

Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας



**Μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκηση
Ανθρώπινου Δυναμικού, Επικοινωνία και
Ηγεσία**

Σχολή Οικονομικών Επιστημών

**Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και
Τεχνολογίας**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ,
ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΗΝ COVID ΕΠΟΧΗ**

Ιωάννης Μαγκλάρας Α.Μ.:ΜΡΚ0023

(υποβλήθηκε στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας -Πανεπιστήμιο
Δυτικής Μακεδονίας)

ΚΟΖΑΝΗ 2022

Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας

**Μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκηση
Ανθρώπινου Δυναμικού, Επικοινωνία και
Ηγεσία**

Σχολή Οικονομικών Επιστημών

**Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και
Τεχνολογίας**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Δράσεις
Ελληνικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών
στην COVID Εποχή**

Ιωάννης Μαγκλάρας Α.Μ.:MPK00023

Επιβλέπων Καθηγητής:

Αντωνιάδης Ιωάννης

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή :

Τριαντάρη Σωτηρία

Σαπρίκης Ευάγγελος

Αντωνιάδης Ιωάννης

«ΔΗΛΩΣΗ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ
ΕΥΘΥΝΗΣ»

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι αποκλειστικός συγγραφέας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές, όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών, είτε κατά κυριολεξία είτε βάσει επιστημονικής παράφρασης. Αναλαμβάνω την προσωπική και ατομική ευθύνη ότι σε περίπτωση αποτυχίας στην υλοποίηση των ανωτέρω δηλωθέντων στοιχείων, είμαι υπόλογος έναντι λογοκλοπής, γεγονός που σημαίνει αποτυχία στην Διπλωματική Εργασία μου και κατά συνέπεια αποτυχία απόκτησης του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, πέραν των λοιπών συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων. Δηλώνω, συνεπώς, ότι αυτή η εργασία μου προετοιμάστηκε και ολοκληρώθηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι, αναλαμβάνω πλήρως όλες τις συνέπειες του νόμου στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής άλλης πνευματικής ιδιοκτησίας.

Όνομα & Επώνυμο Συγγραφέα:

ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΑΓΚΛΑΡΑΣ

Υπογραφή:

ΙΩΑΝΝΗΣ ΜΑΓΚΛΑΡΑΣ

Ημερομηνία: 18-02-2022

Ευχαριστίες

Με την παρούσα διπλωματική, κλείνει ο κύκλος των σπουδών μου στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών, Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού, Επικοινωνία και Ηγεσία. Ευχαριστώ θερμά τους καθηγητές μου και τους ανθρώπους που με τη συμμετοχή τους βοήθησαν στην ολοκλήρωσή της.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Ιωάννη Αντωνιάδη, για τις συμβουλές και την καθοδήγηση του, σε όλη τη διάρκεια διεξαγωγής της διπλωματικής μου διατριβής.

Ευχαριστώ τους γονείς μου για την συμπαράστασή τους, καθώς και τις δύο κορούλες μου Στέλλα και Νάσια, για την υπομονή που υπέδειξαν. Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στη σύζυγο μου Αθηνά, για την αμέριστη βοήθειά της και τη στήριξη της σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου αλλά και του κοινού μας βίου.

Πίνακας Περιεχομένων

Κατάλογος Εικόνων	7
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	7
Κατάλογος Πινάκων.....	7
Ακρωνύμια και Συντομογραφίες.....	9
Πρόλογος	10
Περίληψη.....	11
Εισαγωγή.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	14
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	14
1.1 Ο Ρόλος της ΕΚΕ στις Επιχειρήσεις και τους Οργανισμούς.....	14
1.2 Η Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	15
1.3 Ιστορική Αναδρομή.....	17
1.3.1 Η Πράσινη Βίβλος	18
1.4 Πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	19
1.4.1 Οι 3 Πυλώνες της Βιώσιμης Ανάπτυξης (Triple Bottom Line).....	20
1.4.2 Τομείς ΕΚΕ.....	22
1.4.2.1 Ανθρώπινα Δικαιώματα.....	22
1.4.2.2 Υγεία.....	22
1.4.2.3 Βιώσιμο Περιβάλλον	22
1.4.2.4 Εκπαίδευση	23
1.4.2.5 Τεχνολογία.....	23
1.4.3 Κατηγορίες Έργου ΕΚΕ	24
1.5 Σημαντικές Δράσεις ΕΚΕ σε Παγκόσμιο Επίπεδο	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	27
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΗΘΙΚΗ	27
2.1 Ο Ρόλος της Επιχειρησιακής Ηθικής	27
2.2 Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί της Επιχειρησιακής Ηθικής.....	29
2.3 Ιστορική Αναδρομή Επιχειρησιακής Ηθικής	31
2.4 Εταιρική Διακυβέρνηση και Κώδικας Δεοντολογίας.....	32
2.5 Ηθική και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κατά την Πανδημία.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	35
Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	35
3.1 Οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης.....	35
3.2 Δράσεις Ελληνικών Επιχειρήσεων πριν και κατά τη Διάρκεια της Πανδημίας	37
3.2.1 Η περίπτωση της ΑΒ Βασιλόπουλος.....	37

3.2.2 Η περίπτωση του Ομίλου Attica	38
3.2.3 Η Περίπτωση της WIND	39
3.2.4 Η Περίπτωση της ΔΕΠΑ	39
3.2.5 Η περίπτωση της ΊΟΝ	41
3.2.6 Η περίπτωση της Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°	44
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ.....	44
4.1 Προσδιορισμός Ερευνητικών Υποθέσεων.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°	47
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	47
5.1 Σκοπός της Έρευνας.....	47
5.2 Ερευνητική Μέθοδος και Ερευνητικά Εργαλεία.....	48
5.3 Ηθική Διασφάλιση της Έρευνας.....	49
5.4 Συμμετέχοντες, Συγκέντρωση και Ανάλυση Δεδομένων	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°	50
ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	50
6.1 Περιγραφική Ανάλυση Ερωτηματολογίου.....	50
6.2 Ανάλυση Μέσου Όρου και Τυπικής Απόκλισης.....	79
6.2.1 Ανάλυση Δημογραφικών Ερωτήσεων	79
6.2.2 Ανάλυση Ερωτήσεων των Τριών Θεμάτων	80
6.3 Αξιοπιστία της Έρευνας.....	81
6.4 Στατιστική Ανάλυση Ερωτηματολογίου.....	85
6.4.1 Crosstabs και Chi-Square Test	85
Συμπεράσματα	94
Βιβλιογραφία.....	98
Παράρτημα.....	107

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1. Triple Bottom Line.....	21
Εικόνα 2. Members ECI.....	32
Εικόνα 3. 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης	35
Εικόνα 4. Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης βάσει την ΕΚΕ.....	37
Εικόνα 5. Cronbach's Alpha	82

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Ηλικία.....	51
Διάγραμμα 2. Φύλο.....	52
Διάγραμμα 3. Μόρφωση	53
Διάγραμμα 4. Εργασία	54
Διάγραμμα 5. Εισόδημα	55
Διάγραμμα 6. Διάστημα Εργασίας.....	56
Διάγραμμα 7. Μέρος Εργασίας.....	57
Διάγραμμα 8. Όρος ΕΚΕ.....	58
Διάγραμμα 9. Σημαντικότητα Χρήσης ΕΚΕ.....	59
Διάγραμμα 10. Πόσο Σημαντική Είναι η ΕΚΕ	60
Διάγραμμα 11. Πεδίο ΕΚΕ Δραστηριοποίησης	61
Διάγραμμα 12. Αγορά Προϊόντος	62
Διάγραμμα 13. Τι Κατηγορία Έργου ΕΚΕ Θα Χρηματοδοτούσατε.....	63
Διάγραμμα 14. Επίπεδο Εμβέλειας ΕΚΕ	64
Διάγραμμα 15. Αξιολόγηση Δημοσιεύσεων ΕΚΕ	65
Διάγραμμα 16. Μέσα Δημοσίευσης ΕΚΕ	66
Διάγραμμα 17. Μελλοντική Συμμετοχή σε ΕΚΕ	67
Διάγραμμα 18. Πράξεις ΕΚΕ Εντός της Χώρας	68
Διάγραμμα 19. Οφέλη Οργανισμών από Δράσεις ΕΚΕ.....	69
Διάγραμμα 20. Τομείς ΕΚΕ Εμπλοκής των Επιχειρήσεων.....	70
Διάγραμμα 21. Στήριξη Κερδοφόρων Εταιρειών	71
Διάγραμμα 22. Επιχειρησιακή Ηθική.....	72
Διάγραμμα 23. Βαθμός Ηθικής Πράξεων ΕΚΕ	73
Διάγραμμα 24. Σημαντικότητα Κώδικα Δεοντολογίας.....	74
Διάγραμμα 25. Βαθμός Ηθικής των Επιχειρήσεων	75
Διάγραμμα 26. Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων Υγείας	76
Διάγραμμα 27. Δράσεις Κοινωνικής Ευαισθησίας από Επιχειρήσεις.....	77
Διάγραμμα 28. Δράσεις ΕΚΕ εν μέσω Lockdown	78
Διάγραμμα 29. Ειλικρίνεια των Δράσεων ΕΚΕ	79

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Περιοχές Εστίασης ΕΚΕ	17
Πίνακας 2. Μεταβλητές TBL και Δείκτες Μέτρησης αυτών	21
Πίνακας 3. Ηθικές Επιπτώσεις λόγω Οργανωτικών Αλλαγών εν μέσω Πανδημίας	34
Πίνακας 4. Ηλικία.....	50
Πίνακας 5. Φύλο	51
Πίνακας 6. Μόρφωση.....	52
Πίνακας 7. Εργασία.....	53

Πίνακας 8. Εισόδημα.....	54
Πίνακας 9. Διάστημα Εργασίας.....	55
Πίνακας 10. Μέρος Εργασίας.....	56
Πίνακας 11. ΕΚΕ.....	57
Πίνακας 12. Χρήση ΕΚΕ.....	58
Πίνακας 13. Σημαντική ΕΚΕ.....	59
Πίνακας 14. Πεδίο ΕΚΕ.....	60
Πίνακας 15. Αγορά Προϊόντος ΕΚΕ.....	61
Πίνακας 16. Έργο ΕΚΕ.....	62
Πίνακας 17. Εμβέλεια ΕΚΕ.....	63
Πίνακας 18. Δημοσίευση ΕΚΕ.....	64
Πίνακας 19. ΜΜΕ ΕΚΕ.....	65
Πίνακας 20. Συμμετοχή σε ΕΚΕ.....	66
Πίνακας 21. ΕΚΕ Εντός Χώρας.....	67
Πίνακας 22. Οφέλη ΕΚΕ.....	68
Πίνακας 23. Τομέας ΕΚΕ.....	69
Πίνακας 24. Κερδοφορία ΕΚΕ.....	70
Πίνακας 25. Επιχειρησιακή Ηθική.....	71
Πίνακας 26. Ηθικά Μέσα ΕΚΕ.....	72
Πίνακας 27. Κώδικας Δεοντολογίας.....	73
Πίνακας 28. Βαθμός Ηθικής.....	74
Πίνακας 29. Κλάδος Υγείας Πανδημία.....	75
Πίνακας 30. Κοινωνική Ευαισθησία Πανδημία.....	76
Πίνακας 31. Δράσεις ΕΚΕ Lockdown.....	77
Πίνακας 32. Ειλικρίνεια ΕΚΕ Πανδημία.....	78
Πίνακας 33. Descriptive Statistics.....	79
Πίνακας 34-Πρώτο Θέμα, Descriptive Statistics.....	80
Πίνακας 35-Δεύτερο Θέμα, Descriptive Statistics.....	80
Πίνακας 36-Τρίτο Θέμα, Descriptive Statistics.....	81
Πίνακας 37. Reliability Statistics.....	82
Πίνακας 38. Item-Total Statistics.....	82
Πίνακας 39. Reliability Statistics.....	83
Πίνακας 40. Item-Total Statistics.....	83
Πίνακας 41. Reliability Statistics.....	83
Πίνακας 42. Item-Total Statistics.....	84
Πίνακας 43. Reliability Statistics.....	84
Πίνακας 44. Item-Total Statistics.....	84
Πίνακας 45. Φύλο*Αγορά Προϊόντος ΕΚΕ.....	85
Πίνακας 46. Chi-Square Tests.....	86
Πίνακας 47.Φύλο*Πεδίο ΕΚΕ.....	86
Πίνακας 48. Chi-Square Tests.....	87
Πίνακας 49. Φύλο*Κερδοφορία ΕΚΕ.....	88
Πίνακας 50. Chi-Square Tests.....	88
Πίνακας 51. Μόρφωση*Έργο ΕΚΕ.....	89
Πίνακας 52. Chi-Square Tests.....	90
Πίνακας 53. Μόρφωση**Εμβέλεια ΕΚΕ.....	90
Πίνακας 54. Chi-Square Tests.....	91
Πίνακας 55. Μόρφωση*ΜΜΕ ΕΚΕ.....	92

Ακρωνύμια και Συντομογραφίες

ΑΜΕΑ	Άτομα με Αναπηρία
Γ.Ν.	Γενικό Νοσοκομείο
ΔΕΠΑ	Δημόσια Επιχείρηση Αερίου
Ε.Ε.	Ευρωπαϊκή Ένωση
Ε.Η.	Επιχειρησιακή Ηθική
ΕΚΑΒ	Εθνικό Κέντρο Άμεσης Βοήθειας
ΕΚΕ	Εταιρεία Κοινωνικής Ευθύνης
ΕΛΕΠΑΠ	Ελληνική Εταιρεία Προστασίας και Αποκατάστασης Αναπήρων Προσώπων
ΕΠΑΑ	Εταιρεία Προστασίας Ανηλίκων Αθηνών
ΕΠΑΛ	Επαγγελματικό Λύκειο
ΕΠΑΣ	Επαγγελματική Σχολή
ΕΣΥ	Εθνικό Σύστημα Υγείας
Η.Π.Α	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΙΕΚ	Ινστιτούτο Επαγγελματικής Κατάρτισης
ΚΕΘΕΑ	Κέντρο Θεραπείας Εξαρτημένων Ατόμων
ΜΚΟ	Μη Κυβερνητικός Οργανισμός
ΟΑΣΑ	Οργανισμός Αστικών Συγκοινωνιών Αθηνών
ΟΗΕ	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
ΠΕΚ	Περιφερειακό Επιμορφωτικό Κέντρο
Π/Ν	Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο
ΠΟΥ	Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας
ΣΠΑΠ	Σύνδεσμος Προστασίας και Ανάπλασης Πεντελικού
ΣΠΑΥ	Σύνδεσμος Προστασίας και Ανάπλασης Υμηττού
EOA	Ethics Office Association
GBES	Global Business Ethics Survey
GOs	Governments
IBLF	International Business Leaders Forum
MBA	Master in Business Administration
SDGs	Sustainable Development Goals

Πρόλογος

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ένας όρος με μακρά και ποικίλη Ιστορία. Είναι ένας όρος που συνεχώς χρήζει εξέλιξης και νέων ερμηνειών. Η πανδημία του COVID-19 επηρέασε την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και αυτό φαίνεται από τις δράσεις των Ελληνικών Επιχειρήσεων/Οργανισμών αλλά και από τις απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών. Προκειμένου οι επιχειρήσεις να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα χρησιμοποιούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με την οποία ανταποδίδουν με αγαθοεργίες την προτίμηση καταναλωτών.

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια πριν από την πανδημία, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είχε δημιουργήσει δυνατά στεγανά αλληλεπίδρασης μεταξύ εταιρειών και κοινωνίας, είτε τοπικών κοινωνιών είτε κοινωνιών διεθνώς. Είχε θέσει την παροχή υπηρεσιών ΕΚΕ, εφάμιλλη όσον αφορά τη σημαντικότητα, με την κερδοφορία και την αξία κάθε μεγέθους επιχείρησης ή οργανισμού. Η χρήση ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις αποτελούσε απαραίτητη προϋπόθεση προκειμένου να αναπτυχθεί μία εταιρεία και να εδραιωθεί στο μυαλό των καταναλωτών. Σκοπός αυτής της διπλωματικής εργασίας, είναι να διερευνήσει το μέγεθος της επίδρασης που έχει μία τόσο δύσκολη συγκυρία, που αφορά ολόκληρη την ανθρωπότητα, όπως είναι αυτή της πανδημίας που προήλθε από τον ιό SARS-COV-2, στις επιχειρήσεις/οργανισμούς και πιο συγκεκριμένα στην κοινωνική υπευθυνότητα την οποία αυτές επιδεικνύουν. Η κοινωνική υπευθυνότητα των εταιρειών εκφράζεται μέσα από δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και τα τελευταία χρόνια είναι όλο και πιο διαδεδομένη. Το ερώτημα που γεννάται σε τέτοιες περιπτώσεις είναι αν η αυξανόμενη αυτή πορεία δράσης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που προϋπήρχε της πανδημίας, συνεχίζει με τον ίδιο ρυθμό ή έχει μεταβληθεί η δυναμική της. Για να δοθούν απαντήσεις σε τέτοιου είδους ερωτήματα, χρησιμοποιείται η διαδικασία της έρευνας και πιο συγκεκριμένα ζητείται η άποψη των ενδιαφερόμενων μερών, προκειμένου να εγγραφούν την αξιοπιστία της έρευνας μέσα από την εμπειρία την οποία κατέχουν και λόγω του ενδιαφέροντος που επιδεικνύουν. Εντοπίζονται τρεις θεματικές ενότητες που αφορούν τη σημαντικότητα αυτούσιας της ΕΚΕ, τη σημαντικότητα της Επιχειρησιακής Ηθικής και τη σημαντικότητα των δράσεων που διενεργήθηκαν από ελληνικές επιχειρήσεις και οργανισμούς κατά τη διάρκεια της πανδημίας του COVID-19. Η έρευνα έδειξε πως ενώ οι δράσεις που διενεργήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας δεν ικανοποίησαν πλήρως τα ενδιαφερόμενα μέρη, ωστόσο η σημαντικότητα της ύπαρξης ΕΚΕ και Επιχειρησιακής Ηθικής, έχει αυξημένη επιρροή και πως υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για το μέλλον της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα.

Εισαγωγή

Στις 9 Ιανουαρίου 2020, οι υγειονομικές αρχές της Κίνας, ανακοίνωσαν ότι ένα νέο στέλεχος κορονοϊού (2019-n COV), ήταν η αιτία για τα κατά συρροή κρούσματα πνευμονίας που εμφανίστηκαν στην πόλη Wuhan, της επαρχίας Hubei στην Κίνα. Από εκείνη τη στιγμή, ξεκίνησε μία εκτεταμένη προσπάθεια του ΠΟΥ (Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας), προκειμένου να περιορίσει τα κρούσματα και τις ανθρώπινες απώλειες, που προέρχονταν από τη συγκεκριμένη νόσο. Οι προσπάθειες αυτές σε συνάρτηση με τις προσπάθειες των Οργανισμών Δημόσιας Υγείας, κάθε Κράτους και τα διάφορα κατά τόπους κέντρα πρόληψης και Ελέγχου Νοσημάτων, συνετέλεσαν ώστε να εκδοθούν ενημερωτικά υλικά και εξειδικευμένες οδηγίες (ΕΟΔΥ, 2021). Με αυτό τον τρόπο περιορίστηκε η εξάπλωση του κορονοϊού, αρχικά.

Στις 23 Μαρτίου του 2020, η κυβέρνηση της Ελλάδας, επέβαλε το πρώτο γενικό lockdown το οποίο θα ίσχυε για δύο εβδομάδες και θα ξεκινούσε στις 6:00 π.μ. Είχε προηγηθεί η πρώτη απώλεια ασθενή από κορονοϊό στις 12 Μαρτίου το 2020. Το μέτρο του lockdown, απαγόρευσε την είσοδο σε σχολεία, εμπορικά κέντρα, κομμωτήρια, επιχειρήσεις εστίασης, ρουχισμού και υπόδησης, μουσεία και θεματικά πάρκα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, λόγω του πανικού που διακατέχει τον άνθρωπο ως αντίδραση σε καθετί πρωτόγνωρο, να δημιουργηθεί τεράστιος συνωστισμός στα μεγάλα πολυκαταστήματα λιανικής πώλησης και στους δημόσιους υπαίθριους χώρους.

Από τότε έως τις 13 Μαΐου του 2021, όπου και υπήρξε άρση των lockdown, η χώρα υπέστη διάφορες αλλαγές σημαντικές για την οικονομία και για την εν γένει ζωή. Αυτή ήταν η δεύτερη φάση μέτρων κατά της εξάπλωσης της πανδημίας. Χρονικά στο ενδιάμεσο, η είδηση της ανακάλυψης του σχετικού εμβολίου κατά της νόσου COVID-19, έδωσε ελπίδα και αισιοδοξία στην απανταχού υφήλιο. Στις 27 Δεκεμβρίου του 2020, έγιναν οι πρώτοι εμβολιασμοί στη χώρα μας κατά του νέου κορονοϊού. Υπήρξε η αρχή για μία μεγάλη εκστρατεία, προκειμένου να επιτευχθεί η απαιτούμενη ανοσία και να μπει η ζωή του Έλληνα πολίτη σε μία κανονικότητα. Δυστυχώς, η εκστρατεία αυτή δεν είχε τα αναμενόμενα αποτελέσματα στη χώρα μας, καθώς κατά τις 19/10/2021 οι ολοκληρωμένοι εμβολιασμοί που είχαν πραγματοποιηθεί, ανέρχονταν στους 6.315.479, αριθμός ο οποίος παρεκκλίνει σημαντικά από τις προβλέψεις των ειδικών (Εθνική Εκστρατεία Εμβολιασμού, 2021).

Η μικρή αυτή ιστορική αναφορά καταγράφεται, προκειμένου να αντιληφθούμε τις πάρα πολλές και σημαντικές αλλαγές που υπέστη ο κάθε πολίτης, η κάθε επιχείρηση, ο κάθε οργανισμός. Αυτές οι αλλαγές δεν άφησαν αδιάφορη τη χρήση ΕΚΕ παγκοσμίως. Δημιουργείται μία νέα έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία πραγματεύεται την αλτρουιστική πλευρά των επιχειρήσεων, προκειμένου με το φιλανθρωπικό τους έργο να συνεπικουρούν των κρατών, σε θέματα πρόληψης και αντιμετώπισης επικίνδυνων για τον άνθρωπο καταστάσεων, με μεγαλύτερη έμφαση στους υγειονομικούς κινδύνους, όπως για παράδειγμα του κινδύνου της πανδημίας.

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη σε τρία μέρη. Στο πρώτο μέρος διενεργήθηκε βιβλιογραφική έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τις διαστάσεις αυτής εν μέσω πανδημίας, καθώς έγινε εννοιολογική και ιστορική αναφορά. Ακολούθησε

βιβλιογραφική έρευνα που αφορούσε την Επιχειρησιακή Ηθική και τον ρόλο που διαδραματίζει στις επιχειρήσεις. Στη συνέχεια προσεγγίστηκε εννοιολογικά ο όρος Ε.Η. και δόθηκε μία μικρή ιστορική αναδρομή.

Στο δεύτερο μέρος, παρουσιάζονται δράσεις ΕΚΕ ελληνικών επιχειρήσεων με τέτοιο τρόπο, ώστε να γίνεται σύγκριση των δράσεων προ πανδημίας και των δράσεων κατά τη διάρκεια του COVID-19. Οι διαφορές ανάμεσα στις προ πανδημίας δράσεις και στις δράσεις που διενεργήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας είναι εμφανείς, ιδιαίτερα σε ότι αφορά τις δράσεις υγειονομικού ενδιαφέροντος.

Στο τρίτο μέρος, προσδιορίστηκαν ερευνητικές υποθέσεις οι οποίες προέκυψαν από τη βιβλιογραφία και διερευνήθηκαν μέσω δομημένου ερωτηματολογίου, οι απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών. Κατόπιν, έγινε αξιολόγηση και ανάλυση των υποθέσεων με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS V.28 για το λειτουργικό πρόγραμμα Windows.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1.1 Ο Ρόλος της ΕΚΕ στις Επιχειρήσεις και τους Οργανισμούς

Είναι πρόκληση για την ΕΚΕ των επιχειρήσεων και οργανισμών, η νέα αυτή εποχή της πανδημίας του COVID-19. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις, όπου οι επιχειρήσεις προσπάθησαν να εκμεταλλευτούν αυτή τη πανδημία, ώστε να επωφεληθούν. Για να περιοριστεί αυτού του είδους η κερδοσκοπία, δημιουργήθηκαν ειδικά τμήματα σε κάθε χώρα, πάταξης των εταιρειών που επωφελούνται από ανατιμήσεις των προϊόντων ή υπηρεσιών. Αυτό που βίωσε και βιώνει, ο επιχειρηματικός κόσμος λόγω πανδημίας, είναι μία δοκιμασία για την ηθική τους συμπεριφορά και τις δράσεις ΕΚΕ που ακολουθούν (He & Harris, 2020).

Οι καταναλωτές οι οποίοι ζητάνε από τις επιχειρήσεις να ακολουθήσουν ένα διαφορετικό τρόπο δράσης είναι και πιο πολλοί. Οι επιχειρήσεις πλέον, πρέπει να λειτουργούν με διαφάνεια, αναλαμβάνοντας την υποχρέωση να βοηθούν σε κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά θέματα. Ο όρος ΕΚΕ είναι μέσα στην καθημερινότητα των εταιρειών και όσες επιχειρήσεις δε δίνουν τη δέουσα σημασία, αναλαμβάνουν και την ευθύνη των πράξεων τους (OHIO UNIVERSITY, 2020). Τη σήμερα ημέρα, οι εταιρείες είναι υποχρεωμένες να εστιάζουν στον όρο Κοινωνική Ευθύνη περισσότερο από ποτέ. Οφείλουν να προσπαθούν για τους υπαλλήλους τους και την κοινωνία, να θέτουν στόχους ρεαλιστικούς και καλούς (Heyward, 2020). Λόγω της πανδημίας του COVID-19, υπήρξαν και υπάρχουν πολλές κοινωνικές και φυλετικές διαταραχές, καθώς και πολλές διαμάχες στον χώρο της πολιτικής, οι οποίες αποτελούν δοκιμασία για την επιχειρησιακή κουλτούρα κάθε οργανισμού (Clark, 2021).

Η Sarah Kaplan, σε δήλωσή της ανέφερε πως οι εταιρείες οι οποίες δεν ακολουθούν τις αξίες τους, θα χάσουν τους πελάτες τους, τους οποίους θα κερδίσουν οι εταιρείες που το κάνουν. Με τον ίδιο τρόπο και οι εργαζόμενοι που ανήκουν στις γενιές Millennials, Gen Z και Gen C (COVID γενιά), θα επιλεγούν να εργασθούν σε επιχειρήσεις με αυξημένη ΕΚΕ (Clark, 2021).

Αν μία επιχείρηση, θέλει να είναι πραγματικά ανταγωνιστική, οφείλει να αναπτύξει τη στρατηγική της ΕΚΕ. Με αυτόν τον τρόπο, θα καταφέρει να μειώσει τα έξοδα της, θα διευκολύνει την παροχή κεφαλαίου, θα βελτιώσει τις σχέσεις με τους πελάτες της, θα διαχειρίζεται σωστά το ανθρώπινο δυναμικό και τους κινδύνους και θα εμβαθύνει σε θέματα καινοτομίας. Η ΕΚΕ είναι η λύση σε εποχές όπως η σημερινή, κρίσεων υγειονομικών και οικονομικών, ώστε να δημιουργήσει εμπιστοσύνη στους καταναλωτές προς τις επιχειρήσεις, ωθώντας τις τελευταίες να αναλάβουν περισσότερη κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη (Ariadne, 2021).

Στο σημερινό κοινωνικά ευαίσθητο περιβάλλον, οι εργαζόμενοι και οι πελάτες, αποδίδουν προτεραιότητα στο να εργάζονται και να ξοδεύουν τα χρήματά τους, σε επιχειρήσεις που δίνουν προτεραιότητα στην ΕΚΕ (Scooley, 2021).

Επιχειρήσεις και οργανισμοί, δείχνουν πλέον έντονο ενδιαφέρον σε δράσεις ΕΚΕ, όπως η υπεράσπιση των γυναικείων δικαιωμάτων, η προστασία του περιβάλλοντος και η εξάλειψη της φτώχειας. Οι δράσεις αυτές, λαμβάνουν χώρα σε τοπικό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο, δημιουργώντας θετικές διαθέσεις στους πελάτες και στους μετόχους, με αποτελέσματα αισιόδοξα για τις εταιρείες (Murphy, 2021). Η Annita Koddick, στο βιβλίο της 'Business as Usual', αναφέρει χαρακτηριστικά για την ΕΚΕ, πως ο θεσμός της επιχείρησης είναι πιο σημαντικός, δυνατός και με μεγαλύτερη επιρροή, από αυτούς της εκκλησίας και της πολιτικής. Ο κάθε οργανισμός, θα πρέπει να λειτουργεί, λαμβάνοντας υπόψη την ευθύνη και το δημόσιο καλό και όχι το χρήμα και την απληστία (Roddick, 2001).

Ένα από τα χαρακτηριστικά της ΕΚΕ είναι η βιωσιμότητα, όπου ο συνδυασμός των δύο καταφέρνει να περιγράψει τα κοινωνικά, τα περιβαλλοντικά οφέλη και τις επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε αυτά. Έχει αποδειχθεί από μελέτες, πως η έννοια της βιωσιμότητας και της ΕΚΕ, χρησιμοποιούνται με τον ίδιο τρόπο και είναι πολύ κοντά. Στόχος της ΕΚΕ είναι να αλλάξει η επιχειρηματική τακτική, ώστε να έρθει πιο κοντά στη βιωσιμότητα (Dubravská, et al., 2020).

Οι κερδοφόρες επιχειρήσεις, οφείλουν να είναι υπεύθυνες και να ενεργούν με προγράμματα δίκαιης μεταχείρισης των εργαζομένων, διασφαλίζοντας την ασφάλεια των υπαλλήλων, λαμβάνοντας μεθόδους οι οποίες βοηθούν στη βιωσιμότητα του περιβάλλοντος και συμμετέχουν στα κοινά, προκειμένου να δίνουν λύσεις σε κοινωνικά προβλήματα και ηθικά διλλήματα (Nafi, 2018).

Μια διαφορετική οπτική για τον ρόλο της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις του σήμερα, είναι η περίπτωση που αποδεικνύει πως μια με όραμα δράση μπορεί να φέρει εντελώς αρνητικά αποτελέσματα, επειδή τα μέτρα που πάρθηκαν είχαν παθητικό χαρακτήρα και δόθηκε περισσότερη σημασία στην ορολογία, παρά στην αποτελεσματικότητα του προγράμματος που εφαρμόστηκε (Hamadi, 2021).

Ένα άλλο νόημα στον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι αυτό της κυριαρχίας της την σήμερα ημέρα, στον βαθμό της επιβίωσης τόσο του πλανήτη όσο και του συστήματος της ελεύθερης αγοράς, που διέπει τις έως τώρα ρυθμιστικές και εταιρικές δομές του (Kidwai, 2021).

Η ΕΚΕ ως θεσμός, έχει πλέον εξελιχθεί και δεν είναι απλά ένα φιλανθρωπικό έργο. Είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί λειτουργούν, λαμβάνοντας υπόψη τους τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τη διακυβέρνησή τους, τη θετική επιρροή της επιχείρησης στην κοινωνία και τον τρόπο μεταχείρισης των εργαζομένων (Vaughan, 2021).

1.2 Η Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η ΕΚΕ αποτελεί απαραίτητο συστατικό για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Είναι προς το συμφέρον κάθε οργανισμού, να έχει εντάξει την κοινωνική υπευθυνότητα στη στρατηγική του, αποκτώντας τις ανάλογες αξίες. Παρ' όλα αυτά είναι δύσκολο να δοθεί μία συγκεκριμένη ερμηνεία του όρου ΕΚΕ, καθώς κάθε

εταιρεία ως διαφορετική οντότητα, έχει και διαφορετικούς τρόπους υιοθέτησης και εφαρμογής, των πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Aggarwal, 2021).

Οι ορισμοί που έχουν δοθεί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κατά το παρελθόν, είναι πολλοί και αφορούν το πλήθος των ενδιαφερόμενων μερών.

Οι ενδιαφερόμενοι, όπως συνηθίζεται πλέον να αποκαλούνται οι ομάδες ή τα πρόσωπα τα οποία αποτελούν τα ενδιαφερόμενα μέρη, είναι όσοι επηρεάζονται ή επηρεάζουν την επιχείρηση, δηλαδή οι επενδυτές, οι υπάλληλοι, οι πελάτες και οι προμηθευτές (Fernando, 2021).

Από τότε όμως που η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μετουσιώθηκε σε μηχανισμό προκειμένου να χρησιμοποιηθεί από τις επιχειρήσεις στρατηγικά, τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) αυξήθηκαν και πλέον περιλαμβάνονται οι τοπικές κοινωνίες, οι μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ) και οι κυβερνήσεις (GOs).

Ο Howard Bowen το 1953, έδωσε έναν από τους πρώτους ορισμούς για την ΕΚΕ, αναφέροντας πως οι υποχρεώσεις των επιχειρηματιών είναι να ακολουθούν αυτές τις πολιτικές, να λαμβάνουν αυτές τις αποφάσεις ή να ακολουθούν γραμμές δράσης που είναι επιθυμητές για τους στόχους και τις αξίες της κοινωνίας μας (Bowen, 1953).

Ο Milton Friedman το 1970, ανέφερε πως υπάρχει μία και μοναδική ευθύνη των επιχειρήσεων, αυτή του να χρησιμοποιεί τους πόρους της και να συμμετέχει σε δραστηριότητες που αποσκοπούν στην αύξηση των κερδών της, εφόσον παραμείνει εντός των κανόνων του παιχνιδιού (Friedman, 1970).

Το 1991 ο Archie B. Carroll, έδωσε τον εξής ορισμό, η συνολική εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων συνεπάγεται την ταυτόχρονη εκπλήρωση των οικονομικών, νομικών, ηθικών και φιλανθρωπικών ευθυνών της επιχείρησης (Carroll, 1991).

Το έτος 2000 κατά το World Business Council for Sustainable Development, αναφέρθηκε πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η συνεχής δέσμευση των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται ηθικά και να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνοντας παράλληλα την ποιότητα ζωής του εργατικού δυναμικού και των οικογενειών τους, καθώς και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα (Dahlsrud, 2008).

Στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο το 2006, αναφέρθηκε πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντιπροσωπεύει τις επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν πιο άμεση ευθύνη για τη διαχείριση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών τους επιπτώσεων, καθιστώντας αυτές υπόλογες όχι μόνο στους εργαζόμενους και τις συνδικαλιστικές τους οργανώσεις, αλλά και στους ευρύτερους stakeholders, συμπεριλαμβανομένων των επενδυτών, των καταναλωτών, των τοπικών κοινοτήτων, του περιβάλλοντος και άλλων ομάδων συμφερόντων (European Parliament, 2006).

Το 2011 κατά την επικοινωνία από την Commission προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών, όσον αφορά την ανανεωμένη στρατηγική της Ε.Ε. 2011-14 για την ΕΚΕ, ορίστηκε πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η ευθύνη των επιχειρήσεων για τις επιπτώσεις τους στην κοινωνία (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2011).

Οι αλλαγές αυτές στους κατά περιόδους ορισμούς καταγράφονται από πολλούς επιστήμονες, όπως ο Lei, ο Dahlsrud και ο Shafiq. Ο Lei εστίασε στην εξέλιξη των

ορισμών με βάση τη βιωσιμότητα και τις κοινωνικές υποχρεώσεις (ηθικές, νομικές, κοινωνικές). Ο Dahlsrud αναλύοντας 37 ορισμούς κατέληξε στις εξής διαστάσεις, περιβαλλοντική, κοινωνική, οικονομική, των ενδιαφερομένων (stakeholders) και τη φιλανθρωπική. Ο Shafiq έκανε λόγο για 10 διαστάσεις της ΕΚΕ με βάση την υποχρέωση προς την κοινωνία, τη συμμετοχή των stakeholders, τη βελτίωση της ποιότητας ζωής, την οικονομική ανάπτυξη, την ηθική επιχειρηματική πρακτική, την τήρηση του νόμου, του εθελοντισμού, τα ανθρώπινα δικαιώματα, την προστασία του περιβάλλοντος, τη διαφάνεια και τη λογοδοσία (Hamidu, et al., 2015).

Διαφοριστικός είναι ο παρακάτω πίνακας που υποδεικνύει τις διαστάσεις που ορίστηκαν κατά το παρελθόν με βάση τις περιοχές εστίασης της ΕΚΕ.

Πίνακας 1. Περιοχές Εστίασης ΕΚΕ

Δεκαετίες	Εστίαση σε	Διάσταση
1950 - 1960	Θρησκευτικές και Ανθρωπιστικές Φιλοσοφίες Ανάπτυξη Κοινοτήτων Μείωση Φτώχειας Υποχρέωση προς την Κοινωνία	Φιλανθρωπική
1970 - 1980	Δεσμεύσεις ΕΚΕ Φήμη Εταιρειών Νομικές και Ηθικές Ευθύνες ΕΚΕ Σύμβολο της Επιχείρησης Δικαιώματα Stakeholders	Ρυθμιζόμενη ΕΚΕ
1990 - 2005	Ανταγωνιστική Στρατηγική Προστασία Περιβάλλοντος Βιωσιμότητα Διεθνοποίηση των Προτύπων ΕΚΕ Διαφάνεια και Λογοδοσία	Στρατηγική ΕΚΕ

Πηγή: (Hamidu, et al., 2015).

Ο Van Marrewijk, εντόπισε πως το πρόβλημα στον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι πως υπάρχουν τόσο μεγάλη πληθώρα ορισμών, που συχνά μεροληπτούν υπέρ συγκεκριμένων συμφερόντων δημιουργώντας εμπόδια στην ανάπτυξη και την εφαρμογή της ΕΚΕ (Marrewijk, 2002).

1.3 Ιστορική Αναδρομή

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, προκειμένου να πάρει τη σημερινή της μορφή, έπρεπε να πραγματοποιηθούν δράσεις και πρακτικές κατά το παρελθόν. Αυτή η ιστορική αναδρομή θα μας βοηθήσει να αντιληφθούμε τις διαφορές της ΕΚΕ κατά τα έτη.

Ένας εκ των πρωτεργατών των πειραμάτων κοινωνικής ευθύνης, με δράσεις σε επιχειρήσεις του δέκατου ένατου αιώνα, ήταν ο Robert Owen. Στις δύο περιπτώσεις επιχειρήσεων που ανέλαβε, μείωσε κατά μία ώρα την ημερήσια εργατοώρα, από δεκατρείς σε δώδεκα, ώστε να καταλήξει ο εργαζόμενος να εργάζεται δέκα ώρες. Καθώς μιλάμε για άλλες εποχές, κατά τις οποίες επιτρέπονταν η παιδική εργασία, ο Owen απαίτησε να μην προσλαμβάνονται στις εν λόγω επιχειρήσεις παιδιά κάτω των δέκα ετών. Επιπλέον, παρείχε εκπαίδευση στους εργαζόμενους των επιχειρήσεων, καθώς και στα τέκνα αυτών, μόλις αυτά έκλειναν την απαιτούμενη ηλικία των δύο ετών. Με τον Owen, οι μισθοί των υπαλλήλων βελτιώθηκαν, καθώς και οι συνθήκες εργασίας. Αποτέλεσμα αυτών των δράσεων, ήταν η επιχείρηση New Lanark Mill, να αποκτήσει θετικό κοινωνικό αποτύπωμα εκτός από κέρδη, ενώ στην επιχείρηση New Harmony τα αποτελέσματα αυτών των πρακτικών δεν είχαν την ίδια απόδοση, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι παρουσίασε ζημία ή απέκτησε αρνητικό κοινωνικό αντίκτυπο. Άλλα παραδείγματα δράσεων εκείνου του αιώνα, είναι η περίπτωση της βιομηχανίας Cadbury, η οποία όταν μετέφερε το εργοστάσιο της στο Bourneville, έχτισε σπίτια για τους εργαζόμενους, πλησίον του εργοστασίου και εστιατόρια για υπαλλήλους της επιχείρησης. Με το πέρας των ετών οι Cadburys, επέλεξαν να διευκολύνουν τις συνθήκες εργασίας των υπαλλήλων, δημιουργώντας χώρους όπως, βιβλιοθήκη, νηπιαγωγείο για τα τέκνα και λέσχη ψυχαγωγίας των υπαλλήλων (Husted, 2015).

Η Ινδία, ήταν από τις χώρες που έδρασε με γνώμονα την ΕΚΕ στα τέλη του 19^{ου} αιώνα, παρά τα υψηλά επίπεδα φτώχειας και κοινωνικών διαφορών. Ονομάστηκε η φιλανθρωπία των εμπόρων, κατά την οποία διάφοροι έμποροι επιμέριζαν από τα κέρδη τους κεφάλαιο προς κάλυψη διαφόρων αναγκών, όπως η φτώχεια, η αναδάσωση και η ανέγερση εκπαιδευτικών ιδρυμάτων (Husted, 2015).

Στην Ευρώπη και συγκεκριμένα στη Γερμανία, την ίδια εποχή ξεκίνησαν τα προγράμματα ευημερίας των εταιρειών. Εμπειρείχαν ασφάλιση υγείας και μέριμνας, για στέγαση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ΕΚΕ αυτής της περιόδου είναι η περίπτωση της εταιρείας Krupp, η οποία το 1866 ανέγειρε ένα νοσοκομείο, το οποίο θα παρείχε περίθαλψη σε νοσούντες από χολέρα (Husted, 2015).

Καθώς διανύουμε τον 20^ο αιώνα, παρατηρούμε μια μεταβολή των δράσεων ΕΚΕ, από εσωτερική ΕΚΕ σε εξωτερική ΕΚΕ. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι δεκαετίες του 1960 και του 1970, κατά τις οποίες οι επιχειρηματικοί οργανισμοί The Conference Board των Η.Π.Α. και η Συνομοσπονδία Βρετανικής Βιομηχανίας στο Ηνωμένο Βασίλειο, παρότρυναν εταιρείες να δρουν με γνώμονα την ΕΚΕ (Smith, 2003).

1.3.1 Η Πράσινη Βίβλος

Στις αρχές του 21^{ου} αιώνα και συγκεκριμένα στο 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε την Πράσινη Βίβλο. Υπήρξε η απαρχή μίας προσπάθειας, προκειμένου να δοθεί ώθηση στις επιχειρήσεις που ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, να ακολουθήσουν ένα ενιαίο ευρωπαϊκό πλαίσιο για την ΕΚΕ.

Κατά την Πράσινη Βίβλο, οι επιχειρήσεις θα έπρεπε να προσεγγίσουν την ΕΚΕ, βασιζόμενες στην τριπλέτα κοινωνικά ζητήματα, περιβαλλοντικά ζητήματα και οικονομικά ζητήματα, στηριζόμενα σε συγκεκριμένους στόχους (Commission of the European Communities, 2001).

Με αυτόν τον τρόπο δήλωνε και το ενδιαφέρον που είχε δείξει η Ευρωπαϊκή Ένωση τον Μάρτιο του 2000, στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισαβόνας, κατά το οποίο αποφασίστηκε η Ευρωπαϊκή οικονομία να γίνει πιο ανταγωνιστική και δυναμική στον κόσμο, βασισμένη στη γνώση, να υποστηρίζει τη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή (Commission of the European Communities, 2001).

1.4 Πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η ΕΚΕ είναι μία στρατηγική που χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για τη διατήρηση πολιτιστικών, κοινωνικών και οικονομικών πτυχών του περιβάλλοντος. Την τελευταία δεκαετία, ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, απέκτησε τη μεγάλη προσοχή των εταιρειών (Hou, 2019), δίνοντας συνεχώς αυξανόμενη σημασία. Οι πρακτικές που χρησιμοποιεί η ΕΚΕ, είναι άμεσα εξαρτώμενες από την οικονομική κατάσταση, τους νόμους και τους κανονισμούς, την οργανωσιακή κουλτούρα, τη συμπεριφορά και το επίπεδο ανταγωνισμού της αγοράς (Campbell, 2018).

Η Ellie Collier, εντόπισε κάποια σημαντικά οφέλη που θα έχει η επιχείρηση, η οποία υιοθετεί πρακτικές ΕΚΕ.

- Βελτιωμένη δημόσια εικόνα.
- Αυξημένη αναγνωρισιμότητα επωνυμίας.
- Εξοικονόμηση κόστους.
- Πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών.
- Αυξημένη δέσμευση πελατών.
- Αυξημένη δέσμευση εργαζομένων.
- Περισσότερα οφέλη για τους εργαζόμενους (Collier, 2018).

Όλες οι ενέργειες που αναλαμβάνει ένας οργανισμός, έχουν αντίκτυπο και στον ίδιο αλλά και στο εξωτερικό περιβάλλον. Οι δράσεις του οργανισμού, επηρεάζουν τόσο το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται, όσο και το τοπικό και κατ' επέκταση το παγκόσμιο περιβάλλον που εντάσσεται αυτή (Crowther & Aras, 2008).

Οι πρωτοβουλίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι κοινές στις επιχειρήσεις αναδυόμενων αγορών. Μελέτες έχουν δείξει, ότι οι οργανισμοί οι οποίοι οικειοποιούνται πιο επίσημα τις τάσεις των διεθνών αγορών, διαχειρίζονται θέματα κοινωνικής ευθύνης σε ένα ευρύτερο φάσμα με μεγάλες διαφορές, τόσο μεταξύ των χωρών όσο και μεταξύ περιπτώσεων που ανήκουν στην ίδια περιοχή (Baskin & Gordon, 2005).

Τη σημερινή εποχή, ο όρος ΕΚΕ θεωρείται πολυδιάστατος χωρίς να αποδίδεται συγκεκριμένος ορισμός. Το σίγουρο είναι ότι οι επιχειρήσεις, πρέπει να λειτουργούν με βάση την ηθική. Ακόμα και όταν δεν υπάρχει πειστική βιβλιογραφία, οι μελέτες

καταλήγουν στο συμπέρασμα πως η χρήση ΕΚΕ, έχει θετικό αντίκτυπο για τις επιχειρήσεις. Η σημαντικότητα της ΕΚΕ για τις εταιρείες, αποδεικνύεται και στο γεγονός, πως όλες πλέον οι εταιρείες στους ιστότοπους που διατηρούν, αναφέρουν τις δράσεις ΕΚΕ, που κατά καιρούς εφαρμόζουν, δίνοντας πλήρη πρόσβαση στο αναγνωστικό κοινό. Έχει παρατηρηθεί πως, οι εταιρείες που λειτουργούν κατ' αυτόν τον τρόπο, παρουσιάζουν αυξητική τάση οι μετοχές τους (Palma-Ruiz, et al., 2020).

Οι σχέσεις μεταξύ διοικητικών συμβουλίων των επιχειρήσεων και της ΕΚΕ μπορούν να θεωρητικοποιηθούν, χρησιμοποιώντας είτε επιχειρήματα που σχετίζονται με τη θεωρία της αντιπροσώπευσης, είτε επιχειρήματα παροχής πόρων είτε ένας συνδυασμός και των δύο επιχειρηματικών θέσεων (Endrikat, et al., 2021).

Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιούν την ΕΚΕ, όχι μόνο για να ωφελήσουν το περιβάλλον και την κοινωνία αλλά και για να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, θέτοντας επιχειρησιακούς στρατηγικούς στόχους. Οι δράσεις ΕΚΕ κάθε επιχείρησης ή οργανισμού, επηρεάζουν την εμπιστοσύνη και την αφοσίωση των πελατών, επιδρώντας θετικά στις προθέσεις τους. Αυτό οδηγεί τους καταναλωτές να επικοινωνούν ο ένας με τον άλλον τις καταναλωτικές προθέσεις τους (World of Mouth) ενισχύοντας την πιστότητά τους (Fatmawati & Fauzan, 2021).

Από έρευνες που έχουν διενεργηθεί για την ΕΚΕ, έχει διαπιστωθεί πως η ευημερία των καταναλωτών και η ασφάλεια των προϊόντων είναι πολύ σημαντικές δεσμεύσεις. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα επιχειρήσεων στον κλάδο των τροφίμων που αποτυγχάνουν, χάνοντας πωλήσεις και την εμπιστοσύνη των πελατών, επειδή κλονίστηκε η ποιότητα των προϊόντων που παρήγαγαν. Αντιθέτως, όσες επιχειρήσεις στον ίδιο κλάδο αποκαλύπτουν στα συστατικά των προϊόντων που αναγράφονται διατροφικές πληροφορίες, όπως χρήση μη γενετικά τροποποιημένων υλών ή προτάσεις υγιεινής διατροφής, αυξάνεται η αφοσίωση των πελατών με μεγάλα οφέλη για την επιχείρηση (Qiu, et al., 2021).

1.4.1 Οι 3 Πυλώνες της Βιώσιμης Ανάπτυξης (Triple Bottom Line)

Οι managers των επιχειρήσεων νιώθουν ένα ηθικό χρέος να προσφέρουν στους μετόχους, στα στελέχη αλλά και στην κοινωνία, πιο πολλά από απλά οικονομικά νούμερα και οικονομικές καταστάσεις. Έχουν συνειδητοποιήσει οι ίδιοι αλλά και η κοινωνία ευρύτερα, πως φέρουν πλέον οι εταιρείες την ευθύνη να είναι κοινωνικά υπεύθυνες και αυτό μπορεί να διδαχθεί με το μάθημα που αναλαμβάνουν πολλές ακαδημαϊκές σχολές, αυτό τη Βιώσιμης Επιχειρησιακής Στρατηγικής (Miller, 2020).

Για κάθε επιχείρηση, η κοινωνική υπευθυνότητα δεν έχει την ίδια ερμηνεία, όμως όλες οι επιχειρήσεις οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους τον κοινωνικό αντίκτυπο, την περιβαλλοντική τους δράση, αλλά και το γενετήσιο σκοπό της κάθε επιχείρησης, που είναι τα κέρδη αυτής.

Στο εξωτερικό, αυτό ονομάζεται Triple Bottom Line (Τριπλό Αποτέλεσμα), όπου οι επιχειρήσεις το χρησιμοποιούν ώστε να αξιολογήσουν την απόδοσή τους, την βιωσιμότητά τους, καθώς και την αξία τους.



Εικόνα 1. Triple Bottom Line

Πηγή: (Slaper & Hall, 2011).

Αν και το TBL δεν είναι κάτι μετρήσιμο (που μπορεί να μετρηθεί) πέραν της μεταβλητής των κερδών, ωστόσο υπάρχουν δείκτες οι οποίοι θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ώστε να αξιολογηθούν οι δράσεις της επιχείρησης ή του οργανισμού. Αυτοί οι δείκτες αποτυπώνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2. Μεταβλητές TBL και Δείκτες Μέτρησης αυτών

ΚΕΡΔΗ	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	ΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΕΣΟΔΑ	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΕΡΑ/ΝΕΡΟΥ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
ΈΞΟΔΑ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	ΙΣΟΤΗΤΑ
ΦΟΡΟΙ	ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΑΠΟΒΛΗΤΑ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ
ΕΙΣΟΔΗΜΑ	ΧΡΗΣΗ ΕΚΤΑΣΗΣ ΓΗΣ	ΕΥΗΜΕΡΙΑ

Πηγή: (Slaper & Hall, 2011)

Το κέρδος, η μεγιστοποίηση του, η μείωση του κόστους και η ελαχιστοποίηση του κινδύνου ήταν κατά το παρελθόν οι μοναδικοί στόχοι που έθεταν οι επιχειρήσεις μέσω του στρατηγικού σχεδιασμού που επέλεγαν. Πλέον οι ηγέτες αντιλαμβάνονται πως τους δίνεται η δυνατότητα να χρησιμοποιούν τις επιχειρήσεις τους και για να επιφέρουν σημαντικές αλλαγές στον πλανήτη υιοθετώντας πρωτοβουλίες βιωσιμότητας.

Οι άνθρωποι του επιχειρηματικού γίνεσθαι, θα πρέπει να διακρίνονται σε μετόχους και στους λοιπούς ενδιαφερόμενους. Η αξία των μετόχων αποδεικνύει την επιτυχία της εταιρίας και οι υπόλοιποι ενδιαφερόμενοι φορείς αποκτούν αξία καθώς οι επιχειρήσεις ασπάζονται όλο και πιο πολύ πλέον τον όρο βιωσιμότητα. Η διασφάλιση δίκαιων προσλήψεων και η ενθάρρυνση του εθελοντισμού στο χώρο εργασίας είναι κάποιες από τις επιχειρηματικές πρακτικές δημιουργίας αξιών.

Ο πλανήτης έχει υποστεί από τη λειτουργία των εταιριών το μεγαλύτερο μέρος της περιβαλλοντικής κακοποίησης. Οι ίδιες εταιρείες είναι αυτές που μπορούν να

αναλάβουν την ευθύνη να αλλάξουν το πρόσημο αυτής της κλιματικής αλλαγής χρησιμοποιώντας πρώτες ύλες ηθικής προέλευσης, μειώνοντας την κατανάλωση ενέργειας και ακολουθώντας πρακτικές προς τη σωστή κατεύθυνση (Miller, 2020).

1.4.2 Τομείς ΕΚΕ

Παρακάτω παρουσιάζονται οι Τομείς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

1.4.2.1 Ανθρώπινα Δικαιώματα

Είναι απαραίτητο, ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, να διασφαλιστεί σε όλα τα επίπεδα. Οφείλουν οι εταιρείες να δρουν με τέτοιο τρόπο, ώστε με τις συμπεριφορές που επιδεικνύουν να στηρίζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα. Οι leaders των εταιρειών, έχουν αποκτήσει μεγαλύτερη επίγνωση σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Τα ανθρώπινα δικαιώματα διατυπώνονται ως υποχρεώσεις του εκάστοτε κράτους προς τους πολίτες, χρησιμοποιώντας τις δημόσιες αρχές για την προστασία τους. Η οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του ΟΗΕ το 1948, καλύπτει τα ατομικά, πολιτικά, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δικαιώματα. Καθήκον των εταιρειών είναι να συμμορφώνονται με τις νομοθετικές διατάξεις κάθε κράτους στο οποίο δραστηριοποιούνται. Στην έκθεση του ΟΗΕ τον Απρίλιο του 2008 παρουσιάστηκαν τρεις βασικές αρχές.

- Το καθήκον του κράτους να προστατεύει τα ανθρώπινα δικαιώματα που κινδυνεύουν από διάφορους παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρήσεων.
- Η εταιρική ευθύνη για τον σεβασμό των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων.
- Η ανάγκη για αποτελεσματική πρόσβαση σε ένδικα μέσα (Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2009).

1.4.2.2 Υγεία

Η δημόσια υγεία είναι η τέχνη και η επιστήμη της πρόληψης ασθενειών, της παράτασης της ζωής και της προαγωγής της υγείας, μέσω των οργανωμένων προσπαθειών της κοινωνίας. Όμως η δημόσια υγεία δεν είναι αποκλειστική ευθύνη της κυβέρνησης. Είναι ευθύνη των ατόμων της κοινωνίας και των εταιρειών, να διασφαλίσουν πως προτεραιότητα τους είναι η δημόσια υγεία. Οι εταιρείες, δείχνουν υπευθυνότητα στον κλάδο της υγείας προσφέροντας φιλανθρωπικό έργο, παρακολουθώντας την κατάσταση υγείας των εργαζομένων, παρέχοντας διαγνωστικές υπηρεσίες και παρέχοντας φροντίδα υγειονομικού ενδιαφέροντος (Nwobu, 2020).

1.4.2.3 Βιώσιμο Περιβάλλον

Οι κυβερνήσεις, κρίνουν τη συμμετοχή των εταιρειών, απαραίτητη για την αντιμετώπιση περιπτώσεων σχετικών με τη κλιματική αλλαγή, της απώλεια της βιοποικιλότητας και των εκλύσεων επικίνδυνων για το περιβάλλον στοιχείων. Πλέον, η περιβαλλοντική ευθύνη των εταιρειών δεν έχει να κάνει μόνο με τα πόσο ζημιώνει

το περιβάλλον τη λειτουργία τους, αλλά με το πως κάνουν χρήση των πόρων, των συστημάτων διαχείρισης προϊόντων και της φήμης τους. Διάφορες είναι οι ενέργειες στις οποίες μπορεί να προβεί μία επιχείρηση, προκειμένου να προσφέρει ένα βιώσιμο περιβάλλον. Για παράδειγμα, μπορούν να αναπτύξουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, αντικαθιστώντας τα ήδη υπάρχοντα, να απαιτήσουν από τους συνεργάτες τους προμηθευτές και εταίρους, να αναβαθμίσουν τα περιβαλλοντικά τους πρότυπα και ανακαλύπτοντας τρόπους μέσω νέων τεχνολογιών, να ελαχιστοποιήσουν τη χρήση σπάνιων πόρων και να μειώσουν τις επιβλαβείς εκπομπές ρύπων (Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2009).

1.4.2.4 Εκπαίδευση

Η παγκόσμια λογιστική και συμβουλευτική εταιρεία Grant Thornton, σε έρευνα της διαπίστωσε πως οι δραστηριότητες ΕΚΕ σε όλο τον κόσμο έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, σημειώνοντας πως οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούν πως δεν υφίσταται μόνο η εμπορική αξία αλλά και η ενίσχυση της αξίας των εργαζομένων, προσέλκυσης προσωπικού και μείωσης του κόστους.

Για πολλές επιχειρήσεις, η εκπαίδευση είναι σημαντικό μέρος των σχεδίων τους, προκειμένου να καλύψουν ανάγκες οι οποίες υφίστανται σε κοινότητες και σε ανθρώπους μεμονωμένα. Οι εταιρείες εμπλέκονται στον τομέα της εκπαίδευσης για διάφορους λόγους, όπως για τη βελτίωση των οικονομικών τους στοιχείων, για τη βελτίωση της φήμης τους και της εικόνας τους στο καταναλωτικό κοινό. Η προσέλκυση και διατήρηση των εργαζομένων προσφέρει μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας, αυξάνει την πίστη των καταναλωτών και ενισχύσει τις πωλήσεις των εταιρειών (Chopra & Marriya, 2013).

1.4.2.5 Τεχνολογία

Η τεχνολογία τη σήμερον ημέρα, διαθέτει τεράστια δυναμική στη χάραξη στρατηγικής, στο σχεδιασμό, τη διαχείριση και την αναφορά προγραμμάτων ΕΚΕ. Οι εταιρείες ξεφεύγουν πλέον από τον παραδοσιακό τρόπο διαχείρισης πράξεων ΕΚΕ, χρησιμοποιώντας τη τεχνολογία. Τα κινητά τηλέφωνα και το διαδίκτυο, είναι πλέον διαδεδομένα στους ενδιαφερόμενους δίνοντας τους την ευκαιρία, να επικοινωνούν σε πραγματικό χρόνο. Όσο εξελίσσεται η τεχνολογία στον τομέα εταιρικής υπευθυνότητας τόσο ο κόσμος γίνεται καλύτερος ώστε να ζουν όλοι, εξασφαλίζοντας μία ισορροπία μεταξύ του να κάνεις καλά και να κάνει καλό (Goodera, 2022).

1.4.3 Κατηγορίες Έργου ΕΚΕ

Τα κοινωνικά ζητήματα διαφέρουν μεταξύ τους και έχει αποδειχθεί πως χρήζουν ειδικής μεταχείρισης αναλόγως του μεγέθους τους, αλλά και αναλόγως του τομέα ενδιαφέροντος με τέτοιο τρόπο ώστε να αντιμετωπίζονται με τις αντίστοιχες κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Έξι είναι οι σημαντικές κατηγορίες έργου ΕΚΕ οι οποίες προκύπτουν από δραστηριότητες, που έχουν άμεση σχέση με την εταιρική κοινωνική ευθύνη:

1. **Η προώθηση σκοπού**, κατά την οποία μία επιχείρηση ή οργανισμός παρέχει κεφάλαια, συνεισφορές σε είδος ή άλλους εταιρικούς πόρους ώστε να δημιουργήσει μεγαλύτερη ευαισθησία και ενδιαφέρον για έναν κοινωνικό σκοπό. Η προσπάθεια συγκέντρωσης κεφαλαίων, η συμμετοχή και στρατολόγηση εθελοντών, θεωρούνται επιπλέον τρόποι προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει και να διαχειριστεί μία προώθηση σκοπού μόνη ή σε συνεργασία με άλλους οργανισμούς ή να συμμετέχει ως χορηγός μαζί με άλλες εταιρείες.
2. **Το μάρκετινγκ σκοπού**, κατά το οποίο η επιχείρηση δεσμεύεται να συνεισφέρει ακόμα και με δωρεές, για την επίτευξη κάποιου σκοπού, προσφέροντας μέρος των εσόδων από πωλήσεις προϊόντων που επιτεύχθηκαν. Συνήθως, αυτές οι ενέργειες, διενεργούνται για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, αφορούν πωλήσεις συγκεκριμένων προϊόντων και έχουν σκοπό να υποστηρίξουν μία συγκεκριμένη φιλανθρωπική οργάνωση. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση συνεργάζεται με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό, ώστε να επωφεληθούν και οι δύο πλευρές. Όσο αυξάνονται οι πωλήσεις των προϊόντων που συμμετέχουν στην ενέργεια τόσο μεγαλώνει η οικονομική ενίσχυση για τον φιλανθρωπικό σκοπό. Πολλοί, θεωρούν αυτή τη κοινωνική πρωτοβουλία πως είναι επικερδής για όλους (win-win-win) καθώς δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να συνεισφέρουν χωρίς κάποιο αντίτιμο, βοηθώντας τον φιλανθρωπικό οργανισμό της αρεσκείας τους.
3. **Το κοινωνικό μάρκετινγκ**, κατά το οποίο η επιχείρηση υποστηρίζει την ανάπτυξη και την εφαρμογή μίας εκστρατείας που προωθεί την αλλαγή νοοτροπίας και συμπεριφοράς, που έχει σκοπό τη βελτίωση της δημόσιας υγείας, της ασφάλειας, του περιβάλλοντος ή της ευημερίας της κοινότητας. Βασικό γνώρισμα είναι η εστίαση στην αλλαγή συμπεριφοράς και όχι στη συγκέντρωση κεφαλαίων ή στη στρατολόγηση εθελοντών.
4. **Η εταιρική φιλανθρωπία**, κατά την οποία η επιχείρηση συνεισφέρει απευθείας σε μία φιλανθρωπική οργάνωση, τις περισσότερες φορές με την παροχή χρηματικών πόρων και δωρεών. Πρόκειται για την πλέον, παραδοσιακή κατηγορία έργου με μεγάλη ανταπόκριση.
5. **Ο εταιρικός εθελοντισμός**. Η επιχείρηση ή ο οργανισμός, ενθαρρύνει τα άτομα τα οποία απαρτίζουν το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον αυτής, προκειμένου να προσφέρουν εθελοντικά το χρόνο τους για την υποστήριξη φιλανθρωπικών οργανώσεων ή θεσμών, που ανήκουν στην τοπική κοινότητα.

Για παράδειγμα, η εταιρεία ενθαρρύνει τους υπαλλήλους της, τους προμηθευτές, τους πελάτες και γενικώς, τους συνεργάτες ώστε να συνεισφέρουν εθελοντικά στις υπηρεσίες τους.

6. **Κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές.** Χρησιμοποιώντας τις κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές, μία εταιρεία υιοθετεί και εφαρμόζει επιχειρηματικές πρακτικές με διακριτικότητα ώστε να ενισχύσει κοινωνικούς σκοπούς για τη βελτίωση της ευημερίας μιας κοινότητας και την προστασία του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, μία εταιρεία επιλέγει να προμηθεύεται πρώτες ύλες από συγκεκριμένη περιοχή ώστε να υποστηρίξει την τοπική κοινωνία (Lee & Kotler, 2005).

1.5 Σημαντικές Δράσεις ΕΚΕ σε Παγκόσμιο Επίπεδο

Το 1991, η επιτυχημένη εταιρεία ρουχισμού Levis Strauss & Co, ανακοίνωσε τους νέους όρους δέσμευσης της παγκόσμιας εφοδιαστικής της αλυσίδας. Με αυτούς τους όρους, βοηθάει τους υπαλλήλους να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής, ακολουθώντας ένα πρόγραμμα στηριζόμενο στους Αναπτυξιακούς Στόχους της Χιλιετίας, που έθεσαν τα Ηνωμένα Έθνη μαζί με το πρόγραμμα της εταιρείας, το οποίο περιλαμβάνει την εξάλειψη της ακραίας φτώχειας και της πείνας, την βελτίωση της υγείας των μητέρων και των παιδιών, την καταπολέμηση του HIV/AIDS και άλλων ασθενειών, την προώθηση της ισότητας των φύλων, την ενδυνάμωση των γυναικών και τη διασφάλιση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Ο τρόπος για να καταφέρει κάτι τέτοιο, είναι η συνεργασία και η συνεννόηση με προμηθευτές, με ειδικούς ανάπτυξης ΜΚΟ και με φορείς επιχειρήσεων και εκπαίδευσης (Levi Strauss & Co, 2021).

Το 2019 η PepsiCo μαζί με τη μη κερδοσκοπική The Recycling Partnership, ανέλαβαν τη δράση “All in On Recycling”, κατά την οποία διευκόλυναν την ανακύκλωση κατοικιών στις Η.Π.Α., συγκεντρώνοντας περίπου 25 εκατομμύρια δολάρια, σε λιγότερο από ένα χρόνο δράσης. Το ποσό αυτό επενδύθηκε σε υποδομές και στην εκπαίδευση. Την ίδια χρονιά η πολυεθνική εταιρεία NESTLE, δημοσιοποίησε την έκθεση “Αντιμετώπιση της Παιδικής Εργασίας” (Nestle, 2021), που αφορούσε το σχέδιο της εν λόγω εταιρείας Cocoa Plan. Στρατολογώντας περίπου 1.640 παρακολουθητές παιδικές εργασίας σε κοινότητες που καλλιεργούν κακάο, κατάφερε να περιορίσει την παιδική εργασία, βοηθώντας 87.000 παιδιά εντός και εκτός εφοδιαστικής αλυσίδας. Η εταιρεία μερίμνησε για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των παιδιών σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, κατασκευάζοντας 49 σχολεία και βοηθώντας με αυτό τον τρόπο περισσότερα από 20.000 παιδιά. Σε αυτή την ενέργεια, προέβη η Nestle, ύστερα από κατηγορίες που δέχθηκε, πως αγοράζει από φυτείες, στις οποίες χρησιμοποιούνταν για τη συγκομιδή, παιδιά σκλάβοι (Ασπρίδης, 2015).

Άλλο ένα παράδειγμα δράσης ΕΚΕ που στέφθηκε με επιτυχία είναι αυτό της εταιρείας παιχνιδιών LEGO, η οποία παρουσίασε ένα έργο βιωσιμότητας ώστε τα παιδιά μέσα από το δημιουργικό παιχνίδι, να θέσουν θεμέλια για έναν υγιή πλανήτη.

Η LEGO το έκανε πράξη, καθώς το 2013 και το 2014, μείωσε το μέγεθος των συσκευασιών των παιχνιδιών, με αποτέλεσμα να εξοικονομήσει 7.000 τόνους

χαρτονιού. Το 2018 κατασκεύασε κάποια κομμάτια παιχνιδιών από ζαχαροκάλαμο βιώσιμης καλλιέργειας, δείχνοντας έναν εναλλακτικό τρόπο κατασκευής από αυτόν των πλαστικών παιχνιδιών, που βασίζονται στο πετρέλαιο ως πρώτη ύλη (LEGO, 2021).

Ένα ακόμη λαμπρό παράδειγμα ΕΚΕ, είναι η εταιρεία Salesforce, η οποία με το μοντέλο που έχει επιλέξει να δραστηριοποιείται φιλανθρωπικά, έχει προσφέρει μέσω των υπαλλήλων της 5.000.000 ώρες εθελοντισμού, έχει επιχορηγήσει 406.000.000\$ (δολάρια) και έχει κάνει δωρεές σε περίπου 40.000 εκπαιδευτικά ιδρύματα και σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς (Salesforce, 2021).

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να αναφέρουμε μία από τις πιο δραστήριες εταιρείες στον κόσμο, που δρα με γνώμονα την ηθική και την ΕΚΕ. Η Starbucks από το 2002, έχει δεσμευτεί παρουσιάζοντας την έκθεση ΕΚΕ πως στοχεύει σε προϊόντα ποιοτικά και βιώσιμα, μέσω της ηθικής προμήθειας. Έφτασε στη θέση το 2015, ο καφές που επεξεργάζεται και διακινεί να προέρχεται από προμηθευτές, οι οποίοι λειτουργούν με γνώμονα την ηθική, σε ποσοστό του 99% περίπου του συνολικού της τανάζ¹ (Johnson, 2021). Μάλιστα, το Ινστιτούτο Ethisphere, την ανέδειξε το 2021 ως μία από τις πιο ηθικές εταιρείες στον κόσμο (World's Most Ethical Companies, 2021).

¹ Tonnage= χωρητικότητα πλοίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΗΘΙΚΗ

2.1 Ο Ρόλος της Επιχειρησιακής Ηθικής

Η διαχείριση θεμάτων ηθικής σε μία επιχείρηση, θεωρείται μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσει η διεύθυνση κάθε οργανισμού. Υπάρχουν ηθικά ζητήματα που δε μπορεί ο νόμος να τα προστατεύσει, άρα εναπόκειται στα διευθυντικά στελέχη η ευθύνη να επιλύσουν διάφορα θέματα περί ηθικής, για τους ίδιους και τους εργαζόμενους (Holton, 2021).

Μία χρήσιμη διάκριση είναι αυτή της ηθικής διαχείρισης και της διαχείρισης της ηθικής. Ως ηθική διαχείριση θεωρείται, η επιχειρηματική ηθική που χρησιμοποιεί ένας manager για να πράξει το σωστό. Το να δρας ηθικά είναι σημαντικό τόσο για την ατομική επιτυχία, όσο και για την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Λιγότερες είναι οι ελπιδοφόρες επαγγελματικές σταδιοδρομίες, που καταστράφηκαν από μία ηθική συμπεριφορά, από ότι οι εταιρείες που καταστράφηκαν, λόγω των λανθασμένων ηθικά επιλογών μερικών ανθρώπων (Boatright & Smith, 2017).

Οι ηθικές υποχρεώσεις της διοίκησης ενός οργανισμού, οφείλουν να ακολουθούν τις συνήθειες πεποιθήσεις της κοινωνίας, όπως για παράδειγμα υπάρχουν περιπτώσεις, κατά τις οποίες ο νόμος δε μπορεί να απαιτεί απολύσεις. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η κοινωνία περιμένει από τις επιχειρήσεις να συνεργάζονται με τους εργαζόμενους και τις κοινότητες, για τον σχεδιασμό τέτοιων καταστάσεων (Wheelen & Hunger, 2012).

Ο Carroll αναφέρει πως εκτός από το απαιτούμενο των νόμων και των κανονισμών, η κοινωνία περιμένει από τις επιχειρήσεις να δρουν και να λειτουργούν με ηθικό τρόπο. Η Ηθική που περιμένει κάποιος από μία επιχείρηση, θα πρέπει να ανταποκρίνεται στο «πνεύμα» του νόμου και όχι μόνο στο γράμμα του νόμου. Κάποιες πρακτικές ίσως να μην απαγορεύονται από τον νόμο, όμως θα πρέπει να συμμορφώνονται με βάση των πρακτικών που θέτει η κοινωνία (Carroll, 2016).

Η επιχειρησιακή ηθική πλέον, έχει την αποδοχή των διοικήσεων, ακαδημαϊκά και μη, βιβλία, δημοσιεύσεις σε περιοδικά από καθηγητές και ενόητες πανεπιστημιακών σχολών ασχολούνται με την επιχειρησιακή ηθική. Όπως οι έμποροι ισχυρίζονται ότι όλα έχουν να κάνουν με το μάρκετινγκ ή οι λογιστές ότι οι επιχειρήσεις δε θα υπήρχαν αν δεν υπήρχαν οι αριθμοί, έτσι και οι ηθικολόγοι επιχειρηματίες πιστεύουν πως οι αξίες και οι σκοποί των οργανισμών είναι πάνω από όλα (Jones, et al., 2005).

Πολλές από τις διαμάχες έχουν στηριχθεί στο δίλλημα, αν η επιχειρησιακή ηθική μπορεί να διδαχθεί ή πρέπει να διδάσκεται. Η διαφωνία αυτή, εξαρτάται από τι ορίζει ο καθένας μας με τον όρο ηθική. Για μερικούς ο όρος ηθική, είναι το σύνολο των ηθικών αρχών και αξιών, μία περιγραφή δηλαδή προσωπική, που δεν πρέπει να επιβάλλει ο ένας στον άλλο τις δικές του ηθικές αρχές (Treviño & Nelson, 2011).

Όσον αφορά τους εργαζόμενους, οι ηθικές αρχές μίας επιχείρησης με ανεπτυγμένη την ηθική κουλτούρα, μπορούν να τους επηρεάσουν να κάνουν το σωστό,

καθώς οι ίδιοι ανήκουν σε ένα συμβατικό επίπεδο γνωστικής ηθικής ανάπτυξης, που σημαίνει ότι αναζητούν από το περιβάλλον τους καθοδήγηση για το πως πρέπει να σκέφτονται και να ενεργούν (Treviño & Nelson, 2011).

Ο Peter F. Drucker, στο άρθρο του “Τί είναι επιχειρησιακή ηθική”, ανέφερε σχετικά το 1981, πως ένας ηθικολόγος θα θεωρούσε πως ο όρος Επιχειρησιακή Ηθική, δεν θα είχε κανένα νόημα καθώς, επειδή σαν όρος δείχνει μία χαλαρότητα. Οι ιθύνοντες γι’ αυτόν τον όρο διαφωνούν περί της θεϊκότητας, της ανθρώπινης φύσης και των αναγκών της κοινωνίας, καθώς και για συγκεκριμένους κανόνες συμπεριφοράς. Όμως όλοι συμφωνούν σε ένα πράγμα, πως υπάρχει μόνο μία ηθική, ένα σύνολο κανόνων ηθικής, ένας κώδικας ατομικής συμπεριφοράς που ισχύει για όλους (Drucker, 1981).

Η επιχειρησιακή ηθική, αναλαμβάνει πλέον και έναν ακόμη ρόλο, αυτόν του διαμεσολαβητή στην κοινωνία, μαζί με την οικογένεια ή την εκκλησία και χρησιμεύει, ως θεσμοθετημένος κοινωνικός σύνδεσμος, μεταξύ των πολιτών της κοινωνίας και του δημόσιου καλού. Οι επιχειρήσεις πλέον, λειτουργούν ως ιδρύματα διαμεσολαβητικά, συμμετέχοντας άμεσα στην κοινωνική διακυβέρνηση, εντός των ορίων της οργάνωσης και έμμεσα εκτός των ορίων αυτής (Moon, et al., 2005).

Η Επιχειρησιακή Ηθική, καλύπτει ένα ευρύ φάσμα κανονιστικών θεμάτων του εμπορικού κόσμου και πολλές φορές, μπορεί να είναι παραπλανητική. Η Επιχειρησιακή Ηθική, έχει να κάνει με τη συμπεριφορά των ανθρώπων του επιχειρηματικού κόσμου και σε ποιες αρχές πρέπει να αναφέρονται, προκειμένου να διαπραγματευθούν ηθικά εργασιακά διλλήματα. Πολλές φορές, διακρίνουμε σε θέματα που πραγματεύονται ατομικές αρετές και τρόπους λήψης ηθικών αποφάσεων, να περιβάλλονται από τίτλους θεμάτων που έχουν να κάνουν με οργανισμούς και ιδρύματα. Η επιχειρησιακή ηθική, διερευνά τα πιο κατάλληλα σχέδια των εταιρειών, των αγορών, των κανονισμών της αγοράς και την πολιτική εποπτεία, σε μία δημοκρατική κοινωνία και στην παγκόσμια οικονομία (Norman, 2013).

Σε αυτό το σημείο, πρέπει να αναφερθούμε στην επιχειρησιακή ηθική σχετικά με τη βιωσιμότητα. Ο όρος βιωσιμότητα, αναφέρεται ως η κάλυψη των σημερινών αναγκών, χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις ανάγκες τους (Unesco, 2021).

Η σύγχρονη κοινωνία, είναι υπεύθυνη για την παροχή ποιότητας ζωής σε συνδυασμό με τη διατήρηση πόρων, την προστασία του περιβάλλοντος και άλλων μεταβλητών, ώστε οι κοινωνίες στο μέλλον να ζήσουν και αυτές με ποιότητα. Για να πραγματοποιηθεί αυτό, έχουν γίνει και χρειάζεται να γίνουν ακόμα περισσότερες αλλαγές σε νοοτροπίες, σε πολιτικές και σε οικονομικές παραδοχές (Kibert, et al., 2012).

Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος της βιωσιμότητας, απαιτούνται πράξεις επιχειρησιακής ηθικής από επιχειρήσεις των πλουσιότερων χωρών, οι οποίες ελέγχουν την μοίρα όλων των υπολοίπων στο παρόν και στο μέλλον. Έχουν γίνει περισσότερο πλέον, κατανοητές οι ηθικές έννοιες της Αρχής τη Προφύλαξης (Precautionary

Principle)², της Αλυσίδας Υποχρεώσεων³, της Αρχής της Διανομής⁴, της Ηθικής Γης⁵ και των Δικαιωμάτων των άλλων ειδών⁶ (Kibert, et al., 2012).

Οι επιχειρήσεις σήμερα, εντοπίζουν όλο και περισσότερο την ανάγκη θεσμοθέτησης των ηθικών αξιών. Όσοι εμπλέκονται σε αυτή τη διαδικασία, έχει αποδειχθεί πως ωφελούνται. Οι εργαζόμενοι, αισθάνονται υπερηφάνεια δουλεύοντας σε ένα ηθικό οργανισμό και λειτουργούν σαν να τους ανήκει ο οργανισμός, οι κοινότητες τηρούν θετική στάση, καθώς ένας υγιής και ηθικός οργανισμός ανήκει στην κοινότητα τους και οι οργανισμοί, έχοντας ικανοποιημένους τους εργαζόμενους, αναπτύσσουν την πιστότητα των καταναλωτών και την παραγωγικότητα των υπαλλήλων (Grigoropoulos, 2019).

Όλοι οι οργανισμοί, πλέον και όλων των μεγεθών, αναπτύσσουν στρατηγικές για επίτευξη των στόχων. Εντάσσοντας σε αυτή τη στρατηγική ένα πρόγραμμα επιχειρησιακής ηθικής, διευκολύνονται οι ιδιοκτήτες και οι διευθυντές, να αποδώσουν επιχειρηματικά τα μέγιστα, να αυξήσουν την κερδοφορία τους και να συμβάλουν, στην οικονομική ευημερία της κοινωνίας και των κατά τύπους κοινοτήτων, ικανοποιώντας τις απαιτήσεις των μετόχων. Τα προγράμματα αυτά, περί ηθικής στοχεύουν να έχουν ως αποτελέσματα, τη βελτιστοποίηση της τήρησης ζητημάτων δεοντολογίας, τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων και την ελαχιστοποίηση ανάρμοστων συμπεριφορών (U.S. Department of Commerce, 2004).

Οι επιχειρήσεις, επηρεάζονται από διάφορα ηθικά ζητήματα. Τα πιο διαδεδομένα σήμερα είναι η λογιστική, τα κοινωνικά δίκτυα, η παρενόχληση, οι διαφορών ειδών διακρίσεις, η υγεία, η ασφάλεια και η τεχνολογία, σε συνδυασμό με το απόρρητο και την προστασία προσωπικών δεδομένων (Florida Tech, 2021).

2.2 Εννοιολογικοί Προσδιορισμοί της Επιχειρησιακής Ηθικής

Για να δώσουμε έναν ορισμό στην έννοια Επιχειρησιακή Ηθική, θα πρέπει αρχικά να ερμηνεύσουμε αυτές τις δύο λέξεις. Επιχείρηση κατά τον Μπαμπινιώτη Γ., είναι κάθε συστηματική και ομαδική προσπάθεια για την επίτευξη στόχου, είναι το σύνολο των ενεργειών για εξουδετέρωση αντιπάλου και τέλος, είναι η δραστηριότητα που βασίζεται σε δεδομένα περιουσιακά στοιχεία και κεφάλαια και ασκείται υπό την ιδιοκτησία και διαχείριση φυσικού ή νομικού προσώπου, για την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους. Ηθική είναι το σύστημα των κανόνων συμπεριφοράς

² Η Αρχής της Προφύλαξης, είναι μία ευρεία επιστημολογική, φιλοσοφική και νομική προσέγγιση των καινοτομιών με δυνατότητα πρόκλησης βλάβης, όταν λείπουν εκτεταμένες επιστημονικές γνώσεις για το θέμα (Wikipedia, 2020).

³ Η Αλυσίδα Υποχρεώσεων, εκτείνεται από το παρόν στο απροσδιόριστο μέλλον και είναι η περίπτωση, μη εξασφάλισης ευνοϊκών συνθηκών για την ευημερία των μελλοντικών γενεών (Howarth, 1992).

⁴ Η Αρχή της Διανομής, λέει ότι κάθε άτομο, πρέπει να έχει το ίδιο επίπεδο υλικών αγαθών και υπηρεσιών (Lamont & Favor, 2017).

⁵ Η Ηθική της Γης, επεκτείνει τον ορισμό της κοινότητας, για να συμπεριλάβει, όχι μόνο τους ανθρώπους, αλλά και οτιδήποτε άλλο είναι πάνω στη Γη: χώματα, νερά, φυτά και ζώα (Aldoleopold, 2021).

⁶ Τα δικαιώματα των άλλων, αφορά όλα τα άλλα όντα με αισθήσεις, εκτός του ανθρώπου (Wollen, 2013).

μιας κοινωνίας, το προσωπικό σύστημα κανόνων συμπεριφοράς ενός ανθρώπου, η ενάρετη συμπεριφορά, ο κλάδος που πραγματεύεται ζητήματα σχετικά με τη διάκριση του αγαθού από το κακό και κάθε διδασκαλία, η οποία καθορίζει τι είναι καλό και τι κακό (Μπαμπινιώτης, 2012).

Ο πρόεδρος του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής Γκορτζής Αντώνης, σε συνέντευξη του στο kerdos.gr, ορίζει την επιχειρησιακή ηθική ως μία συμπεριφορά στηριζόμενη στα βασικά πρότυπα ηθικής μεταξύ επιχειρήσεων, καταναλωτών, προμηθευτών, υπαλλήλων με σκοπό τη δημιουργικότητα (Ηλιού, 2021). Η επιχειρησιακή ηθική, έχει ως αντικείμενο, τα μέσα και τις αποφάσεις που θα λάβει μία επιχείρηση, προκειμένου να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της, να χαρακτηρίζονται από νομιμότητα χωρίς να χρειάζεται να συγκρούονται οι ενδιαφερόμενες ομάδες (Boatright & Smith, 2017; Thiroux & Krasemann, 2007).

Ένας ακόμα ορισμός για την Επιχειρησιακή Ηθική περιλαμβάνει το σύνολο των πρακτικών και των διαδικασιών, που βοηθούν στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή (Twin, 2021). Εάν η επιχείρηση λειτουργεί με ανηθικότητα, χωρίς να τηρεί αυτά που προτάσσει, δείχνοντας έλλειψη ευαισθησίας σε θέματα όπως το περιβάλλον, η κοινωνία, η προστασία προσωπικών δεδομένων των πελατών, τότε το πιθανότερο σενάριο είναι η απώλεια πωλήσεων, η έλλειψη εμπιστοσύνης, οι προσλήψεις χαμηλής ποιότητας υπαλληλικού προσωπικού, η πτώση των επενδύσεων και όλα αυτά θα οφείλονται στην κακή φήμη που θα αποκτήσει (Twin, 2021).

Όπως σε ένα ηθικό πρόσωπο, έτσι και σε μία ηθική επιχείρηση αξιολογούνται οι πράξεις της, σύμφωνα με τι θεωρεί η κοινωνία ως ηθικό, έχοντας την ηθική ευθύνη για την επιλογή των πράξεων και για τον τρόπο με τον οποίο θα τις φέρει εις πέρας (Γούναρης, 2008).

Μια ακόμη οπτική, σχετική με την επιχειρησιακή ηθική, υποστηρίζει πως η Ε.Η., η νομοθεσία και οι κανονισμοί των επιχειρήσεων (κώδικας δεοντολογίας) είναι πιθανόν να προσεγγίζονται με σχετικισμό: όπου η ηθική είναι αλληλένδετη με τον χρόνο (π.χ. σύμβαση εργασίας ορισμένου χρόνου) και με τον τόπο (π.χ. κάθε χώρα τηρεί τα δικά της ήθη και έθιμα), με υποκειμενισμό: όπου οι ηθικές αξίες είναι θέμα ατομικών προτιμήσεων και με αντικειμενισμό: όπου δεν πρέπει να ισχύουν τίποτα από τα παραπάνω, αλλά να τηρούνται αντικειμενικά οι ηθικές αξίες (π.χ. τήρηση υποσχέσεων, εκτίμηση της αλήθειας, να πράττεις το καλό και το σωστό, με ενσυναίσθηση και συναισθηματική νοημοσύνη) (Donaldson & Fafaliou, 2003).

Ο Peter Drucker το 1981, ισχυρίστηκε πως η επιχειρησιακή ηθική δεν υφίσταται, αλλά αυτό που ισχύει είναι η ηθική στις επιχειρήσεις. Επιχειρησιακή ηθική κατά τον Drucker, είναι οι διάφορες δράσεις στις οποίες προβαίνει ο σχετιζόμενος με την επιχείρηση, προκειμένου να δικαιολογήσει ανήθικες δράσεις τις οποίες έχει ήδη πράξει (De George, 2021).

Ο Αριστοτέλης στο έργο του Ηθικά Νικομάχεια Α΄ Δ΄, έγραψε ότι η δικαιοσύνη είναι η ανταλλαγή ίσων για ίσους και στο έργο του Πολιτικά (I,8-10), αναφέρει την τέχνη της απόκτησης, το εμπόριο και την τοκογλυφία ως στοιχεία αναφοράς περί ηθικής σε ένα σπίτι (Αριστοτέλης, 2006). Ο John Lock το 1690, μίλησε για την υπεράσπιση της προσωπικής και ατομικής κτήσης, ως δικαίωμα που πηγάζει από την εργασία, η οποία ασκείται για την απόκτηση αγαθών (Locke, 1690).

Ο Adam Smith, αναφερόμενος στην ηθική των επιχειρήσεων, ορίζει την προσπάθεια του ανθρώπου να ενσωματωθεί στην κοινωνία, σύμφωνα με τις ηθικές απαιτήσεις αυτής, καθώς κάνει λόγω και για διάφορες συμπαιγνίες μεταξύ επιχειρηματιών, οι οποίοι πράττουν χωρίς επιχειρησιακή ηθική (Smith, 1984).

Ο Κάρλ Μάρξ, έθεσε ζήτημα περί ηθικής, αναφερόμενος σε μία χρονική περίοδο κατά την οποία ενώ ο άνθρωπος ως οντότητα εργασιακή ήταν πολύ παραγωγικός, αντιθέτως, όλη αυτή την παραγωγικότητα την επωφελούνταν οι λίγοι, με αποτέλεσμα να μη γίνονται καλύτερα τα πράγματα για όλους (De George, 2021).

Ακαδημαϊκά η Επιχειρησιακή ηθική, προσπαθεί να μελετήσει συστηματικά το σύνολο των ηθικών θεμάτων που προκύπτουν στις επιχειρήσεις. Τα θέματα αυτά αφορούν τους μετόχους, τους καταναλωτές, τους εργαζόμενους, τους οργανισμούς, τις επιχειρήσεις, το κράτος, την κοινωνία και το περιβάλλον.

Σύμφωνα με τον Γούναρη Αλ. (2008), προκύπτουν δύο ερωτήματα αναφερόμενος στην Επιχειρησιακή Ηθική. Το πρώτο αφορά, κατά πόσο συνάδει η ηθική ως πράξη να συνυπάρχει με την επιχείρηση ως δράση και το δεύτερο ερώτημα, αφορά κατά πόσο μπορεί να αξιολογηθεί μία πράξη ως ηθική, από τη στιγμή που ο σκοπός αναγκαστικά είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους (Γούναρης, 2008). Εξετάζοντας το θέμα από τη φιλοσοφική του πλευρά, προσεγγίζοντας το μέσα από τον Καντ, του Ωφελιμιστικούς φιλοσόφους αλλά και επιστημονικά, αξιολογώντας τις πράξεις ενός ηθικού προσώπου, αποφαινεται πως παρόλο που οι επιχειρήσεις λειτουργούν με σκοπό το κέρδος και παρότι δεν μπορούν να χαρακτηριστούν ως ηθικά πρόσωπα, εάν θέλουν να συνεχίσουν το παιχνίδι του επιχειρείν, αν θέλουν δηλαδή να υπάρχουν μέσα σε μία «βιώσιμη» αγορά, τέτοια που θα επιτρέπει τη δράση τους και την οντολογική τους υπόσταση, θα πρέπει να υιοθετήσουν μία συμπεριφορά, που δεν θα είναι μεν ηθική, αλλά θα διέπεται από ένα πνεύμα έντιμου παιχνιδιού (Γούναρης, 2008).

2.3 Ιστορική Αναδρομή Επιχειρησιακής Ηθικής

Σημαντική δράση παρουσίασε η Επιχειρησιακή Ηθική, ως εθελοντικός τρόπος αντιμετώπισης το 1980-1990. Διαφόρων ειδών καταστάσεις με τις οποίες ήρθαν αντιμέτωποι οργανισμοί, επιχειρήσεις, πολίτες, καταναλωτές κατά την δεκαετία του '70, ώθησαν σε αυτή την κατεύθυνση. Τέτοιου είδους καταστάσεις, κυρίως στις Η.Π.Α., υπήρξαν το σκάνδαλο Γουστεργκέϊτ, απεργίες στο δημόσιο τομέα, διάφορα περιβαλλοντικά θέματα όπως, ο Νόμος για την πολιτική προστασία του περιβάλλοντος το 1969, ή αλλιώς NEPA, κατά τον οποίο όφειλαν να λαμβάνουν υπόψη τους τα περιβαλλοντικά θέματα τα υπουργεία και οι θεσμοί, προτού προβούν σε αποφάσεις (EPA, 1969), περιπτώσεις δωροδοκιών και τραγικά συμβάντα στις αερομεταφορές, όπως αυτό της καταστροφής του διαστημικού σκάφους Challenger. Θεσπίζοντας οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί, κώδικες δεοντολογίας, φτάσαμε στις αρχές του αιώνα μας το 90% αυτών να κάνουν χρήση του εταιρικού κώδικα, παρέχοντας στους εργαζόμενους τα κατάλληλα εφόδια, ώστε να λαμβάνουν αποφάσεις με γνώμονα την ηθική (Donaldson & Fafaliou, 2003).

Ένα ακόμα παράδειγμα ανάδειξης της Επιχειρησιακής Ηθικής κατά τη διάρκεια των ετών, είναι το γεγονός πως το EOA (Ethics Office Association), στελεχωνόταν από 12 μέλη κατά το 1992, ενώ μέσα σε λιγότερο από δέκα χρόνια, τα μέλη ανήλθαν σε 650 (ECO, 2021). Μερικά από τα πιο σπουδαία μέλη, περιλαμβάνονται στην παρακάτω εικόνα.



Εικόνα 2. Members ECI

Πηγή: (ECI, 2021).

Ο ρόλος της επιχειρησιακής ηθικής, όπως έχει διαμορφωθεί με τα χρόνια, είναι να ορίζει τους τρόπους λήψης αποφάσεων, βασιζόμενους σε υγιείς ηθικές αρχές, να ορίζει με ποιες αξίες κάθε επιχείρηση και οργανισμός πορεύεται, να κρίνει τη διαδικασία με την οποία οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις διαμορφώνουν αξίες, να περιγράφει και να κατηγοριοποιεί τις αξίες αυτές, όπως και τις αποφάσεις που πηγάζουν μέσα από αυτές τις αξίες (Ikbale & Hidajet, 2012).

2.4 Εταιρική Διακυβέρνηση και Κώδικας Δεοντολογίας

Ο όρος Ηθική των επιχειρήσεων, είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την Εταιρική Διακυβέρνηση. Αφού η παγκόσμια οικονομία πέρασε δύσκολες καταστάσεις, στα τέλη του 20^{ου} αιώνα και στις αρχές του 21^{ου}, με σκάνδαλα όπως αυτό της Enron και της Parmalat, δημιουργήθηκε η ανάγκη, να ληφθούν μέτρα προκειμένου να μπει κάποιου είδους εποπτεία στις επιχειρήσεις που λειτουργούν με ανηθικότητα. Τα μέτρα αυτά ελέγχου και εποπτείας, μετουσιώθηκαν ώστε να προκύψει η Εταιρική Διακυβέρνηση. Εταιρική Διακυβέρνηση είναι η άσκηση της διοικητικής εξουσίας της εκάστοτε κυβέρνησης, ώστε τα άτομα που αποτελούν την ομάδα να συνεργάζονται (Μπαμπινιώτης, 2012). Αυτή η εξουσία, πρέπει να ασκείται σύμφωνα με τις αρχές της συμμετοχής, της λογοδοσίας, της αποτελεσματικότητας και της συνοχής (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2000).

Η αποτελεσματική εταιρική διακυβέρνηση, απαιτεί ένα υγιές νομικό, κανονιστικό και θεσμικό πλαίσιο, στο οποίο μπορούν να υπολογίζουν όσοι

ενδιαφέρονται για την θεμελίωση της αγοράς, συνάπτοντας ιδιωτικές συμβάσεις. Το πλαίσιο αυτό, περιλαμβάνει στοιχειώδη θέματα νομοθεσίας, ρυθμίσεις, εθελοντικές δεσμεύσεις και επιχειρηματικές πρακτικές, οι οποίες πρέπει να σχετίζονται με την ιστορία και την παράδοση κάθε χώρας. Το ρυθμιστικό και νομοθετικό πλαίσιο κάθε χώρας, διαφέρει και συμπληρώνεται από κώδικες εταιρικής διακυβέρνησης, οι οποίοι λειτουργούν συμπληρωματικά, ώστε να δίνονται κατευθυντήριες γραμμές στις ιδιαιτερότητες των εταιρειών, με γνώμονα τη συμμόρφωση ή την εξήγηση (comply or explain). Καταστάσεις που μπορεί να ισχύουν, λειτουργούν καλά σε μία εταιρεία, σε έναν επενδυτή ή σε ένα μέτοχο, δεν είναι απαραίτητο να είναι εφαρμόσιμες από άλλες εταιρείες, επενδυτές ή μετόχους. Καθώς προκύπτουν συνεχώς νέα θέματα και οι επιχειρησιακές συνθήκες αλλάζουν, το πλαίσιο που αφορά την εταιρική διακυβέρνηση, θα πρέπει να επανεξετάζεται και να προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα (OECD, 2015).

Για να αποφεύγεται η σύγκρουση μεταξύ των συμβαλλόμενων ομάδων (πελάτες, ανταγωνιστές, μέτοχοι, προμηθευτές, μεσάζοντες) είναι αναγκαία η δημιουργία κώδικα δεοντολογίας, στον οποίο επίσημα θα αναφέρονται οι αξίες και οι ηθικές αρχές, που υιοθετεί η επιχείρηση σε όλες τις δράσεις της (Μπατζιάς, et al., 2008).

Ο κώδικας επιχειρησιακής δεοντολογίας είναι ένας αποδεκτός και αποτελεσματικός τρόπος, που με σαφήνεια ορίζει κανόνες συμπεριφοράς, οι οποίοι ανάλογα με την αποδοτικότητα τους δημιουργούν το όραμα της επιχείρησης, τους στόχους αυτής, τη φήμη της και κατά πόσο η κοινωνία αποδέχεται τις δράσεις αυτής. Είναι πάντα σε έγγραφη μορφή και προσδιορίζει τις ευθύνες που φέρουν οι εμπλεκόμενοι όσον αφορά τις αρχές, την ηθική, τη φιλοσοφία και τους κανόνες συμπεριφοράς της εκάστοτε επιχείρησης (Ασπρίδης, 2015).

2.5 Ηθική και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κατά την Πανδημία

Η πανδημία του COVID-19, επηρέασε τους εργασιακούς χώρους, τους εργαζόμενους και γενικά την εργασία, σε όλες τις χώρες παγκοσμίως.

Η εποχή του κορονοϊού όπως λέγεται, δε χαρακτηρίζεται από κανονικότητα ούτε στον τομέα της εργασίας. Κατά την έρευνα που διενήργησε το GBES (Global Business Ethics Survey) το 2020, εν μέσω πανδημίας, συμπέρανε πως ο COVID-19, οδήγησε εργαζόμενους και επιχειρήσεις-οργανισμούς, να λειτουργούν με μία διαφορετικότητα σε σχέση με τα καθιερωμένα και με την παγκόσμια οικονομία, να αντιμετωπίζει συνεχώς μεταβαλλόμενες αστάθειες. Οι απαντήσεις σχετικά με τις οργανωτικές αλλαγές, επιβεβαίωσαν ότι το 2020, οι επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να προβούν έστω σε μία οργανωτική αλλαγή και πως οι επιπτώσεις αυτών των αλλαγών, είχαν αρνητικά ηθικά αποτελέσματα. Τα αρνητικά αυτά αποτελέσματα, ήταν απόρροια του χρόνου που δαπανήθηκε, προκειμένου να γίνει η οργανωτική αλλαγή, η οποία ως συνέπεια είχε να επηρεαστεί η ηθική κουλτούρα της επιχείρησης. Αυξήθηκαν η εργασιακή πίεση, η ανάρμοστη συμπεριφορά, οι αναφορές και τα αντίποινα. Οι συνθήκες εργασίας άλλαξαν παγκοσμίως, με το 57% των εργαζομένων να υιοθετούν

την εξ αποστάσεως εργασία και το 53% αυτών, να δουλεύουν λιγότερες ώρες. Κατατοπιστικός είναι ο παρακάτω πίνακας των ηθικών επιπτώσεων, που επήλθαν των οργανωτικών αλλαγών (GBES, 2021).

Πίνακας 3. Ηθικές Επιπτώσεις λόγω Οργανωτικών Αλλαγών εν μέσω Πανδημίας

	Ηθική με Ισχυρή Κουλτούρα	Πίεση	Κακή Συμπεριφορά	Αναφορές	Αντίποινα
Οργανισμοί με έστω μία οργανωτική αλλαγή	17%	36%	43%	84%	66%
Οργανισμοί με καμία οργανωτική αλλαγή	14%	17%	17%	69%	49%

Πηγή: (GBES, 2021)

Οι ηθικές προκλήσεις που σχετίζονται με την πανδημία αποτελούν στοίχημα για όσους ασχολούνται με τα οικονομικά σε μια προσπάθεια να διατηρήσουν τα ηθικά πρότυπα σε υψηλό επίπεδο. Ο μόνος τρόπος για να επιτευχθεί μια ανάκαμψη από την πανδημία είναι να είναι ηθικός και να εξυπηρετεί το δημόσιο συμφέρον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 Οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

Οι ελληνικές επιχειρήσεις και οι οργανισμοί, επιδεικνύουν έντονο ενδιαφέρον για την υλοποίηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Σε αυτό το σημείο, θα αναφερθούμε σε δράσεις Ελληνικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών, διαχωρίζοντας αυτές σε δράσεις που διενεργήθηκαν πριν την πανδημία και σε δράσεις που έλαβαν χώρα κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Οι ελληνικές επιχειρήσεις των οποίων τις δράσεις ΕΚΕ θα αναφερθούμε στη συνέχεια, εφαρμόζουν την Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, η οποία πήρε την έγκριση του συνόλου των μελών των Ηνωμένων Εθνών κατά το έτος 2015. Η εν λόγω ατζέντα, εμπεριέχει ένα κοινό σχέδιο για την σημερινή και μελλοντική ειρήνη και ευημερία των ανθρώπων παγκοσμίως, θέτοντας 17 Στόχους βιώσιμης Ανάπτυξης (United Nations, 2021).



Εικόνα 3. 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης

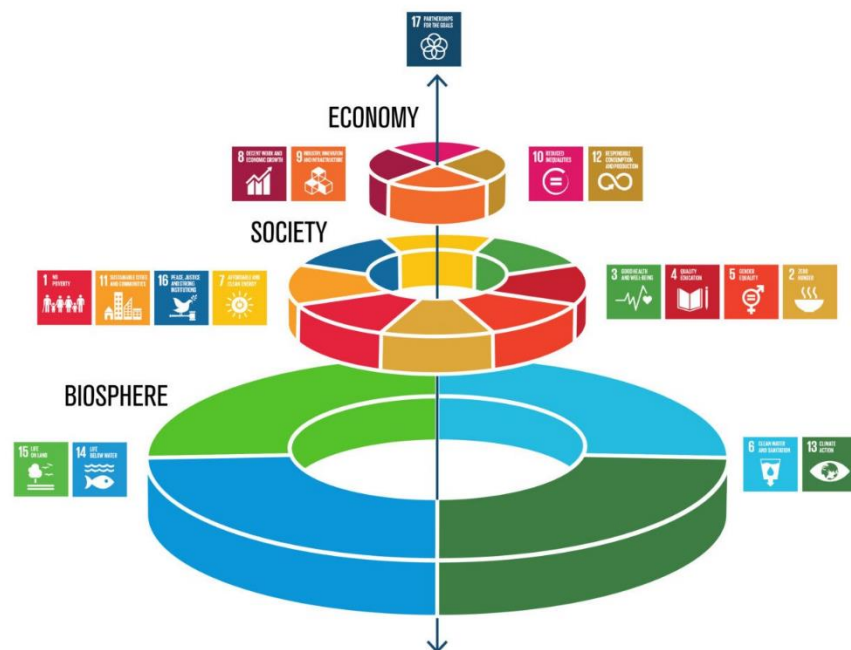
Πηγή: (United Nations, 2021).

Οι 17 στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης είναι οι εξής:

1. Τερματισμός της φτώχειας σε όλες τις μορφές της παντού.
2. Τερματισμός της πείνας, επίτευξη επισιτιστικής ασφάλειας, βελτιωμένης διατροφής και προώθηση της βιώσιμης γεωργίας.
3. Διασφάλιση υγιούς ζωής και προώθησης της ευημερίας για όλους και όλων των ηλικιών.
4. Διασφάλιση χωρίς αποκλεισμούς και δίκαιη ποιοτική εκπαίδευση και προώθηση της δια βίου μάθησης για όλους.

5. Επίτευξη της ισότητας των φύλων και ενδυνάμωση όλων των γυναικών και των κοριτσιών.
6. Διασφάλιση διαθεσιμότητας και βιώσιμης διαχείρισης του νερού και των συνθηκών υγιεινής για όλους.
7. Διασφάλιση πρόσβασης σε προσιτά οικονομικά, αξιόπιστη και βιώσιμη ενέργεια για όλους.
8. Προώθηση χωρίς αποκλεισμούς βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, της πλήρους και παραγωγικής απασχόλησης και της αξιοπρεπούς εργασίας για όλους.
9. Δημιουργία ανθεκτικών υποδομών, προώθηση χωρίς αποκλεισμούς βιώσιμης εκβιομηχάνισης και προώθηση της καινοτομίας.
10. Μείωση των ανισοτήτων εντός και μεταξύ των χωρών.
11. Οι πόλεις και οι οικισμοί να είναι ασφαλείς, ανθεκτικές και βιώσιμες, ανεξαρτήτως.
12. Διασφάλιση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης και παραγωγής.
13. Δραστηριοποίηση για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεων αυτής.
14. Διατήρηση και βιώσιμη χρήση των υδάτινων πόρων, για την αειφόρο ανάπτυξη.
15. Προστασία, αποκατάσταση και προώθηση της αειφόρου χρήσης των οικοσυστημάτων, βιώσιμη διαχείριση των δασών, καταπολέμηση της ερημοποίησης και να σταματήσει η απώλεια βιοποικιλότητας.
16. Προώθηση ειρηνικών κοινωνιών για βιώσιμη ανάπτυξη, παροχή πρόσβασης στη δικαιοσύνη για όλους, αποτελεσματική και υπεύθυνη οικοδόμηση.
17. Ενίσχυση των μέσων υλοποίησης και αναζωογόνηση της παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για τη βιώσιμη ανάπτυξη (United Nations, 2015).

Οι 17 στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης, σχετίζονται με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, με βάση το παρακάτω γράφημα.



Εικόνα 4. Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης βάσει την ΕΚΕ

Πηγή: (CSR HELLAS, 2021).

Οι ελληνικές επιχειρήσεις/οργανισμοί, που δραστηριοποιούνται με ΕΚΕ, είναι πολλές. Επιλέγουμε μερικές από αυτές, βάση των αποτελεσμάτων σε βραβεύσεις που διενεργήθηκαν. Θα παρουσιάσουμε τις δράσεις αυτές, επιλέγοντας επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εντός της Ελλάδας και ανήκουν σε διαφορετικούς κλάδους.

3.2 Δράσεις Ελληνικών Επιχειρήσεων πριν και κατά τη Διάρκεια της Πανδημίας

3.2.1 Η περίπτωση της ΑΒ Βασιλόπουλος

Η ΑΒ Βασιλόπουλος, είναι εταιρεία λιανικής πώλησης τροφίμων με περισσότερα από 80 χρόνια δραστηριότητας στην ελληνική αγορά. Η επιχείρηση διαθέτει 510 καταστήματα στην Ελλάδα και περίπου 14.000 είναι οι εργαζόμενοι. Οι στόχοι που προσπαθεί να υλοποιήσει με ολοκληρωμένα προγράμματα Εταιρικής Υπευθυνότητας, αφορούν τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πελατών, των συνεργατών και των τοπικών κοινωνιών (Csrhellas, 2021).

Το 2019 η εταιρεία, μέσω της χρηματοδότησης του προγράμματος ΔΙΑΤΡΟΦΗ, προσέφερε περίπου 200.000 υγιεινά γεύματα σε μαθητές σχολείων, ανά την Ελλάδα. Συγκέντρωσε τρόφιμα σε ειδικά σημεία καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς 2019, που δόθηκαν σε τοπικά ιδρύματα και φορείς. Με το πρόγραμμα “Τρόφιμα Αγάπης”, παρείχε σε τοπικούς φορείς, πάνω από 868.000 γεύματα αξίας 2,6 εκ.€. Το

2019 διενήργησε 131 περιβαλλοντικές δράσεις, με τη συμμετοχή 5.000 εθελοντών, ενίσχυσε 250 ιδρύματα και φορείς, που στηρίζουν περίπου 123.000 άτομα, προσέλαβε 2.239 εργαζόμενους και δημιούργησε 379 νέες θέσεις εργασίας (Μαχαίρα, et al., 2019).

Το 2020 και ενώ, όλος ο κόσμος βίωνε τη νέα κατάσταση που έφερε η πανδημία, η ΑΒ Βασιλόπουλος δρώντας με ΕΚΕ, προσέφερε 6,6 εκ.€ σε δωρεές, μέσω του προγράμματος ΔΙΑΤΡΟΦΗ, παρείχε 180.000 γεύματα σε μαθητές σχολείων, μέσω του προγράμματος ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΓΑΠΗΣ, παρέδωσε σε τοπικούς φορείς γεύματα αξίας 2,19 εκ.€, συγκέντρωσε τρόφιμα για τοπικά ιδρύματα, σύλλεξε μέσω προγράμματος εθελοντισμού 77 τόνους τροφίμων για ανθρώπους που είχαν ανάγκη για σίτιση. Επένδυσε 17,5 εκ.€ σε παροχές για τους εργαζόμενους της επιχείρησης. Επίσης, την ίδια χρονιά η εταιρεία προχώρησε σε επενδύσεις βιώσιμων πρακτικών στη γεωργία και ιχθυοκαλλιέργεια, από τις δωρεές αναβάθμισης Νοσοκομειακών Υπηρεσιών επωφελήθηκαν 9.054 παιδιά και συνέχισε στην προώθηση του ατομικού συστήματος ανακύκλωσης (Μαχαίρα, et al., 2020).

3.2.2 Η περίπτωση του Ομίλου Attica

Ο όμιλος Attica, είναι ο μεγαλύτερος ακτοπλοϊκός Όμιλος στην Ελλάδα, ο τρίτος στη Μεσόγειο Θάλασσα και μεταξύ των 10 μεγαλύτερων στην Ευρώπη, με 24 χρόνια συνεχούς παρουσίας.

Το 2019 υλοποίησε ή υποστήριξε, κοινωνικές δράσεις στο 100% των νησιών που δραστηριοποιείται, αύξησε τον αριθμό των εκπαιδευτικών εισιτηρίων κατά 85%, η αξία των κοινωνικών δράσεων αυξήθηκε κατά 24,8%, το 55% των χορηγιών και δωρεών, αφορούσε τοπικές κοινωνίες, δέχθηκε 1.047 επισκέπτες μαθητές-φοιτητές στα γραφεία και πλοία, υποστήριξε την ανάπτυξη 86 σπουδαστών των σχολών Αξιωματικών Εμπορικού Ναυτικού, υλοποίησε εσωτερικά γυμνάσια σε θέματα Υγείας και Ασφάλειας στο 100% των εργαζομένων στα πλοία, μετέφερε δωρεάν από Νησιά, πάνω από 82 τόνους υλικών προς ανακύκλωση, μείωσε τις συνολικές εκπομπές CO₂ κατά 5,6% (Πασχάλης, 2019).

Στον απολογισμό του 2020, ο όμιλος Attica, αναφέρει πως υλοποίησε ή υποστήριξε 118 προγράμματα κοινωνικής υποστήριξης, διπλασίασε τους εργαζόμενους του δικτύου πωλήσεων και αύξησε τις ώρες εκπαίδευσης κατά 13,6%, δέχθηκε 307 επισκέπτες φοιτητές-μαθητές στα πλοία, μείωσε την κατανάλωση πλαστικών σακουλών στα γραφεία κατά 10,5%, αύξησε τη χρήση ανακυκλωμένου ή πιστοποιημένου χαρτιού χρήσης στο 44% και μετέφερε δωρεάν, πάνω από 75 τόνους υλικών προς ανακύκλωση (Πασχάλης, 2020).

3.2.3 Η Περίπτωση της WIND

Η WIND Ελλάς, είναι μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1992 και από το 2016 έχει υιοθετήσει την ατζέντα των Ηνωμένων Εθνών με τους 17 στόχους της Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs).

Το 2018 η WIND Ελλάς, επένδυσε στον μαζικό αθλητισμό σε μία σειρά δρομικών διοργανώσεων σε όλη την Ελλάδα, όπως ο Διεθνής Μαραθώνιος της Θεσσαλονίκης “Μέγας Αλέξανδρος”, ο Αυθεντικός Μαραθώνιος της Αθήνας, οι αγώνες δρόμου RUN GREECE σε 6 πόλεις της Ελλάδας, έγινε αρωγός δεκάδων ΜΚΟ, στηρίζοντας αυτές οικονομικά με περίπου 600.000€ και αναδεικνύοντας το έργο τους σε όλη τη χώρα. Υλοποίησε το πρόγραμμα “Ερχόμαστε Κοντά”, ώστε να έχουν ισότιμη πρόσβαση στην επικοινωνία, περιοχές όπως ο Άη Στράτης, μαζί με την Ανάφη και τη Σίκινο. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης δράσης, προσέφερε δωρεάν επικοινωνία στους κατοίκους του νησιού για ένα χρόνο, καθώς και διάφορες συσκευές επικοινωνίας σε όλους τους ενήλικες και σε όλους τους μαθητές Α΄βάθμιας και Β΄βάθμιας εκπαίδευσης.

Συνεχίστηκε η ενημερωτική εκστρατεία Kids Safety, που επικεντρώνεται στην ενημέρωση γονέων, εκπαιδευτικών και παιδιών, στις νέες τεχνολογίες. Επίσης, προσέφερε τις υπηρεσίες της με γραμμές στήριξης σε διάφορες οργανώσεις, όπως τα παιδικά χωριά SOS, η Κιβωτός του κόσμου, ο Θεόφιλος, ΕΛΕΠΑΠ και Αγκαλιά. Προσέφερε στους εργαζόμενους 36.278 ώρες εκπαίδευσης, καθώς υλοποίησε και το εσωτερικό πρόγραμμα δραστηριοτήτων και ευεξίας «EU WIND». Το 2018 η WIND, υιοθέτησε το WIND FLEXY WORK, δίνοντας με αυτό τον τρόπο την δυνατότητα στους υπαλλήλους της να εργάζονται από το σπίτι ή όποιο άλλο χώρο επιθυμούν, μέχρι μία μέρα την εβδομάδα και ξεκινώντας το ωράριο εργασίας ευέλικτα μεταξύ 8:30-10:00 π.μ. Όσον αφορά, την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών επιπτώσεων πέτυχε ολοκλήρωση και πιστοποίηση 10 εγκαταστάσεων με ISO 50001 (σύστημα ενεργειακής διαχείρισης) και εξοικονόμησε 22.444 κιλά χαρτιού, με τη χρήση e-bill.

Για το 2020 οι στόχοι που είχε θέσει η εταιρεία, επηρεάστηκαν από την πανδημία και πιο συγκεκριμένα στο πρόγραμμα EU WIND, είχε συμμετοχή το 65% αντί για το αναμενόμενο 280%, λόγω COVID-19. Επίσης, η εκπαίδευση στη βιώσιμη ανάπτυξη κάλυψε το 70%, αντί για το 100% λόγω COVID-19, το πρόγραμμα “ΕΡΧΟΜΑΣΤΕ ΚΟΝΤΑ”, δεν επιτεύχθηκε λόγω πανδημίας, η ανακύκλωση απορριμμάτων δεν ολοκληρώθηκε λόγω COVID και θα ολοκληρωθεί το 2021 και η Ενεργειακή αποδοτικότητα καλύφθηκε από 5% σε 20% για τις κτηριακές εγκαταστάσεις (Ζαρκαλής, 2020).

3.2.4 Η Περίπτωση της ΔΕΠΑ

Η Δημόσια Επιχείρηση Αερίου, είναι η δημόσια εταιρεία παροχής φυσικού αερίου στην Ελλάδα, με έτος ίδρυσης το 1988. Η ΔΕΠΑ πραγματοποίησε ένα σημαντικό έργο βασικής υποδομής, φέρνοντας το φυσικό αέριο από τη Θράκη ως την Αττική και σε όλα τα μεγάλα κέντρα της ηπειρωτικής χώρας, υιοθετώντας τα αναγκαία

συστατικά Βιώσιμης Ανάπτυξης του τρίπτυχου “Περιβάλλον, Κοινωνία, Οικονομία” (ΔΕΠΑ, 2021).

Οι δράσεις και οι πρωτοβουλίες της επιχείρησης για την περίοδο 2015-2016 του προγράμματος ΕΚΕ, επικεντρώθηκαν σε έξι επιμέρους άξονες: μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, στήριξη της κοινωνίας, προώθηση της διαφάνειας, ενθάρρυνση της νέας γενιάς, στήριξη τοπικών κοινωνιών, εξισορρόπηση επαγγελματικής και προσωπικής ζωής των εργαζομένων. Αυτοί οι άξονες υλοποιήθηκαν με εθελοντικές δράσεις εργαζομένων για την ενίσχυση κοινωφελών σκοπών, με προγράμματα επισιτισμού για ευπαθείς ομάδες, με δράσεις υποστήριξης σχολικών μονάδων, με συμμετοχές σε περιβαλλοντικές δράσεις, με συνδρομή στο έργο φορέων και ΜΚΟ, για τη στήριξη ευαίσθητων κοινωνικά ομάδων (ΚΕΘΕΑ, PRAKSIS, ΚΛΙΜΑΚΚΑ, ΣΧΕΔΙΑ). Επίσης, την ίδια περίοδο πραγματοποιήθηκαν προγράμματα οικολογικής μετακίνησης εργαζομένων, υποστηρίχθηκαν προγράμματα νεανικής επιχειρηματικότητας, υποστηρίχθηκαν επιστημονικές κοινότητες και δημιουργήθηκαν στόχοι και δείκτες scorecard εταιρικής υπευθυνότητας.

Πιο συγκεκριμένα, οι Περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες για την περίοδο 2015-2016, για την προστασία και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος ήταν η Υποστήριξη Προγραμμάτων Πυρασφάλειας στον Εθνικό Δρυμό Πάρνηθας, η Οικονομική Ενίσχυση Ελληνικής Εταιρείας Προστασίας της Φύσης, η Δενδροφυτεύση στην Πάρνηθα, ο Σύνδεσμος Προστασίας και Ανάπλασης Πεντελικού (ΣΠΑΠ) και ο Σύνδεσμος Προστασίας και Ανάπλασης Υμηττού (ΣΠΑΥ). Υποστήριξε το πρόγραμμα ECO MOBILITY, το πρόγραμμα ανακύκλωσης ΔΕΠΑ, το Χαμόγελο του Παιδιού και επιδότησε τους εργαζομένους με Κάρτα Απεριόριστων Διαδρομών του ΟΑΣΑ στο πρόγραμμα οικολογικής μετακίνησης. Για τη στήριξη των τοπικών κοινωνιών αγόρασε υλικά για σχολεία, συμμετείχε σε ημερίδες επιχειρηματικότητας όπως το I-DIALOGUE, υλοποίησε τα επισιτιστικά προγράμματα σε συνεργασία με κοινωνικά παντοπωλεία διαφόρων Δήμων, ενίσχυσε τις ΜΚΟ ΑΡΣΙΣ και ΜΕΤΑΔΡΑΣΗ, στηρίζοντας το προσφυγικό θέμα και προσέφερε εξοπλισμό σε διάφορες Αθλητικές Ενώσεις (ΑΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΑΣ ΦΟΙΒΟΣ ΣΥΚΕΩΝ, ΑΣ ΑΕΤΟΙ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ) (Τζώρτζης, 2016).

Για την περίοδο 2020-2021 η ΔΕΠΑ, έχει αναλάβει μία σειρά από πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της πράσινης επιχειρηματικότητας, την οικονομική ενίσχυση επιστημονικών ιδρυμάτων, ερευνητικών οργανισμών και επιχειρηματικών φορέων που προωθούν την Αειφόρο Ανάπτυξη και το σύγχρονο επιχειρείν. Είναι χορηγός σε επιστημονικά συνέδρια, εθνικής και διεθνούς εμβέλειας, που προάγουν την πράσινη ανάπτυξη. Όσον αφορά την κοινωνία, ανέλαβε δράσεις με έμφαση στις πιο ευπαθείς ομάδες θέτοντας ως στόχο να συμβάλει στη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης. Στο πλαίσιο των επιστημών της έρευνας και της παιδείας, ανέλαβε δράσεις για την επαγγελματική απασχόληση φοιτητών και νέων επιστημών και αξιοποίησε και προώθησε τη βιομηχανική και πειραματική έρευνα, σε επιστημονικά πεδία ειδικού ενδιαφέροντος (ΔΕΠΑ, 2021).

Φροντίζοντας το περιβάλλον η ΔΕΠΑ, ενέταξε πιλοτικά νέα προγράμματα περιφερειακής Αεριοκίνησης οχημάτων, με πρατήρια σε Αττική και Θεσσαλονίκη. Συνεχίζει τα προγράμματα Eco mobility, οικολογική μετακίνηση προκειμένου να

ευαισθητοποιήσει τους εφήβους, αποσκοπώντας στην ανάπτυξη των Πράσινων Μεταφορών (ΔΕΠΑ, 2021).

Στην ετήσια έκθεση Βιωσιμότητας του 2020, η ΔΕΠΑ αναφέρει πως η πανδημία COVID-19 ήταν υπαίτια για τις ανάγκες που δημιουργήθηκαν και τους χρόνους απόκρισης της εταιρείας. Το πρόγραμμα για την περίοδο 2020-2021, προσαρμόστηκε ώστε να καλύψει πρόσθετες ανάγκες, όπως οι κατάλληλες συνθήκες για την ασφάλεια των εργαζομένων, υιοθετώντας τα μέτρα προστασίας που όρισε η πολιτεία. Η ΔΕΠΑ, εφάρμοσε την μέθοδο της τηλεργασίας, ώστε να αποφευχθεί ο συνωστισμός, χορήγησε μάσκες, δημιούργησε σταθμούς αντισηπτικών και χώρους με plexi glasss στα γραφεία. Επίσης, στήριξε τις τοπικές κοινωνίες με δωρεές ιατροτεχνολογικού εξοπλισμού σε μονάδες δημόσιων νοσοκομείων, αλλά και σε κέντρα Υγείας ανά την Ελλάδα (ΔΕΠΑ, 2021).

3.2.5 Η περίπτωση της ΊΟΝ

Η ΊΟΝ Α.Ε., είναι ελληνική βιομηχανία παραγωγής σοκολάτας με έδρα το Νέο Φάληρο και έτος ιδρύσεως το 1930. Εντάσσεται στις 50 μεγαλύτερες ελληνικές επιχειρήσεις, με ετήσιο κύκλο εργασιών περίπου τα 119 εκ.€ (Wikipedia, 2020). Η εταιρεία ενισχύει την εξαγωγική της δραστηριότητα, συμμετέχοντας σε διεθνείς εκθέσεις, έχοντας ως στόχο τη σταθερή παρουσία της στον κόσμο της σοκολατοποιίας, δημιουργώντας συνεργάτες σε παγκόσμιο επίπεδο (Ion, 2021). Το 2018 συντάχθηκε η πρώτη οργανωμένη προσπάθεια αποτύπωσης των ενεργειών, που σχετίζονται με την αιεφορία και την ΕΚΕ της ΊΟΝ.

Η επιχείρηση κατά το έτος 2018, αναφορικά με τους εργαζόμενους, προέβη σε 400 ώρες σεμιναρίων, με συμμετοχή 580 ατόμων του προσωπικού, σύλλεξε 106 μονάδες αίματος για τους πυρόπληκτους της Αττικής, σύλλεξε άλλες 201 μονάδες αίματος από τις καθιερωμένες αιμοδοσίες προσωπικού και 171 άτομα από το προσωπικό δήλωσαν εθελοντές δότες μυελού των οστών. Επίσης, 94 εργαζόμενοι της εταιρείας, βοήθησαν σε εργασίες που αφορούσαν το Χατζηκυριάκειο Ίδρυμα Παιδικής Προστασίας.

Την ίδια χρονιά, υποστήριξε διάφορα ιδρύματα, φορείς και οργανώσεις, παρέχοντας σημαντικές ποσότητες προϊόντων. Παραδείγματα αυτών των δράσεων είναι η χορήγηση προϊόντων σε σχολές ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας (ΙΕΚ, ΕΠΑΣ, ΕΠΑΛ), σε σχολεία, σε Ευαγή ιδρύματα και ιδρύματα της εκκλησίας (ΠΕΚ, ΑΜΕΑ, Χατζηκυριάκειο ίδρυμα, ορφανοτροφεία, ΕΠΑΑ), σε δημοτικά και γυμνάσια, πλησίον των εγκαταστάσεων της εταιρείας, σε πολιτισμούς και μορφωτικούς συλλόγους και είναι αρωγός μέσω χορηγιών στο έργο Ελληνικής Αντικαρκινικής Εταιρείας.

Πραγματοποιήθηκαν περίπου 25 επισκέψεις σχολείων, 25 επισκέψεις φοιτητών των σχολών ζαχαροπλαστικής, αρτοποιίας και οικονομικών, προσέφερε ψυχαγωγικά προγράμματα σε 1000-1100 σχολεία και εξειδικευμένα σεμινάρια, σε συνεργασίες με τη σχολή Le Monde για τους συνεργάτες της. Περιβαλλοντικά η ΊΟΝ πέτυχε το 2018, 30% μείωση ηλεκτρικής ενέργειας, 46% μείωση φυσικού αερίου και 53% μείωση της

κατανάλωσης Νερού. Συνεργαζόμενη με την εταιρεία CHER, έμπρακτα έδειξε την αφοσίωση της, σε θέματα Αειφόρου Ανάπτυξης και μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος, συνεισφέροντας με αυτόν τον τρόπο στις εγχώριες δράσεις και συνέβαλε στη στήριξη τοπικών κοινωνιών, μέσω της συμβολαιακής Καλλιέργειας, με περίπου 200 καλλιεργητές του Συκουρίου Λαρίσης (ION, 2018).

Κατά την περίοδο 2020-2021, η εταιρεία ION ΑΕ, συνέβαλε έμπρακτα στην αντιμετώπιση της υγειονομικής κρίσης, ενισχύοντας το ΕΣΥ μέσω 12 νέων κλινών Μονάδας Εντατικής Θεραπείας στο Γενικό-Κρατικό νοσοκομείο Νίκαιας. Η δωρεά πραγματοποιήθηκε από κοινού, από την ION ΑΕ και τους επιχειρηματίες, Βαγγέλη Μαρινάκη και Αγγελική Φράγκου (Ion, 2021).

Το 2021 πραγματοποίησε το πρόγραμμα Εθελοντικής Δράσης και Προσφοράς, υλοποιώντας δένδροφύτευση στο Δήμο Φυλής/Ανω Λιοσίων, με τη συμμετοχή 200 περίπου εργαζομένων και συνεργασία με την Περιβαλλοντική Οργάνωση We4All (Ion, 2021). Το 2020 ανακοίνωσε την προσφορά ενός Προγράμματος Υποτροφιών στο full time Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα MBA International του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, σε 2 φοιτητές για την περίοδο 2021-2022 (Ion, 2021).

3.2.6 Η περίπτωση της Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου

Η αυτοκινητόδρομος Αιγαίου Α.Ε., συστάθηκε με αποκλειστικό αντικείμενο σύμβασης με το Ελληνικό Δημόσιο ως Εταιρεία Παραχώρησης το 2007 (Aegeanmotorway, 2021). Ενσωμάτωσε την εταιρική υπευθυνότητα στο στρατηγικό της σχεδιασμό, επιδιώκοντας δράσεις βραχυπρόθεσμου ή μακροπρόθεσμου χαρακτήρα, ενίσχυσης της οικονομίας, ανάπτυξης των εργαζομένων, ενδυνάμωσης της τοπικής κοινωνίας και προστασίας του περιβάλλοντος (Γκατσώνης, 2018).

Όσον αφορά τους εργαζόμενους, η επιχείρηση Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου, μερίμνησε κατά το έτος 2018 για την εκπλήρωση των στόχων που είχε θέσει, πραγματοποιώντας το 41% των εργαζομένων να είναι γυναίκες, το 80,92% των εργαζομένων να συμμετέχει έστω σε ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα και πραγματοποίησε 5 πιστοποιημένες εκπαιδεύσεις για την Υγεία και την Ασφάλεια των εργαζομένων και των χρηστών.

Η συνεισφορά στις τοπικές κοινωνίες, εμπειρίχε για το έτος 2018, δωρεάν δράσεις κυρίως σε σχολεία, με συμμετοχή περίπου 2.500 μαθητών στο πρόγραμμα “Προωθούμε σωστή οδική συμπεριφορά, επενδύουμε στην οδική ασφάλεια”, που οργανώθηκε και υλοποιήθηκε σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Πάνος Μυλωνάς. Την ίδια χρονιά προσφέρθηκαν σχολικά είδη, για τη νέα σχολική χρονιά στα παιδιά που φιλοξενούνται από το Χαμόγελο του Παιδιού της Περιφέρειας Θεσσαλίας και καινούργιους ηλεκτρονικούς εξοπλισμούς, σε 22 σχολεία των νομών Λάρισας και Πιερίας.

Για την προστασία του περιβάλλοντος, η εν λόγω εταιρεία, τη συγκεκριμένη χρονιά, ολοκλήρωσε την προμήθεια 8.794 φωτιστικών LED και των Pillar Controllers και διαχειρίστηκε 414 τόνους αποβλήτων, που προκύπτουν από τη λειτουργία της

επιχείρησης. Κατά την εβδομάδα εξυπηρέτησης, διοργανώθηκαν 14 δράσεις, μεταξύ των οποίων η καμπάνια ενημέρωσης και πρόσκλησης για δωρεά μυελού των οστών, σε συνεργασία με το ΙΑΣΩ, ανανέωση σχολικών διαβάσεων από τους εργαζόμενους σε σχολεία της Λάρισας και το κυνήγι θησαυρού για τα παιδιά των εργαζομένων στις εγκαταστάσεις της εταιρείας (Γκατσώνης, 2018).

Στην έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης για το 2020, η Αυτοκινητόδρομος ΑΙΓΑΙΟΥ, αναφέρει τη συνεισφορά της εταιρείας στην αντιμετώπιση της πανδημίας COVID-19, με γνώμονα τη διασφάλιση της υγείας των εργαζομένων, των χρηστών του αυτοκινητόδρομου, τη στήριξη του Εθνικού Συστήματος Υγείας και των Υπηρεσιών Έκτακτης Ανάγκης. Συνολικά δαπάνησε για την αντιμετώπιση της πανδημίας 166.273€, για την προστασία των εργαζομένων 124.930€ και σε δωρεές εξοπλισμού και Υλικών σε φορείς, το ποσό των 41.343. Μερικοί από τους φορείς που ενισχύθηκαν ήταν το Γ.Ν. Λάρισας, με το ΕΚΑΒ Πιερίας και το Π/Ν Λάρισας. Η εταιρεία διενήργησε και άλλες δράσεις τη συγκεκριμένη χρονιά, που αφορούσαν τον Πολιτισμό, με χορηγίες για τη διοργάνωση του 49^{ου} φεστιβάλ Ολύμπου και την οικονομική ενίσχυση της διεθνούς μαθητικής διοργάνωσης “Ολύμπια εν Δίω”. Δείχνοντας την αλληλεγγύη της στην κοινωνία, ενίσχυσε με χορηγίες τον κλάδο της εκπαίδευσης και διάφορους φορείς της πολιτικής προστασίας (Τροχαία Αυτοκινητόδρομων Μαγνησίας και Περιφερειακή Διοίκηση Πυροσβεστικών Υπηρεσιών Θεσσαλίας). Μεριμνώντας για το περιβάλλον, πέτυχε μείωση της συνολικής κατανάλωσης νερού κατά 22%, μείωση των συνολικών εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά 13% και μείωση της συνολικής κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας κατά 9% (Γκατσώνης, 2020).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

4.1 Προσδιορισμός Ερευνητικών Υποθέσεων

Η υπόθεση αποτελεί ένα από τα κύρια εργαλεία σε μία έρευνα, προτείνοντας νέα πειράματα και παρατηρήσεις. Κάνοντας χρήση των ερευνητικών υποθέσεων οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων, ελέγχουν τις υποθέσεις με βάση τις διαθέσιμες πληροφορίες και στη συνέχεια λαμβάνουν αποφάσεις βασιζόμενοι στη διεξαγωγή δοκιμών. Ο έλεγχος υποθέσεων, αποτελεί μία στρατηγική κατά την οποία, αποφασίζεται εάν το δείγμα δεδομένων, υποστηρίζει την υπόθεση ώστε να γίνει γενίκευση (Kothari, 1984).

1. Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, το μάρκετινγκ σκοπού θεωρείται ένα από τα πιο διαδεδομένα έργα κατηγορίας ΕΚΕ. Οι πωλήσεις ενός προϊόντος δημιουργούν έσοδα εκ των οποίων ένα ποσοστό προσφέρεται σε συγκεκριμένο σκοπό. Το διάστημα της ενέργειας αυτής είναι συγκεκριμένο και αποτελεί μία συμφωνία κατά την οποία η επιχείρηση και ο οργανισμός, ο οποίος δέχεται την οικονομική ενίσχυση, έχουν αμοιβαίο κέρδος. Απαραίτητη προϋπόθεση για να έρθει εις πέρας το συγκεκριμένο έργο, είναι να δημιουργηθεί στον καταναλωτή η διάθεση και η ανάγκη αγοράς του προϊόντος. Η ερευνητική υπόθεση που προκύπτει από τα παραπάνω είναι: ΥΠ.1 Οι Έλληνες ενδιαφερόμενοι, στηρίζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται υπεύθυνα, με τη διαδικασία της αγοράς προϊόντων.

2. Το IBLF (International Business Leaders Forum) στον ορισμό που δίνει για την ΕΚΕ, την αναφέρει ως τις πρακτικές που είναι ανοικτές και διαφανείς, στηριζόμενες σε ηθικές αξίες που αποπνέουν σεβασμό προς τους εργαζόμενους, την κοινωνία και το περιβάλλον (Dahlsrud, 2008).

Σκοπός της ΕΚΕ είναι να υποστηρίξει την έννοια της βιωσιμότητας στην κοινωνία και στους μετόχους των επιχειρήσεων. Η ΕΚΕ η οποία ως έννοια είναι αρκετά περίπλοκη, περιλαμβάνει ζητήματα, όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα (η εργασία και η ασφάλεια), η οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων, επιχειρηματικές αξίες και εταιρική διακυβέρνηση, υγεία, κατάρτιση (εκπαίδευση και τεχνολογία), ανθρωπιστική βοήθεια και περιβάλλον (Σμυρνής, 2016).

ΥΠ.2 Το πεδίο ΕΚΕ που επιλέγει η επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί ενδιαφέρει τον Έλληνα πολίτη.

3. Οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν πως υπάρχουν επιχειρηματικά οφέλη που προέρχονται από δράσεις κοινωνικά υπεύθυνες. Μερικά από αυτά τα οφέλη είναι η βελτιωμένη φήμη, η οποία προέρχεται από την αναγνώριση της αξίας του προϊόντος, όσον αφορά τον καταναλωτή, την εμπιστοσύνη για την επιχείρηση που εργάζεται για τον εργαζόμενο και την ευαισθησία σε θέματα που αφορούν το περιβάλλον (Γαλανόπουλος, 2006). Επίσης, οι αυξημένες πωλήσεις αποτελούν όφελος για τις επιχειρήσεις όπως και η κερδοφορία, η βελτίωση της αλυσίδας παραγωγής, η διαχρονικότητα του brand, η βελτιωμένη πρόταση για επένδυση, η βελτίωση της

αλυσίδας παραγωγής και η αυξημένη ασφάλεια στον τομέα των πωλήσεων (Euro2day, 2006).

ΥΠ.3 Οι Έλληνες θα στήριζαν μία επιχείρηση με πλούσια δράση ΕΚΕ, αλλά και με μεγάλη κερδοφορία.

4. Οι Kotler και Lee, διερεύνησαν τις έξι κοινωνικές πρωτοβουλίες ή αλλιώς κατηγορίες έργου:
 1. Προώθηση σκοπού (Cause Promotions)
 2. Μάρκετινγκ σκοπού (Cause-Related Marketing)
 3. Εταιρικό κοινωνικό μάρκετινγκ (Corporate Social Marketing)
 4. Εταιρική Φιλανθρωπία (Corporate Philanthropy)
 5. Εταιρικός Εθελοντισμός (Community Volunteering)
 6. Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές (Social Responsible Business Practices)(Αράπη & Μόλλα, 2013)

ΥΠ.4 Η επιλογή για χρηματοδότηση κατηγορίας έργου ΕΚΕ, εξαρτάται από το επίπεδο μόρφωσης των Ελλήνων.

5. Βασική συζήτηση στη βιβλιογραφία που αφορά της Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι η ένταση μεταξύ παγκόσμιων πιέσεων και τοπικών αντιδράσεων. Οι επιχειρήσεις των ανεπτυγμένων χωρών διαμαρτύρονται πολλές φορές για το οικονομικό κόστος, που μπορεί να επιφέρει η κοινωνικά υπεύθυνη δραστηριότητα. Από την άλλη μεριά τοπικές επιχειρήσεις, με δράσεις ΕΚΕ θεωρούν πως το κόστος μπορεί να μειωθεί και να προωθηθεί η τοπική ενσωμάτωση των κοινωνικά υπεύθυνων πρωτοβουλιών.

ΥΠ.5 Το επίπεδο εμπέλειας στο οποίο συμμετέχει ο Έλληνας, χρηματοδοτώντας δράσεις ΕΚΕ, εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο.

6. Η ΕΚΕ έχει τη δύναμη να επηρεάσει την αντίληψη των ενδιαφερομένων (stakeholders) και να συμβάλει στη διαμόρφωση της φήμης της εταιρείας με απώτερο σκοπό την κερδοφορία (Unerman, 2008).

Για να συμβεί αυτό με θετικά αποτελέσματα, θα πρέπει τα ενδιαφερόμενα μέρη να γνωρίσουν τις δράσεις ΕΚΕ που πραγματοποιεί ο οργανισμός (Coombs & Holladay, 2013). Για να γνωρίσουν τις πράξεις ΕΚΕ, ώστε να επιτευχθεί η επιθυμητή εντύπωση θετικής εταιρικής φήμης, θα πρέπει να επικοινωνηθούν αποτελεσματικά. Όσο η ΕΚΕ εδραιώνεται, τόσο οι επιχειρήσεις την εντάσσουν ως κρίσιμο θέμα στην εταιρική τους ατζέντα, επικοινωνώντας τις δράσεις στους ενδιαφερόμενους (Anuradha & Bagali, 2015).

Οι Waddock και Googins, θέλοντας να απομακρύνουν οποιαδήποτε εμπόδια είναι ικανά να διαμορφώσουν λανθασμένη άποψη για την επικοινωνία της ΕΚΕ και να αποφύγουν οποιοδήποτε σκεπτικισμό, που μπορεί να προκύψει από την έντονη επικοινωνία, δήλωσαν πως οι οργανισμοί θα πρέπει να επικοινωνούν τις δράσεις ΕΚΕ που διενεργούν ώστε να δημιουργηθούν δυνατές σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ των ενδιαφερομένων με απώτερο σκοπό τη διάδοση των εταιρικών αξιών (Waddock & Googins, 2011).

Μια κατηγοριοποίηση των καναλιών επικοινωνίας της ΕΚΕ είναι αυτή που αποτελείται από άλλα δύο μεγάλα μέρη υποκατηγοριών, αυτό των ελεγχόμενων μέσων και αυτό των μη ελεγχόμενων μέσων. Τα κανάλια μέσων που ελέγχονται από την

εκάστοτε εταιρεία περιλαμβάνουν διαφημίσεις, φυλλάδια, τον ιστότοπο της εταιρείας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενημερωτικά δελτία και τις ετήσιες εκθέσεις, ενώ τα μη ελεγχόμενα μέσα περιλαμβάνουν ειδησεογραφικά μέσα, ειδικούς ιστότοπους ή μη εταιρικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Kim & Ferguson, 2014).

Τα κανάλια επικοινωνίας που χρησιμοποιούν αξιόπιστοι οργανισμοί για να επικοινωνήσουν τις πράξεις ΕΚΕ ως επί το πλείστον είναι ο εταιρικός ιστότοπος και τα δελτία τύπου (Ajayi & Mmutle, 2021).

ΥΠ.6 Το μέσο το οποίο επιλέγει ο Έλληνας να συναντά δημοσιεύσεις πράξεων ΕΚΕ, εξαρτάται από το μορφωτικό του επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Σκοπός της Έρευνας

Έρευνα ορίζεται η επιστημονική και συστηματική αναζήτηση σχετικών πληροφοριών για ένα συγκεκριμένο θέμα (Kothari, 1984).

Η έρευνα περιλαμβάνει τον ορισμό και τον επαναπροσδιορισμό των προβλημάτων, τη διατύπωση υπόθεσης, τις προτεινόμενες λύσεις, τη συλλογή, την οργάνωση και την αξιολόγηση των δεδομένων, εξάγοντας συμπεράσματα τα οποία δοκιμάζουν την ταύτιση αυτών με τη διατύπωση της υπόθεσης (Kothari, 1984).

Έρευνα ονομάζεται, η διαδικασία προαγωγής της επιστημονικής γνώσης, που στηρίζεται σε αποδεκτές επιστημονικές θεωρίες παγκοσμίως ή σε νέες θεωρίες, οι οποίες τείνουν να γίνουν αποδεκτές από τη διεθνή επιστημονική κοινότητα με την κατάλληλη επεξεργασία και με προϋπόθεση την πρωτοτυπία (Παρασκευόπουλος, 1993).

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει τις απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών περί των δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που έλαβαν χώρα στην Ελλάδα από Ελληνικές επιχειρήσεις και οργανισμούς εν μέσω πανδημίας. Πιο συγκεκριμένα η έρευνα αυτή έχει σκοπό να παρουσιάσει μερικούς συσχετισμούς, που εντοπίζονται κατά την επεξεργασία δεδομένων, αναζητώντας απαντήσεις σε διάφορα ερωτήματα που αφορούν τις δράσεις των ελληνικών επιχειρήσεων και οργανισμών, κατά την πανδημία. Ερωτήματα, τα οποία προκύπτουν από το θεωρητικό μέρος της έρευνας και την πιλοτική⁷ έρευνα, παρουσιάζονται υπό την μορφή υποθέσεων:

ΥΠ.1 Οι Έλληνες, στηρίζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται υπεύθυνα, με τη διαδικασία της αγοράς προϊόντων.

ΥΠ.2 Το πεδίο ΕΚΕ που επιλέγει η επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί ενδιαφέρει τον Έλληνα πολίτη.

ΥΠ.3 Οι Έλληνες θα στήριζαν μία επιχείρηση με πλούσια δράση ΕΚΕ, αλλά και με μεγάλη κερδοφορία.

ΥΠ.4 Η επιλογή για χρηματοδότηση κατηγορίας έργου ΕΚΕ, εξαρτάται από το επίπεδο μόρφωσης των Ελλήνων.

ΥΠ.5 Το επίπεδο εμπέλειας στο οποίο συμμετέχει ο Έλληνας, χρηματοδοτώντας δράση ΕΚΕ, εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο.

ΥΠ.6 Το μέσο το οποίο επιλέγει ο Έλληνας να συναντά δημοσιεύσεις πράξεων ΕΚΕ, εξαρτάται από το μορφωτικό του επίπεδο.

⁷ Η πιλοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε σε δείγμα δέκα ατόμων και εντός μίας εβδομάδας με τη διαδικασία της συγκέντρωσης απαντήσεων μέσω έντυπης μορφής ερωτηματολογίου.

5.2 Ερευνητική Μέθοδος και Ερευνητικά Εργαλεία

Προκειμένου να διαμορφωθεί η όσο το δυνατόν σαφέστερη άποψη με ακριβή συμπεράσματα, πρέπει να γίνει επιλογή της κατάλληλης ερευνητικής μεθόδου. Οι κύριες προσεγγίσεις ερευνητικού σχεδιασμού που αφορούν την ερευνητική μέθοδο, είναι οι εξής:

- Ποσοτική έρευνα, η οποία έχει τη φιλοσοφία του θετικισμού, ενέχει διαχωρισμό δεδομένων που αποκαλούνται ποιοτικοί αριθμοί, σχετίζεται με την αφαιρετική προσέγγιση, χρησιμοποιεί αριθμούς για τον υπολογισμό και την ανάλυση στατιστικών δεδομένων, χρησιμοποιεί τεχνικές δειγματοληψίας (Saunders, et al., 2014) και βασίζεται σε δεδομένα που είναι απολύτως διακριτά και μετρήσιμα (Σαπρίκης, 2020)..
- Ποιοτική έρευνα, η οποία προσεγγίζει τα θέματα επαγωγικά, φιλοσοφώντας ερμηνευτικά μελετά τις σχέσεις των εννοιών, χωρίς τυχαία δειγματοληψία με ερωτήσεις οι οποίες αλλάζουν ή προκύπτουν από τη διαδικασία, μελετά περιπτώσεις, θεωρίες (Saunders, et al., 2014) και βασίζεται σε δεδομένα μη απολύτως διακριτά και μετρήσιμα (Σαπρίκης, 2020).
- Πολλαπλών μεθόδων έρευνα κατά την οποία, η προσέγγιση συνήθως είναι ένας συνδυασμός αφαιρετικής και επαγωγικής προσέγγισης, με χαρακτηριστικό την επιλογή μεταξύ μονής πολλαπλής ή έρευνας μεικτών μεθόδων (Saunders, et al., 2014).

Στην παρούσα διπλωματική εργασία, έχει επιλεγεί η ποσοτική έρευνα ως μέθοδος διερεύνησης, με τη μορφή ερωτηματολογίου και τη χρήση κλειστού τύπου ερωτήσεων. Ακολουθεί η στατιστική επεξεργασία δεδομένων, ώστε να προκύψουν συμπεράσματα ικανά που θα βοηθήσουν στην αξιολόγηση των δράσεων ΕΚΕ των ελληνικών επιχειρήσεων και οργανισμών, κατά την περίοδο του κορονοϊού και κατά πόσο αυτές επηρέασαν το κοινωνικό σύνολο, αλλά και τις επιχειρήσεις τις ίδιες εντός συνόρων.

Για τη μέτρηση χαρακτήρων, προσωπικοτήτων και συμπεριφορών, χρησιμοποιείται ευρέως η κλίμακα Likert (Boone & Boone, Jr, 2012), η οποία έχει τη μορφή ερωτήσεων πίνακα και χρήση της οποίας θα γίνει και στην παρούσα εργασία. Η κλίμακα Likert, περιέχει μία σειρά ερωτήσεων με πέντε εναλλακτικές απαντήσεις: 1. Καθόλου, 2. Λίγο, 3. Μέτρια, 4. Αρκετά, 5. Πολύ και δίνει τη δυνατότητα, οι ερωτώμενοι να συγκρίνουν τις απαντήσεις τους (Χαλικιάς, et al., 2015).

Η ανάλυση των δεδομένων της κλίμακας Likert, βασίζεται στη σύνθετη βαθμολόγηση και εμπίπτουν στην τακτική κλίμακα μέτρησης, η οποία περιλαμβάνει την κεντρική τάση και τις συχνότητες για τη μεταβλητότητα (Boone & Boone, Jr, 2012).

Το ερωτηματολόγιο που αφορά την παρούσα έρευνα, αποτελείται από τριάντα ερωτήσεις εκ των οποίων οι οκτώ είναι δημογραφικού ενδιαφέροντος και οι υπόλοιπες είκοσι δύο διαχωρίζονται σε έξι ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, έντεκα ερωτήσεις

της κλίμακας Likert, πέντε ερωτήσεις που εμπεριέχουν διχοτομικές απαντήσεις και ορισμένες εξ αυτών επιδέχονται ουδέτερης απάντησης του τύπου «Δεν απαντώ/Ίσως». Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε οι ερωτήσεις να δημιουργούν την ανάγκη για ανάλυση τριών βασικών θεμάτων. Το πρώτο θέμα, αφορά τη σημαντικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, που αποτελείται από τις ερωτήσεις (10-11-18), το δεύτερο θέμα αφορά τη σημαντικότητα της Επιχειρησιακής Ηθικής, εκφραζόμενη από τις ερωτήσεις (16-24-25-26) και το τρίτο θέμα, ασχολείται με τις δράσεις ΕΚΕ των Ελληνικών Επιχειρήσεων κατά την πανδημία του COVID-19 (27-28-29-30).

5.3 Ηθική Διασφάλιση της Έρευνας

Για τη συλλογή των απαντήσεων του ερωτηματολογίου, διευκρινίστηκε από τον ερευνητή, η τήρηση της ανωνυμίας των ερωτηθέντων, καθώς ζητήθηκε και η ειλικρινή κατάθεση των απόψεων των συμμετεχόντων.

Προκειμένου να τηρηθούν οι κανόνες περί ηθικής της διαδικασίας, προϋπόθεση τέθηκε η συγκατάθεση των ερωτηθέντων για τη συμμετοχή τους.

5.4 Συμμετέχοντες, Συγκέντρωση και Ανάλυση Δεδομένων

Για τη συλλογή των απαντήσεων, χρησιμοποιήθηκε η πλατφόρμα Google Forms, αποστέλλοντας 220 ερωτηματολόγια σε εν δυνάμει συμμετέχοντες και 30 ερωτηματολόγια μοιράστηκαν δια ζώσης. Από το σύνολο των 250 ερωτηματολογίων, επιστράφηκαν απαντημένα τα 228, αποτελώντας και το τελικό δείγμα της έρευνας. Η έρευνα, χρονικά πραγματοποιήθηκε τους μήνες Νοέμβριο, Δεκέμβριο και Ιανουάριο, λαμβάνοντας 216 απαντήσεις μέσω της πλατφόρμας του Google Forms και 12 απαντημένα ερωτηματολόγια σε έντυπη μορφή. Για την ανάλυση των απαντήσεων, έγινε χρήση του προγράμματος Microsoft Excel προκειμένου να μεταφερθούν τα δεδομένα στο πρόγραμμα στατιστικών αναλύσεων SPSS. Ο πληθυσμός στον οποίο αναφέρθηκε η συγκεκριμένη έρευνα είναι υπάλληλοι επιχειρήσεων και οργανισμών, που δραστηριοποιούνται στο σύνολο του ελλαδικού χώρου καθώς και πρώην εργαζόμενοι που σχετίζονται με τον επιχειρηματικό κόσμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

6.1 Περιγραφική Ανάλυση Ερωτηματολογίου

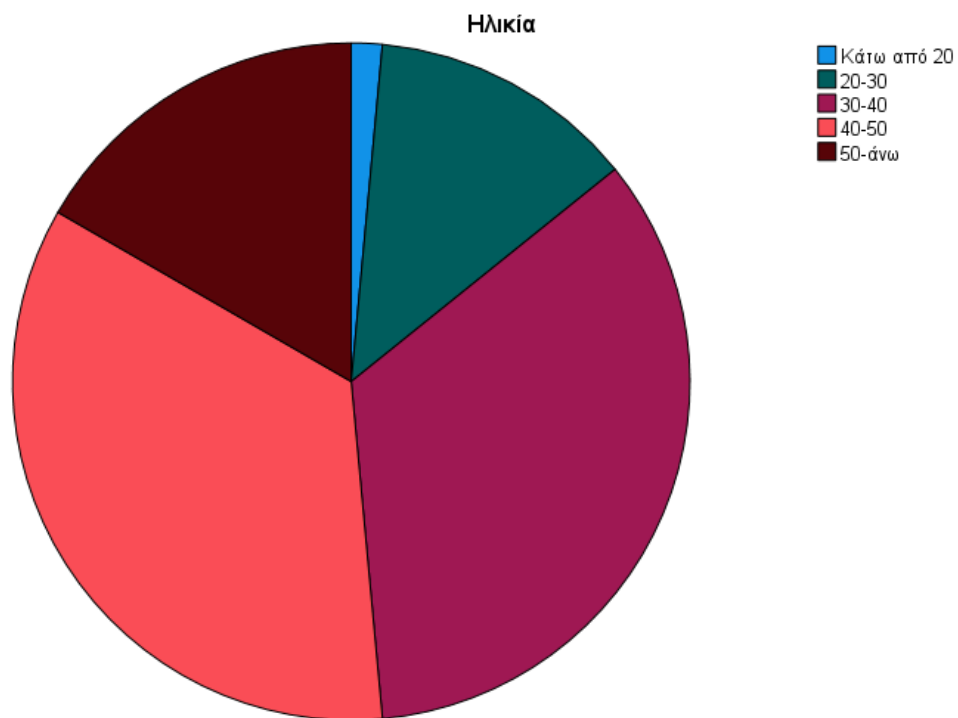
Στις πρώτες οκτώ ερωτήσεις, συλλέχθηκαν δημογραφικού περιεχομένου στοιχεία, όπως η ηλικία, το φύλο, το επίπεδο μόρφωσης, η μορφή εργασίας, το διάστημα εργασίας και η γεωγραφική περιοχή δραστηριότητας των ερωτηθέντων. Συγκεντρώθηκαν απαντήσεις από κατοίκους που δραστηριοποιούνται εργασιακά, εντός των γεωγραφικών συνόρων της χώρας. Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν διακόσιοι είκοσι οκτώ ερωτηθέντες, προκειμένου όμως να τηρηθεί η μέγιστη αξιοπιστία της έρευνας, αφαιρέθηκαν από την περιγραφική και τη στατιστική ανάλυση είκοσι τέσσερα ερωτηματολόγια τα οποία είτε δεν συμφωνούσαν για τη συμμετοχή στην έρευνα οι ερωτηθέντες, είτε δήλωσαν πως δεν γνωρίζουν τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, η γνώση του οποίου είναι προϋπόθεση για την ορθή συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

▪ Ηλικιακή ομάδα

Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν άτομα της ηλικιακής ομάδας κάτω των 20 ετών με ποσοστό 1,5%, της ηλικιακής ομάδας 20-30 ετών με ποσοστό 12,7% ηλικίες μεταξύ 30-40 ετών με ποσοστό 34,3%, ηλικίες 40-50 ετών με ποσοστό 34,8% και άτομα άνω των 50 ετών με ποσοστό 16,7%.

Πίνακας 4. Ηλικία
Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κάτω από 20	3	1,5	1,5	1,5
	20-30	26	12,7	12,7	14,2
	30-40	70	34,3	34,3	48,5
	40-50	71	34,8	34,8	83,3
	50-άνω	34	16,7	16,7	100,0
	Total		204	100,0	100,0



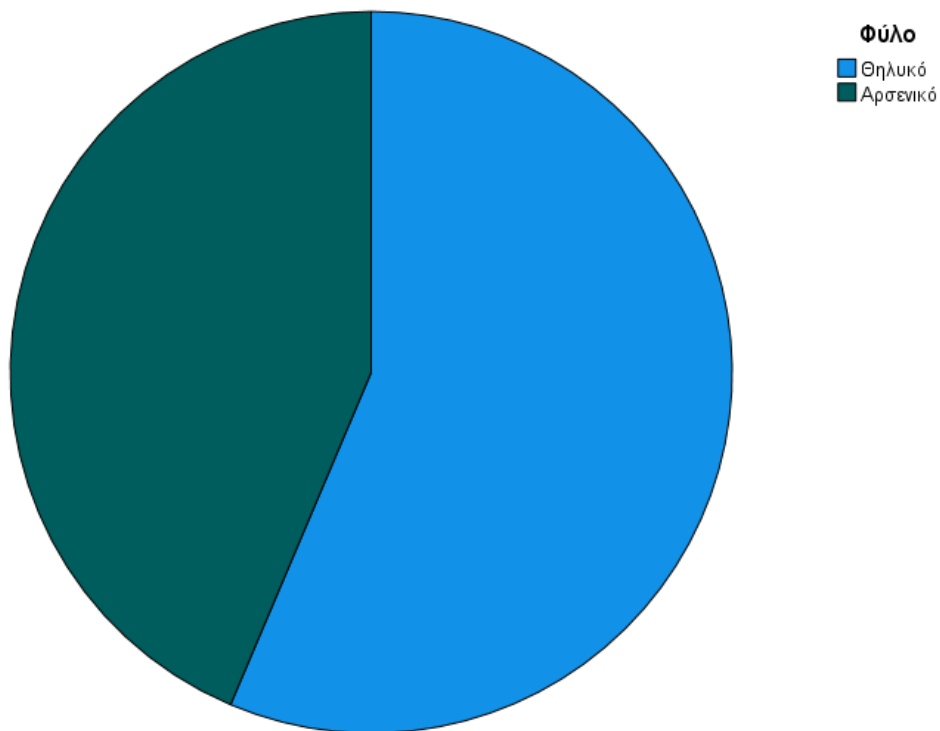
Διάγραμμα 1. Ηλικία

▪ **Φύλο**

Οι απαντήσεις ατόμων γένους θηλυκού, συγκέντρωσαν το ποσοστό 56,4% και του αρσενικού γένους 43,6%.

Πίνακας 5. Φύλο
Φύλο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Θηλυκό	115	56,4	56,4	56,4
	Αρσενικό	89	43,6	43,6	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



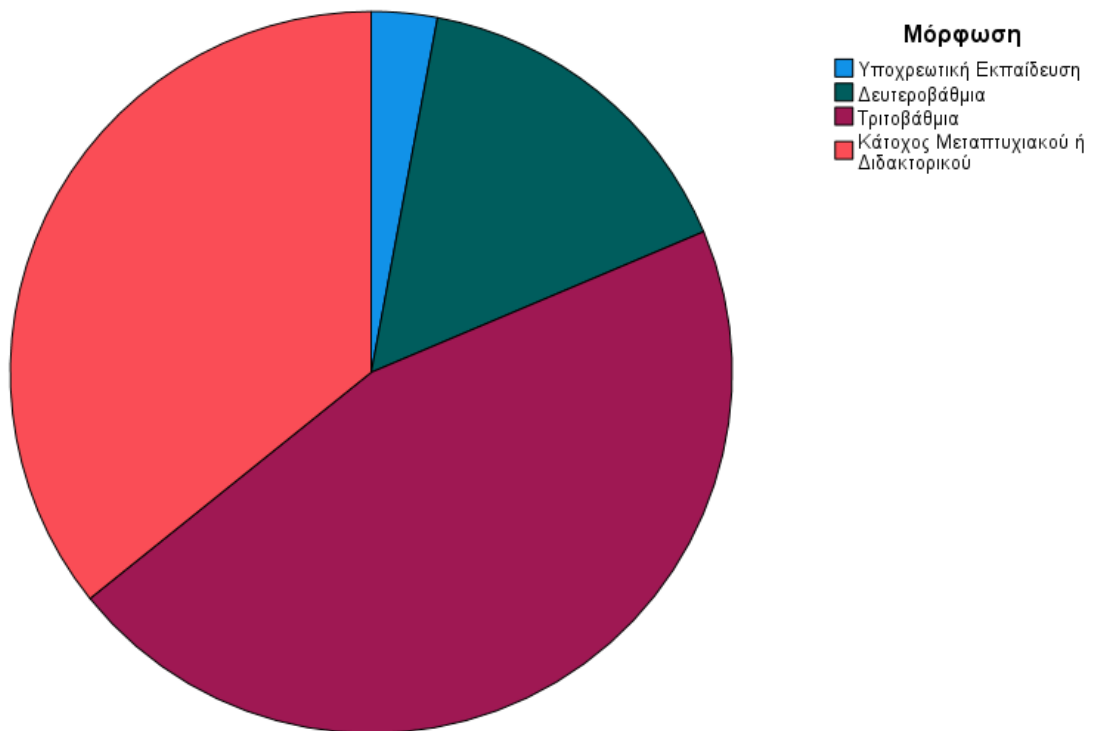
Διάγραμμα 2. Φύλο

▪ **Επίπεδο μόρφωσης**

Το 45,6% των ερωτηθέντων ανήκουν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, το 35,8% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, το 15,7% ανήκουν στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση και το 2,9% έχουν λάβει την υποχρεωτική εκπαίδευση.

Πίνακας 6. Μόρφωση
Μόρφωση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Υποχρεωτική Εκπαίδευση	6	2,9	2,9	2,9
	Δευτεροβάθμια	32	15,7	15,7	18,6
	Τριτοβάθμια	93	45,6	45,6	64,2
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού	73	35,8	35,8	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



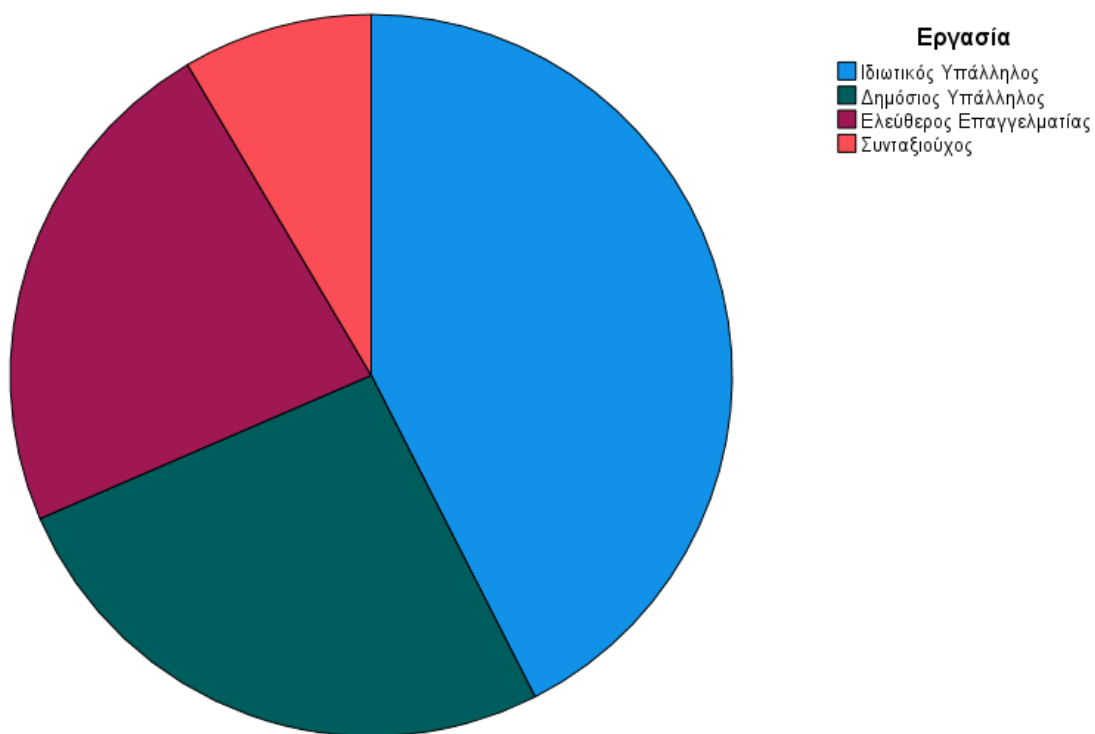
Διάγραμμα 3. Μόρφωση

▪ **Μορφή εργασίας**

Οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι (41,7%) και ακολουθούν, δημόσιοι υπάλληλοι (25,5%), οι ελεύθεροι επαγγελματίες (22,5%) και οι συνταξιούχοι (8,3%). Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν τέσσερις εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 7. Εργασία
Εργασία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ιδιωτικός Υπάλληλος	85	41,7	42,5	42,5
	Δημόσιος Υπάλληλος	52	25,5	26,0	68,5
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	46	22,5	23,0	91,5
	Συνταξιούχος	17	8,3	8,5	100,0
	Total	200	98,0	100,0	
Missing	999	4	2,0		
Total		204	100,0		



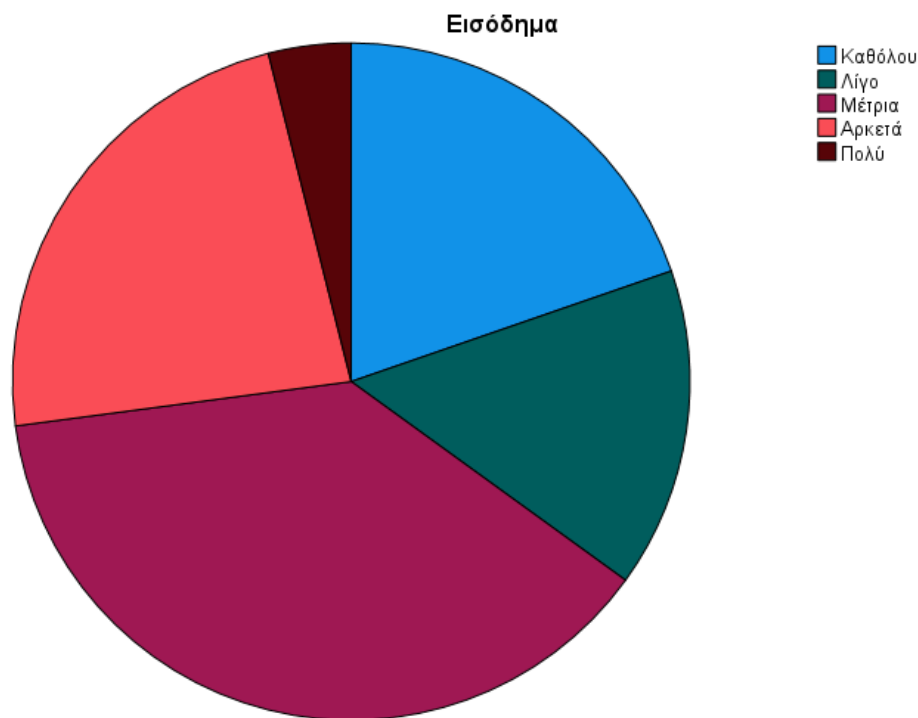
Διάγραμμα 4. Εργασία

▪ **Ικανοποίηση εισοδήματος**

Στην ερώτηση αν είστε ικανοποιημένοι από το ακαθάριστο εισόδημα σας το 37,7% απάντησε μέτρια, το 23% αρκετά, το 19,6% καθόλου, το 15,2% λίγο ενώ πολύ ικανοποιημένο είναι μόλις το 3,9% των ερωτηθέντων. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 8. Εισόδημα
Εισόδημα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	40	19,6	19,7	19,7
	Λίγο	31	15,2	15,3	35,0
	Μέτρια	77	37,7	37,9	72,9
	Αρκετά	47	23,0	23,2	96,1
	Πολύ	8	3,9	3,9	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 5. Εισόδημα

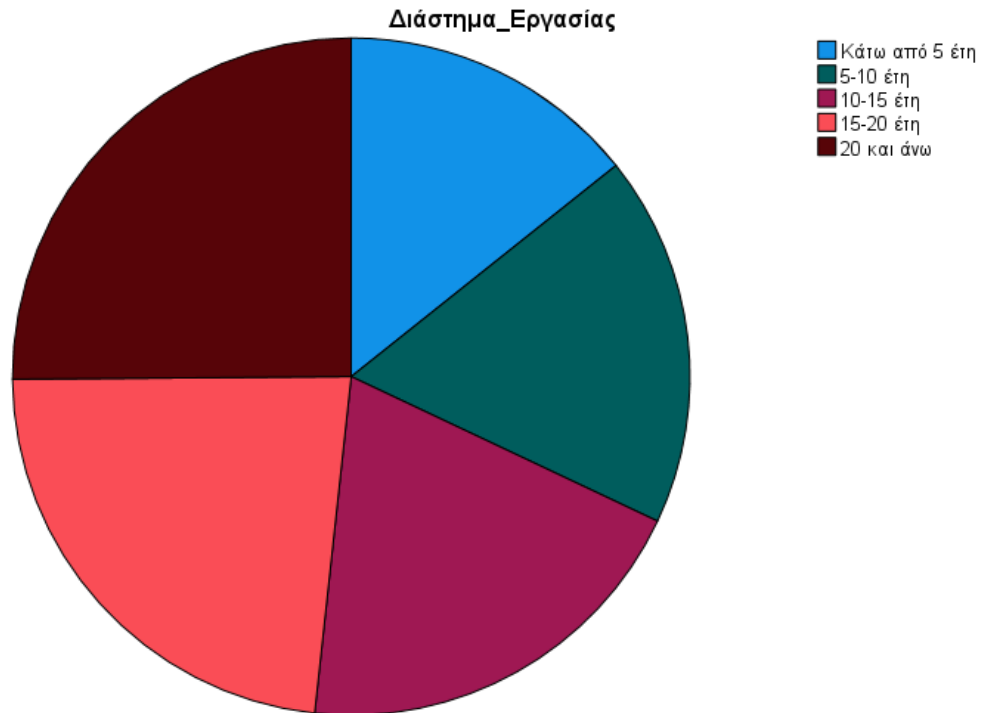
▪ **Χρονικό διάστημα εργασίας**

Οι αποκλίσεις σε αυτή την ερώτηση είναι πολύ μικρές, καθώς συναντάμε με 25% τους εργαζόμενους άνω της 20ετίας, με 23% αυτούς που εργάζονται 15-20 έτη με 19,6% αυτούς που εργάζονται 10-15 έτη, οι εργαζόμενοι που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους 5-10 χρόνια είναι το 17,6% και όσοι εργάζονται για λιγότερο από 5 χρόνια ανήκουν στο 14,2%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 9. Διάστημα Εργασίας

Διάστημα_Εργασίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κάτω από 5 έτη	29	14,2	14,3	14,3
	5-10 έτη	36	17,6	17,7	32,0
	10-15 έτη	40	19,6	19,7	51,7
	15-20 έτη	47	23,0	23,2	74,9
	20 και άνω	51	25,0	25,1	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



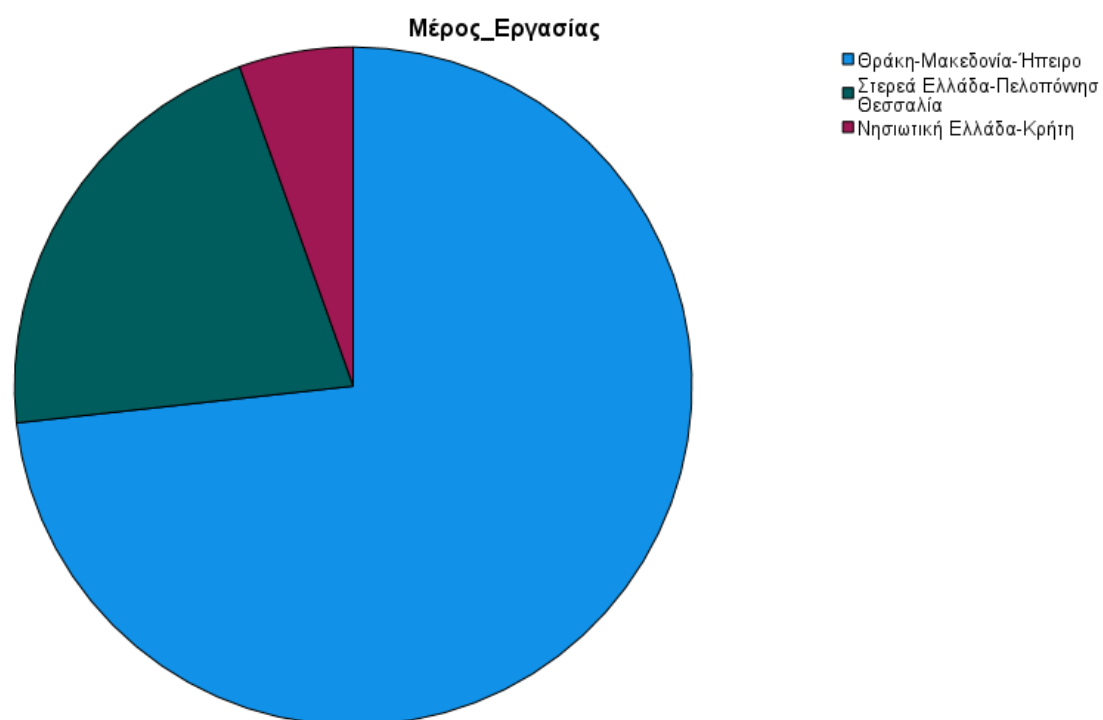
Διάγραμμα 6. Διάστημα Εργασίας

▪ **Τόπος εργασίας**

Οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν, ανήκουν σε άτομα που εργάζονται στα γεωγραφικά διαμερίσματα Θράκης-Μακεδονίας-Ηπείρου, κατά 72,5% σε εργαζόμενους στη Στερεά Ελλάδα-Πελοπόννησο-Θεσσαλία κατά 21,1% και στη λοιπή Νησιωτική Ελλάδα και Κρήτη το 5,4%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν δύο εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 10. Μέρος Εργασίας
Μέρος_Εργασίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Θράκη-Μακεδονία- Ήπειρο	148	72,5	73,3	73,3
	Στερεά Ελλάδα- Πελοπόννησο- Θεσσαλία	43	21,1	21,3	94,6
	Νησιωτική Ελλάδα- Κρήτη	11	5,4	5,4	100,0
	Total	202	99,0	100,0	
Missing	999	2	1,0		
Total		204	100,0		



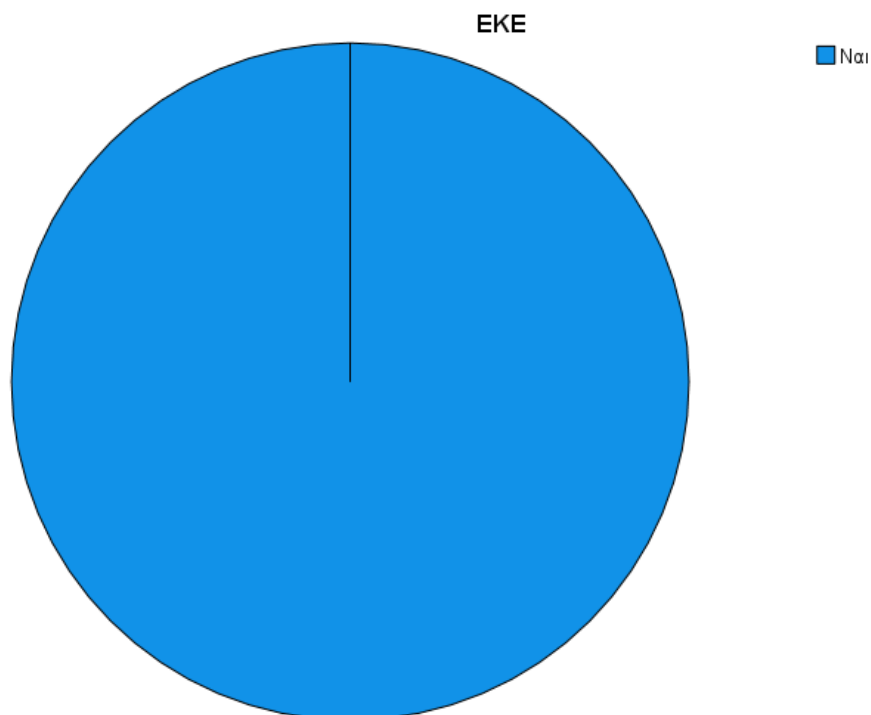
Διάγραμμα 7. Μέρος Εργασίας

▪ **Όρος ΕΚΕ**

Για την αξιοπιστία της έρευνας δεν συμπεριλήφθηκαν οι απόψεις των συμμετεχόντων που δεν γνώριζαν τον όρο ΕΚΕ, καθώς η γνώση του όρου θεωρείται απαραίτητη για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Εμπεριέχονται μόνο οι απόψεις των ερωτηθέντων οι οποίοι γνωρίζουν τον όρο ΕΚΕ.

Πίνακας 11. ΕΚΕ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	204	100,0	100,0	100,0



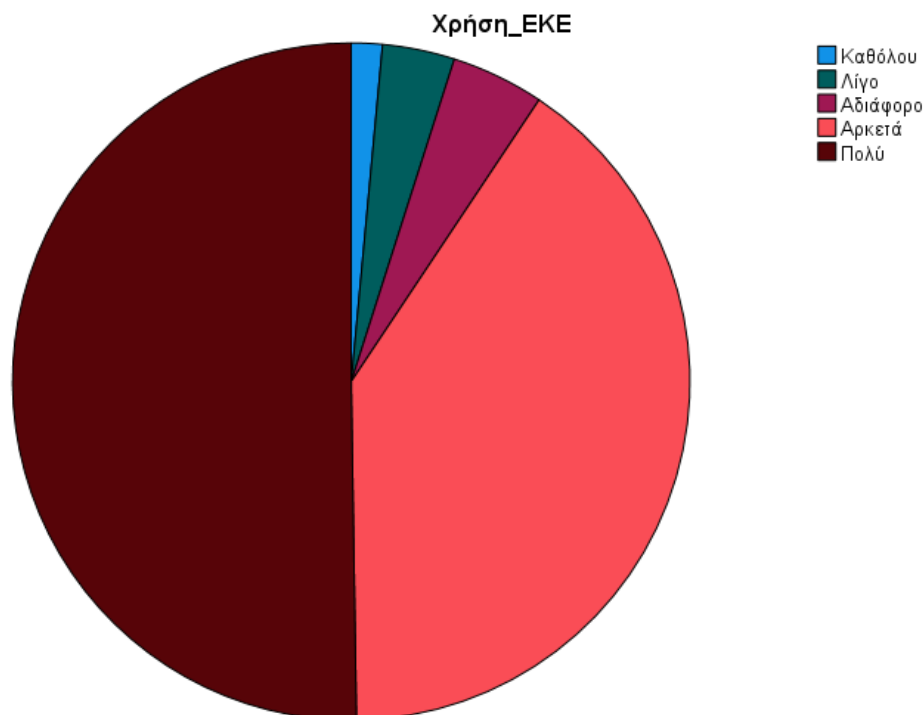
Διάγραμμα 8. Όρος ΕΚΕ

▪ **Σημαντικότητα χρήσης ΕΚΕ από ελληνικές επιχειρήσεις**

Το 50% θεωρεί πολύ σημαντικό μία ελληνική επιχείρηση να κάνει χρήση ΕΚΕ και ακολουθεί η απάντηση αρκετά με ποσοστό 40,2%. Αδιάφορο δηλώνει το 4,4% των ερωτηθέντων ενώ μόνο το 3,4% θεωρεί λίγο σημαντική τη χρήση ΕΚΕ. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 12. Χρήση ΕΚΕ
Χρήση_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	3	1,5	1,5	1,5
	Λίγο	7	3,4	3,4	4,9
	Αδιάφορο	9	4,4	4,4	9,4
	Αρκετά	82	40,2	40,4	49,8
	Πολύ	102	50,0	50,2	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 9. Σημαντικότητα Χρήσης ΕΚΕ

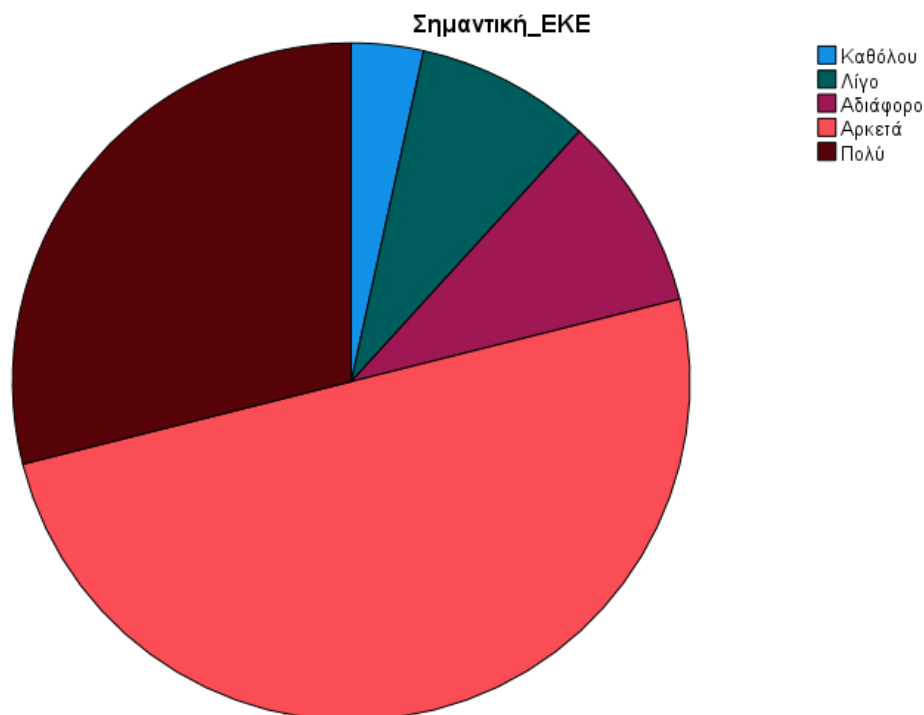
- **Πόσο σημαντικό είναι η επιχείρηση που εργάζεται κάποιος να κάνει χρήση ΕΚΕ**

Την πλειοψηφία των απαντήσεων συγκεντρώνει η επιλογή αρκετά με ποσοστό 50% και ακολουθεί η απάντηση πολύ με 28,9%. Λίγο σημαντικό το θεωρεί το 8,3%, αδιάφορο παραμένει το 9,3% ενώ καθόλου σημαντικό απαντάει το 3,4%.

Πίνακας 13. Σημαντική ΕΚΕ

Σημαντική_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	7	3,4	3,4	3,4
	Λίγο	17	8,3	8,3	11,8
	Αδιάφορο	19	9,3	9,3	21,1
	Αρκετά	102	50,0	50,0	71,1
	Πολύ	59	28,9	28,9	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



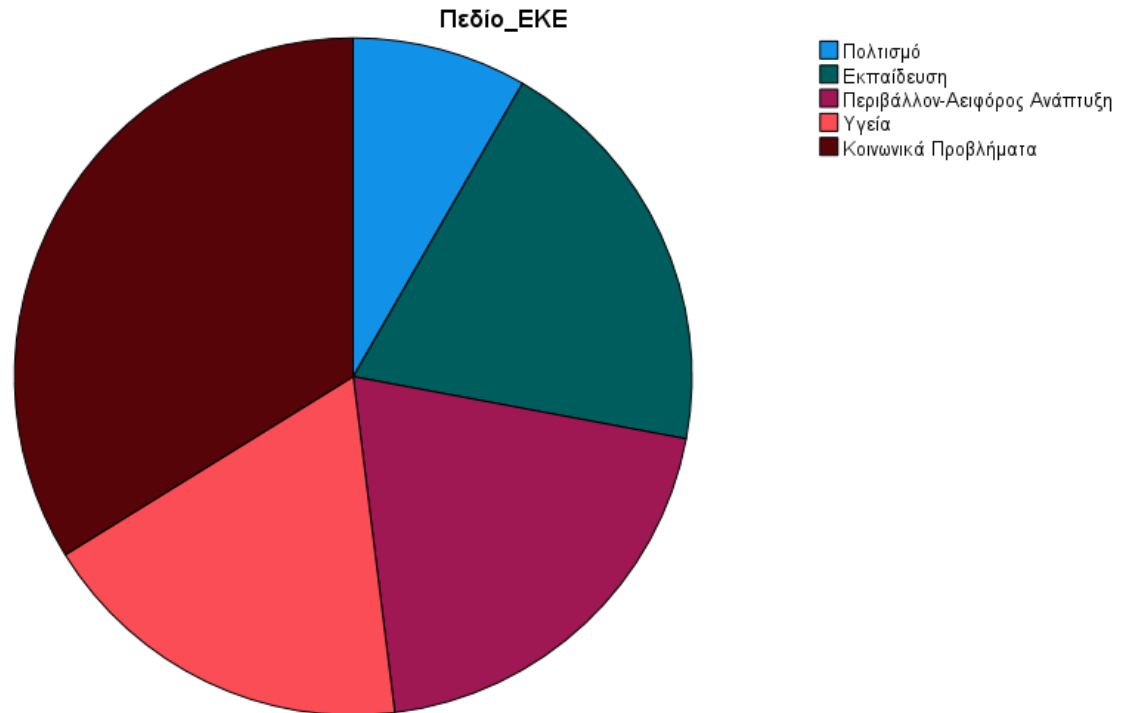
Διάγραμμα 10. Πόσο Σημαντική Είναι η ΕΚΕ

▪ **Πεδίο ΕΚΕ**

Το πεδίο ΕΚΕ που προτιμούν οι περισσότεροι να δραστηριοποιείται η επιχείρηση στην οποία εργάζονται είναι τα κοινωνικά προβλήματα 33,8%, ακολουθεί το περιβάλλον-αιεφόρος ανάπτυξη με 20,1%, η εκπαίδευση μαζί με την υγεία με ποσοστό 19,6% και 18,1% αντίστοιχα και ο πολιτισμός με 8,3%.

Πίνακας 14. Πεδίο ΕΚΕ
Πεδίο_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολιτισμό	17	8,3	8,3	8,3
	Εκπαίδευση	40	19,6	19,6	27,9
	Περιβάλλον-Αειφόρος Ανάπτυξη	41	20,1	20,1	48,0
	Υγεία	37	18,1	18,1	66,2
	Κοινωνικά Προβλήματα	69	33,8	33,8	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



Διάγραμμα 11. Πεδίο ΕΚΕ Δραστηριοποίησης

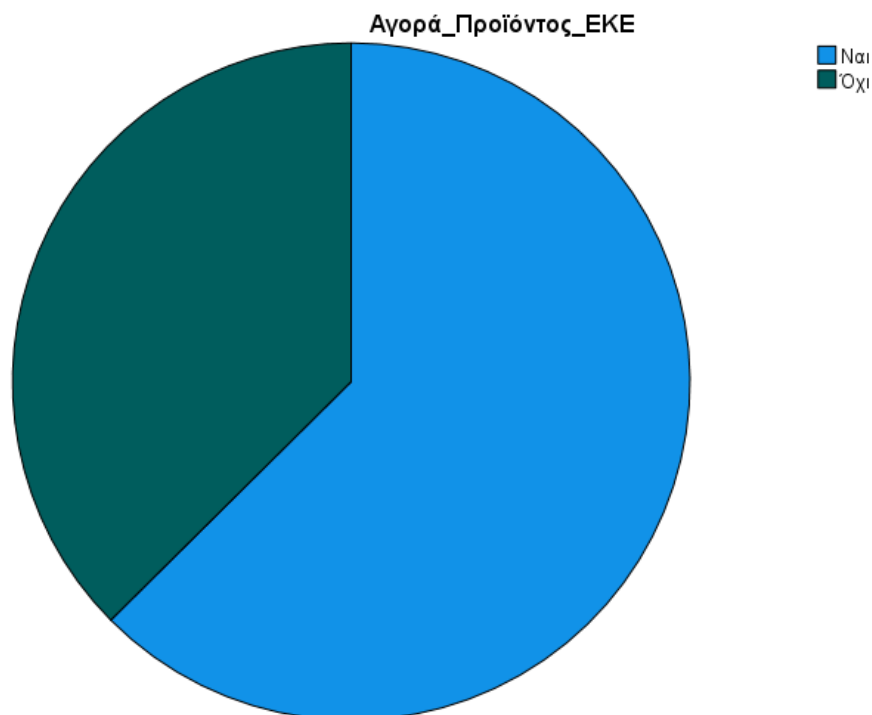
▪ **Αγορά Προϊόντος από Δράση ΕΚΕ**

Το 62,3% επηρεάστηκε από την πράξη ΕΚΕ μίας επιχείρησης ώστε να προβεί σε αγορά προϊόντος, ενώ το 37,3% δεν απέκτησε κάποιο προϊόν επηρεαζόμενο από κοινωνικά υπεύθυνα δράση. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 15. Αγορά Προϊόντος ΕΚΕ

Αγορά_Προϊόντος_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	127	62,3	62,6	62,6
	Όχι	76	37,3	37,4	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



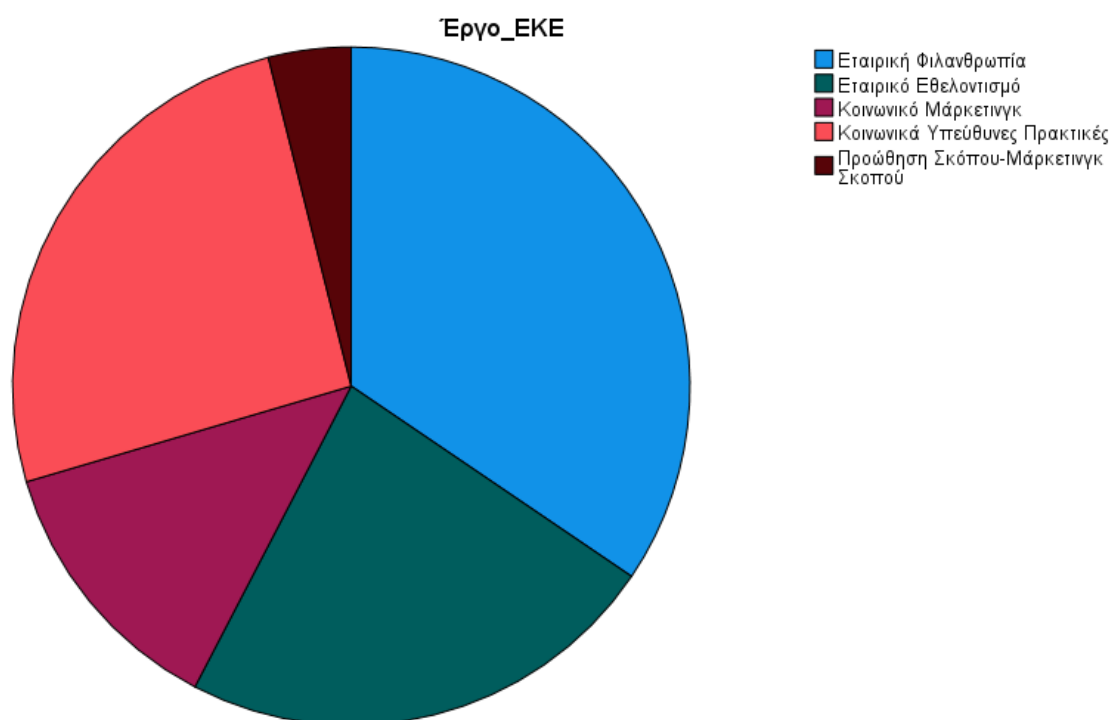
Διάγραμμα 12. Αγορά Προϊόντος

▪ **Κατηγορία Έργου ΕΚΕ**

Στην ερώτηση, τι κατηγορία έργου ΕΚΕ χρηματοδοτήσατε ή θα χρηματοδοτούσατε οι περισσότεροι έδωσαν την απάντηση εταιρική φιλανθρωπία 34,3%, κοινωνικά υπεύθυνες 25,5%, εταιρικό εθελοντισμό 23%, προώθηση σκοπού-μάρκετινγκ σκοπού 3,9% και κοινωνικό μάρκετινγκ 12,7%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 16. Έργο ΕΚΕ
Έργο_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εταιρική Φιλανθρωπία	70	34,3	34,5	34,5
	Εταιρικό Εθελοντισμό	47	23,0	23,2	57,6
	Κοινωνικό Μάρκετινγκ	26	12,7	12,8	70,4
	Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές	52	25,5	25,6	96,1
	Προώθηση Σκόπου-Μάρκετινγκ Σκοπού	8	3,9	3,9	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 13. Τι Κατηγορία Έργου ΕΚΕ Θα Χρηματοδοτούσατε

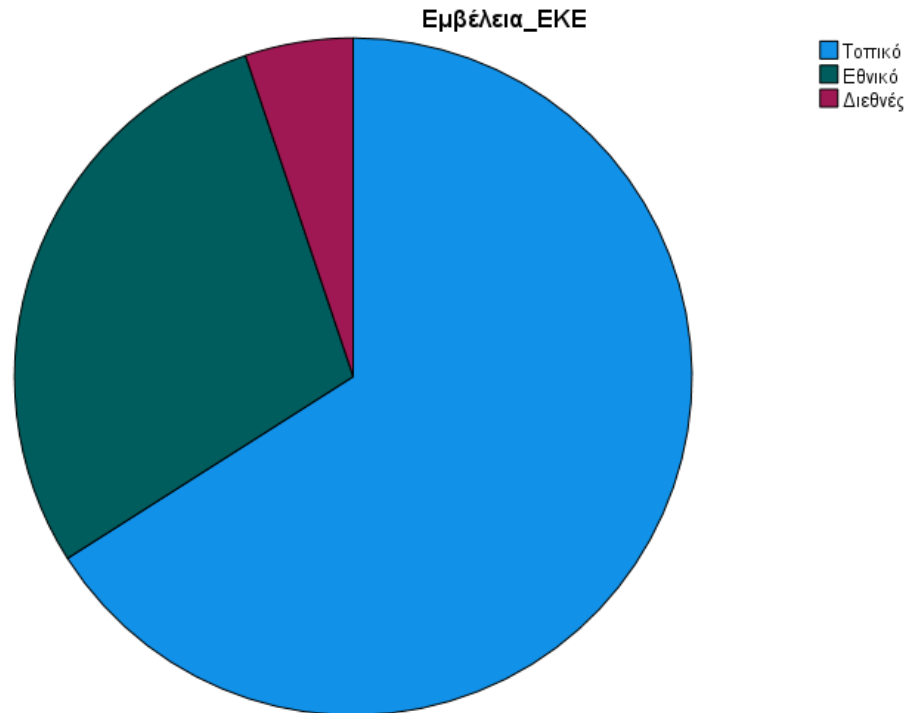
▪ **Επίπεδο εμβέλειας πρόσφατης συμμετοχής ΕΚΕ**

Το 62,7% των ερωτηθέντων συμμετείχε σε πρόσφατο έργο ΕΚΕ, που αφορούσε το τοπικό επίπεδο, το 27,5% το εθνικό επίπεδο ενώ μόλις το 4,9% συμμετείχε σε διεθνούς επιπέδου έργο ΕΚΕ. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν δέκα εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 17. Εμβέλεια ΕΚΕ

Εμβέλεια_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Τοπικό	128	62,7	66,0	66,0
	Εθνικό	56	27,5	28,9	94,8
	Διεθνές	10	4,9	5,2	100,0
	Total	194	95,1	100,0	
Missing	999	10	4,9		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 14. Επίπεδο Εμβέλειας ΕΚΕ

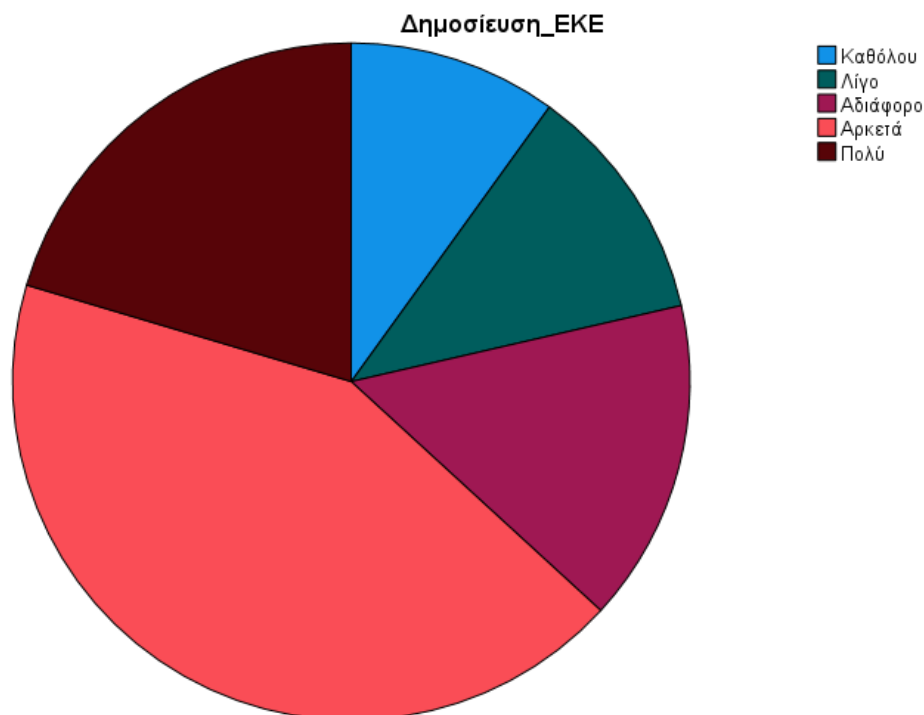
▪ **Αξιολόγηση δημοσιεύσεων ΕΚΕ**

Περί ορθότητας δημοσίευσης των πράξεων ΕΚΕ των επιχειρήσεων ερωτήθηκαν οι συμμετέχοντες του ερωτηματολογίου, με το 42,2% να θεωρεί αρκετά σωστή ως πράξη τη δημοσίευση πράξεων ΕΚΕ, το 20,1% πολύ σωστή, το 9,8% καθόλου σωστή, το 11,3% λίγο σωστή ενώ το 15,2% αδιαφορεί για τις εν λόγω δημοσιεύσεις. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν τρεις εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 18. Δημοσίευση ΕΚΕ

Δημοσίευση_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	20	9,8	10,0	10,0
	Λίγο	23	11,3	11,4	21,4
	Αδιάφορο	31	15,2	15,4	36,8
	Αρκετά	86	42,2	42,8	79,6
	Πολύ	41	20,1	20,4	100,0
	Total	201	98,5	100,0	
Missing	999	3	1,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 15. Αξιολόγηση Δημοσιεύσεων ΕΚΕ

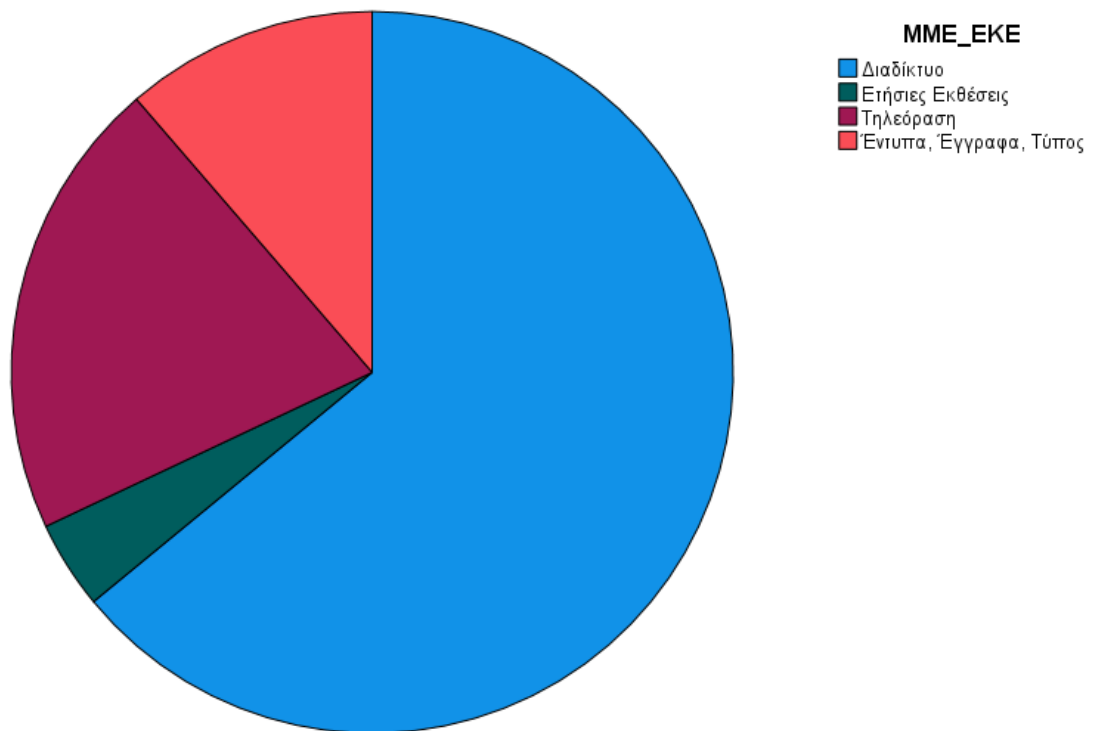
▪ **Μέσα δημοσίευσης πράξεων ΕΚΕ**

Ενδιαφέρον έχει η συγκεκριμένη ερώτηση στην οποία το 63,7% των ερωτηθέντων συναντάει τις δημοσιεύσεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων στο διαδίκτυο, το 20,6% στην τηλεόραση, το 11,3% σε έντυπα έγγραφα και τύπο ενώ το 3,9% στις ετήσιες εκθέσεις των επιχειρήσεων/οργανισμών. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 19. ΜΜΕ ΕΚΕ

ΜΜΕ_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Διαδίκτυο	130	63,7	64,0	64,0
	Ετήσιες Εκθέσεις	8	3,9	3,9	68,0
	Τηλεόραση	42	20,6	20,7	88,7
	Έντυπα, Έγγραφα, Τύπος	23	11,3	11,3	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 16. Μέσα Δημοσίευσης ΕΚΕ

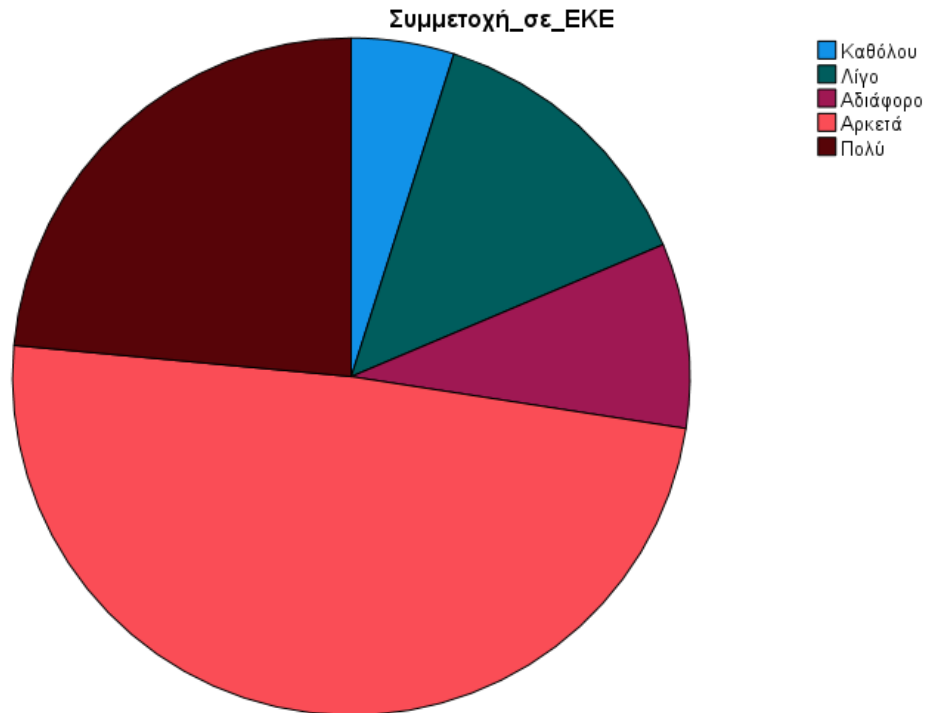
▪ **Ενδιαφέρον για μελλοντική εμπλοκή σε δραστηριότητες ΕΚΕ**

Το 49% δηλώνει πως τους ενδιαφέρει αρκετά η μελλοντική συμμετοχή σε δράσεις ΕΚΕ, το 23,5% πολύ, το 13,7% λίγο, ενώ αδιάφορο είναι το 8,8% των ερωτηθέντων και το 4,9% δεν ενδιαφέρεται καθόλου να εμπλακεί.

Πίνακας 20. Συμμετοχή σε ΕΚΕ

Συμμετοχή_σε_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	10	4,9	4,9	4,9
	Λίγο	28	13,7	13,7	18,6
	Αδιάφορο	18	8,8	8,8	27,5
	Αρκετά	100	49,0	49,0	76,5
	Πολύ	48	23,5	23,5	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



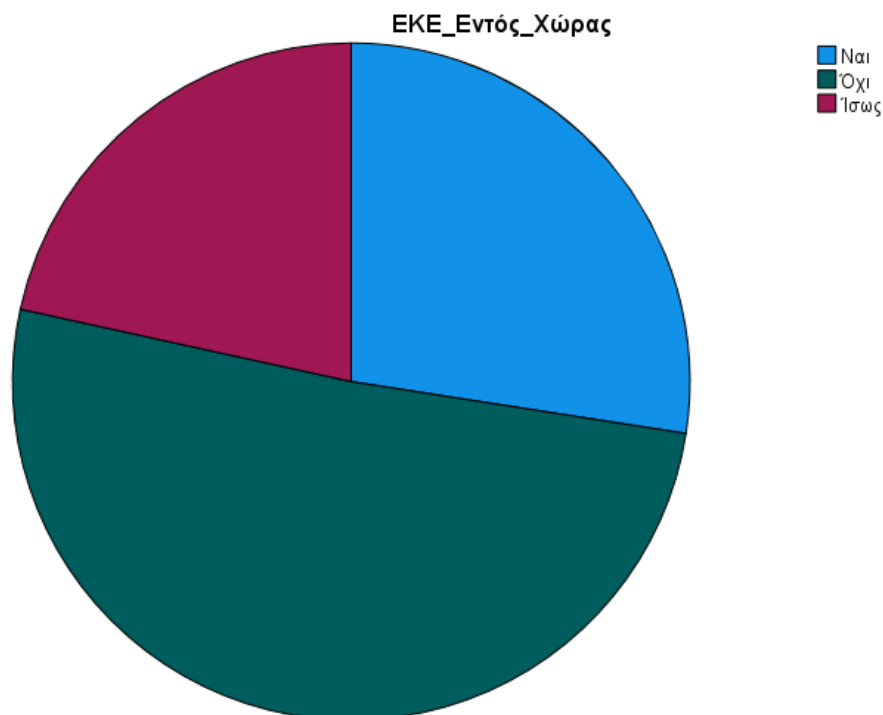
Διάγραμμα 17. Μελλοντική Συμμετοχή σε ΕΚΕ

▪ **Προτίμηση πράξεων ΕΚΕ εντός της χώρας**

Το 51% των ατόμων που συμμετέχουν στην έρευνα δεν προτιμούν οι επιχειρήσεις να δραστηριοποιούνται με υπευθυνότητα μόνο στο εσωτερικό κάθε χώρας, το 27,5% επιλέγουν αποκλειστική δραστηριότητα ΕΚΕ εντός των συνόρων κάθε χώρας και το 21,6% απαντούν πως ίσως να προτιμούν οι δράσεις ΕΚΕ να λαμβάνουν χώρα μόνο στο εσωτερικό κάθε χώρας.

Πίνακας 21. ΕΚΕ Εντός Χώρας
ΕΚΕ_Εντός_Χώρας

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	56	27,5	27,5	27,5
Όχι	104	51,0	51,0	78,4
Ίσως	44	21,6	21,6	100,0
Total	204	100,0	100,0	



Διάγραμμα 18. Πράξεις ΕΚΕ Εντός της Χώρας

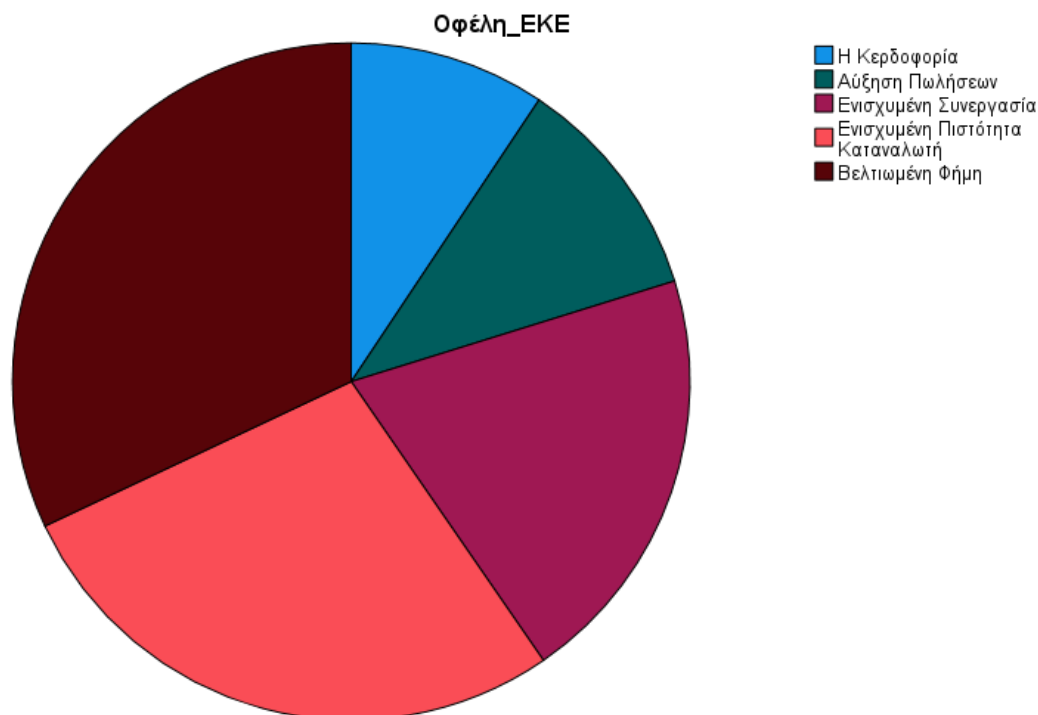
▪ **Οφέλη για τους οργανισμούς από δράσεις ΕΚΕ**

Το όφελος το οποίο έλαβε το μεγαλύτερο ποσοστό σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων είναι η βελτιωμένη φήμη με 31,9%, ακολουθεί η ενισχυμένη πιστότητα με ποσοστό 27,5%, η ενισχυμένη συνεργασία με 20,1%, η αύξηση πωλήσεων με 10,8% και τελευταία η κερδοφορία με 9,3%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 22. Οφέλη ΕΚΕ

Οφέλη_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Η Κερδοφορία	19	9,3	9,4	9,4
	Αύξηση Πωλήσεων	22	10,8	10,8	20,2
	Ενισχυμένη Συνεργασία	41	20,1	20,2	40,4
	Ενισχυμένη Πιστότητα	56	27,5	27,6	68,0
	Καταναλωτή				
	Βελτιωμένη Φήμη	65	31,9	32,0	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
	Total	204	100,0		



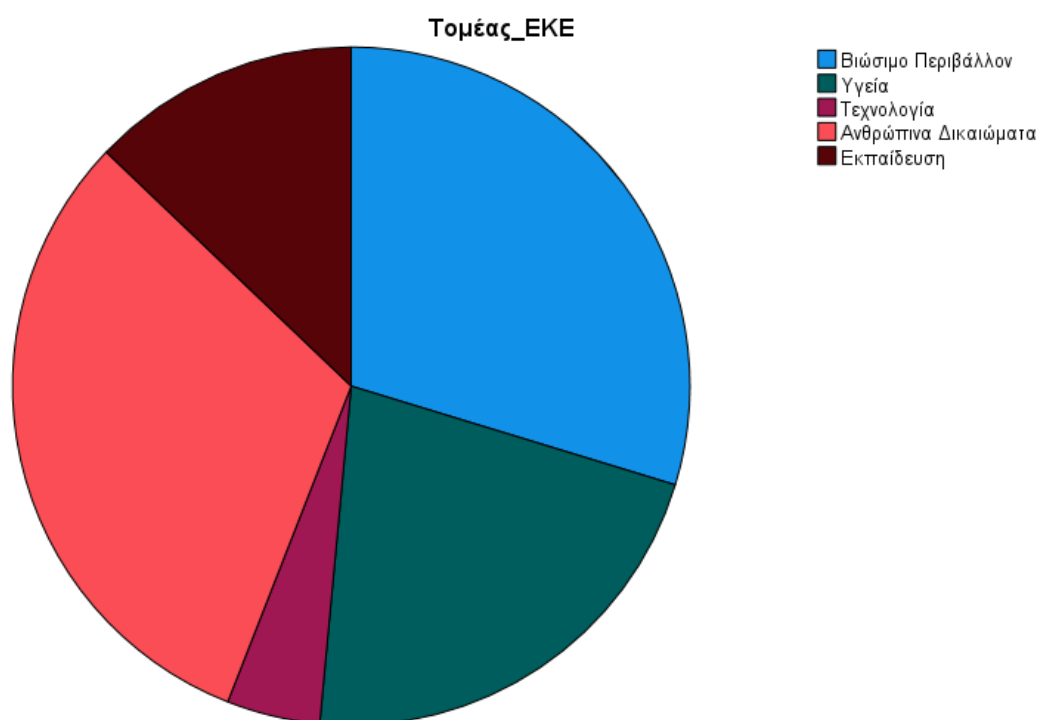
Διάγραμμα 19. Οφέλη Οργανισμών από Δράσεις ΕΚΕ

- **Τομείς ΕΚΕ που θα πρέπει οι ελληνικές επιχειρήσεις να εμπλακούν στο εγγύς μέλλον**

Το βιώσιμο περιβάλλον και τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι οι δύο τομείς οι οποίοι συγκεντρώνουν την πλειοψηφία των απαντήσεων με 29,4% και 30,9% αντίστοιχα. Ακολουθεί η υγεία με 21,6% η εκπαίδευση με 12,7% και τελευταία η τεχνολογία με 4,4%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν δύο εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 23. Τομέας ΕΚΕ
Τομέας_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Βιώσιμο Περιβάλλον	60	29,4	29,7	29,7
	Υγεία	44	21,6	21,8	51,5
	Τεχνολογία	9	4,4	4,5	55,9
	Ανθρώπινα Δικαιώματα	63	30,9	31,2	87,1
	Εκπαίδευση	26	12,7	12,9	100,0
	Total	202	99,0	100,0	
Missing	999	2	1,0		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 20. Τομείς ΕΚΕ Εμπλοκής των Επιχειρήσεων

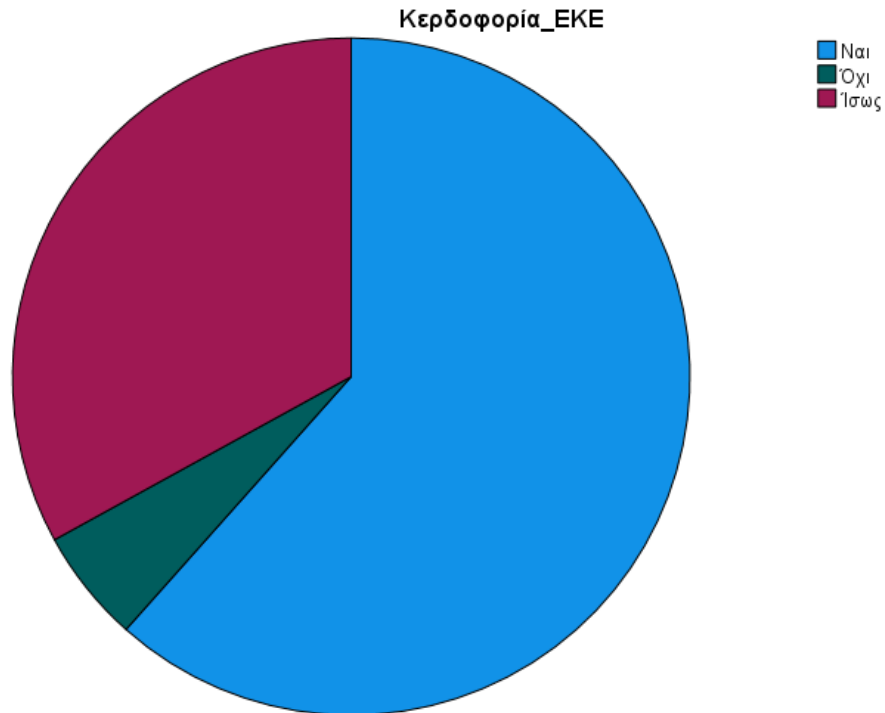
▪ **Στήριξη κερδοφόρων επιχειρήσεων**

Το 61,3% των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν θεωρεί αποτρεπτική την κερδοφορία για την επιλογή υποστήριξης επιχειρήσεων με πλούσια δράση ΕΚΕ, το 32,8% απάντησε πως ίσως να στήριζε τέτοιου είδους επιχειρήσεις και το 5,4% δεν θα στήριζε κερδοφόρες επιχειρήσεις με δράση ΕΚΕ. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 24. Κερδοφορία ΕΚΕ

Κερδοφορία_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	125	61,3	61,6	61,6
	Όχι	11	5,4	5,4	67,0
	Ίσως	67	32,8	33,0	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



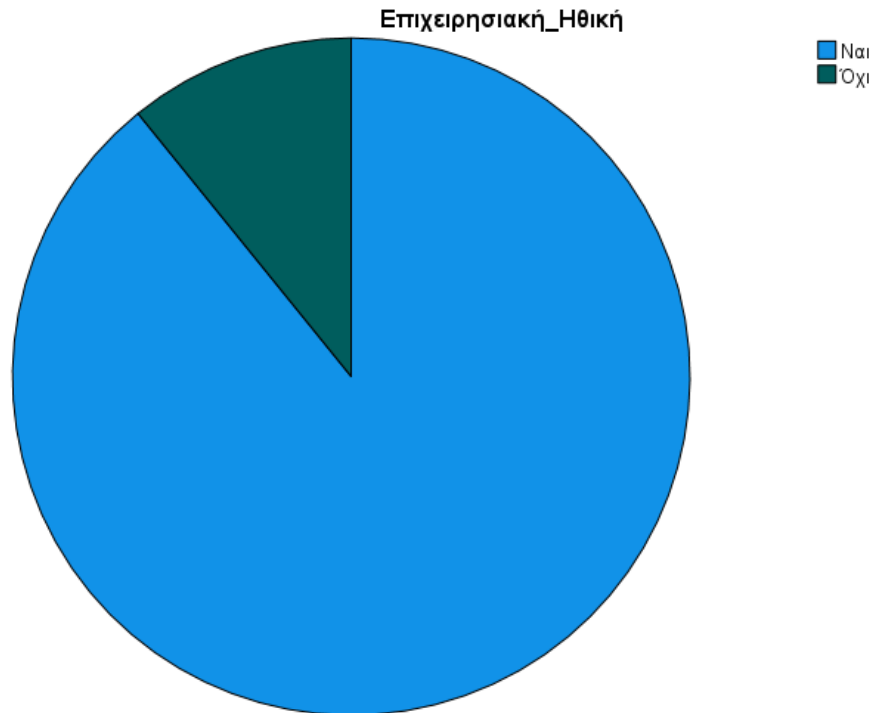
Διάγραμμα 21. Στήριξη Κερδοφόρων Εταιρειών

▪ **Επιχειρησιακή Ηθική**

Το ποσοστό του 88,7% γνωρίζουν τον όρο Επιχειρησιακή Ηθική, ενώ το 10,8% δεν έχουν γνώση του όρου. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 25. Επιχειρησιακή Ηθική
Επιχειρησιακή_Ηθική

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	181	88,7	89,2	89,2
	Όχι	22	10,8	10,8	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 22. Επιχειρησιακή Ηθική

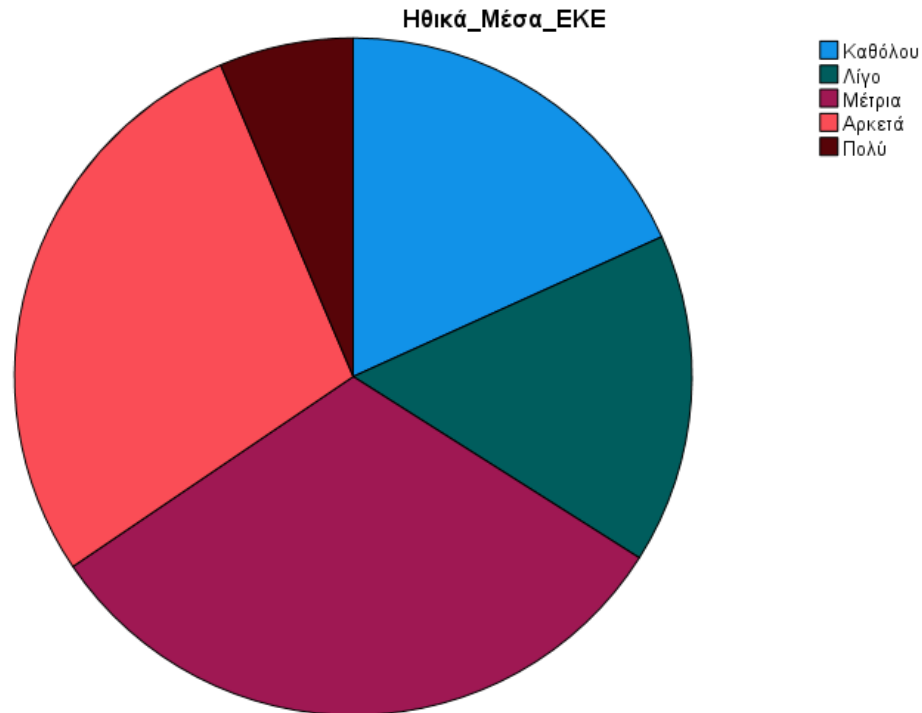
▪ **Βαθμός ηθικής πράξεων ΕΚΕ**

Μέτρια ηθικά θεωρεί το 31,4% τα μέσα με τα οποία μια επιχείρηση πράττει με υπευθυνότητα και αρκετά ηθικά τα θεωρεί το 27,9% των ερωτηθέντων, καθόλου απαντάει το 18,1%, λίγο το 15,7% και πολύ μόλις το 6,4%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 26. Ηθικά Μέσα ΕΚΕ

Ηθικά_Μέσα_ΕΚΕ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	37	18,1	18,2	18,2
	Λίγο	32	15,7	15,8	34,0
	Μέτρια	64	31,4	31,5	65,5
	Αρκετά	57	27,9	28,1	93,6
	Πολύ	13	6,4	6,4	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



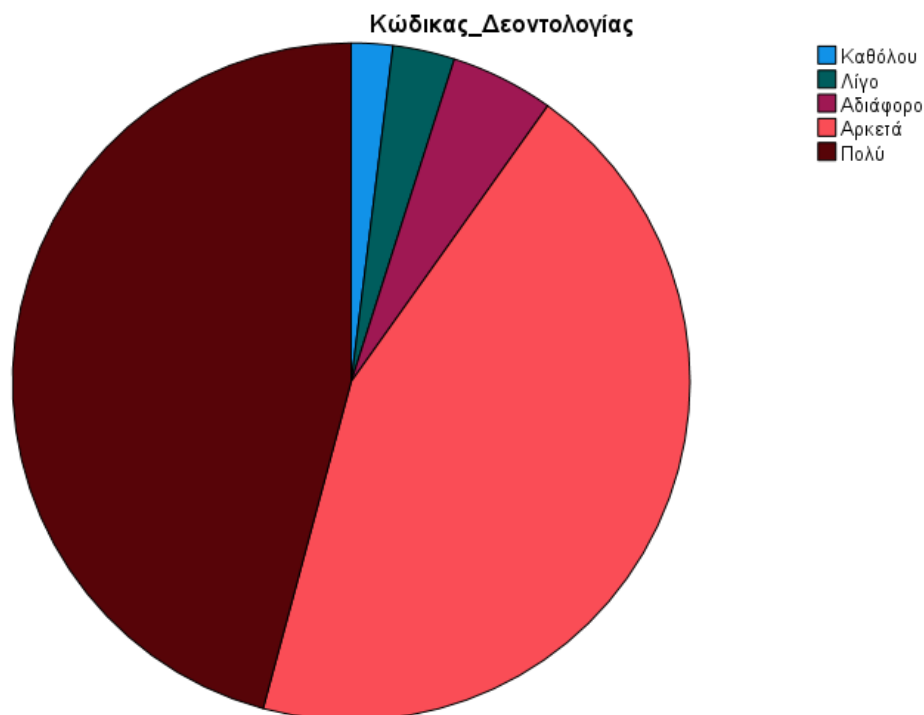
Διάγραμμα 23. Βαθμός Ηθικής Πράξεων ΕΚΕ

▪ **Σημαντικότητα Κώδικα Δεοντολογίας Επιχειρήσεων**

Αρκετά σημαντικό θεωρεί το 44,1% και πολύ σημαντικό το 45,6% τον Κώδικα Δεοντολογίας της επιχείρησης και την ορθή χρήση αυτού. Μικρά ποσοστά λαμβάνουν οι απαντήσεις αδιάφορο, λίγο και καθόλου με αντίστοιχα ποσοστά το 4,9%, 2,9% και 2%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 27. Κώδικας Δεοντολογίας
Κώδικας_Δεοντολογίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	4	2,0	2,0	2,0
	Λίγο	6	2,9	3,0	4,9
	Αδιάφορο	10	4,9	4,9	9,9
	Αρκετά	90	44,1	44,3	54,2
	Πολύ	93	45,6	45,8	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



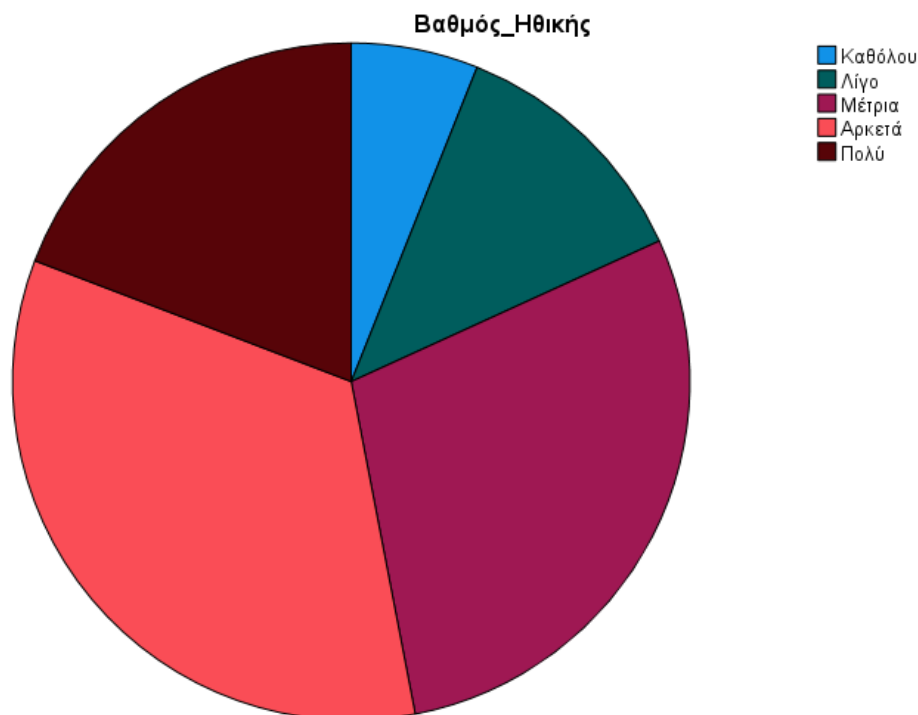
Διάγραμμα 24. Σημαντικότητα Κώδικα Δεοντολογίας

▪ **Βαθμός ηθικής της επιχείρησης**

Αρκετά ικανοποιημένοι είναι οι εργαζόμενοι με το βαθμό ηθικής της επιχείρησης/οργανισμού που εργάζονται με ποσοστό 32,8% μέτρια ικανοποιημένοι είναι το 27,9%, πολύ δηλώνει το 18,6% ενώ μικρή είναι η ικανοποίηση του 11,8% και καθόλου είναι η ικανοποίηση βαθμού ηθικής για το 5,9% των ερωτηθέντων. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν έξι εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 28. Βαθμός Ηθικής
Βαθμός_Ηθικής

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	12	5,9	6,1	6,1
	Λίγο	24	11,8	12,1	18,2
	Μέτρια	57	27,9	28,8	47,0
	Αρκετά	67	32,8	33,8	80,8
	Πολύ	38	18,6	19,2	100,0
	Total	198	97,1	100,0	
Missing	999	6	2,9		
Total		204	100,0		



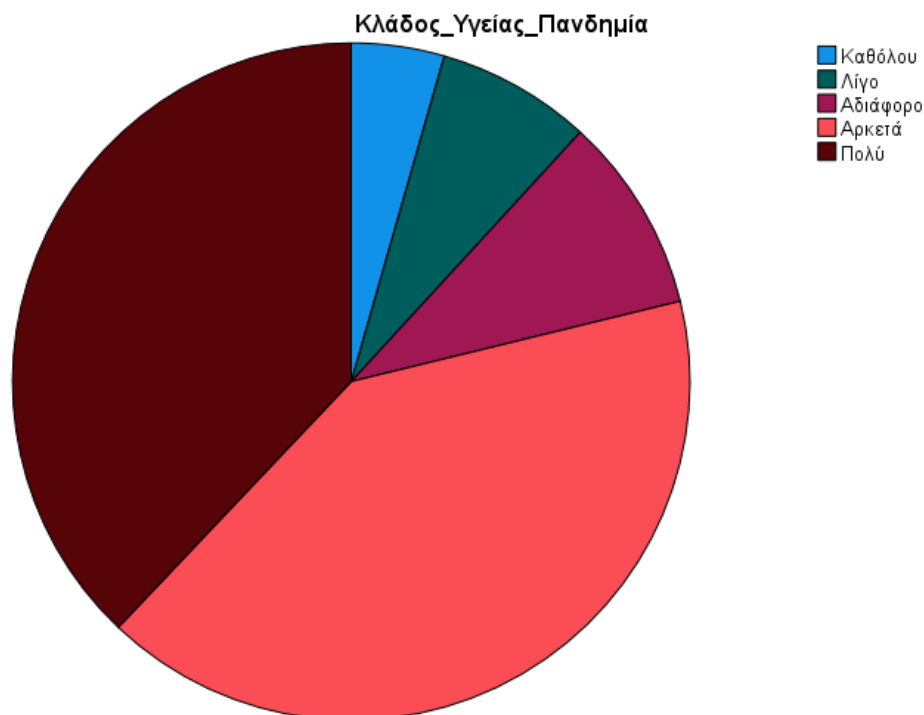
Διάγραμμα 25. Βαθμός Ηθικής των Επιχειρήσεων

- **Χρηματοδότηση επιχειρήσεων που ανήκουν στον κλάδο της υγείας κατά τη διάρκεια της πανδημίας**

Αρκετά σημαντική είναι για το 40,7% η χρηματοδότηση επιχειρήσεων που ανήκουν στον κλάδο της υγείας και πολύ σημαντική είναι για το 37,7%. Αδιάφορο είναι το 9,3%, λίγο σημαντική είναι για το 7,4% η στήριξη των επιχειρήσεων υγειονομικού ενδιαφέροντος εν μέσω πανδημίας και καθόλου σημαντική για το 4,4%. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησε ένας εκ των ερωτηθέντων.

Πίνακας 29. Κλάδος Υγείας Πανδημία
Κλάδος_Υγείας_Πανδημία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	9	4,4	4,4	4,4
	Λίγο	15	7,4	7,4	11,8
	Αδιάφορο	19	9,3	9,4	21,2
	Αρκετά	83	40,7	40,9	62,1
	Πολύ	77	37,7	37,9	100,0
	Total	203	99,5	100,0	
Missing	999	1	,5		
Total		204	100,0		



Διάγραμμα 26. Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων Υγείας

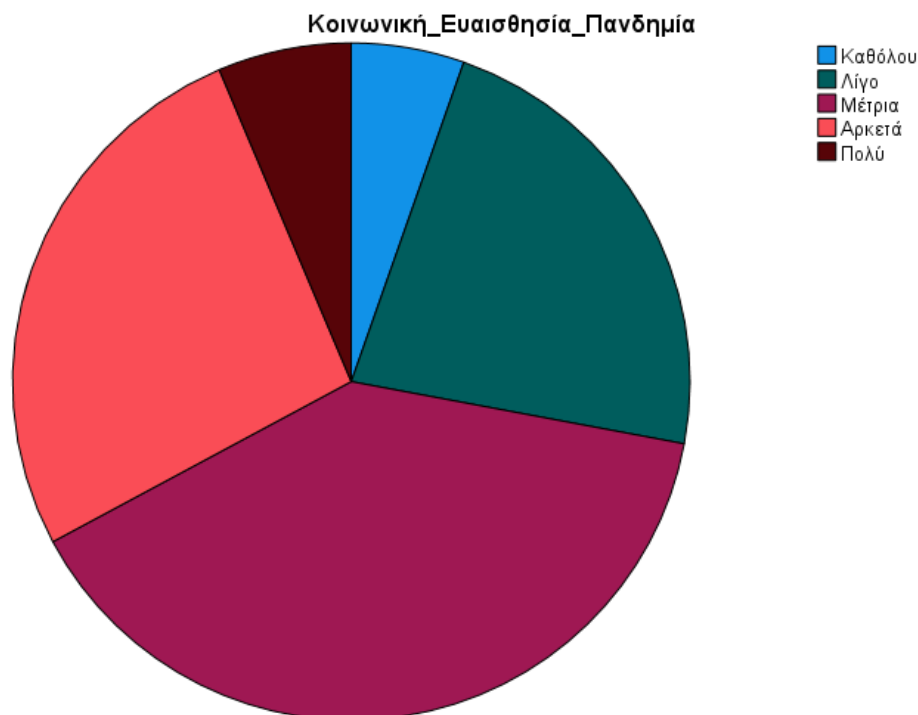
- **Συχνότητα δράσεων κοινωνικής ευαισθησίας από επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια της πανδημίας**

Μέτρια αύξηση πιστεύει το 39,2% ενώ αρκετά πιστεύει το 26,5% ότι αυξήθηκαν οι κοινωνικά ευαίσθητες δράσεις των οργανισμών εν μέσω COVID-19. Το 22,5% πιστεύει πως λίγο αυξήθηκαν οι δράσεις, πολύ το 6,4% και καθόλου το 5,4%.

Πίνακας 30. Κοινωνική Ευαισθησία Πανδημία.

Κοινωνική_Ευαισθησία_Πανδημία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	11	5,4	5,4	5,4
	Λίγο	46	22,5	22,5	27,9
	Μέτρια	80	39,2	39,2	67,2
	Αρκετά	54	26,5	26,5	93,6
	Πολύ	13	6,4	6,4	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



Διάγραμμα 27. Δράσεις Κοινωνικής Ευαισθησίας από Επιχειρήσεις

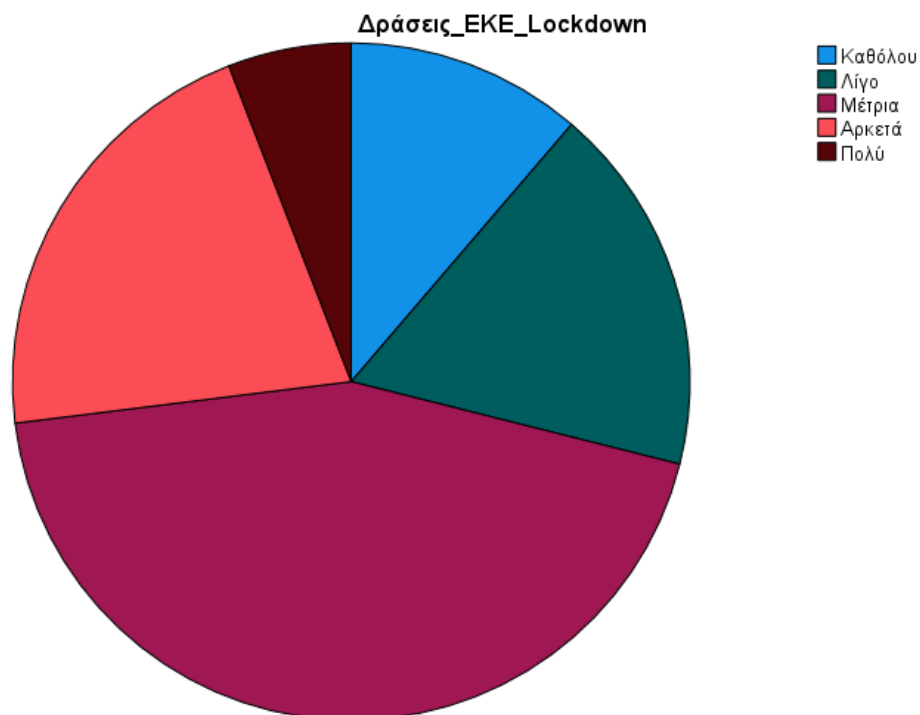
- **Δράσεις ΕΚΕ εν μέσω lockdown**

Μέτρια ικανοποιημένοι δηλώνουν το 44,1% των πολιτών που ερωτήθηκαν για τις δράσεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων που δεν έκλεισαν κατά τη διάρκεια των lockdown λόγω της πανδημίας, αρκετά το 21,1%, λίγο το 17,6%, καθόλου το 11,3% και πολύ ικανοποιημένοι δηλώνουν οι 12 εκ των 204 ερωτηθέντων που εκφράζουν το 5,9%.

Πίνακας 31. Δράσεις ΕΚΕ Lockdown

Δράσεις_ΕΚΕ_Lockdown

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	23	11,3	11,3	11,3
	Λίγο	36	17,6	17,6	28,9
	Μέτρια	90	44,1	44,1	73,0
	Αρκετά	43	21,1	21,1	94,1
	Πολύ	12	5,9	5,9	100,0
	Total	204	100,0	100,0	

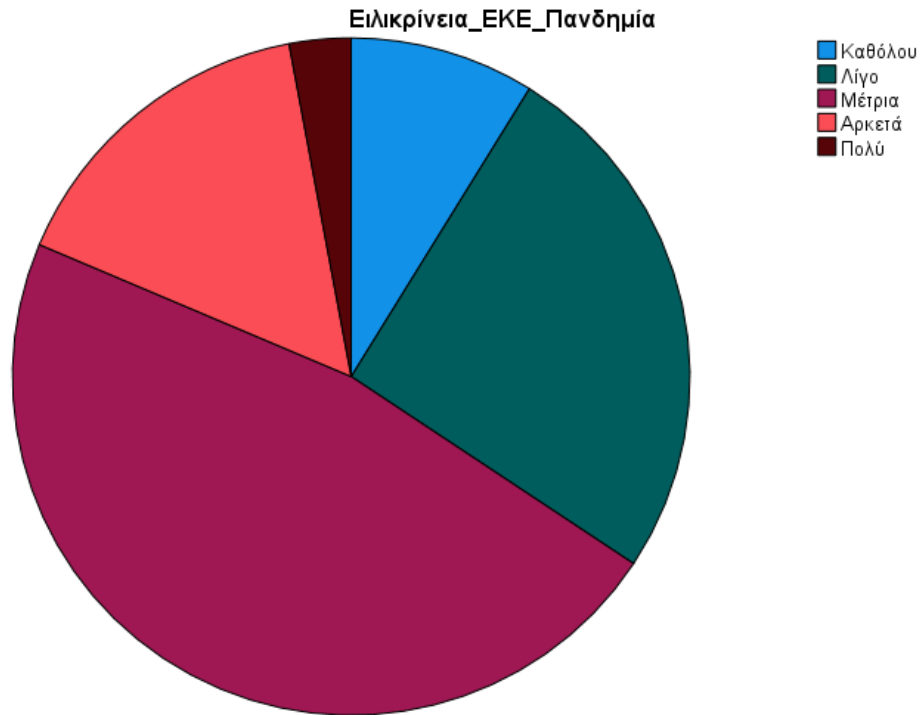


Διάγραμμα 28. Δράσεις ΕΚΕ εν μέσω Lockdown

- **Ειλικρίνεια των δράσεων ΕΚΕ κατά τη διάρκεια της πανδημίας**
Μέτρια ειλικρινείς πιστεύει το 47,1% των ατόμων που συμμετέχουν στην έρευνα πως είναι οι δράσεις ΕΚΕ που δημιουργήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας και λίγο ειλικρινείς το 25,5%, αρκετά ειλικρινείς τις θεωρεί το 15,7%, καθόλου το 8,8% και πολύ ειλικρινείς μόλις το 2,9%.

Πίνακας 32. Ειλικρίνεια ΕΚΕ Πανδημία
Ειλικρίνεια_EKE_Πανδημία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	18	8,8	8,8	8,8
	Λίγο	52	25,5	25,5	34,3
	Μέτρια	96	47,1	47,1	81,4
	Αρκετά	32	15,7	15,7	97,1
	Πολύ	6	2,9	2,9	100,0
	Total	204	100,0	100,0	



Διάγραμμα 29. Ειλικρίνεια των Δράσεων ΕΚΕ

6.2 Ανάλυση Μέσου Όρου και Τυπικής Απόκλισης

Τα δεδομένα εμφανίζουν μία τάση να περιστρέφονται γύρω από μία κεντρική τιμή που εκφράζει την τυπική ή μέση τιμή τους. Από την εφαρμογή SPSS παρέχεται ο αριθμητικός μέσος (Mean). Η μέση τιμή ενός συνόλου n παρατηρήσεων ορίζεται ως το άθροισμα των παρατηρήσεων προς το πλήθος των παρατηρήσεων και τυπική απόκλιση ορίζεται η τετραγωνική ρίζα της διακύμανσης που είναι ο αριθμητικός μέσος των τετραγώνων των αποκλίσεων των τιμών της μεταβλητής από τον αριθμητικό μέσο (Χαλικιάς, et al., 2015).

6.2.1 Ανάλυση Δημογραφικών Ερωτήσεων

Πίνακας 33. Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ηλικία	204	1	5	3,52	,965
Φύλο	204	1	2	1,44	,497
Μόρφωση	204	1	4	3,14	,784
Εργασία	200	1	4	1,98	1,000
Εισόδημα	203	1	5	2,76	1,132
Διάστημα_Εργασίας	203	1	5	3,27	1,386

Μέρος_Εργασίας	202	1	3	1,32	,573
Valid N (listwise)	198				

Ο μέσος όρος των συμμετεχόντων, έχουν ηλικία λίγο πιο πάνω από σαράντα ετών και το επίπεδο μόρφωσης τους σύμφωνα με τον μέσο όρο, πάλι είναι αυτό της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Σύμφωνα με τον μέσο όρο του δείγματος, οι περισσότεροι ερωτηθέντες ζουν και εργάζονται στα γεωγραφικά διαμερίσματα της Θράκης της Μακεδονίας και της Ηπείρου. Η τυπική απόκλιση των παραπάνω μεταβλητών είναι χαμηλή και σημαίνει πως τα σημεία των δεδομένων τείνουν να είναι κοντά στον μέσο όρο (Δερβίση, 2019).

6.2.2 Ανάλυση Ερωτήσεων των Τριών Θεμάτων

Πίνακας 34-Πρώτο Θέμα, Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Συμμετοχή_σε_EKE	204	1	5	3,73	1,116
Χρήση_EKE	203	1	5	4,34	,838
Σημαντική_EKE	204	1	5	3,93	1,012
Valid N (listwise)	203				

Από τον παραπάνω πίνακα γίνεται αντιληπτό πως οι Έλληνες καταναλωτές και εργαζόμενοι είναι σύμφωνοι στη χρήση ΕΚΕ από τις ελληνικές επιχειρήσεις, καθώς την θεωρούν πολύ σημαντική. Η ερώτηση που αφορά τη σημαντικότητα της χρήσης ΕΚΕ από ελληνικές επιχειρήσεις συλλέγει τη μεγαλύτερη βαθμολογία με βαθμό 4,34, που δείχνει και τον δρόμο στον οποίο επιβάλλεται να προχωρήσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις, οι οποίες θέτουν υψηλούς στόχους βιωσιμότητας. Η σημαντικότητα του να εργάζεται κάποιος σε επιχείρηση ή οργανισμό, που χρησιμοποιεί ΕΚΕ και το ενδιαφέρον για εμπλοκή σε μελλοντικές δραστηριότητες ΕΚΕ συγκεντρώνουν περίπου παρόμοια βαθμολογία μεταξύ τους με 3,93 και 3,73 αντίστοιχα. Παρατηρούμε πως οι επιχειρήσεις με κοινωνικά υπεύθυνη δράση θα είναι πρώτη επιλογή για τον Έλληνα εργαζόμενο, καθώς και ο ίδιος θα είναι διαθέσιμος να πράξει υπεύθυνα.

Πίνακας 35-Δεύτερο Θέμα, Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ηθικά_Μέσα_EKE	203	1	5	2,89	1,191
Κώδικας_Δεοντολογίας	203	1	5	4,29	,850
Βαθμός_Ηθικής	198	1	5	3,48	1,116
Δημοσίευση_EKE	201	1	5	3,52	1,221
Valid N (listwise)	196				

Υπάρχουν δεδομένα από τη συγκεκριμένη ενότητα, τα οποία δείχνουν τη σημαντικότητα της εφαρμογής Επιχειρησιακής Ηθικής από τις Ελληνικές Επιχειρήσεις. Λαμβάνοντας υπόψη τον παραπάνω πίνακα, ο Έλληνας θεωρεί πολύ σημαντική τη χρήση κώδικα δεοντολογίας στην επιχείρηση ή στον οργανισμό που εργάζεται, συγκεντρώνοντας την υψηλότερη βαθμολογία από τις υπόλοιπες ερωτήσεις, με βαθμό 4,29. Η ικανοποίηση που λαμβάνει ο εργαζόμενος από την ηθική της επιχείρησης που εργάζεται και η ορθότητα της επιλογής της επιχείρησης να δημοσιεύει τις δράσεις ΕΚΕ στις οποίες δραστηριοποιείται, συγκεντρώνουν περίπου την ίδια βαθμολογία με 3,48 και 3,52 αντίστοιχα. Στην ερώτηση περί ηθικότητας χρήσης οποιουδήποτε μέσου για την πραγματοποίηση πράξης ΕΚΕ, η βαθμολογία είναι 2,89, γεγονός που δείχνει πως ο Έλληνας έχει την ηθική, προτεραιότητα περισσότερο από οτιδήποτε άλλο, ακόμα και από μία κοινωνικά υπεύθυνη πράξη.

Πίνακας 36-Τρίτο Θέμα, Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Κλάδος_Υγείας_Πανδημία	203	1	5	4,00	1,083
Κοινωνική_Ευαισθησία_Πανδημία	204	1	5	3,06	,981
Δράσεις_ΕΚΕ_Lockdown	204	1	5	2,93	1,036
Ειλικρίνεια_ΕΚΕ_Πανδημία	204	1	5	2,78	,916
Valid N (listwise)	203				

Η σημαντικότητα δράσεων ΕΚΕ των ελληνικών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια της πανδημίας, εξετάζεται στον παραπάνω πίνακα. Τη μεγαλύτερη βαθμολογία μέσου όρου, συγκεντρώνει η σημαντικότητα χρηματοδότησης επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της υγείας, με βαθμό 4,00 και ακολουθεί η άποψη πως αυξήθηκαν οι δράσεις ΕΚΕ την περίοδο της πανδημίας με βαθμό 3,06. Μέτρια είναι η ικανοποίηση των συμμετεχόντων από τις δράσεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων, που προσέφεραν τις υπηρεσίες τους κατά τη διάρκεια των lockdown (2,93) καθώς και η ειλικρίνεια με την οποία έδρασαν υπεύθυνα οι επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια του COVID-19 (2,78).

6.3 Αξιοπιστία της Έρευνας

Για τη μελέτη αξιοπιστίας της έρευνας των παραπάνω θεμάτων, χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS Statistics Version 28.0 με τη χρήση του δείκτη Cronbach's Alpha ο οποίος αναπτύχθηκε από τον Lee Cronbach το 1951. Ο γενικά

αποδεκτός κανόνας είναι ότι ο βαθμός α του Cronbach α που είναι μεγαλύτερος του 0,6 υποδηλώνει ένα αποδεκτό επίπεδο αξιοπιστίας (Ursachi, et al., 2013). Ένας εμπειρικός κανόνας για την ερμηνεία του Cronbach's Alpha που αφορά διχοτομικές ερωτήσεις ή ερωτήσεις της κλίμακας Likert είναι:

Cronbach's alpha	Internal consistency
$\alpha \geq 0.9$	Excellent
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Good
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Acceptable
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Questionable
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Poor
$0.5 > \alpha$	Unacceptable

Εικόνα 5. Cronbach's Alpha

Πηγή: (Statisticshowto, 2022)

1^ο Θέμα - Η σημαντικότητα της ΕΚΕ

Πίνακας 37. Reliability Statistics
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,744	3

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ελέγχεται μέσω 3 ερωτήσεων (N. Items=3). Η μελέτη αξιοπιστίας έδειξε Cronbach's Alpha=0,744. Καθώς η τιμή 0,744 είναι μεγαλύτερη από το όριο 0,6, λαμβάνεται ως αξιόπιστος ο έλεγχος. Παρατηρούμε πως αν η ερώτηση νούμερο 3 εξαιρεθεί, ο βαθμός αξιοπιστίας θα αυξηθεί (Cronbach's Alpha=0,777).

Πίνακας 38. Item-Total Statistics
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Χρήση_EKE	7,65	3,169	,685	,561
Σημαντική_EKE	8,07	2,896	,576	,652
Συμμετοχή_σε_EKE	8,27	2,832	,487	,777

2^ο Θέμα - Σημαντικότητα της Επιχειρησιακής Ηθικής

Πίνακας 39. Reliability Statistics
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,579	4

Η επιχειρησιακή ηθική, ελέγχεται μέσω 4 ερωτήσεων (N. of items=4). Η μελέτη αξιοπιστίας, έδειξε Cronbach's Alpha= 0,579, χωρίς να προκύπτει μεγαλύτερος βαθμός αξιοπιστίας σε περίπτωση που αφαιρεθεί κάποια εκ των ερωτήσεων. Καθώς το Cronbach's Alpha είναι μικρότερο από 0,6, ο έλεγχος θεωρείται οριακά χαμηλής αξιοπιστίας.

Πίνακας 40. Item-Total Statistics
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ηθικά_Μέσα_ΕΚΕ	11,26	5,370	,337	,529
Κώδικας_Δεοντολογίας	9,84	6,257	,384	,505
Βαθμός_Ηθικής	10,65	5,552	,348	,518
Δημοσίευση_ΕΚΕ	10,64	5,001	,397	,478

3^ο Θέμα – Δράσεις ΕΚΕ Ελληνικών Επιχειρήσεων κατά την Πανδημία COVID-19.

Πίνακας 41. Reliability Statistics
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	4

Οι δράσεις ΕΚΕ των Ελληνικών Επιχειρήσεων κατά την Πανδημία του COVID-19, ελέγχεται μέσω 4 ερωτήσεων (N. Of items=4). Η μελέτη αξιοπιστίας, έδειξε τον δείκτη Cronbach's Alpha=0,669. Η τιμή 0,669 είναι μεγαλύτερη από 0,6, άρα ο έλεγχος κρίνεται αξιόπιστος. Ο μέγιστος δείκτης Cronbach's Alpha που

προκύπτει από τον έλεγχο είναι ο μεγαλύτερος, άρα δεν επιδέχεται παράβλεψη κάποιας εκ των ερωτήσεων.

Πίνακας 42. Item-Total Statistics
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Κλάδος_Υγείας_Πανδημία	8,78	5,091	,377	,655
Κοινωνική_Ευαισθησία_Πανδημία	9,73	5,119	,455	,599
Δράσεις_EKE_Lockdown	9,85	4,988	,448	,604
Ειλικρίνεια_EKE_Πανδημία	10,00	5,059	,535	,551

Αξιοπιστία του συνόλου του ερωτηματολογίου

Ο μέγιστος δείκτης που προκύπτει από τον έλεγχο αξιοπιστίας του συνόλου του ερωτηματολογίου είναι Cronbach's Alpha=0,795. Καθώς η βαθμολογία είναι μεγαλύτερη από 0,6 το δείγμα κρίνεται αξιόπιστο.

Πίνακας 43. Reliability Statistics
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,795	10

Πίνακας 44. Item-Total Statistics
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Μόρφωση	32,92	33,537	,316	,793
Χρήση_EKE	31,73	30,282	,649	,760
Σημαντική_EKE	32,14	29,820	,558	,767
Δημοσίευση_EKE	32,57	28,713	,525	,770
Συμμετοχή_σε_EKE	32,32	28,873	,575	,764
Ηθικά_Μέσα_EKE	33,16	30,705	,379	,790
Κώδικας_Δεοντολογίας	31,77	31,029	,550	,770
Βαθμός_Ηθικής	32,57	31,034	,389	,788
Κλάδος_Υγείας_Πανδημία	32,04	30,709	,427	,783
Ειλικρίνεια_EKE_Πανδημία	33,26	32,265	,370	,788

6.4 Στατιστική Ανάλυση Ερωτηματολογίου

6.4.1 Crosstabs και Chi-Square Test

Ακολουθεί η στατιστική ανάλυση του ερωτηματολογίου, κατά την οποία συσχετίζονται μεταβλητές οι οποίες προκύπτουν από τις ερωτήσεις που τέθηκαν προς απάντηση και στις οποίες χρησιμοποιείται η Διασταύρωση Πινάκων (Crosstabs), μία δυνατότητα που έχει σκοπό τη δημιουργία δισδιάστατων περιγραφικών πινάκων συνάφειας, μεταξύ ποιοτικών διακριτών μεταβλητών και χρησιμοποιείται για τη σύγκριση και τον έλεγχο συσχέτισης (Χαλικιάς, et al., 2015).

Αμέσως μετά γίνεται ο έλεγχος Chi-Square Test (χ^2 test), κατά τον οποίο δοκιμάζονται οι υποθέσεις και ελέγχονται οι σχέσεις μεταξύ ποιοτικών μεταβλητών. Αν οι τιμές που προκύπτουν, δείχνουν κατά πόσο οι διαφορές μεταξύ των μεταβλητών είναι πραγματικές ή οφείλονται σε τυχαία διακύμανση.

Οι υποθέσεις που εξετάζονται είναι:

H_0 = Δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

H_1 =Υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Την υπόθεση H_0 την ονομάζουμε μηδενική υπόθεση (null hypothesis) και την υπόθεση H_1 την ονομάζουμε εναλλακτική υπόθεση (alternative hypothesis).

Crosstabs με βάση το φύλο

Πίνακας 45. Φύλο*Αγορά Προϊόντος ΕΚΕ
Φύλο *⁸ Αγορά_Προϊόντος_ΕΚΕ Crosstabulation

		Αγορά_Προϊόντος_ΕΚΕ		Total	
		Ναι	Όχι		
Φύλο	Θηλυκό	Count	79	36	115
		Expected Count	71,9	43,1	115,0
		% within Φύλο	68,7%	31,3%	100,0%
		% within Αγορά_Προϊόντος_ΕΚΕ	62,2%	47,4%	56,7%
		% of Total	38,9%	17,7%	56,7%
		Αρσενικό	Αρσενικό	Count	48
Expected Count	55,1			32,9	88,0
% within Φύλο	54,5%			45,5%	100,0%
% within Αγορά_Προϊόντος_ΕΚΕ	37,8%			52,6%	43,3%
% of Total	23,6%			19,7%	43,3%
Total	Count			127	76

⁸ όπου το πρόσημο «*» δημιουργείται από το SPSS και έχει το ρόλο του διαχωρισμού των μεταβλητών που υπόκεινται σε επεξεργασία, ανάλυση, και ούτω καθεξής, ανάλογα με την περίπτωση.

Expected Count	127,0	76,0	203,0
% within Φύλο	62,6%	37,4%	100,0%
% within Αγορά_Προϊόντος_EKE	100,0%	100,0%	100,0%
% of Total	62,6%	37,4%	100,0%

Πίνακας 46. Chi-Square Tests
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,262 ^a	1	,039		
Continuity Correction ^b	3,679	1	,055		
Likelihood Ratio	4,253	1	,039		
Fisher's Exact Test				,042	,028
Linear-by-Linear Association	4,241	1	,039		
N of Valid Cases	203				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,95.

b. Computed only for a 2x2 table

Χρησιμοποιούμε το Chi-Square Test, για να προσδιορίσουμε αν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ φύλου και Αγοράς Προϊόντος ΕΚΕ, δηλαδή αν είναι πραγματικές οι διαφορές των συχνοτήτων των κυψελών του πίνακα 46. Στην αρχική γραμμή του πίνακα εμφανίζεται ο δείκτης χ^2 και ονομάζεται Pearson Chi-Square. Στην αρχική στήλη εμφανίζεται η τιμή της αξίας ή αλλιώς Value και στις διπλάνες εμφανίζεται ο δείκτης ελευθερίας df και ο δείκτης σημαντικότητας. Στατιστικώς σημαντικές θεωρούνται οι συσχετίσεις οι οποίες παρουσιάζουν τιμές μικρότερες του $p=0,05$, δηλαδή οι μεταβλητές οι οποίες ερευνώνται, εξαρτώνται η μία από την άλλη. Άρα, εξετάζοντας τις δύο μεταβλητές Φύλο*Αγορά Προϊόντος ΕΚΕ, αντιλαμβανόμαστε πως υπάρχει εξάρτηση μεταξύ τους καθώς, ο δείκτης σημαντικότητας του Pearson Chi-Square είναι $=0,039 < p=0,05$.

Ο πίνακας 45, δείχνει ότι 127 άτομα από τα 203, αγόρασαν το προϊόν το οποίο σχετιζόταν με δράση ΕΚΕ κατά την πανδημία με την πλειοψηφία αυτών να είναι γυναίκες, έχοντας το ποσοστό του 68,7%.

Πίνακας 47. Φύλο*Πεδίο ΕΚΕ
Φύλο * Πεδίο_ΕΚΕ Crosstabulation

Φύλο	Θηλυκό	Count	Πεδίο_ΕΚΕ				Total	
			Πολτισμ ό	Εκπαίδευση	Περιβάλλον- Αειφόρος Ανάπτυξη	Υγεία		Κοινωνικά Προβλήματα
			11	22	18	23	41	115

	Expected Count	9,6	22,5	23,1	20,9	38,9	115,0
	% within Φύλο	9,6%	19,1%	15,7%	20,0%	35,7%	100,0%
	% within Πεδίο_EKE	64,7%	55,0%	43,9%	62,2%	59,4%	56,4%
	% of Total	5,4%	10,8%	8,8%	11,3%	20,1%	56,4%
Αρσενικ ό	Count	6	18	23	14	28	89
	Expected Count	7,4	17,5	17,9	16,1	30,1	89,0
	% within Φύλο	6,7%	20,2%	25,8%	15,7%	31,5%	100,0%
	% within Πεδίο_EKE	35,3%	45,0%	56,1%	37,8%	40,6%	43,6%
	% of Total	2,9%	8,8%	11,3%	6,9%	13,7%	43,6%
Total	Count	17	40	41	37	69	204
	Expected Count	17,0	40,0	41,0	37,0	69,0	204,0
	% within Φύλο	8,3%	19,6%	20,1%	18,1%	33,8%	100,0%
	% within Πεδίο_EKE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	8,3%	19,6%	20,1%	18,1%	33,8%	100,0%

Πίνακας 48. Chi-Square Tests
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3,868 ^a	4	,424
Likelihood Ratio	3,857	4	,426
Linear-by-Linear Association	,180	1	,671
N of Valid Cases	204		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,42.

Το Pearson Chi-Square, στη συγκεκριμένη υπόθεση είναι $p=0,424$, δηλαδή μεγαλύτερο από το $p=0,05$. Η σχέση μπορεί να μην είναι στατιστικά σημαντική, όμως παρουσιάζει ενδιαφέρον η προτίμηση των ατόμων για το πεδίο ΕΚΕ της επιχείρησης που εργάζονται, συγκεντρώνοντας το πεδίο «κοινωνικά προβλήματα» το μεγαλύτερο ποσοστό προτίμησης με ποσοστό 33,8%.

Πίνακας 49. Φύλο*Κερδοφορία ΕΚΕ
Φύλο * Κερδοφορία_ΕΚΕ Crosstabulation

			Κερδοφορία_ΕΚΕ			Total
			Ναι	Όχι	Ίσως	
Φύλο	Θηλυκό	Count	76	3	35	114
		Expected Count	70,2	6,2	37,6	114,0
		% within Φύλο	66,7%	2,6%	30,7%	100,0%
		% within Κερδοφορία_ΕΚΕ	60,8%	27,3%	52,2%	56,2%
		% of Total	37,4%	1,5%	17,2%	56,2%
	Αρσενικό	Count	49	8	32	89
		Expected Count	54,8	4,8	29,4	89,0
		% within Φύλο	55,1%	9,0%	36,0%	100,0%
		% within Κερδοφορία_ΕΚΕ	39,2%	72,7%	47,8%	43,8%
		% of Total	24,1%	3,9%	15,8%	43,8%
Total	Count	125	11	67	203	
	Expected Count	125,0	11,0	67,0	203,0	
	% within Φύλο	61,6%	5,4%	33,0%	100,0%	
	% within Κερδοφορία_ΕΚΕ	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	61,6%	5,4%	33,0%	100,0%	

Πίνακας 50. Chi-Square Tests
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,240 ^a	2	,073
Likelihood Ratio	5,284	2	,071
Linear-by-Linear Association	1,637	1	,201
N of Valid Cases	203		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,82.

Το Pearson Chi-Square, δείχνει πως οριακά θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η σχέση στατιστικά σημαντική, συγκεντρώνοντας μεγαλύτερο ενδιαφέρον η διάθεση των γυναικών να στηρίζουν δράσεις ΕΚΕ, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους την υπόθεση του κέρδους από την επιχείρηση με ποσοστό 66,7%. Στο σύνολο τους τα άτομα στηρίζουν επιχειρήσεις με πλούσια δράση ΕΚΕ και με μεγάλη κερδοφορία σε ποσοστό 61,6%.

Πίνακας 51. Μόρφωση*Έργο ΕΚΕ
Μόρφωση * Έργο_ΕΚΕ Crosstabulation

		Έργο_ΕΚΕ					Total	
		Εταιρική Φιλανθρωπία	Εταιρικό Εθελοντισμό	Κοινωνικό Μάρκετινγκ	Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές	Προώθησ η Σκόπου- Μάρκετινγ κ Σκοπού		
Μόρφωση	Υποχρεωτική Εκπαίδευση	Count	4	0	2	0	0	6
		Expected Count	2,1	1,4	,8	1,5	,2	6,0
		% within Μόρφωση	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within Έργο_ΕΚΕ	5,7%	0,0%	7,7%	0,0%	0,0%	3,0%
		% of Total	2,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	3,0%
	Δευτεροβάθμια	Count	14	8	7	2	1	32
		Expected Count	11,0	7,4	4,1	8,2	1,3	32,0
		% within Μόρφωση	43,8%	25,0%	21,9%	6,3%	3,1%	100,0%
		% within Έργο_ΕΚΕ	20,0%	17,0%	26,9%	3,8%	12,5%	15,8%
		% of Total	6,9%	3,9%	3,4%	1,0%	0,5%	15,8%
	Τριτοβάθμια	Count	34	22	11	20	5	92
		Expected Count	31,7	21,3	11,8	23,6	3,6	92,0
		% within Μόρφωση	37,0%	23,9%	12,0%	21,7%	5,4%	100,0%
		% within Έργο_ΕΚΕ	48,6%	46,8%	42,3%	38,5%	62,5%	45,3%
		% of Total	16,7%	10,8%	5,4%	9,9%	2,5%	45,3%
Κάτοχος Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού	Count	18	17	6	30	2	73	
	Expected Count	25,2	16,9	9,3	18,7	2,9	73,0	
	% within Μόρφωση	24,7%	23,3%	8,2%	41,1%	2,7%	100,0%	
	% within Έργο_ΕΚΕ	25,7%	36,2%	23,1%	57,7%	25,0%	36,0%	
	% of Total	8,9%	8,4%	3,0%	14,8%	1,0%	36,0%	
Total	Count	70	47	26	52	8	203	

Expected Count	70,0	47,0	26,0	52,0	8,0	203,0
% within Μόρφωση	34,5%	23,2%	12,8%	25,6%	3,9%	100,0%
% within Έργο_EKE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% of Total	34,5%	23,2%	12,8%	25,6%	3,9%	100,0%

Πίνακας 52. Chi-Square Tests
Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	26,216 ^a	12	,010
Likelihood Ratio	29,359	12	,003
Linear-by-Linear Association	10,032	1	,002
N of Valid Cases	203		

a. 9 cells (45,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

Παρατηρώντας τον πίνακα 52, παρατηρούμε πως υπάρχει σημαντική εξάρτηση μεταξύ των μεταβλητών επίπεδο μόρφωσης και κατηγορία-πρωτοβουλία έργου ΕΚΕ που τα άτομα θα χρηματοδοτούσαν, καθώς το $significance=0,010$, δηλαδή μικρότερο του $p=0,05$. Η κατηγορία έργου Εταιρική Φιλανθρωπία, συγκεντρώνει τις περισσότερες προτιμήσεις με 70 άτομα από τα 203 να την επιλέγουν, ενώ από τα άτομα που έχουν υποστεί την Υποχρεωτική Εκπαίδευση προτιμούν την εταιρική φιλανθρωπία με ποσοστό 66,7% και οι κάτοχοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού τίτλου, προτιμούν τις «Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές» με ποσοστό 41,1%.

Πίνακας 53. ΜόρφωσηΕμβέλεια ΕΚΕ**
Μόρφωση * Εμβέλεια_EKE Crosstabulation

		Εμβέλεια_EKE			Total	
		Τοπικό	Εθνικό	Διεθνές		
Μόρφωση	Υποχρεωτική Εκπαίδευση	Count	6	0	0	6
		Expected Count	4,0	1,7	,3	6,0
		% within Μόρφωση	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within Εμβέλεια_EKE	4,7%	0,0%	0,0%	3,1%
		% of Total	3,1%	0,0%	0,0%	3,1%
Δευτεροβάθμια		Count	24	6	1	31
		Expected Count	20,5	8,9	1,6	31,0

	% within Μόρφωση	77,4%	19,4%	3,2%	100,0%
	% within Εμβέλεια_EKE	18,8%	10,7%	10,0%	16,0%
	% of Total	12,4%	3,1%	0,5%	16,0%
Τριτοβάθμια	Count	60	23	7	90
	Expected Count	59,4	26,0	4,6	90,0
	% within Μόρφωση	66,7%	25,6%	7,8%	100,0%
	% within Εμβέλεια_EKE	46,9%	41,1%	70,0%	46,4%
	% of Total	30,9%	11,9%	3,6%	46,4%
Κάτοχος Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού	Count	38	27	2	67
	Expected Count	44,2	19,3	3,5	67,0
	% within Μόρφωση	56,7%	40,3%	3,0%	100,0%
	% within Εμβέλεια_EKE	29,7%	48,2%	20,0%	34,5%
	% of Total	19,6%	13,9%	1,0%	34,5%
Total	Count	128	56	10	194
	Expected Count	128,0	56,0	10,0	194,0
	% within Μόρφωση	66,0%	28,9%	5,2%	100,0%
	% within Εμβέλεια_EKE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total	66,0%	28,9%	5,2%	100,0%

Πίνακας 54. Chi-Square Tests Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	10,970 ^a	6	,089
Likelihood Ratio	12,665	6	,049
Linear-by-Linear Association	4,527	1	,033
N of Valid Cases	194		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,31.

Από τον πίνακα 54 παρατηρούμε πως οριακά η συσχέτιση επίπεδο μόρφωσης και συμμετοχή σε δράση ΕΚΕ, αναλόγως του επιπέδου εμβέλειας δεν είναι στατιστικά σημαντική. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός, πως οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων ανήκουν στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και επέλεξαν το τοπικό επίπεδο για να στηρίξουν πράξεις ΕΚΕ με ποσοστό το 66,7%.

Πίνακας 55. Μόρφωση*ΜΜΕ ΕΚΕ
Μόρφωση * ΜΜΕ_ΕΚΕ Crosstabulation

		ΜΜΕ_ΕΚΕ				Total	
		Διαδίκτυο	Ετήσιες Εκθέσεις	Τηλεόραση	Έντυπα, Έγγραφα, Τύπος		
Μόρφωση	Υποχρεωτική Εκπαίδευση	Count	5	0	1	0	6
		Expected Count	3,8	,2	1,2	,7	6,0
		% within Μόρφωση	83,3%	0,0%	16,7%	0,0%	100,0%
		% within ΜΜΕ_ΕΚΕ	3,8%	0,0%	2,4%	0,0%	3,0%
		% of Total	2,5%	0,0%	0,5%	0,0%	3,0%
	Δευτεροβάθμια	Count	22	1	6	3	32
		Expected Count	20,5	1,3	6,6	3,6	32,0
		% within Μόρφωση	68,8%	3,1%	18,8%	9,4%	100,0%
		% within ΜΜΕ_ΕΚΕ	16,9%	12,5%	14,3%	13,0%	15,8%
		% of Total	10,8%	0,5%	3,0%	1,5%	15,8%
	Τριτοβάθμια	Count	58	4	20	10	92
		Expected Count	58,9	3,6	19,0	10,4	92,0
		% within Μόρφωση	63,0%	4,3%	21,7%	10,9%	100,0%
		% within ΜΜΕ_ΕΚΕ	44,6%	50,0%	47,6%	43,5%	45,3%
		% of Total	28,6%	2,0%	9,9%	4,9%	45,3%
Κάτοχος Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού	Count	45	3	15	10	73	
	Expected Count	46,7	2,9	15,1	8,3	73,0	
	% within Μόρφωση	61,6%	4,1%	20,5%	13,7%	100,0%	
	% within ΜΜΕ_ΕΚΕ	34,6%	37,5%	35,7%	43,5%	36,0%	
	% of Total	22,2%	1,5%	7,4%	4,9%	36,0%	
Total	Count	130	8	42	23	203	
	Expected Count	130,0	8,0	42,0	23,0	203,0	
	% within Μόρφωση	64,0%	3,9%	20,7%	11,3%	100,0%	
	% within ΜΜΕ_ΕΚΕ	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	64,0%	3,9%	20,7%	11,3%	100,0%	

Πίνακας 56. Chi-Square Tests
Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2,195 ^a	9	,988
Likelihood Ratio	3,071	9	,961
Linear-by-Linear Association	1,242	1	,265
N of Valid Cases	203		

a. 8 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

Παρατηρείται στον πίνακα 56 πως οι μεταβλητές δεν παρουσιάζουν συσχέτιση με το $p=0,988 > 0,05$ που είναι και το όριο προσδιορισμού. Ωστόσο, σημαντική είναι η πληροφορία που δίνεται από τη συγκεκριμένη συσχέτιση πως τα άτομα συναντούν πιο συχνά δημοσιευμένες τις πράξεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων στο διαδίκτυο, επιλέγοντας αυτό το μέσο οι 130 από τους 203 ερωτηθέντες.

Συμπεράσματα

Η εργασία αυτή, στηριζόμενη στις απόψεις των Ελλήνων, έβγαλε στο προσκήνιο ισχυρούς δεσμούς και έντονες συσχετίσεις για τις σχέσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, της Επιχειρησιακής Ηθικής και των δράσεων ΕΚΕ των Ελληνικών Επιχειρήσεων και οργανισμών τα τελευταία χρόνια που η πανδημία του SARS COV-2 έκανε την εμφάνιση της. Η μελέτη αυτή υποστηρίζει θεωρίες και έρευνες προηγούμενων ετών και επισημαίνει τη διάσταση της ΕΚΕ τη σημερινή εποχή του κορονοϊού και τις διαφορές που ίσως έχουν προκύψει λόγω της πανδημίας.

Για τον αρχικό στόχο της συγκεκριμένης έρευνας κατέστη εφικτή η προσφορά πληροφόρησης για την ΕΚΕ, την Επιχειρησιακή Ηθική και των δράσεων των Επιχειρήσεων. Σε πρώτη φάση, η έρευνα αυτή προσέφερε πληροφορίες για τη σημαντικότητα που πλέον έχουν οι κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις και το μέγεθος του επηρεασμού που προσφέρει σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Μελετώντας την εσωτερική κοινωνική ευθύνη, παρατηρήσαμε νέες τάσεις που δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια, εξετάζοντας θέματα όπως η επιλογή της επιχείρησης που ο εργαζόμενος προτιμάει να προσφέρει τις υπηρεσίες του ανάλογα με το μέγεθος και τον τύπο των δράσεων που αναλαμβάνει η εκάστοτε επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί υπεύθυνα. Μελετώντας την εξωτερική κοινωνική ευθύνη, παρατηρήσαμε καινούργιες καταναλωτικές διαθέσεις, όπως για παράδειγμα η προτεραιότητα που επιδεικνύουν οι καταναλωτές των νεότερων γενεών να υποστηρίζουν, χρηματοδοτώντας επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται υπεύθυνα.

Έγινε αναφορά σε παλαιότερες έρευνες και τέθηκαν ζητήματα, τα οποία επαληθεύτηκαν όπως αυτό των δημοσιεύσεων πράξεων ΕΚΕ με τη χρήση των οποίων οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις, που τις διενεργούν, επωφελούνται. Περί ηθικής ο λόγος και δη περί επιχειρησιακής ηθικής κατά τη μελέτη της οποίας διαπιστώθηκε η σημαντικότητα της, παίρνοντας τέτοιες διαστάσεις ισχυρότερες και από αυτές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η χρήση επιχειρησιακού κώδικα δεοντολογίας κρίθηκε απαραίτητη, καθώς με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζονται διάφορες προεκτάσεις της εργασιακής δραστηριότητας. Η ηθική έχει πλέον διευρύνει τη σημασία της, καθώς είναι αλληλένδετη με όρους όπως η βιωσιμότητα, η ποιότητα ζωής και η προστασία του περιβάλλοντος. Η ηθική στη βιωσιμότητα είναι απαραίτητη και ορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι σημερινές γενιές οφείλουν να προετοιμάσουν το έδαφος για τις επόμενες γενιές ώστε και αυτές να τύχουν αυξημένης ποιότητας ζωής.

Στις ετήσιες εκθέσεις των εταιρειών που βραβεύονται για τις δράσεις ΕΚΕ που διενεργούν, συναντάμε όρους όπως βιωσιμότητα, αειφορία, προστασία του περιβάλλοντος, βιώσιμη ανάπτυξη, ασφάλεια στην εργασία, υγεία και ευεξία, νεανική επιχειρηματικότητα, άνθρωποι και τοπικές κοινωνίες, εθελοντισμός, συνεργασία, διασφάλιση ποιότητας προϊόντων και πιστοποιήσεις, ανακύκλωση, εθελοντισμός και φιλανθρωπία.

Στις τελευταίες ετήσιες εκθέσεις των εταιρειών, πολύ συχνά εμφανίζονται όροι όπως νοσηλεία, κατάλληλες συνθήκες εργασίες, τηλεργασία και αντιμετώπιση πανδημίας. Όροι οι οποίοι μπορεί να υπήρχαν και παλαιότερα, όμως πλέον έχουν

ισχυροποιηθεί. Οι δράσεις πλέον των εταιρειών κατά τη διάρκεια της πανδημίας, έχουν να κάνουν με δωρεές αναβάθμισης νοσοκομειακών υπηρεσιών, με μέριμνες για βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ευπαθών ομάδων, με μέτρα προστασίας, στηρίζοντας τις τοπικές κοινωνίες με ιατρικό και τεχνολογικό εξοπλισμό νοσοκομείων και κέντρων υγείας, με δωρεές κλινών σε Μονάδες Εντατικής Θεραπείας, με στήριξη του Εθνικού Συστήματος Υγείας (ΕΣΥ) και ενισχύοντας Νοσοκομεία και Κέντρα Υγείας, σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας.

Στα πλαίσια αυτά, η παρούσα εργασία, διερευνά τις απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών αναφορικά με την ΕΚΕ, την Ε.Η. και τις δράσεις ΕΚΕ των Ελληνικών Επιχειρήσεων κατά την COVID εποχή. Με αυτό τον τρόπο, οδηγηθήκαμε στη δημιουργία των υποθέσεων, καταλήγοντας ως εξής.

Υπόθεση 1. Οι Έλληνες ενδιαφερόμενοι, στηρίζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται υπεύθυνα, με τη διαδικασία της αγοράς προϊόντων.

Το γυναικείο φύλο, είναι αυτό που επιδεικνύει μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τη στήριξη δράσεων ΕΚΕ, αγοράζοντας προϊόντα με ποσοστό 68,7%, ενώ οι άντρες και αυτοί δείχνουν έντονο ενδιαφέρον, αγοράζοντας προϊόντα που συνδέονται με πράξεις ΕΚΕ το 54,5%. Επομένως, θεωρείται πως το ενδιαφέρον στήριξης επιχειρήσεων με δράσεις ΕΚΕ είναι έκδηλο και ισχύει η υπόθεση.

Υπόθεση 2. Το πεδίο ΕΚΕ που επιλέγει η επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί, ενδιαφέρει τον Έλληνα πολίτη.

Η υπόθεση αυτή δε συσχετίζεται, όμως υπάρχουν στοιχεία που ενδιαφέρουν τον ερευνητή. Μπορεί να μην διαδραματίζει ιδιαίτερο ρόλο το πεδίο ΕΚΕ στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση, όμως τα Κοινωνικά προβλήματα είναι το πεδίο που συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των Ελλήνων. Ενώ θα περιμέναμε το πεδίο της Υγείας να καταλαμβάνει υψηλότερη θέση λόγω πανδημίας, στην προτίμηση των ενδιαφερομένων, αντιθέτως με μικρή διαφορά είναι πίσω από τα πεδία της Αειφόρου Ανάπτυξης και της Εκπαίδευσης.

Υπόθεση 3. Οι Έλληνες θα στήριζαν μία επιχείρηση με πλούσια δράση ΕΚΕ, αλλά και με μεγάλη κερδοφορία.

Καθώς η συσχέτιση είναι χαμηλή σε αυτή την υπόθεση, συμπεραίνουμε πως ο Έλληνας στηρίζει δράσεις ΕΚΕ ανεξάρτητα από τις απολαβές που μπορεί να έχει η επιχείρηση που τις διενεργεί. Η υπόθεση αυτή έρχεται να επιβεβαιώσει την πρώτη υπόθεση, σημειώνοντας το γυναικείο φύλο περισσότερο διαθέσιμο στη στήριξη δράσεων ΕΚΕ, με ποσοστό 60,8%, σε αντιδιαστολή με τους άνδρες οι οποίοι θα στήριζαν κερδοφόρες επιχειρήσεις καταλαμβάνοντας το 39,2%.

Υπόθεση 4. Η επιλογή για χρηματοδότηση κατηγορίας έργου ΕΚΕ, εξαρτάται από το επίπεδο μόρφωσης των Ελλήνων.

Η συσχέτιση σε αυτή την υπόθεση είναι ισχυρή. Τα στατιστικά ευρήματα, έδειξαν πως η επιλογή για χρηματοδότηση δράσης ΕΚΕ, σύμφωνα με την κατηγορία έργου, εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο του Έλληνα. Τα ευχάριστα νέα που προκύπτουν από τη στατιστική ανάλυση των ευρημάτων είναι πως οι Έλληνες με επίπεδο μόρφωσης την υποχρεωτική εκπαίδευση, είναι πλέον ελάχιστοι και επιλέγουν η πλειοψηφία τους την Εταιρική Φιλανθρωπία. Οι Έλληνες οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, επιλέγουν ως επί το πλείστον και αυτοί

την εταιρική φιλανθρωπία, όπως και όσοι έχουν αποφοιτήσει από την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου ή διδακτορικού, επιλέγουν τις κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές ως κατηγορία έργου. Άρα, όσο αυξάνεται το επίπεδο μόρφωσης, αλλάζει η προτίμηση του Έλληνα για την κατηγορία ΕΚΕ που θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση την οποία επιλέγει να χρηματοδοτήσει.

Υπόθεση 5. Το επίπεδο εμπέλειας στο οποίο συμμετέχει ο Έλληνας, χρηματοδοτώντας δράση ΕΚΕ, εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο.

Οριακή είναι η συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών, μορφωτικό επίπεδο και επίπεδο εμπέλειας ΕΚΕ. Παρατηρούμε από τη στατιστική ανάλυση, πως την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των Ελλήνων, καταλαμβάνουν οι δράσεις ΕΚΕ που αφορούν το τοπικό επίπεδο εμπέλειας, ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου. Τη δεύτερη θέση, λαμβάνουν οι δράσεις εθνικού επιπέδου και τελευταία επιλογή αποτελούν οι δράσεις διεθνούς εμπέλειας με ποσοστό 5,2%.

Υπόθεση 6. Το μέσο το οποίο επιλέγει ο Έλληνας να συναντά δημοσιεύσεις πράξεων ΕΚΕ, εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο.

Ερευνώντας στατιστικά την υπόθεση δεν προκύπτει συσχέτιση, άρα δεν εξαρτάται από το μορφωτικό επίπεδο του Έλληνα το μέσο που θα επιλέξει ο Έλληνας προκειμένου να ενημερωθεί για πράξεις ΕΚΕ των Ελληνικών Επιχειρήσεων. Ενδιαφέρον παρουσιάζει κατά την ανάλυση δεδομένων, το γεγονός πως το διαδίκτυο καταλαμβάνει την πρώτη θέση (64%) στην ενημέρωση του Έλληνα για δράσεις ΕΚΕ, ανεξαρτήτως μορφωτικού επιπέδου.

Τέλος, από την ανάλυση των τριών θεμάτων που προέκυψαν από την ερευνητική διαδικασία, αναφέρουμε τα πλέον σπουδαία ευρήματα: α) Οι Έλληνες ενδιαφερόμενοι, συμφωνούν με τη χρήση ΕΚΕ από τις Ελληνικές Επιχειρήσεις, καθώς τη θεωρούν πολύ σημαντική, β) η χρήση επιχειρησιακού κώδικα δεοντολογίας για κάθε εργαζόμενο είναι απαραίτητη και γ) η χρηματοδότηση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της Υγείας είναι πρώτιστης σημασίας.

Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα στο μέλλον- Προτάσεις για Επιχειρήσεις

Ενδιαφέρον για μελλοντική έρευνα παρουσιάζει η γενίκευση του θέματος, καθώς και η δυνατότητα σύγκρισης δράσεων ΕΚΕ ελληνικών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων του εξωτερικού. Με την αυξητική τάση που επιδεικνύει η εταιρική υπευθυνότητα, ενδεχομένως μία έρευνα για τις μεταβολές που έχει υποστεί ανά τα χρόνια σε μεγαλύτερη κλίμακα να έχει ενδιαφέρον. Μία ακόμη πρόταση για μελλοντική έρευνα, είναι η επιλογή κατηγορίας έργου ΕΚΕ σε συσχέτιση με τις γενιές των εργαζόμενων, όπως και η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που αυτή επιφέρει.

Καθώς η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε εν μέσω πανδημίας, η ερευνητική προσπάθεια αντιμετώπισε κάποιους περιορισμούς. Ενδεχομένως, μία περαιτέρω έρευνα στο μέλλον να αποφέρει περισσότερα και πιο αξιόπιστα αποτελέσματα, ίσως μετά το πέρας της πανδημίας.

Ακολουθούν μερικές προτάσεις προς τις επιχειρήσεις που λειτουργούν με γνώμονα την κοινωνική υπευθυνότητα και τους οργανισμούς, τους οποίους είναι στα

άμεσα σχέδια τους, η χρήση ΕΚΕ. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να δώσουν βαρύτητα σε δράσεις ανάλογες με το μέγεθος τους. Διερευνητικά, προέκυψε πως οι Έλληνες τείνουν να χρηματοδοτήσουν δράσεις διεθνούς βεληνεκούς, συναντούν όμως εμπόδια στην εύρεση τέτοιων δράσεων. Ενδεχομένως, η πληροφόρηση που λαμβάνουν να έχει περιορισμούς λόγω του μέσου που επικοινωνούνται οι δράσεις ΕΚΕ ή οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται με υπευθυνότητα αγνοούν τη συνεργατικότητα σε θέματα κοινωνικά ευαίσθητα, με αποτέλεσμα οι περισσότερες εκ των δράσεων να έχουν τοπικό αντίκτυπο.

Μια ακόμα πρόταση προς τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις είναι η επιλογή εργατικού προσωπικού, η οποία θα πρέπει να συνάδει με τις κοινωνικά υπεύθυνες νόρμες που υιοθετεί. Από την έρευνα που διεξήχθη, διαπιστώθηκε πως η επιλογή εργοδότη στο μέλλον θα γίνεται από τον εν δυνάμει εργαζόμενο, με κριτήρια κοινωνικής υπευθυνότητας και επιχειρησιακής ηθικής, της εκάστοτε επιχείρησης.

Η σημαντικότητα της χρήσης ΕΚΕ πρέπει να λαμβάνεται ως δεδομένη. Εξαρτάται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, ο τρόπος αντιμετώπισης που θα επιδείξουν. Ο στόχος της βιωσιμότητας είναι μονόδρομος και ο τρόπος για να επιτευχθεί είναι η υπευθυνότητα.

Βιβλιογραφία

- Aegeanmotorway, 2021. *aegeanmotorway*. [Online]
Available at: <https://www.aegeanmotorway.gr/h-etairia/history/>
[Accessed 09 Δεκεμβρίου 2021].
- Aggarwal, A., 2021. *thecompany.ninja*. [Online]
Available at: https://thecompany.ninja/importance-of-csr-in-todays-world/#IMPORTANCE_OF_CSR
[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].
- Ajayi, O. A. & Mmutle, T., 2021. Corporate Reputation Through Strategic Communication of Corporate Social Responsibility. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), pp. 1-15.
- Anuradha, B. & Bagali, M. M., 2015. Corporate Social Responsibility & Purchase Behaviour of Customers and Shareholders: A Study on Indian Private Multinational Companies. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 3(9), pp. 268-280.
- Ariadne, 2021. *social-economy-training*. [Online]
Available at: <https://www.social-economy-training.eu/index.php/about-ariadne>
[Accessed 21 Νοεμβρίου 21].
- Baskin, J. & Gordon, K., 2005. "Corporate Responsibility Practices of Emerging Market Companies". OECD Working Papers on International Investment, 2005/03, OECD Publishing.
- Boatright, J. R. & Smith, J. D., 2017. *Ethics and the Conduct of Business*. Boston: PEARSON.
- Boone, D. A. & Boone, Jr, H. N., 2012. Analyzing Likert Data. *Journal of Extension*, 50(2).
- Bowen, R. H., 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Brothers.
- Campbell, J., 2018. Reflections on the 2017 Decade Award: Corporate Social Responsibility and the Financial Crisis. *Academy of Management Review*, Volume 43, pp. 546-556.
- Carroll, A., 2016. *Pressbooks*. [Online]
Available at: <https://ecampusontario.pressbooks.pub/businessfuncdn/chapter/article-carrolls-corporate-social-responsibility-pyramid/>
[Accessed 22 Νοεμβρίου 2021].
- Carroll, B. A., 1991. The Pyramid of corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational StakeholderP. *Business Horizons*, Juli, 34(4), pp. 39-48.
- Chopra, A. & Marriya, S., 2013. Corporate Social Responsibility and Education in India. *Issues and Ideas in Education*, 1(1), pp. 13-22.
- Clark, S., 2021. *reworked*. [Online]
Available at: <https://www.reworked.co/leadership/corporate-social-responsibility-in-todays-socially-and-politically-active-world/>
[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].
- Collier, E., 2018. *High Speed Training*. [Online]
Available at: <https://www.highspeedtraining.co.uk/hub/importance-of-corporate-social->

responsibility/

[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].

Commission of the European Communities, 2001. *Green Paper Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility.*, Brussels: COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES.

Coombs, T. W. & Holladay, S. J., 2013. The Pseudo-Panopticon: The Illusion Created by CSR-Related Transparency and The Internet. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(2).

Crowther, D. & Aras, G., 2008. *Corporate Social Responsibility*. [Online]

Available at:

https://my.uopeople.edu/pluginfile.php/57436/mod_book/chapter/121631/BUS5116.Crowther.Aras.CSR.pdf

[Accessed 23 Νοεμβρίου 2021].

CSR HELLAS, 2021. *CSR HELLAS*. [Online]

Available at: <https://csrhellas.org/csr-sdgs/>

[Accessed 11 Δεκεμβρίου 2021].

Csrhellas, 2021. *csrhellas*. [Online]

Available at: <https://csrhellas.org/member/ab-basilopoulos/>

[Accessed 05 Δεκεμβρίου 2021].

Dahlsrud, A., 2008. How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, January, 15(1), pp. 1-13.

De George, R. T., 2021. *bbvaopenmind*. [Online]

Available at: <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/a-history-of-business-ethics/>

[Accessed 13 Νοεμβρίου 2021].

Donaldson, J. & Fafaliou, I., 2003. Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Governance: a Review and Summary Critique.. *European Research Studies Journal*, January, VI(1-2), pp. 97-118.

Drucker, P. F., 1981. What is "business ethics"?. *The McKinsey Quarterly*.

Dubravská, M., Marchevská, M., Vašanicová, P. & Kotulic, R., 2020. Corporate Social Responsibility and Environmental Management Linkage: An Empirical Analysis of the Slovak Republic. *MDPI*, 12(13), p. 5431.

ECI, 2021. *ethics*. [Online]

Available at: <https://www.ethics.org/membership/who-are-eci-members/>

[Accessed 28 Δεκεμβρίου 2021].

EOA, 2021. *EOA*. [Online]

Available at: <https://www.ethics.org/the-eoa/>

[Accessed 13 Νοεμβρίου 2021].

Endrikat, J., Villiers, C. d., Guenther, T. W. & Guenther, E. M., 2021. Board Characteristics and Corporate Social Responsibility: A Meta-Analytic Investigation. *Business & Society*, 60(8), p. 2099–2135.

- EPA, 1969. *EPA*. [Online]
Available at: <https://www.epa.gov/laws-regulations/summary-national-environmental-policy-act>
[Accessed 13 Νοεμβρίου 2021].
- Euro2day, 2006. *euro2day*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103714/ta-ofelh-ths-eke.html>
[Πρόσβαση 05 Φεβρουαρίου 2022].
- European Parliament, 2006. *europarl*. [Online].
- Fatmawati, I. & Fauzan, N., 2021. Building Customer Trust through Corporate Social Responsibility: The Effects of Corporate Reputation and Word of Mouth. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), pp. 793-805.
- Fernando, J., 2021. *Investopedia*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/s/stakeholder.asp>
[Accessed 12 Οκτωβρίου 2021].
- Florida Tech, 2021. *FLORIDA TECH*. [Online]
Available at: <https://www.floridatechonline.com/blog/business/the-5-biggest-ethical-issues-facing-businesses/>
[Accessed 29 Νοεμβρίου 2021].
- Friedman, M., 1970. The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits. *The New York Times Magazine*, 13 September.
- GBES, 2021. *The State of Ethics & Compliance in the Workplace. A Look at Global Trends..* [Online]
Available at: <https://www.ethics.org/wp-content/uploads/2021-ECI-GBES-State-Ethics-Compliance-in-Workplace.pdf>
- Goodera, 2022. *Goodera*. [Online]
Available at: <https://goodera.com/blog/csr/technology-as-a-game-changer-for-csr/>
[Accessed 02 Φεβρουαρίου 2022].
- Grigoropoulos, J. E., 2019. The Role of Ethics in 21st Century Organizations. *International Journal of Progressive Education*, 15(2).
- Hamadi, B., 2021. *weforum*. [Online]
Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2021/10/how-your-brand-can-walk-the-csr-talk/>
[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].
- Hamidu, A. A., Haron, M. H. & Amran, A., 2015. Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives.. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), p. 13.
- He, H. & Harris, L., 2020. The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, Volume 116, pp. 176-182.
- Heyward, C., 2020. *Forbes*. [Online]
Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the->

[growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=1dc15f0f2283](https://www.researchgate.net/publication/351111111/growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?sh=1dc15f0f2283)

[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].

Holton, L., 2021. *myva360*. [Online]

Available at: <https://myva360.com/blog/8-ethical-issues-business-face-today>

[Accessed 22 Νοεμβρίου 2021].

Hou, T., 2019. The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Sustainable Financial Performance: Firm-Level Evidence from Taiwan. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Volume 26, pp. 19-28.

Howarth, R. B., 1992. Intergenerational Justice and the Chain of Obligation. *Environmental Values*, 1(2), p. 133–140.

Husted, B. W., 2015. Corporate Social Responsibility Practice from 1800-1914: Past Initiatives and Current Debates. *Business Ethics Quarterly*, Jan, 25(1), pp. 125-141.

Ikbale, T. & Hidajet, S., 2012. *The Dilemma of Business Ethics*. Romania, International Conference Emerging Markets Queries in Finance and Business, Petru Maior University of Tîrgu-Mures, ROMANIA, October 24th - 27th, pp. 555-559.

Ion, 2021. *ion*. [Online]

Available at: <https://ion.gr/el/quality>

[Accessed 09 Δεκεμβρίου 2021].

Ion, 2021. *ion*. [Online]

Available at: <https://ion.gr/>

[Accessed 09 Δεκεμβρίου 2021].

Johnson, K., 2021. *Global Environmental and Social Impact Report*, U.S.: Starbucks Corporation.

Jones, C., Parker, M. & Bos, R. t., 2005. *Business Ethics: A Critical Approach*. London and New York: Routledge.

Kibert, C. J., Thiele, L., Peterson, A. & Monroe, M., 2012. *The Ethics of Sustainability*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Kidwai, A., 2021. *FORTUNE*. [Online]

Available at: <https://fortune.com/2021/08/24/corporate-social-responsibility-esg-leadership/>

[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].

Kim, S. & Ferguson, T. M., 2014. Public Expectations of CSR Communication: What and How to Communicate CSR. *Public Relations Journal*, 8(3), pp. 1-22.

Kothari, C., 1984. *Quantitative Techniques*. 2nd ed. ed. New Delhi: Vikas Publishing House Pvt. Ltd..

Lamont, J. & Favor, C., 2017. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. [Online]

Available at: <https://plato.stanford.edu/entries/justice-distributive/>

[Accessed 29 Νοεμβρίου 2021].

- Lee, N. & Kotler, P., 2005. *Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc..
- LEGO, 2021. *LEGO*. [Online]
Available at: <https://www.lego.com/el-gr/sustainability/environment/environment/sustainable-packaging>
[Accessed 28 Δεκεμβρίου 2021].
- Levi Strauss & Co, 2021. *Levi Strauss & Co. Announces New Terms of Engagement for Its Global Supply Chain*. [Online]
Available at: <https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2019/03/Levi-Strauss-Co.-Announces-New-Terms-of-Engagement-for-Its-Global-Supply-Chain-undated.pdf>
- Locke, J., 1690. *Second Treatise: An Essay Concerning The True Original, Extent, and End of Civil Government*. London: Awnsham Churchill.
- Marrewijk, M. v., 2002. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*, Volume 44, pp. 95-105.
- Miller, K., 2020. *The Triple Bottom Line: What it is & Why it's Important*. [Online]
Available at: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>
[Accessed 16 Νοεμβρίου 2021].
- Moon, J., Crane, A. & Matten, D., 2005. Business Ethics Quarterly. *Business Ethics Quarterly*, 15(3), pp. 429-453.
- Murphy, C. B., 2021. *Investopedia*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/ask/answers/041015/why-social-responsibility-important-business.asp>
[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].
- Nafi, J., 2018. *Transparent Hands*. [Online]
Available at: <https://www.transparenthands.org/the-importance-of-corporate-social-responsibility-csr-in-todays-business/>
[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].
- Nestle, C. P., 2021. *Nestle*. [Online]
Available at: https://www.nestle.com/sites/default/files/2019-12/nestle-tackling-child-labor-report-2019-en.pdf?x_tr_sl=en&x_tr_tl=el&x_tr_hl=el&x_tr_pto=nui
- Norman, W., 2013. Business Ethics. In: *The International Encyclopedia of Ethics*. New York-Oxford: Wiley-Blackwell Publishing, p. 652–668.
- Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2009. *Corporate Social Responsibility in a Global Economy*, Norway: Norwegian Ministry of Foreign Affairs.
- Nwobu, O. A., 2020. *IntechOpen*. [Online]
Available at: <https://www.intechopen.com/online-first/74802>
[Accessed 02 Φεβρουαρίου 2022].
- OECD, 2015. *G20/OECD Principles of Corporate Governance*, Paris: OECD.
- OHIO UNIVERSITY, 2020. *OHIO UNIVERSITY*. [Online]
Available at: <https://onlinemasters.ohio.edu/blog/why-corporate-social-responsibility->

[matters-in-todays-society/](#)

[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].

Palma-Ruiz, J., Castillo-Apráiz, J. & Gómez Martínez, R., 2020. Socially Responsible Investing as a Competitive Strategy for Trading Companies in Times of Upheaval Amid COVID-19: Evidence from Spain. *International Journal of Financial Studies*, 8(3), p. 41.

Qiu, S. (. et al., 2021. Can Corporate Social Responsibility Protect Firm Value during the COVID-19 pandemic?. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 93.

Roddick, A., 2001. *Business as Unusual: The Triumph of Anita Roddick*. 1st ed. London: Thorsons.

Salesforce, 2021. *salesforce*. [Online]

Available at: <https://www.salesforce.com/products/sustainability-cloud/overview/>

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A., 2014. *Μέθοδοι Έρευνας στις Επιχειρήσεις και την Οικονομία*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Δίσιγμα.

Scooley, S., 2021. *BUSINESS NEWS DAILY*. [Online]

Available at: <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>
[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].

Slaper, T. F. & Hall, T. J., 2011. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?. *Indiana University Kelley School of Business, Indiana Business Research Center*, pp. 1-5.

Smith, A., 1984. *The Theory of Moral Sentiments (Glasgow Edition of the Works and Correspondence of Adam Smith): 01*. Oxford: Liberty Fund Inc.

Smith, N. C., 2003. *Corporate Social Responsibility: Not Whether, But How?*. London: London Business School.

Statisticshowto, 2022. *statisticshowto*. [Online]

Available at: <https://www.statisticshowto.com/probability-and-statistics/statistics-definitions/cronbachs-alpha-spss/>
[Accessed 16 Φεβρουαρίου 2022].

Thiroux, J. & Krasemann, K., 2007. *Ethics: Theory and Practice..* s.l.:Prentice Hall.

Treviño, L. K. & Nelson, K. A., 2011. *Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right*. 5th ed. USA: Wiley.

Twin, A., 2021. *Investopedia*. [Online]

Available at: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>

U.S. Department of Commerce, 2004. *Business Ethics : A Manual for Managing a Responsible Business Enterprise*, United States: U.S. Department of Commerce, International Trade Administration..

Unerman, J., 2008. Strategic Reputation Risk Management and Corporate Social Responsibility Reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(3), pp. 362-364.

Unesco, 2021. *Unesco*. [Online]

Available at: <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/what-is->

[esd/sd](#)

[Accessed 29 Νοεμβρίου 2021].

United Nations, 2015. *Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015*, United Nations: General Assembly.

United Nations, 2021. *United Nations*. [Online]

Available at: <https://sdgs.un.org/goals>

[Accessed 11 Δεκεμβρίου 2021].

Ursachi, G., Horodnic, I. A. & Zait, A., 2013. How Reliable are Measurement Scales? External Factors With Indirect Influence on Reliability Estimators. *Procedia Economics and Finance*, Volume 20, p. 679 – 686.

Vaughan, T., 2021. *Poppulo*. [Online]

Available at: <https://www.poppulo.com/blog/the-importance-of-corporate-social-responsibility-to-society>

[Accessed 21 Νοεμβρίου 2021].

Waddock, S. & Googins, K. B., 2011. *The Paradoxes of Communicating Corporate Social Responsibility*, in Ihlen, O., Bartlett, J. and May, S. (Eds), *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*. West Sussex: Wiley-Blackwell, Chichester.

Wheelen, T. L. & Hunger, J. D., 2012. *Strategic Management and Business Policy*. 13th ed. USA: Pearson.

Wikipedia, 2020. *wikipedia*. [Online]

Available at: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CE%9F%CE%9D>

[Accessed 09 Δεκεμβρίου 2021].

Wikipedia, 2020. *Wikipedia*. [Online]

Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Precautionary_principle

[Accessed 29 Νοεμβρίου 2021].

Wollen, P., 2013. *All-Creatures*. [Online]

Available at: <https://www.all-creatures.org/articles/ar-universal-charter-rights-species.html>

[Accessed 29 Νοεμβρίου 2021].

World's Most Ethical Companies, 2021. *worlds most ethical companies*. [Online]

Available at:

https://worldsmoethicalcompanies.com/honorees/?_hstc=259324510.1d0025310fe22105c4f2597cd1277295.1640893629888.1640893629888.1640893629888.1&_hssc=259324510.1.1640893629890&_hsfp=2240118470

[Accessed 28 Δεκεμβρίου 2021].

Aldoleopold, 2021. *Aldoleopold*. [Online]

Available at: <https://www.aldoleopold.org/about/the-land-ethic/>

[Accessed 29 Νοεμβρίου 2021].

Αράπη, Δ. & Μόλλα, Α., 2013. *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η Εφαρμογή της από τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις που Δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα*. Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.

Αριστοτέλης, 2006. *Ηθικά Νικομάχεια*. Θεσσαλονίκη: Ζήτρος.

Ασπρίδης, Γ. Μ., 2015. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη- Η Όψη του Ανθρώπινου Παράγοντα στην Επιχείρηση*.. Αθήνα: Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράματα και Βοηθήματα.

Γαλανόπουλος, Α., 2006. *Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως Μέσο Επίτευξης Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος στο Σύγχρονο Επιχειρηματικό Κόσμο*. Πειραιώς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Γκατσώνης, Δ., 2018. *Έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας 2018*, Λάρισα: Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου.

Γκατσώνης, Δ., 2020. *Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2020*, Λάρισα: Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου.

Γούναρης, Α., 2008. *Από την Επιχειρησιακή Ηθική στο Αναγκαστικό "Fair Play"*.. Αθήνα-Κομοτηνή: Αντ. Ν. Σάκκουλας.

ΔΕΠΑ, 2021. *ΔΕΠΑ*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://www.depa.gr>
[Πρόσβαση 07 Δεκεμβρίου 2021].

Δερβίση, Κ., 2019. *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Διεθνείς Επιχειρήσεις*. Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Εθνική Εκστρατεία Εμβολιασμού, 2021. *Εμβολιασμός κατά της COVID-19*.. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://emvolio.gov.gr/>

ΕΟΔΥ, 2021. *eody*. [Ηλεκτρονικό]
Available at: <https://eody.gov.gr/kroysmata-pneumonias-agnostis-aitiologias-stin-poli-wuhan-kina-odigies-gia-taxidiotes-ianoyarios-2020/>
[Πρόσβαση 28 Δεκεμβρίου 2021].

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2000. *Λευκή Βίβλος για την Περιβαλλοντική Ευθύνη*., Βρυξέλλες: ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2011. *Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών*.. [Ηλεκτρονικό].

Ζαρκαλής, Ν., 2020. *Έκθεση Βιώσιμης Ανάπτυξης 2020*, Αττική: Wind Ελλάς.

Ηλιού, Γ., 2021. *Η Απουσία Επιχειρηματικής Ηθικής Πυρήνας της Παγκόσμιας Κρίσης*.. ΚΕΡΔΟΣ.

ΊΟΝ, 2018. *Έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας 2018*, Πειραιάς: ΊΟΝ.

Μαχαίρα, Α., Σαπουνάκη, Α. & Αρχοντάκη, Χ., 2019. *Δράσεις Εταιρικής Υπευθυνότητας 2019*, Αθήνα: ΡΕΑΚ.

Μαχαίρα, Α., Σαπουνάκη, Α. & Αρχοντάκη, Χ., 2020. *Δράσεις Εταιρικής Υπευθυνότητας 2020*, Αθήνα: ΡΕΑΚ.

Μπαμπινιώτης, Γ., 2012. *Λεξικό για το Σχολείο & το Γραφείο*. Αθήνα: ΚΕΝΤΡΟ ΛΕΞΙΚΟΛΟΓΙΑΣ.

Μπατζιάς, Φ., Μπλέσιος, Ν., Ναξάκης, Χ. & Τερζίδης, Κ., 2008. *Εισαγωγή στη Διοικητική Επιχειρήσεων και Οργανισμών*.. Πάτρα: ΕΑΠ.

- Παρασκευόπουλος, Ι., 1993. *Μεθοδολογία Επιστημονικής Έρευνας*. Αθήνα: Εκδόσεις: Γρηγόρη.
- Πασχάλης, Σ., 2019. *Απολογισμός Εταιρικής Υπευθυνότητας 2019*, Αθήνα: Attica Group.
- Πασχάλης, Σ., 2020. *Απολογισμός Εταιρικής Υπευθυνότητας 2020*, Αθήνα: Attica Group.
- Σαπρίκης, Ε., 2020. *Μεθοδολογία Έρευνας*. Κοζάνη: Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας.
- Σμυρνης, Ν. Γ., 2016. *Προσδιορισμός του όρου «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <https://m.naftemporiki.gr/story/1168266/prosdiorismos-tou-orou-etairiki-koinoniki-euthuni> [Πρόσβαση 5 Φεβρουαρίου 2022].
- Τζώρτζης, Δ., 2016. *Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας 2015-2016*, Ηράκλειο-Αττικής: ΔΕΠΑ.
- Χαλικιάς, Μ., Λάλου, Π. & Μανωλέσου, Α., 2015. *Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBM SPSS STATISTICS*. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών.

Παράρτημα ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Δράσεις Ελληνικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών στη COVID εποχή

Ονομάζομαι Μαγκλάρας Ιωάννης και είμαι μεταπτυχιακός φοιτητής του τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας στο ΠΜΣ Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού, Επικοινωνία και Ηγεσία.

Θα εκτιμούσα ιδιαίτερα αν μπορούσατε να διαθέσετε λίγα λεπτά από τον χρόνο σας, ώστε να απαντήσετε στο ερωτηματολόγιο που έχει σκοπό να ερευνήσει τη σημαντικότητα δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (στο εξής θα αναφέρεται ΕΚΕ για συντομία) από επιχειρήσεις/οργανισμούς καθώς και την Επιχειρησιακή Ηθική που ασκούν, πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Ευχαριστώ εκ των προτέρων για την ειλικρίνεια των απαντήσεών σας. (Για την εκπόνηση του ερωτηματολογίου τηρείται ανωνυμία)

1. 1. Συμφωνείτε για τη συμμετοχή σας σε αυτή την έρευνα;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

Ναι

Όχι

2. 2. Επιλέξτε την ηλικιακή ομάδα που ανήκετε;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

Κάτω από 20

20-30

30-40

40-50

50 - άνω

3. 3. Επιλέξτε το φύλο σας:

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

Θηλυκό

Αρσενικό

4. 4. Επιλέξτε το επίπεδο μόρφωσής σας:

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

Υποχρεωτική Εκπαίδευση

Δευτεροβάθμια

Τριτοβάθμια

Κάτοχος Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού

5. 5. Επιλέξτε τη μορφή εργασίας σας:

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

Ιδιωτικός Υπάλληλος

Δημόσιος Υπάλληλος

Ελεύθερος Επαγγελματίας

Συνταξιούχος

6. 6. Είστε ικανοποιημένοι από το ακαθάριστο μηνιαίο εισόδημά σας;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

Καθόλου

Λίγο

Μέτρια

Αρκετά

Πολύ

7. 7. Ποιο είναι το διάστημα το οποίο εργάζεστε ή εργαζόσασταν;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Κάτω από 5 έτη
- 5-10 έτη
- 10-15 έτη
- 15-20 έτη
- 20 και άνω

8. 8. Σε ποιο μέρος της Ελλάδας εργάζεστε;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Θράκη-Μακεδονία-Ήπειρο
- Στερεά Ελλάδα-Πελοπόννησο-Θεσσαλία
- Νησιωτική Ελλάδα-Κρήτη

9. 9. Γνωρίζετε τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι

10. 10. Είναι σημαντικό μία Ελληνική Επιχείρηση να κάνει χρήση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αδιάφορο
- Αρκετά
- Πολύ

11. 11. Πόσο σημαντικό για εσάς είναι, να εργάζεστε σε μία επιχείρηση/οργανισμό που χρησιμοποιεί ΕΚΕ;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αδιάφορο
- Αρκετά
- Πολύ

12. 12. Σε ποιο πεδίο ΕΚΕ, προτιμάτε η επιχείρηση που εργάζεστε, να δραστηριοποιείται;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Πολιτισμό
- Εκπαίδευση
- Περιβάλλον-Αειφόρος Ανάπτυξη
- Υγεία
- Κοινωνικά Προβλήματα

13. 13. Επηρεαστήκατε από την πράξη ΕΚΕ μιας επιχείρησης/οργανισμού ώστε να προβείτε στην αγορά προϊόντος αυτής μέσα στο 2021;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι

14. 14. Τι κατηγορία έργου ΕΚΕ χρηματοδοτήσατε ή θα χρηματοδοτούσατε;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Εταιρική Φιλανθρωπία
- Εταιρικό Εθελοντισμό
- Κοινωνικό Μάρκετινγκ
- Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές
- Προώθηση Σκοπού-Μάρκετινγκ Σκοπού

15. 15. Στην πιο πρόσφατη εμπειρία σας, το έργο ΕΚΕ που συμμετείχατε τι επίπεδο εμβέλειας είχε;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Τοπικό
- Εθνικό
- Διεθνές

16. 16. Θεωρείτε σωστό ένας οργανισμός/επιχείρηση, να δημοσιεύει τις πράξεις ΕΚΕ στις οποίες δραστηριοποιείται;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αδιάφορο
- Αρκετά
- Πολύ

17. 17. Σε ποια μέσα συναντάτε πιο συχνά δημοσιευμένες πράξεις ΕΚΕ;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Διαδίκτυο
- Ετήσιες Εκθέσεις
- Τηλεόραση
- Έντυπα, Έγγραφα, Τύπος

18. 18. Θα σας ενδιέφερε να εμπλακείτε στο μέλλον, σε δραστηριότητες κοινωνικής ευθύνης;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αδιάφορο
- Αρκετά
- Πολύ

19. 19. Θα προτιμούσατε οι πράξεις ΕΚΕ, να λαμβάνουν χώρα μόνο στο εσωτερικό κάθε χώρας;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

20. 20. Οι συνεχείς δραστηριότητες ΕΚΕ, μπορεί αν αποφέρουν ποικίλα οφέλη για τους οργανισμούς. Ποιο είναι κατά τη γνώμη σας, το μεγαλύτερο όφελος;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Η Κερδοφορία
- Αύξηση Πωλήσεων
- Ενισχυμένη Συνεργασία
- Ενισχυμένη Πιστότητα Καταναλωτή
- Βελτιωμένη Φήμη

21. 21. Σε ποιο τομέα πιστεύετε οι ελληνικές επιχειρήσεις, θα πρέπει να εμπλακούν περισσότερο στο εγγύς μέλλον με δράσεις ΕΚΕ;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Βιώσιμο Περιβάλλον
- Υγεία
- Τεχνολογία
- Ανθρώπινα Δικαιώματα
- Εκπαίδευση

22. 22. Θα στηρίζατε μία επιχείρηση με πλούσια δράση ΕΚΕ, αλλά και με μεγάλη κερδοφορία;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

23. 23. Γνωρίζετε τον όρο Επιχειρησιακή Ηθική;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Ναι
- Όχι

24. 24. Πόσο ηθικό είναι κατά την άποψη σας, να χρησιμοποιούνται οποιαδήποτε μέσα για την πραγματοποίηση πράξης ΕΚΕ;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Αρκετά
- Πολύ

25. 25. Πόσο σημαντικό είναι για εσάς η επιχείρηση/οργανισμός που εργάζεστε να κάνει χρήση κώδικα δεοντολογίας λειτουργίας της επιχείρησης;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αδιάφορο
- Αρκετά
- Πολύ

26. 26. Είστε ικανοποιημένοι με το βαθμό ηθικής της επιχείρησης/οργανισμού που εργάζεστε;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Αρκετά
- Πολύ

27. 27. Θεωρείτε σημαντικό εν μέσω πανδημίας να χρηματοδοτούμε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της υγείας ;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Αδιάφορο
- Αρκετά
- Πολύ

28. 28. Πόσο πιστεύετε ότι κατά την περίοδο της πανδημίας, αυξήθηκαν οι δράσεις οργανισμών/επιχειρήσεων με κοινωνική ευαισθησία;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Αρκετά
- Πολύ

29. 29. Είστε ικανοποιημένοι από τις δράσεις ΕΚΕ επιχειρήσεων οι οποίες προσέφεραν υπηρεσίες κατά τη διάρκεια των lockdown (π.χ. S/M, κλάδος τροφίμων)

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Αρκετά
- Πολύ

30. 30. Πόσο ειλικρινείς πιστεύετε είναι οι δράσεις ΕΚΕ που διενεργήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας;

Σημειώστε μόνο μία απάντηση.

- Καθόλου
- Λίγο
- Μέτρια
- Αρκετά
- Πολύ