρά υπόψη.

Στο πιλοτικό ερωτηματολόγιο προσπαθούμε να εξακριβώσουμε εάν:

- οι χρησιμοποιούμενοι όροι γίνονται εύκολα αντιληπτοί
- η σειρά των ερωτήσεων δεν προκαλεί τάσεις πιθανής διαστρέβλωσης,
- ο τρόπος της διατύπωσης των ερωτήσεων επιτρέπει την συλλογή των επιθυμητών στοιχείων
- το ερωτηματολόγιο δεν είναι ιδιαίτερα εκτενές προκαλώντας την αδιαφορία ή τον εκνευρισμό των ερωτώμενων (Javeau, 2000: σ.149).

Στην «δοκιμή» αυτή, το ερωτηματολόγιο υποβάλλεται σε έναν περιορισμένο αριθμό ατόμων που δεν πρέπει να ξεπερνάει τα 20 άτομα και θα πρέπει το σύνολο αυτό να μην ιδιαίτερα ομοιογενές.

Στη συγκεκριμένη έρευνα, η δοκιμή έγινε σε 15 εθελοντές που προσέφεραν την εθελοντική τους υπηρεσία στην έδρα της διοργάνωσης και μετά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαντούσαν και στις εξής ερωτήσεις :

- I. Πόση ώρα χρειαστήκατε περίπου για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου;
- II. Ήταν σαφείς οι οδηγίες;.
- III. Υπήρξαν ερωτήσεις ασαφείς ή αόριστες; Αν ναι τότε ποιες ήταν αυτές και γιατί;
- IV. Είχατε αντίρρηση στο να απαντήσετε κάποιες απ' τις ερωτήσεις;
- V. Ήταν η εμφάνιση του ερωτηματολογίου ευχάριστη (Bell, 1997 : 134);

Μετά από συζήτηση με τους χρήστες, διαπιστώθηκε ο χρόνος που χρειάζονται για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου (περίπου 15'), και έγιναν κάποιες αφαιρέσεις σε ασαφείς ερωτήσεις και οδηγίες, έτσι ώστε να γίνουν κατανοητές και εύκολα αντιληπτές και αφαιρέθηκαν ερωτήσεις ανοικτού τύπου που καθυστερούσαν τον ερωτώμενο να συμπληρώσει.

Μετά τη λήξη των Αγώνων ένα μικρό, τυχαίο δείγμα είκοσι δύο (22) στελεχών της Οργανωτικής Επιτροπής (ΟΕ) ΑΘΗΝΑ 2011 απάντησε σε 7 σύντομες ερωτήσεις, αξιολογώντας την εμπειρία από τη συνεργασία τους με τους εθελοντές της διοργάνωσης. Η ανατροφοδότηση που είχαμε από τα στελέχη της ΟΕ ήταν θετική και ενθουσιώδης για τους εθελοντές της διοργάνωσης και αποτέλεσε δείγμα για περαιτέρω μελέτη σε ότι αφορά την συνεργασία αμειβόμενων στελεχών μιας διοργάνωσης και ανθρώπων που προσφέρουν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους. (Βλ. Παράρτημα II)

5.5 Ερωτηματολόγιο

Σχετικά με την διατύπωση των ερωτήσεων που αφορούν το λεξιλόγιο και την φρασεολογία του ερωτηματολογίου, αποφασίστηκε (Javeau, 2000 : 138):

- Οι ερωτήσεις προφανώς να ακολουθούν τους κανόνες της γραμματικής και του συντακτικού
- Να είναι διατυπωμένες με σαφήνεια και με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητές από όλους τους χρήστες
- Να μην περιέχουν τεχνικούς όρους, ιδιωματισμούς, λέξεις σπάνιες και δύσκολες
- Τέλος από πλευράς περιεχομένου οι ερωτήσεις, αποφασίστηκε να είναι απλές και περιεκτικές.

Για την διάταξη και εμφάνιση του ερωτηματολογίου ελήφθησαν υπόψη βασικές αρχές του Javeau (Javeau, 2000:145). Σύμφωνα μ' αυτές το ερωτηματολόγιο έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά :

- Εύκολο στην χρήση όσον αφορά το σχήμα, το βάρος, τον τρόπο διασύνδεσης των φύλλων
- Εύκολο στην ανάγνωση: Ευανάγνωστοι τυπογραφικοί χαρακτήρες, αραιά γραμμένο ερωτηματολόγιο, οι ερωτήσεις να διαχωρίζονται καλά μεταξύ τους και να αριθμούνται με απλό τρόπο

- Εύκολο στην συμπλήρωση. Η αξιολόγηση έγινε σε πραγματικό χρόνο και σε μικρή χρονική διάρκεια, κατά την διάρκεια των βαρδιών των εργαζομένων-εθελοντών ώστε να μπορεί ο εθελοντής να αξιολογήσει πραγματικά το πρόγραμμα πριν την λήξη των αγώνων. Ελήφθη υπόψη το γεγονός ότι σε προηγούμενες περιπτώσεις (Ολυμπιακοί Αγώνες «ΑΘΗΝΑ 2004») παρατηρήθηκε ότι ωραιοποιούνται τυχόν κενά ή προβλήματα λόγω της ολοκλήρωσης του έργου, της εξύψωσης του εθνικού φρονήματος ή της εμπλοκής του παράγοντα της προσωπικής επαφής με τους αθλητές. Στην συγκεκριμένη περίπτωση ήταν αναμενόμενο ότι θα αντιμετωπίζαμε το γεγονός αυτό σε μεγαλύτερο βαθμό, καθώς έχουμε δει ότι η συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία δημιουργεί εξ ορισμού θετικά συναισθήματα και προδιαγράφει μια θετική μελλοντική στάση. Εξαιτίας των παραπάνω, φροντίσαμε για τον μικρό αριθμό των ερωτήσεων και το συνοπτικό περιεχόμενό τους.

5.6 Ανάλυση

Η ταυτότητα του δείγματος

Το δείγμα αποτέλεσαν 295 εθελοντές που συμμετείχαν στους Παγκόσμιους Αγώνες και ήταν υπάλληλοι εταιρειών χορηγών ή υποστηρικτών της Διοργάνωσης, και συγκεκριμένα 234 Έλληνες και 61 εθελοντές από διάφορες χώρες του εξωτερικού (γυναίκες 73,2% και άνδρες 25,4%). Έγινε προσπάθεια ώστε να αντιπροσωπεύονται όλοι οι τομείς των Αγώνων στην έρευνα αξιολόγησης καθώς και το σύνολο σχεδόν των αγωνιστικών και μη αγωνιστικών εγκαταστάσεων.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ
ΑΘΛΗΜΑΤΑ	80
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ	13
ΤΕΛΕΤΕΣ	6
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	1
ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΣΗ	6
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ	11
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ	8
ΦΕΣΤΙΒΑΛ	3
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	4
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΣΗΜΩΝ	17
ΠΡΟΣΚ/ΝΩΝ	
ΥΓΙΕΙΣ ΑΘΛΗΤΕΣ	1
ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	8
ΙΑΤΡΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	6
ΜΜΕ & ΤΥΠΟΣ	8
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΘΕΑΤΩΝ	22
ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ	14
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	
ΑΠΟΝΟΜΕΣ	14
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	9
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	22
ΧΩΡΙΟ	31
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	8
ΑΓΩΝΩΝ	
ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ	1
ΣΥΝΟΛΟ	293

**Πίνακας 1: κατανομή των εθελοντών
ανά λειτουργικό τομέα**

Οι γυναίκες ήταν η συντριπτική πλειοψηφία των εθελοντών σε σχέση με τους άνδρες (n=215 vsn=79) Επίσης, η συντριπτική πλειοψηφία ήταν από την Ελλάδα (n=234 vsn=61)

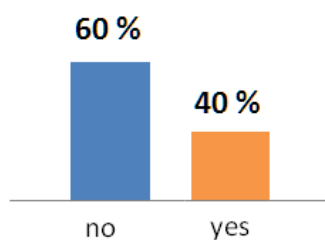
Ανάλυση

Για την ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα για τις κοινωνικές επιστήμες SPSS 16. Οι ποιοτικές μεταβλητές περιγράφηκαν με ποσοστά, ενώ οι ποσοτικές με μέσες τιμές. Για τη μελέτη της σχέσης μεταξύ δύο κατηγορικών μεταβλητών, χρησιμοποιήθηκε η δοκιμασία χ^2 του Pearson, ενώ όταν τα κριτήρια δεν πληρούνταν εφαρμόστηκε το Fisher's Exact Test.

Γενικά θέματα

Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου εξετάζεται η προηγούμενη εμπειρία από την συναναστροφή των εθελοντών με άτομα με διανοητική αναπηρία. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είχε προηγούμενη εμπειρία στην ζωή του με άτομα με διανοητική αναπηρία (60%).

Είχατε προηγούμενη εμπειρία από συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία;



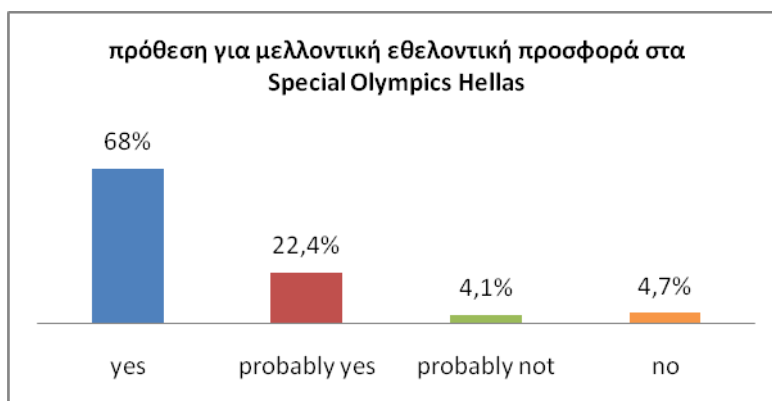
Γράφημα 1: προηγούμενη εμπειρία από την συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία

Είδαμε ότι δεν υπήρχε διαφοροποίηση της προηγούμενης εμπειρίας από την συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία σε σχέση με το φύλλο ή την εθνικότητα. Χρησιμοποιώντας τον έλεγχο της ανεξαρτησίας, στατιστικά δεν σχετίζεται το φύλλο ή η εθνικότητα με την προηγούμενη συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία καθώς η p τιμή είναι μεγαλύτερη του 0,05

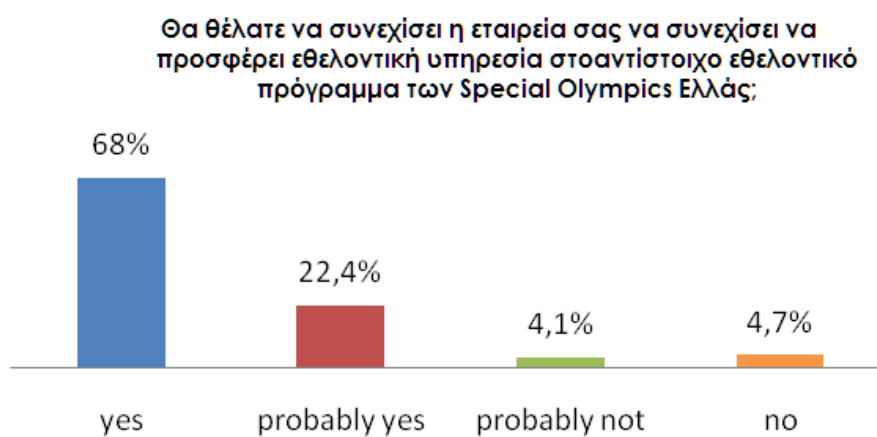
Θέματα σχετικά με την εθελοντική συμμετοχή

Εξετάζεται ο αντίκτυπος συμμετοχής στους Αγώνες σε σχέση με την αντίληψη και στάση των συμμετεχόντων απέναντι στα άτομα με διανοητική αναπηρία, καθώς και η ενδεχόμενη εθελοντική τους προσφορά στα Special Olympics Hellas.

Η συντριπτική πλειοψηφία των εθελοντών που συμμετείχαν στους Αγώνες (82,4%) δηλώνουν ότι είτε βελτιώθηκε είτε άλλαξε η στάση και η αντίληψή τους για τα άτομα με διανοητική αναπηρία. Συνακόλουθα, το 90% σχεδόν των συμμετεχόντων αξιολογεί θετικά την εμπειρία του και δηλώνει την πρόθεσή του να εξακολουθήσει να προσφέρει εθελοντική υπηρεσία στα προγράμματα των Special Olympics Hellas (γράφημα 2) καθώς και την μελλοντική συμμετοχή της εταιρίας του μέσω προγραμμάτων εταιρικού εθελοντισμού (γράφημα 3).



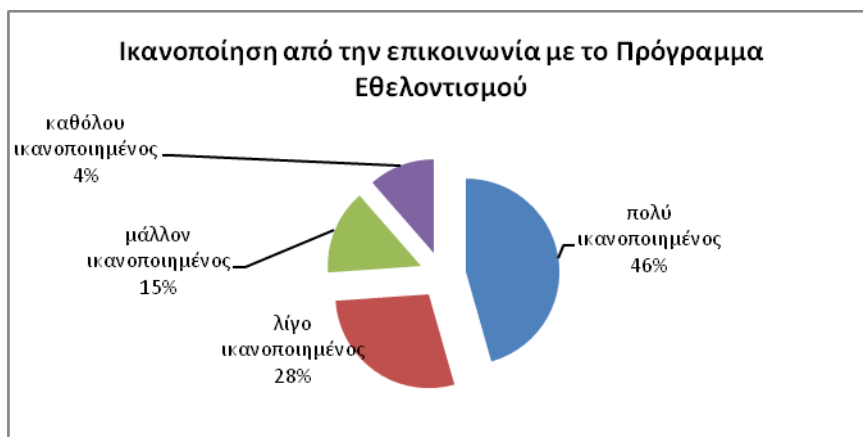
Γράφημα 2: πρόθεση για μελλοντική εθελοντική προσφορά του εθελοντή στα Special Olympics Hellas



Γράφημα 3: πρόθεση για μελλοντική συμμετοχή της εταιρείας μέσω εταιρικών προγραμμάτων εθελοντισμού στα Special Olympics Hellas

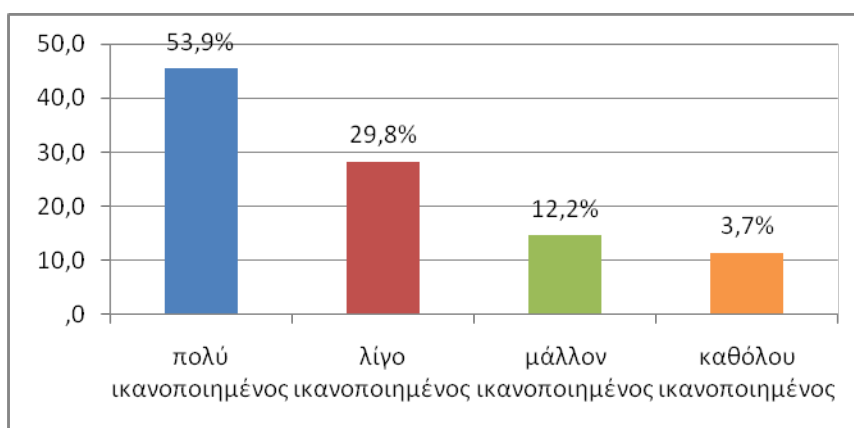
Η συνεργασία με το Πρόγραμμα Εθελοντισμού

Στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου, θελήσαμε να καταγράψουμε την εμπειρία των εθελοντών που συμμετείχαν στο Πρόγραμμα Εταιρικού Εθελοντισμού της διοργάνωσης από τη συνεργασία τους μαζί μας καθώς και την άποψή τους για το εκπαιδευτικό υλικό που έλαβαν. Στη μεγάλη τους πλειοψηφία οι εθελοντές ήταν πολύ ικανοποιημένοι με την επικοινωνία τους με το Πρόγραμμα Εθελοντισμού (84% περίπου) και μόνο το 15% των συμμετεχόντων εξέφρασε τη δυσαρέσκειά του για τη μεταξύ μας επικοινωνία (γράφημα 2).



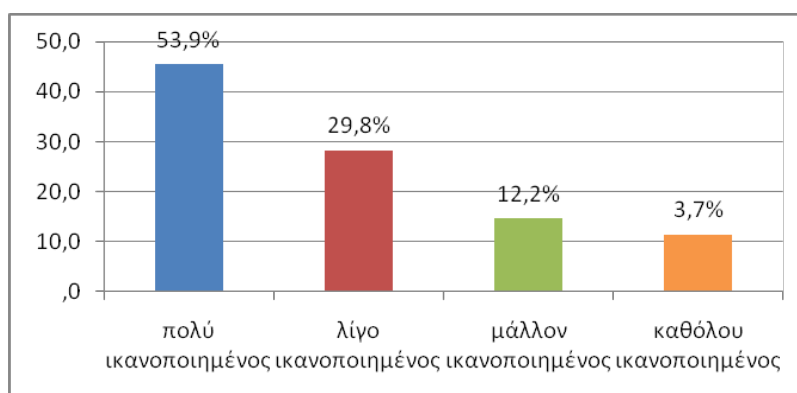
Γράφημα 2: ικανοποίηση από την επικοινωνία με το Πρόγραμμα Εθελοντισμού

Εξάλλου, οι εθελοντές της διοργάνωσης που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν σε ποσοστό 83,7% ικανοποιημένοι από την Εκπαίδευση Εθελοντών και το Εκπαιδευτικό Εγχειρίδιο Εθελοντών που διανεμήθηκε (γράφημα 3).



Γράφημα 3: Ικανοποίηση από τη Γενική Εκπαίδευση και τα Εκπαιδευτικό Εγχειρίδιο

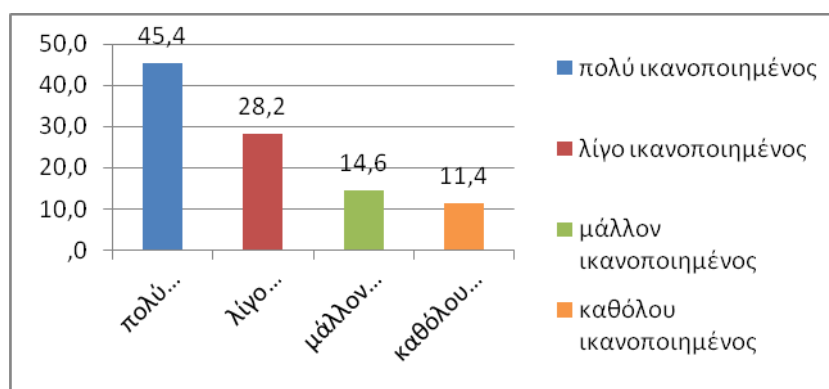
Πολύ ικανοποιημένοι δήλωσαν και για την συμμετοχή της εταιρείας τους στο συγκεκριμένο Πρόγραμμα Εθελοντισμού των Παγκοσμίων Αγώνων Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011.



Γράφημα 4: Ικανοποίηση από την συμμετοχή της εταιρείας του στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού

Ειδικά θέματα που αφορούν στη λειτουργία των Λειτουργικών Τομέων της ΑΘΗΝΑ 2011»

Στην τρίτη και τελευταία ενότητα, διερευνούμε διάφορες διαστάσεις της εθελοντικής συμμετοχής στους Παγκόσμιους Αγώνες. Στην πρώτη ερώτηση, εξετάζουμε την ικανοποίηση των εθελοντών από την Ειδική Εκπαίδευση του τομέα τους (γράφημα 4). Σε γενικές γραμμές, η πλειονότητα των εθελοντών δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι (45,4%) και μάλλον ικανοποιημένοι (28,2%), ενώ σημαντικά λιγότεροι ήταν αυτοί που δήλωσαν λίγο ικανοποιημένοι (14,6%) και καθόλου ικανοποιημένοι (11,4%). Εξειδικεύοντας τα αποτελέσματα ανά λειτουργικό τομέα, όπως βλέπουμε στον πίνακα 2 που ακολουθεί, οι εθελοντές των υπηρεσιών αποστολών, των μεταφορών, του χωριού *Special Olympics* φαίνεται ότι δεν ήταν ευχαριστημένοι με την Ειδική εκπαίδευση που τους παρασχέθηκε.



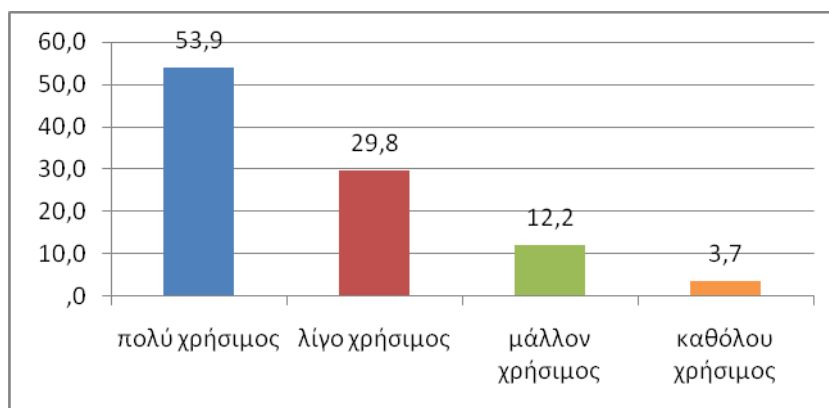
Γράφημα 4: Ικανοποίηση από την Ειδική Εκπαίδευση

ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ			
ΤΟΜΕΑΣ		ικανοποιημένος	μη ικανοποιημένος
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ	11	2
	ΤΕΛΕΤΕΣ	6	0
	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	0	1
	ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΣΗ	5	1
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ	4	6
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ	8	0
	ΦΕΣΤΙΒΑΛ	3	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	3	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΣΗΜΩΝ ΠΡΟΣΚ/ΝΩΝ	12	4
	ΥΓΙΕΙΣ ΑΘΛΗΤΕΣ	1	0
	ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	7	1
	ΙΑΤΡΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	3	2
	ΜΜΕ & ΤΥΠΟΣ	5	2

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΘΕΑΤΩΝ	19	2
ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	11	3
ΑΠΟΝΟΜΕΣ	10	3
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	8	1
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	10	10
ΧΩΡΙΟ	13	17
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΓΩΝΩΝ	5	2
ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ	0	1
ΑΘΛΗΜΑΤΑ	62	16
ΣΥΝΟΛΟ	206	74

Πίνακας 2: Ικανοποίηση από την ειδική εκπαίδευση ανά τομέα

Στην επόμενη ερώτηση, θέλουμε να αξιολογήσουμε πως αισθάνθηκαν οι εθελοντές στη θέση την οποία ανέλαβαν. Σε γενικές γραμμές (γράφημα 4), οι συμμετέχοντες αισθάνθηκαν πολύ χρήσιμοι (56,4%) στη θέση που ανέλαβαν, μάλλον χρήσιμοι (20,6%), ενώ μικρό ήταν το ποσοστό εκείνων που δήλωσαν λίγο χρήσιμοι (15,5%) και τέλος καθόλου χρήσιμοι (7,2%). Είδαμε ότι δεν υπήρχε συσέτιση με την μεταβλητή της προηγούμενης εμπειρίας με την μεταβλητή της ικανοποίησης όταν έγινε ο έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 . Χρησιμοποιώντας τον έλεγχο ανεξαρτησίας χ^2 και βλέποντας ότι η p -τιμή είναι μικρότερη του $p_{0,05}$ γίνεται αποδεκτή η υπόθεση ότι οι δύο μεταβλητές σχετίζονται.



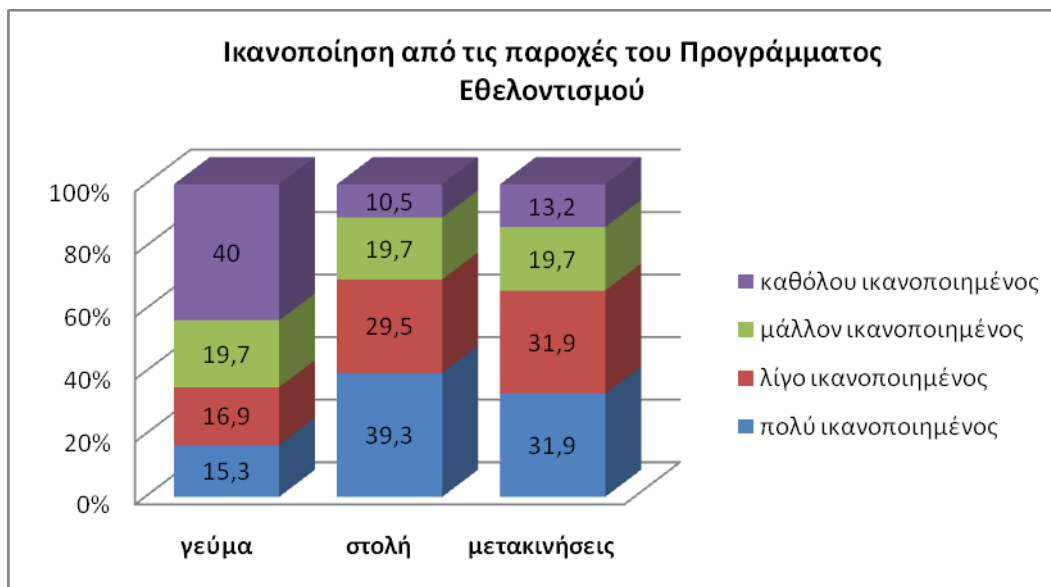
Γράφημα 4: αίσθηση χρησιμότητας

Εξειδικεύοντας τα αποτελέσματα ανά τομέα εθελοντικής υπηρεσίας, παρατηρούμε ότι οι εθελοντές που ανέλαβαν υπηρεσία σε θέσεις στο Χωριό Special Olympics είναι οι περισσότερο δυσαρεστημένοι με τα καθήκοντα που τους ανατέθηκαν.

ΑΙΣΘΗΣΗ ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΤΟΜΕΑ					
		χρήσιμος	μάλλον χρήσιμος	λίγο χρήσιμος	καθόλου χρήσιμος
ΤΟΜΕΑΣ	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ		1	3	0
	ΤΕΛΕΤΕΣ	5	0	1	0
	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	1	0	0	0
	ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΣΗ	4	0	2	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟΣΤΟΛΩΝ	7	3	1	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ	8	0	0	0
	ΦΕΣΤΙΒΑΛ	2	1	0	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	2	1	1	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΣΗΜΩΝ ΠΡΟΣΚ/ΝΩΝ	13	1	1	1
	ΥΓΙΕΙΣ ΑΘΛΗΤΕΣ	1	0	0	0
	ΓΛΩΣΣΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	3	3	1	1
	ΙΑΤΡΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	4	1	1	0
	ΜΜΕ & ΤΥΠΟΣ	2	4	2	0
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΘΕΑΤΩΝ	16	5	0	0
	ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ	11	1	2	0
	ΑΠΟΝΟΜΕΣ	7	4	2	1
	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	4	3	1	1
	ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	8	8	5	0
	ΧΩΡΙΟ	2	6	10	13
	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΑΓΩΝΩΝ	5	1	2	0
ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ	0	1	0	0	
ΑΘΛΗΜΑΤΑ	50	16	10	4	
ΣΥΝΟΛΟ		165	60	45	21
		56,7%	20,6%	15,5%	7,2%

Γράφημα 5

Στις τελευταίες τρεις ερωτήσεις εξετάζουμε την ικανοποίηση των εθελοντών από τις παροχές του Προγράμματος Εθελοντισμού προς αυτούς, ήτοι μετακινήσεις προς τις εγκαταστάσεις, στολή και εξοπλισμός και πακέτο γεύματος (γράφημα 5).



Γράφημα 5: Ικανοποίηση από τις παροχές του Προγράμματος Εθελοντισμού

Σε γενικές γραμμές, και πλην του πακέτου γεύματος, οι εθελοντές δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι ή ικανοποιημένοι με την στολή και τον εξοπλισμό που τους παρασχέθηκε (68,8%) και την οργάνωση των μετακινήσεών τους προς τις εγκαταστάσεις (63,8%).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με την παρούσα διπλωματική αποδεικνύεται ότι το Πρόγραμμα Εταιρικού Εθελοντισμού στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011, αποτέλεσε μια ευκαιρία για άτομα που αυτοβούλως διέθεσαν το χρόνο και τις γνώσεις τους, ώστε να συνεισφέρουν στο καλό του συνόλου, να αναπτύξουν ή να διευρύνουν την εξοικείωσή τους με τη διαφορετικότητα και να ζήσουν τους ρυθμούς μιας μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης.

Η συντριπτική πλειοψηφία των Εθελοντών (82,4%) δήλωσαν ότι είτε βελτιώθηκε είτε άλλαξε η στάση και η αντίληψή τους για τα άτομα με διανοητική αναπηρία. Συνακόλουθα, το 90% σχεδόν των συμμετεχόντων αξιολόγησε θετικά τόσο την εμπειρία του, δηλώνοντας την πρόθεσή του να εξακολουθήσει να προσφέρει εθελοντική υπηρεσία στα προγράμματα των Special Olympics Hellas, όσο και τη μελλοντική συμμετοχή της εταιρίας του μέσω προγραμμάτων εταιρικού εθελοντισμού.

Το σημαντικότερο εύρημα της παρούσας μελέτης αποτελεί το γεγονός ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είχε προηγούμενη εμπειρία στην ζωή του με άτομα με διανοητική αναπηρία (60%) και έτσι επιβεβαιώνεται η βιβλιογραφία η οποία υποστηρίζει ότι η προηγούμενη εμπειρία ενός ατόμου αποτελεί το καθοριστικό κίνητρο για την συμμετοχή του σε ένα πρόγραμμα εθελοντισμού καθώς επίσης και ότι οι γυναίκες επιδεικνύουν μεγαλύτερη ευαισθησία σε θέματα κοινωνικής προσφοράς.

Τέλος, η ανατροφοδότηση που είχαμε από τα στελέχη της ΟΕ, στο τέλος της διοργάνωσης ήταν θετική και ενθουσιώδης για τους εθελοντές και αποτελεί δείγμα για περαιτέρω μελέτη σε ότι αφορά την συνεργασία αμειβόμενων στελεχών μιας διοργάνωσης και ανθρώπων που προσφέρουν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Booth P., (2009), “Editorial: Corporate Social Responsibility”, in the Journal complication, pp 2-4
2. Brammer S. , Jackson G. , and Matten D. (2012), “ CSR as an interface between business and society: broadening the debate”, Corporate Social Responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance, 10(1), pp. 3-28
3. Economist Intelligence Unit, (2005), The importance of corporate responsibility, pp1-43
4. Falck O. ,Heblich S. (2007), “ CSR in the course of time”, Corporate Social Responsibility: doing well by doing good. 50(1), pp 247-248
5. Gail T., Nowak M., (2006), “historical definitions of CSR”, Corporate Social Responsibility: A definition,62(1),pp 3-14
6. Gérard F., (2003), “What is the meaning of the CSR concept , the use of which is very varied? ”, Corporate Social Responsibility: Envisioning its Social Implications,2(1), pp 1-11
7. Hohner P., (2007), “ An overview of CSR”, Corporate Social Responsibility, An Implementation guide for business, pp 1-12
8. Porter M., Kramer M., (2006), “ Mapping Social Opportunities”, Strategy and society- The link between competitive advantage and corporate social responsibility, pp 1-16
9. Zynia L. Rionda, (2002), “ Why do companies decide to get involved in CSR, and how do they benefit?”, What is CSR?, pp 1-9
10. Carroll, A. (2007), A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford.
11. Kotler P., (2009), ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας», Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING.
12. Hunger, J. David, Wheelen, Thomas L.,(2004), Εισαγωγή στο Στρατηγικό

13. Labour Market and Social Policy – Occasional Papers NO. 44, ‘‘An Inventory of Health and Disability Related Surveys in OECD Countries’’, Claire Gudex – Gaetan Lafortune, OECD, October 2000.
14. Pamela Dudzik – Dinah McLeod, ‘‘Including the Most Vulnerable : Social Funds and People with Disabilities’’, OECD, September 2000
15. Yazbeck, Marie, Keith McVilly, and Trevor R. Parmenter. "Attitudes Toward People with Intellectual Disabilities An Australian Perspective." *Journal of Disability Policy Studies* 15.2 (2004): 97-111.
16. Siperstein, Gary N., Jennifer Norins, and Amanda Mohler. "Social acceptance and attitude change." *Handbook of intellectual and developmental disabilities*. Springer US, 2007. 133-154.
17. Scior, Katrina. "Public awareness, attitudes and beliefs regarding intellectual disability: A systematic review." *Research in Developmental Disabilities* 32.6 (2011): 2164-2182.
18. Henry, David B., et al. "Attitudes of American and Israeli staff toward people with intellectual disabilities." *Journal Information* 42.1 (2004).
19. Mueller, Sarah, ""People are People": Benefits of Inclusive Service" (2014). Senior Honors Theses. Paper 374.
20. Krahe, B & Altwasser, C 2006, ‘Changing negative attitudes towards persons with physical disability: an experimental intervention’, *Journal of Community and Applied Social Psychology*, vol. 16, pp. 59–69
21. Parker, S. (1992). Volunteering as serious leisure. *Journal of Applied Recreational Research*, 17 (1), 1-11.
22. VOLUNTEER SATISFACTION AND INTENT TO REMAIN: AN ANALYSIS OF CONTRIBUTING FACTORS AMONG PROFESSIONAL GOLF EVENT VOLUNTEERS , *International Journal of Event Management Research* Volume 6, Number 1, 2011
23. Bussell, H. and Forbes, D. (2002) 'Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering', *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7 (3), pp.244-257.
24. Tschirhart, Mary, et al. "Stipended volunteers: Their goals, experiences, satisfaction, and likelihood of future service." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 30.3 (2001): 422-443.

25. 5Burgham, M., & Downward, P. M. (2005). Why volunteer, time to volunteer? A case study from swimming. *Managing Leisure*, 10(2), 1-15.
26. 6Coyne, B., & Coyne, J. (2001). Getting, keeping and caring for unpaid volunteers at professional golf tournament events. *Human Resource Development International*, 4(2), 199-214
27. 7.Farrell, J., Johnston, M., & Twynam, G. (1998). Volunteer motivation, satisfaction and management at an elite sporting competition. *Journal of Sport Management*, 12, 288-300
28. 1.Armanda do Paço, (Department of Business and Economics, University of Beira Interior, Covilhã, Portugal), Ana Cláudia Nave, (Department of Business and Economics, University of Beira Interior, Covilhã, Portugal)
29. 2.Shapiro, Heller An, "Social Marketing: Get the Credit You Deserve Inside Your Organization," *Journal of Volunteer Administration*, Spring 1992.
30. Smith, KAREN A., and L. E. O. N. I. E. LocksToNE. "Involving and keeping event volunteers: Management insights from cultural festivals." *People and work in events and conventions: A research perspective* (2009): 154-68.
31. 4.Peterson, Dane K. "Benefits of participation in corporate volunteer programs: employees' perceptions." *Personnel Review* 33.6 (2004): 615-627.
32. Kim, May, Min Kil Kim, and Michael A. Odio. "Are You Proud?: The Influence of Sport and Community Identity and Job Satisfaction on Pride of Mega-Event Volunteers." *Event Management* 14.2 (2010): 127-136.
33. .Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). The economics of sport tourism at major sports events. In J. Hingham (Ed.), *Sport Tourism Destinations*
34. Hoye, R. U. S. S. E. L. L., and Graham Cuskelly. "The psychology of sport event volunteerism: a review of volunteer motives, involvement and behaviour." *People and work in events and conventions: A research perspective* (2009): 171-80.
35. Wheeler, Patrick C., et al. "A report of the medical team activity at the 2009 Special Olympics GB." *British journal of sports medicine* 46.2 (2012): 143-149
36. Mooar, Pekka A. "Experiences as sports coordinator for the Philadelphia County Special Olympics." *Clinical orthopaedics and related research* 396 (2002): 50-55.
37. Kikulis, L. M. "Understanding the satisfaction of volunteer sport

- administrators."CAHPER Journal 56.4 (1990): 5-11.
38. Hoye, R. U. S. S. E. L. L., and Graham Cuskelly. "The psychology of sport event volunteerism: a review of volunteer motives, involvement and behaviour." *People and work in events and conventions: A research perspective* (2009): 171-80.
 39. Farzalipour, Salman, et al. "Motivation, Satisfaction & burnout of volunteers in sport." *Annals of Biological Research* 3.1 (2012).
 40. Afroozeh, Mohsen. "The study of motivational factors of volunteers in university sport." Kalleberg, A.L., (2004).
 41. Work Values and Job Rewards: A Theory of Job Satisfaction. *American Sociological Review*, 42(1), 124-143. Kram, K.E., (1985).
 42. *Mentoring at work: Development relationships in organizational life.* Glenview, IL: Scott, Foresman & Company.
 43. Work Values and Job Rewards: A Theory of Job Satisfaction. *American Sociological Review*, 42(1), 124-143. Kram, K.E., (1985).
 44. *Mentoring at work: Development relationships in organizational life.* Glenview, IL: Scott, Foresman & Company.
 45. Kram, K.E., & Isabella, L.A., (1985). Mentoring alternatives: The role of peer relationships in career development. *Academy of Management Journal*, 28, 110-132.
 46. Lin, N., (1999). Building a network theory of social capital. *Connections*, 22, 28-51.
 47. Lin, N. & Vaughn, J.C., (1981). Social resources and strength of ties. *American Sociological Review*, 46, 393-405.
 48. Locke, E.A., (1969). What is job satisfaction? *Organizational behavior and human performance.* American Institutes for Research and Department of Psychology, 309 – 336, University of Maryland USA.
 49. Lawler, E., (1973). *Motivation in work organizations.* Publishing Company: Monterrey, CA.
 50. Nahapiet, J., (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *London Business School*, 23(2), 212-226.
 51. Putman, R.D., (1993). *The Prosperous Community: Social capital and public life.* *The American Prospect* 4 (13), 35-42.
 52. Spector, P.E., (2000). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Cause and*

- Consequences. London: Sage Publications.
53. Requena, F., (2002). Social Capital, Satisfaction and Quality of Life in the Workplace. *Social Indicators Research*, University of Santiago, 61, 331-360.
 54. Callaway Phuong L. (2006). Relationship between Organizational Trust and Job Satisfaction: An analysis in the U.S. Federal Work Force. Doctoral Dissertation, Capella University.
 55. Naylor, Harriet H. "VOLUNTEERS TODAY--FINDING, TRAINING AND WORKING WITH THEM." (1967).
 56. Moreno, A., Moragas, M., & Paniagua, R. (2000). The evolution of volunteers at the Olympic Games. In M. Moragas, A. Moreno & N. Puig (Eds.) *Symposium on Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*. Lausanne 24 26 November 1999. International Olympic Committee
 57. Ralston, R., Downward, P. M., & Lumsdon, L. (2004). The expectations of volunteers prior to the XVII Commonwealth Games, 2002: A qualitative study. *Event Management*, 9, 13 26.
 58. Andrew, J. (1996). Motivations and expectations of volunteers involved in a large scale sports event: A pilot study. *Australian Leisure*, 21-25
 59. Costa, Carla A., et al. "Reconsidering the role of training in event volunteers' satisfaction." *Sport Management Review* 9.2 (2006): 165-182.
 60. Chalip, L. (2000). Sydney 2000: volunteers and the organization of the Olympic Games: economic and formative aspects. In M. Moragas, M., A. de, Moreno & N. Puig (Eds.), *Global Society and the Olympic Movement* (pp. 205-214), Lausanne: International Olympic Committee

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αναλυτής, Ν. (2007), Εισήγηση κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση-CSR 2007», 24 Απριλίου, Αθήνα.
2. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001), «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες
3. Θανόπουλος, Ν.Γ., (2003), «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

4. Ποιοτική Έρευνα Κοινής Γνώμης για τις Στάσεις και Διαθέσεις της Κοινωνίας απέναντι στα Άτομα με Ειδικές Ανάγκες», Ε.Σ.Α.μεΑ, Αθήνα 1997.
5. Ποσοτική Έρευνα Κοινής Γνώμης για τις Στάσεις και Διαθέσεις της Κοινωνίας απέναντι στα Άτομα με Ειδικές Ανάγκες, ΕΣΑμεΑ,, Αθήνα 1997,
6. Εθνική Έρευνα για την Αναπηρία, Ε.Σ.Α.μεΑ., Αθήνα 2003,
7. Έρευνας Κοινής Γνώμης. Η εν λόγω έρευνα εκπονήθηκε στο πλαίσιο υλοποίησης του έργου του «Εκπαιδευτική Ενδυνάμωση των Ατόμων με Αναπηρία και των Στελεχών των Αναπηρικών Οργανώσεων», το οποίο εντάσσεται στο ΕΠΕΑΕΚ II (Μέτρο 2.5, Ενέργεια 2.5.1)
8. European Opinion Research Group (EORG) για την Γενική Διεύθυνση Εκπαιδευτικών και Πολιτιστικών Υποθέσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2001) έκθεση με τίτλο «Στάσεις των Ευρωπαίων για την Αναπηρία». Για περισσότερα βλ. υποσημ. Νο 14
9. Έρευνα σε υπηρεσίες και φορείς διαμόρφωσης και Εφαρμογής Κοινωνικής Πολιτικής στην περιφέρεια Θεσσαλίας για την ένταξη των ατομων με αναπηρία, Ι.Κ.Π.Α , 2007

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. A guide to Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility (CSR),
http://www.ecrc.org.eg/Uploads/documents/Articles_A%20guide%20to%20corporate%20social%20responsibility.pdf

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι



Έντυπο Αξιολόγησης της Εθελοντικής σας Συμμετοχής στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011

Σας ευχαριστούμε για την εθελοντική σας συμμετοχή στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011. Παρακαλούμε, αφιερώστε 3 λεπτά για να απαντήσετε στο ερωτηματολόγιο που ακολουθεί. Η γνώμη σας είναι πολύτιμη!

ΜΕΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΕΣΑΣ		
1. ΦΥΛΟ:	ΑΝΔΡΑΣ <input type="checkbox"/>	ΓΥΝΑΙΚΑ <input type="checkbox"/>
2. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ (π.χ Αθλημάτων):		
3. ΘΕΣΗ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ (π.χ Βοηθός Αγωνιστικού Χώρου):		
4. ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ (π.χ Ολυμπιακό Στάδιο):		
5. ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ <input type="checkbox"/> ΑΛΛΗ <input type="checkbox"/>		

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΙ ΑΓΩΝΕΣ SPECIAL OLYMPICS ΑΘΗΝΑ 2011			
6. Είχατε προηγούμενη εμπειρία από συναναστροφή με άτομα με διανοητική αναπηρία;			
ΝΑΙ		ΟΧΙ	
7. Αισθάνεστε ότι άλλαξε\βελτιώθηκε η αντίληψη και η στάση σας απέναντι στα άτομα με διανοητική αναπηρία μέσα από τη συμμετοχή σας στους Παγκόσμιους Αγώνες Special Olympics ΑΘΗΝΑ 2011;			
ΝΑΙ		ΟΧΙ	
8. Θα θέλατε να συνεχίσετε να προσφέρετε μετά το πέρας των Αγώνων εθελοντική υπηρεσία στα Special Olympics Ελλάς;			
ΝΑΙ 1	Μάλλον ΝΑΙ 2	Μάλλον ΟΧΙ 3	ΟΧΙ 4
9. Θα θέλατε να συνεχίσει η εταιρεία σας να συνεχίσει να προσφέρει εθελοντική υπηρεσία στο αντίστοιχο εθελοντικό πρόγραμμα των Special Olympics Ελλάς;			
ΝΑΙ 1	Μάλλον ΝΑΙ 2	Μάλλον ΟΧΙ 3	ΟΧΙ 4

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΑΘΗΝΑ 2011

10. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την επικοινωνία σας με το Πρόγραμμα Εθελοντισμού ΑΘΗΝΑ 2011;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

11. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την τοποθέτησή σας στον Τομέα και στα καθήκοντα που αναλάβατε;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

12. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από τη Γενική Εκπαίδευση που παρακολουθήσατε και το Εκπαιδευτικό Εγχειρίδιο Εθελοντών που σας παρασχέθηκε;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

13. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από τη συμμετοχή της εταιρείας σας στο Πρόγραμμα Εθελοντισμού;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

14. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από τη ανάληψη της συγκεκριμένης εθελοντικής δράσης ως εργαζόμενοι αυτής της εταιρείας;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΑΘΗΝΑ 2011

15. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την Ειδική Εκπαίδευση \ Εκπαίδευση Εγκατάστασης που πραγματοποιήθηκε από τον τομέα σας;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

16. Πόσο χρήσιμος/-η αισθανθήκατε στην εθελοντική θέση που αναλάβατε;

Πολύ χρήσιμος / η 1	Λίγο χρήσιμος / η 2	Μάλλον χρήσιμος / η 3	Καθόλου χρήσιμος / η 4
------------------------	------------------------	--------------------------	---------------------------

17. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από τη συνεργασία σας με το έμμιστο προσωπικό της διοργάνωσης;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

18. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από την οργάνωση των μετακινήσεών σας από και προς τις εγκαταστάσεις της διοργάνωσης;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

19. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από τη στολή και τον εξοπλισμό που σας παρασχέθηκε για τη συγκεκριμένη αθλητική διοργάνωση;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

20. Πόσο ικανοποιημένος/-η είστε από το πακέτο γεύματος που σας παρασχέθηκε κατά τη διάρκεια της εθελοντικής σας υπηρεσίας;

Πολύ ικανοποιημένος / η 1	Λίγο ικανοποιημένος / η 2	Μάλλον ικανοποιημένος / η 3	Καθόλου ικανοποιημένος / η 4
------------------------------	------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΛΑΒΑΝ ΜΕΡΟΣ ΣΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΝ ΑΓΩΝΩΝ SPECIAL OLYMPICS ΑΘΗΝΑ 2011 ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥΣ ΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΤΟΜΕΩΝ

Περιεχόμενα

1. Συμμετοχή εθελοντών στη λειτουργία των τομέων 69
2. Ικανοποίηση από τη συνεργασία με το πρόγραμμα εθελοντισμού 70
3. Ικανοποίηση από τη διαχείριση των εθελοντών στον τομέα σας **Error! Bookmark not defined.**
4. Γενική ικανοποίηση από τους εθελοντές ανά λειτουργικό τομέα 71

Μετά το πέρας των Παγκοσμίων Αγώνων εστάλησαν σε όλους τους Υπεύθυνους Τομέων της ΑΘΗΝΑ 2011 ερωτηματολόγια αξιολόγησης με σκοπό την καταγραφή των απόψεων τους σχετικά με την απόδοση των εθελοντών

1. Συμμετοχή εθελοντών στη λειτουργία των Τομέων

Σχετικά με τη χρησιμότητα των εθελοντών, οι Υπεύθυνοι των Τομέων αξιολογούν στην πλειοψηφία τους ως πολύ χρήσιμη τη συνεισφορά των εθελοντών.

Χρησιμότητα εθελοντών		
	N	%
Πολύ χρήσιμοι	21	95,5
Μάλλον χρήσιμοι	1	4,5
Σύνολο	22	100,0

Αναφορικά με την φιλικότητα και την προθυμία εξυπηρέτησης, η ικανοποίηση αγγίζει το 91% καταγράφοντας το υψηλότερο ποσοστό.

Φιλικότητα, προθυμία για εξυπηρέτηση		
	Frequency	Percent
Πολύ φιλικοί	20	90,9
Μάλλον φιλικοί	2	9,1
Σύνολο	22	100,0

Στη συνέπεια και στην τήρηση του ωραρίου, το 72% των Υπεύθυνων Τομέων βρήκε τους εθελοντές πολύ συνεπείς, ενώ το υπόλοιπο 28% κινήθηκε μεταξύ του μάλλον (22,7%), και καθόλου συνεπείς (4,5%).

Συνέπεια στην τήρηση του ωραρίου		
	Frequency	Percent
Πολύ συνεπείς	16	72,7
Μάλλον συνεπείς	5	22,7
Καθόλου συνεπείς	1	4,5
Σύνολο	22	100,0

Οι ερωτώμενοι βρήκαν τους εθελοντές πολύ αποτελεσματικούς σε ποσοστό 77%, και μάλλον αποτελεσματικούς στη διεκπεραίωση των καθηκόντων τους σε ποσοστό 23%.

Αποτελεσματικότητα στη διεκπεραίωση των καθηκόντων που είχαν αναλάβει:		
	Frequency	Percent
Πολύ αποτελεσματικοί	17	77,3
Μάλλον αποτελεσματικοί	7	22,7
Σύνολο	22	100,0

Οι Υπεύθυνοι Τομέων έκριναν ότι οι εθελοντές ήταν πολύ συνεργάσιμοι σε ποσοστό 86% και το υπόλοιπο 14% τους βρήκε λίγο συνεργάσιμους με το έμμιστο προσωπικό.

Συνεργασία με το έμμιστο προσωπικό της διοργάνωσης:		
	Frequency	Percent
Πολύ συνεργάσιμοι	19	86,4
Μάλλον συνεργάσιμοι	3	13,6
Σύνολο	22	100,0

2. Ικανοποίηση από τη συνεργασία με το Πρόγραμμα εθελοντισμού

Οι Υπεύθυνοι των Τομέων ερωτήθηκαν για τη συνεργασία τους με το Πρόγραμμα Εθελοντισμού και στη μεγάλη πλειοψηφία (82%) έδειξαν πολύ ικανοποιημένοι.

Συνεργασία με το ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ		
	Frequency	Percent
Πολύ ικανοποιημένος	18	81,8
Λίγο ικανοποιημένος	3	13,6
Σύνολο	21	95,5

1. Γενική ικανοποίηση από τους εθελοντές ανά λειτουργικό τομέα

Στην τελευταία ενότητα εξετάζουμε τη γενική ικανοποίηση από τους εθελοντές των Δοκιμαστικών Διοργανώσεων ανά Λειτουργικό Τομέα.

		Πολύ ικανοποιημένος	Μάλλον ικανοποιημένος	Σύνολο
Αθλήματα	N %	100,0%	,0%	100,0%
Τεχνολογία	N %	100,0%	,0%	100,0%
Ιατρικές υπηρεσίες	N %	,0%	100%	100,0%
Υπηρεσίες αγώνων	N %	40,0%	60,0%	100,0%
Συνοδοί Αποστολών	N %	100,0%	,0%	100,0%
Μετάλλια-Απονομές	N %	100,0%	,0%	100,0%
Γλωσσικές υπηρεσίες	N %	100,0%	,0%	100,0%
Υπηρεσίες Επισήμων	N %	,0%	100,0%	100,0%
Υπηρεσίες οικογενειών	N %	,0%	100,0%	100,0%
Υπηρεσίες θεατών	N %	,0%	100,0%	100,0%