



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Μ.Π.Σ. «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ / Ε-ΜΒΑ»

«ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ.
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.»



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	7
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ - ΕΡΕΥΝΕΣ – ΘΕΩΡΙΑ	10
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	10
ΟΡΙΣΜΟΣ	14
ΚΩΔΙΚΕΣ – ΠΡΟΤΥΠΑ – ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ	17
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	22
ΑΝΤΙΛΟΓΟΣ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	26
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	28
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ	32
Ε.Κ.Ε. & ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΠΕΛΑΤΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ	35
ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΕΝ ΓΕΝΕΙ	35
Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ	41
ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ (MARKET)	44
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	47
ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ – ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	49
ΚΟΙΝΩΝΙΑ	51
ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ Ε.Κ.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	54
Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	60
Ε.Κ.Ε. & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	62
ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ	69
ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ	76
ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	83
ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	89
ΕΠΙΛΟΓΟΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	94
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ	96
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	96
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	98

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.....	23
«ΑΠΟΔΟΚΙΜΑΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ».....	23
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.....	62
«ΡΟΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ Ε.Κ.Ε.».....	62
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.....	63
«ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ».....	63
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.....	64
«ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ ΟΜΙΛΟΥ Ε.Τ.Ε. Α.Ε.».....	64
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.....	72
«ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ 2010»,.....	72
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.....	73
«ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ 2010 - 2009»,.....	73
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7.....	78
«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΝΘΡΩΠΩΡΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 2010».....	78

ΠΙΝΑΚΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1	65
«ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ 31/12/2009 ΚΑΙ 30/06/2011».....	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 2	76
«ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ»	76
ΠΙΝΑΚΑΣ 3	77
«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΛΗΨΕΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ».....	77
ΠΙΝΑΚΑΣ 4	78
«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΣΕ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΚΤΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ» ..	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 5	80
«ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ (€)».....	80
ΠΙΝΑΚΑΣ 6	82
«ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΝΑ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ».....	82
ΠΙΝΑΚΑΣ 7	85
«ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ (€) ».....	85
ΠΙΝΑΚΑΣ 8	85
«ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO ₂ ΑΠΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ »	85
ΠΙΝΑΚΑΣ 9	86
«ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΝΕΡΟΥ».....	86
ΠΙΝΑΚΑΣ 10	88
«ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΙΣΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΠΕ (€ ΕΚΑΤ.)»	88
ΠΙΝΑΚΑΣ 11	89
«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΧΟΡΗΓΙΩΝ 2010 (€ εκατ.)».....	89

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

“Society exists only as a mental concept. In the real world there are only individuals”, Oscar Wilde

Την τελευταία 20ετία παρατηρείται ανατροπή ισορροπιών μεταξύ πολλών διπολικών σχημάτων, τα οποία μας ήταν γνωστά ως δεδομένα και αμετάβλητα. Η σχέση δυτικού και ανατολικού κόσμου, οι αναπτυσσόμενες και οι αναπτυσσόμενες χώρες, οι οικονομικές αυτοκρατορίες και οι πολιτικές, κυβερνητικές, ρυθμιστικές αρχές, η κοινωνία και η ατομική πορεία κάθε μέλους αυτής είναι κάποια από αυτά που μετασχηματίζονται.

Έτσι και πολλές έννοιες, όπως η μεγιστοποίηση των κερδών, η αποθέωση του σήμερα, η εκμετάλλευση του φυσικού πλούτου χωρίς δεύτερη σκέψη, επανασυστήνονται μιας και οι επιχειρήσεις έχουν αποδεχτεί πως θέλουν και οφείλουν να λειτουργούν σαν εταιρικοί πολίτες και όχι σαν απρόσωπα, ανώνυμα νομικά πρόσωπα σε κενό περιβάλλον.

Σε αντίθεση με τα λεγόμενα του Oscar Wilde, η συνεχής επιβάρυνση του περιβάλλοντος, οι τεράστιες ανισότητες μεταξύ κοινωνιών του ίδιου πλανήτη, τα κοινωνικά προβλήματα που μειώνουν την ποιότητα ζωής αποτελούν παράγοντες – οδηγούς προς έναν επιχειρηματικό κόσμο που αναγνωρίζει ως μέρος του πραγματικού κόσμου την ύπαρξη της ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Στις ημέρες μας υπάρχουν εταιρείες – κολοσσοί των οποίων ο κύκλος εργασιών είναι μεγαλύτερος από το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν ολόκληρων χωρών. Σύμφωνα με το British Bankers' Association (BAA)¹ το 2004 η Βασιλική Τράπεζα της Σκωτίας (R.B.S.) αριθμούσε περιουσιακά στοιχεία (global assets) αξίας 600 δισεκατομμυρίων βρετανικών λιρών, τα οποία είναι 7 φορές το σύνολο των ξένων άμεσων επενδύσεων σε αναπτυσσόμενες χώρες, όπως το μετρά η Παγκόσμια Τράπεζα.

Έχοντας λοιπόν σαν πλαίσιο δράσης τα ανωτέρω, οι περισσότερες επιχειρήσεις επιδίδονται σε μια σειρά πράξεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, θεωρώντας ότι

¹ “A Big Deal? Corporate Social Responsibility and the Finance Sector in Europe” (12/2005) - CORE Coalition – www.corporate-responsibility.org

δεν αρκεί να είναι απλώς σύννομες και να πράττουν μόνο έως εκεί που προβλέπει ο νόμος. Προσπαθώντας να αφουγκραστούν τις απαιτήσεις μιας κοινωνίας που δεν ψιθυρίζει, αλλά φωνάζει και ζητά την καθιέρωση «κοινωνικού μερίσματος» από εταιρείες για τις οποίες εργάζεται ως κινητήριος δύναμη και θεμέλιος λίθος της βάσης τους, οι πολυεθνικές, αλλά και τοπικές επιχειρήσεις αγωνίζονται με σκοπό να πείσουν για την κοινωνική τους υπευθυνότητα.

Οι τράπεζες είναι οι πλέον χαρακτηριστικές επιχειρήσεις από τις οποίες οι καταναλωτές ζητούν να επιστρέφουν ένα κομμάτι των κερδών ή πωλήσεων τους στην κοινωνία με πολλές μορφές, μιας και έχουν γιγαντωθεί με την άκρατη, φιλελεύθερη πολιτική διοίκησης τους και τα μεγάλα περιθώρια κέρδους με τα οποία λειτουργούν. Έχουν άλλωστε τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα κατηγορηθεί πολλάκις και ενδεχομένως όχι άδικα για την προώθηση ενός μοντέλου ζωής που εξυπηρετεί τον υπερκαταναλωτισμό και την απόκτηση υλικών αγαθών, ακόμη και με χρήματα που κάποιος δεν κατέχει σήμερα ή ακόμη χειρότερα δεν διαφαίνεται ότι θα κατέχει ούτε στο μέλλον.

Η πρόσφατη παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και εξαπλώθηκε με την μέθοδο του ντόμινο, «μολύνοντας» και τα κατά τόπους χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, αποτελεί όχι μόνο ένδειξη, αλλά και απόδειξη ότι οι τράπεζες οφείλουν να περάσουν στο επόμενο στάδιο ωριμότητας, το οποίο απαιτεί την αξιολόγηση και διεκπεραίωση των κυρίως εργασιών τους με ορθολογικό τρόπο. Λαμβάνοντας ως αληθές ότι η οικονομική επιστήμη είναι κατά βάση κοινωνική επιστήμη και οι τράπεζες δημιουργήθηκαν αρχικώς για να μεσολαβούν μεταξύ πλεονασματικών και ελλειμματικών οικονομικών μονάδων, καθίσταται σαφής ο κοινωνικός ρόλος των επιχειρήσεων εν γένει και δη αυτών που εξυπηρετούν την επίτευξη οικονομικής και αναπτυξιακής αειφορίας.

Η στροφή των μελών της κοινωνίας άμεσα προς τις επιχειρήσεις για ικανοποίηση κι άλλων στόχων κι όχι μόνο της κερδοφορίας τους δείχνει ότι παρακάμπτεται τα κράτος και οι νομοθετικές αρχές ως διεφθαρμένες και αναξιόπιστες.² Βρισκόμαστε σε ένα κρίσιμο σημείο της οικονομικής πορείας του δυτικού κόσμου ως κινητηρίου δύναμης του πλανήτη και αποτελεί ευσεβή πόθο το να μην αποδειχθούν και οι επιχειρησιακές μονάδες ανειλικρινείς και κοντόφθαλμες όσον αφορά την εξασφάλιση κοινωνικής συνοχής και ευημερίας.

² Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε. (Σελ. 42,43)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η Παρούσα εργασία εκπονείται στα πλαίσια ολοκλήρωσης του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη» και σκοπό της έχει την βιβλιογραφική και θεωρητική προσέγγιση του φαινομένου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως μέρους του επιχειρείν τα τελευταία έτη. Η επιχειρηματική υπευθυνότητα έχει απασχολήσει επιστήμονες σχολών οικονομικών και κοινωνικών επιστημών, φοιτητές, αρθρογράφους, επιχειρηματίες, αλλά και μέλη της κοινωνίας το καθένα ορμώμενο από τη δικό του σημείο αναφοράς και την προάσπιση των δικών του συμφερόντων.

Μέσα από την μελέτη βιβλίων, άρθρων επιστημονικών και οικονομικών περιοδικών και πληροφοριών, απόψεων σε ηλεκτρονικές ιστοσελίδες προσεγγίζεται το θεωρητικό υπόβαθρο και η εξέλιξη της κοινωνικής υπευθυνότητας ως μιας νέας ιδιαίτερα ενδιαφέρουσας και δυναμικά εξελισσόμενης πτυχής των σύγχρονων πολυεθνικών επιχειρήσεων. Η δομή που έχει επιλεγεί και παρατίθεται εν συνεχεία κρίνεται επαρκής ώστε ο αναγνώστης να εισέλθει στον κόσμο των σύγχρονων πρακτικών που συναντώνται στον τραπεζικό κλάδο, αλλά και στη γνωστική σφαίρα εννοιών που αφορούν όλους τους επιχειρηματικούς τομείς.

Αρχικώς παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη της Ε.Κ.Ε. με απαρίθμηση γεγονότων, τα οποία στάθηκαν κρίσιμα και καθοριστικά στην μετέπειτα γιγάντωση της καθώς και ο ορισμός που δίνεται από διάφορους φορείς. Ακολούθως γίνεται αναφορά και περιγράφονται οι κώδικες, τα πρότυπα, οι διεθνείς πρωτοβουλίες που χρησιμοποιούνται στην πράξη σαν μέσο μέτρησης της Ε.Κ.Ε., απόδειξης εφαρμογής της από τις επιχειρήσεις και σαν πλαίσιο εντός του οποίου επιδεικνύεται η από κοινού και σε συνεργασία προσπάθεια βελτίωσης της σκέψης πάνω στο εν λόγω φαινόμενο.

Εν συνεχεία παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα που απολαμβάνει η εταιρεία που αποφασίζει να την εφαρμόσει και ο αντίλογος όσων δεν τάσσονται υπέρ της Ε.Κ.Ε., όχι τουλάχιστον με την έννοια της απόδοσης ωφελειών. Η βιβλιογραφική προσέγγιση του όρου ικανοποίηση και συμπεριφορά καταναλωτή δίνει σε ευρείες

γραμμές όσα χρειάζεται ο αναγνώστης για να τον συνδέσει στα ακόλουθα κεφάλαια με την Ε.Κ.Ε.

Έπεται η είσοδος στον τραπεζικό κλάδο, ολοκληρώνοντας το τρίτο κεφάλαιο, ξεκινώντας από διεθνή σκοπιά. Η Ελλάδα ως μικρότερη αγορά, συνεπεία της πληθυσμιακής της δύναμης, αλλά και της οικονομικής της ιστορίας και ωρίμανσης σε καιρούς ειρήνης μοιάζει να ακολουθεί τις ξένες τραπεζικές υπερδυνάμεις, οι οποίες πρώτες χάραξαν την πορεία της εταιρικής υπευθυνότητας σαν έννοια. Δίνεται η έννοια της «ηθικής τράπεζας», καθώς και επιστημονικές απόψεις για την σχέση μεταξύ Ε.Κ.Ε. και ικανοποίησης πελάτη, ως πορίσματα πανεπιστημιακών ερευνών.

Το 4^ο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην ελληνικό τραπεζικό κλάδο και τον τρόπο που αυτός αντιλαμβάνεται και εφαρμόζει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Περιγράφονται ενδεικτικά οι δημοφιλέστερες πρακτικές που ακολουθούν πέντε μεγάλες ελληνικές τράπεζες (εκτός της Ε.Τ.Ε. που θα αναλυθεί εις βάθος στο τελευταίο κεφάλαιο) και η κριτική που έχει ασκηθεί για το βαθμό βαρύτητας και ωριμότητας με τον οποίο αγγίζει το θέμα ο ελληνικός χρηματοπιστωτικός κλάδος. Ιδιαίτερα διαφωτιστική είναι η έρευνα της Χρηματοοικονομικής Πρωτοβουλίας του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών, UNEP FI, της οποίας τα συμπεράσματα παρατίθενται εν είδει αντιλόγου στα υπερήφανα λεγόμενα των τραπεζών για την υπεύθυνη λειτουργία τους απέναντι στον κοινωνικό ιστό μέσα στον οποίο δραστηριοποιούνται.

Η εργασία ολοκληρώνεται με την παρουσίαση του προγράμματος Ε.Κ.Ε. της Εθνικής Τράπεζας. Η μελέτη περίπτωσης ενός από τους μεγαλύτερους, αν όχι του μεγαλύτερου και αναμφίβολα μακροβιότερου ιδρύματος της χώρας αποτελεί ιδανική γεφύρωση μεταξύ θεωρίας και πράξης. Καθίσταται σαφές πως επιδιώκεται στην πράξη να ικανοποιηθούν αντικρουόμενα συμφέροντα ποικίλων ενδιαφερόμενων μερών.

Το θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι ανεξάντλητο, όπως ανεξάντλητες και ατελείωτες είναι οι δημόσιες συζητήσεις για το μέλλον της κοινωνίας και του πλανήτη ως αθροίσματος επιμέρους κοινωνιών. Προσωπική μας άποψη είναι ότι η κοινωνία στοχεύει στην επίτευξη συνεργιών και οικονομιών κλίμακας, όσον αναφορά την παραγωγή του μέγιστου κοινωνικού προϊόντος, που δεν είναι άλλο από την ποιοτική, αειφόρο ανάπτυξη. Η τελευταία αποτελεί το μέγιστο εύσημον στις

μικρές, καθημερινές προσπάθειες όλων, ανεξαρτήτως ιεραρχίας στην κλίμακα του κοινωνικού κατεστημένου.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ - ΕΡΕΥΝΕΣ – ΘΕΩΡΙΑ

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ^{3, 4}

Το φαινόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εντοπίζεται στην πορεία του ανθρώπου ως επιχειρηματία και μέλους της κοινωνίας από τις αρχές των οργανωμένων συμβιώσεων σε αυτοκρατορίες, βασιλεία, κράτη κλπ. Το 1700 π.Χ. ο Βασιλιάς Χαμουραμπί στην αρχαία Μεσοποταμία επέβαλε την θανατική ποινή σε όσους από τους χτίστες, εργάτες και αγρότες του από αμέλεια προκαλούσαν ζημία, θάνατο ή δυσaréσκεια στους πολίτες. Επίσης το 1790, Άγγλοι καταναλωτές αποδοκίμασαν τα προϊόντα της εταιρείας East India Company, η οποία αγόραζε ζάχαρη από παραγωγούς που χρησιμοποιούσαν δούλους.

Στην μορφή όμως που τη γνωρίζουμε σήμερα, σαν κομμάτι της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η Ε.Κ.Ε. οδηγήθηκε τα τελευταία 30 χρόνια με ιδιαίτερη εξέλιξη την τελευταία 15ετία. Μια σειρά κοινωνικών φαινομένων, ακαδημαϊκών τοποθετήσεων και πολιτικών φωνών προκάλεσε την υιοθέτηση κωδικών και αρχών εταιρικής υπευθυνότητας. Η εκβιομηχάνιση από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα, η οργάνωση των εργατών σε συνδικάτα, η παγκόσμια οικονομική ύφεση το 1929, οι δυο παγκόσμιοι πόλεμοι μέχρι τα μισά του 20^{ου} αιώνα, φαινόμενα περιβαλλοντικών αλλαγών και κοινωνικών ανισοτήτων μεταξύ Δύσης και Ανατολής και η παγκοσμιοποίηση οδήγησαν σε σκέψεις αναγκαιότητας οικονομικής βιωσιμότητας και σταθερότητας.

Το 1962 ο Rachel Carson εκδίδει το βιβλίο «Silent Spring» και καθιστά σαφή τη σχέση μεταξύ περιβάλλοντος, οικονομίας και κοινωνικής ευτυχίας, ενώ το 1953 ο Howard Bowen με το βιβλίο «Social Responsibility of the businessman» δηλώνει ότι οι επιχειρηματίες έχουν υποχρέωση να «ακολουθούν τις πολιτικές εκείνες, να παίρνουν τις αποφάσεις εκείνες ή να ακολουθούν εκείνες τις γραμμές δράσης που

³ “Working report on Social Responsibility” (30/4/2004), ISO Advisory Group on Social Responsibility

⁴ Carroll B. Archie (07 & 08/1991), “The pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organization Stakeholders” – Business Horizons

είναι επιθυμητές σε όρους κοινωνικών στόχων και αξιών». Το 1960 ο George Goyder εκδίδει το βιβλίο με τον περιγραφικότατο τίτλο, ως προς τη θεματολογία που θίγει, «The Responsible Corporation». Ήδη όμως το 1940 εισάγεται ο όρος «social audit» από τον Theodore Krepes, καθηγητή του πανεπιστημίου του Harvard, σχετικά με την υποχρέωση των επιχειρήσεων να συντάσσουν εκθέσεις και αναφορές (report) για τις κοινωνικές τους ευθύνες.

Στις επόμενες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα, η Ε.Κ.Ε. δεν περιορίστηκε στις πανεπιστημιακές αίθουσες και στις εκδόσεις βιβλίων για τους ευαισθητοποιημένους αναγνώστες, αλλά πήρε διαστάσεις διασυνοριακές και διηπειρωτικές μέσα από μια σειρά μεγάλων γεγονότων. Η ίδρυση Μ.Κ.Ο., διεθνών και διακρατικών οργανισμών, η οργάνωση διεθνών συνόδων κορυφής και συνεδρίων και η θεσμοθέτηση του φαινομένου με τη μορφή πρωτοβουλιών και κατευθυντήριων, εθελοντικών οδηγιών παραθέτονται ακολούθως:^{5,6}

- 14/12/1960: Ίδρυση Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης για επίτευξη υψηλής βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, απασχόλησης, χρηματοοικονομικής σταθερότητας, επέκτασης διεθνούς εμπορίου (34 χώρες-μέλη)
- 1961: Ίδρυση W.W.F.
- 1972: Σύνοδος Ηνωμένων Εθνών για το Ανθρώπινο Περιβάλλον. Οδηγεί στη Διακήρυξη της Στοκχόλμης για το Ανθρώπινο Περιβάλλον και την ίδρυση του U.N.E.P. (United Nations Environmental Programme)
- 1977: Τριμερής Διακήρυξη Αρχών για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις και την Κοινωνική Πολιτική της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (I.L.O.)
- 1982: UN Charter for Nature (προϊόντα και διαδικασίες παραγωγής όχι σε αντίθεση με τους νόμους της φύσης)
- 1989: ατύχημα Exxon-Valdez προκαλεί πετρελαιοκηλίδα στις ακτές της Αλάσκας. Δημιουργήθηκε ο Κώδικας 10 σημείων για την Εταιρική Περιβαλλοντική Συμπεριφορά με το όνομα «Valdez Principles». Αργότερα μετονομάστηκε σε «CERES principles»
- 1990: UN Human Development Index: Δύναμη του Α.Ε.Π. σαν ενδεικτική μέτρηση της ανθρώπινης προόδου.
- 1992: UN Earth Summit στο Ρίο Ντε Τζανέϊρο, Βραζιλία, Διακήρυξη Ρίο και Σύμβαση - Πλαίσιο για την κλιματολογική αλλαγή και τη βιοποικιλότητα.

⁵ "Timeline - CSR Milestones" - Centre for Excellence in CSR-
<http://www.cim.org/csr/MenuPage.cfm?sections=67,139&menu=140>

⁶ The sustainable development timeline – www.iisd.org

- 1995: UN World Summit for Social Development στην Κοπεγχάγη. Ενίσχυσε τη σύνδεση οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης και παρότρυνε τις κυβερνήσεις να επιδιώξουν συνθήκες εργασίας πλήρους απασχόλησης, εργασιακή ποιότητα και τήρηση των αρχών της Δ.Ο.Ε.
- 1996: Η Shell οδηγείται στην υιοθέτηση αρχών εταιρικής υπευθυνότητας μετά από κριτική της Greenpeace για σχέδια βύθισης της εξέδρας πετρελαίου Brent Spar στη Βόρεια Θάλασσα.
- 1996: Εισαγωγή ISO 14000. Πρότυπο σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (το εφαρμόζουν 50.000 εταιρείες παγκοσμίως)
- 1997: προσπάθεια του Global Reporting Initiative να εκδοθεί υπόδειγμα για Triple Bottom Line Reporting (people, profit, planet – τον όρο χρησιμοποίησε για πρώτη φορά το 1994 ο John Elkington, ιδρυτής της βρετανικής εταιρείας συμβούλων «SustainAbility»)
- 1999: παγκόσμιο οικονομικό φόρουμ στο Davos της Ελβετίας. Ο Γενικός Γραμματέας των Ηνωμένων Εθνών, Kofi Annan, καλεί τις επιχειρήσεις να υποστηρίξουν και να υιοθετήσουν αρχές σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα, τα εργασιακά πρότυπα και τις περιβαλλοντικές τους πρακτικές.
- 1999: δημιουργία Dow Jones Sustainability Index
- 2000: UN Global Compact. Εθελοντική Πρωτοβουλία για εταιρικούς πολίτες αποτελούμενη από 9 Αρχές (3.600 επ/σεις και 120 κράτη συμμετέχουν εθελοντικά στην εν λόγω πρωτοβουλία).
- 2000: αναθεώρηση των αρχών για τις πολυεθνικές από τον Ο.Ο.Σ.Α. και των αρχών Τριμερούς Διακήρυξης της Δ.Ο.Ε. (υιοθέτησαν και οι δυο τις αρχές ανθρωπίνων και εργασιακών δικαιωμάτων που όρισε η Δ.Ο.Ε. το 1998)
- 2000: UN Millennium Development Goals. Οι παγκόσμιοι ηγέτες θέτουν μετρήσιμους στόχους για την καταπολέμηση της φτώχειας, της πείνας, του αναλφαριθμισμού, των διακρίσεων κατά των γυναικών και της υποβάθμισης του περιβάλλοντος.
- 2002: Παγκόσμια Σύνοδος κορυφής U.N. για τη βιώσιμη ανάπτυξη στο Γιοχάνεσμπουργκ. Έμφαση στο ρόλο του ιδιωτικού τομέα στην βιώσιμη ανάπτυξη.
- 2002: Το Global Report Initiative (G.R.I.) εκδίδει καθοδηγητικές γραμμές στην έκδοση απολογισμών οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δραστηριότητας.
- 2005: πρωτόκολλο Κιότο. Τίθενται στόχοι για μείωση εκπομπής ρύπων θερμοκηπίου.
- 2009: διαπραγματεύσεις για το Κλίμα στην Κοπεγχάγη. Συζητήθηκαν οι δράσεις των μεγάλων χωρών Η.Π.Α., Κίνας σχετικά με τη μείωση των εκπομπών.

- 2001: ISO 26000- Πρότυπο για την Ε.Κ.Ε. με κατευθυντήριες γραμμές, η υιοθέτηση των οποίων δεν φέρει πιστοποίηση.
- 2001: Πράσινη Βίβλος. Θέτει το πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Ε.Κ.Ε.
- 2002: Ευρωπαϊκό πολυμερές Φόρουμ (CSR multi-stakeholders forum). Προώθηση καινοτομίας, σύγκλιση και διαφάνεια στα υφιστάμενα εργαλεία – πρακτικές Ε.Κ.Ε. μέσω σύνδεσης εργοδοτών – συνδικάτων – Μ.Κ.Ο.- δικτύων επ/σεων.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑΣ

ΟΡΙΣΜΟΣ

Παρά το γεγονός ότι το κεφάλαιο της Ε.Κ.Ε. απασχολεί πλήθος ενδιαφερομένων και συζητείται εκτενώς, δεν υπάρχει ένας μόνο κοινά αποδεκτός ορισμός. Φυσικά οι από διάφορες πηγές ορισμοί, οι οποίοι θα παρατεθούν ακολούθως, εμφανίζουν κοινά σημεία από τα οποία και μπορεί ο αναγνώστης να κατανοήσει την ουσία της εταιρικής υπευθυνότητας.

1. Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε.⁷: «Ε.Κ.Ε. είναι η οικειοθελής δέσμευση των επ/σεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες κλπ).»
2. Πράσινη Βίβλος (Ε.Ε.) 07/2011⁸: «Ε.Κ.Ε. είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επ/κες τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη»
3. CARROLL⁹: (1991) πυραμίδα ιεραρχίας ευθυνών επ/σεων.



⁷ <http://www.csrhellas.org>

⁸ <http://www.csrhellas.org>

⁹ Carroll B. Archie (07 & 08/1991), "The pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organization Stakeholders" – Business Horizons

Η βάση της πυραμίδας αναφέρεται στις υποχρεώσεις των εταιρειών απέναντι στους μετόχους και τους εργαζομένους και η ικανοποίηση των οποίων απαιτεί επίτευξη και διατήρηση κερδοφορίας κατ' ελάχιστον. Το επόμενο επίπεδο αναφέρεται στις νομικές ευθύνες μιας επ/σης και προβλέπει τη σύννομη λειτουργία ενός νομικού προσώπου, το οποίο σέβεται και τηρεί το νομικό πλαίσιο των κρατών μέσα στα οποία δραστηριοποιείται. Τα δυο πάνω επίπεδα αποτελούν για κάποιους την πεμπτουσία της εταιρικής υπευθυνότητας, δεδομένου ότι η βάση της πυραμίδας προβλέπει δράσεις αναγκαίες και αυτονόητες για την επιβίωση της. Η «ηθικές» ευθύνες απέναντι στο κοινωνικό σύνολο περιλαμβάνονται στο τρίπτυχο της *σωστής, δίκαιης και όχι επιζήμιας* για τις τοπικές και μη κοινωνίες. Η διακριτική/φιλανθρωπική διάσταση της εταιρικής ευθύνης σχετίζεται με δράσεις και ενέργειες που οι καταναλωτές δεν θεωρούν απαραίτητες για να χαρακτηρίσουν μια επ/ση ως αρεστή και ορθά κινούμενη. Περιλαμβάνει τις πρακτικές εκείνες που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής και εντοπίζονται σε πεδία πέραν των ηθικώς ή νομικώς απαιτούμενων.

4. World Business Council for Sustainable Development (Dialogue on CSR/ Netherlands/1998)¹⁰: «E.K.E. είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους, καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα»

5. NOVETHIC / S.R.I. in France¹¹: «Η ιδέα της E.K.E. έχει σχέση με τον τρόπο που μια εταιρεία εφαρμόζει την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία στηρίζεται σε τρεις πυλώνες: τον οικονομικό, τον κοινωνικό και τον περιβαλλοντικό. Η E.K.E. υποδηλώνει ότι μια εταιρεία ασχολείται σοβαρά όχι μόνο με την αποδοτικότητα και την ανάπτυξη της, αλλά και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό της αντίκτυπο. Πρέπει επίσης να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους εκφραζόμενους προβληματισμούς των ενδιαφερόμενων μερών της, εργαζομένων, μετόχων, πελατών, προμηθευτών και της κοινωνίας γενικότερα.», Sicard – manager of strategic watch development της Caisse des Depots, 2001.

Αντί του όρου E.K.E. συναντάται διεθνώς στην βιβλιογραφία, αρθρογραφία και επιχειρηματική πρακτική μια σειρά άλλων, παρεμφερών όρων, όπως Corporate

¹⁰ <http://www.csrhellas.org>

¹¹ <http://www.csrhellas.org>

Citizenship, Social Responsibility, Social Responsiveness, Corporate Responsibility.¹²

Γίνεται αμέσως αντιληπτό ότι η Ε.Κ.Ε. αποτελείται από ένα φάσμα δραστηριοτήτων σε ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΒΑΣΗ, το οποίο λαμβάνει υπόψη τα συμφέροντα πολλών ενδιαφερόμενων μερών, διευρύνοντας τη θεωρία των μετόχων, shareholder's theory, και προσβλέποντας στην επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης και όλα αυτά σε επίπεδο στρατηγικής τοποθέτησης της επ/σης.

Η θεωρία των μετόχων (shareholder's theory) προασπίζει και πρεσβεύει την σπουδαιότητα των συμφερόντων των μετόχων ως αρχή και λόγο ύπαρξης των επ/σεων.¹³ Η μεγιστοποίηση του κέρδους και η μέγιστη αποδοτικότητα των δεσμευμένων κεφαλαίων των μετόχων ήταν ο στόχος που επεδίωκαν να επιτύχουν τα στελέχη διοίκησης κάθε εταιρείας.

Αξίζει να παραθέσουμε τον ευρέως χρησιμοποιούμενο ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης, όπως τον εισήγαγε η πρώτη πρωθυπουργός της Νορβηγίας, κ. Brundtland στη γενική συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών το 1987: «η ανάπτυξη που ικανοποιεί της ανάγκες της παρούσας γενιάς χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες».

Κλείνοντας παραθέτουμε τον ορισμό των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων (Social Responsible Investment), δεδομένου ότι αποτελούν παρακλάδι της κοινωνικά υπεύθυνης επ/σης και είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τον τραπεζικό κλάδο.

Euro.s.i.f. (European Sustainability Investment Forum)¹⁴: «η κοινωνικά υπεύθυνη επενδυτική πολιτική συνδυάζει τους χρηματοοικονομικούς στόχους του επενδυτή με τις ανησυχίες του για θέματα κοινωνικά, περιβαλλοντικά, ηθικά –SEE- και εταιρικής διακυβέρνησης».

¹² Ward Halina, Smith Craig, International Institute for Environment and Development (IIED)

¹³ Carroll B. Archie (07 & 08/1991), "The pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organization Stakeholders" – Business Horizons

¹⁴ <http://www.eurosif.org/>

ΚΩΔΙΚΕΣ – ΠΡΟΤΥΠΑ – ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

- UN GLOBAL COMPACT 2000¹⁵

Αποτελεί έναν κατάλογο δέκα διεθνώς αποδεκτών αρχών με τις εργασιακές προϋποθέσεις, τα ανθρώπινα δικαιώματα, την καταπολέμηση της διαφθοράς και την προστασία του περιβάλλοντος. Απορρέει από:

- α) Οικουμενική Διακήρυξη Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων
- β) Διακήρυξη του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (I.L.O.) για τις θεμελιώδεις εργασιακές αρχές και τα δικαιώματα
- γ) Διακήρυξη του Ρίο για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη
- δ) Σύμβαση του Ο.Η.Ε. κατά της Διαφθοράς

Το Οικουμενικό Σύμφωνο έχουν υιοθετήσει περισσότερες από 3.600 επιχειρήσεις σε 120 χώρες σε όλο τον κόσμο.

- UNEP FI – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΗΝΩΜΕΝΩΝ ΕΘΝΩΝ – FINANCIAL INITIATIVE¹⁶

Διατυπώθηκε το Μάιο του 1992 και έχει ως σήμερα αρκετές τράπεζες και εν γένει χρηματοοικονομικούς οργανισμούς να το ενστερνίζονται. Δεν αποτελεί πρόγραμμα ή αρχές που εξωτερικά πιστοποιούνται για μια επιχείρηση, αλλά εκφράζει την καλή πρόθεση όσων το αναφέρουν στους εταιρικούς απολογισμούς τους ή στις ιστοσελίδες τους. Περίπου 200 χρηματοοικονομικοί οίκοι έχουν υπογράψει την εν λόγω διακήρυξη και προάγουν τη σχέση μεταξύ αειφόρου ανάπτυξης (sustainability) και χρηματοοικονομικής απόδοσης (performance).

- EQUATOR PRINCIPLES¹⁷

Οι αρχές του Ισημερινού αποτελούν το πλαίσιο μέσα στο οποίο οι τράπεζες αξιολογούν, σε όρους πιστοληπτικής επάρκειας, τη χρηματοδότηση μεγάλων projects λαμβάνοντας υπόψη και περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Το 2007 βάσει του Infrastructure Journal από τα 74,6 δις δολάρια δανείων σε αναπτυσσόμενες αγορές (emerging markets), τα 52,9 δις δολάρια πέρασαν από την ανωτέρω αξιολόγηση (δηλ. το 71% περίπου).

¹⁵ Murray Alasdair (06/2003), "Corporate Social Responsibility in the E.U." – Centre for European Reform (CER)
// <http://www.unglobalcompact.org/Languages/Greek/index.html>

¹⁶ United Nations Environment Programme – Financial Initiative – www.unepfi.org

¹⁷ <http://www.equator-principles.com>

- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (G.R.I.)¹⁸

Σχεδιάστηκε το 1997 από τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και το TELLUS ινστιτούτο με την υποστήριξη του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών. Προτείνει ενιαίο τρόπο δημοσιοποίησης της περιβαλλοντικής και κοινωνικής επίδοσης μιας επιχείρησης σε περιοδική βάση. Η προτεινόμενη ομοιομορφία εξασφαλίζει δυνατότητα σύγκρισης επιχειρήσεων σε διαφορετικές χώρες και διαφάνεια στην παρουσίαση της εταιρικής εικόνας. Το GRI εξυπηρετεί τα συμφέροντα και των μετόχων και των μελλοντικών επενδυτών, καθώς και των καταναλωτών.

Εκτός από τις διεθνείς πρωτοβουλίες που προαναφέρθηκαν και οι οποίες ενθαρρύνουν τη σκέψη περί πολλαπλής θεώρησης των επιδόσεων μιας επιχείρησης (triple bottom line) , υπάρχουν και πρότυπα συστήματα διοίκησης που πιστοποιούν τις μέχρι τώρα δηλούμενες θεωρητικά καλές προθέσεις.

- ISO 14000 – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ¹⁹

Το 1996 ο Διεθνής Οργανισμός Προτυποποίησης, ISO, παρουσίασε το ISO 14000, το οποίο σκοπό έχει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να μειώσουν τις διαδικασίες που επηρεάζουν αρνητικά το περιβάλλον, να είναι σύννομες όσον αφορά περιβαλλοντικούς κανονισμούς και νομικά πλαίσια, καθώς και να βελτιώνονται στα ανωτέρω.

Ένα ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM ορίζεται από τον ISO ως «μέρος του γενικότερου συστήματος διοίκησης, που περιλαμβάνει την οργανωτική δομή, το σχεδιασμό, τις ευθύνες, τις πρακτικές, τις διαδικασίες, τους πόρους για την ανάπτυξη, εφαρμογή, επιτυχία και διατήρηση της περιβαλλοντικής πολιτικής. Βασίζεται στη μεθοδολογία Plan – Do – Check – Act και στη δέσμευση όλου του οργανισμού, ιδίως των υψηλόβαθμων στελεχών».

- ISO 9000 – ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ²⁰

Το 1987 ο Διεθνής Οργανισμός Προτυποποίησης, ISO, δημοσίευσε το σύστημα διοίκησης ποιότητας, το οποίο σχετίζεται άμεσα με την Ε.Κ.Ε. μέσω της θεωρίας των ενδιαφερόμενων μερών. Με την εν λόγω πιστοποίηση μια εταιρεία εξασφαλίζει

¹⁸ GRI site - www.globalreporting.org/AboutGRI/WhatIsGRI/History/OurHistory.htm

¹⁹ ISO 14000 – www.wikipedia.org

²⁰ ISO 9000 – www.wikipedia.org

ότι η διαδικασία παραγωγής των προϊόντων ή υπηρεσιών της είναι υψηλής ποιοτικής αξίας και έτσι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι καταναλωτές, οι οργανώσεις προστασίας των δικαιωμάτων τους και τα συμφέροντα αυτών λαμβάνονται υπόψη.

- SA8000²¹

Το Διεθνές Πρότυπο Κοινωνικής Ευθύνης που δημοσιεύτηκε από το Social Accountability International, έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό, βασίζεται στη Διακήρυξη Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Ο.Η.Ε., σε συνθήκες για τα δικαιώματα του παιδιού και σε συνθήκες του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (Ι.Λ.Ο).

Οι αρχές του καλύπτουν θέματα παιδικής εργασίας, καταναγκαστικής εργασίας, Υγιεινής και Ασφάλειας, ελευθερίας συνδικαλιζέσθαι και δικαιώματος συλλογικής διαπραγμάτευσης, διακρίσεων, αρχών πειθαρχίας, ωρών εργασίας, αποζημιώσεων και διαχείρισης Ανθρωπίνων Πόρων.

Πέραν των διεθνών πρωτοβουλιών και των πιστοποιητικών κάθε επιχείρηση ή επαγγελματικός κλάδος μπορεί να ακολουθεί και να εφαρμόζει αρχές Ε.Κ.Ε. μέσω κωδικών δεοντολογίας. Είναι πλέον αρκετές οι επιχειρήσεις που στους δικτυακούς τους τόπους δημοσιεύουν τέτοιους κώδικες, οι οποίοι απαριθμούν τις αρχές εκείνες που οικειοθελώς και αυτοβούλως και προσαρμοσμένα στο κλάδο δραστηριότητας τους έχουν υιοθετηθεί. Συνήθως περιλαμβάνουν αξίες σχετικά με τους μετόχους – πελάτες – κοινωνία – εργαζόμενους – αγορά – κανόνες ανταγωνισμού και διαφάνειας – νομιμότητα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο Κώδικας Τραπεζικής Δεοντολογίας ²², του οποίου απαριθμούμε κάποια κεφάλαια, ως ενδεικτικά της σοβαρότητας των θεμάτων που καλύπτει.

1. Διαφάνεια συναλλαγών – ενημέρωση πελατών
2. Τραπεζικό απόρρητο – εχεμύθεια
3. Διατραπεζικές σχέσεις
4. Διαφημίσεις τραπεζικών υπηρεσιών

Κλείνοντας την ενότητα αυτή, αξίζει να αναφερθούμε στους κοινωνικούς δείκτες του Χρηματιστηρίου (social indexes – sustainability indexes), στους οποίους εντάσσονται επιχειρήσεις που πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια. Ο τρόπος που

²¹ SA 8000 – www.wikipedia.org

²² «Κώδικας Τραπεζικής Δεοντολογίας» (1997), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών

δημιουργούνται αυτά τα κριτήρια μοιάζει με τη διαδικασία της ανακύκλωσης. Όπως περιγράφει σε μελέτη του ο Burton Hammer (Hammer and Associates LLC) ²³, οι δείκτες και τα επενδυτικά κεφάλαια (funds) δημοσιεύουν κριτήρια αειφορίας για την πλήρωση των οποίων αναπτύσσουν διαδικασίες διοίκησης (management systems). Τα αποτελέσματα των νέων διαδικασιών ως προς την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης και κοινωνικής ευθύνης δημοσιεύονται στους ετήσιους απολογισμούς. Η μελέτη αυτών από τους διαχειριστές των δεικτών και των funds οδηγεί στη βελτίωση και τον επαναπροσδιορισμό των αρχικών κριτηρίων για ένταξη των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων.

Κάποιοι από τους σπουδαιότερους δείκτες κοινωνικού προσανατολισμού είναι :

- Dow Jones Sustainability Index
- FTSE 4GOOD Global 100 Index
- KLP POMINI 400 Index USA
- JOHANNESBURG STOCK EXCHANGE/ FTSE 4GOOD INDEX SOUTH AFRICA
- JANTZI SOCIAL INDEX CANADA
- ETHIBEL GLOBAL INDEX
- ETHICAL GLOBAL INDEX

Ακολουθεί πίνακας κριτηρίων, όπως προέκυψε από έρευνα²⁴ του προαναφερθέντος σε 12 Social Responsibility Indexes παγκοσμίως κατά προτεραιότητα συχνότητας αναφοράς.

- (9) 1. Υγιεινή και ασφάλεια
- (8) 2. Εταιρική Διακυβέρνηση
 - CSR Εταιρικοί απολογισμοί
 - Εργασιακές σχέσεις και συνδικαλιστικές
 - Πρόληψη μόλυνσης
- (6) 3. Εκπαίδευση
 - Ποιότητα
 - Αποζημιώσεις
 - Διαφοροποίηση/ Ποικιλία (diversity)
- (5) 4. Καινοτομία
 - Ανθρώπινα δικαιώματα
- (4) 5. Επικοινωνία
 - Πρόληψη κατά των διακρίσεων (discrimination)

²³ Hamner Burton – Hamner and Associates LLC (11/06/2010), “Integrating Market-Based Sustainability Indicators and Performance Management Systems”

²⁴ Hamner Burton – Hamner and Associates LLC (11/06/2010), “Integrating Market-Based Sustainability Indicators and Performance Management Systems”

Νομιμότητα λειτουργίας

(3) 6. Κώδικες ηθικής, Διαχείριση κινδύνων, Ενεργειακοί πόροι, Σχέσεις με πελάτες – προμηθευτές, environmental performance.

Συμπεραίνει ο αναγνώστης ότι προτεραιότητα δίνεται σε εσωτερικές διαδικασίες κυρίως. Οι εργαζόμενοι βρίσκονται σε πρώτη θέση, καθώς αποτελούν τη βάση λειτουργίας, την εικόνα προς τον πελάτη σε αρκετές περιπτώσεις και σαφώς, όταν είναι υγιείς, ευτυχισμένοι και ικανοποιημένοι, μπορούν να σκεφτούν πώς θα δουλέψουν πιο δημιουργικά, παραγωγικά, οικονομικά (μείωση κόστους).

Ακολουθεί η εταιρική διακυβέρνηση σαν ένδειξη του πόσο σημαντική είναι η ενεργή συμμετοχή των ανώτερων διοικητικών επιπέδων στη δέσμευση της επιχείρησης προς μια κατεύθυνση πολλαπλών στόχων πέραν των χρηματοοικονομικών.

“We can't solve problems by using the same kind of thinking we used when we created them”, Albert Einstein

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι οι επ/σεις με αποδεδειγμένη δράση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης χαίρουν πολλαπλών πλεονεκτημάτων, γεγονός που αποδεικνύεται και από έρευνες στο ευρύ κοινό.

Ξεκινώντας από την σκοπιά της αγοράς, έχει παρατηρηθεί ότι οι κοινωνικά υπεύθυνοι εταιρικοί παίκτες βελτιώνουν την εικόνα τους προς το επενδυτικό και αγοραστικό κοινό, γεγονός που σηματοδοτεί την αυξημένη αποτίμηση των άυλων πάγιων στοιχείων του ενεργητικού τους σε φήμη και πελατεία. Η σπουδαιότητα των άυλων στοιχείων είναι αδιαμφισβήτητη δεδομένου ότι μπορεί να εξασφαλίσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, σταθερότητα πωλήσεων από τους πιστούς πλέον πελάτες, προσφορά κεφαλαίων από επενδυτές που επιλέγουν μεταξύ ομοίων επ/σεων που πληρούν τα χρηματοοικονομικά κριτήρια κλπ. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επίσης μπορεί να αποκτηθεί με ένα σύνολο πράξεων Ε.Κ.Ε. που δημιουργούν μια συγκεκριμένη εικόνα στον πελάτη (corporate image), η οποία δύσκολα αντιγράφεται από τον ανταγωνιστή.

Από εσωτερικής άποψης, δηλ. ενδοεπιχειρησιακά, η επιχείρηση επιτυγχάνει την προσέλκυση ταλαντούχων στελεχών και υπαλλήλων που εμφανίζουν αυξημένη παραγωγικότητα, προσήλωση και διάθεση προσφοράς προς έναν εργοδότη που τους κάνει κοινωνικά υπερέφανους. Επίσης τα νέα πρότυπα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης οδηγούν σε οικονομία ενεργειακών πόρων, αύξηση ανακύκλωσης υλικών γραφείου ή πρώτων υλών παραγωγής, μείωση αποβλήτων.

Οι πελάτες τείνουν να διαφημίζουν τις υπεύθυνες επ/σεις (word of mouth) και δηλώνουν διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή για το ίδιο προϊόν, εάν η επ/ση συμβάλει στην αειφόρο ανάπτυξη (αναλύεται εν συνεχεία). Επίσης είναι

²⁵ Fernandez-Feijoo Souto Belen, Dra “Crisis and Corporate Social Responsibility: Threat or Opportunity?” – International Journal of Economics Sciences and Applied Research

²⁶ Bhattacharya C.B. & Sen Sankar (2004), “Doing Better at Doing Good: When, Why, and How consumer respond to corporate social initiatives” – California Management Review Vol. 47, No.1

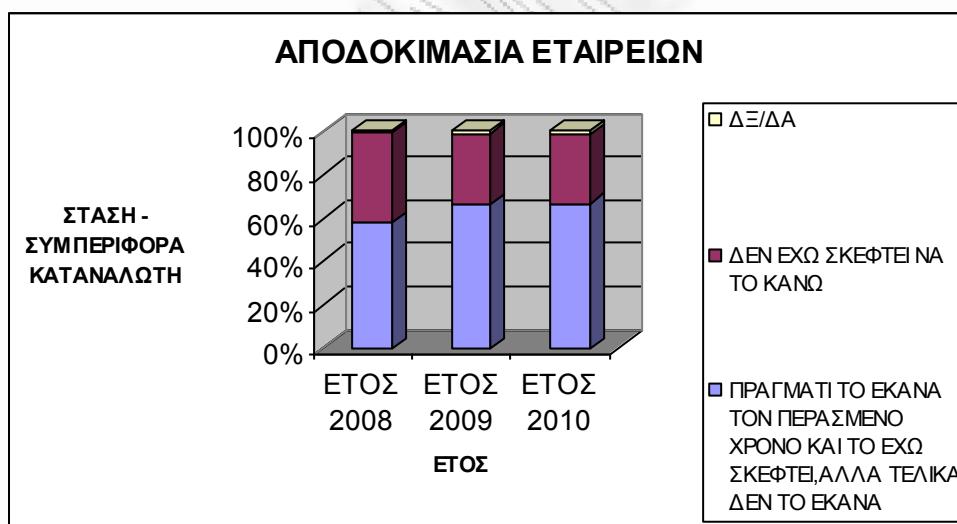
²⁷ McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, Assoc. Prof. (2008), “Corporate Social Responsibility and bank customer satisfaction – a research agenda” – International Journal of Bank Marketing

²⁸ «Εταιρική Ευθύνη» (04/2011), Ειδική έκδοση Realnews – Real Media A.E.

²⁹ Τα οφέλη της Ε.Κ.Ε. - <http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders.aspx?amid=103714&parent=103711>

πρόθυμοι να δουν με συμπάθεια λάθη που ενδεχομένως κάνει μια υπεύθυνη εταιρεία, να τα κρίνουν ευνοϊκότερα ή ακόμα και να τα ξεχάσουν (στα πλαίσια ταύτισης τους – identification theories). Έτσι χτίζεται εν μέρει το άυλο κεφάλαιο (reservoir of goodwill) Δηλώνουν αυξημένη ικανοποίηση και τάση ταύτισης με την επ/ση της οποίας οικειοποιούνται το κοινωνικό προφίλ, ως μέρος των δικών τους κοινωνικά υπεύθυνων επιλογών, βλ. μέρος εσόδων από πωλήσεις σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες. Σπουδαίο εύρημα ερευνών αποτελεί επίσης το φαινόμενο της τιμωρίας επ/σεων από αγοραστές είτε με την μη επαναγορά, είτε με δυσφήμιση στον κύκλο τους. Παρατίθεται ερώτηση και αποτελέσματα από τηλεφωνική έρευνα της MRB HELLAS S.A.³⁰ το Μάιο του 2010 για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επικοινωνίας Ελλάδας σε 1.000 πολίτες σε όλη την Ελλάδα (66,7% των ερωτηθέντων κράτησε στάση επικριτική το 2010).

«Κατά την διάρκεια του περασμένου χρόνου είχατε σκεφθεί να τιμωρήσετε μία επιχείρηση που δεν θεωρείτε κοινωνικά υπεύθυνη είτε αρνούμενοι να αγοράσετε τα προϊόντα της είτε μιλώντας επικριτικά για αυτήν στους άλλους;»



«ΑΠΟΔΟΚΙΜΑΣΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ», ΠΗΓΗ: Έρευνα MRB HELLAS S.A., 2010

Στα ίδια συμπεράσματα οδηγήθηκαν και οι έρευνες των Greyer & Ross (1997)³¹ και Gelb (1995), οι οποίες καταδεικνύουν θετική σχέση μεταξύ ηθικής συμπεριφοράς

³⁰ www.mrb.gr

³¹ McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, Assoc. Prof. (2008), "Corporate Social Responsibility and bank customer satisfaction – a research agenda" – International Journal of Bank Marketing

και αγοραστικής απόφασης. Πλέον της πρόθεσης καταβολής υψηλότερης τιμής για το προϊόν μιας ηθικής επιχείρησης, καταγράφηκε και η τιμωρία μιας επιχείρησης με την μορφή πρόθεσης αγοράς μεν, σε χαμηλότερη τιμή δε. Μεταξύ των συμπερασμάτων της έρευνας CSR 2011 για την «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση» για λογαριασμό του Ινστιτούτου Επικοινωνίας ³²βρέθηκε ότι το 82,2% τακτικά επιλέγει να πληρώσει περισσότερο για προϊόντα και υπηρεσίες που είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα, ενώ το 75,6% θεωρεί ότι μπορεί να επηρεάσει το βαθμό υπευθυνότητας της συμπεριφοράς μιας επιχείρησης.

Όσον αφορά την πτυχή της Ε.Κ.Ε. που σχετίζεται με την εταιρική διακυβέρνηση και την διαφάνεια στον τρόπο διοίκησης και τα οικονομικά αποτελέσματα μιας επ/σης, οι εταιρικοί πολίτες που επιλέγουν να δημοσιεύουν κοινωνικούς απολογισμούς σε διεθνώς αποδεκτά πρότυπα ικανοποιούν τις απαιτήσεις και προσδοκίες των τωρινών ή υποψήφιων μετόχων, καθώς και των πηγών άντλησης κεφαλαίων, π.χ. τράπεζες – ευνοϊκότερη αξιολόγηση και ενδεχομένως τιμολόγηση, ολοκλήρωση project εγκαίρως.

Τέλος στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, που η αλυσίδα αξίας των πολυεθνικών εντοπίζεται σε διάφορα σημεία του κόσμου, τα οποία λειτουργούν με άλλους όρους, νόμους, κουλτούρα, υπάρχει η απαίτηση του τελικού καταναλωτή για έλεγχο και αξιολόγηση των προμηθευτών, outsourceers, υπεργολάβους κλπ. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα γνωστής εταιρείας αθλητικών υποδημάτων που η δημόσια εικόνα της δέχτηκε πλήγμα, όταν πήρε διαστάσεις η πληροφορία ότι ανήλικα παιδιά σε κακές εργασιακές συνθήκες δούλευαν σε εργοστάσια παραγωγής παπουτσιών της Καμπότζης και του Πακιστάν. Μια επιχείρηση που θέτει κριτήρια αξιολόγησης των συνεργατών της αποφεύγει τον κίνδυνο να βρεθεί εν μέσω θύελλας σκανδάλων με έντονο αρνητικό αντίκτυπο που δύσκολα αποκαθίσταται, καθώς επίσης προβάλλει και τη συνέπεια και σοβαρότητα της κοινωνικής της στάσης καθολικά.

Σημειώνεται ότι η Ε.Κ.Ε. πέραν των αναφερομένων πλεονεκτημάτων για την επιχείρηση, καταγράφει και μεγάλα οφέλη για τον ίδιο τον καταναλωτή ως μέλος της κοινωνίας, αλλά και για τους Μ.Κ.Ο και εν τέλει τους σκοπούς που προωθούν (causes). Είναι αποτελεσματικός τρόπος για να γίνουν γνωστά και να επιλυθούν, και με ατομικές πρωτοβουλίες του καθένα ως ιδιώτη, σοβαρά κοινωνικά

³² Ινστιτούτο Επικοινωνίας - <http://www.instofcom.gr/>

προβλήματα. Όπως αναφέρουν οι Bhattacharya και Sen (2004)³³, μεταξύ των εξωτερικών αποτελεσμάτων – συνεπειών της Ε.Κ.Ε., εντοπίζονται και ωφέλειες όπως η βελτιωμένη κοινωνική συμπεριφορά (behavior modification) και η βελτιωμένη, πιο ενεργή υποστήριξη Μ.Κ.Ο. και σκοπών (support behavior).

³³ Bhattacharya C.B. & Sen Sankar (2004), "Doing Better at Doing Good: When, Why, and How consumer respond to corporate social initiatives" – California Management Review Vol. 47, No.1

Όπως κάθε νόμισμα, έτσι και το φαινόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει δυο όψεις. Συγκεντρώνει και φωνές σκεπτικισμού ή ακόμα και κάθετης αντίρρησης απέναντι στην προσδοκία ή την απαίτηση οι επιχειρήσεις να διεκδικούν τίτλους κοινωνικής υπευθυνότητας. Οι μη υπέρμαχοι λοιπόν πρεσβεύουν ότι ο κύριος στόχος μιας επιχείρησης είναι να μεγιστοποιεί τα κέρδη της και να ικανοποιεί τους μετόχους με την επίτευξη συγκεκριμένης αποδοτικότητας κεφαλαίων. Εάν οι δράσεις Ε.Κ.Ε. μειώνουν μέρος των κερδών, τότε αυτομάτως ο μέτοχος αναγκάζεται να προσφέρει δικά ΤΟΥ χρήματα στην κοινωνία χωρίς να ερωτηθεί εάν το επιθυμεί ή όχι. Παρομοίως και οι υπάλληλοι, εάν οι πράξεις Ε.Κ.Ε. μειώνουν ή έστω καθυστερούν την αύξηση των μισθών σε μια εταιρεία.

Το Σεπτέμβριο του 1970 ο Μίλτον Φρίντμαν δήλωνε στους New York Times³⁵ ότι η «μια και μοναδική ευθύνη μιας επ/σης είναι να χρησιμοποιεί τους πόρους της και να προχωρά σε δράσεις σχεδιασμένες να αυξάνουν τα κέρδη της με μόνη προϋπόθεση την τήρηση των όρων του παιχνιδιού». Με άλλα λόγια αναγνωρίζει τα δυο πρώτα επίπεδα ευθύνης που ορίζει ο Carroll, την οικονομική και νομική (σεβασμός σε νόμους, κανόνες ανταγωνισμού και αποφυγή εξαπάτησης πελατών).

Επίσης κάποιοι πολέμιοι της εταιρικής υπευθυνότητας υποστηρίζουν ότι το «κοινωνικό μέρισμα» είναι σα μια μορφή οικειοθελούς φορολογίας, γεγονός όμως που εμπίπτει στις λειτουργίες και αρμοδιότητες του κράτους. Η άντληση εσόδων από φόρους και η διάθεση κατά το δοκούν για την αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων (παιδεία, πολιτισμός) είναι έργο της κρατικής μηχανής.

Επιπλέον, υπάρχει η αμφισβήτηση των προθέσεων των επ/σεων που προχωρούν σε αγαθοεργίες τη στιγμή που ξέρουν τη σειρά των ωφελημάτων που θα αποκομίσουν. Υποστηρίζεται λοιπόν ότι στην πραγματικότητα είναι ίδια τα οφέλη απλώς αλλάζει ο δρόμος μέσω του οποίου τα επιτυγχάνουν. Ενέργειες για τη μείωση των αποβλήτων μπορεί να αυξήσουν αρχικώς τα κόστη, αλλά μεσοπρόθεσμα συμβάλλουν στην αποφυγή προστίμων, την εναρμόνιση με νομοθεσία, την ενίσχυση της εταιρικής εικόνας και άρα είναι ένα είδος μάρκετινγκ που εδραιώνει το brand μιας επ/σης.

³⁴ Επένδυση στο Συλλογικό Όφελος, Αφιέρωμα Ε.Κ.Ε..» (ειδική έκδοση 05/2006)-«Μέτοχος και Επενδύσεις»

³⁵ Murray Alasdair (06/2003), "Corporate Social Responsibility in the E.U." – Centre for European Reform (CER)

Κλείνοντας το κεφάλαιο του αντίλογου, ένα ακόμα επιχείρημα κατά της εκτενούς και ευρείας διαφήμισης Ε.Κ.Ε. αποτελεί το γεγονός ότι μικρές εταιρείες δεν μπορούν να προχωρήσουν σε τέτοιες δράσεις. Αλλά ακόμα και αν μπορούν σε επίπεδο καλού εργασιακού περιβάλλοντος, σεβασμού εργαζομένων, όχι εξαπάτησης των πελατών, δεν είναι σε θέση να το κάνουν γνωστό στο ευρύ κοινό με ετήσιους απολογισμούς ή ακόμα και διαφημίσεις. Με αυτόν τον τρόπο ευνοούνται οι μεγάλες και ήδη δυνατές επιχειρήσεις, μιας και έρευνες δείχνουν ότι η Ε.Κ.Ε. επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά.

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η συμπεριφορά του καταναλωτή έχει αποτελέσει αντικείμενο μελέτης πολλών επιστημονικών κλάδων, όπως η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, η διοίκηση επιχειρήσεων και το μάρκετινγκ. Η κατανόηση της αποτελεί την πεμπτούσια της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας, δεδομένου ότι μέσα από αυτή θα επιτευχθεί στο απόλυτο ο στόχος ενός επιχειρηματικού σχήματος που δεν είναι άλλος από την παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών με ζήτηση. Η ζήτηση αποδεικνύει την κάλυψη αναγκών, επιθυμιών και λοιπών κινήτρων (ενδεικτική είναι η πυραμίδα αναγκών του Maslow) που μια οικονομική μονάδα προσβλέπει να καλύψει και να ικανοποιήσει με την χρήση ενός αγαθού.

Το πώς, γιατί, πότε, πόσο, με ποία συχνότητα και πόσο σταθερά αγοράζει ένας καταναλωτής είναι ερωτήματα που απαντά η θεωρία της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις που ερευνούν και κινούνται βάσει πληροφοριών σχετικών με την συμπεριφορά των ήδη ή μελλοντικών/ δυνητικών πελατών τους μπορούν να τμηματοποιήσουν την αγορά καλύτερα, να αναλύσουν τα χαρακτηριστικά της κάθε υποομάδας, να διαφοροποιηθούν και να στοχεύσουν με καλύτερα τοποθετημένα προϊόντα στην μεγιστοποίηση του μεριδίου αγοράς τους.

36

Κατά τον Αριστοτέλη η συμπεριφορά του ανθρώπου έχει τρία πιθανά αίτια στα οποία μπορεί να αποδοθεί, τον Λόγο, δηλ. την λογική και ορθολογική θεώρηση των πραγμάτων, το Πάθος, δηλ. τις ορμές και τα ένστικτα και το Ήθος, δηλ. το σωστό και λάθος, όπως κοινωνικά κατά εποχή ορίζονται. Επίσης η αγοραστική συμπεριφορά, κατά τον Kotler³⁷, εξαρτάται από «δημογραφικά» χαρακτηριστικά, όπως η ηλικία, το εισόδημα, αλλά και πιο σύνθετους ως προς την ανάλυση παράγοντες, όπως η κοινωνία, ο τρόπος ζωής, η προσωπικότητα, ο βαθμός ωριμότητας της οικονομίας στην οποία κινείται η μονάδα, ενώ εκδηλώνεται σε τρεις χρόνους, πριν την αγορά, κατά τη διάρκεια της και μετά.

Ο Γ. Σιώμκος³⁸ δίνει τον ακόλουθο ορισμό για τη συμπεριφορά του καταναλωτή: «...όλες οι σχετικές με την αγορά προϊόντος δραστηριότητες, οι σκέψεις και οι επιδράσεις που συμβαίνουν πριν, στη διάρκεια, και μετά την αγορά του προϊόντος,

³⁶ Μάλλιαρης Πέτρος (2011), «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», Γ' έκδοση – Εκδόσεις Σταμούλη

³⁷ Kotler P., Keller K.L., "Marketing Management, 13th edition", Pearson Edition

³⁸ Σιώμκος Γ., «Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγικό Μάρκετινγκ» - Εκδόσεις Σταμούλη

όπως αυτές πραγματοποιούνται από αγοραστές και καταναλωτές προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και από αυτούς που επηρεάζουν την αγορά».

Ο Kotler³⁹ περιγράφει σαν αγοραστική διαδικασία την ακόλουθη: ο αγοραστής εντοπίζει το πρόβλημα, που είναι η ανικανοποίητη ανάγκη ή επιθυμία και αναζητά πληροφορίες σχετικά με την επίλυση του. Αφού συλλέξει τις δυνατές εναλλακτικές λύσεις που προσφέρονται, τις αξιολογεί και λαμβάνει μια απόφαση αγοράς. Μετά την απόκτηση και χρήση του προϊόντος ή υπηρεσίας παρατηρείται η μετά-αγοραστική (post-purchase) συμπεριφορά. Αυτονόητο ότι δεν εμφανίζουν όλες οι αγοραστικές επιλογές τον ίδιο βαθμό πολυπλοκότητας, καθώς άλλη δυσκολία και άλλο βαθμό εμπλοκής του αγοραστή εμφανίζει μια επαναλαμβανόμενη αγορά και άλλο μια αγορά που ενδεχομένως απαιτεί την λήψη απόφασης μια φορά στη ζωή ενός ανθρώπου.

Τα ανωτέρω περιγράφονται στον ακόλουθο πίνακα, σύμφωνα με τον οποίο η αγοραστική διαδικασία παρομοιάζεται με μαύρο κουτί, όπως δηλ. και ο ανθρώπινος εγκέφαλος και η διαδικασία σκέψης.

ENVIRONMENTAL FACTORS		BUYER'S BLACK BOX		BUYER'S RESPONSE
Marketing Stimuli	Environmental Stimuli	Buyer Characteristics	Decision Process	
Product	Economic	Attitudes	Problem recognition	Product choice
Price	Technological	Motivation	Information search	Brand choice
Place	Political	Perceptions	Alternative evaluation	Dealer choice
Promotion	Cultural	Personality	Purchase decision	Purchase timing
	Demographic	Lifestyle	Post-purchase behaviour	Purchase amount
	Natural	Knowledge		

Phillip Kotler et al. (2004)

ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΑΣ: http://en.wikipedia.org/wiki/Consumer_behaviour

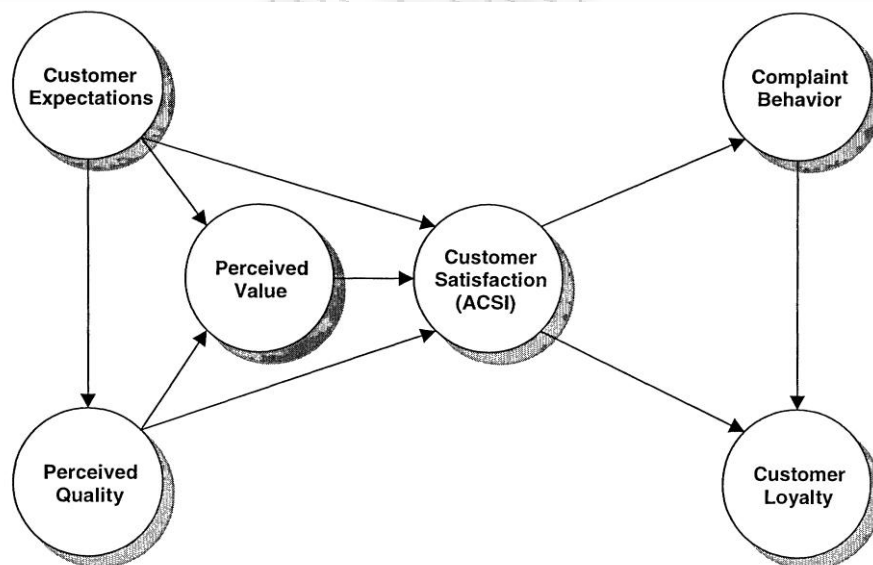
Μετά το τελευταίο στάδιο εντοπίζεται η ύπαρξη αισθήματος ικανοποίησης ή όχι από τον καταναλωτή. Αυτό εξαρτάται από τις προσδοκίες που είχε πριν την αγορά και αυτό που τελικά αποκόμισε και επωφελήθηκε από την χρήση του αγαθού. Αν το τελικό αποτέλεσμα υπολείπεται των αρχικών προσδοκιών του, τότε εκδηλώνεται αίσθημα δυσαρέσκειας. Ο Kotler (2000) δίνει τον ακόλουθο ορισμό: «a person's feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations». Επίσης

³⁹ Kotler P. , Keller K.L., "Marketing Management, 13th edition", Pearson Edition

πρεσβεύει ότι οι ενδεχόμενες αντιδράσεις από ικανοποίηση ή δυσαρέσκεια είναι η χρήση, η φύλαξη του αγαθού και η χρήση του και με άλλους τρόπους (second uses) ή αντίστοιχα η επιστροφή στον πωλητή και ενδεχομένως λήψη ένδικων μέσων, η παραχώρηση σε άλλον και η απαλλαγή από αυτό.

Η ικανοποίηση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, ενώ παράλληλα έχει και διαβαθμίσεις στην έντασή της. Οι διαστάσεις ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς επίσης και η σχέση τιμής και ποιότητας είναι η βάση επίτευξής της. Αυτό όμως δεν είναι εξαντλητικό, καθώς παράγοντες υποκειμενικοί και ως εκ τούτου άπειροι μπορούν να μεσολαβήσουν και να χαρακτηρίσουν ικανοποιητική ή όχι την αγορά ενός αγαθού.

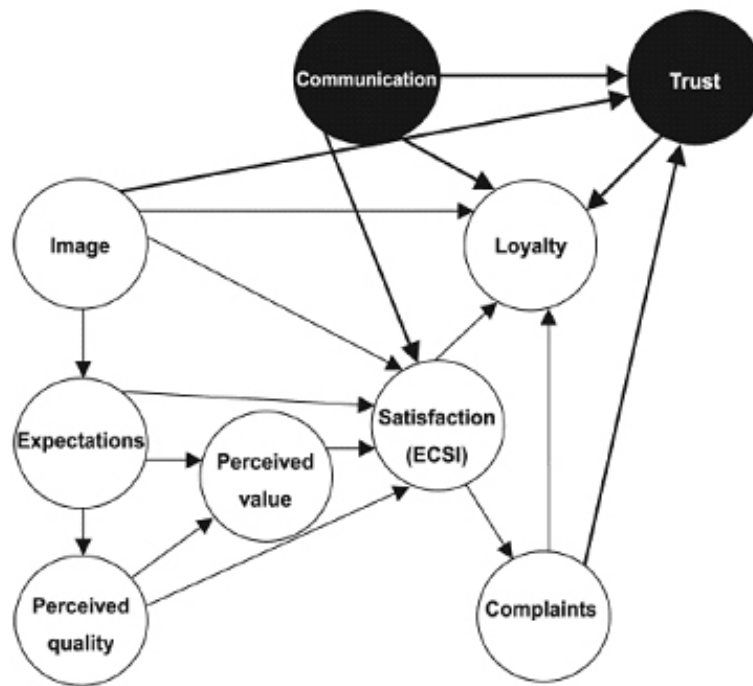
Ακολουθεί η παράθεση δεικτών που έχουν δημιουργηθεί για την μέτρηση της ικανοποίησης του καταναλωτή. Τα μοντέλα είναι κατατοπιστικά από μόνα τους όσον αφορά τους προσδιοριστικούς παράγοντες, την αλληλεπίδρασή τους και το σημείο εντοπισμού του καθενός και τα στάδια μέχρι την επίτευξη ικανοποίησης. Οι ομοιότητες είναι εμφανείς.⁴⁰



Αμερικάνικος Δείκτης Ικανοποίησης Πελατών (ACSI)

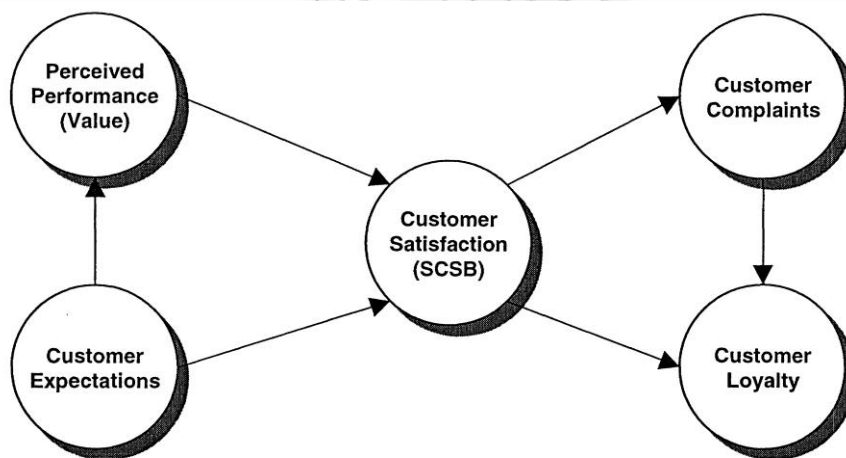
ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΑΣ: ACSI 2008

⁴⁰ Μπαλτάς Γ., Παπασταθοπούλου Π. (2003), «Συμπεριφορά Καταναλωτή» - Οίκος Rosili



Ευρωπαϊκός Δείκτης Ικανοποίησης Πελατών (ECSI)

ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΑΣ: Ball et al. (2003) (2004)



Σουηδικό Βαρόμετρο Ικανοποίησης Πελατών (SCSB)

ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΑΣ: Fornell (1992)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ

Ο τραπεζικός κλάδος έχει διαγράψει μια εντυπωσιακή πορεία στο κομμάτι της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, χωρίς όμως να απουσιάζουν ένθερμοι υποστηρικτές της αντίθετης άποψης. Πρεσβεύουν ότι οι τράπεζες έχουν ακόμη πολύ δρόμο μέχρι να αποδείξουν τον όντως κοινωνικό τους προβληματισμό.

Την τελευταία δεκαετία οι πολυεθνικές τράπεζες, οι οποίες αποτελούν κολοσσούς οικονομικής δύναμης και επιρροής και οι οποίες έχουν κατηγορηθεί για το ότι ξεπερνούν ακόμη και τα έσοδα ολόκληρων κρατών, δημοσιεύουν κοινωνικούς απολογισμούς. Παραθέτουν με αυτόν τον τρόπο τις ενέργειες εκείνες που δεν περιορίζονται στον καθαρά χρηματοοικονομικό τους ρόλο, αλλά διευρύνονται και σε θέματα φιλανθρωπίας, κοινωνικής ευαισθησίας, προστασίας και σεβασμού του περιβάλλοντος κλπ. Χρησιμοποιώντας τα πρότυπα – υπόδειγμα του GRI και ειδικά το παράρτημα για τον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών των κατευθυντήριων γραμμών G3 μπορούν και παραθέτουν (disclosure) σε μετρήσιμους και συγκρίσιμους όρους την οικονομική, περιβαλλοντική, κοινωνική και διοικητική (governance) διάσταση των δράσεων, προϊόντων και υπηρεσιών τους.

Στα πλαίσια του κλίματος ανάπτυξης και επιρροής της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν ιδρυθεί και τράπεζες ευρέως γνωστές ως «ηθικές τράπεζες», οι οποίες λειτουργούν με κριτήρια χρηματοοικονομικού και κοινωνικού οφέλους παράλληλα. Η κύρια διαφορά τους από τις παραδοσιακές τράπεζες είναι ότι λειτουργούν με ηθικές αρχές, αξίες, κουλτούρα ανθρωποκεντρική κοινώς αποδεκτή σε όλα τα επίπεδα ιεραρχίας. Επιπλέον χρηματοδοτούν επιχειρήσεις και projects που επηρεάζουν θετικά την κοινωνία και το περιβάλλον (βλ. αποκλείεται η χρηματοδότηση μιας καπνοβιομηχανίας), αφού πρώτα ερωτηθούν οι καταθέτες – επενδυτές για το ποια projects θέλουν να στηρίξουν με τα κεφάλαιά τους.

“The way we invest create the world we live in”, Amy Domini (Founder and CEO, Domini Social Investments, LLC)

Ιταλία : Banca Popolare Etica

Γερμανία : Bank fur Sozialwirtschaft, GLS bank

Ελβετία : Alternative Bank

Ηνωμένο Βασίλειο : Charity Bank, Reliance Bank

Γαλλία : La Nef

Σουηδία : Ekobanken

Δανία : Merkur Cooperative Bank

Ολλανδία : Triodos Bank N.V.

Η.Π.Α. : RSF Social Finance, San Francisco, NY

Οι παραδοσιακές τράπεζες, που έχουν υιοθετήσει διεθνείς πρωτοβουλίες (Global Compact, UNEP FI, UNPRI, Equator Principles), έχουν τρία κριτήρια με τα οποία αξιολογούν τις επενδυτικές τους δραστηριότητες (σημειωτέον οι φιλανθρωπικές τους ενέργειες και αυτές της ανάπτυξης του προσωπικού τους δεν έχουν συγκεκριμένα πλαίσια, παρά εμπίπτουν στην καθαρά διακριτική ευχέρεια και πρωτοβουλία κάθε τράπεζας).⁴²

Πρώτον, κριτήριο αρνητικού αποκλεισμού (negative exclusion), όταν βάση για τη χρηματοδότηση ή όχι αποτελούν κριτήρια που αποκλείουν ορισμένους κλάδους εξ ορισμού, όπως αυτόν της εμπορίας όπλων.

Δεύτερον, κριτήρια ένταξης θετικά (positive inclusion), σύμφωνα με τα οποία για να χρηματοδοτηθεί μια επιχείρηση πρέπει οι δραστηριότητές της να δίνουν αξία κοινωνική σε κάποιο τομέα, π.χ. ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (socially added values).

Τρίτον, αρνητικά και θετικά κριτήρια παράλληλα, όπου επιβλαβείς κλάδοι για την κοινωνία αποκλείονται και από τους υπόλοιπους επιλέγονται αυτές οι επιχειρήσεις με την πιο ικανοποιητική επίδοση ασχέτως κλάδου δραστηριότητας.

⁴¹ Ethical Banking — http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_banking

⁴² “Investigating Responsibly: A Financial Puzzle, The limited Scope of Sustainable Asset Management” (09/2010), S.O.M.O. (Centre for Research on Multinational Corporations) Paper

Πέραν της επενδυτικής πολιτικής, που άπτεται από ένα σημείο και έπειτα στις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι Τράπεζες έχουν ακόμη έναν σπουδαίο ρόλο κοινωνικού περιεχομένου, αυτόν της αποφυγής φαινομένου τραπεζικού αποκλεισμού. Με τον όρο τραπεζικός αποκλεισμός περιγράφεται η αδυναμία κάποιων ανθρώπων να έχουν πρόσβαση σε τραπεζικά προϊόντα, όπως η τήρηση καταθετικού λογαριασμού ή, λόγω δυσχερούς οικονομικής κατάστασης, η χορήγηση μικροδανείων (microcredit) ⁴³. Τον τελευταίο καιρό με την χρηματοοικονομική κρίση το φαινόμενο έχει επεκταθεί λόγω συγχώνευσης καταστημάτων και αραιής κάλυψης της επαρχίας, κοινώς προβλημάτων εδαφικής συνοχής.

Στις 11 και 12 Νοεμβρίου 2010 η Ε.Ε. και 19 χώρες από τις 20 μεγαλύτερες οικονομικές δυνάμεις (G20) συναντήθηκαν στη Σεούλ και σχεδίασαν μια αναπτυξιακή πολιτική, στην οποία η τραπεζική ένταξη όλων των μελών της κοινωνίας είχε κυρίαρχη θέση, σαν βασικό μέτρο καταπολέμησης της φτώχειας. Προς την κατεύθυνση αυτή θα συνεργαστούν οι χώρες του G20, η Παγκόσμια Τράπεζα, επιχειρήσεις μέσω του International Finance Corporation της Παγκόσμιας Τράπεζας (προωθεί τις αειφόρες επενδύσεις στον ιδιωτικό τομέα στις αναπτυσσόμενες χώρες) και ένα από τα σπουδαιότερα ερευνητικά κέντρα, το CGAP (Consultive Group to Assist the Poor) για το μικροδανεισμό (microfinance).

⁴³ Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε.

Ε.Κ.Ε. & ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΠΕΛΑΤΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΕΝ ΓΕΝΕΙ

Θεωρώντας πιο ενδιαφέρουσα την παρουσίαση των αποτελεσμάτων πανεπιστημιακών ερευνών που διεξήχθησαν με θέμα την Ε.Κ.Ε. και την ικανοποίηση του πελάτη από την παράθεση πρακτικών Ε.Κ.Ε. μεγάλων πολυεθνικών τραπεζών, κλείνουμε ως ακολούθως.

Παρά τα υψηλά ποσά που διατίθενται σε πράξεις κοινωνικής υπευθυνότητας, οι δείκτες ικανοποίησης των πελατών είναι χαμηλοί και τείνουν να μειώνονται συνεχώς. Στον απολογισμό του 2006 η μεγαλύτερη ιαπωνική τράπεζα, MUFG, ανέφερε χαμηλότατα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών από τα χαμηλά επιτόκια και τις διάφορες χρεώσεις παρά τις επενδύσεις σε διάφορων μορφών ενέργειες Ε.Κ.Ε.. Παρόμοια κατάσταση και με τις Westpac και ANZ της Αυστραλίας. Η δυσαρέσκεια όμως των πελατών λόγω τιμών είναι η κύρια αιτία που αλλάζουν τράπεζα (Manrai 2007, Northern Irish Personal Banking inquiry 2006, Farquhar and Pantler 2007). Η απώλεια ενός πελάτη για μια τράπεζα συνεπάγεται αρνητική επίδραση στο μερίδιο αγοράς και τα κέρδη (Manrai 2007), καθώς η ικανοποίηση σχετίζεται θετικά με την χρηματιστηριακή αξία της τράπεζας. (Luo & Bhattacharya 2006).⁴⁴

Μια σειρά ερευνών έχει αποδείξει ή καταδείξει ότι η Ε.Κ.Ε. λαμβάνεται θετικά υπόψη από τον πελάτη για την αξιολόγηση μιας επιχείρησης, όμως στον τραπεζικό κλάδο ειδικά, παρά τη σπουδαιότητα της δεν μπορεί από μόνη της να κρατήσει έναν πελάτη πιστό. Προηγούνται άλλα κριτήρια που θέτει ο τελικός καταναλωτής και έπεται η Ε.Κ.Ε., η οποία καθιερώνει στο μυαλό και τη συνείδησή του μια ήδη ικανοποιητική τράπεζα ως σπουδαία και άξια δημοσίων επαίνων στο κοινωνικό του περιβάλλον, φιλικό, οικογενειακό, επαγγελματικό.

Η έρευνα των Luo και Bhattacharya στον δείκτη Fortune 500 έδειξε άμεση θετική σχέση μεταξύ Ε.Κ.Ε. και ικανοποίησης πελάτη, όμως υπό προϋποθέσεις. Το 2004 η έρευνα του Maignan κατέληξε σε θετική σχέση μεταξύ Ε.Κ.Ε. και πίστης πελάτη, καθώς και οι μελέτες των Barone (2000), Berger και Kanetkar (1995), Creyer και Ross (1997) και Maignan και Ferrell (2004) κατά τις οποίες οι πελάτες είναι

⁴⁴ McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, (2008), "Corporate Social Responsibility and ban customer satisfaction – a research agenda" – International Journal of Bank Marketing

διατεθειμένοι να υποστηρίξουν ενεργά επιχειρήσεις με θεματικό μάρκετινγκ (cause related) και ηθικές και περιβαλλοντικά φιλικές πρακτικές.⁴⁵

Η έρευνα των Lafferty και Goldsmith (2005) έδειξε ότι η συνεργασία μιας επιχείρησης με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό βελτιώνει τη στάση του καταναλωτή απέναντι της, θεωρώντας της ως ένα brand name, ακόμα κι αν ο σκοπός του Μ.Κ.Ο. δεν τους είναι οικείος. Σημειωτέον αναφορικά με τη σχέση εταιρείας και προαγόμενου καλού κοινωνικού σκοπού (fit between the company and the cause), η έρευνα των Bhattacharya και Sen το 2004, έδειξε ότι εταιρείες με κακή φήμη, οι οποίες υποστηρίζουν σκοπούς οικείου ή σχετιζόμενους με τη δραστηριότητα τους εισπράττουν το σκεπτικισμό των καταναλωτών, π.χ. Phillip Morris – “talk to your kids about not smoking”. Αντιθέτως η στάση των καταναλωτών είναι πιο θετική και όχι επιφυλακτική (φόβοι ενεργειών Ε.Κ.Ε. ως μέρους του προωθητικού μάρκετινγκ), όταν οι εταιρείες είναι υποστηρικτές ΜΚΟ που προωθούν ουδέτερους σκοπούς (neutral fit) σε σχέση με το αντικείμενο εργασιών τους. Επίσης όσοι αγοραστές γνωρίζουν εταιρικές φιλανθρωπικές πρωτοβουλίες έχουν θετικότερη στάση, αναγνωρίζουν περισσότερο μια επιχείρηση, αγοράζουν περισσότερο, επενδύουν εντατικότερα και αναζητούν εργασία στην εταιρεία από εκείνους που τις αγνοούν (Sen et al, 2006).⁴⁶

Κατά τους Bhattacharya και Sen (2004), η επίγνωση ότι η Χ εταιρεία επιδίδεται σε Υ πράξεις κοινωνικού περιεχομένου είναι απαραίτητη προϋπόθεση για να θεωρηθεί η Ε.Κ.Ε. όχι μόνο ένα σύνολο καλών πράξεων, αλλά και μέρος της στρατηγικής τοποθέτησης και μακροπρόθεσμης ταυτότητας μιας επιχείρησης. Τα χαμηλά επίπεδα awareness είναι ανασταλτικός παράγοντας για ωφέλειες. Η έρευνα CSR 2011 για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση του Ινστιτούτου Επικοινωνίας αποκάλυψε ότι το 56% των Ελλήνων Καταναλωτών δε μπορεί αυθόρμητα να αναφέρει μια εταιρεία που καλύπτει τις κοινωνικές της υποχρεώσεις.

Ο Lemke (1987) αναφέρει ότι μια τράπεζα στη Μασαχουσέτη, Η.Π.Α., κατάφερε επιτυχώς να προωθήσει 138 νέους λογαριασμούς αξίας 11 εκατομμυρίων δολαρίων συνεισφέροντας στη διάσωση ζώων υπό εξαφάνιση κάνοντας δωρεές στη WWF. Επιπλέον οι Myrrey και Nogel (1997) ερεύνησαν την επιρροή

⁴⁵ McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, (2008), “Corporate Social Responsibility and bank customer satisfaction – a research agenda” – International Journal of Bank Marketing

⁴⁶ Bhattacharya C.B. & Sen Sankar (2004), “Doing Better at Doing Good: When, Why, and How consumer respond to corporate social initiatives” – California Management Review Vol. 47, No.1

συνδυασμένων προγραμμάτων Ε.Κ.Ε., όπως προώθησης ενεργειών επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων, κοινωνικού εθελοντισμού, συμμετοχής στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής και προστασίας του καταναλωτή, στη στάση του πελάτη και συμπεράναν ότι είχε βελτιωθεί πολύ. Ως βελτιωμένη στάση εννοείται η άποψη ότι η επιχείρηση είναι ειλικρινής, ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους, λέει αλήθεια στις διαφημίσεις της, αξίζει υποστήριξης σε διαφορές με την κυβέρνηση και το κράτος και προτείνεται σε φίλους ως καλός υποψήφιος εργοδότης.⁴⁷

Η βελτιωμένη στάση (attitude), πέραν της διαφήμισης μιας επιχείρησης (word of mouth) ή της ανοχής σε λάθη (“resilience to negative information about the company”), σχετίζεται με την πολυπλόκτη αύξηση των πωλήσεων και επιπλέον τη δυνατότητα πωλήσεων σε αυξημένες τιμές (price premium – αποτελούν μέρος των χορηγιών προς την κοινωνία). Την επαύξηση στην τιμή είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν μερικοί πελάτες, οι οποίοι όπως προέκυψε από την έρευνα των Bhattacharya και Sen, είναι ένθερμοι υποστηρικτές του ΜΚΟ εν γένει και του συγκεκριμένου καλού σκοπού που προωθείται ή υποστηρίζεται. Διαφορετικά, το τελευταίο όφελος, όχι μόνο δεν ισχύει (price premium – trade off CSR for product quality or price), αλλά λειτουργεί και ανασταλτικά, αν οι πελάτες θεωρήσουν ότι οι επενδύσεις Ε.Κ.Ε. μειώνουν τα κεφάλαια για βελτίωση προϊόντος, μείωση κόστους και κατά συνέπεια τιμής πώλησης.

Είναι εμφανές ότι οι ανωτέρω έρευνες καταδεικνύουν την πίστη, την θετική στάση, την αυξημένη αγοραστική πρόθεση, το συναισθηματικό δέσιμο με μια επιχείρηση, δεν θίγουν όμως το κομμάτι της ικανοποίησης. Ως ικανοποίηση ορίζεται, όπως προαναφέρθηκε, η στάση του πελάτη μετά τη χρήση μιας υπηρεσίας ή τη χρήση/κατανάλωση ενός προϊόντος ως προς αυτό που υποκειμενικά προσδοκούσε ή φανταζόταν πριν την εμπειρία αυτή. Αν η τελική κατανάλωση υπολειπόταν των αρχικών προσδοκιών του, τότε ο πελάτης νιώθει μη ικανοποιημένος (Oliver, Gwynne, Waite - 1998).

Οι παράγοντες που οδηγούν σε ικανοποίηση κατά τη χρήση τραπεζικών υπηρεσιών διαφέρουν από αυτούς σε άλλους κλάδους, ενδεχομένως κατά τη γνώμη της γράφουσας, επειδή αυτό που αγοράζεται είναι το ίδιο με το μέσο πραγματοποίησης της αγοράς, αλλά σε διαφορετικές χρονικές στιγμές. Παραδείγματος χάριν ο δανειζόμενος αγοράζει χρήματα με χρήματα που

⁴⁷ McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, (2008), “Corporate Social Responsibility and ban customer satisfaction – a research agenda” – International Journal of Bank Marketing

μελλοντικά θα καταβάλλει, χωρίς να μεσολαβεί μετατροπή α' ύλης σε κάτι άλλο. Βάσει της έρευνας του Chakrabarty (2006) σε 12000 Βρετανούς πελάτες λιανικής τραπεζικής βρέθηκε η ακόλουθη σειρά παραγόντων ικανοποίησης⁴⁸:

- 1) ικανοποίηση εξυπηρέτησης μέσα στο κατάστημα (ταχύτητα, ώρες λειτουργίας)
- 2) ικανοποίηση οικονομική (προμήθειες και επιτόκια)
- 3) ικανοποίηση εξυπηρέτησης εξ' αποστάσεως (ανταπόκριση, efficiency)
- 4) ικανοποίηση ATM (αξιοπιστία, διαθεσιμότητα)

Παρόμοια η κατάταξη και βάσει Maurai και Maurai (2007).

- 1) άποψη/ στάση σχετική με το προσωπικό(συμπεριφορά, διαχείριση παραπόνων)
- 2) άποψη χρηματοοικονομικής υφής (επιτόκια).
- 3) άποψη σχετικά με το κλίμα στο κατάστημα (ατμόσφαιρα)
- 4) άποψη ευκολιών/ άνεση πρόσβασης(A.T.M. ,ώρες λειτουργίας)

Οι Bhattacharya και Sen (2004) πρόσθεσαν ότι υπάρχει ιεραρχία και σε παράγοντες που σχετίζονται με την ΕΚΕ και συνδράμουν στην ικανοποίηση του πελάτη, αλλά μετά από ένα minimum επίπεδο ενεργειών πελατοκεντρικών κι όχι κοινωνιοκεντρικών (customer-centric vs. CSR initiatives).

- 1) Προσωπικό με ποικίλες ιδιότητες (φύλο, καταγωγή)
- 2) Υποστήριξη προσωπικού (ασφάλεια, συνδικαλισμός)
- 3) Προϊόν (ασφάλεια χρήσης, καινοτομία)
- 4) Περιβαλλοντική επίδραση (μόλυνση, φιλικά προϊόντα στο περιβάλλον)
- 5) Υπεράκτιες δραστηριότητες (εργασιακές συνθήκες)
- 6) Κοινωνική υποστήριξη(φιλανθρωπίες, προσφορά ωρών κοινωνικής εργασίας)

Κλείνοντας, παραθέτουμε τα αποτελέσματα της μελέτης των Luo και Bhattacharya το 2006⁴⁹, κατά την οποία μελετήθηκε η σχέση της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας, της ικανοποίησης του πελάτη και της αποτίμησης της επιχείρησης (market value). Το συμπέρασμα στο οποίο οδηγήθηκαν είναι το εξής: η Ε.Κ.Ε., όταν εφαρμόζεται από εταιρείες με εμφανείς επιχειρηματικές ικανότητες (corporate abilities) οδηγεί σε υψηλά επίπεδα ικανοποίησης του πελάτη, γεγονός το οποίο με τη σειρά του εξασφαλίζει βελτιωμένη αποτίμηση από την αγορά. Οι εταιρικές

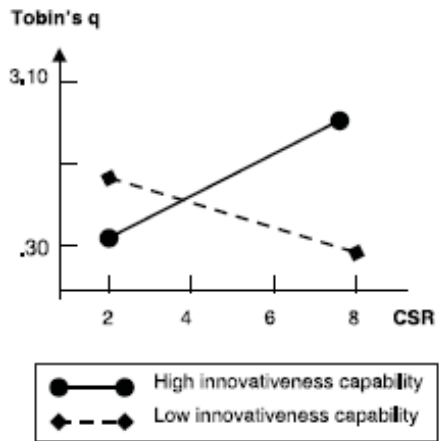
⁴⁸ McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, (2008), "Corporate Social Responsibility and bank customer satisfaction – a research agenda" – International Journal of Bank Marketing

⁴⁹ Bhattacharya C.B. & Luo Xueming (2006), "Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value" – American Marketing Association, Journal of Marketing, Vol. 70 (Oct.2006), 1-18

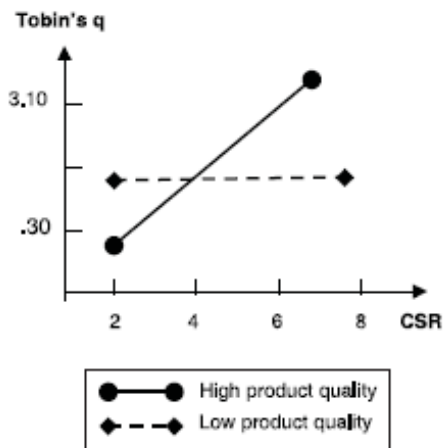
ικανότητες εντοπίζονται στο ποιοτικό προϊόν και τη δυνατότητα καινοτομιών (innovativeness capability). Ο συνδυασμός των τελευταίων με την ανταπόκριση στις κοινωνικές υποχρεώσεις μιας επιχείρησης εξασφαλίζει την ικανοποίηση του generalized customer, ο οποίος εξασφαλίζει υψηλές ταμιακές ροές (Gruca & Rego, (2005), Fornell (1992), Mittal et al (2005)), χαμηλότερο κίνδυνο διακύμανσης μελλοντικών ροών και άρα υψηλότερο market value (Fornell et al. (2005)). Επίσης η Ε.Κ.Ε. επιδρά θετικά στην ικανοποίηση και παραγωγικότητα των εργαζομένων μιας επιχείρησης, οι οποίοι κατά συνέπεια λειτουργούν υπέρ της αυξημένης απόδοσης μιας εταιρείας.

Θεωρώντας ως ικανότητα καινοτομίας τη δυνατότητα βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων που διαθέτει μια επιχείρηση, αλλά και τη δυνατότητα ανακάλυψης νέων αγορών μέσω του σχεδιασμού νέων προϊόντων (Kim & Mauborgne (1997), Kleinschmidt & Cooper (1991)), που συνεχώς ικανοποιούν τις διαρκώς εξελισσόμενες ανάγκες των πελατών, η μελέτη των Bhattacharya & Sen (2006) μπορεί να συγκεντρωθεί στα ακόλουθα γραφήματα και να αποδοθεί ακολούθως.

A: The Moderating Role of Innovativeness Capacity



B: The Moderating Role of Product Quality



ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΑΣ: Bhattacharya & Luo (2006), "Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value" – American Marketing Association, Journal of Marketing, Vol. 70 (Oct.2006), 1-18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Σε συνέχεια των ερευνών που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο παραθέτουμε τα αποτελέσματα της μελέτης των Βασιλικοπούλου, Σιώμκου και Μυλωνάκη ⁵⁰ για την σχέση Ε.Κ.Ε. και αγοραστικής συμπεριφοράς του Έλληνα καταναλωτή εν γένει στο πλαίσιο εισαγωγής στην ελληνική πραγματικότητα. Ως αγοραστική συμπεριφορά ορίστηκε η πρόθεση αγοράς ενός προϊόντος σε υψηλότερη τιμή, αν θεωρείται «κοινωνικά υπεύθυνο», η αποδοκιμασία μη ευσυνείδητων κοινωνικά επιχειρήσεων με δυσφήμιση ή μη αγορά ή αγορά σε χαμηλότερη τιμή από την αρχικώς οριζόμενη.

Το 2005 μελετήθηκε ένα δείγμα 341 καταναλωτών διαφόρων δημογραφικών χαρακτηριστικών (ηλικίας, εισοδήματος, επαγγέλματος, μόρφωσης) και κατέληξαν στα ακόλουθα αποτελέσματα και την εξής κατηγοριοποίηση:

1. Οι καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας έχουν πιο θετική στάση απέναντι στις ενέργειες Ε.Κ.Ε. από ότι οι νεότεροι (συμπίπτει με αποτελέσματα έρευνας Singharakdi et al. (1999) και Terpstra et al. (1993)) ,
2. οι καταναλωτές υψηλότερου εισοδήματος έχουν πιο θετική στάση απέναντι στις ενέργειες Ε.Κ.Ε.,
3. το μορφωτικό επίπεδο δεν σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με την θετική, αρνητική ή ουδέτερη στάση, ούτε το φύλο (ελέγχθηκε η υπόθεση οι γυναίκες να εμφανίζουν πιο θετική στάση από τους άντρες – συμπίπτει με αποτελέσματα έρευνας Singharakdi & Vitell (1991), Robin & Hunt (1997) και Loe et al. (2000)), ενώ
4. το επάγγελμα έδειξε να επηρεάζει τη αγοραστική συμπεριφορά βάσει κοινωνικής υπευθυνότητας επιχειρήσεων, με τους ελεύθερους επαγγελματίες και τους επιχειρηματίες να είναι οι λιγότερο θετικά κείμενοι.

✚ Φιλόδοξοι όσον αφορά την Ε.Κ.Ε. καταναλωτές (24,6%): νέοι, υψηλής μόρφωσης, με μέτρια εισοδήματα, κυρίως άνδρες και εργαζόμενοι στον δημόσιο τομέα με την πεποίθηση ότι ο τελικός καταναλωτής επωμίζεται το κόστος Ε.Κ.Ε.. Είναι περισσότερο πρόθυμοι να αποδοκιμάσουν (boycott) ή

⁵⁰ Vassilakopoulou, A.I., Siomkos, G.J. and Mylonakis, J. (2005), "Clustering consumers according to their attitudes in corporate social responsibility" – Int. J. Business Governance and Ethics, Vol. 1, No. 4, pp. 317-328

τιμωρήσουν μια επ/ση, παρά να επιβραβεύσουν μια κοινωνικά υπεύθυνη, ενώ θεωρούν υψηλής σπουδαιότητας την Εταιρική Κοινωνική Υπευθυνότητα.

- ✚ Φανατικοί όσον αφορά την Ε.Κ.Ε. καταναλωτές (39,6%): μεσήλικες, με μέτριο μορφωτικό επίπεδο, υψηλών εισοδημάτων και εργαζόμενοι στον ιδιωτικό κυρίως τομέα με την πεποίθηση ότι ο τελικός καταναλωτής επωμίζεται το κόστος Ε.Κ.Ε.. Εκδηλώνουν την έντονη πρόθεση τους να επιβραβεύσουν μια ευσυνείδητη επ/ση σε βαθμό που θα πλήρωναν μεγαλύτερο τίμημα ή θα διένυαν μεγαλύτερη απόσταση ώστε να αγοράσουν το προϊόν. Πέραν της ενεργούς αγοραστικής συμπεριφοράς τους, θα ήθελαν να εργαστούν και σε αντίστοιχη εταιρεία.
- ✚ Παθητικοί όσον αφορά την Ε.Κ.Ε. καταναλωτές (35,8%): μετρίου επιπέδου μόρφωσης, εισοδήματος και κυρίως ελεύθεροι επαγγελματίες με ουδέτερη, απαθή στάση στην τοποθέτηση μιας επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία. Δεν επιβραβεύουν, ούτε αποδοκιμάζουν, ενώ δεν αποδίδουν ιδιαίτερη σπουδαιότητα στην Ε.Κ.Ε. και στην εξέλιξή της.

Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό για να καταστεί σαφής η σπουδαιότητα ικανοποίησης των τραπεζικών πελατών ότι ένας στους δέκα ευρωπαίους σκοπεύει να αλλάξει τράπεζα εξυπηρέτησης τη χρονιά που διανύουμε. Αυτό κρούει τον κώδωνα του κινδύνου στα πιστωτικά ιδρύματα, μιας και το κόστος προσέλκυσης ενός νέου πελάτη είναι κατά γενική ομολογία πολλαπλάσιο (έξι φορές μεγαλύτερο) εκείνου που απαιτείται για να διατηρήσουν έναν υφιστάμενο. Έρευνα της Ernst & Young με τίτλο «Understanding customer behavior in retail banks» (6.140 πελάτες σε Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ισπανία, Ηνωμένο Βασίλειο) έδειξε ότι το 24% έχει αλλάξει τράπεζα κάποια στιγμή στη ζωή του, με το 10% να το έκανε την τελευταία διετία και το 11% να το σχεδιάζει για το άμεσο διάστημα.⁵¹

Όπως καθίσταται εμφανές και στον ελληνικό τραπεζικό κλάδο, η ικανοποίηση πελάτη έρχεται πρωτίστως από ενέργειες σαφώς πελατοκεντρικής φύσεως και εν συνεχεία κοινωνικής υφής. Παρόλα ταύτα οι ελληνικές τράπεζες ξοδεύουν σημαντικά ποσά από τα κέρδη τους για να μπορούν στο τέλος της οικονομικής περιόδου να αναφέρουν με μεγάλη υπερηφάνεια στους απολογισμούς τους ή κατά καιρούς σε καταχωρήσεις στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο όλα όσα τις φέρνουν πιο κοντά στην ιδιότητα του εταιρικού πολίτη με ευαισθησίες (corporate citizen).

⁵¹ [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Understanding_customer_behavior_in_retail_banking_-_February_2010/\\$FILE/EY_Understanding_customer_behavior_in_retail_banking_-_February_2010.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Understanding_customer_behavior_in_retail_banking_-_February_2010/$FILE/EY_Understanding_customer_behavior_in_retail_banking_-_February_2010.pdf)

Ακολουθεί μια σύντομη και επιγραμματική αναφορά στις πρακτικές που συναντώνται στις δράσεις Ε.Κ.Ε. των κυριότερων ελληνικών τραπεζών και εν συνεχεία θα αναφερθούμε στην κριτική που έχει ασκηθεί στον τρόπο λειτουργίας τους και στο βάθος στο οποίο αντιλαμβάνονται την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας (αναφορά σε Εθνική Τράπεζα Ελλάδος στο επόμενο κεφάλαιο).

Οι πρακτικές των πιστωτικών ιδρυμάτων μπορούν να ομαδοποιηθούν βάσει των δεικτών Ε.Κ.Ε. ως ακολούθως:

- 1) τη θέση της επιχείρησης στην αγορά, δηλ. η ικανοποίηση των πελατών, η θέση της ως προς τον τρόπο που ανταγωνίζεται, η γκάμα των προσφερόμενων προϊόντων.
- 2) τη θέση της επιχείρησης ως προς το περιβάλλον, δηλ. κατανάλωση ενέργειας, νερού, ύψος αποβλήτων,
- 3) τη θέση της επιχείρησης όσον αφορά τον εργασιακό χώρο, δηλ. υγιεινή, ασφάλεια εργαζομένων, απασχόληση Α.Μ.Ε.Α. και
- 4) τη θέση της επιχείρησης απέναντι στην κοινωνία, δηλ. δωρεές και χορηγήσεις από τα κέρδη προ φόρων.

ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ (MARKET)

(1.ALPHA BANK, 2.ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ, 3.EUROBANK, 4.ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ, 5.ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ)

ALPHA BANK⁵²

- Υποδιεύθυνση διασφάλισης ποιότητας / δείκτες μέτρησης ποιότητας / ποιοτικά προϊόντα και εξέταση αιτημάτων παραπόνων (ISO 9001), έρευνες ικανοποίησης μέσω ερωτηματολογίων, έντυπα υποβολής συστάσεων
- εναλλακτικά δίκτυα για καταπολέμηση τραπεζικού αποκλεισμού
- προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών σε περιόδους κρίσης , bonus κάρτα, «alpha προστασία» για στεγαστικά δάνεια κλπ
- δανειοδότηση με όρους διαφάνειας με τη χρήση του συστήματος S&P Risk Solutions, Credit risk tracker Greece
- πιστοποιημένοι προμηθευτές με ISO 14001
- υπεύθυνο μάρκετινγκ, εφαρμογή κώδικα Δεοντολογίας για τη διαφημιστική προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών
- διεξαγωγή ημερίδων για την ενημέρωση των πελατών στα θέματα που αντιμετωπίζει η χώρα την τρέχουσα περίοδο, π.χ. «Ελληνική οικονομία, ανάπτυξη και μεταρρυθμίσεις»
- sms gate, click to call, διαδραστική επικοινωνία με πελάτες για ενημέρωση σε τραπεζικά προϊόντα
- καταπολέμηση απάτης, ξεπλύματος χρήματος, οικονομικού εγκλήματος μέσω σύμβασης – πλαισίου που κατάρτισε παράλληλα με το Ν. 3862/2010 (ο νόμος με τον οποίο ενσωματώνεται στο εθνικό δίκαιο η Ευρωπαϊκή Οδηγία 2007/64/EK για τις υπηρεσίες πληρωμών (Payment Services Directive - PSD))
- μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων και έγκριση περιβαλλοντικών όρων από αρμόδιες αρχές για δάνεια ενεργειακών έργων
- προσωπικό δάνειο «alpha Μέτρον Άριστον» με εξατομικευμένη τιμολόγηση, μειωμένες κλίμακες επιτοκίου
- «Alpha διευκόλυνση» και «alpha Όλα σε 1» για αναχρηματοδότηση με ευνοϊκούς όρους

⁵² www.alpha.gr

- «εξοικονομώ κατ' οίκον», alpha πράσινες λύσεις, ενεργειακά σπίτια, πράσινη μετακίνηση, οικολογική επιχείρηση.
- green focus portfolio με ανάλογα αμοιβαία κεφάλαια και διάθεση των Clean Energy και Water Funds της Pictet

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.⁵³

- Πράσινη τραπεζική, Green Banking 4 Life (ολοκλήρωση προγράμματος στα πλαίσια του Life Environment, το οποίο είναι χρηματοδοτικό εργαλείο για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής πολιτικής και νομοθεσίας)
- πράσινα στεγαστικά δάνεια, πράσινες χρηματοδοτήσεις μέσω leasing, πράσινες οικοσκευές, βελτίωση κατοικιών, π.χ. θερμομονώσεις
- υλοποίηση προγράμματος climabiz με τίτλο «Χρηματοπιστωτικά Ιδρύματα - προετοιμάζοντας την Αγορά για την προσαρμογή της στην κλιματική αλλαγή»
- γραφείο ενημέρωσης για πράσινη επιχειρηματικότητα
- 75.000 έντυπα σε επιχειρήσεις – «Εγχειρίδιο πράσινων πρακτικών για επ/σεις»

EUROBANK⁵⁴

- ενημέρωση πελατών για δυσμενή οικονομική κρίση και ειλικρινής επικοινωνία στην παρουσίαση των προϊόντων/ υπηρεσιών
 - 35 ενημερωτικές παρουσιάσεις για private banking και επενδύσεις
 - 70 eurobank days για μισθωτούς και μισθοδοτούμενους και τραπεζικά προϊόντα
 - 60 ενημερωτικές εκδηλώσεις για M.M.E. με θέμα προγράμματα ΕΣΠΑ και αντιμετώπιση κρίσης
- έρευνες ικανοποίησης πελάτη και πρόγραμμα υποβολής παραπόνων σε Ελλάδα και ΝΑ Ευρώπη
- ISO 9001, ISO 14001, ISO 27001 τομέας προμηθειών
- εθνικό βραβείο «EMAS Awards 2009» για εφοδιαστική αλυσίδα συμπεριλαμβανομένων των πράσινων προμηθειών
- WWF Eurobank Visa (1 εκατομμύριο ευρώ δωρεές για το διάστημα 2001-2009)
- χρηματοδότηση εγκατάστασης φωτοβολταϊκών συστημάτων 10 kw σε στέγες, αντικατάσταση ρυπογόνων ταξί, φιλικά λεωφορεία σε Ο.Τ.Α.

⁵³ www.piraeusbank.gr

⁵⁴ www.eurobank.gr

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.⁵⁵

- πράσινα δάνεια για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, εγκατάσταση φωτοβολταϊκών σε ιδιώτες, πράσινες παρεμβάσεις σε κατοικίες (π.χ. θερμομονώσεις)
- εύρος δικτύου καταστημάτων

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ Α.Ε.⁵⁶

- τμήμα διαχείρισης παραπόνων (τηλέφωνο, e-mail, έντυπο στο διαδίκτυο)
- ISO 9001 σχεδιασμός, πώληση, after sale εξυπηρέτηση σε καταστήματα, σε business center, σε corporate center, σε εναλλακτικά δίκτυα
- eco-loans

⁵⁵ www.ate.gr

⁵⁶ www.bankofcyprus.gr

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

(πέραν των πράσινων δανείων με τις θετικές περιβαλλοντικές συνέπειες που αναφέρθηκαν στην πρώτη ενότητα)

ALPHA BANK

- φύτευση 600 δενδρυλλίων, αναδάσωση Υμηττού
- μείωση εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στα γραφεία της, ηλεκτρικής ενέργειας
- αντικατάσταση πετρελαίου από φυσικό αέριο
- ανακύκλωση υλικών, μείωση εκτυπώσεων
- 185.500 € δόθηκαν για την υποστήριξη περιβαλλοντικών οργανώσεων το έτος 2010 (π.χ. Εταιρεία Προστασίας της φύσης)
- εθελοντικές ενέργειες περιβαλλοντικής ευαισθησίας των υπαλλήλων και των οικογενειών τους
- πρόγραμμα eco-schools

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.

- εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στις υποδομές της τράπεζας και συστημάτων ενεργειακού ελέγχου
- εξοικονόμηση νερού, ανακύκλωση χαρτιού, υλικών
- εξ' αποστάσεως εκπαίδευση προσωπικού, ελαχιστοποίηση μετακινήσεων, όχι έντυπο διδακτικό υλικό (εκπαίδευση και σε θέματα περιβαλλοντικού περιεχομένου)
- ετήσιες συναντήσεις ανώτερων στελεχών για το περιβαλλοντικό πρόγραμμα της τράπεζας

EUROBANK

- γραφείο Περιβάλλοντος από το 2004
- μέλος της UNEP FI που προωθεί την επίτευξη αιχμής ανάπτυξης
- πρωτόκολλο GHG του WBCSD και του World Resources Institute με σκοπό τη συστηματοποίηση της διαχείρισης ενέργειας
- φυσικό αέριο σε κτήριο της διοίκησης
- μείωση επαγγελματικών ταξιδιών, αύξηση video-conference, μείωση εκπομπών θερμοκηπίου
- στόχος μείωσης κατανάλωσης νερού
- ανακύκλωση υλικών (λάμπες, μπαταρίες, χαρτί, toner)

- μείωση κατανάλωσης χαρτιού ανά υπάλληλο (e-statement)
- δωρεές σε προγράμματα περιβαλλοντικής επιμόρφωσης νέων

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

- ανακύκλωση χαρτιού σε συνεργασία με κλίμαξ plus, συνεταιρισμό που απασχολεί άτομα με προβλήματα ψυχικής υγείας
- ηλεκτρονικές συναλλαγές, μείωση χαρτιού, εξοικονόμηση πόρων
- «πράσινοι» υπολογιστές
- έπαινο στην ΑΤΕbank στο διαγωνισμό Οικολογικής Επιχειρηματικής Καινοτομίας
- στήριξη έρευνας Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών για την επίδραση της κλιματικής αλλαγής στην ελληνική γεωργία
- Κέντρο τεχνολογίας στο Μαρούσι – Green Data Center

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ Α.Ε.

- μελέτη υπολογισμού ανθρακικού αποτυπώματος με σκοπό τη μείωση του
- ανακύκλωση χαρτιού σε κτίρια Διοίκησης και καταστήματα (μείωση κατανάλωσης χαρτιού κατά 53 τόνους το έτος 2010) και προμήθειες ανακυκλωμένου χαρτιού
- ανακύκλωση ηλεκτρονικών υπολογιστών και περιφερειακών
- οικολογικά ψυκτικά μηχανήματα, λάμπες χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας
- σειρά ενεργειών για την αποκατάσταση των ζημιών από τις πυρκαγιές του 2007 (π.χ. 5 εκατομμύρια ευρώ για αποκατάσταση πληγείσων περιοχών, δωρεά 11 πυροσβεστικών οχημάτων)
- ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού για περιβαλλοντικά θέματα με αυτόνομες εκδηλώσεις και σε συνεργασία με Μ.Κ.Ο. (π.χ. Μεσόγειος SOS)
- αριστείο «Περιβάλλον – Κλιματική Αλλαγή και Περιορισμός Αναλίσκόμενης Ενέργειας»

ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ – ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ALPHA BANK

- το έτος δυσμενούς οικονομικής κατάστασης 2010 δεν προχώρησε σε απολύσεις
- εκπαίδευση προσωπικού, παροχή μεταπτυχιακού επιπέδου σπουδών εσωτερικά, πρόγραμμα τηλεμάθησης στον λογιστικό κυρίως κλάδο
- ίσες ευκαιρίες εξέλιξης βάσει ικανοτήτων, επιδόσεων και όχι φύλου, ηλικίας, θρησκείας, καταγωγής
- εκπαίδευση σε θέματα εργασιακής υγιεινής και ασφάλειας
- 91,1% των εργαζομένων είναι μέλη συνδικαλιστικών σωματείων και συνεχής αμφίδρομη επικοινωνία με διοίκηση της τράπεζας (Κώδικας δεοντολογίας & Οργανισμός Προσωπικού)
- 30% αμοιβές πλέον της συλλογικής σύμβασης, στεγαστικά δάνεια ευνοϊκών όρων, οικονομική ενίσχυση έκτακτη και άδεια σε γονείς με παιδιά με προβλήματα υγείας
- ενέργειες για εξισορρόπηση επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (π.χ. άδεια μητρότητας πέραν της νομικώς προβλεπόμενης, ύπαρξη ψυχολόγου)

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

- αύξηση ανθρωπορικών εκπαίδευσης και ανάπτυξης προσωπικού
- εντοπισμός εργαζομένων υψηλού δυναμικού προγράμματα διαχείρισης υγείας – ευεξίας (εργασιακό στρες, ψυχικές, σωματικές ασθένειες) προσωπικού, δυνατότητα προσυνταξιοδοτικής εθελουσίας εξόδου, λόγω δυσμενών οργανωτικών αλλαγών
- προαγωγές βάσει ικανοτήτων και όχι δυσμενείς διακρίσεις ρατσιστικού ή σεξιστικού τύπου
- πέραν των ανταγωνιστικών και επικαιροποιημένων αποδοχών υπάρχουν πρόσθετες παροχές (π.χ. επίδομα για την μετακίνηση ανάπηρων/ τυφλών εργαζομένων, πλήρης κάλυψη ομαδικής ασφάλισης, επιπλέον άδεια μετά αποδοχών λόγω μητρότητας, νοσηλείας τέκνου)
- ασφάλεια και υγιεινή (ιατρείο σε τρία κύρια κτίρια, καλαίσθητοι χώροι εργασίας, ειδικοί χώροι καπνίσματος προς ικανοποίηση καπνιστών και μη)
- 100% συνδικαλιστική αντιπροσώπευση προσωπικού

EUROBANK

- σταθερός και διαρκώς αυξανόμενος αριθμός εργαζομένων

- ηλεκτρονική καταγραφή επαγγελματικού προφίλ κάθε εργαζόμενου και ανάπτυξη, εξέλιξη βάσει αξιοκρατικών κριτηρίων
- ατομικό πλάνο ανάπτυξης προσωπικού διεθυντικού επιπέδου
- προγράμματα mentoring, αύξηση ωρών εκπαίδευσης, μεταπτυχιακές σπουδές (ALBA, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών), πιστοποιήσεις επαγγελματικής επάρκειας
- πρόσθετες παροχές πέραν των νομικών υποχρεώσεων (ασφαλιστικά προγράμματα, ευνοϊκοί όροι δανειοδότησης)
- ασφάλεια και υγεία (τράπεζα αίματος, πιστοποιήσεις ΕΛΟΤ 1801 και ΟHSAS 18001)
- αμφίδρομη επικοινωνία διοίκησης εργαζομένων (γραμμή HR4U για θέματα προσωπικού)

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

- συμμετοχή στα οικονομικά αποτελέσματα
- αξιοκρατική επαγγελματική εξέλιξη, συνεχής επιμόρφωση
- ευνοϊκοί όροι δανειοδότησης

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ Α.Ε.

- δια βίου εκπαίδευση
- ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον και εξισορρόπηση προσωπικής και επαγγελματικής ζωής
- ενιαία κριτήρια και ευκαιρίες εξέλιξης για όλο το προσωπικό
- μέχρι τον Δεκέμβριο του 2010 πραγματοποίησε 78 νέες προσλήψεις.

ΚΟΙΝΩΝΙΑ

ALPHA BANK

- 3,6 εκατομμύρια δωρεές σε εκπαίδευση, πολιτισμό, κοινωνική φροντίδα, υγεία και αθλητισμό
- εθελοντική εργασία υπαλλήλων (2009 καθιερώθηκε Ημέρα Εθελοντισμού υπαλλήλων Alpha Bank – καθαρισμός ακτών και κήπων)
- Υγεία (οικονομική στήριξη Μ.Κ.Ο. ανοιχτή αγκαλιά – Clown Doctors)
- Παιδεία (οικονομική υποστήριξη μεταδιδακτορικής έρευνας στην πολιτική οικονομία στο κέντρο Ευρωπαϊκών Σπουδών του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης, 240.000 € δόθηκαν το 2010 σε σχολεία, Α.Ε.Ι., Τ.Ε.Ι., ωδεία, συλλόγους γονέων και κηδεμόνων)
- Πολιτισμός (σειρά εκθέσεων με θεματολογία σχετική με την ιστορία των νομισμάτων, την ιστορία της Ελλάδας)
- Αθλητισμός (μέγας χορηγός κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών, Αθλητικό Πανόραμα σε Ελλάδα, Σερβία, Βουλγαρία)
- Κοινωνία (ενίσχυση πυρόπληκτων, ενίσχυση οργανισμών που στηρίζουν ευπαθείς ομάδες, π.χ. Σύνδεσμος Θεραπευτικής Ιππασίας)
- διαφάνεια στην επιλογή και αξιολόγηση των χορηγιών

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

- Τρίπτυχο «Παιδεία, Οικογένεια, Υγεία»
- ενίσχυση πολυμελών οικογενειών Θράκης, κοινοτήτων απεξάρτησης, στήριξη οργανισμών για άτομα 3^{ης} ηλικίας, άπορα και ορφανά
- δωρεά 30 πυροσβεστικών οχημάτων
- Πολιτισμός : κοινωφελές ίδρυμα Μ.Κ.Ο. «Πολιτιστικό Ίδρυμα Ομίλου Πειραιώς» με τρίπτυχο δράσης την έρευνα, την έκθεση και την έκδοση (ερευνητικά προγράμματα, υπηρεσία εκδόσεων, επιστημονικές εκδηλώσεις). Θεματικοί άξονες: τεχνολογία, παραδοσιακές τεχνικές, προβιομηχανική παραγωγή, υλικός πολιτισμός, βιομηχανική αρχαιολογία

EUROBANK

- Παιδεία: «Η μεγάλη στιγμή για την Παιδεία», βράβευση από το 2003 των αριστούχων αποφοίτων Λυκείου
- Πολιτισμός:

---χορηγός εκθέσεων προαγωγής του πολιτισμού, υποστηρίζοντας το ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού.

---χορηγός παραστάσεων στο Μέγαρο Μουσικής

--- πρόγραμμα «Η Καμεράτα πάει σχολείο»

--- Αθλητισμός: αποκλειστικός χορηγός Εθνικών Ομάδων Μπάσκετ τα τελευταία 10 χρόνια

--- Κοινωνία / Αλληλεγγύη:

---δωρεές και εθελοντική εργασία σε Μ.Κ.Ο., όπως «Πνοή- Φίλοι εντατικής Θεραπείας παιδιού», «MDA Hellas», «Μαζί για το παιδί», «Χαμόγελο του παιδιού», «Παιδική Στέγη»

--- δωρεά 60 εκατομμυρίων μαζί με το ίδρυμα Λάτση στα πλαίσια του προγράμματος «είναι καθήκον μας» για την στήριξη των πυρόπληκτων

ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.

--- Κοινωνία/ Αλληλεγγύη:

--- στήριξη ευπαθών κοινωνικών ομάδων (Μσμος «ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΖΩΗΣ» για συσσίτιο από Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών)

--- στήριξη Special Olympics 2011

--- στήριξη Μ.Κ.Ο. «Κιβωτός», «φόρουμ των Γυναικών της Μεσογείου»

--- Ίδρυμα Kenya Community Development Foundation - κάλυψη εξόδων σπουδών 30 κοριτσιών

--- βοήθεια σε πυρόπληκτους ύψους 3 εκατομμυρίων Ευρώ

--- Πολιτισμός: χορηγίες για παραστάσεις Ηρωδείου, Επιδαύρου, συναυλιών, τοπικών φεστιβάλ, εκθέσεων ζωγραφικής, παραστάσεων Λυρικής Σκηνής

--- Παιδεία: στήριξη πανεπιστημιακών ινστιτούτων, φορέων συνεδρίων, ημερίδων για την προαγωγή της παιδείας σε διαφορετικούς τομείς (ΠΑ.ΠΕΙ.)

--- Αθλητισμός: χορηγός τοπικών ομάδων διάφορων αθλημάτων μέχρι Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και αθλητών για την προετοιμασία

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ Α.Ε.

--- Τρίπτυχο:

• Εκπαίδευση και παιδί:

---«οίκαδε», εκπαιδευτικό πρόγραμμα μέσω Η/Υ για να γνωρίσουν τα παιδιά διάφορους τόπους, π.χ. Ελλάδα, Κύπρος κλπ

---χορηγία σε παιδικές θεατρικές παραστάσεις

--- υποτροφίες σε αριστούχους αποφοίτους, π.χ. τμήματος Χρηματοοικονομικής και Τραπεζικής Πανεπιστημίου Πειραιά

- Πολιτισμός
 - χορηγός εκθέσεων σε μουσεία με στόχο τη διάσωση και προβολή του ελληνικού πολιτισμού, π.χ. Μουσείο Κυκλαδίτικης Τέχνης Γουλιανδρή
- Εθελοντισμός
 - στήριξη Μ.Κ.Ο., π.χ. «Unicef», «Σύνδεσμος Θεραπευτικής Ιππασίας Θεόφιλος», «Αγάπη», «Ίδρυμα Δράσης κατά του καρκίνου του μαστού»
 - δωρεές βιβλίων, Η/Υ σε σχολεία και βιβλιοθήκες
 - εθελοντικές πρωτοβουλίες εργαζομένων

Ιδιαίτερη αναφορά κάνουν όλες οι τράπεζες στην εταιρική διακυβέρνηση ως σπουδαία απόφαση και επιλογή που δείχνει συνέπεια απέναντι στους μετόχους, τους εργαζομένους, το κράτος και τους επενδυτές. Ο διαχωρισμός ιδιοκτησίας – διοίκησης επιβάλλει τη διασφάλιση των συμφερόντων των μετόχων και την αποφυγή φαινομένων κακοδιαχείρισης προς όφελος των μάνατζερ με εφαρμογή πρακτικών βραχυπρόθεσμου ορίζοντα. Η εξασφάλιση άλλωστε βιώσιμης, αιφόρου ανάπτυξης προϋποθέτει βλέμμα στραμμένο σε μακροπρόθεσμους στόχους και όχι επίτευξη προσωρινής κερδοφορίας που δεν αντικατοπτρίζει πάντοτε τη δημιουργία κοινωνικού προϊόντος προστιθέμενης αξίας.

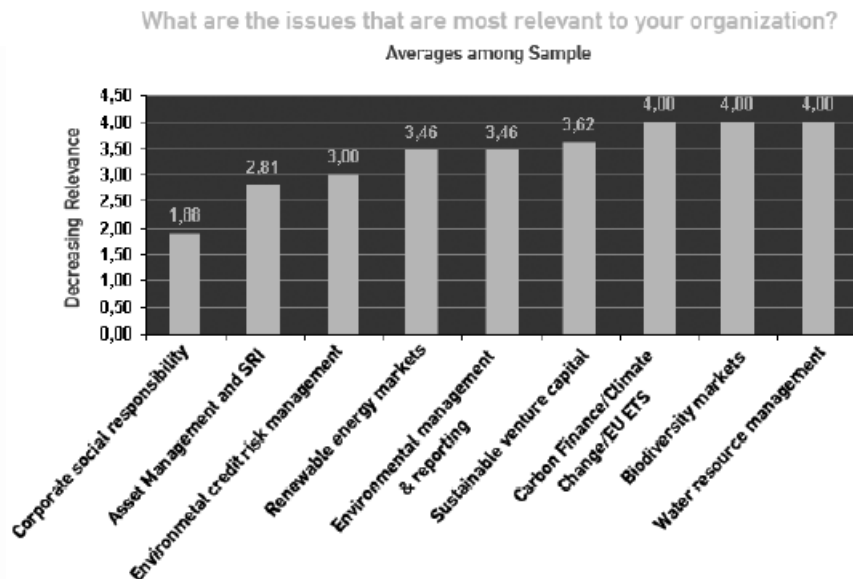
ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ Ε.Κ.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Το 2006 το UNEP FI Central and Eastern European Task Force⁵⁷ σε συνεργασία με την Ελληνική Ένωση Περιβαλλοντολόγων και την υποστήριξη του Sustainable Development διεξήγαγε έρευνα στις πρακτικές αειφόρου ανάπτυξης που ακολουθούν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα στην Ελλάδα. Μελετώντας 13 τράπεζες και 13 ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) – περιβαλλοντικούς οργανισμούς κατέληξε στα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Οι τράπεζες θεωρούν υψίστης σημασίας την Ε.Κ.Ε. , αλλά περιορίζονται σε δράσεις εσωτερικής περιβαλλοντικής διοίκησης, καμπάνιες κοινωνικού τύπου και προσφορά επιλεγμένων πράσινων χρηματοοικονομικών προϊόντων. Δεν έχουν συμπεριλάβει όμως την επιδίωξη εταιρικής υπευθυνότητας στις κύριες δραστηριότητες τους, δηλ. στο δανεισμό και τις επενδύσεις (μετατροπή καταθέσεων σε κεφάλαια ανάπτυξης οικονομίας)
- Οι ξένες τράπεζες με θυγατρικές στην Ελλάδα δεν έχουν τόσο έντονο προσανατολισμό σε δράσεις Ε.Κ.Ε. όσο στις χώρες έδρας του ομίλου.
- Τα ενδιαφερόμενα μέρη με περιβαλλοντικό ρόλο και δράση δεν είναι καλά ενημερωμένα και δεν οδηγούν (απαιτούν) σε πρωτοβουλίες αειφόρου ανάπτυξης τις τράπεζες ασκώντας κοινωνικές πιέσεις, σε αντίθεση με τους Μ.Κ.Ο. χωρών τις Ε.Ε.

Καθώς τα μεγαλύτερα ελληνικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα είναι σε δείκτες, όπως ο FTSE4Good είναι αυτονόητο ότι ενδιαφέρονται για θέματα κοινωνικής υπευθυνότητας, γεγονός που αποδεικνύεται και από το ακόλουθο γράφημα.

⁵⁷ "SCRATCHING ON THE SURFACE OF SUSTAINABLE FINANCE, A Survey on Sustainable Finance Practices in Greece»,2006 - UNEP FI Central and Eastern European Task Force



ΠΗΓΗ ΕΙΚΟΝΑΣ: «Scratching on the Surface of Sustainable Finance», A Survey on Sustainable Finance Practices in Greece, UNEP FI Central and Eastern European Task Force

Σε τρεις κύριες δραστηριότητες θεωρούν τα ενδιαφερόμενα μέρη ότι πρέπει οι τράπεζες να δώσουν έμφαση για να βοηθήσουν αποτελεσματικά το περιβάλλον.

- Χρηματοδότηση περιβαλλοντικά φιλικών έργων / projects
- Εφαρμογή εσωτερικών προγραμμάτων περιβαλλοντικών στόχων
- Χρηματοδότηση φιλικών προς το περιβάλλον επιχειρήσεων με ευνοϊκότερους όρους.

Διαβάζοντας τα συμπεράσματα της έρευνας και τις πρακτικές των τραπεζών πέντε έτη μετά αντιλαμβάνεται ο αναγνώστης ότι τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δίνουν έμφαση στην παρουσία τους ως υπεύθυνοι εταιρικοί πολίτες, αλλά δεν έχουν εμβαθύνει όσο τράπεζες του εξωτερικού σε δράσεις που άπτονται των κύριων δραστηριοτήτων του.

Η πληθώρα των ενεργειών / πρακτικών τους εντοπίζεται σε πράξεις χορηγιών, δωρεών, εθελοντικών ενεργειών κοινωνικής ανταπόκρισης και εσωτερικής διαχείρισης των υλικών και πόρων με τρόπο πιο οικολογικά ευσυνειδητο. Είναι πρωτοβουλίες αξιόπαινες μεν, όχι πλήρους φάσματος υπευθυνότητας δε. Όπως υποστηρίζουν αρκετοί μελετητές, αλλά και απλά μέλη της κοινωνίας, οι τράπεζες οφείλουν να ενσωματώσουν, έστω αναγνωρίζοντας το σαν ευκαιρία και τρόπο διαχείρισης κινδύνου, την Ε.Κ.Ε. στις κύριες ενέργειές τους. Οι περιβαλλοντικές αλλαγές που ο πλανήτης βιώνει θα φέρουν νέες ισορροπίες και θα επηρεάσουν, αν

δεν το έχουν κάνει ήδη, τον τρόπο λειτουργίας των αγορών και της οικονομίας. Οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος μεταξύ των κεφαλαιούχων αλλά και των καταθετών.

Τα πιστωτικά ιδρύματα λοιπόν δεν έχουν παρά μόνον να βγουν κερδισμένα από την αύξηση του ποσοστού των δραστηριοτήτων χρηματοοικονομικής φύσης που καλύπτουν ανάγκες και απαιτήσεις κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας. Δάνεια με κριτήρια αειφόρου ανάπτυξης, επενδύσεις κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευαισθησίας αποτελούν πράξεις που αποδεδειγμένα χαρακτηρίζουν μια τράπεζα ως κοινωνικό παίκτη υπευθυνότητας που επιδιώκει βιωσιμότητα. Προς το παρόν τα επιλεγμένα πράσινα δάνεια με ευνοϊκούς όρους είναι ένα βήμα πιο μπροστά από τις χορηγίες, δωρεές, εξοικονόμηση πόρων όσον αφορά τις ενέργειες Ε.Κ.Ε. προς την αγορά.

Τα τελευταία έτη αξίζει να σημειωθεί ότι παρέχονται από κάποιες τράπεζες και επενδυτικές επιλογές που αφορούν συμμετοχή σε αμοιβαία κεφάλαια και δείκτες με κοινωνικό και περιβαλλοντικό χαρακτήρα (π.χ. ethos από την Ε.Τ.Ε.).

Συνεχίζοντας την παρουσίαση του σκεπτικισμού / προβληματισμού, υπάρχουν φωνές που πρεσβεύουν το δυσареστημένο εκείνο κομμάτι της κοινωνίας ως προς την πώληση, προώθηση, διαφήμιση δανείων που οδηγούν, σαφώς από κοινού με την έντονη τάση της ελληνικής κοινωνίας για υπερκαταναλωτισμό, στην υπερχρέωση των ελληνικών νοικοκυριών. Η διεξαγωγή ερευνών ικανοποίησης των πελατών, η συστηματοποίηση της υποβολής παραπόνων δεν συνάδουν με τα χαμηλά ποσοστά ικανοποίησης που προκύπτουν από σφυγμομετρήσεις, ούτε και η δυσμενής οικονομική κατάσταση στην οποία έχουν περιέλθει οι πελάτες-αγοραστές πλήθους τραπεζικών, δανειακών και πιστωτικών προϊόντων.

Το Νοέμβριο του 2009 η εφημερίδα «Καθημερινή» δημοσίευσε έρευνα που διεξήχθη από την Public Issue και κατά την οποία 7 στους 10 θεωρούν ότι η στάση των τραπεζών απέναντι στην κρίση δεν είναι υπεύθυνη, ενώ το 90% θα ήθελε μεγαλύτερο έλεγχο των τραπεζών από το κράτος. Βάσει έρευνας για λογαριασμό της Ο.Τ.Ο.Ε. της VPRC ⁵⁸ το 2006, 1 στους 2 πολίτες μάλλον δεν εμπιστεύεται τις τράπεζες, το 73% βρίσκει ακριβές τις υπηρεσίες τους, το 77% θεωρεί υψηλές τις προμήθειες και τέλος το 62% δεν τις χαρακτηρίζει συνεργάσιμες με όσους έχουν

⁵⁸ Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε.

πρόβλημα αποπληρωμής δόσεων καρτών ή δανείων (λειτουργία εισπρακτικών εταιρειών). Η αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας με κριτήρια ορθολογικότερα κι όχι άκρατης επιθετικής πολιτικής πωλήσεων μπορεί να ειπωθεί ως εναλλακτική πρακτική κοινωνικής υπευθυνότητας.

Επιπλέον ο τραπεζικός αποκλεισμός, δηλ. «η διαδικασία μέσω της οποίας ένα άτομο συναντά τέτοιες δυσκολίες στην πρόσβαση ή / και χρήση των τραπεζικών υπηρεσιών, που αδυνατεί πλέον να ακολουθήσει μια φυσιολογική ζωή» (Γλουκονιέζοφ 2004), αποτελεί ακόμα ένα πρόβλημα κοινωνικής φύσης που άπτεται της σχετικής στάσης των τραπεζών. Πελάτες χαμηλών εισοδηματικών επιπέδων που δεν ικανοποιούν τα απαραίτητα κριτήρια επίτευξης κερδοφορίας που θέτουν οι τράπεζες δεν έχουν πρόσβαση σε τραπεζικές υπηρεσίες με σοβαρότατες συνέπειες.⁵⁹

Σύμφωνα με τον Γλουκονιέζοφ προκύπτουν θέματα κοινωνικής συνοχής, όταν μέρος των πολιτών δεν έχει πρόσβαση σε :

- καταθετικό λογαριασμό, η τήρηση του οποίου ευνοεί την αποταμίευση, την ασφάλεια, τη λήψη κοινωνικών παροχών (φραγές εισόδου αποτελούν οι απαιτήσεις για ελάχιστη αρχική κατάθεση, τα έξοδα τήρησης λ/σμου)
- εναλλακτικά μέσα πληρωμών (πιστωτική κάρτα, πλαστικό χρήμα), τα οποία είναι απαραίτητα για την ολοκλήρωση κάποιων συναλλαγών ή ακόμη και για την εξασφάλιση χαμηλότερου κόστους σε σχέση με τις αγορές με μετρητά και
- προϊόντα καταναλωτικής πίστης, λόγω πρότερης κακής συναλλακτικής συμπεριφοράς ή «αυτοαποκλεισμού», λόγω τραυματικών εμπειριών υπερδανεισμού.⁶⁰

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τραπεζικός αποκλεισμός οδηγεί σε ένα φαύλο κύκλο υπερδανεισμού, όταν δανειακές ανάγκες καλύπτονται από εξωτραπεζικές οδούς (τοκογλυφικά κυκλώματα).

Η έρευνα στην Ελλάδα για τα επίπεδα κοινωνικού αποκλεισμού είναι ανύπαρκτη, γεγονός το οποίο αν συνδυαστεί με την απουσία σχετικών αναφορών στους ετήσιους τραπεζικούς κοινωνικούς απολογισμούς, προκαλεί ανησυχία. Η

⁵⁹ Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε.

⁶⁰ Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε.

οικονομική κρίση που βιώνει η Ελλάδα, η συνεχώς αυξανόμενη ανεργία, η αυξομείωση των οικογενειακών εισοδημάτων και οι συγχωνεύσεις καταστημάτων επιτείνουν το μέγεθος του προβλήματος.

Ολοκληρώνοντας, παραθέτουμε σχετικό εύγλωττο απόσπασμα από την Πράσινη Βίβλο κατά το οποίο: «τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα μπορούν να διαδραματίσουν ιδιαίτερο ρόλο στην κοινότητα μέσω των άμεσων επενδύσεων σε σχέδια που ωφελούν συγκεκριμένες κοινότητες ή περιφέρειες ιδίως σε μειονεκτούσες περιοχές». Αυτές οι επενδύσεις έχουν συνήθως τη μορφή δανείων για στεγαστικά σχέδια χαμηλού κόστους ή καταθέσεων σε τράπεζες κοινοτικής ανάπτυξης, είτε με τα επιτόκια της αγοράς είτε με χαμηλότερα επιτόκια. Ομοίως αναγνωρίζοντας ότι η πρόσβαση σε προσιτές για όλους τιμές σε υπηρεσίες γενικού κοινωνικού ενδιαφέροντος είναι στο επίκεντρο του ευρωπαϊκού κοινωνικού μοντέλου, ορισμένες εταιρείες προσπαθούν να εξασφαλίσουν μια τέτοια πρόσβαση στο πλαίσιο της κοινωνικής τους ευθύνης, όταν δεν την εγγυάται η νομοθεσία, π.χ. όσον αφορά τις βασικές τραπεζικές υπηρεσίες».⁶¹

Τελευταία και ιδιαίτερης σημασίας τοποθέτηση όσων έχουν άποψη αντιλόγου ως προς τις δράσεις Ε.Κ.Ε. που υπερήφανα απαριθμούν οι τράπεζες είναι αυτή των εργασιακών σχέσεων. Παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια κρούσματα εργασιακών συνθηκών σκληρής καθημερινότητας, τα οποία δεν συνάδουν με την εικόνα των ιδιαίτερα ευχαριστημένων υπαλλήλων που ο εργοδότης πρεσβεύει ότι εξασφαλίζει με μια σειρά ενεργειών πέραν των νομικά προβλεπομένων. Η καταγραφή ωρών υπερεργασίας που δεν πληρώνονται, η προσπάθεια επίτευξης προσωπικών στόχων υψηλότερων των ευλόγως τιθέμενων, η ανισορροπία επαγγελματικής, προσωπικής και οικογενειακής ζωής αποτελούν παραδείγματα δύσκολου επαγγελματικού βίου. Μια αγορά κορεσμένη στο κομμάτι του δανεισμού και σε πτωτική φάση του οικονομικού κύκλου δεν ενδείκνυται για αξιολόγηση ενός υπαλλήλου βάσει προσωπικών στόχων πώλησης προϊόντων που η προσφορά ξεπερνά κατά πολύ τη ζήτηση.

Επίσης οι πολλές ώρες αγχωτικής εργασίας οδηγούν σε εργασιακό στρες, το οποίο δύσκολα περιορίζεται στον επαγγελματικό χώρο. Εισβάλλει και στην προσωπική ζωή των τραπεζοϋπαλλήλων και δεν αποτελεί καλό σύμβουλο για την σωστή

⁶¹ The European Union Green paper on CSR

διαχείριση, οργάνωση, αντιμετώπιση των απαιτήσεων και υποχρεώσεων των θέσεων που κατέχουν.⁶²

Εν κατακλείδι, οι πρακτικές Ε.Κ.Ε. των τραπεζών αποτελούν αξιόπαινες και αξιοθαύμαστες εκ μέρους τους ενέργειες, αλλά θα ήταν ακόμη πιο κοινωνικά υπεύθυνες σαν επιχειρήσεις, αν διεύρυναν τη σκέψη και επιθυμία απόκτησης της ιδιότητας του ευσυνείδητου κοινωνικού παίκτη και στις κύριες δραστηριότητες τους. Φυσικά ενδέχεται να δούμε αυτή την εξέλιξη μελλοντικά και μάλιστα στο άμεσο μέλλον, παρότι τα νέα οικονομικά δεδομένα οδηγούν σε πιο αυστηρές εργασιακές σχέσεις και συνθήκες παρά σε σχέσεις ανθρώπινου προσώπου (π.χ. κατάργηση συλλογικών συμβάσεων, ευέλικτα εργασιακά σχήματα, ανασφάλεια μόνιμης σχέσης με συγκεκριμένο εργοδότη).

⁶² Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Ε.Κ.Ε. ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.

Στις 5 Μαΐου του 2011 το Money Conferences και το οικονομικό περιοδικό «ΧΡΗΜΑ» διοργάνωσαν το συνέδριο CEO & CSR Money Conference 2011 με θέμα «Ηθική επιχειρηματικότητα: Δυνατότητες, οφέλη, εργαλεία και προοπτικές για υγιή και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και ευημερία». Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. απέσπασε το βραβείο «THALES – Κορυφαία Διάκριση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» ως επιβράβευση για την κοινωνική και περιβαλλοντική της στάση από την ίδρυση της έως και σήμερα, ενώ η Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης 2009 βραβεύτηκε ως η καλύτερη από το Πανεπιστήμιο του Αιγαίου μεταξύ των τραπεζών.

Η Ε.Τ.Ε. δρα παράλληλα σε πέντε άξονες Ε.Κ.Ε., οι οποίοι θα παρουσιαστούν αναλυτικά εν συνεχεία. Αναγνωρίζει την ευθύνη της για την Οικονομία, την Αγορά, τον Εργαζόμενο, το Περιβάλλον και την Κοινωνία σε επίπεδο τράπεζας, αλλά και ομίλου επιχειρήσεων, κυρίως τραπεζών, στον εξωτερικό. Στην παρούσα μελέτη θα γίνει περιγραφή της κοινωνικής της πολιτικής μόνο στον Ελλαδικό χώρο. Η ταυτόχρονη δράση της καταδεικνύει εξ' αρχής την πολλαπλότητα της εταιρικής υπευθυνότητας και τα ανοιχτά «μέτωπα» / πεδία δράσης στα οποία οφείλει να κινείται μια επιχείρηση αξιώσεων απόσπασης τίτλων, βραβείων, αλλά κυρίως αναγνώρισης από πελάτες και μη της προσφοράς της.

Η Ε.Τ.Ε. ιδρύθηκε το 1841, εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών το 1880, ενώ αρχικά κατείχε και το εκδοτικό δικαίωμα χαρτονομισμάτων. Εδραίωσε την παρουσία της καθ' όλη τη διάρκεια του περασμένου αιώνα μέσα από μια πορεία συγχωνεύσεων, ιδρύσεων θυγατρικών και προσφοράς ολοκληρωμένων εργασιών χρηματοπιστωτικής φύσεως με τη μορφή ομίλου. Το τέλος του 20^{ου} αιώνα τη βρίσκει εν μέσω διαδικασιών εισαγωγής της μετοχής της στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης και η πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα να εξαπλώνεται στην Βαλκανική Χερσόνησο και την Τουρκία με αγορά πλειοψηφικών πακέτων ή εξαγορές τραπεζών. Ο όμιλος της Εθνικής Τράπεζας έχει παρουσία την τρέχουσα περίοδο στις ακόλουθες χώρες: Ελλάδα, Κύπρο, Λουξεμβούργο, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αλβανία, Ολλανδία, Η.Π.Α., Νότιο Αφρική, F.Y.R.O.M., Ρουμανία, Αίγυπτο, Βουλγαρία, Μάλτα, Τουρκία, νησιά Cayman και Σερβία. Το μέγεθός της

σε αριθμούς αποδεικνύει την έντονη παρουσία της ως μιας από τις μεγαλύτερες τράπεζες και ενός πολυσχιδούς ομίλου.

- ✚ Καθαρά Λειτουργικά Έσοδα (€ εκατ.) 2.112,2
- ✚ Κέρδη/(Ζημιές) προ φόρων (334)
- ✚ Κέρδη μετά φόρων (360,9)
- ✚ Σύνολο Ενεργητικού 96.305
- ✚ Αριθμός Εργαζομένων 12.217
- ✚ Αριθμός καταστημάτων/ Α.Τ.Μ. 574/1.477

Διαβάζοντας κάποιος το όραμα του ομίλου Ε.Τ.Ε. συμπεραίνει αμέσως ότι η εταιρική κοινωνική υπευθυνότητα είναι μέρος του διοικείν, μιας και αντανακλά τη θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών.

«Όραμα του ομίλου της Ε.Τ.Ε. αποτελεί η διατήρηση της ηγετικής θέσης στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, λειτουργώντας με αφοσίωση και συνέπεια στην εξυπηρέτηση του πελάτη, με αξία για τον μέτοχο, με όφελος για κάθε εργαζόμενο, με ευθύνη για την κοινωνία»

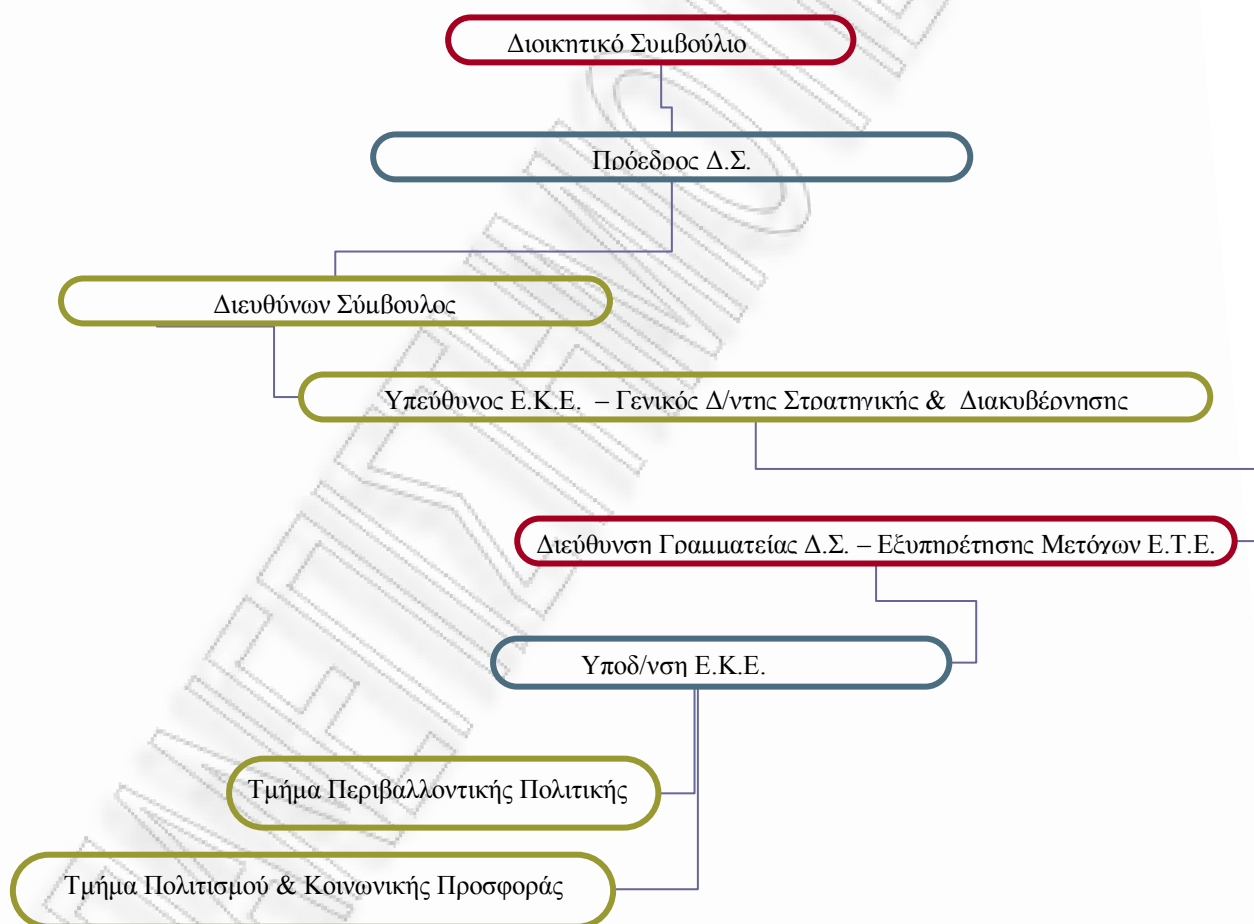
Ως stakeholders αναγνωρίζονται οι ακόλουθοι:

- Επενδυτές και Μέτοχοι
- Πελάτες
- Εργαζόμενοι
- Επιχειρηματική κοινότητα
- Τοπικές κοινωνίες
- Προμηθευτές
- Μ.Κ.Ο.
- Πολιτεία – Κανονιστικές αρχές
- Μ.Μ.Ε.,

ενώ οι αξίες που τη «χαρακτηρίζουν» είναι ο Σεβασμός των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, του Περιβάλλοντος, η Κοινωνική Συνεισφορά, η Συμβολή στις Τέχνες, τον Πολιτισμό και την Παιδεία και την Ανεξαρτησία. Η τελευταία νοείται ως η μη εξυπηρέτηση ή/και επιχορήγηση πολιτικών κομμάτων αμέσως ή εμμέσως.

Ε.Κ.Ε. & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Πρωταρχική υποχρέωση και ευθύνη μιας επιχείρησης είναι η εξασφάλιση της συνέχισης της λειτουργίας της και η ύπαρξη της στο οικονομικό κατεστημένο μιας ή περισσότερων χωρών ως σταθερής μονάδας που συνεισφέρει στην αύξηση του Α.Ε.Π. λειτουργώντας νόμιμα, θεμιτά και όπως προβλέπει η κλαδική δεοντολογία. Ως εκ τούτου η Ε.Τ.Ε. επιδιώκει μέσω της εταιρικής της διακυβέρνησης την ικανοποίηση των προαναφερθέντων. Η επιδίωξη δράσεων ΕΚΕ όχι σε ευκαιριακή βάση, αλλά έχοντας γίνει μέρος της εταιρικής κουλτούρας διαφαίνεται από την προσθήκη σχετικών Διευθύνσεων στο οργανόγραμμα.

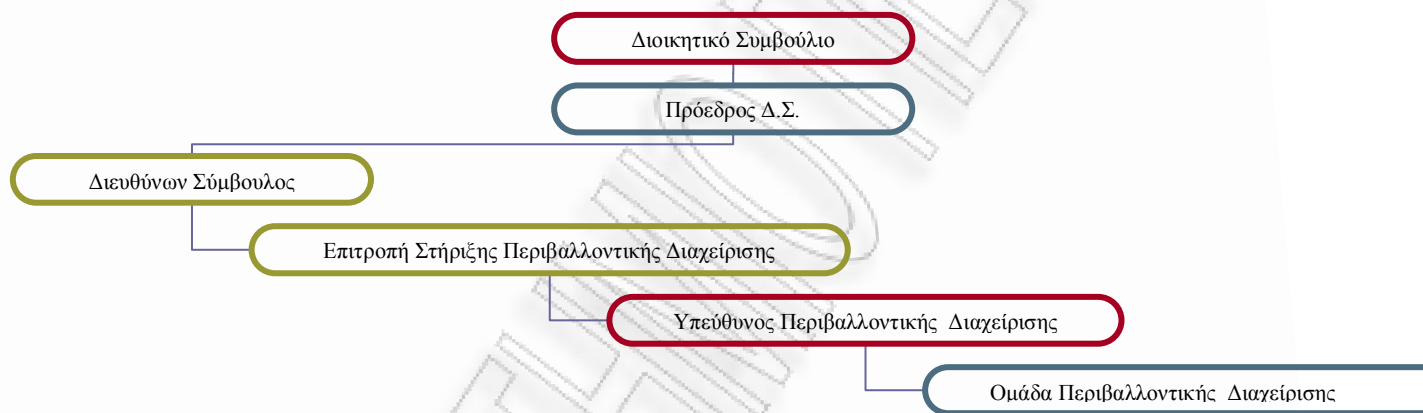


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

«ΡΟΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΩΝ Ε.Κ.Ε.» – ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε.2010 – Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

Πιο συγκεκριμένα, οι διευθύνσεις του οργανογράμματος που απευθύνονται και καλύπτουν την ευθύνη προς την οικονομία είναι οι ακόλουθες:

- Δ/ση Εσωτερικού Ελέγχου και Επιθεώρησης της Τράπεζας και του Ομίλου.
- Δ/ση Ελέγχου και Δομής Κινδύνων της Τράπεζας και του Ομίλου.
- Δ/ση Διαχείρισης Χρηματοοικονομικών και Λειτουργικών Κινδύνων της Τράπεζας και του Ομίλου.
- Δ/ση Κανονιστικής Συμμόρφωσης της Τράπεζας και του Ομίλου.

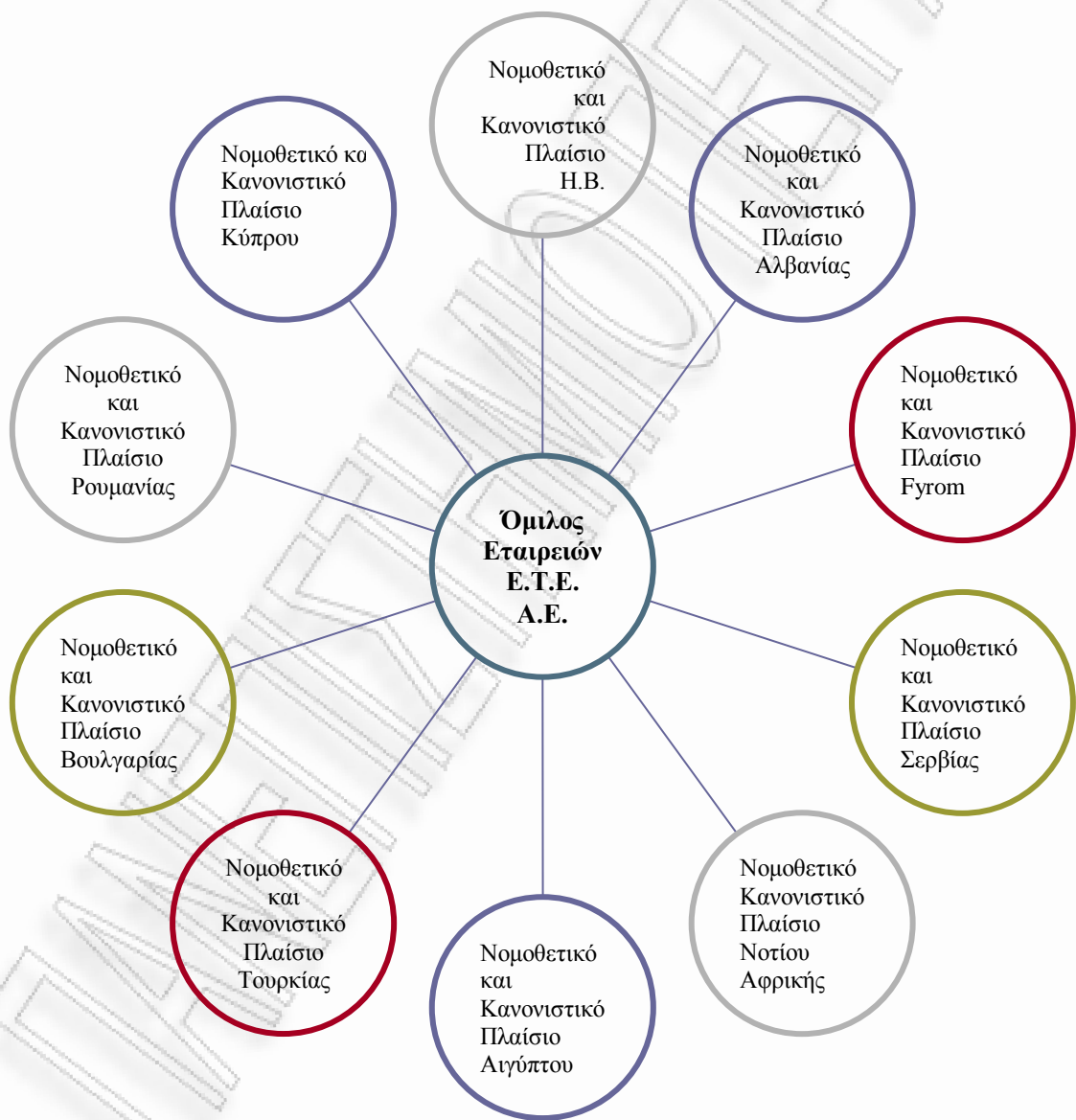
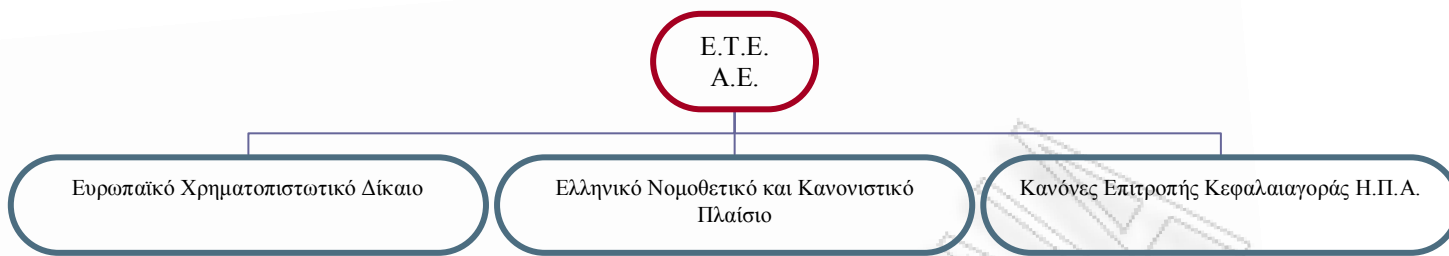


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

«ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ»

ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε.2010 – Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

Στόχος των ανωτέρω δ/σεων είναι η εναρμόνιση της τράπεζας με τις νομοθετικές απαιτήσεις και ο μηδενισμός παρέκκλισης από κώδικες και κανονιστικά πλαίσια που εγχώρια ή διεθνώς βρίσκονται σε ισχύ. Η ομαλή λειτουργία της τράπεζας καθώς και η προάσπιση της φήμης αυτής και των συμφερόντων των μετόχων, πελατών, εργαζομένων επιβάλλει τη συστηματική παρακολούθηση των αλλαγών σε νομικές απαιτήσεις και την έγκαιρη εφαρμογή τους.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4

«ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ ΟΜΙΛΟΥ Ε.Τ.Ε. Α.Ε.»,

ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε.2010 – Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

Η Κανονιστική Συμμόρφωση της Ε.Τ.Ε. έχει ένα ευρύ φάσμα αρμοδιοτήτων για την κάλυψη πολλαπλών θεμάτων που άπτονται των δραστηριοτήτων της τράπεζας. Αρχικώς έχει ως κύριο μέλημα της την αποφυγή φαινομένων ξεπλύματος χρήματος και χρηματοδότησης της τρομοκρατίας, υιοθετώντας πολιτικές και διαδικασίες ελέγχου, καθώς και κοινοποιώντας τα ανωτέρω στο προσωπικό που είναι στην πρώτη γραμμή των συναλλαγών (π.χ. compliance news, 3μηνιαίο ηλεκτρονικό δελτίο με νομοθετικές εξελίξεις).

Η μετοχική σύνθεση της Ε.Τ.Ε. 31/12/2009 και 30/06/2011 είχε ως ακολούθως:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

«ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ 31/12/2009 ΚΑΙ 30/06/2011»,
ΠΗΓΕΣ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε.2009 & 2010 – Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΤΑΜΕΙΑ Ν.Π.Δ.Δ.	12,3%	12,1%
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΤΑΜΕΙΑ Ν.Π.Ι.Δ.	4,2%	4,3%
ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	47,4%	28,3%
ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	0,4%	0,8%
ΙΔΙΩΤΕΣ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	23,5%	40,9%
ΘΕΣΜΙΚΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	2,1%	3,1%
ΕΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	1,6%	1,5%
Α.Ε. – Ε.Π.Ε.- Ο.Ε.	2,8%	3,8%
ΚΛΗΡΟΔΟΤΗΜΑΤΑ - ΙΔΡΥΜΑΤΑ	4,1%	3,2%
ΛΟΙΠΟΙ ΜΕΤΟΧΟΙ	1,6%	1,9%

Ενώ συμμετέχει στους δείκτες ASE Γενικός Δείκτης, FTSE/ Athex Banks, FTSE Eurofirst 300, BBG World Banks.

Η μετοχική σύνθεση της Ε.Τ.Ε. διαφοροποιήθηκε το έτος 2010 από το αμέσως προηγούμενο και αυτό οφείλεται στην αύξηση μετοχικού κεφαλαίου ύψους 2,8 δισεκατομμυρίων, γεγονός που ενισχύει την κεφαλαιακή της επάρκεια και αποτελεί στήριγμα σε καιρούς πτωτικής πορείας των εργασιών της στην Ελλάδα, αλλά και το εξωτερικό (κυρίως Βαλκάνια). Η συμμετοχή 153 χιλιάδων μετόχων και η υπερκάλυψη κατά 1,83 φορές οδήγησε τον δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας στο

13,1% από τους υψηλότερους της Ευρώπης και αποτέλεσε υπεύθυνη διοικητική απόφαση απέναντι στους μετόχους και την ελληνική οικονομία.

Η εταιρική διακυβέρνηση της Ε.Τ.Ε. στηρίζεται στις «Κατευθυντήριες Γραμμές Εταιρικής Διακυβέρνησης», που έχει υιοθετήσει το Δ.Σ. και την «Πολιτική Αποτροπής σύγκρουσης συμφερόντων για τα ανώτερα Στελέχη της Ε.Τ.Ε.». Θεωρείται αυτονόητο ότι πέραν των εσωτερικά καθορισμένων κανόνων και αρχών για την ρύθμιση των σχέσεων μεταξύ Διοίκησης, Μετόχων – Ιδιοκτητών και ενδιαφερόμενων μερών ακολουθείται η δέουσα ευρωπαϊκή και εθνική νομοθεσία και διεθνείς οδηγίες (Ν. 3016/2002, ΠΔΤΕ 2577/2006, US Sarbanes Oxley Act). Στόχος της τήρησης και πρόβλεψης αυτών των αρχών είναι η εξασφάλιση διαφάνειας και η αποφυγή σύγκρουσης συμφερόντων. Η ύπαρξη διαφόρων θέσεων ενδιαφερόμενων μερών αποτελεί πεδίο για τον εντοπισμό σκανδάλων αν τα συμφέροντα κάποιων δυσανάλογα εξυπηρετούνται ή εμποδίζουν τα δικαιώματα άλλων. π.χ. Διοίκηση-Μέτοχοι (ΔΣ-ΓΣ).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα πρόσφατα γεγονότα, τα οποία ήταν και το εναρκτήριο σημείο της χρηματοπιστωτικής κρίσης στις Η.Π.Α . Διοικητικά στελέχη αμειβόμενα βάσει της τρέχουσας απόδοσης τους λάμβαναν απόφαση με κριτήριο την αύξηση των αποδοχών τους και όχι την εξασφάλιση της ανοδικής μεν, σταθερής δε πορείας των επ/σεων που τους εργοδοτούσαν. Έτσι στο βωμό του προσωπικού οφέλους θυσιάστηκε η αξιοπιστία, η σοβαρότητα και το κύρος επιχειρήσεων με πολυετή παρουσία στο χρηματοοικονομικό κλάδο και με λογικό επακόλουθο την πρόκληση ζημιών σε εργαζόμενους και πελάτες (απώλειες θέσεων εργασίας, οικονομικές απώλειες επενδυτών, οικονομική και προσωπική καταστροφή δανειοληπτών).

- Διοικητικό Συμβούλιο

Τα μέλη του Δ.Σ. επιλέγονται για το πολύ 3 έτη θητεία από τη Γενική Συνέλευση των μετόχων βάσει του Ν. 3016/2002 και χωρίζονται σε εκτελεστικά και μη εκτελεστικά. Τα πρώτα έχουν αρμοδιότητες που άπτονται καθημερινών θεμάτων διοίκησης, ενώ τα δεύτερα θεμάτων γενικής φύσεως. Το 1/3 των μελών του Δ.Σ. κατ' ελάχιστον πρέπει να 'ναι μη εκτελεστικά, τα όποια και εν συνεχεία διαχωρίζονται σε ανεξάρτητα και μη. Τα ανεξάρτητα οφείλουν να μην έχουν πάνω από 0,5% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας, ούτε σχέση εξάρτησης με αυτήν ή συνδεδεμένα με αυτή πρόσωπα. Από τα 16 μέλη του Δ.Σ., τα 12 είναι μη εκτελεστικά εκ των οποίων τα 8 ανεξάρτητα, ενώ συμμετέχει και εκπρόσωπος του

Ελληνικού Δημοσίου βάσει Ν. 3723/2008. Η τελευταία συμμετοχή είναι λόγο ενίσχυσης της ρευστότητας της οικονομίας και αντιμετώπισης των επιπτώσεων της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης. Η επιλογή των μελών του Δ.Σ. γίνεται με βάση την «Πολιτική ανάδειξης Υποψηφιοτήτων Μελών Δ.Σ. της Ε.Τ.Ε.» με κριτήρια ευθύνης απέναντι στους ιδιοκτήτες, τους πελάτες και τους εργαζόμενους. Τα υποψήφια μέλη πρέπει να έχουν εμπειρία σε ηγετικές και διοικητικές θέσεις, προϋπηρεσία ετών στον επιχειρηματικό κόσμο και γενικότερες γνώσεις σε θέματα οικονομικών, περιβάλλοντος και κοινωνικής φύσεως. Απαιτείται η βαθιά γνώση της πελατειακής βάσης και δυναμικής και των αγορών στις οποίες παρατηρείται δράση, συνεπώς διεθνής εμπειρία.

Τα μέλη το Δ.Σ. επίσης συνθέτουν μια σειρά επιτροπών, επιφορτισμένων με αρμοδιότητες από θέματα Ανθρώπινου Δυναμικού έως και στρατηγικής φύσεως. Απαριθμούνται ακολούθως:

- Επιτροπή Ελέγχου
- Επιτροπή Δ/σης Κινδύνου
- Επιτροπή Ανθρώπινου Δυναμικού και Αμοιβών
- Επιτροπή Εταιρικής Διακυβέρνησης και Υποψηφιοτήτων
- Επιτροπή Στρατηγικής

Τέλος έρχονται σε επαφή με τη Γ.Σ. των μετόχων για να επιτυγχάνεται αμφίδρομη επικοινωνία και να αφουγκράζονται τις επιθυμίες, ανάγκες και απαιτήσεις αυτών που εισφέρουν τα κεφάλαια τους.

Με μια σειρά νέων εργασιών επιδιώχθηκε η συμμόρφωση με την Ευρωπαϊκή Οδηγία (P.S.D.) Πληρωμών, την Ευρωπαϊκή Οδηγία για την Καταναλωτική Πίστη, το Ν. 3816/2010 και το Ν.3869/2010 για τις ρυθμίσεις επιχειρηματικών οφειλών και υπερδανεισμένων φυσικών προσώπων αντίστοιχα. Παράλληλα σε εναρμόνιση με το Ευρωπαϊκό και Εθνικό Δίκαιο στις διαφημιστικές εκστρατείες υπήρξε σαν κύριος στόχος η προστασία του καταναλωτή, η προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, η διαφάνεια και η ορθή συμπεριφορά απέναντι στον πελάτη.

Ιδιαίτερης σημασίας υπήρξε η επαναδιατύπωση των συμβάσεων με απλή γλώσσα, η διαγραφή δυσνόητων όρων, ενώ εντάχθηκαν στην ιστοσελίδα τα έντυπα προσυμβατικής ενημέρωσης, καθώς και οι συμβάσεις. Η κίνηση αυτή ικανοποιεί πληθώρα πελατών, των οποίων συχνό πρόβλημα και πηγή ανασφάλειας

αποτελούσαν οι πολυσέλιδες συμβάσεις, τις οποίες αδυνατούσαν να διαβάσουν πριν την υπογραφή τους.

Κλείνοντας οι στόχοι για το 2011 όσον αφορά την ευθύνη απέναντι στην οικονομία είναι τρεις:

- Επαλήθευση απολογισμού Ε.Κ.Ε. από εξωτερικό φορέα
- Συμμετοχή στην πρωτοβουλία του Ο.Η.Ε. για την Αειφόρο Ανάπτυξη και ένταξη στην UNEP FI (Financial Initiative)
- Εφαρμογή materiality/ assessment/ analysis για αξιολόγηση των θεμάτων της Τράπεζας με κριτήρια Ε.Κ.Ε.

ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Επειδή η παροχή τραπεζικών και διαμεσολαβητικών εργασιών είναι κατά βάση πελατοκεντρικής φύσεως και ο σχεδιασμός τους δεν αποσκοπεί παρά στην ικανοποιητικότερη εξυπηρέτηση του πελάτη, η Ε.Τ.Ε. επιδιώκει με πολλές ενέργειες την μετάβαση από την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών στην εμπειρία τραπεζικής εξυπηρέτησης.

Αρχικώς επιδιώκει μέσα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της να καλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών από θέματα καταθέσεων, δανείων έως και επενδύσεων. Πιο εξειδικευμένα παρέχονται προϊόντα κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα, τα οποία εξυπηρετούν μέσω της κάλυψης αναγκών πίστωσης, επενδύσεων, στέγασης την προώθηση στόχων κοινωνικής ευαισθησίας.

Μέσω των πιστωτικών καρτών "go", οι κάτοχοι αφενός έχουν την δυνατότητα να απολαύσουν προγράμματα ιατρικής φροντίδας και νοσοκομειακής περίθαλψης για τους ίδιους και τις οικογένειες τους που με προνομιακούς όρους (υψηλές εκπτώσεις) και αφετέρου συνδράμουν εμμέσως στα έσοδα ΜΚΟ. Το 2010 δόθηκε το ποσό των 114.542 ευρώ, ως ποσοστό των συναλλαγών στους ακόλουθους 7 σημαντικούς ΜΚΟ: ΕΛΕΠΑΠ, ΕΨΥΠΕ, Φίλοι εντατικής θεραπείας παιδιού "Πνοή", ΛΥΡΕΙΟ ΠΑΙΔΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ, Φίλοι κοινωνικής παιδιατρικής "ΑΝΟΙΧΤΗ ΑΓΚΑΛΙΑ", Σύλλογος γονιών παιδιών με ΝΕΟΠΛΑΣΜΑΤΙΚΗ ΑΣΘΕΝΕΙΑ "ΦΛΟΓΑ", Εργαστήρι Ειδικής Αγωγής "ΜΑΡΓΑΡΙΤΑ".

Μέσω των πράσινων δανείων, χρηματοδοτείται με ευνοϊκούς όρους η αγορά και εγκατάσταση προϊόντων εξοικονόμησης ενέργειας (π.χ. τοποθέτηση φυσικού αερίου) και η αγορά αυτοκινήτου υβριδικής τεχνολογίας. Πέρα της αυτόνοτης συνδρομής σε ένα περιβάλλον λιγότερο επιβαρυσμένο, αποδίδονται 20 ευρώ από τα λειτουργικά έξοδα κάθε δανείου σε ΜΚΟ επιδίωξης περιβαλλοντικών σκοπών (2.200 ευρώ για το 2010). Στην ίδια φιλοσοφία και το στεγαστικό δάνειο "ΕΣΤΙΑ ΠΡΑΣΙΝΗ" με σκοπό την αγορά ή επισκευή/ ανέγερση ενεργειακά αναβαθμισμένων κατοικιών με ευνοϊκούς όρους επιτοκίου και εκπτώσεις στα έξοδα. Επίσης με τη δυνατότητα εγκατάστασης φωτοβολταϊκών συστημάτων στις στέγες σπιτιών ιδιωτών, η πώληση της ηλεκτρικής ενέργειας στη Δ.Ε.Η. Α.Ε. καλλιεργείται ως κουλτούρα της ενεργειακής ορθολογικής παραγωγής και κατανάλωσης, ενώ παράλληλα ενισχύεται το εισόδημα όσων το επιλέγουν και ως κίνηση οικονομικής φύσεως. Σημειωτέον το 2010 χρηματοδοτήθηκαν 2.700 νέες

επιχειρήσεις με 170 εκατομμύρια ευρώ με το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών να έχει πράσινη επιχειρηματική δραστηριότητα, βλ. εγκατάσταση φωτοβολταϊκών μονάδων παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας.

Στη γκάμα των καταθετικών προϊόντων συναντάται το πρόγραμμα «Εθνική Παίδων», το οποίο εκτός της φιλοσοφίας της αποταμίευσης που στοχεύει να εμψυχήσει σε γονείς και παιδιά, διέθεσε το 2009-2010 το ποσό των 197.683,38 ευρώ για να φυτευτούν 1.400 δέντρα σε συνεργασία με τον ΜΚΟ “ΑΡΚΤΟΥΡΟΣ”.

Ολοκληρώνοντας την παράθεση των προϊόντων με χροιά κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευαισθησίας, αξίζει να σημειωθεί με ιδιαίτερη έμφαση το Αμοιβαίο Κεφάλαιο «ΔΗΛΟΣ ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ», καθώς όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο η Ε.Κ.Ε. των τραπεζών «πάσχει» στον τομέα των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων (S.R.I.). Το ανωτέρω Α/Κ επενδύει σε μετοχές εταιρειών που δραστηριοποιούνται στους κλάδους των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, των εναλλακτικών καυσίμων και της ανάπτυξης σχετικών τεχνολογιών.

Στα πλαίσια αντιμετώπισης των προβλημάτων βιωσιμότητας των επιχειρήσεων και αποπληρωμής δανείων που εμφανίστηκαν με την τρέχουσα χρηματοοικονομική κρίση, η Εθνική εμφανίστηκε ευέλικτη και έτοιμη να συνδράμει στη μείωση του μεγέθους του φαινομένου. Προχώρησε στη ρύθμιση οφειλών ύψους 285 εκατομμυρίων € σε καθυστέρηση άνω των 90 ημερών προς επιχειρήσεις με μειωμένη ρευστότητα., ενώ όσον αφορά τους ιδιώτες ανέργους, δημοσίους υπαλλήλους και συνταξιούχους προσέφερε σειρά εναλλακτικών λύσεων στην αποπληρωμή των υποχρεώσεων τους. Υλοποίησε ρυθμίσεις εξυπηρέτησης στεγαστικών και καταναλωτικών δανείων και πιστωτικών καρτών με ευνοϊκούς όρους προς τις προαναφερθείσες ομάδες, οι οποίες είδαν δυσμενή μεταβολή στα εισοδήματά τους. Η επιμήκυνση της περιόδου αποπληρωμής, οι περίοδοι πληρωμής μόνο τόκων, η μετατροπή καταναλωτικών δανείων σε δάνεια εμπράγματης εξασφάλισης με συνέπεια την αισθητά χαμηλότερη επιτοκιακή επιβάρυνση έδωσαν μια ανάσα σε υπερδανεισμένα νοικοκυριά, ιδίως σε αυτά που έχουν καλύψει με έκδοση δανείου τις στεγαστικές τους ανάγκες.

Στα πλαίσια επιδίωξης μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της τράπεζας και ενίσχυσης του ψηφιακού αλφαριθμητισμού, η Εθνική έχει δώσει έμφαση στα Εναλλακτικά Δίκτυα και τις Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες. Έχοντας 24ωρη, καθημερινή εξυπηρέτηση των πελατών της μέσω των 1.477 ΑΤΜ σ’ όλη την Ελλάδα, Internet, phone & mobile banking και Κέντρα Αυτομάτων Πληρωμών (ΑΡΣ) παρέχει υψηλού

τύπου, ποιοτικές υπηρεσίες, ενώ καλωσορίζει την τραπεζική των επόμενων γενεών.

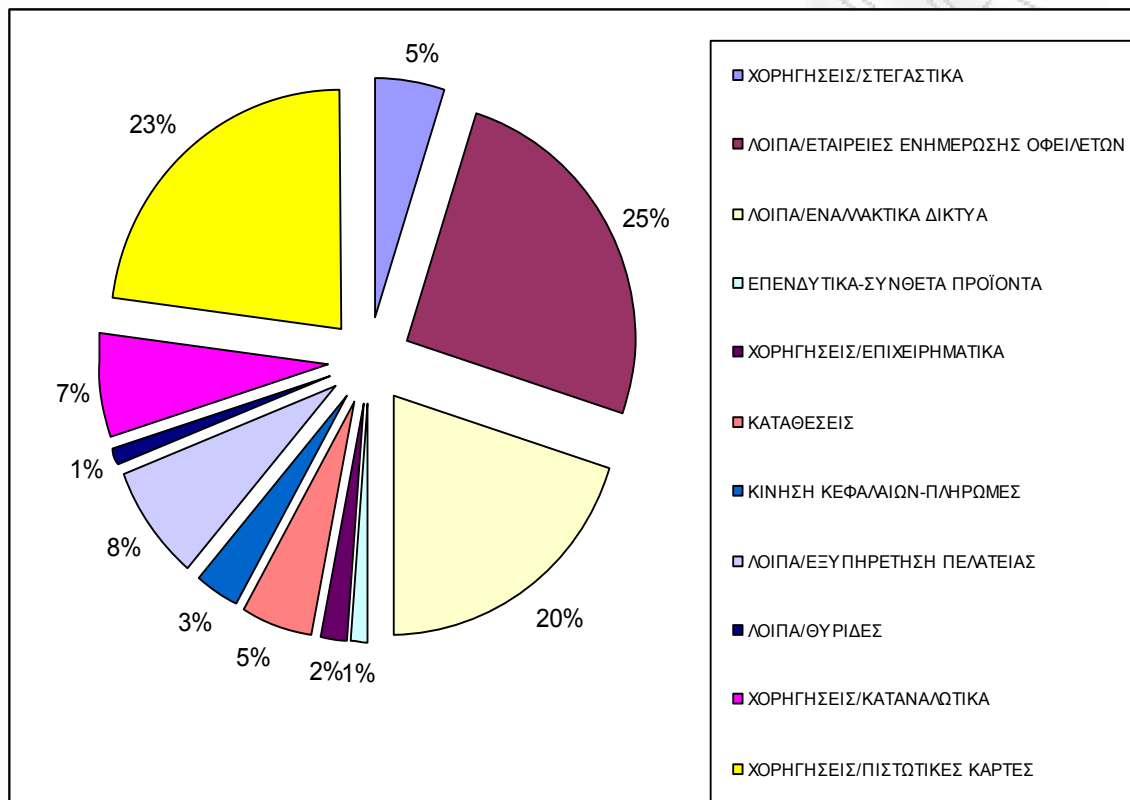
Το i-bank store ήταν μια καινοτομική πρόταση, η οποία δίνει σάρκα και οστά στα εναλλακτικά δίκτυα και τη συνεχή εκμάθηση των νέων τρόπων εξυπηρέτησης, ιδίως σε όσους δεν είναι ιδιαίτερος εξοικειωμένοι. Αυτό σε συνδυασμό με το site «www.deixtous.gr» αποδεικνύει την κοινωνική ευαισθησία, αλλά και τη ρεαλιστική αντιμετώπιση μιας φιλόδοξης προσέγγισης του μελλοντικού τραπεζικού κλάδου, η οποία λαμβάνει υπόψη και αυτούς που οι τεχνολογικές εξελίξεις βρήκαν είτε σε προχωρημένη ηλικία, είτε τους δυσκολεύουν για διάφορους λόγους.

Αξίζει να αναφερθεί στα πλαίσια προαγωγής της καινοτομίας ότι το έτος 2010 διεξήχθη διαγωνισμός «i-bank καινοτομία και τεχνολογία», στον οποίο απονεμήθηκαν χρηματικά βραβεία ύψους 49.000€ σε όσους πρότειναν τις εντυπωσιακές τους ιδέες. Οι θεματικές ενότητες ήταν οι εξής τέσσερις: Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Ηλεκτρονικές Εφαρμογές, Περιβάλλον και Τεχνολογία και εναλλακτικά κανάλια τραπεζικής εξυπηρέτησης.

Τα εναλλακτικά δίκτυα όμως πέραν των ευκολιών που παρέχουν, ενέχουν και κινδύνους για την ασφάλεια των συναλλαγών και την προστασία των προσωπικών και τραπεζικών δεδομένων των πελατών. Έχει προβλεφθεί συνεχής έλεγχος και έχουν ληφθεί μέτρα πρόληψης, ενώ καταβάλλεται αποζημίωση σε πελάτες που ενδεχομένως ζημιώθηκαν από απάτες σε επίπεδο ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο ηλεκτρονικός κλειδάριθμος i-code αποτελεί ένα ενδεικτικό μέτρο, το οποίο έχει φανεί έως σήμερα πλήρως ικανοποιητικό και άνευ κρουσμάτων διαρροής τραπεζικών δεδομένων. Την ίδια ασφάλεια παρέχει και στους κατόχους πιστωτικών καρτών η λειτουργία του Τμήματος Αμφισβητούμενων Συναλλαγών και του Τμήματος Διαχείρισης Εξουσιοδοτήσεων και Έρευνας Συναλλαγών. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 2010 απετράπησαν συναλλαγές παράνομης φύσεως ύψους € 1.273.000,00.

Στην προσπάθεια για ποιοτική εξυπηρέτηση του πελάτη, η Εθνική δημιούργησε τον Τομέα Εξυπηρέτησης Πελατείας και θέσπισε την Πολιτική Διαχείρισης Παραπόνων Πελατείας. Οι κύριες δραστηριότητες της είναι η ανταπόκριση και, ει δυνατόν, ικανοποίηση των παραπόνων των πελατών, αλλά και η υποβολή προτάσεων βελτίωσης του τρόπου λειτουργίας των μονάδων της τράπεζας.

Το 2010 υποβλήθηκαν μέσω των καταστημάτων του δικτύου, της σχετικής τηλεφωνικής γραμμής χωρίς χρέωσης και της ιστοσελίδας, «www.nbg.gr», 8.352 παράπονα. Η κατηγοριοποίηση αυτών είναι σημαντικής αξίας πληροφόρηση, αν και τα αποτελέσματα είναι μάλλον αναμενόμενα.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5

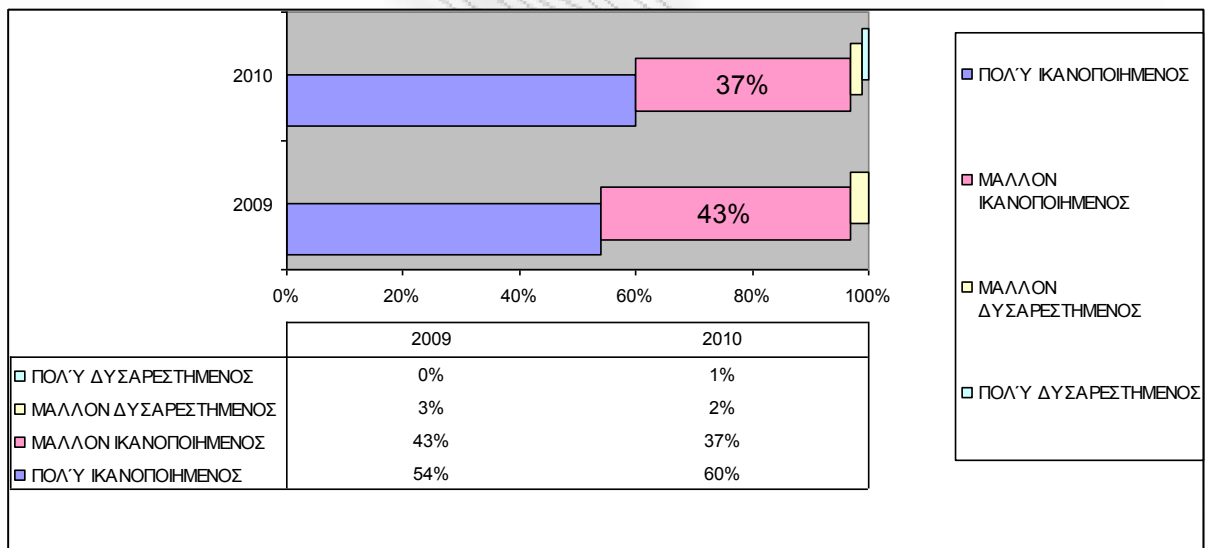
«ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ 2010», ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε.2010 – Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

Οι εταιρείες είσπραξης ληξιπρόθεσμων οφειλών, καθώς και η διαφορούμενη χρήση των πιστωτικών είναι οι κύριες πηγές παραπόνων.

Σπουδαίο θεσμό αποτελεί και ο «Συνήγορος του Πελάτη», ο οποίος αποδεικνύει την πελατοκεντρική φιλοσοφία της Εθνικής, τον έντονο ανταγωνισμό σε ένα κλάδο που αρχίζει, αν δεν έχει ήδη, να δείχνει σημάδια κορεσμού καθώς βέβαια και την ενσωμάτωση της Ε.Κ.Ε. στην οργανωτική της δομή. Ο συνήγορος υπάγεται στο Διοικητικό Συμβούλιο και χαρακτηρίζεται από 4 αρχές, την ανεξαρτησία, την ουδετερότητα, την εχεμύθεια και τη μη δεσμευτική διαμεσολάβηση. Το 50% των υποθέσεων τακτοποιήθηκαν με κοινής αποδοχής λύσεις εντός μιας εβδομάδας, ενώ η αναδιατύπωση 61 σημείων των συμβάσεων υπέρ του πελάτη αποτελεί αποτέλεσμα και δικών του ενεργειών.

Το 2010 για πρώτη φορά πραγματοποιήθηκε έρευνα σε 700 πελάτες – ιδιώτες σχετικά με τη γνώμη τους για την Ε.Κ.Ε. όπως εφαρμόζεται από την Εθνική Τράπεζα. Σημαντικότερα όλων κρίθηκαν η προσφορά ευέλικτων προϊόντων, η διαφάνεια, η αξιοπιστία, οι ειλικρινείς συναλλαγές, η συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, οι κοινωνικές προσφορές μέσω χορηγιών και η Ε.Τ.Ε. πρώτευσε στην αξιολόγηση. Περισσότεροι από το 30% των ερωτηθέντων απάντησαν πως αναγνωρίζουν στην Ε.Τ.Ε. ένα καλό εργοδότη, μια κοινωνικά ευαίσθητη τράπεζα, η οποία συνεισφέρει στην προώθηση του πολιτισμού.

Το διάγραμμα που ακολουθεί είναι αποτέλεσμα έρευνας σε δείγμα 4.100 πελατών τραπεζών στο διάστημα Ιανουάριος – Δεκέμβριος 2010 και δείχνει ότι το 97% όσων απάντησαν ότι η Ε.Τ.Ε. είναι η κύρια τράπεζα συνεργασίας τους είναι ικανοποιημένοι. Σημειωτέον είναι η τράπεζα με το μεγαλύτερο ποσοστό συνεργαζόμενων πελατών που τη θεωρεί κύρια τράπεζα συνεργασίας. Στους τομείς της αξιοπιστίας, της καλής φήμης και της άξιας εμπιστοσύνης τράπεζας έρχεται πρώτη μεταξύ των υπολοίπων.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6

«ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ 2010 - 2009», ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε.2010 – Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

Ένα αμφιλεγόμενο θέμα του τραπεζικού κλάδου είναι οι διαφημίσεις των χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Για αυτό η Εθνική ελέγχει το περιεχόμενο και τον τρόπο παρουσίασης των διαφημιστικών της μηνυμάτων από την Δ/ση Κανονιστικής Συμμόρφωσης και τη Δ/ση Νομικών Υπηρεσιών, ώστε να 'ναι σε πλήρη εναρμόνιση με την εθνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία, την εσωτερική πολιτική και τους εθελοντικούς κώδικες δεοντολογίας, τους οποίους έχει υιοθετήσει. Η Ελληνική Ένωση Τραπεζών έχει προτείνει δυο κώδικες:

- Κώδικας Τραπεζικής Δεοντολογίας και
- Κώδικας Δεοντολογίας για την διαφημιστική Προβολή χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών από πιστωτικά ιδρύματα.

Στους ίδιους ελέγχους υπάγονται και οι διαδικασίες εισαγωγής νέων προϊόντων. Σε συμφωνία με την Υπουργική Απόφαση 21-699/23.06.2010 για την προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας προς την Οδηγία 2008/48/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 23^{ης} Απριλίου 2008 για τις συμβάσεις καταναλωτικής Πίστης ελέγχθηκε το σύνολο των συμβάσεων, καθώς και τα έντυπα προσυμβατικής ενημέρωσης. Το 2010 δεν υπήρξαν δικαστικές/ διοικητικές ή νομοθετικές κυρώσεις.

Σε συνδυασμό με τις νέες, πιο άμεσα γραμμένες συμβάσεις υπήρξε μια σειρά μέτρων βελτίωσης της τιμολογιακής πολιτικής ως ένδειξη υπαρκτού ενδιαφέροντος για την παροχή καλύτερων υπηρεσιών. Μειώσεις εφάπαξ δαπανών κατά τη χορήγηση δανείων, εξόδων αποστολής εμβασμάτων, προμηθειών κατάθεσης σε λογαριασμό τρίτων και περιορισμός τού μέγιστου δυνατού αναπροσαρμογής του επιτοκίου είναι κάποιες από αυτές τις μειώσεις που λειτουργούν υπέρ της επίτευξης μεγαλύτερων ποσοστών ικανοποίησης. Η τραπεζική εμπειρία ανεβαίνει ποιοτικά επίπεδα και με την υιοθέτηση της Ευρωπαϊκής Οδηγίας Υπηρεσίας Πληρωμών, η οποία εφαρμόζεται σε 30 χώρες και εξυπηρετεί την διαφάνεια των όρων συνεργασίας και ενημέρωσης των χρηστών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Ολοκληρώνοντας την έννοια της ευθύνης προς την Αγορά που αποδεικνύει εμπράκτως η Εθνική, παρατίθενται οι ενέργειες της προς μια μεγάλη μεν, όχι όσο οι πελάτες σπουδαία δε, ομάδα ενδιαφερόμενων μερών. Οι προμηθευτές υλικού οφείλουν να ικανοποιούν μια σειρά ποιοτικών κριτηρίων, πέραν των οικονομικών και τεχνικών. Τον έλεγχο ικανοποίησης των οικονομικών κριτηρίων εξυπηρετεί το μηχανογραφικό σύστημα διαχείρισης προμηθειών SRM-SAP.

Οι προμήθειες ηλεκτρονικού και ηλεκτρικού εξοπλισμού οφείλουν να τηρούν τα ακόλουθα υποχρεωτικά κριτήρια:

- Ο εξοπλισμός φέρει τη δέουσα σήμανση με το σύμβολο που προβλέπει το Προεδρικό Διάταγμα 117/204 (διαγραμμένος τροχοφόρος κάδος απορριμμάτων)
- Σήμανση ότι ο εξοπλισμός διατέθηκε στην αγορά μετά την 13^η Αυγούστου του 2005
- Ακολουθεί ατομικό σύστημα ή συμμετέχει σε Συλλογικό Σύστημα Εναλλακτικής Διαχείρισης Αποβλήτων Ηλεκτρικού και Ηλεκτρονικού Εξοπλισμού (ΑΗΗΕ) βάσει Ν. 2939/2001 και Π.Δ. 117/2004.

Προαιρετικά η Τράπεζα επιθυμεί την ύπαρξη πιστοποιητικού περιβαλλοντικής διαχείρισης του εργοστασίου κατασκευής, του εξοπλισμού, γεγονός που αποτελεί μέτρο πίεσης των προμηθευτών για υπεύθυνη λειτουργία.

Το Δεκέμβριο του 2010 θεσπίστηκαν και η Πολιτική, ο Κανονισμός και το Πλαίσιο Διαχείρισης Προμηθειών και Τεχνικών Έργων, τα οποία λειτουργούν σε συνδυασμό με τον Κώδικα Ηθικής Συμπεριφοράς και Δεοντολογίας της Τράπεζας, ο οποίος επεκτάθηκε και σε θέματα προμηθειών. Οι νέες διαδικασίες επιδιώκουν την ενιαία αντιμετώπιση της διαδικασίας προμήθειας υλικού, με μείωση της γραφειοκρατίας, του κόστους, του απαιτούμενου χρόνου, την αύξηση της διαπραγματευτικής ικανότητας έναντι των προμηθευτών και την αποτελεσματικότερη λήψη αποφάσεων από τη Διοίκηση έχοντας ποιοτική πληροφόρηση στη διάθεση της.

Πέραν όμως των απαιτήσεων και των ολοκληρωμένων διαδικασιών που η Εθνική εφαρμόζει για την διασφάλιση των συμφερόντων των μετόχων της και της κοινωνίας, αναγνωρίζει τα δικαιώματα των προμηθευτών. Δίνει την δυνατότητα να υποβάλλουν παράπονα, ενώ παράλληλα κρατά και κείνη το δικαίωμα επιτόπιων ελέγχων εγκαταστάσεων, ασφάλειας δεδομένων κλπ.

Για το 2011, η Τράπεζα στοχεύει στην ακόμα δυναμικότερη παρουσία και απόδειξη της ευαισθησίας της απέναντι στην αγορά. Ενδεικτικά σχεδιάζεται η λειτουργία 3 i-bank stores, η επανάληψη του διαγωνισμού «i-bank Καινοτομία και Τεχνολογία», η τοποθέτηση θυρών ασφαλείας σε όλο το δίκτυο.

ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ

Το προσωπικό μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στον κλάδο της παροχής υπηρεσιών είναι ιδιαίτερος σπουδαίος για την επιτυχή πορεία μιας και επηρεάζει το τελικό προϊόν, όπως το εισπράττει ο καταναλωτής. Στις διαστάσεις ποιότητας των υπηρεσιών άλλωστε φαίνεται ξεκάθαρα πως επηρεάζεται η μοναδικότητα της υπηρεσίας και η αξιοπιστία από τον παρέχοντα αυτήν. Πολύ σπουδαιότερο γίνεται το γεγονός στον κλάδο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, δεδομένης της λεπτότητας, ιδιαιτερότητας, αυστηρότητας, σοβαρότητας του περιεχομένου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

«ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ», ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>
<u>ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</u>			
ΑΝΔΡΕΣ	6.648	6.853	7.225
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	5.569	5.681	5.938
ΣΥΝΟΛΟ	12.217	12.534	13.163
κ			

Η Εθνική Τράπεζα αποτελεί έναν τεράστιο εργοδότη στην Ελλάδα, αλλά και στα Βαλκάνια, ο οποίος δηλώνει ξεκάθαρα τη βαρύτητα που αποδίδει στα θέματα προσωπικού. Στον Κώδικα Ηθικής Συμπεριφοράς και Δεοντολογίας φιγουράρει μεταξύ άλλων αξιών του Ομίλου η Ποιότητα προσωπικού σε συνδυασμό με την προτεραιότητα στους πελάτες. Οι ανωτέρω πίνακες δείχνουν το πλήθος των υπαλλήλων, καθώς και την απόφαση οι τελευταίες προσλήψεις να γίνουν με κριτήριο εντοπιότητας. Η ενίσχυση όσων επιλέγουν τη ζωή στην περιφέρεια και την επαρχία, καθώς και η επιλογή αποφοίτων οικονομικών σχολών, μιας και εξασφαλίζει προσωπικό με ξεκάθαρο επαγγελματικό προσανατολισμό. Η ανάθεση της διαδικασίας στον Α.Σ.Ε.Π. δημιουργεί προϋποθέσεις διαφανούς και αδιάβλητης διαδικασίας, μη προκαλώντας στην ελληνική κοινωνία υποψίες για ευνοϊκή συμπεριφορά.

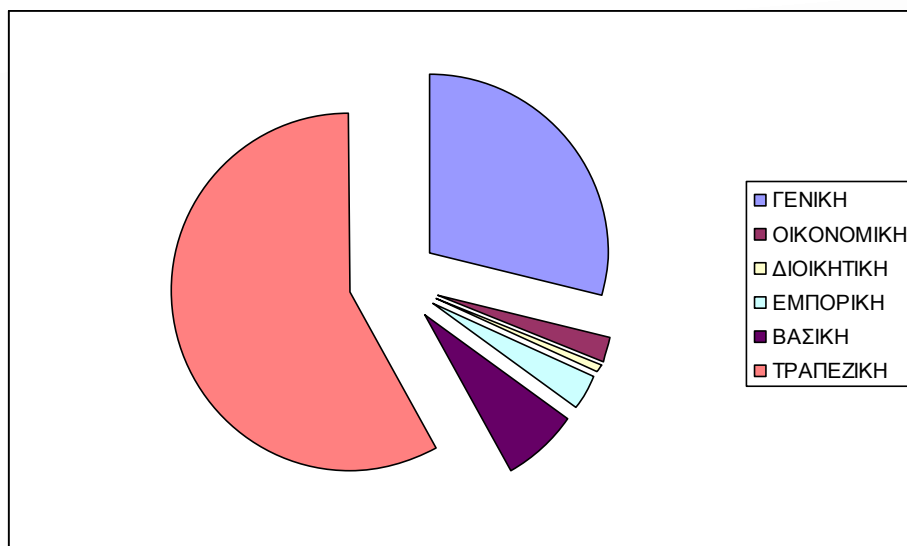
ΠΙΝΑΚΑΣ 3

«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΡΟΣΛΗΨΕΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ»,
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ</u> <u>2010 ΑΝΑ ΦΥΛΛΟ ΚΑΙ</u> <u>ΗΛΙΚΙΑ</u>	<u>18-25</u>	<u>26-40</u>	<u>41-</u> <u>50</u>	<u>51</u> <u>±</u>	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>
ΑΝΔΡΕΣ	26	128	5	4	163
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	17	72	3	1	93
ΣΥΝΟΛΟ	43	200	8	5	256
<u>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ</u> <u>2010 ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΙ</u> <u>ΗΛΙΚΙΑ</u>	<u>18-25</u>	<u>16-40</u>	<u>41-</u> <u>50</u>	<u>51+</u>	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>
ΑΤΤΙΚΗ	10	3	8	5	57
ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ	33	166	0	0	199
ΣΥΝΟΛΟ	43	200	8	5	256

Το μηχανογραφικό σύστημα μισθοδοσίας SAP Payroll και το σύστημα Δ/σης Μάθησης και Μαθησιακού Περιεχομένου λειτουργούν παράλληλα και εξασφαλίζουν την ομαλή ροή απόδοσης των απολαβών των υπαλλήλων και των διαδικασιών επιμόρφωσης και συνεχούς μάθησης.

Η εκπαίδευση των εργαζομένων αποτελεί στρατηγικό στόχο, δεδομένης της σπουδαιότητας συμβολής του προσωπικού στην επίτευξη διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η επιμόρφωση άλλωστε δίνει αξία όχι μόνο στον εργοδότη, αλλά και στον ίδιο τον υπάλληλο, μέσω της ισχυροποίησης της επαγγελματικής του υπόστασης και των δυνατοτήτων του. Παράλληλα δημιουργεί τις κατάλληλες βάσεις για αυξημένη ικανοποίηση του πελάτη, ο οποίος απολαμβάνει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες μέσω ουσιαστικής κατανόησης των αναγκών του και προσαρμοσμένης σε αυτές χρήσης των τραπεζικών προϊόντων.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7

«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΝΘΡΩΠΟΩΡΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ 2010»,
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

Η εξ' αποστάσεως εκπαίδευση (11,85% του συνόλου των σεμιναρίων το 2010) προσφέρει ίσες ευκαιρίες συμμετοχής ασχέτως γεωγραφικών ή χρονικών περιορισμών, ενώ χάρη στην αποφυγή μετακινήσεων μειώνονται οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Πέραν των προγραμμάτων εκπαίδευσης σε θέματα τραπεζικά με σημείο αναφοράς τα συστήματα λειτουργίας και τα προϊόντα της τράπεζας, ενθαρρύνεται η συνέχιση των σπουδών σε μεταπτυχιακό επίπεδο, η εκμάθηση ξένων γλωσσών και η απόκτηση πιστοποιητικών επαγγελματικής κατάρτισης από ανεξάρτητους φορείς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΣΕ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΚΤΟΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ»,
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΑΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>
<u>(ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)</u>			
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΞΕΝΩΝ ΓΛΩΣΣΩΝ	268	270	275
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ	10	8	10

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην επιμόρφωση με θέμα την πρόληψη για το ξέπλυμα χρήματος μέσω τραπεζικών καναλιών και η οποία το έτος 2010 μέσω του e-learning είχε 2.000 άτομα αποδέκτες. Η Δ/ση Ανάπτυξης Προσωπικού σε συνεργασία με την International Academy of Financial Management (IAFM) διοργάνωσε σχετικά σεμινάρια για 100 στελέχη της Δ/σης Κανονιστικής Συμμόρφωσης. Επιπλέον πραγματοποιήθηκαν σεμινάρια με στόχο τη διαχείριση έκτακτων καταστάσεων και εργασιακού άγχους με τη βοήθεια αξιωματικών της ΕΛ.ΑΣ. και εξειδικευμένων ψυχολόγων. Τα σεμινάρια αυτά εντάσσονται στην κουλτούρα μιας τράπεζας ή εν γένει ενός εργοδότη που αντιμετωπίζει την Ε.Κ.Ε. σε όλο της το φάσμα και κυρίως στο τμήμα του ικανοποιημένου και ψυχολογικά ισορροπημένου εργαζόμενου.

Ο σεβασμός της προσωπικής και οικογενειακής ζωής των εργαζομένων είναι ρητά διατυπωμένος στον Κώδικα Ηθικής Συμπεριφοράς και Δεοντολογίας. Επιδιώκεται η εργασιακή ζωή να είναι σε πλήρη ισορροπία με την προσωπική, γεγονός που διαφαίνεται και από μια σειρά πρωτοβουλιών που έχει υλοποιήσει η τράπεζα πέραν των νομικώς προβλεπόμενων. Παραθέτουμε κάποιες από αυτές:

- Οικονομική βοήθεια στα παιδιά που φοιτούν στην 3βάθμια εκπαίδευση
- Λειτουργία βρεφονηπιακών σταθμών συνεργαζόμενων με την Ε.Τ.Ε.
- Καλοκαιρινές παιδικές κατασκηνώσεις
- Μέριμνα για βαριά νοσούντες
- Χορήγηση φοιτητικής άδειας σε όσους φοιτούν στο Ανοιχτό Πανεπιστήμιο
- Αύξηση κατά μια ημέρα των ημερών αδειας για νοσηλεία συζύγων και παιδιών σε νοσοκομείο
- Μειωμένο ωράριο κατά 2 ώρες καθημερινώς σε άτομα με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α.)
- Χορήγηση δωρεάν εισιτηρίων για διάφορα πολιτιστικά δρώμενα (2010 / 2.264 δωρεάν εισιτήρια)

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

«ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ (€)»,
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>
ΠΑΡΟΧΕΣ ΠΑΙΔΙΚΗΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ (ΒΡΕΦΟΝΗΠΙΑΚΟΙ ΝΗΠΙΑΓΩΓΕΙΑ) ΠΑΙΔΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	2.555.194	2.877.633	976.625
	9.853.547	13.987.899	12.825.940

Σημαντικότερο θεωρείται το Ταμείο Υγείας του Προσωπικού Εθνικής Τράπεζας (Τ.Υ.Π.Ε.Τ.), δεδομένου ότι αποτελεί πρότυπο ασφαλιστικού φορέα, ο οποίος παρέχει υψηλής ποιότητας υγειονομικές υπηρεσίες. Αριθμεί 55.000 ασφαλισμένους παρέχοντάς τους ποικίλες υπηρεσίες πέραν των κλασσικής ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης, π.χ. ιατρεία παχυσαρκίας. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι σε συνεργασία με το Κέντρο Στήριξης Οικογένειας και Παιδιού υποστηρίζει τις οικογένειες, τα παιδιά και τους εφήβους έως 16 ετών σε θέματα ψυχικής υγείας. Αρκετές οικογένειες απολαμβάνουν των υπηρεσιών παιδοψυχολόγων, κοινωνικών λειτουργών, ειδικών παιδαγωγών, θεραπευτών που σε δημόσιο επίπεδο ίσως και να χωλαίνουν.

Επίσης λειτουργούν εντός της κλινικής του Τ.Υ.Π.Ε.Τ., «Υγείας Μέλαθρον», ιατρείο διακοπής καπνίσματος, το οποίο το διάστημα 2008-2010 υποστήριξε 528 άτομα, εκ των οποίων τα 402 απείχαν από το κάπνισμα τουλάχιστον 3 μήνες.

Πέραν όμως της ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης, η τράπεζα δείχνει εμπράκτως το ενδιαφέρον της για την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων κατά τη διάρκεια του ωραρίου παροχής των υπηρεσιών της. Η Εσωτερική Υπηρεσία Πρόληψης και Προστασίας υπό τη Δ/ση Προσωπικού έχει έρθει σε συμφωνία με τους εργαζόμενους για τα ακόλουθα θέματα.

- Προσωπικός προστατευτικός εξοπλισμός
- Επιτροπές σε θέματα υγείας και ασφάλειας στις οποίες συμμετέχουν εκπρόσωποι της διοίκησης και των εργαζομένων

- Συμμετοχή των εκπροσώπων των εργαζομένων στις επιθεωρήσεις υγείας και ασφάλειας, στους ελέγχους και τις έρευνες για ατυχήματα
- Κατάρτιση και εκπαίδευση
- Μηχανισμός υποβολής παραπόνων
- Δικαίωμα άρνησης εκτέλεσης μη ασφαλούς εργασίας
- Περιοδικές επιθεωρήσεις
- Διακανονισμοί ή Επιτροπές για την επίλυση προβλημάτων

Συναντήσεις, σεμινάρια και ενημερωτικές οδηγίες έχουν δοθεί στο προσωπικό σε θέματα σχετικά με την πρόληψη, την αντιμετώπιση και τη συμπεριφορά σε ληστείες (και θέματα πυρασφάλειας). Το μετατραυματικό στρες ενδέχεται να δυσκολέψει την εργασιακή και προσωπική ζωή ενός υπαλλήλου που έχει βιώσει ληστεία, γι' αυτό και παρέχεται υποστήριξη από δίκτυο συμβούλων ψυχοκοινωνικής υποστήριξης για όσο κριθεί απαραίτητο. Οι θύρες ασφαλείας ή αποτροπής τοποθετήθηκαν με την πρόθεση συμμόρφωσης με τις νομοθετικές απαιτήσεις μεν, επίτευξης αυξημένης ασφάλειας και προστασίας πελατών και υπαλλήλων δε.

Κλείνοντας το κεφάλαιο της ευθύνης της Εθνικής απέναντι στον εργαζόμενο ακολουθεί παρουσίαση του τρόπου επικοινωνίας Διοίκησης και εργαζομένων, καθώς και του συνδικαλιστικού σώματος των τελευταίων για προάσπιση των δικαιωμάτων τους.

Η επικοινωνία μεταξύ των διοικούντων και του ανθρώπινου δυναμικού λειτουργεί αμφίδρομα. Η τράπεζα με την έκδοση του 3μηνιαίου περιοδικού «Πρώτοι εμείς» ενημερώνει το προσωπικό για όλες τις τρέχουσες εξελίξεις που λαμβάνουν χώρα στον τραπεζικό κλάδο με έμφαση κυρίως αυτές εντός Ε.Τ.Ε.. Η εσωτερική ιστοσελίδα (intranet) αποτελεί το μέσο ενημέρωσης του προσωπικού για θέματα όπως προϊόντα, θέσεις εργασίας, εγκύκλιες οδηγίες εργασίας κλπ., επικοινωνίας διαφόρων μονάδων, καταστημάτων, διευθύνσεων, μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, αλλά κυρίως μεταφοράς της φωνής των υπαλλήλων στα γραφεία των στελεχών. Μέσω της σελίδας μπορούν να υποβληθούν ιδέες, προτάσεις, σχόλια, καθώς και να αναφερθούν κακώς κείμενα που εντοπίζονται στην εργασιακή καθημερινότητα και αδυνατεί η Διοίκηση, λόγω απόστασης να γνωρίζει. Το 2010 υποβλήθηκαν στο Κέντρο Υποδοχής μηνυμάτων 270 μηνύματα με προτάσεις και ερωτήματα ποικίλης θεματολογίας.

Το 93,02% του προσωπικού της Ε.Τ.Ε. είναι εγγεγραμμένο σε έναν από τους πέντε συλλόγους εργαζομένων που λειτουργούν και διαπραγματεύονται με την τράπεζα τις εργασιακές τους σχέσεις.

- Σ.Υ.Ε.Τ.Ε. (Σύλλογος Υπαλλήλων Ε.Τ.Ε.)
- ΣΥ.ΤΑ.Τ.Ε. (Σύλλογος Υπαλλήλων Εργαζομένων – Ταμιακών, Τεχνικών & κλάδου Ασφάλειας)
- ΣΕ.ΠΕ.ΤΕ. (Σύλλογος Επιστημονικού Προσωπικού)
- ΣΥ.ΠΕ.ΤΕ. / ΠΠΕΘΝΑΚ (Σύλλογος πρώην Προσωπικού Εθνικής Ακινήτων Α.Ε.)
- ΣΕΕΤΕ-ΠΠΕ (Σύλλογος εργαζομένων πρώην Εθνοκάρτας Α.Ε.)

Η Ε.Τ.Ε. σεβόμενη το δικαίωμα, που έχει νομικώς κατοχυρωθεί, της ελευθερίας του συνδικαλισμού και της συλλογικής διαπραγμάτευσης συνεργάζεται με τα σωματεία, καθώς επίσης δέχεται την παρουσία εκπροσώπου εργαζομένων στο Δ.Σ. και σε συμβούλια με θέματα πειθαρχικά, προαγωγών, τοποθετήσεων κλπ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

«ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΝΑ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΤΥΠΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ»
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΝΑ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΜΕ ΑΜΟΙΒΕΣ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	11.805	12.123
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΜΕ ΑΜΟΙΒΕΣ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΑΤΟΜΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ	412	411
<u>ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΑΟΡΙΣΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ	459	426
ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΟΡΙΣΜΕΝΟΥ ΧΡΟΝΟΥ	206	258
ΠΛΗΡΟΥΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	11.502	11.801
ΜΕΡΙΚΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	50	49

ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

«Η Εθνική Τράπεζα πιστεύει ότι η ευθύνη προς το περιβάλλον και η εφαρμογή Περιβαλλοντικής Πολιτικής αποτελούν θεμελιώδη λίθο ορθής εταιρικής συμπεριφοράς και συνεισφοράς των επιχειρήσεων στην Αειφόρο Ανάπτυξη και στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής. Η Τράπεζα μας, διαδραματίζοντας σημαίνοντα ρόλο στην οικονομική και κοινωνική εξέλιξη της χώρας, κατανοεί τη σημασία που έχει η προστασία του περιβάλλοντος για την Κοινωνία και την οικονομική ανάπτυξη.....»

Το ανωτέρω απόσπασμα από τη διακήρυξη περιβαλλοντικής Πολιτικής καταδεικνυει την στάση, την κουλτούρα και τις αξίες της Ε.Τ.Ε. όσον αφορά την ευθύνη που αναγνωρίζει πως έχει συνεπεία της λειτουργίας της εν μέσω κλιματικής αλλαγής. Παρότι δεν ανήκει σε κλάδο βαριάς βιομηχανίας και οι επιπτώσεις της στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος μόνο έμμεσες είναι, προσπαθεί να μειώσει το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα στο ελάχιστο δυνατό.

Από το 2004 συμμετέχει στους χρηματιστηριακούς δείκτες αειφορίας FTSE4Good Europe και FTSE4Good Global και αξιολογείται ετησίως από τον οργανισμό Ethical Investment Research Service (EIRIS) για την περιβαλλοντική της επίδοση. Όλες οι ενέργειες της ακολουθούν την αρχή της πρόληψης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι πριν τη χορήγηση δανείων συνυπολογίζεται ο περιβαλλοντικός κίνδυνος που συνεπάγεται η υλοποίηση μιας νέας επενδυτικής πρωτοβουλίας.

Το σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης λειτουργεί σύμφωνα με το διεθνές πρότυπο ISO 14001 και έχει πέντε βασικούς άξονες.

- «εξοικονόμηση ενέργειας και φυσικών πόρων γενικότερα
- εξορθολογισμός επαγγελματικών μετακινήσεων
- αποτελεσματική διαχείριση του χαρτιού και των στερεών αποβλήτων
- εφαρμογή περιβαλλοντικών κριτηρίων στις προμήθειες
- εφαρμογή πολιτικής ανάλυσης και εκτίμησης περιβαλλοντικών κινδύνων στις επενδυτικές και πιστοδοτικές διαδικασίες», (Έκθεση Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.)

Πριν την ανάλυση των πρωτοβουλιών σε κάθε έναν από αυτούς τους άξονες, αξίζει να σημειωθεί ότι η κλιματική αλλαγή που βιώνει ο πλανήτης και βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη θα φέρει μια σειρά ευκαιριών και απειλών για τις τράπεζες, καθώς

και για τους πελάτες. Βάσει της μελέτης της UNEP FI, «Climate Change & The Financial Services Industry» οι κίνδυνοι που θα προκύψουν είναι φυσικοί, επιχειρηματικοί και νομικοί.

Οι πρώτοι προβλέπουν την καταστροφή περιουσιακών στοιχείων των τραπεζών, την επιβάρυνση της υγείας των εργαζομένων με το συνακόλουθο ιατρικό κόστος, την αύξηση του ασφαλιστικού κόστους για τα ακίνητα, καθώς και του κόστους κλιματισμού των εργασιακών χώρων. Οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι σχετίζονται με την χρηματοδότηση πελατών που επηρεάζονται από το φαινόμενο του θερμοκηπίου, π.χ. μεταφορές, εάν αγνοηθεί η συνεκτίμηση των περιβαλλοντικών κινδύνων. Οι τελευταίοι σχετίζονται με την επιβολή προστίμων, εάν μια επ/ση δεν ακολουθεί και δεν συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του νόμου. Αυτό συνεπάγεται την αναγκαιότητα λειτουργίας σχετικής Δ/σης.

Πέραν της σοβαρότητας των κινδύνων, υπάρχουν και μεγάλες ευκαιρίες που πρέπει μια ευέλικτη και προσαρμοστική εταιρεία να αδράξει. Η ανάπτυξη νέων αγορών και νέων προϊόντων, π.χ. αγορά ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τεχνολογίες χαμηλών εκπομπών, εξοπλισμοί ανακύκλωσης, ασφαλιστικά προγράμματα, δάνεια ανανέωσης εξοπλισμών, ασφαλιστικά προγράμματα, ανοίγει νέους ορίζοντες δράσης.

Σχετικά με την εξοικονόμηση ενέργειας και φυσικών πόρων, η Εθνική έχει λάβει μια σειρά μέτρων σε επίπεδο Διοίκησης και Δικτύου, ώστε να συνδυάσει την περιβαλλοντική υπευθυνότητα με την οικονομική αποτελεσματικότητα. Οι ακόλουθοι πίνακες δείχνουν την κατανάλωση ενέργειας, τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από κατανάλωση ενέργειας και μετακινήσεις με αεροπλάνο και την κατανάλωση νερού. Η βελτίωση των μετρήσεων επιδιώκεται μέσω της μείωσης της ίδιας της κατανάλωσης και του εκσυγχρονισμού του εξοπλισμού φωτισμού και κλιματισμού. Παραδείγματος χάριν, πέραν της απενεργοποίησης πλέον των σταθμών εργασίας μετά τις 19:00, έχουν ληφθεί και μέτρα εξοικονόμησης με χρήση λαμπτήρων χαμηλής κατανάλωσης, λαμπτήρων LED, κλιματιστικών μηχανημάτων φιλικών προς το περιβάλλον. Με αφορμή την αναφορά σε εξοπλισμούς φιλικούς προς το περιβάλλον αξίζει να αναφερθεί και η αντικατάσταση όλων των συστημάτων πυρόσβεσης με νέα αποτελούμενα από υλικά που δεν επιβαρύνουν την στοιβάδα του όζοντος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

«ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ (€) »
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΜΟΝΑΔΕΣ</u>	<u>ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ (ΚΩΗ)</u>
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ (530)	19.343.857
ΚΤΙΡΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (37)	22.030.950
OFFSITE ATM's (15)	31.511
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	41.406.318

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

«ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO₂ ΑΠΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ »
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΕΙΔΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ</u>	<u>ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO₂</u> <u>(tn)</u>
<u>ΗΛΕΚΤΡΙΚΟ ΡΕΥΜΑ</u>	40.951
<u>ΦΥΣΙΚΟ ΑΕΡΙΟ</u>	101
<u>ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ ΘΕΡΜΑΝΣΗΣ</u>	1.308
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	42.360
<u>ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΜΙΛΙΑ (0,00013 tn CO₂/χλμ)</u>	1.200.595
<u>ΕΚΠΟΜΠΕΣ CO₂ (tn)</u>	289

Η κατανάλωση νερού προέρχεται από τους χώρους υγιεινής κυρίως και την καθαριότητα των εργασιακών χώρων, ενώ υπάρχει πρόληψη για αποφυγή διαρροών και άμεση αντικατάσταση υδραυλικών, όπου χρειάζεται.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9

«ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΝΕΡΟΥ»
 ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>
<u>ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ</u>	41.931	88.427	72.753
<u>ΝΕΡΟΥ (m3)</u>			
<u>ΣΗΜΕΙΑ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ</u>	253	319	192

Αναφορικά με τον εξορθολογισμό των επαγγελματικών μετακινήσεων, έχει υιοθετηθεί μια σειρά εναλλακτικών μεθόδων, ώστε να επιτυγχάνεται η άμεση επικοινωνία μεταξύ στελεχών και υπαλλήλων μεν, χωρίς να προκαλούνται εκπομπές αέριων ρύπων που επιδεινώνουν το φαινόμενο του θερμοκηπίου δε. Η αύξηση των εξ' αποστάσεων σεμιναρίων, οι τηλεδιασκέψεις, η χρήση υβριδικών αυτοκινήτων, η εκπαίδευση των εργαζομένων μέσω του web portal (Learning Management Systems) υιοθετήθηκαν προς αυτή την κατεύθυνση.

Στον αντίποδα, έμμεσες εκπομπές αέριων ρύπων προκαλεί η μετακίνηση των πελατών προς τα καταστήματα, γεγονός που μειώθηκε με τη χρήση του συνόλου των εναλλακτικών δικτύων παροχής τραπεζικών υπηρεσιών. Το 2010 οι τραπεζικές συναλλαγές μέσω Internet – Phone – Mobile Banking ανήλθαν σε 37,2 εκατομμύρια ευρώ, αυξημένες κατά 20% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Μεταξύ των σπουδαίων ενεργειών ηλεκτρονικής τραπεζικής που έλαβαν χώρα το έτος 2010 είναι η εγκατάσταση ATM σε όλους τους σταθμούς του μετρό.

Τα στέρεα απόβλητα της τράπεζας περιορίζονται σε όσα μπορεί κάποιος να συναντήσει σε χώρους γραφείων, π.χ. γραφική ύλη, λαμπτήρες, αναλώσιμα, είδη γραφείου και εκτυπωτικών μηχανών, έντυπα, ηλεκτρονικοί υπολογιστές, ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές. Το 2010 ο στόχος της μείωσης της κατανάλωσης χαρτιού, καθώς και η αύξηση της ανακύκλωσης επιτεύχθηκε με μια σειρά δραστηριοτήτων. Το Σύστημα Ηλεκτρονικής Διαχείρισης Αλληλογραφίας επέφερε μείωση κατανάλωσης χαρτιού κατά 70%, αναλωσίμων κατά 24% και λειτουργικών δαπανών κατά 13% (σε βάθος 5ετίας). Επαναπροσδιορίστηκε η Πολιτική εκτύπωσης και Αποστολής statements προς την πελατεία, ενώ ερευνήθηκε το κανονιστικό πλαίσιο χρήσης εναλλακτικών δικτύων για επικοινωνία

και ενημέρωση τραπεζικών θεμάτων. Σπουδαίας αξίας έργο αποτελεί και η διεύρυνση των δυνατοτήτων του Internet Banking με σκοπό την κατάργηση αποστολής φυσικών εγγράφων. Η διεξαγωγή θεμάτων εξ' αποστάσεως είχε ως αποτέλεσμα την εξοικονόμηση 288.666 σελίδων Α4, ενώ το πρόγραμμα ανακύκλωσης αρίθμησε 456 τόνους χαρτιού.

Καινοτομική χαρακτηρίζεται η εφαρμογή Managed Print Services που πιλοτικά λειτούργησε σε 2 κτίρια κεντρικών υπηρεσιών με στόχο τη μείωση του κόστους εκτυπώσεων, αλλά και του διαχειριστικού κόστους απαιτούμενων αναλωσίμων. Ο εκτυπωτικός ανάγκης των 1.400 εργαζομένων των 2 κτιρίων ανατέθηκαν σε εξωτερικό συνεργάτη, ο οποίος μεταξύ άλλων επιδιώκει την αντιστοίχιση αναγκών και δυνατοτήτων (continuous right sizing). Ανατέθηκε στην «Ανακύκλωση Συσκευών Α.Ε.» όλος ο ηλεκτρικός και ηλεκτρονικός εξοπλισμός προς απόσυρση και επαναξιοποίηση. Στα προς ανακύκλωση αναλώσιμα περιλαμβάνονται μικρές και μεγάλες μπαταρίες, εκτυπωτικά μηχανήματα, λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης.

Στα πλαίσια αλληλεπίδρασης με τους προμηθευτές της, η Τράπεζα ασκεί πιέσεις ώστε να συνεργάζεται με επιχειρήσεις που πληρούν τις ελάχιστες απαιτήσεις και υιοθετούν καλές πρακτικές. Οι τελευταίες κρίνονται βάσει τεχνικών χαρακτηριστικών, συμμόρφωσης με τις νομοθετικές απαιτήσεις και τον τρόπο διαχείρισης και ανακύκλωσης των προϊόντων μετά το τέλος της ζωής της. Οι προμήθειες χαρτιού ανήλθαν σε 623 τόνους, εκ των οποίων 341 τόνοι ήταν από ανακυκλωμένο χαρτί (δηλ. το 55% του συνόλου). Επιπλέον επελέγη προμηθευτής χαρτιού πιστοποιημένης αειφορικής ξυλείας λευκασμένο με παράγωγα χλωρίου (ECF).

Οι προμήθειες ηλεκτρονικού εξοπλισμού αξιολογούνται βάσει κριτηρίων, δεδομένου ότι επηρεάζουν την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας και την χρήση επικίνδυνων υλικών, τα οποία μετά το τέλος του κύκλου ζωής τους πρέπει να αντιμετωπισθούν με ιδιαίτερη φροντίδα. Ο υποψήφιος προμηθευτής οφείλει να δηλώσει ότι λειτουργεί σύννομα σχετικά με την ανακύκλωση και εναλλακτική διαχείριση του προς πώληση εξοπλισμού. Προαιρετικά κρίνεται επιθυμητή η ύπαρξη πιστοποιητικού περιβαλλοντικής διαχείρισης της επιχείρησης του προμηθευτή.

Κατά την αξιολόγηση των αιτημάτων των υποψήφιων χορηγητικών πελατών λαμβάνεται υπόψη ο κίνδυνος του κλάδου οικονομικής δραστηριότητας. Στα

πλαίσια του μοντέλου Risk Analyst, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις του κλάδου διαβαθμίζονται σε τρία επίπεδα, όντας σε πλήρη συμφωνία με το Ethical Investment Research Services. Επίσης για δάνεια από τη Δ/ση Μεγάλων Πελατών κρίνεται απαραίτητη, πριν την εκταμίευση, η αξιολόγηση των πιθανών περιβαλλοντικών κινδύνων από περιβαλλοντικούς συμβούλους. Έτσι πιστοποιείται η συμμόρφωση των έργων με το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο.

Όπως αναφέρθη στη προηγούμενη ενότητα – ευθύνη για την Αγορά- η τράπεζα δίνει ιδιαίτερη σημασία στην πράσινη τραπεζική. Όλο και μεγαλύτερο ποσοστό πελατών ζητά δάνεια περιβαλλοντικού χαρακτήρα. Η κλιματική αλλαγή έχει γίνει αντιληπτή σε όλους, ενώ η νομοθεσία δίνει κίνητρα για όσους κινηθούν πρώτοι και καινοτομικά προς την κατεύθυνση επιβράδυνσης της περιβαλλοντικής υποβάθμισης. Σημειωτέον πέραν των πράσινων δανείων που χορηγήθηκαν διατέθηκε στη διάθεση των επενδυτών και το Ομόλογο Περιβαλλοντικής Ευαισθητοποίησης EPOS II. Τα κεφάλαια που συγκεντρώνεται επενδύονται σε έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και εξοικονόμησης ενέργειας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

«ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΙΣΤΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΠΕ (€ ΕΚΑΤ.)»

ΠΗΓΗ: ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>
<u>Α.Π.Ε.</u>			
ΑΙΟΛΙΚΑ ΠΑΡΚΑ	200,80	303,40	121,70
ΦΩΤΟΒΟΛΤΑΪΚΑ ΕΡΓΑ	174,64	63,70	30,40
ΛΟΙΠΑ	0,00	10,00	0,0
ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΩΝ	375,44	377,10	152,10

Αντίστοιχη σοβαρότητα και περιβαλλοντική ευσυνειδησία επέδειξε η Τράπεζα κατά τη χρηματοδότηση του κλάδου της ναυτιλίας. Χρηματοδοτήθηκαν πλοία μικρής ηλικίας ή νεότευκτα ως λιγότερο ενεργοβόρα και πιο αποδοτικά, ενώ κρινόταν απαραίτητη η τήρηση των προδιαγραφών ασφαλείας και πρόληψης θαλάσσιας ρύπανσης (π.χ. δεν χρηματοδοτήθηκε κανένα single Hull Tanker, κρινόμενο ως υψηλότερου κινδύνου εμφάνισης διαρροών)

ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Οι υπέρμαχοι την Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης θεωρούν τις παροχές προς την κοινωνία ως τη σπουδαιότερη πτυχή της, δεδομένου ότι έτσι αποδίδει μια επιχείρηση ένα τμήμα των κερδών σε αυτούς από τους οποίους (πελάτες, εργαζόμενους) πηγάζει η δημιουργία εσόδων και εταιρικής περιουσίας.

Μέσα από τις συντονισμένες δράσεις του προγράμματος «Ευθύνη» με τρεις συνιστώσες, τον Πολιτισμό, τον Άνθρωπο και το Περιβάλλον χορηγήθηκαν 19,73 εκατομμυρίων ευρώ το 2010. Στην προαγωγή του πολιτισμού, την ανάδειξη της Πολιτισμικής Κληρονομιάς, αλλά και την υποστήριξη διεξαγωγής δρωμένων πολιτιστικής/ καλλιτεχνικής χροιάς δόθηκε το 68,2% των συνολικών χορηγιών. Με έργα εντός και εκτός Ελλάδος μέσω της Τράπεζας ή του Μορφωτικού Ιδρύματος της Τράπεζας με περιεχόμενο θρησκευτικό, μουσικό, γλωσσολογικό ή καλλιτεχνικό εν γένει έδωσε το παρόν σε ένα κομμάτι της ιστορίας μας, του παρελθόντος και του παρόντος της χώρας, το οποίο κρίνεται απαραίτητο να διασωθεί για να εξασφαλιστεί και το μέλλον της.

ΠΙΝΑΚΑΣ11

«ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΧΟΡΗΓΙΩΝ 2010 (€ εκατ.)», ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε. 2010, Ε.Τ.Ε. Α.Ε.

<u>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>2008</u>	<u>2007</u>
ΧΟΡΗΓΗΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	19,73	23,1	17,60	15,28

- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: 2,4%
- ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ: 68,2% *ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2010*
- ΑΝΘΡΩΠΟΣ: 29,4%

Ενδεικτικά αναφέρονται:

- χορηγία υπέρ του Δήμου Λευκάδας για την αγορά και μετατροπή της οικίας του Σικελιανού σε μουσείο
- χρυσός χορηγός του «Ελληνικού Κόσμου» και χορηγία για προβολές εικονικής πραγματικότητας με θεματολογία σχετική με την Αρχαία Ελλάδα

- υποστήριξη Πατριαρχείου Αλεξανδρείας και πάσης Αφρικής με κύριο έργο την αποκατάσταση του Πατριαρχικού ναού Αγίου Νικολάου Ιμβραημίας
- χορηγία για αναδιάρθρωση και ηλεκτρονική αναβάθμιση της αρχαιολογικής βιβλιοθήκης

το Μορφωτικό Ίδρυμα συνέχισε το έργο του με εκδόσεις ιδιαίτερου φιλολογικού, ιστορικού περιεχομένου, δωρεές βιβλίων σε σχολικές βιβλιοθήκες, με εκθέσεις εικαστικού περιεχομένου (χαρακτική, φωτογραφία, χαρτογραφία), συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, παρουσιάσεις βιβλίων. Η ψηφιακή καταγραφή και τεκμηρίωση των έργων του Ι. Μόραλη και του Ν. Νικολάου κρίνονται σπουδαίας αξίας, ενώ συνδέουν την τεχνολογία με τη διατήρηση και διάδοση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

Επίσης το Ιστορικό και Παλαιογραφικό Αρχείο, το Εργαστήριο Συντήρησης χάρτινου υλικού, το Αρχείο Χαρτογραφίας του Ελληνικού Χώρου και το Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο λειτουργούν αποτελεσματικά ως μέρη του Μ.Ι.Ε.Τ. στοχεύοντας στην συντήρηση και διάδοση σπουδαίου υλικού, όπως χειρογράφων και Βιβλίων. Αξίζει να σημειωθεί ότι το Ιστορικό Αρχείο της Ε.Τ.Ε., με αποστολή τη συλλογή, διαφύλαξη, επεξεργασία, συλλογή τεκμηρίων που καταδεικνύουν το ρόλο της τράπεζας στην οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ζωή της Ελλάδας, καθώς και την πορεία της έως σήμερα, χρησιμοποιώντας τα παρεχόμενα ηλεκτρονικά μέσα, αναδεικνύει τον πλούτο πληροφοριών που κρύβεται στα αρχεία. Τα εν λόγω αρχεία με τους κατάλληλους τρόπους διατίθενται προς χρήση στην επιστημονική κοινότητα, τους μαθητές και το ευρύ κοινό.

Οι ενέργειες ευθύνης με αποδέκτη τον άνθρωπο έχουν τρεις συνιστώσες, τις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, τον Αθλητισμό και την Παιδεία με την ευρύτερη έννοια. Στην πρώτη κατηγορία συναντάται η οικονομική ενίσχυση προς φορείς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που στηρίζουν και βελτιώνουν τη ζωή ανθρώπων με σοβαρά προβλήματα. Ως σοβαρά νοούνται τα προβλήματα φτώχειας, επιβίωσης, κοινωνικοποίησης, απασχόλησης και υγείας. Κάποιοι από τους φορείς αυτούς είναι: Ιερά Αρχιεπισκοπή Αθηνών, σωματείο «Γνοή», σωματείο «Φάρος Τυφλών Ελλάδος», ΕΛΕΠΑΠ, Παιδικά Χωριά SOS.

Έργο τεράστιας κοινωνικής προσφοράς θεωρήθηκε η χορηγία ύψους 30 εκατομμυρίων ευρώ στο Γενικό Νοσοκομείο Αθηνών «Ευαγγελισμός» για την ανέγερση της νέας πτέρυγας χειρουργείων. Με επιφάνεια 12.700 τμ και 22 νέες

χειρουργικές αίθουσες, η Εθνική μπορεί με υπερηφάνεια να διεκδικεί τον τίτλο της εμπράκτως πιο ευσυνείδητης τράπεζας.

Ο Αθλητισμός αποτελεί δραστηριότητα υγείας, πνευματικής και σωματικής, ενώ σε επίπεδο πρωταθλητισμού, αιτία για εθνική υπερηφάνεια. Η Εθνική τα τελευταία χρόνια, ως αποκλειστικός ή μη χορηγός, ενθαρρύνει τις προσπάθειες αθλητών. Στηρίζει την Ελληνική Γυμναστική Ομοσπονδία, επιχορηγεί τη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων/ συναντήσεων (π.χ. Status Athens Open, 26^α Βαρδινογιάννεια), ενώ παράλληλα αναλαμβάνει και τα έξοδα της προετοιμασίας συγκεκριμένων αθλητών. Η χώρα έχει γνωρίσει αρκετές διακρίσεις της τελευταία 15ετία σε σειρά αθλημάτων (καλαθοσφαίριση, στίβος, ποδόσφαιρο), γεγονός που λειτουργεί θετικά για τη δημιουργία προτύπων στους νέους.

Όσον αφορά την Παιδεία, την εκπαίδευση, την έρευνα και την προαγωγή των επιστημών, προγράμματα υποτροφιών, συνέδρια, επιστημονικά σεμινάρια, ημερίδες απολαμβάνουν οικονομικής ενίσχυσης, ενώ παράλληλα στηρίζονται εκπαιδευτικοί φορείς και βιβλιοθήκες με την προσφορά βιβλίων. Ενδεικτικά παραθέτονται ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση:

- χορηγία προς το London School of Economics για τη δημιουργία του Κέντρου Έρευνας για την νοτιοανατολική Ευρώπη
- χορηγία προς τη Φιλοσοφική Σχολή του Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου με κύρια επιστημονικά πεδία την εθνομουσικολογία, τη μουσική κουλτούρα, την επικοινωνιακή προσέγγιση της μουσικής
- χορηγική στήριξη του χρηματοοικονομικού εργαστηρίου του τμήματος Χρηματοοικονομικής και Τραπεζικής Διοικητικής του Πανεπιστημίου Πειραιά, το οποίο διεξάγει έρευνα και εκπαιδεύει τους φοιτητές στη χρήση προγραμμάτων και τεχνικών διαπραγμάτευσης Αξιών.

Σε συνδυασμό με το καταθετικό προϊόν «Εθνική Παίδων», το οποίο απευθύνεται σε μαθητές, βραβεύτηκαν με χρηματικούς επαίνους αξίας 300 ευρώ 165 μαθητές/ τρεις Γυμνασίου και 158 μαθητές/ τρεις Λυκείου.

Στην προηγούμενη ενότητα του τρέχοντος κεφαλαίου έγινε εκτενής αναφορά στο πρόγραμμα της τράπεζας με στόχο να μειωθεί όσο το δυνατόν περισσότερο το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, παρότι δεν ανήκει σε κλάδο βαριάς βιομηχανίας. Πέραν αυτών των ενεργειών, στηρίζει οικονομικά και φορείς που προάγουν την

αιφόρο ανάπτυξη και διαδίδουν τα ευεργετήματα υιοθέτησης οικολογικής συνείδησης.

Ενδεικτικά αναφέρουμε τις ακόλουθες ενέργειες του 2010:

- χορηγική υποστήριξη του C & C International Group of Companies Business για το “Mediterranean Climate Change Initiative Launch Event” και “Mediterranean Green Development Investors Forum 2010”
- χρηματοδότηση της μελέτης για το σχεδιασμό μεθόδου διαχείρισης των υδάτινων πόρων στη Λεκάνη Απορροής του Αισώπου Ποταμού
- οικονομική ενίσχυση του Δήμου Κερκυραίων για την προμήθεια υπόγειων κάδων απορριμμάτων, φιλικών προς το περιβάλλον
- δωρεά στη Μ.Κ.Ο. «Αρκτούρος» για την προστασία της Άγριας Ζωής και του Φυσικού Περιβάλλοντος. Το ποσό προήλθε από το προϊόν «ΠΡΑΣΙΝΟ ΔΑΝΕΙΟ» και την απόδοση στον ανωτέρω φορέα ενός μέρους των εξόδων έκδοσης δανείου.

Η έκθεση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος ακολουθεί τους δείκτες του Global Report Initiative- G3 (G.R.I.-G3), την εκδοχή δηλαδή του προτύπου προσαρμοσμένη στον τομέα παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Η επιλογή της αυτή επιτρέπει στον απλό αναγνώστη, τον πελάτη, τον επενδυτή, τον αναλυτή κλπ να κάνει συγκρίσεις με απολογισμούς εταιρειών του ίδιου κλάδου και να οδηγείται σε συμπεράσματα για την πληθώρα, τη βαρύτητα και την έκταση των ενεργειών Ε.Κ.Ε.. Το επίπεδο στο οποίο έχουν καλυφθεί οι απαιτήσεις του φορέα G.R.I. και των κατευθυντηρίων οδηγιών του είναι το B+, ενώ εξωτερικός, ανεξάρτητος ελεγκτής της Deloitte διασφάλισε την αξιοπιστία του περιεχομένου προς τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Δεν είναι τυχαίο λοιπόν το γεγονός ότι στα πλαίσια του θεσμού «Bravo 2011, Ανοιχτός Διάλογος για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη», η έκθεση Ε.Κ.Ε. 2009 διακρίθηκε μεταξύ των πέντε καλύτερων της χώρας ανάμεσα σε 32 που αξιολογήθηκαν. Ο θεσμός διοργανώνεται και διεξάγεται από τον Μ.Κ.Ο. QualityNet Foundation και το Δίκτυο Υπεύθυνων Οργανισμών και Ενεργών Πολιτών, ενώ η αξιολόγηση γίνεται βάσει διεθνών κριτηρίων από 6 διαφορετικές κατηγορίες ενδιαφερόμενων μερών.

Οι κατηγορίες διάκρισης της Τράπεζας είναι οι εξής:

- καλύτερη προσέγγιση ουσιαστών θεμάτων (materiality)
- καλύτερη προσέγγιση συμμετόχων (stakeholder inclusiveness)
- καλύτερη προσέγγιση στα θέματα Περιβαλλοντικής επίδοσης

- καλύτερη προσέγγιση στα θέματα εργασιακών συνθηκών και πρακτικών
- καλύτερη προσέγγιση στα θέματα της Αγοράς
- καλύτερη ισόρροπη προσέγγιση στο τρίπτυχο «Οικονομία, Κοινωνία, Περιβάλλον».

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑ

ΕΠΙΛΟΓΟΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας προσεγγίσθηκε το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αρχικώς σε θεωρητικό επίπεδο, σε διεθνείς και εγχώριους όρους και εν συνεχεία μελετήθηκε το πρόγραμμα που εφαρμόζει η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

Κατέστη σαφές ότι ο τραπεζικός κλάδος στην Ελλάδα (από κοινού με αυτό των τηλεπικοινωνιών) εφαρμόζει ενεργά και σε ευρύ φάσμα ενέργειες και ολοκληρωμένα προγράμματα που αποδεικνύουν την προσπάθεια ή και την αποτελεσματική προσφορά κοινωνικού μερίσματος. Μέχρι και πριν 2 έτη, ο κλάδος των τραπεζικών ιδρυμάτων εμφάνιζε φοβερή άνθηση και υψηλότατη κερδοφορία με αποτέλεσμα την επέκτασή του στην Βαλκανική και Νοτιοανατολική Ευρώπη. Το γεγονός αυτό λειτούργησε διφορούμενα, δεδομένου ότι τα υπερκέρδη δεν καθιστούσαν τις τράπεζες συμπαθείς στο ευρύ κοινό, το οποίο δυσπιστούσε για την ηθικότητα των πρακτικών τους, ενώ παράλληλα επέτρεπε να δαπανώνται τεράστια ποσά σε κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις ευσυνειδησίας.

Η χρηματοοικονομική κρίση που έχει ξεσπάσει θα είναι ιδιαίτερος διαφωτιστική για το εάν τα τραπεζικά ιδρύματα επιδείξουν επιμονή και σταθερότητα στις προσφορές τους ή περικόψουν το χορηγικό, αλλά και εσωτερικής ευθύνης έργο υπευθυνότητας τους δυσανάλογα σε σχέση με την ενδεχόμενη μείωση του κύκλου εργασιών, δηλ. των κερδών τους. Θα ήταν ενδιαφέρουσα η μελέτη ή έρευνα των επιπτώσεων της κρίσης στην Ε.Κ.Ε. των επιχειρήσεων που επηρεάστηκαν αρνητικά με έμφαση στις τράπεζες. Σημειωτέον ένα μεγάλο ποσοστό ανθρώπων αναγνωρίζει σ' αυτές ευθύνη για το μέγεθος της ύφεσης που παγκοσμίως παρατηρείται, αλλά και σε εθνικό επίπεδο συνεπεία των δημοσιονομικών προβλημάτων.

Όσον αφορά την ικανοποίηση των πελατών και την επίδραση της Ε.Κ.Ε. στην επιλογή τράπεζας συνεργασίας, θα παρουσίαζε ενδιαφέρον να μελετηθεί η σχέση συγκριτικά, δηλ. σε τράπεζες που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικές χώρες μεν, ίδιας φάσης του οικονομικού κύκλου δε. Λαμβάνοντας σαν δείγμα πελάτες, φυσικά ή νομικά πρόσωπα, άλλης κουλτούρας, αλλά ίδιας οικονομικής ωριμότητας (αίσθημα καταναλωτισμού, ανάγκη αποταμιεύσεων ή επενδύσεων), θα διαφαινόταν πιο καθαρά η ένταση και ο βαθμός επιρροής της κοινωνικής ευσυνειδησίας στην αξιολόγηση της Ε.Κ.Ε. ως παράγοντα ικανοποίησης.

Συμπερασματικά, οι πελατο-κεντρικές πρωτοβουλίες επιτυγχάνουν υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης από ότι οι πρωτοβουλίες E.K.E. (customer-centric versus csr-centric initiatives). Οι πελάτες αναζητούν πρωτίστως την ποιότητα, την άνεση, την προσβασιμότητα στις παρεχόμενες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (φιλικό περιβάλλον και προσωπικό, ώρες λειτουργίας, πλήθος και τοποθεσία ATM) και εν συνεχεία αναζητούν το κοινωνικό πρόσωπο της τράπεζας συνεργασίας τους. Όσο χαμηλότερης ποιότητας είναι οι τραπεζικές υπηρεσίες ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος, τόσο λιγότερη επιρροή έχει το οποιοδήποτε μεγέθους κοινωνικό έργο. Το προαναφερόμενο κοινωνικό πρόσωπο εντοπίζεται σε ενέργειες από το σεβασμό των εργαζομένων μέχρι τη χορηγία μεγάλων χρηματικών ποσών σε Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς που επιδιώκουν αξιόπαινα, φιλανθρωπικά και περιβαλλοντικά ευαίσθητα έργα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Θανόπουλος Ν. Γιάννης (2009), «Επιχειρηματική Ηθική και Δεοντολογία, στην εποχή της εταιρικής διακυβέρνησης» - εκδόσεις INTERBOOKS
2. Μάλλιαρης Πέτρος (2011), «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», Γ' έκδοση – Εκδόσεις Σταμούλη
3. Μαγνήσαλης Κ. (1997), «Η συμπεριφορά του καταναλωτή – έννοιες, ανάλυση, πρότυπα, προστασία» - εκδόσεις INTERBOOKS
4. Μεγαλόφωνος Συμεών (2000) «Ποιότητα και Περιβάλλον» - Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο
5. Μπαλτάς Γ., Παπασταθοπούλου Π. (2003), «Συμπεριφορά Καταναλωτή» - Οίκος Rosili
6. Μυλωνάκης Ι., Σίωμος Γ. (1999), «Συμπεριφορά καταναλωτή, τόμος Β'» - Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο, Μάρκετινγκ Ι,
7. Σίωμος Γ., «Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγικό Μάρκετινγκ» - Εκδόσεις Σταμούλη
8. «Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης 2010», Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε.
9. Γιάννης Ευσταθόπουλος (2009) «Από την κοινωνική ευθύνη στην κοινωνική χρησιμότητα των τραπεζών» – Ινστιτούτο Εργασίας Ο.Τ.Ο.Ε.
10. «Κώδικας Τραπεζικής Δεοντολογίας» (1997), Ένωση Ελληνικών Τραπεζών
11. Ξακούστου Τζένη (5/5/2010), «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η αντίληψη των πελατών ανεβάζει τις απαιτήσεις» - www.selfservice.gr
12. «Εταιρική Ευθύνη» (04/2011), Ειδική έκδοση Realnews – Real Media Α.Ε.
13. «Επένδυση στο Συλλογικό Όφελος, Αφιέρωμα Ε.Κ.Ε...» (ειδική έκδοση 05/2006)-«Μέτοχος και Επενδύσεις»
www.euro2day.gr/dm_documents/MET_ENT_427.pdf
14. www.instofcom.gr (Ινστιτούτο Επικοινωνίας)
15. www.csrhellas.org
16. www.nbg.gr
17. www.alpha.gr
18. www.eurobank.gr
19. www.piraeusbank.gr
20. www.ate.gr

21. www.bankofcyprus.gr
22. www.mrb.gr
23. www.euro2day.gr

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΠΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Bhattacharya C.B. & Luo Xueming (2006), "Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value" – American Marketing Association, Journal of Marketing, Vol. 70 (Oct.2006), 1-18
2. Bhattacharya C.B. & Sen Sankar (2004), "Doing Better at Doing Good: When, Why, and How consumer respond to corporate social initiatives" – California Management Review Vol. 47, No.1
3. Broomhill Ray (Assoc. Professor in Labour Studies, Australian Institute for Social Research, University of Adelaide) (2007), "Corporate Social Responsibility: Key Issues and Debates" – The Dunstan Papers Series No.1/2007
4. Carroll B. Archie (07 & 08/1991), "The pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organization Stakeholders" – Business Horizons
5. Hamner Burton – Hamner and Associates LLC (11/06/2010), "Integrating Market-Based Sustainability Indicators and Performance Management Systems" – Research for the Consorcio de Investigacion Economica y Social and the Universidad del Pacifico
6. Fernandez-Feijoo Souto Belen, Dra (Department of Finances and Accounting, Faculty of Economics and Business Administration, University of Vigo, Spain) (06/2009), "Crisis and Corporate Social Responsibility: Threat or Opportunity?" – International Journal of Economics Sciences and Applied Research
7. Kotler P. , Keller K.L., "Marketing Management, 13th edition", Pearson Edition
8. McDonald Lynette M., Dr & Rundle-Thiele Sharyn, Assoc. Prof. (2008), "Corporate Social Responsibility and ban customer satisfaction – a research agenda" – International Journal of Bank Marketing
9. Micharikopoulos Dimitris & Danalis Felina (2010), "Socially Responsible Investment – Current state of SRI practices and regulation in select E.U. countries Cyprus, Greece and the United Kingdom" - Institute of Social Innovation - http://www.csrservices.gr/files/SRI%20Report_ISI.pdf - 2010
10. Murray Alasdair (06/2003), "Corporate Social Responsibility in the E.U." – Centre for European Reform (CER)

11. Vassilakopoulou, A.I., Siomkos, G.J. and Mylonakis, J. (2005), "Clustering consumers according to their attitudes in corporate social responsibility" – Int. J. Business Governance and Ethics, Vol. 1, No. 4, pp. 317-328
12. Velasquez Manuel (1998), "Business Ethics, Concepts and Cases" – Prentice-Hall, Inc. Editions
13. Weiss, W. Joseph (2003), "Business Ethics, a stakeholder and Issues management approach, 3rd edition" –Thomson Editions
14. Wilson Therese (Senior Lecturer, Griffith Law School) (21/11/2008), "CSR and banks: the role that banks could and should play in addressing financial exclusion" - Brotherhood of St Laurence, Working for an Australia free of poverty
15. "Investigating Responsibly: A Financial Puzzle, The limited Scope of Sustainable Asset Management" (09/2010), S.O.M.O. (Centre for Research on Multinational Corporations) Paper
16. "The European Alliance for CSR Progress Review 2007" (4/3/2008), CSR Europe, BusinessEurope, UEAPME – European Commission
17. The European Union Green paper on CSR
18. Business Ethics, The Economist Newspaper LTD 2001
19. "CSR in the European Banking Sector: Evidence from a Sector Survey" (2004), RARE (EU's Sixth Framework Programme) – www.rare-eu.net
20. Ethical Banking – http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_banking
21. UN Global Compact - <http://www.unglobalcompact.org>
22. Equator Principles - <http://www.equator-principles.com>
23. "ISO Social Responsibility Standardization - An outline of the issues"(05/2004), International Institute for Sustainable Development – www.iisd.org
24. "Barking Up the Wrong Tree – Factors Influencing Customer Satisfaction in Retail Banking in the UK"- www.mori.com/polls/2001/nationwide.shtml
25. "A Big Deal? Corporate Social Responsibility and the Finance Sector in Europe" (12/2005) - CORE Coalition – www.corporate-responsibility.org
26. SA 8000 – www.wikipedia.org
27. ISO 9000 – www.wikipedia.org
28. ISO 14000 – www.wikipedia.org
29. United Nations Environment Programme – Financial Initiative – www.unepfi.org
30. "Timeline - CSR Milestones" - Centre for Excellence in CSR- <http://www.cim.org/csr/MenuPage.cfm?sections=67,139&menu=140>
31. The sustainable development timeline – www.iisd.org

32. "Working report on Social Responsibility" (30/4/2004), ISO Advisory Group on Social Responsibility
33. "SCRATCHING ON THE SURFACE OF SUSTAINABLE FINANCE, A Survey on Sustainable Finance Practices in Greece»,2006 - UNEP FI Central and Eastern European Task Force
34. "European SRI Study 2010", Eurosif,
<http://www.eurosif.org/research/eurosif-sri-study/2010>
35. S.A.I. (Social Accountability International) - www.sa-intl.org
36. www.wikipedia.org
37. www.globalreporting.org