



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

**«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η
εφαρμογή της από την Τράπεζα Πειραιώς»**

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ

ΣΤΕΛΛΑ ΣΒΗΡΚΟΥ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

Δρ. ΑΓΓΕΛΟΣ ΑΝΤΖΟΥΛΑΤΟΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2015

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	3
Abstract	4
Ευχαριστίες	5
1. Εισαγωγή	6
2. ΕΚΕ – Ιστορική εξέλιξη	7
2.1. Οι απαρχές	7
2.2. Οι μεταβαλλόμενες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες.....	9
2.3. Η αυξανόμενη ανάγκη και κοινωνική πίεση από τη δεκαετία του 1990	10
3. ΕΚΕ – Μία δύσκολα οριζόμενη και δύσκολα μετρούμενη έννοια.....	12
3.1. Ορισμοί	12
3.2. Διαστάσεις	15
4. Πρακτικά θέματα	20
4.1. Προϋποθέσεις εφαρμογής.....	21
4.2. Μέτρηση της επιδόσεως των επιχειρήσεων.....	22
5. Κριτική ανάλυση.....	29
5.1. Προσδοκώμενα οφέλη για επιχειρήσεις	29
5.2. Κριτική.....	34
5.3. Οι επιπτώσεις της κρίσεως.....	37
6. Η εφαρμογή της ΕΚΕ από την Τράπεζα Πειραιώς.....	38
6.1. Τράπεζα Πειραιώς – Με μία ματιά	399
Ιστορική εξέλιξη	39
Εταιρική ταυτότητα	40
Μετοχική σύνθεση	40
Όραμα, αξίες, στόχοι	41
6.2. Εταιρική κοινωνική ευθύνη – Τομείς δραστηριότητας	42
Εταιρική διακυβέρνηση	42
Κοινωνία	44
Πολιτισμός	45
Ανθρώπινο δυναμικό	46
Σχέσεις με τους πελάτες.....	49
Σχέσεις με τους προμηθευτές.....	52
Τραπεζικές εργασίες και περιβάλλον	52
Περιβαλλοντικό αποτύπωμα της Τραπεζής.....	54
7. Συμπεράσματα	56
Βιβλιογραφία	588
Ιστότοποι.....	60

Περίληψη

Στο σημερινό συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον οι επιχειρήσεις, μεταξύ των άλλων, καλούνται να επιδείξουν υπεύθυνη συμπεριφορά προκειμένου να εξασφαλίσουν εκτός από τα προσδοκώμενα οικονομικά οφέλη, ισορροπία στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Αναγνωρίζοντας, δηλαδή, την αμφίδρομη σχέση με την κοινωνία και τα πιθανά οφέλη που μπορεί να αποκομίσουν ακολουθώντας τέτοιες πρακτικές, οι επιχειρήσεις αποδέχονται την ευθύνη που τους αναλογεί και προσαρμόζουν την συμπεριφορά τους απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Συνεπώς, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένα ενδιαφέρον και δυναμικό ζήτημα που απασχολεί τις επιχειρήσεις.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παραθέτοντας το εννοιολογικό πλαίσιο, παρουσιάζοντας συμπυκνωμένα τις βασικές παραμέτρους που συνθέτουν το θεσμό, εξετάζοντας την αναγκαιότητα εφαρμογής του, καθώς και τις προϋποθέσεις που πρέπει να τηρούνται προκειμένου να αποκομίζονται τα μέγιστα δυνατά αποτελέσματα από τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν το θεσμό της ΕΚΕ. Τέλος, μέσω του παραδείγματος της Τράπεζας Πειραιώς επιχειρείται η μεταφορά της θεωρητικής προσέγγισης στη βάση της επιχειρηματικής πρακτικής.

Abstract

In today's constantly changing business environment, among others, are required to demonstrate responsible behavior to ensure apart from the expected economic benefits, balance environmental and social dimensions of their business. Recognizing, ie, the reciprocal relationship with society and the potential benefits that can accrue by following such practices, companies accept responsibility attributable and adapt their behavior towards society and the environment. Consequently, Corporate Social Responsibility is an interesting and dynamic issue facing businesses. The purpose of this thesis is to investigate the institution of Corporate Social Responsibility, giving the conceptual framework, showing concentrated the basic parameters that make up the institution, considering the necessity of implementation, and the conditions that must be met in order to reap the utmost results of the companies implementing the institution of CSR. Finally, through the example of Piraeus Bank seeks to transfer the theoretical approach on the basis of business practice.

Ευχαριστίες

Μετά την ολοκλήρωση της διπλωματικής διατριβής αισθάνομαι την υποχρέωση να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ Άγγελο Αντζουλάτο για τη σημαντική βοήθεια του.

1. Εισαγωγή

Στις μέρες μας, είναι κοινά αποδεκτό το γεγονός ότι μόνο η μεγιστοποίηση του βραχυχρόνιου κέρδους δεν οδηγεί απαραίτητα στην βιωσιμότητα μιας επιχείρησης και στην αύξηση της αξίας της για τους μετόχους, αλλά απαιτείται η επίδειξη υπεύθυνης συμπεριφοράς, η οποία έχει ως στόχο, εκτός από την οικονομική ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και την προώθηση της κοινωνικής συνοχής. Με την εφαρμογή της ΕΚΕ μια επιχείρηση εξασφαλίζει αποτελεσματική εταιρική διακυβέρνηση, την ικανοποίηση των εργαζομένων, αλλά και των πελατών και προμηθευτών της, τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία της και το γενικότερο καλό της κοινωνία στο σύνολο της.

Η παρούσα διατριβή ξεκινά με την παρουσίαση της ιστορική εξέλιξη του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Στη συνέχεια επιχειρείται μια προσπάθεια παράθεσης των σημαντικότερων ορισμών που έχουν διατυπωθεί, καθώς και αναλύονται οι τρεις διαστάσεις της: η κοινωνική, η περιβαλλοντική και η οικονομική. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι προϋποθέσεις εφαρμογής της και γίνεται αναφορά στις μεθόδους ελέγχου της απόδοσης των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν την ΕΚΕ μέσα από δείκτες και από διεθνή πρότυπα. Στη συνέχεια αναλύονται τα οφέλη για τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν την ΕΚΕ και οι αντιρρήσεις που έχουν εκφραστεί σχετικά με την αναγκαιότητα εφαρμογής της. Φυσικά, δεν θα μπορούσε να λείπει από την παρούσα διατριβή και αναφορά στο πως εφαρμόζεται η ΕΚΕ στην τρέχουσα οικονομική κατάσταση. Τέλος εξετάζεται ως μελέτη περίπτωσης η τραπεζική εταιρεία «Τράπεζα Πειραιώς Α.Ε.». Συγκεκριμένα, παρουσιάζεται συνοπτικά η γενική εικόνα της επιχείρησης και οι δράσεις της σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη την οποία ακολουθεί.

2. ΕΚΕ – Ιστορική εξέλιξη

Η εξέλιξη της έννοιας της ΕΚΕ έχει μακρά ιστορία η οποία συνδέεται με τον τρόπο που επηρεάζει τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων.

2.1. Οι απαρχές

Το πώς έχει εξελιχθεί και μετασχηματιστεί η έννοια της ΕΚΕ στην πάροδο των χρόνων, απεικονίζεται εύστοχα από τον Lee (2008) με το παράδειγμα της επιχείρησης Ford Motor Company. Το 1919 οι μέτοχοι της Ford συμφώνησαν με την απόφαση του Ανωτάτου Δικαστηρίου του Michigan, να χορηγήσει η επιχείρηση στους αδελφούς Dodge τα μέγιστα μερίσματα. Η απόφαση αυτή χλευάζε την πρόθεση του Henry Ford (προέδρου και κυρίου μετόχου της εταιρείας) να επενδύσει τα συσσωρευμένα κέρδη για την επέκταση ενός υφιστάμενου εργοστασίου, που θα επέτρεπε στην επιχείρηση να αυξήσει δραματικά την παραγωγή και συνεπώς των αριθμό των εργαζομένων με αποτέλεσμα την περεταίρω μείωση του κόστους παραγωγής και συνεπώς την μείωση των τιμών των αυτοκινήτων. Στην περίπτωση αυτή, το δικαστήριο έκρινε ότι ο επιχειρηματίας όφειλε να λειτουργεί την επιχείρηση του για να ωφεληθούν οι μέτοχοι και όχι οι εργαζόμενοι ή η κοινωνία συνολικά. Στον αντίποδα, το 1999, ο μεγάλος εγγονός του Henry Ford, William Clay Ford Jr, στην προσπάθεια του να πείσει τους μετόχους για την σημασία της εταιρείας ως υπηρεσία προς την κοινωνία, έλαβε σημαντική υποστήριξη από τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων και των μετόχων της εταιρείας (Lee, 2008).

Παρατηρούμε ότι, οι μέτοχοι της Ford Motor Company αντιλήφθηκαν και ανταποκρίθηκαν διαφορετικά στην έννοια και την επιχειρηματική επίπτωση της ΕΚΕ, στις δύο χρονικές περιόδους. Το 1919 η έννοια της ΕΚΕ διατυπώθηκε αόριστα και με τέτοιο τρόπο, που οι μέτοχοι δεν μπορούσαν να διαπιστώσουν πως αυτή θα υπηρετούσε τα συμφέροντα τους και πως συνδεόταν με την απόδοση και την διαχείριση της επιχείρησης. Αντίθετα, το 1999, οι μέτοχοι μπορούν να αναγνωρίσουν τα οφέλη της ΕΚΕ για την επιχείρηση (Moura-Leite & Padgett, 2011).

Συγκεκριμένα, η ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης πρωτοεμφανίστηκε στις Η.Π.Α. στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Ήταν η εποχή που οι επιχειρήσεις δέχονταν επίθεση για τη δύναμή τους, το μέγεθος τους και θεωρούνταν ένοχες για αντί-κοινωνικές και

αντί-ανταγωνιστικές πρακτικές. Για να προστατευθούν οι καταναλωτές – πολίτες και για αποδυναμωθούν οι επιχειρήσεις, εφαρμόστηκαν τραπεζικές ρυθμίσεις, νόμοι για την προστασία του καταναλωτή και αντί-μονοπωλιακή νομοθεσία (Lawerence, et al., 2005, p. 48).

Οι θεολόγοι της περιόδου υποστήριζαν ότι οι επιχειρήσεις θα αποκτούσαν κοινωνική ευθύνη αν με κάποιο τρόπο συγκεκριμένες θρησκευτικές αρχές μπορούσαν να εφαρμοστούν στις δραστηριότητές τους (Lantos, 2001, p. 598). Την ίδια στιγμή, λιγοστά οξυδερκή στελέχη των επιχειρήσεων ενθάρρυναν τις εταιρείες να αναλάβουν, παράλληλα με την αμιγή οικονομική τους δραστηριότητα, κοινωνική δράση. Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω, αποτέλεσε η εμφάνιση των αρχών της φιλανθρωπίας και της διαχείρισης, οι οποίες διαμόρφωσαν την σύγχρονη επιχειρηματική σκέψη για την κοινωνική ευθύνη και αποτέλεσαν τους θεμέλιους λίθους για την ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Lawerence, et al., 2005, p. 48).

Η αρχή της φιλανθρωπίας έχει τις απαρχές της στην αρχαιότητα και υποστηρίζει ότι τα πλουσιότερα μέλη της κοινωνίας θα πρέπει να επιδεικνύουν ελεήμονη συμπεριφορά ως προς τα θεωρούμενα λιγότερο τυχερά και επομένως φτωχότερα άτομα της κοινωνίας (Lawerence, et al., 2005, p. 48). Σύμφωνα με την αρχή αυτή, όσοι διαθέτουν μεγάλη περιουσία οφείλουν να διαθέτουν μέρος αυτής στους οικονομικά ασθενέστερους. Δηλαδή, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να χρησιμοποιούν μέρος της δύναμης και του πλούτου τους για το δημόσιο συμφέρον. Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, η φιλανθρωπική δραστηριότητα των επιχειρήσεων είχε να κάνει κυρίως με χρηματικές δωρεές, με ανέγερση δημόσιων βιβλιοθηκών και οίκων για απόρους. Δεδομένου ότι, την χρονική εκείνη περίοδο, δεν υπήρχαν συστήματα κοινωνικής ασφάλισης, κοινωνικής πρόνοιας και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, οι δωρεές αυτές ήταν ιδιαίτερα σημαντικές για τις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες. Τέλος, αξιοσημείωτο είναι ότι, στις αρχές του 1920, φιλανθρωπική δραστηριότητα αναλάμβαναν πλέον, πέρα των μεμονωμένων εύπορων και οι ίδιες οι επιχειρήσεις (Lantos, 2001, p. 598).

Από την άλλη μεριά, η αρχή της διαχείρισης βασίζεται στη θεώρηση των στελεχών ως διαχειριστές ή επιστάτες της περιουσίας που ενεργούν για το γενικό καλό. Μεγάλο μέρος των σύγχρονων στελεχών, αν και εργάζεται σε οργανισμούς ιδιωτικού χαρακτήρα και επιδιώκει την επίτευξη κερδών για τους μετόχους, πιστεύει ότι έχει υποχρέωση να κατανοήσουν όλοι – και περισσότερο εκείνοι που βρίσκονται σε κίνδυνο ή ανάγκη – ότι επωφελούνται από τις ενέργειες των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με αυτή την αρχή, τα

στελέχη κατέχουν μία θέση δημόσιας διαφύλαξης ελέγχοντας την ανάλωση πόρων και επηρεάζουν σε πολλά σημεία το κοινωνικό σύνολο. Επομένως, επωμίζονται μια ευθύνη να χρησιμοποιήσουν τους πόρους με ορθούς τρόπους όχι μόνο για το όφελος των μετόχων, αλλά και της ευρύτερης κοινωνίας. Έτσι, είναι διαχειριστές ή επιστάτες για την κοινωνία και οφείλουν να ενεργήσουν κοινωνικά υπεύθυνα κατά τη λήψη αποφάσεων (Lawrence, et al., 2005, pp. 49-50). Είναι, συνεπώς, υποχρέωση της επιχειρηματικής κοινότητας είναι να αντιμετωπίζει το κοινωνικό σύνολο με υπευθυνότητα.

2.2. Οι μεταβαλλόμενες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες

Πριν τη δεκαετία του 1960, η επιχειρηματική ηθική δεν αποτελούσε θέμα πρώτιστης σημασίας για τον επιχειρηματικό κόσμο, καθώς εκείνη την εποχή υπήρχε ένα ισχυρό κράτος το οποίο μεριμνούσε για τις ευπαθέστερες κοινωνικές ομάδες. Η δεκαετία του 1960 αποτέλεσε το χρονικό ορόσημο για να αρχίσουν τα στελέχη των επιχειρήσεων να προβληματίζονται για θέματα ηθικής. Την εποχή εκείνη, ο κόσμος συνειδητοποίησε ότι ακόμα και αξιοσέβαστες εταιρείες φέρονταν ανήθικα και ανεύθυνα χάρις στην αρνητική δημοσιότητα από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Οι επιχειρήσεις εκμεταλλεύονταν το ανθρώπινο δυναμικό τους, παρήγαγαν επικίνδυνα προϊόντα, κατέστρεφαν το φυσικό περιβάλλον, εμπλέκονταν σε απάτες και περιστατικά διαφθοράς στο κυνήγι του χρήματος και της δύναμης. Από τα μέσα της δεκαετίας του 1970, η ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης καταλαμβάνει σημαντική θέση στον επιχειρηματικό και ακαδημαϊκό κόσμο κυρίως ως αποτέλεσμα της κυριαρχίας της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας και της συνεπακόλουθης υποχώρησης του κράτους πρόνοιας (Lantos, 2001, p. 597).

Τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 2000 εκδηλώνονται εταιρικά σκάνδαλα οικονομικού και περιβαλλοντικού χαρακτήρα (π.χ. Nestle, Nike, Coca Cola) με συνέπεια να αυξηθεί σημαντικά το ενδιαφέρον για την ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Τα σκάνδαλα αυτά διάβρωσαν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και κατέδειξαν την αλλαγή των ανθρώπινων αξιών με την μετακίνηση αυτών προς τον μετα-υλισμό στις προηγμένες βιομηχανικά κοινωνίες. Ενώ η προγενέστερη βιομηχανική κοινωνία εστίαζε στην οικονομική ανάπτυξη, η μεταβιομηχανική κοινωνία ασχολείται και με θέματα περιβάλλοντος και πολιτισμού. Τα άτομα στη μετα-βιομηχανική κοινωνία έχοντας εξασφαλίσει σωματική και οικονομική

ασφάλεια ενδιαφέρονται για μετα-υλιστικές αξίες. Οι αξίες αυτού του τύπου δεν σχετίζονται με υλικές ανάγκες αλλά με ανάγκες συναισθηματικής φύσεως, προσωπικής αναγνώρισης, αυτοεκτίμησης, αυτοέκφρασης, εμπιστοσύνης στην ομάδα, υποκειμενικής ευημερίας και ποιότητας ζωής και οδηγούν σε νέες κοινωνικές απαιτήσεις. Πλέον, μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών δεν αποζητάει μονάχα καλή ποιότητα των προϊόντων/υπηρεσιών αλλά να λαμβάνονται υπόψη και ηθικά θέματα όπως κοινωνική δικαιοσύνη, ισότητα ή σεβασμός του περιβάλλοντος οδηγώντας έτσι τις επιχειρήσεις να ενσωματώνουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στις στρατηγικές τους (Carrasco, 2007, pp. 456-459).

2.3. Η αυξανόμενη ανάγκη και κοινωνική πίεση από τη δεκαετία του 1990

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 παρατηρήθηκε ανάληψη πρωτοβουλιών σε θέματα κοινωνικής ευθύνης από μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό συνέβη μέσα από την ωρίμανση συγκεκριμένων κοινωνικών συνθηκών, με αφορμή, κυρίως, μια σειρά σκανδάλων που αφορούσαν μεγάλου μεγέθους πολυεθνικές επιχειρήσεις, Μεγάλες διαστάσεις έλαβαν οι περιπτώσεις: της Nike που αφορούσε κατηγορίες για καταναγκαστική εργασία και εργασία ανηλίκων στην Ασία, της Exxon για το ναυάγιο Exxon Valdez το οποίο προκάλεσε τεράστια οικολογική καταστροφή στις ακτές της Αλάσκας, της Shell για την υπόθεση Brent Spa και για αιματηρά επεισόδια στη Νιγηρία και της Nestle για επικίνδυνη φόρμουλα σε παιδικές τροφές που διανεμήθηκαν στην Αφρική και για απασχόληση ανηλίκων σε φυτείες καφέ. Οικολογικές και ανθρωπιστικές οργανώσεις κινήθηκαν εναντίον των επιχειρήσεων αυτών μέσω δυσφημιστικών εκστρατειών. Το αποτέλεσμα ήταν να γίνει αποδεκτή η ανάγκη διανομής του λεγόμενου «κοινωνικού μερίσματος», δηλαδή, οι επιχειρήσεις οφείλουν από την στιγμή που αντλούν πόρους από το φυσικό περιβάλλον και την κοινωνία με μόνο σκοπό το κέρδος, να διοχετεύουν μέρος αυτών των κερδών σε δράσεις σχετικές με την προστασία του περιβάλλοντος αλλά και για κοινωνικούς σκοπούς.

Ο ρόλος των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός, δεδομένου ότι τις τελευταίες δεκαετίες έχουν αυξήσει σημαντικά τη δύναμη της και επηρεάζοντας την κοινή γνώμη, αποτελούν σημαντικό μοχλό πίεσης προς τις

επιχειρήσεις. Φυσικά, σημαντικός παράγοντας είναι και η βελτίωση του βιοτικού και του μορφωτικού επιπέδου των πολιτών των αναπτυγμένων χωρών, οι οποίοι είναι και αυτοί που στηρίζουν έμπρακτα τις δράσεις των Μ.Κ.Ο. και εμφανίζονται πλέον, ευαισθητοποιημένοι σε θέματα σεβασμού του περιβάλλοντος, οικολογικών προϊόντων και «πράσινης» τεχνολογίας (Mitra & Borza, 2011). Τέλος, οι οργανώσεις αυτές, που έχουν ως λόγο ύπαρξης τους την κοινωνική αποστολή, διαθέτουν τέτοιο οργανωσιακό υπόβαθρο, που τους επιτρέπει να στοχεύουν και να δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες, ώστε οι κοινωνικές δράσεις να είναι αποτελεσματικές (Mitra & Borza, 2011).

Σημαντικό ρόλο στην προώθηση της εταιρικής υπευθυνότητας παίζει και η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Η βιώσιμη ανάπτυξη ή αειφόρος ανάπτυξη, ορίστηκε για πρώτη φορά το 1987 στη Παγκόσμια Επιτροπή για το περιβάλλον και την ανάπτυξη από τον Gro Harlem Brundtland, ο οποίος ήταν τότε πρωθυπουργός της Νορβηγίας. Στην τελική έκθεση της επιτροπής με τίτλο «Το Κοινό μας Μέλλον» που ονομάστηκε επίσης και έκθεση Brundtland η βιώσιμη ανάπτυξη ορίστηκε ως: Η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να δεσμεύει την δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες (World Commission on Environment and Development, 1987). Με άλλα λόγια οι επιχειρήσεις έχουν την ηθική υποχρέωση να ικανοποιούν την ανάγκη τους για κερδοφορία, χωρίς να υπονομεύουν το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο θα ζήσουν οι μελλοντικές γενιές.

Τα τελευταία χρόνια η ανάγκη εφαρμογής της ΕΚΕ αναδείχτηκε σημαντική για την επιχειρηματική πρακτική λόγω των συνθηκών που λαμβάνουν χώρα σε παγκόσμιο επίπεδο (Βαξεβανίδου, 2011, p. 64). Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης οδηγεί τις επιχειρήσεις σε έντονη αλληλεξάρτηση και σε δραστηριότητες που υπόκεινται σε διεθνείς συμβάσεις και ελέγχους. Είναι κοινός τόπος ότι, για να εξασφαλίσει μία επιχείρηση τη βιωσιμότητά της θα πρέπει ο στρατηγικός προγραμματισμός της να κινείται σε τρεις βασικούς άξονες, οι οποίοι είναι η οικονομική ανάπτυξη, η οικολογική ισορροπία και η κοινωνική πρόοδος.

Μια επιχείρηση με κοινωνικό προφίλ, δηλαδή που έχει υιοθετήσει μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος, που ακολουθεί κοινωνική πολιτική που στοχεύει στην επίλυση οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων, διαθέτει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών της, δεδομένου ότι έχει μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα, περισσότερες πιθανότητες αύξησης των πωλήσεων λόγω ανάπτυξης καινοτόμων προϊόντων, βελτιωμένες σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη, ενισχυμένη

αφοσίωση των εργαζομένων στους στόχους της επιχείρησης, εξοικονόμηση χρημάτων και αποφυγή κυρώσεων εξαιτίας μη τήρησης μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος και, συνεπώς μακροπρόθεσμα καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα. Συνεπώς, η εφαρμογή, ενός προγράμματος ΕΚΕ από μια επιχείρηση προσφέρει πολλαπλά οφέλη τόσο για την εικόνα όσο και για την οικονομική ανάπτυξη της.

3. ΕΚΕ – Μία δύσκολα οριζόμενη και δύσκολα μετρούμενη έννοια

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται μια καταγραφή των ποικίλων εννοιολογικών διαστάσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Επιπρόσθετος, γίνεται αντιληπτό το γεγονός ότι, όλο και μεγαλύτερος αριθμός επιχειρήσεων υιοθετεί την άποψη ότι η προσπάθεια μεγιστοποίησης του κέρδους πρέπει να συνυπολογίζει τις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες που συνυπάρχουν σε οποιαδήποτε παραγωγική δραστηριότητα.

3.1. Ορισμοί

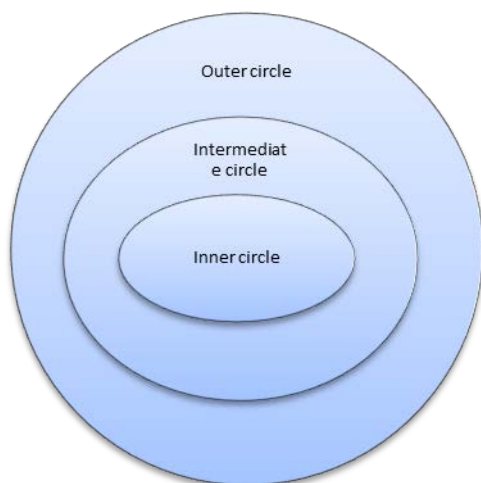
Ακαδημαϊκοί αλλά και στελέχη επιχειρήσεων έχουν παρατηρήσει πως η εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) έχει μετατραπεί τα τελευταία χρόνια από μια χωρίς ιδιαίτερη σημασία και αμφίβολη ιδέα, σε ένα θέμα με υψηλό ερευνητικό ενδιαφέρον (McWilliams, et al., 2006).

Παρόλο που τις τελευταίες δεκαετίες η ΕΚΕ κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος, δεν υπάρχει ενιαίος, σαφής και κοινά αποδεκτός ορισμός της. Αυτό οφείλεται στον πολυδιάστατο και πολυσύνθετο χαρακτήρα της, στην ευρύτητα των τομέων και θεμάτων που περιλαμβάνει, αλλά και στο γεγονός ότι η μέτρηση και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από δραστηριότητες των επιχειρήσεων που στη στρατηγική τους έχουν εντάξει την ΕΚΕ, είναι δύσκολη και υποκειμενική, δεδομένου ότι αφορά ποιοτικά και όχι ποσοτικά στοιχεία.

Η ακαδημαϊκή κοινότητα και τα στελέχη των επιχειρήσεων, προσπάθησαν από τις αρχές της δεκαετίας του 1960 να διατυπώσουν έναν ορισμό για την ΕΚΕ. Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, σύμφωνα με τον Keith Davis (1960), αναφέρεται σε αποφάσεις και δράσεις οι οποίες δεν σχετίζονται με οικονομικά αποτελέσματα καθώς

και με θέματα τεχνολογικού ενδιαφέροντος (Davis, 1960). Τον επόμενο χρόνο, οι Eells και Walton κατέληξαν στο ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρεται σε θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος και γενικά σε αξίες που πρέπει να διέπουν τη σχέση εταιρίας και κοινωνίας (Eells & Walton, 1961).

Το 1971, η Επιτροπή Οικονομικής Ανάπτυξης (Committee for Economic Development) χρησιμοποίησε τη θεωρία των «τριών ομόκεντρων κύκλων» σε μία προσπάθεια σχηματικού προσδιορισμού της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ο εσωτερικός κύκλος περιλαμβάνει βασικές οικονομικές λειτουργίες, όπως την παραγωγή, την ανάπτυξη και οικονομική μεγέθυνση. Ο μεσαίος κύκλος προτείνει ότι το σύνολο των συγκεκριμένων λειτουργιών πρέπει να γίνεται δίνοντας έμφαση σε κοινωνικές αξίες και προτεραιότητες. Τέλος, ο εξωτερικός κύκλος περιέχει όλες τις νέο – εμφανιζόμενες, για τα δεδομένα της συγκεκριμένης περιόδου, ευθύνες της επιχείρησης έτσι ώστε να γίνει περισσότερο ενεργή στη βελτίωση του κοινωνικού περιβάλλοντος (Committee for Economic Development, 1971).



ΠΗΓΗ: Committee for Economic Development (1971)

Στη συνέχεια, η θεωρία των ομόκεντρων κύκλων διευρύνεται από τον Wood, σύμφωνα με τον οποίο, η βασική ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έγκειται στο γεγονός ότι η επιχείρηση και η κοινωνία είναι δύο έννοιες, οι οποίες όχι μόνο συνδέονται άμεσα, αλλά κυρίως δεν μπορούν να ακολουθήσουν ανεξάρτητες πορείες (Wood, 1991). Μεταγενέστερα, οι Jackson και Nelson, χαρακτηρίζουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως απαραίτητο συστατικό επιτυχίας των επιχειρηματικών λειτουργιών, καθώς επίσης και ως μια ευκαιρία έτσι ώστε οι επιχειρήσεις να επικεντρώσουν το ενδιαφέρον τους όχι μόνο σε οικονομικά αποτελέσματα αλλά να λαμβάνουν ταυτόχρονα υπόψη τους τον ευρύτερο κοινωνικό προβληματισμό (Jackson &

Nelson, 2004), ενώ ο Clarkson υποστηρίζει ότι, η βασική ιδέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έγκειται στην ικανοποίηση του συνόλου των ενδιαφερομένων μερών, των stakeholders (Clarkson, 1995).

Το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για την Βιώσιμη Ανάπτυξη, στα πλαίσια έρευνας που διεξήχθη το 2001, χρησιμοποίησε για την εταιρική κοινωνική ευθύνη τον παρακάτω ορισμό: «η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και να προσπαθήσουν μαζί με τους εργαζόμενους, τις οικογένειές τους, την τοπική κοινωνία και την κοινωνία γενικότερα, να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους (WBCSD, 2001).

Επίσης, σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, «η εταιρική κοινωνική ευθύνη ορίζεται ως μια έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν, σε εθελοντική βάση, κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις καθημερινές τους επιχειρηματικές δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη». Περαιτέρω, η Πράσινη Βίβλος ορίζει ότι: «το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος δεν σημαίνει ότι εκπληρώνει πλήρως τις νομικές υποχρεώσεις του αλλά ότι υπερβαίνει τα όρια τήρησης του νόμου επενδύοντας περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στις σχέσεις του με τα ενδιαφερόμενα μέρη» (ΠΡΑΣΙΝΟ ΒΙΒΛΙΟ, 2001). Οι επιχειρήσεις δηλαδή, αποφασίζουν να προχωρήσουν πέρα από τις ελάχιστες νομικές υποχρεώσεις που τις βαρύνουν, όπως αυτές απορρέουν από συλλογικές συμβάσεις, με σκοπό να ανταποκριθούν στις ανάγκες διάφορων κοινωνικών ομάδων. Υιοθετώντας οι επιχειρήσεις υπεύθυνες πρακτικές, μπορούν σε συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη, να βοηθήσουν στην επίτευξη οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών φιλοδοξιών. Για παράδειγμα, η Τράπεζα Πειραιώς, στα πλαίσια της ΕΚΕ, έχει δημιουργήσει Ειδικό Γραφείο Περιβαλλοντικών Θεμάτων, επανδρωμένο με εξειδικευμένα στελέχη και έχει συνεργαστεί με ειδικούς επιστήμονες στα περιβαλλοντικά θέματα και φορείς.

Τέλος, το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ορίζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως «την οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους»¹.

¹www.csrhellas.org

Παρόλη την ύπαρξη πολλών και διαφορετικών ορισμών, είναι αποδεκτά ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ, η στενή σχέση της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και ότι είναι στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι απλά περιστασιακή επιλογή¹.

3.2. Διαστάσεις

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι η εφαρμογή της ΕΚΕ είναι πολυδιάστατη και πολυεπίπεδη μιας και περιλαμβάνει πολλά και ετερόκλητα επίπεδα. Δεν πρέπει άλλωστε να ξεχνάμε ότι, πρόκειται για ένα θεσμό σε εξέλιξη που επηρεάζεται από τις συνεχώς αυξανόμενες κοινωνικές ανάγκες. Για παράδειγμα, η ΕΚΕ μπορεί να εφαρμοστεί με δράσεις σχετικές με την προστασία του περιβάλλοντος, την ασφάλεια στους χώρους εργασίας, την εταιρική διακυβέρνηση και τις χορηγίες.

Ο John Elkington (1998) ανέπτυξε τον όρο Triple Bottom Line (TBL)- γνωστό και ως 3BL ή 3p's (People, Planet, Profit)- για να περιγράψει την ενσωμάτωση τριών βασικών πυλώνων σε όλες τις λειτουργίες ενός οργανισμού (οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό), με τους οποίους μπορεί μία επιχείρηση να μετρήσει βιωσιμότητα της και την απόδοση των έργων και των πολιτικών της (Slaper & Hall, 2011). Οι επιχειρήσεις, λοιπόν, στο πλαίσιο της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης, μπορούν να ακολουθήσουν διαδικασίες κατά τις οποίες το όραμα, η αποστολή και οι αξίες θα περιλαμβάνουν και τους τρεις παραπάνω πυλώνες. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις ακολουθούν στρατηγική που ενσωματώνει βιώσιμες οικονομικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές αρχές σε όλες της λειτουργίες μιας επιχείρησης.

Κοινωνική

Κάθε επιχείρηση δεν είναι απλά ένα τμήμα του οικονομικού συστήματος, αλλά αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του κοινωνικού και του οικονομικού συστήματος. Η κοινωνική αυτή διάσταση των επιχειρήσεων, αφορά πολιτικές που εφαρμόζονται τόσο στο εσωτερικό τους περιβάλλον που περιλαμβάνει το ανθρώπινο δυναμικό, όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον που περιλαμβάνει τους συνεργάτες, τους καταναλωτές και την τοπική κοινωνία.

Συγκεκριμένα, στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, ο παράγοντας που αποκτά πλέον ιδιαίτερη σημασία είναι ο άνθρωπος. Έτσι κάθε επιχείρηση επιδιώκει να

εξασφαλίζει σύγχρονο, ασφαλές και υγιές περιβάλλον εργασίας, να βελτιώνει τις σχέσεις επικοινωνίας διοίκησης – εργαζομένων, να παρέχει αρμοδιότητες και εξουσία στους εργαζομένους, να ενθαρρύνει την επαγγελματική τους κατάρτιση έτσι ώστε το εργασιακό κλίμα να βελτιώνεται και να αυξάνεται η παραγωγικότητα των εργαζομένων (Βαξεβανίδου, 2011, p. 131). Επίσης, θα πρέπει με την πολιτική της κάθε επιχείρηση να καταπολεμά τον κοινωνικό αποκλεισμό, παρέχοντας δίκαιες αμοιβές και ίση μεταχείριση χωρίς περιορισμούς (πχ. φυλετικούς, κοινωνικούς, κ.α.). Εξίσου σημαντικό είναι οι επιχειρήσεις σε περιπτώσεις κερδοφορίας να διαθέτουν μερίδιο από τα κέρδη στους εργαζόμενους αμείβοντας τους, με αυτόν τον τρόπο, για τις προσπάθειες τους, κάνοντας τους παράλληλα και συμμετόχους στο εταιρικό κεφάλαιο. Όμως και σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, θα πρέπει ο σχεδιασμός των επιχειρήσεων να είναι τέτοιος ώστε να αποτρέπονται ή να μειώνονται οι απολύσεις στο ελάχιστο δυνατό.

Παράλληλα, οι επιχειρήσεις, στο εξωτερικό περιβάλλον, μπορούν να ακολουθήσουν πολιτικές που θα έχουν ως στόχο την αύξηση της απασχόλησης της τοπικής κοινωνίας. Απασχολώντας εργατικό δυναμικό από την τοπική κοινωνία και επιδιώκοντας συνεργασία με άλλες τοπικές επιχειρήσεις, συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας και στην περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη της περιοχής και άρα διατήρηση αλλά και στη διαμόρφωση της κοινωνικής συνοχής. Άλλες κοινωνικές πολιτικές που μπορεί να εφαρμόσει μια επιχείρηση και αφορούν το εξωτερικό της περιβάλλον, είναι οι χορηγίες πολιτιστικών, αθλητικών και άλλων δράσεων, καθώς επίσης και οργάνωση προγραμμάτων κατάρτισης ανέργων σε συνεργασία με τοπικούς ή κρατικούς φορείς και τέλος διάφορες επιχορηγήσεις και φιλανθρωπικές δραστηριότητες.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Kotler (2009), υπάρχουν έξι βασικοί τύποι κοινωνικών πρωτοβουλιών που μπορούν να εφαρμόσουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να υποστηρίξουν και να εκπληρώσουν κοινωνικούς σκοπούς. Αυτές είναι (Kotler & Lee, 2009, p. 39):

Προωθητικές Ενέργειες Σκοπού (Cause Promotions): Η επιχείρηση προσφέρει χρήματα, προϊόντα ή άλλες υπηρεσίες για να ευαισθητοποιήσει το κοινωνικό σύνολο και την τοπική κοινωνία γύρω από ένα θέμα ή για κάποιο κοινωνικό σκοπό και στη συνέχεια να υποστηρίξει τη στρατολόγηση και τη συμμετοχή εθελοντών υπέρ του σκοπού αυτού (π.χ. πρόγραμμα αναδάσωσης). Συγκεκριμένα, μια επιχείρηση μπορεί να διοργανώσει μία ημερίδα, εκθέσεις και συνέδρια παίρνοντας πρωτοβουλία από μόνη της ως βασικός χορηγός ή να είναι ένας από τους πολλούς χορηγούς σε πρωτοβουλία ενός άλλου

οργανισμού. Έτσι επιτυγχάνεται η γνωστοποίηση και η διάδοση αυτού του κοινωνικού σκοπού, με απώτερο στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινωνικού συνόλου.

Μάρκετινγκ Σκοπού (Cause- related Marketing): Η επιχείρηση δεσμεύεται να δωρίσει ένα ποσό ή ποσοστό επί των πωλήσεων της για έναν κοινωφελή ή κοινωνικό σκοπό. Η πολιτική αυτή εφαρμόζεται συνήθως για κάποιο συγκεκριμένο προϊόν, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και για συγκεκριμένο φιλανθρωπικό σκοπό. Οι δράσεις αυτού του είδους εξασφαλίζουν αμοιβαίο όφελος, τόσο στην επιχείρηση λόγω της πιθανής αύξησης των πωλήσεων του συγκεκριμένου προϊόντος όσο και στον οργανισμό που συνεργάζεται. Παράλληλα ικανοποιούν το αίσθημα των καταναλωτών για φιλανθρωπία, οι οποίοι αγοράζοντας το συγκεκριμένο προϊόν βοηθούν για ένα σκοπό χωρίς να καταβάλλουν επιπλέον χρήματα.

Εταιρικό Κοινωνικό Μάρκετινγκ (Corporate Social Marketing): Πρόκειται για περιπτώσεις που διαφοροποιούνται από τις προωθητικές ενέργειες σκοπού και στις οποίες η επιχείρηση μπορεί να αναπτύξει και να εφαρμόσει μία εκστρατεία με έμφαση στην αλλαγή της συμπεριφοράς του κοινού με σκοπό τη βελτίωση ενός δημόσιου αγαθού, όπως της δημόσιας υγείας, της ασφάλειας, της προστασίας του περιβάλλοντος, κ.α.. Τα κύρια χαρακτηριστικά του Εταιρικού Κοινωνικού Μάρκετινγκ, είναι η έμφαση στην αλλαγή συμπεριφοράς και η συνεργασία με δημόσιους φορείς δεδομένου ότι μια εκστρατεία μπορεί να ξεκινήσει μεμονωμένα από μία επιχείρηση ή να προκύψει από τη συνεργασία με δημόσιους φορείς ή μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Εταιρική Φιλανθρωπία (Corporate Philanthropy): Η επιχείρηση μέσω χορήγησης χρημάτων ή υπηρεσιών συνεισφέρει απευθείας σε κάποιον φιλανθρωπικό οργανισμό ή κοινωνικό σκοπό. (π.χ. η προσφορά χρημάτων στο Χαμόγελο του παιδιού). Οι περισσότερες επιχειρήσεις προκειμένου να ισορροπήσουν ανάμεσα στις ανταγωνιστικές προτεραιότητες και το απαιτητικό κοινό, καλούνται να αναπτύξουν στρατηγικές έτσι ώστε να στηρίξουν έναν κοινωνικό σκοπό και να προωθήσουν φιλανθρωπικές ενέργειες. Η συγκεκριμένη τακτική είναι η πιο παλιά και η πιο συνηθισμένη.

Εταιρική Προσφορά στην Κοινότητα (Community Volunteering): Η επιχείρηση στηρίζει αλλά και ενθαρρύνει τους εργαζομένους της και τους συνεργάτες της, να διαθέσουν το χρόνο τους σε δραστηριότητες εθελοντικού χαρακτήρα για να υποστηρίξουν οργανώσεις της τοπικής κοινωνίας κυρίως. Οι δραστηριότητες μπορεί να είναι σε συνεργασία ή μη με κάποιο μη κερδοσκοπικό οργανισμό ή οργανισμό εθνικής ή τοπικής εμβέλειας.

Επιχειρηματικές Πρακτικές Κοινωνικής Ευθύνης (Socially Responsible Business Practices): Μία εταιρεία υιοθετεί και εφαρμόζει εθελοντικά πρακτικές και επενδύσεις που μπορούν να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσης στις τοπικές κοινότητες και να προστατεύσουν το περιβάλλον.

Περιβαλλοντική

Οι επιχειρήσεις προκειμένου να λειτουργήσουν αντλούν πόρους από το περιβάλλον για την παραγωγή των προϊόντων τους, εκπέμπουν απόβλητα και ρύπους και καταναλώνουν μεγάλα ποσά ενέργειας. Συνεπώς, η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί και δική τους ευθύνη και μέριμνα. Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις βαρύνονται με την ευθύνη όχι απλώς να τηρούν τη σχετική νομοθεσία και τους κανονισμούς, αλλά θα πρέπει να λαμβάνουν επιπλέον μέτρα για τη διαχείριση του περιβαλλοντικού κεφαλαίου και των φυσικών πόρων (Βαξεβανίδου, 2011). Τέτοια μέτρα, απαραίτητα στοιχεία της περιβαλλοντικής πολιτικής μιας επιχείρησης, είναι η μείωση εκπομπής ρύπων, η διαχείριση των αποβλήτων μέσω χρήσης τεχνολογικών συστημάτων φιλικών προς το περιβάλλον, η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, η ανάληψη πρωτοβουλιών για την προστασία του περιβάλλοντος.

Επίσης, οι επιχειρήσεις, μέσω του θεσμού της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης των περιβαλλοντικών θεμάτων (για παράδειγμα, πρότυπα ISO και EMAS), τα οποία θα πρέπει να ακολουθούν τις Κοινοτικές Οδηγίες. Συγκεκριμένα, η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί διάφορες ενέργειες για την υλοποίηση Ολοκληρωμένης Πολιτικής Προϊόντων (ΟΠΠ) καθώς αποτελεί σοβαρή προτεραιότητά της η βιώσιμη ανάπτυξη των σύγχρονων κοινωνιών και οικονομιών. Η ΟΠΠ αναπτύχθηκε λόγω της διαπίστωσης ότι όλα τα προϊόντα και οι υπηρεσίες έχουν περιβαλλοντικές επιπτώσεις σε όλα τα στάδια παραγωγής και διάθεσής τους (Βαξεβανίδου, 2011, p. 155). Οι κύριοι στόχοι της ΟΠΠ είναι, η ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των προϊόντων και των υπηρεσιών από όλες τις παραγωγικές φάσεις έως και τη τελική διάθεση και κατανάλωση του προϊόντος. Η ολοκληρωμένη προσέγγιση των περιβαλλοντικών θεμάτων που προσανατολίζεται στο συνδυασμό επιχειρηματικών και περιβαλλοντικών εργαλείων, όπως απαγορεύσεις συγκεκριμένων ουσιών, προγράμματα οικολογικών σημάτων και

οικονομικά όργανα. Η στενή συνεργασία με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς μέσα και γύρω από την αλυσίδα προμήθειας, από τους σχεδιαστές και τους κατασκευαστές προϊόντων μέχρι τους λιανοπωλητές και τους καταναλωτές, για να μεγιστοποιηθεί η αποτελεσματικότητα της μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Και τέλος η ανάπτυξη των 'πράσινων αγορών' για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες εισάγοντας ένα φάσμα από όργανα και κίνητρα για τους παραγωγούς που βρίσκονται στην πλευρά της προσφοράς για την ενθάρρυνση της καινοτομίας των προϊόντων και ένα φάσμα από εργαλεία πληροφόρησης για τους καταναλωτές που βρίσκονται στην πλευρά της ζήτησης για να τους ενθαρρύνουν να αγοράζουν πιο περιβαλλοντικά σωστές ('πράσινες') εναλλακτικές λύσεις².

Επιπρόσθετα, το χρηματοπιστωτικό σύστημα χρηματοδοτεί με κεφάλαια επιχειρήσεις οι οποίες αναλαμβάνουν επενδύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, οι οποίες μακροπρόθεσμα θα επιφέρουν κέρδη στις επιχειρήσεις, δεδομένου ότι οδηγούν σε αυξημένη ανταγωνιστικότητα και αποδοτικότητα, αλλά και επιφέρουν όφελος για το περιβάλλον, καθώς ελαττώνουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο.

Εν κατακλείδι, θα λέγαμε ότι, οι επιχειρήσεις πάντα σε συνεργασία με τις ενώσεις τους και τους εμπλεκόμενους φορείς οφείλουν να οργανώσουν εκστρατείες για την προώθηση παραγωγής προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, ενημερώνοντας ταυτόχρονα και τους καταναλωτές, προκειμένου αυτοί να αναπτύξουν συνειδητά οικολογικές καταναλωτικές συνήθειες.

Οικονομική

Σήμερα, είναι κοινά αποδεκτό ότι, μία επιχείρηση προκειμένου να είναι βιώσιμη, επιτυχημένη και να έχει αξία για τους μετόχους της, υιοθετεί υπεύθυνη συμπεριφορά, με την οποία προωθεί την οικονομική ανάπτυξη, αυξάνει την ανταγωνιστικότητα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και προωθεί κοινωνικά ευαίσθητα θέματα. Δηλαδή, οι ενέργειες μιας επιχείρησης πρέπει να είναι τέτοιες ώστε να μην αποσκοπούν αποκλειστικά στη μεγιστοποίηση των βραχυχρόνιων κερδών, αλλά να συνδυάζουν τις οικονομικές δραστηριότητες με περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα.

² www.uest.gr/eupalinus/

Για παράδειγμα, με την εγκατάσταση και λειτουργία μιας επιχείρησης σε μια περιοχή, δημιουργούνται θέσεις εργασίας, συνεργασίες με τους τοπικούς επαγγελματίες, δημιουργούνται έσοδα από φόρους υπέρ του δημοσίου και γενικά συμβάλλει στην ισόρροπη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τόπου.

Άλλες σημαντικές ενέργειες μιας επιχείρησης που συνδυάζουν την οικονομική δραστηριότητα με θέματα κοινωνικής υπευθυνότητας, είναι η λειτουργία με πλήρη διαφάνεια στις συναλλαγές της, η υιοθέτηση των ορθών και κοινά αποδεκτών συναλλακτικών πρακτικών, η τήρηση νόμων, κανόνων, κωδίκων δεοντολογίας και η ενσωμάτωση πρότυπων διαχείρισης και προώθησης κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων που θα τις αποφέρουν υπεροχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ένα ακόμη σημαντικό ζήτημα, είναι η αντιμετώπιση των καταναλωτών από μέρους μιας επιχείρησης. Αυτή θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από υπευθυνότητα και ειλικρίνεια. Θα πρέπει οι επιχειρήσεις να προσφέρουν προϊόντα που τηρούν τους κανόνες ποιοτικού ελέγχου και ασφάλειας, να τιμολογούν σωστά τα προϊόντα τους και να επιδιώκουν οι διαφημιστικές εκστρατείες τους να χαρακτηρίζονται από εντιμότητα.

Άλλες ενέργειες στις οποίες μπορεί να προβεί η επιχείρηση και έχουν μεγάλη σημασία για την εταιρική εικόνα και τη φήμη της, είναι η υποστήριξη της τοπικής ανάπτυξης με τη συμμετοχή σε τοπικές συμπράξεις απασχόλησης και κοινωνικής ένταξης, η χρηματοδότηση αθλητικών και πολιτιστικών τοπικών εκδηλώσεων, η χρηματοδότηση έργων υποδομής, η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις για μείωση του κόστους και αύξηση της ποιότητας των προϊόντων ή υπηρεσιών, η επένδυση κεφαλαίων σε εταιρείες με πολιτικές υπεύθυνες κοινωνικά και περιβαλλοντικά καθώς και η λήψη μέτρων αντιμετώπισης της διαφθοράς και της δωροδοκίας.

4. Πρακτικά θέματα

Οι προϋποθέσεις που θα πρέπει να συντρέχουν προκειμένου μια επιχείρηση να εντάξει στα στρατηγικά της σχέδια την εταιρική κοινωνική ευθύνη, έχουν απασχολήσει πολλούς μελετητές. Επίσης, μια σειρά από πρότυπα και δείκτες είναι στη διάθεση των επιχειρήσεων, προκειμένου να ενσωματώσουν στις επιχειρησιακές στρατηγικές τους την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

4.1. Προϋποθέσεις εφαρμογής

Σε γενικές γραμμές, μπορούμε να πούμε, ότι διαφαίνεται ότι ο βαθμός στον οποίο μια επιχείρηση θα υιοθετήσει τις επιταγές της ΕΚΕ, εξαρτάται κυρίως από οικονομικούς παράγοντες, όπως τις γενικότερες οικονομικές συνθήκες της επιχείρησης, το ευρύτερο υγιές οικονομικό περιβάλλον, το επίπεδο του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει και όλα αυτά σε συνάρτηση με τους εγχώριους και διεθνείς κανονισμούς και νόμους, την επιρροή των Μ.Κ.Ο. και άλλων οργανισμών που μάχονται για το κοινωνικό σύνολο, τις σχετικές θεσπισμένες νόρμες, τη συνεργασία μεταξύ των εταιριών και των ενδιαφερόμενων μερών (Campbell, 2007). Λεπτομέρειες ακολουθούν.

Ο βαθμός στον οποίο μια επιχείρηση θα ενεργήσει με κοινωνική υπευθυνότητα επηρεάζεται κατά πολύ από τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν. Είναι διαπιστωμένο ότι, στο βωμό της αύξησης των κερδών και κυρίως κάτω από την πίεση των μετόχων, θυσιάζεται η κοινωνική υπευθυνότητα. Παρόμοια πρακτική ακολουθούν και επιχειρήσεις που είναι λιγότερο επικερδείς και έχουν λιγότερους πόρους προς διάθεση για κοινωνικούς σκοπούς (Waddock & Graves, 1997). Φυσικά, στην συγκεκριμένη περίπτωση υπάρχει και ο αντίλογος ότι μια οικονομικά αδύναμη επιχείρηση ακολουθώντας κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές, μακροπρόθεσμα θα μπορούσε να βελτίωση την απόδοσή της. Περαιτέρω, επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε μη υγιή οικονομικά περιβάλλοντα έχουν λιγότερες πιθανότητες να συμπεριφερθούν υπεύθυνα (Campbell, 2007).

Η ύπαρξη ανταγωνισμού ανάμεσα στις επιχειρήσεις είναι άλλος ένας παράγοντας που ενισχύει ή όχι την κοινωνική συμπεριφορά των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, όταν υπάρχει έντονος ανταγωνισμός όπου τα περιθώρια κέρδους είναι ελάχιστα και κατά συνέπεια θέτεται σε κίνδυνο η βιωσιμότητα της επιχείρησης, είναι φυσικό επακόλουθο να παραγκωνίζονται οι όποιες κοινωνικές δράσεις. Το ίδιο, φυσικά, μπορεί να συμβεί και στην περίπτωση του ολιγοπωλίου ή μονοπωλίου, καθώς για τις επιχειρήσεις αυτές η καλή φήμη ή η εμπιστοσύνη του πελάτη δε θα διαφοροποιήσει τα οικονομικά τους αποτελέσματα (Campbell, 2007). Στον αντίποδα, σε κανονικές συνθήκες ανταγωνισμού, οι επιχειρήσεις επενδύουν σε κοινωνικούς σκοπούς προκειμένου να διατηρήσουν την καλή τους φήμη.

Επίσης, σημαντικό ρόλο στο να ενεργήσει μια επιχείρηση κοινωνικά υπεύθυνα, έχει και η πολιτεία θεσπίζοντας μέτρα υπέρ της κοινωνικής υπευθυνότητας. Συγκεκριμένα,

οι επιχειρήσεις είναι πιθανότερο να επιδείξουν υπεύθυνη κοινωνικά συμπεριφορά αν υπάρχουν οι κατάλληλοι θεσμοί, τα κατάλληλα όργανα και η κατάλληλη πληροφόρηση, να ενισχύσουν και να επικροτήσουν τέτοιες συμπεριφορές, με την προϋπόθεση, βέβαια, ότι οι κανονισμοί αυτοί είναι προϊόν κοινωνικού διαλόγου και διαβούλευσης μεταξύ επιχειρήσεων, πολιτείας, καταναλωτικών οργανώσεων και άλλων κοινωνικών εταίρων (Campbell, 2007). Για παράδειγμα, οι φορολογικές ελαφρύνσεις σε επιχειρήσεις που αναπτύσσουν φιλανθρωπικές δραστηριότητες, είναι σημαντικό μέτρο ενθάρρυνσης της ΕΚΕ από την πολιτεία.

Οι επιχειρήσεις κάτω από την πίεση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και των Μ.Κ.Ο., επιλέγουν να προβάλλουν το κοινωνικό τους πρόσωπο, καθώς υπόκεινται στη συνεχή απειλή της δημόσιας διαπόμπευσης σε περίπτωση επίδειξης ανεύθυνης συμπεριφοράς, γεγονός που θα είχε οδυνηρές συνέπειες στη φήμη τους και κατ' επέκταση στην οικονομική τους απόδοση (Campbell, 2007).

Τέλος, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η κουλτούρα των στελεχών των επιχειρήσεων είναι σημαντικός παράγοντας στην επιλογή της εφαρμογής της ΕΚΕ. Τα τελευταία χρόνια η ΕΚΕ περιλαμβάνεται στο προγράμματα σπουδών των περισσότερων οικονομικών πανεπιστημίων και συνεπώς τα μελλοντικά στελέχη των επιχειρήσεων γνωρίζοντας τις αξίες και την χρησιμότητα της ΕΚΕ δεν μπορούν παρά να την εφαρμόσουν στους χώρους εργασίας τους.

Είναι σημαντικό οι δράσεις της ΕΚΕ να μην είναι περιστασιακές ή τυχαίες, αλλά να είναι ενσωματωμένες στα μακροπρόθεσμα στρατηγικά σχέδια των επιχειρήσεων. Από πολλούς η ΕΚΕ θεωρείται επένδυση και όπως στις περισσότερες επενδύσεις τα αποτελέσματα δεν είναι άμεσα ορατά (Lichenstein, et al., 2004). Συνεπώς, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ακολουθούν μια πολιτική εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας που θα χαρακτηρίζεται από σταθερότητα, συνέχεια και συνέπεια.

4.2. Μέτρηση της επιδόσεως των επιχειρήσεων

Όλο και περισσότεροι καταναλωτές αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες έχοντας ως κριτήριο την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων. Συνεπώς, οι αυξημένες απαιτήσεις των καταναλωτών, αλλά και των εργαζομένων των επιχειρήσεων οδήγησαν στη δημιουργία και εφαρμογή αρχών και κανόνων μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις αποδεικνύουν την κοινωνική και περιβαλλοντική τους ευαισθητοποίηση. Λόγω όμως

του εθελοντικού χαρακτήρα της εφαρμογής των πρακτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, δεν υπάρχουν σαφή και κοινά αποδεκτά κριτήρια αξιολόγησης μιας επιχείρησης στον τομέα αυτό. Δεδομένης όμως της ανάγκης ελέγχου, αξιολόγησης και μέτρησης των επιδόσεων των επιχειρήσεων ως προς την κοινωνική υπευθυνότητα, δημιουργήθηκαν εργαλεία που δίνουν στοιχεία για την απόδοση και την εφαρμογή της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις. Αυτά τα εργαλεία είναι, τα πρότυπα πιστοποίησης και οι δείκτες αποτελεσματικότητας.

Πρότυπα

Έχουν δημιουργηθούν πρότυπα ελέγχου και των τριών διαστάσεων (κοινωνική, περιβαλλοντική και οικονομική) της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αλλά και ένα γενικό πρότυπο που αφορά το σύνολο των διαστάσεων της ΕΚΕ.

Συγκεκριμένα:

1) Πρότυπα που ελέγχουν την κοινωνική διάσταση της ΕΚΕ:

➤ Το διεθνές πρότυπο κοινωνικής ευθύνης SA8000, το οποίο αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων. Στόχος του είναι, ο εντοπισμός, η σταδιακή μείωση και η εξάλειψη των αθέμιτων και απάνθρωπων πρακτικών στο χώρο της εργασίας, προκειμένου να βελτιωθούν οι συνθήκες εργασίας και να καταπολεμηθούν οι παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων (Βαξεβανίδου, 2011, p. 287).

➤ Το διεθνές πρότυπο διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας OHSAS 18001, σύμφωνα με το οποίο πρέπει οι επιχειρήσεις θα πρέπει να τηρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές για την υγιεινή και την ασφάλεια, προκειμένου να εξαλείφονται τα ατυχήματα και οι επικίνδυνες συνθήκες (Βαξεβανίδου, 2011, p. 294).

2) Πρότυπα που ελέγχουν την περιβαλλοντική διάσταση της ΕΚΕ:

➤ Πρότυπο ISO Σειράς 14000 (Environmental Management). Πρόκειται για μια σειρά διεθνών προτύπων, που σχετίζεται με τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και εστιάζει στο σύνολο των οργανωτικών μέτρων και των ενεργειών, που υιοθετεί ο οργανισμός προκειμένου να ελαχιστοποιήσει τις επιβλαβείς επιπτώσεις των

δραστηριοτήτων του οργανισμού στο περιβάλλον, να πετύχει μια συνεχή βελτίωση περιβαλλοντικής επίδοσης και συμπεριφοράς του οργανισμού καθώς και να υιοθετήσει ένα σύστημα το οποίο θα τον οδηγήσει στην επίτευξη των στόχων του³.

➤ Κανονισμός EMAS. Πρόκειται για έναν Κανονισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης που επιτρέπει την προαιρετική συμμετοχή οργανισμών σε ένα κοινοτικό πρόγραμμα οικολογικής διαχείρισης και ελέγχου. Κύριος στόχος του, είναι η προώθηση εθελοντικών συμμετοχών για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που προκαλούνται από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων (Βαξεβανίδου, 2011, p. 306).

3) Πρότυπα που ελέγχουν την οικονομική ή επιχειρηματική διάσταση της ΕΚΕ:

➤ Πρότυπα ISO 27001 για την ασφάλεια των πληροφοριών. Με την εφαρμογή του προτύπου αυτού, εξασφαλίζεται ότι η επιχείρηση εφαρμόζει επαρκείς και κατάλληλους ελέγχους που σχετίζονται με την εμπιστευτικότητα, ακεραιότητα και διαθεσιμότητα της πληροφορίας, προκειμένου να προστατεύονται επαρκώς οι πληροφορίες και τα δεδομένα των ενδιαφερόμενων μερών (πελάτες, άλλες επιχειρήσεις, προσωπικό, συνεργάτες αλλά και η κοινωνία γενικότερα) (Βαξεβανίδου, 2011, p. 325).

➤ Πρότυπα AA1000. Πρόκειται για ένα σύνολο καινοτόμων προτύπων και οδηγιών, που στηρίζονται σε εφαρμόσιμες πρακτικές και διασφαλίζουν τη βάση για τη βελτίωση της βιώσιμης ανάπτυξης. Βασική αρχή είναι το δικαίωμα των ενδιαφερόμενων μερών να ακούγονται και η υποχρέωση των οργανισμών να ανταποκρίνονται (Βαξεβανίδου, 2011, p. 329).

4) Γενικό πρότυπο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη:

Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO) με τη συμμετοχή των εθνικών οργανισμών τυποποίησης δημιούργησαν το σχέδιο εργασίας ISO 26000 «Οδηγός για την κοινωνική ευθύνη των οργανισμών» (Βαξεβανίδου, 2011, p. 333). Στην πραγματικότητα πρόκειται για ένα «χάρτη πλοήγησης» και όχι ένα πρότυπο πιστοποίησης όπως είναι τα περισσότερα πρότυπα ISO.

³ www.iso.org

Το ISO 26000 είναι δομημένο κατά τέτοιο τρόπο που να μπορεί να εφαρμοστεί από οποιοδήποτε οργανισμό ή επιχείρηση, οποιουδήποτε μεγέθους, του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, σε οποιοδήποτε κλάδο. Βασικός στόχος του προτύπου είναι να βοηθήσει έναν οργανισμό να σχεδιάσει και να εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, διασφαλίζοντας ότι:

- κατανοεί τις σχετικές έννοιες της ΕΚΕ
- κατανοεί και αναγνωρίζει τις σχετικές βέλτιστες πρακτικές
- αξιολογεί και αντιμετωπίζει αποτελεσματικά τα θέματα που σχετίζονται με τις επιπτώσεις του σε κοινωνικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό επίπεδο.

Στα πλαίσια κατανόησης, αξιολόγησης, παρακολούθησης και διαχείρισης της Στρατηγικής ΕΚΕ, το ISO 26000 επικεντρώνεται σε 7 κεντρικά θέματα (core subjects) της κοινωνικής ευθύνης: ανθρώπινα δικαιώματα, εργασιακές πρακτικές, περιβάλλον, πρακτικές δίκαιης λειτουργίας, ζητήματα καταναλωτών, συμμετοχή και ανάπτυξη κοινοτήτων⁴.

Τέλος το πρότυπο αυτό, προσφέρει καθοδήγηση σχετικά με την κοινωνική υπεύθυνη συμπεριφορά και τις πιθανές ενέργειες που μπορούν να αναληφθούν. Δεν περιέχει απαιτήσεις και, επομένως, σε αντίθεση με τα άλλα πρότυπα ISO συστημάτων διαχείρισης, δεν παρέχει πιστοποιητικό (Βαξεβανίδου, 2011, p. 334).

Δείκτες

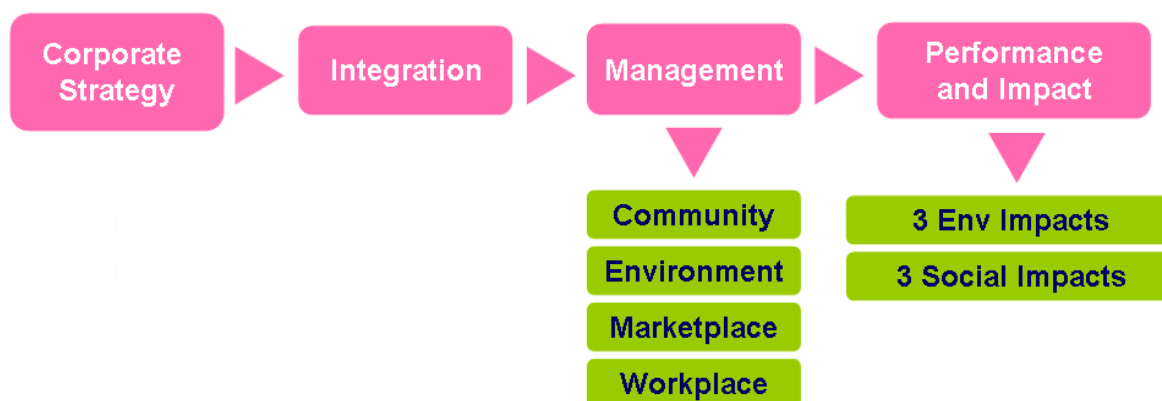
Οι δείκτες μέτρησης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αποτελούν εργαλεία που δίνουν στοιχεία για την αποτελεσματικότητα και την απόδοση της κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων.

Ο Δείκτης Εταιρικής Υπευθυνότητας (Corporate Responsibility Index).

Θεωρείται, διεθνώς, ο σημαντικότερος δείκτης μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Εισήχθη το 2008 στην Ελλάδα από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community), το οποίο είναι ένας από τους μεγαλύτερους και σημαντικότερους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς παγκοσμίως για την προώθηση της ΕΚΕ. Ο συγκεκριμένος δείκτης, αναγνωρίζεται ως κορυφαίο εργαλείο αξιολόγησης, αποτελεί δε και σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων Εταιρικής

⁴ <http://www.projectyou.gr/iso-26000/>

Κοινωνικής Ευθύνης σε 4 επιμέρους τομείς: Κοινωνία, Περιβάλλον, Εργαζόμενοι και Αγορά, όπως φαίνεται και στο παρακάτω σχήμα.



ΠΗΓΗ: <http://www.cri.org.gr>

Συγκεκριμένα ο δείκτης CRI μετράει την απόδοση των επιχειρήσεων και την επίδρασή τους:

1. Στην κοινωνία, αξιολογώντας την υποστήριξη που παρέχει σε πρωτοβουλίες των τοπικών και εθνικών κοινωνιών βοηθώντας στο χτίσιμο εποικοδομητικών σχέσεων με τις κοινωνίες αυτές και τη δημιουργία αμοιβαίας εμπιστοσύνης⁵. Η αξιολόγηση περιλαμβάνει τη χρηματική αξία των χορηγήσεων και δωρεών ως ποσοστό των κερδών προ φόρων και τον συνολικό χρόνο που αφιερώνουν οι εργαζόμενοι σε φιλανθρωπίες και κοινωνικές εκδηλώσεις⁶.

2. Στο περιβάλλον, αξιολογώντας τις πολιτικές τους και τις ενέργειές τους για τον περιορισμό των δυσμενών επιδράσεων που εξασκεί στις κλιματικές αλλαγές. Ο συγκεκριμένος δείκτης εξετάζει τόσο τη συνολική κατανάλωση ενέργειας, τη χρήση νερού, αλλά και το συνολικό βάρος των αποβλήτων που παράγει. Παράλληλα, γίνεται ειδική μνεία σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, όπως η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακος, αζώτου, ραδιενέργειας, αλλά και στα μέτρα που λαμβάνονται για την "πράσινη" φιλική λειτουργία της επιχείρησης⁶.

3. Στην αγορά και τους καταναλωτές, αξιολογώντας την επίδοσή τους στις σχέσεις τους με τους πελάτες τους και την αγορά και στο κατά πόσο

⁵ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>

⁶ Σαββάκης Γεώργιος, Οι δείκτες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, 2/06/2006, www.Euro2day.gr

παρακολουθούν, κατανοούν και ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταλλασσόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Στο πώς δηλαδή πωλούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με υπευθυνότητα, σωστή ποιότητα και τιμές⁵.

4. Στους εργαζομένους, αξιολογώντας τη συμπεριφορά και τις πολιτικές τους στα εργασιακά θέματα όπως: ασφάλεια, υγιεινή, ειλικρινή επικοινωνία και δίκαιη μεταχείριση⁵. Ο δείκτης περιλαμβάνει μετρήσεις για το συνολικό εργατικό δυναμικό βάσει γένους, φυλής, ηλικίας και για την ύπαρξη ατόμων με ειδικές ανάγκες. Παράλληλα, ο αριθμός των ατυχημάτων, οι νομικές κυρώσεις σε θέματα υγιεινής, ασφάλειας και "ίσων ευκαιριών", καθώς και τα κρούσματα "ανάρμοστης" και μη επαγγελματικής συμπεριφοράς αποτελούν άλλες μεταβλητές του συγκεκριμένου άξονα του δείκτη CRI⁶.

Συμπερασματικά, ο δείκτης CRI είναι βασικό και αποτελεσματικό εργαλείο υπεύθυνης επιχειρηματικότητας, επειδή εστιάζει στους κινδύνους και τις ευκαιρίες, συνδυάζει διαφορετικές λειτουργίες, ελέγχει αν οι δραστηριότητες της επιχειρήσεις λαμβάνουν χώρα με συστηματικό και ενιαίο τρόπο και καθοδηγεί την επιχείρηση μέσα από τη διαδικασία της ενσωμάτωσης (Βαξεβανίδου, 2011).

Τέλος, η αξιολόγηση εταιρειών κατά τον CRI γίνεται από ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες που επιθεωρούν με βάση διεθνή πρότυπα και κριτήρια τις επιδόσεις και τη συμβολή των επιχειρήσεων στους τέσσερις βασικούς άξονες που αξιολογεί ο Εθνικός Δείκτης Εταιρικής Ευθύνης, οι οποίοι αναλύθηκαν παραπάνω.

Σύμφωνα με τον Εθνικό Δείκτη, υπάρχουν τέσσερα επίπεδα διάκρισης των επιδόσεων ενός οργανισμού: Platinum, Gold, Silver και Bronze. Το 2013 στην Ελλάδα, διακρίθηκαν και βραβεύτηκαν οι ακόλουθες εταιρείες:

- στην κατηγορία PLATINUM: DIAGEO Hellas, ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΑ, ΟΤΕ, Τράπεζα Πειραιώς.
- στην κατηγορία GOLD: Ideales, ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ.
- στην κατηγορία SILVER: GENESIS Pharma, MAMIDOIL JETOIL, Novartis Hellas, VODAFONE.
- στην κατηγορία BRONZE: ALPHA BANK, SCA Hygiene Products, ΔΕΠΑ⁷.

⁷ www.cri.org.gr

Κοινωνικό Βαρόμετρο A.S.B.I. (Awareness & Social Behavior Index)

Το Βαρόμετρο Αναγνωσιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες συστηματικές έρευνες για τις στάσεις και τις συμπεριφορές της κοινής γνώμης όσον αφορά την εμβέλεια και την επιρροή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, στην Ελλάδα, καθώς και των φορέων που την υιοθετούν. Το «A.S.B.I.» ανήκει στα εξειδικευμένα εργαλεία Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και υλοποιείται στη χώρα μας, σε ετήσια βάση, από το 2003⁸.

Η μοναδικότητα του Βαρομέτρου, ως στρατηγικού εργαλείου συνίσταται στην εξειδικευμένη του προσέγγιση, η οποία αναπτύσσεται σε τρεις βασικούς άξονες διερεύνησης:

- Η κοινωνική ενεργοποίηση.
- Το εταιρικό κοινωνικό έργο.
- Το έργο των εθελοντικών και μη Κυβερνητικών οργανώσεων.

Η συγκεκριμένη προσέγγιση επιτρέπει το συνδυασμό των διαχρονικών στοιχείων του Βαρόμετρου, δίνοντας τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ανακαλύψουν, τις σημαντικές κοινωνικές τάσεις που δύναται να επηρεάσουν την εικόνα και τη φήμη τους, βελτιώνοντας την πολιτική τους, στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αλλά και την επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη⁹.

Δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης FTSE4GOOD

Οι δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης FTSE4Good μετρούν τις επιδόσεις των εταιριών ως προς την εταιρική υπευθυνότητα, βάσει διεθνώς αναγνωρισμένων κριτηρίων. Σε αυτούς εντάσσονται κορυφαίες εταιρίες από όλον τον κόσμο, που διακρίνονται για την υψηλή ευαισθησία τους σε θέματα προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, περιβαλλοντικής πολιτικής και εποικοδομητικών σχέσεων με όλους τους κοινωνικούς εταίρους.

Τα κριτήρια επιλογής των εταιριών διαμορφώνονται μέσω εκτεταμένων διαδικασιών ανάλυσης της αγοράς και εγκρίνονται από ανεξάρτητη επιτροπή ειδικών. Η ανεξάρτητη επιτροπή αναθεωρεί σε τακτική βάση τους δείκτες, προκειμένου να διασφαλιστεί η συνέπειά τους με τις βέλτιστες σύγχρονες πρακτικές εταιρικής υπευθυνότητας. Επίσης οι δείκτες FTSE4Good αποτελούν σημείο αναφοράς για τους επενδυτές που επιθυμούν

⁸ <http://www.greekmoney.gr/index.php/permalink/4291.html>

⁹ <http://www.vprc.gr/article.php?id=775>

να έχουν στοιχεία ως προς την εταιρική υπευθυνότητα της εταιρίας που ενδιαφέρονται να επενδύσουν¹⁰.

Δείκτης DJSGI (Dow Jones Sustainability Group Index).

Ο συγκεκριμένος δείκτης σχετίζεται με τη βιώσιμη ανάπτυξη και καταγράφει την οικονομική επίδοση και τη χρηματιστηριακή αξία των κορυφαίων επιχειρήσεων, με γνώμονα την αειφορία σε παγκόσμιο επίπεδο¹¹. Αποσκοπεί στην ικανοποίηση των αναγκών των χρηματοοικονομικών αγορών για έναν επενδυτικό δείκτη, ο οποίος μπορεί να αξιολογεί την απόδοση των επενδύσεων σε επιχειρήσεις που προσπαθούν να γίνουν πιο βιώσιμες (Βαξεβανίδου, 2011, p. 378). Επιπλέον, ο δείκτης αυτός, παρέχει στις επιχειρήσεις που θέλουν να αξιολογηθούν, ένα ολοκληρωμένο υπόβαθρο παγκοσμίως αναγνωρισμένων πρακτικών. Οι επιχειρήσεις επιλέγονται με κριτήρια, όπως:

- Στρατηγική για την κλιματική αλλαγή.
- Κατανάλωση ενέργειας.
- Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού.
- Ενδοεπιχειρησιακή διαχείριση της γνώσης.
- Σχέσεις με τους εταίρους.
- Εταιρική διακυβέρνηση (Βαξεβανίδου, 2011, p. 379).

5. Κριτική ανάλυση

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποδίδει πολύπλευρα οφέλη, κάτι που αναγνωρίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις. Σε πολλές περιπτώσεις όμως είναι αρκετά δύσκολο να προσδιοριστούν και να οριοθετηθούν τα οφέλη αυτά, δεδομένου ότι δεν είναι πάντα άμεσα οικονομικά.

5.1. Προσδοκώμενα οφέλη για επιχειρήσεις

Από μία κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκομίσουν πραγματικά επιχειρηματικά οφέλη. Τα κυριότερα από αυτά είναι¹² :

- **Βελτιωμένη φήμη**

¹⁰ <http://www.hrima.gr/article.asp?view=524&ref=519>

¹¹ <http://www.sustainability-indices.com/>

¹² <http://www.csrquest.net/>

Η αναγνώριση της βελτιωμένης αξίας του προϊόντος από την πλευρά του καταναλωτή, η φροντίδα για θέματα που αφορούν τους υπαλλήλους και η ευαισθησία για το περιβάλλον, προωθούν τη βελτίωση της φήμης και της αντίληψης του εμπορικού σήματος των επιχειρήσεων. Επίσης, ο σεβασμός για τους προμηθευτές, το ενδιαφέρον για τα ανθρώπινα δικαιώματα και η προθυμία επένδυσης σε τοπικές κοινότητες με στόχο τη βελτίωση της κοινωνικής συνοχής αποτελούν εναλλακτικές πρωτοβουλίες που προωθούν τη φήμη της επιχείρησης. Από έρευνα των MacMillan και Joshi (1997) βρέθηκε ότι για την πλειοψηφία της ανώτατης διοίκησης η φήμη είναι το σημαντικότερο από τα άυλα περιουσιακά στοιχεία. Το «καλό όνομα» μιας εταιρείας επιτυγχάνεται και διατηρείται όταν η εταιρεία καταφέρνει να εκπληρώσει τις ανάγκες και τις προσδοκίες όλων των ενδιαφερόμενων μερών (Fombrun & Shaney, 1990). Επίσης σχετικές μελέτες αποδέχονται τη σχέση μεταξύ φήμης και οικονομικής απόδοσης. Εταιρείες που εστίασαν σε κάθε ομάδα των ενδιαφερομένων τους, έδειξαν τετραπλάσια αύξηση πωλήσεων σε σχέση με εταιρείες που ενδιαφέρονταν αποκλειστικά και μόνο για τους μετόχους τους (Dowling , 2001).

- **Θετική προσοχή από MME**

Πολλές επιχειρήσεις που εξασκούν πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αντιμετωπίζουν τακτική κάλυψη από τον τοπικό τύπο και συχνά αυξάνουν τη δημοτικότητα τους μέσω της συμμετοχής σε εθνικές εκδηλώσεις.

- **Βελτιωμένες σχέσεις με την κοινωνία**

Προγράμματα της επιχείρησης με κοινωνικό περιεχόμενο, για παράδειγμα ενίσχυση της εκπαίδευσης και της μόρφωσης και δημιουργία θέσεων απασχόλησης σε τοπικό αλλά και σε εθνικό επίπεδο, συμβάλλουν στη δημιουργία επιτυχημένων σχέσεων με την κοινωνία.

- **Ισχυροποιημένες σχέσεις**

Οι βελτιωμένες σχέσεις με την τοπική εξουσία και άλλα και με περιφερειακά όργανα καθίστανται αναπόφευκτες καθώς η αμοιβαία υποστήριξη αυξάνει την αξία των πρακτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

- **Βελτιωμένος έλεγχος κινδύνου**

Η διαφάνεια και η ευρύτερη ενημερότητα αναφορικά με τους χρηματοοικονομικούς, περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς κινδύνους, γίνεται πιο εφικτή και συνεπώς ελαχιστοποιούνται οι πιθανότητες να βρεθεί η επιχείρηση σε δυσμενή θέση.

- **Αυξημένη αποδοτικότητα**

Μπορεί να είναι αποτέλεσμα της επένδυσης μιας επιχείρησης στην τεχνολογία, σχετική, για παράδειγμα, με τον έλεγχο περιβαλλοντικών κινδύνων και να εμφανίζεται ως όφελος λόγω μείωσης του κόστους.

• **Αυξημένες πωλήσεις**

Διευρύνεται ο κύκλος των συναλλαγών μιας επιχείρησης με τη δημιουργία νέων αγορών με οργανισμούς ή καταναλωτές που επιλέγουν τους συνεργάτες τόσο βάσει της περιβαλλοντικής τους επίδοσης όσο του κόστους και της ποιότητας.

• **Χαμηλότερα κόστη υγείας**

Η ασθένεια αποτελεί ένα επιπλέον κόστους για τις επιχειρήσεις ενώ είναι πλέον αποδεκτό ότι ένα υγιέστερο εργατικό δυναμικό είναι συχνά πιο παραγωγικό και πιο αποτελεσματικό.

• **Ανταγωνιστική αξία**

Σημαντικά πλεονεκτήματα προκύπτουν για την επιχείρηση από τη βελτιωμένη αξιοποίηση του ανθρωπίνου κεφαλαίου, καθώς και από διατήρηση καλών σχέσεων τόσο με τους εργαζόμενους όσο και με τους συνεργάτες και τους καταναλωτές. Αυτά πετυχαίνονται μέσω της ενθάρρυνσης, παρακίνησης και συμμετοχής του εργατικού δυναμικού. Τέλος, η ανάμειξη και η υποστήριξη πρωτοβουλιών μάθησης δημιουργούν προσαρμόσιμες ικανότητες που αναγνωρίζονται ως κρίσιμες στη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

• **Βελτιωμένες επενδυτικές ευκαιρίες**

Η κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση των επιχειρήσεων είναι δυνατόν να επιδρά σημαντικά στη θεώρηση των επενδυτικών αποφάσεων. Ένας αριθμός κεφαλαίων έχει σχηματιστεί ειδικά για επενδύσεις σε επιχειρήσεις προσανατολισμένες σε πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Παρόλο που οι επενδυτές, παραδοσιακά, ενδιαφέρονταν ελάχιστα για ότι είχε να κάνει με μη – οικονομικές πλευρές της εταιρικής διαχείρισης, η αποδεδειγμένη θετική σχέση μεταξύ εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και οικονομικής απόδοσης δεν θα μπορούσε να τους αφήσει αδιάφορους.

Σύμφωνα με τους Bevan, Isles, Emery και Hoskins, μια επιχείρηση μέσω της εφαρμογής προγραμμάτων της ΕΚΕ μπορεί να αποκομίσει πολλαπλά επιχειρηματικά οφέλη, όπως (Bevan, et al., 2004):

- Βελτιωμένη απόδοση στον χρηματοοικονομικό τομέα καθώς και αύξηση των κερδών.
- Πιο ενεργή συμμετοχή των εργαζομένων σε ενδοεπιχειρησιακά θέματα.

- Επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης τόσο για την επιχείρηση όσο και για τους εργαζομένους.
- Μειωμένα λειτουργικά κόστη.
- Αύξηση της ικανότητας για καινοτομία.
- Ανάπτυξη και διατήρηση καλών σχέσεων με τους τοπικούς φορείς και τις εκάστοτε κυβερνήσεις.
- Βελτίωση φήμης.
- Ικανότητα διαχείρισης κινδύνου.
- Δημιουργία καλύτερων σχέσεων με τους πελάτες και κατανόηση των αναγκών τους.

Τα οφέλη της ΕΚΕ, ανά πεδίο εφαρμογής της, έχουν ως εξής¹³:

Σχετικά με τον **εργασιακό χώρο**, με την εφαρμογή της ΕΚΕ, επιτυγχάνεται η στρατολόγηση ταλαντούχων στελεχών, αυξάνεται η αξία της επιχείρησης ως εν δυνάμει εργοδότης. Επίσης, οι υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές, λειτουργώντας ως κίνητρο παραγωγικότητας, οδηγούν στην αύξηση της αποδοτικότητας και στη δημιουργία ενός αφοσιωμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Σχετικά με τη **θέση της επιχείρησης στην αγορά**, μέσω της εφαρμογής των προγραμμάτων των ΕΚΕ, αυξάνεται η αναγνωσιμότητα της, ενδυναμώνεται η εμπορική της επωνυμία (brand name) και μπορεί να οδηγηθεί στη δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Σχετικά με την **κοινωνία**, η εφαρμογή της ΕΚΕ έχει ως αποτέλεσμα την ενδυνάμωση των σχέσεων της επιχείρησης με το κοινωνικό σύνολο, τόσο σε τοπικό όσο και εθνικό επίπεδο, δημιουργώντας, κυρίως, ένα αίσθημα ασφάλειας αναφορικά με τις πωλήσεις και συγχρόνως αυξάνεται η πρόσβαση της επιχείρησης σε πιθανές τοπικές πηγές εισοδήματος.

Σχετικά με το **περιβάλλον**, με την εφαρμογή των προγραμμάτων της ΕΚΕ, υπάρχει η δυνατότητα εξοικονόμησης κόστους, κυρίως μέσω της οικονομίας των ενεργειακών πόρων και της χρήσης εναλλακτικών πηγών ενέργειας.

¹³ www.euro2day.gr

Τέλος, είναι χρήσιμο να αναφερθούν και κάποια επιπρόσθετα οφέλη που προκύπτουν από την εφαρμογή της ΕΚΕ και τα οποία αναφέρονται στη βελτίωση των εσωτερικών λειτουργιών της επιχείρησης (Hohnen & Potts, 2007):

Βελτίωση ικανότητας διαχείρισης προσωπικού. Εφαρμόζοντας προγράμματα αποτελεσματικής διαχείρισης του προσωπικού, μια επιχείρηση επιτυγχάνει την βελτίωση των επιδόσεων των εργαζομένων, καθώς και την ενίσχυση της ιδέας ότι θεωρούνται αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησης τους.

Δημιουργία και διατήρηση αποτελεσματικών σχέσεων αναφορικά με την αλυσίδα αξίας. Οι ισχυρότερες επιχειρήσεις μπορούν να επηρεάσουν τις μικρότερες, που αποτελούν τους αδύναμους κρίκους στην αλυσίδα της αξίας, να εφαρμόσουν προγράμματα και πρακτικές της ΕΚΕ, βελτιώνοντας έτσι τη ροή των διαδικασιών. Για παράδειγμα, πολύ μεγάλες επιχειρήσεις απαιτούν ακόμη και από τον πιο μικρό προμηθευτή τους, να εφαρμόσει πρότυπα ποιότητας.

Ενίσχυση της ικανότητας διαχείρισης της αλλαγής. Οι ανάγκες των επιχειρησιακών εταιρών συνεχώς μεταβάλλονται. Οι επιχειρήσεις που είναι διαθέσιμες να αποδεχθούν οποιαδήποτε αλλαγή, μπορούν, μέσω των υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών, να οδηγηθούν πιο εύκολα στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Βελτίωση καινοτομίας και ανταγωνιστικότητας. Η εφαρμογή προγραμμάτων στα πλαίσια στη ΕΚΕ μπορεί να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες για την ενίσχυση της καινοτομίας, η οποία μπορεί να αποτελέσει κλειδί για την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν προγράμματα ΕΚΕ, αποκομίζουν, όπως αναφέρθηκε λεπτομερώς παραπάνω, πολλαπλά οφέλη. Ένα από τα σημαντικότερα είναι η βελτιωμένη οικονομική επίδοση.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 όρχησαν να πραγματοποιούνται έρευνες σε ακαδημαϊκό επίπεδο για το συσχετισμό της ΕΚΕ με τις οικονομικές επιδόσεις (Wood & Jones, 1994), ενώ οι προσπάθειες συνεχίστηκαν και τα χρόνια που ακολούθησαν, τα αποτελέσματα των οποίων έδειξαν, ότι στην πλειοψηφία τους υπάρχει θετική σχέση μεταξύ κοινωνικής δράσης και οικονομικής επίδοσης (Margolis & Walsh, 2001). Για παράδειγμα, μπορούμε να αναφέρουμε έρευνα του Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής (Institute of Business Ethics), η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι, οι εταιρίες

δεσμευμένες σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής, έχουν κατά μέσο όρο 18% υψηλότερα κέρδη¹⁴.

Υπάρχουν και ερευνητές που υποστηρίζουν την θετική επίδραση της ΕΚΕ στην οικονομική απόδοση. Συγκεκριμένα, μια επιχείρηση όχι μόνο θα αυξήσει τα κέρδη της καθώς οι πελάτες αντιδρούν θετικά σε ένα πιο «πράσινο» και πιο κοινωνικά προσανατολισμένο «προϊόν», αλλά επίσης η ΕΚΕ μπορεί να θεωρηθεί ως μια επένδυση που μακροπρόθεσμα ανταμείβει (Burke & Logsdon M.J., 1996). Για παράδειγμα, μέσω μιας κοινωνικά υπεύθυνης επένδυσης μια επιχείρηση μπορεί να αναγνωρίσει προβληματικές περιοχές στις οποίες οι πόροι είτε κατανέμονται λανθασμένα, είτε γίνεται κατάχρησή τους.

Από τα παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι, οι πρακτικές της ΕΚΕ μπορεί να έχουν θετική επίδραση στην οικονομική επίδοση μιας επιχείρησης. Πολλές φορές όμως είναι δύσκολο, τα διευθυντικά στελέχη να αντιληφθούν τα μακροπρόθεσμα οφέλη ενός προγράμματος ΕΚΕ και εστιάζοντας στο κόστος, να μην επενδύσουν σε αυτό. Επαναπροσδιορίζοντας τη φιλοσοφία της επιχείρησης απέναντι στην ΕΚΕ και θεωρώντας τις υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές μέρος της επιχειρησιακής της κουλτούρας, μια επιχείρηση μπορεί να οδηγηθεί σε βελτιωμένα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα και μακροπρόθεσμα σε μια επιτυχημένη αναπτυξιακή πορεία (Burke & Logsdon M.J., 1996, pp. 495-502).

5.2. Κριτική

Από τα αρχικά στάδια θεμελίωσης του θεσμού της ΕΚΕ διατυπώθηκαν επιφυλάξεις και αντιρρήσεις σχετικά με την χρησιμότητά της. Ο φόβος για κατασπατάληση των κερδών και η αμφίβολη κοινωνική αποτελεσματικότητα των προσπαθειών, είναι βασικά επιχειρήματα των επικριτών του θεσμού. Επίσης, πολλοί υποστήριξαν ότι, εφόσον οι πολιτικές της ΕΚΕ εντάσσονται στο στρατηγικό σχεδιασμό της επιχείρησης και έχουν ως απώτερο σκοπό τη βελτίωση της φήμης, την καλλιέργεια καλών σχέσεων με τους πελάτες αλλά και με τους υπαλλήλους και τελικά την αύξηση των κερδών της επιχείρησης, μια τέτοια προσπάθεια δεν μπορεί να εκληφθεί εξ ορισμού σαν έκφραση κοινωνικής ευθύνης (Valor, 2007).

¹⁴ <https://www.ibe.org.uk/>

Αντιρρήσεις στην εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ έχουν εκφράσει από τη μεριά τους και οι μέτοχοι. Συγκεκριμένα, υποστηρίζουν ότι αυτού του είδους οι πρωτοβουλίες αποτελούν υπέρβαση του διευθυντικού δικαιώματος, δεδομένου ότι τα διευθυντικά στελέχη διαχειρίζονται τα κέρδη των επενδυτών και των μετόχων χωρίς να είναι σίγουρο ότι θα δημιουργήσουν αξία για την επιχείρηση, καθώς, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, υπάρχει δυσκολία στην ακριβή μέτρηση και αποτίμηση των οικονομικών αποτελεσμάτων των πολιτικών της ΕΚΕ. Υποστηρίζεται μάλιστα από τους μετόχους ότι, αυτού του είδους τα προγράμματα και οι στρατηγικές μπορεί να οδηγήσουν σε μείωση των κερδών, λόγω του μεγάλου κόστους τους. Επίσης, θεωρούν ότι, η διανομή του κοινωνικού μερίσματος δεν είναι υποχρέωση ούτε και ευθύνη των επιχειρήσεων αλλά του κράτους, του οποίου το ρόλο δεν πρέπει και δεν έχει τη νομιμοποίηση να αναλάβει ο ιδιωτικός τομέας. Τέλος, οι μέτοχοι, υποστηρίζουν ότι αν ήθελαν να προβούν σε φιλανθρωπίες και δωρεές, θα μπορούσαν να το κάνουν θέτοντας τους δικούς τους όρους και προϋποθέσεις.

Αντίλογος έχει διατυπωθεί και από το εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων. Υποστηρίζεται ότι, με τις φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες οι επιχειρήσεις σφετερίζονται τη δημοκρατική εντολή που έχουν οι κυβερνήσεις για εφαρμογή της κοινωνικής πολιτικής με αποτέλεσμα το κράτος να αδρανεύει και η αναδιανομή του πλούτου να καταλήγει να ασκείται από μια μερίδα μη εκλεγμένων επιχειρηματιών (Hamil, 1999). Φυσικά, οι πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων σε θέματα κοινωνικής ευθύνης, δεν πραγματοποιούνται μόνο εξαιτίας της καλής θέλησης των εταιριών, αλλά είναι πολλές φορές αποτέλεσμα πίεσης από την πλευρά των ακτιβιστών, των Μ.Κ.Ο. αλλά και των κυβερνήσεων. Επίσης, οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν κοινωνική δράση, γιατί το κράτος τους παρέχει ανταλλάγματα, όπως για παράδειγμα, φοροελαφρύνσεις, ευνοϊκή μεταχείριση και αποφυγή νομοθέτησης σκληρών κανονισμών από μέρος των κυβερνήσεων.

Οι καταναλωτές, όμως, είναι αυτοί που εκφράζουν τις εντονότερες επιφυλάξεις και αντιρρήσεις για τον θεσμό της ΕΚΕ, διότι αντιλαμβάνονται την κοινωνική δράση των επιχειρήσεων ως μέσο και εργαλείο διαφήμισης, ενταγμένο στα στρατηγικά ενδιαφέροντά τους. Κάποιο μάλιστα, υποστηρίζουν ότι με την ΕΚΕ οι επιχειρήσεις έχουν εφεύρει καινοτόμους τρόπους να διαδίδουν τα μηνύματά τους και να προσεγγίζουν τους πελάτες τους. Άλλωστε, για το λόγο αυτό, οι επιχειρήσεις φαίνεται ότι επιλέγουν να συνδράμουν σε κοινωνικούς σκοπούς και Μη Κυβερνητικούς

Οργανισμούς με ευρεία απήχηση, έτσι ώστε να προβληθούν ευκολότερα, αποφεύγοντας να ενισχύσουν επείγουσες περιπτώσεις αδήριτων αναγκών, που δεν θα τύχουν μεγάλης προβολής (Valor, 2007). Στο σημείο αυτό, εγείρονται θέματα οργάνωσης και αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων της ΕΚΕ, όπως για παράδειγμα, σε ποιες κοινωνικές ομάδες θα πρέπει να κατευθυνθεί η βοήθεια, σε τι ύψος θα ανέλθει, σε ποιες περιπτώσεις πρέπει να δοθεί προτεραιότητα και πως όλες αυτές οι ενέργειες θα συμβαδίσουν με τα συμφέροντα κάθε επιχείρησης (Jones, 1980). Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι, οι καταναλωτές που επικρίνουν τις δράσεις αυτές, θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις μέσω της ΕΚΕ έχουν ως στόχο τη μεγιστοποίηση των κερδών τους και σε καμιά περίπτωση δεν είναι σε θέση να προωθήσουν σφαιρικά, οργανωμένα και αποτελεσματικά τα συμφέροντα της κοινωνίας.

Άξια αναφοράς είναι τα ευρήματα των ερευνών του Campbell (2007), σύμφωνα με τα οποία τα ποσά που δίνουν οι επιχειρήσεις για δωρεές, αποτελούν στην πραγματικότητα, ένα μικρό ποσοστό των καθαρών κερδών, ενώ ο διαφημιστικός προϋπολογισμός για τη δημοσιοποίηση των δωρεών είναι πολύ μεγαλύτερος (Campbell, 2007).

Έντονη κριτική για την εφαρμογή της ΕΚΕ, ασκείται και από όσους πιστεύουν ότι η εφαρμογή καλών πρακτικών έχει ως στόχο να αποπροσανατολίσει την κοινή γνώμη και να μειώσει τον αρνητικό αντίκτυπο από άλλες δραστηριότητες της επιχείρησης, όπως για παράδειγμα, ένα οικονομικό σκάνδαλο, απόρριψη επικίνδυνων αποβλήτων κ.α. (Humphreys & Brown, 2008). Συνεπώς, σύμφωνα με αυτήν την άποψη, πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την ΕΚΕ ως βιτρίνα και ως ασπίδα, προκειμένου να συγκαλύψουν παράνομες δραστηριότητες.

Επίσης, ιδιαίτερη αναφορά στη σχετική βιβλιογραφία, γίνεται για την κριτική που αφορά το κοινωνικό μάρκετινγκ. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι διαφημιστικές εκστρατείες στα πλαίσια της ΕΚΕ, όπως για παράδειγμα διαφημιστικό σποτ για τις βλαβερές επιπτώσεις του καπνίσματος από εταιρεία τσιγάρων, όχι μόνο δε λειτούργησαν ανασταλτικά, αλλά αντίθετα προκάλεσαν μεγαλύτερη κατανάλωση (Hastings & Angus, 2011). Αυτό δείχνει ότι, τα προγράμματα της ΕΚΕ έχουν θετικό αντίκτυπο στη φήμη, στην εικόνα και συνεπώς στις πωλήσεις των επιχειρήσεων.

Εξετάζοντας όλα τα παραπάνω δημιουργείται η απορία αν οι δράσεις στα πλαίσια της ΕΚΕ αποτελούν έξυπνα εργαλεία μάρκετινγκ ή αποτελούν γνήσια έκφραση κοινωνικής ευαισθησίας. Προφανώς, η αλήθεια βρίσκεται κάπου στη μέση. Με

δεδομένο ότι ο βασικός στόχος των επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση των κερδών, είναι φυσικό η οποιαδήποτε κοινωνική πρωτοβουλία να είναι εντός των πλαισίων αυτού του στόχου. Επίσης, τα τελευταία χρόνια, ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης, οι κρατικοί φορείς αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσχέρειες στην οργάνωση και εφαρμογή της κοινωνικής πρόνοιας. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις έχοντας την οικονομική ευχέρεια αλλά και τα κίνητρα, καλούνται να παίξουν σημαντικό ρόλο στους τομείς της προστασίας του περιβάλλοντος και της κοινωνικής ευαισθησίας. Οι δράσεις αυτές των επιχειρήσεων δεν μπορούν παρά να είναι επιθυμητές με την προϋπόθεση βέβαια, ότι δεν παρέχονται ανταλλάγματα από την πολιτεία (π.χ. συγκάλυψη ενεργειών που βλάπτουν το κοινωνικό σύνολο).

5.3. Οι επιπτώσεις της κρίσεως

Η οικονομική κρίση των τελευταίων ετών επηρέασε σε σημαντικό βαθμό το σύνολο των οργανισμών και των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις προκειμένου να διατηρήσουν τη βιωσιμότητα τους υποχρεώθηκαν να μειώσουν τις δαπάνες τους. Αναπόφευκτα, λοιπόν, υπήρξαν καθυστερήσεις ή ακόμα και ακυρώσεις πρωτοβουλιών και δράσεων σχετικών με την ΕΚΕ. Τέθηκε, μάλιστα, και τα ερώτημα αν οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να διαφυλάξουν τα κεφάλαια τους για ενδεχόμενες μελλοντικές δυσκολίες, αντί να τα επενδύσουν σε προγράμματα ΕΚΕ. Έτσι λοιπόν προέκυψε η ανάγκη για επαναπροσδιορισμό των κοινωνικών στόχων και δράσεων των επιχειρήσεων.

Οι Arevalo και Aravind, το 2010, διεξήγαγαν έρευνα και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι σε μερικές περιπτώσεις η ΕΚΕ αποτέλεσε σημείο αναφοράς για τη βελτίωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων στην περίοδο της οικονομικής κρίσης. Επίσης, διαπίστωσαν ότι οι επιχειρήσεις που υιοθέτησαν τις διατάξεις του Οικουμενικού Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών είχαν λιγότερες πιθανότητες να επηρεαστούν από την κρίση, σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δεν τις ακολούθησαν. Συνεπώς, η ΕΚΕ μέσω των αξιών που πρεσβεύει και των καινοτόμων δράσεων της (για παράδειγμα χτίσιμο ισχυρών δεσμών με τους καταναλωτές, εφαρμογή καινοτομιών για τη λύση παγκόσμιων προβλημάτων, συνεργασία με τις Μ.Κ.Ο., κ.α) μετατράπηκε από απειλή σε ευκαιρία (Arevalo & Aravind, 2010).

Με το θέμα αυτό, ασχολήθηκαν και οι Giannarakis και Theotokas με έρευνα που διεξήγαγαν το 2011. Η έρευνα αφορούσε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι οποίες τηρούν τις κατευθυντήριες γραμμές του Global Reporting Initiative (GRI) στον τομέα

της ΕΚΕ και είχε ως κύριο ζητούμενο την αξιολόγηση της επιρροής της οικονομικής κρίσης στην εφαρμογή των προγραμμάτων της ΕΚΕ. Το συμπέρασμα στο οποίο κατέληξαν οι μελετητές, είναι ότι, οι επιχειρήσεις που στήριξαν και στηρίχτηκαν σε πρακτικές της ΕΚΕ, σημείωσαν άνοδο της αποδοτικότητας τους και διατήρησαν ή ακόμη και βελτίωσαν τη θέση τους στην αγορά αλλά και στις αγορές κεφαλαίων (Giannarakis & Theotokas, 2011). Από τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας, συνάγεται το συμπέρασμα ότι, στα νέα δεδομένα που ισχύουν παγκόσμια, η ΕΚΕ θεωρείται από τις επιχειρήσεις ως μια μορφή επένδυσης που τις βοηθάει να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους, αλλά και να επαναπροσδιορίσουν τις σχέσεις εμπιστοσύνης τους με την κοινωνία. Είναι σκόπιμο να αναφέρουμε ότι, η συγκεκριμένη έρευνα αφορούσε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, συνεπώς τα συμπεράσματα της δεν περιλαμβάνουν τη δράση στα πλαίσια της ΕΚΕ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Σε προηγούμενη ενότητα αναφέρθηκε ότι, η εφαρμογή των προγραμμάτων και των πολιτικών της ΕΚΕ αποτελούν στρατηγική επιλογή των επιχειρήσεων και μακρόπνοο σχεδιασμό υγιούς ανάπτυξης. Στις μέρες μας, όπου η οικονομική ύφεση είναι βαθιά, ο ρόλος της ΕΚΕ πρέπει να αναβαθμιστεί περαιτέρω και να πάρει πιο στρατηγική μορφή, προκειμένου να αντιμετωπιστούν σοβαρά θέματα, όπως για παράδειγμα η κλιματική αλλαγή. Γενικά θα λέγαμε ότι η οικονομική ύφεση μπορεί να αποδειχτεί μεγάλη ευκαιρία για την ΕΚΕ, εξαλείφοντας τις κοινότοπες και χωρίς όραμα πρακτικές που συνιστώνται σε υπερπροβεβλημένες «δωρεές» και αντικαθιστώντας τις με δράσεις που αποβλέπουν σε πραγματική κοινωνική και περιβαλλοντική βελτίωση.

6. Η εφαρμογή της ΕΚΕ από την Τράπεζα Πειραιώς¹⁵

Στο μέρος αυτό, θα παρουσιαστεί η εφαρμογή της ΕΚΕ από έναν ισχυρό τραπεζικό όμιλο, αυτόν της Τράπεζας Πειραιώς. Σκοπός της ανάλυσης αυτής, είναι να γίνουν αντιληπτές οι σχετικές με την ΕΚΕ πρακτικές που ακολουθούν μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά και να αποσαφηνιστούν τα αποτελέσματα των πρακτικών αυτών.

¹⁵ Πληροφορίες και στοιχεία για το εν λόγω κεφάλαιο, έχουν αντληθεί από την ιστοσελίδα του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς (<http://www.piraeusbankgroup.com>), από την «Ετήσια Έκθεση 2013» και από την «Έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας 2013».

6.1. Τράπεζα Πειραιώς – Με μία ματιά

Ιστορική εξέλιξη

Η Τράπεζα Πειραιώς ιδρύθηκε το 1916. Για πολλές δεκαετίες λειτούργησε ως ιδιωτική Τράπεζα, ενώ το διάστημα 1975-1991 πέρασε υπό κρατικό έλεγχο. Από το Δεκέμβριο του 1991 που ιδιωτικοποιήθηκε έχει παρουσιάσει μεγάλη ανάπτυξη εργασιών, μεγεθών και δραστηριοτήτων, ενώ σήμερα κατέχει ηγετική θέση στην ελληνική αγορά με μερίδια αγοράς 30% στα δάνεια και 28% στις καταθέσεις.

Με σκοπό την εδραίωσή της στην εγχώρια αγορά, η Τράπεζα Πειραιώς υλοποίησε μία σειρά στρατηγικών κινήσεων τις δεκαετίες του 1990 και 2000. Συγκεκριμένα, το 1998 προχώρησε στην απορρόφηση των εργασιών της Chase Manhattan στην Ελλάδα, στην εξαγορά της Τράπεζας Μακεδονίας-Θράκης και της μικρής εξειδικευμένης Τράπεζας Credit Lyonnais Hellas, ενώ στις αρχές του 1999 απέκτησε τον έλεγχο της Τράπεζας Χίου και απορρόφησε τις εργασίες της National Westminster Bank PLC στην Ελλάδα. Τον Ιούνιο του 2000 πραγματοποίησε την ενοποίηση των τραπεζικών δραστηριοτήτων της στην Ελλάδα, μέσω της απορρόφησης των εμπορικών Τραπεζών Μακεδονίας-Θράκης και Χίου. Το 2002, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε τον έλεγχο της ETBAbank, ενώ η απορρόφησή της ολοκληρώθηκε το Δεκέμβριο 2003.

Στη συνέχεια, το 2005, ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς επιχείρησε την στρατηγική επέκτασή του στις αγορές της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και Ανατολικής Μεσογείου, προχωρώντας στην εξαγορά της βουλγαρικής Τράπεζας Eurobank (η οποία μετονομάστηκε σε Piraeus Bank Bulgaria). Επίσης, το 2005, εισήλθε στη σερβική αγορά, με την εξαγορά της Atlas Bank (μετονομάστηκε σε Piraeus Bank Beograd), αλλά και στην αιγυπτιακή αγορά με την εξαγορά της Egyptian Commercial Bank (μετονομάστηκε σε Piraeus Bank Egypt). Τέλος, το 2007, ο Όμιλος Πειραιώς διεύρυνε τη διεθνή παρουσία του στην Ουκρανία με την εξαγορά της International Commerce Bank (μετονομάστηκε σε Piraeus Bank ICB), και στην Κύπρο με την ίδρυση της Τράπεζας Πειραιώς Κύπρου και τη συμφωνία εξαγοράς του δικτύου της Arab Bank Κύπρου.

Το 2012, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε το "υγιές" τμήμα της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος (επιλεγμένα στοιχεία ενεργητικού και παθητικού) και τη Γενική Τράπεζα.

Το Μάρτιο του 2013, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε τις τραπεζικές δραστηριότητες στην Ελλάδα της Τράπεζας Κύπρου, της Cyprus Popular Bank και της Ελληνικής Τράπεζας. Τον Ιούνιο 2013, η Τράπεζα Πειραιώς απέκτησε τη Millennium Bank Ελλάδας.

Συνεπώς, η Τράπεζα Πειραιώς, μέσω της κεφαλαιακής της ενίσχυσης το 2013 και το 2014 και σε συνέχεια της επέκτασης της μέσω των έξι εξαγορών τα δύο τελευταία χρόνια και έχοντας ισχυρή κεφαλαιακή βάση, κατέχει ηγετική θέση στην ελληνική τραπεζική αγορά. Τέλος, συνεχίζει να επικεντρώνεται στην παροχή υπηρεσιών προς τις μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις.

Εταιρική ταυτότητα

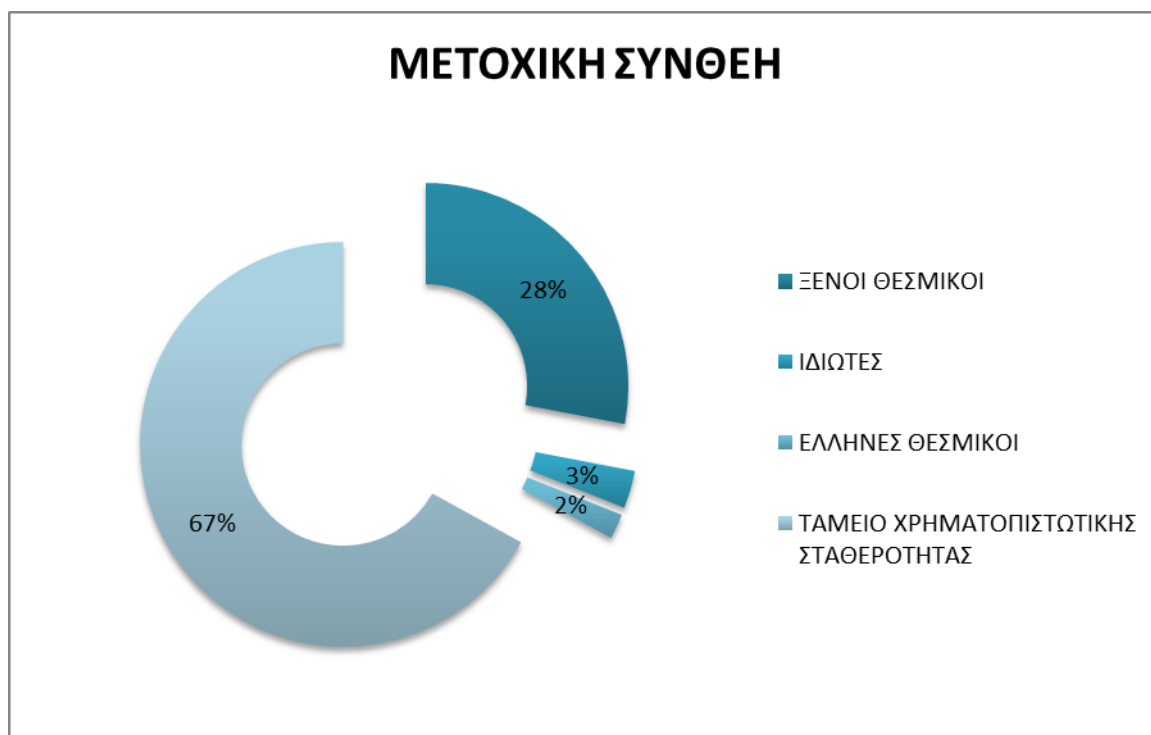
Ο όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς έχει παρουσία σε 10 χώρες, απασχολεί περίπου 22 χιλιάδες εργαζόμενους και παρέχει στους περίπου 6 εκατομμύρια πελάτες του, ένα ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Το συνολικό ενεργητικό του Ομίλου φτάνει τα €86 δισ., τα δάνεια μετά από προβλέψεις τα €56 δισ. και καταθέσεις τα €55 δισ. στις 30 Σεπτεμβρίου, 2014.

Όμιλος Πειραιώς	Σεπτέμβριος 2014
Ενεργητικό	€86,0 δισ
Δάνεια μετά από προβλέψεις	€56,3 δισ
Καταθέσεις	€55,0 δισ
Δείκτης CET-1 *	13,4%
Καταστήματα	1.252
Εργαζόμενοι	22,3 χιλ
Πελάτες	6,2 εκατ

* Basel III

ΠΗΓΗ: <http://www.piraeusbankgroup.com>

Μετοχική σύνθεση



ΠΗΓΗ: <http://www.piraeusbankgroup.com>

Όραμα, αξίες, στόχοι

Ο όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς στηρίζει την πορεία και την ανάπτυξή του στο παρακάτω όραμα και σύστημα αξιών:

-*Εστίαση στον πελάτη*, η οποία επιτυγχάνεται με: 1) Υψηλή ποιότητα εξυπηρέτησης, 2) εμπάθυνση των πελατειακών σχέσεων στη βάση του αμοιβαίου οφέλους και 3) δημιουργική αναζήτηση και εξεύρεση καινοτόμων λύσεων.

-*Προστασία της περιουσίας των Μετόχων* :1) Ενισχύοντας την κερδοφορία, 2) μεριμνώντας για την τήρηση των νόμων και των διαδικασιών που έχουν θεσπιστεί και 3) διασφαλίζοντας την Τράπεζα απέναντι στους πάσης φύσεως κινδύνους, εσωτερικούς και εξωτερικούς.

-*Ηγετική Παρουσία στην Αγορά*. Το όραμα, ο στρατηγικός προσανατολισμός του Ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς και οι στόχοι που τίθενται αποτελούν την κατευθυντήρια γραμμή όλων των εργαζομένων. Η προσοχή του ομίλου είναι διαρκώς στραμμένη στην αγορά, προκειμένου να εντοπιστούν και να αξιοποιηθούν τυχόν ευκαιρίες.

-*Επένδυση στον Άνθρωπο:* 1) Διασφαλίζοντας την ευημερία και τη διαχρονική εξέλιξη όλων των εργαζομένων, 2) προάγοντας πνεύμα ομαδικότητας και συνεργασίας και 3) δείχνοντας σεβασμό στην προσωπικότητα και τη διαφορετικότητα του ατόμου.

-*Συνεισφορά στην κοινωνία με :* 1) σεβασμό στο περιβάλλον, 2) ενεργή συνεισφορά στον πολιτισμό και 3) ενίσχυση στους ανθρώπους που χρειάζονται υποστήριξη και τις τοπικές κοινωνίες γενικότερα.

Ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς έχει θέσει ως άξονες της πολιτικής του, την διασφάλιση της ρευστότητας, της κεφαλαιακής επάρκειας και της ποιότητας των δανείων. Εστιάζει στις μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις, στη λιανική τραπεζική αλλά και στον αγροτικό τομέα. Πρωταρχικός στόχος της Τράπεζας είναι πέρα από την διασφάλιση της χρηματοοικονομικής της θέσης και η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη συμβολή της στην επανεκκίνηση και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, με τη στήριξη φερέγγυων επενδυτικών σχεδίων και την παροχή ρευστότητας προς τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά.

6.2. Εταιρική κοινωνική ευθύνη – Τομείς δραστηριότητας

Η Τράπεζα Πειραιώς από το 1991 που ιδιωτικοποιήθηκε, υλοποιεί κάθε χρόνο ειδικά προγράμματα και παίρνει πρωτοβουλίες με σκοπό τη συνεχή βελτίωση της εταιρικής της υπευθυνότητας, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά. Οι σχετικές με την εταιρική κοινωνική ευθύνη, ενέργειες της Τράπεζας αντιμετωπίζονται ως «στρατηγική επένδυση» και όχι ως κόστος. Επίσης για την Τράπεζα η εταιρική υπευθυνότητα αποτελεί οικειοθελή δέσμευση για ένταξη κοινωνικών, περιβαλλοντικών και πολιτιστικών δράσεων στις επιχειρηματικές πρακτικές καθώς και ανάληψη πρωτοβουλιών που υπερβαίνουν νομικές υποχρεώσεις, έχοντας ως σκοπό την ενίσχυση της κοινωνικής ευημερίας και της προόδου. Έχοντας, λοιπόν, ως στόχο την λειτουργία της σε αρμονία με την κοινωνία, η Τράπεζα Πειραιώς αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στα θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, που περιλαμβάνουν την εταιρική διακυβέρνηση, το κοινωνικό και πολιτιστικό έργο, τα περιβαλλοντικά θέματα, τις σχέσεις με τους πελάτες και τους προμηθευτές και θέματα που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό.

Εταιρική διακυβέρνηση

Έχοντας ως στόχο την διαφύλαξη του εταιρικού συμφέροντος και των συμφερόντων των μετόχων της, η Τράπεζα Πειραιώς έχει προσαρμοστεί πλήρως στα οριζόμενα από το θεσμικό πλαίσιο περί εταιρικής διακυβέρνησης. Επίσης, η ενσωμάτωση βέλτιστων αρχών διακυβέρνησης και η συνεχής αναβάθμιση των συστημάτων διακυβέρνησης, εσωτερικού ελέγχου, κανονιστικής συμμόρφωσης και διαφάνειας, αποτελούν βασικούς στόχους της Τράπεζας. Μεταξύ των άλλων, η Τράπεζα Πειραιώς:

- Έχει προσαρμόσει τη σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου της, ώστε να είναι σύμφωνη με τα ισχύοντα περί Εκτελεστικών, μη Εκτελεστικών και Ανεξάρτητων μελών.
- Διαθέτει Επιτροπή Ελέγχου, απαρτιζόμενη από μη Εκτελεστικά μέλη και Ανεξάρτητα μη Εκτελεστικά μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, η οποία παρακολουθεί και αξιολογεί σε ετήσια βάση την επάρκεια και την αποτελεσματικότητα του Συστήματος Εσωτερικού Ελέγχου σε επίπεδο Τράπεζας και Ομίλου, με βάση τα σχετικά στοιχεία και πληροφορίες της Μονάδας Εσωτερικής Επιθεώρησης, τις διαπιστώσεις και παρατηρήσεις των εξωτερικών ελεγκτών, καθώς και των εποπτικών αρχών.
- Διαθέτει Επιτροπή Διαχείρισης Κινδύνων, με σκοπό να καλύπτονται αποτελεσματικά όλες οι μορφές κινδύνων, περιλαμβανομένου του λειτουργικού και να διασφαλίζεται ο ενοποιημένος έλεγχός τους, η εξειδικευμένη αντιμετώπισή τους και ο απαιτούμενος συντονισμός σε ατομική και ενοποιημένη βάση
- Διαθέτει Γενική Διεύθυνση Εταιρικής Διοίκησης, η οποία είναι υπεύθυνη για την ανάπτυξη δράσεων και προγραμμάτων εταιρικής διακυβέρνησης που εγκρίνει η Διοίκηση και την εποπτεία της εφαρμογής τους στην Τράπεζα και στις εταιρείες του Ομίλου στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Επίσης, η Γενική Διεύθυνση Εταιρικής Διοίκησης εποπτεύει τη λειτουργική υποστήριξη των εργασιών του Διοικητικού Συμβουλίου, του Εκτελεστικού Συμβουλίου και του Γραφείου Προέδρου, με εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών εταιρικής διακυβέρνησης
- Διαθέτει τον Εσωτερικό Κανονισμό Εταιρικής Διακυβέρνησης και Λειτουργίας, με τον οποίο διασφαλίζεται η διαφάνεια και η σύμμετρη πληροφόρηση και καλύπτονται θέματα, τα οποία δεν προβλέπονται από το

καταστατικό της Τράπεζας, αλλά είναι απαραίτητα για την εύρυθμη λειτουργία της

- Διαθέτει τον Κώδικα Δεοντολογίας που διέπει τις υποχρεώσεις του προσωπικού της Τράπεζας
- Διαθέτει τομέα Εσωτερικού Ελέγχου (Μονάδα Εσωτερικής Επιθεώρησης κατά την Πράξη 2577/2006 του Διοικητή της Τράπεζας Ελλάδος), η οποία είναι ανεξάρτητη, αναφέρεται στο Διοικητικό Συμβούλιο μέσω της Επιτροπής Ελέγχου και στον Πρόεδρο του CEO της Τράπεζας και έχει την ευθύνη του εσωτερικού ελέγχου σε επίπεδο Ομίλου
- Διαθέτει τη Διεύθυνση Κανονιστικής Συμμόρφωσης, η οποία θεσπίζει και εφαρμόζει διαδικασίες και εκπονεί ετήσιο πρόγραμμα κανονιστικής συμμόρφωσης, με στόχο να επιτυγχάνεται η έγκαιρη και διαρκής συμμόρφωση του Ομίλου προς το ισχύον ρυθμιστικό πλαίσιο, εξασφαλίζοντας τη συμμόρφωση με το κανονιστικό πλαίσιο για την πρόληψη της νομιμοποίησης εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες μέσω της τραπεζικής λειτουργίας, αλλά και για την καταπολέμηση της τρομοκρατίας
- Διαθέτει τις υπηρεσίες Ενημέρωσης Επενδυτών, Εξυπηρέτησης Μετόχων και Εταιρικών Ανακοινώσεων, που είναι επιφορτισμένες με το έργο της πληροφόρησης των επενδυτών, των μετόχων και των αρμόδιων εποπτικών αρχών αντίστοιχα.

Κοινωνία

Ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς, στο πλαίσιο της ανθρωποκεντρικής φιλοσοφίας που διέπει την επιχειρηματική λειτουργία του, δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα, τόσο στην Ελλάδα όσο και στις υπόλοιπες χώρες που δραστηριοποιείται, στις αρχές εκείνες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που επιτάσσουν την προστασία και τη στήριξη των κοινωνικών εταίρων και του κοινωνικού συνόλου. Συγκεκριμένα, αναπτύσσει πρωτοβουλίες που αποβλέπουν στη βελτίωση των συνθηκών ζωής ευπαθών ομάδων πληθυσμού, στη γενικότερη αναβάθμιση του βιοτικού και πολιτισμικού επιπέδου και στην προστασία του περιβάλλοντος ως αναγκαίου όρου για την ευημερία του κοινωνικού συνόλου, ενισχύει και στηρίζει με εθελοντικές δράσεις εργαζομένων χορηγίες και δωρεές και, συνεργαζόμενος με μη κυβερνητικές οργανώσεις, τον θεσμό της οικογένειας, την παιδεία, την υγεία και την επιχειρηματικότητα.

Ειδικότερα, ο Όμιλος Πειραιώς, υλοποιεί δράσεις στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, έχοντας ως κύριους άξονες:

- την ενίσχυση του θεσμού της οικογένειας,
- την προστασία των παιδιών και των νέων (ιδίως των ορφανών, απόρων, βαριά νοσούντων ή εξαρτημένων από ουσίες),
- την ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας,
- την περίθαλψη και τη φροντίδα των ηλικιωμένων,
- την προστασία του περιβάλλοντος.
- την προαγωγή αθλητικού ιδεώδους και του ευ αγωνίζεσθε.

Οι δράσεις αυτές έχουν ως κύριο στόχο την προώθηση του εθελοντισμού στους εργαζόμενους του ομίλου.

Παράλληλα, αναγνωρίζοντας τη δράση μη κυβερνητικών κοινωφελών οργανώσεων, ο Όμιλος Πειραιώς συνεργάστηκε με πολλές, στήριξε ποικιλοτρόπως τις προσπάθειές τους και μερίμνησε για την ενημέρωση των πελατών του σχετικά με το σημαντικό τους έργο. Μεταξύ των οργανώσεων αυτών, αναφέρονται ενδεικτικά:

- ο Ελληνικός Ερυθρός Σταυρός,
- η ΕΛΕΠΑΠ,
- το Χαμόγελο του Παιδιού.
- η Κιβωτός του Κόσμου.

Επίσης, ο Όμιλος ενισχύει με διάφορους τρόπους ερευνητικούς φορείς. Όπως για παράδειγμα:

- το Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών «Δημόκριτος»
- το Εθνικό Αστεροσκοπείο Αθηνών,
- η Ελληνική Εταιρεία Μελέτης Εθισμού στο Διαδίκτυο.

Τέλος, σημαντικό κομμάτι της προσφοράς της Τράπεζας προς τους νέους ανθρώπους και τα ενδιαφέροντα τους, είναι οι οικονομικές ενισχύσεις προς αθλητικά σωματεία και συλλόγους, δεδομένου ότι, ο αθλητισμός είναι, πέρα από κοινωνικός θεσμός παιδαγωγικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα, ένα πολιτισμικό αγαθό το οποίο αντικατοπτρίζει το κοινωνικό γίνεσθαι.

Πολιτισμός

Το Πολιτιστικό Ίδρυμα του Ομίλου Πειραιώς (ΠΙΟΠ) είναι κοινωφελής οργανισμός το οποίος επιχορηγείται για τη λειτουργία του από την Τράπεζα Πειραιώς η οποία και

εξασφαλίζει τα λειτουργικά του έξοδα. Το ΠΙΟΠ με την πολιτιστική δράση του υλοποιεί το μεγαλύτερο μέρος των ενεργειών του Ομίλου Πειραιώς, στο πλαίσιο αναγνώρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του στον τομέα του πολιτισμού. Σχεδιάζει και πραγματοποιεί έργα και προγράμματα που άπτονται του πολιτισμού και του περιβάλλοντος. Κύριος στόχος του, βάσει και του καταστατικού του, είναι η διάσωση και η διατήρηση της παραδοσιακής τεχνολογίας και της βιομηχανικής κληρονομιάς της χώρας. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται με:

- την υλοποίηση ερευνητικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων,
- την οργάνωση ιστορικού αρχείου συνδεδεμένου με την οικονομική και βιομηχανική ανάπτυξη του τόπου,
- τη δημοσίευση επιστημονικών έργων, και κυρίως
- τη δημιουργία και διαχείριση ενός εκτεταμένου δικτύου θεματικών τεχνολογικών μουσείων στην ελληνική περιφέρεια.

Διαρκής επιδίωξη του Πολιτιστικού Ιδρύματος του Ομίλου Πειραιώς (ΠΙΟΠ) παραμένουν η διατήρηση της υψηλής ποιότητας των υπηρεσιών του προς την κοινωνία και τον πολιτισμό και η συνεχής βελτίωση του έργου του στους τομείς στους οποίους δραστηριοποιείται. Παράλληλα, κύριο μέλημά του είναι η αναγνώριση της προσφοράς του από ευρύτερες ομάδες κοινού.

Ανθρώπινο δυναμικό

Στα τέλη του 2013, μετά την ενσωμάτωση του προσωπικού που περιήλθε από τις κυπριακές Τράπεζες (Τράπεζα Κύπρου, Cyprus Popular Bank, κα Ελληνική), καθώς και από τη Millennium, ο αριθμός των ατόμων που απασχολούσε ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς, στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ανήλθε σε 22.509. Αναλυτικά, από το σύνολο των εργαζομένων ο αριθμός των ανδρών ήταν 9.614 άνδρες και των γυναικών 12.895. Στην Ελλάδα ο Όμιλος απασχολούσε 16.558 άτομα (14.084 στην Τράπεζα Πειραιώς και 2.474 σε άλλες εταιρείες του ομίλου) και στο εξωτερικό 5.952 εργαζομένους. Ο μέσος όρος ηλικίας του προσωπικού είναι τα 39 έτη. Το 82% των εργαζομένων δεν ξεπερνά την ηλικία των 45 ετών. Στην Τράπεζα Πειραιώς σχεδόν το 100% του προσωπικού εργάζεται υπό καθεστώς πλήρους απασχόλησης και το 99,9% απασχολείται με σύμβαση αορίστου χρόνου. Τέλος, το 100% του ανθρώπινου δυναμικού της Τράπεζας Πειραιώς

καλύπτεται κατά ελάχιστον από αμοιβές και παροχές, όπως αυτές ορίζονται από τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας¹⁶.

Ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς θεωρεί πως το ανθρώπινο δυναμικό του αποτελεί βασικότατο συντελεστή επιτυχίας κάθε οργανωμένης δραστηριότητας του και επίτευξης των εταιρικών στρατηγικών του στόχων. Επιπλέον, αντιλαμβάνεται τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού ως ένα σύνολο ενεργειών και λειτουργιών που γίνονται για να αποκτήσει, να διατηρήσει και να αξιοποιήσει ικανούς εργαζομένους, οι οποίοι εκτελούν με επιτυχία και με παραγωγικό τρόπο την εργασία τους. Σημαντικά σημεία της φιλοσοφίας του Ομίλου για θέματα ανθρώπινου δυναμικού είναι, η άριστη στελέχωση για την κάλυψη των επιχειρηματικών αναγκών και παράλληλα, η δημιουργία ισχυρών σχέσεων με τους εργαζομένους. Συγχρόνως, δίνεται μεγάλη έμφαση σε θέματα ηθικής, εμπιστοσύνης, αφοσίωσης, ομαδικού πνεύματος και αποδοχής της διαφορετικότητας στο χώρο εργασίας, καθώς και σε θέματα εξέλιξης του ανθρώπινου δυναμικού.

Η Τράπεζα Πειραιώς, υιοθέτησε και εφαρμόζει τις αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου του ΟΗΕ (UN Global Compact) για την υπεράσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και εφαρμόζει την αρχή των ίσων ευκαιριών σε όλες τις δράσεις της και διασφαλίζει την αποφυγή διακρίσεων, ενώ ταυτόχρονα αναγνωρίζει και προωθεί την διαφορετικότητα και αντιτίθεται σε οποιαδήποτε διάκριση, άνιση συμπεριφορά και παρενόχληση στον εργασιακό χώρο. Συνεπώς, ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων διέπει όλες τις πολιτικές, τις διαδικασίες και τις πρακτικές διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού του Ομίλου, διασφαλίζοντας την παροχή ίσων ευκαιριών.

Πιο συγκεκριμένα, ο Όμιλος Τράπεζας Πειραιώς αντιτίθεται σε:

- οποιαδήποτε διάκριση,
- άνιση συμπεριφορά,
- εκφοβισμό ή ηθική παρενόχληση
- παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Επιδιώκοντας την ευαισθητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα:

- παρέχεται εξειδικευμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα e-learning στα «Ανθρώπινα Δικαιώματα στον Όμιλο της Τράπεζας Πειραιώς» προς όλους τους εργαζομένους του Ομίλου στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

¹⁶ Ετήσια Έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας 2013 (τελευταία επικαιροποίηση 01/08/2014).

- Επιπλέον, υπάρχει διακριτή ενότητα στο πρόγραμμα σπουδών της Ακαδημίας Management.

Ο Όμιλος επιδιώκοντας να ενδυναμώσει την επικοινωνία με όλους τους εργαζόμενους σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων έχει:

- θεσμοθετήσει πολιτική και διαδικασία υποβολής παραπόνων αναφορικά με τη διασφάλιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων η οποία αναθεωρείται σε τακτά διαστήματα, βάσει των εξελίξεων στο νομοθετικό πλαίσιο
- δημιουργήσει εσωτερικά κανάλια επικοινωνίας, όπως ο διαδικτυακός τόπος Intranet, μέσω των οποίων οι εργαζόμενοι μπορούν να θέτουν τα ζητήματα που τους απασχολούν σε σχέση με την τήρηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στο χώρο της εργασίας και να καθοδηγούνται από εξειδικευμένους συνεργάτες.

Επιπροσθέτως, η Τράπεζα Πειραιώς εφαρμόζει πολιτική ίσων ευκαιριών σταδιοδρομίας με σαφή προσανατολισμό στην αποτελεσματικότερη πρόοδο του ανθρώπινου δυναμικού της. Δίνει τη δυνατότητα σε νέα στελέχη, να εξελιχθούν ιεραρχικά καλύπτοντας τις θέσεις που προκύπτουν από τις αποχωρήσεις, κυρίως λόγω συνταξιοδότησης. Βάσει της πολιτικής παροχής ίσων ευκαιριών, δεν υπάρχει διάκριση στον προσδιορισμό βασικού μισθού ανδρών και γυναικών, τόσο στα διαφορετικά ιεραρχικά επίπεδα, όσο και στις διαφορετικές ηλικιακές ομάδες.

Τέλος, ο Όμιλος της Τράπεζας Πειραιώς, αναγνωρίζοντας τη σημαντική συμβολή του κάθε εργαζομένου στην προώθηση της κοινωνικής ευημερίας και στην υποστήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων μέσω της εθελοντικής εργασίας, έχει καθιερώσει τον εθελοντισμό ως ένα από τους κύριους τομείς εστίασης της Εταιρικής Υπευθυνότητας. Βασικός στόχος είναι, μέσω του εθελοντισμού στον εργασιακό χώρο να επεκταθεί το εταιρικό όραμα με την ενεργή συμμετοχή των ίδιων των εργαζομένων σε εθελοντικές δράσεις που αποσκοπούν στην ανάπτυξη της κοινωνικής ευημερίας, εντοπίζοντας κοινωνικές ανάγκες, αλλά και διαμορφώνοντας προγράμματα εθελοντικών δράσεων. Στο πλαίσιο αυτό, διοργανώνονται κάθε χρόνο προγράμματα και δράσεις σε 6 διακριτούς άξονες:

- Κοινωνική Προσφορά
- Νεανική Επιχειρηματικότητα
- Περιβάλλον
- Ευ Αγωνίζεσθαι

- Αιμοδοσία
- Πολιτιστική ευαισθητοποίηση

Σχέσεις με τους πελάτες

Η Τράπεζα Πειραιώς δίνει προτεραιότητα στις σχέσεις της με τους πελάτες, μεριμνά για τη μέγιστη διαφάνεια και σαφήνεια στις συναλλαγές με τους πελάτες της, υφιστάμενους και εν δυνάμει, τηρώντας τους Κώδικες Τραπεζικής Δεοντολογίας που θεσπίστηκαν με διατραπεζική συνεργασία υπό την αιγίδα της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών και διέπουν τις σχέσεις τραπεζών και συναλλασσομένων, σε όλα τα στάδια της διαδικασίας δημιουργίας, προώθησης και διάθεσης των προσφερόμενων προϊόντων της.

Συγκεκριμένα, όσο αφορά τη διαφάνεια στις συναλλαγές, η Τράπεζα μεριμνά, στο πλαίσιο που ορίζεται από την ισχύουσα εθνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία, καθώς και από τους εσωτερικούς κανονισμούς της πολιτική της, για την άμεση, σαφή και πλήρη ενημέρωση των πελατών σχετικά με τους όρους που διέπουν την παροχή των υπηρεσιών της. Ειδικότερα, η Τράπεζα Πειραιώς έχει συμμορφωθεί πλήρως:

- με την κοινοτική οδηγία 2007/64/EK που αφορά το σύνολο των υπηρεσιών πληρωμών (Payment Systems Directive-PSD), σε ευρωπαϊκό επίπεδο,
- με την οδηγία 2008/48 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, όπως έχει συμφωνηθεί από τις ευρωπαϊκές Ενώσεις Καταναλωτών και τις ευρωπαϊκές Ενώσεις του Πιστωτικού Τομέα και αφορά τις συμβάσεις καταναλωτικής πίστης.

Παράλληλα, φροντίζει για την πλήρη προ-συμβατική ενημέρωση σχετικά με τα προϊόντα στεγαστικής πίστης.

Η Τράπεζα, για την περαιτέρω προστασία των πελατών της από τους ενδεχόμενους κινδύνους που ενέχουν η άγνοια ή μια πιθανή παρανόηση των όρων που αφορούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της:

- προσφέρει ακριβή και πλήρη περιγραφή τους,
- φροντίζει συστηματικά για την εξοικείωση των πελατών της με την τραπεζική ορολογία,
- παρέχει ευκολότερη πρόσβαση στην πληροφόρηση μέσω των νέων τεχνολογιών,

- προσδιορίζει χωρίς ανακριβείς ή παραπλανητικές δηλώσεις τον χαρακτήρα τους,
- αποφεύγει την υπερβολική προβολή τους, και
- δεν εκμεταλλεύεται την άγνοια, την απειρία ή τους φόβους μερίδας του κοινού.

Η Τράπεζα Πειραιώς από την αρχή της οικονομικής κρίσης, εντείνει συνεχώς τη στήριξη της προς τους πελάτες που εμφανίζουν προβλήματα στην εξυπηρέτηση των οφειλών τους, εφαρμόζοντας ένα ευρύ πρόγραμμα ρυθμίσεων των υφιστάμενων δανείων. Επίσης, δίνει ιδιαίτερη σημασία στην εξατομίκευση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει, εξετάζοντας ξεχωριστά τις ανάγκες του κάθε πελάτη τον οποίο αντιλαμβάνεται ως ξεχωριστή μονάδα με δική της ιδιαιτερότητα και δυναμική. Η προσαρμογή στο ατομικό πελατειακό προφίλ περιλαμβάνει ενδεικτικά:

- τη δυνατότητα παροχής νέου δανείου,
- το πρόγραμμα μεταφοράς υπολοίπου με ευνοϊκότερους όρους,
- το νέο μοντέλο τραπεζικής συνεργασίας «Πειραιώς Αξία Personal Banking», που συνίσταται στην εξατομικευμένη οργάνωση της τραπεζικής σχέσης του πελάτη στο σύνολό της: τακτικές συναλλαγές, check up των οικονομικών, χρηματοοικονομικός σχεδιασμός, παρακολούθηση του χαρτοφυλακίου. Την υπηρεσία αυτή αναλαμβάνει εξειδικευμένο στέλεχος της Τράπεζας, ο «Προσωπικός Συνεργάτης».

Οι υπηρεσίες που παρέχει η Τράπεζα Πειραιώς σχεδιάζονται και υλοποιούνται με γνώμονα το συμφέρον των πελατών και πολλαπλό στόχο έχουν:

- την άρτια και συντονισμένη υποστήριξη των πελατών μέσα από όλα τα κανάλια εξυπηρέτησης,
- τη στοχευμένη ανάπτυξη και διατήρηση του χαρτοφυλακίου προϊόντων τους, και
- τη διευκόλυνση της πρόσβασής τους στις τραπεζικές υπηρεσίες.

Ενδεικτικό παράδειγμα του τελευταίου αποτελεί η εφαρμογή winbank mobile, η οποία είναι διαθέσιμη για πολλούς διαφορετικούς τύπους κινητών τηλεφώνων -τύπου iPhone, Android κ.ά. Μέσω αυτής όλοι, ακόμα και χρήστες οι οποίοι δεν είναι εγγεγραμμένοι πελάτες της Τράπεζας, μπορούν να πληρώνουν με πολύ εύκολο τρόπο τους λογαριασμούς τους (ΔΕΗ, ΟΤΕ κ.λπ.), κάνοντας χρήση πρωτοποριακών μεθόδων,

όπως το barcode scanning ή/και η φωτογράφιση του λογαριασμού με το κινητό τους τηλέφωνο.

Η ασφάλεια των συναλλαγών (προστασία προσωπικών και τραπεζικών δεδομένων) είναι ένα θέμα στο οποίο δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα. Η Τράπεζα Πειραιώς εγκαινίασε μια νέα, πρωτοποριακή για τα ελληνικά δεδομένα, υπηρεσία, την «Piraeus Customer Protection». Στόχος της υπηρεσίας αυτής είναι η άμεση κάλυψη των πελατών σε περίπτωση απώλειας ή κλοπής των δεδομένων τους οπουδήποτε στον κόσμο και προσφέρει, μεταξύ άλλων:

- ακύρωση των καρτών όλων των τραπεζών,
- έλεγχο των συναλλαγών για την πρόληψη απάτης,
- άμεση αποστολή μετρητών και αποκατάσταση καρτών,
- κάλυψη ανεπιθύμητων χρεώσεων, και
- κάλυψη του κόστους αντικατάστασης προσωπικών αντικειμένων

Επίσης, η Τράπεζα έλαβε πιστοποίηση κατά το πρότυπο PCI DSS διασφαλίζοντας τα δεδομένα των ηλεκτρονικών συναλλαγών που διεκπεραιώνονται μέσω καρτών - πιστωτικών και χρεωστικών- καθώς και των στοιχείων των κατόχων τους. Η Τράπεζα Πειραιώς είναι η πρώτη τράπεζα στην Ελλάδα που πιστοποιείται κατά το πρότυπο αυτό.

Η σύσταση Υπηρεσίας Πελατών από την Τράπεζα Πειραιώς, στα πλαίσια του θεσμού του Τραπεζικού Μεσολαβητή, έχει ως σκοπό την εύρυθμη διαχείριση των παραπόνων των πελατών. Συγκεκριμένα, έργο της εν λόγω υπηρεσίας, είναι η εξέταση και διευθέτηση παραπόνων των πελατών της Τράπεζας, καθώς και η παροχή πληροφοριών και διευκρινίσεων σχετικά με τις τραπεζικές υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω ενός μηχανισμού υποδοχής και άμεσης διερεύνησης των θεμάτων που απασχολούν τους πελάτες. Συγκεκριμένα, μέσω μιας απλής διαδικασίας οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν έναν από τους πολλούς προσφερόμενους τρόπους επικοινωνίας -κατάστημα, τηλέφωνο, fax, διαδίκτυο- για να γνωστοποιήσουν το θέμα που τους απασχολεί, προκειμένου να λάβουν τις απαραίτητες διευκρινίσεις.

Τέλος, από το 2001 έως σήμερα η Τράπεζα Πειραιώς διεξάγει συστηματικά και σε ετήσια βάση την «Έρευνα Ικανοποίησης Πελατών». Με τον τρόπο αυτό αντλείται πληροφόρηση γύρω από το βαθμό ικανοποίησης των πελατών της Τράπεζας, τόσο συνολικά όσο και σε επιμέρους δείκτες. Στόχος της Τράπεζας είναι η διατήρηση του υψηλού βαθμού ικανοποίησης των πελατών της. Για τη μέτρηση του 2013 η έρευνα

διεξήχθη τηλεφωνικά από την εταιρεία TNS, σε δείγμα 15.300 πελατών, καλύπτοντας γεωγραφικά την ελληνική επικράτεια. Σημειώνεται ότι η μέτρηση αυτή είναι η πρώτη που υλοποιήθηκε μετά και την ολοκλήρωση της απορρόφησης των τραπεζικών δραστηριοτήτων που εξαγοράστηκαν από την Τράπεζα Πειραιώς στην Ελλάδα.

Αναφορικά με τη συνολική εμπειρία των πελατών της Τράπεζας Πειραιώς, τα αποτελέσματα καταγράφονται θετικά, καθώς 58% την αξιολογούν «εξαιρετική/πολύ καλή» και 33% «καλή», ενώ μόνο 1,5% την αξιολόγησε ως «κακή». Αν και τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα το ευρύ κοινό τηρεί μια σχετικά αρνητική στάση ως προς τις τράπεζες, εντούτοις 8 στους 10 πελάτες της Τράπεζας προτιμούν «έντονα» έως «πάρα πολύ έντονα» την Τράπεζα Πειραιώς από οποιαδήποτε άλλη¹⁷.

Σχέσεις με τους προμηθευτές

Οι σχέσεις της Τράπεζας Πειραιώς με τους προμηθευτές της διέπονται από τις αρχές της αξιοκρατικής επιλογής και της διαφάνειας στους όρους συνεργασίας. Οι προτάσεις συνεργασίας και οι προσφορές που υποβάλλονται από δυνητικούς συνεργάτες και προμηθευτές αξιολογούνται βάσει θεσπισμένων κριτηρίων και διαδικασιών, που περιλαμβάνονται τόσο στο καταγεγραμμένο πλαίσιο διαδικασιών της Διεύθυνσης Τεχνικών Έργων και Διοικητικής Υποστήριξης όσο και στη σχετική Πολιτική Εξωτερικής Ανάθεσης Δραστηριοτήτων σε Τρίτους (outsourcing). Η Τράπεζα συνεργάζεται με προμηθευτές που πληρούν συγκεκριμένα αντικειμενικά και μετρήσιμα κριτήρια, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται η σχέση ποιότητας με την τιμή, η συνέπεια αλλά και η θέση τους στην αγορά. Οι διαδικασίες που ακολουθούνται είναι ενιαίες για όλους τους προμηθευτές, ενώ περιοδικά αξιολογείται το σύνολο των προμηθευτών, έτσι ώστε βάσει της πορείας της συνεργασίας να διατηρούνται οι σχέσεις με τους καταλληλότερους.

Τραπεζικές εργασίες και περιβάλλον

Το περιβαλλοντικό έργο της Τράπεζας Πειραιώς υλοποιείται στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής πολιτικής τους, η οποία αναγνωρίζει ότι οι αρχές της αειφόρου ανάπτυξης συνιστούν θεμελιώδη αξία για την λειτουργία της. Στο πνεύμα αυτό, η

¹⁷ Ετήσια Έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας 2013 (τελευταία επικαιροποίηση 01/08/2014).

Τράπεζα ενσωματώνει περιβαλλοντικά κριτήρια στις επιχειρηματικές της διαδικασίες, μειώνει το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, ενισχύει την πράσινη επιχειρηματικότητα, προχωρά στην εκτίμηση του περιβαλλοντικού-κλιματικού κινδύνου, καθώς και σε δράσεις για την προστασία της βιοποικιλότητας, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην αντιμετώπιση των μεγάλων περιβαλλοντικών, αλλά και κοινωνικοοικονομικών προκλήσεων της εποχής μας. Στο πλαίσιο της δέσμευσής της για συνεχή μείωση των επιπτώσεων από τη λειτουργία της, η Τράπεζα Πειραιώς, παρακολουθεί και μετρά τις περιβαλλοντικές της επιδόσεις, θέτει στόχους βελτίωσης, εφαρμόζει και αξιολογεί δράσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης & προστασίας του περιβάλλοντος, όπως προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας και νερού, διαχείρισης απορριμμάτων-ανακύκλωσης, μείωσης μετακινήσεων και προώθησης πράσινων προμηθειών. Σημαντική δράση της Τράπεζα Πειραιώς αποτελεί η υλοποίηση του τρίτου συγχρηματοδοτούμενου από την Ευρωπαϊκή Ένωση προγράμματος LIFE. Το LIFE – Stymfalia αποσκοπεί στην αειφόρο διαχείριση της Λίμνης Στυμφαλίας και αποσκοπεί στην ανάδειξη της σημασίας της επιχειρηματικότητας και της προστασίας της φύσης. Επίσης, είναι η πρώτη τράπεζα στην Ελλάδα που δημιούργησε ειδικά πράσινα δάνεια. Δηλαδή, προσφέρει στεγαστικά και καταναλωτικά δάνεια για την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων και την ενεργειακή αναβάθμιση των κατοικιών. Τέλος, η Τράπεζα Πειραιώς στηρίζει την πράσινη επιχειρηματικότητα, χρηματοδοτώντας μέσω ειδικών «πράσινων» προϊόντων -με ευνοϊκότερους από τους συνήθεις όρους- επιχειρήσεις και ιδιώτες που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν επενδύσεις φιλικές προς το περιβάλλον, όπως στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, της εξοικονόμησης ενέργειας, της βιολογικής γεωργίας, της προστασίας και ανάδειξης της βιοποικιλότητας, της πράσινης χημείας, των πράσινων μεταφορών, της διαχείρισης απορριμμάτων και νερού, της περιβαλλοντικής αποκατάστασης, του οικοτουρισμού και αγροτουρισμού, συμβάλλοντας έτσι ουσιαστικά στην προσπάθεια υπεύθυνης χρήσης των φυσικών πόρων και ενισχύοντας τη διασφάλιση θέσεων εργασίας ή και τη δημιουργία νέων. Έτσι επιτυγχάνεται έμμεσα η επίλυση πολλαπλών περιβαλλοντικών προβλημάτων, όπως αυτό της κλιματικής αλλαγής, της εξάντλησης των φυσικών πόρων, της ρύπανσης των υδάτων και του εδάφους. Η τεχνογνωσία και η εξειδίκευση που έχει αποκτηθεί στα ζητήματα της πράσινης επιχειρηματικότητας, ο μεγάλος κύκλος εργασιών και οι τεχνικές ιδιαιτερότητες του κάθε έργου αποτελούν τη βάση για την πλήρη υποστήριξη των επενδυτών και την καθοδήγηση τους σε κάθε στάδιο της

επένδυσης, από την δημιουργία του επενδυτικού σχεδίου και την αδειοδοτική διαδικασία μέχρι την υλοποίηση της. Αποτέλεσμα αυτών των δράσεων είναι η αποφυγή έκλυσης 598.000 τόνων CO₂ μέσω των χρηματοδοτήσεών της το 2011 σε έργα πράσινης επιχειρηματικότητας. Επιπροσθέτως, για την ενίσχυση της πράσινης επιχειρηματικότητας, έχει ήδη οριστεί από το 2010 σε όλα τα καταστήματα της Τράπεζας Πειραιώς στην Ελλάδα, Συνεργάτης Green Banking εξειδικευμένος στα περιβαλλοντικά θέματα, για την αποτελεσματικότερη προώθηση των πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών. Επιπλέον, 42 από τα υπάρχοντα καταστήματα του δικτύου στην Ελλάδα έχουν στελεχωθεί με τέσσερις θεματικούς Συνεργάτες Green Banking, παρέχοντας ακόμη πιο εξειδικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επαγγελματίες και ιδιώτες που ενδιαφέρονται για την μείωση του περιβαλλοντικού και ανθρακικού τους αποτυπώματος, τη μείωση λειτουργικού κόστους και εν τέλει, την προστασία του περιβάλλοντος, μέσα από τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα.

Περιβαλλοντικό αποτύπωμα της Τραπέζης

Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ) της Τράπεζας Πειραιώς παρέχει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για την καταγραφή, παρακολούθηση και τελικά μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που συνδέονται με τη λειτουργία των εγκαταστάσεων της Τράπεζας αλλά και των δραστηριοτήτων της. Το 2011 ολοκληρώθηκε η διαδικασία πιστοποίησης του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης της Τράπεζας κατά Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) και κατά ISO 14001:2004, για όλα της τα καταστήματα και τα κτήρια διοίκησης. Η επαλήθευση της Περιβαλλοντικής Δήλωσης της Τράπεζας, που επικυρώνει τη συμμόρφωσή της με τον Κανονισμό EMAS, πραγματοποιήθηκε από την Κυπριακή Εταιρεία Πιστοποίησης (ΚΕΠ) και ανέδειξε τη σωστή προετοιμασία που είχε γίνει καθώς και το βαθμό ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του ανθρώπινου δυναμικού της Τράπεζας. Η ίδια εταιρεία, η οποία είναι μέλος του IQNET Association-The International Certification Network, πιστοποίησε την Τράπεζα και κατά το διεθνές πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης ISO 14001:2004. Η Τράπεζα Πειραιώς είναι η πρώτη τράπεζα στην Ελλάδα που πιστοποίησε κατά EMAS όλα της τα καταστήματα και τα κτήρια διοίκησης. Η πιστοποίηση κατά EMAS και ISO 14001 ουσιαστικά επιβεβαιώνει την ορθή εφαρμογή του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης στην Τράπεζα.

Στα πλαίσια της περιβαλλοντικής διαχείρισης, η Τράπεζα Πειραιώς με τη βοήθεια ενός καινοτόμου εργαλείου, της Βάσης Δεδομένων Υπολογισμού Περιβαλλοντικού Αποτυπώματος, παρακολουθεί τις λειτουργικές της επιπτώσεις, τόσο από την κατανάλωση ενέργειας, νερού και άλλων φυσικών πόρων, όσο και από τη χρήση αναλωσίμων ειδών, αλλά και από τις μετακινήσεις του ανθρώπινου δυναμικού.

Η Βάση αποτελεί ένα πολύ χρηστικό εργαλείο, με το οποίο υλοποιούνται γρήγορα και εύκολα οι παρακάτω στόχοι:

- αυτοματοποίηση της σταθερής συλλογής δεδομένων
- οργάνωση της περιβαλλοντικής πληροφορίας σύμφωνα με τις ανάγκες της Τράπεζας
- ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής τεχνογνωσίας στα συστήματα της Τράπεζας
- δημιουργία εύχρηστων και συγχρόνως ισχυρών πολυπαραγοντικών εργαλείων ανάλυσης

Το μεγαλύτερο όφελος από την περιβαλλοντική βάση δεδομένων είναι ότι η Τράπεζα επιτυγχάνει αρτιότερο σχεδιασμό περιβαλλοντικών προγραμμάτων, με απόλυτα μετρήσιμους στόχους, που οδηγούν στη μείωση των λειτουργικών επιπτώσεων, αλλά και στην εξοικονόμηση πόρων. Το εργαλείο αυτό επιτρέπει επίσης την παρακολούθηση και αξιολόγηση της περιβαλλοντικής επίδοσης της Τράπεζας και τη σύγκρισή της με εταιρικές περιβαλλοντικές πολιτικές άλλων οργανισμών.

Επίσης, έχει αναπτυχθεί και ειδική Βάση Δεδομένων για την Περιβαλλοντική Νομοθεσία & Νομολογία, που έχει στόχο την αξιολόγηση της συμμόρφωσης της Τράπεζας Πειραιώς με τις απαιτήσεις της σχετικής νομοθεσίας και τις δεσμεύσεις εταιρικής υπευθυνότητας στο πεδίο του περιβάλλοντος. Η Βάση, η οποία εμπλουτίζεται διαρκώς, παρέχει στην Τράπεζα την αναγκαία νομική πληροφορία σχετικά με:

- την ενημέρωση ως προς τις γενικές υποχρεώσεις και κατευθύνσεις του δικαίου για το περιβάλλον,
- την οργάνωση των προγραμμάτων πρόληψης και περιορισμού των άμεσων περιβαλλοντικών επιπτώσεων, ιδίως κατά την εφαρμογή του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, και
- την επικουρία του έργου μείωσης των έμμεσων επιπτώσεων, ιδίως μέσω της εκτίμησης του περιβαλλοντικού κινδύνου, της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή και της προώθησης των περιβαλλοντικά φιλικών επενδύσεων και της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Προκειμένου να εφαρμοστεί αποτελεσματικά η περιβαλλοντική πολιτική της και δεδομένου ότι η ατομική και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αποτελούν τη βάση μιας βιώσιμης κοινωνίας, η Τράπεζα Πειραιώς, φροντίζει για την ενημέρωση, ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού της. Η περιβαλλοντική εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού επιτελείται σε δύο επίπεδα. Στο πρώτο επίπεδο είναι γενική, με ηλεκτρονικά εκπαιδευτικά προγράμματα (e-learning) που περιγράφουν βασικές περιβαλλοντικές έννοιες και το περιβαλλοντικό έργο της Τράπεζας. Σε δεύτερο επίπεδο η εκπαίδευση είναι ειδικότερη και αφορά την πράσινη επιχειρηματικότητα, τα πράσινα προϊόντα της Τράπεζας και τις διαδικασίες του Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης της Τράπεζας κατά EMAS.

Τέλος, η προώθηση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, όπως και το Περιβάλλον, αποτελούν στρατηγικό πυλώνα ανάπτυξης της Τράπεζας. Η συνεχώς αυξανόμενη προτίμηση -ιδιαίτερα τα 3 τελευταία χρόνια- των πελατών της Τράπεζας σε εναλλακτικά κανάλια, όπως οι συναλλαγές μέσω winbank, ATMs, της πλατφόρμας easypay, καθώς και η χρήση του Phone, Mobile και SMS Banking, παρουσιάζουν, εκτός των άλλων, και περιβαλλοντικά οφέλη. Με δεδομένο ότι οι συναλλαγές αυτές θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν στα καταστήματα, με τη χρήση ηλεκτρονικών καναλιών, εξοικονομείται χρόνος, χρήμα και χαρτί.

7. Συμπεράσματα

Είναι αποδεκτό το γεγονός ότι για την υποβάθμιση του περιβάλλοντος, την κατασπατάληση των φυσικών πόρων, αλλά και για πολλές από τις κοινωνικές ανισότητες, ευθύνεται η οικονομική ανάπτυξη που έλαβε χώρα τις τελευταίες δεκαετίες. Σήμερα γίνεται μια ολοκληρωμένη προσπάθεια προκειμένου να ανατραπεί αυτή η κατάσταση. Σε αυτή την προσπάθεια λαμβάνουν ενεργά μέρος και τα τραπεζικά ιδρύματα, προωθώντας την άποψη ότι η προστασία του περιβάλλοντος και η εξάλειψη της κοινωνικής αδικίας αποτελεί συλλογική ευθύνη τόσο του συνόλου της κοινωνίας, δηλαδή, των κυβερνητικών φορέων, των επιχειρήσεων, αλλά και των πολιτών ως σύνολο.

Οι τράπεζες, όντας κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνοι φορείς, αποδεικνύουν τη συγκεκριμένη ευαισθητοποίηση, κυρίως με το να αναγνωρίζουν και να αξιολογούν τις άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις τους στο περιβάλλον, να αξιοποιούν τις

περιβαλλοντικές ευκαιρίες αλλά και να βελτιώνουν την περιβαλλοντική και κοινωνική τους επίδοση, αποβλέποντας ταυτόχρονα σε συγκεκριμένα επιχειρηματικά οφέλη, όπως μείωση των λειτουργικών δαπανών ως αποτέλεσμα ορθολογικότερης χρήσης πόρων (π.χ. ενέργεια, χαρτί), αξιοποίηση ευκαιριών χρηματοδότησης (π.χ. ήπιες μορφές ενέργειας, περιβαλλοντικά φιλική εξοπλισμοί), προσέλκυση κοινωνικά υπεύθυνων επενδυτών για τοποθετήσεις στη μετοχή μιας τράπεζας, αλλά και ενίσχυση των δεσμών τους με άλλους κοινωνικούς εταίρους (πελάτες, μετόχους, προμηθευτές, προσωπικό, κοινωνία) (Σταρόγιαννης, 2007).

Από την παραπάνω ανάλυση των δράσεων στη τράπεζα Πειραιώς στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης διαπιστώνουμε ότι, προσπαθεί καταρχήν να συνδυάσει αρμονικά την επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα με ενεργή κοινωνική παρουσία και δράση. Ασχολείται την τελευταία δεκαετία συστηματικά με ζητήματα επιχειρησιακής ηθικής, προσπαθώντας μάλιστα να δημιουργήσει μια κουλτούρα βασισμένη σε αυτής. Ενεργώντας προς αυτή την κατεύθυνση, η τράπεζα εκδίδει κοινωνικούς απολογισμούς, παρέχοντας ολοκληρωμένη πληροφόρηση στα ενδιαφερόμενα μέρη, με σκοπό να δείξει τον βαθμό της κοινωνικής της υπευθυνότητας απέναντι στη κοινωνία και το περιβάλλον.

Παρόλο που η τράπεζα Πειραιώς θεωρεί σημαντική την εφαρμογή της ΕΚΕ, περιορίζεται σε δράσεις εσωτερικής περιβαλλοντικής διοίκησης, σε προσφορά συγκεκριμένων και περιορισμένων πράσινων προϊόντων (φωτοβολταϊκά και ενεργειακή αναβάθμιση κατοικιών), αναλαμβάνει δράσεις για την προστασία της βιοποικιλότητας και σε καμπάνιες κοινωνικού τύπου. Προς το παρόν, δεν έχει ακόμη συμπεριλάβει την εφαρμογή της ΕΚΕ σε κύριες δραστηριότητες της, όπως ο δανεισμός και οι επενδύσεις, μετατρέποντας, για παράδειγμα, τις καταθέσεις σε κεφάλαια που θα συμβάλουν στην ανάπτυξη της οικονομίας. Επίσης θα πρέπει να δώσει έμφαση στη χρηματοδότηση με ευνοϊκότερους όρους, φιλικών προς το περιβάλλον επιχειρήσεων και στη χρηματοδότηση περιβαλλοντικά φιλικών έργων.

Βιβλιογραφία

- Arevalo, A. & Aravind, D., 2010. The Impact of the Crisis on Corporate Responsibility: The Case of UN Global Compact Participants in the USA. *Corporate Governance*, 10(4), pp. 406-420.
- Bevan, S., Isles, N., Emery, P. & Hoskins, T., 2004. Achieving High Performance: CSR at the heart of Business. *The Work Foundation*, p. 23.
- Burke, L. & Logsdon M.J., 1996. Corporate Social Responsibility Pays off. *Long Rang Planning*, 29(4).
- Campbell, J., 2007. Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), pp. 946-967.
- Campbell, J., 2007. Why Would Corporations Behave in Social Responsibility Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), pp. 946-947.
- Carrasco, I., 2007. Corporate Social Responsibility, Values and Cooperation. *International Advances in Economic Research*, 18(4), pp. 454-460.
- Clarkson, M., 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management Review*, pp. 92-118.
- Committee for Economic Development, 1971. *Social Responsibilities for Business Corporations*. New York: CED.
- Davis, K., 1960. Can Business afford to ignore its Social responsibilities. *California Management Review*, pp. 70-76.
- Dowling, G., 2001. *Creating Corporate Reputations: Identify, Image and Performance*. Oxford: Oxford University Press.
- Eells, K. & Walton, C., 1961. *Conceptual foundations of Business*. Homewood Illinois: Richard D. Irwin Inc..
- Fombrun, C. & Shaney, M., 1990. What's in a Name? Reputation and Corporate Strategy. *Academy of Management Review*, 33(2), pp. 233-258.
- Giannarakis, G. & Theotokas, I., 2011. The Effect of Financial Crisis in Corporate Social Responsibility Performance. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), pp. 1-10.
- Hamil, S., 1999. Corporate Community Involvement: A Case of Regulatory Reform. *Business Ethics. A European Review*, 28(1), pp. 14-25.
- Hastings, G. & Angus, K., 2011. When is social marketing not social marketing?. *Journal of Social Marketing*, 1(1), pp. 45-53.

Hohnen, P. & Potts, J., 2007. Corporate Social Responsibility: an Implementation Guide for Business. *International Institute for Sustainable Development*, pp. 10-14.

Humphreys, M. & Brown, D., 2008. An analysis of Corporate Social Responsibility at Credit Line: A Narrative Approach. *Journal of Business*, Τόμος 80, pp. 403-418.

Jakson, I. & Nelson, J., 2004. Values - Driven Performance: Seven Strategies for Delivering Profits with Principles. *Ivey Business Journal*, November/December.

Jones, T., 1980. Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. *California Management Review*, 22(2), pp. 59-67.

Kotler, P. & Lee, N., 2009. Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία σας και στο σκοπό της επιλογής σας: Βέλτισες πρακτικές από τη Hewlett-Packard, την Ben & Jerry's και άλλες μεγάλες εταιρείες. 1η επιμ. Αθήνα: Κέρκυρα - Economia Pumblishina.

Lantos, G., 2001. The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), pp. 595-630.

Lawrence, A., Post, J. & Weber, J., 2005. *Business society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*. 11th edition επιμ. New York: McGraw-Hill.

Lee, M., 2008. A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, Issue 10, pp. 53-73.

Lichenstein, D., Drumwright, M. & Braig, B., 2004. The Effect of Corporate Social Responsibility on Customer Donations to Corporate Supported Non-Profit. *Journal of Marketing*, 68(4), pp. 16-32.

Margolis, D. & Walsh, J., 2001. *People and Profits? The search between a Company's Social and Financial Performance*. Mahwah, New Jersey London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

McWilliams, A., Siegel, D. & Wright, P., 2006. Corporate social responsibility: strategic implications. *Journal of Management Studies*, Τόμος 43, pp. 1-18.

Mitra, C. S. & Borza, A., 2011. Social Entrepreneurship and Social Responsibility: Comparative Study. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 6(2), pp. 243-254.

Moura-Leite, R. C. & Padgett, R. C., 2011. Historical background of corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal*, 7(4), pp. 528-539.

Slaper, T. & Hall, T., 2011. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?. *Indiana Business Review*, 86(1).

Valor, C., 2007. A Global Strategic Plan for Corporate Philanthropy. *Strategic Management Journal*, 12(3), pp. 280-297.

Waddock, S. & Graves, S., 1997. The Corporate Social Performance-financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, Τόμος 18, pp. 303-319.

WBCSD, 2001. *The Business Case for Sustainable Development: Making a Difference towards the Johannesburg Summit 2002 and beyond*. s.l., s.n.

Wood, D., 1991. Corporate Social Performance revisited. *Academy of Management Review*, pp. 618-718.

Wood, D. & Jones, R., 1994. *Research on Corporate Social Performance: What have we learned?*, s.l.: Case Western Research University.

World Commission on Environment and Development, 1987. *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press.

Βαξεβανίδου, Μ., 2011. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης.

ΠΡΑΣΙΝΟ ΒΙΒΛΙΟ, 2001. *ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΝΟΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ*, ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ: ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ.

Σαββάκης, Γ., 02/06/2006. Οι δείκτες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. *Euro2day*.

Σταρόγιαννης, Δ., 2007. Η Περιβαλλοντική Κοινωνική Ευθύνη των Τραπεζών. *Bankers Review on Line*.

Ιστότοποι

www.csrhellas.org

<http://www.cri.org.gr>

www.iso.org

<http://www.projectyou.gr/iso-26000/>

www.uest.gr/eupalinus/

<http://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103715/oi-deiktes-etairikhs-koinonikhs-efthynhs.html>

<http://www.greekmoney.gr/index.php/permalink/4291.html>

<http://www.vprc.gr/article.php?id=775>

<http://www.hrima.gr/article.asp?view=524&ref=519>

<http://www.piraeusbankgroup.com>