

Έρευνα Καταγραφής των Στάσεων και Απόψεων των Ελληνικών Επιχειρήσεων Παραγωγής Ξύλου και Επίπλου που αφορούν την Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Βάντα Βασιλική¹, Χριστοδούλου Αθανάσιος¹, Παπαδόπουλος Ιωάννης²

1. Εργαστήριο Δασικής Οικονομικής, Σχολή Δασολογίας & Φ.Π. – Α.Π.Θ., 54124 Θεσσαλονίκη
2. Τμήμα Σχεδιασμού & Τεχνολογίας Ξύλου & Επίπλου ΤΕΙ Λάρισας, Παράρτημα Καρδίτσας – 43100 Καρδίτσα

Περίληψη

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Χωρίζεται σε εσωτερική και εξωτερική με βάση τους εμπλεκόμενους και τους ωφελούμενους φορείς σε μια εταιρική κοινωνική δράση. Η εξωτερική ΕΚΕ αφορά τους εργαζομένους, τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους καταναλωτές, τους μετόχους, το φυσικό και το κοινωνικό περιβάλλον. Η παρούσα εργασία αφορά ένα μέρος των αποτελεσμάτων της έρευνας "Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις επιχειρήσεις επεξεργασίας ξύλου και παραγωγής επίπλων", σε σχέση με τις στάσεις και απόψεις γύρω από την έννοια της ΕΚΕ. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Μάρτιο του 2008 έως τον Ιανουάριο του 2009. Επιλέχθηκαν επιχειρήσεις του κλάδου με συγκεκριμένα κριτήρια, οι υπεύθυνοι των οποίων κλήθηκαν να απαντήσουν σε δομημένο ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια προσωπικής συνέντευξης. Ως σημαντικότερη δράση της ΕΚΕ, για τους ερωτηθέντες, προέκυψε αυτή που σχετίζεται με την προστασία του περιβάλλοντος, ο σημαντικότερος τομέας είναι η αγορά (καταναλωτές, προϊόντα, συνεργάτες) και σημαντικότερο όφελος θεωρείται η καλύτερη φήμη της εταιρείας. Η θετική επιρροή που μπορεί να έχει η στάση εταιρικής υπευθυνότητας από τις επιχειρήσεις, στους αγοραστές των προϊόντων της, αναγνωρίστηκε από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων. Και τέλος ως πρόβλημα για την εφαρμογή της ΕΚΕ αναδείχτηκε η έλλειψη ενημέρωσης και κόστος της ΕΚΕ το οποίο είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει αλλά δεν αποτρέπει την εφαρμογή της.

Λέξεις κλειδιά: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, επιχειρήσεις επίπλου, επιχειρήσεις ξύλου, δράσεις ΕΚΕ .

Research of Use and Effectiveness of Advertisement at the Greek Furniture Enterprises

Vanta Vassiliki¹, Christodoulou Athanasios¹ Papadopoulos Ioannis²,

¹Laboratory of Forest Economics, Faculty of Forestry and Natural Environment – A.U.TH., 54124 Thessalonica.

2

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is the notion according to which companies incorporate in a voluntary basis social and environmental considerations to their business and their interaction with other stakeholders. It can be divided to internal and external CSR, regarding the persons involved and those that benefit from a corporate social action. External Corporate Social Responsibility involves employees, customers, suppliers, consumers, stockholders and the natural and social environment. This research refers to part of the results of a study on “Corporate Social Responsibility at wood processing and furniture producing companies”, in particular regarding to positions and views on the notion of CSR. The study was realized from March 2008 to January 2009. Companies of the relevant sectors have been chosen according to specific criteria and their representatives were asked to answer to a structured questionnaire during a personal interview. The most important CSR action, according to the people questioned, has proven to be the one regarding the protection of the environment, the most important section is the market and the most important benefit is improved company reputation. The positive influence that CSR might have on product buyers has been recognized by the majority of the companies. Finally, lack of information about CSR has been noted as a problem on its implementation, as well as its costs that influence but do not dissuade companies from implementing it.

Key Words: Corporate Social Responsibility, furniture enterprises, wood processing companies, CSR actions

Εισαγωγή

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (European Commission, 2001, Dahlsrud, 2006).

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη χωρίζεται σε εσωτερική και εξωτερική με βάση τους εμπλεκόμενους και τους ωφελούμενους φορείς σε μια εταιρική κοινωνική δράση (Hancock, 2004). Η εσωτερική αφορά το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης και το πεδίο εφαρμογής της περιλαμβάνει το σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων (πχ. σεβασμός του ωραρίου), την πρόνοια για την ασφάλεια και την υγεία των εργαζομένων, ίσες επαγγελματικές ευκαιρίες, εκπαιδευτικά προγράμματα και διάφορες άλλες πρόσθετες παροχές πέρα από τα πλαίσια της νομικής υποχρέωσης των εταιρειών. Η δημιουργία ενός τέτοιου περιβάλλοντος εργασίας υψηλής ποιότητας ευνοεί την αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας άρα και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (Carroll, 1999).

Η εξωτερική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους καταναλωτές, τους μετόχους, το φυσικό και το κοινωνικό περιβάλλον

Η πρακτική εφαρμογή της ΕΚΕ κινείται γύρω από τέσσερις άξονες ανθρώπινο δυναμικό, κοινωνία, αγορά και φυσικό περιβάλλον. Η αγορά είναι ο πιο σημαντικός άξονας εφαρμογής για μία επιχείρηση, αφού είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για

την οικονομική αποτελεσματικότητα. Απόδειξη για την κοινωνική ευθύνη μπορεί να είναι μόνο η ποιότητα του προϊόντος μιας επιχείρησης. Εργαλεία της ΕΚΕ στον τομέα αυτό, σύμφωνα με την πράσινη Βίβλο, είναι τα διάφορα συστήματα πιστοποίησης της παραγωγής (ISO, EMAS, SA8000 κτλ). Στον τομέα αυτό ενδεικτικές πρακτικές της ΕΚΕ αφορούν τη διασφάλιση της ποιότητας και της ασφάλειας των προϊόντων της επιχείρησης, εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση, διαφάνεια των εταιρικών συναλλαγών και δραστηριοτήτων, πλήρης ενημέρωση, σήμανση και πιστοποίηση των προϊόντων της, εφαρμογή των κανόνων δεοντολογίας στο μάρκετινγκ και στη διαφήμιση, σεβασμός των δικαιωμάτων του καταναλωτή κτλ. (Carroll, 1999)

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι η εφαρμογή των δράσεων ΕΚΕ στις επιχειρήσεις παραγωγής επίπλου και επεξεργασίας ξύλου, σε πανελλαδικό επίπεδο, ώστε να καθοριστούν οι στάσεις και οι απόψεις των ερωτώμενων γύρω από το θέμα της ΕΚΕ με σκοπό να αναγνωριστεί ο σημαντικός ή όχι ρόλος της, αλλά και το επίπεδο της εφαρμογής της στον κλάδο.

Σε μια δύσκολη οικονομική συγκυρία, όπως αυτή που διανύουμε, στην οποία πρέπει να αντιμετωπιστεί τόσο η οικονομική όσο και η περιβαλλοντική κρίση είναι ευκαρία να εφαρμοστούν υπεύθυνες δράσεις που θα οδηγήσουν σε ένα νέο μοντέλο «πράσινης οικονομίας», η οποία θα τονώσει την απασχόληση και την καινοτομία αλλά θα εξασφαλίσει και καλύτερες συνθήκες διαβίωσης για το μέλλον.

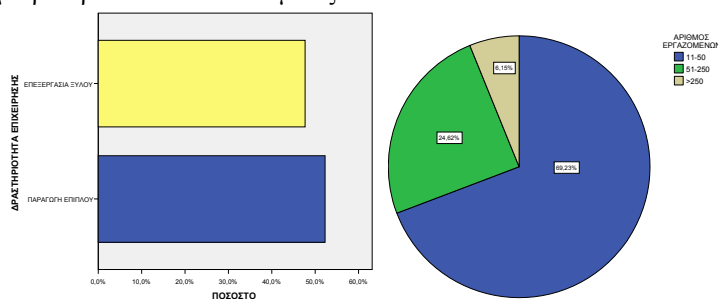
2. Υλικά και μέθοδοι.

Για τη συγκέντρωση των δεδομένων της πρωτογενούς αυτής έρευνας χρησιμοποιήθηκε ως μέθοδος, αυτή συλλογής και επεξεργασίας στοιχείων μέσω ειδικά δομημένων πρωτότυπων ερωτηματολογίων. Οι ερευνητές είναι ειδικοί επιστήμονες και απευθύνθηκαν μέσω συνέντευξης, σε κάποιο στέλεχος της επιχείρησης επιλεγμένο ύστερα από ιδιαίτερη διαδικασία και θεωρούμενο ικανό να απαντήσει. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε τυχαίο δείγμα των επιχειρήσεων παραγωγής επίπλου και επεξεργασίας ξύλου σε όλη τη χώρα οι οποίες ήταν καταχωρημένες στον κατάλογο της ICAP που δημοσιεύθηκε το έτος 2008 και απασχολούν από δέκα εργαζομένους και πάνω. Η έρευνα διεξήχθη από το Μάρτιο του 2008 ως τον Φεβρουάριο του έτους 2009. Οι ερωτήσεις επιλέχθηκαν με τρόπο τέτοιο ώστε να είναι σύντομες και κατανοητές για τη δυνατή διευκόλυνση των ερωτώμενων. Αρχικά έγινε ηλεκτρονική και ταχυδρομική αποστολή των ερωτηματολογίων στους υπευθύνους των επιχειρήσεων. Ακολούθησε και διενέργεια προσωπικών συνεντεύξεων για συμπλήρωση μεγαλύτερου μεγέθους δείγματος και στο τέλος έγινε έλεγχος της εγκυρότητας όλων των ερωτηματολογίων. Συνολικά, συγκεντρώθηκαν, επεξεργάστηκαν και αναλύθηκαν 65 ερωτηματολόγια, ήτοι ποσοστό 30% του αρχικού δείγματος. Τα δεδομένα καταχωρήθηκαν, επεξεργάστηκαν και αναλύθηκαν μέσω του ειδικού στατιστικού προγράμματος SPSSWIN version 14.0 και έγιναν οι σχετικοί έλεγχοι συχνοτήτων (Frequencies), περιγραφικής στατιστικής (Descriptives) και διασταυρώσεων, (Crosstabs) καθώς και ελέγχου ανεξαρτησίας μεταξύ όλων των μεταβλητών με το κριτήριο X^2 (Norusis 1997, Dennis and Duncan 2003).

3. Αποτελέσματα.

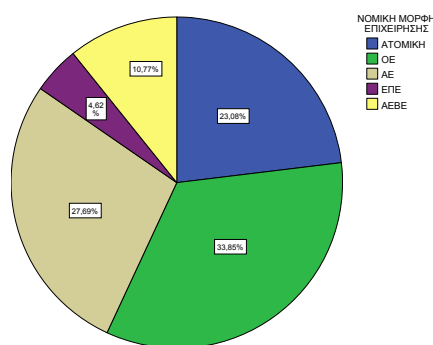
3.1 Το προφίλ των επιχειρήσεων της έρευνας

Οι επιχειρήσεις της έρευνας κατανέμονται σε επιχειρήσεις επεξεργασίας ξύλου και σε επιχειρήσεις παραγωγής επίπλου (Σχήμα 1), με τις επιχειρήσεις επίπλου να υπερτερούν ελάχιστα των επιχειρήσεων επεξεργασίας ξύλου, (επεξεργασία ξύλου 49,2%, παραγωγή επίπλου 50,8%). Από τις 65 επιχειρήσεις αρκετά πάνω από τις μισές απασχολούν 11-50 εργαζόμενους. Όσο αφορά τη νομική μορφή των επιχειρήσεων (Σχήμα 2), οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι Ο.Ε. ακολουθούν οι Α.Ε. και με μικρότερο ποσοστό οι ατομικές.



Σχήμα 1 Είδος παραγωγής και μέγεθος των επιχειρήσεων της έρευνας

Figure 1 The type of the production of the enterprises and size of the enterprises of the study



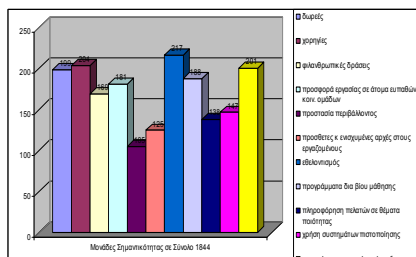
Σχήμα 2 Νομική μορφή των επιχειρήσεων της έρευνας

Figure 2 The legal type of the enterprises of the study

3.2 Η Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις επιχειρήσεις ξύλου και επίπλου

Στην πρώτη ερώτηση οι συμμετέχοντες στην έρευνα έπρεπε να ιεραρχήσουν τις έννοιες που τους δίνονται σε μορφή πίνακα, σε σχέση με τις δράσεις που σχετίζονται με την ΕΚΕ. Οι έννοιες ιεραρχήθηκαν με το ένα ως πιο σημαντικό έως το 11, που

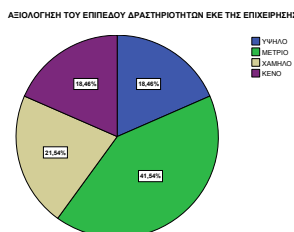
αντιπροσωπεύει το λιγότερο σημαντικό (Σχήμα 3). Άρα το μικρότερο άθροισμα αντιπροσωπεύει το πιο σημαντικό και το μεγαλύτερο το λιγότερο σημαντικό. Οι επιχειρήσεις θεωρούν πως η σημαντικότερη δράση της ΕΚΕ είναι αυτή που σχετίζεται με την προστασία του περιβάλλοντος ενώ οι πρόσθετες αρχές στους εργαζομένους είναι πάρα πολύ σημαντική.



Σχήμα 3 Ιεράρχηση των δράσεων που εμπίπτουν στην έννοια της ΕΚΕ
Figure 3 Setting in order of precedence of the actions that fall into the notion of CSR

Στη συνέχεια οι ερωτηθέντες έπρεπε να ιεραρχήσουν τους τέσσερις τομείς: αγορά, ανθρώπινο δυναμικό, περιβάλλον και κοινωνία με σειρά σημαντικότητας. Από τη ιεράρχηση προκύπτει ότι πρώτη θέση σε σημαντικότητα, καταλαμβάνει η αγορά, στη συνέχεια το ανθρώπινο δυναμικό, ακολουθεί το περιβάλλον και τέλος η κοινωνία.

Όταν οι επιχειρήσεις έπρεπε να αξιολογήσουν το επίπεδο των εφαρμογών ΕΚΕ που πραγματοποιούνται από τις ίδιες, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό (41,54%) θεωρεί ότι βρίσκεται σε μέτριο επίπεδο. Ενώ σε υψηλό επίπεδο θεωρεί ότι βρίσκεται μόνο το 18,46% (Σχήμα 4).

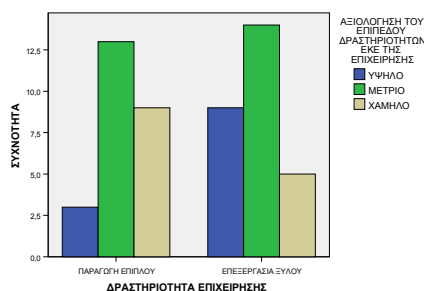


Σχήμα 4 Αξιολόγηση του επιπέδου δραστηριοτήτων της ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις.

Figure 4 Evaluation of CSR activities by the companies

Ακολουθεί η συσχέτιση της αξιολόγησης του επιπέδου ΕΚΕ των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται. Από το Σχήμα 5 προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις επεξεργασίας ξύλου θεωρούν ότι το επίπεδο των δραστηριοτήτων τους που αφορούν την ΕΚΕ είναι υψηλότερο από αυτό των επιχειρήσεων παραγωγής επίπλου. Μετά τον έλεγχο X^2 που πραγματοποιήθηκε δεν

προκύπτει μεγάλη συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών καθώς για επίπεδο σημαντικότητας 0,134 η τιμή του χ^2 είναι 4,023 για 2 βαθμούς ελευθερίας.



Σχήμα 5 Πως αξιολογούν οι ίδιες οι επιχειρήσεις το επίπεδο των δραστηριοτήτων ΕΚΕ που εφαρμόζουν ανάλογα με τη δραστηριότητα της επιχείρησης

Figure 5 How the companies themselves evaluate the level of their CSR activities, according to company sector

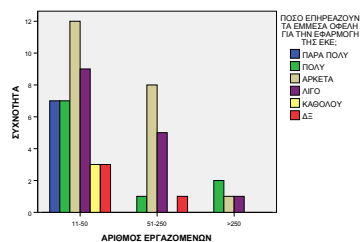
Τα σημαντικότερα οφέλη που προσδοκούν οι επιχειρήσεις από την εφαρμογή των πρακτικών ΕΚΕ θεωρούνται η καλύτερη φήμη της εταιρείας και η λήψη καλών αποφάσεων με μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι πρακτικές αποκλειστικά ωφελιμιστικού χαρακτήρα όπως τα μεγαλύτερα έσοδα και οι καλύτερες σχέσεις με ελεγκτές και νομοθέτες βρίσκονται στις τελευταίες θέσεις. Ενώ ο σημαντικότερος παράγοντας που ενθαρρύνει την εφαρμογή της ΕΚΕ είναι η προβολή της επιχείρησης, ενώ ακολουθούν με μικρή διάφορα μεταξύ τους η πίεση των πελατών και ο ανταγωνισμός του κλάδου.

Η έλλειψη ενημέρωσης αποτελεί τον πιο αποτρεπτικό παράγοντα εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ και ακολουθούν το οικονομικό κόστος και η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών.

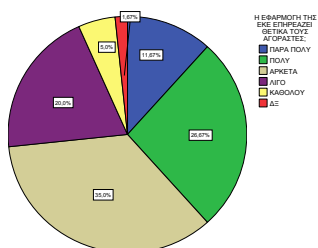
Οι επιχειρήσεις επηρεάζονται από τα έμμεσα οφέλη όπως φοροελαφρύνσεις, αύξηση πωλήσεων ώστε να εφαρμόσουν πρακτικές ΕΚΕ. Προέκυψε λοιπόν ότι σε ποσοστό 35% επηρεάζονται αρκετά, ενώ αν αθροίσουμε το ποσοστό όσων απάντησαν ότι επηρεάζονται πάρα πολύ, πολύ και αρκετά, δηλαδή των θετικών απαντήσεων το ποσοστό ξεπερνά το 60%. Όταν συσχετιστεί ο αριθμός των εργαζόμενων με το κατά πόσο επηρεάζουν τα έμμεσα οφέλη την εφαρμογή πολιτικής ΕΚΕ από την επιχείρηση σε σχέση με τον αριθμό των εργαζομένων, προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις που απασχολούν κάτω από 250 εργαζομένους θεωρούν ότι τα έμμεσα οφέλη επηρεάζουν αρκετά την εφαρμογή της ΕΚΕ. Ενώ οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, από 250 εργαζομένους και πάνω, έχουν απαντήσει ότι τα έμμεσα οφέλη τις επηρεάζουν πολύ για την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ (Σχήμα 6).

Ενώ μεταξύ των δύο μεταβλητών δεν παρουσιάζεται κάποια συσχέτιση από τους ελέγχους που πραγματοποιήθηκαν.

Πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες πιστεύουν ότι οι αγοραστές επηρεάζονται πολύ ή αρκετά από το κοινωνικό πρόσωπο μιας επιχείρησης, ενώ μόνο το 5% πιστεύει ότι οι αγοραστές δεν επηρεάζονται καθόλου (Σχήμα 7).

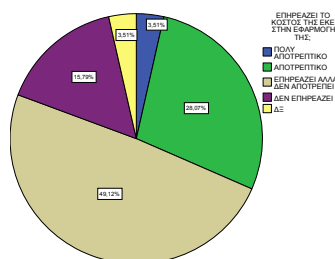


Σχήμα 6 Συσχέτιση του μεγέθους της επιχείρησης με το κατά πόσο επηρεάζουν τα έμμεσα οφέλη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις με την εφαρμογή Πρακτικών ΕΚΕ
Figure 6 Correlation between company size and indirect benefits influence after CSR actions implementation



Σχήμα 7 Κατά πόσο μπορεί η εφαρμογή της ΕΚΕ να επηρεάσει θετικά τους αγοραστές
Figure 7 How can CSR implementation positively influence buyers

Στην ερώτηση πόσο σας επηρεάζει το κόστος της ΕΚΕ ώστε να εφαρμόσετε δράσεις της, οι επιχειρήσεις με ποσοστό 49,12% συμφωνούν ότι είναι σημαντικός παράγοντας αλλά δεν αποτρέπει. Με διαφορά σχεδόν 20 ποσοστιαίων μονάδων ακολουθεί το αποτρεπτικό κόστος και το πολύ αποτρεπτικό έχει το μικρότερο ποσοστό 3,08% όπως και όσοι δε γνωρίζουν (Σχήμα 8).

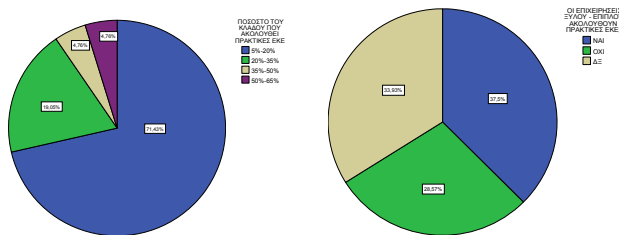


Σχήμα 8 Κατά πόσο επηρεάζει το κόστος της ΕΚΕ στην εφαρμογή της από τις επιχειρήσεις

Figure 8 How can CSR costs influence its implementation by the companies

Όταν οι ερωτηθέντες έπρεπε να απαντήσουν αν οι επιχειρήσεις ξύλου και επίπλου ακολουθούν πρακτικές ΕΚΕ. Λίγο πάνω από το ένα τρίτο απάντησε θετικά (37,5 %), ενώ ένα μεγάλο ποσοστό σχεδόν 33,9% απάντησε ότι δε γνωρίζει αν στον κλάδο του εφαρμόζονται πρακτικές ΕΚΕ. Μικρότερο είναι το ποσοστό που πιστεύει ότι δεν εφαρμόζονται τέτοιου είδους πρακτικές (28,6%).

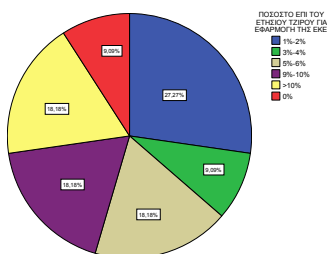
Στο δεύτερο σκέλος της ερώτησης, οι ερωτηθέντες έπρεπε να προσδιορίσουν το ποσοστό του κλάδου που ακολουθεί πρακτικές ΕΚΕ. Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης προέκυψε πως η πλειοψηφία δεν ήταν σε θέση να προσδιορίσει το ποσοστό αυτό (σχεδόν 68%). Όσοι απάντησαν θεωρούν ότι κυρίως το 5-20% του κλάδου ακολουθεί πρακτικές ΕΚΕ, ενώ ορισμένοι πιστεύουν (6,2%) ότι το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 20 έως 35%. Πολύ λιγότεροι ήταν αυτοί που πιστεύουν ότι το ποσοστό αυτό μπορεί να κυμανθεί από 35% έως 65%.



Σχήμα 9 Κατά πόσο οι επιχειρήσεις ακολουθούν πρακτικές ΕΚΕ και σε ποιο ποσοστό

Figure 9 Do companies follow CSR practices and in what percentage

Οι επιχειρήσεις δυσκολεύτηκαν πολύ να προσδιορίσουν το ποσοστό του ετήσιου τζίρου δαπάνη ή επιχείρηση για την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ, οι περισσότερες επιχειρήσεις πιστεύουν ότι το ποσοστό αυτό είναι 1 με 2%, ενώ στη δεύτερη θέση βρίσκονται το 5-6%, 9-10% και το >10%. Αρκετοί ήταν και οι ερωτηθέντες που δίστασαν να απαντήσουν φοβούμενοι μην κάνουν λάθος. Πάντως το 1-2% που κυμαίνονται οι περισσότερες απαντήσεις είναι και το σύνθημα που έχει προκύψει και από άλλες έρευνες.



Σχήμα 10 Ποσοστό επί του ετήσιου τζίρου για εφαρμογή της ΕΚΕ.
Figure 10 Percentage of annual turnover for CSR implementation

Στο τέλος της έρευνας οι επιχειρήσεις ρωτήθηκαν αν επιθυμούν να τους κοινοποιηθούν τα αποτελέσματα της εν λόγω έρευνας. Σε ποσοστό 62,5% δήλωσαν πως θα τους ενδιέφερε να μάθουν τα αποτελέσματα, γεγονός που αποδεικνύει ότι οι περισσότεροι ενδιαφέρονται για το θέμα της ΕΚΕ αλλά και για την κατάσταση που επικρατεί στον κλάδο σε σχέση με το θέμα αυτό.

4. Συμπεράσματα – συζήτηση.

Το σύνολο των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκεκριμένη έρευνα αποτελείται από επιχειρήσεις επεξεργασίας ξύλου και επιχειρήσεις παραγωγής επίπλου, οι επιχειρήσεις επίπλου υπερτερούν ελάχιστα σε αριθμό σε σχέση με αυτές της επεξεργασίας ξύλου. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απασχολεί από έντεκα ως πενήντα εργαζόμενους, ενώ το ένα τέταρτο του δείγματος απασχολεί από πενήντα έναν ως διακόσους πενήντα εργαζόμενους. Η νομική τους μορφή είναι ΟΕ και ακολουθούν οι ΑΕ

Η σημαντικότερη δράση της ΕΚΕ, για τους ερωτηθέντες, προέκυψε αυτή που σχετίζεται με την προστασία του περιβάλλοντος. Επίσης οι πρόσθετες παροχές προς τους εργαζομένους και η πληροφόρηση των πελατών σε θέματα ποιότητας. Η προστασία του περιβάλλοντος φαίνεται ότι ευαισθητοποιεί αρκετά τις επιχειρήσεις αφού και σε προηγούμενη ερώτηση δήλωσαν σε πολύ μεγάλο ποσοστό ότι λαμβάνουν υπόψη τους τις πιθανές επιπτώσεις που μπορεί να έχει ένα προϊόν στο περιβάλλον και για τον περιορισμό των επιπτώσεων αυτών χρησιμοποιούν διάφορες τεχνικές. Ο συνδυασμός των δύο αυτών γεγονότων μπορεί να επιβεβαιώσει και την εγκυρότητα της έρευνας.

Στη συνέχεια ιεραρχήθηκαν οι τομείς εφαρμογής της ΕΚΕ, από όπου προκύπτει ότι τελικά ο σημαντικότερος τομέας είναι η αγορά (καταναλωτές, προϊόντα, συνεργάτες) και ακολουθεί το ανθρώπινο δυναμικό, ενισχύεται δηλαδή η εσωτερική διάσταση της ΕΚΕ, με βάση την οποία οι επιχειρήσεις προσφέρουν με κέντρο την επιχείρηση για την επιχείρηση.

Με βάση τα προηγούμενα αποτελέσματα είναι δικαιολογημένα και τα αποτελέσματα της ιεράρχησης των επιχειρησιακών αφελειών από την υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ. Σημαντικότερα οφέλη θεωρούντο η καλύτερη φήμη της εταιρείας και η λήψη καλών αποφάσεων με μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

Το γεγονός ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων θεωρεί ότι βρίσκεται σε μέτριο προς χαμηλό επίπεδο εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ, μπορεί να συνδυαστεί με το γεγονός ότι η έλλειψη ενημέρωσης και το οικονομικό κόστος είναι οι δύο σημαντικότεροι παράγοντες που αποτρέπουν τις επιχειρήσεις στο να εφαρμόσουν δράσεις (όπως προέκυψε και από την ιεράρχηση των αποτρεπτικών παραγόντων). Η έλλειψη ενημέρωσης είναι και ο βασικός παράγοντας εξαιτίας του οποίου οι επιχειρήσεις δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν την κατάσταση που επικρατεί γύρω από το συγκεκριμένο θέμα στον κλάδο τους, αν και όσοι πιστεύουν ότι υπάρχει μια στάση εταιρικής

υπευθυνότητας προσδιορίζουν το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων στο 5-20% των επιχειρήσεων του κλάδου.

Είναι σημαντικό όμως ότι οι ερωτηθέντες δεν θεωρούν το μέγεθος της επιχείρησης τόσο σημαντικό παράγοντα ώστε να τους αποτρέπει να εφαρμόσουν πρακτικές ΕΚΕ.

Το κόστος της ΕΚΕ είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει αλλά δεν αποτρέπει τις επιχειρήσεις ώστε να την εφαρμόσουν αφού όπως φαίνεται επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό και από τα έμμεσα οφέλη που θα αποκομίσουν από την εφαρμογή της. Τα έμμεσα οφέλη φαίνεται να επηρεάζουν περισσότερο τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος, παρά τις μεσαίες και μικρότερες. Ο σημαντικότερος παράγοντας που ενθαρρύνει την εφαρμογή μιας πολιτικής εταιρικής υπευθυνότητας είναι η προβολή της επιχείρησης, ενώ παίζουν σημαντικό ρόλο και πίεση των πελατών και συνεργατών και ο ανταγωνισμός του κλάδου.

Η θετική επιρροή που μπορεί να έχει η στάση εταιρικής υπευθυνότητας από τις επιχειρήσεις, στους αγοραστές των προϊόντων της, αναγνωρίστηκε από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων. Σε συνδυασμό με το αν λαμβάνουν υπόψη τους τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις ενός νέου προϊόντος, θεωρούν στην πλειοψηφία τους ότι οι αγοραστές των προϊόντων τους επηρεάζονται πολύ ή αρκετά από την εφαρμογή πολιτικής κοινωνικής υπευθυνότητας από την επιχείρηση. Ενώ όσοι δε λαμβάνουν υπόψη τους τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις ενός προϊόντος πιστεύουν ότι οι δράσεις ΕΚΕ που μπορούν να εφαρμοστούν από μια επιχείρηση επηρεάζουν λίγο ή καθόλου τους αγοραστές.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί ότι δύο στους τρεις ερωτώμενους εξέφρασε το ενδιαφέρον να του κοινοποιηθούν τα αποτελέσματα της έρευνας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Norris J.S., 1984. Advertising. Reston Virginia, Reston Publishing Co. 77 pp.
Norusis, M., 1997. SPSS Professional Statistics 7.5. Chicago: SPSS Inc. 276 p.
A.B. Carroll, 1999, Corporate Social Responsibility – Evolution of a Definitional Construct, Business Society 1999, pp 38-268
European Commission, 2001, Green Paper
Dennis, H. and Duncan, C. 2003. Στατιστική με το SPSS 14 για WINDOWS. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, σελ 291
Hancock, 2004, Investing in Corporate Social Responsibility, A guide to Best Practice, Business Planning & the UK's Leading Companies, FTSE, pp. 5-15, 39-49
Dahlsrud A., 2006, How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions, Corp.Soc.Responsib.Environ.Mgmt 15, pp 1-13