



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ



Σπουδαστής: Τζεζου Ουέλντα

Επιβλέπων καθηγητής: Ντεμίρης Κωνσταντίνος

Πάτρα, 2019

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	0
Εισαγωγή	3
Κεφάλαιο 1^ο Βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	4
1.1 Εισαγωγή	4
1.2 Ιστορική αναδρομή	4
1.3 Ορισμός	5
1.4 Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη	6
1.4.1 Η Κοινωνικοοικονομική προσέγγιση	8
1.5 Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη	9
1.6 Θεωρία Των Ενδιαφερόμενων Μερών	10
1.7 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη Στην Πράξη	10
Κεφάλαιο 2^ο Οι τομείς ανάπτυξης και λειτουργίας της ΕΚΕ	12
2.1 Το μέγεθος της Κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων	12
2.1.1 Η Κοινωνική ευθύνη	12
2.1.2 Η Κοινωνική απόκριση	13
2.2 Τομείς κοινωνικού ενδιαφέροντος για τις επιχειρήσεις	14
2.3 Διαδικασία κοινωνικής δράσης	14
2.3.1 Η Φάση της δράσης	18
2.3.2 Η Φάση της αξιολόγησης	20
Κεφάλαιο 3^ο Ηθικοί κανόνες και εταιρική κοινωνική ευθύνη	21
3.1 Ηθικοί Κανόνες και φιλοσοφικές αρχές	21
3.2 Ηθικοί Κανόνες και αξίες	21
3.3 Τα οφέλη της εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	24
3.4 Στάσεις και αντιλήψεις των καταναλωτών	25
Κεφάλαιο 4^ο Κοινωνική Απόδοση	27
4.1 Κοινωνική απόδοση της εταιρίας	27
4.2 Αξιόπιστα εργαλεία μέτρησης	27
4.3 Κοινωνική ευθύνη και πρωτοβουλίες των εταιριών	28
4.4 Παραδείγματα επιχειρηματικών ΕΚΕ	32
4.4.1 ΟΠΑΠ ΚΑΙ ΕΚΕ	32
4.4.2 ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ	35
4.4.3 Σύγκριση εταιριών με δράσεις ΕΚΕ	37
Κεφάλαιο 5^ο Μεθοδολογία της έρευνας	38
5.1 Μέθοδος	38
5.2 Πληθυσμός της έρευνας	38
5.3 Δείγμα	39
5.3.1 Έρευνητικό εργαλείο	39

<i>Κεφάλαιο 6^ο Αποτελέσματα από την έρευνα</i>	<i>41</i>
<i>Συμπεράσματα</i>	<i>140</i>
<i>Βιβλιογραφία</i>	<i>144</i>
<i>Παράρτημα</i>	<i>148</i>

Εισαγωγή

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα είναι μια νέα έννοια η οποία σχετίζεται με την ΕΕ και εισήχθη για πρώτη φορά το 2001 από επιχειρηματίες, οργανισμούς προώθησης της ΕΚΕ και το κράτος (Huy, &Hien 2011).

Οι Ελληνικές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις δεν έχουν πραγματοποιήσει ακόμη ένα συγκεκριμένο σχέδιο δράσης Κοινωνικής Ευθύνης. Κατά συνέπεια, τα προγράμματα ΕΚΕ ονομάζονται σποραδικές χορηγίες ή φιλανθρωπικές εκδηλώσεις (Kang, etal., 2015).

Αυτό είναι δυνατόν να ερμηνευθεί από το γεγονός ότι οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις είναι μικρού ή μεσαίου μεγέθους ή είναι οικογενειακές επιχειρήσεις και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη τους ταυτίζεται με την φιλανθρωπική δραστηριότητα του ιδιοκτήτη (Kang, etal., 2015).

Κεφάλαιο 1^ο Βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

1.1 Εισαγωγή

Ως ιδανική περίπτωση, θεωρείται η ΕΚΕ πολιτική να λειτουργεί ως ένας ενσωματωμένος, αυτορρυθμιζόμενος μηχανισμός μέσω του οποίου οι εταιρείες θα παρακολουθούν και θα εξασφαλίζουν την τήρηση του με το νόμο, ηθικά πρότυπα, καθώς και διεθνή πρότυπα. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις θα αγκαλιάσουν την ευθύνη για τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον, τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους, τις κοινότητες, τα ενδιαφερόμενα μέρη και όλα τα άλλα μέλη της δημόσιας σφαίρας (Christen&Schmidt, 2012).

1.2 Ιστορική αναδρομή

Ο όρος βιώσιμη ανάπτυξη ετυμολογικά ως ορολογία αναφέρεται: «Στη διαδικασία εξασφάλισης της παραγωγής αγαθών, χωρίς να μειώνεται η παραγωγική ικανότητα» (Hunter, 2012). Από την άλλη η Dimopoulou (2005) στο άρθρο της «Multi-disciplinary Approach for the Environmental Analysis of Surface Waters in a Large-scale Development» ορίζει τη λέξη βιωσιμότητα ως (Zhang&Huang, 2011): «τη συνειδητή παραγωγή ενός αγαθού από τη φύση με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην μειώνεται, αλλά αντίθετα ν' αυξάνεται η παραγωγική του τάση και διάρκεια, χωρίς να επηρεάζονται οι περιβαλλοντικές ισορροπίες» (Brammeretal., 2012)

Η ανάπτυξη αρχίζει ταυτόχρονα με την εμφάνιση της παρουσίας του ανθρώπου στη γη, ως τροφοσυλλέκτης, συνεχίζεται το 10.000 π.Χ., όταν ξεκινά σαν καλλιεργητής και κτηνοτρόφος μέχρι το 1800 μ.Χ., με τη βιομηχανική επανάσταση (Cohen,2011).

Η λέξη ανάπτυξη έρχεται στο προσκήνιο στο τέλος του Β' παγκόσμιου πολέμου, που είναι και τα τέλη της φάση αυτής της διαδρομής.

Ταυτόσημος με τον όρο ανάπτυξη θεωρήθηκε η οικονομική μεγέθυνση, που ήταν το κύριο σχέδιο σε κάθε χώρα και πολιτικό σύστημα. Με το παραδοσιακό οικονομικό μοντέλο, η οικονομική ανάπτυξη επιτυγχάνεται με αύξηση της παραγωγή των αγαθών, που συνεπάγεται με αύξηση του Ακαθάριστο Εγχώριου Προϊόντος (κατά κεφαλήν ΑΕΠ). (Brammeretal., 2012)

Με την εκβιομηχάνιση θεωρήθηκε ότι θα επιτευχτεί η αύξηση του ΑΕΠ, μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του '60, όπου η οικονομική και βιομηχανική ανάπτυξη ήταν έννοιες ομόσημες (DiMauro, etal., 2012).

Ένας αρκετά διαφωτιστικός ορισμός σύμφωνα με τους Oberle, Stowers and Darby «ανάπτυξη είναι μια διαδικασία όπου ένας όλο και μεγαλύτερος αριθμός ατόμων μιας δεδομένης περιοχής ή ενός δεδομένου περιβάλλοντος, λαμβάνει και υλοποιεί κοινωνικά υπεύθυνες αποφάσεις, η πιθανή συνέπεια των οποίων είναι η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης μερικών ατόμων χωρίς να χειροτερεύουν τις ζωές των άλλων» (DiMauro, etal., 2012).

Παρατηρείται ότι στον εν λόγω ορισμό πέρα από την αύξηση του εισοδήματος περιλαμβάνει και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και τη συμμετοχή τους στη λήψη αποφάσεων που τους καθιστά υπευθύνους όχι μόνο για τους εαυτούς του αλλά και για το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο (DiMauro, etal., 2012).

1.3 Ορισμός

Η ΕΚΕ είναι η σκόπιμη προσθήκη του δημοσίου συμφέροντος στην εταιρική διαδικασία λήψης αποφάσεων , καθώς και η τήρηση ενός τριπλού : Άνθρωποι, Planet, Κέρδος. Η πρακτική της ΕΚΕ εξαρτάται από πολλές

συζητήσεις και κριτική. Οι επικριτές της υποστηρίζουν ότι αποσπά την ΕΚΕ από το θεμελιώδη οικονομικό ρόλο των επιχειρήσεων (Christen&Schmidt, 2012).

1.4 Εσωτερική Κοινωνική Ευθύνη

Οι βασικότερες δυσχέρειες της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αφορούν στα " ανεξάρτητα μέλη και τον εσωτερικό έλεγχο (Huy, &Hien 2011).

Από το 2002 μέχρι σήμερα σε πάνω από 400 επιχειρήσεις, αρκετές από τις οποίες καταστράφηκαν οικονομικά με τεράστιες ζημιές κανένας εσωτερικός έλεγχος δεν θεώρησε ότι πρέπει να παρέμβει και να έχει αποστάσεις από τα ζητήματα της διοίκησης, με ενδεχομένως συγκεκριμένη έκθεση που να απευθύνεται στην Γ.Σ. ή τα ΜΜΕ (Lenz&Hahn 2015).

Το αποτέλεσμα σύμφωνα με τα προαναφερθέντα είναι ότι όσο τα ανεξάρτητα μέλη επιλέγονται από μεγαλομετόχους δεν είναι δυνατόν να υφίσταται μια διαυγής Εταιρική κοινωνική ευθύνη (Liu&Sun, 2010).

Μέσα από διεθνείς πηγές υφίστανται πάρα πολλοί ορισμοί σύμφωνα με τη σημασία της Εταιρικής κοινωνική ευθύνης. Συνοπτικά, σημειώνονται οι παρακάτω ερμηνείες. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) η Εταιρική κοινωνική ευθύνη καλείται το σύστημα όπου ελέγχονται οι επιχειρήσεις (Λαζαρίδης &Δρυπέτας, 2011).

Η Εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει κύρια ασχολία με τους μηχανισμούς, που προστατεύουν τα συμφέροντα των εξωτερικών επενδυτών έναντι των εσωτερικών. (Brammeretal., 2012)

Ο όρος "εταιρική κοινωνική ευθύνη " έχει να κάνει με φάσεις πολιτικές και συστήματα που βοηθούν το Διοικητικό Συμβούλιο της εκάστοτε επιχείρησης ή οργανισμού διευθύνει τις κινήσεις της επιχείρησης

προς πλεονέκτημα των μετόχων της (Λαζαρίδης & Δρυπέτας, 2011).

Οπότε, η εταιρική κοινωνική ευθύνη σχετίζεται με θέματα όπως το μέγεθος, τη δομή και το τρόπο με τον οποίο εκλέγονται και διορίζονται τα διευθύνοντα στελέχη και τα μέλη των επιτροπών. Επίσης η ΕΔ σχετίζεται με τις αξιώσεις και ευθύνες διευθυντών και διοικητικών ατόμων των επιχειρήσεων αλλά και τα δικαιώματα των μετόχων (Λουμιώτης, 2010).

Τα τελευταία έτη, το ζήτημα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αφορά την επικαιρότητα λόγω της κατάρρευσης μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων εξαιτίας λογιστικών εξαπατήσεων, συγκεκαλυμμένης κακοδιαχείρισης ή λανθασμένες επιχειρηματικές αποφάσεις.

Τέλος, ένας ακόμα λόγος θεωρείται ο διεθνής χαρακτήρας των χρηματοοικονομικών αγορών στις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς.

Ανάλογο παράδειγμα θεωρείται η εφαρμογή των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων

Στόχος της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης θεωρείται η αύξηση της αξίας της επιχείρησης με στόχο την προστασία εισηγμένων επιχειρήσεων σε χρηματιστήρια. (Brammeretal., 2012)

Η εταιρική διακυβέρνηση μελετά τις δυσκολίες που προκύπτουν που σε σχέση με την τμηματοποίηση της ιδιοκτησίας και του ελέγχου στις σύγχρονες επιχειρήσεις και οργανισμούς (Λαζαρίδης & Δρυπέτας, 2011).

Ακόμη και στα αναπτυγμένα κράτη, αυτές οι δυσχέρειες αντιπροσωπεύουν είναι πηγές μεγάλων δαπανών για τα μετοχικά μέρη. Γενικότερα είναι άξιο αναφοράς ότι η εταιρική διακυβέρνηση έχει κύριο θέμα απασχόλησης τους νομικούς θεσμούς όπου προσδιορίζονται τα μετοχικά δικαιώματα, την επιστροφή κεφαλαίου στους μετόχους, την ισορροπία και απονομή ευθυνών (Black&Maggina, 2016).

Οι Enron, WorldCom, η Qwest, Parmalat, Sunkill, ImClone και

διάφορες άλλες εταιρικές αποτυχίες αναδεικνύουν ορισμένα ζητήματα σχετικά με την διακυβέρνηση και την εταιρική κοινωνική ευθύνη και έχουν αυξήσει την προσοχή στο ρόλο της επιχειρηματικής ηθικής (Λαζαρίδης & Δρυπέτας, 2011).

Οι Διευθύνοντες Σύμβουλοι αυτών των εταιρειών θα πρέπει να θεωρηθούν υπεύθυνοι για όλες τις αποτυχίες οι αποτελούν περιπτώσεις «εταιρικής ανευθυνότητας» (Chenet al., 2012). Πολλοί άνθρωποι έχουν την άποψη ότι, εάν οι επιχειρήσεις επρόκειτο να συμπεριφέρονται υπεύθυνα, πιθανότατα τα εταιρικά σκάνδαλα θα σταματούσαν να υπάρχουν (Bordo & James, 2014).

1.4.1 Η Κοινωνικοοικονομική προσέγγιση

Υπάρχουν βέβαια περιθώρια στα κράτη, να εξελίξουν προσωπικές πρωτοβουλίες εφαρμόζοντας τα συστήματα που τους αρμόζουν ως ιδανικότερα (Cormier & Magnan, 2014).

Διεθνείς οργανισμοί σαν ο ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης), παραδέχονται ότι η εταιρική διακυβέρνηση δίνει μεγάλη σημασία και προβάδισμα την ανάπτυξη της οικονομίας επιχειρήσεων. (Brammer et al., 2012)

Με αυτόν το τρόπο, το μοντέλο το οποίο εφαρμόζουν στηρίζεται σε συγκεκριμένους στόχους ορισμένους εξαρχής, ενώ δεν εφαρμόζουν όμοια μέτρα σε κάθε κράτος, αλλά ανάλογα με την περίπτωση (Cormier & Magnan, 2014). Στον επιχειρηματικό κόσμο, υπάρχουν πάντα κάποιοι κανόνες, αρχές και νόρμες, καθώς και κανονισμοί και κάποιες νομικές απαιτήσεις. (Cohen, 2011).

Το πόρισμα είναι ότι δεν είναι πάντα δυνατόν να ελέγχεται η συμπεριφορά και η εταιρική δραστηριότητα σύμφωνα με τους κανονισμούς.

Έτσι, ένα άλλο ερώτημα που τίθεται σε αυτήν την περίπτωση είναι ότι αν οι άνθρωποι δεν γνωρίζουν τις ευθύνες τους, ποια είναι τα κοινωνικά υπεύθυνα πράγματα που πρέπει να πράξουν και αν δεν συμπεριφέρονται κοινωνικά υπεύθυνα, τότε ποιος θα ελέγχει αυτό το πρόβλημα στην επιχειρηματική ζωή και στην αγορά (Cormier&Magnan, 2014).

1.5 Εξωτερική Κοινωνική Ευθύνη

Η ΕΚΕ είναι πρωτίστως μια στρατηγική μεγάλων εταιρειών. Επίσης, όσο πιο ορατή και επιτυχημένη είναι η εταιρεία, τόσο μεγαλύτερη ευθύνη έχει να θέσει πρότυπα ηθικής συμπεριφοράς για τον ανταγωνισμό και τη βιομηχανία. Πριν από την αρχική δημόσια προσφορά (ΙΡΟ) το 1992, η Starbucks ήταν γνωστή για την έντονη αίσθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της δέσμευσης για βιωσιμότητα και κοινωνική ευημερία. Η Starbucks για παράδειγμα έχει επιτύχει τα ορόσημα της ΕΚΕ, όπως η επίτευξη 99% του καφέ που προέρχεται από ηθική αιτία, η δημιουργία ενός παγκόσμιου δικτύου γεωργών, πρωτοποριακό πράσινο κτίριο σε όλα τα καταστήματα του συμβάλλοντας σε εκατομμύρια ώρες κοινωνικής εξυπηρέτησης. και δημιουργώντας ένα πρωτοποριακό πρόγραμμα για τους συνεργάτες / υπαλλήλους του. Προχωρώντας, οι στόχοι της Starbucks περιλαμβάνουν την πρόσληψη 10.000 προσφύγων σε 75 χώρες

Το 2010, ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO) εξέδωσε ένα σύνολο προαιρετικών προτύπων που αποσκοπούν να βοηθήσουν τις εταιρείες να εφαρμόσουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Σε αντίθεση με άλλα πρότυπα, το πρότυπο ISO 26000 παρέχει καθοδήγηση και όχι απαιτήσεις, επειδή η φύση της ΕΚΕ είναι πιο ποιοτική από ποσοτική και τα πρότυπα της δεν μπορούν να πιστοποιούνται. Αντ 'αυτού, το ISO 26000 αποσαφηνίζει ποια είναι η κοινωνική ευθύνη και βοηθά τις οργανώσεις να μεταφέρουν τις αρχές της ΕΚΕ σε αποτελεσματικές ενέργειες. Και επειδή πολλοί βασικοί ενδιαφερόμενοι από όλο τον κόσμο συνέβαλαν στην ανάπτυξη του ISO

26000, αυτό το πρότυπο αντιπροσωπεύει μια διεθνή συναίνεση. (Brammer, Jackson&Matten, 2012).

1.6 Θεωρία Των Ενδιαφερόμενων Μερών

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Corporate Social Responsibility) αφορά τον τρόπο που ενεργούν οι επιχειρηματικές μονάδες προκειμένου να αντιμετωπίσουν διάφορα περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα (Hunter, 2012).

Πολλές είναι οι φορές που ο όρος αυτός συγχέεται με τον όρο Κοινωνικό Μάρκετινγκ, επειδή και οι δύο αναφέρονται σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα.

1.7 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη Στην Πράξη

Οι πτωχεύσεις εταιρειών έχουν σημαντικό αντίκτυπο σε όλο το φάσμα της κοινωνίας επίσης. Πιο συγκεκριμένα, τα μεγάλα σκάνδαλα, όπως της Enron, έχουν επηρεάσει σημαντικά την αγορά και την οικονομία. Διάφοροι ενδιαφερόμενοι (εργαζόμενοι, πελάτες, καταναλωτές, προμηθευτές κλπ), καθώς και οι μέτοχοι και οι ρυθμιστικές αρχές της εταιρείας έχουν την ευθύνη να εξασφαλίζουν την καλή απόδοση (Falck&Heblich 2007).

Οι διευθυντές τείνουν να γίνονται περισσότερο φιλόδοξοι από ό, τι πριν ως προς την συμπεριφορά και το κοινωνικό τους υπόβαθρο στον παγκοσμιοποιημένο κόσμο. Έτσι θα πρέπει να υπάρχει εστίαση στην εταιρική συμπεριφορά και στην συμπεριφορά των διαχειριστών (Zhang&Huang, 2011), Το ερώτημα είναι πώς θα πρέπει να συμπεριφέρεται ένας κοινωνικά υπεύθυνος διαχειριστής και πώς είναι δυνατόν να λυθεί αυτό το ζωτικής σημασίας πρόβλημα στην επιχειρηματική ζωή και στην κοινωνία (Cohen, 2011).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα είναι μια νέα έννοια η οποία σχετίζεται με την ΕΕ και εισήχθη για πρώτη φορά το 2001 από επιχειρηματίες, οργανισμούς προώθησης της ΕΚΕ και το κράτος (Huy, &Hien 2011).

Λόγω της απλότητάς τους και της δύναμης των ιδιοκτητών τους, οι μικρές και μεσαίες εταιρείες διαχειρίζονται τις κοινωνικές επιπτώσεις τους βασιζόμενες σε μια πιο ανεπίσημη εικόνα σε σχέση με άλλες εταιρείες. Πράγματι, πολλές μικρές και μεσαίες εταιρείες σήμερα, εφαρμόζουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες δράσεις χωρίς καν να γνωρίζουν την έννοια της ΕΚΕ ή χωρίς να κάνουν δημόσιες αυτές τις ενέργειες. Αυτό το είδος πρακτικών θεωρείται ως υπεύθυνη επιχειρηματικότητα από τις μικρές και μεσαίες εταιρείες(Huy, &Hien 2011).

Οι κοινωνικές ευθύνες τους είναι δυνατόν να χαρακτηριστούν ως τοπικές, περιστασιακές και ανεξάρτητες από τις επιχειρηματικές στρατηγικές.Η Εταιρική κοινωνική ευθύνη καλείται αναγκαιότητα, που θα εξυπηρετεί σε σημαντικό βαθμό την ανοδική πορεία των οργανισμών και την υποστήριξή τους(Kang, etal., 2015).

Κεφάλαιο 2^ο Οι τομείς ανάπτυξης και λειτουργίας της ΕΚΕ

2.1 Το μέγεθος της Κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων

Με βάση την Πράσινη Βίβλο (2001), η ΕΚΕ περιγράφεται ως η έννοια, σύμφωνα με την οποία «οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη». Εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ), είναι μια μορφή εταιρικής αυτό-ρύθμισης ενσωματωμένη σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο.

Είναι επίσης γνωστή και ως ευθύνη των επιχειρήσεων, εταιρική υπηκοότητα, υπεύθυνος των επιχειρήσεων, αειφόρος υπεύθυνη επιχειρηματική δράση (SRB), ή η εταιρική κοινωνική επίδοση (Αναλυτής, 2007; Booth, & Booth 2009).

Όπως υποστήριξε ο πρόεδρος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ κύριος Αναλυτής, «η έννοια της εταιρικής υπευθυνότητας βρίσκει εφαρμογή σε μεγάλο αριθμό ελληνικών επιχειρήσεων. Είναι πλέον γεγονός πως έχουν αρχίσει να αντιλαμβάνονται πως δίχως την αποδοχή της κοινωνίας δεν θα μπορέσουν να λειτουργήσουν ως επιχειρήσεις. Κατά κάποιο τρόπο μιλάμε για Άδεια Κοινωνικής Λειτουργίας» (Αναλυτής, 2007).

2.1.1 Η Κοινωνική ευθύνη

Μελέτες έχουν δείξει μία ποικιλία στάσεων και αποδόσεων στη διαδικασία κοινωνικής ανταλλαγής μεταξύ του εργοδότη και των εργαζομένων, ιδίως στη σχέση μεταξύ των εταιρικών αξιών ΕΚΕ και της συμμετοχής των εργαζομένων σε αυτές τις δραστηριότητες που καθοδηγούνται από τον εργοδότη, οι οποίες περιλαμβάνουν την εταιρική δικαιοσύνη την δέσμευση των εργαζομένων την ικανοποίηση από την εργασία καθώς και μία πιστή σχέση κατά την οποία οι εργαζόμενοι συμφωνούν με τον οργανισμό και πιστεύουν σε παρόμοιες κοινωνικές αξίες

Επιπλέον, τα προγράμματα εθελοντισμού των εργαζομένων προτείνεται ότι επιφέρουν θετικές επιδράσεις στην ατομική απόδοση στην εργασία, καθώς η έρευνα δείχνει ότι οι υπάλληλοι που συμμετέχουν στο εταιρικό εθελοντισμό εμφανίζονται να έχουν ηθικό έως και τρεις φορές υψηλότερο από εκείνο των εργαζομένων που δεν συμμετέχουν σε αυτά τα προγράμματα

. Συνεπώς, η έρευνα εστιάζει στο: «Κατά πόσο οι ξενοδοχειακοί οργανισμοί επενδύουν σε ενέργειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και κατά πόσο οι ενέργειες αυτές επηρεάζουν το εσωτερικό περιβάλλον και το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης». (Βαξεβανίδου, 2011)

2.1.2 Η Κοινωνική απόκριση

Αναφέρθηκε ότι απασχολεί τις επιχειρήσεις η εταιρική διακυβέρνηση αρκετά. Η εταιρική διακυβέρνηση έχει άμεση σχέση με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Οι δράσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αποφέρουν κέρδη στην επιχείρηση και είναι προς όφελος των μετόχων.

Οι δράσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης προάγουν την εταιρική διακυβέρνηση στις επιχειρήσεις. Τέλος, η σχέση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης εταιρικής διακυβέρνησης ενισχύει τη στρατηγική των επιχειρήσεων (Cormier&Magan, 2014).

Το περιβάλλον του ανθρώπινου δυναμικού συνδυασμένο, έχει ως αποτέλεσμα να στραφούν οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις σε πιο φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές (π.χ. λιγότερη χρήση χαρτιού, λιγότερη χρήση ηλεκτρικών, ηλιακή ενέργεια, ενεργειακά αποδοτικές λάμπες φωτισμού, πιο ευσυνείδητες πολιτικές ταξιδιών για τους εργαζομένους με έμφαση στην καθημερινή μετακίνηση και τα αεροπορικά ταξίδια).

2.2 Τομείς κοινωνικού ενδιαφέροντος για τις επιχειρήσεις

Η συμμετοχή σε μία κοινωνική δραστηριότητα φροντίδας συμβάλλει στη δημιουργία ανώτερης αφοσίωσης μεταξύ των εργαζομένων. Με άλλα λόγια, μια ισχυρή εργασιακή δέσμευση μπορεί να δημιουργήσει μια μεγαλύτερη αφοσίωση των εργαζομένων και ως αποτέλεσμα, μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την διατήρηση των εργαζομένων

Η Εργασιακή Ικανοποίηση είναι μια «ευχάριστη ή θετική συναισθηματική κατάσταση που προκύπτει μέσα από την εκτίμηση που έχει ένα άτομο για την εργασία ή την εργασιακή του εμπειρία».

Εργασιακή Επίδοση ορίζεται ως «η συνάρτηση των δεξιοτήτων, ικανοτήτων, γνώσεων και κινήτρων που εμπεριέχονται σε μια θέση εργασίας και αποτελούν το πεδίο δράσης ενός εργαζομένου»

2.3 Διαδικασία κοινωνικής δράσης

Η αυξανόμενη συνειδητοποίηση τα τελευταία 30 χρόνια ότι οι εταιρείες έχουν τεράστια επίδραση στο περιβάλλον και την κοινωνία έχει οδηγήσει στην εμφάνιση πολλών επιχειρημάτων ως προς το γιατί οι εταιρείες θα πρέπει να ενεργούν ως κοινωνικά υπεύθυνοι πολίτες.

Πολλά από τα επιχειρήματα πηγάζουν από το ότι η κοινωνία έχει δώσει τεράστια δύναμη και ελευθερία στις εταιρείες με την προσδοκία ότι θα χρησιμοποιήσουν αυτήν την δύναμη στην αποτελεσματική εξυπηρέτηση των αναγκών της κοινωνίας.

Αν οι εταιρείες χρησιμοποιούν αυτήν την δύναμη με τρόπους που δεν συνάδουν με τις προσδοκίες της κοινωνίας, τελικά θα έλθουν αντιμέτωπες με την αύξηση των εξωτερικά επιβαλλόμενων ελέγχων στην συμπεριφορά τους και η κοινωνία θα περιορίσει την εξουσία που τις έχει παραχωρήσει.

Οι έλεγχοι αυτοί δεν είναι απαραίτητο να περιορίζονται από τις αντίρροπες δυνάμεις της κυβέρνησης, ούτε θα εμφανίζονται μόνο μακροπρόθεσμα. Πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι οι καταναλωτές (μία δεύτερη αντίρροπη δύναμη) όχι μόνο αναμένουν από τις εταιρείες να ενεργούν υπεύθυνα, αλλά και στηρίζουν ορισμένες από τις αγοραστικές αποφάσεις τους στο κατά πόσον οι εταιρείες θεωρούνται ότι είναι κοινωνικά υπεύθυνες ή όχι, γεγονός που υποδηλώνει ότι τα αποτελέσματα της υπεύθυνης ή ανεύθυνης συμπεριφοράς μπορεί να είναι σχετικά άμεσα.

Μία τρίτη αντίρροπη δύναμη είναι η αύξηση του ενδιαφέροντος των επενδυτών στην εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Αρχικά, η κοινωνική επένδυση επικεντρώθηκε στην αποφυγή «αμαρτωλών» επενδύσεων (δηλαδή στο αλκοόλ, τα τυχερά παιχνίδια, το κάπνισμα και τα κέρδη που δημιουργούνται από αυτά), αλλά έχει εξελιχθεί ώστε να περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές περιοχές, συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, της παγκόσμιας ειρήνης, των δικαιωμάτων των ζώων, των δικαιωμάτων των γυναικών, των σχέσεων των εργαζομένων, των ομάδων μειονοτήτων και των ομάδων με χαμηλό εισόδημα.

Έχει αναπτυχθεί μία πληθώρα κοινωνικά υπεύθυνων αμοιβαίων κεφαλαίων και ενημερωτικών δελτίων για το θέμα αυτό. Ο πρωταρχικός στόχος μέχρι σήμερα υπήρξε η αποφυγή, η αποφυγή εταιρειών που ασχολούνται με μη κοινωνικά υπεύθυνες δραστηριότητες.

Ωστόσο, πρόσφατα έχει εμφανιστεί ένα κίνημα υπέρ της προορατικής επένδυσης, δηλαδή την επένδυση σε εταιρείες που «κάνουν το σωστό» και όχι στην αποεπένδυση εταιρειών που «κάνουν το λάθος». Αυτές οι τρεις αντίρροπες δυνάμεις δείχνουν ότι μια ορθολογική χρηματοπιστωτική αγορά θα αξιολογήσει θετικά τις κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις. Οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες αποτελούν καλούς επενδυτικούς κινδύνους. Ένας πραγματικά τεράστιος αριθμός ερευνών έχει επικεντρωθεί στον καθορισμό

του οικονομικού αποτελέσματος της εταιρικής κοινωνικής δράσης κατά την διάρκεια των τελευταίων 25 ετών.

Μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας δείχνει ότι έχει αναπτυχθεί ένας συνεκτικός, αποδεκτός και λειτουργικός ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ). Εν απουσία ενός αποδεκτού μέτρου της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, διάφοροι ερευνητές ανέπτυξαν τα δικά τους μέτρα, καθιστώντας δύσκολες τις συγκρίσεις. Οι περισσότερες μελέτες εμφανίζουν ανάμικτα αποτελέσματα σχετικά με τις εμπειρικές σχέσεις μεταξύ των κοινωνικών και οικονομικών επιδόσεων.

Από τις προηγούμενες μελέτες που έχουν εξετάσει την ΕΚΕ και την οικονομική επίδοση μέσα από τις αποδόσεις των μετοχών, οι πρώτες μελέτες απέτυχαν να εξετάσουν χαρακτηριστικά όπως την συμβολή των μερισμάτων στις αποδόσεις των μετοχών και των κινδύνων.

Οι Anderson&Frankle (1980) εξέτασαν τις χρηματιστηριακές αποδόσεις των εταιρειών στην λίστα Fortune 500 σε μηνιαία βάση, συγκρίνοντας εταιρείες που δημοσιοποίησαν οικειοθελώς πληροφορίες για την κοινωνική ευθύνη και εταιρείες που δεν το έκαναν. Βρήκαν ότι οι εταιρείες που αποκάλυπταν οικειοθελώς τις δράσεις ΕΚΕ είχαν υψηλότερες αποδόσεις. (Black&Maggina, 2016).

Οι Anderson&Frankle (1980) υποστηρίζουν ότι η εθελοντική δημοσιοποίηση των δράσεων κοινωνικής ευθύνης προσφέρει σημαντικές πληροφορίες. Ωστόσο, επειδή η μελέτη των Anderson&Frankle (1980) δεν περιέχει μια καθημερινή ανάλυση συμβάντος, απέτυχε να αποδείξει την άμεση σχέση μεταξύ της δημοσιοποίησης και των υψηλότερων αποδόσεων (Παλαιολόγος 2013)

Η απόδοση των κοινωνικά υπεύθυνων αμοιβαίων κεφαλαίων είναι ένας άλλος τομέας της ανάλυσης. Μια μελέτη από τους Hamilton, Jo και Statman (1993) έδειξε ότι οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες αμοιβαίων κεφαλαίων δεν εμφανίζουν υψηλές επιδόσεις ή χαμηλότερες επιδόσεις σε σχέση με μία

ομάδα αναφοράς με συμβατικές εταιρείες αμοιβαίων κεφαλαίων. Οι συγγραφείς αναφέρουν ότι «... η αγορά δεν εκτιμά τα χαρακτηριστικά κοινωνικής ευθύνης» (σελ. 66). Μελέτες που αξιολογούν την απόδοση των εταιρειών αμοιβαίων κεφαλαίων δεν αξιολογούν μόνο την απόδοση των επιμέρους εταιρειών εντός του αμοιβαίου κεφαλαίου, αλλά και την απόδοση του διαχειριστή του χαρτοφυλακίου αμοιβαίων κεφαλαίων (Black&Maggina, 2016).

Αυτό το είδος της ανάλυσης δεν εξετάζει την αντίδραση των επενδυτών στις ενέργειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και μπορεί να προσφέρει παραπλανητικές πληροφορίες στους επενδυτές και τις εταιρείες. Άλλες μελέτες επικεντρώνονται στις οικονομικές επιδόσεις των εταιρειών, όπως αυτές μετρώνται με διάφορα λογιστικά ποσοστά απόδοσης. Μια μελέτη από τους Curcio και Wolf (1996) διαπίστωσε ότι οι εταιρείες που υιοθετούν μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη στρατηγική φαίνεται να ενισχύουν σημαντικά τις οικονομικές επιδόσεις τους.

Αρκετοί συγγραφείς επισημαίνουν την ακαταλληλότητα αυτών των τύπων των μελετών για την ανάλυση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και των οικονομικών επιδόσεων. Οι Davidson&Worrell (1990) υποστηρίζουν ότι υπάρχουν πολλά προβλήματα που συνδέονται με την χρήση ειδικών μετρήσεων κερδοφορίας όπως οι βιομηχανικές και κανονιστικές διαφορές, οι λογιστικές και δημογραφικές διαφορές, ο κίνδυνος, η μόχλευση, ο πληθωρισμός και ο συγχρονισμός. Επιπλέον, οι λογιστικές μεταβλητές δεν μετρούν άμεσα τον πλούτο των ιδιοκτητών. (Black&Maggina, 2016).

Για παράδειγμα, τα αποτελέσματα μιας εταιρείας σε έναν ελεγχόμενο ή μη ελεγχόμενο κλάδο, μπορεί να μη έχουν σημασία. Ο συγχρονισμός των λογιστικών στοιχείων είναι επίσης προβληματικός, καθώς οι λογιστικές εκθέσεις συνήθως δημοσιεύονται σε ετήσια ή τριμηνιαία βάση.

Επίσης, τα λογιστικά στοιχεία δεν εξυπηρετούν ως μέτρο για τον πλούτο των ιδιοκτητών, ενώ οι αποδόσεις των μετοχών δεν μετρούν τον πλούτο των μετόχων. Επιπλέον, τα καθημερινά στοιχεία για την αγορά

επιτρέπουν σε κάποιον να εντοπίσει την επίδραση, αν υπάρχει, ενός γεγονότος πάνω στις αποδόσεις των μετοχών. Και οι δύο μελέτες υποστηρίζουν την καταλληλότητα της ανάλυσης συμβάντος ως μία μέθοδο για την εξερεύνηση της σχέσης μεταξύ την ΕΚΕ και του πλούτου των μετόχων(Black&Maggina, 2016).

2.3.1 Η Φάση της δράσης

Ο Howard Bowen (1953) ανήκει στους πρώτους θεωρητικούς που καταπιάστηκαν με την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Μέσα από το βιβλίο του «Social Responsibilities of the Businessman» (1953) μετέτρεψε την προϋπάρχουσα έννοια «Κοινωνική Ευθύνη», σε αυτή της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» που χρησιμοποιείται μέχρι και σήμερα

Στη συνέχεια ο Bowen (1953) έχει θέσει τον δικό του αρχικό ορισμό για τις κοινωνικές αρμοδιότητες μιας επιχείρησης, εστιάζοντας τις αντιλήψεις του: *«στις υποχρεώσεις των επιχειρηματιών να ακολουθούν αυτές τις πολιτικές, να αναλαμβάνουν αυτές τις αποφάσεις ή να ακολουθούν εκείνες τις γραμμές δράσης, που είναι επιθυμητές όσον αφορά τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας»*

Σύμφωνα με τον ίδιο, η κοινωνική ευθύνη δεν πρέπει να λειτουργεί ως ίαση για τις επιχειρήσεις, καθώς «περιέχει μια σημαντική αλήθεια, την οποία υποχρεούνται να ακολουθήσουν και να στηρίξουν όλες οι επιχειρήσεις στο μέλλον»

Κρίνεται δέον να αναφερθεί πως οι θεωρίες του Bowen επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό μελλοντικούς θεωρητικούς που ασχολήθηκαν με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Μάλιστα ως πρωτεργάτης της έννοιας και μέσα από το πρώιμο και τεκμηριωμένο έργο του, ο Bowen χαρακτηρίστηκε ως *«ο πατέρας της ΕΚΕ»* (

Το 1960 ο Keith Davis εμφανίστηκε στο προσκήνιο των συζητήσεων, υποστηρίζοντας έντονα τις αντιλήψεις του Bowen. Μάλιστα η μακροχρόνια

πορεία του στο χώρο των διαβουλεύσεων, τον κατέταξε στη θέση του επιλαχόντα ως «ο νέος πατέρας της ΕΚΕ» (Carroll, 1999). Στις πρώιμες μελέτες του, αναφέρει πως «οι κοινωνικές ευθύνες των επιχειρηματιών πρέπει να είναι ανάλογες με την κοινωνική τους δύναμη» (Carroll, 1999). Επίσης στην πρώτη έκδοση του εγχειριδίου Business and Environment, σε συνεργασία με τον Robert Blomstrom (1966), ορίζει την κοινωνική ευθύνη ως: *«την υποχρέωση ενός ατόμου να εξετάζει τις συνέπειες των αποφάσεών του και των ενεργειών του σε ολόκληρο το κοινωνικό σύστημα. Οι επιχειρηματίες εφαρμόζουν την κοινωνική ευθύνη όταν εξετάζουν τις ανάγκες και των άλλων ενδιαφερόμενων που ενδέχεται να επηρεαστούν από αυτές τις επιχειρηματικές ενέργειες. Με αυτόν τον τρόπο, βλέπουν τα στενά οικονομικά και τεχνικά συμφέροντα της επιχείρησής τους»*

Επιστρέφοντας δυναμικά στο προσκήνιο των συζητήσεων, το 1973 ο Davis διαμόρφωσε τον δικό του ορισμό, στον οποίο χαρακτηρίζει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως «εξέταση για τις επιχειρήσεις σχετικά με το βαθμό ανταπόκρισης τους σε ζητήματα πέρα από τις στενές οικονομικές, τεχνικές και νομικές απαιτήσεις». Επισήμανε ακόμη, ότι η ΕΚΕ διαμορφώνεται στο πλαίσιο δύο διαφορετικών αξιών, την οικονομική και την ανθρώπινη αξία. Αφενός, περιγράφει ότι οι επιχειρηματίες πρέπει να αναγνωρίζουν την ευρεία υποχρέωση τους προς την κοινότητα, σχετικά με τις οικονομικές εξελίξεις και να επιφέρουν θετικά οικονομικά αποτελέσματα προς όφελος, τόσο της κοινότητας όσο και της ίδιας της επιχείρησής τους. Αφετέρου, είναι υποχρέωση ενός επιχειρηματία να καλλιεργεί και να αναπτύσσει ανθρώπινες αξίες, όπως για παράδειγμα η ηθική, η συνεργασία και τα κίνητρα μέσα στην εργασία (Black&Maggina, 2016).

Οι Anderson&Frankle (1980) υποστηρίζουν ότι η εθελοντική δημοσιοποίηση των δράσεων κοινωνικής ευθύνης προσφέρει σημαντικές πληροφορίες. Ωστόσο, επειδή η μελέτη των Anderson&Frankle (1980) δεν περιέχει μια καθημερινή ανάλυση συμβάντος, απέτυχε να αποδείξει την άμεση σχέση μεταξύ της δημοσιοποίησης και των υψηλότερων αποδόσεων (Παλαιολόγος 2013)

2.3.2 Η Φάση της αξιολόγησης

Όπως προαναφέρθηκε, ο Archie Carroll (1990) είναι ο τελευταίος από τους τρεις θεωρητικούς που χρησιμοποιεί η παρούσα πτυχιακή εργασία. Στον ορισμό του υποστηρίζει πως «Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων περιλαμβάνει τις οικονομικές, νομικές, δεοντολογικές και διακριτικές προσδοκίες που έχει η κοινωνία για τους οργανισμούς, σε δεδομένο χρονικό σημείο». Στηριζόμενος στον πιο πάνω ορισμό, διατύπωσε την «Πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης». Η πυραμίδα αναπαριστούσε τις τέσσερις ευθύνες που πρέπει να αναλαμβάνει μια επιχείρηση προς την κοινωνία, ενώ με την κατακόρυφη οπτική της, κατέταξε πρώτη την φιλανθρωπική, δεύτερη την ηθική, τρίτη την νομική και τέταρτη (στη βάση της πυραμίδας) την οικονομική ευθύνη. Εντούτοις, η πυραμίδα αυτή επέφερε αρκετούς προβληματισμούς ως προς την κατανόηση της, με αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός νέου, βελτιωμένου και πιο κατανοητού μοντέλου εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Διαμορφώνοντας έπειτα «το μοντέλο των τριών διαστάσεων της ΕΚΕ», ο θεωρητικός κατέταξε την φιλανθρωπία στους τομείς της ηθικής και οικονομικής ευθύνης. Κύριος στόχος του, η τοποθέτηση των τριών παραγόντων κοινωνικής ευθύνης, σε ένα πλαίσιο ίσης μεταχείρισης τους από την επιχείρηση. Εν κατακλείδι, στο μοντέλο των τριών διαστάσεων, ο Carroll (1979) κατάφερε να αναδείξει την σημαντικότητα της οικονομικής, ηθικής και νομικής ευθύνης, που πρέπει να έχει κάθε επιχείρηση. (Ανδρουτσόπουλος, Φουντής, 2008)

Κεφάλαιο 3^ο Ηθικοί κανόνες και εταιρική κοινωνική ευθύνη

3.1 Ηθικοί Κανόνες και φιλοσοφικές αρχές

Η ηθική ηγεσία «απορρέει από ένα συνδυασμό χαρακτηριστικών και συμπεριφορών που περιλαμβάνουν την απόδειξη της ακεραιότητας και των υψηλών ηθικών προτύπων την προσεκτική και δίκαιη μεταχείριση των εργαζομένων και την κατοχή υπαλλήλων υπεύθυνων για την ηθική συμπεριφορά» (Cormier&Maignan, 2014)

Τέλος, Οργανωσιακή Υποστήριξη ορίζεται ως η «αντίληψη των εργαζομένων σχετικά με τον βαθμό στον οποίο ο οργανισμός εκτιμά τη συμβολή τους και φροντίζει για την ευημερία τους». (Eisenberger κ.α., 2001). Ως επί των πλείστων, μέσω των προηγούμενων στοιχείων προκύπτουν τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα:

1. Κατά πόσο η υιοθέτηση πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να επηρεάσει την εργασιακή ικανοποίηση;
2. Κατά πόσο η υιοθέτηση πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να επηρεάσει την εργασιακή επίδοση,
3. Κατά πόσο επηρεάζουν οι πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης την ηγεσία;
4. Κατά πόσο επηρεάζουν οι πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης την οργανωσιακή υποστήριξη;(Carroll, Shabana, 2010) (Hunter, 2012).

3.2 Ηθικοί Κανόνες και αξίες

Ο εθελοντισμός από τον χώρο εργασίας μπορεί να δημιουργήσει πρόσθετα πλεονεκτήματα για τους εργαζόμενους, όπως η αλληλεπίδραση με τη διοίκηση και τους συνεργάτες, η αυτοβελτίωση και η συμμετοχή σε επιπλέον ευθύνες εκτός από τις θέσεις εργασίας τους (Gersbach&Rochet, 2017).

Για παράδειγμα, μία έρευνα σε μία ομάδα επαγγελματιών γυναικών που συμμετείχαν σε εταιρικό εθελοντισμό ανέφερε ότι το 83% δήλωσε ότι ο εθελοντισμός βελτίωσε στην ανάπτυξη της ηγεσίας τους, το 78% ανέφερε βελτιωμένες τεχνικές επικοινωνίας και περισσότερες από τις μισές πρότειναν ότι ο εθελοντισμός ενίσχυσε τις ικανότητές τους στην οργάνωση εκδηλώσεων και άλλες δεξιότητες στον χώρο εργασίας, όπως το μάρκετινγκ, την κατάρτιση και την επίλυση προβλημάτων. (Chenet al., 2012).

Μελέτες έχουν επίσης δείξει μία ποικιλία στάσεων και αποδόσεων στη διαδικασία κοινωνικής ανταλλαγής μεταξύ του εργοδότη και των εργαζομένων, ιδίως στη σχέση μεταξύ των εταιρικών αξιών ΕΚΕ και της συμμετοχής των εργαζομένων σε αυτές τις δραστηριότητες που καθοδηγούνται από τον εργοδότη, οι οποίες περιλαμβάνουν την εταιρική δικαιοσύνη την δέσμευση των εργαζομένων την ικανοποίηση από την εργασία καθώς και μία πιστή σχέση κατά την οποία οι εργαζόμενοι συμφωνούν με τον οργανισμό και πιστεύουν σε παρόμοιες κοινωνικές αξίες (Babiak, and Trendafilova, 2011)

Επιπλέον, τα προγράμματα εθελοντισμού των εργαζομένων προτείνεται ότι επιφέρουν θετικές επιδράσεις στην ατομική απόδοση στην εργασία, καθώς η έρευνα δείχνει ότι οι υπάλληλοι που συμμετέχουν στο εταιρικό εθελοντισμό εμφανίζονται να έχουν ηθικό έως και τρεις φορές υψηλότερο από εκείνο των εργαζομένων που δεν συμμετέχουν σε αυτά τα προγράμματα (Brammer et al., 2012)

Οι εταιρείες στην παγκόσμια αγορά κινούνται πέρα από τις χρηματικές δωρεές προς περισσότερο στρατηγικές προθέσεις για τη συμμετοχή των υπαλλήλων τους στην βελτίωση του περιβάλλοντος και της κοινότητας. Όπως πρότειναν οι Porter και Kramer, πολλά εταιρικά φιλανθρωπικά προγράμματα έχουν σχεδιαστεί για την εδραίωση της καλής πίστης και την θετική φήμη των επιχειρήσεων, βελτιώνοντας έτσι το ηθικό των εργαζομένων και την παραγωγικότητά τους (Hukkinen, 2012).

Επιπλέον, η κουλτούρα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να

δημιουργήσει μία αίσθηση του ανήκειν και να ενισχύσει την αυτοεκτίμηση των εργαζομένων με την παροχή ευκαιριών εθελοντισμού και κοινωνικής υπηρεσίας για τους εργαζομένους ώστε να ανακαλύψουν τις δυνατότητές τους, καθώς θα βοηθούν τους άλλους και να επιφέρουν θετικές επιρροές στην κοινωνία. (Cohen, 2011).

Καθώς η IBM παρακινεί συνεχώς τους εργαζόμενους να συμμετέχουν στα εταιρικά προγράμματα εθελοντισμού και στα έργα κοινοτικής ανάπτυξης, η εταιρεία έχει ενισχύσει με επιτυχία την ικανοποίηση των εργαζομένων της και έχει βελτιώσει το εταιρικό ηθικό

Επιπλέον, ο Brewis (2004:18) πρότείνει ότι η συμμετοχή των εργαζομένων σε εταιρικά προγράμματα εθελοντισμού και σε κοινοτικά έργα, επιφέρει μία θετική επίδραση στις αντιλήψεις των εργαζομένων για τον οργανισμό.

Οι Laverie και McDonald (2007:286) πρότειναν, επίσης, ότι ο εθελοντισμός που καθοδηγείται από τον εργοδότη συνδέεται με την καλύτερη δέσμευση των εργαζομένων και την ενίσχυση της θετικής ταύτισης του εργαζομένου με την εταιρεία .

Η συμμετοχή σε μία κοινωνική δραστηριότητα φροντίδας συμβάλλει στη δημιουργία ανώτερης αφοσίωσης μεταξύ των εργαζομένων. Με άλλα λόγια, μια ισχυρή εργασιακή δέσμευση μπορεί να δημιουργήσει μια μεγαλύτερη αφοσίωση των εργαζομένων και ως αποτέλεσμα, μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την διατήρηση των εργαζομένων (Brammeretal., 2012). (Black&Maggina, 2016).

3.3 Τα οφέλη της εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη (CSR) έχει πολλά πλεονεκτήματα που μπορούν να εφαρμοστούν σε οποιαδήποτε επιχείρηση, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τον τομέα της.

Οφέλη των εταιρικών κοινωνικών επενδύσεων για τις επιχειρήσεις
Τα δυνητικά οφέλη της ΕΚΕ για τις εταιρείες περιλαμβάνουν:

Καλύτερη αναγνώριση της μάρκας

Θετική φήμη των επιχειρήσεων

Καλύτερες οικονομικές επιδόσεις

Μεγαλύτερη ικανότητα προσέλκυσης ταλέντων και διατήρησης προσωπικού

Υπεύθυνη επιχειρηματική φήμη

Οι εταιρικές κοινωνικές επενδύσεις μπορούν να σας βοηθήσουν να οικοδομήσουμε μια φήμη ως υπεύθυνη επιχείρηση, η οποία με τη σειρά της μπορεί να οδηγήσει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι εταιρείες συχνά ευνοούν τους προμηθευτές που έχουν υπεύθυνες πολιτικές, καθώς αυτό μπορεί να προβληματιστεί για τον τρόπο που οι πελάτες τους βλέπουν. Μερικοί πελάτες δεν προτιμούν απλώς να ασχολούνται με υπεύθυνες εταιρείες - επιμένουν σε αυτό.(Cohen, 2011)

Η ύπαρξη υπεύθυνης και βιώσιμης επιχείρησης μπορεί να διευκολύνει την πρόσληψη νέων υπαλλήλων ή τη διατήρηση υπαρχόντων. Οι εργαζόμενοι ενδέχεται να παρακινούνται να παραμείνουν περισσότερο, μειώνοντας έτσι το κόστος και τη διακοπή της πρόσληψης και της επανεκπαίδευσης.

Τα οφέλη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης εστιάζουν στη μείωση του κόστους κεφαλαίου, στη βελτιωμένη λειτουργική αποδοτικότητα την αμεσότερη και πιο εύκολη πρόσβαση στις κεφαλαιαγορές, τη βελτίωση της εικόνας και της φήμης μιας επιχείρησης .

Πιο συγκεκριμένα τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι το άμεσο και το έμμεσο περιβάλλον που σχετίζεται άμεσα με την εταιρία και δηλώνει ενδιαφέρον από τις δράσεις της.

Όσον αφορά τους άμεσα ενδιαφερόμενους μιας εταιρίας, πρόκειται για τους μετόχους αλλά και το ανθρώπινο δυναμικό καθώς επίσης και τις τράπεζες. Εκείνοι που θεωρούνται έμμεσα ενδιαφερόμενοι είναι το κράτος, οι τοπικές κοινωνίες, όπου δρα η εκάστοτε εταιρία κτλ. Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών εξυπηρετεί την εταιρία να υπολογίζει κάθε ενδιαφερόμενο μέλος της

Η ΕΚΕ προστατεύει τις εταιρείες από κάποια μακροπρόθεσμη απώλεια. Στόχος μιας εταιρίας δε είναι δυνατόν να είναι μόνο τα κέρδη, αλλά και η συνεισφορά και η ανταπόκρισή της στις κοινωνικές προκλήσεις του παρόντος και του μέλλοντος (Brineetal., 2006)

3.4 Στάσεις και αντιλήψεις των καταναλωτών

Η σχέση μεταξύ της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι όλο και πιο ισχυρή σήμερα: έτσι επηρεάζει τη διαχείριση των ηθικών και κοινωνικών επιπτώσεων των εταιρειών. Οι σημερινοί πελάτες είναι όλο και πιο εξελιγμένοι και επιλεκτικοί. Το αν οι καταναλωτές θέλουν τις απαντήσεις που βρίσκουν συνήθως οδηγούν την αγοραστική τους συμπεριφορά και την πίστη τους. Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές μπορούν να αρνηθούν να συνεργαστούν με μια εταιρεία εάν διαπιστώσουν έλλειψη ευθυγράμμισης των αξιών. Εξετάστε τι αποκαλύπτει η ακόλουθη έρευνα:

Το 87 τοις εκατό των καταναλωτών θα αγοράσει ένα προϊόν επειδή μια εταιρεία που υποστηρίζεται για ένα θέμα που ενδιαφέρονται.

Το 92% των καταναλωτών λένε ότι έχουν μια πιο θετική εικόνα μιας επιχείρησης όταν η εταιρεία υποστηρίζει ένα κοινωνικό ή περιβαλλοντικό

ζήτημα.

Το 66% των καταναλωτών είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον για προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από εταιρείες που έχουν δεσμευτεί για θετικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Αυτή η αυξημένη συνειδητοποίηση επιτρέπει στους οργανισμούς να συνδέονται με τους καταναλωτές σε βαθύτερο επίπεδο από ποτέ άλλοτε. Γνωστή ως εταιρική κοινωνική ευθύνη (CSR), αυτή η δέσμευση προς την κοινότητα παρέχει μια πλατφόρμα για την οποία οι εργαζόμενοι μπορούν να ασχοληθούν με την κουλτούρα και τις αξίες του εργοδότη τους και να διαδώσουν αυτό το μήνυμα προς τα εμπρός. Ενώ η ΕΚΕ παρέχει στις επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους της ευκαιρίες να δεσμευτούν με την κοινότητά τους πίσω, μπορεί επίσης να έχει σημαντικό αντίκτυπο στη φήμη μιας μάρκας και στην κατώτατη γραμμή. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Φήμης, το χρυσό πρότυπο στη μέτρηση της εταιρικής φήμης, εταιρείες που θεωρούνται δίκαιες, δεοντολογικές και έχουν θετική επίδραση στην κοινωνία, συμβάλλουν στο 52% της φήμης μιας επιχείρησης. Και δεδομένου ότι το 68 τοις εκατό των επαγγελματιών επενδύσεων θα επιλέξουν να επενδύσουν σε μια εταιρεία που θεωρείται κοινωνικά υπεύθυνη έναντι μιας που δεν είναι, το να κάνεις καλό μπορεί να επηρεάσει θετικά την κατώτατη γραμμή των επιχειρήσεων. Ωστόσο, η ΕΚΕ δημιουργεί επίσης το αίτημα οι οργανώσεις να σκεφτούν κριτικά όχι μόνο για το τι υποστηρίζουν, αλλά και για το πώς θα το κάνουν. (Brown, Fraser, 2006)

Κεφάλαιο 4ο Κοινωνική Απόδοση

4.1 Κοινωνική απόδοση της εταιρίας

Για να καταδείξει κανείς πώς έχει γίνει η κρίσιμη κοινωνική ευθύνη, η προηγούμενη έρευνα της Cone Communications διαπίστωσε ότι περισσότερο από το 60% των Αμερικανών ελπίζουν ότι οι επιχειρήσεις θα οδηγήσουν σε κοινωνικές και περιβαλλοντικές αλλαγές, ελλείψει κυβερνητικής ρύθμισης.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αποφεύγουν να συμμετέχουν σε φιλανθρωπικές προσπάθειες που δεν σχετίζονται με την κύρια επιχειρηματική τους εστίαση ή τα δεοντολογικά πρότυπα με οποιονδήποτε τρόπο. (Παλαιολόγος 2013)

Η εκστρατεία εταιρικής ευθύνης ως ένα γρήγορο σχέδιο μάρκετινγκ μπορεί να αντιστραφεί όταν η επιχείρηση δεν ακολουθήσει. Οι εργαζόμενοι και οι καταναλωτές τείνουν να αντιδρούν θετικά σε εταιρείες που υιοθετούν μακροχρόνια κοινωνική ευθύνη. (Brown, Fraser, 2006)

Ένα ισχυρό πρόγραμμα ΕΚΕ αποτελεί μια ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να επιδείξουν την καλή εταιρική τους υπηκοότητα και να προστατεύσουν την εταιρεία από τον υπερβολικό κίνδυνο αντιμετωπίζοντας ολόκληρη την κοινωνική και περιβαλλοντική σφαίρα που περιβάλλει την εταιρεία (Black&Maggina, 2016).

4.2 Αξιόπιστα εργαλεία μέτρησης

Αρχικά υπάρχει η έννοια του Κοινωνικού Απολογισμού που μια επιχείρηση ή οργανισμός καλείται να δημοσιεύει κάθε χρόνο και ο οποίος αναφέρεται στις ενέργειες της επιχείρησης στον τομέα της ΕΚΕ.(Black&Maggina, 2016).

- GRI (Global Reporting Initiative).
- BITC (Business in the Community).

- CR Index.
- CRI (Corporate Responsibility Institute).
- GPTW (Great Place To Work).
- Ελληνικό +δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

4.3 Κοινωνική ευθύνη και πρωτοβουλίες των εταιριών

Ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος των ενεργειών όχι μόνο θα απευθύνεται σε κοινωνικά συνειδητούς καταναλωτές και εργαζομένους, αλλά μπορεί επίσης να κάνει μια πραγματική διαφορά στον κόσμο.

Αν οι αποφάσεις [για την ΕΚΕ] γίνουν κλειστές πόρτες, οι άνθρωποι θα αναρωτηθούμε αν υπάρχουν συστοιχίες και αν οι δωρεές πηγαίνουν πραγματικά όπου λένε", δήλωσε ο Cooney. "Προσέχετε τους εργαζόμενους [και τους καταναλωτές] να επιστρέψουν. Πρέπει οι καταναλωτές να αισθάνονται σα να έχουν φωνή".(Black&Maggina, 2016).

Οι καταναλωτές αξίζουν να μοιραστούν τα καλά συναισθήματα που συνδέονται με το να κάνουν το σωστό και πολλές έρευνες έχουν διαπιστώσει ότι οι καταναλωτές έχουν την τάση να αγοράζουν ένα βιώσιμο προϊόν μέσω μιας συμβατικής εναλλακτικής λύσης. Η αναγγελία αυτών των πλεονεκτημάτων είναι κερδοφόρα τόσο από εμπορική όσο και από άποψη προοπτικής βιωσιμότητας. Να γίνει μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση μπορεί να είναι απλή, αλλά υπάρχουν μερικά πράγματα που πρέπει να αποφευχθούν στη διαδικασία. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αποφεύγουν να συμμετέχουν σε φιλανθρωπικές προσπάθειες που δεν σχετίζονται με την κύρια επιχειρηματική τους εστίαση ή τα δεοντολογικά πρότυπα με οποιονδήποτε τρόπο.(Black&Maggina, 2016).

Ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος των ενεργειών όχι μόνο θα απευθύνεται σε κοινωνικά συνειδητούς καταναλωτές και εργαζομένους, αλλά μπορεί επίσης να κάνει μια πραγματική διαφορά στον κόσμο.

Στο σημερινό κοινωνικά συνειδητό περιβάλλον, οι εργαζόμενοι και οι πελάτες τοποθετούν ένα ασφάλιστρο στην εργασία και τη δαπάνη των χρημάτων τους με επιχειρήσεις που δίνουν προτεραιότητα στην εταιρική κοινωνική ευθύνη (CSR). (Black&Maggina, 2016).

Καθώς η χρήση της εταιρικής υπευθυνότητας επεκτείνεται, είναι εξαιρετικά σημαντικό να έχουμε μια κοινωνικά συνειδητή εικόνα. Οι καταναλωτές, οι εργαζόμενοι και οι ενδιαφερόμενοι φορείς αρχίζουν να δίνουν προτεραιότητα στην ΕΚΕ όταν επιλέγουν ένα εμπορικό σήμα ή μια εταιρεία. Κρατούν εταιρείες υπεύθυνες για την πραγματοποίηση της κοινωνικής αλλαγής με τις επιχειρηματικές τους πεποιθήσεις, πρακτικές και κέρδη. (Dowling, 2001)

Το επίπεδο της εταιρικής ευθύνης που το κράτος, οι επιχειρήσεις και τα άτομα επιδεικνύουν, είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό, κοινό για όλες τις προηγμένες κοινωνίες και οικονομίες.

Η ΕΚΕ εκφράζεται μεταξύ άλλων διαδρομών μέσω των επιχειρήσεων. Η ΕΚΕ είναι η ουσιαστική έκφραση της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Το περιβάλλον εργασίας είναι ένας από τους τομείς που χρειάζονται κοινωνική ευθύνη και στις οποίες οι επιχειρήσεις μπορούν να εφαρμόσουν προγράμματα ΕΚΕ. Επιπλέον, οι πολιτικές ΕΚΕ μπορούν να εφαρμοστούν σε τομείς όπως το περιβάλλον και η αειφόρος διαχείριση, το ανθρώπινο είδος και η εκπαίδευση.

Εμείς, στον Όμιλο ΕΧΑΕ, πιστεύουμε ότι η ΕΚΕ είναι μια ανησυχία για όλους μας. Σε μια κοινωνία που εξελίσσεται συνεχώς, κανείς από εμάς δεν μπορεί να παραμείνει αδιάφορος. Όλοι έχουμε την ίδια ευθύνη απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Όλοι μας έχουμε ισότιμη ευθύνη έναντι της κοινωνίας και του περιβάλλοντος. Ένα τέτοιο πλέγμα κοινωνικών δραστηριοτήτων περιλαμβάνει τους μετόχους, τους προμηθευτές, τους

εργαζόμενους καθώς και την κοινωνία στην οποία λειτουργούμε, ως σύνολο. (Doppelt, 2017).

Η προστασία του περιβάλλοντος, η ευαισθητοποίηση των ανθρώπων, η εκπαίδευση και ο πολιτισμός μέσω μιας σειράς δραστηριοτήτων που αφορούν την οικονομική στήριξη και τις εθελοντικές δράσεις, αποτελούν τις βασικές «επενδύσεις» της Ομάδας μας.

Το πλαίσιο των ενεργειών που αναγνωρίζουμε ως σημαντικές και απαραίτητες για την μακροπρόθεσμη ευρωστία της Εταιρείας μέσα στην κοινωνία, είναι στους ακόλουθους άξονες:

Ενώ μια φορά ήταν δυνατόν να περιγραφεί η ΕΚΕ ως εσωτερική οργανωτική πολιτική ή εταιρική ηθική στρατηγική, πέρασε ο καιρός καθώς αναπτύχθηκαν διάφοροι διεθνείς νόμοι και διάφοροι οργανισμοί χρησιμοποίησαν την εξουσία τους για να την προωθήσουν πέρα από ξεχωριστές πρωτοβουλίες ή ακόμη και σε ολόκληρη τη βιομηχανία. Αν και έχει θεωρηθεί εδώ και αρκετό καιρό ως μια μορφή εταιρικής αυτορρύθμισης, κατά την τελευταία δεκαετία έχει προχωρήσει σημαντικά από εθελοντικές αποφάσεις σε επίπεδο μεμονωμένων οργανισμών, σε υποχρεωτικά συστήματα σε περιφερειακό, εθνικό και ακόμη διεθνικό επίπεδο. (Black&Maggina, 2016).

Η ΕΚΕ θεωρείται γενικά πολιτική ιδιωτικής επιχείρησης. Ως εκ τούτου, πρέπει να ευθυγραμμιστεί και να ενσωματωθεί σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο για να είναι επιτυχής. Με ορισμένα μοντέλα, η υλοποίηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από μια επιχείρηση υπερβαίνει την τήρηση των κανονιστικών απαιτήσεων και αναλαμβάνει «δράσεις που φαίνεται να προσφέρουν κάποιο κοινωνικό αγαθό πέρα από τα συμφέροντα της επιχείρησης και αυτό που απαιτείται από το νόμο». Οι επιλογές της «συμμόρφωσης» με το νόμο, η μη συμμόρφωση και «πέρα από» είναι τρεις ξεχωριστές στρατηγικές οργανωτικές επιλογές. Ενώ σε πολλούς τομείς, όπως οι περιβαλλοντικοί ή εργασιακοί κανονισμοί, οι εργοδότες μπορούν να επιλέξουν να συμμορφωθούν με το νόμο ή να υπερβούν το νόμο, άλλοι

οργανισμοί μπορούν να επιλέξουν να παραβιάσουν τον νόμο. Οι οργανισμοί αυτοί αναλαμβάνουν σαφείς νομικούς κινδύνους. Ωστόσο, η φύση του νομικού κινδύνου αλλάζει όταν δίνεται προσοχή στο απαγορευμένο δίκαιο. Το αόριστο δίκαιο μπορεί να αναλαμβάνει νομική ευθύνη, ιδίως όταν οι επιχειρήσεις κάνουν παραπλανητικές αξιώσεις σχετικά με τη βιωσιμότητά τους ή άλλα δεοντολογικά διαπιστευτήρια και πρακτικές (Doppelt, 2017).

Συνολικά, οι επιχειρήσεις μπορούν να συμμετάσχουν στην ΕΚΕ για στρατηγικούς ή ηθικούς σκοπούς. Από στρατηγική άποψη, ο στόχος είναι να αυξηθούν τα μακροπρόθεσμα κέρδη και η εμπιστοσύνη των μετόχων μέσω θετικών δημοσίων σχέσεων και υψηλών δεοντολογικών προτύπων για τη μείωση του επιχειρηματικού και νομικού κινδύνου, αναλαμβάνοντας την ευθύνη για εταιρικές ενέργειες. Οι στρατηγικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ενθαρρύνουν την εταιρεία να έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και στους ενδιαφερόμενους, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτών, των εργαζομένων, των επενδυτών, των κοινοτήτων και άλλων. Από την ηθική πλευρά, ορισμένες επιχειρήσεις θα υιοθετήσουν πολιτικές και πρακτικές ΕΚΕ λόγω των ηθικών πεποιθήσεων των ανώτερων στελεχών. Για παράδειγμα, ένας Διευθύνων Σύμβουλος μπορεί να πιστεύει ότι η ζημιά στο περιβάλλον είναι δεοντολογικά απαράδεκτη (Black&Maggina, 2016).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει την ονομασία της για να βοηθήσει την αποστολή ενός οργανισμού και να χρησιμεύσει ως οδηγός για το τι αντιπροσωπεύει η εταιρεία για τους καταναλωτές της. Η επιχειρηματική δεοντολογία είναι το μέρος της εφαρμοσμένης δεοντολογίας που εξετάζει τις ηθικές αρχές και τα ηθικά ή ηθικά προβλήματα που μπορούν να προκύψουν σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον. Το ISO 26000 είναι το αναγνωρισμένο διεθνές πρότυπο για την ΕΚΕ. Είναι ευρέως αποδεκτό ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ακολουθεί παρόμοιες αρχές, αλλά χωρίς επίσημη νομοθετική πράξη (Black&Maggina, 2016).

4.4 Παραδείγματα επιχειρηματικών ΕΚΕ

4.4.1 ΟΠΑΠ ΚΑΙ ΕΚΕ

Ένα υπερήφανο μέλος της ομάδας των πιο ισχυρών εταιριών τυχερών παιχνιδιών στον κόσμο, με μακρόχρονη προσφορά από το 1958 στην οικονομική στήριξη και την κατασκευή υποδομών ελληνικού αθλητισμού, την ΟΠΑΠ Α.Ε. δεν περιορίζεται στην ανάπτυξη των τυχερών παιχνιδιών που αγκαλιάζονται από εκατομμύρια Έλληνες (ΟΠΑΠ , 2017).

Κάθε χρόνο, ο Οργανισμός αποτελεί μια ισχυρή πηγή χρηματοδότησης για σημαντικά έργα και παρεμβάσεις όχι μόνο στον τομέα του αθλητισμού αλλά και στον πολιτισμό, την εκπαίδευση, την υγεία και το περιβάλλον και είναι η ελληνική εταιρεία με τις μεγαλύτερες ετήσιες δαπάνες για δράσεις κοινωνικής ευθύνης. (Waddock, 2016).

Η ΟΠΑΠ Α.Ε. που λειτουργεί υπό τους πυλώνες "Άνθρωπος - Υπεύθυνο Παιχνίδι - Κοινωνική Ευθύνη" πρέπει να επιδείξει ουσιαστικές πρωτοβουλίες με συγκεκριμένα αποτελέσματα τόσο για τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα της λειτουργίας της όσο και για την προστασία των παικτών βάσει αρχών που έχουν θεσπιστεί από διεθνείς οργανισμούς.(Γούναρης, 2003)

Ενδεικτικές δράσεις κοινωνικής ευθύνης:

Υγεία

- Ο ΟΠΑΠ Α.Ε. ξεκίνησε ένα εκτεταμένο πρόγραμμα νοσοκομειακού εξοπλισμού με υπερσύγχρονες μηχανές τελευταίας τεχνολογίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η αγορά και η δωρεά στο Παιδικό Νοσοκομείο «Αγλαΐα Κυριάκου», ένα σύστημα ακριβείας με έμφαση στις θεραπείες στερεοτακτικής ακτινοχειρουργικής (SRS)

- με εξειδικευμένο εξοπλισμό όπως ο Πολυθεματικό Τομογράφος, οι Συσκευές Εντατικής Θεραπείας, οι Αξονικές Τομογραφίες, το Σύστημα Μαγνητικής Τομογραφίας 1.5T, τα Ενδοσκόπια Βίντεο, το Κυτταρολογικό Εργαστήριο, το

Ψηφιακό Σύστημα Μαμβογραφίας, το Σύστημα Βραχυθεραπείας, το Υπερηχογράφημα κλπ.. Επίσης σημαντική είναι και η συμβολή τους σε νοσοκεία όπως το Αγία Σοφία, Άγιοι Ανάργυροι, Αγία Όλγα, Άγιος Σάββας, Αμαλία Φλέμινγκ, Παιδικό Νοσοκομείο Πεντέλης, Θριασίου, Αρεταίειο, Γεννηματάς, κ.α. (ΟΠΑΠ , 2017)

Περιβάλλον

- το έργο αναδάσωσης του βουνού της Πάρνηθας, το οποίο καταστράφηκε από πυρκαγιά το 2007, με την οικονομική υποστήριξη της Αστικής Μη Κερδοσκοπικής Εταιρείας "Αρκτούρος"

- οργάνωση δράσης για το "ποδήλατο στην πόλη". Σε συνεργασία με τον Δήμο Περιστερίου διοργάνωσαν αγώνες ποδηλάτων με τη συμμετοχή 1.500 πολιτών και με ειδική εκδήλωση με τίτλο: Ποδήλατο στην πόλη (ΟΠΑΠ , 2017)

Πολιτισμός

Έμεινε σταθερός υποστηρικτής μεγάλων πολιτιστικών έργων και εκδηλώσεων:

- Ενίσχυση του Ταμείου Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων για την υλοποίηση του προγράμματος αναβάθμισης και των υπηρεσιών που παρέχονται σε 180 αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία στη χώρα,
- υποστήριξε την "Εθνική Όπερα", (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2001)

- κάλυψη του κόστους ολοκλήρωσης της μελέτης αποκατάστασης του Αρχαίου Θεάτρου Δήλου με σκοπό την προστασία του μνημείου,

- να καλύψει μέρος του κόστους διατήρησης των πολύτιμων χειρογράφων του «Πατριαρχείου Αλεξανδρείας και Όλης της Αφρικής», στο οποίο καταγράφεται η ιστορική μνήμη του Ελληνισμού και της Ορθοδοξίας και αποκαλύπτεται ο γραπτός πλούτος και η ιστορική πολιτιστική κληρονομιά.

Παιδεία

Ο ΟΠΑΠ Α.Ε. υποστήριξε σημαντικές δράσεις στον τομέα της εκπαίδευσης.(Κότιος& Παυλίδης, 2012)

ΕΙΔΙΚΑ:

- τη δημιουργία και τη λειτουργία του πολυαισθητηριακούδιαδραστικού εργαστηρίου της ActionAidHellas με τίτλο "Ένας Άνω Κόσμος"
- τη χρηματοδότηση σχολικών αποστολών σε παγκόσμια σχολικά γεγονότα καθώς και την ενίσχυση των αθλητικών χώρων για τα εθνικά πρωταθλήματα
- δωρεές μουσικού εξοπλισμού στις σχολές μουσικής και τέχνης (ΟΠΑΠ , 2017)
- παροχή εξοπλισμού σε Σχολές Τέχνης

Άθλημα

Η ΟΠΑΠ Α.Ε. είναι ο διαχρονικός χορηγός όλων των αθλημάτων.

- Βοήθησε την Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή να καλύψει τα έξοδα προετοιμασίας των Ελλήνων αθλητών για τη συμμετοχή τους στους Ολυμπιακούς του Λονδίνου το 2012.
- Ενίσχυση της "Ελληνικής Παραολυμπιακής Επιτροπής" για την κάλυψη του κόστους προετοιμασίας των Ελλήνων αθλητών με ειδικές ανάγκες για τη συμμετοχή τους στους Παραολυμπιακούς Αγώνες του Λονδίνου το 2012.

Εκτός από τα γεγονότα, έχει χρηματοδοτήσει την ανακατασκευή των παιδικών χαρών σε ολόκληρη τη χώρα τα τελευταία δύο χρόνια. Κάνοντας το σύνθημα "Μια εταιρεία, καλό για όλους".(Χαρδούβελλης, & Τσιριτάκης,2003)

Άλλα

- Η ΟΠΑΠ Α.Ε. διέθεσε σημαντικά ποσά για την υλοποίηση προγραμμάτων για τη διανομή τροφίμων και βασικών αναγκών στους άπορους ανθρώπους μας, σε συνεργασία με την Αρχιεπισκοπή Αθηνών, την Επισκοπή Κισάμου και Σελίνου, τους Μητροπολίτες Λάμπης, Συρίου και Σφακίων και Συριακή Επισκοπή, του Οργανισμού "CLIMAKA", βοήθησε τους άστεγους καλύπτοντας τα γεύματά τους με την παροχή γευμάτων και την παροχή καθημερινών αναγκών,
- Επιπλέον, έχει διαθέσει σημαντικά ποσά για την προμήθεια των κοινωνικών ειδών παντοπωλείου στους Δήμους: Αλεξανδρούπολη, Αμαρούσιο, Κερασιτιά, Ηράκλειο, Μαρκοπούλου, Νέα Ιωνία, Χαλκηδόνα, Θέρμη, Παύλος Νομαρχίας

Θεσσαλονίκης, Ιεράπετρας, Ιωαννίνων, Καλαμάτας, Καρπενησίου , Λάρισα, Μεσολόγγι, Ξάνθη, Τυρνάβου, Χανίων, (ΟΠΑΠ , 2017)

- πρόσφερε δωρεάν πετρέλαιο θέρμανσης (2.500 lt) σε καθένα από 18 ιδρύματα κοινωνικής πρόνοιας (ιδρύματα),(Σταθακόπουλος, 2005)

- κάλυψε το κόστος διοργάνωσης εορτασμών με κλόουν, ζογκλέρ, διασκεδαστές κλπ. στις κεντρικές πλατείες της Αθήνας, του Πειραιά και της Θεσσαλονίκης την Παραμονή των Χριστουγέννων και την Πρωτοχρονιά 2011.(Κυριαζόπουλος, &Σιαμαντά, 2009)

4.4.2 ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ

Ο Όμιλος ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ, απαριθμεί άτομα ανθρώπινου δυναμικού 1.797, με εργασιακό κύκλο το 2014 που αναλογεί στο 5% του Α.Ε.Π στα 2,41 δις ευρώ.

Λειτουργεί ηγετικά στο κλάδο της διύλισης αργού πετρελαίου και της εμπορίας προϊόντων πετρελαίου στον Ελλαδικό χώρο και στην ευρεία περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου.

Στον Όμιλο ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ η αξία χτίζεται από το ανθρώπινο δυναμικό. Είναι γεγονός ότι οι υπάλληλοι απαρτίζουν το πιο σημαντικό κεφάλαιο για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων. Στόχος είναι η εξασφάλιση ενός λειτουργικού εργασιακού περιβάλλοντος, με σεβασμό στο ανθρώπινο στοιχείο και με βαρύτητα στην εμπιστοσύνη, με σκοπό να υπάρχουν ίσες ευκαιρίες εκπαίδευσης και εξέλιξης.

Το 2014, ο Όμιλος είχε 1.797 εργαζόμενους. Εν μέσω της οικονομικής κρίσης που περνάει η χώρα διαρκεί το ανθρώπινο δυναμικό μας με καινοτόμες προσλήψεις, εκτενές πρόγραμμα εκπαίδευσης.(ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ 2017)

Η διεύθυνση και ο έλεγχος της επιχείρησης έχουν να κάνουν με τις σύγχρονες εφαρμογές της εταιρικής διακυβέρνησης, όπως προσδιορίζεται

από τη νομοθεσία, καθώς και από διεθνείς πρακτικές. Η εταιρική διακυβέρνηση ως, εκφράζει τη στρατηγική της και τον τρόπο καθημερινής λειτουργίας της σε ζητήματα όπως:

- τη σωστή σύνθεση της διοίκησης,
- το σεβασμό, προς τη προστασία των δικαιωμάτων των μελών χωρίς εξαιρέσεις και διακρίσεις,
- τη διαφάνεια και την εμπιστοσύνη στις αποφάσεις που λαμβάνονται
- την εγκυρότητα αναφορικά με τα αποτελέσματα του Ομίλου,
- τη διαχείριση των ζητημάτων σχετικά με τις αμοιβές, (ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ 2017)

Ο όμιλος έχει τον προσωπικό της Κώδικα Εταιρικής Διακυβέρνησης (ΚΕΔ), με έγκριση από το Διοικητικό Συμβούλιο. Στον ΚΕΔ σημειώνεται το πλαίσιο που εκφράζει τους κύριους λειτουργικούς τομείς, όπως και τις Πρακτικές Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ 2017)

Είναι πλήρως αποδεκτή η σημασία των ανωτέρω και εκφράζεται μέσα από την εταιρική υπευθυνότητα εκτελώντας την επιχειρηματική δράση με σεβασμό προς το περιβάλλον. Αποτέλεσμα, είναι η ολιστική προσέγγισή στις αρχές της ΕΚΕ

Η ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ έχει εφαρμόσει ένα Μοντέλο Διαχείρισης Εταιρικής Υπευθυνότητας που περιλαμβάνει άξονες, σχετικούς με τα προγράμματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΜΟΤΟΡ ΟΙΛ 2017)

4.4.3 Σύγκριση εταιριών με δράσεις ΕΚΕ

Σύμφωνα με τις προαναφερόμενες επιχειρήσεις αλλά και γενικότερα, είναι ξεκάθαρο ότι κάποιες εταιρίες που παρουσιάζουν πιο μεγάλο ενδιαφέρον για τις κοινωνικές υποχρεώσεις, τους κάνουν περισσότερες προσπάθειες συγκριτικά με τις άλλες. Ο κοινωνικός έλεγχος δεν μελετά το εκάστοτε κάθε πρόγραμμα, αλλά αξιολογεί το σύνολο (Παλαιολόγος 2013)

Στη *μέθοδο αποθεμάτων*, η εκάστοτε εταιρία εκδίδει ετησίως έναν κατάλογο με τα κοινωνικά προγράμματα της (Παλαιολόγος 2013)

Η *μέθοδος κατά κέντρο κόστους* θεωρείται μια πιο διεξοδική μέθοδος που δεν εμπεριέχει μόνο περίληψη των προγραμμάτων αλλά και το κόστος αυτών. Ακόμα κι αν περιέχει έξτρα στοιχεία, δεν εμπεριέχει αξιολόγηση απόδοσης αναφορικά με τα προγράμματα.

Ορισμένοι ισχυρίζονται ότι ορισμένα κοινωνικά προγράμματα έχουν στόχους που δε διατυπώνονται ή δεν υπολογίζονται αριθμητικά με ευκολία, ούτως ώστε να είναι δύσκολη η αξιολόγηση της επιτυχίας τους.

Η *ανάλυση κόστους - οφέλους* είναι η λεπτομερέστερη μέθοδος κοινωνικού ελέγχου. Αξιολογεί τα κοινωνικά προγράμματα ανάλογα με το κόστος και τα ενδεχόμενα οφέλη που προκύπτουν.

Τα προγράμματα ΕΚΕ αποδεδειγμένα αποφέρουν οφέλη στη δημιουργία ενός πιο αφοσιωμένου εργατικού δυναμικού, επειδή οι εργαζόμενοι νιώθουν θετικά για τις φιλανθρωπικές τους προσπάθειες, καθώς παρατηρούν την ευνοϊκή φήμη της εταιρείας τους στην κοινότητα και την κοινωνία.

Εκτός από τις φιλανθρωπικές προθέσεις της εταιρείας να προσφέρει πίσω στην κοινωνία, οι εθελοντές εργαζόμενοι επίσης παρακινούνται διότι κάνοντας κάτι σημαντικό και βοηθώντας τους ανθρώπους, επιτυγχάνουν και οι ίδιοι την προσωπική τους ικανοποίηση. (Chenet al., 2012).

Κεφάλαιο 5^ο Μεθοδολογία της έρευνας

5.1 Μέθοδος

Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει το θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) σε ελληνικές επιχειρήσεις. Δηλαδή η έρευνα στόχευε να εξετάσει το επίπεδο της περιβαλλοντικής και κοινωνικής ευαισθητοποίησης των εταιρειών. Πιο συγκεκριμένα η έρευνα σκόπευε να εξετάσει τον βαθμό εφαρμογής της ΕΚΕ στις ελληνικές επιχειρήσεις, τους λόγους μη εφαρμογής της και την επίδραση της οικονομικής κρίσης στην εφαρμογή της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Επιπρόσθετα η παρούσα μελέτη εξέτασε οχτώ διαφορετικές διαστάσεις τη ΕΚΕ, αυτές ήταν οι εξής: την γνώση στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), την σημαντικότητα/αναγκαιότητα στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), το σχετικό κόστος των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), τις κατηγορίες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) προς την τοπική κοινότητα το περιβάλλον και τους εργαζομένους, τις συνέπειες των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην απόδοση των εργαζομένων, τις συνέπειες των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην ικανοποίηση των πελατών, τις συνέπειες των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην φήμη της επιχείρησης και την πρόθεση εφαρμογής στρατηγικών ΕΚΕ.

5.2 Πληθυσμός της έρευνας

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η ποσοτική προσέγγιση έναντι της ποιοτικής. Πιο συγκεκριμένα επιλέχθηκε η ποσοτική έρευνα καθώς θεωρήθηκε περισσότερο κατάλληλη για την συλλογή μεγάλου πλήθους δείγματος αλλά και λόγω του γεγονότος ότι παράγει περισσότερο αξιόπιστα αποτελέσματα.

5.3 Δείγμα

Δείγμα ευκολίας 21 υπαλλήλων συγκεντρώθηκε για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας από 21 διαφορετικές επιχειρήσεις σχετικά με το θέμα της ΕΚΕ. Η συγκεκριμένη τεχνική δειγματοληψίας επιλέχθηκε καθώς είναι οικονομικότερη και ταχύτερη χρονικά. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν με τη προσωπική παρουσία της ερευνήτριας στο χώρο της επιχείρησης έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα να επιλυθούν όποιες απορίες μπορούσαν να προκύψουν από τους ερωτώμενους.

5.3.1 Ερευνητικό εργαλείο

Ως εργαλείο μέτρησης των απόψεων των εταιρειών όσον αφορά την ΕΚΕ επιλέχθηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο καθώς δίνει την δυνατότητα να συλλεχθεί γρήγορα μεγάλος αριθμός (Creswell, 2013). Το ερωτηματολόγιο κατασκευάστηκε από την ερευνήτρια βάσει των πληροφοριών που προέκυψαν από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση. Πιο συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 51 ερωτήσεις, οι πρώτες τέσσερις ερωτήσεις αφορούσαν το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση και την προϋπηρεσία, οι επόμενες τέσσερις ερωτήσεις αφορούσαν αν οι εταιρείες εφαρμόζουν στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), οι λόγοι μη εφαρμογής της ΕΚΕ, αν η ΕΚΕ εφαρμόζεται γενικά στην Ελλάδα και αν η οικονομική κρίση έχει επιδράση στην εφαρμογή της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Επιπλέον το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε άλλες οχτώ ενότητες οι οποίες όλες απαρτίζονταν από πενταβάθμιες ερωτήσεις λικερτ. Οι ενότητες αυτές ήταν οι εξής: Γνώση στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) (5 ερωτήσεις), Σημαντικότητα/Αναγκαιότητα στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) (6 ερωτήσεις), Σχετικό κόστος των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) (4 ερωτήσεις), Κατηγορίες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) (12 ερωτήσεις εκ των

οποίων οι 4 αφορούν την τοπική κοινωνία, οι επόμενες 4 αφορούν το περιβάλλον και υπόλοιπες 4 αφορούν τους εργαζόμενους), Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην απόδοση των εργαζομένων (4 ερωτήσεις), Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην ικανοποίηση των πελατών (4 ερωτήσεις), Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην φήμη της επιχείρησης (4 ερωτήσεις) και Πρόθεση εφαρμογής στρατηγικών ΕΚΕ (4 ερωτήσεις).

Κεφάλαιο 6^ο Αποτελέσματα από την έρευνα

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε περιγραφική στατιστική (συχνότητες, ποσοστά) για την αποτύπωση των χαρακτηριστικών του δείγματος αλλά και για την παρουσίαση των απαντήσεων τους στο κυρίως μέρος της έρευνας. Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε χρησιμοποιώντας το στατιστικό πρόγραμμα SPSS22.0.

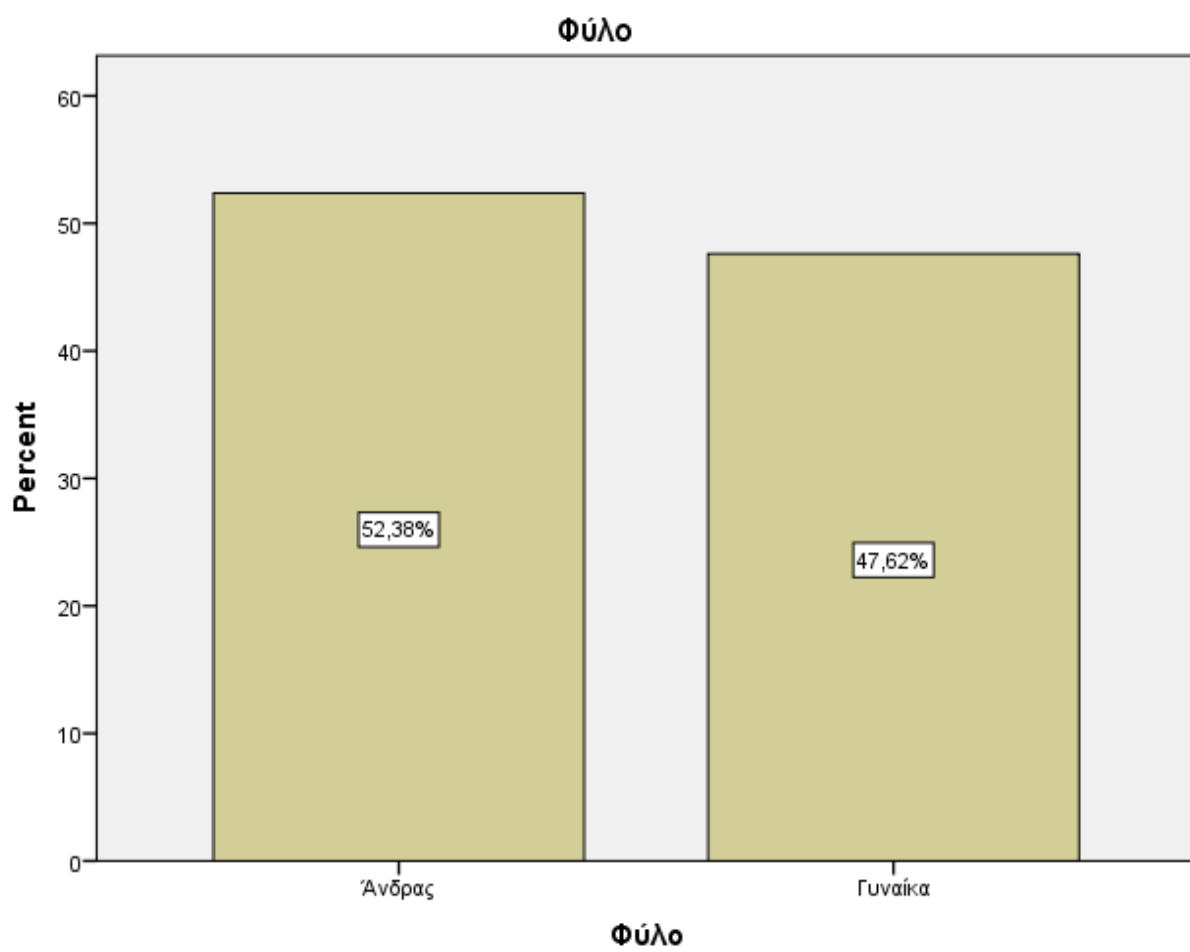
Αποτελέσματα

Πίνακας 1

Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Άνδρας	11	52,4	52,4	52,4
Γυναίκα	10	47,6	47,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 1 η αναλογία ανδρών και γυναικών στο δείγμα είναι 52,4% και 47,6% αντίστοιχα.

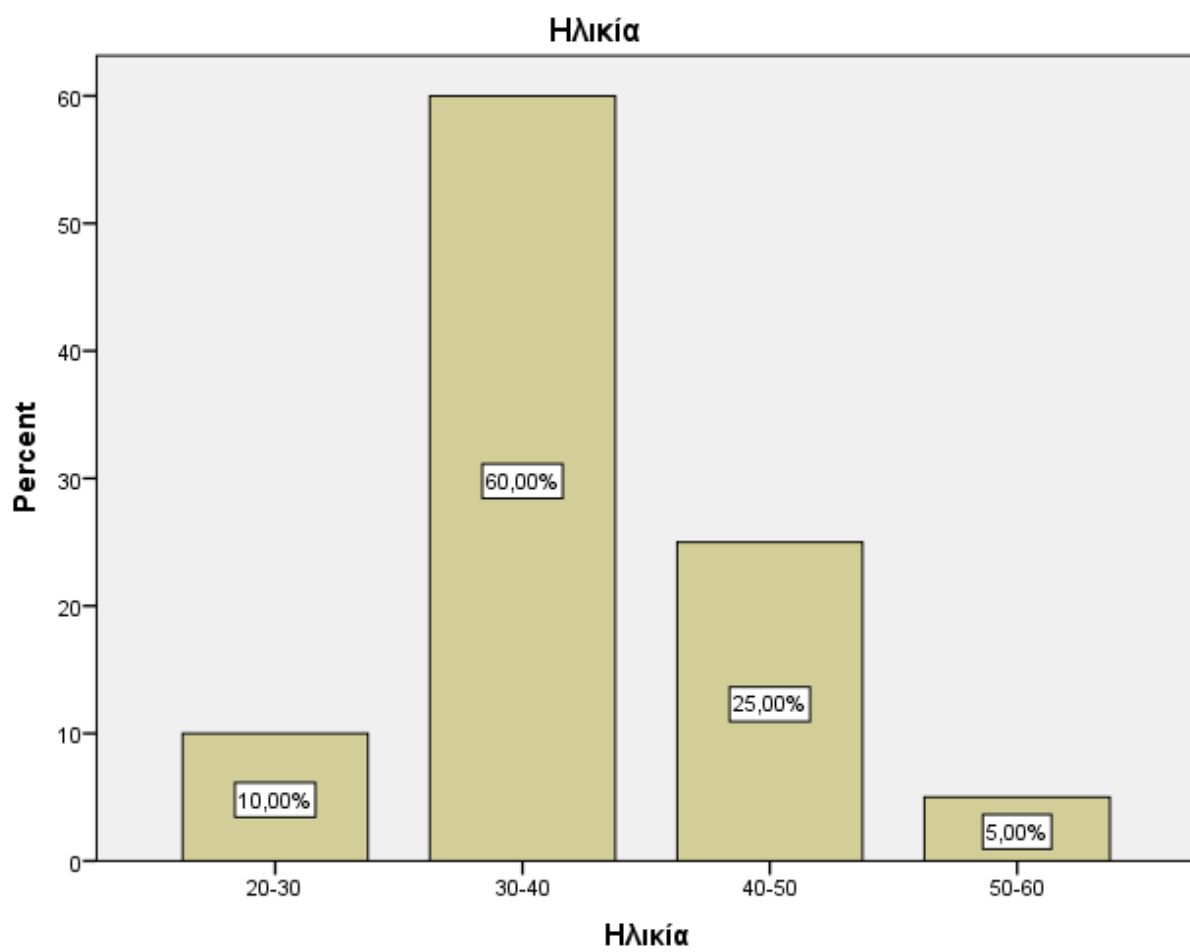


Πίνακας 2

Ηλικία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
20-30	2	9,5	10,0	10,0
30-40	12	57,1	60,0	70,0
40-50	5	23,8	25,0	95,0
50-60	1	4,8	5,0	100,0
Σύνολο	20	95,2	100,0	
Αναπάντητα	1	4,8		
Σύνολο	21	100,0		

Σύμφωνα με τον πίνακα 2 το 60% των υπαλλήλων είναι ηλικίας από 30 – 40 ετών, το 25% είναι από 40 – 50 ετών, το 10% είναι από 20 – 30 και το υπόλοιπο 5% είναι από 50 – 60 ετών.

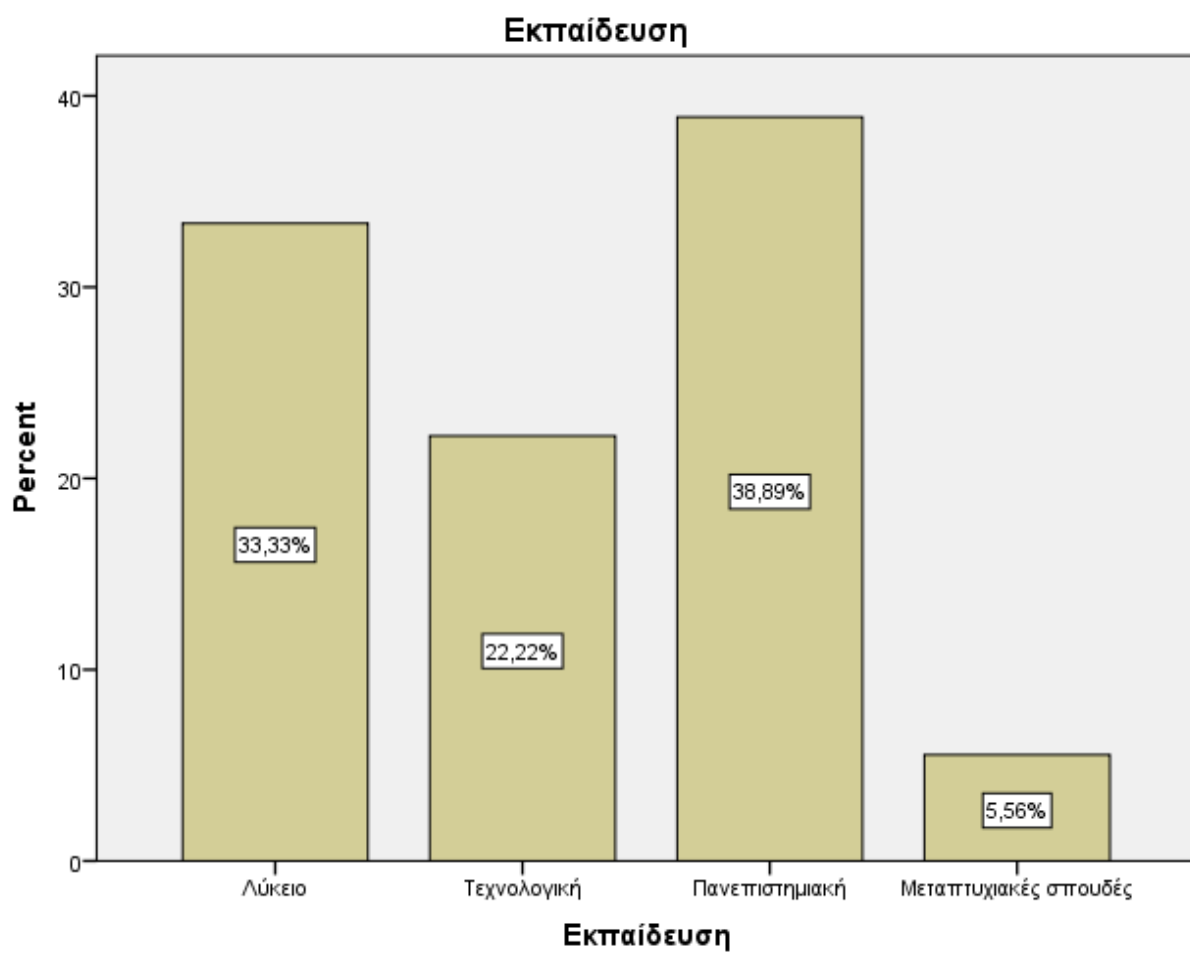


Πίνακας 3

Εκπαίδευση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Λύκειο	6	28,6	33,3	33,3
Τεχνολογική	4	19,0	22,2	55,6
Πανεπιστημιακή	7	33,3	38,9	94,4
Μεταπτυχιακές σπουδές	1	4,8	5,6	100,0
Σύνολο	18	85,7	100,0	
Αναπάντητα	3	14,3		
Σύνολο	21	100,0		

Σύμφωνα με τον πίνακα 3 το 38,9% των υπαλλήλων έχει πανεπιστημιακή εκπαίδευση, το 33,3% έχει εκπαίδευση λυκείου, το 22,2% έχει τεχνολογική εκπαίδευση και το 5,6% έχει μεταπτυχιακές σπουδές.



Πίνακας 4

Προϋπηρεσία

Ελάχιστ η	Μέγιστη	M	TA
5	21	12,00	4,405

Σύμφωνα με τον πίνακα 4 η μέση προϋπηρεσία των υπαλλήλων είναι τα 12 έτη (TA = 4,405). Η μικρότερη είναι τα 5 έτη και η μέγιστη τα 12 έτη.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ
ΕΥΘΥΝΗ

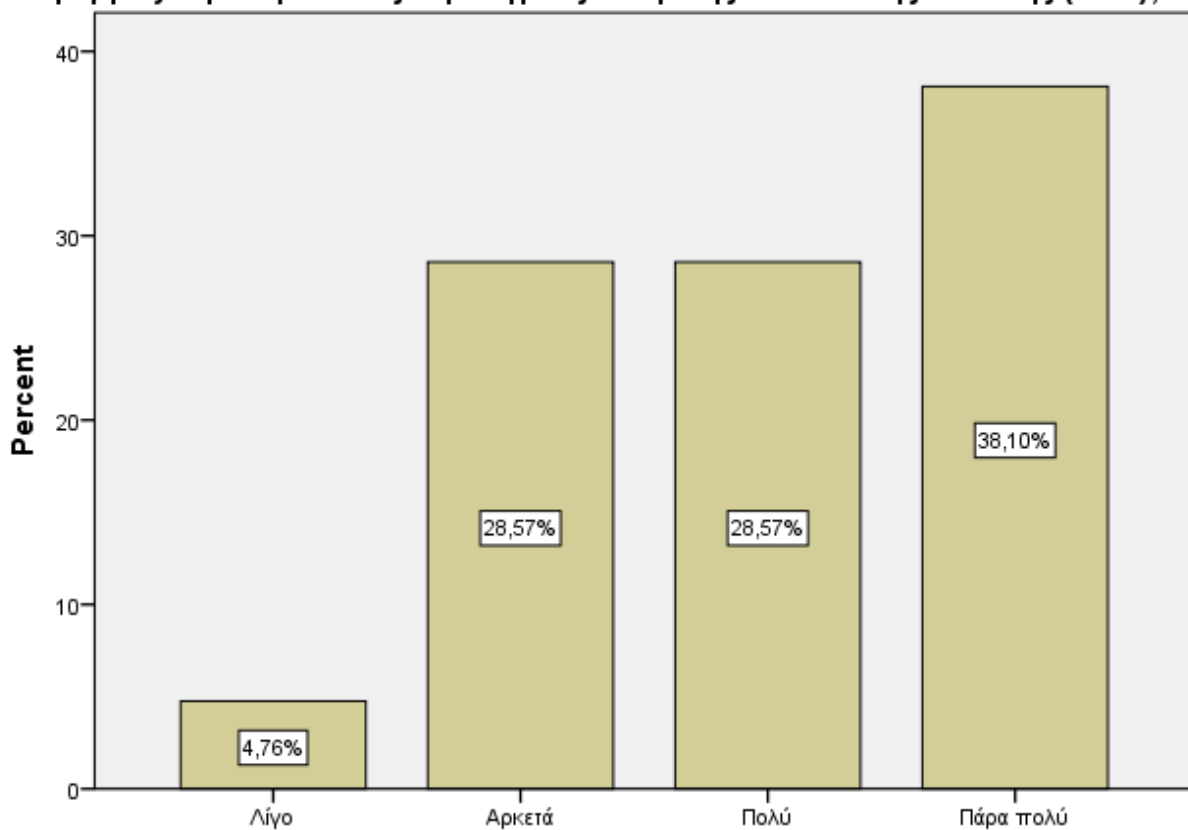
Πίνακας 5

Εφαρμόζει η εταιρεία σας στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ);

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Λίγο	1	4,8	4,8	4,8
Αρκετά	6	28,6	28,6	33,3
Πολύ	6	28,6	28,6	61,9
Πάρα πολύ	8	38,1	38,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 5 το 95,2% των υπαλλήλων αναφέρει τουλάχιστον αρκετά ότι οι εταιρείες στις οποίες εργάζονται εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ ενώ το 4,8% αναφέρει λίγο.

Εφαρμόζει η εταιρεία σας στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ);



Εφαρμόζει η εταιρεία σας στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ);

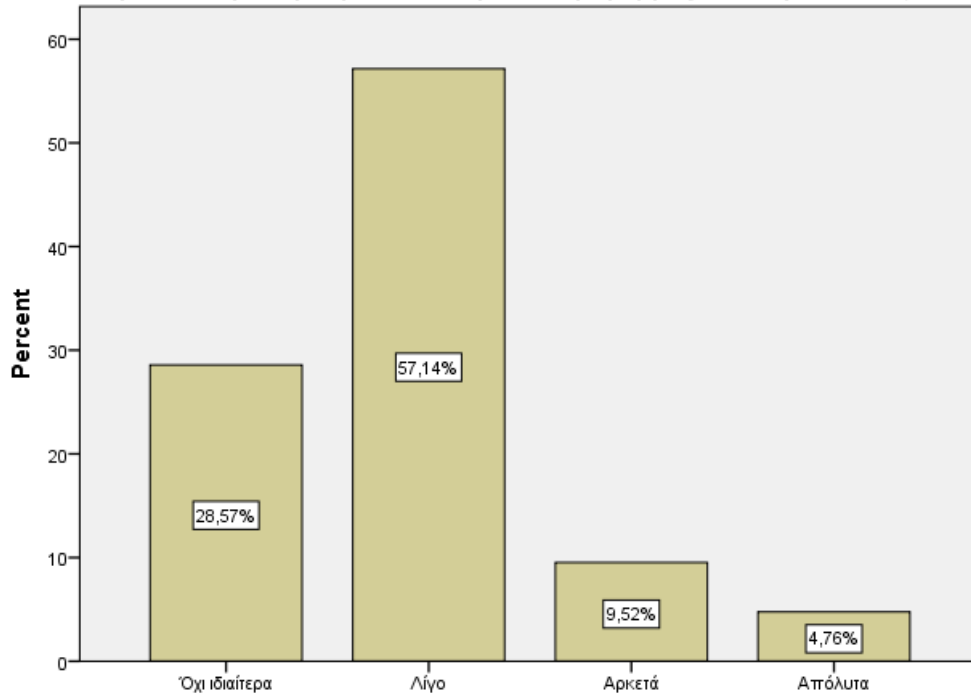
Πίνακας 6

Θεωρείτε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται στην Ελλάδα;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι ιδιαίτερα	6	28,6	28,6	28,6
Λίγο	12	57,1	57,1	85,7
Αρκετά	2	9,5	9,5	95,2
Απόλυτα	1	4,8	4,8	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 6 το 14,3% των υπαλλήλων αναφέρει τουλάχιστον αρκετά ότι η ΕΚΕ εφαρμόζεται στην Ελλάδα, το 57,1 αναφέρει λίγο και το 28,6% αναφέρει όχι ιδιαίτερα.

Θεωρείτε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται στην Ελλάδα;



Θεωρείτε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται στην Ελλάδα;

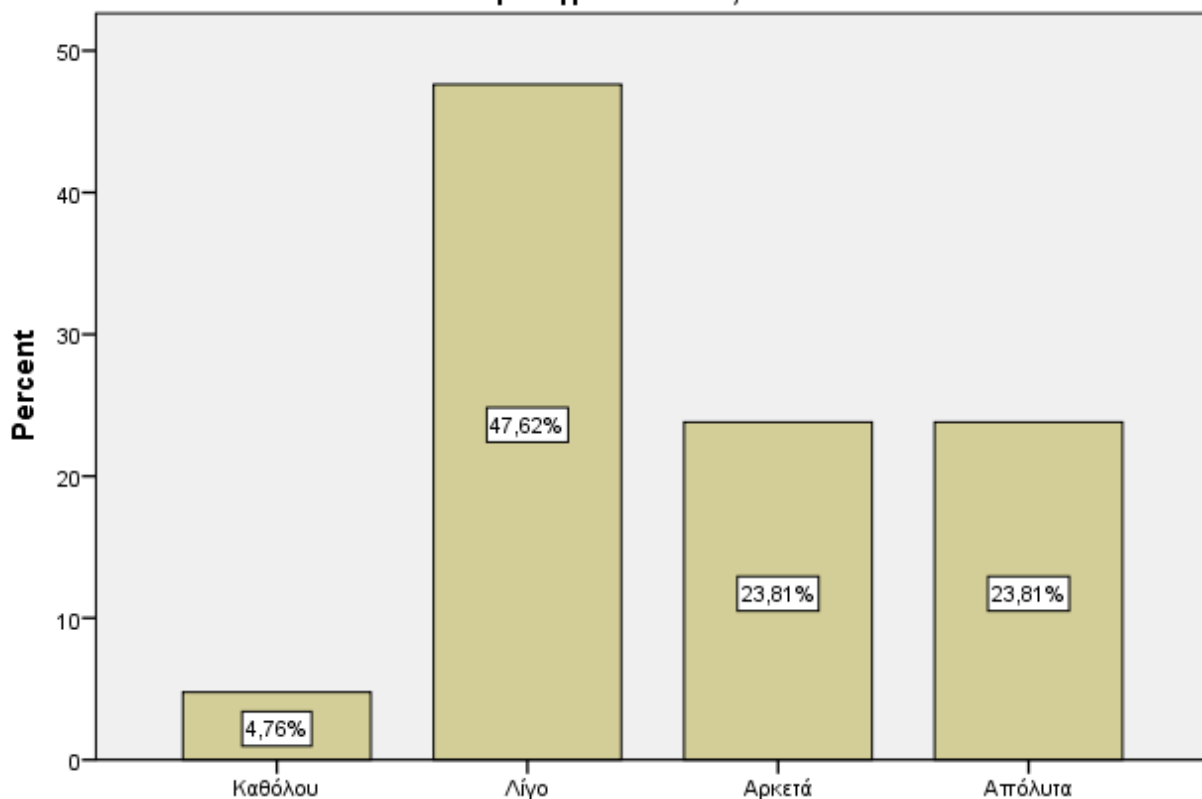
Πίνακας 7

Πόσο απαραίτητη θεωρείτε την υιοθέτηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, στρατηγικών ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	1	4,8	4,8	4,8
Λίγο	10	47,6	47,6	52,4
Αρκετά	5	23,8	23,8	76,2
Απόλυτα	5	23,8	23,8	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 7 το 47,6% των υπαλλήλων αναφέρει ως τουλάχιστον αρκετά απαραίτητη την υιοθέτηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, στρατηγικών ΕΚΕ, το 47,6% αναφέρει λίγο και το 4,8% αναφέρει καθόλου.

Πόσο απαραίτητη θεωρείτε την υιοθέτηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, στρατηγικών ΕΚΕ;



Πόσο απαραίτητη θεωρείτε την υιοθέτηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, στρατηγικών ΕΚΕ;

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Γνώση στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)

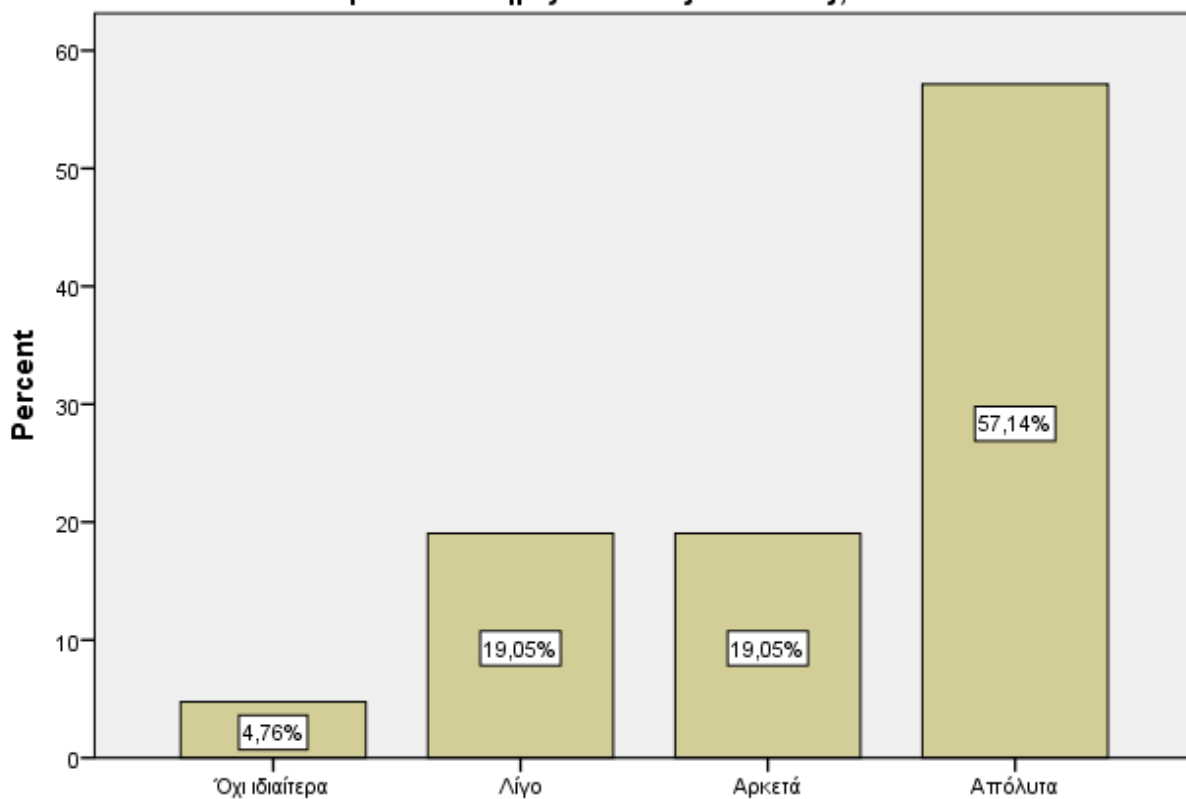
Πίνακας 8

1. Πιστεύετε πως όταν λέμε Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία εννοούμε μια εταιρεία η οποία στηρίζει καλούς σκοπούς;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	4,8
Λίγο	4	19,0	19,0	23,8
Αρκετά	4	19,0	19,0	42,9
Απόλυτα	12	57,1	57,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 8 το 76,2% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι ο όρος Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία σημαίνει μια εταιρεία η οποία στηρίζει καλούς σκοπούς ενώ το 23,8% το πιστεύει λίγο ή όχι ιδιαίτερα.

1. Πιστεύετε πως όταν λέμε Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία εννοούμε μια εταιρεία η οποία στηρίζει καλούς σκοπούς;



1. Πιστεύετε πως όταν λέμε Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία εννοούμε μια εταιρεία η οποία στηρίζει καλούς σκοπούς;

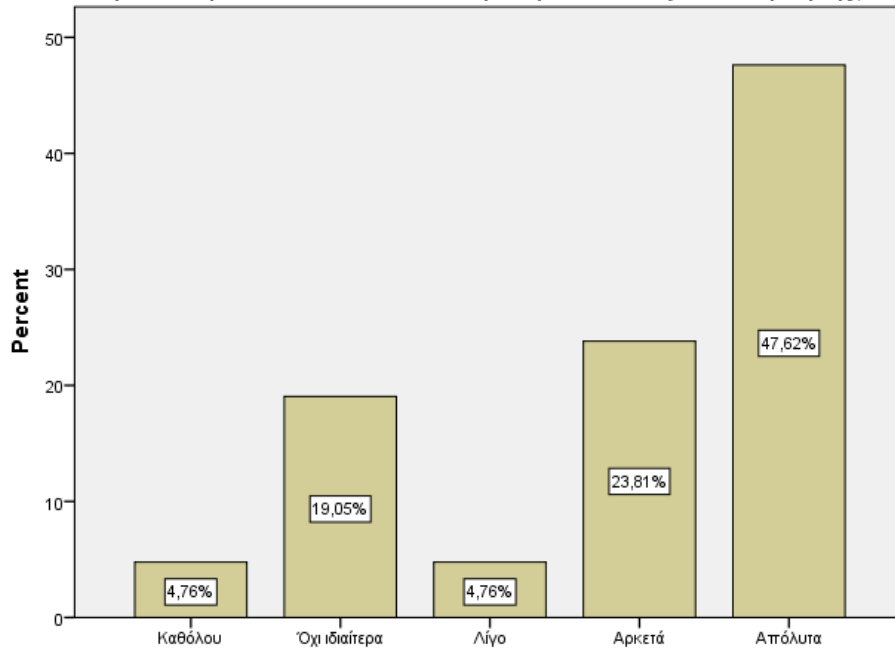
Πίνακας 9

2. Θεωρείτε ότι μια Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία “θυσιάζει” τα κέρδη της;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	1	4,8	4,8	4,8
Όχι ιδιαίτερα	4	19,0	19,0	23,8
Λίγο	1	4,8	4,8	28,6
Αρκετά	5	23,8	23,8	52,4
Απόλυτα	10	47,6	47,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 9 το 71,4% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία “θυσιάζει” τα κέρδη της ενώ το 23,8% το πιστεύει λίγο ή όχι ιδιαίτερα και το 4,8% καθόλου.

2. Θεωρείτε ότι μια Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία “θυσιάζει” τα κέρδη της;



2. Θεωρείτε ότι μια Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία “θυσιάζει” τα κέρδη της;

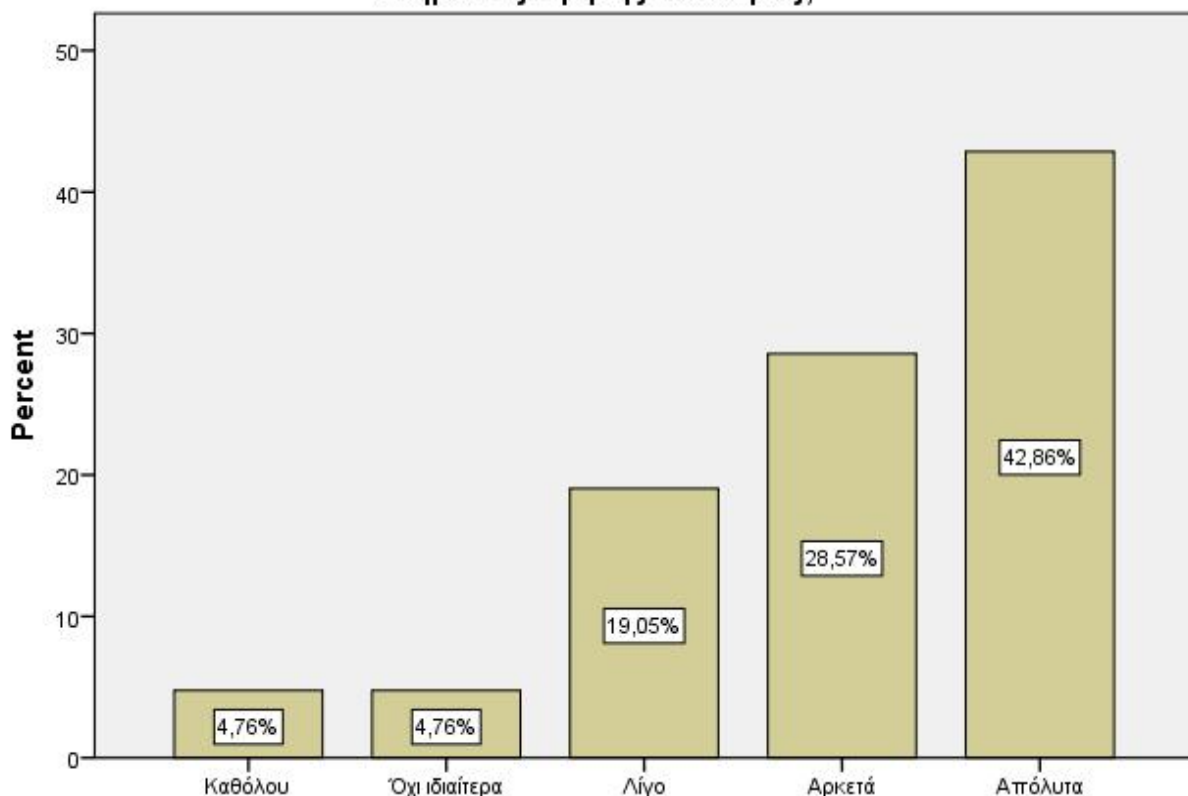
Πίνακας 10

3. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	1	4,8	4,8	4,8
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	9,5
Λίγο	4	19,0	19,0	28,6
Αρκετά	6	28,6	28,6	57,1
Απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 10 το 71,5% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας ενώ το 23,8% το πιστεύει λίγο ή όχι ιδιαίτερα και το 4,8% καθόλου.

3. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας;



3. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας;

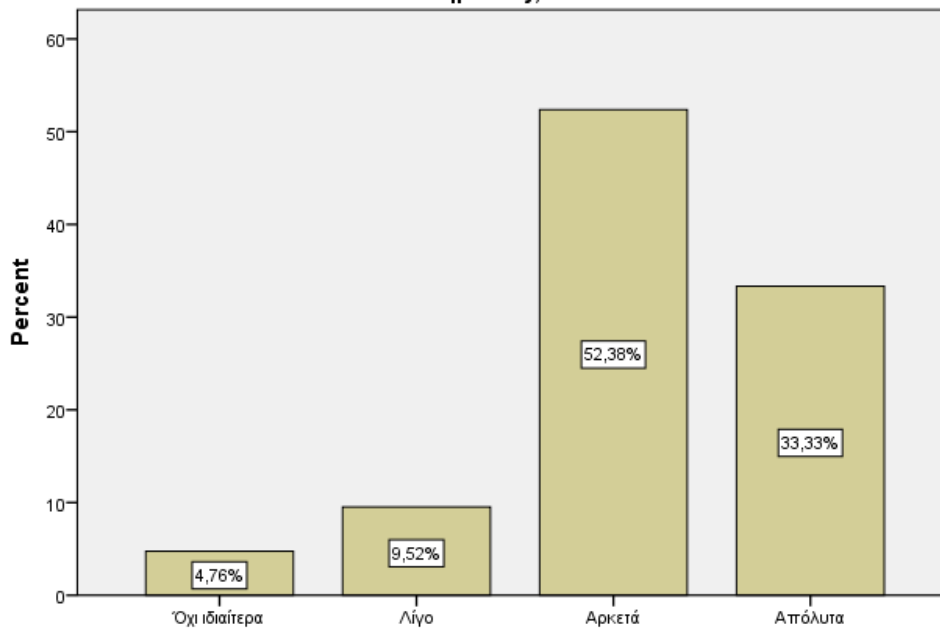
Πίνακας 11

4. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες αναπτύσσουν καινοτόμες υπηρεσίες;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	4,8
Λίγο	2	9,5	9,5	14,3
Αρκετά	11	52,4	52,4	66,7
Απόλυτα	7	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 11 το 85,7% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες αναπτύσσουν καινοτόμες υπηρεσίες ενώ 14,3% το πιστεύει λίγο ή όχι ιδιαίτερα.

4. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες αναπτύσσουν καινοτόμες υπηρεσίες;



4. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες αναπτύσσουν καινοτόμες υπηρεσίες;

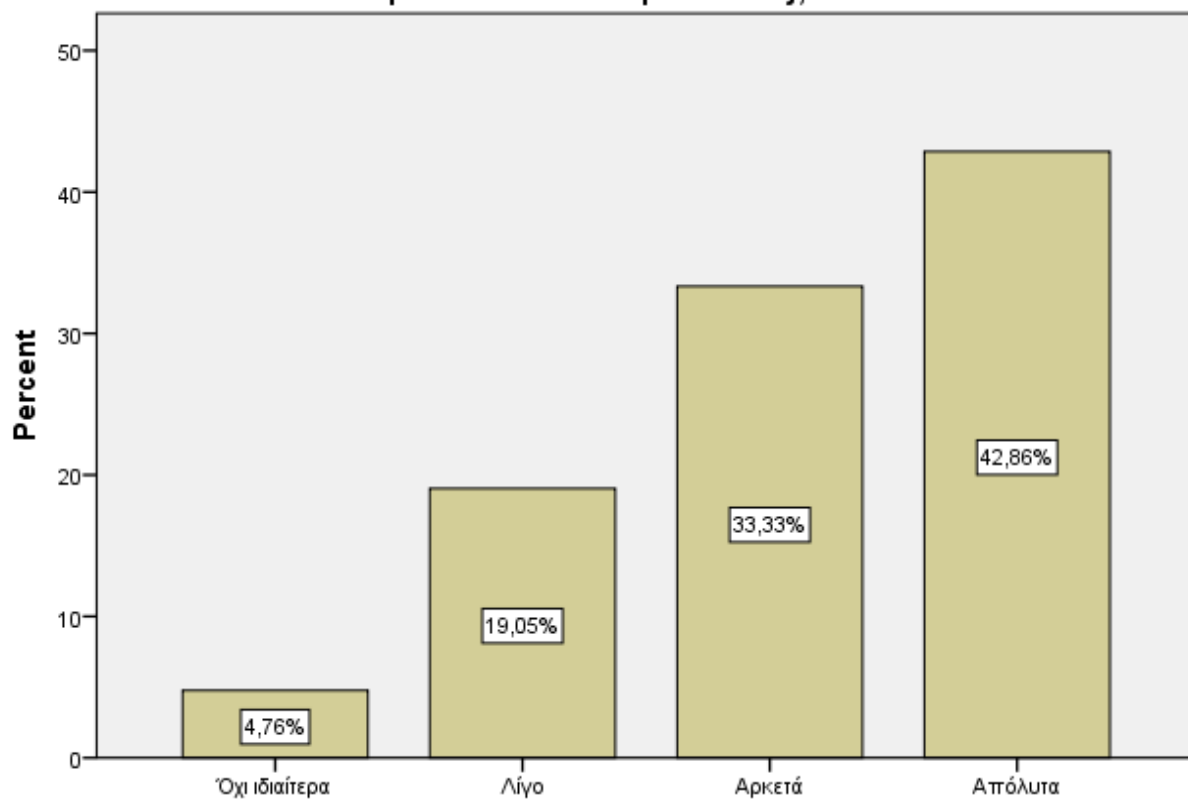
Πίνακας 12

5. Θεωρείτε ότι οι στρατηγικές ΕΚΕ είναι ένας τρόπος ώστε οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο ανταγωνιστικές;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	4,8
Λίγο	4	19,0	19,0	23,8
Αρκετά	7	33,3	33,3	57,1
Απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 12 το 76,2% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι οι στρατηγικές ΕΚΕ είναι ένας τρόπος ώστε οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο ανταγωνιστικές ενώ 23,8% το πιστεύει λίγο ή όχι ιδιαίτερα.

5. Θεωρείτε ότι οι στρατηγικές ΕΚΕ είναι ένας τρόπος ώστε οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο ανταγωνιστικές;



5. Θεωρείτε ότι οι στρατηγικές ΕΚΕ είναι ένας τρόπος ώστε οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο ανταγωνιστικές;

Σημαντικότητα/Αναγκαιότητα στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)

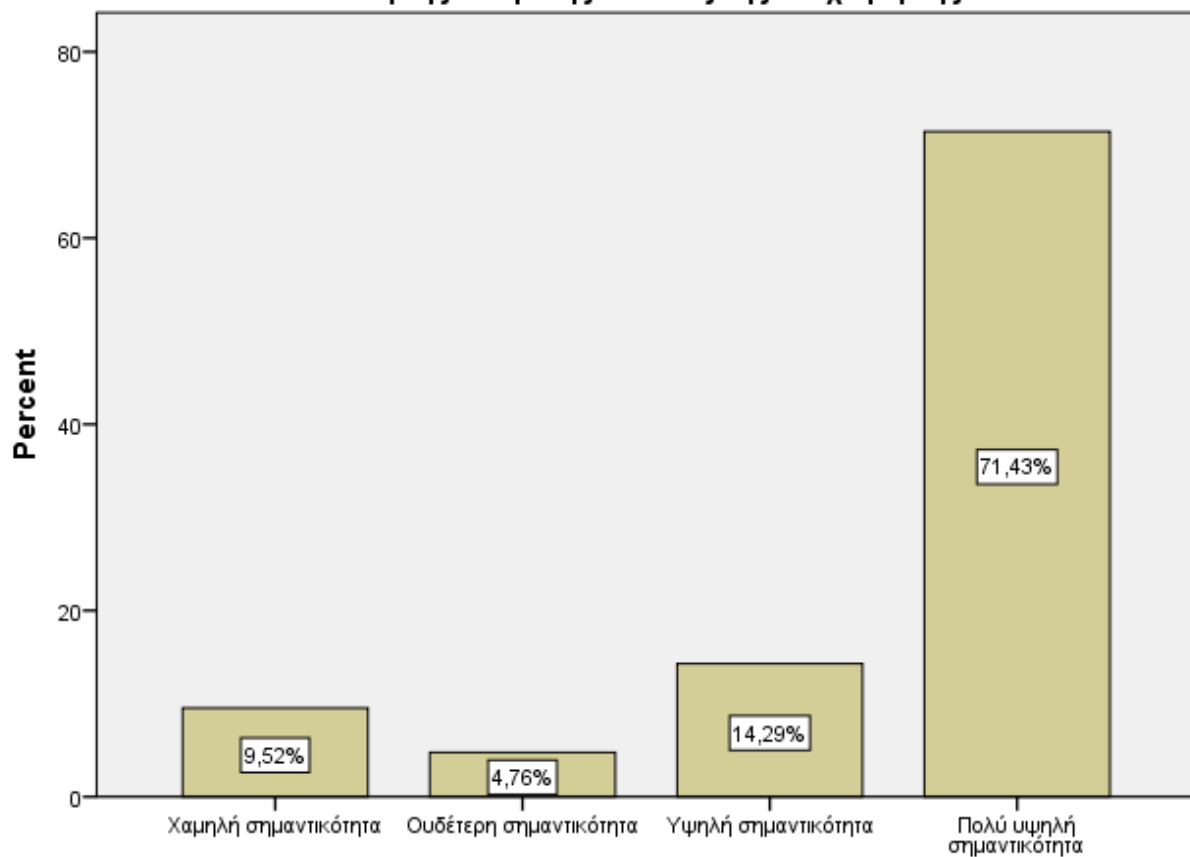
Πίνακας 13

1. Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Χαμηλή σημαντικότητα	2	9,5	9,5	9,5
Ουδέτερη σημαντικότητα	1	4,8	4,8	14,3
Υψηλή σημαντικότητα	3	14,3	14,3	28,6
Πολύ υψηλή σημαντικότητα	15	71,4	71,4	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 13 το 85,7% των υπαλλήλων πιστεύει ότι η βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας ενώ το 14,3% αναφέρει ότι είναι χαμηλής ή ουδέτερης σημαντικότητας.

1. Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης.



1. Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης.

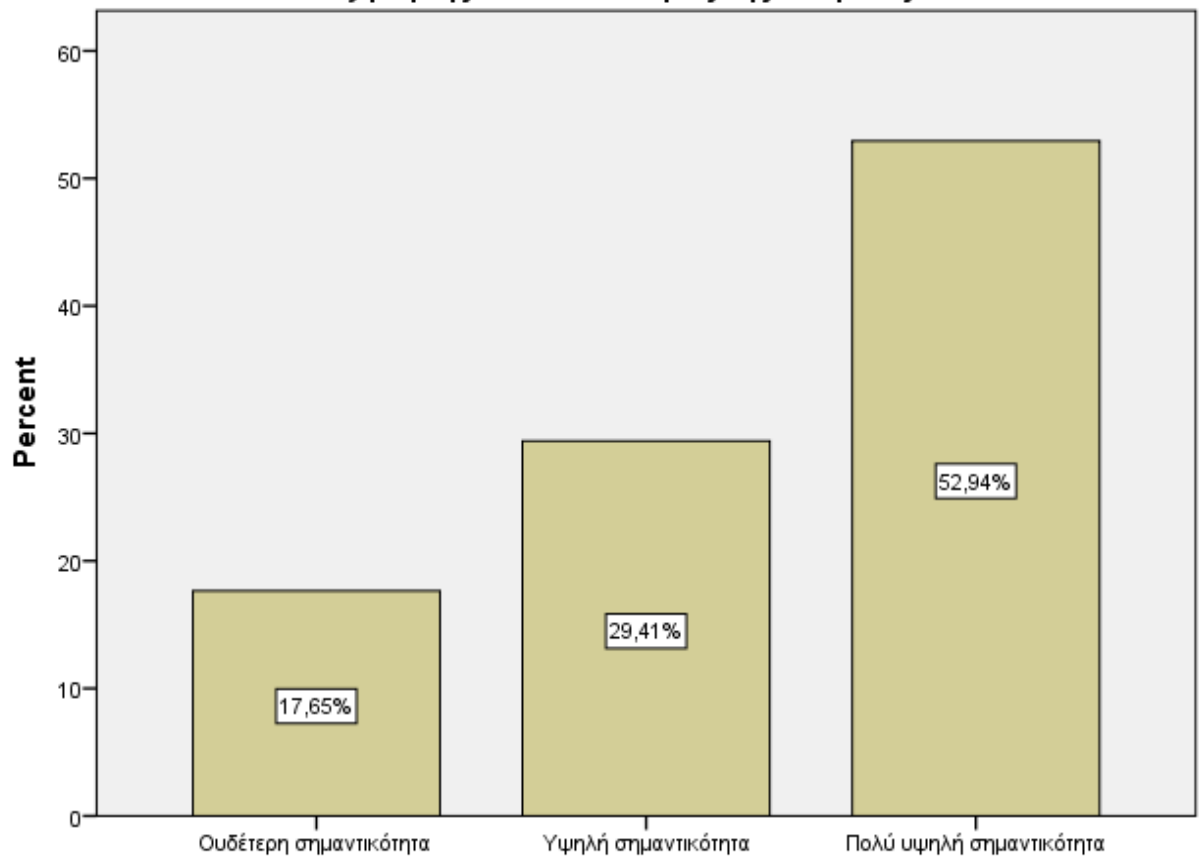
Πίνακας 14

2. Αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρείας.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερη σημαντικότητα	3	14,3	17,6	17,6
Υψηλή σημαντικότητα	5	23,8	29,4	47,1
Πολύ υψηλή σημαντικότητα	9	42,9	52,9	100,0
Σύνολο	17	81,0	100,0	
Αναπάντητα	4	19,0		
Σύνολο	21	100,0		

Σύμφωνα με τον πίνακα 14 το 82,3% των υπαλλήλων πιστεύει ότι η αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρείας είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας ενώ το 17,6% αναφέρει ότι είναι ουδέτερης σημαντικότητας.

2. Αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρείας.



2. Αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρείας.

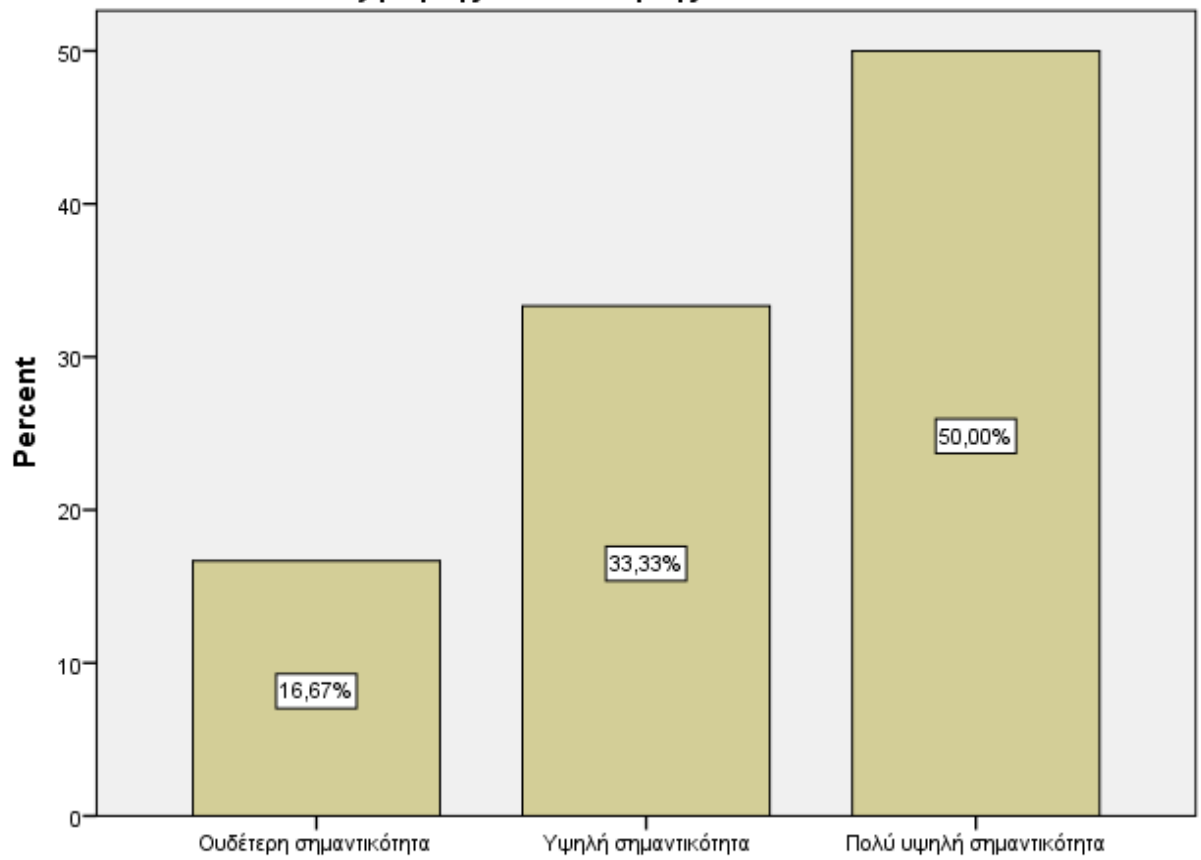
Πίνακας 15

3. Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερη σημαντικότητα	2	9,5	16,7	16,7
Υψηλή σημαντικότητα	4	19,0	33,3	50,0
Πολύ υψηλή σημαντικότητα	6	28,6	50,0	100,0
Σύνολο	12	57,1	100,0	
Αναπάντητα	9	42,9		
Σύνολο	21	100,0		

Σύμφωνα με τον πίνακα 15 το 83,3% των υπαλλήλων πιστεύει ότι η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας ενώ το 16,7% αναφέρει ότι είναι ουδέτερης σημαντικότητας.

3. Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών.



3. Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών.

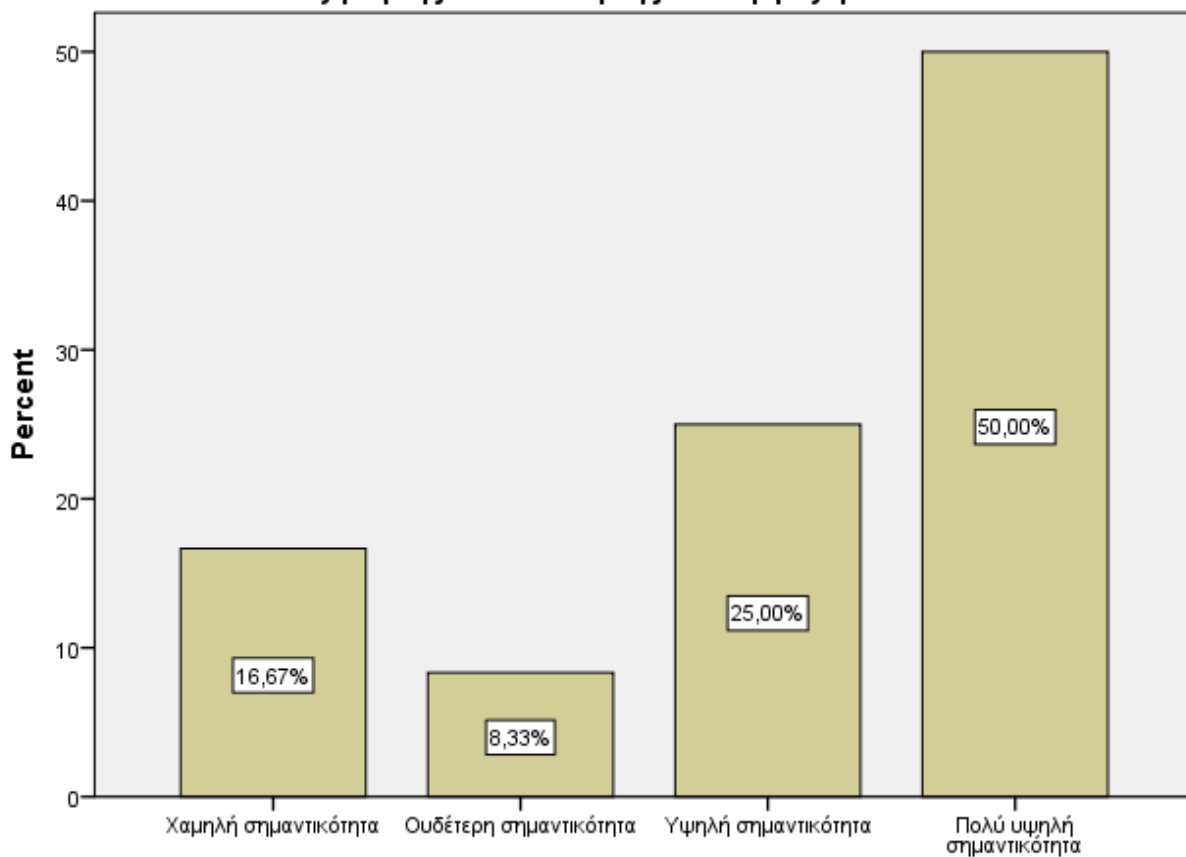
Πίνακας 16

4. Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Χαμηλή σημαντικότητα	2	9,5	16,7	16,7
Ουδέτερη σημαντικότητα	1	4,8	8,3	25,0
Υψηλή σημαντικότητα	3	14,3	25,0	50,0
Πολύ υψηλή σημαντικότητα	6	28,6	50,0	100,0
Σύνολο	12	57,1	100,0	
Αναπάντητα	9	42,9		
Σύνολο	21	100,0		

Σύμφωνα με τον πίνακα 16 το 75% των υπαλλήλων πιστεύει ότι η αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας ενώ το 25% αναφέρει ότι είναι χαμηλής ή ουδέτερης σημαντικότητας.

4. Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων.



4. Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων.

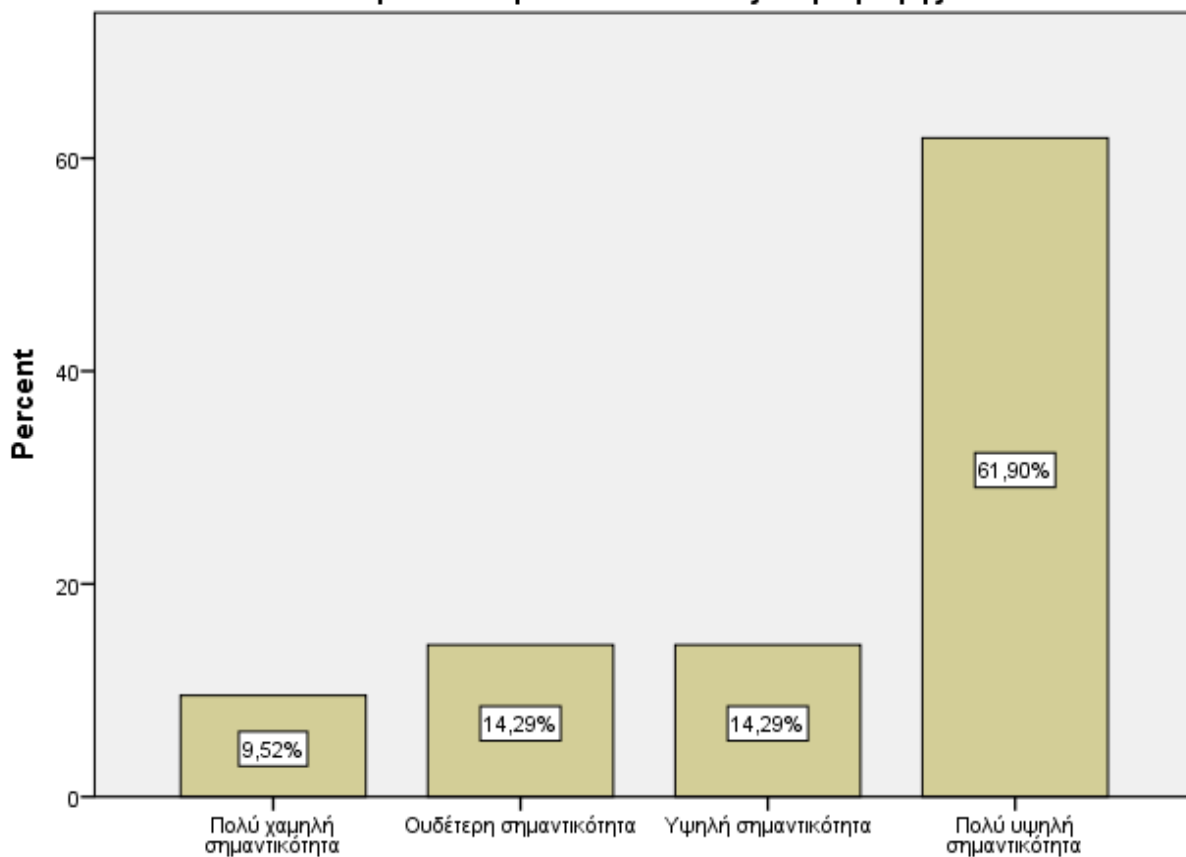
Πίνακας 17

5. Μείωση του ανά μονάδα κόστους παραγωγής.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Πολύ χαμηλή σημαντικότητα	2	9,5	9,5	9,5
Ουδέτερη σημαντικότητα	3	14,3	14,3	23,8
Υψηλή σημαντικότητα	3	14,3	14,3	38,1
Πολύ υψηλή σημαντικότητα	13	61,9	61,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 17 το 76,2% των υπαλλήλων πιστεύει ότι η μείωση του ανά μονάδα κόστους παραγωγής είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας ενώ το 23,8% αναφέρει ότι είναι πολύ χαμηλής ή ουδέτερης σημαντικότητας.

5. Μείωση του ανά μονάδα κόστους παραγωγής.



5. Μείωση του ανά μονάδα κόστους παραγωγής.

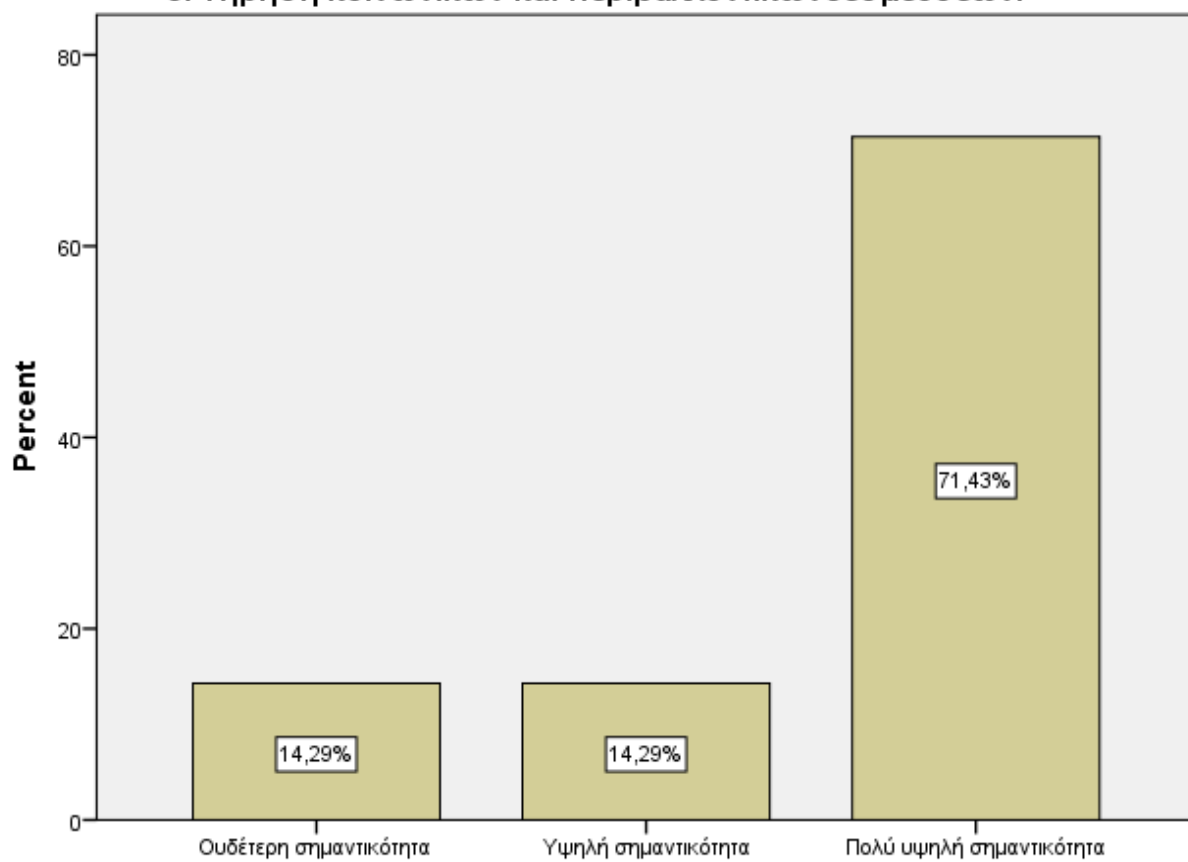
Πίνακας 18

6. Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερη σημαντικότητα	3	14,3	14,3	14,3
Υψηλή σημαντικότητα	3	14,3	14,3	28,6
Πολύ υψηλή σημαντικότητα	15	71,4	71,4	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 18 το 85,7% των υπαλλήλων πιστεύει **στην** τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων ενώ το 14,3% αναφέρει ότι είναι ουδέτερης σημαντικότητας.

6. Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων.



6. Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων.

Σχετικό κόστος των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)

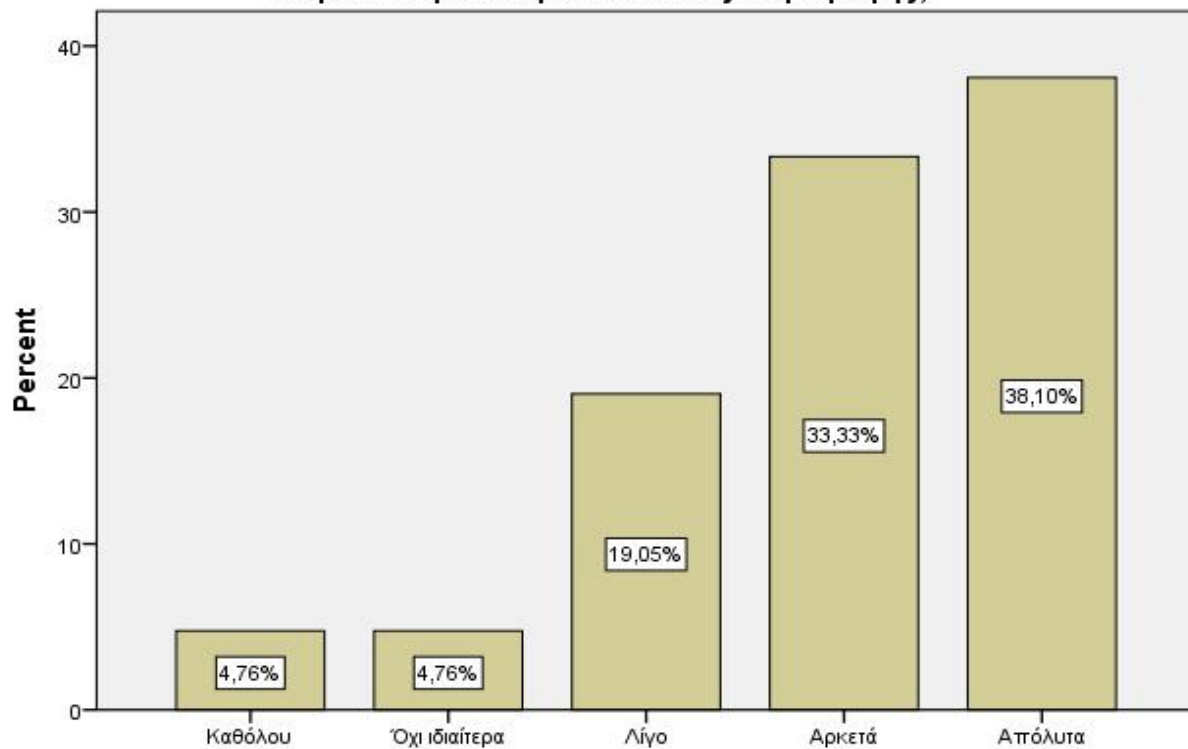
Πίνακας 19

1. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση του κόστους παραγωγής;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	1	4,8	4,8	4,8
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	9,5
Λίγο	4	19,0	19,0	28,6
Αρκετά	7	33,3	33,3	61,9
Απόλυτα	8	38,1	38,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 19 το 71,4% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση του κόστους παραγωγής ενώ το 23,8% αναφέρει λίγο ή όχι ιδιαίτερα και το 4,8% αναφέρει καθόλου.

1. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση του κόστους παραγωγής;



1. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση του κόστους παραγωγής;

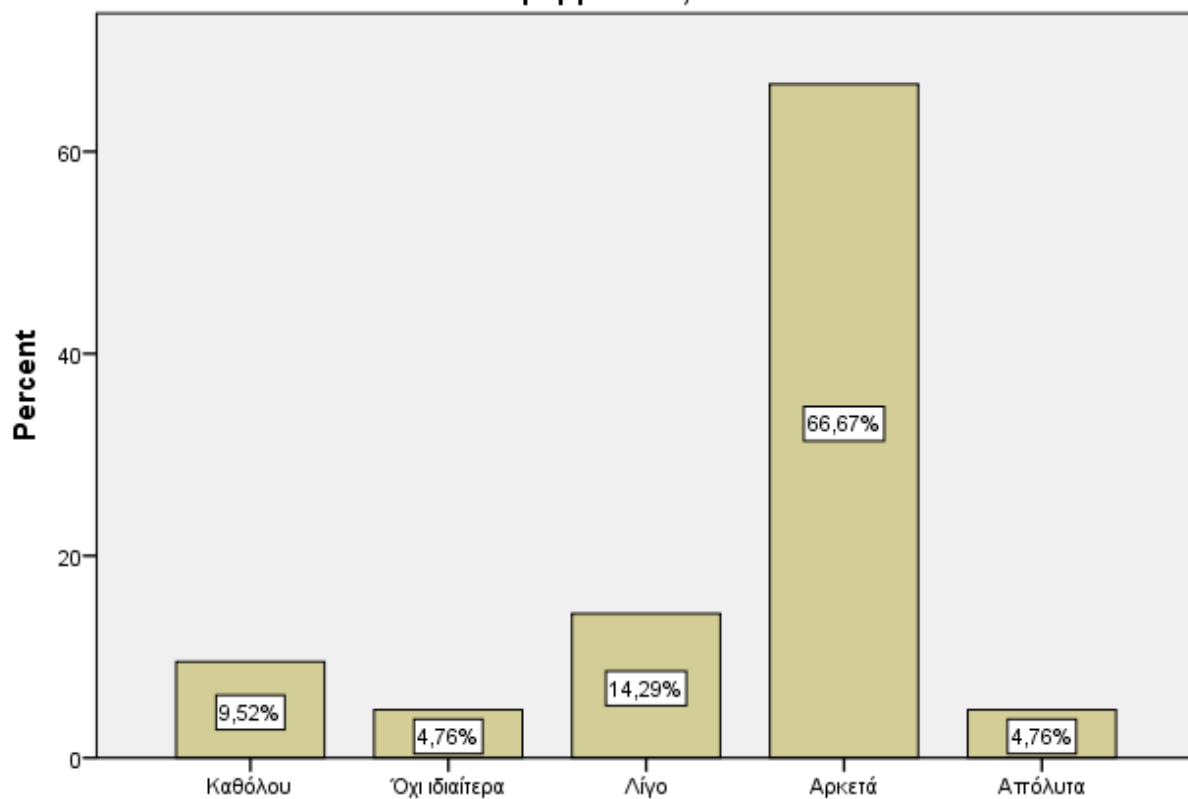
Πίνακας 20

2. Το υψηλό κόστος στρατηγικών ΕΚΕ σας επηρεάζει στο να αποφασίσετε να τις εφαρμόσετε;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	2	9,5	9,5	9,5
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	14,3
Λίγο	3	14,3	14,3	28,6
Αρκετά	14	66,7	66,7	95,2
Απόλυτα	1	4,8	4,8	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 20 το 71,5% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι το υψηλό κόστος στρατηγικών ΕΚΕ τους επηρεάζει στο να αποφασίσουν να τις εφαρμόσουν ενώ το 19,1% αναφέρει λίγο ή όχι ιδιαίτερα και το 9,5% αναφέρει καθόλου.

2. Το υψηλό κόστος στρατηγικών ΕΚΕ σας επηρεάζει στο να αποφασίσετε να τις εφαρμόσετε;



2. Το υψηλό κόστος στρατηγικών ΕΚΕ σας επηρεάζει στο να αποφασίσετε να τις εφαρμόσετε;

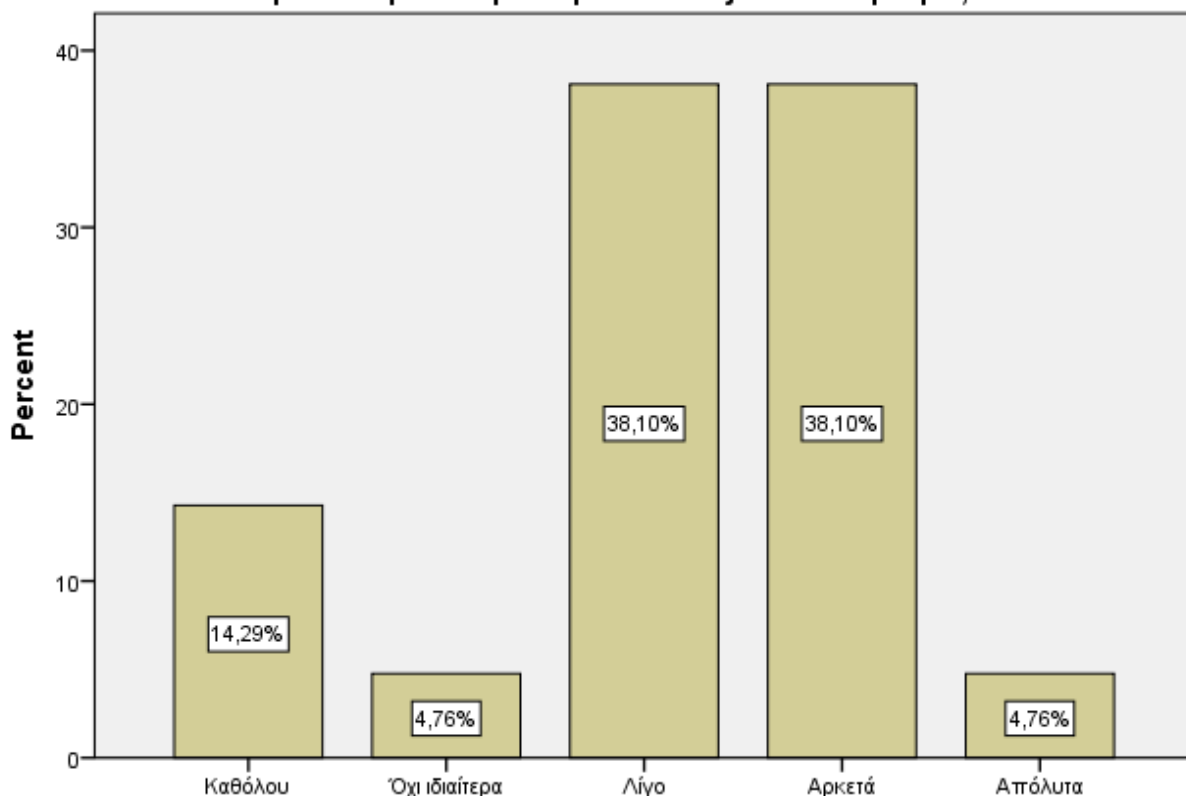
Πίνακας 21

3.Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση των μισθών ως αντιστάθμισμα;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	3	14,3	14,3	14,3
Όχι ιδιαίτερα	1	4,8	4,8	19,0
Λίγο	8	38,1	38,1	57,1
Αρκετά	8	38,1	38,1	95,2
Απόλυτα	1	4,8	4,8	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 21 το 42,9% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση των μισθών ως αντιστάθμισμα ενώ το 42,9% αναφέρει λίγο ή όχι ιδιαίτερα και το 14,3% αναφέρει καθόλου.

3. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση των μισθών ως αντιστάθμισμα;



3. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση των μισθών ως αντιστάθμισμα;

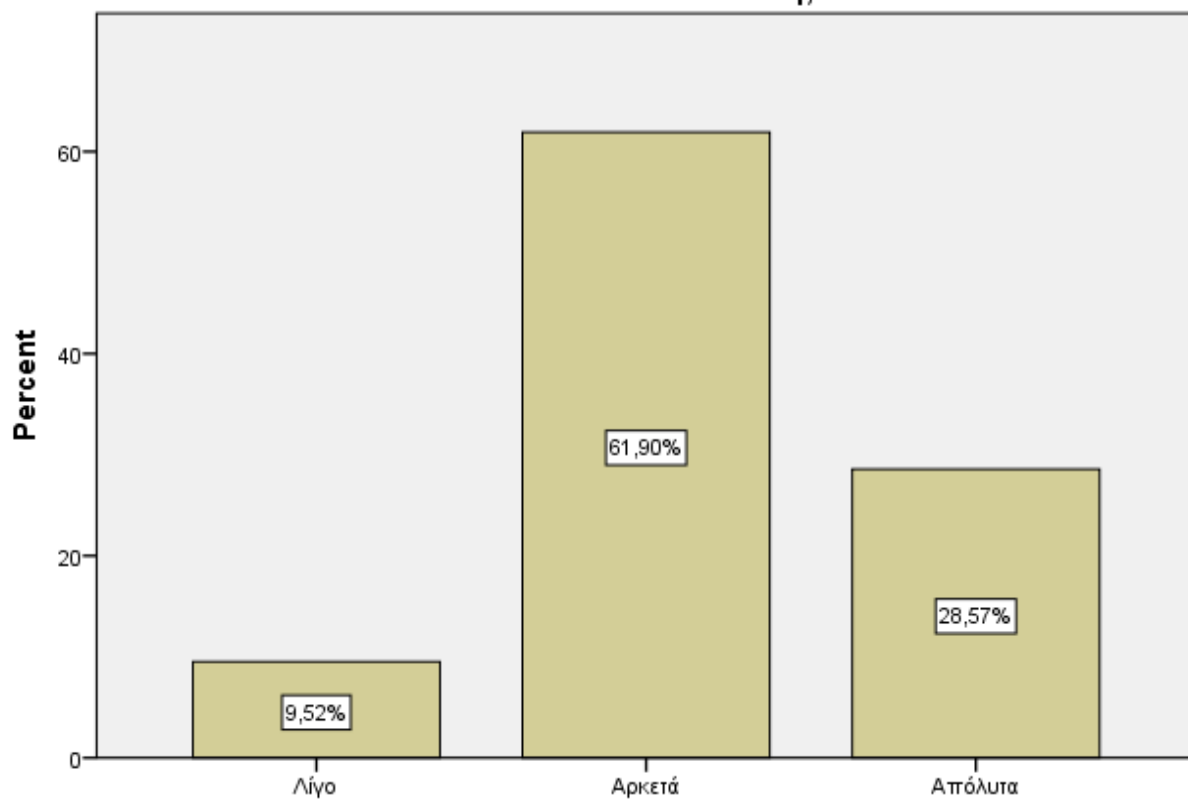
Πίνακας 22

4.Πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο η εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ ώστε η εταιρεία σας να είναι κοινωνικά υπεύθυνη;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Λίγο	2	9,5	9,5	9,5
Αρκετά	13	61,9	61,9	71,4
Απόλυτα	6	28,6	28,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 22 το 90,5% των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι αξίζει τον κόπο η εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ ώστε η εταιρεία τους να είναι κοινωνικά υπεύθυνη ενώ το 9,5% αναφέρει λίγο.

4.Πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο η εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ ώστε η εταιρεία σας να είναι κοινωνικά υπεύθυνη;



4.Πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο η εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ ώστε η εταιρεία σας να είναι κοινωνικά υπεύθυνη;

Κατηγορίες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)

Ποιες από τις παρακάτω είναι καλές στρατηγικές ΕΚΕ (που αφορούν την τοπική κοινότητα);

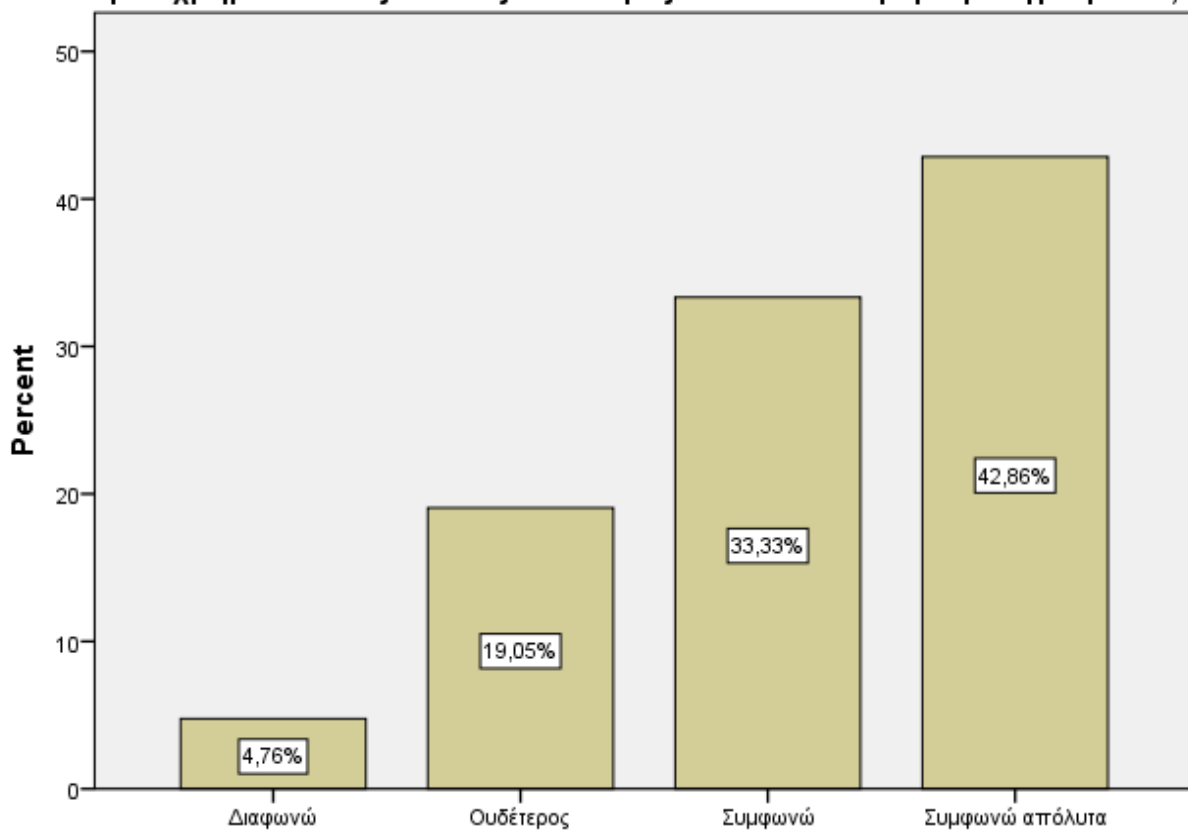
Πίνακας 23

1. Η δωρεά χρημάτων στις τοπικές κοινότητες είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	1	4,8	4,8	4,8
Ουδέτερος	4	19,0	19,0	23,8
Συμφωνώ	7	33,3	33,3	57,1
Συμφωνώ απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 23 το 76,2% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η δωρεά χρημάτων στις τοπικές κοινότητες είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 23,8% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

1.Η δωρεά χρημάτων στις τοπικές κοινότητες είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



1.Η δωρεά χρημάτων στις τοπικές κοινότητες είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

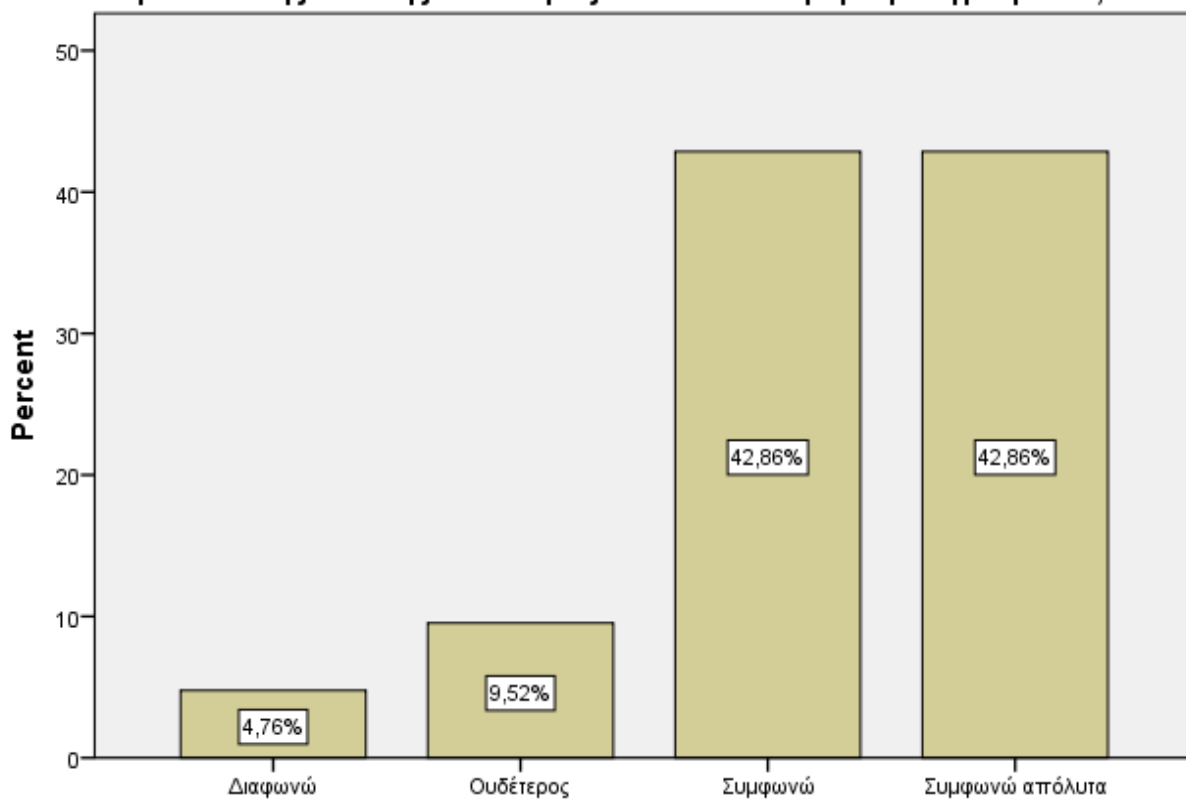
Πίνακας 24

2. Η έμμεση και άμεση βοήθεια για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	1	4,8	4,8	4,8
Ουδέτερος	2	9,5	9,5	14,3
Συμφωνώ	9	42,9	42,9	57,1
Συμφωνώ απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 24 το 85,8% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η έμμεση και άμεση βοήθεια για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 14,3% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

2. Η έμμεση και άμεση βοήθεια για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



2. Η έμμεση και άμεση βοήθεια για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

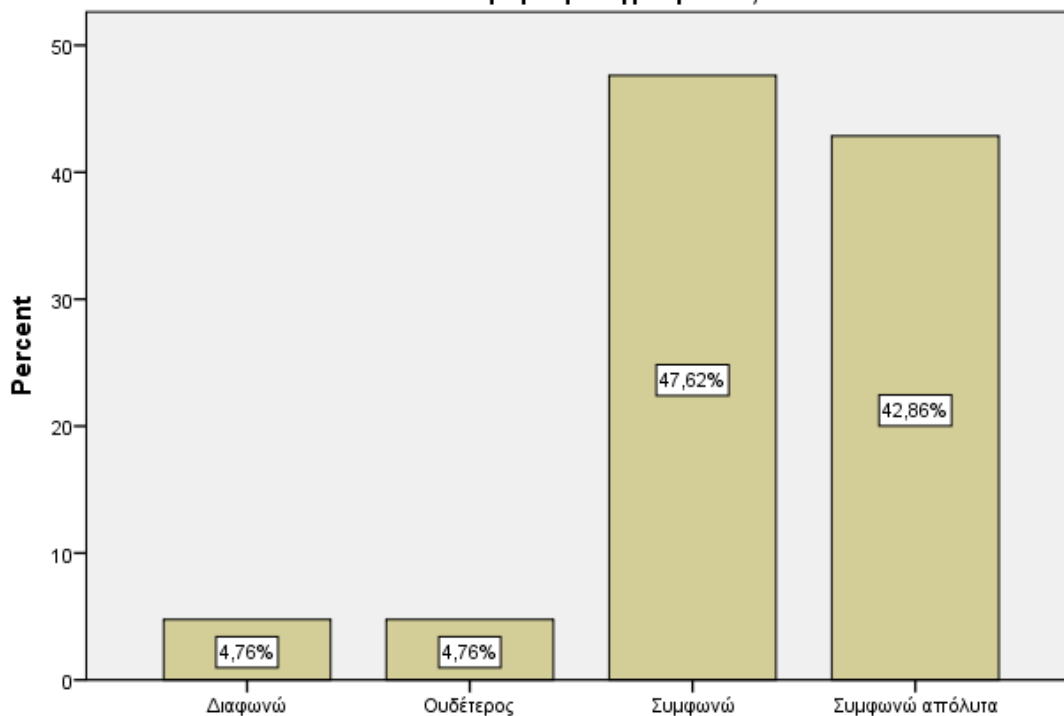
Πίνακας 25

3. Η οικονομική ενίσχυση διαφόρων δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	1	4,8	4,8	4,8
Ουδέτερος	1	4,8	4,8	9,5
Συμφωνώ	10	47,6	47,6	57,1
Συμφωνώ απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 25 το 90,5% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η οικονομική ενίσχυση διαφόρων δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 9,6% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

3. Η οικονομική ενίσχυση διαφόρων δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



3. Η οικονομική ενίσχυση διαφόρων δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

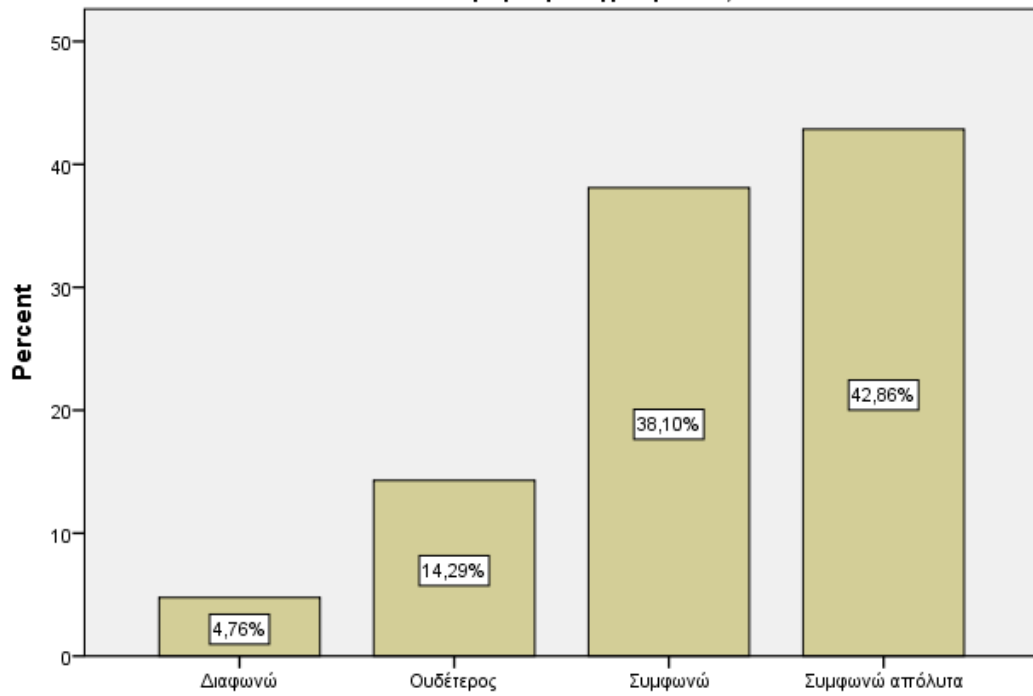
Πίνακας 26

4. Η οικονομική ενίσχυση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	1	4,8	4,8	4,8
Ουδέτερος	3	14,3	14,3	19,0
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	57,1
Συμφωνώ απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 26 το 81% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η οικονομική ενίσχυση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 19% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

4. Η οικονομική ενίσχυση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



4. Η οικονομική ενίσχυση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

Ποιες από τις παρακάτω είναι καλές στρατηγικές ΕΚΕ (που αφορούν το περιβάλλον);

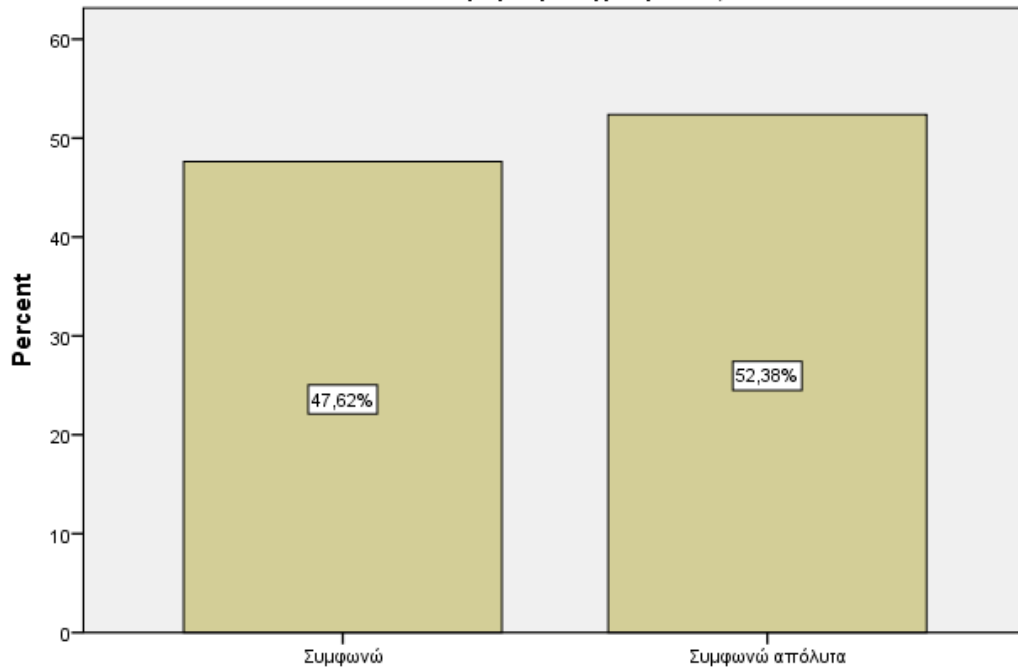
Πίνακας 27

1.Η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων στα πλάνα της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Συμφωνώ	10	47,6	47,6	47,6
Συμφωνώ απόλυτα	11	52,4	52,4	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 27 το 100% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων στα πλάνα της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 0% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

1. Η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων στα πλάνα της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



1. Η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων στα πλάνα της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

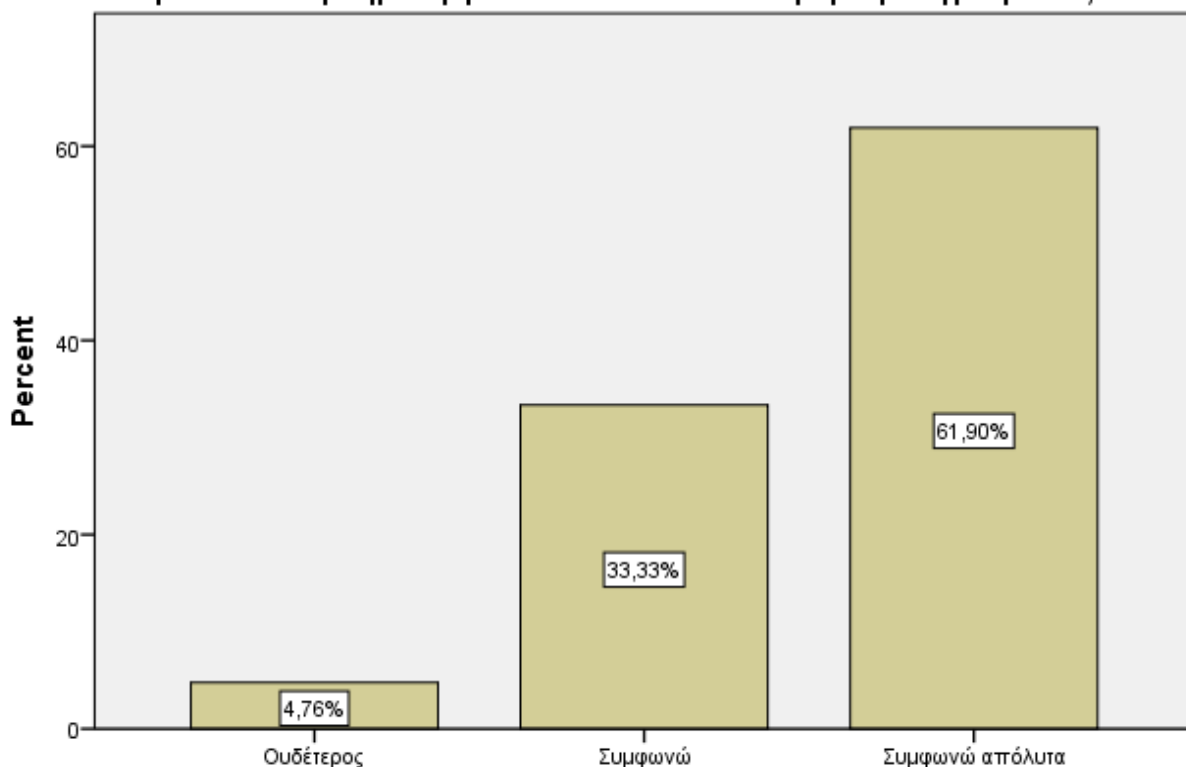
Πίνακας 28

2. Η κατά γράμμα εφαρμογή όλων των επίσημων περιβαλλοντικών κανονισμών και η εθελοντική δημιουργία νέων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	1	4,8	4,8	4,8
Συμφωνώ	7	33,3	33,3	38,1
Συμφωνώ απόλυτα	13	61,9	61,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 28 το 95,2% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η κατά γράμμα εφαρμογή όλων των επίσημων περιβαλλοντικών κανονισμών και η εθελοντική δημιουργία νέων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 4,8% έχει ουδέτερη άποψη.

2. Η κατά γράμμα εφαρμογή όλων των επίσημων περιβαλλοντικών κανονισμών και η εθελοντική δημιουργία νέων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



2. Η κατά γράμμα εφαρμογή όλων των επίσημων περιβαλλοντικών κανονισμών και η εθελοντική δημιουργία νέων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

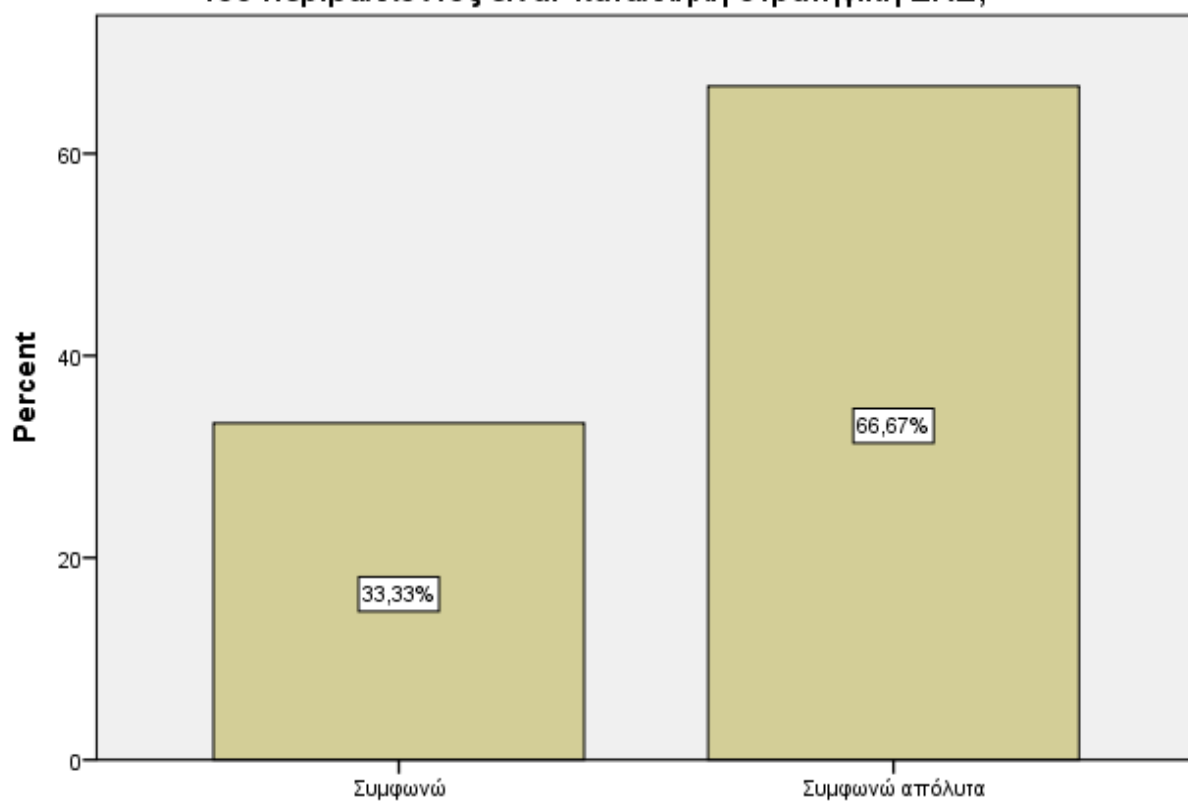
Πίνακας 29

3. Η οικονομική ενίσχυση διαφόρων πρωτοβουλιών σχετικών με τη προστασία του περιβάλλοντος είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Συμφωνώ	7	33,3	33,3	33,3
Συμφωνώ απόλυτα	14	66,7	66,7	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 29 το 100% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η οικονομική ενίσχυση διαφόρων πρωτοβουλιών σχετικών με τη προστασία του περιβάλλοντος είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 0% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

3. Η οικονομική ενίσχυση διαφόρων πρωτοβουλιών σχετικών με τη προστασία του περιβάλλοντος είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



3. Η οικονομική ενίσχυση διαφόρων πρωτοβουλιών σχετικών με τη προστασία του περιβάλλοντος είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

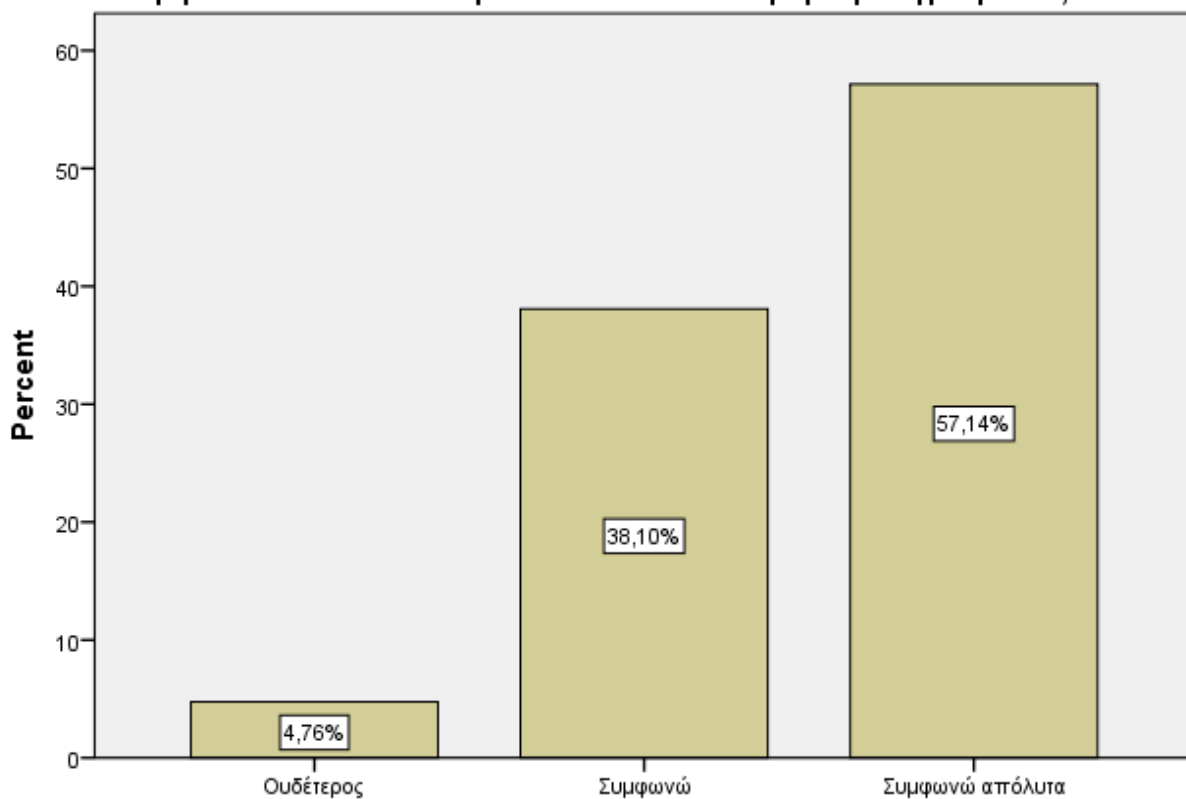
Πίνακας 30

4. Η μέτρηση της επίδοσης της εταιρίας σχετικά με την τήρηση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	1	4,8	4,8	4,8
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	42,9
Συμφωνώ απόλυτα	12	57,1	57,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 30 το 95,2% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η μέτρηση της επίδοσης της εταιρίας σχετικά με την τήρηση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 4,8% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

4. Η μέτρηση της επίδοσης της εταιρίας σχετικά με την τήρηση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



4. Η μέτρηση της επίδοσης της εταιρίας σχετικά με την τήρηση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

Ποιες από τις παρακάτω είναι καλές στρατηγικές ΕΚΕ (που αφορούν τους εργαζόμενους);

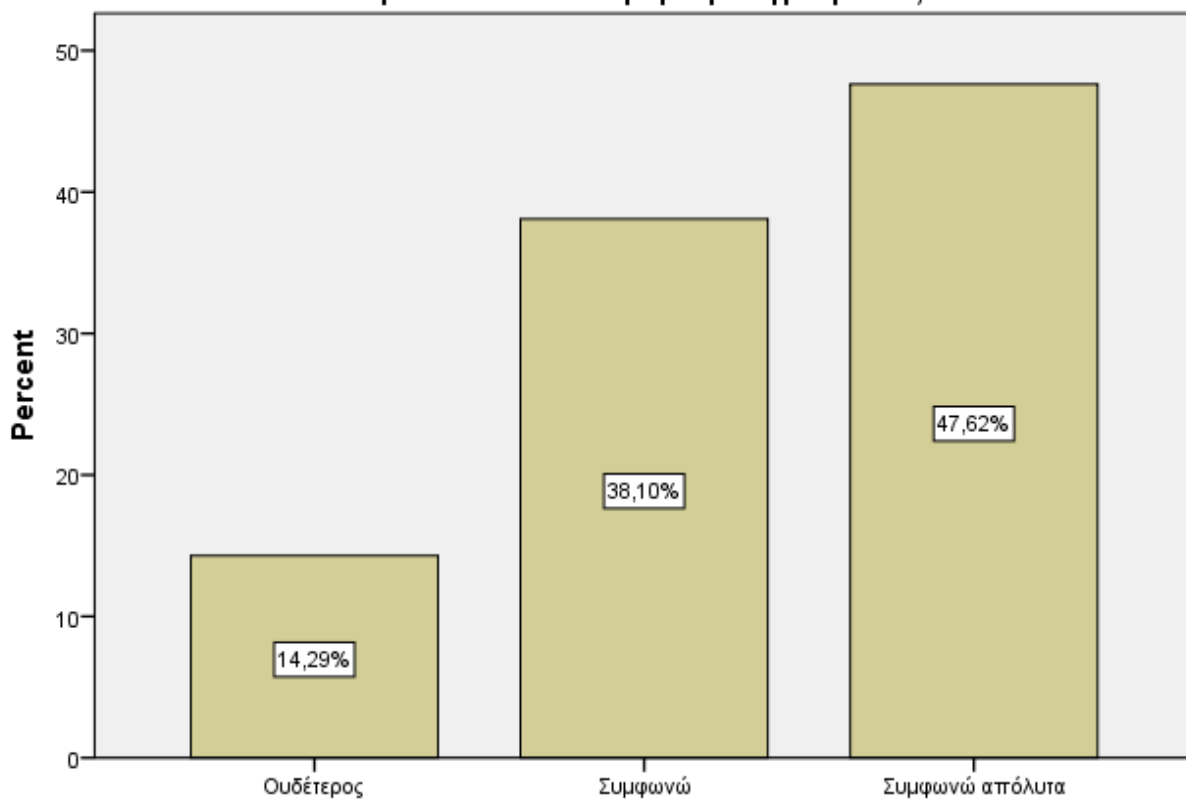
Πίνακας 31

1.Η δίκαιη και ίση μεταχείριση των εργαζομένων ανεξάρτητα το φύλο και την εθνικότητα είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	3	14,3	14,3	14,3
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	52,4
Συμφωνώ απόλυτα	10	47,6	47,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 31 το 85,7% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η δίκαιη και ίση μεταχείριση των εργαζομένων ανεξάρτητα από το φύλο και την εθνικότητα είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 14,3% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

1. Η δίκαιη και ίση μεταχείριση των εργαζομένων ανεξάρτητα το φύλο και και την εθνικότητα είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



1. Η δίκαιη και ίση μεταχείριση των εργαζομένων ανεξάρτητα το φύλο και και την εθνικότητα είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

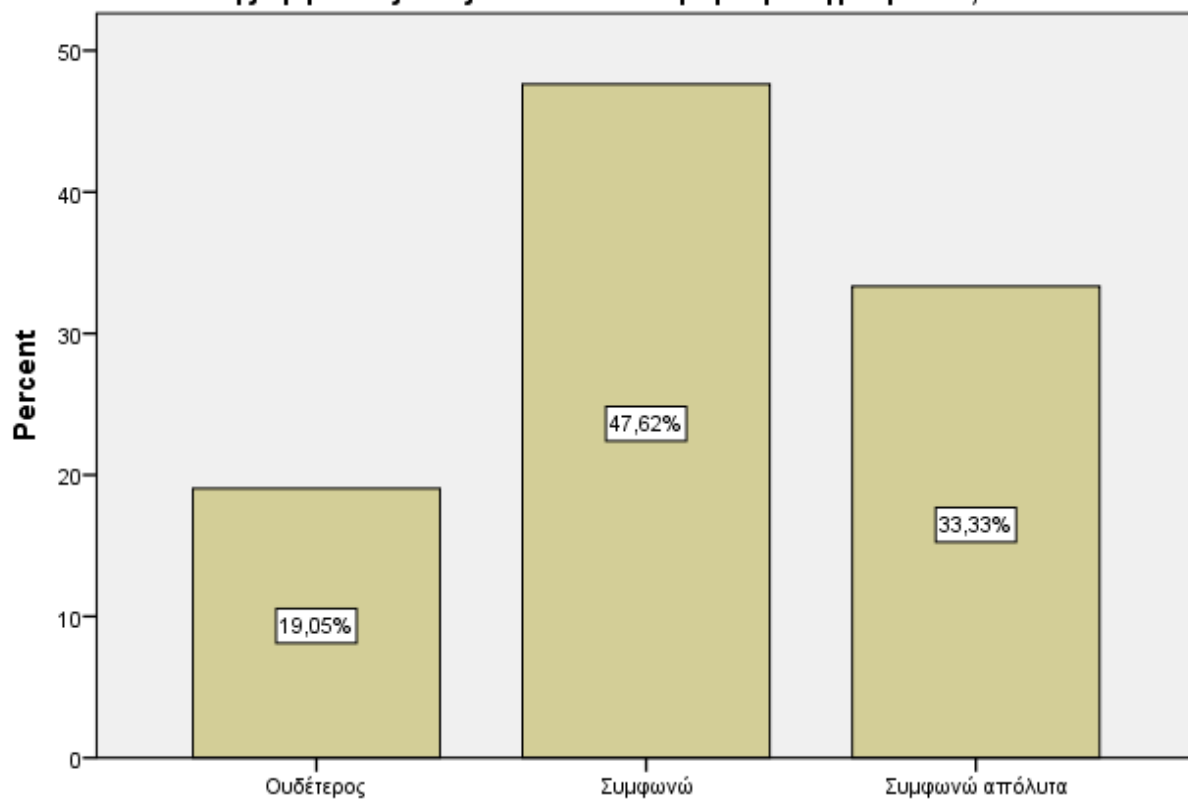
Πίνακας 32

2. Η παροχή μισθών στους εργαζομένους που να θεωρούνται δίκαιη ανταμοιβή της εργασίας τους είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	4	19,0	19,0	19,0
Συμφωνώ	10	47,6	47,6	66,7
Συμφωνώ απόλυτα	7	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 32 το 80,9% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η παροχή μισθών στους εργαζομένους που να θεωρείται δίκαιη ανταμοιβή της εργασίας τους είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 19% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

2. Η παροχή μισθών στους εργαζομένους που να θεωρούνται δίκαιη ανταμοιβή της εργασίας τους είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



2. Η παροχή μισθών στους εργαζομένους που να θεωρούνται δίκαιη ανταμοιβή της εργασίας τους είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

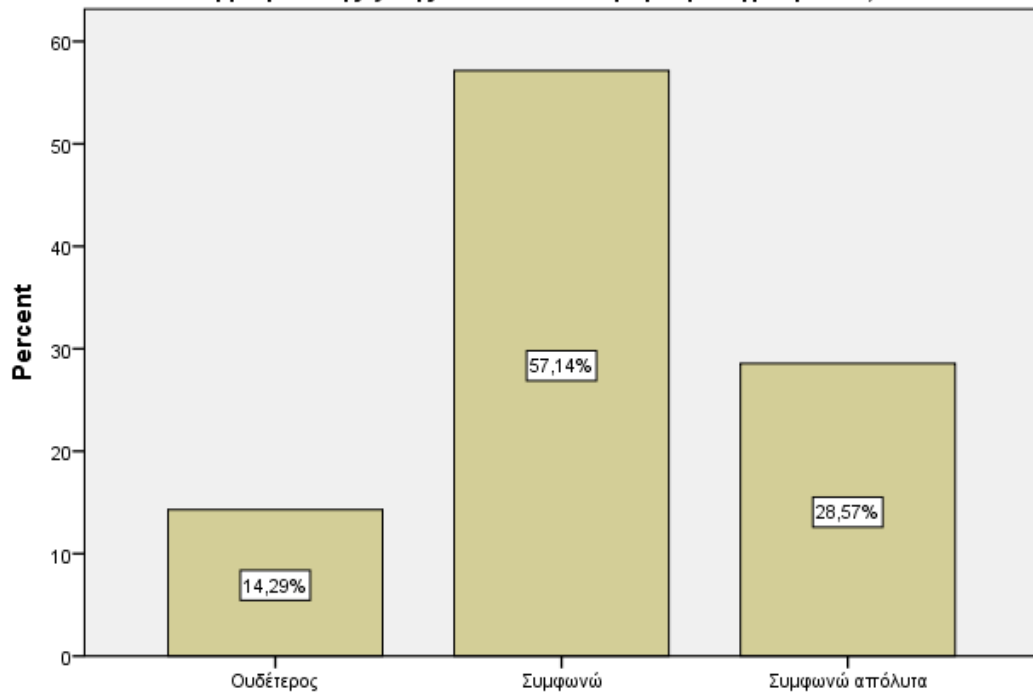
Πίνακας 33

3. Η παροχή βοήθειας στους εργαζομένους για τον συντονισμό ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	3	14,3	14,3	14,3
Συμφωνώ	12	57,1	57,1	71,4
Συμφωνώ απόλυτα	6	28,6	28,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 33 το 85,7% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η παροχή βοήθειας στους εργαζομένους για τον συντονισμό ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 14,3% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

3. Η παροχή βοήθειας στους εργαζομένους για τον συντονισμό ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



3. Η παροχή βοήθειας στους εργαζομένους για τον συντονισμό ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

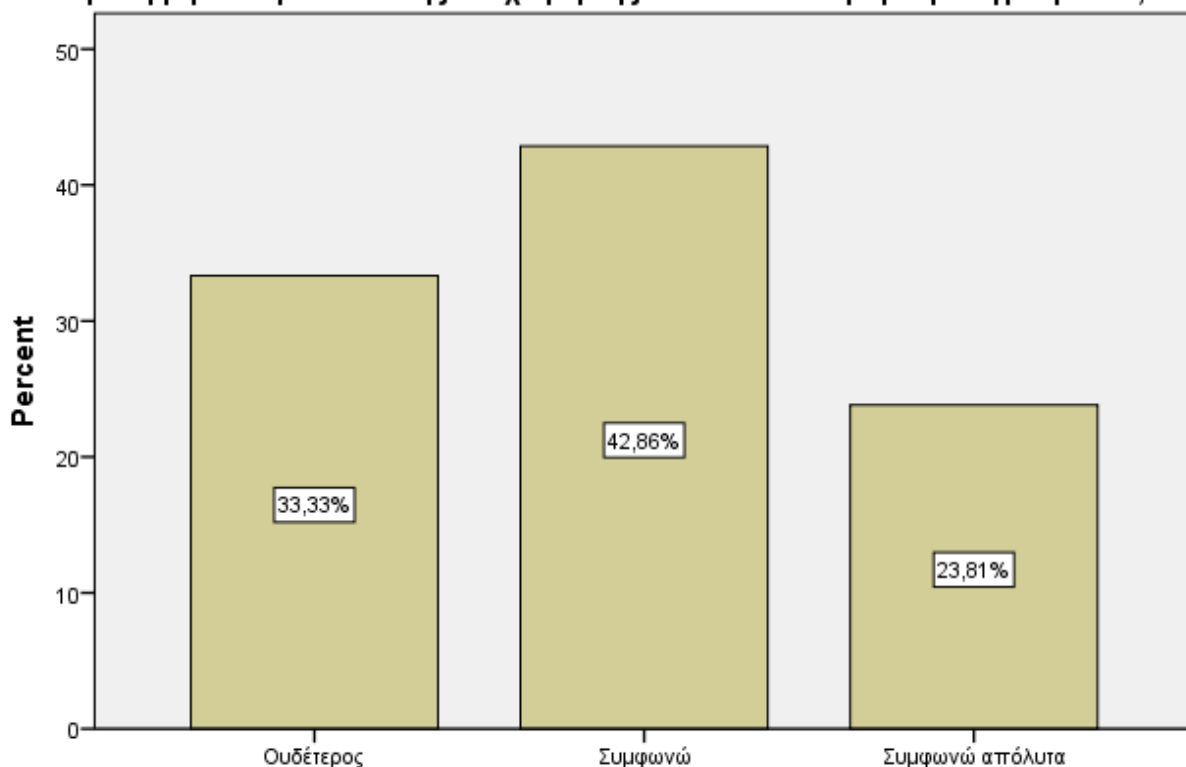
Πίνακας 34

4. Η πρωτοβουλία να λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των εργαζομένων στην λήψη αποφάσεων της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	7	33,3	33,3	33,3
Συμφωνώ	9	42,9	42,9	76,2
Συμφωνώ απόλυτα	5	23,8	23,8	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 34 το 66,7% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η πρωτοβουλία να λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των εργαζομένων στην λήψη αποφάσεων της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ ενώ το 33,3% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

4. Η πρωτοβουλία να λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των εργαζομένων στην λήψη αποφάσεων της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;



4. Η πρωτοβουλία να λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των εργαζομένων στην λήψη αποφάσεων της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ;

Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην απόδοση των εργαζομένων.

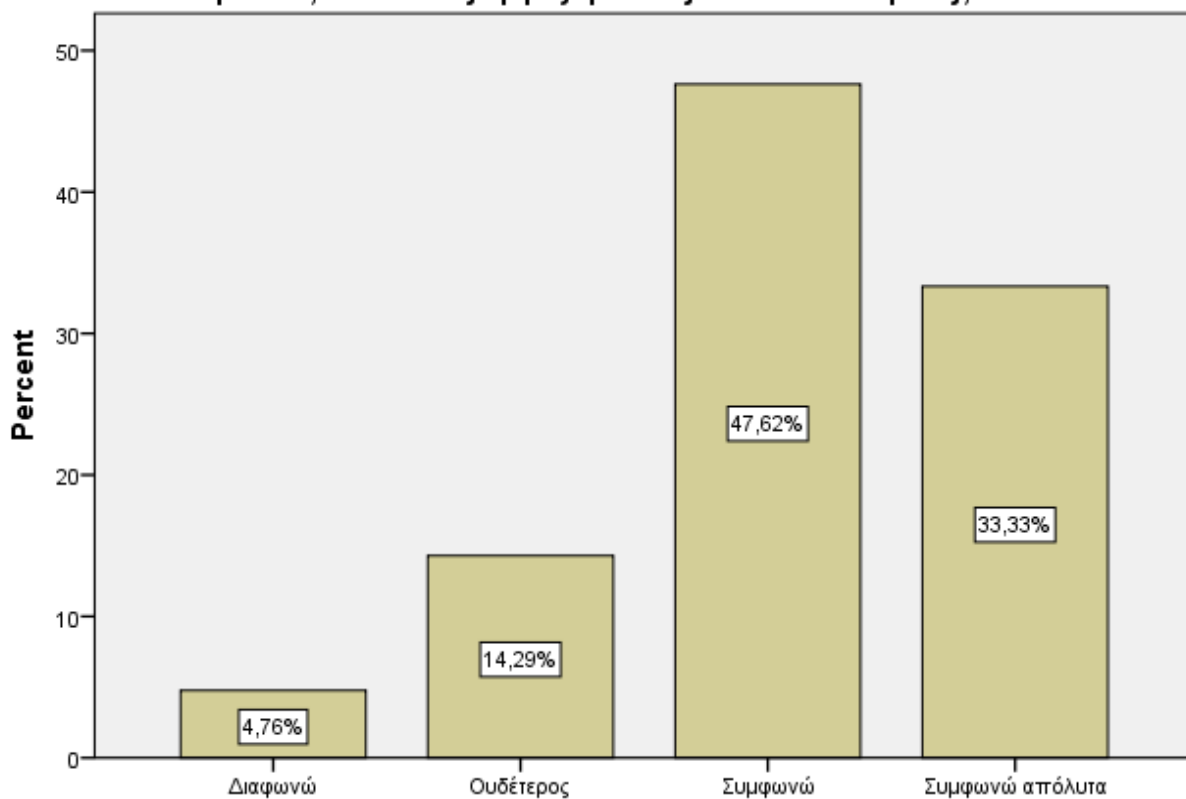
Πίνακας 35

1.Οι στρατηγικές που εφαρμόζουν επιχειρήσεις με ΕΚΕ ,π.χ ανταγωνιστικοί μισθοί, κάνει τους εργαζόμενους αποδοτικότερους;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	1	4,8	4,8	4,8
Ουδέτερος	3	14,3	14,3	19,0
Συμφωνώ	10	47,6	47,6	66,7
Συμφωνώ απόλυτα	7	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 35 το 80,9% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι στρατηγικές που εφαρμόζουν επιχειρήσεις με ΕΚΕ π.χ ανταγωνιστικοί μισθοί, κάνει τους εργαζόμενους αποδοτικότερους ενώ το 19,1% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

1.Οι στρατηγικές που εφαρμόζουν επιχειρήσεις με ΕΚΕ ,π.χ ανταγωνιστικοί μισθοί, κάνει τους εργαζόμενους αποδοτικότερους;



1.Οι στρατηγικές που εφαρμόζουν επιχειρήσεις με ΕΚΕ ,π.χ ανταγωνιστικοί μισθοί, κάνει τους εργαζόμενους αποδοτικότερους;

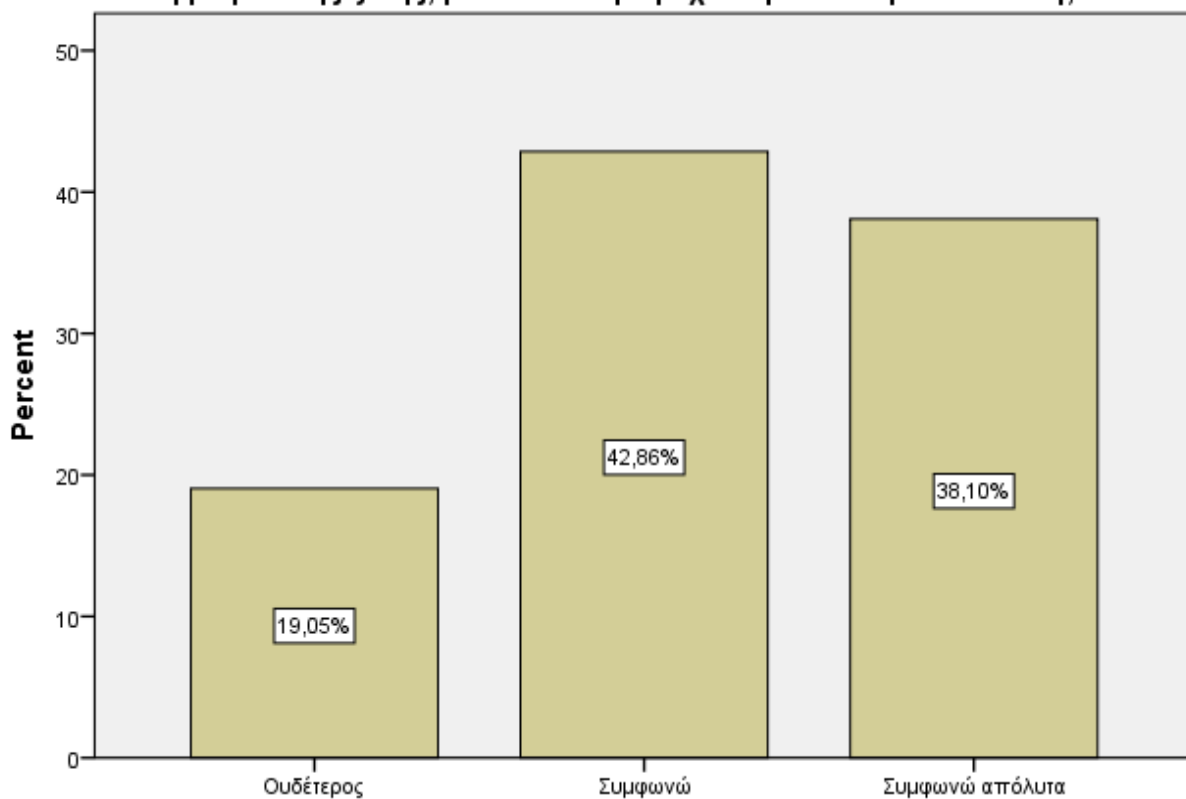
Πίνακας 36

2. Οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ,π.χ ισορροπία ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής, βελτιώνει την ψυχολογία και την απόδοση;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	4	19,0	19,0	19,0
Συμφωνώ	9	42,9	42,9	61,9
Συμφωνώ απόλυτα	8	38,1	38,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 36 το 81% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ,π.χ ισορροπία ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής, βελτιώνει την ψυχολογία και την απόδοση ενώ το 19% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

2. Οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ,π.χ ισορροπία ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής, βελτιώνει την ψυχολογία και την απόδοση;



2. Οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ,π.χ ισορροπία ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής, βελτιώνει την ψυχολογία και την απόδοση;

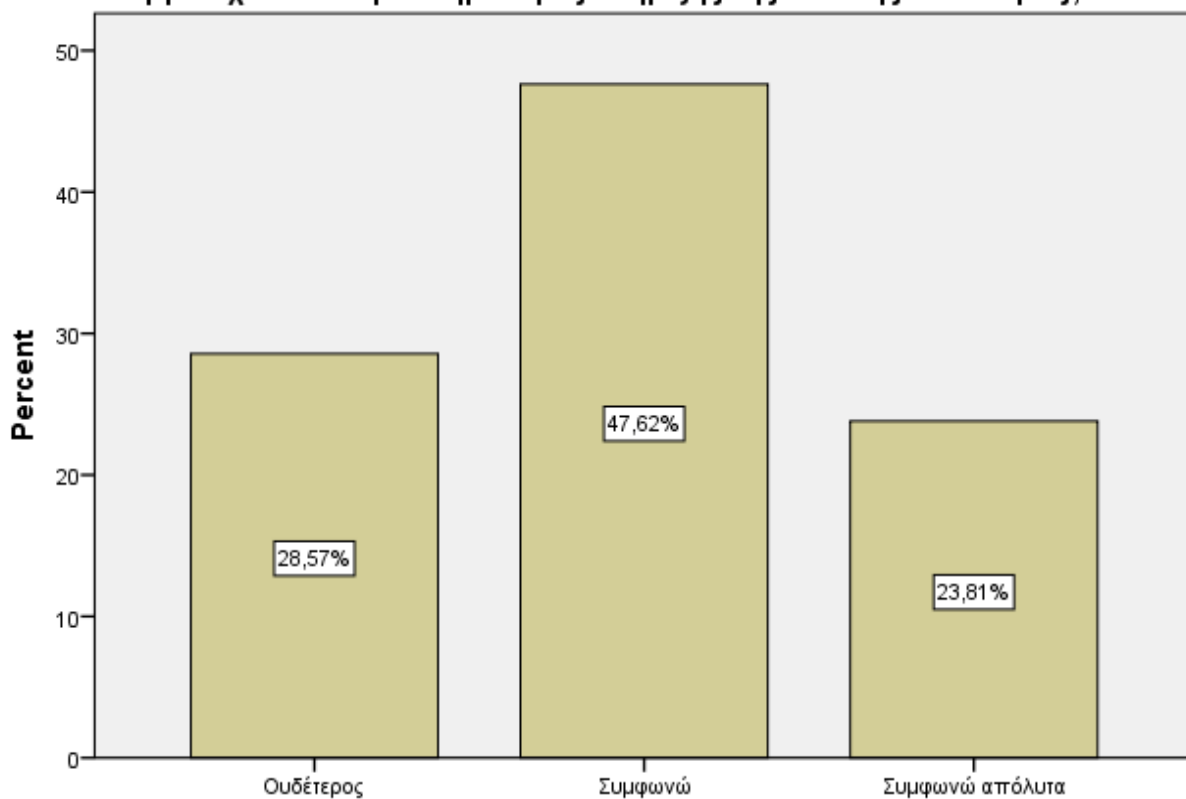
Πίνακας 37

3. Επιχειρήσεις με στρατηγικές ΕΚΕ ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες στήριξης της τοπικής κοινότητας;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	6	28,6	28,6	28,6
Συμφωνώ	10	47,6	47,6	76,2
Συμφωνώ απόλυτα	5	23,8	23,8	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 37 το 71,4% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι επιχειρήσεις με στρατηγικές ΕΚΕ ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες στήριξης της τοπικής κοινότητας ενώ το 28,6% έχει ουδέτερη άποψη.

3. Επιχειρήσεις με στρατηγικές ΕΚΕ ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες στήριξης της τοπικής κοινότητας;



3. Επιχειρήσεις με στρατηγικές ΕΚΕ ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες στήριξης της τοπικής κοινότητας;

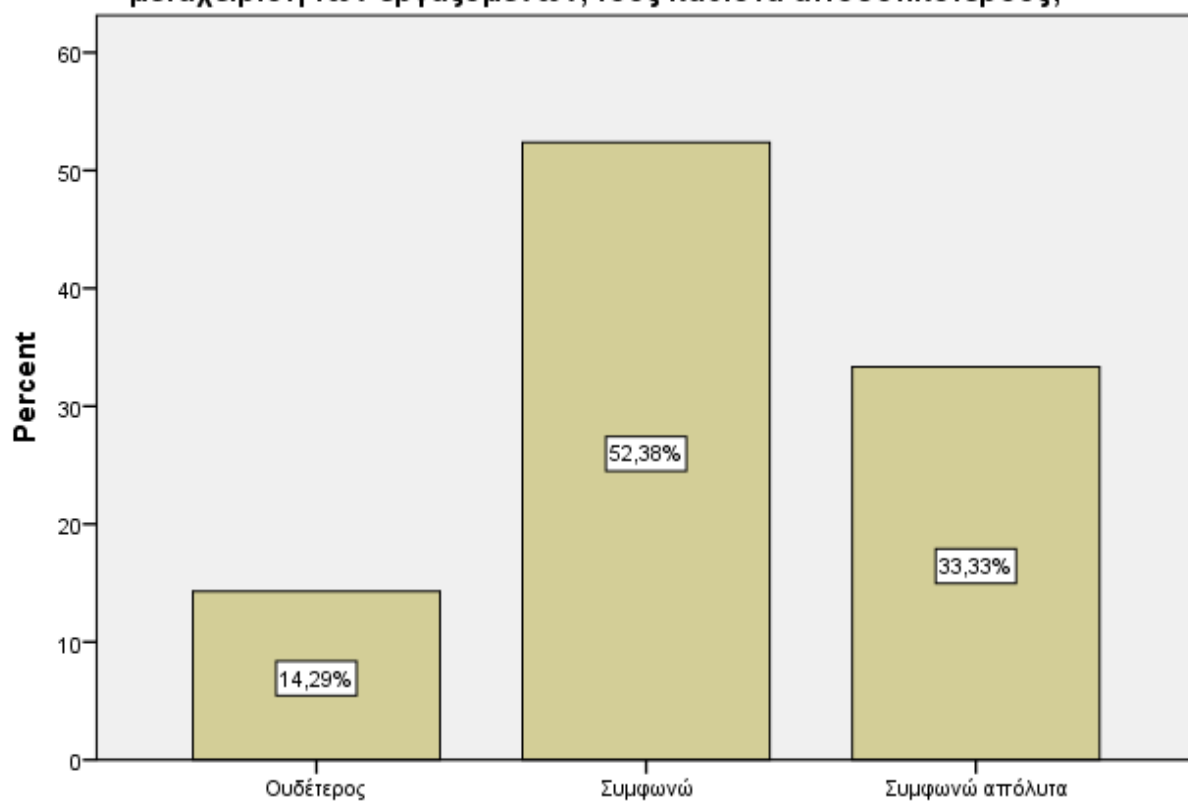
Πίνακας 38

4. Οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ, π.χ. όσον αφορά την ίση και δίκαιη μεταχείρισή των εργαζομένων, τους καθιστά αποδοτικότερους;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	3	14,3	14,3	14,3
Συμφωνώ	11	52,4	52,4	66,7
Συμφωνώ απόλυτα	7	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 38 το 85,7% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ, π.χ. όσον αφορά την ίση και δίκαιη μεταχείρισή των εργαζομένων, τους καθιστά αποδοτικότερους ενώ το 14,3% έχει ουδέτερη άποψη.

4. Οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ, π.χ. όσον αφορά την ίση και δίκαιη μεταχείρισή των εργαζομένων, τους καθιστά αποδοτικότερους;



4. Οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ, π.χ. όσον αφορά την ίση και δίκαιη μεταχείρισή των εργαζομένων, τους καθιστά αποδοτικότερους;

Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην ικανοποίηση των πελατών.

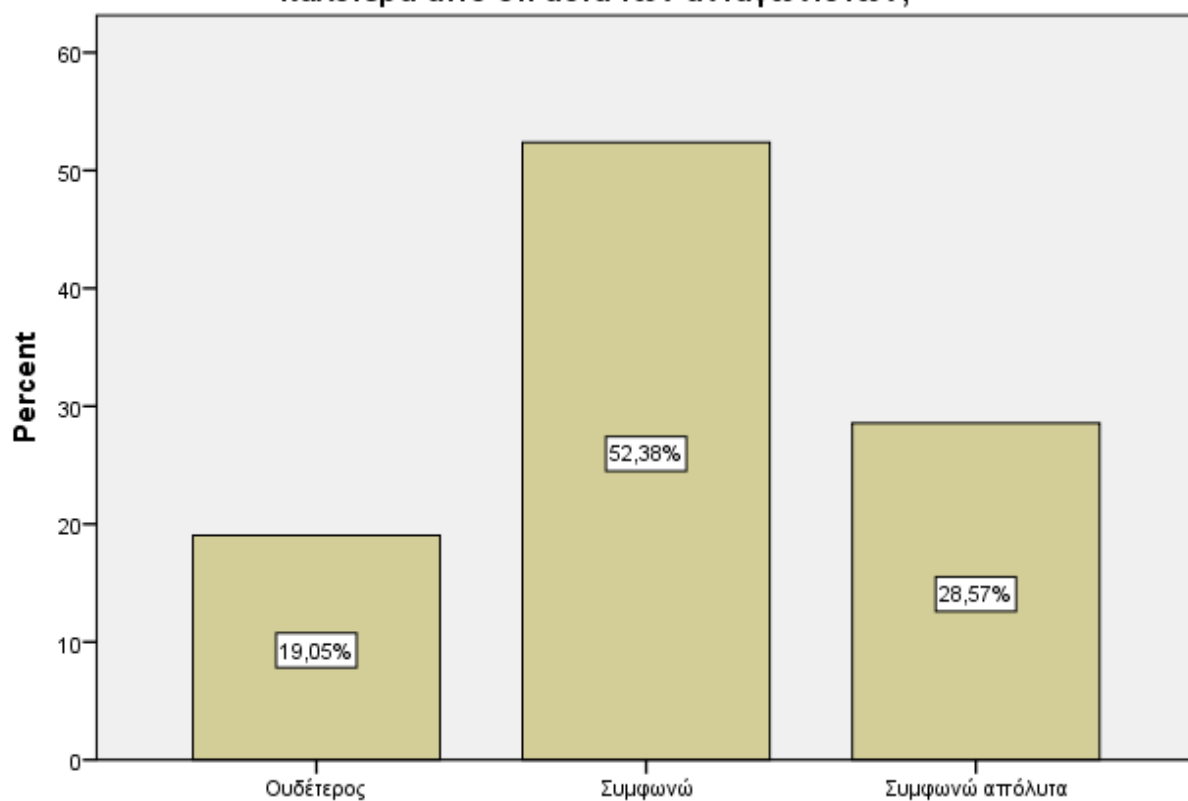
Πίνακας 39

1.Οι πελάτες βρίσκουν τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών πολύ καλύτερα από ότι αυτά των ανταγωνιστών;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	4	19,0	19,0	19,0
Συμφωνώ	11	52,4	52,4	71,4
Συμφωνώ απόλυτα	6	28,6	28,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 39 το 81,0% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι πελάτες βρίσκουν τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών πολύ καλύτερα από ότι αυτά των ανταγωνιστών ενώ το 19% έχει ουδέτερη άποψη.

1.Οι πελάτες βρίσκουν τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών πολύ καλύτερα από ότι αυτά των ανταγωνιστών;



1.Οι πελάτες βρίσκουν τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών πολύ καλύτερα από ότι αυτά των ανταγωνιστών;

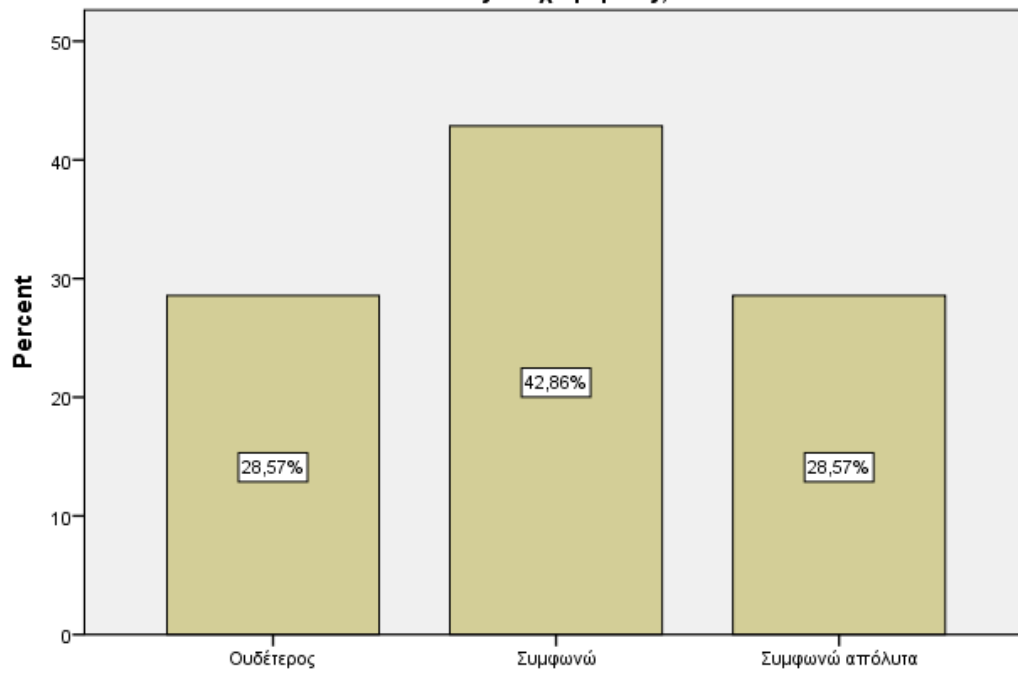
Πίνακας 40

2. Οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που προσφέρουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	6	28,6	28,6	28,6
Συμφωνώ	9	42,9	42,9	71,4
Συμφωνώ απόλυτα	6	28,6	28,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 40 το 71,4% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που προσφέρουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις ενώ το 28,6% έχει ουδέτερη άποψη.

2. Οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που προσφέρουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;



2. Οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που προσφέρουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις;

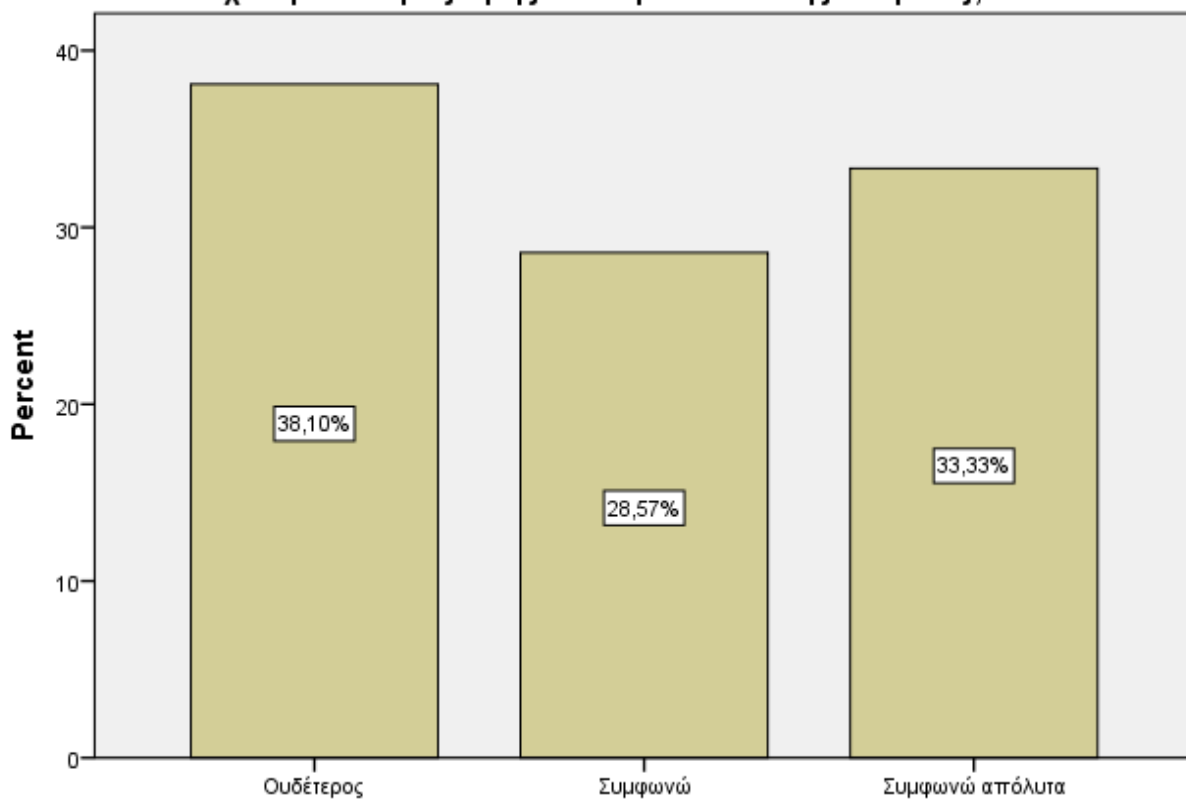
Πίνακας 41

3. Οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας είναι ικανοποιημένοι με την σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων της εταιρείας;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	8	38,1	38,1	38,1
Συμφωνώ	6	28,6	28,6	66,7
Συμφωνώ απόλυτα	7	33,3	33,3	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 41 το 61,9% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας είναι ικανοποιημένοι με την σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων της εταιρείας ενώ το 38,1% έχει ουδέτερη άποψη.

3. Οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας είναι ικανοποιημένοι με την σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων της εταιρείας;



3. Οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας είναι ικανοποιημένοι με την σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων της εταιρείας;

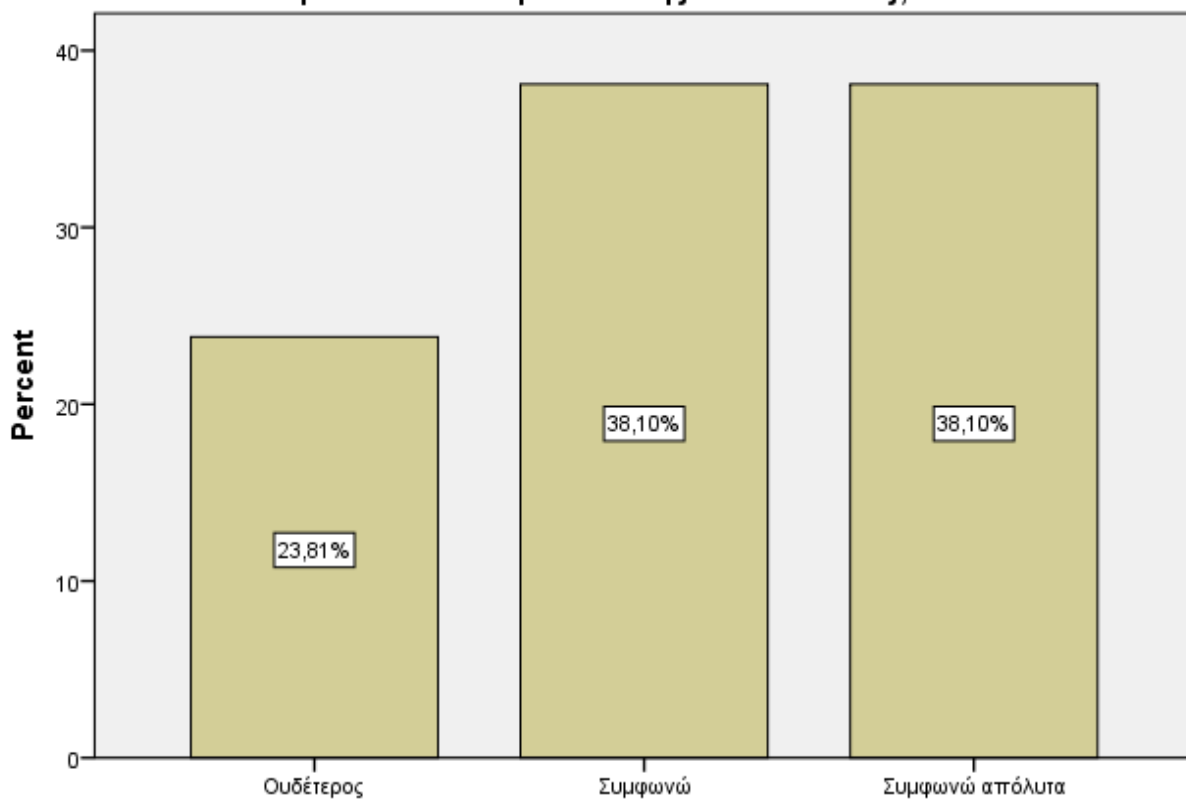
Πίνακας 42

4. Είναι πολύ πιθανό οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας να προτείνουν τα προϊόντα της και σε άλλους;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	5	23,8	23,8	23,8
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	61,9
Συμφωνώ απόλυτα	8	38,1	38,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 42 το 76,2% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι είναι πολύ πιθανό οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας να προτείνουν τα προϊόντα της και σε άλλους ενώ το 23,8% έχει ουδέτερη άποψη.

4. Είναι πολύ πιθανό οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας να προτείνουν τα προϊόντα της και σε άλλους;



4. Είναι πολύ πιθανό οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας να προτείνουν τα προϊόντα της και σε άλλους;

Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην φήμη της επιχείρησης.

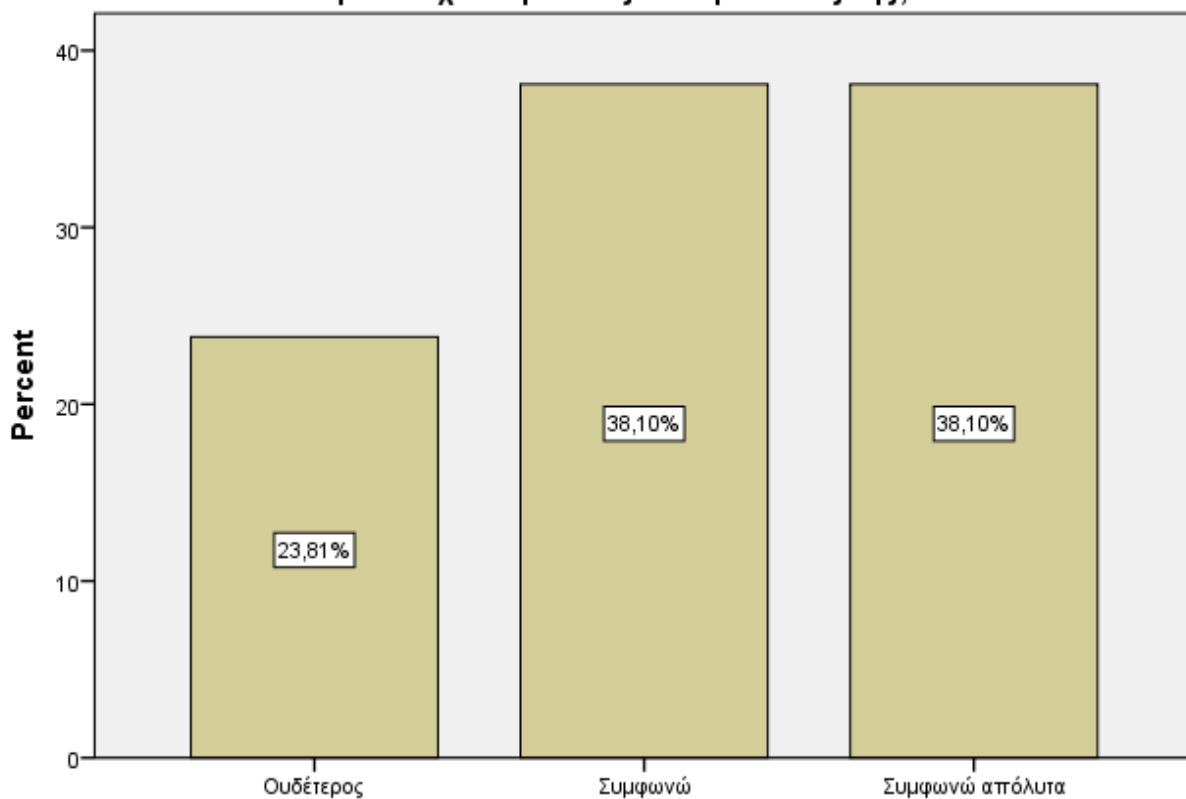
Πίνακας 43

1. Η εικόνα που έχουν οι πελάτες για μια εταιρεία με ΕΚΕ είναι καλύτερη από ότι αυτή που έχουν για τους ανταγωνιστές της;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	5	23,8	23,8	23,8
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	61,9
Συμφωνώ απόλυτα	8	38,1	38,1	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 43 το 76,2% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η εικόνα που έχουν οι πελάτες για μια εταιρεία με ΕΚΕ είναι καλύτερη από ότι αυτή που έχουν για τους ανταγωνιστές της ενώ το 23,8% έχει ουδέτερη άποψη.

1. Η εικόνα που έχουν οι πελάτες για μια εταιρεία με ΕΚΕ είναι καλύτερη από ότι αυτή που έχουν για τους ανταγωνιστές της;



1. Η εικόνα που έχουν οι πελάτες για μια εταιρεία με ΕΚΕ είναι καλύτερη από ότι αυτή που έχουν για τους ανταγωνιστές της;

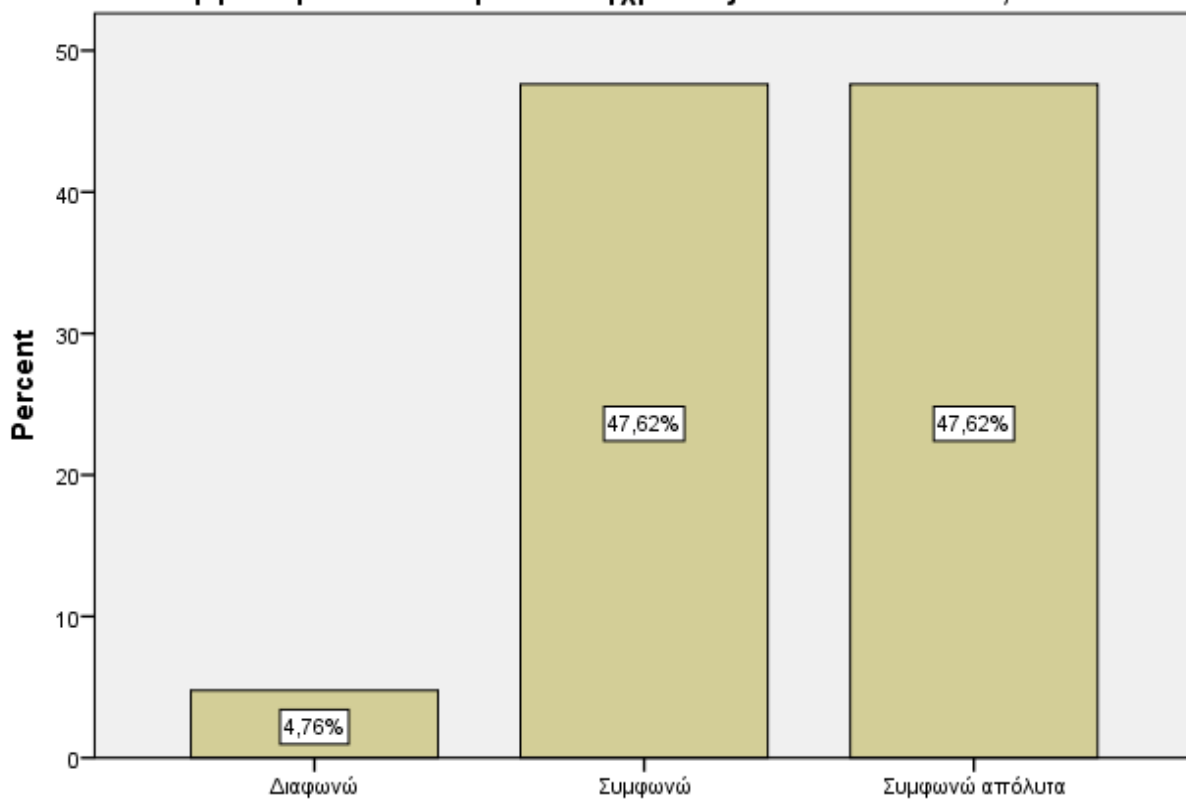
Πίνακας 44

2.Οι πελάτες βλέπουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία ως ένα σοβαρό οργανισμό που σκέφτεται συγχρόνως και το κοινό καλό;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	1	4,8	4,8	4,8
Συμφωνώ	10	47,6	47,6	52,4
Συμφωνώ απόλυτα	10	47,6	47,6	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 44 το 95,2% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι πελάτες βλέπουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία ως ένα σοβαρό οργανισμό που σκέφτεται συγχρόνως και το κοινό καλό ενώ το 4,8% διαφωνεί.

2.Οι πελάτες βλέπουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία ως ένα σοβαρό οργανισμό που σκέφτεται συγχρόνως και το κοινό καλό;



2.Οι πελάτες βλέπουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία ως ένα σοβαρό οργανισμό που σκέφτεται συγχρόνως και το κοινό καλό;

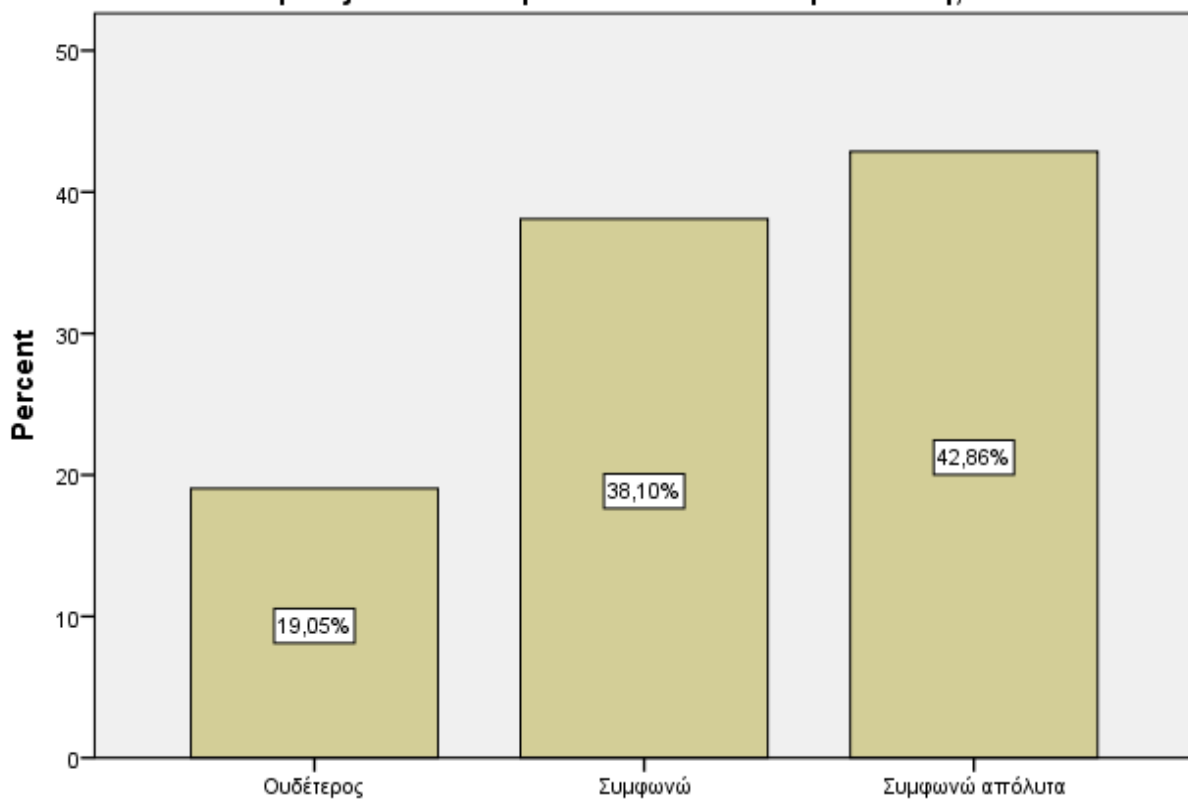
Πίνακας 45

3. Η φήμη μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας βελτιώνεται σε σύγκριση με άλλες εταιρείες και αυτό την καθιστά πιο ανταγωνιστική;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Ουδέτερος	4	19,0	19,0	19,0
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	57,1
Συμφωνώ απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 45 το 81% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η φήμη μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας βελτιώνεται σε σύγκριση με άλλες εταιρείες και αυτό την καθιστά πιο ανταγωνιστική ενώ το 19% έχει ουδέτερη άποψη.

3. Η φήμη μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας βελτιώνεται σε σύγκριση με άλλες εταιρείες και αυτό την καθιστά πιο ανταγωνιστική;



3. Η φήμη μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας βελτιώνεται σε σύγκριση με άλλες εταιρείες και αυτό την καθιστά πιο ανταγωνιστική;

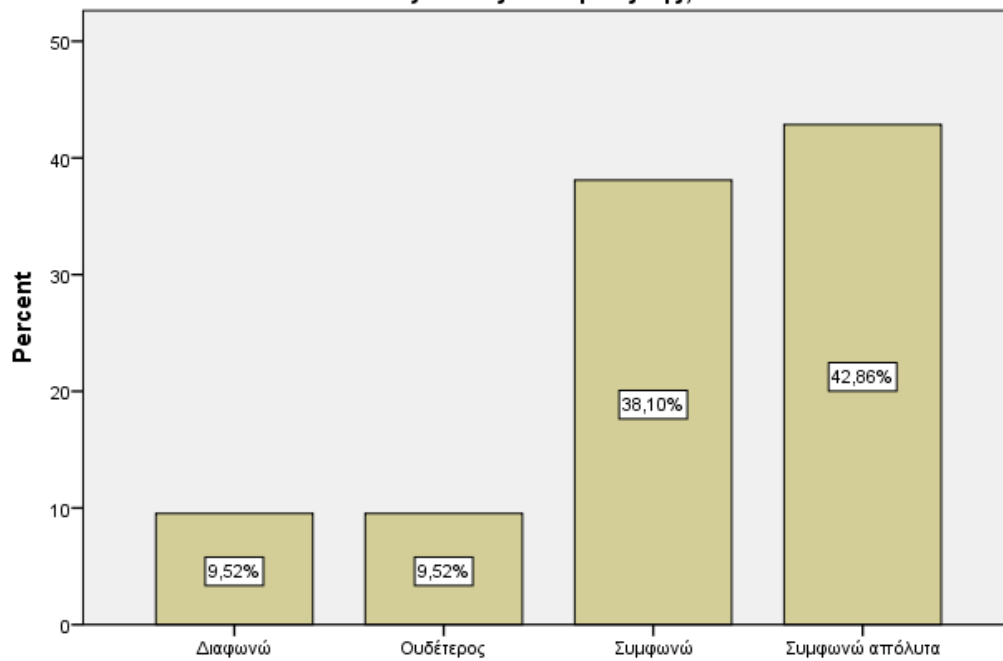
Πίνακας 46

4.Οι πελάτες θεωρούν την εταιρεία ως κοινωνικά ευαισθητοποιημένη γεγονός που αυξάνει τις πωλήσεις της;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Διαφωνώ	2	9,5	9,5	9,5
Ουδέτερος	2	9,5	9,5	19,0
Συμφωνώ	8	38,1	38,1	57,1
Συμφωνώ απόλυτα	9	42,9	42,9	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 46 το 81% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι οι πελάτες θεωρούν την εταιρεία ως κοινωνικά ευαισθητοποιημένη γεγονός που αυξάνει τις πωλήσεις της ενώ το 19% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

4. Οι πελάτες θεωρούν την εταιρεία ως κοινωνικά ευαισθητοποιημένη γεγονός που αυξάνει τις πωλήσεις της;



4. Οι πελάτες θεωρούν την εταιρεία ως κοινωνικά ευαισθητοποιημένη γεγονός που αυξάνει τις πωλήσεις της;

Πρόθεση εφαρμογής στρατηγικών ΕΚΕ.

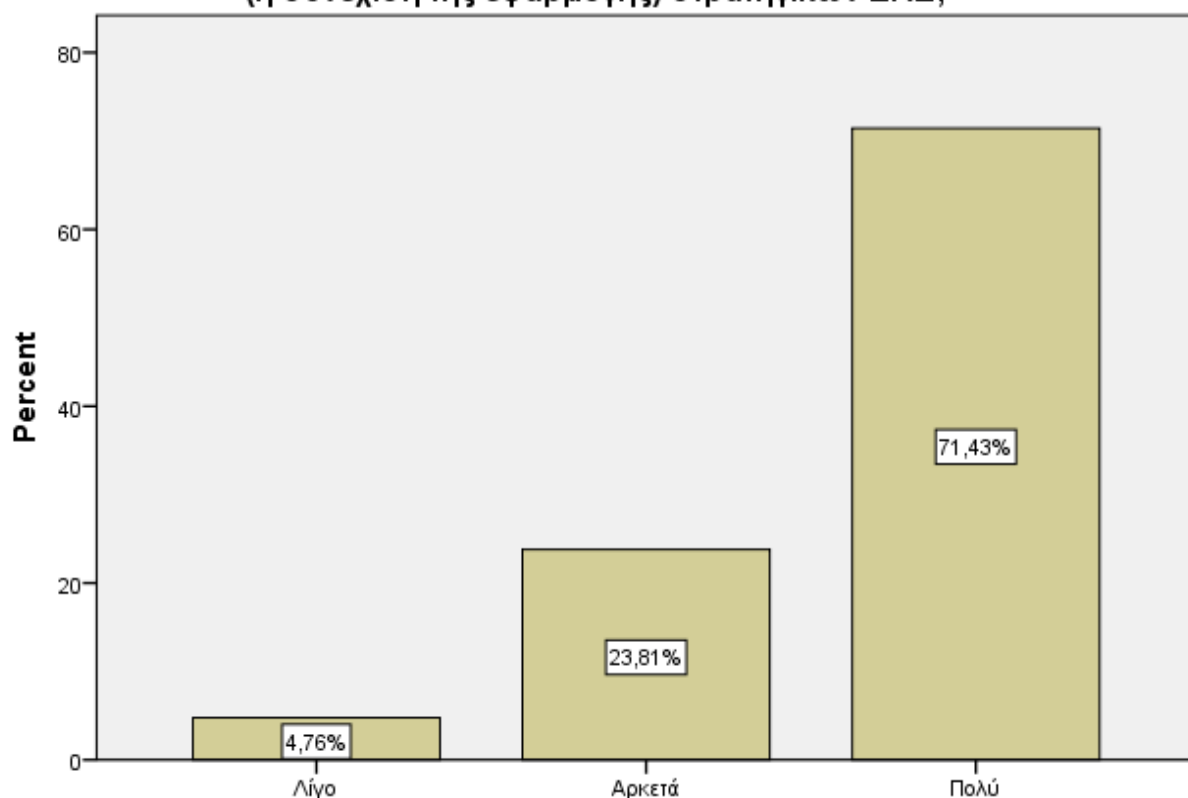
Πίνακας 47

1. Η προτίμηση προϊόντων από εταιρείες με ΕΚΕ θα σας οδηγήσει στη ανάληψη (ή συνέχιση της εφαρμογής) στρατηγικών ΕΚΕ;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Λίγο	1	4,8	4,8	4,8
Αρκετά	5	23,8	23,8	28,6
Πολύ	15	71,4	71,4	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 47 το 95,2% των υπαλλήλων θεωρεί τουλάχιστον αρκετά ότι η προτίμηση προϊόντων από εταιρείες με ΕΚΕ θα τους οδηγήσει στη ανάληψη (ή συνέχιση της εφαρμογής) στρατηγικών ΕΚΕ ενώ το 4,8% αναφέρει λίγο.

1. Η προτίμηση προϊόντων από εταιρείες με ΕΚΕ θα σας οδηγήσει στη ανάληψη (ή συνέχιση της εφαρμογής) στρατηγικών ΕΚΕ;



1. Η προτίμηση προϊόντων από εταιρείες με ΕΚΕ θα σας οδηγήσει στη ανάληψη (ή συνέχιση της εφαρμογής) στρατηγικών ΕΚΕ;

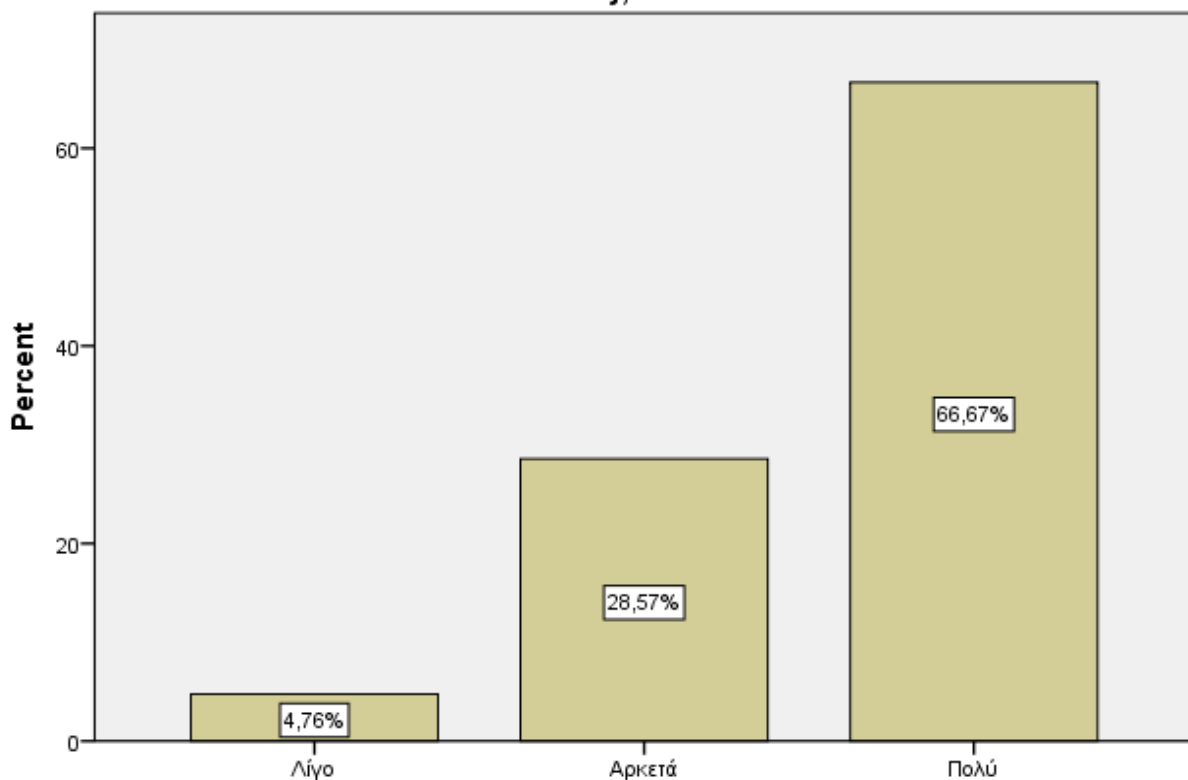
Πίνακας 48

2. Τα πλεονεκτήματα των στρατηγικών ΕΚΕ αποτελούν κίνητρο για την ανάληψή τους;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Λίγο	1	4,8	4,8	4,8
Αρκετά	6	28,6	28,6	33,3
Πολύ	14	66,7	66,7	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 48 το 95,2% των υπαλλήλων θεωρεί τουλάχιστον αρκετά ότι τα πλεονεκτήματα των στρατηγικών ΕΚΕ αποτελούν κίνητρο για την ανάληψή τους ενώ το 4,8% αναφέρει λίγο.

2. Τα πλεονεκτήματα των στρατηγικών ΕΚΕ αποτελούν κίνητρο για την ανάληψή τους;



2. Τα πλεονεκτήματα των στρατηγικών ΕΚΕ αποτελούν κίνητρο για την ανάληψή τους;

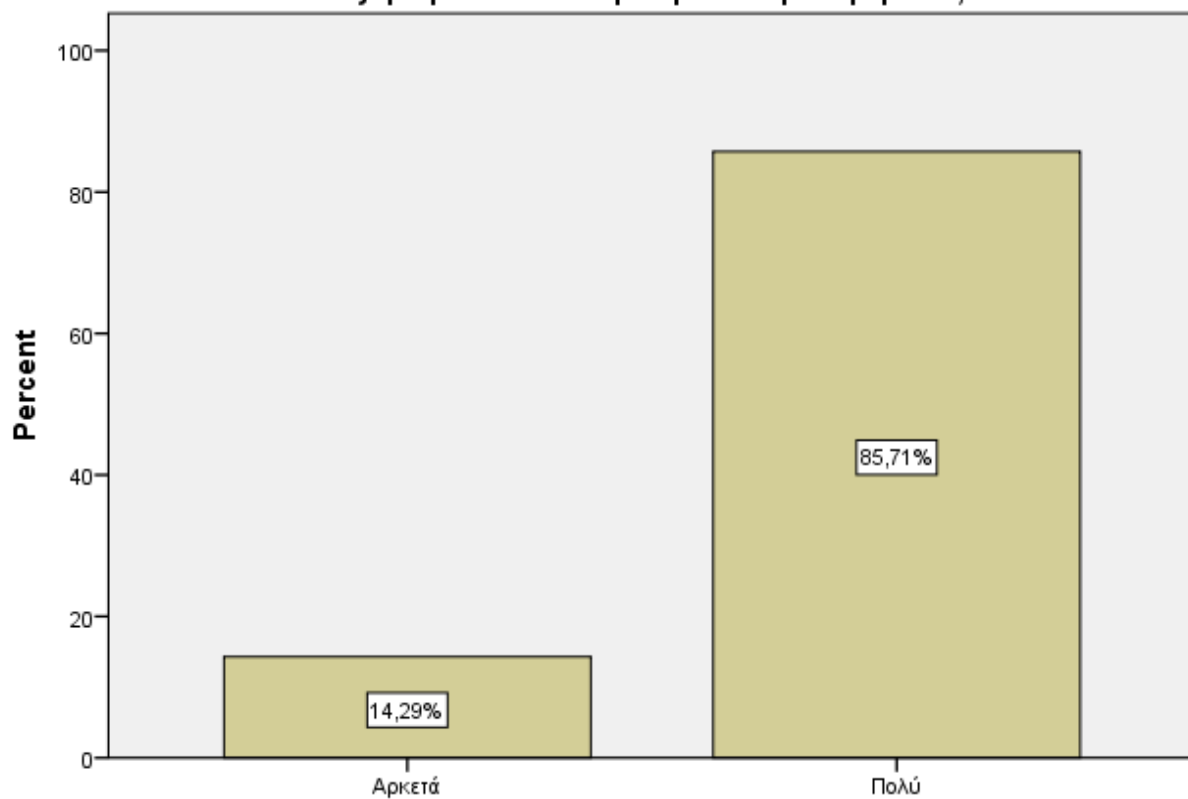
Πίνακας 49

3.Οι Ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να αρχίζουν να εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ ανεξάρτητα από τα οφέλη που προσφέρουν;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Αρκετά	3	14,3	14,3	14,3
Πολύ	18	85,7	85,7	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 49 το 100% των υπαλλήλων θεωρεί τουλάχιστον αρκετά ότι οι Ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να αρχίζουν να εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ ανεξάρτητα από τα οφέλη που προσφέρουν.

3.Οι Ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να αρχίζουν να εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ ανεξάρτητα από τα οφέλη που προσφέρουν;



3.Οι Ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να αρχίζουν να εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ ανεξάρτητα από τα οφέλη που προσφέρουν;

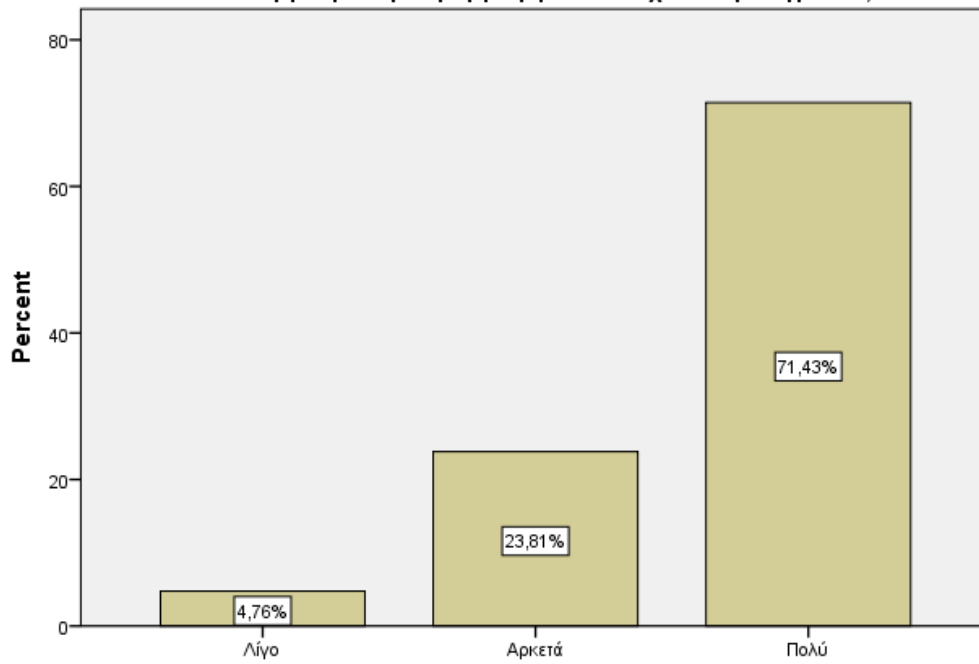
Πίνακας 50

Πιστεύετε ότι και μόνο η γνώση της σημαντικότητας της ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί κίνητρο για την εφαρμογή αντίστοιχων στρατηγικών;

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό	Αθροιστικό ποσοστό
Λίγο	1	4,8	4,8	4,8
Αρκετά	5	23,8	23,8	28,6
Πολύ	15	71,4	71,4	100,0
Σύνολο	21	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον πίνακα 50 το 95,2% των υπαλλήλων θεωρεί τουλάχιστον αρκετά ότι η γνώση της σημαντικότητας της ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί κίνητρο για την εφαρμογή αντίστοιχων στρατηγικών ενώ το 4,8% αναφέρει λίγο.

4.Πιστεύετε ότι και μόνο η γνώση της σημαντικότητας της ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί κίνητρο για την εφαρμογή αντίστοιχων στρατηγικών;



4.Πιστεύετε ότι και μόνο η γνώση της σημαντικότητας της ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί κίνητρο για την εφαρμογή αντίστοιχων στρατηγικών;

Συμπεράσματα

Από την ανάλυση πραγματοποιήθηκε βρέθηκε η συντριπτική πλειοψηφία των υπαλλήλων να αναφέρει ότι οι εταιρείες στις οποίες εργάζονται εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ. Ανάλογο ποσοστό ανέφερε ότι η ΕΚΕ δεν εφαρμόζεται στην Ελλάδα. Ακόμα λιγότεροι από τους μισούς υπαλλήλους ανέφεραν ως τουλάχιστον αρκετά απαραίτητη την υιοθέτηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, στρατηγικών ΕΚΕ.

Σχετικά με την γνώση των στρατηγικών εταιρικής ευθύνης βρέθηκε ποσοστό κοντά στο 85% των υπαλλήλων να πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες αναπτύσσουν καινοτόμες υπηρεσίες. Ακόμα τα $\frac{3}{4}$ των υπαλλήλων ανέφερε ότι πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι ο όρος Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία σημαίνει μια εταιρεία η οποία στηρίζει καλούς σκοπούς, μια Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία “θυσιάζει” τα κέρδη της, οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και οι στρατηγικές ΕΚΕ είναι ένας τρόπος ώστε οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο ανταγωνιστικές.

Όσον αφορά την σημαντικότητα/αναγκαιότητα στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) βρέθηκε ποσοστό της τάξης του 85% των υπαλλήλων να πιστεύει ότι η βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης, η αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρείας, η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών και η τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας. Ακόμα τα $\frac{3}{4}$ των υπαλλήλων ανέφεραν ότι πιστεύουν ότι η αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων και η μείωση του ανά μονάδα κόστους παραγωγής είναι τουλάχιστον υψηλής σημαντικότητας.

Στον τομέα του σχετικού κόστους των των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) βρέθηκε το 90% των υπαλλήλων να πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι αξίζει τον κόπο η εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ ώστε η εταιρεία τους να είναι κοινωνικά υπεύθυνη. Ακόμα τα $\frac{3}{4}$ των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι η πιθανή ανάληψη

πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση του κόστους παραγωγής και το υψηλό κόστος στρατηγικών ΕΚΕ τους επηρεάζει στο να αποφασίσουν να τις εφαρμόσουν. Επιπλέον τα 4/10 των υπαλλήλων πιστεύει τουλάχιστον αρκετά ότι η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση των μισθών ως αντιστάθμισμα.

Για τις κατηγορίες στρατηγικών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) που αφορούν την τοπική κοινότητα βρέθηκε ποσοστό της τάξης κοντά στο 90% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι η οικονομική ενίσχυση διαφόρων δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ και ότι η έμμεση και άμεση βοήθεια για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ. Επιπλέον ποσοστό τη τάξης του 80% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφώνησε ότι η δωρεά χρημάτων στις τοπικές κοινότητες είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ και η οικονομική ενίσχυση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ. (Chenet al., 2012)

Για τις κατηγορίες στρατηγικών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) που αφορούν το περιβάλλον βρέθηκε σχεδόν ο σύνολο των υπαλλήλων τουλάχιστον να συμφωνεί ότι η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων στα πλάνα της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ, η κατά γράμμα εφαρμογή όλων των επίσημων περιβαλλοντικών κανονισμών και η εθελοντική δημιουργία νέων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ, η οικονομική ενίσχυση διαφόρων πρωτοβουλιών σχετικών με τη προστασία του περιβάλλοντος είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ και η μέτρηση της επίδοσης της εταιρίας σχετικά με την τήρηση των περιβαλλοντικών απαιτήσεων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ.

Για τις κατηγορίες στρατηγικών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) που αφορούν τους εργαζόμενους βρέθηκε ποσοστό της τάξης του 85% των υπαλλήλων τουλάχιστον να συμφωνεί ότι δίκαιη και ίση

μεταχείριση των εργαζομένων ανεξάρτητα από το φύλο και και την εθνικότητα είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ, η παροχή μισθών στους εργαζομένους που να θεωρούνται δίκαιη ανταμοιβή της εργασίας τους είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ και η παροχή βοήθειας στους εργαζομένους για τον συντονισμό ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ. Ακόμα τα 2/3 των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφώνησε ότι η πρωτοβουλία να λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των εργαζομένων στην λήψη αποφάσεων της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ. (Chenet al., 2012)

Όσον αφορά τις συνέπειες των Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην απόδοση των εργαζομένων βρέθηκε ποσοστό της τάξης του 80% των υπαλλήλων τουλάχιστον να συμφωνεί ότι οι στρατηγικές που εφαρμόζουν επιχειρήσεις με ΕΚΕ ,π.χ ανταγωνιστικοί μισθοί, κάνει τους εργαζόμενους αποδοτικότερους, οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ,π.χ ισορροπία ιδιωτικής και επαγγελματικής ζωής, βελτιώνει την ψυχολογία και την απόδοση και οι στρατηγικές επιχειρήσεων με ΕΚΕ, π.χ. όσον αφορά την ίση και δίκαιη μεταχείρισή των εργαζομένων, τους καθιστά αποδοτικότερους. Επιπλέον τα 7/10 των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφωνεί ότι επιχειρήσεις με στρατηγικές ΕΚΕ ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες στήριξης της τοπικής κοινότητας.

Σχετικά με τις συνέπειες των Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην ικανοποίηση των πελατών βρέθηκε τα 8/10 των υπαλλήλων τουλάχιστον να συμφωνούν ότι οι πελάτες βρίσκουν τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών πολύ καλύτερα από ότι αυτά των ανταγωνιστών. Ακόμα τα 3/4 των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφώνησε ότι οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που προσφέρουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις και είναι πολύ πιθανό οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας να προτείνουν τα προϊόντα της και σε άλλους. Ακόμα τα 4/10 των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφώνησε ότι οι πελάτες μιας

κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας είναι ικανοποιημένοι με την σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων της εταιρείας. (Chenet al., 2012)

Για τις Συνέπειες των Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην φήμη της επιχείρησης βρέθηκε ποσοστό της τάξης του 95% των υπαλλήλων τουλάχιστον να συμφωνεί ότι οι πελάτες βλέπουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία ως ένα σοβαρό οργανισμό που σκέφτεται συγχρόνως και το κοινό καλό. Ακόμα ποσοστό της τάξης του 80% των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφώνησε ότι οι πελάτες θεωρούν την εταιρεία ως κοινωνικά ευαισθητοποιημένη γεγονός που αυξάνει τις πωλήσεις της και η φήμη μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας βελτιώνεται σε σύγκριση με άλλες εταιρείες. Επιπλέον τα 7/10 των υπαλλήλων τουλάχιστον συμφώνησε ότι η εικόνα που έχουν οι πελάτες για μια εταιρεία με ΕΚΕ είναι καλύτερη από ότι αυτή που έχουν για τους ανταγωνιστές της ενώ το 23,8% διαφωνεί ή έχει ουδέτερη άποψη.

Τέλος σχετικά με την πρόθεση εφαρμογής στρατηγικών ΕΚΕ βρεθηκε σχεδόν το σύνολο των υπαλλήλων να θεωρεί τουλάχιστον αρκετά ότι η προτίμηση προϊόντων από εταιρείες με ΕΚΕ θα τους οδηγούσε στη ανάληψη (ή συνέχιση της εφαρμογής) στρατηγικών ΕΚΕ, τα πλεονεκτήματα των στρατηγικών ΕΚΕ αποτελούν κίνητρο για την ανάληψή τους, οι Ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να αρχίζουν να εφαρμόζουν στρατηγικές ΕΚΕ και η γνώση της σημαντικότητας της ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί κίνητρο για την εφαρμογή αντίστοιχων στρατηγικών.

Βιβλιογραφία

- Babiak, K. and Trendafilova, S., 2011. CSR and environmental responsibility: motives and pressures to adopt green management practices. *Corporate social responsibility and environmental management*, 18(1), pp.11-24.
- Black, E. L., &Maggina, A (2016). The impact of IFRS on financial statement data in Greece. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 6(1), 69-90.
- Bordo, M., & James, H. (2014). The European crisis in the context of the history of previous financial crises. *Journal of Macroeconomics*, 39, 275-284.
- Brammer S. , Jackson G. , and Matten D (2012), “ CSR as an interface between business and society: broadening the debate”, *Corporate Social Responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance*, 10(1), pp. 3-28
- Chen, Y., Gul, F. A., Truong, C., & Veeraraghavan, M (2012). Audit Quality and Internal Control Weakness: Evidence from SOX 404 Disclosures.
- Christen, M., & Schmidt, S (2012). A formal framework for conceptions of sustainability—a theoretical contribution to the discourse in sustainable development. *Sustainable Development*, 20(6), 400-410.
- Christen, M., & Schmidt, S (2012). A formal framework for conceptions of sustainability—a theoretical contribution to the discourse in sustainable development. *Sustainable Development*,

20(6), 400-410.

- Cohen, J (2011). Corporate Governance and Audit: An Empirical Study. *International Journal of Governance*, 1(2), 333-354.
- Cohen, J., 2011. Corporate Governance and Audit: An Empirical Study. *International Journal of Governance*, 1(2), pp.333-354.
- Cormier, D., & Magnan, M (2014). The impact of social responsibility disclosure and governance on financial analysts' information environment. *Corporate Governance*, 14(4), 467-484.
- Cormier, D., Ledoux, M.J., Magnan, M. and Aerts, W., 2014. Corporate governance and information asymmetry between managers and investors. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 10(5), pp.574-589.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. London: Sage Publications, Inc.
- Di Mauro, C., Bouchon, S., & Torretta, V (2012). Industrial risk in the Lombardy region (Italy): What people perceive and what are the gaps to improve the risk communication and the participatory processes. *Chemical Engineering*, 26.
- Falck O., Hebllich S (2007), " CSR in the course of time", *Corporate Social Responsibility: doing well by doing good*. 50(1), pp 247-248
- Gersbach, H., & Rochet, J. C (2017). Capital regulation and credit fluctuations. *Journal of Monetary Economics*, 90, 113-124.
- Hukkinen, J. I (2012). Social networks and natural resource management: uncovering the social fabric of environmental governance.

- Huy, D. T. N., & Hien, D. T. N (2011). The Assessment of European Corporate Governance Standards after Financial Crisis, Corporate Scandal and Manipulation. *Assessment*, 1(1), 24-55.
- Kang, Y. J., Trotman, A. J., & Trotman, K. T (2015). The effect of an Audit Judgment Rule on audit committee members' professional skepticism: The case of accounting estimates. *Accounting, Organizations and Society*, 46, 59-76.
- Lenz, R., & Hahn, U (2015). A synthesis of empirical internal audit effectiveness literature pointing to new research opportunities. *Managerial Auditing Journal*, 30(1), 5-33.
- Liu, G., & Sun, J (2010). Director tenure and independent audit committee effectiveness. *International research journal of finance and economics*, 51.
- Waddock, S. (2016). Foundational memes for a new narrative about the role of business in society. *Humanistic Management Journal*, 1(1), 91-105.
- Zhang, H., & Huang, G. H (2011). Assessment of non-point source pollution using a spatial multicriteria analysis approach. *EcologicalModelling*, 222(2), 313-321.
- Γούναρης, Σ. (2003). Μάρκετινγκ υπηρεσιών. εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001). Πράσινη Βίβλος, Βρυξέλλες.
- Κότιος, Α., Παυλίδης, Γ., (2012). Διεθνείς οικονομικές κρίσεις-Κρίσεις του συστήματος ή της πολιτικής, εκδόσεις Rosili, Αθήνα.

- Κυριαζόπουλος, Π., Σιαμαντά, Ε., (2009). Έρευνα Αγοράς, εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα.
- Λαζαρίδης, Θ., Δρυπέτας, Ε., (2011) *Εταιρική Διακυβέρνηση, Διεθνής Πρακτική και Ελληνική Εμπειρία*, Εκδόσεις Σοφία
- Λουμιώτης, Ι. Β., (2010) *Ελεγκτική*, 4η έκδοση, Εκδόσεις ΙΕΣΟΕΛ, Αθήνα.
- ΜΟΤΟΡΟΙΛ (2017) "Έκθεση εταιρικής υπευθυνότητας"
- ΟΠΑΠ Α.Ε. (2017) [«Ετήσια Οικονομική Έκθεση 2016»](#) (PDF). ΟΠΑΠ Α.Ε.
- Παλαιολόγος Α, 2013. Η Εταιρική Διακυβέρνηση & η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Εισηγμένες Εταιρείες του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Σταθακόπουλος, Β., (2005). Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σελ.32.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ

Όνοματεπώνυμο:

Επαγγελματική θέση στην εταιρία:

.....

Φύλο: Άνδρας Γυναίκα

Ηλικία : 20-30 30-40 40-50 50-60 Πάνω από 60

Εκπαίδευση: Λύκειο Τεχνολογική Πανεπιστημιακή Μεταπτυχιακές σπουδές

Προϋπηρεσία: χρόνια

Β. ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

“Ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) αναφέρεται στις ενέργειες των επιχειρήσεων που αποσκοπούν στην αντιμετώπιση περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη χαρακτηρίζει τις επιχειρήσεις που αποφασίζουν οικιοθελώς, και πέρα από κάθε νομική υποχρέωση, να ενσωματώσουν τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους στις καθημερινές επιχειρηματικές τους δραστηριότητες.”

Γ. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1. Εφαρμόζει η εταιρεία σας στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) ?

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα Πολύ

2. Αν δεν εφαρμόζετε στρατηγικές ΕΚΕ τότε ποιοι είναι οι κυριότεροι λόγοι που σας οδήγησαν στην μη εφαρμογή τους?

Κόστος Έλλειψη Ενημέρωσης Έλλειψη Χρόνου Έλλειψη Κατάλ.

Προσωπ.

Άλλο Παρακαλώ προσδιορίστε:

.....

3. Θεωρείτε ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εφαρμόζεται στην Ελλάδα?

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα Πολύ

4. Πόσο απαραίτητη θεωρείτε στην σημερινή δύσκολη οικονομική κατάσταση της Ελλάδας την υιοθέτηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ?

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ Πάρα πολύ

Δ. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

I. Γνώση στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)	1	2	3	4	5
1. Πιστεύετε πως όταν λέμε Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία εννοούμε μια εταιρεία η οποία στηρίζει καλούς σκοπούς?					
2. Θεωρείτε ότι μια Κοινωνικά Υπεύθυνη εταιρεία “θυσιάζει” τα κέρδη της για την προστασία του περιβάλλοντος και για άλλους φιλανθρωπικούς σκοπούς?					
3. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας?					
4. Πιστεύετε ότι οι Κοινωνικά Υπεύθυνες εταιρείες αναπτύσσουν καινοτόμες υπηρεσίες?					
5. Θεωρείτε ότι οι στρατηγικές ΕΚΕ είναι ένας τρόπος ώστε οι επιχειρήσεις να γίνονται πιο ανταγωνιστικές?					

* 1=Καθόλου, 2= Όχι ιδιαίτερα, 3= Λίγο, 4= Αρκετά, 5= Απόλυτα

II. Σημαντικότητα/Αναγκαιότητα στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)	1	2	3	4	5
<i>Ποιους από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε ως τους πιο σημαντικούς και απαραίτητους για την εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ?</i>					
1. Βελτίωση της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης.					
2. Αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρείας.					
3. Αύξηση της ικανοποίησης των πελατών.					
4. Αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων.					
5. Μείωση του ανά μονάδα κόστους παραγωγής.					
6. Τήρηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών δεσμεύσεων.					

* 1=Πολύ Χαμηλή σημαντικότητα, 2= Χαμηλή σημαντικότητα, 3= ουδέτερη σημαντικότητα, 4= Υψηλή σημαντικότητα, 5= Πολύ υψηλή σημαντικότητα

III. Σχετικό κόστος των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)	1	2	3	4	5
1. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση κόστους παραγωγής;					
2. Το υψηλό κόστος στρατηγικών ΕΚΕ σας επηρεάζει στο να αποφασίσετε να τις εφαρμόσετε;					
3. Η πιθανή ανάληψη πολυδάπανων στρατηγικών ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει την εταιρεία σε μείωση μισθών ως αντιστάθμισμα;					
4. Πιστεύετε ότι αξίζει τον κόπο η δαπάνη τόσο πολλών χρημάτων για την εφαρμογή στρατηγικών ΕΚΕ ώστε η εταιρεία σας να είναι κοινωνικά υπεύθυνη;					

* 1=Καθόλου, 2= Όχι ιδιαίτερα, 3= Λίγο, 4= Αρκετά, 5= Απόλυτα

IV. Κατηγορίες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)	1	2	3	4	5
<i>Ποιες από τις παρακάτω είναι καλές στρατηγικές ΕΚΕ (που αφορούν την τοπική κοινότητα);</i>					
1. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η δωρεά χρημάτων στις τοπικές κοινότητες είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
2. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η έμμεση και άμεση βοήθεια για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					

3. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η οικονομική ενίσχυση διαφόρων δραστηριοτήτων της τοπικής κοινότητας (τέχνη, πολιτισμός, αθλητισμός) είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
4. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η οικονομική ενίσχυση των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της τοπικής κοινότητας είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
Ποιες από τις παρακάτω είναι καλές στρατηγικές ΕΚΕ (που αφορούν το περιβάλλον);	1	2	3	4	5
Συμφωνείτε με την άποψη ότι η ενσωμάτωση περιβαλλοντικών δραστηριοτήτων στα πλάνα της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
2. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η κατά γράμμα εφαρμογή όλων των επίσημων περιβαλλοντικών κανονισμών και η εθελοντική δημιουργία νέων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
3. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η οικονομική ενίσχυση διαφόρων πρωτοβουλιών σχετικών με τη προστασία του περιβάλλοντος είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
4. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η μέτρηση της επίδοσης της εταιρίας σχετικά με την τήρηση περιβαλλοντικών απαιτήσεων είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
Ποιες από τις παρακάτω είναι καλές στρατηγικές ΕΚΕ (που αφορούν τους εργαζόμενους);	1	2	3	4	5
Συμφωνείτε με την άποψη ότι η δίκαιη και ίση μεταχείριση των εργαζομένων ανεξάρτητα το φύλο και την εθνικότητα είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
2. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η παροχή μισθών στους εργαζομένους που να θεωρούνται δίκαιη ανταμοιβή της εργασίας τους είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					
3. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η παροχή βοήθειας στους εργαζομένους ώστε να μπορούν να συντονίσουν σωστά την ιδιωτική και επαγγελματική τους ζωή είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ					
4. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η πρωτοβουλία να λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των εργαζομένων στην λήψη αποφάσεων της επιχείρησης είναι κατάλληλη στρατηγική ΕΚΕ?					

* 1= Διαφωνώ απόλυτα , 2= Διαφωνώ , 3= Είμαι ουδέτερος , 4= Συμφωνώ , 5= Συμφωνώ απόλυτα

V. Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην απόδοση των εργαζομένων.	1	2	3	4	5
1. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι στρατηγικές που εφαρμόζουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις και αφορούν στους εργαζόμενους, π.χ. όσον αφορά στους μισθούς που προσφέρει σε σχέση με αυτούς των ανταγωνιστών της , κάνει τους εργαζόμενους πιο αποδοτικούς;					
2. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι στρατηγικές που εφαρμόζουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις και αφορούν στους εργαζόμενους, π.χ. όσον αφορά τις πολιτικές εναρμόνισης της ιδιωτικής και επαγγελματικής τους ζωής, κάνει τους εργαζόμενους να έχουν καλύτερη ψυχολογία και απόδοση ;					
3. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι επιχειρήσεις που υιοθετούν στρατηγικές ΕΚΕ ενθαρρύνουν τους εργαζόμενους τους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες στήριξης της τοπικής κοινότητας					
4. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι στρατηγικές που εφαρμόζουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις και αφορούν τους εργαζόμενους , π.χ. όσον αφορά την ίση και δίκαιη μεταχείρισή τους, τους κάνει να αισθάνονται θετικά για την επιχείρηση και τους καθιστά πιο αποδοτικούς;					

* 1= Διαφωνώ απόλυτα , 2= Διαφωνώ , 3= Είμαι ουδέτερος , 4= Συμφωνώ , 5= Συμφωνώ απόλυτα

VI. Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην ικανοποίηση των πελατών.	1	2	3	4	5
1. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι πελάτες βρίσκουν τα προϊόντα των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών πολύ καλύτερα από ότι αυτά των ανταγωνιστών;					
2. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα που προσφέρουν οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις ?					
3. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας είναι ικανοποιημένοι με την σχέση ποιότητας-τιμής των προϊόντων της εταιρείας;					

4. Συμφωνείτε με την άποψη ότι είναι πολύ πιθανό οι πελάτες μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρίας να προτείνουν τα προϊόντα της και σε άλλους;					
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

* 1=Διαφωνώ απόλυτα , 2= Διαφωνώ , 3= Είμαι ουδέτερος , 4= Συμφωνώ , 5= Συμφωνώ απόλυτα

VII. Συνέπειες Στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) στην φήμη της επιχείρησης.	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------

1.Συμφωνείτε με την άποψη ότι η εικόνα που έχουν οι πελάτες για μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είναι καλύτερη από ότι αυτή που έχουν για τους ανταγωνιστές της και ότι την θεωρούν περισσότερο επιτυχημένη;					
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

2. Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι πελάτες βλέπουν μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία ως ένα σοβαρό οργανισμό που σκέφτεται συγχρόνως και το κοινό καλό;					
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

3. Συμφωνείτε με την άποψη ότι η φήμη μιας κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας βελτιώνεται σε σύγκριση με άλλες εταιρείες και αυτό την καθιστά πιο ανταγωνιστική;					
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

4 Συμφωνείτε με την άποψη ότι οι πελάτες θεωρούν την εταιρεία ως κοινωνικά ευαίσθητοποιημένη γεγονός που αυξάνει τις πωλήσεις της;					
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

* 1=Διαφωνώ απόλυτα , 2= Διαφωνώ , 3= Είμαι ουδέτερος , 4= Συμφωνώ , 5= Συμφωνώ απόλυτα

VIII. Πρόθεση εφαρμογής στρατηγικών ΕΚΕ.	1	2	3	4	5
-------------------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------

1.Το γεγονός ότι οι πελάτες προτιμούν τα προϊόντα κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι πωλήσεις τους, θα σας οδηγούσε στη ανάληψη (ή συνέχιση της εφαρμογή) στρατηγικών ΕΚΕ;					
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

2.Το γεγονός ότι οι στρατηγικές ΕΚΕ προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα στις εταιρείες που τις εφαρμόζουν αποτελεί κίνητρο για την ανάληψή τους;					
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

3.Ανεξάρτητα από τα οφέλη που προσφέρουν οι στρατηγικές ΕΚΕ , πρέπει επιτέλους οι Ελληνικές επιχειρήσεις να αρχίζουν να εφαρμόζουν τέτοιες στρατηγικές;					
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

4.Πιστεύετε ότι και μόνο η γνώση της σημαντικότητας της εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας πρέπει να αποτελεί κίνητρο για την εφαρμογή αντίστοιχων στρατηγικών;					
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

* 1=Καθόλου, 2= Όχι ιδιαίτερα, 3= Λίγο, 4= Αρκετά, 5= Πολύ