

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (MBA)**



**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ**  
**ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΗΓΥΡΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΣΚΙΑΔΑ ΒΑΣΙΛΙΚΗ  
ΑΡ. ΜΗΤΡΩΟΥ: ΜΔΕ 1329

ΠΕΙΡΑΙΑΣ  
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2019

## ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

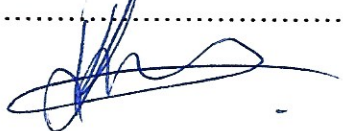
«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : MBA» με τίτλο:

«ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: ΜΗΚΕΤΗ.....»  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή Ονοματεπώνυμο

.....  


## Κατάλογος σχημάτων και εικόνων

Εικόνα 3-1 Η θεωρία τριπλής βάσης.....	19
Εικόνα 3-2 Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών.....	21
Εικόνα 3-3 Η πυραμίδα της ΕΚΕ.....	26
Διάγραμμα 4-1 Δαπάνες ΕΚΕ κατά κλάδο.....	35
Διάγραμμα 4-2 Ποσοστό δαπανών ΕΚΕ κατά κλάδο .....	36
Διάγραμμα 4-3 Μεταβολή δαπανών ΕΚΕ την διετία 2019/2017.....	36
Πίνακας 3-1 Συγκριτική ανάλυση θεωρητικών προσεγγίσεων ΕΚΕ.....	29
Πίνακας 4-1 Οφέλη εταιρειών από την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ.....	37
Πίνακας 4-2 Κριτήρια αξιολόγησης επιχειρήσεων DOW JONES SUSTAINABILITY INDEXES.....	44
Πίνακας 6-1 Σφάλματα ελέγχου υποθέσεων, ιδία επεξεργασία.....	87
Σχήμα 4-1 Εισηγμένες εταιρείες Χ.Α που περιλαμβάνονται στον δείκτη FTSE4GOOD.....	43

## Περίληψη

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, είναι μια έννοια με μεγάλο εύρος εφαρμογών και δράσεων. Αναφέρεται κυρίως στην στάση των επιχειρήσεων απέναντι στα βασικά προβλήματα που απασχολούν μια κοινωνία και μια κοινότητα ανθρώπων και ποιους τρόπους και πρωτοβουλίες αναλαμβάνουν ώστε να συνδράμουν και να τα επιλύσουν. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δίνει την ιδιότητα στην επιχείρηση να αποτελεί μέλος ενός κοινωνικού συνόλου και όχι κάτι αποκομμένο από αυτήν. Οι επιχειρήσεις μέσω της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υλοποιούν δράσεις και ενέργειες οι οποίες βελτιώνουν την ποιότητα και την αξιοπιστία τους καθώς και την ανταγωνιστικότητα και την εξυπηρέτηση των πελατών τους.

Παράλληλα, οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης προωθούν διαδικασίες τέτοιες οι οποίες είναι ικανές να οδηγήσουν σε βελτιστοποίηση της διαχείρισης των πόρων των οποίων διαθέτουν και χρησιμοποιούν, φυσικών, ανθρώπινων και υλικών, με τρόπο τέτοιο ώστε να προκαλέσουν συνθήκες αειφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης

Με την ορθή χρήση η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη γίνεται ένα σημαντικό και θεμελιώδες εργαλείο ανάπτυξης και δεν παραμένει ένα στατικό εργαλείο προώθησης δράσεων μάρκετινγκ.

Καθώς όμως το κοινό παραμένει καχύποπτο απέναντι στις προθέσεις των επιχειρήσεων θα πρέπει να διερευνηθούν τρόποι ενημέρωσης, διαφάνειας και ενίσχυσης της εμπιστοσύνης του κοινωνικού συνόλου απέναντι στις επιχειρήσεις

## Περιεχόμενα

Κατάλογος σχημάτων και εικόνων.....	i
Περίληψη.....	ii
Περιεχόμενα.....	iii
1. Εισαγωγή.....	1
1.1 Δομή Εργασίας.....	1
1.2 Μεθοδολογία Περιορισμοί.....	2
2. Βασικές Έννοιες και ορισμοί.....	3
2.1 Γενικά.....	3
2.2 Βασικές έννοιες της ΕΚΕ.....	3
2.3 Ιστορική εξέλιξη.....	4
2.4 Αίτιες εμφάνισης εταιρικής ευθύνης.....	6
2.5 Διαστάσεις της ΕΚΕ.....	7
2.5.1 Κοινωνικές διαστάσεις και διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού.....	8
2.5.2 Περιβαλλοντικές διαστάσεις, προστασία του περιβάλλοντος.....	8
2.5.3 Χρηματοοικονομικές διαστάσεις.....	9
2.5.4 Πολιτικές διαστάσεις της ΕΚΕ.....	10
2.6 Τομείς δραστηριότητας.....	10
2.7 Οφέλη και μειονεκτήματα.....	12
Βιβλιογραφία κεφαλαίου.....	14
3. Θεωρητικές προσεγγίσεις της ΕΚΕ.....	17
3.1 Η αρχή της χορηγίας.....	17
3.2 Η αρχή της διαχείρισης.....	18
3.3 Η θεωρία τριπλής βάσης Triple Bottom Line.....	18
3.4 Η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών (Stakeholders theory).....	20
3.5 Η θεωρία μεγιστοποίησης της μετοχικής αξίας.....	21
3.6 Η θεωρία της βιώσιμης ανάπτυξης.....	22
3.7 Η πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Carroll.....	23

3.8 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και marketing.....	27
3.9 Κριτική ανάλυση θεωρητικών προσεγγίσεων ΕΚΕ.....	28
Βιβλιογραφία κεφαλαίου.....	31
4. Αξιολόγηση της ΕΚΕ και δείκτες επίδοσης δράσεων.....	33
4.1 Το ελληνικό δίκτυο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης .....	34
4.2 Το κόστος της ΕΚΕ στις Ελληνικές επιχειρήσεις.....	35
4.3 Η αξιολόγηση των επιδόσεων της ΕΚΕ.....	38
4.3.1 Ο δείκτης CR INDEX.....	39
4.3.2 Ο δείκτης CRI PASS.....	40
4.3.3 Οι δείκτες FTSE4GOOD.....	41
4.3.4 Ο δείκτης DowJones Sustainability.....	43
4.3.5 Το κοινωνικό βαρόμετρο ASBI.....	45
4.4 Η μέτρηση των μεταβολών της εταιρικής απόδοσης λόγω ΕΚΕ.....	46
Βιβλιογραφία κεφαλαίου.....	49
5. Μελέτη περίπτωσης: Οι ελληνικές τραπεζικές επιχειρήσεις.....	51
5.1 Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις ελληνικές τραπεζικές επιχειρήσεις.....	51
5.2 Εμπειρικές μελέτες για την ΕΚΕ στις ελληνικές συστημικές τράπεζες.....	51
5.2.1 Alpha Bank.....	53
5.2.2. Εθνική Τράπεζα.....	57
5.2.3 Τράπεζα Πειραιώς.....	60
5.2.4 Τράπεζα Eurobank.....	64
5.3 Συμπεράσματα κεφαλαίου.....	68
Βιβλιογραφία κεφαλαίου.....	70
6. Η Έρευνα.....	71
6.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	71
6.2 Περιορισμοί έρευνας.....	72
6.3 Το δείγμα.....	73
6.4 Το ερωτηματολόγιο.....	73

6.4.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων Έρευνας.....	76
A. Δημογραφικά Στοιχεία.....	76
B. Ατομικές γνώσεις για τη ΕΚΕ.....	78
Γ. Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.....	81
Δ. Προοπτικές αειφορίας.....	84
6.5 Ο Στατιστικός έλεγχος υποθέσεων (Hypothesis Testing).....	86
Βιβλιογραφία κεφαλαίου.....	98
7. Συμπεράσματα.....	99
7.1 Προτάσεις.....	101
Βιβλιογραφία κεφαλαίου.....	103
Παραρτήματα.....	114





## 1. Εισαγωγή

Η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο την αποσαφήνιση του εννοιολογικού περιεχομένου του όρου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ως δραστηριότητας η οποία συνδέεται με την δράση των επιχειρηματικών μοντέλων των σύγχρονων επιχειρήσεων. Πιο ειδικά, ορίζονται τα στοιχεία και τα κριτήρια, που υπάρχουν στην σύνθεση της ΕΚΕ, ως έναν θεσμό ο οποίος έχει σημαντική θέση στην σύγχρονη επιχείρηση και να αναδειχθεί ο ρόλος και η αναγκαιότητα της εφαρμογής της.

Πολλές φορές ο όρος και το περιεχόμενο του γίνεται αντικείμενο σύγχυσης για το αν αποτελεί επιχειρηματική δραστηριότητα ή αντικείμενο κυβερνητικών ή μη κυβερνητικών οργανώσεων. Η παρούσα εργασία αποτελεί μια έρευνα που έρχεται να καλύψει το γνωστικό κενό αυτό και να αποσαφηνίσει τα χαρακτηριστικά του, καθώς και τον ωφέλιμο ρόλο του στις επιχειρήσεις που έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα.

Όλο και περισσότερες κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιούν δράσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, είτε για τον πραγματικό θετικό ρόλο της στο κοινωνικό σύνολο που απευθύνονται είτε για λόγους προβολής και διαφήμισης. Ένα επιπλέον ζήτημα λοιπόν το οποίο απαιτείται να αποσαφηνιστεί είναι κατά πόσον κάποιες εταιρείες χρησιμοποιούν ως διαφημιστικό καμουφλάζ τέτοιου είδους ενέργειες, ώστε να καλύψουν και να προσπαθήσουν να αποκρύψουν τυχόν μη ορθές πρακτικές από την κοινή γνώμη.

Τα κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα που καλείται η παρούσα εργασία να απαντήσει είναι με ποιους τρόπους, οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούν να έχουν θετικές επιπτώσεις στην απόδοση των εργαζομένων, στην βελτίωση ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών της καθώς και στην ανταγωνιστικότητα της εταιρείας στην αγορά; Επίσης, οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούν να οδηγήσουν την επιχείρηση σε συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης;

Για να απαντηθούν τα παραπάνω ερωτήματα ακολουθήσαμε την παρακάτω δομή και μεθοδολογία ώστε να εκπονήσουμε την έρευνα μας.

### 1.1. Δομή Εργασίας

Η παρούσα διπλωματική εργασία, διακρίνεται σε τρία βασικά μέρη. Στο πρώτο μέρος, γίνεται μια εισαγωγή και μια αποσαφήνιση των βασικών όρων και ορολογιών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρουσιάζεται η ιστορική της αναδρομή και οι διαστάσεις της. Στο δεύτερο μέρος, αναλύονται οι θεωρητικές προσεγγίσεις της εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας και γίνεται μια κριτική ανάλυση τους. Στο τρίτο μέρος γίνεται μια ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης στον Ελλαδικό χώρο με την έρευνα να εστιάζει στον Τραπεζικό κλάδο. Τέλος γίνεται μια εμπειρική μελέτη περίπτωσης γύρω από την Εταιρική Υπευθυνότητα στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, όπου εξετάζονται οι περιπτώσεις των τεσσάρων βασικών τραπεζών της Ελλάδας, σε

σχέση με τα προγράμματα ΕΚΕ που χρησιμοποιούν ώστε να εξετάσουμε εάν τεκμηριώνονται οι θεωρητικοί μας ισχυρισμοί. Παράλληλα διεξάγεται έρευνα ερωτηματολογίου σε κοινό, πελάτες των τραπεζών για να υλοποιηθεί στατιστικός έλεγχος υποθέσεων των ερευνητικών ερωτημάτων που προκύπτουν. Η εργασία κλείνει με τα βασικά συμπεράσματα και τις προτάσεις της έρευνας που διεξήχθη.

## **1.2.Μεθοδολογία Περιορισμοί**

Η παρούσα εργασία βασίστηκε στην βιβλιογραφική ανασκόπηση, στην διαδικτυακή έρευνα και στην ποιοτική έρευνα με ερωτηματολόγιο κοινού. Στην συνέχεια αναλύονται τα συμπεράσματα της έρευνας.

Η μελέτη περίπτωσης είναι μεθοδολογία η οποία εξάγει συμπεράσματα για μια συγκεκριμένη περίπτωση επιχείρησης ή κλάδου ομοειδών επιχειρήσεων, τα οποία συμπεράσματα όμως δεν μπορούμε να πούμε με βεβαιότητα ότι μπορούν να γενικευθούν περαιτέρω για τον κλάδο των επιχειρήσεων συνολικά, καθώς το αντικείμενο, το μέγεθος, το κοινό και οι αγορές που απευθύνονται μπορεί να επηρεάζουν τα αποτελέσματα σε κάθε διαφορετική περίπτωση, χωρίς αυτό να αποκλείεται όμως.

## **1.2 Συνεισφορά**

Η παρούσα εργασία έρχεται να καλύψει ένα ερευνητικό κενό και να τεκμηριώσει τα ερευνητικά ερωτήματα που αφορούν την σχέση των δράσεων ΕΚΕ και της βελτίωσης απόδοσης των επιχειρήσεων καθώς και τις προοπτικές δημιουργίας συνθηκών αειφορίας. Μέσα από την έρευνα εξάγονται συμπεράσματα και προκύπτουν σημαντικά αποτελέσματα για τον μελλοντικό ερευνητή ο οποίος επιθυμεί να εμβαθύνει στο ζήτημα κι ως εκ τούτου η εργασία κρίνεται πρωτότυπη και σημαντική.

## **2.Βασικές Έννοιες και ορισμοί**

### **2.1.Γενικά**

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και η αύξηση της τεχνολογίας επέφερε την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και παράλληλα έφερε τον επιχειρηματικό κόσμο αντιμέτωπο με ένα πλέγμα ποικιλομορφίας πολιτισμών και κοινωνιών στο οποίο θα έπρεπε να προσαρμοστεί. Η προσέγγιση των επιχειρήσεων και των καταναλωτών έχει ξεφύγει πλέον από το παραδοσιακό μοντέλο της τοπικής αγοράς και της προσωπικής σχέσης επιχειρηματία-καταναλωτή και έχει μετατραπεί σε μια προσπάθεια άμεσης σχέσης του καταναλωτή με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες από τα οποία επιζητά την μέγιστη εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των απαιτήσεων του.(Zairi, 2012). Οι καταναλωτές πλέον έχουν περισσότερες γνώσεις και είναι ενημερωμένοι σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις τους.(Kiessling et al. 2016)

Η εξάπλωση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, twitter Κλπ. ), η διάχυση των πληροφοριών και η άμεση ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού για τα διάφορα ζητήματα που το απασχολούν, είναι πιο έντονη. Η τάση αυτή, έχει ισχυροποιήσει και την ανατροφοδότηση των διοικήσεων των επιχειρήσεων καθώς η εικόνα της συμπεριφοράς και ο βαθμός «ηθικών πρακτικών» που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση αποτελούν σημείο και πηγή πίεσης.(Zairi, 2012)

Με βάση τα παραπάνω, η ιδέα της εφαρμογής πολιτικών οι οποίες θα ενισχύουν την εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού προς την επιχείρηση και θα αναδεικνύουν την εταιρική υπευθυνότητα απέναντι στην κοινωνία στην οποία αλληλοεπιδρά έχει γίνει πλέον συνείδηση και επιταγή για μια επιχείρηση με μακρόφθαλμο ορίζοντα βιωσιμότητας (Wattanasupachoke, 2017)

### **2.2.Βασικές έννοιες της ΕΚΕ**

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος της φιλοσοφίας διοίκησης των επιχειρήσεων με την εφαρμογή της να επεκτείνεται συνεχώς σε όλο τον κόσμο. Η υιοθέτηση των δράσεων ΕΚΕ, μπορεί να υφίσταται είτε λόγω των νομοθετικών υποχρεώσεων (πχ προστασία του περιβάλλοντος) είτε λόγω της πολιτικής της επιχείρησης απέναντι στον άνθρωπο, στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον.(Calabresse et al, 2013).

Για την εταιρική κοινωνική ευθύνη υπάρχουν διάφοροι ορισμοί και ερμηνείες, όμως ένας ευρέως αποδεκτός ορισμός για την ΕΚΕ είναι ότι εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι «η δέσμευση για την βελτίωση της κοινωνικής ευημερίας μέσω διακριτικών επιχειρηματικών δράσεων και συμβολής των εταιρικών πόρων» (Murthy & Abeysekera, 2015). Εκτός όμως του κοινωνιολογικού ορισμού της Κοινωνικής Ευθύνης, ως στρατηγική των επιχειρήσεων στα πλαίσια του οικονομικού τους σκοπού η ΕΚΕ είναι δράσεις οι οποίες μπορούν να ενισχύσουν την εικόνα, την φήμη και εν τέλει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. (Turyakira et al, 2014)

### 2.3.Ιστορική εξέλιξη

Οι πρώτες αναφορές για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υπάρχουν στις μελέτες του θεμελιωτή της σύγχρονης δυτικής οικονομικής φιλοσοφίας Adam Smith από τα τέλη του 18<sup>ου</sup> αιώνα.

Το 1930 οι Berle & Dodd, παρουσίασαν την θεωρία τους σύμφωνα με την οποία η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να αποτελέσει μια υπηρεσία από έναν κερδοσκοπικό οργανισμό η οποία θα απαιτεί την διάθεση πόρων (κεφάλαιο, εργασία) τα οποία όμως θα αποφέρουν οφέλη για την επιχείρηση εσωτερικά (αποδοχή προσωπικού) και εξωτερικά (φήμη επιχείρησης) καθώς και όλων των εμπλεκόμενων μερών.

Θεμελιωτής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης θεωρείται ο B.Howard, όπου στο βιβλίο του «Social Responsibilities of the Businessman» το 1953, θεμελίωσε την έννοια της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Επίσης, ο Keith Davis το 1960, ανέπτυξε τους πρώτους ορισμούς τις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ορισμός ο οποίος αρχικά αναφερόταν απλά ως εταιρική υπευθυνότητα, έναντι του σύγχρονου και καθιερωμένου πλέον όρου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Πολύ αργότερα, στα τέλη της δεκαετίας του 1990 έγινε πρώτη αναφορά στο Διεθνές Οικονομικό Φόρουμ στο Νταβός, για την πρωτοβουλία περί ανάπτυξης κώδικα συμπεριφοράς των επιχειρήσεων που είχε εισάγει ο γενικός γραμματέας του ΟΗΕ Κόφι Ανάν (Ψήφισμα ΟΗΕ 44/236). Τον Ιούλιο του 2000 η πρωτοβουλία αυτή παρουσιάζεται στην Νέα Υόρκη σε Πολυεθνικές και σε μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις και εισάγονται μέσω του κώδικα αυτού, οι δέκα βασικές αρχές που θεμελίωσε ο ΟΗΕ για τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της προστασίας του περιβάλλοντος και των εργασιακών δικαιωμάτων. Μέσα από όλη αυτήν την

διαδικασία καταρτίστηκε και δημοσιεύτηκε το «Οικουμενικό Σύμφωνο» για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Οι συνθήκες της περιόδου αυτής, περιλάμβαναν ακτιβιστικά κινήματα που όσο μεγάλωνε το μέγεθος των κερδοσκοπικών επιχειρήσεων, τόσο αυξανόταν οι αντιδράσεις και ο πόλεμος για τον άκρατο ανταγωνισμό και των πρακτικών απομύζησης των διαθέσιμων πόρων, φυσικών και ανθρώπινων. Οι αντιδράσεις αυτές δημιούργησαν την αντίληψη στα διοικητικά στελέχη του δυτικού κόσμου ότι θα πρέπει να αφομοιώσουν την αντίδραση μέσα στην δυναμική της ισχύος των επιχειρήσεων, έτσι ώστε να προχωρήσουν οι αντικειμενικοί σκοποί τους πέρα από την κερδοσκοπία και στην κοινωνική ευημερία, καθώς το υψηλό βιοτικό και κοινωνικό επίπεδο θα ήταν προς όφελος όλων, επιχειρήσεων και κοινωνικού συνόλου (Σμύρνης, 2015).

Το 1995 στο Λονδίνο, υπογράφηκε η «Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού» η οποία είχε ως στόχο την ενίσχυση της εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Μέσα από αυτήν την πρωτοβουλία σχηματίστηκε το «Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Κοινωνική Συνοχή» το οποίο σήμερα ονομάζεται CSR Europe Και έχει έδρα τις Βρυξέλλες.

Η Σύνοδος Κορυφής της Λισαβόνας το 2000, επανέφερε το θέμα της Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων θέτοντας τους επιχειρηματίες προ των ευθυνών τους απέναντι στο κοινωνικό σύνολο και θεσπίζοντας στόχους για την Ευρώπη έτσι ώστε παράλληλα με την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας να δημιουργείται ισόρροπη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη.

Το 2001 δημοσιεύθηκε η «Πράσινη Βίβλος» για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το 2002 ανακοινώθηκαν τα αποτελέσματα του δημόσιου διαλόγου με βάση την δημοσίευση της Πράσινης Βίβλου.

Σε εθνικό επίπεδο σημαντικές πρωτοβουλίες έχουν αναπτυχθεί από τον ΣΕΒ (Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανών) με κορυφαία την έκδοση το 2005 της «Χάρτας Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων» που αποτελεί ένα κείμενο θεμελιωδών αρχών και αξιών.

Εκτός από τις πρωτοβουλίες του ΣΕΒ στην Ελλάδα λειτουργεί και το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, που έχει ως κύριο στόχο την διάχυση των βασικών εννοιών της ΕΚΕ στο ελληνικό επιχειρείν μέσα από την εκπόνηση μελετών, πολιτικών και δράσεων ώστε να καταφέρει να εδραιώσει την σημασία και τις αξίες της.

Τέλος, ως τελευταία εξέλιξη αναφέρουμε την δημιουργία του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής το οποίο έχει ως βασικό στόχο την διάδοση των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, την Επιχειρηματική Ηθική και την Εταιρική Διακυβέρνηση μέσα από προγράμματα στήριξης των ελληνικών επιχειρήσεων ώστε να ενσωματώσουν νέα μοντέλα διοίκησης βασισμένα στην ευαισθητοποίηση γύρω από την επιχειρηματική ηθική (European Business Ethics Network, 2013)

## **2.4.Αιτίες εμφάνισης εταιρικής ευθύνης**

Πολύς λόγος γίνεται για τα αίτια που μπορεί να οδηγήσουν μια επιχείρηση στο να αναπτύξει δράσεις κοινωνικής ευθύνης ειδικά όταν αυτές αυξάνουν το συνολικό κόστος της το οποίο σε περιόδους οικονομικών διακυμάνσεων κρίνεται αποφευκτέο από τις επιχειρήσεις (Femandez,Feijoo&Souto,2009).

Μέσα από όλες αυτές τις διαδικασίες αναδύονται και οι λόγοι οι οποίοι οδηγούν τις εταιρείες στην εφαρμογή δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με τους κυριότερους από αυτούς να παρουσιάζονται παρακάτω συνοπτικά.

Οικονομικές ωφέλειες. Όλο και περισσότερες μελέτες τεκμηριώνουν την άποψη ότι οι δράσεις ΕΚΕ έχουν μακροπρόθεσμες θετικές επιπτώσεις στην οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων, μέσω της αύξησης της εσωτερικής απόδοσης και της θεμελίωσης μιας θετικής εικόνας στο κοινωνικό περιβάλλον (Orlitzky,Schmidt & Rynes, 2003). Παράλληλα, η αύξηση της απόδοσης και η αύξηση των προδιαγραφών ποιότητας μπορούν να οδηγήσουν σε περαιτέρω μείωση του κόστους παραγωγής των προϊόντων

Κοινωνική Αλληλεγγύη. Κάποιοι από τις επιχειρήσεις, χωρίς η άποψη να μπορεί να γενικευθεί αναπτύσσουν κοινωνική δράση με μόνο γνώμονα την κοινωνική ευαισθησία που τις διέπει και την άποψη ότι «κάνουν το σωστό», άποψη όμως που φαίνεται να ενστερνίζονται και μεγάλες πολυεθνικές όπως Procter & Gamble, Merck, Gap κ.α. (Garay & Font, 2011)

Διαχείριση και απόδοση Ανθρώπινου δυναμικού. Οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που αναπτύσσει μια επιχείρηση, είναι μια αιτία για τους εργαζόμενους να πάψουν να την αντιμετωπίζουν ως μια απλά οικονομική μονάδα η οποία τους παρέχει τα προς το ζην παρέχοντας της την υπηρεσία της εργασίας, αλλά ως ένα νοήμονα οργανισμό με κοινωνικές ευαισθησίες και μέσα από αυτή την διεργασία να «δεθούν» συναισθηματικά με αυτήν και να αυξήσουν την απόδοση τους. (Middleton, 2009)

Παράλληλα, μέσα από την ορθή εκπλήρωση των υποχρεώσεων της εταιρείας απέναντι στους εργαζομένους και στον σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων, η τελευταία θεμελιώνει μια ισχυρή βάση κοινωνικής ευθύνης ξεκινώντας από το εσωτερικό της. Η αύξηση και η τήρηση των προδιαγραφών ασφάλειας και υγιεινής στο εργασιακό περιβάλλον είναι μια χειροπιαστή απόδειξη της επιχείρησης ότι πάνω από όλα σέβεται τον άνθρωπο και το περιβάλλον, το οποίο αλληλοεπιδρά. (Ding, 2010)

Δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές. Η εφαρμογή δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από μια επιχείρηση προδιαθέτει θετικά τους υφιστάμενους και υποψήφιους καταναλωτές απέναντι στην επιχείρηση και τα προϊόντα της. Η εμπιστοσύνη μπορεί να αυξηθεί μέσα από την αλληλεπίδραση των δράσεων ενώ παράλληλα, γίνεται συνειδηση στο καταναλωτικό κοινό ότι σε πολύ μεγάλο ποσοστό οι εταιρείες που υιοθετούν δράσεις ΕΚΕ, προσφέρουν και προϊόντα ή υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών ποιότητας. (Mandhachitara&Poolhong, 2011).

Συμμόρφωση με νομοθετικές και άλλες διατάξεις. Η εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ, πολλές φορές αναπτύσσεται εθελοντικά έτσι ώστε να προλάβει τυχόν κυρώσεις από αυστηροποίηση των κριτηρίων. Πολύ συχνό είναι το φαινόμενο σε περιπτώσεις μόλυνσης του περιβάλλοντος όπου οι εταιρείες αναλαμβάνουν περιβαλλοντικές εθελοντικές δράσεις ώστε να χαλαρώσουν τις ρυθμιστικές πιέσεις. Συχνό φαινόμενο επίσης είναι η αύξηση των προδιαγραφών ασφάλειας για την πρόληψη ατυχημάτων και η διαχείριση παραπόνων των πελατών έτσι ώστε να περιοριστούν κίνδυνοι κυρώσεων ή δυσφήμισης της εταιρείας. (Louche et al,2017)

## **2.5.Διαστάσεις της ΕΚΕ**

Στην φιλοσοφία της ελεύθερης αγοράς, μια επιχείρηση είναι γνωστό ότι έχει ως αντικειμενικό σκοπό ίδρυσης της το κέρδος και οι στρατηγικές της αποφάσεις λαμβάνονται με βασικό και κύριο γνώμονα τους οικονομικούς της στόχους της. Οι πρακτικές βελτιστοποίησης των διαδικασιών της επιχείρησης προϋποθέτουν την μεγιστοποίηση κερδών υπό τον περιορισμό των διαθέσιμων πόρων. Με βάση την πρακτική αυτή η κοινωνική δράση μπορεί να ενσωματωθεί στις λειτουργίες μιας επιχείρησης μόνο εάν τεκμηριώνεται η οικονομική της ωφέλεια σε μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα.

Η άποψη αυτή για την πολιτική της επιχείρησης δεν είναι δεδομένο ότι συμπεριλαμβάνει μέσα στην διαδικασία βελτιστοποίησης όλους τους εμπλεκόμενους

στην παραγωγική διαδικασία. Πολλές φορές οι στόχοι και οι πολιτικές μιας επιχείρησης απέχουν από τις απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινωνικού συνόλου, των εργαζομένων και των εμπλεκόμενων. Η φιλοσοφία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έρχεται να καλύψει αυτό το εννοιολογικό κενό μεταξύ των οικονομικών επιδιώξεων και της επιχειρηματικής ηθικής και διακυβέρνησης. (Ανδρουτσόπουλος, 2011, pp. 1-45)

### **2.5.1. Κοινωνικές Διαστάσεις και διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού**

Η έμπρακτη απόδειξη της εταιρικής υπευθυνότητας είναι η ανάδειξη ως βασικής προτεραιότητας της Ασφάλειας και της Υγιεινής της εργασίας. Είτε μέσω της εφαρμογής κωδικών και προτύπων είτε μέσω της ορθής διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού, ο σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα είναι αδιαπραγμάτευτος και θεμελιώδεις για μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση. Επιπλέον η ισόρροπη και χωρίς αποκλεισμούς φυλετικής, κοινωνικής ταξικής ή άλλης προέλευσης θα πρέπει να αποτελεί βασικό πυλώνα ενδιαφέροντος. (Porter & Kramer, 2002)

Παράλληλα η αξιοκρατία στον εργασιακό χώρο και οι οικονομικές ή ηθικές ανταμοιβές στους εργαζομένους για την προσφορά τους στην επιχείρηση είναι απαραίτητα. Ακόμα και σε περιόδους οικονομικών πιέσεων θα πρέπει οι επιχειρήσεις να μεριμνούν έτσι ώστε να μειώνονται οι κοινωνικές επιπτώσεις μέσω της μείωσης μισθών ή απολύσεων στο ελάχιστο.

Τέλος αναδεικνύοντας τον σεβασμό και την αλληλεπίδραση κάθε επιχείρησης με το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο αλληλοεπιδρά θα πρέπει να εφαρμόζονται πρακτικές και σχεδιασμοί ώστε να παρακινούνται και να επιλέγονται εργαζόμενοι από την τοπική κοινωνία ως ένα είδος αντισταθμιστικού οφέλους και ανταπόδοσης προς αυτήν, ενισχύοντας έτσι το τοπικό εισόδημα και την αγορά. Επιπλέον τα προγράμματα κατάρτισης και δια βίου μάθησης του προσωπικού μπορούν να αναβαθμίσουν το προφίλ της τοπικής κοινωνίας μέσα στο οποίο λειτουργεί. (Porter & Kramer, 2006)

### **2.5.2. Περιβαλλοντικές διαστάσεις, προστασία του περιβάλλοντος**

Η εταιρική υπευθυνότητα πρεσβεύει την εφαρμογή και την τήρηση Κανόνων και ρυθμιστικών διατάξεων σε διάφορα επίπεδα για την προστασία του περιβάλλοντος. Οι κανόνες αυτοί σχετίζονται από την μία με την μείωση κατανάλωσης των φυσικών



πόρων του πλανήτη και από την άλλη την εφαρμογή πρακτικών και μεθόδων παραγωγής οι οποίες περιορίζουν την εκπομπή αέριων ρύπων αλλά και την αποβολή λυμάτων και απορριμμάτων. Πέρα από την συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία οι εταιρείες πλέον εφαρμόζουν και συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης (πχ ISO 14001) έτσι ώστε να βελτιστοποιήσουν την απόδοση τους στην διαχείριση των περιβαλλοντικών δεικτών.

Οι σύγχρονες τεχνολογικές καινοτομίες έχουν δώσει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να επενδύσουν σε έργα «πράσινης ενέργειας» όπως ονομάζονται, έτσι ώστε από τα ίδια τους τα απορρίμματα να δημιουργούν ανακυκλώσιμες πηγές ενέργειας (πχ βιομάζα, βιοαέριο κλπ.). Οι πρακτικές αυτές πλέον χρηματοδοτούνται και από τα πιστωτικά ιδρύματα αλλά και από τα κράτη και τις ενώσεις κρατών (Ε.Ε.) γεγονός που μπορεί να αποβεί πολλαπλά ωφέλιμο για την επιχείρηση. Επιπλέον όλες αυτού του είδους οι πρακτικές διέπονται από ισχυρές φοροαπαλλαγές γεγονός που αποτελεί ένα έξτρα κίνητρο για την ενίσχυση της εταιρικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων. (Ε. Επιτροπή, 2011)

### 2.5.3.Χρηματοοικονομικές διαστάσεις

Η εταιρική υπευθυνότητα και η υπεύθυνη διακυβέρνηση των εταιρειών πρεσβεύει χρηστή διαχείριση με διαφάνεια η οποία δημιουργεί μια εικόνα ομαλότητας και βιώσιμης ανάπτυξης της οικονομικής επιφάνειας της επιχείρησης, ώστε να εμφανίζεται ελκυστική σε κοινό, μετόχους και δυνητικούς επενδυτές. Η αύξηση της εμπιστοσύνης μέσα από τις δράσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αποτελεί ένα επιπλέον κίνητρο για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης στην αγορά. Οι επιχειρήσεις γνωρίζουν ότι σε πρώτη φάση οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ενδέχεται να αυξήσουν το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης όμως οι μελέτες δείχνουν ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη θα πρέπει να θεωρείται μια επένδυση στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων της επιχείρησης. Η κακή ποιότητα έχει κόστος, η βελτίωση της ποιότητας μακροπρόθεσμα ωφελεί λειτουργικά και αποδοτικά την επιχείρηση γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε οικονομίες κλίμακας και σε αύξηση των κερδών με ταυτόχρονη ελαχιστοποίηση των χρησιμοποιούμενων πόρων.

Παράλληλα η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένας κόμβος αλληλεπίδρασης μεταξύ του κοινωνικού συνόλου που η επιχείρηση λειτουργεί. Η αναβάθμιση του κοινωνικού επιπέδου μέσω της αναβάθμισης του βιοτικού επιπέδου των εργαζομένων, η προστασία του περιβάλλοντος, τα προγράμματα κατάρτισης και επιμόρφωσης, η

τήρηση της νομοθεσίας και των κανόνων δεοντολογίας, μπορούν να δημιουργήσουν ένα κλίμα κανονικότητας και κοινωνικής ευημερίας στην τοπική αγορά καθώς και μια αύξηση του κύκλου χρήματος μεταξύ των δύο εμπλεκόμενων μερών. (Ε. Επιτροπή, 2011)

#### **2.5.4. Πολιτικές διαστάσεις της ΕΚΕ**

Οι επιχειρήσεις δρουν και αλληλεπιδρούν μέσα σε οργανωμένες κοινωνίες και σε ευνοούμενες πολιτείες κατά κύριο λόγο λόγω πλην κάποιων εξαιρέσεων. Με τον τρόπο αυτό, η σχέση των επιχειρήσεων με την πολιτική είναι πολύπλοκη και πολυδιάστατη με την σχέση να αναλύεται σε τρεις κυρίως άξονες.

- Συνταγματική διάσταση στην σχέση επιχείρησης πολιτείας.
- Το κοινωνικό συμβόλαιο μεταξύ των επιχειρήσεων και των πολιτών.
- Η εταιρική ιδιότητα του πολίτη για μια οικονομική μονάδα που σέβεται τους νόμους και το κοινωνικό σύνολο.

#### **2.6. Τομείς δραστηριότητας**

Οι βασικοί τομείς δραστηριότητας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αφορούν του τρόπους όπου μια εταιρεία αντιλαμβάνεται και υιοθετεί την έννοια της βιώσιμης και αιεφόρου ανάπτυξης. Από την μια οι δράσεις αφορούν την εσωτερική επίδοση και την ανάπτυξη της επιχείρησης και από την άλλη τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που έχουν οι λειτουργίες της. Παράλληλα, θα πρέπει κάθε επιχείρηση που εφαρμόζει δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, να λαμβάνει υπόψη της τυχόν απόψεις για προβληματισμούς των εμπλεκόμενων μερών που την απαρτίζουν.

Οι κύριοι άξονες δράσης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι (ICAP, 2014):

Αναβάθμιση ανθρώπινου παράγοντα. Η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού και η υποστήριξη δράσεων βελτίωσης του εργασιακού περιβάλλοντος θεωρείται επιβεβλημένη μετά τις διεθνείς εξελίξεις που έχουν οδηγήσει στην συνολική μείωση των αποδοχών των εργαζομένων και στην μετατροπή των συμβάσεων σε ευέλικτες μορφές εργασίας. Μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ που αφορούν την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού δημιουργούνται συχνά προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης. Γίνεται προσπάθεια για πολιτικές ίσων ευκαιριών χωρίς αποκλεισμούς, προσφέρονται διάφορες διευκολύνσεις και μη οικονομικές αμοιβές, δημιουργούνται πρόσθετα προγράμματα ιδιωτικής ασφάλισης, καθώς και εθελοντικοί προγραμματισμοί κοινωνικών ή περιβαλλοντικών εκδηλώσεων.

Προστασία περιβάλλοντος. Η έννοια της ΕΚΕ είναι πολύ στενά συνδεδεμένη με την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, η οποία μέσα από τις δράσεις της προωθεί την βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη και την ορθή διαχείριση των πόρων που χρησιμοποιεί. Η εθελοντική εφαρμογή συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης (ISO 14001.EMAS), η μείωση κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας καθώς και η χρήση εναλλακτικών πηγών, η μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (βιοκλιματικά κτίρια, πράσινες επιχειρήσεις κλπ.), η συμμετοχή σε προγράμματα ανακύκλωσης, αλλά και η συμμετοχή σε εθελοντικά προγράμματα περιβαλλοντικών δράσεων είναι δράσεις η οποίες οδηγούν στην προστασία του περιβάλλοντος και στην αειφόρο ανάπτυξη.

Κοινωνία. Η πρόσφατη χρηματοπιστωτική κρίση και η παγκόσμια ύφεση έδειξε την υστέρηση του κράτους πρόνοιας και οι επιπτώσεις της έπληξαν σχεδόν όλα τα στρώματα των κοινωνιών. Η προσπάθεια άμβλυνσης των επιπτώσεων αυτών αποτελεί βασική δράση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανώσεων και εθελοντικών δράσεων μέσα από τον θεσμό της χορηγίας και των δωρεών, η ενίσχυση πολιτιστικών, κοινωνικών, αθλητικών και άλλων δραστηριοτήτων, η εφαρμογή προγραμμάτων άρσης των αποκλεισμών των ευπαθών ομάδων από την κοινωνία και την εργασία, είναι κάποια από τα βασικά σημεία που στοχεύουν οι δράσεις της ΕΚΕ και οι οποίες έχουν σημαντικά οφέλη για την κοινωνία και τον άνθρωπο.

Αγορά. Η οποιαδήποτε επιχείρηση, συναλλάσσεται και δραστηριοποιείται μέσα σε μια τοπική και κατ' επέκταση διεθνή αγορά, στην οποία δρουν και αλληλεπιδρούν διάφοροι συντελεστές, όπως οι πελάτες και οι προμηθευτές της. Μέσα στα πλαίσια αυτά, η επιχείρηση οργανώνει δράσεις οι οποίες έχουν επιπτώσεις στην λειτουργία της και στην αλληλεπίδραση της με την αγορά άμεσα. Τέτοιες μπορεί να είναι, η εφαρμογή επιχειρησιακής έρευνας στην εφοδιαστική αλυσίδα για την βέλτιστη διαχείριση των πόρων, η εθελοντική εφαρμογή και υιοθέτηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας (πχ ISO9001), η καταγραφή διαδικασιών και αξιολόγηση των προμηθευτών καθώς και η διαχείριση παραπόνων και κρίσεων από αυτοτελή τμήματα, η διασφάλιση των συναλλαγών των πελατών και άλλες τέτοιου είδους δράσεις προάγουν το αίσθημα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και βελτιώνουν παράλληλα τις επιδόσεις και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

## 2.7. Οφέλη και Μειονεκτήματα

Τα γενικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν για μια επιχείρηση είναι κυρίως η βελτιωμένη της εικόνα στην αγορά και στα εμπλεκόμενα μέρη καθώς και η ενίσχυση της φήμης και της εμπιστοσύνης του κοινού απέναντι στην επιχείρηση. Με μια όμως πιο προσεκτική ματιά μπορούμε να εντοπίσουμε πολύπλευρες πτυχές των δράσεων που δεν μένουν στην απλή βελτίωση της εικόνας.

Καταρχήν, μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ, αποκαθίσταται η σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ πελατών και εργαζόμενων μιας επιχείρησης και με τον τρόπο αυτό, γίνεται πιο αποτελεσματική η διαχείριση διάφορων επιχειρηματικών κινδύνων και συγχρόνως βελτιώνεται η ανταγωνιστικότητα της. (Garriga & Mele, 2004).

Παράλληλα μέσα από την βελτίωση της εμπιστοσύνης και της ικανοποίησης των πελατών της επιχείρησης είναι εφικτό να επιτυγχάνεται και η βελτίωση των οικονομικών αποδόσεων της επιχείρησης (Kotler & Lee, 2005).

Ακόμα, η εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ δείχνουν μια υγιή διοικητική αντίληψη η οποία πέρα από την εμπιστοσύνη των πελατών κερδίζει και την εμπιστοσύνη των υφιστάμενων και δυνητικών επενδυτών, καθώς επιτυγχάνεται αποτελεσματικότερη διαχείριση εσωτερικών και εξωτερικών πιθανών κινδύνων.

Μέσα από την βελτίωση της εταιρικής διακυβέρνησης και την καλύτερη προσέγγιση ζητημάτων που απασχολούν την επιχείρηση σε διάφορους τομείς, όπως τα εργασιακά, το περιβάλλον και η κοινωνική προσφορά, βελτιώνονται και οι διοικητικές δομές και η αποτελεσματικότητα της διοίκησης του οργανισμού.

Τέλος, οι εφαρμογές της ΕΚΕ, πέρα από το κοινωνικό πρόσωπο έχουν ως στόχο την βελτιστοποίηση διαχείρισης των πόρων και των συναλλαγών που διενεργεί και χρησιμοποιεί. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται μείωση του κόστους συναλλαγών, αύξηση της παραγωγικότητας και μείωση του κόστους των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών και ο συνδυασμός όλων των παραπάνω οδηγεί σε συνθήκες αειφόρου ανάπτυξης. (Holmes & Watt, 2000)

Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης σε πρόσφατη έρευνα του παρουσίασε αποτελέσματα τα οποία δείχνουν ότι το 92% των Ελλήνων, δέχονται ένα ελαφρώς αυξημένο κόστος προϊόντων και υπηρεσιών εφόσον αυτά αντιπροσωπεύουν ορθές πρακτικές παραγωγής, διοίκησης και εργασιακής αντιμετώπισης, ενώ έρευνα της IBM (2011) έδειξε ότι όσες επιχειρήσεις έχουν επενδύσει σε δράσεις ΕΚΕ, έχουν αυξήσει τις αποδόσεις των κεφαλαίων τους κατά 68%.

Πέρα όμως από τα πολλαπλά θετικά που εμφανίζουν οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, σημειώνονται και κάποια αρνητικά τα οποία πρέπει να αναφερθούν. Το βασικότερο αρνητικό σημείο των δράσεων ΕΚΕ, είναι ότι πολλοί ενστερνίζονται την άποψη ότι αποτελούν μια ψεύτικη βιτρίνα η οποία δεν έχει κοινωνική σκοπό αλλά υποκρύπτει ίσως κάποιες άλλες αρνητικές συνέπειες της λειτουργίας της επιχείρησης, οι οποίες προσπαθούν να καλυφθούν με τον τρόπο αυτό (πχ εθελοντικές κοινωνικές δράσεις έναντι παράνομης ρύπανσης του περιβάλλοντος).

Επίσης, κάποιοι μελετητές πιστεύουν ότι η ΕΚΕ αποτελεί καθαρά ένα διαφημιστικό κόλπο και τεχνική αύξησης των πωλήσεων, καθώς στοχεύει στο κοινό αίσθημα και στην αλληλεγγύη εμπλεκομένων και καταναλωτικού κοινού.

Τέλος, για κάποιους οι δράσεις της ΕΚΕ, θεωρούνται ως μια ακριβή πολυτέλεια η οποία αυξάνει το τελικό κόστος των προϊόντων και των υπηρεσιών και το οποίο στην συνέχεια μετακυλύετε στον τελικό καταναλωτή χωρίς να υπάρχει ουσιαστική αντιστάθμιση της αύξησης του κόστους με τις ωφέλειες της δράσης. Επιπλέον, πιστεύεται ότι οι δαπάνες που βαρύνουν την ΕΚΕ, αποτελούν μείωση της κερδοφορίας και κατ' επέκταση, μείωση των αποδόσεων προς τους επενδυτές και τους μετόχους. (Euro2day, 2006b)

Σε κάθε περίπτωση, αντιμετώπιση των δράσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης θα πρέπει να γίνεται ορθά ως μια μακροπρόθεσμη επένδυση με πολλαπλά οφέλη, η οποία μπορεί βραχυπρόθεσμα να αυξάνει το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης αλλά μακροπρόθεσμα αποδίδει σε πολυεπίπεδη ανάλυση για την επιχείρηση σε ισόρροπη σχέση με τον άνθρωπο, την κοινωνία και το περιβάλλον προς όφελος της βιώσιμης ανάπτυξης.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Berle-Dodd Debate, 2012, «*Brief Guide to Corporate Social Responsibility*», SAGE Publications

Howard, B., 1953, «*Social Responsibilities of the businessman*», University of Iowa Press

Zairi, M. (2012). «*Measuring performance for business results*». Springer Science & Business Media.

Kiessling, T., Isaksson, L., & Yasar, B. 2016, Market orientation and CSR: Performance implications. *Journal of Business Ethics*, 137(2), pp. 269-284.

Wattanasupachoke, T. 2017, Corporate Social Responsibility (CSR) Strategies: A Study of the Gen Y's Perception in Thailand. *Chulalongkorn Business Review*, pp. 26-45.

Calabrese, A., Costa, R., Menichini, T., Rosati, F., & Sanfelice, G. (2013). «*Turning Corporate Social Responsibility-driven Opportunities in Competitive Advantages: a Two-dimensional Model*». *Knowledge and Process Management*.

Murthy, V., & Abeysekera, I., 2015, Corporate social reporting practices of top Indian software firms. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, Vol. 2, No. 1, pp. 36–59.

Turyakira, P., Venter, E., & Smith, E., 2014, The impact of corporate social responsibility factors on the competitiveness of small and medium-sized enterprises. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 17(2), pp. 157-172.

Davis, K., 1960, Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review*, 2, pp. 70-76.

Σμυρνής, Ν. Γ., 2015, Αποσαφήνιση του όρου εταιρική κοινωνική ευθύνη και οι άρρηκτοι δεσμοί της με τις επιχειρήσεις. Ανάκτηση 10/8/2019 από <https://hellenicnews.com/%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%83%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%8C%CF%81%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89/>

Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού, 1995,Λονδίνο, ανακτήθηκε από <https://www.csrhellas.net/about-us/timeline/>

Συνθήκη Ευρωπαϊκής Ένωσης ,2000,Λισσαβόνα, ανακτήθηκε από,

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf)

ΣΕΒ,2005,Χάρτα δικαιωμάτων και υποχρεώσεων επιχειρήσεων, ανακτήθηκε από [http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/48672/SEV\\_Xarta\\_dikaiomaton1.pdf](http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/48672/SEV_Xarta_dikaiomaton1.pdf)

<https://www.csrhellas.net/>

[http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Brochure-2016\\_EU.pdf](http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Brochure-2016_EU.pdf)

Fernandez-Feijoo-Souto, B. ,2009, Crisis and Corporate Social Responsibility: Threat or Opportunity? International Journal of Economic Sciences and Applied Research, pp. 36-50

Kotler, P., & Lee, N. ,2005,. “*Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*”,Willey

Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S., 2003, Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis. Organization Studies, pp. 403-438.

Garay, L., & Font, X.,2011, Doing Good to do well? CSR Reasons, practices and impacts in small and medium enterprises. International Journal of Hospitality Management, pp. 1-9.

Middleton, D., 2009, M.B.A.s Seek Social Change. The Wall Street Journal. Διαθέσιμο,στο:

(<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704107204574469602649140462>)

Ding, L., 2010, Promote the Employment: From the Corporate Social Responsibility View. 2010 International Conference on Management and Service Science. Beijing: IEEE, pp. 257-262.

Mandhachitara, R., & Poolthong, Y., 2011, A Model of Customer Loyalty and CSR. Journal of Services Marketing, pp. 122-133.

Louche C., Idowu, S., Filho W, 2017, Innovative CSR,From Risk Management to Value Creation, eBook. Διαθέσιμο στο:

(<http://lss-solutions.com/supply-chain-optimization-and-corporate-social-responsibility/?lang=en>)

Ανδρουτσόπουλος, Γ.Θ., 2011, «Εταιρική Διακυβέρνηση και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», σελ. 1-45., Γενέυη, European University

Porter, M., & Kramer, M. 2002, The competitive advantage of corporate philanthropy. Harvard Business Review, 80, pp. 56-68.

Porter, M., & Kramer, M.. 2006, Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84, pp. 76-93.

Davis, K., 1967, Understanding the Social Responsibility Puzzle. Business Horizons, 10(4), pp. 45-51.

Donaldson, T., & Dunfee, T. ,1994, Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory. Academy of Management Review, 19(2), pp. 252-284.

Matten, D., Crane, A., & Chapple, W.,2003, Behind de Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship. Journal of Business Ethics, 45(1-2),pp. 109-120.

Κύριοι Άξονες ΕΚΕ. Σύνταξη Μελέτης & Έρευνας για την Ε.Κ.Ε. ΣΤ. Παντελαίου Κ.Κολλυδάς ICAP Group Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

E Garriga, D Melé, 2004, corporate social responsibility theories: Mapping the territory, Journal of business ethics, Springer, pp. 51-66.

Holmes L, Watts R. 2000., «*Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*». World Business Council for Sustainable Development

<http://www.ceads.org.ar/downloads/Making%20good%20business%20sense.pdf>

ανακτήθηκε 12/8/2019

Euro2day, 2006β,η Ελληνική ΕΚΕ, Ανακτήθηκε από <https://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103716/h-ellhnikh-eke.html>



### 3. Θεωρητικές προσεγγίσεις της ΕΚΕ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια έννοια η οποία έχει τις ρίζες της στα αρχαία χρόνια. Μπορεί σήμερα να γνωρίζει την μεγαλύτερη της εφαρμογή και την ευρύτητα της διάστασης της όμως κατά καιρούς έχουν αναπτυχθεί διάφορες θεωρητικές προσεγγίσεις για τον σκοπό και την χρησιμότητάς μέσα σε μια αγορά και μια κοινωνία. Στο κεφάλαιο αυτό, στόχος μας είναι να συνοψίσουμε τις βασικότερες θεωρητικές προσεγγίσεις που έχουν αναπτυχθεί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και να συγκρίνουμε ομοιότητες και διαφορές ανά προσέγγιση.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη διακρίνεται σε δύο βασικές αρχές οι οποίες καθορίζουν και την στρατηγική αλλά και τα αίτια για τα οποία θα υιοθετήσουν δράσεις ΕΚΕ μέσα στην λειτουργία τους. (Danilovic et al, 2013)

#### 3.1. Η Αρχή της Χορηγίας

Με έντονα κοινωνικό χαρακτήρα, η προσέγγιση αυτή πρεσβεύει την άποψη ότι όποιες εταιρείες αποκομίζουν κέρδη από μια κοινωνία θα πρέπει μέρος των χρημάτων αυτών να επιστρέφεται στην κοινωνία με την μορφή κοινωνικής αλληλεγγύης και στήριξης. Η αναδιανομή αυτή, μπορεί να αφορά χορηγίες, θεσμός ο οποίος υφίσταται από την εποχή της αρχαίας Ελλάδας, μπορεί να αφορά κοινωνικό έργο ή γενικά μπορεί να αφορά μια υπεύθυνη στάση απέναντι στην κοινωνία αλλά και στους εργαζόμενους με σκοπό την προώθηση του δημόσιου και όχι μόνο του ιδιωτικού συμφέροντος. Ιδιαίτερα στο κομμάτι του πολιτισμού η έννοια της χορηγίας είναι μακράιωνη και αποτελούσε πράξη παραγωγής πολιτισμού, αναδεικνύοντας την υποχρέωση, την ευθύνη και την ευαισθησία που θα πρέπει να διακρίνει τους πολίτες και τις επιχειρήσεις απέναντι στον πολιτισμό. Στον 21<sup>ο</sup> αιώνα η έννοια της χορηγίας έχει συνδεθεί άρρηκτα με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καθώς η χορηγία αποτελεί ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να συμμετάσχουν σε πολιτιστικά προγράμματα ως χορηγοί αναδεικνύοντας την ευαισθησία τους σε πολιτιστικά προγράμματα. Το όνομα της εταιρίας συνδέεται άμεσα με το πολιτιστικό γεγονός και την συνεισφορά της σε αυτό, αυξάνεται η αναγνωρισιμότητα του ονόματος και των προϊόντων της μέσω της χορηγίας ενώ διαμορφώνει και μια θετική άποψη του κοινού για την λειτουργία της με βάση το συλλογικό συμφέρον και την υπεύθυνη εταιρική στάση απέναντι στα κοινωνικά, πολιτιστικά, ανθρωπιστικά ζητήματα (Γκατζιάς & Κορρες, 2011). Η ιδέα αυτή μάλιστα όσο περνάνε τα χρόνια βρίσκει πολύ

περισσότερους θιασώτες και επιχειρηματίες οι οποίοι εφαρμόζουν κοινωνικές δράσεις χωρίς απαραίτητα να υπάρχει κάποιο προφανές αντάλλαγμα. (Siu et al, 2014)

### **3.2. Η αρχή της διαχείρισης**

Η θεωρητική αρχή αυτή βασίζεται στην διαχείριση από πλευράς επιχειρήσεων των στρατηγικών αποφάσεων με γνώμονα το συμφέρον όλων των μελών μιας κοινωνίας τα οποία επηρεάζονται από τις πολιτικές και την λειτουργία μιας επιχείρησης. Με τον τρόπο αυτό οι αρχές της κοινωνικής ευθύνης σε ένα σημαντικό βαθμό ενσωματώνονται στην λήψη των επιχειρησιακών αποφάσεων. Η αρχή αυτή, προκλήθηκε από τις έντονες αντιδράσεις για μη συλλογικές συμπεριφορές των μεγάλων επιχειρήσεων έναντι του κοινωνικού συνόλου, γεγονός που οδήγησε σε μια γενικότερη κατακραυγή των πρακτικών τον περασμένο αιώνα. Σήμερα ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις δείχνουν να αντιλαμβάνονται την αλληλεπίδραση και την αλληλεξάρτηση τους με την κοινωνία στην οποία δρουν και λειτουργούν. Οι διοικήσεις των επιχειρήσεων υιοθετούν πλέον την άποψη ότι η επιχείρηση αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας καθώς από αυτήν αντλεί τους πόρους, φυσικούς και ανθρώπινους, μέσα σε αυτήν λειτουργεί, από αυτήν αντλεί το καταναλωτικό κοινό και την διέπουν οι ίδιοι κανόνες, συνθήκες και ανησυχίες. (Freemen & Liedtka ,1991)

### **3.3. Η θεωρία τριπλής βάσης TRIPLE BOTTOM LINE**

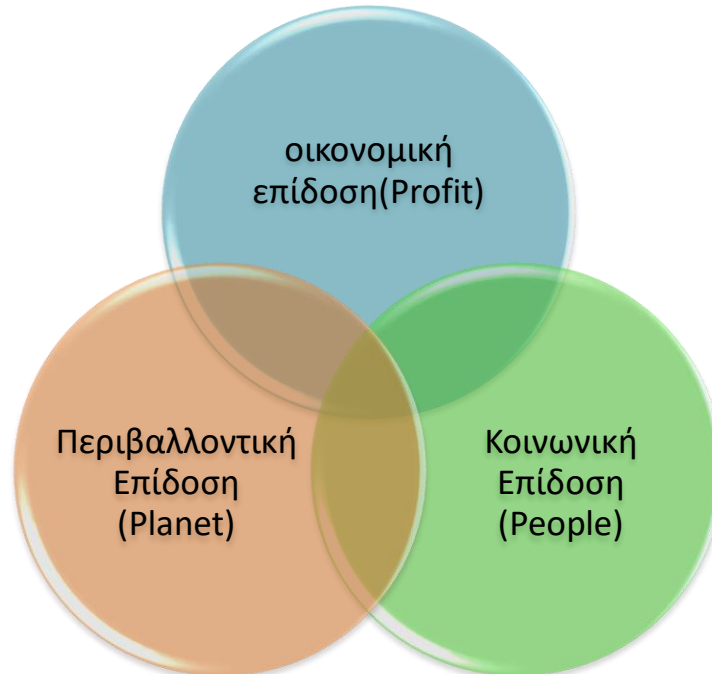
Η θεωρία τριπλής βάσης ως έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, πρωτοεισήχθη το 1994 από τον J.Elkington, ενώ το 1997 αποτυπώθηκε στο έργο του «Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup>». Η θεωρία της τριπλής βάσης προσπαθεί να διακρίνει τις διαστάσεις στις οποίες βασίζεται η εταιρική λειτουργία και όχι αποκλειστικά ο οικονομικός της σκοπός. Πέραν της οικονομικής λειτουργίας και αξίας, μια επιχείρηση θα πρέπει να βασίζεται στην κοινωνική της υπευθυνότητα και στην περιβαλλοντική της ευθύνη. Σε κάθε τους δηλαδή απόφαση σύμφωνα με την θεωρία του Elkington, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους και τις τρεις αυτούς παραμέτρους και τις επιπτώσεις της λειτουργίας τους σε αυτές.

Η θεωρία τριπλής βάσης, αποσκοπεί να αναδείξει την πλευρά της βιώσιμης ανάπτυξης μιας εταιρείας η οποία θεμελιώνεται σε τρεις διαφορετικές βάσεις και αξίες. Η μια αφορά το κέρδος μέσα από την οικονομική της αξία και τους σκοπούς λειτουργίας της επιχείρησης. Η δεύτερη αφορά, το κοινωνικό σύνολο και τον

ανθρώπινο παράγοντα μέσα από την αλληλεπίδραση της εταιρείας με την κοινωνία στην οποία υφίσταται και λειτουργεί. Τέλος, η τρίτη βάση αφορά την ευαισθησία απέναντι στο πλανήτη και στο περιβάλλον και ποιες πολιτικές ακολουθεί η επιχείρηση ώστε να αποκτή βιώσιμες πολιτικές και μεθόδους μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

Ένα σοβαρό εμπόδιο, στην αποτίμηση του αντίκτυπου των εταιρικών λειτουργιών στις τρεις διαφορετικές βάσεις, είναι ότι πέρα από την οικονομική απόδοση, η κοινωνική και η περιβαλλοντική απόδοση δεν μπορούν να αναλυθούν με χρηματοοικονομικούς όρους και ως εκ τούτου η σύγκριση τους είναι δύσκολη. Αυτό είναι η αιτία όπου οι τρεις διαφορετικές βάσεις, δεν μπορούν να συνυπολογιστούν ή να συνδυαστούν αλλά θα πρέπει να εξετάζονται ξεχωριστά.

Στον κοινό τόπο των τριών βάσεων βρίσκεται το θεμέλιο της αειφορίας και της βιώσιμης ανάπτυξης καθώς, η ουσία της θεωρίας είναι ότι από την στιγμή που υπολογίζεις τον αντίκτυπο μπορείς και να τον διαχειριστείς. Από την στιγμή δηλαδή που θα αρχίσεις να υπολογίζεις τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις της λειτουργίας σου ως εταιρείας, τότε θα μπορείς να τις διαχειριστείς και να λειτουργήσεις πιο υπεύθυνα. (Amos & Uniamicompro, 2016)



*Εικόνα 3-1, Η θεωρία τριπλής βάσης*

(Πηγή: Elkington, J., 1997, Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business. Capstone)

### 3.4. Η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (Stakeholders theory)

Η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών, είναι μια φιλοσοφία η οποία αναπτύχθηκε παράλληλα με την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας και θεωρείται άρρηκτα συνδεδεμένη με αυτήν.

Η θεωρία αυτή, ουσιαστικά πρεσβεύει την ενεργό εμπλοκή όλων των ενδιαφερομένων μερών στις αποφάσεις μια επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνική ευθύνη. Για να γίνει πιο κατανοητό αυτό θα πρέπει στο σημείο αυτό να ορίσουμε και να διακρίνουμε τα ενδιαφερόμενα μέρη στην λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. (Turker Altuntas, 2013)

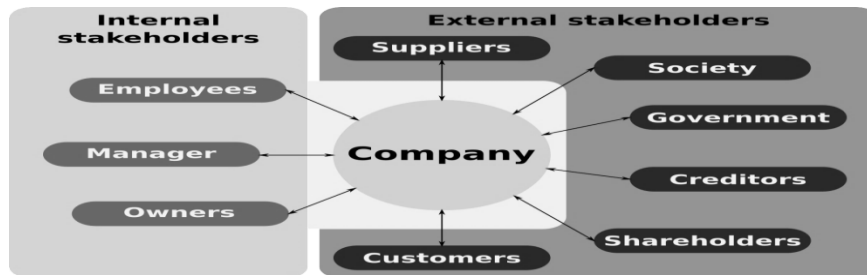
Στα πλαίσια της επιχειρηματικής λειτουργίας τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι όλοι όσοι επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την λειτουργία μιας εταιρείας και διακρίνονται σε δύο μεγάλες υποομάδες. Η μια ομάδα είναι οι ιδιοκτήτες (shareholders) και η άλλη ομάδα είναι οι έμμεσα εμπλεκόμενοι χωρίς τίτλους ιδιοκτησίας στα χέρια τους (Stakeholders). Οι ιδιοκτήτες ή μέτοχοι μιας εταιρείας είναι σίγουρα αυτοί που επηρεάζονται και ενδιαφέρονται άμεσα για τα αποτελέσματα και τις επιπτώσεις της λειτουργίας της. Από την άλλη, υπάρχουν οι εμπλεκόμενοι στην λειτουργία της εταιρείας οι οποίοι μπορεί να μην αποτελούν συστατικά μέλη, όμως τα συμφέροντα, τα δικαιώματα και η βιωσιμότητα τους επηρεάζονται από την λειτουργία στην οποία με κάποιον τρόπο συμμετάσχουν. (Mitroff, 1983)

Η βασική πρόταση της εν λόγω θεωρίας βασίζεται στην τάση διακύμανσης από την επιχειρησιακή λογική και αρχή μεγιστοποίησης των κερδών (Donaldson & Preston, 1995). Η μεγιστοποίηση των κερδών είναι ουσιαστικά η προσδοκία και ο στόχος των μετόχων και των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων. Με την εισαγωγή της θεωρίας, η επιχείρηση μπορεί να λαμβάνει υπόψη της τις ανάγκες, τις ανησυχίες και τις προσδοκίες όλων όσων εμπλέκονται στην λειτουργία της επιχείρησης και στη συνέχεια να καθορίζει ένα πρόγραμμα δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οι βασικότεροι Stakeholders είναι:

- Το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης
- Η τοπική αγορά και κοινότητα
- Οι προμηθευτές και οι συνεργάτες
- Οι υφιστάμενοι και οι δυνητικοί πελάτες

- Οι μη Κυβερνητικές Οργανώσεις και οι μη Κερδοσκοπικοί Κοινωνικοί Οργανισμοί



*Εικόνα 3-2, Η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών*

Πηγή:

([https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE\\_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7))

Με βάση την φιλοσοφία της θεωρίας των ενδιαφερομένων μερών, βασικά προϋπόθεση για την ανάπτυξη ορθολογικής ΕΚΕ, είναι ότι η λειτουργία και η συμπεριφορά μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, θα πρέπει να γίνεται κατανοητή και προβλέψιμη με βάση:

- Την φύση και την θέση των ενδιαφερομένων μερών
- Τα πρότυπα ορθής διαχείρισης και η υιοθέτηση τους από τα ενδιαφερόμενα μέρη
- Την επιρροή των μερών, σε σχέση με τις αποφάσεις της επιχείρησης (Miles, 2012)

Η ικανοποίηση των αναγκών και των προσδοκιών όσο περισσότερων ενδιαφερομένων μερών της επιχείρησης γίνεται, μπορεί να αποτελέσει κίνητρο διεύρυνσης των στόχων μιας επιχείρησης πέρα από την μεγιστοποίηση των κερδών γεγονός που μπορεί να την οδηγήσει σε καθεστώς βιώσιμης ανάπτυξης (Pirsch et al, 2007)

### 3.5. Η θεωρία μεγιστοποίησης της μετοχικής αξίας

Το 1972, ο Friedman, στο έργο του «The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits», υποστήριξε ότι η μοναδική ηθική υποχρέωση μιας επιχείρησης απέναντι στο κοινωνικό σύνολο είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους της και κατ'

επέκταση των κερδών των μετόχων σε συνάρτηση με το νομικό πλαίσιο και της επιχειρησιακής κουλτούρας της εκάστοτε χώρας. Η οποιαδήποτε αναδιανομή κερδών μέσω δράσεων Εταιρικής Ευθύνης, είναι αντίθετη στους νόμους της ελεύθερης οικονομίας.

Την ίδια άποψη υποστηρίζουν και οι Carriga & Mele (2004) όπου η ΕΚΕ θα πρέπει να θεωρείται ως ένα εργαλείο στρατηγικής το οποίο θα οδηγεί την επιχείρηση σε μεγιστοποίηση των κερδών και σε αύξηση της μετοχικής αξίας μέσω πρωτοβουλιών στα πεδία της κοινωνικής προσφοράς. (Freeman et al 2011)

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να παραθέσουμε και την άποψη του μεγαλύτερου διαμορφωτή της ελεύθερης οικονομίας, του Adam Smith. Ο Adam Smith, μπορεί να έμεινε στην ιστορία ως θεμελιωτής της ελεύθερης οικονομίας με το έργο του « ο πλούτος των εθνών» στο οποίο εισάγει τις βασικές αρχές της ελεύθερης οικονομίας με ελεύθερο ανταγωνισμό ο οποίος οδηγεί μέσω ενός «αόρατου χεριού» την αγορά και την κοινωνία σε ισορροπία και τις επιχειρήσεις σε μεγιστοποίηση των κερδών υπό δεδομένη τιμή. Αυτό όμως που δεν είναι ευρέως γνωστό είναι ότι το αμέσως προηγούμενο έργο του, ήταν η « θεωρία των ηθικών συναισθημάτων» όπου μέσα από αυτήν ο Smith, εισάγει πρώτος την έννοια της κοινωνικής αλληλεγγύης και της εν συναίσθησης. Παρουσιάζει την άποψη ότι πέρα από την «αόρατη διαχείριση» της αγοράς, η κοινωνία έχει ανάγκη και από ένα «χέρι φροντίδας» από την ανάγκη για αλληλοϋποστήριξη και φροντίδα των αδυνάτων. Το έργο αυτό το οποίο γράφτηκε στις αρχές της βιομηχανικής επανάστασης η οποία μετάβαλε το παγκόσμιο κοινωνικό τοπίο. Η βιομηχανική επανάσταση μπορεί να βελτίωσε το βιοτικό επίπεδο όχι όμως για όλες τις ομάδες του πληθυσμού καθώς οι ευάλωτες ομάδες επηρεάστηκαν αρνητικότητα από την βιομηχανική επανάσταση. Τα ζητήματα αυτά θίγονται και από τον έταιρο διανοητή της εποχής τον Karl Marx στο έργο του το «Κεφάλαιο».

### **3.6. Η θεωρία της βιώσιμης ανάπτυξης**

Η έννοια της αειφόρου ή βιώσιμης ανάπτυξης είναι μια πολυδιάστατη έννοια η οποία διέπει όλες τις εκφάνσεις της επιχειρηματικής ζωής, της οργάνωσης μιας αγοράς και μιας κοινωνίας καθώς και το σύνολο των στρατηγικών αποφάσεων ενός κράτους και μιας οικονομίας για τους μελλοντικούς επιθυμητούς στόχους.

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης αποσαφηνίστηκε το 1987 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (WCED) μέσα από την έκθεση Brundtland Report η οποία αναπτύσσει τις βασικές αρχές για την βιώσιμη ανάπτυξη

όπως είναι εννοιολογικά προσδιορισμένη σήμερα. Σύμφωνα με αυτήν την έκθεση τα περισσότερα προβλήματα σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν προκληθεί από την υπανάπτυξη που υφίσταται το νότιο ημισφαίριο της γης και την αλόγιστη χρήση παραγωγικών και οικονομικών μεθόδων του Βορρά. Ο ορισμός που δόθηκε ήταν « η βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που συναντά, τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να στερεί την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες». Η έκθεση αυτή έγινε αντικείμενο διαλόγου στον ΟΗΕ το 1989, που αποφάσισε στην συνέχεια να διοργανώσει Διάσκεψη για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (ΟΗΕ, 1989).

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, μπορεί να αποτελέσει το πλαίσιο στρατηγικής και την διοικητική φιλοσοφία επιχειρήσεων και οργανισμών με βάση την οποία οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εστιάσουν και να γίνουν πιο υπεύθυνες γύρω από τον συνδυασμό οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών θεμάτων με ισόρροπη λογική και στην βάση της βιώσιμης ανάπτυξης. Με τον τρόπο αυτό είναι εφικτό οι παρούσες γενιές να καλύψουν τις ανάγκες τους χωρίς να απειλείται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες (Panwar et al, 2006)

Για την χάραξη βιώσιμης πολιτικής ανάπτυξης μέσα από τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, έχουν διατυπωθεί βασικές αρχές για τις κύριες λειτουργίες μιας επιχείρησης, οι οποίες αφορούν την διοίκηση, την παραγωγική διαδικασία, την διάχυση τεχνογνωσίας και τεχνολογικής καινοτομίας, την αξιολόγηση και την διαχείριση των προμηθευτών και των συνεργατών, τους παραγωγούς και τους κατασκευαστές, όπως επίσης και τον σχεδιασμό των προϊόντων και των υπηρεσιών.

### **3.7. Η πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Carroll**

Το 1979 και στην συνέχεια το 1991, ο A.B.Carroll, έκανε ένα θεμελιώδες βήμα σύνδεση των οικονομικών επιδιώξεων μιας επιχείρησης και ενός οργανισμού με τις κοινωνικές επιταγές και ανάγκες μέσα από έναν ορισμό τεσσάρων επιπέδων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ο Carroll, κατέταξε τις ευθύνες μιας επιχείρησης σε τέσσερα συστατικά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, έτσι ώστε να πλαισιώσει τον ορισμό της ΕΚΕ, μέσα από ένα σύνολο ευθυνών και υποχρεώσεων της εταιρείας απέναντι στην κοινωνία συμπεριλαμβανομένων και των οικονομικών ευθυνών, έτσι ώστε να καταστεί η ΕΚΕ, έννοια νομιμοποιημένη και αποδεκτή. (Carroll, 2016).

Ο ορισμός του Carroll για την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων λέει ότι « η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, περιλαμβάνει οικονομικές, νομικές, ηθικές και διακριτικές ή φιланθρωπικές ευθύνες που η κοινωνία πρεσβεύει σε μια δεδομένη χρονική στιγμή» (Carroll, 1991, pp. 42-43)

Η θεωρία του Carroll, εμπλουτίζεται με τις υπόλοιπες πτυχές ευθυνών που διέπουν μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό (νομικές, ηθικές και διακριτικές) ώστε να επιτρέπεται η εμβάθυνση της ανάλυσης της επιχειρηματικής δράσης. Ο ορισμός αυτός, προσδιορίζει την αντανάκλαση των επιχειρηματικών επιδόσεων σε σχέση με το περιβάλλον, τα ενδιαφερόμενα μέρη και την κοινωνία πάνω στις τέσσερις κατηγορίες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι οποίες αποτελούν ουσιαστικά τις προσδοκίες και τις ανάγκες που προσδιορίζει μια κοινωνία απέναντι στις επιχειρήσεις την δεδομένη χρονική στιγμή. (Carroll, 2003)

Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά τα τέσσερα επίπεδα της πυραμίδας του Carroll

### **Η οικονομική ευθύνη**

Οι επιχειρήσεις δημιουργούνται με αντικειμενικό σκοπό το κέρδος. Με την πάροδο των χρόνων, αντικειμενικός σκοπός μεταβλήθηκε και μετατράπηκε σε μεγιστοποίηση των κερδών. Με την επίτευξη του αντικειμενικού τους σκοπού οι μονάδες επιτελούν την πρώτη τους ευθύνη ως οικονομικές μονάδες απέναντι στον άνθρωπο και στην κοινωνία. (Carroll et al, 1985). Εδώ θα πρέπει να επαναφέρουμε την θεωρία του M.Friedman, η οποία παρόλο που πρεσβεύει ότι η μοναδική ευθύνη της επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία είναι η μεγιστοποίηση των κερδών, φαίνεται να αποδέχεται τις υπόλοιπες ευθύνες της επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία (νομική, ηθική) εκτός από τις διακριτικές ή φιλανθρωπικές ευθύνες. Η κλασσική οικονομική θεωρία διαφέρει ως προς τις θεωρίες κοινωνικές ευθύνης, ότι αποτυγχάνει να εκτιμήσει τις μακροπρόθεσμες ωφέλειες των δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης έναντι των δράσεων βραχυπρόθεσμης μεγιστοποίησης των κερδών.

### **Οι νομικές ευθύνες**

Οι νομικές ευθύνες σύμφωνα με τον Carroll, αποτελούν, τις κωδικοποιημένες ηθικές αξίες και υποχρεώσεις και για τον λόγο αυτό αποτελούν μέρος του κοινωνικού συμβολαίου και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Πάνω στην θεωρία αυτή, κάποιοι ερευνητές συμφωνούν και την επεκτείνουν λέγοντας ότι οι νομικές υποχρεώσεις είναι βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη δράσεων κοινωνικής ευθύνης μέσα από ένα κανονιστικό πλαίσιο, ενώ άλλοι αντιτίθενται στην άποψη αυτή υποστηρίζοντας τον εθελοντικό προσδιορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ θεωρούν ότι με



την νομική θεσμοθέτηση της, επηρεάζεται ο χαρακτήρας της ελεύθερης αγοράς. (Carroll, 2012)

### **Οι ηθικές και οι διακριτικές ευθύνες**

Ο Carroll, διέκρινε τα επίπεδα των ευθυνών, κατατάσσοντας τις οικονομικές και νομικές ευθύνες ως απαιτούμενες και επιβεβλημένες, τις ηθικές ευθύνες ως προσδοκώμενες, ενώ τις διακριτικές ευθύνες (φιλανθρωπικές ή εθελοντικές) ως επιθυμητές. Μέσα από την διάκριση αυτή, γίνεται και διάκριση μεταξύ της κλασσικής οικονομικής θεωρίας που ενσωματώνει τις απαιτούμενες ευθύνες και του νέου κοινωνικού συμβολαίου που ενσωματώνει τις επόμενες δύο προσδοκώμενες και επιθυμητές ευθύνες οι οποίες αποτελούν και την πεμπτούσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οι ηθικές ευθύνες μιας επιχείρησης εκφράζουν ουσιαστικά τις ανησυχίες μιας κοινωνίας απέναντι σε μια επιχείρηση που έχουν να κάνουν με τον ηθικό κώδικα συμπεριφοράς της απέναντι στο κοινωνικό σύνολο, την κουλτούρα και τις κοινωνικές αξίες οι οποίες την διέπουν. Η ηθική ευθύνη είναι ουσιαστικά η πρωτοβουλία της επιχείρησης για ένα βήμα παραπέρα στην συμμόρφωση της με άτυπους κανόνες και κανονισμούς που δεν τους επιβάλλει η νομοθεσία.

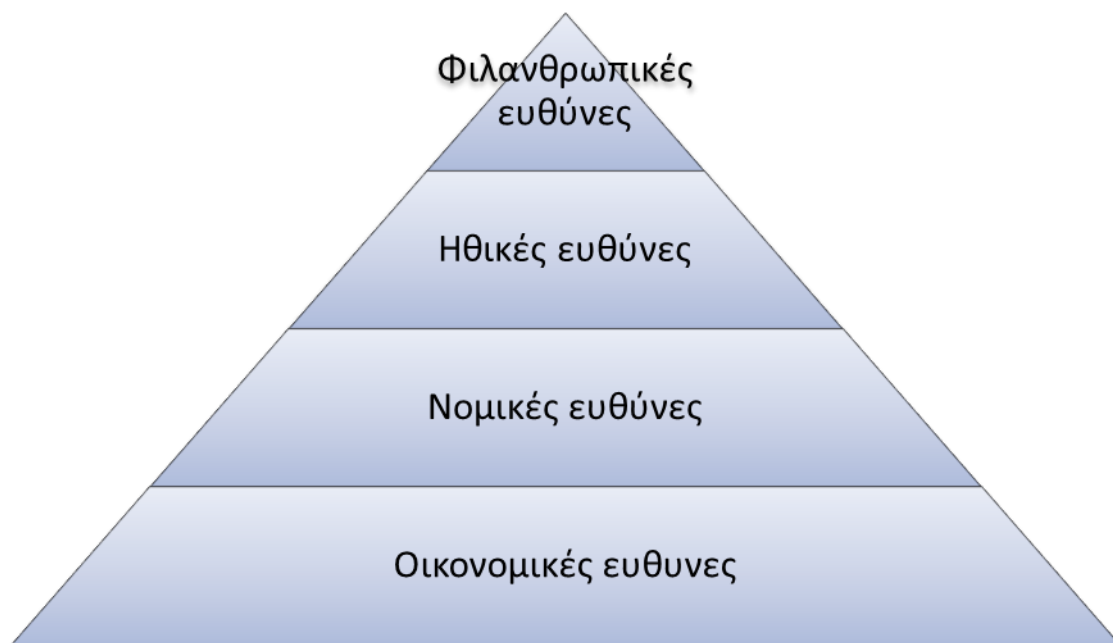
Η ηθική και νομική ευθύνη ακολουθούν η μια την άλλη στην πυραμίδα του Carroll, όμως έχουν μια συνεχή και ισχυρή αλληλεπίδραση, διευρύνοντας τα όρια και επεκτείνοντας τις προσδοκίες της κοινωνίας για τις επιχειρήσεις έτσι ώστε να υιοθετούν μέτρα και πολιτικές πολύ πιο μπροστά και πιο πάνω από την ισχύουσα νομοθεσία.

Η διακριτική ευθύνη περιλαμβάνει τον εθελοντικό ή φιλανθρωπικό ρόλο που μπορεί να υιοθετήσει μια επιχείρηση σύμφωνα με την διακριτική ευχέρεια της διοίκησης και την κριτική τους σκοπιά

Οι διακριτικές ευθύνες που μπορεί να αναλάβει μια επιχείρηση, είναι προσδοκώμενες από την κοινωνία και δεν τις επιτάσσει ούτε επιβάλλει καμία νομοθεσία ή ηθική υποχρέωση. Παρόλα αυτά στο πέρασμα των ετών, οι διακριτικές ευθύνες και η εκπλήρωση τους από τις επιχειρήσεις γίνονται όλο και πιο στοχευμένες με στρατηγικές επιλογές. Τέτοιου είδους δράσεις είναι για παράδειγμα, εθελοντισμός, χορηγίες για τις τέχνες, τον πολιτισμό, την ποιότητα ζωής, τη καταπολέμηση των αποκλεισμών και των ανισοτήτων, η συνδρομή σε φυσικές καταστροφές κλπ. Ουσιαστικά μιλάμε, για την μετουσίωση της εταιρίας σε έναν καλό «εταιρικό πολίτη»

Η διαφορά μεταξύ διακριτικής και ηθικής ευθύνης είναι ότι ενώ αποτελεί προσδοκία δεν αποτελεί ηθική έκπτωση. Για να γίνει κατανοητό αυτό, μπορούμε να πούμε εδώ, ότι μια επιχείρηση δεν κατακρίνεται ως ανήθικη αν δεν συνεισφέρει οικονομικά σε ανθρωπιστικά προγράμματα ενώ παράλληλα όταν οργανώνει προγράμματα φιλανθρωπίας, δεν μπορεί να θεωρηθεί και απαραίτητα ηθική. Η λεπτή γραμμή ισορροπίας είναι η ότι η εθελοντική πρωτοβουλία είναι επιθυμητή αλλά όχι απαραίτητη.

Εν κατακλείδι, στην πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αντικατοπτρίζονται οι τέσσερις βασικές ευθύνες, μιας επιχείρησης, με σπουδαιότερες την οικονομική και την νομική που θεωρούνται υποχρεωτικές. Ακολουθεί η ηθική διάσταση και ευθύνη, που επιβάλλεται να διέπει μια επιχείρηση και τέλος η διακριτική ευθύνη που διακρίνεται σε φιλανθρωπική ή εθελοντική δράση αποτελεί επιθυμία δράσης της επιχείρησης για την βελτίωση της ποιότητας ζωής χωρίς αυτό να προκύπτει από κάποια υποχρέωση.



*Εικόνα 3-3, Η πυραμίδα της ΕΚΕ*

(Πηγή: Carroll A. B., 1991, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, pp. 39-48 )

### 3.8. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και μάρκετινγκ

Σε πολλές περιπτώσεις, οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ταυτίζονται με τους στόχους του τμήματος μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων μιας επιχείρησης, χωρίς όμως αυτό να είναι απαραίτητα απόλυτο και γενικό κανόνας. Οι διαδικασίες του μάρκετινγκ είναι όντως στραμμένες προς την βελτίωση της εικόνας μιας επιχείρησης, την βελτίωση των εξωτερικών χαρακτηριστικών ενός προϊόντος καθώς και οι εξεύρεση των βέλτιστων τρόπων για την προώθηση των προϊόντων. Για να επιτευχθούν όλα αυτά, θα πρέπει οι κινήσεις να είναι προσανατολισμένες προς την κοινωνική υπευθυνότητα. Παράλληλα, το ίδιο τμήμα μπορεί να είναι επιφορτισμένο για την εισαγωγή, προβολή και την προώθηση των κοινωνικών δράσεων της επιχείρησης. Άλλωστε, στην σύγχρονη εποχή οι καταναλωτές είναι ενημερωμένοι και σε μεγάλο βαθμό κοινωνικά ευαισθητοποιημένοι ώστε να ψάχνουν τέτοιους είδους εταιρικούς προσανατολισμούς.

Παρόλα αυτά, η κουλτούρα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δεν μένει μόνο στο μάρκετινγκ αλλά διαπερνά και όλη την ιεραρχία και το οργανόγραμμα της επιχείρησης. Εμπλέκεται σε όλες τις διαδικασίες από την παραγωγή έως την διοίκηση. Εξάλλου, εάν οι κοινωνικές δράσεις της εταιρείας παραμένουν μόνο στους στόχους του μάρκετινγκ αργά ή γρήγορα αυτά μπορεί να αποκαλυφθούν στους καταναλωτές οι οποίοι θα αντιμετωπίσουν πλέον με καχυποψία τις εταιρικές κοινωνικές δράσεις. (Πραστάκος,2010)

Για τους παραπάνω λόγους, οι δράσεις του τμήματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να είναι επικεντρωμένες στον πελάτη και στην κοινωνία και να επιλέγει δράσεις οι οποίες ταιριάζουν με την εταιρική κουλτούρα και την φύση των δραστηριοτήτων της, ενώ θα πρέπει να διενεργεί διαδικασίες οι οποίες θα είναι συμβατές με τα περιβαλλοντικά οικοσυστήματα και το κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Όλες οι παραπάνω ενέργειες όμως θα πρέπει να είναι ενταγμένες σε μακροχρόνιες στρατηγικές και με τον βαθύτερο προγραμματισμό και σχεδιασμό της επιχείρησης και να μην μένουν μόνο στην επιφάνεια των δράσεων. Οι δράσεις θα πρέπει να συνηγορούν με τις αξίες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και να την συνεπικουρούν χωρίς να την προκαθορίζουν.

### **3.9. Κριτική ανάλυση θεωρητικών προσεγγίσεων ΕΚΕ**

Στο κεφάλαιο αυτό θα παραθέσουμε έναν πίνακα με τα βασικά στοιχεία των θεωρητικών προσεγγίσεων έτσι ώστε να μπορέσουμε να αναλύσουμε σημεία ομοιότητας και διαφοράς μεταξύ τους.

Πίνακας 3-1, Συγκριτική ανάλυση θεωρητικών προσεγγίσεων ΕΚΕ, ίδια επεξεργασία

Θεωρία ενδιαφερομένων μερών	Θεωρία τριπλής βάσης	Θεωρία μεγιστοποίησης της αξίας	Θεωρία της βιώσιμης ανάπτυξης	Θεωρία της Πυραμίδας του Carroll	ΕΚΕ και Μάρκετινγκ
<p>Διάκριση ενδιαφερομένων σε Shareholders &amp; Stakeholders</p> <p>Μετακίνηση από την αρχή μεγιστοποίησης των κερδών</p> <p>Συμμετοχή των ενδιαφερομένων στις τελικές αποφάσεις</p>	<p>Διάκριση των βάσεων ανάπτυξης μιας επιχείρησης σε τρία επίπεδα. (κέρδη, πλανήτης, άνθρωπος)</p> <p>Διεύρυνση των δραστηριοτήτων πέραν της μεγιστοποίησης κερδών</p> <p>Διακριτή εκτίμηση επιδόσεων κάθε βάσης με κοινό τόπο την αειφορία</p>	<p>Η ΕΚΕ αποτελεί στρατηγική αύξησης κέρδους</p> <p>Η μετοχική αξία αποτελεί κριτήριο κοινωνικών πρωτοβουλιών</p> <p>Η μόνη υποχρέωση της επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία είναι η επίτευξη κέρδους μέσα στα νομικά και ηθικά πλαίσια της χώρας.</p>	<p>Ισόρροπη επικέντρωση της επιχείρησης σε οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα</p> <p>Θεμελίωση 9 αρχών στην λειτουργία της επιχείρησης έτσι ώστε να θεωρηθεί βιώσιμη.</p> <p>Διάχυση των αρχών αυτών σε όλο το φάσμα των εμπλεκόμενων και ενδιαφερομένων μερών</p>	<p>Πλαισίωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης με τις οικονομικές ευθύνες της επιχείρησης.</p> <p>Διάκριση 4 επιπέδων ευθυνών σε σχήμα πυραμίδας με βάση τις οικονομικές και νομικές ευθύνες και κορυφή τις ηθικές και διακριτές</p> <p>Εφαρμογή έννοιας καλού εταιρικού πολίτη</p>	<p>Οι δράσεις ΕΚΕ και Μάρκετινγκ είναι άμεσα συνδεδεμένες αλλά όχι ταυτόσημες.</p> <p>Το μάρκετινγκ θα πρέπει να είναι πελατοκεντρικό και κοινωνικά υπεύθυνο χωρίς να καθορίζει την κοινωνική δράση της επιχείρησης γιατί υπάρχει η πιθανότητα δημιουργίας καχυποψίας από τους πελάτες</p>

Από τα βασικά σημεία των κυριότερων θεωρητικών προσεγγίσεων μπορούμε να εξάγουμε τα εξής συμπεράσματα. Οι θεωρίες ενδιαφερόμενων μερών, τριπλής βάσης και βιώσιμης ανάπτυξης έχουν ως κοινό τόπο την ισόρροπη διάκριση των στόχων της επιχείρησης σε κέρδος, περιβάλλον και άνθρωπο με κοινό τόπο την αειφορία και την βιώσιμη ανάπτυξη. Από την άλλη, η θεωρία μεγιστοποίησης κερδών και η πυραμίδα του Carroll, συμφωνούν στην διάκριση των ευθυνών σε οικονομικές νομικές και ηθικές με τον Carroll να προσθέτει και ως επιθυμητή αλλά όχι επιβεβλημένη την διακριτική ευθύνη. Όλες οι θεωρίες ανεξαιρέτως όμως ξεκινούν από την βάση της επίτευξης κέρδους ως αντικειμενικό σκοπό και στην συνέχεια εντάσσουν τυχόν κοινωνικές και εθελοντικές δράσεις στο πρόγραμμά τους.

Η θεωρία της βιώσιμης ανάπτυξης αναπτύσσει μια πιο ορθολογική προσέγγιση της λειτουργίας μιας επιχείρησης κι ενός οργανισμού προτείνοντας εκ βάθρων ανασχεδιασμό των εταιρικών λειτουργιών όχι μόνο της επιχείρησης αλλά και όλων των συμμετεχόντων και εμπλεκόμενων έμμεσα ή άμεσα στην λειτουργία της, από την φάση του σχεδιασμού της παραγωγικής διαδικασίας έως την φάση παραλαβής της υπηρεσίας ή του προϊόντος από τον τελικό καταναλωτή.

Επιπλέον, καμία από τις θεωρίες δεν μιλάει για το κόστος της εταιρικής ευθύνης, εκτός από την θεωρία της μεγιστοποίησης των κερδών το οποίο όπως είναι φυσικό προβλέπει και προτείνει απαραίτητα μεγιστοποίηση κερδών άρα, ελαχιστοποίηση του λειτουργικού κόστους. Για τον λόγο αυτό δεν θεωρεί και απαραίτητες τις κοινωνικές δράσεις.

Ακόμα, οι θεωρητικές αυτές προσεγγίσεις δεν αναφέρουν ρητά και ξεκάθαρα την συμβολή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας παρά μόνο με έμμεσες αναφορές στην βελτίωση λειτουργίας της επιχείρησης και στην βελτίωση ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών.

Μέσα λοιπόν από την παραπάνω συνοπτική συγκριτική ανάλυση μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι υφίσταται θεωρητικό ερευνητικό κενό σε δύο βασικά σημεία, τα οποία σχετίζονται με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που έχουν να κάνουν με το κόστος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και με την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας μιας επιχείρησης μέσω των δράσεων ΕΚΕ. Στα επόμενα κεφάλαια με την ανάπτυξη εμπειρικών ερευνών για την ελληνική πραγματικότητα, εστιάζοντας στον κλάδο των Τραπεζικών Επιχειρήσεων καλούμαστε να απαντήσουμε στα παραπάνω ερωτήματα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

- Danilovic, M., Hensbergen, M., Hoveskog, M. & Zadayannaya, L., 2013, Exploring diffusion and dynamics of Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility Management 2013. [on line] διαθέσιμο στην ιστοσελίδα της Wiley Online Library.
- Freeman, D. & J. Liedtka, 1991, Corporate Social Responsibility: A Critical Approach –Corporate Social Responsibility no Longer a Useful Concept, Business Horizons, vol. 28, no. 4, pp. 42-47.
- Siu, N. Y. M., Zhang, T. J. F. & Kwan, H. Y., 2014, Effect of corporate social responsibility, customer attribution and prior expectation on post-recovery satisfaction. International Journal of Hospitality Management, 43, pp. 87-97
- Elkington, J., 1997, «Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business». Capstone Publ.
- Freeman, I., & Hasnaoui, A., 2011, The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. Journal of Business Ethics, 100(3), pp. 419-443.
- Baumgartner, R. J., 2014, Managing corporate sustainability and CSR: A conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. Corporate Social Responsibility and Environmental Management., Vol21. pp. 258-271
- Jangu, T., Darus, F., Zain, M. M., & Sawani, Y. 2014. Does good corporate governance lead to better sustainability reporting? An analysis using structural equation modeling.Procedia-Social and Behavioral Sciences, 145, pp. 138-145
- AMOS O. Arowoshegbe, UNIAMIKOGBO Emmanuel, .2016,SUSTAINABILITY AND TRIPLE BOTTOM LINE: AN OVERVIEW OF TWO INTERRELATED CONCEPTS, Igbinedion University Journal of Accounting,Vol. 2,pp. 88-115
- Turker, D., &Altuntas, C. 2013. Ethics of social responsibility to indirect stakeholders: a strategic perspective.International Journal of Business Governance and Ethics,8(2), pp. 137-154
- Mitroff, I.,1983, «*Stakeholders of the Organizatioal Mind*», S.Francisco
- Miles, S., 2012, Stakeholders: essentially contested or just confused?, Journal of Business Ethics. 108 (3): pp. 285–298
- Pirsch J, Guptas S, Grau S.L ,2007, A Framework for Understanding Corporate Social Responsibility as Continuum: An Exploratory Study, Journal of Business Ethics

Friedman, M. 1972, The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, The New York Times Magazine διαθέσιμο στο <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>

E Garriga, D Melé, 2004, corporate social responsibility theories: Mapping the territory, Journal of business ethics, V12(2), pp. 113-114, Springer

Smith. A, 2012, «Η θεωρία των ηθικών συναισθημάτων», Εκδ. Παπαζήση

Karl Marx, 2016, «Το κεφάλαιο», Εκδ. Πολιτεία

Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. , 2014, Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from the US banking sector. Journal of Business Ethics, 125(4), pp. 601-615

<https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un--milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html>

Γ.Γ.ΟΗΕ Ψήφισμα 44/236, ανακτήθηκε από [https://www.unric.org/el/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6622&catid=19:-----sg-messages&Itemid=26](https://www.unric.org/el/index.php?option=com_content&view=article&id=6622&catid=19:-----sg-messages&Itemid=26)

Panwar R, Rinne T, Hansen E, Juslin H, 2006, Corporate Social Responsibility: Balancing Economics Environmental and social issues in the forest products industry, Products Journal, 56(2) pp. 4-12

Williams I. and Colute U, 1992, "From Idea to Action: Business and Sustainable Development", ICC Publishing

Carroll, A.B., (2016) Carroll's pyramid of CSR: taking another look, International Journal of Corporate Social Responsibility 2016:1:3 <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6> ανακτήθηκε 13/8/2019

Schwartz Mark S., Carroll Archie B., 2003, Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach, Business Ethics Quarterly, Vol. 13, No. 4, pp. 503

Carroll A. B., 1991, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, pp. 39-48

Carroll A. B., 2004, Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge, Academy of Management Executive, Volume 18, Issue 2, pp. 116-118

Carroll A. B., 1998, The Four Faces of Corporate Citizenship, Business and Society Review, 100/101: 1-7, Center for Business Ethics at Bentley College

Carroll A. B., Buchholtz Ann K., 2012, Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management, 8th Edition, Cengage Learning, pp. 40-45



Γκαντζιάς, Γ., & Κορρές, Γ., 2011 , «Πολιτιστική Οικονομία και Χορηγίες: Οικονομική Διαχείριση και Ανάπτυξη Πολιτισμικών Μονάδων», Πάτρα : ΕΑΠ

## 4. Αξιολόγηση της ΕΚΕ και δείκτες Επίδοσης δράσεων

Για να μπορέσουμε να εμβαθύνουμε περισσότερο στην έρευνα μας σχετικά με το κόστος, την ανταγωνιστικότητα και την αειφορία που μελετούμε κατά πόσον επηρεάζονται από τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, επιλέξαμε να μελετήσουμε την Ελληνική πραγματικότητα μέσα από το Τραπεζικό Σύστημα της χώρας. Στο παρόν κεφάλαιο, εισάγουμε τους τρόπους με τους οποίους αξιολογούνται οι διάφορες δράσεις ΕΚΕ και παρουσιάζουμε τους βασικότερους δείκτες επίδοσης σε σχέση με τα ζητούμενα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας μας.

### 4.1. Το ελληνικό δίκτυο της Εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Μετά την ίδρυση του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, το 1996 παρουσιάστηκε από το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, σε μια ημερίδα η δράση του Ευρωπαϊκού Δικτύου ΕΚΕ, ώστε να ελεγχθεί κατά πόσον υπάρχει γόνιμο έδαφος στην Ελληνική Επιχειρηματικότητα να ιδρυθεί αντίστοιχο Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ. Το 2000, πραγματοποιήθηκε η ίδρυση του από 13 ελληνικές επιχειρήσεις και τρεις Συλλογικούς Επιχειρηματικού φορείς. Το 2002 ολοκληρώθηκαν οι διαδικασίες με την αλλαγή του καταστατικού και την τελική μορφή του δικτύου ως Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Το Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ, είναι ένα μη κερδοσκοπικό Σωματείο, το οποίο έχει ως βασικό του σκοπό την προώθηση των σκοπών και των στόχων των δράσεων και των αρχών ΕΚΕ, ενώ είναι και το εποπτικό όργανο όλων των επιχειρήσεων σε σχέση με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. (<https://www.csrhellas.net/>)

Σήμερα το δίκτυο αριθμεί πάνω από 125 μέλη με τουλάχιστον 300 δράσεις και πάνω από 500 εκπροσώπους των μελών σε όλη την επικράτεια και οι κύριοι άξονες δράσης του είναι:

- Η ενημέρωση των μελών σε θέματα ΕΚΕ
- Η συνεργασία και η επαφή με όλους τους εμπλεκόμενους επιχειρηματικούς φορείς για την από κοινού πληροφόρηση και ανάπτυξη προβληματισμών.
- Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δράσεων και η προώθηση προγραμμάτων σε μια από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών ανισορροπιών
- Η διάχυση και η διάδοση των μεθόδων και των πρακτικών της κοινωνικής συνοχής, της αειφορίας και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (<https://www.csrhellas.net/>)

## 4.2. Το κόστος της ΕΚΕ στις Ελληνικές επιχειρήσεις

Το 2018 η εταιρία στατιστικών μελετών ICAP, διεξήγαγε κλαδική μελέτη για την αξιολόγηση της εφαρμογής ΕΚΕ στις ελληνικές επιχειρήσεις, σκιαγραφώντας τα οφέλη και τα κόστη των δράσεων και την διερεύνηση τυχόν ανασταλτικών παραγόντων στην πορεία υλοποίησης περαιτέρω δράσεων.

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας αυτής, τα περισσότερα κονδύλια των ελληνικών επιχειρήσεων διοχετεύονται σε δράσεις που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό με ποσοστό 39%, γεγονός που παραμένει αμετάβλητο από την πρώτη χρονιά που διεξήγαγε η εταιρεία την έρευνα το 2011. Οι επιχειρήσεις δίνουν μεγαλύτερη βάση στην αναβάθμιση του ανθρώπινου παράγοντα με προγράμματα παροχής ίσων ευκαιριών και προγράμματα επιμόρφωσης και ανάπτυξης δεξιοτήτων.

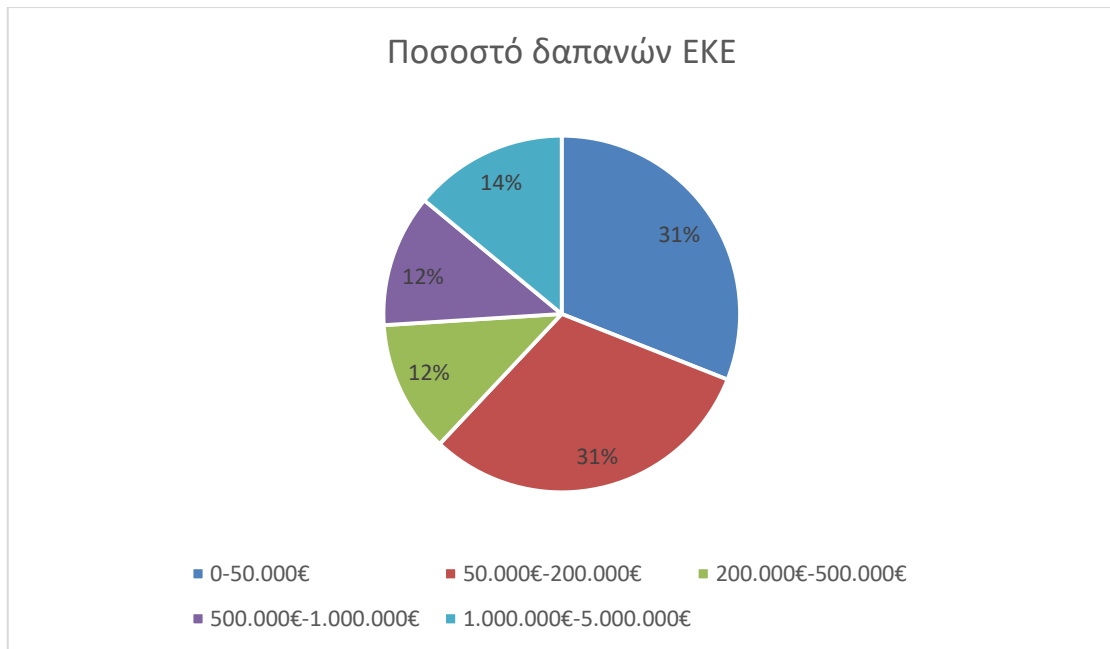
Ακολουθούν οι δράσεις για την κοινωνία με μερίδιο 26% και το περιβάλλον με 21% ενώ οι λιγότερες δράσεις αφορούν την αγορά με ποσοστό 14% (ICAP, 2018).



*Διάγραμμα 4-1, Δαπάνες ΕΚΕ κατά κλάδο*

*(Πηγή: ICAP, Κλαδική μελέτη ΕΚΕ, 2018)*

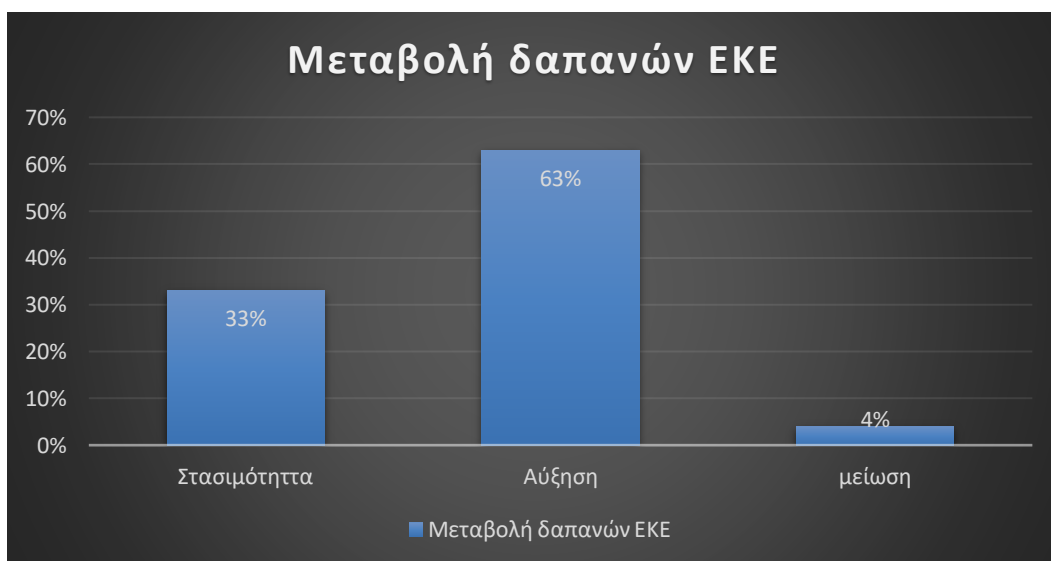
Με βάση τα στοιχεία της ίδιας έρευνας, το ύψος των δαπανών των επιχειρήσεων για δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αγγίζει τα 200.000€ για το 62% των επιχειρήσεων, το 24 % διαθέτει κονδύλια από 200.000 έως 1εκ€ και ένα ποσοστό κοντά στο 14% διαθέτει κονδύλια από 1εκ€ έως και 5εκ€, όπως παρουσιάζονται και στο παρακάτω διάγραμμα.



*Διάγραμμα 4-2, Ποσοστό δαπανών ΕΚΕ ανά ύψος κονδυλίων*

(Πηγή: ICAP, Κλαδική Μελέτη ΕΚΕ, 2018)

Επίσης είναι σημαντικό να σημειώσουμε εδώ, ότι παρόλη την τρέχουσα οικονομική συγκυρία την περίοδο 2016/2017, τα έξοδα των δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αυξήθηκαν κατά 63%, ενώ για το 33% των επιχειρήσεων έμειναν στάσιμα και μόνο ένα ποσοστό 4% μείωσε τις δαπάνες του για την ΕΚΕ.



*Διάγραμμα 4-3, Μεταβολή δαπανών ΕΚΕ την διετία 2016/2017*

(Πηγή: ICAP, Κλαδική Μελέτη, 2018)

Στην έρευνα αυτή καταρτίστηκε και ερωτηματολόγιο για τα κύρια οφέλη που προκύπτουν από τις δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, το οποίο απάντησαν εταιρείες με τα κυριότερα ευρήματα να παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

*Πίνακας 4-1, Οφέλη εταιρειών από την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ (Πηγή: ICAP, 2018)*

<b>ΟΦΕΛΗ ΕΚΕ</b>	<b>Βαθμός σημαντικότητας</b>				
	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
<b>Ενίσχυση και προστασία εταιρικής εικόνας</b>	2%	2%	6%	47%	43%
<b>Κοινωνική αλληλεγγύη</b>		4%	10%	30%	56%
<b>Προσέλκυση και διατήρηση υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού</b>	4%		10%	58%	28%
<b>Βελτίωση της απόδοσης των εργαζομένων</b>			24%	54%	22%
<b>Μεγαλύτερη ικανοποίηση και διατήρηση πελατείας</b>	6%	8%	16%	45%	25%
<b>Βελτίωση σχέσεων με το επιχειρηματικό περιβάλλον</b>	6%	8%	27%	42%	17%
<b>Παροχή μεγαλύτερης αξίας στους μετόχους</b>	14%	13%	17%	35%	21%
<b>Αύξηση πωλήσεων</b>	15%	17%	31%	31%	6%
<b>Φοροελαφρύνσεις</b>	27%	23%	35%	15%	-

Όπως παρατηρούμε το 90% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι η ενίσχυση της φήμης της εταιρείας είναι από τα σημαντικότερα οφέλη της συμμετοχής σε δράσεις ΕΚΕ,

απαντώντας «πολύ» και «πάρα πολύ» στην σημαντικότητα του οφέλους αυτού. Ακόμα, η συνεισφορά στην κοινωνία με 86% ακολούθησε, όπως και η προσέλκυση και διατήρηση υψηλού επιπέδου ανθρώπινου δυναμικού, με το ίδιο ποσοστό και όλες οι υπόλοιπες ωφέλειες με χαμηλότερα ποσοστά.

Από αυτήν την έρευνα εξάγεται το συμπέρασμα ότι για τις επιχειρήσεις οι δράσεις της ΕΚΕ, αποφέρουν σε μεγαλύτερο βαθμό ενίσχυση της φήμης και της εταιρικής εικόνας, συνδράμουν στην κοινωνική αλληλεγγύη και συνοχή και προσελκύουν υψηλής ποιότητας ανθρώπινο δυναμικό το οποίο διατηρούν με κατάλληλα προγράμματα και δράσεις.

Οι μεγαλύτερες εταιρείες της ελληνικής οικονομίας αναγνωρίζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την σημαντικότητα της Εταιρικής Ευθύνης και την ιεραρχούν σε πολύ ψηλό σημείο όσον αφορά στην επιχειρηματική τους δράση. Η έρευνα έδειξε ότι η το 89% των επιχειρήσεων την αξιολογούν ως «πολύ» και «πάρα πολύ» σημαντική δράση, παρόλο που σύμφωνα με τα ίδια ευρήματα η ΕΚΕ στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς, καθώς το 66% των ερωτηθέντων επιχειρήσεων, θεωρούν ότι ο βαθμός διείσδυσης και υιοθέτησης πρακτικών ΕΚΕ, κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα στην παρούσα φάση, ενώ μόνο το 4% πιστεύει ότι η ΕΚΕ έχει υιοθετηθεί σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό από τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Συμπέρασμα των παραπάνω είναι ότι η ΕΚΕ, έχει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης στην ελληνική επιχειρηματικότητα ενώ παράλληλα θα πρέπει να διευρυνθεί η περιοχή και οι άξονες δραστηριοτήτων της ΕΚΕ σε ακόμα περισσότερα πεδία (ICAP, 2018).

#### **4.3. Η αξιολόγηση των επιδόσεων της ΕΚΕ**

Το 2008, ιδρύθηκε στην Ελλάδα, το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης σε συνεργασία του Ελληνικού και του Βρετανικού δικτύου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το ινστιτούτο αφορά στην δημιουργία μιας αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας, η οποία διαμορφώνει και αντιπροσωπεύει για την ελληνική πραγματικότητα των Δείκτη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CR INDEX). Πάνω από 25 από τις μεγαλύτερες ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις που λειτουργούν στην ελληνική επικράτεια και απασχολούν χιλιάδες άτομα ως ανθρώπινο δυναμικό με σημαίνοντα ρόλο στην ελληνική οικονομία συμμετάσχουν στην αξιολόγηση και στην διαμόρφωση του CR INDEX (Μαμιδάκη, 2015). Βασικός στόχος του Ινστιτούτου, είναι να εδραιωθούν περαιτέρω οι δράσεις ΕΚΕ στην ελληνική επιχειρηματικότητα και να αναχθούν

ελληνικές επιχειρήσεις ως πρωτοπόρες στον παγκόσμιο χάρτη επιδόσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Για την επίτευξη των στόχων, το Ινστιτούτο επιδιώκει συνεχείς και σταθερές συνεργασίες με την ελληνική επιχειρηματική κοινότητα, με οργανισμούς εθνικής και διεθνούς εμβέλειας με δημόσιους φορείς, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και ΜΚΟ ώστε να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα (<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=7>).

#### 4.3.1. Ο δείκτης CR INDEX

Ο CR INDEX αποτελεί όπως προαναφέραμε τον εθνικό δείκτη αξιολόγησης ΕΚΕ, με βάση τον οποίο μετράται η απόδοση των εταιρειών της ελληνικής επικράτειας στους διάφορους τομείς ΕΚΕ, με εγκυρότητα σε διεθνές επίπεδο.

Η εγκυρότητα του τον καθιστά βασικό εργαλείο αξιολόγησης και αναφοράς, στην σύγκριση των επιδόσεων μεταξύ των εταιρειών σε τέσσερις βασικούς άξονες δράσης. Την κοινωνία, το περιβάλλον, τους εργαζόμενους και την αγορά. Με βάση τις επιδόσεις οι διακρίσεις χωρίζονται σε τέσσερα επίπεδα σύμφωνα με την βαθμολόγηση της επιχείρησης: Platinum, Gold, Silver, Bronze., τελευταία προστέθηκε και η κατηγορία Diamond. (<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>)

Εκτός από τους τέσσερις βασικούς άξονες που εξετάζει ο CRINDEX, περιλαμβάνει και έξι επίπεδα επίδρασης, τρία περιβαλλοντικά και τρία κοινωνικά ενώ η έρευνα διακρίνεται σε πέντε ενότητες για κάθε άξονα με διαφορετικό συντελεστή βαρύτητας για καθεμιά από αυτές οι οποίες είναι:

- Εταιρική Στρατηγική
- Ενσωμάτωση
- Διαχείριση
- Τομείς Επίδρασης
- Δημοσιοποίηση/επικοινωνία

Τα οφέλη συμμετοχής στην διαδικασία αξιολόγησης στον CR INDEX είναι ότι παρέχονται για κάθε εταιρεία εμπιστευτικές πληροφορίες σε σχέση με την ποιότητα της διοίκησης, υπάρχουν συγκρίσεις σε σχέση με τον κλάδο και με το σύνολο των συμμετεχόντων στον δείκτη. Παράλληλα καταγράφονται οι ελλείψεις και οι υστερήσεις (gap analysis) έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα για την ανάληψη δράσεων, ανίχνευση σημείων και πεδίων που χρήζουν βελτίωσης ενώ γίνεται και προσδιορισμός ευκαιριών, κινδύνων και πολλών άλλων στοιχείων.

Για το 2019 οι ελληνικές εταιρείες οι οποίες βραβευθήκαν για την κοινωνική υπευθυνότητα τους από το CR INDEX ήταν ανά κατηγορία:

DIAMOND: Εθνική Τράπεζα

PLATINUM: WIND HELLAS

GOLD: GENESIS PHARMA, JANSSEN-CILAG Φαρμακευτική ΑΕΒΑ, PepsiCo Greece, Novartis Hellas ΑΕΒΕ

SILVER: Διαγνωστικό και Θεραπευτικό Κέντρο Αθηνών ΥΓΕΙΑ

BRONZE: Μέλισσα Κικίζας ΑΕΒΕΕ Τροφίμων, Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου ΑΕ, Μύλοι Λούλη ΑΕ.

Το βραβείο για την μεγαλύτερη πρόοδο σε σχέση με την περσινή αξιολόγηση έλαβε η Janssen-Cilag Φαρμακευτική ΑΕΒΕ, ενώ ο βραβείο για την καλύτερη νεοεισερχόμενη εταιρεία στον CR INDEX έλαβε το Διαγνωστικό και Θεραπευτικό Κέντρο Αθηνών ΥΓΕΙΑ

(<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?lang=gr&CatId=97&View=8>)

#### 4.3.2. Ο δείκτης CRI PASS

Το 2015, το Ινστιτούτο Εταιρικής Υπευθυνότητας, παρουσίασε σε συνεργασία με ανεξάρτητους επιστήμονες το πρότυπο CRI PASS, με σκοπό την περαιτέρω διάδοση της έννοιας της Εταιρικής Υπευθυνότητας βασισμένης σε διεθνή πρότυπα και πρακτικές.

Το CRI PASS, είναι ένα εργαλείο το οποίο σχεδιάστηκε κυρίως για μικρομεσαίες επιχειρήσεις καθώς και μεγαλύτερες έως πολυεθνικές οι οποίες βρίσκονται στα πρώτα στάδια υιοθέτησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Μέσα από το εργαλείο αυτό, οι εταιρείες βρίσκουν όλα τα απαραίτητα στοιχεία διάγνωσης και ανάπτυξης της ΕΚΕ, καθώς μέσα από ελέγχους, επιθεωρήσεις και αναφορές μετράται ο βαθμός προσαρμογής στα κριτήρια της ΕΚΕ, ανιχνεύονται τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία και δίνεται η δυνατότητα στις επιθεωρούμενες εταιρείες να αναλάβουν ενέργειες ώστε να βελτιώσουν αδυναμίες και να ενισχύσουν δυνατά τους σημεία.

Το CR PASS, αποτελεί ουσιαστικά, την προετοιμασία της επιχείρησης για την εισαγωγή της στο CR INDEX, έτσι ώστε να μπορέσει να βαθμολογηθεί θετικά στα διάφορα επίπεδα διάκρισης. Το CR PASS, περιλαμβάνει απλοποιημένες τις προδιαγραφές του CR INDEX, έτσι ώστε η εταιρεία να δοκιμαστεί και να ελεγχθεί κι



εφόσον κριθεί επαρκής να λάβει το CR PASS και να προχωρήσει στην επόμενη φάση ελέγχου.

Το CR PASS, θεωρείται το κατάλληλο διαγνωστικό εργαλείο για μικρομεσαίες επιχειρήσεις και δίνει την δυνατότητα απόκτησης γνώσης για τους συμμετέχοντες γύρω από τα βασικά θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, έτσι ώστε αυτά να αναγνωριστούν και να ενισχυθούν όπου χρειάζεται.

Για την συμπλήρωση προς επιθεώρηση απαιτείται μόνον ένας μήνας ενώ η διαδικασία έχει πολύ χαμηλό οικονομικό κόστος γεγονός που την καθιστά ελκυστική για όλες τις εταιρείες αλλά κυρίως για τις μικρομεσαίες και αυτό γίνεται εύκολα κατανοητό και ορατό από την έντονη ανταπόκριση, συμμετοχικότητα και ενδιαφέρον που παρουσιάζει ο θεσμός αυτός τα τελευταία χρόνια για τις επιχειρήσεις. (Μαμιδάκη, 2015)

Για την χρονιά 2019 την διάκριση CRI Pass, έλαβαν η ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ, η ION A.E, η Νέα Γενιά Εκπαιδευτήρια Ζηρίδη και η NJV Athens Plaza. Το CRI PASS διοργανώθηκε για 5<sup>η</sup> συνεχή χρονιά για τις εταιρείες που θέλουν να εισαχθούν συστηματικά και βαθύτερα στις έννοιες και τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης(<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?lang=gr&CatId=97&View=8>).

#### **4.3.3. Οι δείκτες FTSE4GOOD**

Οι δείκτες FTSE4GOOD δημιουργήθηκαν από τον διεθνή χρηματιστηριακό οργανισμό FTSE, έτσι ώστε να ενισχυθεί η πληροφόρηση ενδιαφερόμενων και δυνητικών επενδυτών για την εταιρική υπευθυνότητα υπό διερεύνηση εταιρειών. Αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο τεκμηρίωσης καθώς έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να υλοποιούν αντικειμενικές μετρήσεις για τις εταιρείες και τις επιδόσεις τους στον τομέα της κοινωνίας, του περιβάλλοντος και της διακυβέρνησης, οι οποίες πληρούν έγκυρα και βασικά διεθνή πρότυπα εταιρικής υπευθυνότητας.

Εκτός από εργαλείο επενδυτικής αξιολόγησης οι δείκτες του FTSE4GOOD αποτελεί επίσης εργαλείο έρευνας και ταυτοποίησης εταιριών με περιβαλλοντικές και κοινωνικά βιώσιμες πρακτικές.

Επιπλέον οι δείκτες του FTSE4GOOD χρησιμοποιούνται ως πρότυπο αναφοράς παγκοσμίως με βάση το οποίο οι εταιρείες μπορούν να προσθέσουν και να ελέγξουν την πρόοδο και την εξέλιξη τους.

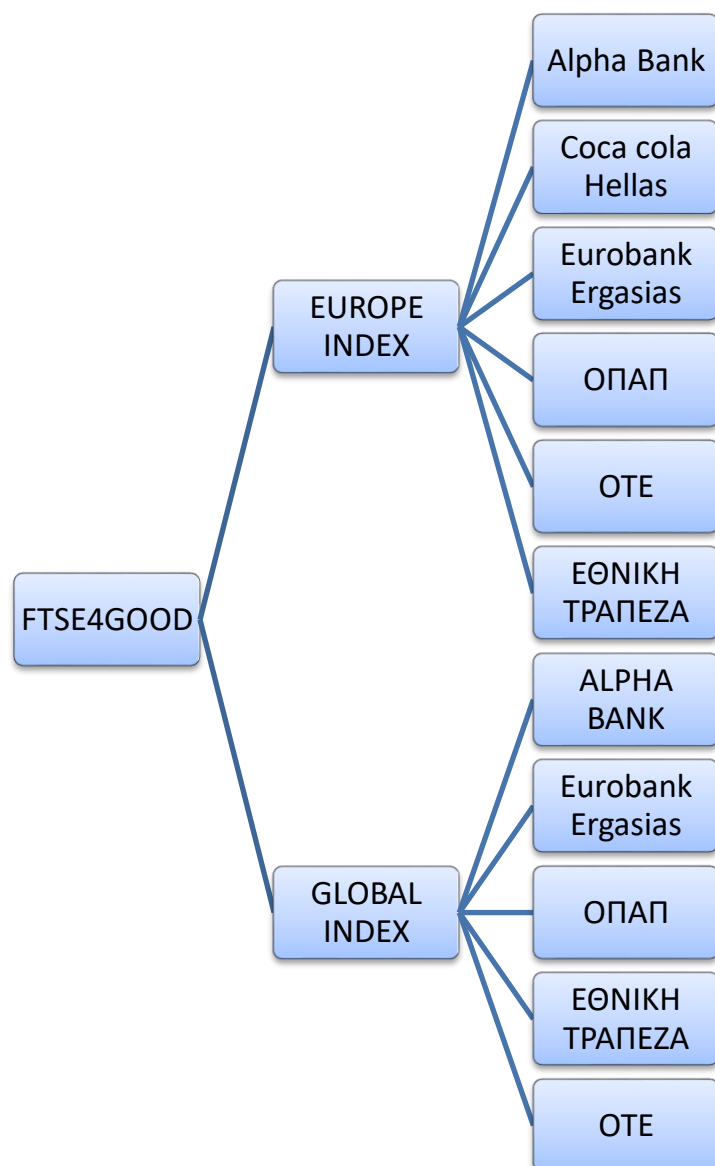
Τέλος οι δείκτες χρησιμοποιούνται για τον έλεγχο της πορείας απόδοσης των αναπτυξιακών επενδύσεων.

Για να έχει την δυνατότητα μια εταιρεία να συμπεριληφθεί στους δείκτες FTSE4GOOD, θα πρέπει να πληροί κριτήρια επάρκειας σε 5 βασικές κατηγορίες:

- Της βιώσιμης ανάπτυξης
- Της ανάπτυξης θετικών σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη
- Της υποστήριξης και προάσπισης των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
- Της διασφάλισης κατάλληλων και ηθικών συνθηκών εργασίας στην παραγωγική γραμμή και διάθεση προϊόντων
- Στην δράση απέναντι στην δωροδοκία

Από την όλη διαδικασία εξαιρούνται επιχειρήσεις οι οποίες διατηρούν συμφέροντα συμμετοχής σε βιομηχανίες καπνού, οπλικών συστημάτων, πυρηνικών σταθμών ηλεκτρικής ενέργειας και εταιρείες επεξεργασίας ουράνιου (<https://www.ftserussell.com/products/indices/ftse4good>) .

Παρακάτω παρουσιάζουμε έναν πίνακα για τις ελληνικές επιχειρήσεις οι οποίες συμμετάσχουν στον διεθνή δείκτη FTSE4GOOD



Σχήμα 4-1, Εισηγμένες εταιρίες Χ.Α. που περιλαμβάνονται στον δείκτη FTSE4GOOD  
(Πηγή: [www.sustainable-investment.org](http://www.sustainable-investment.org))

#### 4.3.4. Ο δείκτης DowJones Sustainability

Το 1999 πρωτευσήχθησαν στην παγκόσμια αγορά, οι δείκτες αειφορίας Dow Jones. Οι δείκτες αυτοί καταγράφουν σε παγκόσμιο επίπεδο την απόδοση των κορυφαίων εταιριών σε επίπεδα αειφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης (<http://www.sustainability-index.com>).

Οι μέθοδοι αξιολόγησης περιλαμβάνουν οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Πιο ειδικά, κριτήρια επιλογής αποτελούν

- Η εταιρική στρατηγική για την κλιματική αλλαγή
- Η πρακτικές κατανάλωσης ενέργειας
- Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού
- Οι σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη
- Η εταιρική διακυβέρνηση

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα σημεία αναφοράς και εκτίμησης για κάθε κριτήριο επιλογής στον δείκτη

Πίνακας 4-2, Κριτήρια αξιολόγησης επιχειρήσεων DOW JONES SUSTAINABILITY

Διαστάσεις	Κριτήρια
Οικονομική	Κώδικες Συμπεριφοράς/Συμμόρφωσης/Διαφθορά & δωροδοκία Εταιρική διακυβέρνηση Μάνατζμεντ κινδύνου και κρίσεων Ειδικά βιομηχανικά κριτήρια
Περιβαλλοντική	Περιβαλλοντική Έκθεση και αναφορά Ειδικά βιομηχανικά κριτήρια
Κοινωνική	Εταιρική υπευθυνότητα/φιλανθρωπία Δείκτες εργασιακής πρακτικής Ανάπτυξη του ανθρώπινου κεφαλαίου Κοινωνική αναφορά και έκθεση Προσέλκυση ταλέντων και διατήρηση Ειδικά βιομηχανικά κριτήρια

INDEXES (Πηγή: <http://www.sustainability-index.com>)

Η μοναδική ελληνική εταιρεία η οποία έχει λάβει την διάκριση του δείκτη αειφορίας αυτού, είναι η Τράπεζα Πειραιώς η οποία εντάχθηκε για πρώτη φορά το 2014 έπειτα από έλεγχο και αξιολόγηση από την Robeco SAM Corporate Sustainability Assessment. (<https://www.kathimerini.gr/784093/article/oikonomia/epixeirhseis/enta3-h-ths-peiraiws-ston-deikth-dow--jones-sustainability>)

#### 4.3.5. Το κοινωνικό βαρόμετρο ASBI

Το 2003, η MEDA Communication, σε συνεργασία με την εταιρεία στατιστικών ερευνών VPRC, εισήγαγαν στην ελληνική επιχειρηματικότητα το ερευνητικό εργαλείο με την ονομασία βαρόμετρο Αναγνωσιμότητας και Κοινωνικής συμπεριφοράς (Awareness & Social Behavior Index-ASBI) (<http://www.meda.gr/>, <http://www.vprc.gr/>). Το εργαλείο αυτό καταμετρά και καταγράφει τις τάσεις και τις κοινωνικές συμπεριφορές σε σχέση με τις δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων, καθώς και τις μεταβολές και επιδράσεις της, στις εταιρείες και στους οργανισμούς που την υιοθετούν. Η μέτρηση πραγματοποιείται ετησίως και λαμβάνουν μέρος σε αυτήν 1500 άτομα ως δείγμα με ηλικίες από 15+. Η μέτρηση αυτή αποτελεί και την μεγαλύτερη έρευνα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην ελληνική πραγματικότητα.

Οι μετρήσεις εστιάζουν σε τρεις βασικούς άξονες δραστηριοτήτων

- Στην κοινωνική ευαισθητοποίηση των πολιτών, όπου καταμετράται η ενεργοποίηση, η στάση και η συμπεριφορά των πολιτών σε κοινωνικά θέματα
- Κοινωνικό εταιρικό έργο, όπου αποτυπώνονται οι επιρροή, η διάχυση και η διάδοση των πρακτικών ΕΚΕ, στην κοινή γνώμη της χώρας
- Το έργο εθελοντικών οργανισμών και μη κυβερνητικών οργανώσεων, όπου αξιολογείται η απήχηση του έργου των κοινωνικών οργανισμών και φορέων στην ελληνική κοινωνία.

Τα οφέλη που προκύπτουν για τους συνδρομητές εταίρους σύμφωνα με τους φορείς διοργάνωσης της έρευνας είναι πολλαπλά με τα κυριότερα να εστιάζονται :

- Στην ενημέρωση και στον έλεγχο, αν οι εταιρικές δράσεις είναι σύμφωνες με τις απαιτήσεις της κοινής γνώμης
- Ο προσδιορισμός της συνολικής εικόνας της εταιρίας στην κοινωνία σε επίπεδο αναγνωσιμότητας, διεισδυτικότητας και δημοτικότητας.
- Η χρήση ενός εργαλείου παρατήρησης τάσεων, με την ικανότητα εντοπισμού των μεταβολών της κοινής γνώμης σε κοινωνικά θέματα
- Η εφαρμογή στοχευμένων δράσεων στα πλαίσια της ΕΚΕ με άμεση αποτελεσματικότητα στα ενδιαφερόμενα μέρη.
- Η δημιουργία ενός στοχευμένου προγράμματος εταιρικής στρατηγικής χορηγιών προσαρμοσμένο και συμβατό με τις πραγματικές κοινωνικές ανάγκες

- Η ενεργός συμμετοχή στο Βαρόμετρο και η άμεση αλληλεπίδραση με την κοινή γνώμη της χώρας
- Η ενίσχυση του κοινωνικού εταιρικού έργου μέσα από στοχευμένες αναφορές κατευθυντήριων γραμμών και αναπτυξιακών προτάσεων.  
(<https://www.meda.gr/gr/article.php?id=22>)

Μετρήσεις κοινωνικού βαρόμετρου έχουν αναπτύξει και άλλες εταιρείες στατιστικών και κοινωνικών μελετών, όπως η ALCO, η οποία πραγματοποιεί 12 μετρήσεις των τάσεων ετησίως σε δείγμα 1000 ατόμων και άλλες μικρότερες έρευνες και εταιρείες.

Το γενικότερο συμπέρασμα που προκύπτει από την μέτρηση των τάσεων ως σήμερα είναι ότι στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί πλήρως η κοινωνική εταιρική συνείδηση, κυρίως από την πλευρά της κατανάλωσης το οποίο μπορεί να οφείλεται είτε στην ελλιπή ενημέρωση είτε στην οικονομική συγκυρία. Αυτό το γεγονός, είναι ένα από τα ζητήματα το οποίο μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο και ανασταλτικό παράγοντα στην συμμετοχή των επιχειρήσεων σε δράσεις κοινωνικής εταιρικής ευθύνης.

#### **4.4. Η μέτρηση των μεταβολών της εταιρικής απόδοσης λόγω ΕΚΕ**

Όπως αναφέρθηκε και στα πρώτα κεφάλαια, ως πρωταρχικός στόχος της δημιουργίας μιας επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση των κερδών και η εξεύρεση τρόπων και μεθόδων για να το επιτύχουν αυτό. Μέσα από τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μπορεί μακροπρόθεσμα να βελτιωθεί η κοινωνική υπευθυνότητα και η κοινωνική στάση και απόδοση της εταιρείας, ενώ οι γνώσεις που θα αποκτηθούν από την διαδικασία ωφελούν όλα τα επίπεδα των διεργασιών. Το ζήτημα όμως που τίθεται συχνά από τις επιχειρήσεις είναι εάν αξίζει η δαπάνη μέρους των κερδών, τον κόπο να διατίθεται για την υλοποίηση τέτοιου είδους δράσεων και ποιο θα είναι το όφελος πέρα από την βελτίωση της εταιρικής εικόνας και της φήμης της εταιρείας. Όπως είδαμε και στην προηγούμενη ενότητα, μπορεί και η στάση των μελών μιας κοινωνίας να μην είναι αρκετά ώριμη ώστε να αποδεχθεί την ουσία των δράσεων και να οδηγηθεί σε υπεύθυνη καταναλωτική στάση αλλά και σε υποστήριξη των εταιρειών που έχουν υιοθετήσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Ένα μεγάλο λοιπόν ερώτημα που αποτελεί αντικείμενο ερευνών είναι κατά πόσον υπάρχει αμφίδρομη σχέση μεταξύ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και χρηματοοικονομικών αποδόσεων.

Υπάρχει η πλευρά που υποστηρίζει, σύμφωνα με έρευνες ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ χρηματοοικονομικής απόδοσης και ΕΚΕ όπως οι Davis (1975) Soloman & Hanson (1985) και άλλοι. Οι ερευνητές αυτοί υποστηρίζουν ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, βελτιώθηκε σημαντικά η απόδοση των εργαζομένων και η εμπιστοσύνη και η διάθεση των πελατών απέναντι στην εταιρεία. Η εθελοντική συμμετοχή για παράδειγμα σε προγράμματα αναβάθμισης του ανθρώπινου παράγοντα, ασφάλειας και πρόληψης κ.α., μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κίνητρο και εργαλείο μείωσης και αντιμετώπισης σημαντικό εργασιακών προβλημάτων. Επιπλέον, οι πελάτες αποκτούν μια ευνοϊκότερη στάση για τα προϊόντα βελτιώνοντας έτσι την ανταγωνιστικότητα της εταιρείας. Τέλος οι εταιρείες που εφαρμόζουν ΕΚΕ, έχουν ένα σαφές προβάδισμα στην βελτίωση των σχέσεων τους με πιστωτικά ιδρύματα, επενδυτές, δημόσιες υπηρεσίες κ.α. αποφέροντας σημαντικά οφέλη, χρηματοοικονομικά και μη (Mousavi & Evans, 1986).

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει μερίδα ερευνητών οι οποίοι υποστηρίζουν ότι υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και χρηματοοικονομικών αποδόσεων όπως οι Bragdon και Marlin (1985), Vance(1975) και άλλοι. Οι ερευνητές αυτοί πιστεύουν ότι, οι δράσεις ΕΚΕ, αποτελούν ένα πρόσθετο έξοδο το οποίο δεν αποφέρει παρά μόνο απομείωση των κερδών της εταιρείας η οποία εν τέλει θεωρούν ότι δεν έχει ρόλο και ευθύνη πάνω στα κοινωνικά θέματα καθώς αποτελούν ζητήματα και ευθύνες των κρατικών μηχανισμών. Ο βασικότερος θιασώτης της ελεύθερης διαχείρισης και οικονομίας των επιχειρήσεων όπως αναφέρθηκε και στα προηγούμενα κεφάλαια υπήρξε ο Friedman, ο οποίος θεωρούσε ότι τα κοινωνικά προβλήματα επιλύονται με βάση τους νόμους της ελεύθερης αγοράς.

Τέλος, υπάρχει και μια μερίδα ερευνητών οι οποίοι υποστηρίζουν ότι οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, έχουν μια ουδέτερη συσχέτιση με την χρηματοοικονομική απόδοση της εταιρείας. Πολλοί ερευνητές πιστεύουν ότι το κόστος με το όφελος των δράσεων της ΕΚΕ, συμψηφίζονται και εξισώνονται με αποτέλεσμα να μην υπάρχει καμία ουσιαστική μεταβολή στην χρηματοοικονομική απόδοση της εταιρείας. (Cornel και Shapiro, 1987)

Για να τεκμηριωθούν τα παραπάνω θεωρητικά ζητήματα διεξήχθησαν σημαντικές εμπειρικές μελέτες και σύμφωνα με τους Margolis & Walsh (2001) σε 95 εμπειρικές μελέτες που μέτρησαν την σχέση μεταξύ ΕΚΕ και χρηματοοικονομικής απόδοσης μεταξύ των ετών 1972-2000 τα ευρήματα έδειξαν ότι σε 42 μελέτες υπήρξε θετική σχέση μεταξύ ΕΚΕ και χρηματοοικονομικής απόδοσης, δηλαδή ποσοστό επί του

συνόλου 53%, σε 4 μελέτες βρέθηκε αρνητική σχέση (4%) και σε 19 μελέτες τα ευρήματα έδειξαν ουδέτερη σχέση (24%). Σε 15 μελέτες (19%) η σχέση δεν προσδιορίστηκε ακριβώς λόγω ασάφειας των στοιχείων. Το 2003, η έρευνα πραγματοποιήθηκε ξανά σε μεγαλύτερο δείγμα μελετών (127 αντί 95) και στο οποίο η θετική συσχέτιση εμφανίστηκε ιδιαίτερα ενισχυμένη (109 από 42 ευρήματα θετικής συσχέτισης), 7 έρευνες με αρνητική σχέση, 28 δεν έδειξαν κάποια συσχέτιση και 20 υπήρξε απροσδιοριστία.

Οι κυριότεροι δείκτες με τους οποίους εξετάζεται συγκριτικά η σχέση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και χρηματοοικονομικής απόδοσης είναι οι εξής παρακάτω:

Για την μελέτη των βραχυπρόθεσμων συνεπειών χρησιμοποιείται η μέθοδος Book to Market. Η επίδραση Book to Market, είναι μια από τις παλαιότερα διαπιστωμένες επιδράσεις των χρηματοπιστωτικών αγορών, η οποία μετράει την τιμή της μετοχής της εταιρείας προς την λογιστική της αξία. (Wright & Ferris, 1997). Όσο μεγαλύτερη είναι η αξία του δείκτη τόσο πιο ελεγχόμενη είναι η επενδυτική αξία του δείκτη (<https://quantpedia.com/Screener/Details/26>).

Άλλοι μελετητές εξετάζουν τις μακροπρόθεσμες συνέπειες χρησιμοποιώντας χρηματοοικονομικούς δείκτες όπως ο ROA(Return of Assets) , ROE(Return of Equity), ROI(Return of Investment) , ROS(Return of Sales), για να μετρήσουν την επίδραση στο ενεργητικό, στα ίδια κεφάλαια, στις επενδύσεις και στις πωλήσεις αντίστοιχα.(Waddock & Graves, 1997,2000, Griffin & Mahon, 1997).

Τέλος, άλλοι μελετητές, όπως οι King και Lenox(2001) εστίασαν στην σχέση των περιβαλλοντικών επιδόσεων με την απόδοση της εταιρείας στην αγορά. Οι έρευνες έδειξαν ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ περιβαλλοντικών αποδόσεων και χρηματοοικονομικής απόδοσης, χωρίς αυτό όμως να μπορεί να γενικευθεί.

Στο επόμενο κεφάλαιο, εξετάζουμε την περίπτωση μιας ελληνικής τράπεζας η οποία έχει ενταχθεί κατά καιρούς στους δείκτες εταιρικής υπευθυνότητας (CR INDEX). Επιλέξαμε να μελετήσουμε τις 4 βασικές τράπεζες του ελληνικού χρηματοπιστωτικού Συστήματος, οι οποίες έχουν το σύνολο των καταθετών της Ελληνικής Οικονομίας στο εσωτερικό, μεγάλο ύψος κύκλου εργασιών, μεγάλο αριθμό εργαζομένων και σημαντικό εύρος πιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών με υψηλό βαθμό διάχυσης στην ελληνική κοινωνία. Ως τράπεζα, ο ρόλος της στην κοινωνική ισορροπία και ανάπτυξη κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός και για τον λόγο αυτό εξετάζουμε την σχέση της με τις αρχές τη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, την ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών και τις ενέργειες που υλοποιεί προς την αειφορία και την βιώσιμη ανάπτυξη.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

<https://www.csrhellas.net>

ICAP, 2018, Κλαδική μελέτη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=7>

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

<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?lang=gr&CatId=97&View=8>

<https://www.ftserussell.com/products/indices/ftse4good>

[www.sustainable-investment.org](http://www.sustainable-investment.org)

<http://www.sustainability-index.com>

<https://www.kathimerini.gr/784093/article/oikonomia/epixeirhseis/enta3h-ths-peiraiws-ston-deikth-dow-jones-sustainability>

<http://www.meda.gr/>

<http://www.vprc.gr/>

<https://quantpedia.com/Screener/Details/26>

Davis, K. ,1975, Five propositions for social responsibility', Business Horizons, Vol. 18, No. 3, pp. 19–24

Solomn, R. & Hanson, K., 1985, «*It's Good Business*», Atheneum

Moussavi, F., Evans, D. , 1986, An attributional approach to measuring corporate social performance. Paper presented at the Academy of Management meetings, San Diego

Bradgon, J. H., & Marlin, J., 1972, Is pollution profitable? Risk Management, 19 (4): pp. 9-18

Vance, S., 1975, Are socially responsible firms good investment risks? Management Review, 64 pp. 18-24

Cornell, B., Shapiro, A.C., 1987, Corporate Stakeholders and Corporate Finance. Financial Management, 16, pp. 5-14

Margolis, J. D., and Walsh, J.P., 2003, Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business? Johnson Graduate School, Cornell University, Administrative Science Quarterly, pp. 268–305

Wright, P. and Ferris, S., 1997, Agency conflict and corporate strategy: the effect of divestment on corporate value, *Strategic Management Journal*, 18, pp. 77-83

Waddock, S. A., Graves, S. B., 1997, the corporate social performance–financial performance link. *Strategic Management Journal* 18, pp. 303–319

Griffin, J. J., Mahon, J. F., 1997, The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty–five years of incomparable research. *Business and Society* 36, pp. 5–31

King, A. A., Lenox, M. J., 2001, does it really pay to be green? An empirical study of firm environmental and financial performance. *Journal of Industrial Ecology* 5, pp. 105–116.

## 5. Μελέτη περίπτωσης: Οι ελληνικές τραπεζικές επιχειρήσεις

Η αξία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο από τον επιχειρηματικό κλάδο και ακόμα περισσότερο από τα πιστωτικά ιδρύματα καθώς αποτελούν έναν κόμβο μεταξύ δανειστών και δανειζόμενων, διαχειρίζονται δάνεια και καταθέσεις και ως εκ τούτου αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο κοινωνικής ισορροπίας και βιώσιμης ανάπτυξης μιας οικονομίας και μιας χώρας. Για τον λόγο αυτό τα τραπεζικά ιδρύματα εντάσσουν με αυξανόμενο ρυθμό δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και στρατηγικές επιλογές κοινωνικής δράσης υποστηρίζοντας πρωτοβουλίες για την εκπαίδευση, τον πολιτισμό, το περιβάλλον, τον αθλητισμό καθώς και πλήθος ενεργειών χορηγίας προς ευάλωτες κοινωνικές ομάδες και κοινωφελείς μη κερδοσκοπικές οργανώσεις (EMEA, 2010).

Ειδικότερα στον τομέα της κοινωνικής προσφοράς τα προγράμματα χορηγιών των τραπεζών αφορούν κυρίως την ενίσχυση και υποστήριξη των τομέων της υγείας, εκπαίδευσης, έρευνας, αθλητισμού, πολιτισμικών προγραμμάτων και ευάλωτων πληθυσμών με τις χορηγίες να ξεπερνούν για το 2009 το ποσό των 42,3 εκ € (Bank News, 2010).

### 5.1.Η Εταιρική κοινωνική Ευθύνη στις ελληνικές τραπεζικές επιχειρήσεις

Ποιες είναι όμως οι βασικές παράμετροι της ΕΚΕ στον τραπεζικό κλάδο. Παρακάτω περιγράφουμε συνοπτικά τις κυριότερες από αυτές.

- Υιοθέτηση των αρχών της ΕΚΕ και των ανθρωπιστικών αξιών στις στρατηγικές, τις πολιτικές και τις διεργασίες της Τράπεζας
- Ενίσχυση των προοπτικών αειφορίας της τράπεζας, επιδιώκοντας την βιώσιμη ανάπτυξη και την βελτίωση της ποιότητας σε αντιδιαστολή με τους βραχυπρόθεσμους κερδοσκοπικούς στόχους.
- Υιοθέτηση της διαφάνειας στις λειτουργίες και στις συναλλαγές καθώς και σε όλες τις πρακτικές με στόχο την ενίσχυση των σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό και τους συναλλασσόμενους. Σε αυτήν την διαδικασία εντάσσεται τόσο ο σχεδιασμός των προϊόντων και των υπηρεσιών όσο και ουσιαστική πληροφόρηση και στήριξη των πελατών κατά την συναλλαγή τους αλλά και μετά από αυτήν με την τράπεζα
- Εναρμόνιση και συμμόρφωση με το κανονιστικό και το θεσμικό πλαίσιο
- Έλεγχος και εποπτεία σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα

- Διαρκής διάλογος με την κοινωνία και τα εμπλεκόμενα μέρη
- Συμμετοχή στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, της ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς, του ανθρώπινου παράγοντα και την προστασία του περιβάλλοντος (Κοβλάκα, 2011).

Πλέον έχει γίνει αποδεκτό ότι, η ευρύτερη συμβολή των τραπεζικών επιχειρήσεων και πιστωτικών ιδρυμάτων σε μια οικονομία δεν παραμένει μόνο στις οικονομικές επιδόσεις και αποτελέσματα αλλά είναι και στενά συνδεδεμένη με την έννοια του «εταιρικού πολίτη» όπως αναπτύχθηκε στην παράγραφο 2.5.4 και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της συμπεριφοράς και της ταυτότητας τους.

Τον Δεκέμβριο του 2004, η Ευρωπαϊκή Τραπεζική Ομοσπονδία σε συνεργασία με τις ενώσεις τραπεζών European Savings Banks & European Association of Cooperative Banks και τον συνδικαλιστικό φορέα, UNI-Europa Finance Banks, πήρε την πρωτοβουλία να διοργανώσει ένα συνέδριο για να προκαλέσει το πλαίσιο ενός ευρύτερου διαλόγου για την ΕΚΕ στις Τράπεζες. Τα δυο προηγούμενα χρόνια είχαν προηγηθεί ειδικές δράσεις, για την προώθηση της ΕΚΕ στις τράπεζες ενώ τον Μάιο του 2005 όλα τα θεσμικά όργανα των Ευρωπαϊκών Τραπεζών εξέφρασαν την θέληση μέσω κοινής ανακοίνωσης να υιοθετήσουν και να οργανώσουν νέες δράσεις από κοινού για την προώθηση της ΕΚΕ στον Χρηματοοικονομικό Τομέα (Λιδορίκης, 2006).

Ο ελληνικός τραπεζικός τομέας σε συνεργασία με το σύνολο των φορέων και των οργανώσεων αλλά και διάφορων ιδρυμάτων ,έχει αναπτύξει δράσεις ΕΚΕ και έχουν υιοθετήσει τις βασικές της αρχές μέσα στην επιχειρηματική δραστηριότητα τους. Για να εμπεδωθεί η πρόθεση αυτή πολλές από τις ελληνικές τράπεζες παρουσιάζουν ετησίως εκτός από τον οικονομικό ισολογισμό και τον κοινωνικό απολογισμό μέσω του οποίου καταγράφονται οι κοινωνικές δράσεις, χορηγίες και πρωτοβουλίες που έχει αναπτύξει το κάθε ίδρυμα μέσα στο έτος (Λιδορίκης, 2006).

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικότερες δράσεις και οι στρατηγικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια από τις τέσσερις βασικές ελληνικές τράπεζες, τις ονομαζόμενες και συστημικές τράπεζες.

## 5.2.Εμπειρικές μελέτες για την ΕΚΕ στις ελληνικές συστημικές τράπεζες

Στην παρούσα ενότητα εστιάζουμε την έρευνα και την μελέτη μας πάνω στο Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα. Επιλέξαμε για την διεξαγωγή της εμπειρικής έρευνας τις τέσσερις βασικές ελληνικές συστημικές τράπεζες γιατί όπως αναφέρει και ο όρος συστημικές, είναι οι τράπεζες οι οποίες με την δραστηριότητα τους έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν ένα εγχώριο ή και εξωτερικό οικονομικό σύστημα με θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις. Οι τέσσερις βασικές ελληνικές τράπεζες κατέχουν σήμερα το 95% της εγχώριας τραπεζικής αγοράς και η επιλογή τους θεωρείται κατάλληλη έτσι ώστε να έχουμε μια συνολική θεώρηση των δράσεων Κοινωνικής Ευθύνης του τραπεζικού τομέα στην χώρα μας. Επιλέξαμε τέλος τις Ελληνικές Τράπεζες αφενός επειδή μπορούσαμε να έχουμε άμεση πρόσβαση σε στοιχεία και πρωτογενή δεδομένα έρευνας και αφετέρου καθώς η χώρα προέρχεται από μια βαθιά οικονομική και κοινωνική ύφεση θεωρήσαμε σημαντικό να επισημάνουμε τις αντιδράσεις και την κοινωνική υπευθυνότητα ενός νευραλγικού τομέα της οικονομίας, του τραπεζικού.

### 5.2.1. ALPHA BANK

#### Πολιτικές

Η Alpha Bank έχει αναπτύξει ευρύ πλέγμα κοινωνικών δράσεων και χορηγιών που την καθιστά πρωτοπόρο στον τομέα των πρωτοβουλιών ΕΚΕ. Ένας από τους πρώτους στόχους ανάληψης δράσεων της τράπεζας, είναι η διάδοση και η διατήρηση του ελληνικού πνεύματος και πολιτισμού, όπου μέσω πρωτοβουλιών και χορηγιών έχει ενεργό ρόλο στην διάδοση και ενίσχυση του πολιτιστικού τομέα. Η τράπεζα επιδεικνύει την ανησυχία της για τα ελληνικά γράμματα τον πολιτισμό και τις τέχνες μέσω της χρηματοδότησης σημαντικών γεγονότων του τομέα καθώς και μέσω της ανάπτυξης δικών της συλλογών και προγραμμάτων.

Ακόμα, η τράπεζα έχει αναπτύξει αυστηρή περιβαλλοντική πολιτική της οποίας την ευθύνη έχει η διεύθυνση διαχείρισης ακινήτων και ασφαλείας, όπου καθορίζονται οι στόχοι διατήρησης και εποπτεύονται από την εκτελεστική επιτροπή. Η υπηρεσία ελέγχου και επιθεώρησης διασφαλίζει την συμμόρφωση με τους στόχους της περιβαλλοντικής πολιτικής και η τράπεζα έχει αναλάβει την υποχρέωση να δημοσιοποιεί τακτικά πληροφορίες σε σχέση με τα αποτελέσματα των περιβαλλοντικών της δράσεων.

Η Alpha Bank, έχει ενσωματώσει στις πολιτικές της την αειφορία και την βιώσιμη ανάπτυξη και ακολουθεί υπεύθυνη στάση για την βέλτιστη διαχείριση των φυσικών πόρων και την προστασία του περιβάλλοντος. Για τον λόγο αυτό έχει θέσει στόχους μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος έμμεσα ή άμεσα το οποίο προκαλείται από τις δραστηριότητες της τράπεζας και μια τέτοια δέσμευση είναι εφικτή να θεσπιστεί και να εφαρμοστεί και σε επίπεδο ομίλου.

Η περιβαλλοντική πολιτική της τράπεζας, βασίζεται στις προσπάθειες για την μείωση κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας, ύδατος και θέρμανσης ενώ προωθείται και η ανακύκλωση υλικών βάσει θεσμοθετημένων στόχων. Παράλληλα, κατά την διαδικασία αγοράς ή ενοικίαση κτιρίων δίνεται έμφαση στις δομές και τις υποδομές οι οποίες θα πρέπει να συμμορφώνονται με τα πλέον αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια διατήρησης.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία συμμετέχουν ενεργά στον διάλογο για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, περιλαμβάνουν τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους μετόχους, το ανθρώπινο δυναμικό και τον δημόσιο τομέα.

### **Δράσεις**

Η υποστήριξη του Κλασσικού Μαραθωνίου της Alpha Bank, αποτελεί την κορυφαία δράση του ομίλου και συνδέεται με τα ιδεώδη του ολυμπιακού πνεύματος και του ευ αγωνίζεσθαι. Η τράπεζα έχει υπάρξει για 17 συναπτά έτη μεγάλος χορηγός του μοναδικού αγώνα ο οποίος διεξάγεται από την περιοχή του Μαραθώνα ως το παναθηναϊκό στάδιο.

Ακόμα η τράπεζα έχει αναπτύξει δράσεις με την ονομασία «Ημέρα Εθελοντισμού Alpha Bank» η οποία ξεκίνησε το 2009 ως ετήσια πρωτοβουλία και είχε στόχο την ενίσχυση της κοινωνικής ευθύνης και του εθελοντισμού των εργαζομένων του Ομίλου στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό σε σχέση με περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα.

Για το 2017 υπήρξε η συμμετοχή 350 εθελοντών από το προσωπικό του Ομίλου σε Ελλάδα και εξωτερικό οι οποίοι μαζί με τις οικογένειες τους συμμετείχαν σε δράσεις καθαρισμού και καλλωπισμού δημόσιων χώρων. Στην Αθήνα πραγματοποιήθηκαν δράσεις αποκατάστασης και καθαρισμού του Ωδείου Αθηνών και στην Θεσσαλονίκη της Νέα Παραλίας. Ομάδα εθελοντών αποκατέστησε της φθορές των επιφανειών που είχαν προκληθεί από γκράφιτι και καυσάερια ενώ υλοποιήθηκαν και εργασίες φύτευσης και εξωραϊσμού του χώρου. Στην Θεσσαλονίκη ομάδες εθελοντών, από

την τράπεζα, το κολέγιο Ανατόλια και το YMCA προχώρησαν σε αποκατάσταση ζημιών στα πάρκα της Νέα Παραλίας με την καθοδήγηση δημοτικών υπαλλήλων και την χρήση υλικού που είχε δωριθεί από τον Όμιλο στον δήμο για τον σκοπό αυτό. Δράσεις υλοποιήθηκαν επίσης και στην Κύπρο στην Ρουμανία την Αλβανία.

Εκτός από την οικονομική συμμετοχή και τις περιβαλλοντικές δράσεις η Alpha Bank, συμμετέχει και σε δράσεις με την παροχή υλικού υποδομών, βιβλίων και εποπτικού υλικού σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, βιβλιοθήκες σωματεία και συλλόγους σε όλη την Ελλάδα. Οι δράσεις αυτές είναι πολυάριθμες και δεν μπορούν να παρουσιασθούν λεπτομερώς στην παρούσα εργασία, παρουσιάζονται και περιλαμβάνονται όμως στην ετήσια Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου κάθε χρόνο.

Με αφορμή την πρόσφατη οικονομική κρίση τα τελευταία χρόνια η τράπεζα έχει αναπτύξει δράσεις κοινωνικής συνεισφοράς για να υποστηρίξει τις ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, καθώς και κοινωνικούς φορείς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς οι οποίοι αναπτύσσουν δραστηριότητα στους τομείς της υγείας, της εκπαίδευσης, του εθελοντισμού, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος.

#### **Επικοινωνία και ενδιαφερόμενα μέρη**

Η βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών της τράπεζας είναι η μέγιστη προτεραιότητα του Ομίλου και για τον λόγο αυτό δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής αξίας και ποιότητας. Οι στόχοι αυτοί, καθορίζονται και εποπτεύονται από την διεύθυνση επιχειρήσεων-διασφάλισης ποιότητας και εξυπηρέτησης πελατών. Μέσα στα πλαίσια αυτά, η τράπεζα εφαρμόζει πολιτικές διαχείρισης παραπόνων σε επίπεδο ομίλου.

Η τράπεζα μελετά συστηματικά και αξιολογεί τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών της καθώς και την διαχείριση ποιότητας στις υπηρεσίες που διαθέτει στο κοινό, όπως είναι οι έρευνες ικανοποίησης πελατών καθώς και ένα πλέγμα δεικτών μέτρησης απόδοσης για τον οποιοδήποτε τομέα έρχεται σε απευθείας επαφή με τους πελάτες.

Η υπηρεσία εξυπηρέτησης πελατών της Alpha Bank, έχει πιστοποιηθεί με το πρότυπο ISO 9001 για την «διαχείριση και λειτουργία παραπόνων και αιτημάτων πελατών». Η υπηρεσία αυτή είναι υπεύθυνη για την κεντρική διαχείριση των αιτημάτων και των καταγγελιών των πελατών, έτσι ώστε να διασφαλίζεται ότι οι απαντήσεις θα δίνονται έγκυρα και έγκαιρα.

Η τράπεζα επίσης μεριμνά έτσι ώστε όλα της τα καταστήματα και μηχανήματα να είναι προσβάσιμα σε άτομα με αναπηρία, ενώ για τα άτομα τα οποία αντιμετωπίζουν προβλήματα όρασης οι μάρτυρες οι οποίοι προβλέπονται από τον νόμο να τους

συνοδεύουν στις συναλλαγές μπορούν να αντικαθίστανται από λειτουργούς της τράπεζας, εκτός από άτομα τα οποία έχουν δεσμεύσεις και περιορισμούς απέναντι στην συγκεκριμένη συναλλαγή (π.χ ταμίες).

Η τράπεζα θέτει επίσης στόχους αξιολόγησης και συμμόρφωσης των προμηθευτών της καθορίζοντας κριτήρια προστασίας του περιβάλλοντος τα οποία υπολογίζονται κατά την στιγμή σύναψης της σύμβασης με τον πιο ανταγωνιστικό πλειοδότη. Επιπλέον το προσωπικό ενημερώνονται μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα για περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής και της κοινωνικής συνείδησης.

Οι δράσεις της Alpha Bank, εντάσσονται στο ευρύτερο πλαίσιο των δράσεων του Ομίλου και η κοινωνική προσφορά και δράση έρχεται να ολοκληρώσει την επιχειρηματική δραστηριότητα, μέσα από ένα ευρύ πλέγμα χορηγικού προγράμματος και σε συνεργασία με το ανθρώπινο δυναμικό, υποστηρίζοντας ενεργά τις τοπικές κοινότητες, τους εθελοντικούς και κοινωνικούς οργανισμούς και όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

#### **Δείκτες Αξιολόγησης**

Η Alpha Bank, πέτυχε την ένταξη της μετά από διαδικασίες αξιολόγησης στον διεθνή οργανισμό FTSE και στον δείκτη αειφορίας FTSE4GOOD που αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, και αφορά της εισηγμένες επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνική και περιβαλλοντική του δράση και απόδοση.

Η ένταξη στον δείκτη αυτό, πιστοποιεί και τεκμηριώνει τις υψηλές προδιαγραφές που έχει θέσει η τράπεζα σε σχέση με την εταιρική υπευθυνότητα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο και αποτελεί ένα επιπλέον κίνητρο για την ενίσχυση και την εμπέδωση της παρουσίας της τράπεζας στον τομέα της Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Οι δείκτες FTSE4GOOD που δημιουργήθηκαν από την συνεργασία της FTSE International Limited και της Frank Russell Company αποτελούν ανεξάρτητους φορείς και δείκτες αξιολόγησης οι οποίοι τεκμηριώνουν ότι οι πληρούνται οι προϋποθέσεις για κάποιον εισηγμένο στο χρηματιστήριο οργανισμό να περιληφθεί η μετοχή του σε αυτήν την σειρά δεικτών. Οι δείκτες είναι παγκόσμιας εμβέλειας και προσμετρούν την εφαρμογή σημαντικών πρακτικών στον τομέα του περιβάλλοντος, της κοινωνίας και της εταιρικής διακυβέρνησης.

Επίσης η Alpha Bank, συμμετάσχει σε διεθνείς οργανισμούς και ενώσεις για την επίλυση προβλημάτων του τραπεζικού κλάδου καθώς και στο United Nations Environment Programme Finance Initiative, που είναι πρωτοβουλία του οργανισμού



Ηνωμένων Εθνών για την προώθηση των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης και της προστασίας του περιβάλλοντος. Ακόμα συμμετέχει στο παγκόσμιο Συμβούλιο Κοινωνικών Θεμάτων και στον διεθνή οργανισμό Global Sustain, οργανισμό ο οποίος προσφέρει καινοτόμες υπηρεσίες και λύσεις σε ζητήματα που αφορούν την ΕΚΕ, την πράσινη οικονομία και την αειφόρο ανάπτυξη.

Η Alpha Bank, είναι επίσης μέλος, του Ελληνικού Δικτύου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, σε επιτροπές και συμβούλια της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών όπως η Επιτροπή Αειφόρου ανάπτυξης η οποία αφορά την γνωμοδότηση και την προτροπή και εκπροσώπηση των τραπεζών σε ομάδες εργασίας και ευαισθητοποίησης σε περιβαλλοντικά και αναπτυξιακά και άλλα ζητήματα.

### 5.2.2. Εθνική Τράπεζα

#### Πολιτικές

Η Εθνική Τράπεζα αποτελεί ένα από τα παλαιότερα πιστωτικά ιδρύματα της χώρας και έχει μακρόχρονη παρουσία στην ελληνική κοινωνική και πολιτιστική ζωή. Την σημερινή εποχή ο ρόλος έχει επεκταθεί, σε διεθνείς κοινότητες και πολιτισμούς άλλων χωρών καθώς το δίκτυο της τράπεζας έχει διευρυνθεί σημαντικά και εκτός συνόρων.

Για να δείξει την πρόθεση στήριξης της κοινωνικής συνεισφοράς η Εθνική Τράπεζα έχει αναθέσει την αρμοδιότητα εφαρμογής των πολιτικών ΕΚΕ στον ίδιο τον διευθύνοντα σύμβουλο της εκάστοτε νομικής οντότητας ο οποίος έχει και την αποκλειστική αρμοδιότητα έγκρισης του προϋπολογισμού ΕΚΕ και της πληροφόρησης του διοικητικού συμβουλίου για τις σημαντικές δράσεις και πρωτοβουλίες.

Ο διευθύνων σύμβουλος έχει την δυνατότητα εξουσιοδότησης του διευθυντή της διεύθυνσης γραμματείας του διοικητικού συμβουλίου να εγκρίνει επιχορηγήσεις κατά περίπτωση έως το ποσό των 30.000€.

Οι θυγατρικές εταιρείες της ΕΤΕ θεσπίζουν δικό τους πλαίσιο ανάπτυξης δράσεων ΕΚΕ, με βάση πάντα τις αρχές και την φιλοσοφία που διέπουν τις δράσεις ΕΚΕ της Εθνικής Τράπεζας.

Το διοικητικό συμβούλιο της Τράπεζας θεσπίζει την πολιτική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, με βάση την οποία τίθενται ουσιαστικές αρχές και αξίες οι οποίες διέπουν τις δράσεις της ΕΤΕ. Η Πολιτική ΕΚΕ, εκφράζει τα κύρια στοιχεία του πλαισίου που

ακολουθεί η τράπεζα σε σχέση με τις κοινωνικές δράσεις και χρησιμοποιείται από τα συμβούλια μητρικής και θυγατρικών ως οδηγός για την ανάθεση αρμοδιοτήτων και την υλοποίηση δράσεων.

Η ΕΤΕ, προωθεί δράσεις για την αειφόρο ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ έχει πιστοποιηθεί για το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης που ακολουθεί με το ISO 14001. Οι δράσεις αυτές προσπαθούν να ενισχύσουν την ευαισθητοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών σε σχέση με τα ζητήματα περιβαλλοντικής προστασίας.

Ακόμα προβλέπονται ο έλεγχος συμμόρφωσης με την περιβαλλοντική νομοθεσία και η ενσωμάτωση προτύπων προστασίας του περιβάλλοντος στις δραστηριότητες της ΕΤΕ, με τον καθορισμό στόχων περιβαλλοντικών επιδόσεων και κριτηρίων αξιολόγησης των άμεσων και έμμεσων επιπτώσεων της δραστηριότητας της στο περιβάλλον.

### **Δράσεις**

Η ΕΤΕ και οι θυγατρικές εταιρείες υλοποιούν προγράμματα δράσεων, προσανατολισμένα στα υψηλά πρότυπα εταιρικής ιθαγένειας και προώθησης των παγκόσμιων ανθρώπινων αξιών, των κοινωνικών, πνευματικών και πολιτιστικών συστημάτων αξίας των χωρών στις οποίες δραστηριοποιείται η ΕΤΕ. Παράλληλα, διασφαλίζεται μέσα από το πρόγραμμα ΕΚΕ ότι οι δράσεις ευθυγραμμίζονται με τα μακροπρόθεσμα συμφέροντα των μετόχων.

Ο όμιλος ΕΚΕ ακολουθεί πολιτικές μη συνεργασίας με επιχειρήσεις, άτομα και χώρες που υποθάλπουν και υποστηρίζουν την βία και την τρομοκρατία, ενώ επίσης υποστηρίζουν την περιβαλλοντική υπευθυνότητα η οποία αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της καλής εταιρικής συμπεριφοράς.

Στόχος των δράσεων ΕΚΕ του ομίλου ΕΤΕ είναι η συμβολή στην κοινωνική συνοχή και στην ανάπτυξη των χωρών στις οποίες δραστηριοποιείται και η αντιμετώπιση κοινωνικών και αναπτυξιακών ζητημάτων παγκόσμιας εμβέλειας.

Παράλληλα στοχεύουν στην ενίσχυση και στην προώθηση των πολιτιστικών αξιών και δραστηριοτήτων, τους τομείς της τέχνης και της εκπαίδευσης σε όλες τις χώρες λειτουργίας καταστημάτων και εταιρειών του ομίλου.

Οι δράσεις του ομίλου ασκούνται ανεξάρτητα από μεμονωμένους πελάτες, μέτοχους ή άλλους ενδιαφερόμενους, ενώ δεν παρέχεται άμεση ή έμμεση συμμετοχή ή χρηματοδότηση πολιτικών κομμάτων.

Οι δράσεις ΕΚΕ του ομίλου ΕΤΕ, προσανατολίζονται σε προγράμματα κοινωνικής αλληλεγγύης, την υποστήριξη ευρέως αναγνωρισμένων κοινωνικών φορέων και θεσμών οι οποίοι ασχολούνται με κοινωνικά ζητήματα και ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού. Η συνεισφορά αυτή εκφράζεται με χορηγικά βραβεία, υποτροφίες, υποστήριξη ερευνών και εκδόσεων, εργασιών και συνεδρίων που καλύπτουν όλο το φάσμα των επιστημών.

Παράλληλα παρέχεται υποστήριξη σε οργανισμούς που προωθούν την βιώσιμη ανάπτυξη και την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ παρέχουν γνώσεις και καλύπτουν ερευνητικές ανάγκες με την διάθεση βιβλίων και υλικού εποπτικού και τεχνολογικού σε εκπαιδευτικά ιδρύματα βιβλιοθήκες και λοιπούς φορείς.

Υπάρχουν προγράμματα υποστήριξης σημαντικών εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων, αλλά και υποστήριξης αθλητών για διεθνή πρωταθλήματα και ολυμπιακούς αγώνες.

Οι δράσεις επεκτείνονται επίσης και στην υποστήριξη της μουσικής και των καλών τεχνών με την συμβολή σε διάφορες δράσεις, με χορηγίες σε εκδηλώσεις και την ενθάρρυνση και προώθηση της ιστορικής και πολιτιστικής συνείδησης, τις αρχαιολογικές ανασκαφές τη συντήρηση και αποκατάσταση μνημείων και την υποστήριξη εκδόσεων αρχαιολογικού ενδιαφέροντος.

Τέλος η τράπεζα αναπτύσσει ένα σύστημα βελτιστοποίησης της διαχείρισης των φυσικών πόρων που ίδια διαχειρίζεται αλλά και μέσα από τα προγράμματα χρηματοδότησης αναπτυξιακών έργων στα οποία ενσωματώνει κριτήρια ανάλυσης και αξιολόγησης περιβαλλοντικών επιπτώσεων του έργου.

### ***Επικοινωνία και ενδιαφερόμενα μέρη***

Για την ΕΤΕ, ενδιαφερόμενα μέρη θεωρούνται τα φυσικά και νομικά πρόσωπα τα οποία επηρεάζουν και επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις δραστηριότητες, τις αποφάσεις και την συνολική λειτουργία του τραπεζικού ιδρύματος.

Η τράπεζα, εφαρμόζει συγκεκριμένες διαδικασίες διάκρισης και προσδιορισμού των ενδιαφερόμενων μερών και ταξινόμησης τους σε ομάδες. Με βάση την ταξινόμηση αυτή στα ενδιαφερόμενα μέρη περιλαμβάνονται επενδυτές και μέτοχοι, πελάτες, προσωπικό, επιχειρηματική κοινότητα, ΜΚΟ, προμηθευτές, τοπικές κοινότητες, δημόσιοι οργανισμοί και ΜΜΕ. Στην τράπεζα υπάρχουν αντίστοιχα τμήματα επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων τα οποία έρχονται επαφή συχνά με κάθε μια από τις ομάδες ενδιαφερομένων.

Το τμήμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του ομίλου ανέπτυξαν συνεργασία με τις διευθύνσεις είκοσι ακόμα κεντρικών τραπεζών και υλοποίησαν αναλυτική μελέτη μέσω της οποίας ερευνήθηκαν και αξιολογήθηκαν βασικά θέματα που αφορούν την βιώσιμη λειτουργία των τραπεζών, τα οποία εντοπίστηκαν από την επικοινωνία των εκάστοτε τμημάτων με ενδιαφερόμενα μέρη.

### **Εξωτερική αξιολόγηση**

Η Εθνική Τράπεζα δημοσιεύει σύμφωνα με το πρότυπο GRI G3 από το 2007 την ετήσια Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ από το 2010 ως το 2013 δημοσιεύει επιπλέον πληροφορίες στο πρόγραμμα Χρηματοδότης (Συμπληρωματικό Χρηματοπιστωτικού Τομέα) και αξιολογείται στο επίπεδο B+.

Το 2014, η τράπεζα αξιολογήθηκε στο επίπεδο A+ για την εταιρική αναφορά και κοινωνική ευθύνη με βάση το πρότυπο GRI GR3.1, ενώ το 2015 η τράπεζα πήρε την απόφαση να εφαρμόσει το πρότυπο GRI G4 για την Εταιρική Αναφορά 2014.

Η ΕΤΕ, συμμετείχε το 2014 στον CR Index για 4<sup>η</sup> φορά, και διακρίθηκε στην κατηγορία Platinum, γεγονός που αποδεικνύει την σημαντικότητα των επιδόσεων της τράπεζας στους τομείς της κοινωνίας, του περιβάλλοντος, του ανθρώπινου δυναμικού και της αγοράς.

Η ΕΤΕ επίσης έχει αξιολογηθεί και βραβευθεί επίσης για την συνεισφορά της στο πολυετές χορηγικό πρόγραμμα, της νέας πτέρυγας του νοσοκομείου Ευαγγελισμός, και έχει πλήθος άλλων διακρίσεων και βραβεύσεων για την κοινωνική της συνεισφορά και συνδρομή, όπως τα βραβεία «ForumEthics Sustainability» που διοργανώνονται από το Πάντειο Πανεπιστήμιο και την Ethos Media, και τα οποία αποσκοπούν στην προώθηση των αρχών της αειφόρου ανάπτυξης και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

### **5.2.3. Τράπεζα Πειραιώς**

#### **Πολιτικές**

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για την τράπεζα Πειραιώς, είναι ο τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις εκφράζουν εθελοντικά, τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες τόσο για τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες όσο και για την επικοινωνία τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Η τράπεζα Πειραιώς τηρεί την δέσμευση για ενσωμάτωση των αρχών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε όλες της επιχειρηματικές της πρακτικές πέρα από την νομική της υποχρέωση προς όφελος της κοινωνικής ευημερίας και της βιώσιμης ανάπτυξης. Για να γίνει εφικτό αυτό, η τράπεζα εφαρμόζει κανόνες βελτιστοποίησης στην Εταιρική της Διακυβέρνηση και στοχεύει στην πλήρη διαφάνεια των συναλλαγών και των επιχειρησιακών δομών, καθώς και στις διαδικασίες αξιολόγησης και ελέγχου εταίρων και παροχών.

Μέσα από ένα σύστημα ελέγχου και εταιρικής διακυβέρνησης η τράπεζα υλοποιεί τις βέλτιστες πρακτικές λειτουργίας και διαχέει την πληροφόρηση συμμετρικά και συστηματικά σε όλες τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Παράλληλα η τράπεζα ευθυγραμμίζεται σε σχέση με την επίτευξη των επιχειρηματικών της στόχων συγχρόνως με την επίτευξη κοινωνικής αλληλεγγύης και προόδου. Η Τράπεζα Πειραιώς δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην βέλτιστη εξυπηρέτηση των πελατών της και στον συμβουλευτικό της ρόλο απέναντι τους πριν και μετά την πώληση, ενώ επιδιώκει την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών με στόχο την επέκταση των ανταγωνιστικών πεδίων και των προοπτικών ανάπτυξης.

Μέσα από βέλτιστες πρακτικές, η τράπεζα επιδιώκει την διαμόρφωση ενός υπεύθυνου και με ανθρώπινο πρόσωπο οργανισμού, στον οποίο το ανθρώπινο δυναμικό εργάζεται συλλογικά και με αφοσίωση στους στόχους και τους σκοπούς οι οποίοι μπορούν να οδηγήσουν την αγορά σε διαφοροποίηση και καινοτομία με πρόσθετα οφέλη για τον Όμιλο και την κοινωνία.

### **Δράσεις**

Ο όμιλος Τράπεζας Πειραιώς αναπτύσσει ένα πολύπλευρο φάσμα δράσεων ΕΚΕ. Συμβάλει ενεργά στην διατήρηση, προβολή και προώθηση της πολιτιστικής κληρονομιάς δημιουργώντας και λειτουργώντας θεματικά τεχνολογικά μουσεία (PIOP), τα οποία έχουν ρόλο πολιτιστικών κέντρων σε διάφορα μέρη της Ελλάδας και στα οποία διοργανώνονται επιστημονικές εκδηλώσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα.

Εφαρμόζονται ερευνητικά προγράμματα και δημοσιεύονται μαζί με τους σκοπούς του Πολιτιστικού Ιδρύματος του Ομίλου, και παράλληλα φροντίζει για την διασφάλιση και προβολή του Ιστορικού Αρχείου του Ομίλου.

Ο όμιλος παρέχει, εποπτικό και επιστημονικό υλικό σε δημόσιους και τοπικούς φορείς και συνδράμει με διάφορους τρόπους στην διαμόρφωση πολιτιστικών πολιτικών. Μέσω της τράπεζας λειτουργεί εξειδικευμένη βιβλιοθήκη με σκοπό την διασύνδεση του πολιτισμού και του περιβάλλοντος μέσω του θεματικού πεδίου «Πολιτιστικές Τοποθεσίες».

Ακόμα, η τράπεζα στηρίζει έμπρακτα την πράσινη επιχειρηματικότητα και την αειφορία στην διαχείριση των φυσικών πόρων, ενώ αποτελεί πρωταρχικό στόχο της τράπεζας η υποστήριξη και η ανάπτυξη νέων τομέων πράσινων προϊόντων και υπηρεσιών.

Ο όμιλος αναπτύσσει στρατηγικές βελτιστοποίησης της περιβαλλοντικής του διαχείρισης σε μια προσπάθεια μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και υποστηρίζει καινοτομίες και εφαρμογές για την ενίσχυση του κοινωνικού ιστού, της βιοποικιλότητας και της επιχειρηματικότητας.

Παράλληλα αναπτύσσονται εργαλεία ελέγχου και αξιολόγησης των διαδικασιών διαχείρισης του ρυθμιστικού και φυσικού κινδύνου κλιματικής αλλαγής και υποστηρίζει, δράσεις πρωτοβουλίες και επιχειρήσεις που προωθούν την προσαρμογή στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής.

### **Επικοινωνία και ενδιαφερόμενα μέρη**

Ο όμιλος Πειραιώς, καθορίζει ως ενδιαφερόμενα μέρη τα φυσικά και νομικά πρόσωπα τα οποία οι προσδοκίες και τα συμφέροντα επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την λειτουργία του ενώ αντίστοιχα και εκείνα των οποίων οι ενέργειες και οι δράσεις επηρεάζουν αντίστοιχα τους επιχειρηματικούς στόχους και τις στρατηγικές.

Μέσα στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων , υφίσταται τακτική επικοινωνία των ενδιαφερόμενων μελών και του Ομίλου ανάλογα την φύση της σχέσης και της συναλλαγής, έτσι ώστε να υπάρχει άμεση κάλυψη των αιτημάτων, των αναγκών και των προσδοκιών καθώς και στην επίλυση διαφόρων σχετικών ζητημάτων.

Στα πλαίσια του διαλόγου αυτού, το 2016 οι ομάδες επικοινωνίας συμφώνησαν και προχώρησαν στον καθορισμό των βασικότερων θεμάτων που απασχολούν τους ενδιαφερόμενους και τα οποία είναι η βέλτιστη χρήση των νέων τεχνολογιών για την αύξηση της ικανοποίησης και της εξυπηρέτησης τους, τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων , την δια βίου επιμόρφωση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού καθώς και τον σεβασμό προς το περιβάλλον και τον πολιτισμό ως σημαντικές παράμετροι στην πορεία προς την αειφορία.

Ο όμιλος ακόμα, παρέχει συμμετρική και τακτική πληροφόρηση στους μετόχους και υποψήφιους επενδυτές, σε σχέση με τις στρατηγικές και την πορεία του Ομίλου, κριτήρια απαραίτητα για την αξιολόγηση των επενδύσεων της Τράπεζας.

Σε σχέση με τα ΜΜΕ, δημοσιεύονται τα τριμηνιαία οικονομικά αποτελέσματα στις οικονομικές εφημερίδες και γίνεται ενημέρωση για τις επιχειρηματικές εξελίξεις. Παράλληλα η τράπεζα επιδιώκει την σύζευξη επικοινωνίας μεταξύ διοίκησης και επενδυτών, μέσω εκδηλώσεων, συναντήσεων συνδιασκέψεων και συνεδρίων.

Από την τράπεζα παρέχεται υπεύθυνη πληροφόρηση σχετικά με τον κώδικα δεοντολογίας καθώς και για την επιχειρηματική δεοντολογία, μέσω δικτύου τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, ενώ διαθέτει μεγάλο δίκτυο υποκαταστημάτων, ΑΤΜ, ηλεκτρονική τραπεζική και κινητή τραπεζική.

Η τράπεζα έχει αναπτύξει σημαντική επαφή με το κοινό και διεξάγει συχνά έρευνες ικανοποίησης πελατών, ενώ έχει αναπτύξει και συστηματικό διάλογο ανάμεσα στους πελάτες και την «υπηρεσία διαχείρισης σχέσεων» έτσι ώστε να υπάρχει εξατομικευμένη προσέγγιση και διαχείριση των κεφαλαίων, ανταποκρινόμενη άμεσα σε αιτήματα και πληροφορίες μέσω εντύπων επικοινωνίας και του ιστότοπου της τράπεζας.

Η τράπεζα επίσης έχει δημιουργήσει το πρόγραμμα Voice Of Customer, το οποίο αποτελεί ένα εργαλείο συστηματικής και δομημένης συλλογής και ανάλυσης της εξυπηρέτησης των πελατών σε σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας

Η τράπεζα Πειραιώς, στα πλαίσια της ορθής συνεργασίας μεταξύ πιστωτικών ιδρυμάτων, έχει αναπτύξει σύστημα αμοιβαίας ανταλλαγής πληροφοριών με τα βασικά πιστωτικά ιδρύματα αλλά και τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και τις ενώσεις στο πλαίσιο του δικτύου συνεργασιών.

Παράλληλα, προωθείται ο διάλογος και η συνεργασία με τις εμπορικές και βιομηχανικές ενώσεις, τα εμποροβιομηχανικά και οικονομικά επιμελητήρια και όλους τους θεσμικούς φορείς.

Στα πλαίσια της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού, υφίστανται ανοιχτοί διάλογοι επικοινωνίας με το προσωπικό και διασφαλίζεται η συνεχιζόμενη επιμόρφωση, δίκαιη μεταχείριση και η επιβράβευση της επίτευξης στόχων. Επιπλέον, η τράπεζα ενημερώνει και ενημερώνεται για όλες τις ανάγκες στελέχωσης έτσι ώστε να προσφέρει προοπτικές ανάπτυξης και μεταφοράς προσωπικού. Τέλος έχει αναπτύξει σύστημα αξιολόγησης επιδόσεων και ικανοτήτων των εργαζομένων ώστε να επιβραβεύεται η αριστεία.

Η τράπεζα παρέχει πλήρη καθοδήγηση και συμβουλευτική στήριξη σε έργα πολιτιστικής ανάπτυξης τρίτων ενώ οι δράσεις της περιλαμβάνουν στήριξη της κοινωνίας, του πολιτισμού, του περιβάλλοντος, των κοινών ευρωπαϊκών έργων και την υποστήριξη μη κυβερνητικών οργανώσεων και εθελοντικών δράσεων.

### **Εξωτερική Αξιολόγηση**

Η τράπεζα Πειραιώς περιλαμβάνεται από τον Δεκέμβριο του 2016 στον δείκτη FTSE4GOOD, γεγονός που αποδεικνύει την σημαντικότητα των επιδόσεων και των δράσεων του Ομίλου.

Από το 2010 η τράπεζα Πειραιώς, συμμετάσχει στο Σχέδιο Αποκάλυψης Άνθρακα και υποβάλλει στο CDP, δεδομένα και πληροφορίες σε σχέση με την κατανάλωση άνθρακα, τις περιβαλλοντικές επιδόσεις και τις αντίστοιχες πρωτοβουλίες. Το 2016 η τράπεζα βαθμολογήθηκε με διάκριση «διοίκηση Β» όπου είναι και η μεγαλύτερη βαθμολογία για οποιαδήποτε ελληνική τράπεζα.

Επιπλέον η τράπεζα συμπεριλαμβάνεται στο Εμπορικό μητρώο της ETHIBEL, γεγονός το οποίο αποδεικνύει την προσήλωση και την δέσμευση της τράπεζας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Η τράπεζα Πειραιώς διακρίνεται συνεχώς στην κατάταξή του δείκτη CR INDEX ενώ το διεθνές πρακτορείο περιβαλλοντικής αξιολόγησης Oekom Research AG, αξιολόγησε τις επιδόσεις σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα με D+, τεκμηριώνοντας με τον τρόπο αυτό την ολοκληρωμένη στρατηγική περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Ακόμα, η τράπεζα Πειραιώς έχει βραβευτεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σε εθνικό επίπεδο για την «Διοίκηση» στα Ευρωπαϊκά Επιχειρηματικά Βραβεία, ενώ με την ίδια εγγραφή η Τράπεζα έλαβε διάκριση ως ένας από τους τέσσερις κορυφαίους οργανισμούς ανάμεσα σε 180 υποψηφιότητες για την επίτευξη περιβαλλοντικών επιδόσεων.

## **5.2.4. Τράπεζα Eurobank**

### **Πολιτικές**

Η Eurobank αποτελεί έναν τραπεζικό οργανισμό με υψηλό αίσθημα της ευθύνης απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη και εφαρμόζει συνεπώς τις Στρατηγικές Εταιρικής



Υπευθυνότητας της, έστω ώστε να δημιουργούνται ολοκληρωμένες και με διαφάνεια πληροφορίες.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί για την Eurobank, θεμελιώδες θέμα το οποίο είναι άμεσα συνδεδεμένο με τον σχεδιασμό και τις στρατηγικές του ιδρύματος οι οποίες καθορίζουν και το σύνολο των δραστηριοτήτων της.

Μέσα στην δύσκολη οικονομική συγκυρία της τελευταίας δεκαετίας, η τράπεζα ανταποκρίνεται ενεργά, στην προσπάθεια βελτίωσης του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος με την εφαρμογή υπεύθυνων πράξεων, οι οποίες προάγουν την επιχειρηματική ηθική. Η αμοιβαία και βέβαιη σχέση μεταξύ της τράπεζας και όλων των εμπλεκόμενων φορέων αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Στα πλαίσια αυτά η Eurobank διατηρεί ανοικτή επικοινωνία με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη έτσι ώστε να ανταποκριθεί άμεσα και έγκυρα στις ανάγκες και τις προσδοκίες αλλά και στον χειρισμό των διαφόρων ζητημάτων με επιτυχία.

Η Eurobank από την ίδρυση της έχει συνδέσει άρρηκτα το όνομα της όχι μόνο με τις χρηματοοικονομικές επιδόσεις αλλά και με την έννοια του «εταιρικού πολίτη» σε υπερθετικού βαθμού.

Η φιλοσοφία διοίκησης της Eurobank διέπεται από την εταιρική υπευθυνότητα και διακυβέρνηση, με την εταιρική ευθύνη να είναι η κινητήριος δύναμη του σχεδιασμού, της λειτουργίας και της κοινωνικής της συνδρομής. Παράλληλα η διαφάνεια, η αξιοπιστία και η εμπιστοσύνη με τα ενδιαφερόμενα μέρη, αποτελεί τον θεμέλιο λίθο για το χτίσιμο ισχυρών δεσμών και την πορεία προς την βιωσιμότητα και την κερδοφορία.

### **Δράσεις**

Η Eurobank ιδρύθηκε το 1990 και από την μέρα της ίδρυσης της, έχει αναπτύξει πλέγμα δραστηριοτήτων υπευθυνότητας προς όλους τους κοινωνικούς της εταίρους. Είναι ενεργό και κύριο μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Ευθύνη και βασικός παράγοντας δράσεων ΕΚΕ στην Ελλάδα.

Η ομάδα βασίζεται στην ευθυγράμμιση της κατεύθυνσης των κοινωνικών δράσεων με τον μακροπρόθεσμο προγραμματισμό και την ανάπτυξη δεσμών και σχέσεων με σημαντικούς και αναγνωρισμένους οργανισμούς. Η μακροπρόθεσμη οπτική και η

σταθερή υποστήριξη των δράσεων ΕΚΕ αποτελεί εχέγγυο για την συνέχιση της στο μέλλον.

Η Eurobank έχει εστιάσει τις δράσεις στην ανάδειξη της επιχειρηματικής αριστείας ως βασικού παράγοντα ανάκαμψης της οικονομίας και άμβλυνσης των επιπτώσεων της κρίσης. Υποστηρίζονται προγράμματα σε σχέση με την εκπαίδευση, τον πολιτισμό, την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ η τράπεζα υλοποιεί και σημαντικά προγράμματα στήριξης και σε καινοτόμες επιχειρηματικές προτάσεις.

Οι δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της τράπεζας περιλαμβάνουν όλο το φάσμα των εργασιών και των ενεργειών εντός της επιχείρησης, οι οποίες αφορούν την εταιρική διακυβέρνηση, την διαχείριση των φυσικών και ανθρώπινων πόρων καθώς και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Ακόμα οι δράσεις ΕΚΕ, συμπεριλαμβάνουν και επαφές και εξωτερικές αλληλεπιδράσεις με όλους τους εμπλεκόμενους εξωτερικούς διαχειριστικούς φορείς, ενέργειες για το περιβάλλον, τον αθλητισμό, την παιδεία, τον πολιτισμό και την κοινωνική αλληλεγγύη.

### **Επικοινωνία και ενδιαφερόμενα μέρη**

Στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδιασμού στρατηγικής υπευθυνότητας της τράπεζας, η Eurobank έχει αναπτύξει στενή συνεργασία με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη ενώ ενισχύει και προωθεί τον ενεργό διάλογο με όλα τα πρόσωπα εκείνα που εμπλέκονται είτε άμεσα είτε έμμεσα με την λειτουργία της.

Στα πλαίσια αυτά, υφίστανται αναλυτές επενδυτών οι οποίοι έχουν άμεση και έγκαιρη αναφορά σε σχέση με τα οικονομικά δεδομένα και την πορεία του ομίλου και είναι σε θέση να πληροφορήσουν τον κάθε ενδιαφερόμενο.

Τα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης δημοσιεύονται επίσης στην ηλεκτρονική ιστοσελίδα της, με Δελτία Τύπου και Εταιρικές Ανακοινώσεις, ενώ υπάρχει συγκεκριμένος τόπος επενδυτών εντός αυτής όπου υπάρχει άμεσα ενημέρωση.

Διενεργούνται ετήσιες γενικές και έκτακτες συνελεύσεις ώστε να υπάρχει ενημέρωση των μεριδιούχων σχετικά με τυχόν εξελίξεις, καταρτίζεται ετήσια Οικονομική Έκθεση, Έκθεση Επιχειρηματική Κοινότητα Αμοιβαία Συνεργασία και Ανοικτή Επικοινωνία με σκοπό την προάσπιση των συμφερόντων της επιχειρηματικής κοινότητας

Παράλληλα προωθούνται σημαντικές συνεργασίες με τους θεσμούς όπως ο ΣΕΒ, ο ΣΕΤΕ, ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων, ο Σύνδεσμος Διεθνών Επιχειρήσεων, την Ένωση Εξαγωγέων Κρήτης.

Ακόμα, έχουν αναπτυχθεί εξειδικευμένα προγράμματα( Go International Business, Missions Program, Exportgate κλπ) τα οποία είναι διαμορφωμένα με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να βοηθήσουν τις ελληνικές επιχειρήσεις να αναπτύξουν επαφές και σχέσεις με ξένους επενδυτικούς οίκους και να δημιουργήσουν επιχειρηματικές συμφωνίες.

Η ίδια η τράπεζα έχει θεσπίσει βραβεία καινοτομίας και επιχειρηματικότητας σε συνεργασία με την GrantThornton και έχει ενεργό συμμετοχή στον διάλογο με επαγγελματικούς και επιχειρηματικούς συλλόγους, εμπορικά, οικονομικά και βιομηχανικά επιμελητήρια.

Σε σχέση με το ανθρώπινο δυναμικό προωθούνται διαδικασίες συνεχούς επικοινωνίας με στόχο την ανάπτυξη δεξιοτήτων και κατάρτισης. Η τράπεζα έχει αναπτύξει το σύστημα «αχιορίο», μέσω του οποίου διενεργούνται διαδικασίες αξιολόγησης προσωπικού και προωθεί ένα συνολικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τραπεζικά ή άλλα γενικά θέματα. Παράλληλα οι ελεύθερες θέσεις εργασίας δημοσιεύονται στην εγχώρια αγορά εργασίας με διαφάνεια προς κάλυψη.

Ο Όμιλος βρίσκεται σε συνεχή διάλογο και συμμετάσχει σε συναντήσεις για την προώθηση των εταιρικών σχέσεων και των διαβουλεύσεων με τους θεσμικούς εκπροσώπους του κράτους, τις εποπτικές αρχές και το καταναλωτικό κοινό, τον τραπεζικό διαμεσολαβητή κ.α.

Με τα ΜΜΕ, η τράπεζα αναπτύσσει πρωτοβουλίες και διαδικασίες για την αποτελεσματικότερη προσπάθεια προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών της. Ακόμα έρχεται σε επαφή με ΜΚΟ και συλλόγους συνεχώς έτσι ώστε να στηρίξει και να ενισχύσει τις κοινωνικές τους δράσεις.

Η τράπεζα υποστηρίζει ενεργά την νεανική επιχειρηματικότητα και προωθεί νέες ιδέες και ερευνητικές προσπάθειες με διαφανείς διαδικασίες ενώ συμμετέχει ενεργά και στην οργάνωση « Η Ελλάδα καινοτομεί» που αφορά την επιστημονική έρευνα και την καινοτομία. Η οργάνωση αυτή αποτελεί συνεργασία της τράπεζας με τον ΣΕΒ και η τράπεζα συμμετέχει σε ομάδα εργασίας για θέματα καταναλωτών.

Η τράπεζα διαθέτει ευρύ δίκτυο καταστημάτων λιανικής, ΑΤΜ, κινητή και ηλεκτρονική τραπεζική, 24ωρη τηλεφωνική εξυπηρέτηση, ενώ παράλληλα στα πλαίσια

επικοινωνίας με τους πελάτες, έχει δημιουργήσει ενημερωτικά προγράμματα, έρευνες ικανοποίησης πελατών και ενημέρωση μέσω της κοινωνικής δικτύωσης.

Στα πλαίσια επαφών με τους προμηθευτές της διεξάγονται συνεργασίες με διαφανείς διαδικασίες και ειδικά κριτήρια για την επίτευξη αμοιβαία επωφελών διαδικασιών ενώ εφαρμόζεται και ηλεκτρονικό σύστημα υποβολής προσφορών προμηθειών.

Τέλος η τράπεζα υποστηρίζει δράσεις των τοπικών κοινοτήτων, και ενισχύει την τοπική ποικιλομορφία ερχόμενη σε επικοινωνία με εκπροσώπους των, υποστηρίζει τοπικές οργανώσεις και ιδρύματα με σημαντικά προγράμματα από στοχευμένες χορηγίες και από κοινού εκδηλώσεις.

### **Εξωτερικές Πολιτικές**

Η τράπεζα είναι ενεργό μέλος σε πληθώρα ενώσεων και οργανισμών για την εταιρική υπευθυνότητα και την αειφορία. Συμμετάσχει ενεργά στο Οικουμενικό Σύμφωνο του ΟΗΕ για την αειφόρο ανάπτυξη, το οποίο αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, από το 2008. Από το 2005 συμμετάσχει στην Χρηματοοικονομική Πρωτοβουλία του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των ΗΕ, προσπαθώντας να συμβάλει στην αειφόρο ανάπτυξη.

Ακόμα από το 2010 έως το 2014 η τράπεζα συμμετείχε στο ΔΣ της Επιτροπής Τραπεζικής και μέλος της Παγκόσμιας Διοικούσας Επιτροπής του Οργανισμού. Προέδρευσε της Ευρωπαϊκής Ομάδας Δράσεις και καθοδήγησε την εκστρατεία για την προώθηση της Αειφόρου Τραπεζικής στην Ε.Ε., ενώ συμμετείχε και ενεργά στην έκδοση του πρώτου Εγχειριδίου Αειφόρου Τραπεζικής σε παγκόσμιο επίπεδο.

Επίσης από το 2014 η τράπεζα είναι εκπρόσωπος της χώρας στην Πρωτοβουλία Sustainable Greece 2020. Η πρωτοβουλία ανήκει στο ίδρυμα QualityNet Foundation και συνεργάζεται με τους σημαντικότερους φορείς επιχειρηματικότητας στην χώρα, με στόχο την ανάπτυξη και την προώθηση της εταιρικής υπευθυνότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης μέσα από μια συστηματοποιημένη επικοινωνία την δημιουργία σημαντικών εργαλείων και τεχνικών όπως ο Οδηγός Καλών Πρακτικών (Παρατηρητήριο Βιωσιμότητας). Η τράπεζα είναι επίσης μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από το 2003.

Τέλος η τράπεζα υπήρξε πρωτεργάτης για την δημιουργία της διατραπεζικής Επιτροπής για την Αειφόρο Ανάπτυξη της ΕΕΤ στην οποία και συμμετέχει ενεργά έως σήμερα. Είναι επίσης ενεργό μέλος της μόνιμης ομάδας εργασίας

εμπειρογνομόνων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την χρηματοδότηση της Ενεργειακής Απόδοσης.

### **5.3. Συμπεράσματα Κεφαλαίου**

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάστηκαν, οι τέσσερις βασικές συστημικές τράπεζες της ελληνικής οικονομίας, με βάση πληροφορίες που αντλήθηκαν από το διαδίκτυο και τους ηλεκτρονικούς ιστότοπους κάθε τράπεζας. Συλλέχθηκαν και παρουσιάστηκαν δεδομένα και πληροφορίες για την πολιτική της δράση, την επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη καθώς και τις εξωτερικές αξιολογήσεις και πολιτικές της εκάστοτε επιχείρησης σε σχέση με την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι οι τράπεζες εν γένει αποτελούν πρωτοπόρους στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι Ελληνικές Τράπεζες δείχνουν έναν σταθερό προσανατολισμό στις στρατηγικές και στις δράσεις οι οποίες ενσωματώνουν την εταιρική υπευθυνότητα και την κοινωνική αλληλεγγύη. Παράλληλα οι τράπεζες συμμετάσχουν ενεργά σε φορείς και οργανισμούς με αντικείμενο την προώθηση της ΕΚΕ, ενώ οι στόχοι και ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός τους αφορούν την αειφορία και την βέλτιστη διαχείριση των φυσικών και των ανθρώπινων πόρων οι οποίοι υπεισέρχονται σε αυτές.

Μέσω της εταιρικής διακυβέρνησης επιδιώκουν την πλήρη διαφάνεια και την άμεση επαφή και επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη με σκοπό την ενίσχυση της εμπιστοσύνης η οποία ελαττώθηκε τα προηγούμενα χρόνια λόγω της χρηματοπιστωτικής κρίσης, ενώ βασικό στόχο αποτελεί η έγκυρη και η άμεση ενημέρωση των ενδιαφερομένων για τις τρέχουσες οικονομικές εξελίξεις σε κάθε τράπεζα

Τέλος οι τράπεζες επενδύουν σημαντικό μέρος των κεφαλαίων και των λειτουργιών τους για την ανάπτυξη της τεχνολογίας και της καινοτομίας, υποστηρίζοντας παράλληλα ενεργά, πολιτισμικές δράσεις, την εκπαίδευση, τον αθλητισμό, της τέχνες και τις τοπικές κοινωνίες.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρατίθεται και η έρευνα η οποία διεξήγαμε σε σχέση με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Αειφορία των τραπεζών σε πελάτες του δικτύου Ελληνικών Τραπεζών, προς τεκμηρίωση των θεωρητικών ευρημάτων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Κόβλακα Σ., 2011, Οι τράπεζες τα νοικοκυριά και το περιβάλλον, άρθρο στο Βήμα, ανακτήθηκε από το <https://www.tovima.gr/2011/02/27/opinions/oi-trapezes-ta-noikokyria-kai-to-periballon/> ανακτήθηκε 14/8/2019

Λιδορίκης Α, 2006, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Τράπεζες, ο σύγχρονος τρόπος Μάνατζμεντ, Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, σελ. 69-85

Alpha.gr. (2019). Εταιρική Υπευθυνότητα | ALPHA BANK. [online] Available at: <https://www.alpha.gr/el/omilos/etairiki-upeuthunotita>, ανακτήθηκε 10/8/2019

Eurobank.gr. (2019). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. [online] Available at: <https://www.eurobank.gr/el/omilos/etairiki-koinoniki-euthuni>, ανακτήθηκε 12/8/2019

Group, P. (2019). Εταιρική Υπευθυνότητα | Τράπεζα Πειραιώς. [online] Piraeusbankgroup.com. Available at: <http://www.piraeusbankgroup.com/el/corporate-responsibility> , ανακτήθηκε 12/8/2019

Εθνική Τράπεζα. (2019). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. [online] Available at: <https://www.nbg.gr/el/the-group/corporate-social-responsibility>, ανακτήθηκε 13/8/2019

## 6. Η Έρευνα

Με βάση την βιβλιογραφική ανασκόπηση που έγινε στην παρούσα εργασία προκύπτουν 3 θεμελιώδη ερευνητικά ερωτήματα γύρω από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Βασικός σκοπός της έρευνας μας είναι να ανιχνεύσουμε και να μελετήσουμε την γνώση και την στάση του κοινού απέναντι στις ενέργειες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του κλάδου των τραπεζών, καθώς και κατά πόσο επηρεάζουν οι δράσεις αυτές την συνολική εικόνα και την άποψη του κοινού για την επιχείρηση και για την επιχειρηματικότητα γενικότερα.

Α) Κατά πόσον οι πελάτες στις τράπεζες είναι ενήμεροι για την ΕΚΕ και αν αυτό εξαρτάται από το μορφωτικό τους επίπεδο

Β) Κατά πόσον οι δράσεις ΕΚΕ, θεωρεί το κοινό ότι μπορούν να βελτιώσουν τις επιδόσεις και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης

Γ) Κατά πόσον πιστεύουν οι πελάτες μιας επιχείρησης ότι μπορούν οι δράσεις ΕΚΕ να οδηγήσουν σε συνθήκες αειφορίας

### 6.1. Μεθοδολογία έρευνας

Για την μεθοδολογία μιας έρευνας έχουν δημιουργηθεί βασικές αρχές οι οποίες και καθορίζουν την ποιότητα και την πορεία μιας έρευνας. (Παππάς, 2002).

Αυτές είναι:

- Καθορισμός εκ των προτέρων της ανάλυσης των δεδομένων μέσα από τον θεωρητικό προβληματισμό της έρευνας.
- Διευκρίνιση των ερευνητικών υποθέσεων, οι οποίες θα καθορίσουν την ερευνά.
- Η χρήση ενός ερευνητικού εργαλείου δεν αποκλείει την χρήση έταιρων για την διασταύρωση των στοιχείων.

Τα τρία βασικά εργαλεία συλλογής υλικού είναι η παρατήρηση, η συνέντευξη και το ερωτηματολόγιο.

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε το εργαλείο του ερωτηματολογίου καθώς ο περιορισμός του χρόνου δεν επέτρεπε στατιστική παρατήρηση, ενώ δεν υπήρξε η δυνατότητα προσωπικής συνέντευξης με τραπεζικά στελέχη παρότι έγιναν οι απαραίτητες προσπάθειες.

Το ερωτηματολόγιο περιέχει μια σειρά δομημένων απαντήσεων, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει γραπτά ή μονολεκτικά με μια συγκεκριμένη σειρά. Τα ερωτηματολόγια συνήθως χρησιμοποιούνται για την συλλογή περιγραφικών και επεξηγηματικών δεδομένων, για απόψεις, τάσεις, χαρακτηριστικά και συμπεριφορές. Το βασικό πλεονέκτημα των ερωτηματολογίων είναι ότι είναι οικονομικότερα, μπορούν να αποσταλούν σε μεγάλο εύρος κοινού, ιδιαίτερα μέσω διαδικτύου, έχουν εύκολη δημιουργία και χρήση, υπάρχει ελεύθερη έκφραση, η ανάλυση των απαντήσεων είναι τυποποιημένη, δεν υπάρχει τρόπος επηρεασμού των απαντήσεων και απαιτούν πολύ λιγότερο χρόνο σε σχέση με άλλες έρευνες.

Τα μειονεκτήματα τους είναι ότι δεν υπάρχει η δυνατότητα επεξηγήσεων και διευκρινήσεων για τις ερωτήσεις, και ο ερωτηθέντας υποχρεούται να απαντήσει με έναν προκαθορισμένο τρόπο.

Για την κατάρτιση του ερωτηματολογίου θα πρέπει να υπάρξει ο κατάλληλος προσδιορισμός και εξειδίκευση του στόχου της έρευνας, η ορθή επιλογή της μεθόδου συλλογής των δεδομένων και η κατανόηση των χαρακτηριστικών των ερωτώμενων (Παρασκευόπουλος, 1999)

## **6.2. Περιορισμοί έρευνας**

Η έρευνα αφορά αποκλειστικά τις ελληνικές τραπεζικές επιχειρήσεις (Alpha Bank, Eurobank, Τράπεζα Πειραιώς, Εθνική) και για το λόγο αυτό δεν μπορούμε να τεκμηριώσουμε την οποιαδήποτε γενίκευση των αποτελεσμάτων της, για όλο τον επιχειρηματικό τραπεζικό κλάδο. Ο λόγος που επιλέχθηκαν για την έρευνα μας οι τέσσερις συστημικές τράπεζες είναι διότι είχαμε εύκολη πρόσβαση στην πληροφόρηση για τις δράσεις και τις ενέργειες τους όσον αφορά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Επίσης επιλέχθηκαν διότι επιθυμούσαμε να εξετάσουμε αυτές τις τράπεζες. Λάβαμε υπόψη μας και τις τέσσερις γιατί το κοινό χρησιμοποιεί σίγουρα μια από αυτές τις τράπεζες αν όχι και όλες (είτε στο παρελθόν, είτε στο παρόν, είτε στο μέλλον). Θα μπορούσαμε να λάβουμε υπόψη και τις μικρότερες τράπεζες αλλά προτιμήθηκε να μην γίνει για να υπάρχει περιορισμός και να μην γενικευτεί η έρευνα σε όλο τον ελληνικό τραπεζικό κλάδο. Δεν επιλέχθηκαν για την έρευνα μας τράπεζες του εξωτερικού διότι μπορεί το κοινό που θα απαντούσε στο ερωτηματολόγιο να μην συνεργάζεται με καμία τράπεζα του εξωτερικού και επίσης θέλαμε σε αυτή την έρευνα που διεξάγουμε να έχουμε μόνο τη γνώμη του ελλαδικού κοινού για την ΕΚΕ. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτύου και των πλατφορμών Google Forms, και όχι με φυσικά ερωτηματολόγια γεγονός που μπορεί να εμπεριέχει και πιθανά



στοιχεία μεροληψίας. Η διεξαγωγή της μέσω του διαδικτύου προσφέρει ευκολία χρήσης, όμως η συμμετοχή στην έρευνα γίνεται με καθαρή πρωτοβουλία του χρήστη του διαδικτύου. Άρα υπάρχει ο περιορισμός κάποιος να μην θέλει να συμμετάσχει στην έρευνα ή να μην έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Τα δείγματα τα οποία συλλέγονται μέσω εφαρμογών του διαδικτύου, θεωρούνται ως δείγματα μη πιθανότητας των οποίων τα συμπεράσματα δεν μπορούν να γενικευθούν πέρα από την συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης.

Ένας ακόμα περιορισμός θα πρέπει να τεθεί στο ότι η έρευνα είναι εξωτερική σε κοινό-πελάτες των τραπεζών οι οποίοι εκφέρουν την γνώμη τους, άρα για ζητήματα κόστους και αποδοτικότητας δεν μπορούμε να είμαστε απόλυτα βέβαιοι για τα πραγματικά στοιχεία, πράγμα το οποίο απαιτεί διαφορετικού είδους έρευνα.

### **6.3. Το δείγμα**

Το ερωτηματολόγιο το οποίο διανεμήθηκε προς απάντηση στο κοινό απαντήθηκε από 70 άτομα, κάτοικοι Αθηνών, πελάτες όλοι ελληνικών τραπεζών ηλικίας από 18-64. Το δείγμα είναι  $100 > n > 30$  οπότε θεωρείται δείγμα ευκολίας ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα και αποτελέσματα από τις απαντήσεις όχι όμως επαρκές για γενίκευση των συμπερασμάτων σε όλο των κλάδο των επιχειρήσεων. Ως δείγμα έρευνας χρησιμοποιήθηκαν οι τέσσερις συστημικές τράπεζες της Ελλάδας. Παρακάτω παρατίθεται το ερωτηματολόγιο το οποίο διανεμήθηκε.

### **6.4. Το ερωτηματολόγιο**

Ο όρος "Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη" αναφέρεται σε ένα σύνολο δράσεων που αναπτύσσεται από τις επιχειρήσεις με σκοπό την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών, ανθρωπιστικών και κοινωνικών ζητημάτων. Το ερωτηματολόγιο βασίστηκε σε προηγούμενες συναφείς έρευνες σχετικές με το αντικείμενο οι οποίες πραγματοποιήθηκαν σε διάφορες χώρες στον κόσμο όπως η Ισπανία (Perez and Rodriguez del Bosque, 2014), η Αυστραλία (Pomeroy and Dolnicar, 2009), αλλά και στην Ινδία (Fatma and Rahman, 2015), αλλά και στην Ελλάδα όπως των (Evangelinos et al, 2009), καθώς και του Ινστιτούτου επικοινωνίας, (2014). Κάποιες ερωτήσεις απαντήθηκαν με την κλίμακα Ligert (1-5) και κάποιες φραστικά (Ναι, Όχι, Δεν γνωρίζω, κ.λ.π

Σας παρακαλούμε να συμπληρώσετε το παρακάτω ανώνυμο ερωτηματολόγιο το οποίο καταρτίστηκε στα πλαίσια της έρευνας μας για την Τραπεζική εταιρική κοινωνική ευθύνη στην Ελλάδα. Τα στοιχεία του ερωτηματολογίου θα υποβληθούν σε περαιτέρω επεξεργασία μετά την συλλογή τους.

#### ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

ΗΛΙΚΙΑ	
ΟΙΚΟΓΕΝΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	
ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	
ΦΥΛΛΟ	

Στο παρακάτω ερωτηματολόγιο παρακαλούμε να απαντήσετε όλες τις ερωτήσεις με βαθμό από 1(ελάχιστο), έως 5(μέγιστο)

**A. Ερευνητικό ερώτημα: Ατομικές γνώσεις γύρω από την κοινωνική ευθύνη**

1. Πόσο καλά γνωρίζετε την Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;  
1      2      3      4      5
2. Η τράπεζα η οποία συνεργάζεστε εφαρμόζει προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;  
ΝΑΙ    ΟΧΙ    ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ
3. Ενημερώνεστε για προγράμματα ΕΚΕ , εφόσον εφαρμόζει η τράπεζα σας;  
ΝΑΙ    ΟΧΙ
4. Κατά πόσον δράσεις ΕΚΕ της τράπεζας σας, σας επηρεάζουν ώστε να είστε και εσείς περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνος στην καθημερινότητά σας;  
1      2      3      4      5

**B. Ερευνητικό ερώτημα: Οι δράσεις ΕΚΕ βελτιώνουν την απόδοση και την ανταγωνιστικότητα;**

5. Κατά πόσον πιστεύετε οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να βελτιώσουν την αποδοτικότητα μιας τραπεζικής επιχείρησης μακροπρόθεσμα;  
1      2      3      4      5
6. Κατά πόσον πιστεύετε ότι μια τράπεζα μπορεί μέσα από δράσεις ΕΚΕ να βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων της;  
1      2      3      4      5
7. Κατά πόσον πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ εξυπηρετούν ουσιαστικά κοινωνικούς σκοπούς ή αποτελούν μόνο κινήσεις marketing;  
1      2      3      4      5
8. Πιστεύετε ότι οι τράπεζες που εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ έχουν πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού;  
1      2      3      4      5
9. Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ βελτιώνεται η ικανοποίηση των πελατών μιας τράπεζας;  
1      2      3      4      5

**Γ. Ερευνητικό ερώτημα: Μπορούν οι δράσεις ΕΚΕ να οδηγήσουν στην αιεφόρο ανάπτυξη;**

10. Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, μπορεί μια τράπεζα να βελτιώσει την διαχείριση των πόρων των οποίων χρησιμοποιεί ;

1      2      3      4      5

11. Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, βελτιώνεται το εργασιακό περιβάλλον και αναβαθμίζεται ο ανθρώπινος παράγοντας μέσα στην τράπεζα;

1      2      3      4      5

12. Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, προωθούνται στόχοι που ωφελούν πραγματικά τον άνθρωπο, την κοινωνία, και το περιβάλλον;

1      2      3      4      5

13. Κατά πόσον πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να γενικευθούν σε όλο τον επιχειρηματικό κλάδο και να υπάρξουν πολλαπλάσια οφέλη για την κοινωνία;

1      2      3      4      5

14. Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσα από δράσεις ΕΚΕ μπορεί μια τράπεζα ή ο κλάδος συνολικά να δημιουργήσει συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης;

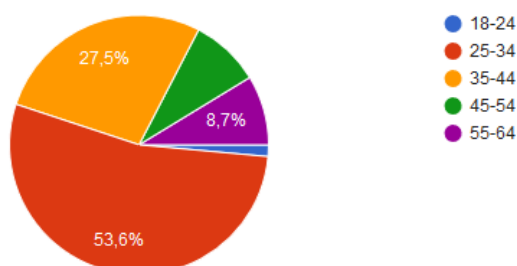
1      2      3      4      5

### 6.4.1 Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

#### A. Δημογραφικά Στοιχεία

##### Ηλικία

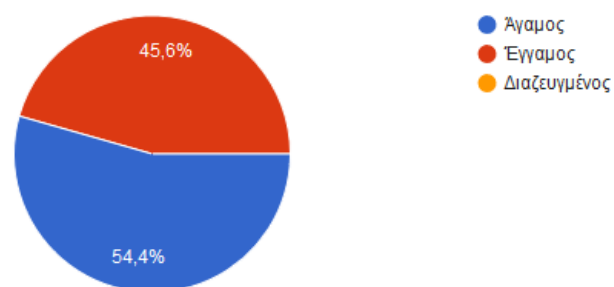
69 απαντήσεις



Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων προέρχεται από την δημογραφική ομάδα ηλικίας 25-34 με ποσοστό 53,6%, ακολουθεί η κατηγορία 35-44 με 27,5%, οι κατηγορίες 45-54,55-64 ισοβαθμούν με 8,7% ενώ τελευταία είναι η κατηγορία 18-24 με ποσοστό 1,4%.

### Οικογενειακή κατάσταση

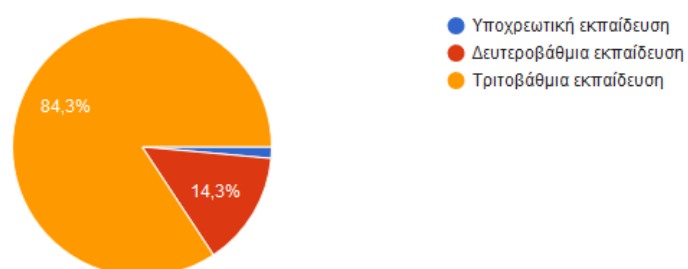
68 απαντήσεις



Στην ερώτηση οικογενειακή κατάσταση δόθηκαν 68 απαντήσεις εκ των οποίων το 54,4% απάντησε ότι είναι άγαμοι και το 45,6% έγγαμοι. Δεν δόθηκε καμία απάντηση στην κατηγορία διαζευγμένος.

### Επίπεδο μόρφωσης

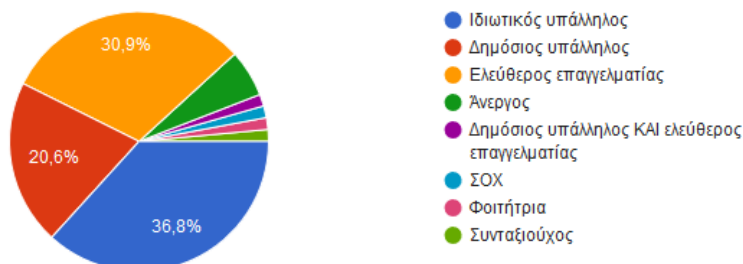
70 απαντήσεις



Στο επίπεδο μόρφωσης, το 84,3% απάντησε Τριτοβάθμια εκπαίδευση, το 14,3% Δευτεροβάθμια εκπαίδευση και μόλις ένας 1,4% ποσοστό απάντησε υποχρεωτικής εκπαίδευσης. Άρα το μεγαλύτερο μέγεθος του δείγματος που απάντησε έχει μόρφωση ανώτερη και ανώτατη.

## Επαγγελματική κατάσταση

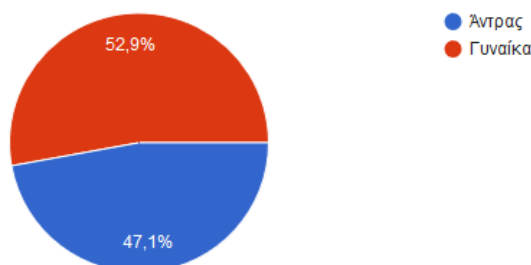
68 απαντήσεις



Όσον αφορά στην επαγγελματική κατάσταση, το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων προήλθε από ιδιωτικούς υπάλληλους, με 36,8% ακολούθησαν οι ελεύθεροι επαγγελματίες με 30,9% και οι δημόσιοι υπάλληλοι με 20,6%. Οι άνεργοι ήταν ποσοστού 5,9% και ακολούθησαν οι κατηγορίες επαγγελματιών ΑΛΛΟ με μικρά ποσοστά.

## Φύλο

70 απαντήσεις



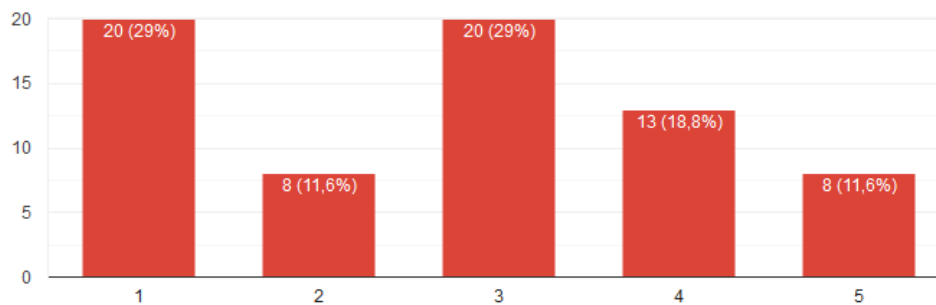
Στην κατηγορία φύλλο, οι απαντήσεις από φύλλο θηλυκού γένους είχαν ποσοστό 52,9% και από άντρες 47,1% το οποίο παρουσιάζει μια ισορροπία κατανομής.

## B. ΑΤΟΜΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΕ

Στην πρώτη ενότητα απαντήσεων, για τις ατομικές γνώσεις γύρω από την εταιρική κοινωνική ευθύνη δόθηκαν οι παρακάτω απαντήσεις ανά ερώτηση:

### Πόσο καλά γνωρίζετε την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

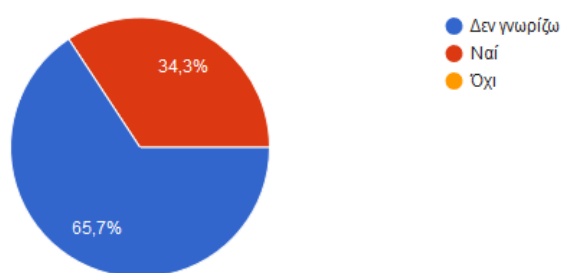
69 απαντήσεις



Εδώ παρατηρούμε, ότι ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων δεν γνωρίζει καθόλου ή ελάχιστα την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, με το ποσοστό από την μέτρια γνώση και κάτω να ξεπερνά το 50% (69,6%) γεγονός που μαρτυρά την σχετική άγνοια και έλλειψη πληροφόρησης της ελληνικής κοινωνίας για τις έννοιες και τις δράσεις της ΕΚΕ στις τραπεζικές επιχειρήσεις, παρά το ότι οι απαντήσεις δόθηκαν σε σχεδόν απόλυτο ποσοστό από άτομα νεανικής ηλικίας με μόρφωση από δευτεροβάθμια και άνω.

### Η τράπεζα η οποία συνεργάζεστε εφαρμόζει προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

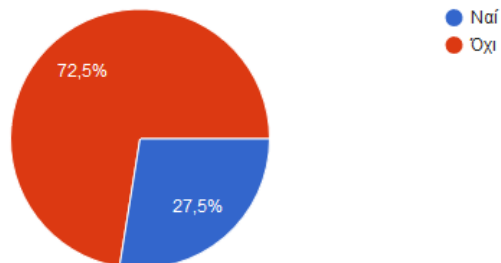
70 απαντήσεις



Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζουν και οι απαντήσεις στην ερώτηση αν γνωρίζουν εάν η τράπεζα τους εφαρμόζει προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης όπου το 65,7% απάντησε ότι δεν το γνωρίζει, γεγονός που ενισχύει την άποψη για σχετική άγνοια του κοινού γύρω από τα ζητήματα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

### Ενημερώνεστε για προγράμματα ΕΚΕ, εφόσον εφαρμόζει η τράπεζα σας

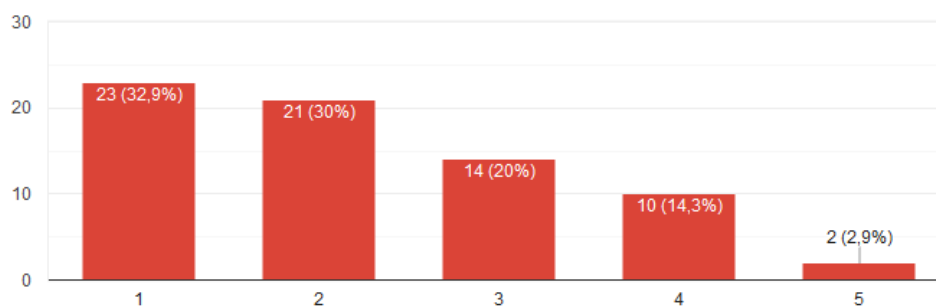
69 απαντήσεις



Στην ερώτηση εάν ενημερώνεται το κοινό από τις τράπεζες για τα προγράμματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης που εφαρμόζει το συντριπτικό ποσοστό απάντησε ότι δεν ενημερώνεται (72,5%) και εδώ εντοπίζουμε ένα σημαντικό πιθανό κενό ενημέρωσης και πληροφόρησης από πλευράς των τραπεζών για τις δράσεις τις οποίες υλοποιούν.

### Κατά πόσον δράσεις ΕΚΕ της τράπεζας σας, σας επηρεάζουν ώστε να είστε και εσείς περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνος στην καθημερινότητά σας

70 απαντήσεις



Στην τελευταία ερώτηση της δεύτερης ενότητας παρατηρούμε ότι μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που απάντησαν (58%) επηρεάζεται από την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων από καθόλου, έως μέτρια για να διαμορφώσουν κοινωνικά υπεύθυνη συνείδηση ενώ ένα μεγάλο ποσοστό δήλωσε ότι επηρεάζεται για να γίνει κοινωνικά πιο υπεύθυνο. Εδώ βλέπουμε μια ισορροπία στις απαντήσεις όμως πιθανότατα θα πρέπει να γίνουν σημαντικότερα βήματα ακόμη, σε σχέση και με τις προηγούμενες απαντήσεις έτσι ώστε το κοινό να ενημερώνεται πιο λεπτομερώς και



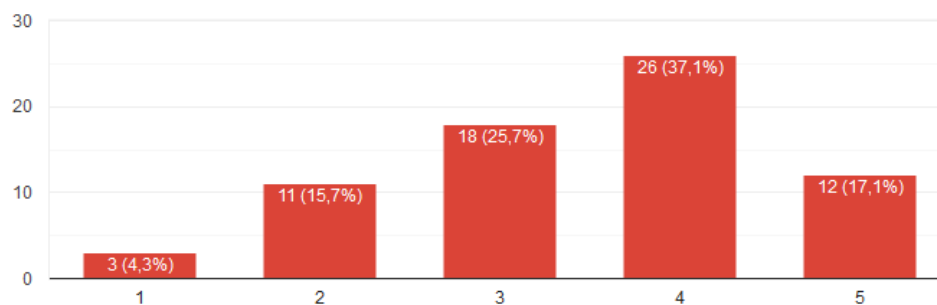
με έμφαση για τα προγράμματα και τις δράσεις της ΕΚΕ. Σκοπός είναι μπορέσει να αντιληφθεί την σημαντικότητα και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτήν και να υιοθετήσει αντίστοιχες συμπεριφορές και δραστηριότητα στην καθημερινότητα του.

## Γ. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στις ερωτήσεις της δεύτερης ενότητας οι οποίες, αφορούσαν την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας των υπηρεσιών μέσω των δράσεων ΕΚΕ, οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν οι εξής:

Κατά πόσον πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να βελτιώσουν την αποδοτικότητα μιας τραπεζικής επιχείρησης μακροπρόθεσμα

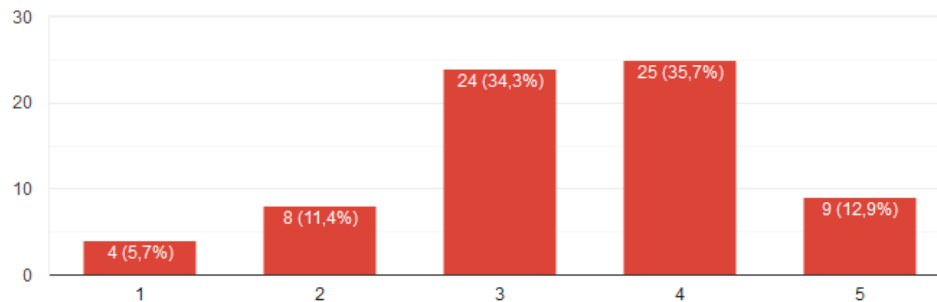
70 απαντήσεις



Στην ερώτηση αυτή βλέπουμε ότι ένα ποσοστό που ξεπερνάει το 50%(54,2), πιστεύει ότι οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να βελτιώσουν σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα την απόδοση μιας τράπεζας συνολικά, σε βαθμό από αρκετά έως πάρα πολύ.

**Κατά πόσον πιστεύετε ότι μια τράπεζα μπορεί μέσα από δράσεις ΕΚΕ να βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων της**

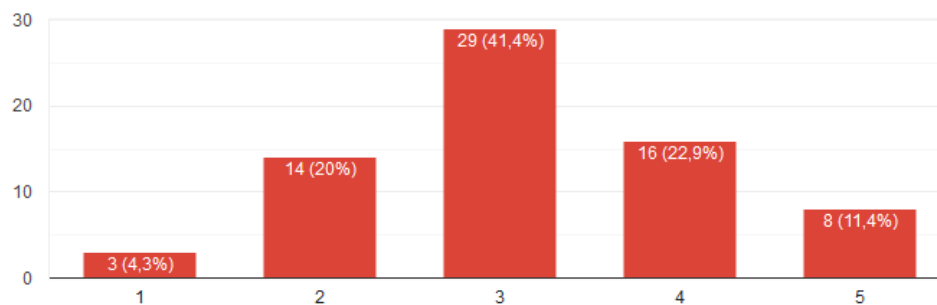
70 απαντήσεις



Στην ερώτηση για την βελτίωση της ποιότητας μέσω δράσεων ΕΚΕ, τα θετικά ποσοστά είναι ελαφρώς μειωμένα όμως και πάλι ένα ποσοστό άνω του 50%(82,9%) έχει θετική άποψη για την βελτίωση της ποιότητας από μέτρια έως πάρα πολύ.

**Κατά πόσον πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ εξυπηρετούν ουσιαστικά κοινωνικούς σκοπούς ή αποτελούν μόνο κινήσεις marketing**

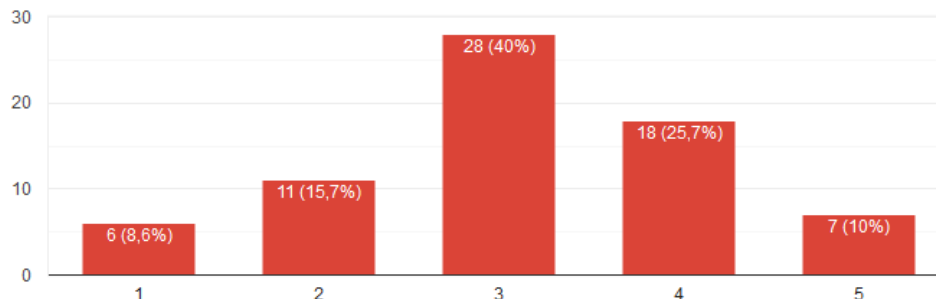
70 απαντήσεις



Στην επόμενη ερώτηση για το κατά πόσον πιστεύει το κοινό ότι οι δράσεις ΕΚΕ, εξυπηρετούν πραγματικά τους κοινωνικούς σκοπούς ή είναι κινήσεις μάρκετινγκ, οι απαντήσεις είναι σχεδόν μοιρασμένες, με το μεγαλύτερο ποσοστό να μένει στην απάντηση σε βαθμό «μέτρια» γεγονός που ίσως μαρτυρά την καχύποπτη ακόμα στάση του κοινού για τις προθέσεις των τραπεζών σχετικά με τις κοινωνικές δράσεις. Σε αυτό το σημείο φαίνεται να εντοπίζεται ξανά το πληροφοριακό και γνωστικό κενό του κοινού σχετικά με τις δράσεις και τις ωφέλειες της ΕΚΕ, γεγονός το οποίο θα πρέπει να προβληματίσει και να ενεργοποιήσει τα τμήματα ΕΚΕ των τραπεζών.

### Πιστεύετε ότι οι τράπεζες που εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ, έχουν πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού

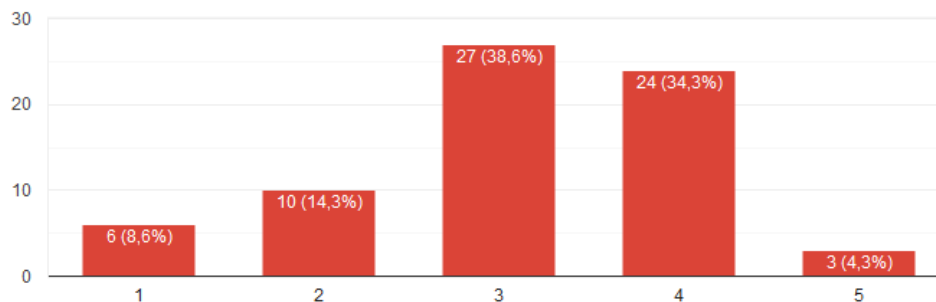
70 απαντήσεις



Και σε αυτήν την ερώτηση οι απαντήσεις φαίνονται μοιρασμένες με την ζυγαριά να δείχνει ότι γέρνει προς την θετική άποψη ελαφρώς, και στο ότι όντως οι δράσεις ΕΚΕ, υπάρχει πεποίθηση πως μπορούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης.

### Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ βελτιώνεται η ικανοποίηση των πελατών μιας τράπεζας

70 απαντήσεις



Στην απάντηση αυτής της ερώτησης για το αν αυξάνεται η ικανοποίηση των πελατών μιας τράπεζας μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ, τα ποσοστά κλίνουν προς την θετική άποψη καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων κινείται από μέτρια θετική έως αρκετά θετική άποψη για την ικανοποίηση των πελατών από τις δράσεις ΕΚΕ.

Στην ενότητα αυτή των ερωτήσεων είδαμε ότι οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες με τις θετικές απόψεις να υπερिशύουν ελαφρώς και τις απαντήσεις να δείχνουν την γενικότερη πεποίθηση ότι οι δράσεις ΕΚΕ βελτιώνουν την ποιότητα και την

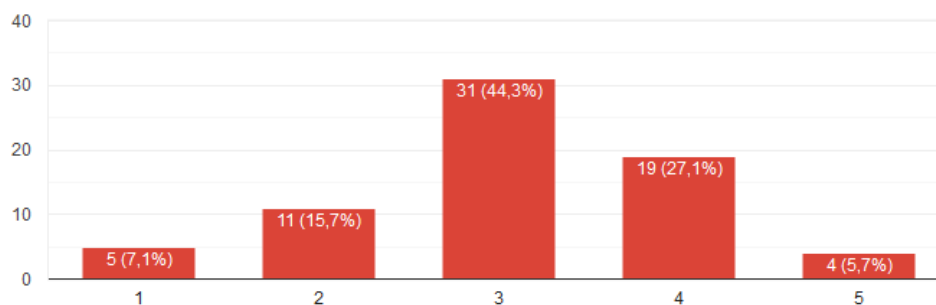
ανταγωνιστικότητα των τραπεζών να κλίνει προς την θετική πλευρά. Βέβαια εδώ θα πρέπει να σημειώσουμε και την παραμένουσα αμφισβήτηση για την καθαρότητα των προθέσεων και την πραγματική διάθεση για κοινωνική προσφορά από τις τράπεζες και όχι για λόγους μάρκετινγκ.

#### Δ.ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ

Η τελευταία ενότητα των ερωτήσεων, αφορά τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης και αειφορίας που μπορεί να οδηγηθεί μια επιχείρηση μέσα από τις δράσεις ΕΚΕ και την βελτιστοποίηση διαχείρισης φυσικών και ανθρώπινων πόρων που εμπλέκονται στην λειτουργία της. Οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι οι εξής:

Κατα πόσον πιστεύετε ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, μπορεί μια τράπεζα να βελτιώσει την διαχείριση των πόρων των οποίων χρησιμοποιεί

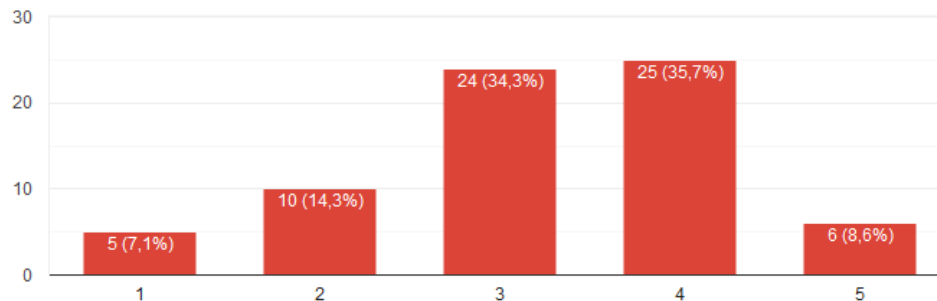
70 απαντήσεις



Στην ερώτηση για την δυνατότητα βελτιστοποίησης των πόρων που διαθέτει μια τράπεζα οι απαντήσεις είναι περίπου στο μέσο όρο με τις θετικές απαντήσεις να φαίνεται ότι έχουν ελαφρύ προβάδισμά. Από το μέτρια έως το πάρα πολύ το ποσοστό το οποίο συγκεντρώνεται στις απαντήσεις είναι άνω του 50% (77,1%)

Κατα πόσον πιστεύετε ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, βελτιώνεται το εργασιακό περιβάλλον και αναβαθμίζεται ο ανθρώπινος παράγοντας μέσα σε μια τράπεζα

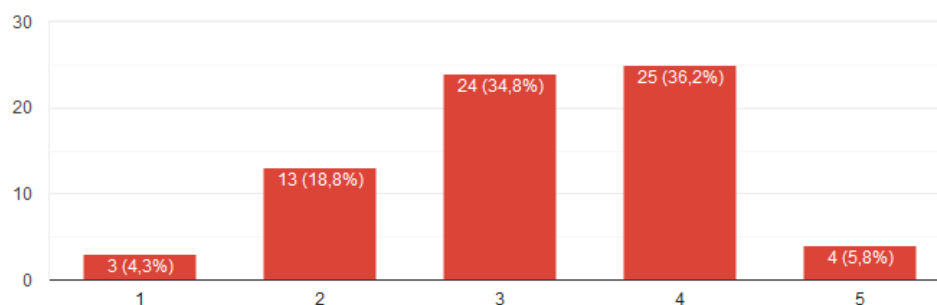
70 απαντήσεις



Στην ερώτηση εάν βελτιώνεται το εργασιακό περιβάλλον και αναβαθμίζεται ο ανθρώπινος παράγοντας έχουμε ξεκάθαρο προβάδισμα των θετικών απόψεων με ένα μεγάλο ποσοστό να συγκεντρώνεται γύρω από το Αρκετά έως το Πάρα Πολύ (44,3%), ενώ ακολουθεί η μέτρια θετική άποψη με 34,3%, δείχνοντας την άποψη του κοινού για την χρησιμότητα της ΕΚΕ, στα εργασιακά ζητήματα.

Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσω των δράσεων ΕΚΕ, προωθούνται στόχοι που ωφελούν πραγματικά τον άνθρωπο, την κοινωνία και το περιβάλλον

69 απαντήσεις

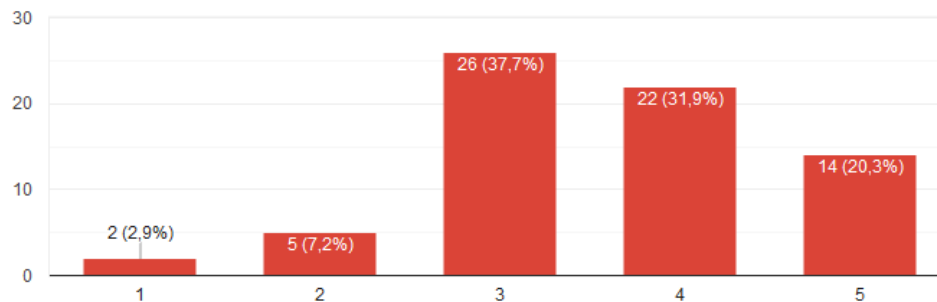


Επίσης και σε αυτήν την ερώτηση βλέπουμε ότι οι θετικές απόψεις υπερισχύουν τεκμηριώνοντας ακόμα περισσότερο την θετική συνολικά άποψη του κοινού για τις δράσεις ΕΚΕ, και για το κατά πόσον αυτές μπορούν να ωφελήσουν ουσιαστικά τον

άνθρωπο την κοινωνία και το περιβάλλον, οι οποίες φαίνεται να διαμορφώνεται μια άποψη ότι δημιουργούνται μέσω αυτών συνθήκες αειφορίας.

**Κατά πόσον πιστεύετε ότι οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να γενικευθούν σε όλο τον επιχειρηματικό κλάδο και να υπάρξουν πολλαπλάσια οφέλη για την κοινωνία**

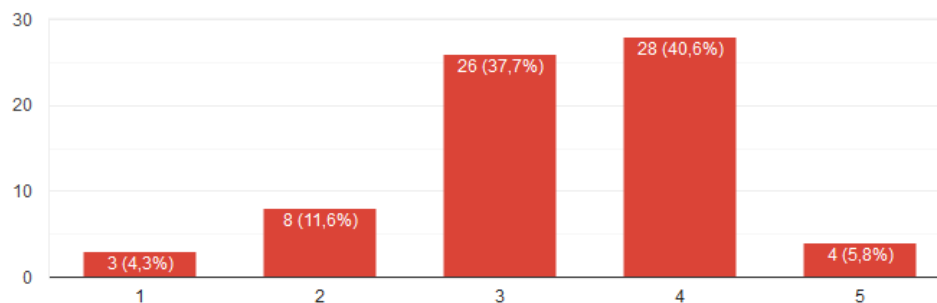
69 απαντήσεις



Στην ερώτηση για τις προοπτικές γενίκευσης, οι απόψεις είναι από μέτρια θετικές έως πολύ θετικές αντικατοπτρίζοντας πιθανόν την πεποίθηση αλλά και την επιθυμία του κοινού να υπάρξουν συνολικά γενικευμένες δράσεις οι οποίες θα προστατεύουν το περιβάλλον, την κοινωνία και τον ανθρώπινο παράγοντα και θα προκαλέσουν συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης

**Κατά πόσον πιστεύετε ότι μέσα από δράσεις ΕΚΕ μπορεί μια τράπεζα ή ο κλάδος συνολικά να δημιουργήσει συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης**

69 απαντήσεις



Στην τελευταία ερώτηση της ενότητας, αν μπορούν οι δράσεις ΕΚΕ να οδηγήσουν μια τράπεζα σε συνθήκες βέλτιστης διαχείρισης των πόρων άρα και σε κατάσταση αειφορίας οι απαντήσεις είναι από μέτρια θετικές έως πολύ θετικές σε συντριπτικό βαθμό, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το κοινό έχει προσδοκίες και την πεποίθηση ότι οι δράσεις ΕΚΕ, είναι ωφέλιμες και για την επιχείρηση και για τον άνθρωπο και την κοινωνία με ουσιαστικό τρόπο και προσφέρουν πολλαπλά οφέλη.

## 6.5. Ο Στατιστικός έλεγχος υποθέσεων (Hypothesis Testing)

Ο στατιστικός έλεγχος υποθέσεων, είναι μια συμπερασματική διαδικασία της Στατιστικής Επιστήμης και συγκεκριμένα ονομάζεται στατιστική συμπερασματολογία. Οι εφαρμογές της αφορούν κυρίως στοχαστικά προβλήματα αποφάσεων μεταξύ δύο εναλλακτικών υποθέσεων. Η μια υπόθεση έχει επικρατήσει να ονομάζεται μηδενική υπόθεση και συμβολίζεται με  $H_0$  και η δεύτερη υπόθεση ονομάζεται εναλλακτική υπόθεση και συμβολίζεται με  $H_1$ .

Απαραίτητη προϋπόθεση για την εξαγωγή λογικών συμπερασμάτων είναι η ορθή κατανόηση του νοήματος και της λογικής καθώς και των ορίων εφαρμογής των στατιστικών ελέγχων.

Για να γίνει πιο κατανοητό, ως μηδενική υπόθεση ορίζεται η υπόθεση που αμφισβητείται και από ένα τυχαίο δείγμα πληθυσμού λαμβάνουμε δεδομένα τα οποία τεκμηριώνουν την επαλήθευση της ή την απόρριψη της έναντι της εναλλακτικής υπόθεσης.

Με άλλα λόγια η μηδενική υπόθεση απορρίπτεται ή δεν απορρίπτεται με βάση το τι παρατηρούμε στο τυχαίο δείγμα που πήραμε από έναν πληθυσμό. Δηλαδή, εάν παρατηρούμε ακραίες τιμές στο δείγμα, εάν δηλαδή υπάρχει μικρή πιθανότητα να συμβεί το σενάριο της μηδενικής υπόθεσης, τότε την απορρίψουμε έναντι της εναλλακτικής υπόθεσης, ενώ αν τα αποτελέσματα του δείγματος δεν είναι ακραία τότε δεν μπορούμε να την απορρίψουμε-την αποδεχόμαστε. Το ρίσκο στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι να συμβεί το ακραίο σενάριο ενώ έχουμε απορρίψει την μηδενική υπόθεση.

Σε ένα στατιστικό έλεγχο τα εξής παρακάτω μπορεί να συμβούν:

- Να είναι η μηδενική υπόθεση αληθής και να μην την απορρίψουμε οπότε αποφασίσαμε σωστά
- Να μην είναι η μηδενική υπόθεση αληθής και να την απορρίψουμε οπότε και πάλι αποφασίσαμε σωστά
- Να είναι η υπόθεση αληθής και να την απορρίψουμε οπότε αποφασίσαμε λάθος. Το σφάλμα αυτό ονομάζεται σφάλμα τύπου I.

Να μην είναι η μηδενική υπόθεση αληθής και να την αποδεχτούμε οπότε αποφασίσαμε λάθος. Το σφάλμα αυτό ονομάζεται σφάλμα τύπου II, (Καραματσούκης, 2015)

Για να βοηθηθούμε σχηματίζουμε τον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 6-1, Σφάλματα ελέγχου υποθέσεων

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	ΑΠΟΦΑΣΗ
Η μηδενική υπόθεση είναι αληθής και δεν την απορρίπτουμε	ΣΩΣΤΟ
Η μηδενική υπόθεση είναι μη αληθής και την απορρίπτουμε	ΣΩΣΤΟ
Η μηδενική υπόθεση είναι αληθής και την απορρίπτουμε	Σφάλμα τύπου I
Η μηδενική υπόθεση είναι μη αληθής και την αποδεχόμαστε	Σφάλμα τύπου II

*Πηγή: ίδια επεξεργασία*

Για να προχωρήσουμε θα πρέπει να αποσαφηνίσουμε ορισμένα θέματα.

Καταρχήν θα πρέπει να αποσαφηνιστεί τι θεωρείται ακραίο στο δείγμα. Δηλαδή ποιον σαφή κανόνα θα χρησιμοποιήσουμε ώστε να ορίσουμε τα όρια του ακραίου και με ποιον τρόπο θα υπολογίσουμε τις πιθανότητες για σφάλματα τύπου I και II.



Για να ορίσουμε τους στατιστικούς ελέγχους, θα πρέπει πρώτα να βρούμε την μέση τιμή του πληθυσμού, και να δούμε εάν η μέση τιμή του δείγματος διαφέρει και πόσο από αυτήν,

Στην έρευνα μας, η μέση τιμή είναι η μέση της βαθμολογίας των ερωτήσεων. Εάν η μέση τιμή του δείγματος είναι χαμηλότερη από αυτήν της βαθμολογίας τότε θα πρέπει να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση των ερωτημάτων και να αποδεχτούμε την εναλλακτική.

Το προκαθορισμένο όριο που βάζουμε για να ορίσουμε ένα δείγμα ως ακραίο ονομάζεται κρίσιμο σημείο ή σημείο σημαντικότητας και συμβολίζεται με το γράμμα  $\alpha$ . όσο πιο μικρό είναι το σημείο αυτό τόσο περισσότερες « αποδείξεις» απαιτούνται ώστε να απορριφθεί η υπόθεση μας.

Ο έλεγχος αυτός ονομάζεται και μονόπλευρος καθώς μας ενδιαφέρει μόνο η μια πλευρά της ανισότητας. Εάν ο έλεγχος αφορούσε και τις δύο πλευρές ή γενικά την διαφορά από την μέση τιμή θα ονομαζόταν αμφίπλευρος έλεγχος.

Στην σύγχρονη στατιστική επιστήμη, οι έλεγχοι υποθέσεων γίνονται με στατιστικά πακέτα όπως το SPSS, και το MINITAB. Στην δική μας εργασία χρησιμοποιήσαμε το SPSS για να υλοποιήσουμε τον έλεγχο μέσα από ένα δείγμα 70 ατόμων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο μας. (Καραματσούκης, 2015 Δαφέρμος, 2011)

Στην εργασία μας επιλέξαμε να κάνουμε στατιστικό έλεγχο υποθέσεων σε τρεις διαφορετικές υποθέσεις, με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα που προέκυψαν από την έρευνα και την βιβλιογραφική ανασκόπηση μας.

Η πρώτη υπόθεση που θα εξετάσουμε είναι εάν έχει σχέση το μορφωτικό επίπεδο με το επίπεδο γνώσης για την ΕΚΕ

Ο έλεγχος που ορίζουμε είναι

$H_0$ : Η μέση τιμή γνώσης για την ΕΚΕ είναι ίση ανεξάρτητα επιπέδου μόρφωσης

$H_1$ : Η μέση τιμή γνώσης για την ΕΚΕ διαφέρει ανάλογα το επίπεδο μόρφωσης

Για να ελέγξουμε την υπόθεση θα κάνουμε έλεγχο μέσων τιμών ανεξαρτήτων δειγμάτων ανάλογα την κατηγορία μόρφωσης. Σε μαθηματική μορφή ο έλεγχος εκφράζεται ως

$H_0: \mu_1 = \mu_2$

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$

Χρησιμοποιώντας το πεδίο Independent Variable Test στο SPSS και σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=0.05$  εκτελέσαμε T-test χρησιμοποιώντας ως συνεχείς μεταβλητές το επίπεδο γνώσης της ΕΚΕ (Ερώτηση 6) και ως κατηγορικές μεταβλητές το επίπεδο μόρφωσης (ερώτηση 3). Τα αποτελέσματα που πήραμε είναι τα εξής παρακάτω.

NEW FILE.

DATASET NAME DataSet2 WINDOW=FRONT.

T-TEST GROUPS=VAR00003 (2.00 3.00)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=VAR00007

/CRITERIA=CI (.95).

## T-Test

Notes		
Output Created		18-AUG-2019 19:24:16
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=VAR00003(2.00 3.00) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=VAR00007 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet2]

#### Group Statistics

	VAR00003	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00007	2.00	10	2.2000	.91894	.29059
	3.00	58	2.8276	1.42826	.18754

#### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
VAR00007	Equal variances assumed	3.016	.087	-1.338	66	.186	-.62759	.46910	-1.56417	.30899
	Equal variances not assumed			-1.815	17.577	.087	-.62759	.34585	-1.35546	.10028

Για την εκτέλεση αυτού του ελέγχου χρησιμοποιήσαμε των έλεγχο μέσω ανεξαρτήτων δειγμάτων. Καθώς από την υποχρεωτική εκπαίδευση είχαμε μόνο μια απάντηση, την απαλείψαμε και ορίσαμε ως την δευτεροβάθμια εκπαίδευση με αριθμό 2 και την τριτοβάθμια εκπαίδευση με αριθμό 3 έτσι ώστε το πεδίο στο στατιστικό πακέτο να πάρει αριθμητική μορφή. Εκτελέσαμε στατιστικό έλεγχο ανεξάρτητων δειγμάτων για να δούμε πόσο διαφέρει η μέση τιμή ανάλογα την εκπαίδευση του ατόμου και παρατηρούμε ότι στο πρώτο δείγμα η μέση τιμή είναι 2,2 ενώ στο δεύτερο δείγμα η τιμή είναι 2,8. Η υπόθεση της ισότητας φαίνεται ότι δεν μπορεί να απορριφτεί καθώς στο T-test το  $p\text{-value}=0.186>0.05(\text{Sig.2-tailed})$  άρα δεν απορρίπτουμε την  $H_0:\mu_1=\mu_2$

Η δεύτερη υπόθεση την οποία θα εξετάσουμε αφορά την άποψη του δείγματος για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και των επιδόσεων μιας τράπεζας και ο στατιστικός έλεγχος υποθέσεων μας τίθεται ως εξής

*H0: οι δράσεις ΕΚΕ βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα και τις επιδόσεις των τραπεζών*

*H1: οι δράσεις ΕΚΕ δεν βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα και τις επιδόσεις των τραπεζών*

Καλούμαστε λοιπόν να ελέγξουμε, εάν η μέση τιμή του πληθυσμού (που ορίζεται ως η μέση τιμή της βαθμολογίας 1-5 των ερωτήσεων, δηλαδή  $\mu_0=2,5$  ισούται με την μέση τιμή του δείγματος ή εάν η μέση τιμή του δείγματος είναι μεγαλύτερη από αυτήν του πληθυσμού.

$H_0: \mu = \mu_0, \mu = 2,5$

$H_1: \mu \geq \mu_0, \mu \geq 2,5$

Εκτελώντας τον έλεγχο με το SPSS παίρνουμε τα παρακάτω αποτελέσματα:

T-TEST

/TESTVAL=2.5

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015

/CRITERIA=CI(.95).

#### T-Test

##### Notes

Output Created		18-AUG-2019 19:55:31
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST  /TESTVAL=2.5  /MISSING=ANALYSIS  /VARIABLES=VAR00011 VAR00012            VAR00013 VAR00014 VAR00015  /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

[DataSet0]

#### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00011	70	3.4714	1.08643	.12985
VAR00012	70	3.3857	1.03969	.12427
VAR00013	70	3.1714	1.02110	.12205
VAR00014	70	3.1286	1.07571	.12857
VAR00015	70	3.1143	1.00062	.11960

## One-Sample Test

Test Value = 2.5

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VAR00011	7.481	69	.000	.97143	.7124	1.2305
VAR00012	7.128	69	.000	.88571	.6378	1.1336
VAR00013	5.501	69	.000	.67143	.4280	.9149
VAR00014	4.889	69	.000	.62857	.3721	.8851
VAR00015	5.136	69	.000	.61429	.3757	.8529

Παρατηρούμε ότι ο έλεγχος των μέσων δείχνει διαφορετικές μέσες τιμές σε κάθε μια από τις ερωτήσεις (όπου VAR11/12/13/14/15) οι ερωτήσεις της δεύτερης ενότητας σε σχέση με την αύξηση της απόδοσης των τραπεζών μέσω ΕΚΕ. Αυτό επιβεβαιώνεται και από την ισχύ του ελέγχου όπου δίνει  $p\text{-value} < 0.001 < 0.05$ , άρα η υπόθεση φαίνεται να είναι στατιστικά σημαντική και απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση μας έναντι της εναλλακτικής  $H_1$ . Σημειώνουμε εδώ, ότι το  $p\text{-value}$  (πεδίο ελέγχου Sig.(2-tailed)) είναι μικρότερος δεκαδικός αριθμός από το 0,001 και καθώς το στατιστικό πακέτο έχει ρυθμιστεί για εμφάνιση τριών δεκαδικών ψηφίων το εκλαμβάνει ως 0. Ελέγχοντας την τιμή σε κάθε κελί ξεχωριστά διαπιστώσαμε ότι είναι πολύ μικρός δεκαδικός αριθμός κοντά στο μηδέν αλλά όχι μηδέν.

Η τρίτη υπόθεση που θα εξετάσουμε αφορά την άποψη του δείγματος για τις προοπτικές αειφορίας που μπορεί να προκαλούνται από τις δράσεις ΕΚΕ στον κλάδο των τραπεζών και ο στατιστικός έλεγχος υποθέσεων τίθεται ως εξής

*$H_0$ : οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να οδηγήσουν σε συνθήκες αειφορίας τον κλάδο των τραπεζών*

*$H_1$  οι δράσεις ΕΚΕ δεν μπορούν να οδηγήσουν σε συνθήκες αειφορίας τον κλάδο των τραπεζών*

$H_0: \mu = \mu_0, \mu_0 = 2,5$

$H_1: \mu \geq \mu_0, \mu \geq 2,5$

Εκτελώντας τους ελέγχους των μέσων με το SPSS λάβαμε τα παρακάτω αποτελέσματα

T-TEST

/TESTVAL=2.5

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020

/CRITERIA=CI(.95).

### T-Test

#### Notes

Output Created		18-AUG-2019 20:26:29
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST  /TESTVAL=2.5  /MISSING=ANALYSIS  /VARIABLES=VAR00016 VAR00017                VAR00018 VAR00019 VAR00020  /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00016	70	3.0857	.97420	.11644
VAR00017	70	3.2429	1.04168	.12450
VAR00018	69	3.2029	.96375	.11602
VAR00019	69	3.5942	.98993	.11917
VAR00020	69	3.3188	.91544	.11021

### One-Sample Test

Test Value = 2.5

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VAR00016	5.030	69	.000	.58571	.3534	.8180
VAR00017	5.967	69	.000	.74286	.4945	.9912
VAR00018	6.058	68	.000	.70290	.4714	.9344
VAR00019	9.182	68	.000	1.09420	.8564	1.3320
VAR00020	7.430	68	.000	.81884	.5989	1.0388

Και σε αυτόν τον έλεγχο των μέσων παρατηρούμε ότι τα αποτελέσματα έδωσαν μέσους (means) σε κάθε απάντηση(variables) διαφορετική από την τιμή ελέγχου  $\mu=2,5$ . Οπότε η υπόθεση φαίνεται να είναι στατιστικά σημαντική και θα πρέπει να απορρίψουμε την μηδενική υπόθεση έναντι της εναλλακτικής  $H_1$ . Αυτό επιβεβαιώνεται και από την ισχύ του ελέγχου που όπως και στον πρώτο έλεγχο έχουμε  $p\text{-value} < 0.001 < 0.05$ , άρα η υπόθεση είναι στατιστικά σημαντική και απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση μας έναντι της εναλλακτικής  $H_1$ . Σημειώνουμε εδώ, ότι το  $p\text{-value}$  (πεδίο ελέγχου Sig.(2-tailed)) είναι μικρότερος δεκαδικός αριθμός από το 0,001 και καθώς το στατιστικό πακέτο έχει ρυθμιστεί για εμφάνιση τριών δεκαδικών ψηφίων το εκλαμβάνει ως 0. Ελέγχοντας την τιμή σε κάθε κελί ξεχωριστά διαπιστώσαμε ότι είναι πολύ μικρός δεκαδικός αριθμός κοντά στο μηδέν αλλά όχι μηδέν. Εδώ τα πεδία VAR16/17/18/19/20, αντιστοιχούν στις απαντήσεις του



ερωτηματολογίου της τελευταίας ενότητας σε σχέση με τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης μέσω ΕΚΕ.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Καραματσουκης Κ.Χ.,2015, Στατιστικός Έλεγχος Υποθέσεων με SPSS, Σημειώσεις μαθήματος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Fatma, M., & Rahman, Z., 2015, Consumer responses to CSR in Indian banking sector. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, pp. 1-20.

Evangelinos, K. I., Skouloudis, A., Nikolaou, I. E., & Leal Filho, W., 2009, An Analysis of Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainability Reporting Assessment in the Greek Banking Sector. In *Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility* (pp. 157-173). Springer Berlin Heidelberg.

Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I., 2014, Customer CSR expectations in the banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 32(3), pp. 223-244.

Pomering, A., & Dolnicar, S., 2009, Assessing the prerequisite of successful CSR implementation: are consumers aware of CSR initiatives?. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 285-301

## 7. Συμπεράσματα

Στην παρούσα εργασία, στόχος μας ήταν να κάνουμε μια συνολική θεώρηση γύρω από τα ζητήματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και να εντοπίσουμε τυχόν ερευνητικά κενά γνώσης. Μέσα από την βιβλιογραφική ανασκόπηση, την διαδικτυακή έρευνα και την εκπόνηση εμπειρικής έρευνας ολοκληρώσαμε την μεθοδολογική μας έρευνα και εξάγαμε σημαντικά συμπεράσματα.

Τα κυριότερα ερευνητικά ερωτήματα που προέκυψαν κατά την βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι:

Καταρχήν εάν μπορούν οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης να αποτελέσουν κίνητρο για τις επιχειρήσεις ώστε να βελτιώσουν την απόδοση τους συνολικά, βελτιώνοντας την ποιότητα, το εργασιακό περιβάλλον και την λειτουργία τους εν γένει, προς όφελος της ανταγωνιστικότητας και της βέλτιστης εξυπηρέτησης των πελατών τους.

Δεύτερον, εάν οι επιχειρήσεις μπορούν μέσα από τις δράσεις και τις διαδικασίες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης να επιτύχουν βελτιστοποίηση των πόρων των οποίων διαθέτουν, φυσικών και ανθρώπινων έτσι ώστε να οδηγηθούν σε συνθήκες αειφορίας προς όφελος του ανθρώπου, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

Για να απαντήσουμε στα ερωτήματα τα οποία προέκυψαν, διεξήγαμε εμπειρική έρευνα και ανάλυση πάνω στον Ελληνικό Τραπεζικό Τομέα. Μελετήσαμε τις τέσσερις συστημικές τράπεζες σε σχέση με τις δράσεις, τις πολιτικές, την επικοινωνία και τις αξιολογήσεις που αυτές έχουν πάνω στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και είδαμε τα πολλαπλά οφέλη που δημιουργούνται από την προσπάθεια τους αυτή απέναντι στην κοινωνία, τον πολιτισμό, τον άνθρωπο, την εκπαίδευση, τον αθλητισμό, το περιβάλλον, την έρευνα και την καινοτομία καθώς και απέναντι σε ευάλωτες κατηγορίες του πληθυσμού.

Για να τεκμηριώσουμε τους ισχυρισμούς μας, διεξήγαμε έρευνα ερωτηματολογίου όπου βάσει των βιβλιογραφικών αναφορών και των ερευνητικών ερωτημάτων, καταρτίσαμε ερωτηματολόγιο με 14 στοχευμένες ερωτήσεις. Το ερωτηματολόγιο διοχετεύτηκε μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας σε κοινό, κατοίκους της πόλης των Αθηνών οι οποίοι έχουν συναλλαγές με ελληνικές τράπεζες και είναι ηλικίας 18-65 ετών.

Οι ερωτήσεις χωρίστηκαν σε 4 ενότητες και αφορούσαν δημογραφικά στοιχεία, προσωπικές γνώσεις για την ΕΚΕ, προοπτικές βελτίωσης απόδοσης των τραπεζών

μέσω της ΕΚΕ, προοπτικές δημιουργίας συνθηκών αειφορίας για τον τραπεζικό κλάδο μέσω ΕΚΕ.

Τα βασικότερα συμπεράσματα που προέκυψαν από την μακροσκοπική ανάλυση του ερωτηματολογίου είναι ότι το κοινό σε γενικές γραμμές φαίνεται να μην έχει εξειδικευμένη γνώση για τις έννοιες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ανεξάρτητα από το επίπεδο της μόρφωσης του ενώ δείχνει ότι δεν επηρεάζεται ιδιαίτερα από τις επιχειρησιακές κοινωνικές δράσεις ώστε να καταστεί και το ίδιο πιο κοινωνικά υπεύθυνο στην καθημερινότητα του.

Δεύτερον, το κοινό φαίνεται να έχει την πεποίθηση ότι όντως οι δράσεις ΕΚΕ βελτιώνουν την ποιότητα, τις λειτουργίες, και το εργασιακό περιβάλλον των επιχειρήσεων, όμως πιθανόν υπάρχει σημαντική αμφιβολία εάν οι δράσεις είναι ουσιαστικές ή απλό αποτέλεσμα προωθητικών ενεργειών μάρκετινγκ.

Τρίτον, το κοινό φαίνεται να έχει την θετική πεποίθηση ότι μέσα από τις δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούν οι επιχειρήσεις να επιτύχουν βελτιστοποίηση της διαχείρισης των πόρων των οποίων διαχειρίζονται, ανθρώπινων, φυσικών και υλικών έτσι ώστε να οδηγηθούν σε συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης και αειφορίας.

Για να επιβεβαιώσουμε την μακροσκοπική ανάλυση των απαντήσεων της έρευνας, διεξήγαμε στατιστικό έλεγχο υποθέσεων για τρεις διαφορετικές υποθέσεις με το στατιστικό πακέτο SPSS.

Η πρώτη υπόθεση αφορούσε την σχέση μεταξύ επιπέδου εκπαίδευσης και γνώσης γύρω από την ΕΚΕ, όπου ο έλεγχος έδωσε ως αποτέλεσμα ότι δεν έχει σχέση το επίπεδο εκπαίδευσης με την γνώση γύρω από την ΕΚΕ.

Η δεύτερη υπόθεση αφορούσε το ερώτημα για το εάν οι δράσεις ΕΚΕ, βελτιώνουν την απόδοση και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, όπου κι εκεί ο στατιστικός έλεγχος έδειξε ότι οι δράσεις ΕΚΕ επηρεάζουν την εικόνα της επιχείρησης σύμφωνα με το κοινό.

Η τρίτη υπόθεση αφορούσε το ερώτημα για το εάν οι δράσεις ΕΚΕ βελτιστοποιούν την διαχείριση των πόρων και οδηγούν σε συνθήκες αειφορίας, όπου κι εκεί ο στατιστικός έλεγχος έδειξε ότι το κοινό όντως πιστεύει ότι οι δράσεις ΕΚΕ μπορούν να οδηγήσουν σε συνθήκες αειφορίας.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επαναλάβουμε ότι η έρευνα έγινε υπό τον περιορισμό του δείγματος ευκολίας, γεγονός που καθιστά τα αποτελέσματα των ελέγχων μη γενικεύσιμα.

### 7.1. Προτάσεις

Για τους δύο βασικούς προβληματισμούς που προέκυψαν, πρώτον για την σχετική άγνοια του κοινού και την έλλειψη πληροφόρησης από τις επιχειρήσεις για τις δράσεις ΕΚΕ που υλοποιούν και δεύτερον για την αμφισβήτηση του κατά πόσον οι δράσεις ωφελούν ουσιαστικά την κοινωνία ή είναι αποτέλεσμα μάρκετινγκ η κεντρική πρόταση που καταθέτουμε μέσω της παρούσας εργασίας είναι η εξής.

Προτείνεται στις επιχειρήσεις, συγκεκριμένα για τις τράπεζες που διεξήγαμε την έρευνα, να δημιουργήσουν εκπαιδευτικά και ενημερωτικά προγράμματα όχι μόνο για το προσωπικό αλλά και για το κοινό με τα οποία θα προωθήσουν τους στόχους, τους σκοπούς και τα αποτελέσματα των δράσεων ΕΚΕ που υλοποιούν.

Με την δημιουργία ενός ολοκληρωμένου συστήματος ενημέρωσης και επιμόρφωσης το κοινό των τραπεζών θα έχει άμεση και συνολική εικόνα για τις δράσεις ΕΚΕ και για τα αποτελέσματά τους. Οι ενέργειες αυτές θα πρέπει παράλληλα να έχουν ως στόχο την ευαισθητοποίηση των πελατών και για την δική τους συμπεριφορά προς μια πιο υπεύθυνη κοινωνικά στάση που όπως είδαμε μέχρι σήμερα δεν ισχύει.

Για τον σκοπό αυτό θα πρέπει οι επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν την τεχνολογική καινοτομία και τις εφαρμογές έτσι ώστε μέσω του διαδικτύου, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και μέσω φυσικών εκδηλώσεων ενημέρωσης να κινητοποιήσουν το κοινό και να διοχετεύσουν το σύνολο των πληροφοριών που κρίνονται απαραίτητες ώστε να εξαλειφθεί η άγνοια και να αμβλυνθεί η καχυποψία γύρω από την ουσιαστική συμβολή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Επιπλέον, καθώς η έρευνα μας έγινε με σκοπό να αποκαλύψει τάσεις και χαρακτηριστικά ενός μικρού δείγματος από το καταναλωτικό κοινό των ελληνικών τραπεζών, θα πρέπει ο μελλοντικός ερευνητής να χρησιμοποιήσει και άλλα ερευνητικά εργαλεία και εύρος δείγματος έτσι ώστε να διασταυρώσει τα δεδομένα. Από την έρευνα μας δεν μπορεί να αποκαλυφθεί το κόστος και η διαδικασία σχεδιασμού της στρατηγικής των τραπεζικών επιχειρήσεων γύρω από την εταιρική κοινωνική ευθύνη, παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν σημαντικά τα αποτελέσματα της. Για αυτό το λόγο θα πρέπει ο ερευνητής που επιθυμεί να εμβαθύνει στο ζήτημα να επιλέξει κατάλληλα ερευνητικά εργαλεία όπως για παράδειγμα ερωτηματολόγιο

προσωπικής συνέντευξης σε στελέχη ΕΚΕ τράπεζας έτσι ώστε να συλλέξει περαιτέρω δεδομένα εσωτερικής φύσεως της τράπεζας. Επίσης θα μπορούσε παράλληλα με την προσωπική συνέντευξη στα στελέχη να διεξάγει και ερωτηματολόγιο στους εργαζόμενους του τμήματος ΕΚΕ. Για ακόμα πιο ολοκληρωμένη έρευνα θα προτείναμε στον μελλοντικό ερευνητή να διεξάγει ερωτηματολόγιο και σε εργαζόμενους εκτός του τμήματος ΕΚΕ έτσι ώστε να αποκτήσει μία πιο εμπειριστατωμένη άποψη.

Η έρευνα μας, δίνει μόνο μια γενική εικόνα για την άποψη των καταναλωτών και προτείνουμε η έρευνα να διεξαχθεί στο μέλλον σε ευρύτερο πεδίο και επίπεδο έτσι ώστε να μπορούν να εξαχθούν ασφαλέστερα συμπεράσματα τα οποία θα μπορούν να εξάγουν τα αποτελέσματα που θα θέλει ο μελλοντικός ερευνητής.

Επίσης προτείνεται η μελλοντική έρευνα ενός ερευνητή να μην περιοριστεί μόνο στις τέσσερις συστημικές τράπεζες αλλά να συμπεριλάβει και τις μικρότερες τράπεζες όπως για παράδειγμα τη Praxia Bank.

Μία τελευταία πρόταση που θα μπορούσαμε να κάνουμε είναι να δημιουργηθούν ομάδες εστίασης ( focus groups) οκτώ με δέκα ατόμων οι οποίοι θα είναι πελάτες τραπεζών αλλά επειδή θα προέρχονται από διάφορους εργασιακούς και κοινωνικούς τομείς και φυσικά θα είναι διαφορετικοί χαρακτήρες θα βοηθήσουν τον μελλοντικό ερευνητή να εξάγει τα συμπεράσματα του. Αν θέλει να εμβαθύνει ο ερευνητής θα μπορούσε να κάνει επιπλέον focus groups και σε ομάδα εργαζομένων των τραπεζών οι οποίοι θα προέρχονται από διαφορετικά τμήματα της τράπεζας.

Η έννοια και οι δράσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν την δυνατότητα να παρέχουν πολλαπλά οφέλη για την κοινωνία, τον άνθρωπο και το περιβάλλον ενώ με την σωστή χρήση και διαχείριση των δράσεων μπορούν να δημιουργηθούν και συνθήκες βιώσιμης ανάπτυξης για τις κοινωνίες συνολικά. Απαιτείται απόλυτη δέσμευση και σύμπνοια των κλάδων των επιχειρήσεων, ώστε να υπάρχει ένας σταθερός και μακροπρόθεσμος προσανατολισμός και να επιτευχθούν συνολικά αποτελέσματα σε παγκόσμιο επίπεδο για την κοινωνία και για τον άνθρωπο.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ελληνική Βιβλιογραφία:

Ανδρουτσόπουλος, Γ.Θ., 2011, Εταιρική Διακυβέρνηση και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Γενεύη, European University, pp 108-150, διαθέσιμο στο <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1421416786.pdf?user>

Δαφέρμος Β, 2011, Κοινωνική στατιστική και μεθοδολογία έρευνας με το SPSS

Γκαντζιάς, Γ., & Κορρές, Γ., 2011, Πολιτιστική Οικονομία και Χορηγίες: Οικονομική Διαχείριση και Ανάπτυξη Πολιτισμικών Μονάδων, Πάτρα : ΕΑΠ

Γ.Γ. ΟΗΕ Ψήφισμα 44/236, ανακτήθηκε από [https://www.unric.org/el/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6622&catid=19:-----sg-messages&Itemid=26](https://www.unric.org/el/index.php?option=com_content&view=article&id=6622&catid=19:-----sg-messages&Itemid=26)

Γ.Γ. ΟΗΕ, Un Glompal Compact, 1990, διαθέσιμο στο <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού, 1995, Λονδίνο ανακτήθηκε από, <https://www.csrhellas.net/about-us/timeline/>

Ινστιτούτο Επικοινωνίας – MRB HELLAS S.A, 2014, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Έλληνας Καταναλωτής, Πανελλαδική έρευνα CSR

ICAP, 2018, Κλαδική μελέτη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Καραματσουκής Κ.Χ., 2015, Στατιστικός Έλεγχος Υποθέσεων με SPSS, Σημειώσεις μαθήματος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Κολλυδάς Κ., Πανταλαίου, Κύριοι Άξονες ΕΚΕ, Σύntαξη Μελέτης & Έρευνας για την Ε.Κ.Ε. ΣΤ. ICAP Group

Κόβλακα Σ., 2011, Οι τράπεζες τα νοικοκυριά και το περιβάλλον, άρθρο στο Βήμα, ανακτήθηκε από το <https://www.tovima.gr/2011/02/27/opinions/oi-trapezes-ta-noikokyria-kai-to-periballon/> ανακτήθηκε 14/8/2019

Λιδορίκης Α, 2006, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Τράπεζες, ο σύγχρονος τρόπος Μάνατζμεντ, Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, σελ.69-85

Παππάς, Θ. (2002). Η μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας στις ανθρωπιστικές επιστήμες. Εκδόσεις Καρδαμίτσα.

Παρασκευόπουλος Ι. (1999). Ερωτηματολόγιο διαπροσωπικής και ενδοπροσωπικής προσαρμογής. Ελληνικά Γράμματα.

Glesne, Corrine, 2018, Ποιοτική Έρευνα, Μεταίχμιο, Αθήνα

Flick, Uwe, 2017, Ποιοτική Έρευνα, Προπομπός, Αθήνα

Babbie, E., Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα (Αθήνα: Κριτική, 2011)

Σμυρνής, Ν. Γ., 2015, Αποσαφήνιση του όρου εταιρική κοινωνική ευθύνη και οι άρρηκτοι δεσμοί της με τις επιχειρήσεις. Ανάκτηση από <https://hellenicnews.com/%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%83%CE%B1%CF%86%CE%AE%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%8C%CF%81%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89/>

Συνθήκη Ευρωπαϊκής Ένωσης ,2000,Λισσαβона, ανακτήθηκε από, [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf)

ΣΕΒ,2005,Χάρτα δικαιωμάτων και υποχρεώσεων επιχειρήσεων, ανακτήθηκε από [http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/48672/SEV\\_Xarta\\_dikaionaton1.pdf](http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/48672/SEV_Xarta_dikaionaton1.pdf)



### Ξένη βιβλιογραφία

Berle-Dodd Debate, 2012, «*Brief Guide to Corporate Social Responsibility*», SAGE Publications

AMOS O. A, UNIAMIKOGBO E, 2016, SUSTAINABILITY AND TRIPLE BOTTOM LINE: AN OVERVIEW OF TWO INTERRELATED CONCEPTS, Igbinedion University Journal of Accounting, Vol. 2, pp. 88-115

Berle-Dodd Debate, 2012, «*Brief Guide to Corporate Social Responsibility*», SAGE Publications

Bradgon, J. H., & Marlin, J. 1972, Is pollution profitable? Risk Management, 19 (4): pp. 9-18

Baumgartner, R. J., 2014, Managing corporate sustainability and CSR: A conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. Corporate Social Responsibility and Environmental Management.

Caroll, A.B., 2016, Carroll's pyramid of CSR: taking another look, International Journal of Corporate Social Responsibility 2016:3  
<https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>

Carroll A. B., 1991, The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons. pp. 39-48

Carroll A. B., 2004, Managing ethically with global stakeholders: A present and future challenge, Academy of Management Executive, Volume 18, Issue 2, pp. 116-118

Carroll A. B., 1998, The Four Faces of Corporate Citizenship, *Business and Society Review*, 100/101: 1-7, Center for Business Ethics at Bentley College

Carroll A. B., Buchholtz Ann K., 2012, *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*, 8th Edition, Cengage Learning, pp. 40-45

Calabrese, A., Costa, R., Menichini, T., Rosati, F., & Sanfelice, G., 2013, «*Turning Corporate Social Responsibility-driven Opportunities in Competitive Advantages: a Two-dimensional Model*». *Knowledge and Process Management*.

Céline Louche, Samuel Idowu, Walter Filho , 2017, *Innovative CSR, From Risk Management to Value Creation*, eBook <http://iss-solutions.com/supply-chain-optimization-and-corporate-social-responsibility/?lang=en>

Cornell, B., Shapiro, A.C., 1987, Corporate Stakeholders and Corporate Finance. *Financial Management*, 16, pp. 5-14

Danilovic, M., Hensbergen, M., Hoveskog, M. & Zadayannaya, L. 2013, Exploring diffusion and dynamics of Corporate Social Responsibility. *Corporate Social Responsibility Management* 2013. [on line] διαθέσιμο στην ιστοσελίδα της Wiley Online Library.

Davis, K., 1975, Five propositions for social responsibility', *Business Horizons*, Vol. 18, No. 3, pp. 19–24

Davis, K., 1960, Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities? *California Management Review*, 2, pp. 70-76.

Davis, K., 1967, Understanding the Social Responsibility Puzzle. *Business Horizons*, 10(4), pp. 45-51.

Donaldson, T., & Dunfee, T., 1994, Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory. *Academy of Management Review*, 19(2), pp. 252-284.

- Ding, L., 2010, Promote the Employment: From the Corporate Social Responsibility View. 2010 International Conference on Management and Service Science. Beijing: IEEE.
- Elkington, J., 1997, «Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business». Capstone Publ.
- E Garriga, D Melé, 2004, corporate social responsibility theories: Mapping the territory, Journal of business ethics, Springe
- Fatma, M., & Rahman, Z., 2015, Consumer responses to CSR in Indian banking sector. International Review on Public and Nonprofit Marketing, pp. 1-20.
- Evangelinos, K. I., Skouloudis, A., Nikolaou, I. E., & Leal Filho, W., 2009, An Analysis of Corporate Social Responsibility (CSR) and Sustainability Reporting Assessment in the Greek Banking Sector. In Professionals' Perspectives of Corporate Social Responsibility (pp. 157-173). Springer Berlin Heidelberg.
- Fernandez-Feijoo-Souto, B., 2009, Crisis and Corporate Social Responsibility: Threat or Opportunity? International Journal of Economic Sciences and Applied Research, pp. 36-50.
- Freeman, D. & J. Liedtka, 1991, Corporate Social Responsibility: A Critical Approach –Corporate Social Responsibility no Longer a Useful Concept, Business Horizons, vol. 28, no. 4, pp. 42-47.
- Freeman, I., & Hasnaoui, A., 2011, The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. Journal of Business Ethics, 100(3), pp. 419-443..
- Friedman, M. 1972, The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, The New York Times Magazine διαθέσιμο στο <http://umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
- Griffin, J. J., Mahon, J. F., 1997, The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research. Business and Society 36, pp. 5–31

Garay, L., & Font, X., 2011, Doing Good to do well? CSR Reasons, practices and impacts in small and medium enterprises. International Journal of Hospitality Management, 1-9.

Holmes L, Watts R., 2000., «*Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*». World Business Council for Sustainable Development, <http://www.ceads.org.ar/downloads/Making%20good%20business%20sense.pdf> ανακτήθηκε 12/8/2019

Howard, B., 1953, «*Social Responsibilities of the businessman*», University of Iowa Press

Kiessling, T., Isaksson, L., & Yasar, B., 2016, Market orientation and CSR: Performance implications. Journal of Business Ethics, 137(2), pp. 269-284.

Kotler, P., & Lee, N. ,2005., «*Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*», Willey

King, A. A., Lenox, M. J., 2001, does it really pay to be green? An empirical study of firm environmental and financial performance. Journal of Industrial Ecology 5, pp. 105–116.

Karl Marx, 2016, «*Το κεφάλαιο*», Εκδ.Πολιτεία

Louche C., Idowu, S., Filho W, 2017, Innovative CSR,From Risk Management to Value Creation, eBook. Διαθέσιμο στο

<http://lss-solutions.com/supply-chain-optimization-and-corporate-social-responsibility/?lang=en>

Mandhachitara, R., & Poolthong, Y., 2011, A Model of Customer Loyalty and CSR. Journal of Services Marketing, pp. 122-133.

Matten, D., Crane, A., & Chapple, W. ,2003, Behind de Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship. Journal of Business Ethics, 45(1-2), pp. 109-120.

Murthy, V., & Abeysekera, I.,2015, Corporate social reporting practices of top Indian software firms.

Middleton, D., 2009, M.B.A.s Seek Social Change. The Wall Street Journal. Διαθέσιμο, στο <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704107204574469602649140462>)

Mitroff, I., 1983, «*Stakeholders of the Organizational Mind*», S.Francisco

Miles, S., 2012, Stakeholders: essentially contested or just confused? Journal of Business Ethics. 108 (3): pp. 285–298

Margolis, J. D., and Walsh, J.P., 2003 Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business? Johnson Graduate School, Cornell University, Administrative Science Quarterly, pp. 268–305

Moussavi, F., Evans, D., 1986, An attributional approach to measuring corporate social performance. Paper presented at the Academy of Management meetings, San Diego

Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S., 2003, Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis. Organization Studies, pp. 403-438.

Panwar R, Rinne T, Hansen E, Juslin H, 2006, Corporate Social Responsibility: Balancing Economics Environmental and social issues in the forest products industry, Products Journal, 56(2), pp. 4-12

Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I., 2014, Customer CSR expectations in the banking industry. International Journal of Bank Marketing, 32(3), pp. 223-244.

Pirsch J, Guptas S, Grau S.L., 2007, A Framework for Understanding Corporate Social Responsibility as Continuum: An Exploratory Study, Journal of Business Ethics

Porter, M., & Kramer, M., 2002, The competitive advantage of corporate philanthropy. Harvard Business Review, 80, pp. 56-68.

Porter, M., & Kramer, M., 2006, Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84, pp. 76-93.

- Pomering, A., & Dolnicar, S., 2009, Assessing the prerequisite of successful CSR implementation: are consumers aware of CSR initiatives?. *Journal of Business Ethics*, 85(2), pp. 285-301
- Solomn, R. & Hanson, K., 1985, «*It's Good Business*», Atheneum
- Siu, N. Y. M., Zhang, T. J. F. & Kwan, H. Y., 2014, Effect of corporate social responsibility, customer attribution and prior expectation on post-recovery satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 43, pp. 87-97.
- Smith. A, 2012, «*Η θεωρία των ηθικών συναισθημάτων*», Εκδ. Παπαζήση
- Schwartz Mark S., Carroll Archie B., 2003, Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, No. 4, pp. 503
- Turyakira, P., Venter, E., & Smith, E., 2014, The impact of corporate social responsibility factors on the competitiveness of small and medium-sized enterprises. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 17(2), pp. 157-172.
- Turker, D., & Altuntas, C., 2013, Ethics of social responsibility to indirect stakeholders: a strategic perspective. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 8(2), pp. 137-154
- Janggu, T., Darus, F., Zain, M. M., & Sawani, Y., 2014, Does good corporate governance lead to better sustainability reporting? An analysis using structural equation modeling. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 145, pp. 138-145
- Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R., 2014, Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from the US banking sector. *Journal of Business Ethics*, 125(4), pp. 601-615
- Vance, S., 1975, Are socially responsible firms good investment risks? *Management Review*, 64, pp. 18-24

Wright, P. and Ferris, S., 1997, Agency conflict and corporate strategy: the effect of divestment on corporate value, Strategic Management Journal, 18, pp. 77-83

Waddock, S. A., Graves, S. B., 1997, the corporate social performance–financial performance link. Strategic Management Journal 18, pp. 303–319

Wattanasupachoke, T., 2017, Corporate Social Responsibility (CSR) Strategies: A Study of the Gen Y's Perception in Thailand. Chulalongkorn Business Review

Williams I. and Colute U, 1992, *“From Idea to Action: Business and Sustainable Development”*, ICC Publishing

Zairi, M., 2012, *«Measuring performance for business results»*. Springer Science & Business Media.

### **Πηγές Διαδικτύου:**

<https://www.csrhellas.net/about-us/timeline/> , ανακτήθηκε 13/5/2019

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf) , ανακτήθηκε 15/5/2019

<https://www.csrhellas.net/>, ανακτήθηκε 20/5/2019

[http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Brochure-2016\\_EU.pdf](http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Brochure-2016_EU.pdf), ανακτήθηκε 22/5/2019

[https://www.ibm.com/ibm/responsibility/reports/pdf/IBM\\_CR\\_Report\\_2011.pdf](https://www.ibm.com/ibm/responsibility/reports/pdf/IBM_CR_Report_2011.pdf), ανακτήθηκε 25/5/2019

Euro2day, (2006β), η Ελληνική ΕΚΕ, Ανακτήθηκε από <https://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103716/h-ellhnikh-eke.html>

, 28/05/2019

<https://www.are.admin.ch/are/en/home/sustainable-development/international-cooperation/2030agenda/un--milestones-in-sustainable-development/1987--brundtland-report.html>, ανακτήθηκε 5/6/2019

<https://www.civilprotection.gr/el/%CE%BF%CE%B7%CE%B5-%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%AE%CF%82-%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7-%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CF%89%CF%83%CE%B7-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CF%8E%CE%BD>, ανακτήθηκε στις 8/6/2010

<https://www.csrhellas.net>, ανακτήθηκε 8/6/2019

<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=7>, ανακτήθηκε 8/6/2019

<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>), ανακτήθηκε 10/6/2019

<http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?lang=gr&CatId=97&View=8>, ανακτήθηκε 10/6/2019

<https://www.ftserussell.com/products/indices/ftse4good>, ανακτήθηκε 12/6/2019

[www.sustainable-investment.org](http://www.sustainable-investment.org), ανακτήθηκε 15/6/2019

<http://www.sustainability-index.com>, ανακτήθηκε 17/6/2019

<https://www.kathimerini.gr/784093/article/oikonomia/epixeirhseis/enta3h-ths-peiraiws-ston-deikth-dow-jones-sustainability>, ανακτήθηκε 17/6/2019

<http://www.meda.gr/>, ανακτήθηκε 18/6/2019



<http://www.vprc.gr/>, ανακτήθηκε 25/6/2019

<https://quantpedia.com/Screener/Details/26>, ανακτήθηκε 5/7/2019

Alpha.gr. (2019). Εταιρική Υπευθυνότητα | ALPHA BANK. [online] Available at: <https://www.alpha.gr/el/omilos/etairiki-upeuthunotita>, ανακτήθηκε 10/8/2019

Eurobank.gr. (2019). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. [online] Available at: <https://www.eurobank.gr/el/omilos/etairiki-koinoniki-euthuni>, ανακτήθηκε 12/8/2019

Group, P. (2019). Εταιρική Υπευθυνότητα | Τράπεζα Πειραιώς. [online] Piraeusbankgroup.com. Available at: <http://www.piraeusbankgroup.com/el/corporate-responsibility> , ανακτήθηκε 12/8/2019

Εθνική Τράπεζα. (2019). Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. [online] Available at: <https://www.nbg.gr/el/the-group/corporate-social-responsibility>, ανακτήθηκε 13/8/2019

<http://www.amarkos.gr/material/Week3-4.pdf> ανακτήθηκε 10/8/2019

Παπαγεωργίου Ιουλία ,2015, Θεωρία Δειγματοληψίας, Τμήμα Στατιστικής, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, διαθέσιμο στο <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/1296> ανακτήθηκε 10/8/2019

<https://www.surveymonkey.com/r/Y5VJVQJ> ανακτήθηκε 10/8/2019

<https://core.ac.uk/download/pdf/11037571.pdf> ανακτήθηκε 10/8/2019

[www.csringreece.gr/files/misc/erotimatologio\\_eke.doc](http://www.csringreece.gr/files/misc/erotimatologio_eke.doc) ανακτήθηκε 10/8/2019

[https://www.icap.gr/Images/ICAP\\_PR\\_CSR\\_August2015.doc](https://www.icap.gr/Images/ICAP_PR_CSR_August2015.doc) ανακτήθηκε 10/8/2019

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### Α. ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

35-44	Έγγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	3	5	5	3	1	5	2	2	4	2
45-54	Άγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3
45-54	Άγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	2	2	4	3	2	2	2	3	3
35-44	Άγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Άνεργος	Γυναίκα	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35-44	Άγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Αντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	5	5	3	5	4	3	2	2	5
35-44	Έγγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	3	Ναι	Όχι	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
25-34	Άγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	4	3	3	3	3			
35-44	Έγγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3
35-44	Έγγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35-44	Έγγαμος	2	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	2	1	2	1	1	1	1	3	3
35-44	Άγαμος	1	Υποχρεωτική εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση		Αντρας	4	Δεν γνωρίζω	Ναι	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	4	3	2	3	4	4	5	4	4	5
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	3	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Άνεργος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	5	3	3	3	3	5	4	4	3
25-34		3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα		Δεν γνωρίζω	Όχι	1	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3
55-64	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	5	3	4	2	3	5	4	4	3	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Αντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	5	5	4	3	3	3	3	4	5	4
35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Άνεργος	Γυναίκα	4	Δεν γνωρίζω	Όχι	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	3	Δεν γνωρίζω	Ναι	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1
45-54	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος ΚΑΙ ελεύθερος επαγγελματίας	Αντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	3	4	3	1	1	2	2	2	1
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	3	Δεν γνωρίζω	Ναι	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Αντρας	4	Ναι	Ναι	2	3	2	3	4	4	4	4	4	5	3
45-54	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Αντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2

35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	4	Ναι	Ναι	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4
55-64	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	4	Ναι	Ναι	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	ΣΟΧ	Γυναίκα	3	Ναι	Όχι	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Άνεργος	Γυναίκα	5	Ναι	Ναι	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	3	4	4	4	3	3	5	4	3	5	4
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4
35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Άντρας	5	Ναι	Ναι	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4
45-54	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Άντρας	4	Ναι	Όχι	3	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4
55-64	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Άντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3
35-44	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Άντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
18-24	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Φοιτήτρια	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	4	5	3	3	3	3	3	2	2	2
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Άντρας	3	Ναι	Όχι	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3
35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Άντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	3	Ναι	Όχι	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω		2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Άντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	3	3	2	4	3	3	4	4	5	4

25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	3	Ναι	Ναι	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Άντρας	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45-54	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	3	Ναι	Όχι	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
55-64	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	5	Ναι	Ναι	4	4	4	3	4	2	4	4	5	5	4
55-64	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση		Άντρας	5	Ναι	Όχι	2	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Άντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Άντρας	2	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	4	3	2	4	5	5	5	4	5	4
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	5	5	5	5	4	4	5	2	5	4
35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Άντρας	4	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	5	3	3	5	4	4	4	4	3	3
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Άντρας	3	Δεν γνωρίζω	Όχι	2	5	4	2	4	5	4	4	4	5	5
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3
25-34	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	2	3	2	3	2	1	2	2	2
35-44	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	5	Ναι	Ναι	4	4	4	4	1	2	3	4	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Άντρας	4	Ναι	Ναι	4	5	4	3	3	4	3	3	4	5	4
35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	5	Ναι	Ναι	2	5	4	2	5	3	3	4	4	5	4

25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	4	Ναι	Όχι	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4
35-44	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	5	Ναι	Ναι	5	4	4	2	5	4	5	5	5	5	5
55-64	Έγγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Συνταξιούχος	Άντρας	4	Ναι	Ναι	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35-44	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Δημόσιος υπάλληλος	Γυναίκα	4	Ναι	Ναι	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Άντρας	4	Δεν γνωρίζω	Όχι	1	2	2	3	2	1	3	2	3	3	2
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	1	Δεν γνωρίζω	Ναι	3	3	3	5	2	2	2	3	2	4	2
25-34		3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	5	Ναι	Ναι	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4
25-34	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ιδιωτικός υπάλληλος	Γυναίκα	3	Ναι	Όχι	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
35-44	Άγαμος	3	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Ελεύθερος επαγγελματίας	Άντρας	4	Ναι	Ναι	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4

## B. OUTPUTS SPSS

### T-TEST

/TESTVAL=2.5

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015

/CRITERIA=CI(.95).

### T-Test

#### Notes

Output Created		18-AUG-2019 19:55:31
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST  /TESTVAL=2.5  /MISSING=ANALYSIS  /VARIABLES=VAR00011 VAR00012            VAR00013 VAR00014 VAR00015  /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01

[DataSet0]

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00011	70	3.4714	1.08643	.12985
VAR00012	70	3.3857	1.03969	.12427
VAR00013	70	3.1714	1.02110	.12205
VAR00014	70	3.1286	1.07571	.12857
VAR00015	70	3.1143	1.00062	.11960

### One-Sample Test

Test Value = 2.5

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
VAR00011	7.481	69	.000	.97143	.7124	1.2305
VAR00012	7.128	69	.000	.88571	.6378	1.1336
VAR00013	5.501	69	.000	.67143	.4280	.9149
VAR00014	4.889	69	.000	.62857	.3721	.8851
VAR00015	5.136	69	.000	.61429	.3757	.8529

### T-TEST

/TESTVAL=2.5

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020

/CRITERIA=CI(.95).



## T-Test

### Notes

Output Created		18-AUG-2019 20:26:29
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST  /TESTVAL=2.5  /MISSING=ANALYSIS  /VARIABLES=VAR00016 VAR00017            VAR00018 VAR00019 VAR00020  /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00016	70	3.0857	.97420	.11644
VAR00017	70	3.2429	1.04168	.12450
VAR00018	69	3.2029	.96375	.11602
VAR00019	69	3.5942	.98993	.11917
VAR00020	69	3.3188	.91544	.11021

### One-Sample Test

Test Value = 2.5

					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
VAR00016	5.030	69	.000	.58571	.3534	.8180
VAR00017	5.967	69	.000	.74286	.4945	.9912
VAR00018	6.058	68	.000	.70290	.4714	.9344
VAR00019	9.182	68	.000	1.09420	.8564	1.3320
VAR00020	7.430	68	.000	.81884	.5989	1.0388