



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

**Msc Διοίκηση & Διαχείριση Οικονομικών Μονάδων & Οργανισμών (ΔΔΟΜΟ) με κατεύθυνση στο
Στρατηγικό Management**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Οι κοινωνικές ευθύνες μιας πολυεθνικής επιχείρησης (ΜΝΕ) στο
σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον**

Μαρία Κ. Βερούτη

Επιβλέπουσα: Ελένη Πιτέλη

ΑΘΗΝΑ

Οκτώβριος 2018

Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη.....	4
Abstract	5
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή.....	7
Κεφάλαιο 2: Μεθοδολογία.....	10
Κεφάλαιο 3: Εννοιολογικό και Θεσμικό πλαίσιο της ΕΚΕ	11
3.1 Εννοιολογικό πλαίσιο.....	11
3.2 Ιστορική αναδρομή.....	15
3.3 Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο	16
3.4 Θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών.....	20
3.5 Κατηγορίες ΕΚΕ	23
3.5.1 Εσωτερική και εξωτερική ΕΚΕ.....	23
3.5.2 Στρατηγική, ηθική, ανθρωπιστική ΕΚΕ.....	25
Κεφάλαιο 4: Εφαρμογή της ΕΚΕ.....	26
4.1 Η ΕΚΕ στην πράξη.....	26
4.2 Δείκτες Απόδοσης ΕΚΕ	28
4.3 Εφαρμογή ΕΚΕ διεθνώς.....	29
4.4 Η εφαρμογή της ΕΚΕ στην Ελλάδα- Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής.....	29
Κεφάλαιο 5: Πιθανά απορρέοντα οφέλη και κριτική στην ΕΚΕ	33
5.1 Οφέλη απορρέοντα από την ΕΚΕ	33
5.2 Κριτική στην ΕΚΕ.....	36
Κεφάλαιο 6: Η περίπτωση της COCA COLA Τρία Έψιλον.....	39
6.1 Προφίλ εταιρείας.....	39
6.2 Ενδιαφερόμενα μέρη-ΕΚΕ.....	39
6.2.1 Εργαζόμενοι	40
6.2.2 Κοινωνία/τοπικές κοινότητες	45
6.2.3 Καταναλωτές.....	51
6.3 Κοινωνικός διάλογος με τους εταίρους (stakeholders)	52
6.4 Αξιολόγηση κοινωνικής συνεισφοράς Coca-Cola Τρία Έψιλον.....	53
6.5 Οριζόντιες πολιτικές της Coca-Cola Τρία Έψιλον.....	53
6.5.1 Πολιτική Ανθρώπινων Δικαιωμάτων	53
6.5.2 Βιώσιμη ανάπτυξη.....	55
6.5.3 Υγεία	61
6.6 Μη υπεύθυνες εταιρικά πρακτικές στην πορεία της Coca-Cola Τρία Έψιλον.....	62
6.6.1 Διαφημιστική εκστρατεία για την παχυσαρκία	63

6.6.2 Έρευνα σε μπουκάλια εμφιαλωμένου νερού.....	63
6.6.3 Απολύσεις στην Coca-Cola Τρία Έγυλον	64
6.6.4 Περιβάλλον.....	65
Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα και πεδία μελλοντικής έρευνας	67
Βιβλιογραφία και Διαδικτυακοί Τόποι.....	69
Συνομογραφίες.....	81
Κατάλογος εικόνων και πινάκων	82
Παράρτημα 1°	83
Παράρτημα 2°	91

Περίληψη

Στην παρούσα πτυχιακή επιχειρείται η εννοιολογική διερεύνηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και η συνοπτική περιγραφή του θεσμικού πλαισίου σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Στόχος της εργασίας είναι μέσα από την αποτύπωση της διαδικασίας εφαρμογής της κοινωνικής ευθύνης και των εργαλείων μέτρησής της, να γίνει κατανοητός ο ρόλος των επιχειρήσεων, κυρίως των πολυεθνικών και των ενδιαφερόμενων μερών και η μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Τα τελευταία χρόνια οι πολυεθνικές επιχειρήσεις επιδεικνύουν έντονη δραστηριότητα στον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα και με αυτόν τον τρόπο επιχειρούν να αναστρέψουν την κριτική που εισπράττουν για τις πρακτικές που χρησιμοποιούν τόσο στο εσωτερικό όσο στο εξωτερικό περιβάλλον τους.

Μέσα από την επισκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας, την έρευνα σε διαδικτυακές πηγές (δευτερογενής έρευνα) αλλά και την πραγματοποίηση μελέτης περίπτωσης πολυεθνικής επιχείρησης και τη διεξαγωγή συνεντεύξεων με στελέχη που έχουν ασχοληθεί με τη σύνταξη και εφαρμογή του εθνικού σχεδίου στρατηγικής για την εταιρική κοινωνική ευθύνη (πρωτογενής έρευνα) επιχειρείται να αναλυθούν τα οφέλη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αλλά και η κριτική που έχει ασκηθεί σε αυτή. Αξιοποιώντας το παράδειγμα της Coca-Cola Τρία Έψιλον μελετώνται οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές δράσεις μιας ευρέως διαδεδομένης πολυεθνικής επιχείρησης ώστε να απεικονιστεί ο τρόπος ένταξης των δράσεων αυτών στη συνολική της στρατηγική.

Η συμπερίληψη κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων στην στρατηγική της επιχείρησης βελτιώνει την εικόνα της και προσθέτει σε αυτή ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων, αναδεικνύει, επομένως πρακτικές βιώσιμης επιχειρηματικότητας που έχουν άμεσα οφέλη για την κοινωνία. Ωστόσο, πρέπει να διασφαλίζονται οι απαραίτητες συνθήκες διαφάνειας ώστε να αποφεύγεται καταχρηστική επίκληση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις. Είναι σημαντικό η εταιρική κοινωνική ευθύνη να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο και να μην αποτελεί συγκεκαλυμμένη διαφήμιση των επιχειρήσεων που την αξιοποιούν.

Abstract

In this study is attempted to investigate the concept of corporate social responsibility and describe the institutional framework at international and national level. This study aims at acknowledging the role of businesses, especially multinational, stakeholders and their interaction by describing the process of implementation and assessment of social responsibility. In recent years, multinational enterprises have shown strong activity in the social and environmental area so as to reverse the criticism they receive about their practices.

The study will focus on analyzing the benefits of the corporate social responsibility and its criticism via review of the relevant bibliography, article and research in online sources (secondary research) and the case study of a multinational enterprise, interviews with executives who have been involved in the drafting and implementing of the national strategy for corporate social responsibility (primary research) as well. Using the example of Coca-Cola Τρία Έψιλον, the social and environmental actions of such a widespread multinational enterprise are being analyzed to illustrate how to integrate these actions in its strategy.

Including social and environmental actions in company's strategy, improves its image and constitutes a competitive advantage. Corporate social responsibility, therefore, highlights practices of sustainable entrepreneurship which also benefits society. However, it must be ensured the necessary transparency conditions in order to avoid abusive reliance on corporate social responsibility by multinational enterprises. It is important that corporate social responsibility has meaningful content and is not a disguised advertising by enterprises.

Ευχαριστίες

Τις θερμότερες ευχαριστίες μου στην καθηγήτρια κα Πιτέλη για τις γνώσεις και την καθοδήγηση που μου προσέφερε ώστε να ολοκληρωθεί επιτυχώς η πτυχιακή εργασία μου, καθώς και στην οικογένειά μου για την κατανόηση που μου παρείχε.

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

Οι περισσότερες οικονομίες του δυτικού κόσμου στη σύγχρονη εποχή λειτουργούν βάσει των αρχών της ελεύθερης αγοράς με το κράτος να διαθέτει κυρίως εποπτικό- ρυθμιστικό ρόλο. Σε αυτό το πλαίσιο οι επιχειρήσεις διαθέτουν ευρύ πεδίο κινήσεων αναφορικά με την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και τις πολιτικές που ακολουθούν εντός και εκτός της εταιρείας. Οι πολυεθνικές εταιρείες κατά καιρούς έχουν εγείρει προβληματισμούς όσον αφορά τις πολιτικές απασχόλησης του ανθρώπινου δυναμικού τους καθώς και τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό τους αντίκτυπο. Γι αυτό, τα τελευταία χρόνια, ολοένα και περισσότεροι οργανισμοί και επιχειρήσεις, ιδιαίτερα πολυεθνικές επιδεικνύουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) προκειμένου να αντισταθμίσουν τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά βάρη που προκαλούν.

Η διεργασία της παγκοσμιοποίησης και της απελευθέρωσης των αγορών, με τα αμφισβητούμενα αποτελέσματά τους, η ανάγκη ύπαρξης ελάχιστων κανόνων λειτουργίας και ελέγχου, οι επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε ολοένα μεγαλύτερο φάσμα ενδιαφερόμενων μερών και κρατών καθώς και η αύξηση ευαισθησίας σε περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα λόγω της διαχρονικής επιδείνωσής τους, αποτέλεσαν τις βάσεις ώστε να διαμορφωθεί ένα θεσμικό πλαίσιο για την ΕΚΕ με αρκετά κοινά σημεία διεθνώς. Έτσι, αναπτύχθηκαν πρωτοβουλίες για την ΕΚΕ σε διεθνές, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο που προάγουν τη συστηματική συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Κοινή συνιστώσα των πρωτοβουλιών αυτών είναι ότι οι επιχειρήσεις αποτελούν μέρος της λύσης αναφορικά με τον αναφερόμενο αρνητικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό τους αντίκτυπο.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να περιγράψει την έννοια της ΕΚΕ, να εντοπίσει τις απαρχές της και να απεικονίσει την εξέλιξη και τον τρόπο αξιοποίησής της από τις εταιρείες, κυρίως τις πολυεθνικές. Στο πλαίσιο της ανάλυσης της έννοιας της ΕΚΕ γίνεται αναφορά στα πεδία δράσης των πολυεθνικών τόσο στο εσωτερικό της εταιρείας (πχ εργασιακό περιβάλλον, παροχή κινήτρων και διευκολύνσεων) όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον (κοινωνία, περιβάλλον) με στόχο να αναδειχθεί κατά πόσο έχουν μόνιμο ή ευκαιριακό χαρακτήρα και κατά πόσον έχουν ουσιαστικό ρόλο ή λειτουργούν προσχηματικά.

Η ΕΚΕ, αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο που αν αξιοποιηθεί με αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο μπορεί να συμβάλει στην εξισορρόπηση των ατελειών της αγοράς. Η ανάληψη σχετικών δράσεων, εκτός από τον θετικό αντίκτυπο που επιφέρει στην κοινωνία και το περιβάλλον, λειτουργεί και ως μέσο επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στη

σύγχρονη επιχειρηματική κοινότητα. Όταν οι δράσεις της είναι στοχευμένες και ενταγμένες στο ευρύτερο πλαίσιο της επιχειρηματικής στρατηγικής ως αναπόσπαστο τμήμα αυτής τότε καθιερώνουν αντίστοιχη πολιτική με μόνιμα χαρακτηριστικά και συνδιαμορφώνουν το προφίλ και την παρουσία της εταιρείας στο εθνικό και διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον.

Ο σχεδιασμός της έρευνας περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του ερευνητικού προβλήματος και των ερευνητικών στόχων, την αξιοποίηση συλλογής δεδομένων, την ανάλυση των στοιχείων και την εξαγωγή συμπερασμάτων. Η φύση της παρούσας μελέτης εμπεριέχει περιορισμούς (limitations) που σχετίζονται, κυρίως, με την ποιότητα των δημοσιευμένων στοιχείων τα οποία ενέχουν κάποιο βαθμό αμφιβολίας.

Όσον αφορά στην περιγραφή της γενικής μεθοδολογίας, μεθόδου και προσέγγισης της μελέτης, χρησιμοποιήθηκε, κυρίως, η ποιοτική έρευνα η οποία βασίζεται ως επί το πλείστον στην περιγραφή και την ερμηνεία, ενώ αξιοποιήθηκαν και ποσοτικά στοιχεία. Για τη μελέτη των κοινωνικών ευθυνών των πολυεθνικών επιχειρήσεων κρίθηκε σκόπιμο να πραγματοποιηθεί επισκόπηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας αλλά και πηγών στο διαδίκτυο (δευτερογενής έρευνα). Στη συνέχεια, προκειμένου να αναλυθούν σε βάθος οι διαστάσεις των κοινωνικών ευθυνών των πολυεθνικών μελετήθηκε η περίπτωση της Coca-Cola Τρία Έψιλον και πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με εθνικούς φορείς (πρωτογενής έρευνα).

Στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας αναλύεται η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνησή της και την εξαγωγή συμπερασμάτων. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η εννοιολογική και ιστορική εξέλιξη της κοινωνικής ευθύνης σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο καθώς και το θεσμικό πλαίσιο διεθνώς. Επίσης, γίνεται αναφορά στη θεωρία των ενδιαφερομένων μερών και επιχειρείται η κατηγοριοποίηση της ΕΚΕ σύμφωνα με τις βιβλιογραφικές πηγές.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στα βασικότερα βήματα που ακολουθεί μια επιχείρηση προκειμένου να προσεγγίσει με υπευθυνότητα την έννοια της ΕΚΕ και στον δείκτη μέτρησης απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της ΕΚΕ (CR Index). Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στην εφαρμογή της ΕΚΕ διεθνώς αλλά και στην Ελλάδα κάνοντας ιδιαίτερη μνεία στο Εθνικό Σχέδιο Στρατηγικής για την ΕΚΕ.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύονται τα πιθανά απορρέοντα οφέλη από την εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ για τις επιχειρήσεις, τους καταναλωτές και τους εργαζόμενους και ακολουθεί επιχειρηματολογία περί εργαλειοποίησης της ΕΚΕ για την προώθηση της εταιρικής φήμης.

Στο έκτο κεφάλαιο αναλύεται ως μελέτη περίπτωσης εφαρμογής προγραμμάτων κοινωνικής ευθύνης η Coca-Cola Τρία Έψιλον. Πιο συγκεκριμένα, παρατίθενται οι δράσεις της επιχείρησης που αναφέρονται στους εργαζόμενους, την κοινωνία και τους καταναλωτές και ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιείται ο κοινωνικός διάλογος με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders). Επίσης, αναλύονται δράσεις και πολιτικές της επιχείρησης αναφορικά με την πολιτική ανθρώπινων δικαιωμάτων, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την δημόσια υγεία. Στον αντίποδα, παρατίθενται κάποιες μη υπεύθυνες εταιρικά πρακτικές της επιχείρησης όπως η διαφημιστική εκστρατεία της επιχείρησης για την παχυσαρκία. Το έβδομο κεφάλαιο περιλαμβάνει γενικά συμπεράσματα που συνάγονται και πεδία πιθανής μελλοντικής έρευνας.

Κεφάλαιο 2: Μεθοδολογία

Σκοπός του κεφαλαίου είναι η παρουσίαση της έρευνας που πραγματοποιήθηκε για την μελέτη των κοινωνικών ευθυνών μια πολυεθνικής επιχείρησης στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Όσον αφορά στην περιγραφή της γενικής μεθοδολογίας, μεθόδου και προσέγγισης της μελέτης, χρησιμοποιήθηκε, κυρίως, η ποιοτική έρευνα η οποία βασίζεται ως επί τω πλείστον στην περιγραφή και την ερμηνεία. Η ποιοτική προσέγγιση που ακολουθήθηκε αποτελεί μια κατά βάση διερευνητική (explanatory) μέθοδο καθώς δε στοχεύει στη γενίκευση αλλά εξυπηρετεί την ευελιξία της ερευνητικής διαδικασίας.

Στόχος της ποιοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε δεν είναι μόνο η περιγραφή της ενσωμάτωσης της ΕΚΕ από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις αλλά η ολιστική κατανόηση της αξιοποίησής της από τις πολυεθνικές εστιάζοντας στο ευρύτερο πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται. Χαρακτηριστικό της ποιοτικής προσέγγισης είναι η ανάλυση κειμένων και στοιχείων.

Στο πλαίσιο της πρωτογενούς έρευνας παρουσιάστηκε μελέτη περίπτωσης (case study) της ευρέως διαδομένης πολυεθνικής εταιρείας Coca-Cola Τρία Έψιλον. Κατά την επεξεργασία της μελέτης αξιοποιήθηκαν και ποσοτικά στοιχεία τα οποία επικεντρώνονται σε αριθμητικά δεδομένα και μέτρηση θεωρητικών εννοιών τα οποία αντλήθηκαν από τον ιστότοπο της εταιρείας και κυρίως από την Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2017.

Επίσης πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με τον Γενικό Γραμματέα Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή κ. Αιωνίτη καθώς και με μέλος της ομάδας εργασίας για την εκπόνηση του σχεδίου στρατηγικής για την ΕΚΕ το 2014 κα. Γωγούλη ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα για την παρακολούθηση ενσωμάτωσης των κοινωνικών ευθυνών από τις επιχειρήσεις σε εθνικό επίπεδο. Ερωτηματολόγιο που καταρτίστηκε για την Coca-Cola Τρία Έψιλον δε συμπληρώθηκε από την εταιρεία αν και έγινε τηλεφωνική επικοινωνία και αποστολή του μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Στο πλαίσιο της δευτερογενούς έρευνας πραγματοποιήθηκε επισκόπηση σε ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, άρθρα, δημοσιευμένες εκθέσεις και χρήση πηγών από ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων (διαδίκτυο).

Κεφάλαιο 3: Εννοιολογικό και Θεσμικό πλαίσιο της ΕΚΕ

3.1 Εννοιολογικό πλαίσιο

Η ΕΚΕ αποτελεί σχετικά καινούρια έννοια η οποία εξελίσσεται συνεχώς συμπορευόμενη με τους προβληματισμούς και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η κοινωνία. Αρχικά, συνδέθηκε με τις μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις και σταδιακά έγινε αποδεκτή και από τις υπόλοιπες. Οι περισσότεροι ορισμοί περιγράφουν την ΕΚΕ ως την έννοια που συνίσταται στην ενσωμάτωση, σε εθελοντική βάση, θεμάτων κοινωνικής και περιβαλλοντικής μέριμνας, στις επιχειρηματικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων, καθώς και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.

Σε διεθνές επίπεδο, πολλοί φορείς δραστηριοποιούμενοι σε θέματα ΕΚΕ προσπαθούν να οριοθετήσουν την έννοια αυτή. Το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, κατά τη διεξαγωγή έρευνας με θέμα τον προσδιορισμό του όρου στο Βέλγιο και την Ολλανδία, όρισε ότι η ΕΚΕ είναι *«η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα θα βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, καθώς και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα»* (Watts & Holme, 1999). Το Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο ορίζει την ΕΚΕ ως *«εθελοντική δέσμευση των επιχειρήσεων για διαχείριση των δραστηριοτήτων τους με υπεύθυνο τρόπο»* (International Chamber of Commerce, 2008).

Η Παγκόσμια Τράπεζα ορίζει ότι η ΕΚΕ *«περιγράφει τις υποχρεώσεις της επιχείρησης, για τις οποίες θα είναι υπόλογη, σε όλους τους συμμετοχούς της, σε όλο το φάσμα των λειτουργιών και των δραστηριοτήτων. Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις εξετάζουν, όταν λαμβάνουν αποφάσεις, το πλήρες εύρος της επίδρασής τους στην τοπική κοινωνία, την ευρύτερη κοινωνία και το περιβάλλον, εξισορροπώντας, ταυτόχρονα, τις ανάγκες των συμμετόχων με την ανάγκη πραγματοποίησης κέρδους»* (Παπαδόπουλος & Κλειδόπουλος, 2009; Παπαδόπουλος, 2006, p. 124).

Σε ότι αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση, η ΕΚΕ έχει οριστεί ως *«έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη»* (Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2001), ενώ σε πρόσφατο κείμενο της Ευρωπαϊκής

Επιτροπής, ορίζεται ως «η ευθύνη των επιχειρήσεων για τον αντίκτυπο στην κοινωνία» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2011) και καλεί όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να συμμετέχουν ενεργά στην ανάληψη δεσμεύσεων, γύρω από θέματα της ΕΚΕ (Bhattacharya et al., 2011; Hopkins, 2004).

Στη βιβλιογραφία συναντάται επίσης ο ορισμός της ΕΚΕ ως «μορφή εταιρικής αυτοδέσμευσης ενσωματωμένης σε ένα επιχειρηματικό μοντέλο» (Wood, 1991) ενώ οι Siu, Zhang και Kwan υποστηρίζουν, ότι «η ΕΚΕ αποδεικνύεται ότι επηρεάζει την ταύτιση του καταναλωτή με την επιχείρηση. Οι πρωτοβουλίες κοινωνικής ευθύνης χτίζουν μια συγκεκριμένη εταιρική ταυτότητα που συνδέει μια επιχείρηση με μια εικόνα ανταπόκρισης, ως προς τις ανάγκες της κοινωνίας, με στόχο τη συνεχή επιβίωσή της. Όταν οι πρωτοβουλίες ΕΚΕ μιας εταιρείας φαίνεται να συμπλέουν με τις αντιλήψεις των καταναλωτών, η ταύτιση ανάμεσα στον καταναλωτή είναι ισχυρότερη και οι καταναλωτές υποστηρίζουν την εταιρεία περισσότερο. Ακαδημαϊκές έρευνες έδειξαν, ότι οι καταναλωτές δέχονται ευκολότερα αρνητικές πληροφορίες από εταιρείες που θεωρούνται κοινωνικά υπεύθυνες» (Siu et al., 2014, p. 88).

Η σύγχρονη εννοιολόγηση της ΕΚΕ βασίζεται στην «Πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» (“Pyramid of Corporate Social Responsibility”) (βλ. εικ. 1). Ο Archie Carroll, θεωρεί την ΕΚΕ ως μια σύνθεση που αφορά τέσσερις διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας των κοινωνικών σχέσεων (Carroll, 1979, 1991):

- Οικονομικές προσδοκίες: Ο τομέας αυτός αποτελεί το θεμέλιο πάνω στο οποίο στηρίζονται οι άλλοι τρεις. Οι επιχειρήσεις έχουν συσταθεί με κύριο μέλημα την ορθή λειτουργία τους ως οικονομικές μονάδες στην κοινωνία και την παραμονή τους στον επιχειρηματικό χώρο. Η ικανοποίηση των οικονομικών στόχων δια της μεγιστοποίησης του οικονομικού οφέλους αποτελεί πρωταρχική επιδίωξη των επιχειρήσεων. Ταυτόχρονα, παρέχουν επενδύσεις, δημιουργούν θέσεις εργασίας και αυξάνουν τα δημόσια έσοδα μέσω της φορολογίας. Οι μέτοχοι αποζητούν εύλογο κέρδος, οι εργαζόμενοι ασφαλή και δίκαια αμειβόμενη εργασία και οι πελάτες προϊόντα και υπηρεσίες καλής ποιότητας σε χαμηλή τιμή.
- Νομικές προσδοκίες: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να τηρούν το νομικό και κανονιστικό πλαίσιο ώστε να είναι κοινωνικά υπεύθυνες.
- Ηθικές προσδοκίες: Οι ηθικές ευθύνες απορρέουν απ’ ότι αναμένει η κοινωνία πέρα από τις οικονομικές και νομικές προσδοκίες. Οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν τις έννοιες του δίκαιου και του σωστού στη δράση τους ακόμα και όταν δεν είναι υποχρεωμένες από το κανονιστικό πλαίσιο.

- Φιλανθρωπικές προσδοκίες: Αυτή η πτυχή της ΕΚΕ περιλαμβάνει ζητήματα που σχετίζονται με την ποιότητα ζωής όπως δωρεές σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, υποδομές και δραστηριότητες αναψυχής για τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους, υποστήριξη τοπικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, χορηγία αθλητικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων. Σύμφωνα με τον Carroll, οι φιλανθρωπικές δραστηριότητες είναι απλώς επιθυμητές από τις επιχειρήσεις.



Εικόνα 1. Η πυραμίδα της ΕΚΕ. Πηγή: Carroll, 1996

Η έννοια της ΕΚΕ είναι ιδιαίτερα πολυσύνθετη και πολυδιάστατη λόγω της ευρύτητας των θεμάτων που περικλείει. Αν και είναι ευρέως διαδεδομένη στον δημόσιο διάλογο, δεν υπάρχει ένας διεθνώς καθιερωμένος όρος για την ΕΚΕ και χρησιμοποιούνται έννοιες όπως Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, Social Responsibility, Social Responsiveness, Corporate Responsibility. Η ποικιλομορφία αυτή οφείλεται στις διαφορετικές παραδόσεις κάθε γεωγραφικής περιοχής, τη διαφορετική κουλτούρα και ιστορική διαδρομή και στο διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης των κρατών και των επιχειρήσεων (CSR Hellas, 2018).

Προχωρώντας σε μια σύντομη καταγραφή των ορισμών στις διάφορες χώρες, παρατηρείται ότι στις αγγλοσαξονικές χώρες δίνεται έμφαση στο ιδιοκτησιακό καθεστώς τους ενώ σε άλλες χώρες όπως Ηπειρωτική Ευρώπη, Ιαπωνία, Λατινικές χώρες, Ασία η ΕΚΕ ενσωματώνεται στο πρότυπο επιχειρηματικότητας που παραδοσιακά υπάρχει. Κοινή συνισταμένη αποτελεί ο

εθελοντικός χαρακτήρας της και το γεγονός ότι αποτελεί στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι περιστασιακή επιλογή (Αρναούτογλου, 2015; Ηρακλέους, 2004).

Στην Ολλανδία, για παράδειγμα, η ΕΚΕ αποτελεί τη δέσμευση της ηγεσίας μιας επιχείρησης σε θεμελιώδεις αξίες και την αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών με την υιοθέτηση της Σύμβασης του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ) (Holme & Watts, 2003; Σμυρνής, 2016).

Στις ΗΠΑ «ΕΚΕ σημαίνει να αναλαμβάνεις την προσωπική ευθύνη για τις πράξεις σου και τις συνέπειες που έχουν αυτές στην κοινωνία. Εργαζόμενοι και εταιρείες οφείλουν να περάσουν μια φάση προσωπικής αλλαγής, να επανεξετάσουν τους ρόλους και τις ευθύνες τους και να ενισχύσουν την ικανότητα αντίληψης των ευθυνών τους» (Παλαιολόγος, 2013; Holme & Watts, 2003). Στη Βραζιλία, η ΕΚΕ αποτελεί τη δέσμευση των επιχειρήσεων για ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης, σεβασμό των εργαζομένων με παράλληλη συμμετοχή στη βελτίωση των ικανοτήτων τους, προστασία του περιβάλλοντος και δημιουργία του κατάλληλου πλαισίου στο οποίο θα μπορούν να ευημερούν οι «ηθικές» επιχειρήσεις (Ασπρίδης, 2015; Σμυρνής, 2016).

Στην Κίνα, οι δράσεις της ΕΚΕ αφορούν στην υπεύθυνη επιχειρηματικότητα που στηρίζεται στο τρίπτυχο οικονομική ανάπτυξη, κοινωνική συνεισφορά, προστασία περιβάλλοντος ενώ τα συστήματα αξιολόγησής της βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο (Dongmin, 2012). Στην Ινδία, όπου η επιχειρηματική δραστηριότητα στηρίζεται κυρίως σε οικογενειακές επιχειρήσεις η ΕΚΕ έχει στόχο κυρίως τη σωστή εκπαίδευση και την κοινωνική ευημερία. Τόσο στην Κίνα όσο και στην Ινδία, τα συστήματα αξιολόγησης είναι εξαιρετικά αδύναμα έως ανύπαρκτα ενώ ο νομικός έλεγχος ανεπαρκής (Kansal et al., 2014).

Από τους ορισμούς αυτούς συνάγεται ότι ανεξάρτητα από την προέλευσή της, η ΕΚΕ είναι μια διαρκής αυτοδέσμευση των ίδιων των επιχειρήσεων που αφορά οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα και απευθύνεται στο εσωτερικό και στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Εντάσσεται στο ευρύτερο στρατηγικό επιχειρηματικό μοντέλο και έχει ως στόχο την βιώσιμη και υπεύθυνη ανάπτυξη της επιχείρησης μέσα από την ενσωμάτωση μέρους του κόστους των εξωτερικών επιβαρύνσεων που προκαλεί η λειτουργία των επιχειρήσεων στην κοινωνία (CSR Hellas, 2018).

Ως εθελοντική αυτοδέσμευση η ΕΚΕ πραγματοποιείται μέσω πρωτοβουλιών και δράσεων για την εξισορρόπηση των επιβαρύνσεων αυτών πέρα από τις νομοθετικά προβλεπόμενες

υποχρεώσεις τους αντιμετωπίζοντας προβλήματα που δεν έχει προβλέψει ο κοινός νομοθέτης. Οι εταιρείες οφείλουν να συνεισφέρουν στην ανακούφιση των πληθυσμών των περιοχών, όπου αναπτύσσουν τις δραστηριότητές τους. Ωστόσο οι χορηγίες και οι φιλανθρωπίες δε θα πρέπει να σχετίζονται με το marketing (Bruch & Walter, 2006; Kottler & Lee, 2009). Η ΕΚΕ αποτελεί μορφή επένδυσης στην εμπιστοσύνη των εμπλεκόμενων στις επιχειρήσεις, προϋποθέτει διαφάνεια και συνεχή και εποικοδομητικό διάλογο και διαμορφώνει τις επιχειρηματικές στρατηγικές με τρόπο ώστε να δημιουργείται προστιθέμενη αξία με μακροπρόθεσμη προοπτική στην επιχείρηση.

3.2 Ιστορική αναδρομή

Οι ρίζες της ΕΚΕ βρίσκονται στις έννοιες της φιλανθρωπίας και της χορηγίας. Απαρχή για την ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών εκ μέρους των επιχειρήσεων, αποτελεί η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19^{ου} αιώνα όπου η κοινωνική συμβολή των επιχειρήσεων εκφραζόταν με τρόπους όπως η παροχή κατοικίας στους εργαζομένους. Όπως παρουσιάζεται αναλυτικά στο Παράρτημα 1^ο η εξέλιξη της ΕΚΕ, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα και κυρίως από τη Μαύρη Πέμπτη του 1929 θεσπίστηκε το νομικό πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων και άρχισε να αναπτύσσεται η έννοια του κράτους πρόνοιας. Μετά τον Β παγκόσμιο πόλεμο, αυξήθηκε η επίδραση των πολυεθνικών εταιρειών στην κοινωνία και επικράτησε η ιδέα ότι αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή πλούτου για τους μετόχους τους (the business of business is business) πράγμα που ανέδειξε την προβληματική των σχέσεων επιχείρησης- κοινωνίας (Carroll, 2007; Gail & Nowak, 2006).

Στη συνέχεια, με την έλευση της παγκοσμιοποίησης, την απελευθέρωση των αγορών, την επέκταση της τεχνολογικής εξέλιξης αυξήθηκε η ευαισθησία σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα με αποτέλεσμα να αποτελεί επιτακτική ανάγκη να ενσωματωθεί η κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Κατά τη δεκαετία του 1960, η ΕΚΕ, στις ΗΠΑ, ταυτίστηκε με τις πολιτικές εκείνες που θα διασφάλιζαν την οικονομική και την κοινωνική ευημερία και στα τέλη της δεκαετίας του 1970 ψηφίσθηκαν οι πρώτες ρυθμίσεις. Κατά τη δεκαετία του 1990 η δημοσιοποίηση σκανδάλων στο χώρο των επιχειρήσεων είχε ως αποτέλεσμα πολλοί διεθνείς οργανισμοί να ασχοληθούν με τον θεσμό της ΕΚΕ.

Έτσι, το 1996, δημιουργήθηκε το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Corporate Social Responsibility (CSR) και το 2000, δημιουργήθηκε, μετά από πρωτοβουλία του τότε Γ.Γ. του ΟΗΕ, ένα Οικουμενικό Σύμφωνο με σκοπό να ενώσει τις προσπάθειες των επιχειρήσεων και όλων των εμπλεκόμενων φορέων να προωθήσουν την ΕΚΕ (Βαξεβανίδου, 2011; Θανόπουλος, 2009; Ferguson, 2008). Το 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε την Πράσινη Βίβλο με σκοπό την προαγωγή ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ ενώ το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο με ψηφίσματά του, το 2002 και το 2003, συνέβαλε στη συζήτηση. Το έτος 2004 ανακηρύχθηκε ως Ευρωπαϊκό Έτος για την ΕΚΕ, με στόχο την ευρύτερη δυνατή διάδοση της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις της Ευρώπης και το 2007, Ευρωπαϊκό Έτος για την ισότητα των ευκαιριών. Το 2014 ψηφίστηκε η Οδηγία 2013/34/ΕΕ για τη δημοσίευση μη-χρηματοοικονομικών πληροφοριών από Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

3.3 Διεθνές Θεσμικό Πλαίσιο

Το πλαίσιο λειτουργίας της ΕΚΕ είναι ιδιαίτερα περίπλοκο καθώς δεν έχει διαμορφωθεί ενιαίο θεσμικό πλαίσιο αλλά υπάρχουν μόνο επιμέρους ρυθμίσεις. Οι κατευθύνσεις και οι συμβάσεις διεθνώς που σχετίζονται με την ΕΚΕ προέρχονται από Διεθνείς Οργανισμούς και αναγνωρίζονται από κυβερνήσεις και φορείς. Η ΕΕ, παράλληλα, ανέπτυξε Οδηγίες και στρατηγικές που έχουν ενσωματωθεί από τα κράτη-μέλη. Έχοντας ως βάση το ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο και τις διεθνείς κατευθύνσεις, η Ελλάδα δημιούργησε νομοθετήματα σχετικά με διάφορες πτυχές της ΕΚΕ¹.

Η Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρώπινων Δικαιωμάτων του ΟΗΕ που υιοθετήθηκε το 1948 περιγράφει ευρέως τα ανθρώπινα δικαιώματα (ασφάλεια, ελευθερία, απαγόρευση βασανιστηρίων, σεβασμός ιδιωτικής ζωής) σε πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Παρόλο που δεν πρόκειται για νομικά δεσμευτικό κείμενο έγινε βάση για δύο νομικές συνθήκες, το Διεθνές Σύμφωνο για τα Ατομικά και Πολιτικά Δικαιώματα και το Διεθνές Σύμφωνο για τα Οικονομικά, Κοινωνικά και Πολιτιστικά Δικαιώματα.

Το κείμενο του Διεθνούς Συμφώνου για τα Ατομικά και Πολιτικά δικαιώματα² αναφέρεται, μεταξύ άλλων, στην υποχρέωση των κρατών να εξασφαλίζουν το δικαίωμα στη ζωή (άρθρο 6), την απαγόρευση βασανιστηρίων (άρθρο 7), δουλείας (άρθρο 8), φυλάκισης λόγω

¹ Βλ. <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=5184>

² Υιοθετήθηκε το 1966 και τέθηκε σε ισχύ 23 Μαρτίου 1976. Έχει κυρωθεί από 167 χώρες, ενώ στην Ελλάδα κυρώθηκε στις 26 Φεβρουαρίου του 1997 με τον ν. 2462/97

αδυναμίας εκπλήρωσης συμβατικών υποχρεώσεων (άρθρο 11), στο δικαίωμα αναγνώρισης της νομικής προσωπικότητας κάθε προσώπου (άρθρο 16), την αναγνώριση του δικαιώματος στην ελευθερία σκέψης, συνείδησης και θρησκείας (άρθρο 18) χωρίς τη δυνατότητα εφαρμογής καμίας μορφής διάκριση και χωρίς να επιτρέπεται καμία παρέκκλιση. Το κείμενο του Διεθνούς Συμφώνου για τα Οικονομικά, Κοινωνικά και Πολιτιστικά Δικαιώματα κατοχυρώνει, μεταξύ άλλων το δικαίωμα κάθε προσώπου να απολαμβάνει δίκαιους και ευνοϊκούς όρους εργασίας χωρίς καμία διάκριση (άρθρο 7)³.

Η Σύμβαση για τα δικαιώματα του παιδιού το 1989, στο άρθρο 32, κατοχυρώνει το δικαίωμα του παιδιού να προστατεύεται από την οικονομική εκμετάλλευση και από την εκτέλεση οποιασδήποτε εργασίας ενέχει κινδύνους ή μπορεί να εκθέσει σε κίνδυνο την εκπαίδευσή του ή να βλάψει την υγεία του ή τη σωματική, πνευματική, ψυχική, ηθική ή κοινωνική ανάπτυξή του. Επίσης, ορίζει κατώτατο όριο ηλικίας για επαγγελματική απασχόληση προβλέποντας παράλληλα κυρώσεις σε περιπτώσεις παράβασης.

Η Διεθνής Σύμβαση για την προστασία των δικαιωμάτων όλων των μεταναστών εργαζομένων και των μελών των οικογενειών τους του 1990, η Διεθνής Σύμβαση για την Κατάργηση κάθε Μορφής Φυλετικών Διακρίσεων του 1966⁴, η Σύμβαση για την εξάλειψη όλων των μορφών διακρίσεων κατά των γυναικών του 1979⁵, η Σύμβαση κατά των βασανιστηρίων και άλλης σκληρής, απάνθρωπής και ταπεινωτικής μεταχείρισης ή τιμωρίας του 1984⁶, η Σύμβαση για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία του 2006⁷ συμπληρώνουν τον μηχανισμό προστασίας των δικαιωμάτων του ανθρώπου.

³ Υιοθετήθηκε το 1966 και τέθηκε σε ισχύ στις 3 Ιανουαρίου του 1976. Έχει κυρωθεί από 160 χώρες, ενώ στην Ελλάδα κυρώθηκε στις 26 Φεβρουαρίου του 1997 με τον ν. 1532/1985. Σύμφωνα με το άρθρο 7 του Διεθνούς Συμφώνου για τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα, τα συμβαλλόμενα κράτη αναγνωρίζουν το δικαίωμα κάθε προσώπου να απολαμβάνει δίκαιους και ευνοϊκούς όρους εργασίας οι οποίοι εξασφαλίζουν ειδικότερα: α) Αμοιβή που παρέχει σε όλους τους εργαζόμενους, σαν ελάχιστο όριο: Ι) Ένα μισθό δίκαιο και αμοιβή ίση με την αξία της εργασίας χωρίς καμία διάκριση. Ειδικότερα οι γυναίκες πρέπει να έχουν την εγγύηση ότι οι προσφερόμενοι σ' αυτές όροι εργασίας δεν είναι κατώτεροι από εκείνους που απολαμβάνουν οι άντρες και να λαμβάνουν την ίδια όπως και αυτοί αμοιβή για την ίδια εργασία. ΙΙ) Διαβίωση αξιοπρεπή για τους ίδιους και για τις οικογένειες τους, σύμφωνα με τις διατάξεις του Συμφώνου αυτού. β) Ασφαλείς και υγιεινές συνθήκες εργασίας. γ) Την ίδια δυνατότητα για όλους για την προαγωγή στην εργασία τους στην ανώτερη κατηγορία που τους προσήκει αφού ληφθεί υπόψη στην περίπτωση αυτή μόνο ο χρόνος εργασίας και η ικανότητα. δ) Την ανάπαυση, άνεση, λογικό περιορισμό της διάρκειας της εργασίας στις περιοδικές άδειες με αποδοχές καθώς και την καταβολή των ημερών αργίας. Βλ. Νάσκου-Περράκη, 2008, Αλιπράντης, 2005.

⁴ Υιοθετήθηκε το 1966 και τέθηκε σε ισχύ στις 4 Ιανουαρίου του 1969. Έχει κυρωθεί από 175 χώρες ενώ στην Ελλάδα κυρώθηκε με το Ν.Δ. 949/1970

⁵ Υιοθετήθηκε το 1979 και τέθηκε σε ισχύ στις 3 Σεπτεμβρίου 1981. Έχει κυρωθεί από 187 χώρες ενώ στην Ελλάδα κυρώθηκε με το Ν. 1342/1983

⁶ Υιοθετήθηκε το 1984 και τέθηκε σε ισχύ στις 26 Ιουνίου 1987. Έχει κυρωθεί από 150 χώρες ενώ στην Ελλάδα κυρώθηκε με το Ν. 1782/1988

Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις (ΠΕΕ) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη στήριξη μιας κοινωνικώς υπεύθυνης εταιρικής συμπεριφοράς στο πλαίσιο των παγκόσμιων αγορών εργασίας. Το 1976 ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) εκδίδει τις Κατευθυντήριες Οδηγίες για Πολυεθνικές Επιχειρήσεις (αναθεώρηση το 2000), που είναι ένα σύνολο συστάσεων για τις επιχειρήσεις σε μορφή εγχειριδίου, οι οποίες αφορούν τις καλές επιχειρηματικές πρακτικές σε εθελοντικό επίπεδο (Κυπριακό Δίκτυο για την ΕΚΕ, 2018).

Στην ανάπτυξη της ΕΚΕ συμβάλει ιδιαίτερα ο ΟΗΕ με το Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact) και η ΔΟΕ με την Τριμερή Διακήρυξη Αρχών που αφορούν τις ΠΕΕ και την κοινωνική πολιτική (Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy). Πρόκειται για συστάσεις μη δεσμευτικού χαρακτήρα σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις εργασιακές και εταιρικές σχέσεις, τις πολιτικές προστασίας του περιβάλλοντος, την προστασία των καταναλωτών, την τεχνολογική ανάπτυξη, απευθυνόμενες στις ΠΕΕ οι οποίες έχουν συμφωνήσει να τις τηρούν σε όποια χώρα ασκούν τη δραστηριότητά τους.

Στην Τριμερή Διακήρυξη, η οποία συντάχθηκε το 1977 από το Διεθνές Γραφείο Εργασίας και αναθεωρήθηκε το 2000 υπό το φως της διακήρυξης του 1998 της ΔΟΕ για τις θεμελιώδεις αρχές και δικαιώματα στην εργασία, καθορίζεται μια σειρά συστάσεων συμπεριφοράς για τις ΠΕΕ, τους υπαλλήλους και τις κυβερνήσεις με έμφαση σε ζητήματα όπως η προώθηση της απασχόλησης, οι ίσες ευκαιρίες, οι συνθήκες εργασίας, η υγεία, η ασφάλεια και οι εργασιακές σχέσεις (Κυπριακό Δίκτυο για την ΕΚΕ, 2018).

Η ΔΟΕ αναγνωρίζει τη συνεισφορά των ΠΕΕ στην ανάπτυξη της οικονομίας των χωρών αλλά και διεθνώς. Οι ΠΕΕ μπορούν να επιφέρουν οφέλη τόσο στις χώρες προέλευσης όσο και στις χώρες που τις φιλοξενούν μέσω της βελτίωσης των συνθηκών διαβίωσης, της μεταφοράς τεχνολογίας και τεχνογνωσίας κλπ. Σκοπός της διακήρυξης είναι η ενθάρρυνση της θετικής αυτής συνεισφοράς στην οικονομική και κοινωνική πρόοδο και η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων των δράσεών τους.

Κατά τη διάρκεια του Οικονομικού forum του Νταβός το 1999 διατυπώθηκε το Οικουμενικό Σύμφωνο, μια ιδέα του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ, Kofi Annan που πραγματοποιήθηκε το

⁷ Υιοθετήθηκε το 2006 και τέθηκε σε ισχύ στις 3 Μαΐου του 2008. Έχει κυρωθεί από 110 χώρες συμπεριλαμβανομένης της Ευρωπαϊκής Ένωσης η οποία την κύρωσε στις 5 Ιανουαρίου του 2011. Πρόκειται για την πρώτη συνθήκη για τα ανθρώπινα δικαιώματα που κυρώνεται από την ΕΕ.

2000, όπου πολυεθνικές επιχειρήσεις προσυπέγραψαν την πρωτοβουλία του ΟΗΕ⁸. Ο Γενικός Γραμματέας του ΟΗΕ κάλεσε τους επιχειρηματίες να γίνουν μέλη ενός οικουμενικού συμφώνου που θα μοιράζεται κοινές αρχές και αξίες και θα ενισχύσει τον κοινωνικό χαρακτήρα των επιχειρήσεων παγκοσμίως. Έτσι, διατυπώθηκαν 10 αρχές που πηγάζουν από την Οικουμενική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου (1948), τη Διακήρυξη του Ρίο για το περιβάλλον και την ανάπτυξη (1992), τις θεμελιώδεις αρχές και τα δικαιώματα στην εργασία της ΔΟΕ (1998) και τη Διεθνή Σύμβαση του ΟΗΕ ενάντια στη διαφθορά (2003) (Sagafi-Nejad & Dunning, 2008)⁹.

Οι συμμετέχοντες στο Σύμφωνο υποβάλουν αναφορά ως προς την πρόοδο που έχουν σημειώσει αναφορικά με την εφαρμογή των 10 αρχών και τη συμμετοχή τους σε συμπράξεις για την υποστήριξη των αναπτυξιακών στόχων του ΟΗΕ. Ο απολογισμός (Communication on Progress -COP), είναι μια αναφορά προς τα ενδιαφερόμενα μέρη (καταναλωτές, εργαζόμενοι, εργατικά σωματεία, μέτοχοι, ΜΜΕ, κυβερνητικοί φορείς, κτλ) σε σχέση με την πρόοδο που έχει σημειώσει η επιχείρηση εφαρμόζοντας το Οικουμενικό Σύμφωνο στις εταιρικές της δραστηριότητες¹⁰.

⁸ Στο Οικουμενικό Σύμφωνο συμμετέχουν περισσότερες από 4.700 επιχειρήσεις και 1.300 μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που δραστηριοποιούνται σε πάνω από 130 χώρες (Βλ. United Nations Global Compact, 2018)

⁹ Οι δέκα αρχές του Συμφώνου είναι οι παρακάτω: Ανθρώπινα Δικαιώματα

Αρχή 1η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Αρχή 2η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι οι δικές τους δραστηριότητες δεν εμπλέκονται σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Εργασία

Αρχή 3η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος της συλλογικής διαπραγματεύσεως

Αρχή 4η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.

Αρχή 5η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας.

Αρχή 6η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων στις προσλήψεις και την απασχόληση⁵⁶.

Περιβάλλον

Αρχή 7η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ακολουθούν προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις.

Αρχή 8η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.

Αρχή 9η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση τεχνολογιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον.

Διαφθορά

Αρχή 10η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένου του εκβιασμού και της δωροδοκίας.

¹⁰ Βλ. Επίσημη ιστοσελίδα του Οικουμενικού Συμφώνου (Global Compact) του Ο.Η.Ε.

<http://www.unglobalcompact.org/Languages/Greek/index.html> .

Το 2000 υιοθετήθηκαν οι κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ για τις ΠΕΕ οι οποίες αποτελούν συστάσεις που απευθύνονται από τις κυβερνήσεις στις ΠΕΕ. Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές, οι ΠΕΕ πρέπει να συμβάλλουν στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική πρόοδο με σκοπό την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης και τον σεβασμό των δικαιωμάτων όσων επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους, σύμφωνα με τις δεσμεύσεις της φιλοξενούσας κυβέρνησης. Ειδικότερα, στον κοινωνικό τομέα, οι κατευθυντήριες γραμμές συστήνουν την ανάληψη δεσμεύσεων από τις ΠΕΕ σύμφωνα με τις θεμελιώδεις συμβάσεις της ΔΟΕ, αναφέροντας ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να σέβονται το δικαίωμα εκπροσώπησης των εργαζομένων από εργατικά συνδικάτα, να συμβάλλουν στην κατάργηση της παιδικής εργασίας και στην εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής εργασίας όπως αναφέρεται σε κείμενο της Επιτροπής Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων για την προαγωγή βασικών κανόνων εργασίας και βελτίωση της κοινωνικής διαχείρισης στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης (Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2001).

Τον Οκτώβριο του 2010 η «ανανεωμένη στρατηγική της ΕΕ 2011-14 για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» ξεκίνησε με μια ευρύτερη θεώρηση της ΕΚΕ αποκλειστικά εστιασμένη στις δεσμεύσεις των εταιρειών και ταυτόχρονα, περιέλαβε καινούργια πρότυπα ΕΚΕ όπως το ISO 26000 και την Πρωτοβουλία Οικουμενικού Συμφώνου. Οι επιχειρήσεις ενθαρρύνονται να υιοθετήσουν μια μακροπρόθεσμη, στρατηγική προσέγγιση προς την ΕΚΕ και να εξετάσουν τις ευκαιρίες ανάπτυξης καινοτόμων εταιρικών μοντέλων που μπορούν να συνεισφέρουν στην κοινωνική ευημερία. Στόχοι των επιχειρήσεων τίθενται αφενός, η δημιουργία αμοιβαίας αξίας για τους ιδιοκτήτες/μετόχους τους και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, αφετέρου, ο εντοπισμός και μετριασμός των ενδεχόμενων αρνητικών τους επιπτώσεων (Κυπριακό Δίκτυο για την ΕΚΕ, 2018).

3.4 Θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών

Η εξέλιξη της αυξανόμενης ευθύνης της επιχείρησης προς την κοινωνία, οδήγησε στην κυριότερη θεωρία πάνω στην οποία στηρίζεται η ΕΚΕ, τη θεωρία των ενδιαφερομένων μερών (Freeman, 1984.). Η θεωρία αυτή έχει ως άξονα τη μετατόπιση του κέντρου βάρους της επιχείρησης που έχει ως αρχή τη μεγιστοποίηση του κέρδους από την επιδίωξη της εξυπηρέτησης των συμφερόντων των μετόχων (shareholders) στη συμπερίληψη στην επιχειρηματική στρατηγική των συμφερόντων και άλλων φορέων (stakeholders) πέρα από αυτά των μετόχων (Donaldson & Preston, 1995). Η επιχείρηση, εκλαμβάνεται, έτσι, ως μία

νομική οντότητα που λειτουργεί με βάση το οικονομικό όφελος αλλά αποδέχεται και τις ανάλογες κοινωνικές ευθύνες.

Η έννοια της ΕΚΕ περικλείει την ευθύνη κάθε επιχείρησης ή οργανισμού απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη τα οποία επηρεάζει ή επηρεάζεται από αυτά κατά τη άσκηση της επιχειρηματικής της δραστηριότητας. Οι δράσεις της επιχείρησης και των ενδιαφερομένων μερών λειτουργούν σε ένα πλαίσιο αλληλεπίδρασης. Προκειμένου να ενσωματωθεί πλήρως η ΕΚΕ στην επιχειρηματική στρατηγική, πρέπει να εμπεδωθεί η σχέση της επιχείρησης με τα ενδιαφερόμενα μέρη από τους υπεύθυνους διαχείρισής της οι οποίοι είναι επιφορτισμένοι με την ευθύνη θέσπισης προτεραιοτήτων αναφορικά με τα συμφέροντα των ενδιαφερομένων μερών, κατορθώνοντας, ταυτόχρονα, να διατηρούν την κερδοφορία της επιχείρησης (CSR index, 2018).

Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση. Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι δανειστές (τράπεζες), ενώ έμμεσα ενδιαφερόμενοι είναι το κράτος, οι τοπικές κοινωνίες, οι ομάδες πίεσης. Η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών αναπτύσσει ένα πλαίσιο διαλόγου μεταξύ της επιχείρησης και των ενδιαφερομένων μερών (άμεσων και έμμεσων) ώστε να καθοριστεί η δράση της αναφορικά με την ΕΚΕ (Αναλυτής, 2007; Booth, 2009).

Τα ενδιαφερόμενα μέρη αντιπροσωπεύουν, λοιπόν, μια ευρεία ομάδα ατόμων που αποτελούν τον συνδεδετικό κρίκο μεταξύ των στόχων της επιχείρησης και των προσδοκιών της κοινωνίας από αυτήν. Μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες (BIKIBIBΛία, 2018) :

1. **Οργανωτικά** (εσωτερικά ως προς την εταιρεία): εργαζόμενοι, διοικητικά στελέχη, σύλλογοι, μέτοχοι
2. **Οικονομικά** (εξωτερικά ως προς την εταιρεία): πελάτες, πιστωτές, διανομείς, προμηθευτές
3. **Κοινωνικά** (εξωτερικά ως προς την εταιρεία): κοινότητες, κυβέρνηση, μη κερδοσκοπικοί φορείς (Αναλυτής, 2007; Booth, 2009)

Η επιχείρηση εξασφαλίζει τις απαραίτητες συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας για τους εργαζομένους της και ίσες ευκαιρίες κατά τη διαδικασία πρόσληψης, κατάρτισης, επαγγελματικής εξέλιξης ανεξαρτήτως φύλου, εθνικότητας, ηλικίας, σεξουαλικού προσανατολισμού κλπ. Ιδιαίτερη σημασία έχει η παροχή δυνατοτήτων κατάρτισης και κινήτρων συμμετοχής των εργαζομένων στην εταιρική διακυβέρνηση, η παροχή προγραμμάτων προληπτικού ελέγχου υγείας, η ευθυγράμμιση με τα αναγνωρισμένα

εργασιακά πρότυπα σε όλα τα μέρη που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, η προώθηση πολιτικών που στοχεύουν στην ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, η εφαρμογή ελαστικού ωραρίου με δυνατότητα εργασίας από το σπίτι (Carroll, 2007; Kolter, 2009).

Η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση μπορεί να έχει γνώση της τοποθεσίας των προμηθευτών της και των συνθηκών παραγωγής των προϊόντων της ώστε να είναι σε θέση να λαμβάνει γνώση για την τήρηση των συνθηκών εργασίας. Επίσης, ενθαρρύνει τους προμηθευτές και τους συνεργάτες της να εφαρμόζουν πολιτικές κοινωνικής ευθύνης και μπορεί να επιλέγει να συνεργάζεται με εκείνους που τηρούν κοινά αποδεκτά πρότυπα σε τομείς όπως η προστασία των ανθρώπινων δικαιωμάτων και του περιβάλλοντος, η υγεία και η ασφάλεια των εργαζομένων (Carroll, 2007; Kolter, 2009). Με τον τρόπο αυτό, μεταφέρεται η σχετική εμπειρία και διαδίδεται η υπεύθυνη επιχειρηματικότητα σε τοπικό επίπεδο.

Οι πελάτες-καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα περισσότερο για τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά «διαπιστευτήρια» των προϊόντων και των υπηρεσιών που τους παρέχονται. Οι ετικέτες των προϊόντων και οι συνθήκες παραγωγής τους αποτελούν σημαντικό κριτήριο για την επιλογή τους. Προκειμένου να επιτυγχάνεται διαφάνεια στις αγορές είναι σημαντικό να διασφαλίζεται η πρόσβαση των καταναλωτών σε υπεύθυνη πληροφόρηση σχετικά με τα προϊόντα, τον τρόπο παραγωγής, την εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση ώστε να ενισχύεται ο ρόλος τους ως μοχλός πίεσης για ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών από τις επιχειρήσεις. Επίσης, έμφαση δίνεται στην ανταπόκριση στις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών με την προώθηση ασφαλών και αξιόπιστων προϊόντων και υπηρεσιών, στη δίκαιη τιμολόγηση, την υπεύθυνη προώθηση και εφαρμογή κανόνων δεοντολογίας στις στρατηγικές μάρκετινγκ και διαφήμισης με στόχο την τήρηση των δικαιωμάτων του καταναλωτή (CSR Hellas, 2018).

Η επιχείρηση οφείλει, επίσης, να συμβάλει στην τοπική κοινότητα στην οποία δραστηριοποιείται με δράσεις όπως η δημιουργία θέσεων απασχόλησης, η παροχή προγραμμάτων εκπαίδευσης και υγειονομικής περίθαλψης, η προώθηση του εθελοντισμού με τη συμμετοχή των εργαζομένων σε τοπικά προγράμματα (Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, 2008). Η τοπική κοινότητα θα πρέπει να είναι ενήμερη για τις δραστηριότητες της επιχείρησης και να καθίσταται εταίρος κατά την αμφίδρομη επικοινωνία της με την επιχείρηση όταν λαμβάνονται αποφάσεις που έχουν αντίκτυπο σε αυτή. Σε αυτή την κατεύθυνση, η επιχείρηση και ιδιαίτερα μια πολυεθνική, μπορεί να αξιοποιήσει το πολιτικό και οικονομικό της βάρος για την προσπάθεια εξεύρεσης λύσης για σημαντικά θέματα που απασχολούν την τοπική κοινότητα.

Πέρα από τις τοπικές κοινότητες, καθοριστικής σημασίας είναι η ανάπτυξη συνεργειών με εκπροσώπους της «Κοινωνίας των Πολιτών» όπως οι μη κυβερνητικές οργανώσεις με όρους διαφάνειας και αμοιβαίας εμπιστοσύνης προκειμένου να εξυπηρετούνται κοινοί στόχοι που επιφέρουν οφέλη σε όλους. Η διαβούλευση των επιχειρήσεων με εκπροσώπους της κοινωνίας των πολιτών αποτελεί επένδυση στην αξιοπιστία και καλλιεργεί τις προϋποθέσεις για ανεύρεση λύσεων.

Σε αυτόν τον διάλογο των ενδιαφερόμενων μερών, η επιχείρηση, πέρα από τη μεγιστοποίηση του κέρδους της, επιδιώκει να διαθέτει τα προϊόντα/υπηρεσίες της σε ανταγωνιστικές τιμές, να βελτιώνει την ποιότητά τους, να διατηρεί ασφαλείς συνθήκες εργασίας, να καταρτίζει εκπαιδευτικά προγράμματα, να μοιράζει δίκαια μερίσματα στους μετόχους της, να έχει περιβαλλοντικές και φιλανθρωπικές ευαισθησίες. Οι εργαζόμενοι, επιδιώκουν δίκαιη μισθολογική αντιμετώπιση, οργανωμένο σύστημα μετεκπαίδευσης, ευκαιρίες προαγωγής, συμμετοχή στα κέρδη της εταιρείας αλλά και στις αποφάσεις της ως εργαλείο παροχής κινήτρων.

Οι προμηθευτές, ενδιαφέρονται για εξασφαλισμένη διαρκή ζήτηση των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρουν, έγκαιρη εξόφληση των υποχρεώσεων των εταιρειών που προμηθεύουν και εύλογους χρόνους παράδοσης, ενώ οι καταναλωτές αποζητούν ορθολογικό συνδυασμό τιμής- ποιότητας, συμφέροντες όρους συναλλαγών, υψηλό επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών.

Οι μέτοχοι επιδιώκουν την εξασφάλιση του μέγιστου δυνατού μερίσματος ώστε να μεγιστοποιείται η απόδοση των επενδύσεών τους, αποτελεσματική συμμετοχή στη διοίκηση. Τέλος, οι κοινωνικοί φορείς εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στην ανάδειξη και προστασία ζητημάτων ευρύτερου ενδιαφέροντος όπως η προστασία του περιβάλλοντος και η εξοικονόμηση πρώτων υλών και ενέργειας, η ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, η άμβλυνση των ανισοτήτων και των διακρίσεων.

3.5 Κατηγορίες ΕΚΕ

3.5.1 Εσωτερική και εξωτερική ΕΚΕ

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων μπορεί να διακριθεί σε «εσωτερική» και «εξωτερική» ανάλογα με τα ωφελούμενα μέρη της δράσης. Η διοίκηση εντοπίζει τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που καθορίζουν της επιχειρηματική της βιωσιμότητα και υιοθετεί πρακτικές ΕΚΕ. Η εσωτερική ΕΚΕ αφορά το περιβάλλον εντός της επιχείρησης και αποτελείται από κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές συνδέονται με θέματα όπως η τήρηση κανόνων υγιεινής και ασφάλειας, ο σεβασμός των δικαιωμάτων των εργαζομένων, η ενίσχυση του κοινωνικού διαλόγου, η εξασφάλιση των συνδικαλιστικών δικαιωμάτων (Hohnen, 2007). Η εταιρεία διαμορφώνει το κατάλληλο κλίμα για την προσέλκυση και τη συγκράτηση εξειδικευμένου προσωπικού. Πιο συγκεκριμένα, παρέχει προγράμματα δια βίου μάθησης, εκχωρεί εξουσίες στους εργαζομένους, διασφαλίζει την απαραίτητη ισορροπία μεταξύ εργασίας και ελεύθερου χρόνου, εξασφαλίζει ίση αμοιβή και προοπτικές σταδιοδρομίας για τα δύο φύλα, παρέχει κίνητρα επαγγελματικής ανέλιξης, θεσπίζει συστήματα παροχής μεριδίων του μετοχικού κεφαλαίου, ενώ όταν γίνονται αναδιαρθρώσεις, λαμβάνονται υπ' όψιν οι ανησυχίες εκείνων που θίγονται από τις αποφάσεις.

Οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες πολιτικές αφορούν στη διαχείριση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου και των φυσικών πόρων. Πρακτικές μείωσης κατανάλωσης πόρων και ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μειώνουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Μερικές από τις περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές είναι η Ολοκληρωμένη Πολιτική Προϊόντων, μια λογική των δημόσιων αρχών να λαμβάνεται υπ' όψιν όλος ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος και το EMAS ISO19000, ένα σχέδιο διαχείρισης και ελέγχου για το περιβάλλον, σχετικά με το κατά πόσο οι εταιρείες προωθούν πρακτικές που βοηθούν στη μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος.

Η εξωτερική ΕΚΕ αφορά στην επέκταση της ευθύνης της εταιρείας σε ένα σύνολο ενδιαφερόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, η τοπική κοινότητα, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον (Porter & Kramer, 2006). Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητές τους παρέχοντας θέσεις εργασίας και φόρους, οικοδομούν σχέσεις εμπιστοσύνης με επιχειρηματικούς εταίρους, προμηθευτές και πελάτες, ενώ παράλληλα διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στην προστασία του περιβάλλοντος.

3.5.2 Στρατηγική, ηθική, ανθρωπιστική ΕΚΕ

Η ΕΚΕ μπορεί να διακριθεί σε 3 κατηγορίες: τη στρατηγική, την ηθική και την ανθρωπιστική ΕΚΕ (ΒΙΚΙΒΙΒΛΙΑ, 2018). Η στρατηγική ΕΚΕ συνδυάζει τους στρατηγικούς στόχους της επιχείρησης με κοινωνικά οφέλη, μέσω πρακτικών όπως οι φιλανθρωπίες. Η επιχειρηματική αυτή συμπεριφορά συνεπάγεται βραχυπρόθεσμα αυξημένο κόστος, ωστόσο, τα μακροπρόθεσμα οφέλη από την επένδυση στη δημιουργία καλής φήμης της εταιρείας μπορεί να υπερκεράσουν το αρχικό κόστος. Τα αποτελέσματα από την πρακτική αυτή είναι αμφιλεγόμενα αφού άλλοτε τα βραχυπρόθεσμα κέρδη των εταιρειών των οποίων τα στελέχη περιλαμβάνουν στην στρατηγική τους κοινωνικούς στόχους αυξάνονται και άλλοτε μειώνονται (Kolter, 2009; Hunger et al.,2004).

Η ηθική ΕΚΕ διαμορφώνει τη στρατηγική της λαμβάνοντας υπ' όψιν κοινωνικές, πνευματικές, ψυχολογικές παραμέτρους ακόμα και αν αυτό συνεπάγεται ότι βραχυπρόθεσμα καθυστερεί η κερδοφορία της. Μια επιχείρηση που δίδει έμφαση στην ηθική διάσταση της δραστηριότητάς της δημιουργεί εικόνα εμπιστοσύνης και αποκτά μεγαλύτερη φερεγγυότητα έναντι των ενδιαφερόμενων μερών (ΒΙΚΙΒΙΒΛΙΑ, 2018).

Με την ανθρωπιστική ΕΚΕ η επιχείρηση δε στοχεύει μόνο στην αποφυγή αρνητικών κοινωνικών επιπτώσεων αλλά λαμβάνει ενεργό ρόλο στην αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων που οξύνουν την ανισότητα και την υποβάθμιση της ποιότητας ζωής όπως η φτώχεια, το χαμηλό βιοτικό επίπεδο, η εγκληματικότητα (Kolter, 2009; Hunger et al.,2004). Στις δράσεις αυτές εντάσσονται πολιτικές προστασίας του περιβάλλοντος, δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, συμμετοχή σε προγράμματα εύρεσης εργασίας σε μακροχρόνια ανέργους κ.α.

Κεφάλαιο 4: Εφαρμογή της ΕΚΕ

4.1 Η ΕΚΕ στην πράξη

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο ΕΚΕ, τα βασικότερα βήματα για να μπορέσει μια επιχείρηση να προσεγγίσει με υπευθυνότητα την έννοια της ΕΚΕ είναι τα εξής (Carroll, 2007; Kolter, 2009):

1. Προσδιορισμός σκοπού και οράματος της επιχείρησης. Κατά τον σχεδιασμό του οράματος και του σκοπού της, η επιχείρηση, εκτός από τη μεγιστοποίηση του κέρδους, θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει και μια κοινωνική συνιστώσα αφορώσα τον άνθρωπο και το περιβάλλον.
2. Ορισμός υπευθύνου για την ΕΚΕ. Ως υπεύθυνος για τον συντονισμό των δράσεων της ΕΚΕ ορίζεται στέλεχος της επιχείρησης, το οποίο είναι επιφορτισμένο να διαδώσει σε όλα τα τμήματα της επιχείρησης (Ανθρωπίνου Δυναμικού, Πωλήσεων και Marketing, Επικοινωνίας, Ασφάλειας) την ιδέα της ΕΚΕ συντονίζοντας τη δράση τους.
3. Καθορισμός προτεραιοτήτων. Οι δράσεις της ΕΚΕ υλοποιούνται βάσει προτεραιοτήτων ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση που ρυπαίνει το περιβάλλον με τη λειτουργία της, θα θέσει ως προτεραιότητα την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών θεμάτων. Οι προτεραιότητες τίθενται από ομάδες εργασίας οι οποίες αναλύουν τις περιοχές που θα μπορούσαν να θέσουν σε κίνδυνο τη φήμη της επιχείρησης. Σχηματίζεται, έτσι, ένας οδικός χάρτης για την ΕΚΕ που περιλαμβάνει βραχυχρόνιες προτεραιότητες και μακροχρόνιους στόχους.
4. Προσδιορισμός των ενδιαφερόμενων μερών. Για κάθε ενδιαφερόμενο μέρος που επηρεάζεται από τη δραστηριότητα της επιχείρησης σχεδιάζεται ένας χάρτης που απεικονίζει τις σχέσεις της επιχείρησης με αυτό. Μέσα από τη συζήτηση με τα ενδιαφερόμενα μέρη σε τακτή βάση μπορεί να προκύψουν στόχοι αμοιβαίου συμφέροντος οι οποίοι να ενσωματωθούν στις στρατηγικές της ΕΚΕ.
5. Καθορισμός προγράμματος επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το πρόγραμμα επιχειρηματικής δραστηριότητας συνδιαμορφούμενο με τα ενδιαφερόμενα μέρη περιλαμβάνει τις δεσμεύσεις της επιχείρησης για το περιβάλλον, την κοινωνία και τις τοπικές κοινότητες, τις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων, τη γνώση των

συνθηκών παραγωγής των προϊόντων από τους προμηθευτές και την προαγωγή ανθρωπίνων δικαιωμάτων και δίκαιου εμπορίου.

6. Εφαρμογή και παρακολούθηση εφαρμογής. Η διαδικασία παρακολούθησης αρχίζει με μια ομάδα οδηγό η οποία αποτελείται από εργαζόμενους σε διάφορες ιεραρχικές βαθμίδες με σφαιρική αντίληψη της στρατηγικής της επιχείρησης. Η αξιολόγηση των εφαρμοζόμενων πρακτικών σε ετήσια βάση βοηθάει στην εμπέδωση της σχέσης των τιθέμενων στόχων και των πραγματοποιηθέντων αποτελεσμάτων.
7. Επικοινωνία- Δημοσιοποίηση. Η δημοσιοποίηση των δράσεων ΕΚΕ βελτιώνει την εικόνα της επιχείρησης, την πρόσβαση σε νέες αγορές και τον σχηματισμό επιχειρηματικών συνεργασιών. Η δημοσίευση θα πρέπει να αναφέρεται σε στοχευμένες δράσεις, δέσμευση για προσήλωση στην κοινωνική διάσταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και για περαιτέρω βελτίωση αποφεύγοντας στομφώδεις και βαρύγδουπες διακηρύξεις. Η δημοσιοποίηση των πρακτικών ΕΚΕ μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους εξής τρόπους (Carroll, 2007; Kolter, 2009):
 - Κοινωνικός Απολογισμός
 - Θεματικός Απολογισμός
 - Κώδικας Δεοντολογίας
 - Πληροφόρηση μέσω Διαδικτύου
 - Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholder forum)
 - Εσωτερική επικοινωνία
 - Πρότυπα και ετικέτες προϊόντων
 - Βραβεία και Εκδηλώσεις
 - Ενέργειες marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό
 - Δελτία τύπου μέσω του Διαδικτύου

Ο απολογισμός που μπορεί να εκδίδει μια επιχείρηση ετησίως συμβάλει στην εδραίωση της φήμης της και στην κοινωνική ευημερία. Η απαρχή για τη δημιουργία μιας πλατφόρμας μέτρησης της απόδοσης των κοινωνικών δράσεων σε παγκόσμιο επίπεδο έγινε με την ανάπτυξη πρωτοβουλιών όπως η «Στρογγυλή Τράπεζα Caux» (Caux Round Table¹¹, ένα forum που προσφέρει εταιρικά υπεύθυνους τρόπους συνεργασίας και δημιουργήθηκε το 1986 από το Δίκτυο Επιχειρηματιών, Βιομηχανικών και Αναπτυσσόμενων Εθνών, οι «Παγκόσμιες Αρχές Sullivan των Ηνωμένων Εθνών» (United Nations' Global Sullivan Principles)¹², οι οποίες δημιουργήθηκαν το 1999 και αναφέρουν κώδικες αλληλεγγύης μεταξύ των ΠΕΕ, η

¹¹ Βλ. <http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?&menuid=28&parentid=2>

¹² Βλ. https://www.researchgate.net/publication/255977628_The_Global_Sullivan_Principles

«Παγκόσμια Πρωτοβουλία Απολογισμού» (Global Reporting Initiative) το 2000 η οποία καθιέρωσε τις «Οδηγίες Απολογισμού Υπευθυνότητας» (Sustainability Reporting Guidelines)¹³.

Το 2000 υιοθετήθηκαν οι «Εθελοντικές Οδηγίες στην Επικοινωνία της Εταιρικής Υπευθυνότητας» (Voluntary Guidelines on CSR Communicating), οι οποίες υποστηρίχθηκαν από την ΕΕ και ενθάρρυναν τις επιχειρήσεις να διαμορφώνουν εθελοντικούς απολογισμούς (OECD, 2001). Οι πρωτοβουλίες αυτές εδραίωναν ένα γενικά αποδεκτό παγκόσμιο πλαίσιο για τον απολογισμό και βοήθησαν τους οργανισμούς να εκτιμούν και να βελτιώνουν τις δράσεις τους μέσα από τους απολογισμούς τους.

4.2 Δείκτες Απόδοσης ΕΚΕ

Ο πιο σημαντικός δείκτης μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της ΕΚΕ, διεθνώς, είναι το CR Index και χρησιμοποιείται ως εθνικός δείκτης σε διάφορες χώρες (Ινστιτούτο Εταιρικής ευθύνης, 2018). Ο δείκτης CRI μετράει την απόδοση των επιχειρήσεων και την επίδρασή τους σε 4 τομείς:

- την κοινωνία, όπου αξιολογείται η στήριξη σε πρωτοβουλίες τοπικών κοινωνιών,
- το περιβάλλον, όπου αξιολογούνται οι πολιτικές για άμβλυνση των δυσμενών επιπτώσεων σε αυτό και η μετάβαση σε μια οικονομία που απαιτεί περιορισμό του διοξειδίου του άνθρακα και σε μια κοινωνία που εκλαμβάνει την πολιτική αυτή ως μεγάλο ρίσκο αλλά και μεγάλη ευκαιρία,
- την αγορά και τους καταναλωτές, όπου αξιολογείται ο βαθμός παρακολούθησης των εξελισσόμενων αναγκών των καταναλωτών και,
- τους εργαζόμενους όπου αξιολογείται η στρατηγική σε θέματα υγιεινής, ασφάλειας, επικοινωνίας και δίκαιης μεταχείρισης.

Συμμετέχοντας στον δείκτη, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στο πιο αναγνωρισμένο εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για την αναγνώριση των επιδόσεων των επιχειρήσεων σε θέματα ΕΚΕ με βάση τα διεθνή κριτήρια. Οι εκθέσεις ανατροφοδότησης (feedback reports) των επιχειρήσεων, τους δίνουν τη δυνατότητα να καταγράφουν την πρόοδό τους, να εντοπίζουν τομείς που επιδέχονται βελτίωση και να

¹³ Βλ. <https://www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>

επικεντρώνουν τις προσπάθειες τους σε τομείς μέγιστης επίδρασης (Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης, 2018).

4.3 Εφαρμογή ΕΚΕ διεθνώς

Σε παγκόσμιο επίπεδο, υπάρχει έντονη κινητικότητα για την κατάρτιση και βελτίωση Σχεδίων Στρατηγικών ΕΚΕ. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, εθνικά σχέδια για την ΕΚΕ όπως της Δανίας, της Ιταλίας, της Φινλανδίας, της Ιρλανδίας και της Γερμανίας, αξίζουν ιδιαίτερη προσοχή καθώς αντανακλούν τα θετικότερα σημεία προσέγγισης των κοινωνιών των χωρών αυτών σε θέματα ΕΚΕ (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2014). Κοινός παρανομαστής των σχεδίων αυτών είναι η εδραίωση της δέσμευσης των επιχειρήσεων για υπεύθυνη και βιώσιμη ανάπτυξη με την ενεργή ανάμιξη της Πολιτείας.

Οι κύριοι κοινοί άξονες των Σχεδίων είναι η ενίσχυση της διαφάνειας, η υιοθέτηση της ΕΚΕ από δημόσιους οργανισμούς και η προβολή της μέσω των δραστηριοτήτων τους, η αύξηση της κοινωνικής ευαισθητοποίησης των επιχειρήσεων, των πολιτών και των τοπικών κοινωνιών, και η υποστήριξη των επιχειρήσεων στην ανάπτυξη και εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ. Επιπλέον θέματα που εξετάζονται από ορισμένα από τα Εθνικά Σχέδια είναι η προστασία του περιβάλλοντος (ιδιαίτερα οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής), η ενίσχυση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στις επιχειρήσεις, η σύνδεσή της με την ανταγωνιστικότητα, την ευημερία και τη δικαιοσύνη.

4.4 Η εφαρμογή της ΕΚΕ στην Ελλάδα- Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής

Το φθινόπωρο του 2013, με Υπουργική Απόφαση, αποτυπώθηκε και τυπικά η βούληση της ελληνικής Πολιτείας να αναπτύξει και να εφαρμόσει μία Εθνική Στρατηγική για την ΕΚΕ, σύμφωνα με την πολιτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ΕΚΕ (2011-2014), αλλά και των προτύπων που έχουν ακολουθηθεί στον τομέα αυτό, τόσο στην Ευρώπη, όσο και διεθνώς. Για τον σκοπό αυτό συστήθηκε επιτροπή εργασίας στην οποία συμμετείχαν, μεταξύ άλλων, το CSR HELLAS και το Συμβούλιο ΣΕΒ για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, ως εκπρόσωποι της επιχειρηματικής κοινότητας, υπό τον συντονισμό της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.

Η επιτροπή εργασίας κατάληξε σε ένα Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ, το οποίο τέθηκε σε δημόσια διαβούλευση από τις 28 Ιουλίου 2014 μέχρι τις 22 Σεπτεμβρίου 2014. Στη συνέχεια, η επιτροπή ενσωμάτωσε τα συμπεράσματα σε μια τελική έκδοση του Σχεδίου και ολοκλήρωσε το έργο της. Ωστόσο μέχρι και σήμερα, η Πολιτεία δεν έχει προχωρήσει στις απαραίτητες ενέργειες, ούτως ώστε το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ να αποκτήσει κάποιας μορφής επίσημη υπόσταση νομοτεχνικά (CSR Hellas, 2018).

Με τη διαμόρφωση Εθνικής Στρατηγικής για την ΕΚΕ, η Πολιτεία προσβλέπει στη δημιουργία συνεργειών μεταξύ δημόσιου, ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών ώστε να δημιουργούνται δυνατότητες για την αντιμετώπιση οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων, ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Η ολοκληρωμένη προσέγγιση στην υλοποίηση της εθνικής στρατηγικής περιλαμβάνει τρεις βασικούς άξονες:

- Πολιτικές και πρότυπα: ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων και οργανισμών για την ΕΚΕ, ενίσχυση των ικανοτήτων (capacity building) των επιχειρήσεων και οργανισμών για την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ, διαφάνεια των δράσεων ΕΚΕ, εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ στο πλαίσιο συμμετοχής των επιχειρήσεων σε διεθνείς εφοδιαστικές αλυσίδες, ονοματοσήμανση (branding/labelling) και επικοινωνία δράσεων ΕΚΕ από τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις που τις εφαρμόζουν.
- Εργαλεία και μέτρα εφαρμογής πολιτικών:
 - μέτρα νομοθετικού χαρακτήρα (εισαγωγή νέων κριτηρίων αξιολόγησης για τις δημόσιες προμήθειες που θα ενσωματώνουν πέρα από τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές παραμέτρους),
 - μέτρα οικονομικού χαρακτήρα (εισαγωγή περιβαλλοντικών και κοινωνικών παραμέτρων στα Κριτήρια Πιστωτικής Αξιολόγησης των επιχειρήσεων από τις Ελληνικές τράπεζες, δημιουργία χρηματιστηριακού δείκτη που θα αναφέρεται σε κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις),
 - μέτρα ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης (δράσεις εκπαίδευσης σχετικά με την κοινωνική υπευθυνότητα, δημιουργία ηλεκτρονικού αποθετηρίου (repository) καλών πρακτικών ΕΚΕ, ονοματοδότηση (branding) δηλαδή υιοθέτηση ειδικών σημάτων για τα ελληνικά προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρονται με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο, δημιουργία εξειδικευμένων γραφείων υποστήριξης (help-desks) σε επιχειρηματικούς φορείς με στόχο την παροχή πληροφόρησης αναφορικά με την υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ,

- μέτρα δικτύωσης (ηλεκτρονικό forum ανοιχτού διαλόγου με στόχο τη διαβούλευση για την υποστήριξη της εθνικής στρατηγικής ΕΚΕ).
- Πεδία εφαρμογής ΕΚΕ: ανθρώπινο δυναμικό, ηγεσία επιχείρησης, αγορά, φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον.

Το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης έθεσε τον Ιούλιο του 2017 σε δημόσια διαβούλευση ένα νέο Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής για την ΕΚΕ και την Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα και όρισε προθεσμία 10 ημερών για να εκφράσουν τις απόψεις τους οι επιχειρήσεις και το σύνολο των κοινωνικών εταίρων και συμμετόχων. Σύμφωνα με αυτό, ο μεσομακροπρόθεσμος στόχος είναι «μέσω δράσεων ΕΚΕ να αναπτύξουν οι επιχειρήσεις πιο υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά και να συνεισφέρουν στο μέτρο που τους αναλογεί στην ισόρροπη και δίκαιη ανάπτυξη, στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της συμπόρευσης με το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων εντός και εκτός συνόρων και τη στόχευση της Πολιτείας, αλλά και στην περιβαλλοντική προστασία και ενίσχυση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, και ειδικότερα των εργαζομένων και καταναλωτών τους» (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017, σελ.7) ενώ κατά τη λήψη αποφάσεων θα πρέπει να ενσωματώνονται τέσσερις αξίες: βιωσιμότητα (περιβάλλοντος και επιχείρησης), εξωστρέφεια (στα Βαλκάνια, την Ευρώπη και διεθνώς με έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις), καινοτομία («έξυπνη ανάπτυξη»), μεγιστοποίηση της κοινωνικής ωφέλειας.

Επίσης, αναφέρεται ότι η ΕΚΕ δομείται πάνω σε τέσσερις πυλώνες: την επιχείρηση, την αγορά, το περιβάλλον και την κοινωνία και αποτυπώνεται σε τρεις στρατηγικούς στόχους: υγιές και διαρκώς βελτιούμενο οικονομικό περιβάλλον, περιβαλλοντικά υπεύθυνη επιχειρηματικότητα και ενίσχυση δικαιωμάτων των εργαζομένων ή καταναλωτών οι οποίοι αναλύονται σε αντίστοιχους επιχειρησιακούς στόχους. Σύμφωνα με τους Στρατηγικούς και τους Επιχειρησιακούς Στόχους περιγράφονται και ενδεικτικές δράσεις (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017).

Κατ' αναλογία του οικονομικού μεγέθους τους και βάσει του ν. 4403/2016 που ενσωματώνει τις διατάξεις της Οδηγίας 2013/34/ΕΕ στο εθνικό δίκαιο, οι επιχειρήσεις οφείλουν να συντάσσουν:

- Έκθεση διαχείρισης Διοικητικού Συμβουλίου (περιβαλλοντικά, εργασιακά θέματα)
- Μη χρηματοοικονομική κατάσταση (αφορά τις μεγάλες ανώνυμες εταιρείες και περιλαμβάνει πληροφορίες για τις επιδόσεις και τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης σε σχέση με περιβαλλοντικά, κοινωνικά, εργασιακά θέματα)

- Έκθεση μη χρηματοοικονομικής κατάστασης (διευρυμένες πληροφορίες που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, την ηγεσία της επιχείρησης, την αγορά, το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον)

Στο σχέδιο αναφέρεται ότι οι δράσεις προβολής και η δημιουργία τρόπων πιστοποίησης όπως με την απονομή ανάλογου σήματος ή βραβείου ευνοούν τη διάδοση της έννοιας της ΕΚΕ. Για τον σκοπό αυτό υποστηρίχθηκε η ιδέα να σχεδιαστεί στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή μία κεντρική πύλη για παροχή πληροφοριών σχετικά με την ΕΚΕ στην οποία θα παρουσιάζονται διαφανείς και συγκρίσιμες πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες ΕΚΕ των επιχειρήσεων (Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, 2017). Επίσης, σύμφωνα με την παρ. 3 του άρθρου 54 του Π.Δ. 116/2014, προβλέπεται η δυνατότητα σύστασης Παρατηρητηρίου ΕΚΕ στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή για την παρακολούθηση του βαθμού ενσωμάτωσης της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις, την καταγραφή των εγγενών αδυναμιών και την υποβολή προτάσεων.

Ο Γενικός Γραμματέας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, σε συνέντευξη που πραγματοποιήθηκε, η οποία παρουσιάζεται αναλυτικά στο Παράρτημα 2^ο, ανέφερε ότι έως τώρα δεν έχει συσταθεί Παρατηρητήριο ΕΚΕ στη Γενική Γραμματεία ούτε κεντρική πύλη για την παροχή πληροφοριών, ωστόσο, ο σχεδιασμός αυτός αποτελεί μέρος ευρύτερης στρατηγικής με τη συνεργασία του Πανεπιστημίου Αθηνών ενώ σχεδιάζεται διαβούλευση με τους ενδιαφερόμενους κοινωνικούς εταίρους. Μέλος την ομάδας εργασίας που συστάθηκε το 2014 για την εκπόνηση εθνικού σχεδίου δράσης, παραχώρησε συνέντευξη κατά την οποία μας ενημέρωσε ότι είχε ανατεθεί έργο σε ανάδοχο με σκοπό να διερευνηθούν οι δράσεις ΕΚΕ στα κράτη-μέλη της ΕΕ ώστε να αντληθούν βέλτιστες πρακτικές και να αναπτυχθεί το κατάλληλο πληροφοριακό σύστημα που θα υποστηρίζει την πολιτική αυτή. Ωστόσο, το έργο δεν τελεσφόρησε αφού, πρόσφατα, έληξε η τιθέμενη προθεσμία και ο ανάδοχος κηρύχθηκε έκπτωτος.

Σε ερώτηση γιατί η Πολιτεία δεν έχει προχωρήσει στις απαραίτητες ενέργειες, ούτως ώστε το Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την ΕΚΕ να αποκτήσει κάποιας μορφής επίσημη υπόσταση νομοτεχνικά ο Γ.Γ. Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή ανέφερε ότι η μόνη νομοθετική ρύθμιση που συζητείται αφορά στην εξασφάλιση σωστής ενημέρωσης ώστε να αποφεύγεται η καταχρηστική επίκληση της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις. Μέσα από τη σωστή ενημέρωση και την πιστοποίηση από το κράτος για τα στοιχεία που παρέχουν οι επιχειρήσεις σχετικά με τις δράσεις που αναπτύσσουν μπορούν να εξασφαλιστούν οι απαραίτητες συνθήκες διαφάνειας

Κεφάλαιο 5: Πιθανά απορρέοντα οφέλη και κριτική στην ΕΚΕ

5.1 Οφέλη απορρέοντα από την ΕΚΕ

Η ανάπτυξη προγραμμάτων ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις επιφέρει πολλαπλά οφέλη τόσο στις ίδιες τις επιχειρήσεις όσο και στα ενδιαφερόμενα μέρη. Ο Keith Davis αναφέρει ότι η εκπλήρωση κοινωνικών υποχρεώσεων μπορεί να έχει υψηλό κόστος, ωστόσο, το κόστος αυτό μπορεί να μετακυλιέται στους καταναλωτές μέσω της ενσωμάτωσής του στις τιμές των πωλούμενων προϊόντων/υπηρεσιών (Davis, 1960). Υποστηρίζει, επίσης, ότι αν μια επιχείρηση διαθέτει τις απαιτούμενες εξειδικευμένες γνώσεις, υποχρεούται να συμβάλλει στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων στα οποία δεν εμπλέκεται άμεσα. Η υποχρέωση αυτή, ευνοεί το κοινωνικό συμφέρον και όταν ευνοείται το κοινωνικό συμφέρον, ωφελείται και η επιχείρηση.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Η ΕΚΕ αποτελεί έναν από τους ασφαλέστερους τρόπους ώστε μια επιχείρηση να διαφοροποιήσει θετικά το εμπορικό της σήμα και να αυξήσει την αναγνωρισιμότητά της. Η επιχείρηση, μέσω της ΕΚΕ προβάλλει αρχές όπως η υπευθυνότητα, η κοινωνική ευσυνειδησία, η περιβαλλοντική ευαισθησία, η επιχειρηματική ηθική. Αξιοποιώντας το τρίπτυχο οικονομική ανάπτυξη, βιωσιμότητα, κοινωνικής συνοχής, οι επιχειρήσεις προβάλλουν μια καλή εικόνα και δείχνουν την ευαισθητοποιημένη τους πλευρά σε εργαζόμενους, πελάτες και προμηθευτές και λαμβάνουν καλύτερη πιστοληπτική αξιολόγηση.

Οι κοινωνικές εταιρικές δράσεις, με την προϋπόθεση ότι πραγματοποιούνται με προγραμματισμό και μεθοδικότητα, αποτελούν επένδυση και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις αφού διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην εδραίωση της καλής φήμης της και συντελούν μακροπρόθεσμα στην κερδοφορία της με βιώσιμη προοπτική. Έτσι, αναπτύσσονται ανταγωνιστικές επιχειρήσεις ανθεκτικές σε κρίσεις, ενώ παράλληλα προσελκύονται και διατηρούνται στην επιχείρηση εξειδικευμένα στελέχη. Έρευνα χρηματοπιστωτικών και επενδυτικών οίκων διεθνούς φήμης που παρουσίασε ο εκτελεστικός διευθυντής του προγράμματος του ΟΗΕ για το περιβάλλον, Κλάους Τέπφλερ, έδειξε ότι οι εταιρείες που αγνοούν τα επείγοντα κοινωνικά και οικολογικά προβλήματα διακυβεύουν την εξέλιξη της μετοχής τους (Καπερναράκου, 2004). Για παράδειγμα, οι αεροπορικές εταιρείες,

οι ασφαλιστικές, οι πετρελαϊκές και οι εταιρείες φυσικού αερίου, καθώς και οι επιχειρήσεις κοινής ωφελείας ήδη απειλούνται σοβαρά από τις κλιματολογικές αλλαγές.

Η καλή φήμη αποτελεί πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο της επιχείρησης και εξαρτάται εν πολλοίς από την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Συνεπώς, η προώθηση δράσεων που σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα, την κοινωνική και περιβαλλοντική προστασία είναι αποτελεσματικό μέσο να ενισχύσει η επιχείρηση την αξιοπιστία και τη φήμη της. Πολλές εταιρείες που έχουν κατηγορηθεί στο παρελθόν για την αναξιοπιστία τους επιχείρησαν να αποκαταστήσουν τη φήμη τους παρουσιάζοντας ένα κοινωνικά υπεύθυνο προφίλ (McIntosh et al., 1998). Έτσι, η Shell που το 1995 κατηγορήθηκε για τεράστια οικολογική καταστροφή στη Νιγηρία δημοσίευσε περιβαλλοντικό και κοινωνικό απολογισμό, η McDonalds που κατηγορήθηκε για καταστροφή τροπικών δασών και παιδική εργασία διοργάνωσε πρωτοβουλίες για την προστασία του περιβάλλοντος και των τοπικών πολιτισμών, η Nike που κατηγορήθηκε για παιδική εργασία στη κατασκευή παπουτσιών, ενισχύει αθλητικούς ομίλους.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε η Ernst & Young το 2002, το 94% των στελεχών επιχειρήσεων, πιστεύει, ότι η ΕΚΕ μπορεί να αποφέρει οφέλη σε οικονομικό επίπεδο, ενώ το 30,3% των πολυεθνικών, εκτιμά, ότι μέσω δράσεων που σχετίζονται με την ΕΚΕ, οι πωλήσεις αυξάνονται βραχυπρόθεσμα. Σύμφωνα με το London School of Economics, από τις 80 αναγνωρισμένες έρευνες για ΕΚΕ, οι 42 έδειξαν θετική σχέση ανάμεσα σε δράσεις ΕΚΕ και στο οικονομικό όφελος, 19 δεν βρήκαν καμία σύνδεση, 15 εμφάνισαν μικτά αποτελέσματα και μόνο 4 έδειξαν αρνητική σχέση (Γιωβού, 2009).

Σύμφωνα με την έρευνα εταιρικής φήμης της Fortune, ένα από τα μεγαλύτερα και εγκυρότερα business brands στον κόσμο σε συνεργασία με τη διεθνή εταιρεία παροχής ελεγκτικών, φορολογικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών KPMG που κατάρτισε λίστα με τις πιο αξιοθαύμαστες εταιρείες για το 2017 “Most Admired Companies”, το κριτήριο που κερδίζει τις περισσότερες ψήφους (μεταξύ κριτηρίων όπως Καινοτομία, Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού, Αξιοποίηση Πόρων και Εταιρικών Παγίων, ΕΚΕ, Ποιότητα της Διοικητικής Ομάδας, Οικονομική Επίδοση, Μακροπρόθεσμη Επενδυτική Αξία, Ποιότητα Προσφερόμενων Προϊόντων ή Υπηρεσιών, Εξωστρέφεια/Ανταγωνιστικότητα) είναι η ΕΚΕ. Η ΕΚΕ, αναδεικνύεται πλέον στην νέα business card της σύγχρονης επιχείρησης (Παρετζόγλου, 2017).

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Από την πλευρά των καταναλωτών παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον για προϊόντα και υπηρεσίες που σέβονται το περιβάλλον και έχουν κοινωνικές ευαισθησίες . Διαδικτυακή έρευνα της Nielsen για την εταιρική υπευθυνότητα που διεξήχθη από τις 17 Φεβρουαρίου έως τις 7 Μαρτίου 2014 σε 60 διαφορετικές χώρες, όπου συμμετείχαν πάνω από 30.000 καταναλωτές της Ευρώπης, της Ασίας, της Ωκεανίας, της Αμερικής και της Μέσης Ανατολής, δείχνει ότι 55% των καταναλωτών, παγκοσμίως, είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, ποσοστό το οποίο έχει αυξηθεί δέκα ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2011 (Fortunegreece, 2014). Είναι πρόδηλο, συνεπώς, ότι η κοινωνική υπευθυνότητα που δείχνουν οι επιχειρήσεις αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών.

Σύμφωνα με μελέτη της Nielsen, η τάση των καταναλωτών να αγοράζουν περισσότερο «ηθικές» μάρκες είναι περισσότερο έντονη στις περιφέρειες της Ασίας-Ωκεανίας (64%), Λατινικής Αμερικής (63%) και Μέσης Ανατολής (63%), ενώ παρ' όλο που τα αντίστοιχα ποσοστά είναι χαμηλότερα για τις περιοχές της Βόρειας Αμερικής (42%) και της Ευρώπης (40%), η τάση αυτή είναι συνεχώς αυξανόμενη.

Όσον αφορά στην Ελλάδα, συγκριτικά με τον μέσο όρο των λοιπών χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, φαίνεται οι Έλληνες καταναλωτές, κατά δήλωσή τους, είναι περισσότερο διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που προέρχεται από μια επιχείρηση, η οποία δηλώνει ότι στοχεύει στο να έχει ένα θετικό κοινωνικό ή περιβαλλοντολογικό αντίκτυπο, σε ποσοστό 44% έναντι 40%, που είναι ο ευρωπαϊκός μέσος όρος.

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ

Αντίστοιχη στάση επιδεικνύουν και οι εργαζόμενοι οι οποίοι δείχνουν προτίμηση να εργάζονται για μια "συμπαθή" στο ευρύ κοινό επιχείρηση με "καλό όνομα". Έρευνα της Cherson Group το 2001 έδειξε ότι το 78% των υπαλλήλων επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα θα δούλευε προθυμότερα σε μια εταιρεία για την οποία η ΕΚΕ έχει αυξημένη σημασία (Euro2day, 2006). Έχει παρατηρηθεί ότι η προσφορά ισχυρού ηθικού κινήτρου προς τους υπαλλήλους είναι συχνά καλύτερο κίνητρο για την αύξηση της παραγωγικότητας απ' ό,τι μια μεσαίου μεγέθους αύξηση αποδοχών.

Έρευνα του οργανισμού American Productivity και της MedStat Group, δείχνει ότι τα προγράμματα μιας επιχείρησης για την υγεία του προσωπικού της μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα των υπαλλήλων κατά 30%. Στον ανεπτυγμένο κόσμο, ο ανταγωνισμός για

την προσέλκυση εργαζομένων ανώτερης μόρφωσης και υψηλής κατάρτισης είναι από μόνος του κίνητρο για την δημιουργία ελκυστικότερων εργασιακών όρων (Euro2day, 2006).

5.2 Κριτική στην ΕΚΕ

Έχοντας αναφερθεί στα οφέλη που απορρέουν από την ένταξη της κοινωνικής διάστασης στη λειτουργία της επιχείρησης, θα παρουσιαστεί ο αντίλογος, δηλαδή οι λόγοι εκείνοι που κάνουν κάποιους να πιστεύουν ότι η ΕΚΕ παρά τα όποια αντισταθμιστικά οφέλη, λειτουργεί με τρόπο ζημιογόνο ως προς την επιχείρηση που την υιοθετεί. Παράλληλα, θα εξεταστούν οι απόψεις περί εργαλειοποίησης της ΕΚΕ για την προώθηση της εταιρικής φήμης της εταιρείας. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν προσεγγίσεις τόσο θεωρητικές οι οποίες υπονομεύουν την ίδια τη θεωρητική θεμελίωση της ΕΚΕ όσο και πρακτικές που αναδεικνύουν τη στρεβλή χρήση της ΕΚΕ ως επίφαση της κοινωνικής διάστασης των επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τον Friedman, η προώθηση κοινωνικών σκοπών από τις επιχειρήσεις υπονομεύει τα θεμέλια της ελεύθερης αγοράς και του ελεύθερου ανταγωνισμού. Στο άρθρο του “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, που δημοσιεύτηκε στο New York Times Magazine το 1970, ο Milton Friedman εξέφρασε σκεπτικιστικές θέσεις σχετικά με τη διαδεδομένη πρακτική των επιχειρήσεων να αναλαμβάνουν κοινωνικές δραστηριότητες. Ήδη από το 1962 είχε αναφέρει χαρακτηριστικά «λίγες εξελίξεις θα μπορούσαν τόσο έντονα να υπονομεύσουν τα θεμέλια της ελεύθερης κοινωνίας μας, όσο η αποδοχή της ύπαρξης κοινωνικής ευθύνης των υπαλλήλων μιας εταιρείας, αντί να κερδίζουν όσα πιο πολλά χρήματα είναι δυνατό για τους μετόχους τους» (Friedman, 1962).

Σύμφωνα με τον Friedman, η μοναδική ευθύνη που έχει μία επιχείρηση είναι να συμμετέχει σε δραστηριότητες που αποσκοπούν στην αύξηση του κέρδους αποφεύγοντας το δόλο και τηρώντας τους κανόνες του ανταγωνισμού, ενώ ευθύνη των managers είναι να μεγιστοποιούν τα κέρδη των ιδιοκτητών της επιχείρησης (Παπαδόπουλος, 2002). Αν οι managers ασχοληθούν με ηθικο-κοινωνικές υποχρεώσεις, μετατρέπονται σε δημόσιους λειτουργούς που «φορολογούν» τους μετόχους αφού δεν τους αποδίδουν ολόκληρο το μέρισμα που δικαιούνται αλλά διαθέτουν μέρος αυτού σε αγαθοεργίες, χωρίς να κατέχουν την αντίστοιχη δικαιοδοσία (Καλδής, 2002).

Η υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ απαιτεί πόρους σε χρήμα, χρόνο και εμπειρία και αποτελεί μια επένδυση στην οποία μια μικρομεσαία επιχείρηση, δύσκολα μπορεί να αντεπεξέλθει. Ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει συνεχή ενημέρωση για τον αντίκτυπο των αποφάσεών του τόσο στην επιχείρησή του όσο στην κοινωνία πράγμα που καθιστά την ανάληψη σχετικών πρωτοβουλιών δαπανηρή και ριψοκίνδυνη δραστηριότητα καθώς περιλαμβάνει και την προεξόφληση των μελλοντικών απαιτήσεων του κοινού (Monsen, 1973). Η άποψη ότι πρωταρχικός σκοπός μιας επιχείρησης είναι να δημιουργήσει πλούτο στους μετόχους της συνεπάγεται ότι οποιαδήποτε χρήση πόρων για ηθικούς και κοινωνικούς σκοπούς θεωρείται παραβίαση της εμπιστοσύνης των μετόχων από τους οποίους αφαιρούνται πόροι για δράσεις ΕΚΕ.

Επιπροσθέτως, υπάρχει η άποψη ότι πολλά κοινωνικά προγράμματα είναι ανούσια, αντιπαραγωγικά και σπάταλα, ενώ μόνο η απρόσκοπτη λειτουργία της επιχειρηματικότητας της ελεύθερης αγοράς μπορεί να συνεισφέρει στην καταπολέμηση της φτώχειας σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα πεδία αναφοράς της ΕΚΕ, εξάλλου, αποτελούν πρωταρχική ευθύνη του κράτους και όχι των επιχειρήσεων.

Το γεγονός ότι η ΕΚΕ αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα στη διαδικασία στρατηγικού προγραμματισμού πολλών ΠΕΕ έχει εγείρει πληθώρα ερωτημάτων σχετικά με τους λόγους που οι επιχειρήσεις την εντάσσουν στη στρατηγική τους. Μελέτες σχετικά με τις επιπτώσεις των προγραμμάτων ΕΚΕ στην εταιρική κερδοφορία δεν κατέληξαν σε ύπαρξη αιτιώδους σχέσης μεταξύ ΕΚΕ και οικονομικής αποδοτικότητας (Λαζαρίδου, 2013).

Ασχέτως των οικονομικών επιπτώσεων, η ΕΚΕ έχει αποτελέσει αντικείμενο εκτεταμένης κριτικής ως προς το ότι αποτελεί εργαλείο marketing και δημόσιων σχέσεων. Πιο συγκεκριμένα, υποστηρίζεται ότι οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν προγράμματα ΕΚΕ προκειμένου να προβληθούν ως κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιχειρήσεις και να αποπροσανατολίσουν την κοινή γνώμη και τον δημόσιο διάλογο από τους ηθικούς προβληματισμούς σχετικά με τις δραστηριότητές τους. Η ΕΚΕ, καταλήγει, έτσι, να είναι μια αυτόνομη βιομηχανία με στόχο την παραγωγή «υποδειγματικών» επιχειρήσεων, άποψη που ενισχύεται από την ύπαρξη προγραμμάτων εκπαίδευσης και ιστοσελίδων που έχουν δημιουργηθεί για τον σκοπό αυτό.

Προχωρώντας τη σκέψη αυτή, υποστηρίζεται ότι μοναδικός λόγος που οι επιχειρήσεις σχεδιάζουν κοινωνικά προγράμματα είναι η βελτίωση της φήμης τους και συνακόλουθα η μεγιστοποίηση του κέρδους τους. Οι δράσεις τους, δηλαδή, αν και δεν έχουν ιδιαίτερα σημαντικό κοινωνικό αντίκτυπο αξιοποιούνται ως εταιρική απάντηση στις κοινωνικές

αιτιάσεις για συμβολή στην άμβλυνση της εισοδηματικής ανακατανομής και της περιβαλλοντικής υποβάθμισης. Είναι χαρακτηριστική η άνοδος του greenwashing που αφορά στη παραπλανητική περιβαλλοντική στάση κάποιων επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με την σκεπτικιστική άποψη, οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε κοινωνικές δράσεις χαμηλού κόστους και έντονης προβολής οι οποίες συχνά δε σχετίζονται με πραγματικές κοινωνικές ανάγκες. Πολλές επιχειρήσεις, δηλαδή, προβαίνουν σε δράσεις χωρίς να λαμβάνεται υπ' όψιν ο πραγματικός τους αντίκτυπος στην κοινωνία και συνεπώς χωρίς πραγματικό κοινωνικό αντίκρισμα. Ωστόσο, επιτυγχάνουν να διαμορφώσουν μια μορφή παρελκυστικής τακτικής που νομιμοποιεί την ίδια την ύπαρξη των επιχειρήσεων και εξασφαλίζει κοινωνική συναίνεση στην εταιρική λειτουργία της (Λαζαρίδου, 2013).

Κεφάλαιο 6: Η περίπτωση της COCA COLA Τρία Έψιλον

6.1 Προφίλ εταιρείας

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον είναι μέλος του ομίλου Coca-Cola Hellenic Bottling Company (HBC) που αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους εμφιαλωτές προϊόντων της The Coca-Cola Company παγκοσμίως, με παρουσία σε 28 χώρες. Η εταιρεία παράγει και διανέμει ένα ευρύ χαρτοφυλάκιο προϊόντων μέσα από ένα δίκτυο πωλήσεων. Ανάμεσα στα προϊόντα αυτά είναι τα σήματα της The Coca-Cola Company (Coca-Cola, Fanta, Sprite, FUZETEΑ, PowerAde, Adez και τα mixers Schweppes) και προϊόντα που παράγονται στην Ελλάδα, όπως η Amita, η Amita Motion, το Frulite και το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑΥΡΑ. Το χαρτοφυλάκιο προϊόντων που προσφέρει στην ελληνική αγορά συμπληρώνεται με τα snacks TSAKIRIS και τη διανομή του ενεργειακού ποτού Monster, του καφέ Lavazza και των αλκοολούχων ποτών των εταιριών The Edrington, Ισιδώρου Αρβανίτου, Brown-Forman και Gruppo Campari (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

Σύμφωνα με την Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης (2017), η εταιρεία διαθέτει 4 μονάδες παραγωγής στην Ελλάδα και απασχολεί 1.506 εργαζόμενους. Αναφορικά με τα οικονομικά στοιχεία για το 2016 οι καθαρές πωλήσεις ανήλθαν στα 411,8 εκατ. ευρώ, το σύνολο ενεργητικού στα 285,3 εκατ., το σύνολο υποχρεώσεων στα 160,5 εκατ. και το σύνολο ιδίων κεφαλαίων στα 124,8 εκατ. Ο Όμιλος Coca-Cola HBC καθορίζει τις σχετικές πολιτικές και η Coca-Cola Τρία Έψιλον είναι υπεύθυνη για την εφαρμογή τους σε εθνικό επίπεδο.

6.2 Ενδιαφερόμενα μέρη-EKE

Η επιτυχημένη πορεία της εταιρείας σχετίζεται με την ικανοποίηση των εταίρων της. Η αναγνώριση, η ανάπτυξη και επιβράβευση των εργαζομένων της δημιουργεί ισχυρό κίνητρο για την εξέλιξη και την αυξημένη αποδοτικότητά τους (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018). Η στήριξη των τοπικών κοινωνιών και οι δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος ενισχύουν την αξιοπιστία της εταιρείας. Τέλος, η εταιρεία υποστηρίζει την επιχειρηματική ανάπτυξη των πελατών της προσφέροντάς τους επιλογές συνεργασίας σε ευρεία ποικιλία προϊόντων, καλύπτει τις καταναλωτικές ανάγκες με την ποικιλία ποιοτικών προϊόντων που

ανταποκρίνονται στη ζήτηση, ενώ τα υψηλά βιώσιμα κέρδη και τα διανεμόμενα μερίσματα δημιουργούν μια ομάδα υποστηρικτικών μετόχων.

6.2.1 Εργαζόμενοι

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον έχει υιοθετήσει συστήματα και διεθνείς πρακτικές για την προστασία τόσο των εργαζομένων της όσο και εκείνων που μπορεί να επηρεάζονται από τη λειτουργία της. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι επιτυχημένες εκστρατείες Υγείας και Ασφάλειας που ξεκίνησαν το 2011. Η εταιρεία διακρίθηκε ως ένας από τους 10 κορυφαίους εργοδότες με το καλύτερο εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα, κατακτώντας την 7η θέση στην έρευνα Best Workplaces 2018, που αποτελεί τη μεγαλύτερη ετήσια αξιολόγηση εργασιακού περιβάλλοντος. Πρόκειται για την έρευνα του Great Place to Work με την ακαδημαϊκή συμβολή του ALBA Graduate Business School, The American College of Greece.

Τα κριτήρια αξιολόγησης που ανέδειξαν την Coca-Cola Τρία Έψιλον ως έναν από τους κορυφαίους εργοδότες, αφορούν 5 βασικές παραμέτρους του εργασιακού περιβάλλοντος: την αξιοπιστία της Διοίκησης, τον σεβασμό προς τους εργαζομένους, το αίσθημα δικαιοσύνης που υπάρχει στην εταιρεία, την υπερηφάνεια που νιώθουν οι εργαζόμενοι και τη συντροφικότητα που αναπτύσσουν (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

Η εταιρεία υλοποιεί το πρόγραμμα για την υγεία και την ασφάλεια στο χώρο εργασίας μέσω του προτύπου Occupational Health and Safety Assessment Series – OHSAS 18001, το οποίο συμπληρώνεται από τα ειδικά πρότυπα υγείας και ασφάλειας στο χώρο εργασίας της The Coca-Cola Company και της Coca-Cola HBC. Με κεντρικό άξονα τη διατήρηση υγιούς και ασφαλούς περιβάλλοντος εργασίας, παρέχεται ελεγχόμενο εργασιακό περιβάλλον όσον αφορά στην πρόληψη τραυματισμών και νόσων που σχετίζονται με την εργασία, υπάρχει συμμόρφωση με τις εθνικές νομοθεσίες και κανονιστικές προδιαγραφές για την ασφάλεια και την υγεία στον χώρο εργασίας σε όλες τις περιοχές δραστηριοποίησης της Coca-Cola HBC, καθώς και με σχετικά διεθνή πρότυπα.

Οι αρχές αυτές συμπληρώνονται με την εφαρμογή ενός προγράμματος που περιλαμβάνει τον εντοπισμό και την αξιολόγηση κινδύνων από γνωστές αιτίες τραυματισμού και ασθενειών στον χώρο εργασίας, τη διερεύνηση των αιτιών αυτών και τη λήψη μέτρων για την αποφυγή επανεμφάνισης, την ανάπτυξη κατάλληλων δεξιοτήτων των εργαζομένων σε θέματα υγείας

και ασφάλειας στον χώρο εργασίας μέσω εκπαίδευσης, την υπαγωγή των συστημάτων με την υγεία και την ασφάλεια στον χώρο εργασίας σε αυστηρό έλεγχο.

Επίσης, υπάρχει ευθυγράμμιση των προδιαγραφών για την υγεία και την ασφάλεια στον χώρο εργασίας με αντίστοιχες προδιαγραφές σε όλους τους άλλους επιχειρηματικούς τομείς και διασφαλίζεται ότι υπόκεινται σε μέτρηση απόδοσης και προγράμματα διαρκούς βελτίωσης. Στον ετήσιο επιχειρηματικό σχεδιασμό, ενσωματώνονται στρατηγικές για την υγεία και την ασφάλεια και προσδιορίζονται μετρήσιμοι στόχοι για την υγεία και την ασφάλεια στον χώρο εργασίας σε ετήσια βάση για όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και σε επίπεδο Ομίλου.

Έτσι, έχουν συσταθεί Επιτροπές Υγείας και Ασφάλειας σε όλες τις μονάδες και συνέρχονται ανά τρίμηνο μαζί με εκπροσώπους της εταιρείας για να συζητούν σχετικά θέματα κι η Διοίκηση απαντά σε όλες τις προτάσεις των Επιτροπών. Επίσης, κάθε προϊστάμενος στις μονάδες παραγωγής πραγματοποιεί Walk-the-Talk επιθεωρήσεις, ελέγχοντας το χώρο και τους εργαζόμενους στα τμήματα που επισκέπτεται, για να διαπιστώνει τυχόν μη ασφαλείς συνθήκες και συμπεριφορές. Η Coca-Cola Τρία Έψιλον δημοσιεύει την απόδοσή της σχετικά με την υγεία και την ασφάλεια στον χώρο εργασίας στον ετήσιο απολογισμό στο πλαίσιο της δέσμευσής της για επίτευξη διάκρισης στον τομέα αυτό (Λόης, 2018). Σύμφωνα με την Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης (2017), το έτος 2017 1 εκατ. ευρώ δρομολογήθηκε σε προγράμματα υγείας και ασφάλειας.

Σε ευθυγράμμιση με τον Όμιλο, βρίσκεται σε εξέλιξη η εφαρμογή ενός προσαρμοσμένου προγράμματος ασφάλειας, βασισμένο στις συμπεριφορές (Behavioral Based Safety), το οποίο ξεκίνησε πιλοτικά από το εργοστάσιο του Σχηματαρίου και σταδιακά θα προχωρήσει και στις υπόλοιπες εγκαταστάσεις. Το πρόγραμμα δε βασίζεται μόνο στην παρατήρηση επικίνδυνων συμπεριφορών, αλλά προωθεί την καλλιέργεια μιας κουλτούρας ασφάλειας στο σύνολο της εταιρείας. Επίσης, κάθε χρόνο πραγματοποιείται εσωτερικά καμπάνια Υγείας και Ασφάλειας η οποία διαρκεί μία εβδομάδα και περιλαμβάνει εκπαίδευση, κουίζ και ερωτηματολόγια που απευθύνονται στους εργαζομένους καθώς και βράβευση των εργαζομένων που συμμετέχουν στα προγράμματα της καμπάνιας.

Για την παρακολούθηση της υγείας και της ασφάλειας έχουν αναπτυχθεί βασικοί δείκτες απόδοσης (KPIs), οι οποίοι διακρίνονται σε «Δείκτες Θετικής Απόδοσης ή Κύριοι Δείκτες» και σε «Δείκτες Αρνητικής Απόδοσης». Οι «Δείκτες Θετικής Απόδοσης» είναι (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017):

- ο αριθμός των «Παρ' ολίγον περιστατικών & μη ασφαλών ενεργειών – συνθηκών» που αναφέρθηκαν και διεκπεραιώθηκαν,
- ο αριθμός των «Toolbox Talks» από Διευθυντές/Προϊσταμένους¹⁴,
- ο αριθμός των «Walk the Talk» επιθεωρήσεων από Διευθυντές/ Προϊσταμένους και
- το ποσοστό των ατυχημάτων που οδήγησαν σε πλάνο διορθωτικών ενεργειών με βάση την ανάλυση των πρωταρχικών αιτιών.

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον, στο πλαίσιο εξασφάλισης της ευημερίας των εργαζομένων της και αναγνωρίζοντας την πιθανότητα έκθεσής τους στον ιό HIV ή της νόσησής τους από το σύνδρομο επίκτητης ανοσοποιητικής ανεπάρκειας (AIDS), αναγνωρίζοντας ότι η υψηλή συχνότητα κρουσμάτων συναρτάται με ελλιπή κοινωνικά και ιατρικά συστήματα στήριξης για του πάσχοντες, έχει διαμορφώσει πολιτική αντιμετώπισης των ζητημάτων αυτών. Έτσι, καταρτίζει εκπαιδευτικά προγράμματα ενημέρωσης για τους τρόπους μετάδοσης του ιού HIV/AIDS και την πρόληψη της μόλυνσης ενώ για τους ήδη πάσχοντες φροντίζει να εξασφαλίζεται η επάρκεια αντιρετροϊκών φαρμάκων για τα μέλη του προσωπικού και τις οικογένειές τους σε χώρες όπου παρατηρείται υψηλή συχνότητα εμφάνισης του ιού και η πρόσβαση στα φάρμακα δεν είναι άμεση (Λόης, 2012). Η πολιτική αυτή διαμορφώθηκε με γνώμονα το Κοινό Πρόγραμμα του ΟΗΕ για το HIV/AIDS, τον Κώδικα Πρακτικής για το HIV/AIDS του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (ILO) και τις Εταιρικές Οδηγίες της The Coca-Cola Company Africa (The Coca-Cola Company Africa Corporate Guidelines).

Αναγνωρίζοντας ότι η κατάσταση της υγείας των εργαζομένων είναι άκρως εμπιστευτική, όποιος εργαζόμενος έχει προσβληθεί από τον ιό HIV ή πάσχει από AIDS δεν είναι υποχρεωμένος να ενημερώσει την εταιρεία, ωστόσο, αν αποκαλύψει την πληροφορία αυτή στον προϊστάμενό του, εκείνος πρέπει να του εξασφαλίζει στήριξη στην αντιμετώπιση των αναγκών του. Οι εργαζόμενοι που επιθυμούν να διαπιστώσουν εάν έχουν προσβληθεί από HIV/AIDS μπορούν να εξετάζονται αφού δεχτούν συμβουλευτικές υπηρεσίες πριν και μετά την εξέταση.

Στην περίπτωση των εργαζομένων πασχόντων, η εταιρεία λαμβάνει μέτρα όπως αναπροσαρμογή του ωραρίου, ειδικό εξοπλισμό, ευκαιρίες για διαλείμματα ξεκούρασης, άδειες για ιατρικά ραντεβού, ευελιξία στις αναρρωτικές άδειες, μερική απασχόληση και λήψη των κατάλληλων ενεργειών για την επιστροφή στην εργασία. Οι εργαζόμενοι που είναι

¹⁴ Τα σύντομα μαθήματα ασφάλειας (toolbox talks) είναι ανοιχτές γενικές συζητήσεις με θέμα την υγεία και την ασφάλεια, οι οποίες πραγματοποιούνται κάθε μήνα από κάθε προϊστάμενο. Τα μαθήματα αυτά αποτελούν τον δίαυλο επικοινωνίας μεταξύ των προϊσταμένων και των εργαζομένων που βρίσκονται υπό την άμεση επίβλεψή τους.

οροθετικοί είναι ελεύθεροι να συνεχίσουν να εργάζονται και αντιμετωπίζονται όπως όλοι οι άλλοι εργαζόμενοι σε ότι αφορά την εκπαίδευση, τις προαγωγές, τη μετάθεση, την πειθαρχία. Η Coca-Cola Τρία Έψιλον προβαίνει σε πειθαρχικές ενέργειες σε περίπτωση που διαπιστωθούν φαινόμενα παρενόχλησης ή διακρίσεων κατά εργαζομένων που επηρεάζονται από τον HIV/AIDS.

Η εταιρεία επενδύει σε συνθήκες εργασιακής ευημερίας και εξέλιξης για τους εργαζομένους της με σκοπό τη βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος. Εφαρμόζει ένα σύστημα αμοιβών και παροχών προσφέροντας πακέτα αποδοχών πάνω από το μέσο όρο της αγοράς, το οποίο εντάσσει στην ευρύτερη στρατηγική της για υποκίνηση του εργατικού δυναμικού της και το συναρτά με τη θέση και την απόδοση. Υλοποιεί πολυάριθμα προγράμματα προσωπικής ανάπτυξης και δίνει ευκαιρίες σταδιοδρομίας στα 4 εργοστάσια παραγωγής της στην Ελλάδα, στη μεγαλύτερη ομάδα πωλήσεων του κλάδου, αλλά και μέσω της παρουσίας του Ομίλου Coca-Cola HBC σε 28 χώρες σε τρεις ηπείρους.

Σε μια προσπάθεια προώθησης της ισότητας των δύο φύλων και εφαρμογής διαδικασιών ίσων ευκαιριών, σημαντικό ποσοστό γυναικών κατέχει ηγετικές θέσεις στην εταιρεία. Σύμφωνα με την Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης (2017), η αναλογία των γυναικών στο σύνολο των εργαζόμενων αυξήθηκε σε 26,8%. Παράλληλα, η αντίστοιχη αναλογία ανδρών-γυναικών στην ομάδα Διευθυντών 1ου Βαθμού διαμορφώθηκε σε 29,8%, ενώ στην ομάδα Ανώτερης Διοίκησης (Διευθυντές αναφερόμενοι στον Διευθύνοντα Σύμβουλο) βρίσκεται στο 45%-55%.

Μετά από διερεύνηση των αναγκών και των απόψεων των εργαζομένων και με στόχο την ισορροπία προσωπικής και εργασιακής ζωής, η εταιρεία δημιούργησε την ολιστική πλατφόρμα ευεξίας και ενέργειας “Be Well”, η οποία εστιάζει σε 3 πυλώνες που αφορούν πνευματικές, κοινωνικές και συναισθηματικές δράσεις. Με αυτόν τον τρόπο επιχειρείται να διατηρείται σε υψηλά επίπεδα η ενέργεια και η θετική δράση. Περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, εθελοντισμό, αθλήματα, μαθήματα yoga. Η εταιρεία βοηθά τους εργαζομένους της να διατηρούν έναν υγιεινό και δραστήριο τρόπο ζωής με συνδρομές σε γυμναστήρια, ιατρικές εξετάσεις και ευκαιρίες συμμετοχής σε προγράμματα υγείας και άθλησης που οργανώνουν ο Όμιλος Coca-Cola HBC και οι τοπικές κοινωνίες στις χώρες όπου δραστηριοποιείται.

Μέσω της πλατφόρμας “Be Well”, εφαρμόζεται η πρωτοβουλία Make My Life Easy όπου διαμορφώνονται τρόποι οργάνωσης της εργασίας εύκολα και αποτελεσματικά ενώ παράλληλα αναγνωρίζονται και επιβραβεύονται οι επιτυχίες των εργαζομένων βάσει των αξιών της εταιρείας . Το 2018 είναι η δεύτερη χρονιά που πραγματοποιείται ετήσια έρευνα όπου συμμετείχε το 71% των εργαζομένων για να αξιολογήσει πεδία της εργασιακής ζωής

ώστε να προγραμματιστούν στοχευμένες ενέργειες βελτίωσης των περιοχών που αναδείχθηκαν πιο αδύναμες. Επίσης, κάθε χρόνο μετά τα αποτελέσματα της ετήσιας έρευνας Δέσμευσης και Αξιών οργανώνονται σε επίπεδο ομάδας “Engagement Days”. Τις ημέρες αυτές οι ομάδες αφιερώνουν χρόνο συζητώντας τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους ώστε να διατηρείται ένα περιβάλλον προόδου στην καθημερινότητα.

Σε άρθρο της Καθημερινής (2018), αναφέρεται ότι οργανώνονται ημέρες οικογένειας, εορτασμοί ξεχωριστών στιγμών, όπως η «Ημέρα της Μητέρας και του Πατέρα» και η πρώτη μέρα των παιδιών στο σχολείο. Κατά τη διάρκεια της «Ημέρας Οικογένειας» η οποία πραγματοποιείται χάρη στην εθελοντική συμμετοχή 100 εργαζομένων κάθε χρόνο, ένα Σαββατοκύριακο του Μαΐου σε 6 διαφορετικές εγκαταστάσεις σε όλη την Ελλάδα, οι εργαζόμενοι και οι οικογένειές τους προσκαλούνται για ξενάγηση, παρουσιάσεις, παιχνίδια, δραστηριότητες, φαγητό, μουσική και δώρα.

Επίσης, οργανώνονται χριστουγεννιάτικες γιορτές για τα παιδιά των εργαζομένων σε χώρο εκτός γραφείων και εργοστασίων και προσκαλούνται σε αυτές παιδιά από φιλανθρωπικά ιδρύματα που στηρίζει η εταιρεία. Στις παιδικές γιορτές έχει καθιερωθεί η προσφορά παιχνιδιών από τα παιδιά των εργαζομένων στα παιδιά που φιλοξενούνται σε κοινωνικές οργανισμούς και ιδρύματα. Οι γιορτές περιλαμβάνουν δράσεις όπως η συναρμολόγηση από τα στελέχη της εταιρείας παιδικών ποδηλάτων και η δωρεά τους στα παιδικά χωριά SOS μαζί με ευχετήριες κάρτες και χειροτεχνίες.

Η εταιρεία προσφέρει σε όλους τους εργαζόμενους πρόσθετες εθελοντικές παροχές που έχουν ενταχθεί στο πακέτο αμοιβών και παροχών που έχει σχεδιάσει. Συγκεκριμένα, παρέχει στους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους ασφαλιστικό πρόγραμμα ζωής και υγείας προσαρμοσμένο στις σύγχρονες ανάγκες με σημαντικές καλύψεις και ομαδικό συνταξιοδοτικό πρόγραμμα, το οποίο χρηματοδοτείται από κοινού από την εταιρεία και τα μέλη. Επιπροσθέτως, παρέχονται κάρτες καυσίμων ώστε να καλύπτονται τα έξοδα μετακίνησης των εργαζομένων.

Η εταιρεία μεριμνά για τα παιδιά των εργαζομένων της με την επιδότηση βρεφονηπιακών σταθμών και την επιβράβευση αριστούχων μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου καθώς και των εισαχθέντων σε ΑΕΙ και ΤΕΙ με δωροεπιταγές, συνδυαστικά με άλλες διευκολύνσεις για ισορροπία μεταξύ εργασίας και προσωπικής ζωής στην εργασιακή καθημερινότητα (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018). Άλλες παροχές περιλαμβάνουν ετήσια άδεια και επίδομα άδειας, γονική άδεια, διατακτικές Χριστουγέννων-Πάσχα, μετακινήσεις προς την εργασία, θέση στάθμευσης, επιδοτούμενο φαγητό, προσκλήσεις σε εκδηλώσεις.

6.2.2 Κοινωνία/τοπικές κοινότητες

Η συνεισφορά της εταιρείας στην κοινωνία υλοποιείται μέσα από την ανάπτυξη της νέας γενιάς, την ενίσχυση των τοπικών κοινωνιών, την παροχή βοήθειας σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες καθώς και την παροχή βοήθειας σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης. Τα αριθμητικά στοιχεία δείχνουν 423 κοινωνικές δράσεις στην Ελλάδα ύψους 2,4 εκατ. ευρώ (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

A. Ανάπτυξη νέας γενιάς

Η εταιρεία δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε δράσεις που στοχεύουν στην ανάπτυξη δεξιοτήτων των νέων καθώς και του κατάλληλου περιβάλλοντος που θα τους βοηθήσει να αναπτυχθούν σωστά. Σχετικές πρωτοβουλίες αποτελούν το πρόγραμμα «Το σχολείο που θέλεις», το “Graduate Trainee Program”, υποτροφίες στα πανεπιστήμια.

1.«Το σχολείο που θέλεις»

Το πρόγραμμα υλοποιείται 7 χρόνια από την Coca-Cola Τρία Έψιλον σε συνεργασία με τους Δήμους, τους εκπαιδευτικούς και τους Συλλόγους Γονέων και Κηδεμόνων. Στοχεύει να ανταποκριθεί στις αυξημένες τοπικές ανάγκες για τη βελτίωση των σχολικών υποδομών, αναλαμβάνοντας τη λειτουργική και αισθητική αναβάθμιση των σχολικών κτιρίων στη Θεσσαλονίκη μέσα από επισκευαστικές εργασίες. Με την ολοκλήρωση των επισκευαστικών εργασιών στο 87^ο Δημοτικό Σχολείο το 2018, η δράση θα έχει παραδώσει συνολικά 15 ανακαινισμένα σχολικά κτίρια, μέσα από μία συνολική επένδυση που αγγίζει τα 1,4 εκ. ευρώ, βελτιώνοντας τη σχολική καθημερινότητα περισσότερων από 4.500 μαθητών και εκπαιδευτικών κάθε χρόνο. Το πρόγραμμα έχει λάβει τις ακόλουθες διακρίσεις για τη συμβολή του στις τοπικές κοινότητες:

- SILVER βραβείο στα Hellenic Responsible Business Awards 2017 στην κατηγορία Πρόγραμμα/Δράση ΕΚΕ
- Βράβευση στα Corporate Excellence Awards 2016 στην κατηγορία Πρόγραμμα/Δράση ΕΚΕ.
- BRONZE βραβείο στα Hellenic Responsible Business Awards 2015 στην κατηγορία Εταιρική Υπευθυνότητα /Κοινωνία.

2. “Graduate Trainee Program”

Με το πρόγραμμα αυτό, νέες και νέοι που έχουν ολοκληρώσει πρόσφατα τις σπουδές τους και η εργασιακή τους εμπειρία δεν ξεπερνά τα 2 έτη, μπορούν να δηλώσουν συμμετοχή στην ιστοσελίδα της εταιρείας (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017). Η διαδικασία ξεκινά με γνωριμία με τους υποψηφίους και αξιολογήσεις με τεστ δεξιοτήτων και προσωπικές συνεντεύξεις και ολοκληρώνεται σε ένα ολοήμερο Κέντρο Αξιολόγησης, όπου οι υποψήφιοι μέσω προσομοιώσεων πραγματικών συνθηκών εργασίας αναπτύσσουν τα ταλέντα τους, τη δημιουργικότητά και το ομαδικό τους πνεύμα (Eduguide, 2017).

Οι Graduate Trainees που επιλέγονται, εντάσσονται στην ομάδα της Coca-Cola Τρία Έψιλον με κύριο όφελος την αποκόμιση θεωρητικής γνώσης και επαγγελματικής εμπειρίας. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει εκπαίδευση σε βασικούς τομείς, projects στο προσωπικό πεδίο ενδιαφέροντος, αξιολόγηση της απόδοσης και τοποθέτηση σε θέση εργασίας. Ξεκινώντας στην εταιρεία την επαγγελματική τους σταδιοδρομία, περισσότεροι από 150 νέοι απόφοιτοι έχουν σταδιοδρομήσει αναλαμβάνοντας υψηλόβαθμες θέσεις στην Coca-Cola Τρία Έψιλον αλλά και σε άλλες χώρες του Ομίλου Coca-Cola HBC (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2016).

3. Πρόγραμμα Youth Empowered

Το πρόγραμμα έχει στόχο την ενίσχυση της απασχολησιμότητας των νέων 18-30 ετών που βρίσκονται εκτός αγοράς εργασίας. Οι νέοι αποκτούν δεξιότητες, καθοδήγηση και επαγγελματική δικτύωση ώστε να έχουν ισχυρές πιθανότητες να διεκδικήσουν ουσιαστικές ευκαιρίες απασχόλησης. Με μήνυμα «Εμπνεύσου, Διεκδίκησε, Πέτυχε», το Youth Empowered στοχεύει να δώσει σε 20.000 νέους μέχρι το 2020 τα εφόδια που χρειάζονται για να πετύχουν μία θετική αλλαγή στη ζωή τους. Η παρακολούθηση γίνεται είτε μέσω εκπαιδευτικών σεμιναρίων σε διάφορες πόλεις της Ελλάδας, είτε διαδικτυακά, μέσω της διαδραστικής πλατφόρμας e-learning www.youthempowered.gr. Στο πρόγραμμα συμμετέχουν εθελοντικά ως μέντορες τα στελέχη της εταιρείας, τα οποία συνδράμουν τους νέους με τη γνώση και την εμπειρία τους ώστε να διεκδικήσουν με αξιώσεις θέσεις εργασίας που τους ενδιαφέρουν. Σύμφωνα με την Έκθεση Βιωσιμότητας και Ανάπτυξης (2017), 2.556 νέοι εκπαιδεύτηκαν το 2017 μέσω του προγράμματος αυτού.

Το πρόγραμμα Youth Empowered ξεχώρισε σε δύο κατηγορίες το 2018 για τη συμβολή του λαμβάνοντας τις διακρίσεις: Βράβευση Best CSR Program στα Corporate Affairs Excellence Awards και Special Award στα Corporate Affairs Excellence Awards. Τα Corporate Affairs Excellence Awards της Ελληνικής Εταιρίας Διοικήσεως Επιχειρήσεων, αποτελεί θεσμό που

επιβραβεύει τις σημαντικότερες και πιο καινοτόμες εταιρικές πρωτοβουλίες με θετικό κοινωνικό αντίκτυπο (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

4. Rise Management Trainee Programme

Το πρόγραμμα διαρκεί 2 χρόνια και σ' αυτό μπορούν να συμμετέχουν νέοι απόφοιτοι πανεπιστημίου, με στόχο την απόκτηση εργασιακής εμπειρίας, την εξοικείωση με τις εταιρικές διαδικασίες και την ανέλιξη στον εταιρικό ιστό σε χώρες δραστηριοποίησης του Ομίλου. Οι Management Trainees που επιλέγονται αποκτούν διετή επαγγελματική εμπειρία εντασσόμενοι στην ομάδα της εταιρείας σε Ελλάδα και Κύπρο μέσα σε ένα συναδελφικό περιβάλλον αλληλεγγύης και εποικοδομητικού ανταγωνισμού (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018). Το ατομικό τους πλάνο ανάπτυξης περιλαμβάνει εκπαίδευση σε βασικούς τομείς, projects στο πεδίο προσωπικού ενδιαφέροντος και αξιολόγηση της απόδοσης, καθώς και τοποθέτηση στην εταιρική δομή. Οι τομείς λειτουργίας είναι (Θεοδωροπούλου, 2018):

- Commercial (Εμπορικός)
- Supply Chain (Ανεφοδιασμός)
- HR (Ανθρώπινο Δυναμικό)
- Public Affairs and Communication (Δημόσιες σχέσεις και Επικοινωνία)

Σε όλη τη διαδικασία του πλάνου ανάπτυξης, οι συνάδελφοί τους έχουν καθοδηγητικό ρόλο παρέχοντάς τους κίνητρα, έμπνευση και γνώση ώστε να αναπτύξουν το ταλέντο τους και να συμβάλλουν ενεργά και δημιουργικά στην ομάδα που θα ενταχθούν αλλά και στην εταιρεία συνολικά. Στόχος για τους Management Trainees είναι να εξελιχθούν σε υψηλόβαθμες θέσεις τόσο μέσα στην εταιρεία, αλλά και όσοι θέλουν να συνεχίσουν την καριέρα τους στο εξωτερικό, στις χώρες του Ομίλου Coca-Cola HBC.

5. Υποτροφίες σε πανεπιστήμια

Η εταιρεία, επίσης παρέχει τακτικά υποτροφίες σε πανεπιστήμια καλύπτοντας μέρος των διδάκτρων. Πρόσφατο παράδειγμα είναι η ανακοίνωση προσφοράς 2 υποτροφιών από την Coca-Cola για το πρόγραμμα Msc in Marketing του Πανεπιστημίου Strathclyde (μέσω του Greek Center του Πανεπιστημίου, το IMS College) για το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018, οι οποίες καλύπτουν το 50% των διδάκτρων είτε για μερική είτε για ολική φοίτηση (εικ. 2) (Eduguide, 2017).

**The Strathclyde Business School,
The Coca – Cola Company
and the IMS College**

are proud to announce the offering of 2 scholarships covering 50% of the tuition fees of the MSc in MARKETING program offered by the University of STRATHCLYDE Business School in GREECE, for the intake commencing September 2017.

Specific Criteria

1. A bachelor's degree from a Greek or Foreign University and a very good academic record.
2. English language fluency is mandatory (certified by obtaining IELTS, or Proficiency). Knowledge of more languages will be considered as an additional qualification.
3. Overall quality of the application and financial need will also be considered.

The award will be judged on a 500-word statement supplied by each candidate in which he/she should clearly articulate through his/her ideas, experience and achievement why he/she should be considered for the scholarship.

*Please note that we are unable to consider candidates who do not hold an offer of a place in the programme. The successful candidates for this award will be notified end of September 2017. Awards will automatically be deducted from tuition fees.

For more information call the IMS College at 210 7230814

Εικόνα 2. Υποτροφίες για το πρόγραμμα MSc in MARKETING του Πανεπιστημίου Strathclyde.
Πηγή: Eduguide, 2017

Επίσης, 6 υποτροφίες προκηρύχθηκαν από τη Σχολή Επαγγελματικής Εκπαίδευσης της Αμερικανικής Γεωργικής Σχολής (ΑΓΣ) με την ευγενική χορηγία της Coca-Cola, «στο πλαίσιο των πρωτοβουλιών που στηρίζει για την ενδυνάμωση του ελληνικού επιχειρηματικού πνεύματος, το οποίο με τη σειρά του, μπορεί να τονώσει και να δώσει ώθηση στην οικονομία και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας», όπως αναφέρεται σε ανακοίνωση της ΑΓΣ (Voria.gr, 2017).

B. Τοπικές κοινωνίες

Η εταιρεία προκειμένου να δώσει ώθηση στην κοινωνική ανάπτυξη καθιερώνει προγράμματα ΕΚΕ και επιστροφής μέρους των εσόδων από την επιχειρηματική της δραστηριότητα στις τοπικές κοινωνίες. Συγκεκριμένα, το 37,1 % των κοινωνικών της δράσεων οργανώθηκαν στην περιφέρεια δημιουργώντας ένα θετικό κοινωνικο-οικονομικό αντίκτυπο στις περιοχές που δραστηριοποιείται η εταιρεία (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018). Το επενδυτικό πρόγραμμα της Coca-Cola Τρία Έψιλον στην Ελλάδα και η συμβολή της στις τοπικές κοινωνίες ξεχώρισαν στα Hellenic Responsible Business Awards 2018.

Με στόχο την ώθηση στην τοπική ανάπτυξη, δημιουργήθηκε το πρόγραμμα «Σύμπραξη Τουρισμού για τη Θεσσαλία» προκειμένου να αναδειχθεί η Θεσσαλία ως τουριστικός

προορισμός στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Με τη συγκεκριμένη σύμπραξη ιδιωτικού και δημόσιου τομέα προσφέρεται δωρεάν η τεχνογνωσία του ιδιωτικού τομέα στους επαγγελματίες του τουρισμού και παρέχονται έτοιμα προς αξιοποίηση πρακτικά εργαλεία για την αύξηση της τουριστικής κίνησης στις τοπικές επιχειρήσεις. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει ολοκληρωμένο Σχέδιο marketing για την τουριστική προβολή της Θεσσαλίας, επικοινωνιακή πλατφόρμα Thessaly Handcrafted by Time στον πρωτότυπο 3D διαδραστικό ιστότοπο www.mythessaly.com, εκπαίδευση και ανάπτυξη δεξιοτήτων για τους επαγγελματίες του τουρισμού της Θεσσαλίας (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017).

Γ. Ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες

Στο πλαίσιο των κοινωνικών δράσεων, η εταιρεία συνεργάζεται στενά με φιλανθρωπικές οργανώσεις και ΜΚΟ και διαθέτει εθελοντές για φιλανθρωπικούς σκοπούς από το ανθρώπινο δυναμικό της. Μεταξύ των δράσεων είναι οι δωρεές προϊόντων και η αιμοδοσία. Το 2017 προσέφεραν τον χρόνο τους εθελοντικά 192 εργαζόμενοι (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017). Κατά το ίδιο έτος, στο πλαίσιο της πολιτικής για τον περιορισμό της σπατάλης τροφίμων (food waste management), προσφέρθηκαν συνολικά 69.276 λίτρα κοντόληκτων προϊόντων, τα οποία διατέθηκαν σε άπορους και πρόσφυγες, μέσω των Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών και των 17 Κοινωνικών Παντοπωλείων με τα οποία συνεργάζεται η εταιρεία, όπως η Τράπεζα Τροφίμων Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Η The Coca Cola Company σε συνεργασία με το Ίδρυμα Radcliffe, το Ίδρυμα IKEA και τον Όμιλο Libra ανακοίνωσαν κατά τη διάρκεια της Ευρωπαϊκής Διάσκεψης Concordia που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα, μια σημαντική φιλανθρωπική πρωτοβουλία, την «Πρωτοβουλία Ascend» η οποία αφορά σε χρηματοδότηση 4 εκατομμυρίων ευρώ για να αντιμετωπισθούν κατεπείγουσες ανάγκες προσφύγων και ευάλωτων Ελλήνων (Protagon, 2017). Η χρηματοδότηση αποσκοπεί στην εξασφάλιση επαρκούς στέγης για αποκλεισμένες κοινωνικά ομάδες με κύρια εστίαση σε ασυνόδευτους ανηλίκους, την κατάρτιση προγραμμάτων στήριξης τοπικών κοινωνιών όπως σίτιση, ιατρική περίθαλψη, ψυχοκοινωνικές υπηρεσίες και επαγγελματική κατάρτιση για πρόσφυγες και Έλληνες οι οποίοι αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα λόγω της συνεχιζόμενης οικονομικής κρίσης.

Πριν την έναρξη της πρωτοβουλίας ήδη είχαν υλοποιηθεί δράσεις όπως η υποστήριξη προγραμμάτων για ασυνόδευτα παιδιά. Το έργο HOME Project προσφέρει στέγη σε συνθήκες ασφάλειας, εκπαίδευση και κοινωνική ένταξη σε πρόσφυγες, με έμφαση στα ασυνόδευτα παιδιά που είναι ιδιαίτερα ευάλωτα. «Η φροντίδα για τους ασυνόδευτους ανηλίκους και τις οικογένειες αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα μεταξύ άλλων εξίσου σημαντικών

προτεραιοτήτων. Τα ασφαλή σπίτια της Άρσις προσφέρουν στέγη, ψυχολογική και νομική υποστήριξη και εκπαίδευση σε ανήλικους πρόσφυγες που βρίσκονται εκτός εκπαιδευτικού συστήματος, για μεγάλο χρονικό διάστημα. Είμαστε πραγματικά υπερήφανοι που συμμετέχουμε σε αυτή τη συλλογική δράση και υπηρετούμε ένα τόσο σημαντικό σκοπό», δήλωσε ο Νίκος Κουμέττης, Πρόεδρος της The Coca Cola Company Κεντρικής & Ανατολικής Ευρώπης.

Επίσης, η εταιρεία υποστήριξε με την προσφορά δωρεάν προϊόντος το έργο 39 αναγνωρισμένων Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών, όπως τα Special Olympics Hellas, το MDA Hellas, ο ΔΕΣΜΟΣ, το Μαζί για το Παιδί, το Χαμόγελο του Παιδιού, η Emfasis, η Άρσις.

Δ. Περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης

Η Coca-Cola Τρία Έγυλον συμμετέχει σε ενέργειες αποκατάστασης έκτακτης ανάγκης των σχετικών οργανισμών χρησιμοποιώντας τις εγκαταστάσεις και τα συστήματα διανομής σε περίπτωση που οι κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται πληγούν από απροσδόκητες καταστροφές οποιουδήποτε τύπου μέσω, για παράδειγμα, παροχής νερού σε περίπτωση πυρκαγιάς ή μέσω αποστολής πακέτων βοήθειας σε σεισμόπληκτους. Για τον σκοπό αυτό συνεργάζεται με το Διεθνές Κίνημα Ερυθρού Σταυρού και Ερυθράς Ημισελήνου, καθώς και με τους εθνικούς συλλόγους του Ερυθρού Σταυρού και της Ερυθράς Ημισελήνου και άλλες ΜΚΟ. Οι συνεργασίες αυτές της επιτρέπουν να ανταποκρίνεται άμεσα στις καταστροφές παρέχοντας νερό και άλλα εφόδια μέσω των συστημάτων Logistics και διανομής που διαθέτει (Coca-Cola HBC, 2015). Με την πάροδο του χρόνου οι φιλανθρωπικές αυτές ενέργειες έχουν εξελιχθεί σε μακροπρόθεσμα κοινωνικά προγράμματα.

Τα τελευταία χρόνια η εταιρεία έχει συμμετάσχει σε διάφορες ενέργειες ανακούφισης μετά τις καταστροφικές πυρκαγιές στην Ελλάδα το 2007, τον σεισμό στο Αμπρούτσο της Ιταλίας το 2009, τις πλημμύρες που έπληξαν την ανατολική Ευρώπη το 2010 (In.gr, 2011). Στις περιπτώσεις αυτές παρείχε βοήθεια μέσω οικονομικής υποστήριξης, διάθεσης τροφίμων και φαρμάκων και κινητοποίησης του προσωπικού της για εθελοντική συνδρομή στο έργο του Ερυθρού Σταυρού.

Τον Ιούλιο του 2011 σημειώθηκε καταστροφική έκρηξη στη ναυτική βάση στο βόρειο τμήμα της Κύπρου η οποία έπληξε επίσης και τον παρακείμενο ηλεκτροπαραγωγικό σταθμό της νήσου με αποτέλεσμα 12 άνθρωποι να χάσουν τη ζωή τους και 61 να τραυματιστούν. Η εταιρεία ανταποκρίθηκε άμεσα υπό το συντονισμό του Ερυθρού Σταυρού, του Υπουργείου Υγείας και του Υπουργείου Εξωτερικών και απέστειλε 900 λίτρα εμφιαλωμένο νερό Κύκκος

και 350 λίτρα χυμό πορτοκαλιού Λανίτης στους διασώστες που κινητοποιήθηκαν βάσει του εθνικού σχεδίου έκτακτης ανάγκης και στις γειτονικές περιοχές που επλήγησαν (In.gr, 2011). Οι διασώστες ήταν πολύ σημαντικό να έχουν άμεση πρόσβαση σε πόσιμο νερό προκειμένου να μην αφυδατωθούν καθώς η Κύπρος βίωνε καύσωνα με θερμοκρασίες στους 40 βαθμούς κελσίου που προκαλούσαν πυρκαγιές σε δασικές εκτάσεις.

Τον Νοέμβριο του 2017, μαζί με την Coca-Cola Hellas, στήριξε τους πλημυροπαθείς της Μάνδρας και της Νέας Περάμου με την προσφορά 30.000 μπουκαλιών νερού και 10.000 ατομικών χυμών σε κατοίκους και μαθητές των δύο Δήμων. Επιπλέον, σε συνεχή επικοινωνία με τους Δήμους, εργαζόμενοι της εταιρείας προσέφεραν εθελοντικά το χρόνο τους, βοηθώντας στα κέντρα διαλογής και διανομής προϊόντων, ενώ, δόθηκαν €10.000 στον Ερυθρό Σταυρό (Σαμαρείτες) για την αγορά εξοπλισμού θέρμανσης στους πλημυροπαθόντες (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017).

Η εταιρεία είχε ανάλογη παρουσία και στην πρόσφατη πυρκαγιά που ξεκίνησε από την ανατολική πλευρά της Πεντέλης και κατευθύνθηκε στην περιοχή Νέος Βουτζάς και Μάτι και επεκτάθηκε με γρήγορο ρυθμό λόγω των ισχυρών ανέμων στον οικισμό, έχοντας ως αποτέλεσμα -εκτός των φυσικών και υλικών καταστροφών- δεκάδες θύματα. Ο τελευταίος επίσημος απολογισμός αναφέρεται σε 96 νεκρούς (CNN Greece, 2018) και 25 αγνοούμενους, καθώς και 175 τραυματίες¹⁵. Με μια ομάδα εθελοντών εργαζομένων, η εταιρεία συνεισέφερε με νερά, χυμούς, αιμοδοσία, τρόφιμα και φάρμακα ενώ παράλληλα δρομολόγησε ενέργειες για τη στήριξη της πυροσβεστικής υπηρεσίας και την τόνωση των περιοχών (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

6.2.3 Καταναλωτές

Με άξονα τη προώθηση ενός υγιεινού προτύπου ζωής η εταιρεία προσφέρει ποικιλία επιλογών στα προϊόντα της ώστε οι καταναλωτές να έχουν τη δυνατότητα να προβαίνουν σε επιλογές που αντιστοιχούν στις ανάγκες τους ενώ κατά καιρούς προβαίνει σε εκστρατείες ενημέρωσης για τα οφέλη της κίνησης στη ζωή. Έτσι, για όλα τα αναψυκτικά προσφέρεται η επιλογή χαμηλών ή μηδενικών θερμίδων και πληθώρα συσκευασιών διαφορετικών μεγεθών (7 διαφορετικά μεγέθη συσκευασιών που κάνουν πιο εύκολη τη διαχείριση της πρόσληψης ζάχαρης) και παρέχονται σαφείς και λεπτομερείς διατροφικές πληροφορίες για τα προϊόντα.

¹⁵ Ενημέρωση για τις δασικές πυρκαγιές της 24/07/2018 - Δελτία Τύπου - Πυροσβεστικό Σώμα Ελλάδος». www.fireservice.gr. Ανακτήθηκε στις 2018-07-25.

Επίσης, ακολουθούνται κοινωνικά υπεύθυνες πολιτικές marketing όπως η μη διαφήμιση ανθρακούχων προϊόντων σε παιδιά κάτω των 12 ετών ώστε να μην αναιρείται ο ρόλος των γονιών να διαμορφώνουν τη διατροφή των παιδιών τους. Παράλληλα, δίνεται έμφαση στην προώθηση προϊόντων νερού, αθλητικών και λειτουργικών ποτών και ποτών με καθόλου ή λίγη ζάχαρη.

6.3 Κοινωνικός διάλογος με τους εταίρους (stakeholders)

Η εταιρεία διεξάγει κοινωνικό διάλογο με φυσικά ή νομικά πρόσωπα (stakeholders) που ενδέχεται να επηρεάζονται από τις δραστηριότητές της ή να επηρεάζουν την ικανότητά της να εφαρμόζει τη στρατηγική της. Σε αυτό το πλαίσιο, αναφορικά με τους εργαζομένους πραγματοποιούνται συναντήσεις σε καθημερινή βάση, διοργάνωση εσωτερικών εκδηλώσεων και συνεδριών, διαπραγματεύσεις με εκπροσώπους των εργαζομένων ενώ διεξάγεται ετήσια έρευνα Δέσμευσης και Αξιών.

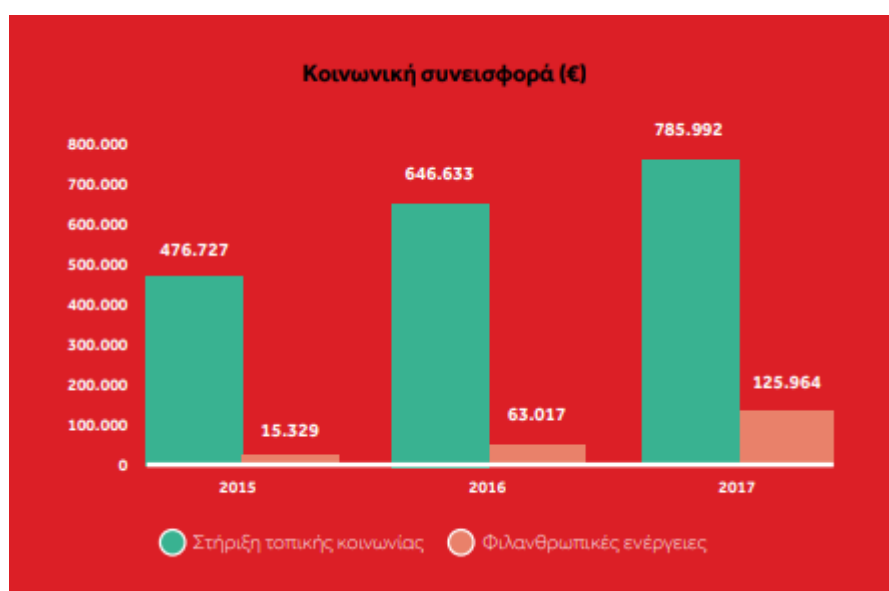
Όταν απαιτείται, διεξάγεται συζήτηση με εκπροσώπους της Πολιτείας και τις Δημόσιες αρχές σε θέματα εταιρικής διακυβέρνησης, επιχειρηματικής ηθικής και διαφθοράς, ευημερίας εργαζομένων, περιβαλλοντικής και κοινωνικής πολιτικής. Επίσης, διατηρείται τακτική επικοινωνία με την τοπική κοινωνία στο πλαίσιο των προγραμμάτων εταιρικής υπευθυνότητας και συνεργάζεται με αυτή στην έρευνα θεμάτων βιώσιμης ανάπτυξης.

Η εταιρεία συνάπτει συνεργασίες με ΜΚΟ σε τακτική βάση, πραγματοποιεί συναντήσεις και συνεργασίες σε θέματα όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα, η ανακύκλωση και διαχείριση αποβλήτων. Η συνεργασία με επιχειρηματικές ενώσεις πραγματοποιείται με τη συμμετοχή της εταιρείας σε κλαδικούς φορείς και τη διεξαγωγή από κοινού έρευνας σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης.

Στον διάλογο συμμετέχουν προμηθευτές με τη διεξαγωγή κοινών προγραμμάτων με την εταιρεία για υπεύθυνες προμήθειες και καταναλωτές μέσω του τμήματος επικοινωνίας καταναλωτών, focus group αλλά και μέσω διεξαγωγής έρευνας ικανοποίησης καταναλωτών σε μηνιαία βάση. Επίσης, στην εταιρεία λειτουργεί τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και πραγματοποιείται έρευνα ικανοποίησης πελατών σε μηνιαία βάση ώστε να διασφαλίζεται η ομαλή συνεργασία με τους εμπορικούς συνεργάτες.

6.4 Αξιολόγηση κοινωνικής συνεισφοράς Coca-Cola Τρία Έψιλον

Η εταιρεία αξιολογεί την κοινωνική συνεισφορά της μέσω του διεθνώς αναγνωρισμένου μοντέλου υπολογισμού της αξίας των κοινωνικών προγραμμάτων, London Benchmarking Group (LBG). Σε αυτό το μοντέλο αναλύεται το συνολικό ύψος της συνεισφοράς σε χρηματική συνεισφορά (π.χ. σε προϊόντα και χρήματα), σε λειτουργική συνεισφορά (π.χ. η αξία του χρόνου που διαθέτουν οι εργαζόμενοι) και σε προστιθέμενη συνεισφορά (π.χ. ενίσχυση των προγραμμάτων της εταιρείας από άλλους κοινωνικούς εταίρους) (εικ. 3). Από τον πίνακα συνάγεται ότι για το έτος 2017, η συνολική αξία των ενεργειών με στόχο τη στήριξη της τοπικής κοινωνίας (χρήματα, είδος, χρόνος εργασίας κ.λπ.) ανέρχεται σε €785.992, ενώ η συνολική αξία των φιλανθρωπικών ενεργειών σε €125.964.



Εικόνα 3. Κοινωνική συνεισφορά Coca-Cola Τρία Έψιλον. Πηγή: Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2017, σελ. 44

6.5 Οριζόντιες πολιτικές της Coca-Cola Τρία Έψιλον

6.5.1 Πολιτική Ανθρώπινων Δικαιωμάτων

Η Πολιτική Ανθρώπινων Δικαιωμάτων της Coca-Cola HBC διέπεται από τις διεθνείς αρχές των ανθρώπινων δικαιωμάτων που περικλείονται στην Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρώπινων Δικαιωμάτων, τη Διακήρυξη της ΔΟΕ για τις Θεμελιώδεις Αρχές και τα

Δικαιώματα στην Εργασία, το Παγκόσμιο Σύμφωνο του ΟΗΕ και τις Κατευθυντήριες Αρχές των Ηνωμένων Εθνών στην εργασία. Η Πολιτική Ανθρώπινων Δικαιωμάτων ισχύει για την Coca-Cola HBC, τις εταιρείες που της ανήκουν, τις εταιρείες στις οποίες κατέχει πλειοψηφική συμμετοχή και τις εγκαταστάσεις που διαχειρίζεται. Η Coca-Cola Τρία Έψιλον έχει υιοθετήσει την Πολιτική Ανθρώπινων Δικαιωμάτων του Ομίλου. Οι Κατευθυντήριες Αρχές για Προμηθευτές ισχύουν για τους προμηθευτές της και είναι ευθυγραμμισμένες με τις προσδοκίες και δεσμεύσεις αυτής της Πολιτικής (Coca-Cola HBC, 2018).

Η Coca-Cola HBC διακηρύττει τη δέσμευσή της να προλαμβάνει κάθε ενδεχόμενη επίπτωση ενέργειας κατά την επιχειρηματική της δραστηριότητα που είναι αντίθετη με τα ανθρώπινα δικαιώματα και να προχωρά σε προληπτική συμμόρφωση. Δεσμεύεται για συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες ώστε να εξασφαλίζεται ότι λαμβάνεται υπ' όψιν η θέση τους όταν τίθενται ζητήματα που σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα κατά τη δραστηριότητα της εταιρείας.

Σχετικά με την ελευθερία του συνεταιρίζεσθαι και της συλλογικής διαπραγμάτευσης διακηρύττει τον σεβασμό στο δικαίωμα των εργαζομένων στη συμμετοχή ή μη και στη δημιουργία εργατικών σωματείων, χωρίς φόβο αντίποινων ή παρενόχλησης. Σε περίπτωση που οι εργαζόμενοι εκπροσωπούνται από ένα νομικά αναγνωρισμένο σωματείο, η εταιρεία δεσμεύεται στην ανάπτυξη εποικοδομητικού διαλόγου με τους ελεύθερα επιλεγμένους εκπροσώπους τους.

Μεταξύ των δεσμεύσεών της περιλαμβάνεται η διαμόρφωση υγιούς και ασφαλούς χώρου εργασίας σε συμμόρφωση με τους ισχύοντες νόμους και κανονισμούς. Επίσης, παρέχονται εγγυήσεις ασφάλειας για τους εργαζομένους με σεβασμό στο απόρρητο και την αξιοπρέπεια των εργαζομένων απομακρύνοντας κάθε ενδεχόμενο βίας, παρενόχλησης, εκφοβισμού και άλλων επισφαλών συνθηκών που οφείλονται σε εσωτερικές και εξωτερικές απειλές.

Αναφορικά με τη δουλεία και την καταναγκαστική εργασία δηλώνει την απαγόρευση εκμετάλλευσης οποιουδήποτε ατόμου σε δουλεία ή ειλωτεία, τη χρήση όλων των μορφών καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας καθώς και τη συμμετοχή σε εμπορία ανθρώπων. Παράλληλα, υπάρχει συμμόρφωση με όλους τους τοπικούς νόμους σχετικά με την κατώτατη ηλικία εργασίας, όπως προβλέπεται από τη σύμβαση 138 της ΔΟΕ και απαγορεύει την πρόσληψη ατόμων κάτω των 18 ετών για θέσεις οι οποίες απαιτούν επικίνδυνη εργασία όπως προβλέπεται από τη σύμβαση 182 της ΔΟΕ.

Στο πλαίσιο της πολιτικής της εταιρείας για τα ανθρώπινα δικαιώματα, περιλαμβάνεται η δέσμευσή της περί αποδοχής της διαφορετικότητας και αποφυγής διακρίσεων βάσει της

φυλής, των πολιτικών πεποιθήσεων, του θρησκευματος, της καταγωγής, του σεξουαλικού προσανατολισμού, της ηλικίας, των ειδικών αναγκών ή του φύλου των εργαζομένων σε οποιοδήποτε εργασιακό θέμα.

Η εταιρεία παραπέμπει όσους εργαζόμενους θεωρούν ότι υπάρχει απόκλιση μεταξύ των νόμων και της πολιτικής της εταιρείας και όσους έχουν απορίες σχετικά με την εφαρμοζόμενη πολιτική ή επιθυμούν να αναφέρουν πιθανή παραβίαση αυτής να απευθύνουν τις ερωτήσεις και τους προβληματισμούς τους στην τοπική Διοίκηση, το τμήμα Ανθρωπίνου Δυναμικού, το Νομικό τμήμα ή το τμήμα Επιχειρηματικής Προσαρμοστικότητας (Business Resilience) με απόλυτη διατήρηση ης εμπιστευτικότητας. Εναλλακτικά, δίνεται η δυνατότητα μέσω της γραμμής Speak Up! της Coca-Cola HBC να αναφέρουν τις ανησυχίες τους ανώνυμα. Η Coca-Cola HBC δεσμεύεται ως προς τη διερεύνηση καθώς και τη λήψη διορθωτικών ενεργειών ως απάντηση σε οποιαδήποτε παραβίαση.

6.5.2 Βιώσιμη ανάπτυξη

Με κεντρικό άξονα τη βιώσιμη ανάπτυξη μέσω μιας διαδικασίας ανάλυσης επιπτώσεων, διαλόγου με τα εμπλεκόμενα μέλη και διεξαγωγής τακτικών ελέγχων, η εταιρεία προσπαθεί να εντοπίζει τις σημαντικότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις της επιχειρηματικής της δραστηριότητας ώστε να αναλαμβάνονται στοχευμένες δράσεις σχετικά με την ορθολογική διαχείριση νερού, την ενέργεια, τη προστασία του κλίματος, την ανακύκλωση και την εξοικονόμηση ενέργειας (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018). Επί των πεδίων αυτών τίθενται συγκεκριμένοι στόχοι ως προς τις επιδόσεις και η πρόοδος σημειώνεται στην ετήσια έκθεση εταιρικής ευθύνης της εταιρείας και του Ομίλου.

Διαχείριση νερού

Η ανάγκη βελτίωσης της απόδοσης στην κατανάλωση νερού προκύπτει από την αδυναμία μείωσης της ποσότητας νερού που περιέχουν τα αναψυκτικά και την αύξηση του όγκου παραγωγής που συνεπάγεται αύξηση της χρησιμοποιούμενης ποσότητας νερού. Στην προσπάθειά της να χρησιμοποιεί ορθολογικά τους υδάτινους πόρους, η εταιρεία έχει προχωρήσει σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό Global Water Partnership-Mediterranean . Σε διεθνές επίπεδο, ο Όμιλος Coca-Cola HBC είναι ιδρυτικό μέλος της πρωτοβουλίας Παγκόσμιο Σύμφωνο του ΟΗΕ για το Νερό (Water Mandate of the UN Global Compact) η οποία διαχειρίζεται ζητήματα βιωσιμότητας του νερού στη λειτουργία των

επιχειρήσεων, τις αλυσίδες εφοδιασμού και τις κοινότητες και συνεργάζεται με κυβερνήσεις και ΜΚΟ για τη διαμόρφωση δημόσιας πολιτικής.

Η μονάδα παραγωγής του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΑΥΡΑ στο Αίγιο και η μονάδα στο Σχηματάρι έχουν λάβει πιστοποίηση EWS (European Water Stewardship) πράγμα που σημαίνει ότι εφαρμόζονται πρακτικές συνεχούς βελτίωσης της ποσότητας νερού, υιοθετείται ποιοτική προσέγγιση για το νερό που αποβάλλεται, αξιολογούνται οι επενδύσεις που γίνονται στον τομέα αυτό και εξασφαλίζεται η προστασία των ευάλωτων περιοχών γύρω από τις μονάδες.

Η εταιρεία καταβάλλει σημαντική προσπάθεια στη μείωση της ποσότητας νερού που χρησιμοποιείται στην παραγωγή ποτών και στην επεξεργασία των λυμάτων ώστε να διασφαλίζεται η υδρόβια ζωή. Στόχος του Ομίλου και κατ' επέκταση της εταιρείας είναι η μείωση κατά 30% της χρήσης νερού μέχρι το 2020. Στα εργοστάσια εμφιάλωσης παρακολουθείται εντατικά η ποσότητα νερού που καταναλώνεται και καταρτίζονται σχέδια δράσης για τον περιορισμό των κινδύνων. Επίσης, τα εργοστάσια στην Ελλάδα διαθέτουν τις δικές τους εγκαταστάσεις επεξεργασίας λυμάτων ή χρησιμοποιούν τις κατά τόπους εγκαταστάσεις επεξεργασίας λυμάτων των δήμων. Με αυτόν τον τρόπο, το επεξεργασμένο νερό που διοχετεύεται στο περιβάλλον είναι κατάλληλο για χρήση στη γεωργία και δε παρεμποδίζει τη διαβίωση φυτών και υδρόβιων οργανισμών (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

Επίσης, εφαρμόζονται ενέργειες όπως η υλοποίηση άνω του 75% των βασικών Πρακτικών Εξοικονόμησης Νερού (TOP Water Saving Practices) του Ομίλου στα εργοστάσια, συνεχής έλεγχος και καταμέτρηση καταναλώσεων μέσω αναλύσεων και online μετρήσεων σε καθημερινή βάση, η ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση του νερού, όπου αυτό κρίνεται δυνατόν, η εγκατάσταση ξηρής λίπανσης σε γραμμές πλαστικής φιάλης (PET) και ημίξηρης σε γυάλινη φιάλη (RGB), σχεδιασμός ενός πλάνου προστασίας σύμφωνα με τα παγκόσμια προγράμματα SVA/SWPP της The Coca-Cola Company, για τη διασφάλιση βιώσιμης διαχείρισης του νερού (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017).

Πρόγραμμα «Αποστολή νερό»

Το πρόγραμμα «Αποστολή νερό» έχει δύο στόχους. Πρώτος στόχος είναι να περιορίσει τη λειψυδρία μέσω συλλογής βρόχινου νερού σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό Global Water Partnership-Mediterranean, δημοτικές και άλλες τοπικές αρχές και το Μεσογειακό Γραφείο Πληροφόρησης για το Περιβάλλον, τον Πολιτισμό και την Αειφόρο Ανάπτυξη (MIO-ECSDE). Το «Πρόγραμμα Συλλογής Όμβριων Υδάτων» υλοποιείται από την εταιρεία με στόχο να αντιμετωπίσει το φαινόμενο της λειψυδρίας σε περιοχές όπου αυτό είναι έντονο,

όπως στα νησιά των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων, όπου ο μέσος όρος βροχόπτωσης δεν ξεπερνά τα 400 χιλιοστά ετησίως. Το 2017 το πρόγραμμα εφαρμόστηκε στα Κύθηρα και στα Αντικύθηρα επιτυγχάνοντας την ενίσχυση των ποσοτήτων του δημοτικού δικτύου ύδρευσης των νησιών, με την εγκατάσταση δεξαμενών πόσιμου νερού.

Τα αποτελέσματα του προγράμματος από το 2008 μέχρι το 2017 διαμορφώθηκαν ως εξής:

- 31 νησιά των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων ωφελήθηκαν από το Πρόγραμμα
- 64 έργα εγκαταστάθηκαν ή επισκευάστηκαν, εκ των οποίων 60 συστήματα συλλογής βρόχινου νερού, 3 μονάδες παραγωγής πόσιμου νερού και 1 σύστημα ανακύκλωσης γκρίζου νερού
- 314.605.000 λίτρα νερού εξοικονομήθηκαν ετησίως
- 220 τεχνικοί εκπαιδεύτηκαν στην κατασκευή και συντήρηση συστημάτων συλλογής όμβριων υδάτων
- 14.715 μαθητές και 3.200 εκπαιδευτικοί συμμετείχαν στο εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Το Δώρο της Βροχής» που υλοποιήθηκε σε συνεργασία με το Μεσογειακό Γραφείο Πληροφόρησης για το Περιβάλλον, τον Πολιτισμό και την Αειφόρο Ανάπτυξη (MIO-ECSDE) (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017).

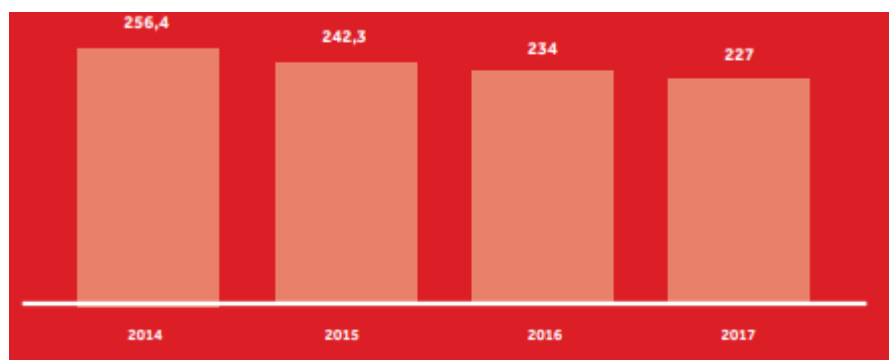
Δεύτερος στόχος είναι να προστατέψει και να αποκαταστήσει τους υδροβιότοπους και τα παράκτια οικοσυστήματα της χώρας. Σε συνεργασία με τη WWF Hellas, δημιουργήθηκε δίκτυο εθελοντών για την προστασία 120 ελληνικών υδροβιότοπων σε Κρήτη, Πάρο και Λέσβο. Για τη σημασία των οικοσυστημάτων αυτών έχει πραγματοποιηθεί εκστρατεία ενημέρωσης 30.000 κατοίκων (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2016).

Ενέργεια και κλιματική αλλαγή

Ανταποκρινόμενη στις προκλήσεις της σύγχρονης εποχής, η εταιρεία προσανατολίζει την περιβαλλοντική της πολιτική στη μειωμένη εκπομπή ρύπων και διοξειδίου του άνθρακα (CO₂) ώστε να ελαχιστοποιείται το ανθρακικό αποτύπωμα σε όλα τα στάδια της αλυσίδας αξίας. Η εταιρεία δεσμεύεται να μειώσει την ενέργεια που καταναλώνει, να εφαρμόσει, όπου είναι εφικτό, τεχνολογίες εναλλακτικών ή ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως μονάδων συμπαραγωγής ηλεκτρισμού και θερμότητας και ηλιακών πάνελ, να ενθαρρύνει την αλληλεπίδραση με τους εταίρους για την καταπολέμηση του φαινομένου της κλιματικής αλλαγής, να συνεργάζεται με τους προμηθευτές για τη μείωση του άνθρακα που περιέχουν τα υλικά συσκευασίας και των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα που εκλύουν τα ψυγεία, καθώς

και με τους προμηθευτές συστατικών για την ελαχιστοποίηση του δικού τους αποτυπώματος άνθρακα (Λόης, 2018).

Για τον περιορισμό εκπομπών CO₂ εφαρμόζονται προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας στα εργοστάσια εμφιάλωσης (εικ 4). Από το διάγραμμα φαίνεται η διαρκώς μειούμενη κατανάλωση ενέργειας στις παραγωγικές μονάδες, η οποία φτάνει στα 227 tj το 2017. Αντίστοιχα μέτρα λαμβάνονται και στα γραφεία και τις εγκαταστάσεις παρόλο που καταναλώνουν λιγότερη ενέργεια από τα εργοστάσια εμφιάλωσης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στο εργοστάσιο στο Αίγιο η εταιρεία αναβάθμισε την ενεργειακή απόδοση των μηχανών εμφύσησης πλαστικών μπουκαλιών με οικολογικούς λαμπτήρες και εγκατέστησε νέο σύστημα ελέγχου διαρροών πεπιεσμένου αέρα. Σε όλη τη χώρα έχει πραγματοποιηθεί αξιολόγηση ενεργειακής απόδοσης των εγκαταστάσεων. Επίσης, στα εργοστάσια στο Σχηματάρι, το Αίγιο και το Ηράκλειο, εγκαταστάθηκαν λαμπτήρες υψηλής ενεργειακής απόδοσης LED, βελτιώνοντας με αυτό το τρόπο την ποιότητα του φωτισμού και μειώνοντας ταυτόχρονα το ενεργειακό φόρτο στο τοπικό δίκτυο.



Εικόνα 4. Κατανάλωση ενέργειας στις παραγωγικές μονάδες (tj), Πηγή: Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2017, σ. 79

Για την εξοικονόμηση ενέργειας στις μονάδες πραγματοποιούνται μετρήσεις για τον έλεγχο των αέριων ρύπων. Επίσης, συστήνονται διατμηματικές ομάδες στα εργοστάσια με στόχο την εύρεση περιοχών για συνεχή βελτίωση στη χρήση ενέργειας ενώ εφαρμόζονται πρακτικές για την εξοικονόμηση ενέργειας σε όλες τις μονάδες μέσω επένδυσης ύψους €485.000. Από τον Μάιο του 2017 η ηλεκτρική ενέργεια που προμηθεύονται όλες οι παραγωγικές μονάδες προέρχονται κατά 100% από Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας πράγμα που είχε ως αποτέλεσμα τη βελτίωση του ανθρακικού αποτυπώματος στη χώρα κατά 48,7% σε σχέση με το 2016 (δείκτης CO₂ (gCO₂/lbp)).

Ιδιαίτερα σημαντική πρωτοβουλία στον τομέα αυτό είναι η εκπαίδευση των οδηγών των φορτηγών και των εταιρικών αυτοκινήτων μέσω των προγραμμάτων Safe και Eco-Driving όπου διδάσκονται τεχνικές οδήγησης στη βέλτιστη ταχύτητα και την αλλαγή ταχύτητας σε χαμηλότερες στροφές. Επίσης, με την αντικατάσταση μέρους του στόλου αυτοκινήτων με οχήματα που έχουν κινητήρες diesel, επιτεύχθηκε μείωση 13,9% στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα και 19,3% στην κατανάλωση καυσίμων.

Επιπλέον, η τοποθέτηση ψυκτικού εξοπλισμού στους χώρους των πελατών της εταιρείας (εστιατόρια, καταστήματα), αποτελεί σημαντικό στοιχείο της επιχειρηματικής στρατηγικής της καθώς οι καταναλωτές εμφανίζουν υψηλή ζήτηση σε ανθρακούχα ποτά. Παρότι η εταιρεία δεν είναι υπεύθυνη για τη λειτουργία του εξοπλισμού αυτού, προβαίνει σε συνεργασίες με τους προμηθευτές της με σκοπό τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης του ψυκτικού εξοπλισμού. Για την εξυπηρέτηση του σκοπού αυτού αγοράζονται ψυγεία με 50% υψηλότερη ενεργειακή απόδοση σε σύγκριση με το 2004 και οι υπάλληλοι εκπαιδεύονται ώστε να διασφαλίζεται ότι τα ψυγεία στα σημεία πώλησης λειτουργούν αποδοτικά.

Προς αυτή τη κατεύθυνση γίνεται προσπάθεια να καταργηθούν οι υδροφθοράνθρακες (HFC), δηλαδή τα αέρια θερμοκηπίου που χρησιμοποιούνται ευρέως για την παραγωγή ψύξης σε εμπορικές και οικιακές εφαρμογές. Η εταιρεία, συγκεκριμένα, δε χρησιμοποιεί καθόλου HFC στο μονωτικό αφρό και πειραματίζεται με διαφορετικά ψυκτικά αέρια. Επίσης, χάρη σε ένα πρόγραμμα συλλογής και απόσυρσής τους από την αγορά, οι χλωροφθοράνθρακες (CFC) έχουν καταργηθεί σχεδόν πλήρως στον εξοπλισμό (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018).

Ανακύκλωση

Θέτοντας ως στόχο την άμβλυνση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη χρήση συσκευασιών ελαχιστοποιώντας τη χρήση υλικών συσκευασίας για μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, η εταιρεία ακολουθεί το τρίπτυχο Μείωση-Επαναχρησιμοποίηση- Ανακύκλωση (Reduce, Recover, Re-Use). Έτσι, επιτυγχάνεται αποδοτική χρήση φυσικών πόρων, σωστή επαναχρησιμοποίηση υλικών, μείωση των παραγόμενων στερεών και υγρών αποβλήτων και ανακύκλωση των συσκευασιών.

Η μείωση των χρησιμοποιούμενων υλικών στις συσκευασίες συμβάλει και στη μείωση εκπομπών άνθρακα σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής της συσκευασίας από την παραγωγή στη μεταφορά και στην τελική διάθεση ή την ανακύκλωση. Έτσι, αυξάνεται η χρήση ανακυκλωμένου ή ανανεώσιμου περιεχομένου και παράλληλα προωθούνται τεχνικές χαμηλού βάρους.

Μια από τις πιο αναγνωρισμένες πρακτικές είναι η καινοτομία στη συσκευασία PET του φυσικού μεταλλικού νερού ΑΥΡΑ. Το 2014 η εταιρεία λάνσαρε, με την καινοτομία Eco-Flex, νέα συσκευασία για το νερό ΑΥΡΑ πιο ελαφριά και πιο φιλική στο περιβάλλον με 24% λιγότερο πλαστικό. Η πρακτική αυτή διακρίθηκε στην τελετή απονομής των «Ευρωπαϊκών Βραβείων Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον»¹⁶, με το πρώτο βραβείο στην κατηγορία Προϊόντων και Υπηρεσιών (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2018). Με τον σχεδιασμό της νέας συσκευασίας, υπολογίζεται ότι μειώθηκαν οι εκπομπές ρύπων άνθρακα κατά 23,8 % και ο όγκος του απορριπτόμενου μπουκαλιού έως και 50% (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017).

Η νέα συσκευασία με μια απλή κίνηση μπορεί να ελαχιστοποιήσει τη μάζα του μπουκαλιού πράγμα που έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του ολικού όγκου αποβλήτων. Το 2016 σχεδιάζεται νέο πόμα σε όλες τις συσκευασίες PET με αποτέλεσμα εξοικονόμηση στο πλαστικό του πόματος κατά 25% σε ετήσια βάση. Το 2016 εφαρμόστηκε στην Ελλάδα το Light Weight Project για τη μείωση πλαστικού στις φιάλες του αναψυκτικού εξοικονομώντας περίπου 300 τόνους πλαστικού ετησίως οι οποίοι αντιστοιχούν σε 740 τόνους CO₂ έμμεσων εκπομπών (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017).

Η εταιρεία συνεργάζεται με την Ελληνική Εταιρεία Αξιοποίησης Ανακύκλωσης (ΕΕΑΑ Α.Ε.) η οποία δραστηριοποιείται στη λειτουργία Συστήματος Συλλογικής Εναλλακτικής Διαχείρισης, δηλαδή την ανάκτηση και αξιοποίηση των συσκευασιών που απορρίπτονται στα στερεά απόβλητα. Η συνεργασία αυτή πιστοποιείται από την παρουσία του Green Dot στο 100% των προϊόντων και απαλλάσσει την εταιρεία από την υποχρέωση να ανακυκλώνει η ίδια τα προϊόντα της. Αναφορικά με τα υγρά απόβλητα, πραγματοποιούνται αναλύσεις σε ημερήσια και εβδομαδιαία βάση για να επιβεβαιωθεί η συμμόρφωση με την ισχύουσα νομοθεσία και τις προδιαγραφές της The Coca-Cola Company KORE (KO Operating Procedures).

Το εργοστάσιο του Σχηματαρίου διαθέτει μονάδα επεξεργασίας υγρών αποβλήτων, ενώ τα εργοστάσια Αιγίου και Ηρακλείου διοχετεύουν τα υγρά τους απόβλητα στις μονάδες βιολογικού καθαρισμού του Αιγίου και της ΒΙΠΕ Ηρακλείου. Στο πλαίσιο της επένδυσης των 24 εκατ. ευρώ στη μονάδα Σχηματαρίου, εκσυγχρονίστηκαν οι εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού, σύμφωνα με την πρωτοποριακή τεχνολογία MBR (Membrane-Biological-Reactors), την καινοτόμο μέθοδο βιολογικού καθαρισμού.

¹⁶ Τα Ευρωπαϊκά Βραβεία Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον απονέμονται από τη Διεύθυνση Περιβάλλοντος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (DG Environment) και διοργανώνονται στην Ελλάδα από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Επιχειρήσεων Προστασίας Περιβάλλοντος. Αναδεικνύουν βέλτιστες πρακτικές όπως τη σύνδεση της καινοτομίας με την οικονομική βιωσιμότητα, την αειφόρο ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και την κυκλική οικονομία.

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον, υποστηρίζει την υλοποίηση προγραμμάτων διαχείρισης μεταχειρισμένων συσκευασιών σε όλες τις χώρες (Λόης, 2012). Οι στόχοι είναι να συμμετέχει από κοινού στο πρόγραμμα διαχείρισης συσκευασιών της χώρας (ως οργανισμός ανάκτησης), να υλοποιεί αποτελεσματικά προγράμματα οργανισμών ανάκτησης με το χαμηλότερο κόστος, να καταρτίζει και να υλοποιεί Επιχειρηματικά Πλάνα σύμφωνα με τα υψηλότερα πρότυπα. Για την επίτευξη των στόχων αυτών η Coca-Cola Τρία Έψιλον βελτιώνει τα προγράμματα συλλογής μεταχειρισμένων συσκευασιών, υποστηρίζει εκστρατείες δημόσιας ευαισθητοποίησης, εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες για την επιλεκτική συλλογή απορριμμάτων και καμπάνιες καταπολέμησης των απορριμμάτων.

Πρέπει να σημειωθεί ότι το ποσοστό του ανακυκλωμένου αλουμινίου που έχει χρησιμοποιηθεί για τις συσκευασίες των 330cc, φτάνει το 60% στο κουτί και 50% στα άκρα της συσκευασίας ενώ το ποσοστό ανακύκλωσης αποβλήτων στις παραγωγικές μονάδες το 2017 έχει φτάσει στο 96,5% σε όλη τη χώρα.

Τα μελλοντικά σχέδια της εταιρείας είναι να έχει ισχυρή επιρροή στη διαμόρφωση πολιτικών και κανονισμών μέσω εποικοδομητικού διαλόγου με τους εταίρους προάγοντας τεχνολογικές καινοτομίες διαλογής, να βελτιώσει την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των επίσημων οργανισμών διαχείρισης απορριμμάτων από μεταχειρισμένες συσκευασίες, να συνεχίσει τις προσπάθειες μείωσης του βάρους της κύριας συσκευασίας, να ενθαρρύνει τη χρήση μιας ανακυκλώσιμης συσκευασίας και να συνεχίσει να αυξάνει το ποσοστό ανακυκλωμένου περιεχομένου στις συσκευασίες των αναψυκτικών εστιάζοντας στις φιάλες PET αναψυκτικών (Λόης, 2012).

6.5.3 Υγεία

Με την καμπάνια “Coming Together” η Coca-Cola επιχειρεί να θίξει το θέμα της παχυσαρκίας (INBNEWS, 2013). Η σχετική διαφήμιση της εταιρείας έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού, καθότι είναι «η πρώτη φορά που εταιρεία απευθύνεται στους καταναλωτές για το θέμα της παχυσαρκίας», σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρείας. Η διαφήμιση της Coca-Cola έχει στόχο να αποσαφηνίσει τον αριθμό των θερμίδων που υπάρχει σε κάθε αναψυκτικό και αναφέρει ότι υπάρχουν πολλοί τρόποι καύσης τους. Το μήνυμα της διαφήμισης στηρίζει τον κοινωνικό αγώνα κατά της παχυσαρκίας με πρωτοβουλίες, όπως η ενθάρρυνση για άσκηση και χρήση νέων συστατικών, όπως το φυτό Stevia, καθώς και εισαγωγή χυμών, νερού και προϊόντων με χαμηλές θερμίδες στα σχολεία.

Η εταιρεία ελέγχει την ποιότητα των προϊόντων σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής εφαρμόζοντας σε τακτική βάση, οργανοληπτικούς, χημικούς, φυσικούς και μικροβιολογικούς ελέγχους για την τήρηση των προδιαγραφών. Όλες οι μονάδες είναι πιστοποιημένες κατά ISO 9001 και ISO 22000 & FSSC 22000 (εφαρμόζοντας σύστημα HACCP-Hazard Analysis and Critical Control Point), συστήματα τα οποία διασφαλίζουν την υγιεινή και ασφάλεια των προϊόντων, σε όλο τον κύκλο ζωής τους και υποβάλλονται σε ετήσιες επιθεωρήσεις ποιότητας από την The Coca-Cola Company (Coca-Cola Τρία Έψιλον, 2017). Η μονάδα του Αιγίου διαθέτει ανεξάρτητο μικροβιολογικό εργαστήριο, το οποίο είναι διαπιστευμένο από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης (Ε.ΣΥ.Δ.), που παρακολουθεί τη μικροβιολογική ποιότητα του τελικού προϊόντος. Επιπλέον, πραγματοποιείται, ετησίως και με τη συμμετοχή όλων των μικροβιολογικών εργαστηρίων των εργοστασίων, ένα μικροβιολογικό «ring test» σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Βουδαπέστης.

Τα προϊόντα διαθέτουν τις απαραίτητες σημάνσεις που προβλέπονται από τον Κώδικα Ποτών και Τροφίμων. Οι εργαζόμενοι του τμήματος ποιότητας συμμετέχουν σε επαναλαμβανόμενα εκπαιδευτικά προγράμματα που αφορούν στη διαχείριση της ποιότητας και στην ασφάλεια των τροφίμων. Παράλληλα, η εταιρεία υποστηρίζει προγράμματα που προωθούν τον ενεργό τρόπο ζωής τα οποία έχουν προσελκύσει περίπου 200.000 άτομα από το 2010.

6.6 Μη υπεύθυνες εταιρικά πρακτικές στην πορεία της Coca-Cola Τρία Έψιλον

Πολλές φορές, η προώθηση της ΕΚΕ χρησιμοποιείται ως όχημα για την περεταίρω επέκταση των πολυεθνικών. Η περίπτωση της Coca-Cola Τρία Έψιλον έχει κατά καιρούς απασχολήσει τη δημοσιότητα και για αρνητικούς λόγους που αμφισβητούν την ορθολογική διαχείριση της προώθησης της κοινωνικής ευθύνης της. Παρακάτω θα αναφερθούν οι αρνητικοί λόγοι που έχει απασχολήσει κατά καιρούς η Coca-Cola Τρία Έψιλον τη δημοσιότητα αλλά και οι τρόποι που τους αντιμετώπισε, ώστε να γίνει αντιληπτό αν τελικά οι δράσεις ΕΚΕ μίας εταιρείας μπορούν να καλύψουν ή όχι τα «κακώς κείμενα».

6.6.1 Διαφημιστική εκστρατεία για την παχυσαρκία

Μία εταιρεία που εντάσσει στις επιχειρηματικές της δραστηριότητες την παραγωγή προϊόντων που έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζουν την κατάσταση υγείας των καταναλωτών έχει εκ προοιμίου αναλάβει να καθυστερήσει την κοινή γνώμη για τις αρνητικές επιπτώσεις των προϊόντων της στην υγεία τους. Στο πλαίσιο αυτό, η εταιρεία προσέφερε «εκπαιδευτικό δώρο» κατά τη σύσταση του μη κερδοσκοπικού οργανισμού Global Energy Balance Network (GEBN) για την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τη σημασία της άσκησης στο σωματικό βάρος και τη διάδοση της άποψης ότι η παχυσαρκία προκαλείται κυρίως από την καθιστική ζωή και λιγότερο από την κακή διατροφή (Healthyliving.gr, 2017). Το εγχείρημα δέχτηκε ισχυρή κριτική σχετικά με την ανεξαρτησία του οργανισμού και τις σχέσεις της εταιρείας με την ερευνητική ομάδα και κατηγορήθηκε ότι είχε σκοπό να αποπροσανατολίσει την προσοχή του καταναλωτικού κοινού από τα διατροφικά χαρακτηριστικά των προϊόντων της Coca-Cola. Η Nestle, μάλιστα, παρομοίασε την τακτική της Coca Cola με αυτήν των καπνοβιομηχανιών που πρώτα επιτίθενται στην επιστήμη και μετά χρηματοδοτούν κοινότητες.

Η μη κυβερνητική οργάνωση Foodwatch άσκησε δριμεία κριτική στον κολοσσό των αναψυκτικών ζητώντας από τη γερμανική κυβέρνηση να λάβει μέτρα προκειμένου να προστατεύσει τους καταναλωτές από τα επιβλαβή για την υγεία ποτά. Η ΜΚΟ ανακοίνωσε πως θεωρεί την Coca-Cola «συνυπεύθυνη» για την αύξηση ασθενειών, όπως η παχυσαρκία και ο διαβήτης, και κάλεσε την κυβέρνηση να επιβάλει ειδικό φόρο σε εταιρείες που παράγουν αναψυκτικά με υπερβολική ποσότητα ζάχαρης. Η πολυεθνική εταιρία ανταπάντησε ότι η παχυσαρκία είναι ένα περίπλοκο φαινόμενο, ότι η διαφήμισή της δεν γίνεται σε μέσα που απευθύνονται ως επί το πλείστον σε παιδιά κάτω των 12 ετών και ότι έχει ήδη μειώσει την ποσότητα ζάχαρης, ενώ στην Ευρώπη πρόκειται να μειωθεί μέχρι το 2020 κατά μέσο όρο 10% (Efsyn.gr, 2018).

6.6.2 Έρευνα σε μπουκάλια εμφιαλωμένου νερού

Διεθνής έρευνα έφερε στο φως την αποκάλυψη ότι πάνω από το 90% των μπουκαλιών εμφιαλωμένου νερού περιέχουν μικροσκοπικά κομμάτια πλαστικού, που ο καταναλωτής

καταπίνει εν αγνοία του (Thesspress, 2018)¹⁷. Η έρευνα έγινε από ερευνητές του Πολιτειακού Πανεπιστημίου της Νέας Υόρκης για λογαριασμό του δημοσιογραφικού οργανισμού Orb Media, σύμφωνα με το BBC και τη «Γκάρντιαν». Τα αναφερόμενα μπουκάλια είχαν αγορασθεί στις ΗΠΑ, την Κίνα, τη Βραζιλία, την Ινδία, την Ινδονησία, το Μεξικό, τον Λίβανο, την Κένυα και την Ταϊλάνδη. Δεύτερη μελέτη που έγινε στις ΗΠΑ από την οργάνωση Story of Stuff που εξέτασε 19 διαφορετικές μάρκες εμφιαλωμένων νερών, βρήκε επίσης μεγάλη παρουσία πλαστικών μικροϊνών. Οι ερευνητές ανέφεραν ότι τα μικροπλαστικά μεταφέρονται και μέσω του αέρα, επομένως είναι δυνατόν να διεισδύουν στα μπουκάλια από τα εργοστάσια εμφιάλωσης. Η Coca Cola απ' την πλευρά της αντέδρασε αναφέροντας ότι τα μικροπλαστικά είναι πανταχού παρόντα στο περιβάλλον, γι' αυτό «είναι πιθανό να βρεθούν σε μικροσκοπικά επίπεδα ακόμη και σε προϊόντα υψηλής προστασίας».

6.6.3 Απολύσεις στην Coca-Cola Τρία Έψιλον

Το έτος 2015 όπου βραβεύτηκαν εταιρείες με εξαιρετική επίδοση το 2014 η Coca-Cola Τρία Έψιλον έλαβε έπαινο στην κατηγορία εργασιακό περιβάλλον. Ωστόσο, τον Σεπτέμβρη του 2013, η εταιρεία προχώρησε σε 33 απολύσεις και παύση λειτουργίας του τμήματος διακίνησης των προϊόντων της στο εργοστάσιο της Θεσσαλονίκης ώστε να δοθεί η εν λόγω δραστηριότητα σε εργολαβική εταιρεία. Οι εργαζόμενοι υποστήριξαν ότι οι απολύσεις ήταν αιφνιδιαστικές και πραγματοποιήθηκαν μολονότι η εταιρεία ήταν κερδοφόρα ενώ για να τηρήσει η εταιρεία το 5% του πλαφόν για ομαδικές απολύσεις μετέφερε εργαζόμενους από το εργοστάσιο του Βόλου σε εργοστάσιο της Θεσσαλονίκης για να σχηματίσει «πλασματικά» το νούμερο. Το Μονομελές Πρωτοδικείο Θεσσαλονίκης απέρριψε τις αιτιάσεις των εργαζομένων πως οι απολύσεις ήταν παράνομες και καταχρηστικές και έκανε δεκτές τις θέσεις της πολυεθνικής (Thepressproject, 2015).

Η διοίκηση της Coca-Cola Τρία Έψιλον αποφάσισε το κλείσιμο του εργοστασίου της στην Αθήνα και τη μεταφορά των δραστηριοτήτων του στο Σχηματάρι ενώ παράλληλα αποφασίστηκε διακοπή λειτουργίας των αποθηκών σε Ρόδο, Μεσολόγγι και Κέρκυρα και την τροφοδοσία των περιοχών αυτών από τις αποθήκες σε Ηράκλειο και Πάτρα (Taxheaven.gr, 2018). Τα εργοστάσια στην Ελλάδα έκλεισαν και όσες εγκαταστάσεις συνεχίζουν να λειτουργούν χρησιμοποιούνται κυρίως σαν αποθηκευτικοί χώροι. Η απόφαση να κλείσει το εργοστάσιο στη Θεσσαλονίκη και να μεταφέρει τις εγκαταστάσεις της στη Βουλγαρία έφερε

¹⁷ Η πλήρης μελέτη υπάρχει στη διεύθυνση www.OrbMedia.org

πολλές αντιδράσεις με αποτέλεσμα οι εργαζόμενοι να ξεκινήσουν ένα κάλεσμα για μποϊκοτάζ στην εταιρεία και τα προϊόντα της που αποτυπώθηκε στη φράση «ούτε γουλιά» έως ότου ανοίξει το εργοστάσιο Θεσσαλονίκης και όλα τα άλλα εργοστάσια που μεταφέρθηκαν σε φορολογικούς παραδείσους με φθηνά εργατικά χέρια. Η εταιρεία κινήθηκε δικαστικά ζητώντας τη διακοπή όλων των δραστηριοτήτων των απεργών ενώ σε δικαστικό έγγραφο, η εταιρεία ζήτησε να αποσυρθούν τα μπλουζάκια που καλούσαν σε μποϊκοτάζ.

Νωρίτερα, η ΓΣΕΕ είχε καταγγείλει την εταιρεία Coca Cola Τρία Έψιλον σχετικά με την τακτική της διοίκησης όσον αφορά τις απολύσεις όσων αρνήθηκαν να δεχθούν εθελούσια έξοδο. Η εταιρεία, με τη σειρά της αρνήθηκε τον ισχυρισμό αναφέροντας «Η Coca-Cola Τρία Έψιλον προχώρησε στη λύση της συνεργασίας με δύο εργαζομένους που απασχολούνταν στις εγκαταστάσεις της στη Θεσσαλονίκη, λόγω συμπλοκής στο χώρο εργασίας. Η λύση της συνεργασίας μεταξύ της εταιρείας και των δυο εργαζομένων ήταν επιβεβλημένη και βασίζεται στον ισχύοντα κανονισμό εργασίας, ενώ σε καμία περίπτωση δεν οφείλεται σε δήθεν άρνηση των εργαζομένων να αποδεχθούν πρόταση για εθελούσια έξοδο, την οποία ουδέποτε η εταιρεία έκανε.» (Dealnews.gr, 2013).

Αξίζει να σημειωθεί ότι στις αρχές του 2013 η Coca Cola HBC είχε 38.122 εργαζομένους σε ολόκληρο τον όμιλο ενώ στα τέλη του 2017 ο αριθμός των εργαζομένων ήταν 29.427 άτομα (Mononews, 2018). Σε διάστημα πενταετίας, δηλαδή, το ανθρώπινο δυναμικό μειώθηκε κατά 8.695 άτομα χωρίς να υπάρχουν αναλυτικά στοιχεία για τις απολύσεις ανά χώρα. Σύμφωνα με πληροφορίες, οι περισσότερες απολύσεις έγιναν σε πωλητές σε αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες χώρες διότι διαφοροποιήθηκε το μίγμα διάθεσης προϊόντων. Στο παρελθόν δινόταν μεγαλύτερη έμφαση στα σημεία άμεσων χρήσεων (όπως τα καταστήματα εστίασης και άλλα μικροκαταστήματα ή τα κιόσκια) και μικρότερη στο δίκτυο των αλυσίδων της λιανικής.

6.6.4 Περιβάλλον

Η εταιρεία έχει επικριθεί έντονα ότι προκαλεί ακραίες ελλείψεις νερού στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ο Blanding (2010) διατυπώνει σκληρή κριτική για τη μόλυνση και την εξάντληση των αποθεμάτων νερού στην Ινδία αναφέροντας ότι σε πολλές περιπτώσεις υπήρχαν μελέτες που έδειχναν ότι από τα λύματα του εργοστασίου περνούσαν στο έδαφος κάδμιο, χρώμιο και άλλες καρκινογόνες ουσίες. Σε ερώτηση της δημοσιογράφου Tara Lohan σχετικά με την προσπάθεια της εταιρείας να βελτιώσει την εικόνα της μέσω διάφορων προγραμμάτων, όπως

είναι εκείνο της συλλογής βρόχινου νερού, ο συγγραφέας σχολιάζει ότι η εταιρία κάνει προσπάθειες σχετικά με την ανακύκλωση, μειώνει το κόστος της ενέργειας, χρησιμοποιεί υβριδικά φορτηγά, ωστόσο οι δράσεις αυτές γίνονται για να προωθήσουν την εικόνα της εταιρίας που νοιάζεται για το περιβάλλον.

Ο συγγραφέας, συνεχίζει αναφέροντας ότι στην Ινδία μία από τις λύσεις που προωθούν σχετικά με το πρόβλημα του νερού είναι η συλλογή βρόχινου νερού, αλλά αρνούνται να το υπολογίσουν με οποιοδήποτε τρόπο, ισχυριζόμενοι ότι δεν υπάρχει τέτοιος τρόπος. Ο συγγραφέας αναφέρει ότι πληροφορήθηκε από μια εταιρεία στην Ινδία, ότι έχει εκείνον ακριβώς τον εξοπλισμό που η Coca Cola ισχυρίζεται ότι δεν υπάρχει και μάλιστα τον έχει πουλήσει στην Coca Cola. Συμπεραίνει, έτσι, ότι η εταιρεία σκόπιμα αρνείται να δώσει οποιοδήποτε στοιχείο που να δείχνει την αποτελεσματικότητά του, γεγονός που τον ωθεί να συνάγει ότι στην ουσία δεν έχει αποτέλεσμα (Tnxs, 2011).

Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα και πεδία μελλοντικής έρευνας

Οι επιχειρήσεις, προκειμένου να εδραιώσουν την παρουσία τους, αναπτύσσουν δράσεις όπως οι δημόσιες σχέσεις και η διαφήμιση. Οι ΠΕΕ, οι οποίες συγκεντρώνουν δυσανάλογο μερίδιο του παγκόσμιου ΑΕΠ, είναι δέκτες έντονης κριτικής αναφορικά με τις πρακτικές που χρησιμοποιούν και τις συνέπειες των δράσεών τους στην κοινωνία και στο φυσικό κεφάλαιο. Μέσω της ανάπτυξης δράσεων ΕΚΕ, οι ΠΕΕ προβάλλουν αξίες όπως η υπευθυνότητα, η κοινωνική ευσυνειδησία, η επιχειρηματική ηθική. Έτσι, επιχειρούν να ενσωματώσουν τις αξίες αυτές στην στρατηγική τους ώστε να επιτυγχάνουν καλύτερη ισορροπία μεταξύ μεγιστοποίησης οικονομικού οφέλους και κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευαισθησίας.

Η Coca Cola Τρία Έψιλον αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα πολυεθνικής εταιρίας με έντονη κοινωνική και περιβαλλοντική δραστηριότητα που μέσω αυτής προσπαθεί να διατηρεί την καλή φήμη της και να μειώνεται, έτσι, η σημασία των επιπτώσεων μη κοινωνικά αποδεκτών πρακτικών της. Σε αυτό το πλαίσιο υπάρχει προβληματισμός στον δημόσιο διάλογο κατά πόσο οι δράσεις ΕΚΕ λειτουργούν ως συγκεκαλυμμένη διαφήμιση των πολυεθνικών αλλά και κατά πόσο λειτουργούν ως υποκατάστατο ενεργειών που είναι αναγκαίο να αναλαμβάνονται από την Πολιτεία για την αντιμετώπιση κρίσιμων ζητημάτων όπως η κοινωνική συνοχή.

Η στρατηγική για την ΕΚΕ δε θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως στρατηγική επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων ούτε ως υποκατάστατο άλλων ενεργειών που είναι αναγκαίες για την αντιμετώπιση κρίσιμων ζητημάτων της οικονομίας, όπως για παράδειγμα η εξωστρέφεια και η καινοτομία. Θα πρέπει να γίνεται κατανοητό ότι η στρατηγική αυτή αποτελεί υποστηρικτικό εργαλείο ενίσχυσης των εθνικών πολιτικών και λειτουργεί συμπληρωματικά με άλλες εθνικές στρατηγικές όπως για παράδειγμα αυτήν για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα. Η συνεισφορά των επιχειρήσεων στην αντιμετώπιση κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων είναι ουσιώδης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους. Παράλληλα, με την αποτελεσματική συνεργασία κρατών και επιχειρήσεων μπορεί να εξασφαλίζεται καλύτερη στόχευση επιλεγόμενων κοινωνικών προγραμμάτων.

Τα κράτη αναλαμβάνουν τον ρόλο της θέσπισης υγιούς πλαισίου σε όρους διαφάνειας και σωστής ενημέρωσης ώστε να ευδοκμούν οι δράσεις που προέρχονται από την ανάληψη κοινωνικής ευθύνης των ΠΕΕ και να αποδίδεται ουσιαστικό περιεχόμενο στην έννοια της ΕΚΕ. Λόγω του μεγέθους τους, οι ΠΕΕ είναι περισσότερο επιφορτισμένες με ανάληψη κοινωνικών δράσεων, ωστόσο, θα πρέπει τα κράτη να εξετάσουν σοβαρά την πολιτική

παροχής κινήτρων ώστε μικρότερες επιχειρήσεις να αναλαμβάνουν σχετικές δράσεις στο μερίδιο που τους αναλογεί.

Επίσης, λόγω της διεθνούς διάστασης των ΠΕΕ, έχει ιδιαίτερη σημασία η απλοποίηση και ο εκσυγχρονισμός του θεσμικού πλαισίου που τις διέπει σε διεθνές επίπεδο. Οι μεγάλες επιχειρήσεις που εμπίπτουν στο δεσμευτικό νομοθετικό πλαίσιο για δήλωση μη χρηματοοικονομικών καταστάσεων θα μπορούσαν να εξετάζουν θετικά κατά τη συνεργασία τους με μικρότερες οικονομικές οντότητες την τήρηση και από τη μεριά τους κάποιων ελάχιστων προαπαιτούμενων ΕΚΕ. Αυτό θα είχε αναπόφευκτη συνέπεια την καλλιέργεια μιας εμπεδωμένης κουλτούρας για την εθελοντική εφαρμογή της εταιρικής υπευθυνότητας. Η ΕΚΕ δεν θα πρέπει να ταυτίζεται με τις πολυεθνικές αλλά να αποτελεί υπόθεση και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Σε μελλοντική έρευνα μπορεί να εξεταστεί η συγκριτική εφαρμογή της ΕΚΕ από τις δύο κατηγορίες επιχειρήσεων ώστε η έρευνα να αξιοποιηθεί κατά την εκπόνηση του κατάλληλου μείγματος πολιτικής.

Βιβλιογραφία και Διαδικτυακοί Τόποι

Ελληνική βιβλιογραφία

Αλιπράντης, Ν., (2005), *Για μια διεύρυνση των κοινωνικών δικαιωμάτων, ένα πρότυπο: ο Ευρωπαϊκός Κοινωνικός Χάρτης του Συμβουλίου της Ευρώπης*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2005, σελ. 220-221

Αναλυτής, Ν., (2007), *Εισήγηση κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση-CSR 2007»*, 24 Απριλίου, Αθήνα

Αρναούτογλου, Ε. & Ντουρουντάκης, Μ., (1999), *Δημόσιες σχέσεις. Μια τεχνική επικοινωνίας του marketing και του management*, Αθήνα : Interbooks

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

Hunger, D., Wheelen, Th.,(2004), *Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Ηρακλέους, Λ., (2004), «Σύγχρονες τάσεις στο Μάνατζμεντ- Η εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Οικονομικός Ταχυδρόμος, Απρίλιος

Θανόπουλος, Γ., (2009). *Επιχειρηματική ηθική και δεοντολογία στην εποχή της εταιρικής διακυβέρνησης*, 2η έκδοση, Αθήνα : Interbooks

Καλδής, Β., (2002), *Επιχειρήσεις και Ηθική*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών: Αθήνα

Νάσκου-Περράκη Π., (2008), «Το Σύμφωνο του ΟΗΕ για τα Οικονομικά και Πολιτιστικά Δικαιώματα και ο έλεγχος εφαρμογής του», στο Αλιπράντης Ν. (επιμέλεια), Τα κοινωνικά δικαιώματα σε υπερεθνικό επίπεδο ανά τον κόσμο, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης, σελ. 209-245

Παλαιολόγος, Αν., (2013), «Η Εταιρική Διακυβέρνηση και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις εισηγμένες εταιρείες του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών», πρακτικά του ΕΣΔΟ, Λάρισα 2013 (118 – 133)

Παπαδόπουλος, Δ. & Κλειδόπουλος, Π., (2009), *EKE και χρηματοοικονομική επίδοση : Εμπειρική διερεύνηση στις εταιρείες του κλάδου τραπεζών, τηλεπικοινωνιών, ενέργειας και συμμετοχών του δείκτη FTSE-ASE 20 του Χ.Α.*, Αθήνα – Θεσσαλονίκη : Σάκκουλας

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Bhattacharya, CB., Sen, S. & Korschun, D., (2011), *Leveraging Corporate Social Responsibility : The stakeholder route to business and social value*, Cambridge : Cambridge University Press

Booth P., (2009), “Editorial: Corporate Social Responsibility”, in the Journal complication, pp 2-4

Bruch, H. & Walter, Fr., (2006), «Λόγοι για την επανεξέταση της εταιρικής φιλανθρωπίας», *Δελτίον Διοικήσεως Επιχειρήσεων*, τ. 359

Blanding, M., (2010), *The Coke Machine: The Dirty Truth Behind the World's Favorite Soft Drink*, New York: Avery

Carroll, A.B., (1979), “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4, Iss. 4, pp. 497-505

Carroll, A.B., (1991), “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”, *Business Horizons*, Vol 34, Iss. 4, pp.39-48

Carroll, A., (2007), “A history of corporate social responsibility: concepts and practices”, In Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J. & Siegel, D., (eds), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford : Oxford University Press

Davis, K., (1960) “Can Business Afford to Ignore its Social Responsibilities?” *California Management Review*, vol. 2, no. 3, pp. 70-77

Donaldson, Th., Preston Lee E., (1995) “The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications”, *Academy of Management Review*, Vol 20 (1), pp. 68-69

- Dongmin, K., (2012), “Does Corporate Social Responsibility matter in the food industry? Evidence from a nature experiment in China”, *Food Policy*, Vol. 37, Issue 3 (323 - 334)
- Ferguson, N., (2008). *Η εξέλιξη του χρήματος – Μια οικονομική ιστορία του κόσμου*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια
- Freeman, E., (1984), *Strategic management: A stakeholder approach*, Boston: Pitman
- Friedman, M., (1962), “Capitalism and freedom”, Chicago: University of Chicago Press
- Friedman, M., (1970) “The social responsibility of business is to increase its profits”, *New York Times Magazine*, September 13: 32-33, 122, 124, 126
- Gail, T., Nowak, M., (2006), *Corporate Social Responsibility: A definition*, Curtin University of Technology, 62(1), pp. 3-14
- Holme, R. & Watts, Ph., (2003), *Corporate Social Responsibility*. London: World Business Council for Sustainable Development
- Kansal, M., Joshi, M. & Batra, G.S., (2014), “Determinants of Corporate Social Responsibility disclosures: Evidence from India”. *Advances in Accounting*, Vol. 30, Issue 1 (217 - 229)
- Kotler, Ph. & Lee, N., (2009), *Εταιρική κοινωνική ευθύνη: πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας: Βέλτιστες πρακτικές από τη Hewlett-Packard, την Ben & Jerry's και άλλες μεγάλες εταιρείες*, Αθήνα: Economia Publishing
- Monsen, J., (1973), *Business & The Changing Environment*, New York: McGraw-Hill
- McIntosh, M., Leipziger, D., Jones, K. & Coleman, G., (1998), *Corporate Citizenship: Successful Strategies for Responsible Companies*, London: Pitman
- Sagafi-Nejad T., Dunning J. H., (2008), “The UN and Transnational Corporation-From Code of Conduct to Global Compact”, *Indiana University Press*, pp. 195-200

Siu, N.Y.M., Zhang, T. J. F. & Kwan, H. Y., (2014), “Effect of corporate social responsibility, customer attribution and prior expectation on post-recovery satisfaction”, *International Journal of Hospitality Management*, 43, pp. 87-97

Wood, D.J., (1991), “Corporate social performance revisited”, *Academy of Management Review*, 16, pp. 691-718

Watts, Ph. & Holme, R., World Business Council for Sustainable Development, (1999), *CSR: Meeting Changing Expectations*, Geneva: World Business Council for Sustainable Development

Διαδικτυακοί Τόποι

Ασπρίδης, Γ., (2015), *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Η όψη του ανθρώπινου παράγοντα στην επιχείρηση*, Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο <https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4801/2/%CE%91%CE%A3%CE%A0%CE%A1%CE%99%CE%94%CE%97%CE%A3%20%CE%9C.%20%CE%93%CE%95%CE%A9%CE%A1%CE%93%CE%99%CE%9F%CE%A3%20-%20%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7%20-%20%CE%97%20%CE%8C%CF%88%CE%B7%20%CF%84%CE%BF%CF%85%20%CE%91%CE%BD%CE%B8%CF%81%CF%8E%CF%80%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%85%20%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%AC%CE%B3%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B1%20%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7-KOY.pdf> [Ανάκτηση: 12 Ιουνίου 2018]

ΒΙΚΙΒΙΒΛΙΑ (2018), *Η εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων και οργανισμών*. Διαθέσιμο στο https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%97_%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7_%CF%84%CF%89%CE%BD_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B

[9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD %CE%BA%CE%B1%CE%B9 %CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8E%CE%BD#Θεωρία_Των_Ενδιαφερόμενων_Μερών](#) [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Γιωβού, Χ., (2009), *Η ανάγκη μελέτης από τις επιχειρήσεις, της φιλοσοφίας της ΕΚΕ ως δράση και ρύθμιση κανόνων παιχνιδιού της αγοράς. Η στάση του Έλληνα καταναλωτή στις κοινωνικά υπεύθυνες ή μη επιχειρήσεις*, ΤΕΙ Ηπείρου, πτυχιακή εργασία. Διαθέσιμο στο http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1184/fin_20090484.pdf?sequence=1 [Ανάκτηση 7 Ιουλίου 2018]

Caux Round Table (2018), *History of the Caux Round Table (CRT)*. Available at <http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?&menuid=28&parentid=2> [Accessed 8 September 2018]

CNN Greece (2018), «Φωτιά Μάτι: Στους 96 οι νεκροί», 14 Αυγούστου. Διαθέσιμο στο <https://www.cnn.gr/news/ellada/story/142766/fotia-attiki-stoys-96-oi-nekroi-katelize-68xronos> [Ανάκτηση 14 Αυγούστου 2018]

Coca-cola HBC (2018), *Πολιτική Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων*. Διαθέσιμο στο https://gr.coca-colahellenic.com/media/3023/cchbc_humanrightspolicy2016_gr.pdf [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Με μια ματιά*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/etairia/me-mia-matia/> [Ανάκτηση 5 Αυγούστου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Δημιουργία Αξίας*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/etairia/dimiourgia-aksias/> [Ανάκτηση 5 Αυγούστου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Κοινωνία*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/etairiki-ipefthnotita/koinonia/> [Ανάκτηση 5 Αυγούστου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2016), «*Η αλυσίδα αξίας*» που μας ενώνει. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/media/3004/seisreport.pdf> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2017), *Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2017*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/media/3678/sustainability-report-2017.pdf> [Ανάκτηση: 1 Σεπτεμβρίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2017), *Graduate Trainee Program της Coca-Cola Τρία Έψιλον: Εδώ ξεκινά η καριέρα για νέους απόφοιτους*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/media-events/nea/graduate-trainee-program-2017-pr/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Στους καλύτερους εργοδότες της Ελλάδας η Coca-Cola Τρία Έψιλον*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/media-events/nea/%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CF%8D%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%82-%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%BF%CE%B4%CF%8C%CF%84%CE%B5%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%CF%82-%CE%B7-coca-cola-%CF%84%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CE%AD%CF%88%CE%B9%CE%BB%CE%BF%CE%BD/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Βραβεύσεις*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/etairia/etairikes-vraveuseis/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Rise Management Trainee Programme*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/kariera/management-trainee-program/%CE%BB%CE%AF%CE%B3%CE%B1-%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF-%CF%80%CF%81%CF%8C%CE%B3%CF%81%CE%B1%CE%BC%CE%BC%CE%B1/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Για τις πληγείσες περιοχές της Αττικής*, 26 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/media-events/nea/για-τις-πληγεισες-περιοχες-της-αττικης/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έψιλον (2018), *Περιβαλλοντική προσέγγιση*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/etairiki-ipefthnotita/perivallon/prostasia-perivallontos/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola Τρία Έμφυλον (2018), *Πρωτοπόροι στην προστασία του περιβάλλοντος*. Διαθέσιμο στο <https://gr.coca-colahellenic.com/gr/istories/prostasia-perivallontos/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Coca-Cola HBC (2015), *Πολιτική εταιρικής συνεισφοράς*, Δεκέμβριος. Διαθέσιμο στο https://gr.coca-colahellenic.com/media/3194/community-contributions-policy_gr.pdf [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

CSR Hellas (2018), *Τι είναι η EKE*. Διαθέσιμο στο <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/ti-einai-eke/> [Ανάκτηση 7 Ιουνίου 2018]

CSR Hellas (2018), *Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής*. Διαθέσιμο στο <https://www.csrhellas.net/initiative/shedio-ethnikis-stratigikis-eke/> [Ανάκτηση 7 Ιουνίου 2018]

CSR index (2018), *Ο ρόλος των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders) της επιχείρησης στην EKE*. Διαθέσιμο στο <https://csrindex.gr/%CE%BF-%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%B5%CF%81%CF%8E%CE%BD-stakeholders-%CF%84%CE%B7/> [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Dealnews (2013), «Τι απαντάει η Coca Cola για τις απολύσεις», 1 Απριλίου. Διαθέσιμο στο <http://www.dealnews.gr/epixeiriseis/item/68580-%CE%9A%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%B3%CE%B3%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%93%CE%A3%CE%A3%CE%95-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B9%CF%82-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CE%BB%CF%8D%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-Coca-Cola#.W9Wxm5MzbIV> [Ανάκτηση 19 Σεπτεμβρίου 2018]

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (2001), *Πράσινο Βιβλίο: Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη*, Βρυξέλλες: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Διαθέσιμο στο [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf) [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (2001), *Προαγωγή βασικών κανόνων εργασίας και βελτίωση της κοινωνικής διαχείρισης στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης*, Βρυξέλλες: Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Διαθέσιμο στο <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=LEGISSUM:c11909> [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2011), *Μια ανανεωμένη στρατηγική ΕΕ 2011-2014 για την εταιρική κοινωνική ευθύνη*, Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Διαθέσιμο στο <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A52012AE1301> [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Eduguide, (2017), «Graduate Trainee Program της Coca-Cola Τρία Έψιλον: Εδώ ξεκινά η καριέρα για νέους απόφοιτους», 29 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο <https://www.eduguide.gr/nea/graduate-trainee-program-ths-coca-cola-tria-epsilon-edw-3ekina-h/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Eduguide, (2017), «Δύο υποτροφίες από την Coca-Cola για το Msc in Marketing του Πανεπιστημίου Strathclyde», 12 Αυγούστου. Διαθέσιμο στο <https://www.eduguide.gr/nea/dyo-nees-ypotrofies-apo-thn-coca-cola-gia-msc-marketing-toy-panepistimiou-strathclyde/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Euro2day (2006), Τα οφέλη της ΕΚΕ, *Euro2day*, 2 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο <https://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103714/ta-ofelh-ths-eke.html> [Ανάκτηση 2 Σεπτεμβρίου]

Efsyn.gr, (2018), Ευρώπη «Συνυπεύθυνη η Coca-Cola για την παχυσαρκία», 5 Απριλίου. Διαθέσιμο στο <http://www.efsyn.gr/arthro/synypeythyni-i-coca-cola-gia-tin-pahysarkia> [Ανάκτηση 18 Σεπτεμβρίου 2018]

Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ (2008), *Οδηγός ΕΚΕ για μικρομεσαίες επιχειρήσεις*. Διαθέσιμο στο http://www.4obs.gr/wp-content/uploads/Guide_definitive.pdf [Ανάκτηση 19 Αυγούστου 2018]

Fortunegreece, (2014), “Η εταιρική κοινωνική ευθύνη «κερδίζει» τους καταναλωτές”, *Fortunegreece*. Διαθέσιμο στο <http://www.fortunegreece.com/article/eteriki-kinoniki-efthini-kerdizi-tous-katanalotes/> [Ανάκτηση 20 Αυγούστου]

Global Reporting Initiative’s (2011), *Sustainability Reporting Guidelines*. Available at <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf> [Accessed 8 September 2018]

Healthyliving.gr (2017), «Παχυσαρκία: Πως η Coca Cola προσπάθησε να επηρεάσει τη διατροφική επιστήμη», 27 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στο <http://www.healthyliving.gr/2017/11/27/coca-cola-diet-diatrofh-xrhmatodotsh-7/> [Ανάκτηση 5 Σεπτεμβρίου 2018]

Hohnen, P., (2007), “Corporate Social Responsibility, an Implementation Guide for Business”, International Institute for Sustainable Development. Available at https://ticamericas.net/Download/bootcamp/csr_guide.pdf [Accessed 12 June 2018]

Hopkins, M., (2004), “Corporate social responsibility: an issues paper”, *SSRN Electronic Journal*, Working Paper Vol. 27. Available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=908181 [Accessed 28 August 2018]

Θεοδωροπούλου, I., (2018), «Coca-Cola Τρία Έγυιλον: Rise Management Trainee Programme», *Citycampus.gr*, 11 Μαΐου. Διαθέσιμο στο <http://citycampus.gr/coca-cola-%CF%84%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CE%AD%CF%88%CE%B9%CE%BB%CE%BF%CE%BD-rise-management-trainee-programme/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

INBNEWS, (2013), «Coca-Cola: Στρατηγική κατά της παχυσαρκίας», 28 Ιανουαρίου. Διαθέσιμο στο <http://www.sigmalive.com/inbusiness/news/business/27706/cocacola-stratigiki-kata-tis-paxysarkias> [Ανάκτηση 12 Σεπτεμβρίου 2018]

In.gr, (2011), «Coca-Cola 3E: Παροχή βοήθειας στους διασώστες στην Κύπρο», 20 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο <https://www.in.gr/2011/07/20/economy/agores-epixeiriseis/coca-cola-3e-paroxi-boitheias-stoys-diaswstes-stin-kypro/> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

International Chamber of Commerce, (2008), ICC guide to responsible sourcing. Available at <https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2008/10/ICC-guide-to-responsible-sourcing.pdf> [Accessed 12 July 2018]

Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης (2018), Οι 4 τομείς επιδόσεων του CR Index. Διαθέσιμο στο <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29> [Ανάκτηση: 12 Ιουνίου 2018]

Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης (2018), Οφέλη συμμετοχής. Διαθέσιμο στο <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=15> [Ανάκτηση: 12 Ιουνίου 2018]

Καθημερινή (2018), «Coca-Cola Τρία Έψιλον: Σιγουριά και υπερηφάνεια». Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/956341/article/epikairothta/best-workplaces/coca-cola-tria-eyilon-sigoyria-kai-yperhfanea> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Καπερναράκου, Κ., (2004), «Οικουμενικό Σύμφωνο ορθής εταιρικής συμπεριφοράς», *Η Καθημερινή*, 11 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο <http://www.kathimerini.gr/188975/article/oikonomia/die8nhs-oikonomia/oikoumeniko-symfwno-or8hs-etairikhs-symperiforas> (Ανάκτηση 29 Οκτωβρίου)

Κυπριακό Δίκτυο για την ΕΚΕ (2018), *Η Ιστορική Αναδρομή της Έννοιας*. Διαθέσιμο στο <http://www.csrcyprus.org.cy/el/page/istoriki-anadromi> [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Λαζαρίδου, Α., (2013), *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Χρηματοοικονομική επίδοση*, Msc, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Διαθέσιμο στο <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/15559/3/LazaridouAsimoulaMsc2013.pdf> [Ανάκτηση 20 Ιουλίου]

Λόης, Δ. (2018), Πολιτική για την υγεία και την ασφάλεια στον χώρο εργασίας, *Coca-Cola HBC*. Διαθέσιμο στο https://gr.coca-colahellenic.com/media/3024/cchbc_healthsafetypolicy_gr.pdf [Ανάκτηση 20 Ιουλίου 2018]

Λόης, Δ. (2012), Θέση της Coca-Cola Τρία Έψιλον όσον αφορά το HIV/AIDS, *Coca-Cola HBC*. Διαθέσιμο στο https://gr.coca-colahellenic.com/media/3021/cchbc_hiv_aidspolicy_gr.pdf [Ανάκτηση 20 Ιουλίου 2018]

Λόης, Δ. (2012), Θέση της Coca-Cola Τρία Έψιλον όσον αφορά την Πολιτική διαχείρισης απορριμμάτων από μεταχειρισμένες συσκευασίες, *Coca-Cola HBC*. Διαθέσιμο στο https://gr.coca-colahellenic.com/media/3022/cchbc_packagingwastepolicy_gr.pdf [Ανάκτηση 20 Ιουλίου]

Λόης, Δ. (2018), Πολιτική για την κλιματική αλλαγή, *Coca-Cola HBC*. Διαθέσιμο στο https://gr.coca-colahellenic.com/media/3016/cchbc_climatechangepolicy_gr.pdf [Ανάκτηση 12 Σεπτεμβρίου 2018]

Mononews (2018), «Coca Cola HBC: Η πολυεθνική του Γ. Δαβίδ που έχει 8.695 απολύσεις και η μετοχή που αποτιμάται με βάση τα κέρδη σε... 24,3 χρόνια», 28 Απριλίου. Διαθέσιμο στο <http://www.mononews.gr/business/coca-cola-hbc-i-poliethniki-tou-giorgou-david-pou-echi-8695-apolisis-ke-i-metochi-pou-apotimate-me-vasi-ta-kerdi-se-243-chronia> [Ανάκτηση 19 Σεπτεμβρίου 2018]

OECD (2001), *Corporate Social Responsibility, Partners for Progress*. Available at https://read.oecd-ilibrary.org/governance/corporate-social-responsibility_9789264194854-en#page2 [Accessed 8 September 2018]

Protagon (2017), «Μισός αιώνας Coca-Cola: Ιστορία από τέσσερις γενιές Ελλήνων», *Protagon*, 6 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο <https://www.protagon.gr/themata/44341412354-44341412354> [Ανάκτηση 20 Ιουλίου 2018]

Protagon (2017), «Αυτή είναι η νέα φιλανθρωπική πρωτοβουλία της Ascend», *Protagon*, 8 Ιουνίου. Διαθέσιμο στο <https://www.protagon.gr/themata/44341424329-44341424329> [Ανάκτηση 30 Ιουλίου 2018]

Παπαδόπουλος, Δ., (2006), «Κοινωνική ευθύνη και ηθική των επιστημόνων χρηματοοικονομικής και λογιστικής στην Ελλάδα σε μια δυναμική μεταβαλλόμενη κοινωνία», 5^ο Συνέδριο Επιστημόνων Χρηματοοικονομικής και Λογιστικής Ελλάδος, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, 15-16 Δεκεμβρίου, σ.121-128. Διαθέσιμο στο https://www.hba.gr/5Ekdosis/UplPDFs/deltia/1_2007/121_128.pdf [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Παρετζόγλου, Α., (2017), «Εταιρείες που αξίζει να θαυμάζεις», *Fortunegreece*, 7 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο <http://www.fortunegreece.com/article/kiklofori-to-neo-tefchos-tou-fortune-metis-most-admired-companies/> [Ανάκτηση 20 Αυγούστου 2018]

ResearchGate, (2010), *Global Sullivan Principles*. Διαθέσιμο στο https://www.researchgate.net/publication/255977628_The_Global_Sullivan_Principles [Ανάκτηση 8 Σεπτεμβρίου 2018]

Σμυρνής, Ν., (2016), «Προσδιορισμός του όρου Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», *Naftemporiki.gr*, 7 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στο <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1168266/prosdiorismos-tou-orou-etairiki-koinoniki-euthuni> (Ανάκτηση 29 Οκτωβρίου 2018)

Taxheaven.gr, (2018), «Κλείνει εργοστάσιο της Coca Cola 3E», Διαθέσιμο στο <file:///C:/Users/user/Downloads/News698.pdf> [Ανάκτηση 18 Σεπτεμβρίου 2018]

Thepressproject, (2015), «Νόμιμες κρίθηκαν οι απολύσεις της Coca Cola - Κατέθεσαν έφεση οι απολυμένοι», 4 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στο <https://www.thepressproject.gr/article/83927/Nomimes-krithikan-oi-apoluseis-tis-Coca-Cola--Katethesan-efesi-oi-apolumenoι> [Ανάκτηση 12 Σεπτεμβρίου 2018]

Thesspress.gr (2018), «Μικροπλαστικά περιέχουν τα περισσότερα εμφιαλωμένα νερά», 15 Μαρτίου. Διαθέσιμο στο <http://thesspress.gr/peribalon/item/132346-mikroplastika-periechoun-ta-perissotera-emfialomena-nera.html?tmpl=component&print=1> [Ανάκτηση 18 Σεπτεμβρίου 2018]

Tvxs (2011), «Νέο βιβλίο για την Coca Cola: Ανάμιξη σε δολοφονίες συνδικαλιστών και περιβαλλοντική καταστροφή», 29 Ιουλίου. Διαθέσιμο στο <https://tvxs.gr/news/%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82/%CE%BD%CE%AD%CE%BF-%CE%B2%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%AF%CE%BF-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CE%BD-coca-cola-%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CE%BC%CE%B9%CE%BE%CE%B7-%CF%83%CE%B5-%CE%B4%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CF%86%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1> [Ανάκτηση 22 Σεπτεμβρίου 2018]

United Nations Global Compact, (2018), About us: United Nations Global Compact. Διαθέσιμο στο <https://www.unglobalcompact.org/about> [Ανάκτηση 12 Ιουνίου 2018]

Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, (2014), Εθνικό σχέδιο δράσης για την ΕΚΕ. Διαθέσιμο στο <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=5188> [Ανάκτηση 10 Ιουνίου 2018]

Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης (2017), Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα. Διαθέσιμο στο <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=8206> [Ανάκτηση 10 Ιουνίου 2018]

Voria.gr, (2017), «Έξι υποτροφίες στην Αμερικανική Γεωργική Σχολή από την Coca Cola», 20 Ιανουαρίου. Διαθέσιμο στο <http://www.voria.gr/article/exi-ipotrofies-stin-amerikaniki-georgiki-scholi-apo-tin-coca-cola> [Ανάκτηση 28 Ιουλίου 2018]

Συντομογραφίες

CSR: Corporate Social Responsibility

ΔΟΕ: Διεθνής Οργάνωση Εργασίας

GEBN :Global Energy Balance Network

HBC: Hellenic Bottling Company

ΜΚΟ: Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις

ΟΗΕ: Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

ΠΕΕ: Πολυεθνικές επιχειρήσεις

Κατάλογος εικόνων και πινάκων

Εικ. 1. Η πυραμίδα της ΕΚΕ

Εικ. 2. Υποτροφίες για το πρόγραμμα MSc in MARKETING του Πανεπιστημίου Strathclyde

Εικ. 3. Κοινωνική συνεισφορά Coca-Cola Τρία Έψιλον

Εικ. 4. Κατανάλωση ενέργειας στις παραγωγικές μονάδες (tj)

Παράρτημα 1^ο

Η εξέλιξη της ΕΚΕ σε διεθνές και εθνικό επίπεδο (Πηγή: Ασπρίδης, 2015)

ΕΤΟΣ	ΓΕΓΟΝΟΣ
1500 π.Χ.	<ul style="list-style-type: none">• Στη Μεσοποταμία ο βασιλιάς Hammurabi επέβαλε έναν κώδικα, όπου οικοδόμοι, πανδοχείς και αγρότες καταδικάζονταν σε θάνατο, αν η αμέλεια τους προκαλούσε τον θάνατο άλλων, ή σοβαρά προβλήματα για τους πολίτες της περιοχής.
6 ^{ος} – 5 ^{ος} αιώνας π.Χ.	<ul style="list-style-type: none">• Καθιερώνεται υποχρεωτικά ο θεσμός της χορηγίας στην αρχαία Αθήνα.
16 ^{ος} αιώνας	<ul style="list-style-type: none">• Σύνδεση με την ανάπτυξη και την εξέλιξη των πρώτων ιδιωτικών επιχειρήσεων.
18 ^{ος} αιώνας	<ul style="list-style-type: none">• Καθιερώνεται η έννοια του πεφωτισμένου προσωπικού συμφέροντος και η επιχείρηση θεωρείται αναπόσπαστο μέρος της κοινωνίας.
1799	<ul style="list-style-type: none">• Ο Robert Owen αγοράζει εργοστάσιο επεξεργασίας βαμβακιού στη Σκωτία και παίρνει ορισμένα κοινωνικά μέτρα, μεταξύ των οποίων η απαγόρευση πρόσληψης παιδιών κάτω των 10 ετών και η δημιουργία ενός ταμείου για ιατροφαρμακευτική κάλυψη των εργατών του.
1899	<ul style="list-style-type: none">• Καθιερώνονται οι αρχές της αγαθοεργίας και της διαχείρισης από τον Andrew Carnegie στο βιβλίο του «<i>The gospel of Wealth</i>».
Αρχές 20 ^{ού} αιώνα	<ul style="list-style-type: none">• Οι αμερικανικές επιχειρήσεις στοχοποιήθηκαν για τις αντικοινωνικές τους πρακτικές.
1929	<ul style="list-style-type: none">• Η Μαύρη Πέμπτη (24/10/1929) του Χρηματιστηρίου της Ν. Υόρκης (<i>The Great Depression</i>).

1953	<ul style="list-style-type: none"> • Δημοσιεύεται το βιβλίο του Η. Bowen «<i>Social Responsibilities of the Businessman</i>». Στο βιβλίο του εμφανίζεται η έννοια <i>Social Responsibilities of the Businessman</i> (κοινωνική συνείδηση των επιχειρηματιών). Ο Bowen θεωρείται ότι είναι ο πατέρας της ΕΚΕ και άφησε ως παρακαταθήκη έναν από τους πρώτους ορισμούς για την ΕΚΕ «<i>it refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society</i>».
Δεκαετία 1960	<ul style="list-style-type: none"> • Η ΕΚΕ συνδέεται με την επιχειρηματική ηθική, μέσω των δράσεων που αναπτύσσουν αμερικάνικες επιχειρήσεις στην Ασία και στην Αφρική.
1962	<ul style="list-style-type: none"> • Ο Milton Friedman διατυπώνει την άποψη ότι η μόνη εκδήλωση της κοινωνικής υπευθυνότητας της επιχείρησης είναι η δημιουργία κερδών για τους μετόχους της.
Δεκαετία 1970	<ul style="list-style-type: none"> • Η Επιτροπή Οικονομικής Ανάπτυξης, οργανισμός που αποτελείται από περίπου 200 επιχειρηματίες και ακαδημαϊκούς, εξέδωσε κείμενο με τίτλο «<i>The Social Responsibility of Business Corporations</i>», στο οποίο παρουσιάζονταν λόγοι για την ανάγκη ύπαρξης της ΕΚΕ.
1972	<ul style="list-style-type: none"> • Η ιδέα της ΕΚΕ έρχεται στο προσκήνιο, μέσω της 1ης Συνόδου του ΟΗΕ στη Στοκχόλμη.
1976	<ul style="list-style-type: none"> • Ο ΟΟΣΑ θεσπίζει κατευθυντήριες γραμμές για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις και αναφέρεται στην έννοια της ΕΚΕ σε κείμενο με τίτλο «<i>Γενικές Αρχές του ΟΟΣΑ για τη λειτουργία των Πολυεθνικών Επιχειρήσεων</i>».
1977	<ul style="list-style-type: none"> • Διακήρυξη του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας περί των βασικών αρχών και δικαιωμάτων στην εργασία. • Θεσπίζεται, από 10 επιχειρήσεις στις ΗΠΑ, ο εταιρικός κώδικας δεοντολογίας (Sullivan Principles).
1983	<ul style="list-style-type: none"> • Η American Express Bank ανέλαβε την αναστήλωση του Αγάλματος της Ελευθερίας. Η πρωτοβουλία αυτή συγκέντρωσε 1,7 εκατομμύρια \$ και

	αυξήθηκαν οι συνδρομές κατά 45%.
1986	<ul style="list-style-type: none"> • Ιδρύεται ο Όμιλος Ενίσχυσης Πολιτιστικών Δραστηριοτήτων (ΟΜΕΠΟ) που ασχολείται με την πραγματοποίηση χορηγήσεων και δωρεών.
1987	<ul style="list-style-type: none"> • Η έκθεση Brundtland (γνωστή και ως «Το κοινό μας μέλλον») υιοθετεί την έννοια βιώσιμη ανάπτυξη (sustainable development) ως «την ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να απειλεί τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες» (Sustainable development is the development that meets the needs of the present, without compromising the ability of future generations to meet their own needs).
1989	<ul style="list-style-type: none"> • Το ατύχημα Exxon – Valdez προκαλεί πετρελαιοκηλίδα στις ακτές της Αλάσκας (στην ιστοσελίδα http://greenpeaceblogs.org/2014/03/21/lessons-from-exxon-valdez-25-years-later/). Δημιουργήθηκε Κώδικας δέκα (10) σημείων για την Εταιρική Συμπεριφορά, με την ονομασία «Valdez Principles». Αργότερα μετονομάστηκε σε «CERES principles».
1990	Επτά επιχειρήσεις στις Η.Π.Α εκδίδουν τους πρώτους Κοινωνικούς απολογισμούς.
1992	<ul style="list-style-type: none"> • Δημοσιεύονται τα πορίσματα της Επιτροπής Cadbury στη Μ. Βρετανία. • Ιδρύεται η ΜΚΟ «<i>Business for Social Responsibility</i>».
1994	<ul style="list-style-type: none"> • Συγκαλείται, υπό τον τότε Πρόεδρο της ΕΕ, Jacques Delors, η πρώτη συνάντηση εκπροσώπων της ευρωπαϊκής επιχειρηματικής κοινότητας, με σκοπό την ίδρυση του πρώτου Επιχειρηματικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή. Την Ελλάδα εκπροσωπεί ο Αντιπρόεδρος του ΣΕΒ Ν. Αναλυτής.
1995	<ul style="list-style-type: none"> • Ιδρύεται το Ευρωπαϊκό Επιχειρηματικό Δίκτυο για την Κοινωνική Συνοχή, κατόπιν προτροπής του τότε Προέδρου της ΕΕ, Jacques Delors. • Το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών καθιερώνει βραβεία για την κοινωνική προσφορά των εταιρειών.

1996	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργήθηκε το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ (CSR), με την υποστήριξη του τότε Προέδρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Jack Delors. • Ιδρύεται το Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή. • Το ΕΒΕΑ διοργανώνει ημερίδα, με σκοπό την παρουσίαση τ
1997	<ul style="list-style-type: none"> • Ιδρύεται το Social Accountability International.
1998	<ul style="list-style-type: none"> • Τελειοποιούνται οι αναφορές σχετικά με την Πρωτοβουλία Ηθικού Εμπορίου.
1999	<ul style="list-style-type: none"> • Δημοσιεύονται οι Αρχές Εταιρικής Διακυβέρνησης από την αρμόδια Επιτροπή (<i>υπό το συντονισμό της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς</i>). • Υιοθετούνται οι αρχές του αιδεσιμότατου Leon Sullivan, από το 1977, για έναν κώδικα συμπεριφοράς για επιχειρήσεις με δραστηριότητες στο ρατσιστικό καθεστώς της Ν. Αφρικής. • Δημιουργείται ο <i>Dow Jones Sustainability Index</i>. • Έκδοση της Γαλάζιας Βίβλου.
2000	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία του τότε Γ.Γ. του ΟΗΕ, Kofi Annan, το Οικουμενικό Σύμφωνο για την ΕΚΕ. • Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας απηύθυνε έκκληση στο αίσθημα της εταιρικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Τίθεται σε κυκλοφορία ένα σύνολο αρχών που αφορούν την ΕΚΕ και αναφέρονται στις πολυεθνικές επιχειρήσεις. • Σύσταση Υπουργείου για την ΕΚΕ στη Μ. Βρετανία. • Ιδρύεται το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, ως Αστική - μη Κερδοσκοπική Εταιρεία (Π.Α. 10147/29-6-2000).
2001	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε την Πράσινη Βίβλο, με σκοπό την προαγωγή ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ. • Ξεσπάει το σκάνδαλο της Enron. • Τον Αύγουστο, το Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή μετονομάστηκε σε Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ.

2002	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προωθεί στρατηγική για την ΕΚΕ. • Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο με ψηφίσματά του (2002 και 2003) συμβάλλει στη συζήτηση. • Ψηφίζεται ο Νόμος Sarbanes – Oxley. • Ψηφίζεται ο Ν. 3016/2002 στην Ελλάδα. • Αρχίζει τις εργασίες του το Ευρωπαϊκό forum για την ΕΚΕ. • Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ τροποποιεί τη μορφή του, σε Μη Κερδοσκοπικό Σωματείο (Π.Α. 24483/9-4-2003). • Παγκόσμια Σύνοδος Κορυφής του ΟΗΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη στο Γιοχάνεσμπουργκ. • Το Global Report Initiative εκδίδει οδηγίες για την έκδοση απολογισμών οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής δραστηριότητας.
2003	<ul style="list-style-type: none"> • Η ΕΟΚΕ εκδίδει σειρά γνωμοδοτήσεων για την ΕΚΕ. • Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο δημοσίευσε το τελικό του ψήφισμα, σχετικά με την Επικοινωνία από την ΕΕ του θέματος της ΕΚΕ, με τίτλο «A business contribution to sustainable development». • Ξεσπάει το σκάνδαλο της Parmalat. • Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ αποκτάει τη νομική μορφή της Μη Κερδοσκοπικής Οργάνωσης.
2004	<ul style="list-style-type: none"> • Ευρωπαϊκό Έτος για την ΕΚΕ. • Το Πολυμερές Ευρωπαϊκό Forum για την ΕΚΕ εγκαινιάστηκε και υπέβαλε την έκθεσή του. • Καθιερώνεται ο θεσμός των βραβείων Great Place to Work.
2005	<ul style="list-style-type: none"> • Οδηγίες της ΕΕ για την προστασία του καταναλωτή. • Ο ΣΕΒ υιοθετεί τη Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων τ • Το Πρωτόκολλο του Κιότο θέτει στόχους για τη μείωση των ρύπων του θερμοκηπίου. • Δημοσιεύεται ο πρώτος κατάλογος καλών πρακτικών για την ΕΚΕ.

2006	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συγκαλεί Forum, σχετικά με την ΕΚΕ. • Προσαρτάται παράρτημα, στην ανακοίνωση που εξέδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, με θέμα «Implementing the partnership for Growth and Jobs : Making Europe a pole of excellence on Corporate Social Responsibility». • Τον Οκτώβριο, το Hampton Court προτείνει καινοτόμες λύσεις, ως απάντηση στις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης. • Παρουσιάζεται η ετήσια έκθεση της ΕΕ, σχετικά με την ανάπτυξη και την απασχόληση. • Δημοσιεύεται στην Ελλάδα η έκδοση «ΕΚΕ, 50 + Καλές Πρακτικές» από το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ.
2007	<ul style="list-style-type: none"> • Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 13ης Μαρτίου 2007, σχετικά με την Ε.Κ.Ε : Νέα εταιρική σχέση (2006/2133(INI). • Έρευνα για την ΕΚΕ από την ερευνητική ομάδα του ATHENS GSM. • Ευρωπαϊκό Έτος για την ισότητα των ευκαιριών.
2008	<ul style="list-style-type: none"> • Ιδρύεται το Συμβούλιο ΣΕΒ για τη βιώσιμη ανάπτυξη. • Fair Play στους Ολυμπιακούς Αγώνες για τα δικαιώματα των εργαζομένων στη βιομηχανία αθλητικών ειδών. • Πραγματοποίηση 1ου High-Level Group για τα μέλη της ΕΕ, υπό την Προεδρία της Γαλλίας. • Εκδίδονται δύο νέοι κατάλογοι Καλών Πρακτικών ΕΚΕ, καθώς και ο Οδηγός ΕΚΕ για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. • Δημοσιεύονται τα αποτελέσματα της 4ης πανελλαδικής Έρευνας CSR για την «ΕΚΕ και την Υπεύθυνη Κατανάλωση» από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας.
2009	<ul style="list-style-type: none"> • Διαπραγματεύσεις για το κλίμα στην Κοπεγχάγη.
2010	<ul style="list-style-type: none"> • Απονομή των βραβείων του 2ου CR Index στην Ελλάδα.

2011	<ul style="list-style-type: none"> • Νέα ευρωπαϊκή πολιτική για την ΕΚΕ, στο πλαίσιο της στρατηγικής «Ευρώπη 2020». • Βράβευση των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων, κατά τον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης. • Αναθεώρηση των Οδηγιών για τις Δημόσιες Συμβάσεις.
2012	<ul style="list-style-type: none"> • Απονομή των βραβείων του CR Index στην Ελλάδα. • Η ΕΕ προωθεί ένα ευρωπαϊκό σύστημα απονομής βραβείων για συνεταιρισμούς για την ΕΚΕ, μεταξύ των επιχειρήσεων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών. • Η ΕΕ ξεκινάει δράση για την ευαισθητοποίηση των επαγγελματιών της εκπαίδευσης και των επιχειρήσεων, σχετικά με τη σημασία της συνεργασίας για την ΕΚΕ. • 1η Διασυννοριακή Διάσκεψη των Δικτύων του Οικουμενικού Συμφώνου της νοτιο-ανατολικής Ευρώπης.
2013	<ul style="list-style-type: none"> • Πρόταση ψηφίσματος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με την ΕΚΕ. • Απονομή των βραβείων του CR Index στην Ελλάδα. • Η ΕΕ δημιουργεί πολυμερείς πλατφόρμες για την ΕΚΕ, σε μια σειρά βιομηχανικών κλάδων. • Προκηρύσσεται ο πρώτος διαγωνισμός φοιτητών για την ΕΚΕ, με θέμα «Ο ρόλος της ΕΚΕ στο επιχειρείν».

2014	<ul style="list-style-type: none"> • Ψήφιση της πρότασης της Ελληνικής Προεδρίας για την Οδηγία 2013/34/ΕΕ [δημοσίευση μη-χρηματοοικονομικών πληροφοριών) από Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (15/4/2014). • Απονομή των βραβείων του CR Index στην Ελλάδα. • Το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης παρουσίασε το CRI Pass, ένα διαγνωστικό εργαλείο που παρέχει τη δυνατότητα σε μικρομεσαίες, αλλά και πολυεθνικές επιχειρήσεις να πραγματοποιήσουν τα πρώτα βήματα στην ΕΚΕ, αξιολογώντας την απόδοσή τους στα κριτήρια της εταιρικής δέσμευσης, της υλοποίησης της δέσμευσης, της διαχείρισης, της επίδοσης και της επίπτωσης. • Ιδρύεται το Αλβανικό Δίκτυο για την ΕΚΕ, με πρωτοβουλία της τσιμεντοβιομηχανίας Antea που ανήκει στον όμιλο TITAN
2015	<ul style="list-style-type: none"> • 15 χρόνια συνεχούς λειτουργίας του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ. • 2ος Φοιτητικός Διαγωνισμός για την ΕΚΕ, «Νίκος Αναλυτής».

Παράρτημα 2^ο

Συνέντευξη που παραχωρήθηκε από τον Γενικό Γραμματέα Εμπορίου & Προστασίας Καταναλωτή κο Αυλωνίτη Δημήτρη και συμπληρωματικά στοιχεία που αντλήθηκαν κατά τη συνέντευξη με το μέλος την ομάδας εργασίας που συστάθηκε το 2014 για την εκπόνηση εθνικού σχεδίου δράσης κα Γωγούλη Μάχη.

1) Έχει συσταθεί Παρατηρητήριο ΕΚΕ στη ΓΓΚ για την παρακολούθηση του βαθμού ενσωμάτωσης της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις, την καταγραφή εγγενών αδυναμιών και την υποβολή προτάσεων σύμφωνα με το άρθρο 54 παρ. 3 του ΠΔ 116/2014? Αν όχι, γιατί? Έχουν γίνει ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση?

Δ.Α.: Όχι. Αποτελεί αντικείμενο συνεργασίας με το Πανεπιστήμιο Αθηνών.

2) Στο σχέδιο εθνικής στρατηγικής για την ΕΚΕ και την υπεύθυνη επιχειρηματικότητα τον Ιούλιο του 2017 αναφέρεται ο σχεδιασμός κεντρικής πύλης για παροχή πληροφοριών σχετικά με την ΕΚΕ, όπου θα συγκεντρώνονται οι σχετικές πληροφορίες που θα συλλέγονται από το καθ' ύλην αρμόδιο υπουργείο, το υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης, αλλά και των συναρμόδιων υπουργείων με σκοπό την ενημέρωση των ήδη δραστηριοποιούμενων κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων, αλλά και όσων θέλουν να αναπτύξουν δράσεις ΕΚΕ. Έχει συσταθεί η πύλη αυτή? Αν όχι, γιατί? Έχουν γίνει ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση?

Δ.Α.: Όχι, δεν έχει συσταθεί η πύλη αυτή. Αποτελεί μέρος συνολικής στρατηγικής σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο. Θα υπάρξει διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη και τους κοινωνικούς εταίρους.

Μ.Γ: Είχε ανατεθεί έργο σε ανάδοχο με σκοπό να διερευνηθούν οι δράσεις ΕΚΕ στα κράτη-μέλη της ΕΕ ώστε να αντληθούν βέλτιστες πρακτικές και να αναπτυχθεί το κατάλληλο πληροφοριακό σύστημα που θα υποστηρίζει την πολιτική αυτή. Ωστόσο, το έργο δεν τελεσφόρησε αφού, πρόσφατα, έληξε η τιθέμενη προθεσμία και ο ανάδοχος κηρύχθηκε έκπτωτος.

3) Έχει προχωρήσει η Πολιτεία στις απαραίτητες ενέργειες ώστε το εθνικό σχέδιο δράσης για την ΕΚΕ να αποκτήσει κάποιας μορφής επίσημη υπόσταση νομοτεχνικά? Αν όχι, για ποιους λόγους (αδράνεια, τεχνικές δυσκολίες)? Πιστεύετε ότι είναι απαραίτητη η θέσπιση νομικού πλαισίου για την ΕΚΕ?

Δ.Α.: Η μόνη νομοθετική ρύθμιση που συζητείται είναι να υπάρχει σωστή ενημέρωση ώστε να αποφεύγεται η καταχρηστική επίκληση της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις. Επίσης, υπάρχει Οδηγία για τη δημοσιότητα μη χρηματοοικονομικών στοιχείων, η οποία, ωστόσο, ισχύει μόνο για τις μεγάλες εταιρείες.

4) Δεδομένου ότι η διαφάνεια αποτελεί σημαντική προϋπόθεση για την εύρυθμη λειτουργία της ΕΚΕ, τι ενέργειες πιστεύετε ότι θα μπορούσαν να εξασφαλίσουν την τήρηση αυτής?

Δ.Α: Η σωστή ενημέρωση και πιστοποίηση από το Κράτος μέσα από στοιχεία που παρέχουν οι επιχειρήσεις σχετικά με δράσεις που αναπτύσσουν ώστε να διασφαλίζεται ότι η ΕΚΕ έχει ουσιαστικό περιεχόμενο και δεν είναι συγκεκαλυμμένη διαφήμιση.

5) Πώς, πιστεύετε, μπορεί να συνδυαστεί η εφαρμογή δημοσίων δράσεων ΕΚΕ στο πλαίσιο της εθνικής στρατηγικής ΕΚΕ σε συνδυασμό με την προσπάθεια δημοσιονομικής προσαρμογής?

Δ.Α: Η ΕΚΕ επιδιώκει να αναδείξει πρακτικές βιώσιμης επιχειρηματικότητας. Μια ανταγωνιστική επιχείρηση έχει καλύτερες σχέσεις με τους προμηθευτές της και είναι σε θέση να καινοτομεί πιο εύκολα. Συνεπώς, η εφαρμογή δημοσίων δράσεων για την ΕΚΕ μπορεί να δρα συμπληρωματικά με την προσπάθεια δημοσιονομικής προσαρμογής.

6) Η προώθηση της ΕΚΕ στο πλαίσιο της εθνικής στρατηγικής προς τις επιχειρήσεις, μπορεί να εκληφθεί ως προσπάθεια απόκρυψης αρνητικών επιχειρηματικών πρακτικών (πχ φαινόμενο “greenwashing”) ?

Δ.Α.: Η ΕΚΕ έχει πολλές διαστάσεις. Το πρόβλημα θα αναδειχθεί.

7) Θεωρείτε ότι η ανάληψη κοινωνικών-περιβαλλοντικών δράσεων από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις μπορεί να ατονήσει τον ρόλο της Πολιτείας στους τομείς αυτούς με αποτέλεσμα να μετατοπιστεί η αντίστοιχη ευθύνη από το κράτος στην αγορά

Δ.Α.: Σε καμία περίπτωση. Η ΕΚΕ είναι κάτι παραπάνω. Εκείνο που έχει σημασία είναι ότι δεν πρέπει να ταυτίσουμε την ΕΚΕ με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Η ΕΚΕ είναι υπόθεση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.