



**ΑΤΕΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ: Διοίκησης και Οικονομίας**

**ΤΜΗΜΑ:**

**Διοίκησης Επιχειρήσεων και Οργανισμών**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:**

***«Εταιρική και Κοινωνική Ευθύνη στη Διαχείριση Πελατειακών  
Σχέσεων των μονάδων υγείας (CRM) – Η περίπτωση του ιδιωτικού  
θεραπευτηρίου ΥΓΕΙΑ»***



**ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: Δημήτρης Στέφος**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Φώτης Δρούμπαλης**

**ΚΑΛΑΜΑΤΑ, 2015**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων CRM – .....	6
Βασικές αρχές .....	6
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση.....	7
1.2 Στόχοι – Πλεονεκτήματα.....	8
1.2.1 Ικανοποίηση του πελάτη .....	9
1.2.2 Καταναλωτική αφοσίωση .....	10
1.3 Λόγοι αποτυχίας.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Εταιρική και Κοινωνική Ευθύνη στα Συστήματα.....	16
Διοίκησης .....	16
2.1 Εννοιολογική προσέγγιση .....	16
2.2 Τομείς εφαρμογής ΕΚΕ στις επιχειρήσεις.....	17
2.3 Εργαλεία εφαρμογής ΕΚΕ στις επιχειρήσεις .....	21
2.4 Πλεονεκτήματα εφαρμογής .....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Ιδιωτικό Θεραπευτήριο ΥΓΕΙΑ .....	27
3.1. Ιστορική αναδρομή .....	27
3.2 Στρατηγική εταιρικής υπευθυνότητας .....	29
3.2.1 Υπευθυνότητα για την κοινωνία .....	32
3.2.2 Υπευθυνότητα για την οικονομία.....	35
3.2.3 Υπευθυνότητα για το ανθρώπινο δυναμικό .....	36
3.2.4 Υπευθυνότητα για το περιβάλλον .....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Δράσεις εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης του Ομίλου .....	43
ΥΓΕΙΑ.....	43
4.1 Κοινωνικές δράσεις του Ομίλου.....	43

4.2 Πρόγραμμα «ταξιδεύουμε για την Υγεία» .....	45
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	52

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μία από τις βασικότερες προκλήσεις του σύγχρονου επιχειρησιακού περιβάλλοντος, είναι η επίτευξη σταθερότητας και η δημιουργία πίστης των πελατών με απώτερο σκοπό την επιτυχή διεξαγωγή εμπορικών συναλλαγών σε μακροχρόνιο ορίζοντα. Δεδομένου ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων είναι πολύ ισχυρός, οι επιχειρηματικές μονάδες αναπτύσσουν πελατοκεντρικό χαρακτήρα, προσαρμόζοντας τις διαδικασίες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν με τέτοιο τρόπο ώστε να ικανοποιούν τις επιθυμίες των πελατών τους στο μέγιστο βαθμό δημιουργώντας ισχυρούς δεσμούς με τους πελάτες. Η αποτελεσματική διαχείριση από την πλευρά της επιχείρησης των σχέσεων με τους πελάτες της, αποτελεί τη βασικότερη προϋπόθεση για την ανάπτυξη και τη διατήρηση του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος.

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία οι διαδικασίες και οι εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί για να επιτευχθεί η διαχείριση των σχέσεων μιας επιχείρησης με τους πελάτες συναντάται ως CRM (Customer Relationship Management). Το σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM) που εφαρμόζει μία επιχείρηση αποτελείται από έναν συνδυασμό διαδικασιών, τεχνολογίας και ανθρώπινης προσπάθειας για την βέλτιστη κατανόηση και εξυπηρέτηση των αναγκών των πελατών. Σκοπός εφαρμογής των συστημάτων CRM είναι να βοηθήσουν την επιχείρηση να γνωρίσει τους πελάτες της και να χτίσει με αυτούς ισχυρές σχέσεις εμπιστοσύνης σε μακροχρόνια βάση (Παπαδόπουλος Α., 2007).

Μία δεύτερη πρόκληση που καλείται να αντιμετωπίσει ο σύγχρονος επιχειρηματικός κόσμος είναι η αναγνώριση από τις κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη μέσω της οργάνωσης και λειτουργίας των επιχειρήσεων. Οι εταιρείες κρίνονται, τα τελευταία χρόνια, όχι μόνο με βάση τα οικονομικά αποτελέσματά τους και την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια. Οι μεγαλύτερες και πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις σήμερα, σταδιακά απομακρύνονται από τις παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο σε ορισμένες δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς και

αρχίζουν να υιοθετούν μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση όσον αφορά τη διαχείριση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον που δραστηριοποιούνται. Με αυτή τους την μεταστροφή στοχεύουν στη μακροχρόνια αύξηση της απόδοσης τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν ταυτόχρονα, πέρα των πελατών, τις προσδοκίες της κοινωνίας για τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον (Υπουργείο εργασίας και κοινωνικών ασφαλίσεων, 2006).

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία γίνεται ανάλυση των βασικών αρχών και λειτουργιών του συστήματος διαχείρισης πελατειακών σχέσεων που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις με έμφαση στις πρακτικές εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης. Η μελέτη αυτή εξειδικεύεται στο σύνολο των πρακτικών που εφαρμόζονται στο ιδιωτικό θεραπευτήριο ΥΓΕΙΑ.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Σύστημα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων CRM – Βασικές αρχές**

Για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων, οι σύγχρονες επιχειρήσεις στρέφουν τον προσανατολισμό τους στον πελάτη και στην δημιουργία πελατοκεντρικού συστήματος. Ιδιαίτερα στις περιπτώσεις όπου η αγορά είναι κορεσμένες, η δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης με τον πελάτη αποτελεί την πλέον ενδεδειγμένη λύση για τη βέλτιστη αξιοποίηση της «life time value». Επιπλέον όσο πιο απαιτητικές είναι οι αγορές τόσο ο προσανατολισμός στον πελάτη συνιστά για την επιχείρηση καθοριστικό παράγοντα για την επίτευξη σχετικών πλεονεκτημάτων τοποθέτησης.

Ο πελατοκεντρικός προσανατολισμός παρόλο που δεν αποτελεί σύγχρονη καινοτομία για τη διεθνή βιβλιογραφία και τις διεθνείς αγορές, δεν συναντάται ως βασική προτεραιότητα στις ελληνικές επιχειρήσεις. Πολλοί υποστηρίζουν ότι ο πελάτης είναι αυτός που αποφασίζει τι είναι μια επιχείρηση, τι παράγει και αν θα προοδεύσει και ότι οι επιχειρήσεις δε θα έπρεπε να εστιάζουν στο παραγόμενο προϊόν, αλλά στην εκπλήρωση των αναγκών των πελατών . Στον πυρήνα αυτού του προσανατολισμού υπάρχει η ανάγκη για μακροχρόνια σχέση με τους πελάτες που στοχεύουν στη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών και της ικανοποίησης των αναγκών τους.

Ο προσανατολισμός στον πελάτη περιγράφεται ως μια φιλοσοφία και συμπεριφορά κατευθυνόμενη προς τον καθορισμό και την κατανόηση των αναγκών του πελάτη – στόχου - και στην προσαρμογή της ανταπόκρισης της εταιρίας πωλήσεων, με σκοπό να ικανοποιήσει εκείνες τις ανάγκες καλύτερα από τον ανταγωνιστή, και με αυτό τον τρόπο να δημιουργήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες, γνωστότερη ως Customer Relationship Management αποτελεί για τη νέα οικονομία, μια από τις πιο σύγχρονες τάσεις του management. Η τάση αυτή δικαιολογείται απόλυτα αν αναλογιστούμε από τη μία πλευρά, την παγκοσμιοποίηση των αγορών από την οποία απορρέει η συνεχής αύξηση των απαιτήσεων και των προσδοκιών των πελατών, και από την άλλη, την ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία προσφέρει σημαντικά καινοτόμες λύσεις και εφαρμογές (Ντένμπεκ Μ., 2012).

## 1.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Ο όρος Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων CRM

(Customer Relationship Management) εμφανίζεται όλο και πιο συχνά στην ελληνική πραγματικότητα. Η Διαχείριση πελατειακών σχέσεων (CRM) σύμφωνα με τον Anton (1996) αποτελεί μια περιεκτική, λειτουργική στρατηγική marketing η οποία ενοποιεί σε μια επιχείρηση τις έννοιες τεχνολογία, διαδικασίες και όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που στρέφονται γύρω από τον πελάτη. Σε αυτόν τον ορισμό το CRM ορίζεται κυρίως σε όρους απόκτησης και διατήρησης του πελάτη και της προκύπτουσας κερδοφορίας.

Σύμφωνα με τον Galbreath (1999) η έννοια του CRM ορίζεται ως το σύνολο των δραστηριοτήτων που εκτελεί μια επιχείρηση προκειμένου να αναγνωρίσει, να αποκτήσει, να αναπτύξει και να διατηρήσει πιστούς και κερδοφόρους πελάτες, παραδίδοντας στο σωστό πελάτη το κατάλληλο προϊόν ή την υπηρεσία, μέσα από το σωστό κανάλι διανομής, το σωστό χρόνο και με το καλύτερο κόστος. Ενώ, σύμφωνα με τον Chablo (1999) το CRM συνιστά την προσπάθεια μιας επιχείρησης να μεγιστοποιήσει την αξία του πελάτη για την ίδια, δημιουργώντας, διατηρώντας και διευρύνοντας τις σχέσεις της με υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες. Η δημιουργία πελατών συνίσταται στην αναγνώριση και στόχευση νέων τμημάτων αγοράς και την προσέλκυση νέων αγορών-στόχων. Η μακροχρόνια διατήρηση της πελατειακής βάσης επιτυγχάνεται με την παρακολούθηση της αξίας της διάρκειας ζωής του πελάτη και το συνεχή προσανατολισμό των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στις επιθυμίες του πελάτη. Τέλος, η διεύρυνση της αξίας του πελάτη είναι αποτέλεσμα αξιοποίησης πολιτικών σταυροειδών (cross-selling) και αναβαθμισμένων πωλήσεων (upselling). Σύμφωνα με τον Ryals (2000): «Το CRM είναι η διαχείριση μιας σχέσης ζωής με τον πελάτη μέσα από τη χρήση της Πληροφοριακής Τεχνολογίας». Η τεχνολογία ωστόσο απλά εξυπηρετεί στη μετατροπή της στρατηγικής σε επιχειρηματικά αποτελέσματα. Το σημαντικότερο ρόλο στο CRM παίζει ο ανθρώπινος παράγοντας και όχι η πληροφοριακή τεχνολογία.

Σύμφωνα με τα παραπάνω θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι το CRM δεν είναι απλά μια τεχνολογική εφαρμογή την οποία αρκεί να υλοποιήσουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά και την αποδοτικότητά τους αλλά μια έννοια απόλυτα συνυφασμένη με την στρατηγική, την κουλτούρα και τις εσωτερικές διαδικασίες των επιχειρήσεων. Αποτελεί μία ευρεία φιλοσοφία, πελατοκεντρικά προσανατολισμένη, που εστιάζει στις διαφοροποιημένες ανάγκες του κάθε πελάτη, μέσα από τη διαδικασία ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων. Πρόκειται για μια μεθοδολογία που θέτει τον πελάτη στο επίκεντρο της επιχειρηματικής διαδικασίας και στόχος της είναι η διαχρονική πώληση και εξυπηρέτηση πελατών, πιστών στα προϊόντα και στην επιχείρηση, μέσα από ένα συγκεκριμένο σύστημα διαχείρισης. Η τεχνολογία, δηλαδή, αποτελεί το εργαλείο για την υποστήριξη μιας CRM προσέγγισης, δεδομένου ότι με τη συμβολή της δημιουργούνται βάσεις δεδομένων για κάθε πελάτη ή για ομάδες πελατών, με συλλογή πληροφοριών από τον ίδιο τον πελάτη ή από την επαφή που έχει με την επιχείρηση και με τα εναλλακτικά δίκτυα διανομής (Internet κλπ). Η εφαρμογή ολοκληρωμένων συστημάτων διαχείρισης πελατών (integrated CRM) επιτρέπει στην επιχείρηση να έχει ολοκληρωμένη εικόνα της σχέσης που διατηρεί με τον κάθε πελάτη. (Ράλλης Σ., 2009)

## **1.2 Στόχοι – Πλεονεκτήματα**

Στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις, οι ανάγκες και οι προσδοκίες των καταναλωτών αλλάζουν και τείνουν να ζητούν τέλεια προϊόντα και υπηρεσίες με υψηλότερες προδιαγραφές, που θα ικανοποιούν πλήρως τις ανάγκες τους, οι επιχειρήσεις μάλλον αδυνατούν να προσφέρουν αυτή την «τελειότητα». Στην επίτευξη αυτών των στόχων προσανατολίζονται τα συστήματα διαχείρισης πελατών των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα υπηρετούν δύο βασικούς στόχους, την ικανοποίηση του πελάτη και την επίτευξη καταναλωτικής αφοσίωσης, όπως αναλύεται στη συνέχεια.



### 1.2.1 Ικανοποίηση του πελάτη

Η φιλοσοφία της ικανοποίησης πελατών, ως βασικός στόχος ανάπτυξης των συστημάτων CRM στηρίζεται στις παρακάτω παραδοχές (Μπουζούκα Μ., 2008):

- στην αναγνώριση των καταναλωτών (κατά συνέπεια στην προσεκτική τμηματοποίηση της αγοράς),
- στον καθορισμό των αναγκών και προσδοκιών τους (τον αναγκών και προσδοκιών του συγκεκριμένου κάθε φορά τμήματος αγοράς) και τέλος
- στη μέτρηση των αντιλήψεών τους.

Η απόλυτη κατανόηση των αναγκών που έχουν οι καταναλωτές είναι ιδιαίτερα σημαντική αφού αποτελεί στόχο των επιχειρήσεων να καλύψουν αυτές τις ανάγκες. Με αυτό τον τρόπο είναι πιο εύκολη η επίσπευση των διαδικασιών για την παροχή των ιδανικών προϊόντων και υπηρεσιών στους καταναλωτές.

Ένα ακόμα πρόβλημα που φαίνεται να αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις φαίνεται ότι είναι η αδυναμία τους να ανακαλύψουν άλλες μεθόδους που κάνουν τους καταναλωτές ικανοποιημένους. Η επαφή των εργαζομένων στην επιχείρηση με τους πελάτες μπορεί να δώσει απαντήσεις σε αυτό το πρόβλημα. Οι υπάλληλοι πρώτης γραμμής, από την επαφή που έχουν με τους πελάτες της επιχείρησης μπορούν να καταλάβουν τις ανάγκες τους και να τις μεταβιβάσουν στην διοίκηση της επιχείρησης. Αυτή η σχέση υπαλλήλων και πελατών δίνει την αίσθηση στους πελάτες ότι η επιχείρηση νοιάζεται για τις ανάγκες και τα προβλήματά τους.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με την βοήθεια των οποίων οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να καθορίσουν τις ανάγκες των καταναλωτών. Μερικοί από αυτούς είναι οι έρευνες marketing, οι συνεντεύξεις καταναλωτών όπως επίσης και τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων από τα οποία οι επιχειρήσεις αντλούν δεδομένα από την συνεργασία τους με τους πελάτες, τα οποία αξιοποιώντας τα μπορούν να προσδιορίσουν τις απαιτήσεις της αγοράς και των πελατών (Μπουζούκα Μ., 2008).

### 1.2.2 Καταναλωτική αφοσίωση

Η καταναλωτική αφοσίωση αποτελεί το δεύτερο βασικό στόχο ανάπτυξης συστημάτων CRM. Αρκετές φορές η εκτίμηση του βαθμού ικανοποίησης πελατών δεν αποτελεί αξιόπιστο δείκτη για την απόδοση ή το επίπεδο ποιότητας της εταιρείας, κυρίως σε συνθήκες ισχυρού ανταγωνισμού. Έτσι ενώ πολλοί οργανισμοί εστιάζουν στην ικανοποίηση των καταναλωτών τους, η επίτευξη και διατήρηση καταναλωτικής αφοσίωσης αποτελεί τον απόλυτο στόχο ειδικά για επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Οι πιστοί πελάτες αγοράζουν περισσότερο, είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν περισσότερο, είναι ευκολότερο να τους προσεγγίσει η επιχείρηση και συμπεριφέρονται σαν ενθουσιασμένοι συνήγοροι για την επιχείρηση. Η ικανοποίηση είναι βασική προϋπόθεση για την αφοσίωση ενός συνόλου πελατών, αλλά δεν αποτελεί ικανή συνθήκη. Ο όρος «καταναλωτική αφοσίωση» περιγράφει την τάση που έχουν οι πελάτες να επιλέγουν μια συγκεκριμένη επιχείρηση ή προϊόν έναντι άλλων για μια συγκεκριμένη υπηρεσία (Μπουζούκα Μ., 2008).

Γενικότερα θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι η ποιότητα υπηρεσιών και η ικανοποίηση καταναλωτή επηρεάζουν θετικά την συμπεριφορά του καταναλωτή. Οι πελάτες που δεν έχουν προβλήματα στις προσφερόμενες σε αυτούς υπηρεσίες έχουν τα υψηλότερα επίπεδα πιστότητας. Παρόλα αυτά, η πρόθεσή τους να πληρώσουν περισσότερο δεν είναι σημαντικά υψηλότερη σε σχέση με τους πελάτες που έχουν προβλήματα στις υπηρεσίες που όμως λύνονται ικανοποιητικά. Έτσι, οι εταιρείες που επιθυμούν να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους, ειδικά πάνω από το επιθυμητό επίπεδο, μπορούν να το κάνουν υπολογίζοντας και κάποιο κόστος.

Οι εταιρείες που στοχεύουν στην καταναλωτική αφοσίωση προσαρμόζουν συνεχώς τις προσφορές τους προκειμένου να καλύψουν τις όλο και πιο εξειδικευμένες ανάγκες των καταναλωτών τους. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες προσφέρονται στους καταναλωτές σε ανταγωνιστικές τιμές. Η εκπλήρωση των απαιτήσεων του πελάτη μπορεί να είναι ακριβή, αλλά αυτές οι εταιρείες συνήθως προσβλέπουν στην αξία ζωής του πελάτη.

Από υποκειμενικής απόψεως, πιστότητα είναι η επιθυμία για συνέχιση της συνεργασίας με τον προμηθευτή (Μπουζούκα Μ., 2008). Από την άποψη της συμπεριφοράς του καταναλωτή ορίζεται σαν επαναλαμβανόμενες αγορές που ο πελάτης πραγματοποιεί, δηλαδή από τις φορές που ο καταναλωτής αγοράζει το προϊόν ή την υπηρεσία της συγκεκριμένης κατηγορίας πόσες προτιμάει την συγκεκριμένη επιχείρηση για να καλύψει την ανάγκη του (Neal, 1999). Το πρόβλημα που προκύπτει είναι ότι η πρόθεση (intention) του καταναλωτή για αγορά μπορεί να μην οδηγήσει τελικά σε αγορά ενώ ακόμα και οι επαναλαμβανόμενες αγορές δεν είναι σίγουρο ότι αντικατοπτρίζουν πρόθεση για αγορά.

Μέσω της επίτευξης των παραπάνω στόχων, η ανάπτυξη συστημάτων CRM παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα όχι μόνο για την επιχείρηση αλλά και για τους πελάτες της. Τα πλεονεκτήματα και ευκαιρίες είναι μείζονος σημασία για μια εταιρία, ιδιαίτερα αν το συγκριτικό της πλεονέκτημα στηρίζεται στην προνομιακού επιπέδου γνώση και εξυπηρέτηση του πελάτη. Κάποια από τα βασικά οφέλη που προκύπτουν από την ενσωμάτωση του CRM στην επιχειρηματική κουλτούρα είναι η ανάπτυξη μακροχρόνιων διεπιχειρησιακών δεσμών με τους πελάτες της επιχείρησης, η αδιάλειπτη διάχυση της πληροφορίας σε όλον τον επιχειρησιακό οργανισμό που έρχεται σε επαφή με τους πελάτες, καθώς και η αποτελεσματική διαχείριση και εκμετάλλευση της γνώσης που δημιουργείται αναφορικά με τον πελάτη, αλλά και η ομοιομορφία της επικοινωνίας που λαμβάνει ο πελάτης, γεγονός που του δίνει μια ξεκάθαρη εικόνα της εταιρίας με την οποία συναλλάσσεται. Ομαδοποιημένα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα αναφέρονται στη συνέχεια (Μπουζούκα Μ., 2008).

**Βελτίωση των υπηρεσιών** προς την κατεύθυνση κατανόησης των αναγκών των πελατών και της αναπροσαρμογής αντιστοίχως των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, γεγονός που καθιστά απαραίτητο τον επαναπροσδιορισμό των λειτουργιών του μάρκετινγκ και της παραγωγής.

**Μεγιστοποίηση του βαθμού ικανοποίησης των πελατών και η αύξηση της εμπιστοσύνης και της πίστης τους στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της**

**επιχείρησης.** Η δυνατότητα να αυξάνει την ικανοποίηση του πελάτη συντελεί στη μείωση του αριθμού των αποχωρήσεων πελατών, γεγονός που είναι ζωτικής σημασίας για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τομείς με έντονο ανταγωνισμό. Ο ικανοποιημένος πελάτης είναι πιθανό ότι θα παραμείνει αφοσιωμένος στην εταιρία και στο προϊόν. Επιπλέον, αυξημένη αφοσίωση και διατήρηση – παραμονή (retention) των πελατών, σημαίνει ότι πιθανότατα αυτοί παραμένουν περισσότερο χρόνο ως πελάτες της επιχείρησης, αγοράζουν περισσότερο ή αγοράζουν συχνότερα. Επιπρόσθετα, στοχεύοντας στη διαρκή ικανοποίηση των πελατών, η οποία όπως προαναφέραμε, οδηγεί σε αφοσίωση επιτυγχάνεται και μεγαλύτερη αποδοτικότητα των πελατών (customer profitability). Αυτό συμβαίνει όχι μόνο διότι οι υπάρχοντες αγοράζουν περισσότερο, αλλά και λόγω ότι δαπανούνται λιγότερα χρήματα στη προσέλκυση νέων πελατών. Εξάλλου, η διατήρηση των υπαρχόντων πελατών κοστίζει πολύ λιγότερο από ότι η προσέλκυση νέων.

**Έμφαση στην ανάπτυξη της εσωτερικής επικοινωνίας** μεταξύ του front office (μάρκετινγκ, πωλήσεις και υπηρεσίες) και των αρμοδίων διευθυντών, γεγονός που ενισχύει την συνεργασία και την αλληλεπίδραση μεταξύ των εσωτερικών και επιχειρηματικών μονάδων.

**Αποτελεσματική αξιοποίηση και εκμετάλλευση των εναλλακτικών καναλιών πώλησης** (Internet, Call Centers, Info Kiosks κλπ) (Γαπαϊωάννου Ε., 2005).

### 1.3 Λόγοι αποτυχίας

Όπως γίνεται κατανοητό και από τα παραπάνω, είναι ιδιαίτερα σημαντικό για μια επιχείρηση να μπορεί γρήγορα να αναγνωρίζει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών και να είναι σε θέση άμεσα να προσφέρει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που ανταποκρίνονται σε αυτές. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, η επιχείρηση θα πρέπει να υιοθετήσει επιχειρηματικές στρατηγικές που είναι προσανατολισμένες στον πελάτη, προσδίδοντας με αυτόν τον τρόπο αξία στον πελάτη, ενώ συνάμα επεκτείνει το μερίδιο

της αγοράς της. Τέτοιες στρατηγικές υλοποιούνται μέσω μεθοδολογιών και λύσεων CRM (Παπαϊωάννου Ε., 2005).

Η επένδυση σε ένα σύστημα CRM δεν αποτελεί όμως πάντα μια σωστή επιλογή. Για παράδειγμα, μικρές επιχειρήσεις είναι σχετικά εύκολο να αντιλαμβάνονται άμεσα τις προτιμήσεις των πελατών τους (Παπαϊωάννου Ε., 2005). Όσο αυξάνεται το μέγεθος των επιχειρήσεων, αυξάνονται και οι πληροφορίες που πρέπει να διαχειριστούν και επιβάλλονται επενδύσεις σε τεχνολογία, επαναπροσδιορισμό των διαδικασιών και ανθρώπινο δυναμικό με σκοπό την διαχείριση των αλληλεπιδράσεων πελάτη και επιχείρησης. Εντούτοις, η υιοθέτηση μιας λύσης CRM δεν αρκείται στην υιοθέτηση της κατάλληλης τεχνολογίας, εν αντιθέσει ο πελάτης θα πρέπει να αποτελέσει το σημείο εστίασης όλης της επιχείρησης και κάθε λειτουργικό της τμήμα θα πρέπει να προσδίδει σε αυτόν την αξία που του ανήκει. Η απαίτηση για την υιοθέτηση στρατηγικών προσανατολισμένων στους πελάτες έχει οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις να ζητούν και να υιοθετούν μεθοδολογίες και λύσεις CRM. Η υιοθέτηση ενός συστήματος CRM δεν αρκεί και δεν αποφέρει πάντα σε μια επιχείρηση τα αναμενόμενα θετικά αποτελέσματα. Διάφορες έρευνες (Kerstetter J., 2002) έχουν δείξει ότι ο βαθμός επιτυχίας ενός CRM ποικίλει μεταξύ 30% και 70%. Συγχρόνως υπάρχουν έρευνες (Hertz, 2002) που αποδεικνύουν ότι πολλές υλοποιήσεις μεθοδολογιών και συστημάτων CRM έχουν αποτύχει. Συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι αποτυγχάνουν προγράμματα CRM σε ποσοστό μεταξύ 35% και 75%. Επίσης, υφίστανται προγράμματα που αποτυγχάνουν να αποδώσουν τα επιθυμητά οικονομικά αποτελέσματα καθώς επίσης που βλάπτουν τις σχέσεις της επιχείρησης με τους πελάτες της (Παπαϊωάννου Ε., 2005).

Μερικές από τις κύριες αιτίες αποτυχίας στρατηγικών CRM ακολουθούν (Παπαϊωάννου Ε., 2005) :

- «Η νοοτροπία ότι η τεχνολογία είναι η λύση». Πολλές επιχειρήσεις υιοθετούν ένα σύστημα CRM αντιμετωπίζοντας το ως μια νέα τεχνολογία που θα τους αποδώσει τα επιθυμητά και όχι ως ένα τρόπο μέσω του οποίου θα μπορέσουν να υλοποιήσουν και να επιτύχουν κάποιους στόχους. Η προσέγγιση ότι η απλή

εφαρμογή του συστήματος θα δώσει την λύση είναι λανθασμένη δεδομένου ότι η εφαρμογή έχει νόημα αφού έχουν καθοριστεί κατάλληλα οι επιχειρησιακοί στόχοι.

- Επένδυση σε τεχνολογία προτού η επιχείρηση εξετάσει τις ανάγκες της.
- Η έλλειψη διοικητικής υποστήριξης λόγω έλλειψης γνώσης για τις ευκαιρίες που προσφέρονται από την εφαρμογή CRM. Οι διευθυντές λόγω έλλειψης γνώσης δεν δίνουν προτεραιότητα στην εφαρμογή προγραμμάτων CRM. Για την επιτυχημένη εφαρμογή ενός συστήματος απαιτείται η εμπιστοσύνη της ανώτερης διοίκησης σε αυτό και γενικά στην φιλοσοφία του CRM.
- Η κουλτούρα της επιχείρησης δεν προσδίδει υψηλή αξία στον πελάτη. Η εφαρμογή ενός συστήματος CRM συνεπάγεται την υιοθέτηση στρατηγικών προσανατολισμένων στον πελάτη. Στρατηγικές προσανατολισμένες στον πελάτη εστιάζουν στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών και στην διάχυση του οράματος του ικανοποιημένου πελάτη μέσα σε όλη την επιχείρηση. Οι στρατηγικές αυτές εστιάζουν στην έλξη νέων πελατών και στην διατήρηση και ανάπτυξη σχέσεων με τους υπάρχοντες πελάτες. Επιπροσθέτως, στοχεύουν να χτίσουν σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες κάτι που οδηγεί στην αύξηση των κερδών της επιχείρησης. Η εφαρμογή ενός συστήματος CRM θα αποτύχει εάν η επιχείρηση δεν εφαρμόσει στρατηγικές προσανατολισμένες στον πελάτη πριν την εφαρμογή.
- Η έλλειψη οράματος και στρατηγικής. Είναι συνηθισμένο να μην υπάρχει μια σαφώς καθορισμένη στρατηγική και επιχειρησιακοί στόχοι στον τομέα CRM.
- Έλλειψη επαναπροσδιορισμού των διαδικασιών. Η εφαρμογή συστημάτων CRM, όπως και η εφαρμογή άλλων τεχνολογικών προγραμμάτων, απαιτεί επαναπροσδιορισμό των επιχειρησιακών διαδικασιών για να αποδώσει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Χαμηλής ποιότητας δεδομένα και οι πληροφορίες, που

συνεπάγονται ότι το σύστημα εξάγει λανθασμένα συμπεράσματα για την επιχείρηση.

- Ακατάλληλη διαχείριση της αλλαγής. Όπως συμβαίνει με οποιοδήποτε σύνθετο έργο, είναι απαραίτητη η σωστή διαχείριση της αλλαγής και της επιχειρησιακής φιλοσοφίας για την επιτυχή επίτευξη της αλλαγής.
- Στο σχεδιασμό του συστήματος CRM δεν συνυπολογίζονται οι ανάγκες του τελικού χρήστη, το οποίο σημαίνει τον κίνδυνο ανάπτυξης ενός συστήματος που φέρνει περισσότερα προβλήματα από λύσεις στους χρήστες αντί να τους ωφελήσει. (Λαγκαδινού Ε., 2008)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Εταιρική και Κοινωνική Ευθύνη στα Συστήματα Διοίκησης

### 2.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Στη διεθνή βιβλιογραφία για την εταιρική και κοινωνική ευθύνη δεν υπάρχει κάποιος γενικά αποδεκτός ορισμός. Ωστόσο, οι περισσότεροι ορισμοί που έχουν δοθεί, περιγράφουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη ως μια συλλογιστική όπου οι εταιρίες ενσωματώνουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στην αλληλεπίδρασή τους με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους πάνω σε μία εθελοντική βάση.

Πιο συγκεκριμένα, το 1998, το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη, W.B.C.S.D. World Business Council for Sustainable Development (Βουγιούκλα Α., 2007) χρησιμοποίησε τον πιο κάτω ορισμό της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για να διεξάγει την πρώτη έρευνα με θέμα τον προσδιορισμό του όρου Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο Βέλγιο και την Ολλανδία: «Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη ενώ ταυτόχρονα θα βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους καθώς επίσης και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα» (Βουγιούκλα Α., 2007).

Η διεύρυνση της έρευνας και του διαλόγου σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο επιβεβαίωσε την διαφορετικότητα της έννοιας του ορισμού αυτού από περιοχή σε περιοχή, όπως και του είδους των δράσεων που θεωρούνται αναγκαίες. Σαν αποτέλεσμα της έρευνας σε διεθνές επίπεδο ο αρχικός ορισμός του Διεθνές Επιχειρηματικού Συμβουλίου για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη επαναπροσδιορίσθηκε στην συνέχεια ως εξής: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες κ.λ.π.).»



Γενικότερα μπορούμε να ισχυριστούμε ότι το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος δεν σημαίνει μόνον ότι εκπληρώνει πλήρως τις νομικές υποχρεώσεις του, αλλά και ότι υπερβαίνει τα όρια της τήρησης του νόμου επενδύοντας "περισσότερο" στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στις σχέσεις του με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η πείρα από τις επενδύσεις στις περιβαλλοντικά υπεύθυνες τεχνολογίες και επιχειρηματικές πρακτικές δείχνει ότι η υπέρβαση της τήρησης του νόμου μπορεί να συμβάλει στην ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης. Η υπέρβαση των ορίων των βασικών νομικών υποχρεώσεων στον κοινωνικό τομέα, π.χ. επαγγελματική κατάρτιση, συνθήκες εργασίας, σχέσεις διοίκησης-υπαλλήλων, μπορεί επίσης να έχει άμεσο αντίκτυπο στην παραγωγικότητα και την ποιότητα της παραγωγής. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν πρέπει ωστόσο να θεωρηθεί υποκατάστατο των κανονιστικών ρυθμίσεων ή της νομοθεσίας όσον αφορά τα κοινωνικά δικαιώματα ή τα περιβαλλοντικά πρότυπα, συμπεριλαμβάνοντας την ανάπτυξη νέας κατάλληλης νομοθεσίας. Σε χώρες στις οποίες δεν υπάρχουν τέτοιες ρυθμίσεις, οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στη θέσπιση του κατάλληλου ρυθμιστικού ή νομοθετικού πλαισίου για τον καθορισμό ενιαίας βάσης πάνω στην οποία μπορούν να αναπτυχθούν οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Στις μέρες μας, ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη διατηρεί τον ουσιαστικό χαρακτήρα προσφοράς των επιχειρήσεων στην βιώσιμη ανάπτυξη, ο ιδιαίτερος όμως χρωματισμός του όρου αυτού διαφοροποιείται ανάλογα με τη χώρα εφαρμογής. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να οριστεί ως μια έννοια με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς τους μέσα στις καθημερινές επιχειρησιακές διαδικασίες τους και στην αλληλεπίδραση τους με τους συμμετόχους τους σε εθελοντική βάση. (Βουγιούκλα Α., 2007)

## **2.2 Τομείς εφαρμογής ΕΚΕ στις επιχειρήσεις**

Όσον αφορά τους τομείς εφαρμογή της ΕΚΕ, θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι διακρίνεται σε «εσωτερική» και «εξωτερική» ανάλογα με τα ωφελούμενα μέρη μίας εταιρικής δράσης κοινωνικού χαρακτήρα. Η υιοθέτηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πρέπει να ξεκινά από το εσωτερικό μίας επιχείρησης και να επεκτείνεται στο εξωτερικό περιβάλλον χωρίς κάτι τέτοιο να σημαίνει ότι η «εξωτερική» είναι λιγότερο

σημαντική. «Εσωτερική» Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Η «εσωτερική» Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά στο ανθρώπινο δυναμικό κάθε επιχείρησης και περιλαμβάνει τον σεβασμό των ανθρώπινων και εργασιακών δικαιωμάτων (π.χ. τήρηση του ωραρίου), το εργασιακό κλίμα (π.χ. πρόνοια για την διασφάλιση της ασφάλειας και της υγιεινής), την δια βίου εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και την ανοιχτή επικοινωνία στο εσωτερικό της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα( Λεφοπούλου Α., 2003):

1. Ανθρώπινα δικαιώματα: Ο όρος περιλαμβάνει τα ανθρώπινα δικαιώματα τόσο στο εσωτερικό εργασιακό περιβάλλον όσο και στο περιβάλλον εκτός της επιχείρησης. Το πρώτο αναφέρεται στην τήρηση των γενικά αποδεκτών συνθηκών εργασίας (π.χ. αποφυγή κάθε είδους ανθρώπινης διάκρισης, κ.α.) ενώ το δεύτερο στον ευρύτερο αντίκτυπο των επιχειρήσεων στην κοινωνία. Στη δεύτερη αυτή κατηγορία εμπεριέχονται μεταξύ άλλων και θέματα σχετικά με την εφαρμογή μέτρων για την καταπολέμησή της παιδικής – καταναγκαστικής εργασίας. Η επιχείρηση οφείλει να αντιμετωπίζει τους εργαζομένους και συνεργάτες της ως πολίτες με πολλαπλούς κοινωνικούς ρόλους όπου ο επαγγελματικός δεν είναι δυνατόν να αντικαταστήσει - ακυρώσει τους υπολοίπους.
2. Εργασιακό Κλίμα: Για την περιγραφή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον τομέα αυτό χρησιμοποιούνται οι παρακάτω τομείς: το εργασιακό περιβάλλον καθώς και οι παροχές – αμοιβές. Το εργασιακό περιβάλλον καλύπτει θέματα όπως η διασφάλιση ασφάλειας και υγιεινής στο χώρο εργασίας, η ισορροπία ανάμεσα στην εργασιακή και την προσωπική ζωή αλλά και η αντιμετώπιση κάθε είδους παρενόχλησης της ανθρώπινης αξιοπρέπειας. Ο όρος παροχές – αμοιβές περιλαμβάνει τα πακέτα οικονομικών απολαβών, τα συστήματα οικονομικών επιβραβεύσεων μέσα στην εταιρεία καθώς και οι παρεχόμενες οικονομικές διευκολύνσεις προς το ανθρώπινο δυναμικό, πράξεις που συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του.

3. Η δια βίου εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού αναφέρεται σε όλες εκείνες τις Δράσεις – προγράμματα που στόχο έχουν την βελτίωση του επιπέδου των γνώσεων και δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού ενώ παράλληλα συμβάλλουν καθοριστικά στην ομαλή προσαρμογή στην αλλαγή. Τέτοιου είδους Δράσεις συμβάλλουν τόσο στη βελτίωση της συνολικής επαγγελματικής εξέλιξης των εργαζομένων όσο και στην αύξηση της εργασιακής τους ικανοποίησης καθώς οι τελευταίοι καταφέρνουν και διεισδύουν στο νόημα της εργασίας τους και δεν περιορίζονται απλά σε «μηχανικές» κινήσεις.
4. Η θεμελίωση συστημάτων ανοικτής επικοινωνίας στο εσωτερικό μιας επιχείρησης είναι δυνατόν να συμβάλλει καθοριστικά στην επιτυχία της. Πολλά στελέχη μεγάλων εταιρειών θεωρούν ότι δεν θα μπορούσαν να ηγηθούν αποτελεσματικά αν δεν είχαν αναπτυχθεί τέτοιου είδους συστήματα. Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις προσδιορίζουν τις αξίες, τα οράματά και την αποστολή τους σε συνεργασία με όλους τους εργαζομένους τους, σε όλα τα επίπεδα της διοικητικής ιεραρχίας. Ωστόσο, αρκετές φορές αυτό δεν επαρκεί. Γι' αυτό συνεργάζονται με όλους εκείνους που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές της («εξωτερική»).

Η «εξωτερική» Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά στην αγορά (προμηθευτές, πελάτες, κ.α.), το φυσικό περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες. Πιο συγκεκριμένα (Λεφοπούλου Α., 2003):

1. Αγορά: Οι υπεύθυνες δεσμεύσεις απέναντι στους προμηθευτές, ο καθορισμός υπεύθυνων προτύπων ποιότητας στην όλη διαδικασία εφοδιασμού και παραγωγής, αλλά και η δέσμευση προς τους πελάτες για διασφάλιση ανώτερης ποιότητας και ευρείας κυκλοφορίας του παραγόμενου προϊόντος / προσφερόμενης υπηρεσίας, πάντοτε σε συνδυασμό με απτές αποδείξεις της κοινωνικής υπευθυνότητάς των επιχειρήσεων, αποτελούν την βάση του τρόπου με τον οποίο η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί και επηρεάζει την αγορά. Στο

σημείο αυτό έμφαση δίνεται και στην τήρηση των κανόνων αθέμιτου ανταγωνισμού και στη διαφάνεια των συναλλαγών.

2. Φυσικό περιβάλλον: Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις επιδιώκουν εταιρικό κέρδος και οικονομική ανάπτυξη ενώ ταυτόχρονα συμβάλλουν στην προστασία των φυσικών πόρων και την μείωση των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων. Στις σημερινές οικονομίες, οι οργανισμοί λαμβάνουν σοβαρά υπόψιν τους την επίδραση που έχουν στο ευρύτερο περιβάλλον. Για το λόγο αυτό, λαμβάνουν πρωτοβουλίες για την βιώσιμη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος κάνοντας υπέρογκες επενδύσεις και λαμβάνοντας αυστηρά μέτρα για την μείωση των αρνητικών συνεπειών που επιφέρει η παραγωγική τους διαδικασία. Εδώ περιλαμβάνονται οι πράσινες Δράσεις που αφορούν προγράμματα που αναπτύσσονται τόσο εντός όσο και εκτός της επιχειρηματικής οργάνωσης για την ενίσχυση της γνώσης των περιβαλλοντικών θεμάτων.
3. Τοπικές κοινότητες: Στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης οι επιχειρήσεις σε συνεργασία με τις τοπικές κοινότητες αναλαμβάνουν δράσεις - πρωτοβουλίες και επενδύουν πόρους για την αντιμετώπιση προβλημάτων που τις απασχολούν. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται και οι δωρεές σε χρήμα ή σε είδος που γίνονται για την αντιμετώπιση θεμάτων που σχετίζονται με την υγεία, την εκπαίδευση, τις κοινωνικές μειονότητες, τα άτομα με «ειδικές» ικανότητες κ.α.

Στην Ελλάδα τα πεδία εφαρμογής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όπου δείχνουν περισσότερο ενδιαφέρον οι επιχειρήσεις, αφορούν στην ποιότητα του προϊόντος, στους εργαζομένους, στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και τον αθλητισμό. Αξίζει να σημειωθεί ότι κάθε επιχείρηση διαφέρει στον τρόπο εφαρμογής των μεθόδων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Παράγοντες όπως το μέγεθος της επιχείρησης, ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται, η φιλοσοφία, αλλά και η προσήλωση της ανώτατης διοίκησης (*top management*) προς αυτή την κατεύθυνση, επιδρούν στις στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων. Ορισμένες επιχειρήσεις προτιμούν να

επικεντρώνουν τις στρατηγικές τους σε έναν συγκεκριμένο τομέα εφαρμογής, όπως για παράδειγμα, τον πολιτισμό ή την εκπαίδευση. Ωστόσο υπάρχουν επιχειρήσεις που επενδύουν σε ένα γενικότερο όραμα κοινωνικής ευθύνης προσαρμόζοντας ανάλογα όλες τις λειτουργίες τους τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό των επιχειρήσεων. Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις αν και υιοθετούν τις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πολλές φορές κατά την εκτέλεση του κοινωνικού τους έργου δεν λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες και τις απαιτήσεις της ελληνικής κοινωνίας, ενώ παράλληλα δεν έχουν αναπτύξει έναν σωστό τρόπο δημοσιοποίησης ή παρουσίασης του κοινωνικού έργου τους (Λεφοπούλου Α., 2003).

### **2.3 Εργαλεία εφαρμογής ΕΚΕ στις επιχειρήσεις**

Το εντεινόμενο ενδιαφέρον των κυβερνήσεων, του κοινωνικού συνόλου και του επιχειρηματικού κόσμου για την ιδέα της ΕΚΕ είχε ως συνέπεια μια σημαντική αύξηση στον αριθμό εργαλείων για τη διαχείριση, τη μέτρηση, την επικοινωνία (δηλαδή τη διαβίβαση προς τους τρίτους) και την επιβράβευση των επιδόσεων σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Αυτά τα όργανα της ΕΚΕ κυμαίνονται από γενικές κατευθυντήριες γραμμές και κώδικες συμπεριφοράς, που θέτουν φιλόδοξες αρχές ΕΚΕ, μέχρι πολύπλοκα συστήματα διαχείρισης, ελεγκτικά και επικοινωνιακά εργαλεία ή μεθοδολογίες εξέτασης (φιλτραρίσματος - screening) των επενδύσεων. Όλα αυτά παίζουν βασικό ρόλο στο να προσφέρουν καθοδήγηση για βιώσιμη λειτουργία, για σωστή διαχείριση της ποιότητας των διαδικασιών, των συστημάτων και των πρακτικών με απώτερο στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη (European Commission, 2004). Απώτερος σκοπός από την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι αφενός ο περιορισμός κοινωνικών ζητημάτων όπως είναι η φτώχεια, η περιβαλλοντική υποβάθμιση και η καταπάτηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, και αφετέρου η ενίσχυση κοινωνικών «αγαθών», όπως η βιώσιμη διαβίωση, η εκπαίδευση και η βιοποικιλότητα. Η επιτυχία ή αποτυχία των εργαλείων και προσεγγίσεων της ΕΚΕ εξαρτάται από το βαθμό συνεισφοράς τους σε αυτόν τον στόχο.

Τα περισσότερα εργαλεία της ΕΚΕ τείνουν να εξετάσουν μόνο ένα από τους τρεις στυλοβάτες της βιώσιμης ανάπτυξης (κοινωνικός, περιβαλλοντικός και οικονομικός τομέας), όπως είναι για παράδειγμα το μοντέλο SA8000, το οποίο επικεντρώνεται σε εργασιακά θέματα. Με εξαίρεση το GRI18, αυτά που εξετάζουν όλες τις πτυχές της τριπλής προσέγγισης (triple bottom line) τείνουν να ξεχωρίζουν έναν τομέα ανάλογα με την περιοχή ενδιαφέροντός τους, παρέχοντας μικρότερη κάλυψη στους υπόλοιπους τομείς.

Οι τομείς κάλυψης των εργαλείων ΕΚΕ μπορούν να εξεταστούν υπό την έννοια της τριπλής προσέγγισης (βλέπε και πίνακα 1). Οι αρχές και οι κώδικες πρακτικής απευθύνονται κυρίως στην κοινωνική διάσταση της τριπλής προσέγγισης, παρά στην περιβαλλοντική ή στην οικονομική. Τα συστήματα διοίκησης και τα πρότυπα πιστοποίησης είναι περισσότερο αναπτυγμένα ως προς την περιβαλλοντική προσέγγιση, ενώ οι δείκτες μέτρησης υπευθυνότητας και λογοδοσίας όπως και οι εκθέσεις κοινωνικού απολογισμού αναφέρονται και στις τρεις. (Μπουγά Μ., 2009)

Πίνακας 1: Τριπλή προσέγγιση για τα εργαλεία ΕΚΕ

INSTRUMENT	ASPECT		
	Economic	Social	Environmental
<b>Aspirational Principles and Codes of Practice</b>			
<i>UN Global Compact</i>	✓	✓	✓
<i>Amnesty International Guidelines</i>		✓✓	
<i>ETI</i>		✓✓✓	
<i>Sullivan Principles</i>		✓✓	
<i>OECD Guidelines for MNEs</i>	✓	✓	
<i>WHO / UNICEF Breastmilk</i>		✓✓	
<i>ECCRI/ICCR</i>		✓	
<b>Management Systems and Certification Schemes</b>			
<i>SA8000</i>		✓✓	
<i>ISO9000 / ISO14001</i>			✓✓
<i>EMAS</i>			✓✓✓
<i>EU Eco-label</i>		✓	✓✓
<i>FSC</i>		✓	✓✓
<b>Rating Indices</b>			
<i>DJGSI</i>	✓	✓✓	✓✓
<i>FTSE4Good</i>	✓	✓✓	✓✓
<i>ASPI</i>	✓	✓✓	✓✓
<b>Accountability and Reporting Frameworks</b>			
<i>GRI</i>	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
<i>AA1000S</i>	✓	✓✓✓	✓

Πηγή: Account Ability, 2003

Δεδομένου ότι η έννοια της ΕΚΕ γίνεται πιο καθορισμένη και οι οργανωτικές πρακτικές ισχύουν για έναν αυξανόμενο αριθμό δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, αυξάνεται η δυνατότητα της τυποποίησης των εργαλείων ΕΚΕ. Πολλά εργαλεία στρέφονται προς ένα μεμονωμένο στόχο, π.χ. έναν συμμετόχο ή μια βιομηχανία. Τα εργαλεία περιορισμένου εύρους (*narrow instruments*), είναι ανίκανα να συλλάβουν τον αμιγή αντίκτυπο των γενικών δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης ή να βοηθήσουν να

καταλάβουν διάφορους αντισταθμιστικούς παράγοντες και θεμελιώδη ζητήματα. Επομένως υπάρχουν διάφορα πιο περιεκτικά εργαλεία για την ΕΚΕ (broader CSR instruments), που συνδυάζουν διάφορους τομείς, όπως είναι το GRI (Μπουγά Μ., 2009).

## **2.4 Πλεονεκτήματα εφαρμογής**

Οι επιχειρήσεις έχουν τόσο οικονομικούς όσο και ηθικούς λόγους για να εφαρμόζουν προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Οι ηθικοί λόγοι είναι ξεκάθαροι σε αντίθεση με τους οικονομικούς λόγους που είναι πιο δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν. Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν σε εθελοντική βάση την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και εφαρμόζουν σχετικές Δράσεις - προγράμματα δείχνουν τη θετική τους τοποθέτηση απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Με τον τρόπο αυτό αποκτούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, και γίνονται πιο ανθεκτικές σε αιφνιδιασμούς. Πιο συγκεκριμένα, τα πιθανά οφέλη που προκύπτουν από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τα οποία τελικά συνδέονται με την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης είναι τα εξής (Λεφοπούλου Α., 2003):

1. Βελτίωση εταιρικής εικόνας / φήμης: Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, η εικόνα / φήμη είναι ίσως ένα από τα πιο σημαντικά περιουσιακά στοιχεία κάθε επιχείρησης. Η φήμη, αν και άυλη, είναι ορατή σε καταναλωτές και λοιπούς φορείς, και συνεπώς είναι δυνατόν είτε να ενδυναμώσει είτε να υπονομεύσει τη δημόσια θέση της στην τοπική κοινωνία όπου δραστηριοποιείται. Μια ισχυρή πολιτική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να οικοδομήσει πιστότητα και αυξημένη εμπιστοσύνη στο σήμα και την επωνυμία-της-επιχείρησης που δίνουν στην επιχείρηση «άδεια» συνεχούς λειτουργίας.
2. Βελτίωση βαθμού ελκυστικότητας της εταιρείας ως εργασιακού χώρου: Οι εταιρείες που σέβονται και αναλαμβάνουν δράσεις για να υποστηρίξουν τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των εργαζομένων τους, χαίρουν μεγαλύτερης



εμπιστοσύνης με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να ελκύουν, να διατηρούν και να αναπτύσσουν το καλύτερο ανθρώπινο κεφάλαιο.

3. Αποτελεσματική διαχείριση επιχειρηματικού κινδύνου: Σήμερα οι επιχειρήσεις θεωρούνται όλο και περισσότερο υπεύθυνες για τις πράξεις τους. Για το λόγο αυτό, η διαχείριση του επιχειρηματικού κινδύνου είναι ζωτικής σημασίας για μια επιχείρηση, ανεξάρτητα από το μέγεθός της. Ο διάλογος με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) και η διαφάνεια μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να περιορίσουν τους κινδύνους τους βοηθώντας τους να εδραιώσουν καλές σχέσεις με την ευρύτερη κοινωνία. Ο ανοικτός διάλογος μπορεί, εναλλακτικά, να βοηθήσει στην καλύτερη διαχείριση των τάσεων και προσδοκιών, βοηθώντας έτσι τις επιχειρήσεις να εντοπίσουν νέες ευκαιρίες στην αγορά μέσα από την καλύτερη κατανόηση των προσδοκιών της κοινωνίας.
4. Βελτίωση οικονομικής επίδοσης και αποδοτικότητας: Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί πάρα πολλές έρευνες πάνω στο συγκεκριμένο θέμα. Στην πλειοψηφία τους τα αποτελέσματα έδειξαν θετική σχέση μεταξύ εταιρικής κοινωνικής δράσης και οικονομικής επίδοσης. Η κοινωνική ευθύνη μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της οικονομικής αποδοτικότητας με διάφορους τρόπους: Η θετική εργασιακή ατμόσφαιρα είναι αποφασιστικός παράγοντας για την παραγωγικότητα των εργαζομένων. Επίσης, η οικολογική αποδοτικότητα είναι ένας πρόδηλος τρόπος εναρμόνισης της κοινωνικής ευθύνης και της αποδοτικότητας. Ταυτόχρονα με το σεβασμό προς το περιβάλλον, η επανεξέταση της χρήσης των πόρων (αποδοτικότητα της ενέργειας, επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση κ.λ.π.) μπορεί να αυξήσει την αποδοτικότητα.
5. Καινοτομία: Στις μέρες μας, οι επιτυχημένες επιχειρήσεις είναι οι πλέον καινοτόμες. Η καινοτομία αποτελεί το κλειδί για την ανταγωνιστικότητα. Η εφαρμογή Δράσεων – προγραμμάτων στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και κατ' επέκταση η ενασχόληση με τον ευρύτερο κύκλο των

ενδιαφερομένων μελών (stakeholders) π.χ. πελάτες, τοπικές κοινότητες κ.α. μπορεί να ανοίξει νέες προοπτικές που ενισχύουν την καινοτομία.

6. Πρόσβαση σε ξένα κεφάλαια: Η πρόσβαση μιας επιχείρησης σε ξένα κεφάλαια είναι πολύ σημαντική καθώς της επιτρέπει να κάνει σχέδια για ανάπτυξη στο μέλλον. Στο παρελθόν οι δανειστές και επενδυτές δε χρησιμοποιούσαν κοινωνικά υπεύθυνα κριτήρια για την επιλογή της επιχείρησης στην οποία θα επενδύσουν. Τα τελευταία χρόνια, η ανάπτυξη των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων (Socially Responsible Investing – S.R.I.) αποτελεί μια ένδειξη των μελλοντικών τάσεων. Έτσι, μία επιχείρηση που ενσωματώνει στην στρατηγική της Δράσεις – προγράμματα Κοινωνικής Ευθύνης, μπορεί να αποκτήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα την βοηθήσει στην πρόσβαση σε ξένα κεφάλαια. Αν αντίθετα, η επιχείρηση δεν ακολουθεί τέτοιου είδους Δράσεις, η εταιρική της εικόνα / φήμη κινδυνεύει να υπονομευτεί με αποτέλεσμα οι επενδυτές και δανειστές να την θεωρήσουν ως επικίνδυνη. Συνεπώς, η μη διεξαγωγή υπεύθυνων επιχειρηματικών δράσεων, θα γίνει ένα ακόμα εμπόδιο στην ανεύρεση ξένων κεφαλαίων.

Ως επιπρόσθετα οφέλη μπορούν να αναφερθούν η ανάπτυξη ισχυρών δεσμών με επιχειρησιακούς συνεργάτες που σκέπτονται με τον ίδιο τρόπο, η θετική κάλυψη – παρουσίαση της επιχείρησης από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (Μ.Μ.Ε.) και η ένταξη σε ειδικούς χρηματιστηριακούς και τραπεζικούς δείκτες αξιολόγησης εταιρειών με βάση τις δραστηριότητές τους σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Όλα τα παραπάνω αποδεικνύουν καταφανώς, ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη γίνεται αστραπιαία παγκόσμια προσδοκία, η οποία απαιτεί μια ολοκληρωμένη ανταπόκριση από τις επιχειρήσεις. Ο μόνος τρόπος για αποδοτικό χειρισμό του θέματος είναι να γίνει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη βασική επιχειρησιακή αξία και στρατηγική που να ενσωματώνεται σε όλες τις πτυχές της επιχείρησης (Λεφοπούλου Α., 2003).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Ιδιωτικό Θεραπευτήριο ΥΓΕΙΑ

Το «ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΟΝ ΚΑΙ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΝ ΚΕΝΤΡΟΝ ΑΘΗΝΩΝ ΥΓΕΙΑ Α.Ε.» αποτελεί το πρώτο μεγάλο Ιδιωτικό Νοσηλευτικό Ίδρυμα που λειτούργησε στην Ελλάδα, μία από τις μεγαλύτερες ιδιωτικές Νοσοκομειακές Μονάδες της χώρας μας, ενώ είναι το Πρώτο & Μοναδικό Ιδιωτικό Νοσοκομείο στην Ελλάδα που έχει διαπιστευτεί σύμφωνα με το Διεθνές πρότυπο ποιότητας Joint Commission International (JCI), την κορυφαία διαπίστευση στον κόσμο για την Ποιότητα και Ασφάλεια στις υπηρεσίες υγείας. Ως αντικείμενο εργασιών έχει την παροχή υπηρεσιών πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας περίθαλψης, που προϋποθέτουν την παροχή ενός εκτεταμένου φάσματος παροχής υπηρεσιών, προκειμένου να καλύπτει όχι μόνο τις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες, αλλά και να εναρμονίζεται με τις συνεχείς εξελίξεις της ιατρικής τεχνολογίας. Στο παραπάνω πλαίσιο λειτουργίας, το ΥΓΕΙΑ διαθέτοντας μια σειρά από άρτια εξοπλισμένες κλινικές, διαγνωστικά, καθώς και εκπαιδευμένο ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό, καλύπτει ολοκληρωμένα ανάγκες περίθαλψης. (<http://www.hygeia.gr/>)

### 31. Ιστορική αναδρομή

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το ΥΓΕΙΑ είναι το πρώτο μεγάλο Ιδιωτικό Νοσηλευτικό Ίδρυμα που λειτούργησε στην Ελλάδα το 1974 και μία από τις μεγαλύτερες ιδιωτικές Νοσοκομειακές Μονάδες της χώρας μας. Ιδρύθηκε το 1970 από μια ομάδα Ελλήνων ιατρών, με στόχο τη δημιουργία ενός προτύπου για τη χώρα μας Ιδιωτικού Νοσοκομείου. Στα τριάντα πέντε και πλέον χρόνια λειτουργίας του, το ΥΓΕΙΑ έδωσε και συνεχίζει να δίνει το βήμα στην ανάπτυξη της ιδιωτικής περίθαλψης στην Ελλάδα, δικαιολογώντας απόλυτα τον τίτλο του βασικού πρωταγωνιστή στη διαμόρφωση ενός υγιούς τοπίου στο οποίο κυριαρχεί η αξιοπιστία, η πρωτοπορία και ο σεβασμός στον άνθρωπο και τη ζωή. Το ΥΓΕΙΑ αποτελεί το Νοσοκομείο στο οποίο πραγματοποιήθηκε η πρώτη μεταμόσχευση καρδιάς στη χώρα μας, αντιμετωπίστηκε το πρώτο κρούσμα AIDS, έγινε η πρώτη στην Ευρώπη εμφύτευση ραδιενεργών κόκκων σε καρκίνο του προστάτη, ενώ ο επιτυχής διαχωρισμός σιαμαίων το Μάιο του 1989 στο Νοσοκομείο, χάρισε την αυτόνομη προσωπική ζωή σε δύο άτομα.

Το Μάρτιο του 2007, το ΥΓΕΙΑ ανακοινώνει ότι αναμένεται να πιστοποιηθεί με ένα νέο Πρότυπο Διαπίστευσης Οργανισμών Υγείας, το Joint Commission International (JCI). Τον Απρίλιο, ανακοινώνεται ότι οι εισηγμένες, στο Χ.Α.Α., εταιρείες, Υγεία Α.Ε. και Ευρωσύμβουλοι Α.Ε. από κοινού με την Αγγλική Minmax Health Ltd., αποφάσισαν την ίδρυση εταιρείας για την υλοποίηση δικτύου τραπεζών βλαστοκυττάρων με αποκλειστικότητα σε 23 χώρες. Τον ίδιο μήνα, το ΥΓΕΙΑ Α.Ε. αποφάσισε την ίδρυση εταιρείας εμπορίας φαρμακευτικών ειδών και ειδών ιατρικής γενικής χρήσεως με την επωνυμία Υ-PHARMA Α.Ε. Στις 11 Απριλίου, τα Διοικητικά Συμβούλια του ΥΓΕΙΑ και του ΜΗΤΕΡΑ αποφάσισαν τη συνένωση των δυνάμεών τους με στόχο τη συγκρότηση του ισχυρότερου ιδιωτικού Ομίλου Παροχής Υπηρεσιών Υγείας, του ΟΜΙΛΟΥ ΥΓΕΙΑ. Στις 18 Ιουλίου το ΥΓΕΙΑ ανακοινώνει την εξαγορά του νοσοκομείου «ΑΧΙΛΛΕΙΟΝ» στην Κύπρο. Πιστοποιούνται τα Κεντρικά Εργαστήρια κατά ISO 9001:2000.

Το 2013 το ΥΓΕΙΑ αναδείχθηκε κορυφαίος εργοδότης της Ευρώπης, καθώς κατέκτησε το 1ο βραβείο στην κατηγορία Employer of the Year για τον καλύτερο εργοδότη της χρονιάς, στο διαγωνισμό European Business Awards 2012/2013. Το ΥΓΕΙΑ, μετά την απόκτηση των τίτλων «National Finalist» και «National Champion», έφτασε στον τελικό του διαγωνισμού και εκπροσώπησε επάξια την Ελλάδα, έχοντας ήδη κατακτήσει τον τίτλο «Ruban D' Honneur» που το ανέδειξε ανάμεσα στους 10 κορυφαίους εργοδότες της Ευρώπης.

Σήμερα, το ΥΓΕΙΑ συνεχίζει να πρωτοπορεί, έχοντας ως βασικό του στόχο: την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και την ανάπτυξη δικτύου ολοκληρωμένων υπηρεσιών Υγείας στην Ελλάδα και το εξωτερικό. (<http://www.hygeia.gr/>)

Το ΥΓΕΙΑ, μεταξύ άλλων, διαθέτει:

- Το μοναδικό στην Ελλάδα Τμήμα Ακτινοχειρουργικής Εγκεφάλου GAMMA - KNIFE με το LeksellGamma Knife® PerfexionTM.

- Το πρώτο PET-CT (Τμήμα Τομογραφίας Εκπομπής Ποζιτρονίων) που λειτούργησε στη χώρα μας.
- Το πιο σύγχρονο και μεγαλύτερο, σε όγκο ασθενών, Κέντρο Ακτινοθεραπευτικής και Ογκολογίας με τους πλέον σύγχρονους γραμμικούς επιταχυντές ELEKTA Axesse, Synergy, Platform.
- Την πρότυπη Μονάδα Εντατικής Θεραπείας και Αυξημένης Φροντίδας (ΜΕΘ-ΜΑΦ)
- Μία από τις πιο σύγχρονες Μονάδες Μεταμόσχευσης Ρευστών Οργάνων (μυελού οστών)
- Την πλέον σύγχρονη Μονάδα Χειρουργείων Μιας Ημέρας (ODS)
- Το μεγαλύτερο Τμήμα Επεμβατικής Νευροακτινολογίας, Εμβολισμών Ανευρυσμάτων Εγκεφάλου
- Το πρωτοποριακό σύστημα Ρομποτικής Χειρουργικής Da Vinci® S για αναίμακτες επεμβάσεις.
- Το Σύστημα Νευροπλοήγησης Stealth Station ηλεκτρονικά συνδεδεμένο με το χειρουργικό μικροσκόπιο PENTERO για αφαίρεση όγκου στον εγκέφαλο.
- Τη Μονάδα Ημερήσιας Θεραπείας (Μ.Η.Θ.)
- 

Κύριος στόχος του Νοσοκομείου ήταν και παραμένει η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας στην αιχμή της ιατρικής επιστήμης και τεχνολογίας και η ανάπτυξη δικτύου ολοκληρωμένων υπηρεσιών Υγείας στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Αυτό καταδεικνύεται με την απόφαση για συνένωση των δυνάμεων με τα Νοσηλευτικά Ιδρύματα ΜΗΤΕΡΑ και ΛΗΤΩ όσο και με τις στρατηγικές επενδυτικές πρωτοβουλίες σε Ελλάδα, Κύπρο και Νοτιοανατολική Ευρώπη καθώς επίσης και με τη συμφωνία για την ανέγερση του πρώτου Ιδιωτικού Νοσηλευτικού Ιδρύματος στην Αλβανία. (<http://www.hygeia.gr/>)

### **3.2 Στρατηγική εταιρικής υπευθυνότητας**

Η ΕΚΕ για την εταιρεία μας αποτελεί αδιαπραγμάτευτη αρχή σε όλη την πορεία της. Από το 1974, το ΥΓΕΙΑ είναι ο βασικός πρωταγωνιστής στη διαμόρφωση ενός υγιούς τοπίου στο οποίο κυριαρχεί η αξιοπιστία, η πρωτοπορία και ο σεβασμός στον άνθρωπο

και τη ζωή. Σήμερα, το ΥΓΕΙΑ συνεχίζει να πρωτοπορεί, έχοντας ως βασικό του στόχο: την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και την ανάπτυξη δικτύου ολοκληρωμένων υπηρεσιών Υγείας στην Ελλάδα και το εξωτερικό.

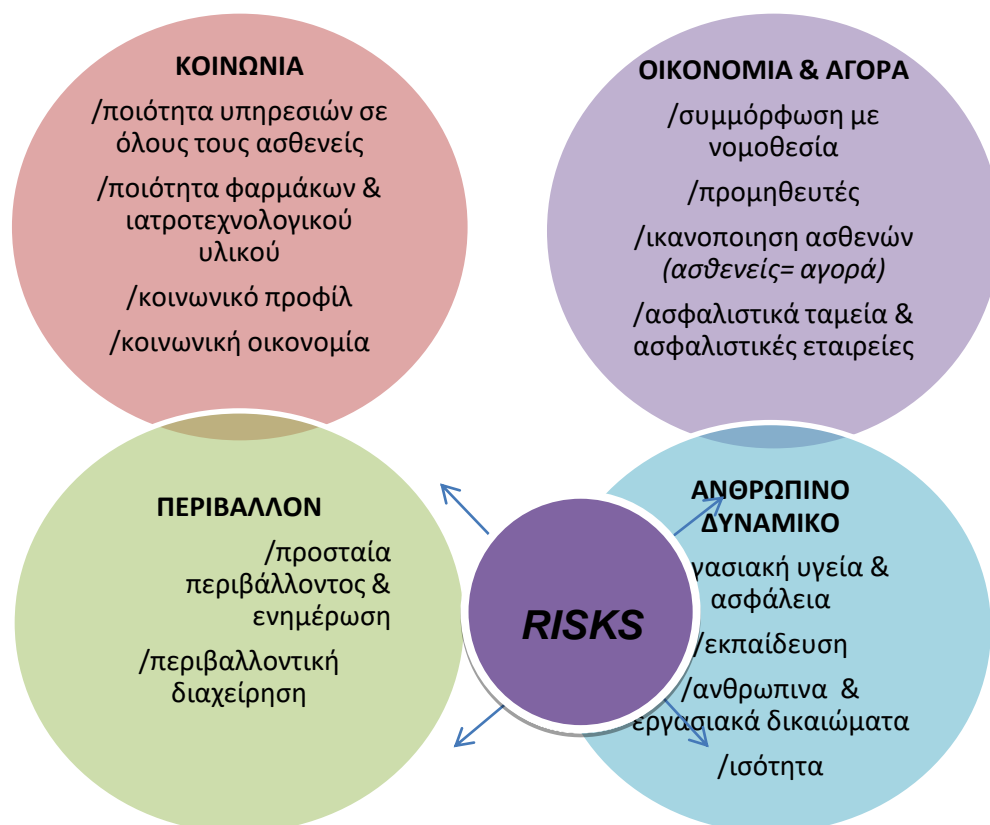
Η Κοινωνική Υπευθυνότητα είναι αποτέλεσμα της εταιρικής κουλτούρας και πηγάζει από τις αρχές και τις αξίες που συνοδεύουν τις πράξεις των διοικούντων του νοσοκομείου στην κοινωνία, στην εργασία, στο περιβάλλον και στον άνθρωπο. Είναι για εκείνους μία δέσμευση απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη. Αφουγκράζονται τις ανάγκες τους και προχωρούν σε θέσπιση διαλόγων μαζί τους ώστε οι αποφάσεις και οι ενέργειες τους να έχουν κοινό όφελος. Ακολουθούν μία συνεπή και σταδιακή ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας, παρακολουθώντας τις εξελίξεις της κοινωνίας και καταγράφοντας τις ανάγκες της. Οι ενέργειές του ΥΓΕΙΑ έχουν στόχο την εύρυθμη λειτουργία, την ανάπτυξη της εταιρείας και ταυτόχρονα την ικανοποίηση των ενδιαφερομένων μερών. Υιοθετεί πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον, πραγματοποιεί ενέργειες για αφύπνιση της πρόληψης και φροντίζουμε για την υγεία των ανθρώπων της τοπικής κοινωνίας. Ταυτόχρονα, σκύβει με ευαισθησία πάνω από τις κοινωνικές ομάδες που πλήττονται από την κρίση, παρέχοντας βοήθεια όπου και όταν χρειάζεται. ([http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711))

Με συνέπεια και υπευθυνότητα απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη, το 2010 το ΥΓΕΙΑ παρουσίασε τον 1ο της απολογισμό ΕΚΕ που είναι και 1ος και μοναδικός απολογισμός για Νοσοκομείο στη χώρα μας, ενώ το 2011 ο 2ος απολογισμός που βασίστηκε στο GRI.G3.1. και βελτιώθηκε περαιτέρω, πηγαίνοντας από Επίπεδο C στο Επίπεδο A.

Το μοντέλο άσκησης της κοινωνικής πολιτικής του ΥΓΕΙΑ στηρίζεται στους ακόλουθους άξονες:

- ΚΟΙΝΩΝΙΑ
- ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΑΓΟΡΑ

Σκοπός του μοντέλου που εφαρμόζουμε, είναι η υγιής και αειφόρος ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας του ΥΓΕΙΑ. Η στρατηγική ΕΚΕ έχει ως σκοπό να συνυπάρχει αρμονικά με τις δραστηριότητές του ΥΓΕΙΑ για την κοινωνία και το περιβάλλον, την αγορά, κρατώντας πάντα στο επίκεντρο, με ευαισθησία και ευθύνη, τον άνθρωπο.



**Συμμετέχοντες – Κοινωνικοί εταίροι:** / ασθενείς, οι οικογένειές τους & οι επισκέπτες / οι εργαζόμενοι και οι οικογένειές τους / οι μέτοχοι και οι επενδυτές / οι συνεργάτες ιατροί / οι ασφαλιστικές οργανισμοί & εταιρείες / οι συνεργαζόμενες εταιρείες / οι προμηθευτές / η επιχειρηματική κοινότητα / η Πολιτεία και οι Ρυθμιστικές Αρχές / τα Πανεπιστήμια / οι Μ.Κ.Ο. και οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί / τα Μ.Μ.Ε. / οι λοιποί πολίτες και οι επαγγελματίες υγείας. ([http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711))

### 3.2.1 Υπευθυνότητα για την κοινωνία

Όσον αφορά την υπευθυνότητα για την κοινωνία, η διασφάλιση της βέλτιστης ποιότητας των υπηρεσιών Υγείας και η συνεχής επιδίωξη της βελτίωσής τους αποτελούν προτεραιότητα της Διοίκησης του ΥΓΕΙΑ και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής εργασίας όλου του προσωπικού. Για την πρόσληψη του επιστημονικού, ιατρικού και νοσηλευτικού προσωπικού έχει δημιουργηθεί διαδικασία προσλήψεων σύμφωνα με την οποία για κάθε ανάγκη του νοσοκομείου συγκεντρώνονται τα βιογραφικά σημειώματα των ενδιαφερομένων, αξιολογούνται αναλόγως με τις ανάγκες της κάθε θέσης και εν συνεχεία ελέγχεται η εγκυρότητα των πιστοποιητικών τους.

Επίσης για την ετήσια αξιολόγηση των εργαζομένων υπάρχει η διαδικασία αξιολόγησης όπου για κάθε εργαζόμενο σε κάθε ιεραρχικό επίπεδο, καταγράφονται οι ατομικοί του στόχοι για την επόμενη χρονιά, οι οποίοι συνδέονται με τους στόχους του ΥΓΕΙΑ. Για την παροχή άριστης ποιότητας υπηρεσιών Υγείας έχει συσταθεί το Επιστημονικό Συμβούλιο. Σκοπός του είναι να εκπροσωπεί γενικά το ιατρικό δυναμικό του ΥΓΕΙΑ σε θέματα επιστημονικά, ενώ εποπτεύει των γενικών όρων ασκήσεως του ιατρικού έργου, περιλαμβανομένων και των δεοντολογικών κανόνων βάσει του παρόντος καταστατικού και του εσωτερικού κανονισμού λειτουργίας της κλινικής και μεριμνά για την παροχή στο ΥΓΕΙΑ ιατρικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου, ενημερώνει δε σχετικώς το Δ.Σ. της Εταιρείας. Τέλος στις αρμοδιότητες του είναι η έγκριση των αιτήσεων γιατρών για συνεργασία με το ΥΓΕΙΑ και η διατύπωση γνώμης προς το Δ.Σ. της Εταιρείας για την εκλογή των επιστημονικών διευθυντών των τμημάτων.

[http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711)

Επιπλέον έχουν δημιουργηθεί οι εξής επιτροπές ποιότητας:

- **Επιτροπή Ελέγχου Λοιμώξεων**

Σκοπός της είναι, να αναπτύσσει, να παρακολουθεί και να βελτιώνει συνεχώς το πρόγραμμα ελέγχου λοιμώξεων του ΥΓΕΙΑ, να παρακολουθεί και να προλαμβάνει τις νοσοκομειακές λοιμώξεις, τους ανθεκτικούς μικροοργανισμούς και την έκθεση των



εργαζομένων σε παθογόνους μικροοργανισμούς που μεταδίδονται με το αίμα. Σε περιπτώσεις που απαιτείται, παρεμβαίνει με προτάσεις και δράσεις για τον περιορισμό του κινδύνου λοιμώξεων σε όλο το Νοσοκομείο.

- **Επιτροπή Διαχείρισης Πληροφοριών Υγείας**

Σκοπός της είναι, να αξιολογεί και να βελτιώνει τη σύνθεση και την πληρότητα του ιατρικού φακέλου και την έγκαιρη και σωστή διαθεσιμότητα των πληροφοριών του ασθενή.

- **Επιτροπή Διαχείρισης Κινδύνων & Ασφάλειας**

Σκοπός της είναι ο προσδιορισμός, η καταγραφή και μείωση της επικινδυνότητας με ταυτόχρονη αύξηση της παροχής ασφάλειας στους ασθενείς, συγγενείς και εργαζόμενους του Νοσοκομείου και ο συντονισμός όλων των προσπαθειών για την αξιολόγηση και βελτίωση θεμάτων ασφαλείας.

- **Επιτροπή Φαρμάκων και Θεραπευτικής Αγωγής**

Σκοπός της είναι, η συνεχής αξιολόγηση της διεργασίας των φαρμάκων, η χρήση τους, η διαχείριση και ασφάλεια της φαρμακευτικής αγωγής και η συνεχής βελτίωση της λειτουργίας του Φαρμακείου.

- **Επιτροπή Χειρουργείου**

Σκοπός της είναι, να προτείνει και να εφαρμόζει κανόνες και πολιτικές για την αποτελεσματική λειτουργία του Χειρουργείου, ώστε να παρέχεται ασφαλής και υψηλού επιπέδου χειρουργική φροντίδα στους ασθενείς.

- **Επιτροπή Κλινικής Φροντίδας**

Σκοπός της είναι, η ανάπτυξη πλάνου και κριτηρίων για την αποτελεσματικότερη κλινική φροντίδα των ασθενών, με τρόπο ώστε να βελτιώνονται συνεχώς τα κλινικά αποτελέσματα.

- **Επιτροπή Αναισθησιολόγων**

Σκοπός της είναι, να αναπτύσσει, να τηρεί και να βελτιώνει συνεχώς την ασφαλή παροχή αναισθησίας και καταστολής στους ασθενείς, ανεξαρτήτως βαρύτητας ή τμήματος κατά τη χορήγηση.

- **Επιτροπή Εργαστηρίων**

Σκοπός της είναι, να αναπτύξει έναν ενιαίο τρόπο παροχής υπηρεσιών των Εργαστηρίων, που να συνδυάζει την ταχύτερη και ασφαλέστερη διακίνηση των εξετάσεων των ασθενών με τα καλύτερα δυνατά κλινικά αποτελέσματα. ([http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711))

- **Επιτροπή Απεικονιστικών Υπηρεσιών**

Σκοπός της είναι, να αναπτύξει ένα σύστημα εφαρμογής και ελέγχου των απεικονιστικών εξετάσεων που να διασφαλίζουν άμεσα, ασφαλή και αξιόπιστα αποτελέσματα κλινικής αξιολόγησης των ασθενών.

- **Επιτροπή Εκπαίδευσης**

Σκοπός της είναι, η εφαρμογή της συνεχιζόμενης εκπαίδευσης των ιατρών ή και του νοσηλευτικού προσωπικού του Νοσοκομείου και υλοποίηση εκδηλώσεων / σεμιναρίων που περιλαμβάνουν εκπαίδευση, ενημέρωση από τις εξελίξεις σε διεθνές επίπεδο, παρουσιάσεις εξειδικευμένων περιστατικών κ.α.

- **Επιτροπή Ιατρικής των Μεταγγίσεων**

Σκοπός της είναι, η ορθολογική χρήση του αίματος και των προϊόντων του από τα τμήματα του Νοσοκομείου, και ο περιορισμός των ανεπιθύμητων συμβάντων κατά τη μεταγγισιοθεραπεία περιλαμβανομένων και των λοιμώξεων που πιθανόν μεταγγίζονται με το αίμα.

Αναφορικά με την Διαχείριση Κινδύνων & Ασφάλεια Εγκαταστάσεων έχει συσταθεί Επιτροπή Διαχείρισης Κινδύνων και Ασφάλειας όπου σε συνεργασία με εξειδικευμένους εξωτερικούς συμβούλους έχει αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο Πλάνο Διαχείρισης Κινδύνων και Εκτάκτων Καταστάσεων, για να αντιμετωπίσει ένα ευρύ φάσμα εσωτερικών και εξωτερικών δυσμενών συμβάντων, που ενδέχεται να επηρεάσουν την εύρυθμη λειτουργία του Νοσοκομείου ή να απειλήσουν την ασφάλεια των ασθενών, των επισκεπτών, του προσωπικού και την κοινότητα στην οποία στεγάζεται. Παράλληλα, όλο το προσωπικό του ΥΓΕΙΑ είναι εκπαιδευμένο στην αντιμετώπιση εκτάκτων καταστάσεων και πραγματοποιεί ασκήσεις σε ετήσια βάση (εκκένωσης, σεισμού, φωτιάς, μαζικής προσέλευσης ασθενών).

### 3.2.2 Υπευθυνότητα για την οικονομία

Όσον αφορά την υπευθυνότητα για την οικονομία, έχει θεσπιστεί κώδικας Εταιρικής Διακυβέρνησης και σε συνδυασμό με την εφαρμογή διαδικασιών και συστημάτων διασφαλίζεται η αξιοπιστία και εγκυρότητα των εταιρικών και ενοποιημένων χρηματοοικονομικών καταστάσεων, και η εναρμόνιση με τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Αναφοράς. Επίσης έχουν ληφθεί μία σειρά από μέτρα και έχουν θεσπιστεί διάφορες επιτροπές όπως αναφέρεται παρακάτω.

- Εφαρμογή Συστημάτων Διαχείρισης Κινδύνων προκειμένου να εντοπίζουν, να αξιολογούν και διαχειρίζονται τους κινδύνους τους οποίους ενδέχεται να αντιμετωπίσει κατά τη λειτουργία της η Εταιρεία. Προασπιστής των Αρχών της Εταιρικής Διακυβέρνησης είναι το Διοικητικό Συμβούλιο.
- Δημιουργία ειδικών Επιτροπών και Συμβουλίων με σκοπό τη εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των Επενδυτών και της Ιατρικής Κοινότητας.
- Επιτροπή Ηθικής και Δεοντολογίας: Σκοπός της είναι η εφαρμογή των κανόνων άσκησης του Ιατρικού Επαγγέλματος, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στο εκάστοτε θεσμικό πλαίσιο.
- Εκτελεστική Επιτροπή: σκοπός είναι η υποβοήθηση του έργου του Διοικητικού Συμβουλίου με την εκχώρηση αρμοδιοτήτων του.
- Επιτροπή Προμηθειών: σκοπός της είναι η αξιολόγηση των προμηθειών του νοσοκομείου τόσο σε επίπεδο ποιότητας όσο και σε επίπεδο κόστους. Επίσης, τηρεί τις αρχές της διαφάνειας, ίσης μεταχείρισης και της αποφυγής των διακρίσεων στις διαδικασίες προμηθειών.

- Επιτροπή Ελέγχου: υποστήριξη του Διοικητικού Συμβουλίου στην εκπλήρωση της αποστολής του αναφορικά με τη διασφάλιση της αποτελεσματικότητας των ελεγκτικών μηχανισμών, τη λογιστική αποτύπωση των οικονομικών αποτελεσμάτων, τη λειτουργία των συστημάτων διαχείρισης επιχειρηματικών κινδύνων, τη συμμόρφωση με το νομικό και κανονιστικό πλαίσιο και την αποτελεσματική εφαρμογή των Αρχών Εταιρικής Διακυβέρνησης.  
([http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711))
- Διεύθυνση Εσωτερικού Ελέγχου: σκοπός του είναι να παρέχει ανεξάρτητο έλεγχο σχετικά με την στα διοικητικά τμήματα, προτάσεις για τη βελτίωση της διαχείρισης των κινδύνων, τη βελτίωση των επιδόσεων και τον εντοπισμό επιχειρηματικών ευκαιριών.
- Τμήμα Επενδυτικών Σχέσεων και Εξυπηρέτησης Μετόχων: Σκοπός του μεταξύ άλλων είναι η έγκαιρη & έγκυρη, με σαφήνεια και διαφάνεια, πληροφόρηση για τα οικονομικά στοιχεία, τις επιχειρηματικές εξελίξεις, τη στρατηγική και τους στόχους της Εταιρείας.

### 3.2.3 Υπευθυνότητα για το ανθρώπινο δυναμικό

Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό, στόχος του Ομίλου είναι η υγεία & η ασφάλεια των εργαζομένων, η ικανοποίηση των εργαζομένων και η αξιοκρατία με ίσα δικαιώματα. Για την εξυπηρέτηση του σκοπού αυτού έχουν ληφθεί τα παρακάτω μέτρα:

- Δημιουργία & Ανάπτυξη Συστήματος Διαχείρισης Υγείας & Ασφάλειας για τους Εργαζόμενους. Υπάρχουν σε όλες τις κλινικές του νοσοκομείου Ιατροί Εργασίας και Τεχνικοί Ασφαλείας, σε συμμόρφωση με τις σχετικές διατάξεις της ελληνικής νομοθεσίας.

- Συνεργασία με εξωτερικούς Συμβούλους Επαγγελματικής Υγείας και Ασφάλειας και Διαχείρισης Κινδύνων Εγκαταστάσεων.
- Διμηνιαίοι κύκλοι επιθεώρησης εγκαταστάσεων (facility rounds) με κατάλληλα εκπαιδευμένο και καταρτισμένο προσωπικό της Διεύθυνσης Τεχνικής Υποστήριξης.
- Κατάρτιση Μελέτης Εκτίμησης Επαγγελματικού Κινδύνου (ΜΕΕΚ), στην οποία έχουν εντοπιστεί, καταγραφεί και αξιολογηθεί οι βλαπτικοί παράγοντες και οι κίνδυνοι των εργαζομένων σε κάθε θέση εργασίας.  
([http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711))

Τα μέτρα προφύλαξης αξιολογούνται σε ετήσια βάση από την Επιτροπή Διαχείρισης Κινδύνων και Ασφάλειας για την επάρκεια και την καταλληλότητά τους.

- Σύσταση Διαδικασιών διαχείρισης Λοιμώξεων / Σύσταση Επιτροπής διαχείρισης νοσοκομειακών Λοιμώξεων

Η Επιτροπή Ελέγχου Λοιμώξεων θεσπίζει διαδικασίες πρόληψης και αντιμετώπισης των πιο συχνών λοιμώξεων και ατυχημάτων που απαντώνται στο χώρο της παροχής υπηρεσιών υγείας. Ενδεικτικά αναφέρουμε «Υγιεινή των χεριών», «Αντιμετώπιση ατυχήματος εργαζομένων μετά από επαγγελματική έκθεση σε αίμα ή βιολογικά υγρά», «Διαχείριση αιχμηρών αντικειμένων». Παράλληλα εκδίδει οδηγίες εργασίας προς το προσωπικό, εκπαιδεύει τους εργαζομένους και εποπτεύει την ορθή τήρησή τους, ενώ καταγράφει και παρακολουθεί δείκτες των ατυχημάτων του προσωπικού.

- Προληπτικός ιατρικός έλεγχος κατά την πρόσληψη και ετήσιος δωρεάν εμβολιασμός του προσωπικού

Σε όλους τους εργαζόμενους διενεργούνται προληπτικές εξετάσεις κατά την πρόσληψη, με στόχο την προστασία τους, αλλά και των συνεργατών και των νοσηλευόμενων ασθενών των Κλινικών από μολυσματικές ασθένειες, ενώ σε ετήσια βάση διεξάγεται

δωρεάν εμβολιασμός του προσωπικού με στόχο την πρόληψη των πιο γνωστών εποχιακών ιώσεων. ([http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711))

- Πλάνο Διαχείρισης Εκτάκτων Καταστάσεων (Emergency Operations Plan), το οποίο περιγράφει τις διαδικασίες που διενεργούνται σε περίπτωση εξωτερικών ή εσωτερικών καταστροφών, Πλάνο Πυρασφάλειας (Fire Safety Plan), Πλάνο Διαχείρισης Επικίνδυνων Υλικών και Αποβλήτων (Hazardous Materials and Waste Management Plan), Πλάνο Ασφάλειας και Προστασίας (Safety and Security Plan). Ο σκοπός τους είναι η παροχή των απαραίτητων πληροφοριών προς το προσωπικό όλων των ειδικοτήτων και τις συνεργαζόμενες εταιρίες, ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν σε ένα μεγάλο αριθμό εκτάκτων και μη καταστάσεων (όπως π.χ. πυρκαγιά, πλημμύρα, σεισμός, διασκορπισμός επικίνδυνων ουσιών, βομβιστική / τρομοκρατική απειλή, κλπ.).

Τουλάχιστον 1 φορά ετησίως διενεργείται άσκηση εκκένωσης των εγκαταστάσεων.

- Προγράμματα Εκπαίδευσης Προσωπικού

Κάθε έτος καταρτίζεται εκπαιδευτικό πλάνο, που προϋπολογίζεται και ακολουθείται στη διάρκεια της χρονιάς, προκειμένου να εκπληρωθούν όλες οι ανάγκες που έχουν θέσει οι ίδιοι οι εργαζόμενοι αλλά και να συμμετάσχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα, προκειμένου να ανταποκριθούν με επιτυχία στις απαιτήσεις της πλέον σύγχρονης τεχνολογίας που εφαρμόζεται από το ΥΓΕΙΑ.

Συγκεκριμένα:

- Επιδότηση μεταπτυχιακών προγραμμάτων.
- Προγράμματα εκμάθησης ξένων γλωσσών.
- Μεταπτυχιακές υποτροφίες σε απόφοιτους της Ιατρικής.
- Παροχή συνεχιζόμενων θεωρητικών μαθημάτων σε κλινικό πλαίσιο (on the job training).
- Συμμετοχή σε Συνέδρια στην Ελλάδα και στο εξωτερικό

- Πρόγραμμα Αξιολόγησης Απόδοσης Προσωπικού

Εφαρμόζεται Σύστημα Διαχείρισης της Απόδοσης, το οποίο αποτελεί τη βάση ενός ενιαίου προγράμματος ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού και εκφράζει την βούληση του ΥΓΕΙΑ για δίκαιη, αντικειμενική και αξιοκρατική διαχείριση όλων των εργαζομένων. Κάθε έτος αξιολογείται το 100% των εργαζομένων και των στελεχών του Ομίλου, όπως επίσης και οι εργαζόμενοι αξιολογούν τους Προϊστάμενους και Διευθυντές τους, προκειμένου να υπάρχει μία αμφίδρομη σχέση συνεργασίας και συνεχούς βελτίωσης.

Για κάθε εργαζόμενο σε κάθε ιεραρχικό επίπεδο, καταγράφονται οι ατομικοί του στόχοι για την επόμενη χρονιά, οι οποίοι συνδέονται με τους στόχους του ΥΓΕΙΑ. Ανάλογα με τη θέση κάθε εργαζόμενου στην ιεραρχία και στους στόχους που από κοινού συμφωνούνται, δίνεται και η απαραίτητη βαρύτητα.

[http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711)

- Πρόγραμμα παροχών:

- Δωρεάν νοσηλεία και εξετάσεις για όλους τους εργαζόμενους.
- Πρόγραμμα ασφάλειας ζωής για τους ίδιους τους εργαζόμενους και απώλειας εισοδήματος καθώς και ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής κάλυψης που καλύπτει εξ' ολοκλήρου τις συζύγους και τα παιδιά των εργαζομένων.
- Πρόγραμμα συνταξιοδοτικό για όλους τους εργαζόμενους με την καταβολή εφ' άπαξ ποσού στην συνταξιοδότησή τους.
- Βρεφονηπιακός σταθμός για όλα τα παιδιά έως έξι ετών των εργαζομένων.
- Μετακίνηση από και προς το χώρο εργασίας για όλες τις βάρδιες λειτουργίας του Νοσοκομείου.
- Οικονομική ενίσχυση τα Χριστούγεννα, το Πάσχα και την έναρξη της σχολικής χρονιάς για τα παιδιά των εργαζομένων που είναι μαθητές.
- Εορταστικές εκδηλώσεις για τους εργαζόμενους που είναι σε βάρδια την παραμονή των Χριστουγέννων & της Πρωτοχρονιάς.

- Επίδομα πολυετίας για τους εργαζόμενους που συμπληρώνουν 15, 20, 25 & 30 έτη υπηρεσίας.
- Αριστεία σε παιδιά των εργαζομένων που άριστευσαν στο σχολείο ή εισήχθησαν στις πρώτες θέσεις στα ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκδρομές για τους εργαζόμενους & τις οικογένειές τους.
- Επιπλέον ημέρες άδειας για τους εργαζόμενους για κάθε πέντε έτη υπηρεσίας τους.

### 3.2.4 Υπευθυνότητα για το περιβάλλον

Οι στόχοι για το περιβάλλον αναφέρονται στην ορθολογική χρήση Φυσικών Πόρων, τις Δράσεις Προστασίας Περιβάλλοντος και τη Διαχείριση Αποβλήτων. Για την εξυπηρέτηση των στόχων αυτών, ο Όμιλος Υγεία έχει λάβει τα παρακάτω μέτρα:

- Ορθολογική χρήση Φυσικών Πόρων / Δράσεις Προστασίας Περιβάλλοντος  
Ορθολογική διαχείριση φυσικών πόρων δεν βοηθάει μόνο την εξοικονόμηση οικονομικών πόρων από τη μείωση του κόστους λειτουργίας του Ομίλου, και κατά συνέπεια την ανάπτυξη λειτουργιών, αλλά συμβάλλει και σε μεγάλο βαθμό στην προστασία του περιβάλλοντος.

#### Κατανάλωση Ενέργειας

Το ΥΓΕΙΑ χρησιμοποιεί ενέργεια, που προέρχεται από άμεσες και έμμεσες πηγές, όπως το φυσικό αέριο και η ηλεκτρική ενέργεια. Το ΥΓΕΙΑ χρησιμοποιεί πετρέλαιο μόνο για τη λειτουργία Ηλεκτροπαραγωγών Ζευγών (H/Z), τα οποία ενεργοποιούνται σε περίπτωση διακοπής ηλεκτρικού ρεύματος. Η ετήσια κατανάλωση πετρελαίου από τα H/Z του ΥΓΕΙΑ κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα, λόγω της έκτακτης, επικουρικού χαρακτήρα, χρήσης του συγκεκριμένου εξοπλισμού. Το ΥΓΕΙΑ διαθέτει τρεις δεξαμενές για την αποθήκευση του πετρελαίου. Επιπλέον, το ΥΓΕΙΑ για να μπορεί να εξασφαλίσει τη συνέχεια λειτουργίας του σε περίπτωση διακοπής της παροχής φυσικού αερίου, διαθέτει



καυστήρες πετρελαίου - φυσικού αερίου. Το πετρέλαιο θέρμανσης αποθηκεύεται σε τέσσερις δεξαμενές χωρητικότητας 7 m<sup>3</sup> η κάθε μια.

### Διαχείριση Αποβλήτων

Πολύ σημαντική για το ΥΓΕΙΑ είναι η συλλογή, επεξεργασία και διάθεση προς καταστροφή και ανακύκλωση όλων των αποβλήτων, ώστε η λειτουργία των Εταιρειών του Ομίλου να μην επιβαρύνει το περιβάλλον και να εξαιρεθούν οι πιθανοί κίνδυνοι που προέρχονται από τη λειτουργία τους. Τα υγρά εργαστηριακά απόβλητα, τα οποία δεν είναι μολυσματικά και τα οποία δεν περιέχουν επικίνδυνες τοξικές ουσίες σύμφωνα με τα δελτία δεδομένων ασφάλειας (MSDS - Material Safety Data Sheets) που συνοδεύουν τα διάφορα αντιδραστήρια που χρησιμοποιούνται, υπόκεινται σε ειδική επεξεργασία εξουδετέρωσης και ρύθμισης pH πριν απορριφθούν στο αποχετευτικό δίκτυο. Τα όμβρια ύδατα που δημιουργούνται εντός της έκτασης των Κλινικών, συλλέγονται μέσω του δικτύου υδρορροών που διαθέτει η κάθε Κλινική και οδηγούνται στο δίκτυο ομβρίων που εξυπηρετεί τον Δήμο έδρας της Κλινικής.

Άλλου είδους υγρά απόβλητα (έλαια εκροής από αντλίες κενού, έλαια μηχανών κτλ.) συλλέγονται σε ειδικά δοχεία και προωθούνται προς ανακύκλωση σε διαπιστευμένο φορέα ή παραλαμβάνονται από τις εταιρίες που έχουν αναλάβει τη συντήρηση των μηχανών. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγεται η μόλυνση στα ύδατα του αποχετευτικού συστήματος και κατά συνέπεια προστατεύεται το έδαφος, το υπέδαφος και τα ύδατα της πόλης από πιθανές διαρροές του ίδιου του συστήματος. Τα αστικού τύπου ιατρικά απόβλητα συλλέγονται σε κοινές μαύρες πλαστικές σακούλες και ακολουθούν τη γραμμή διαχείρισης των οικιακών αποβλήτων. Η ενδονοσοκομειακή μεταφορά τους γίνεται με τροχήλατους κάδους κλειστού τύπου, οι οποίοι είναι ανθεκτικοί σε κρούσεις και καταπονήσεις που προκαλούνται κατά την μετακίνηση και μεταφορά τους. Τα ιατρικά απόβλητα αστικού χαρακτήρα αποθηκεύονται σε ειδικούς περιέκτες (press container), οι οποίοι βρίσκονται σε εξωτερικό χώρο. Ο χώρος αυτός δεν βρίσκεται κοντά σε χώρους αποθήκευσης ή προετοιμασίας τροφίμων. Η αποκομιδή των αποβλήτων από τα συνεργεία καθαριότητας του Δήμου πραγματοποιείται τουλάχιστον μία φορά

ημερησίως και οδηγούνται προς τελική διάθεση στον Χώρο Υγειονομικής Ταφής Απορριμμάτων που καλύπτει τις ανάγκες της Αττικής.

Τα επικίνδυνα ιατρικά απόβλητα (ΕΙΑ) διαχωρίζονται στην πηγή τους και μεταφέρονται σε κεντρικό χώρο προσωρινής αποθήκευσης μετά τη συλλογή τους από τα διάφορα τμήματα με συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα, ούτως ώστε να εξασφαλίζεται η ομαλή ροή συλλογής των απορριμμάτων. Τα απόβλητα κατά την συλλογή τους και πριν μεταφερθούν στον κεντρικό χώρο προσωρινής αποθήκευσης, παραμένουν για μικρό χρονικό διάστημα σε ειδικούς χώρους, που βρίσκονται σχεδόν σε κάθε επίπεδο όπου υπάρχουν δωμάτια νοσηλείας. Οι χώροι αυτοί επικοινωνούν μεταξύ τους μέσω ανελκυστήρα που χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την μεταφορά των αποβλήτων αυτών.

[http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Δράσεις εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης του Ομίλου ΥΓΕΙΑ**

### **4.1 Κοινωνικές δράσεις του Ομίλου**

Όπως έχει ήδη αναφερθεί ο Όμιλος Υγεία δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στις κοινωνικές δράσεις έχοντας λάβει μέρος και διοργανώσει πληθώρα ενεργειών προς αυτήν την κατεύθυνση. Στη συνέχεια ακολουθούν ορισμένες από τις δράσεις Ομίλου που εντάσσονται στο πλαίσιο της εταιρικής και κοινωνικής ευθύνης.

#### **Πρόγραμμα παροχών προς το Λιμενικό Σώμα**

Ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, στο πλαίσιο του Προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κι αναγνωρίζοντας την προσφορά του Λιμενικού Σώματος στην Ελληνική κοινωνία, προσέφερε δωρεάν ένα πλήρως εξοπλισμένο ασθενοφόρο όχημα για τις ανάγκες της Μονάδας Υποβρύχιων Αποστολών του Λιμενικού Σώματος. Παράλληλα, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, ανέλαβε την εκπαίδευση του προσωπικού για τη λειτουργία του ασθενοφόρου καθώς και την τακτική και έκτακτη συντήρηση του συγκεκριμένου οχήματος καθ' όλη τη διάρκεια της ωφέλιμης υπηρεσίας του.

Το πρόγραμμα παροχών υγείας στο Λιμενικό Σώμα επιπλέον περιλαμβάνει τη διάθεσή πέντε (5) Συστημάτων Τηλεϊατρικής για σκάφη ή απομακρυσμένες εγκαταστάσεις του λιμενικού σώματος, με δωρεάν εκπαίδευση των χειριστών του συστήματος από το ιατρικό δυναμικό του ΥΓΕΙΑ, έναν πλήρη προληπτικό έλεγχο υγείας (check-up) για όλους τους άνδρες και τις γυναίκες που υπηρετούν στο Λιμενικό Σώμα, δωρεάν ιατρικές επισκέψεις για προγραμματισμένα και έκτακτα περιστατικά στα Νοσοκομεία και τα Διαγνωστικά Κέντρα του Ομίλου. (Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 26.08.2014)

#### **Δωρεά τεσσάρων τόνων τροφίμων στο Κοινωνικό Παντοπωλείο του Δήμου**

##### **Περιστερίου**

Τέσσερις τόνους τροφίμων συγκέντρωσε και προσέφερε το νοσοκομείο ΜΗΤΕΡΑ στο Κοινωνικό Παντοπωλείο του Δήμου Περιστερίου, στο πλαίσιο του Εκτεταμένου

Προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου ΥΓΕΙΑ. Τα τρόφιμα τα οποία συνέλεξαν οι εργαζόμενοι του ΜΗΤΕΡΑ και τα οποία περιλάμβαναν ζυμαρικά, λάδι, αλεύρι, αλάτι, γάλα μακράς διάρκειας, όσπρια, καφέ, χαρτιά υγείας κ.α.(Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 11.11.2013)

### **Δωρεάν δεκατιανό σε μαθητές σχολείου του Βοτανικού**

Το Νοσοκομείο ΥΓΕΙΑ στηρίζει το δημοτικό σχολείο στην περιοχή του Βοτανικού, προσφέροντας δωρεάν δεκατιανό σε καθημερινή βάση για 40 παιδιά καθ' όλη τη διάρκεια της σχολικής τους χρονιάς. Η προσφορά εντάσσεται στο πλαίσιο των ενεργειών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του νοσοκομείου, το οποίο ανταποκρίθηκε στο αίτημα της διεύθυνσης του σχολείου για την υποστήριξη των παιδιών αυτών, που οι οικογένειές τους αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα.

Το δεκατιανό παραδίδεται κάθε πρωί στο σχολείο και περιλαμβάνει σάντουιτς σε καθημερινή βάση, τρεις φορές την εβδομάδα γιαούρτι και 2 φορές γάλα. Το δεκατιανό φυλάσσεται σε ειδικό ψυγείο που προσέφερε η εταιρία ΔΕΛΤΑ του Ομίλου VIVARTIA για το σκοπό αυτό, και διανέμεται καθημερινά από τη διεύθυνση του σχολείου. Οι εκπρόσωποι του σχολείου ευχαρίστησαν τη Διοίκηση του Ομίλου ΥΓΕΙΑ για την ευγενική τους προσφορά και εξέφρασαν την πεποίθηση ότι η κίνηση αυτή θα αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση και σε άλλους φορείς να ευαισθητοποιηθούν στους δύσκολους αυτούς καιρούς προς όφελος όλων όσων έχουν ανάγκη. Για τη στήριξη αυτή, η διεύθυνση του σχολείου τίμησε τον Όμιλο ΥΓΕΙΑ με το βραβείο "Φυτόλακα", τιμητικό δίπλωμα που έχει θεσπιστεί να απονέμεται σε φορείς – υποστηρικτές του σχολείου.(Δελτίο τύπου Ομίλου Υγεία 14.10.2013)

### **Δωρεάν εμβολιασμός για παιδιά στο Πέραμα**

Συμπληρώνεται ένας χρόνος από την έναρξη του προγράμματος δωρεάν εμβολιασμού του Ομίλου ΥΓΕΙΑ για τα παιδιά που εξυπηρετούνται στο Πολυϊατρείο των «Γιατρών του Κόσμου» στο Πέραμα, στο πλαίσιο του οποίου έχουν εμβολιαστεί περίπου 1.000 παιδιά. Κλιμάκιο εκπροσώπων του παιδιατρικού νοσοκομείου του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, Παίδων ΜΗΤΕΡΑ, παρέδωσε το 2012, την 4η και - τελευταία για το 2012 - δόση

εμβολίων που περιλαμβάνει 300 βασικά εμβόλια 8 διαφορετικών κατηγοριών, τα οποία καλύπτουν τα εξής νοσήματα: διφθερίτιδα, τέτανο, κοκκύτη, πολιομυελίτιδα, αιμόφιλλο, ιλαρά, ερυθρά, παρωτίτιδα, ανεμοβλογιά, ηπατίτιδα Α και Β. Υπενθυμίζεται ότι το πρόγραμμα δωρεάν εμβολιασμού για τα παιδιά που εξυπηρετούνται στο Πολυϊατρείο των Γιατρών του Κόσμου στο Πέραμα, ξεκίνησε στα τέλη του 2011 με στόχο να καλυφθούν οι ανάγκες των παιδιών που - λόγω της οικονομικής κρίσης - έχουν χάσει το βασικότερο δικαίωμά τους: αυτό της πρόσβασης στην υγεία και την ιατροφαρμακευτική φροντίδα. (Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 08.11.2012)

### **Χορηγία στους αθλητές της Ελληνικής Παραολυμπιακής Ομάδας**

Ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ στήριξε ενεργά τους αθλητές της Ελληνικής Παραολυμπιακής Ομάδας που συμμετείχαν στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λονδίνου. Ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ ανέλαβε την πλήρη κάλυψη των ιατρικών – εργαστηριακών εξετάσεων για τους αθλητές της Παραολυμπιακής Ομάδας, καθώς και οποιαδήποτε άλλη εξέταση που κρινόταν απαραίτητη από τους γιατρούς της Εθνικής Ομάδας. Παράλληλα, στήριξε οικονομικά τις προσπάθειες των Ελλήνων Αθλητών στους Παραολυμπιακούς Αγώνες του Λονδίνου, καλύπτοντας άμεσες ανάγκες για την προμήθεια απαραίτητου αγωνιστικού εξοπλισμού / ρουχισμού (πχ μάσκες, καρότσια, ξίφη για τους αγώνες της Ξιφασκίας κτλ). Επιπρόσθετα, προχώρησε στην «υιοθεσία» 7 αθλητών από την Ελληνική Παραολυμπιακή Ομάδα καλύπτοντας πλήρως τις ανάγκες τους (προετοιμασία, εξοπλισμό κτλ).

### **4.2 Πρόγραμμα «ταξιδεύουμε για την Υγεία»**

Το πρόγραμμα «Ταξιδεύουμε για την Υγεία» δημιουργήθηκε το 2013 με την πρωτοβουλία των ανθρώπων του τμήματος ανθρωπίνου δυναμικού του Ομίλου και μιας ομάδας ιατρών και βοηθών με εθελοντικό χαρακτήρα. Οι σημαντικότερες από τις δράσεις του προγράμματος αυτού αναφέρονται αναλυτικά παρακάτω.

**Δωρεάν ιατρικές υπηρεσίες και φαρμακευτικό υλικό σε Αγαθονήσι - Λειψούς - Φούρνους**

Δωρεάν υπηρεσίες υγείας και φαρμακευτικό υλικό στους κατοίκους των νησιών Αγαθονήσι, Λειψοί, Φούρνοι προσέφερε το νοσοκομείο ΥΓΕΙΑ, στο πλαίσιο της προγράμματος «Ταξιδεύουμε για την Υγεία» που εντάσσεται στις ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου ΥΓΕΙΑ. Συγκεκριμένα, στις 18 και 19 Ιουλίου, κλιμάκιο 38 εθελοντών του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, που αποτελούταν από 15 ιατρούς 12 διαφορετικών ειδικοτήτων (δύο παθολόγους, τρεις καρδιολόγους, χειρουργό, οφθαλμίατρο, παιδίατρο, πλαστικό χειρουργό, αγγειοχειρουργό, γυναικολόγο, ορθοπαιδικό, ωτορινολαρυγγολόγο, ακτινοδιαγνώστη, αναισθησιολόγο), νοσηλευτικό, τεχνικό και διοικητικό προσωπικό ταξίδεψε στο Αγαθονήσι και τους Λειψούς και πραγματοποίησε δωρεάν ιατρικές εξετάσεις, αιματολογικούς ελέγχους, pap test υπερήχους, καρδιογραφήματα, γυναικολογικούς ελέγχους και μικροεπεμβάσεις στους κατοίκους των νησιών.

Όλοι οι εθελοντές ταξίδεψαν (από και προς τη Σάμο) με την ευγενική χορηγία της Olympic Air. Οι εξετάσεις πραγματοποιήθηκαν στο πολυδύναμο περιφερειακό ιατρείο και το αγροτικό ιατρείο στο Αγαθονήσι και στο πολυδύναμο περιφερειακό ιατρείο στους Λειψούς, με εξοπλισμό που μεταφέρθηκε για το σκοπό αυτό, με οχήματα του ΥΓΕΙΑ. Παράλληλα, κλιμάκιο των εθελοντών προσέφερε δωρεάν υγειονομικό και φαρμακευτικό υλικό στους δήμους των νησιών, συμπεριλαμβανομένου του δήμου των Φούρνων, όπου εκπρόσωποι του Ομίλου μετέβησαν ειδικά για την παράδοση του υλικού. Στο δήμο των Φούρνων επιπρόσθετα, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ θα παρέχει δωρεάν κι έναν απινιδωτή. Επιπλέον, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ σε συνεργασία με τους δήμους του Αγαθονησίου και των Λειψών και με την τεχνική υποστήριξη της θυγατρικής της MIG, SingularLogic, προσέφερε δωρεάν δύο Συστήματα Τηλεϊατρικής, τα οποία εγκαταστάθηκαν στα περιφερειακά ιατρεία των δύο νησιών.

Τα Συστήματα αυτά έχουν τη δυνατότητα να μεταφέρουν σε πραγματικό χρόνο ιατρικά δεδομένα από τα περιφερειακά ιατρεία των νησιών στα εξωτερικά ιατρεία του ΥΓΕΙΑ, όπου εξειδικευμένοι ιατροί σε 24ωρη βάση θα παρακολουθούν ζωτικές παραμέτρους (βιοσήματα) ασθενών όπως καρδιογράφημα, μέτρηση αρτηριακής πίεσης, κορεσμού

οξυγόνου, θερμοκρασίας και αναπνευστικού ρυθμού. Παράλληλα προσφέρουν απευθείας επικοινωνία -με εικόνα και ήχο- των ιατρών του Αγαθονησίου και των Λειψών με τους ιατρούς του ΥΓΕΙΑ καθώς και μεταφορά εικόνας του ασθενή στο συμβουλευτικό κέντρο του ΥΓΕΙΑ για την αντιμετώπιση του εκάστοτε περιστατικού. (Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 22.07.2013)

### **Δωρεάν ιατρικές εξετάσεις και φαρμακευτικό υλικό στους κατοίκους της**

#### **Ευρυτανίας**

Δωρεάν ιατρικές εξετάσεις και φαρμακευτικό / υγειονομικό υλικό στους κατοίκους της Ευρυτανίας προσέφερε το νοσοκομείο ΥΓΕΙΑ, στη δεύτερη κατά σειρά δράση του προγράμματος «Ταξιδεύουμε για την Υγεία», που εντάσσεται στις ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου ΥΓΕΙΑ. Συγκεκριμένα, στις 18 και 19 Οκτωβρίου, κλιμάκιο 56 εθελοντών του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, που αποτελούταν από 26 ιατρούς 14 διαφορετικών ειδικοτήτων, νοσηλευτικό, τεχνικό και διοικητικό προσωπικό ταξίδεψε στο Καρπενήσι, όπου εξέτασε περίπου 1.200 κατοίκους της Ευρυτανίας και πραγματοποίησε 3.500 δωρεάν ιατρικές και διαγνωστικές εξετάσεις.

Οι εξετάσεις διενεργήθηκαν από ομάδα γιατρών που περιλάμβανε τρεις παθολόγους, τέσσερις καρδιολόγους, δύο χειρουργούς, δύο οφθαλμιάτρους, δύο παιδίατρους, πλαστικό χειρουργό, αγγειοχειρουργό, δύο γυναικολόγους, δύο ορθοπαιδικούς, δύο ωτορινολαρυγγολόγους, δύο ακτινοδιαγνώστες, αναισθησιολόγο, ουρολόγο και πνευμονολόγο στο Συνεδριακό Κέντρο του Καρπενησίου που είχε διαμορφωθεί κατάλληλα με εξοπλισμό που μεταφέρθηκε για το σκοπό αυτό, με οχήματα του ΥΓΕΙΑ.

Οι διαγνωστικές εξετάσεις που διενεργήθηκαν, περιλάμβαναν αιματολογικούς ελέγχους, rap test, υπερηχογραφήματα σώματος και αγγείων, καρδιογραφήματα και triplex καρδιάς, ενώ πραγματοποιήθηκαν και 15 μικροχειρουργικές επεμβάσεις. Παράλληλα, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ δώρισε στο νοσοκομείο Καρπενησίου ένα παιδιατρικό τροχήλατο καρότσι αναζωογόνησης με τον εξοπλισμό του κι έναν έγχρωμο υπερηχοτομογράφο. (Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 21.10.2013)

**Δωρεάν ιατρικές εξετάσεις στους κατοίκους της Καρπάθου 80 εθελοντές από το  
ΥΓΕΙΑ στο ακριτικό νησί**

Δωρεάν ιατρικές εξετάσεις στους κατοίκους της Καρπάθου προσέφερε ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, με την ενίσχυση του Ιδρύματος Marfin, στην τρίτη κατά σειρά δράση του προγράμματος «Ταξιδεύουμε για την Υγεία», που εντάσσεται στις ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου. Συγκεκριμένα, κλιμάκιο 80 εθελοντών του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, που αποτελούταν από ιατρούς, νοσηλευτικό, τεχνικό και διοικητικό προσωπικό ταξίδεψε στην Κάρπαθο, όπου εξέτασε περίπου 1100 κατοίκους του νησιού και πραγματοποίησε 3500 δωρεάν ιατρικές και διαγνωστικές εξετάσεις.

Οι εξετάσεις διενεργήθηκαν από ομάδα 38 γιατρών, 13 διαφορετικών ειδικοτήτων που περιλάμβανε 6 παθολόγους, 5 καρδιολόγους, 3 χειρουργούς, 2 οφθαλμίατρους, 2 παιδίατρους, δερματολόγο, αγγειοχειρουργό, 4 γυναικολόγους, 4 ορθοπαιδικούς, 2 ωτορινολαρυγγολόγους, 2 ακτινοδιαγνώστες, αναισθησιολόγο, 3 ουρολόγους και 2 πνευμονολόγους στο 1ο Δημοτικό σχολείο Πηγαδιών Καρπάθου και στο Πολυϊατρείο Ολύμπου, που είχαν διαμορφωθεί κατάλληλα με εξοπλισμό που μεταφέρθηκε για το σκοπό αυτό, με οχήματα του ΥΓΕΙΑ.

Οι διαγνωστικές εξετάσεις που διενεργήθηκαν, περιλάμβαναν 300 αιματολογικούς ελέγχους, 100 pap test, 500 υπερηχογραφήματα σώματος και αγγείων, 300 καρδιογραφήματα και 250 triplex καρδιάς, ενώ πραγματοποιήθηκαν και 30 μικροχειρουργικές επεμβάσεις. Επίσης, αντιμετωπίστηκαν ιατρικά 5 έκτακτα περιστατικά. Ταυτόχρονα, ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ προσέφερε στο Κέντρο Υγείας Καρπάθου έναν συμπτυκνωτή οξυγόνου, δύο ηλεκτρονικούς υπολογιστές και δύο εκτυπωτές. (Δελτίο τύπου Ομίλου Υγεία 02/07/2014)

**Δωρεάν ιατρικές & διαγνωστικές εξετάσεις στους κατοίκους των Καλαβρύτων**

Δωρεάν ιατρικές εξετάσεις στους κατοίκους των Καλαβρύτων και των γύρω περιοχών προσέφερε ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, στην τέταρτη κατά σειρά δράση του προγράμματος «Ταξιδεύουμε για την Υγεία», που εντάσσεται στις ενέργειες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης του Ομίλου. Συγκεκριμένα, κλιμάκιο 84 εθελοντών του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, που



αποτελούνταν από ιατρούς, νοσηλευτικό, τεχνικό και διοικητικό προσωπικό ταξίδεψε στα Καλάβρυτα, όπου εξέτασε 1500 κατοίκους και πραγματοποίησε 5000 δωρεάν ιατρικές και διαγνωστικές εξετάσεις.

Οι εξετάσεις διενεργήθηκαν από ομάδα 31 γιατρών, 14 διαφορετικών ειδικοτήτων που περιλάμβανε 4 παθολόγους, 5 καρδιολόγους, 3 χειρουργούς, 2 οφθαλμιάτρους, 2 παιδίατρους, δερματολόγο, αγγειοχειρουργό, 2 γυναικολόγους, 3 ορθοπαιδικούς, 2 ωτορινολαρυγγολόγους, 2 ακτινολόγους, αναισθησιολόγο, 2 ουρολόγους και πνευμονολόγο, στην πρώην Μαθητική Εστία Καλαβρύτων. Ο χώρος διαμορφώθηκε κατάλληλα με εξοπλισμό που μεταφέρθηκε για το σκοπό αυτό με οχήματα του Ομίλου ΥΓΕΙΑ, ενώ διατέθηκαν από τον Όμιλο, δωρεάν λεωφορεία, για τη διευκόλυνση της μετακίνησης των κατοίκων των γύρω περιοχών. Οι διαγνωστικές εξετάσεις που διενεργήθηκαν, περιλάμβαναν 600 αιματολογικές εξετάσεις (γενικές και βιοχημικές), 670 υπερηχογραφήματα, 160 pap-test, 450 καρδιογραφήματα, 320 triplex καρδιάς, 90 σπυρομετρήσεις και 50 μικροεπεμβάσεις. Επίσης, αντιμετωπίστηκαν 5 έκτακτα περιστατικά και κρίθηκε αναγκαία η διακομιδή 4 ασθενών σε κρατικό Νοσοκομείο της περιοχής με το ασθενοφόρο του ΥΓΕΙΑ, ύστερα από γνωμάτευση της ιατρικής ομάδας του Ομίλου ΥΓΕΙΑ. (Δελτίο τύπου Ομίλου Υγεία 20.11.2014)

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στη σύγχρονη εποχή θεωρείται γενικά αποδεκτό ότι μεταξύ επιχείρησης και Κοινωνίας υπάρχει στενή σχέση αλληλεξάρτησης καθώς επίσης ότι επιτυχία, η βιωσιμότητα και η κερδοφορία των επιχειρήσεων οφείλεται σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό στο κοινωνικό σύνολο μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται. Αυτή η στενή σχέση αλληλεξάρτησης επιτάσσει γόνιμο κοινωνικό διάλογο, μέσα σε κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης αλλά και σεβασμού. Τυχόν αμοιβαία αποκλειόμενα συμφέροντα πρέπει να αμβλυνθούν με λύσεις που γίνονται κοινά αποδεκτές.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθίσταται ολοένα και πιο σημαντική προτεραιότητα για όλες τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους και επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στην σύγχρονη παγκοσμιοποιημένη οικονομία η επιχείρηση καλείται να ενεργεί σαν «καλός πολίτης», θέτοντας το σεβασμό και την υπευθυνότητα στο επίκεντρο της επιχειρησιακής συμπεριφοράς. Το αντίθετο είναι δυνατόν να δημιουργήσει κοινωνικές αντιδράσεις που είναι δυνατόν να επιφέρουν αρνητικές επιπτώσεις για τη λειτουργία της. Οι σύγχρονες επιχειρήσεις τα τελευταία έτη όλο και περισσότερο εφαρμόζουν και πρέπει να εφαρμόζουν συνειδητά Δράσεις – προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό τους περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις δεν είναι δυνατόν να λαμβάνουν αποφάσεις οι οποίες να είναι αποκλειστικά και μόνο οικονομικές, και αυτό γιατί τόσο οι αποφάσεις όσο και οι πράξεις μίας επιχείρησης έχουν επιπτώσεις σε όλα τα μέλη της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται.

Η υιοθέτηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πρέπει να ξεκινά από το εσωτερικό μίας επιχείρησης και να επεκτείνεται στο εξωτερικό περιβάλλον, χωρίς κάτι τέτοιο να υπονοεί ότι οι Δράσεις – προγράμματα που αναλαμβάνονται στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και που ευνοούν τα εκτός επιχείρησης ωφελούμενα μέρη είναι λιγότερο σημαντικά. Σε κάθε επιχειρηματική πράξη πρέπει να συνυπολογίζονται και οι απόψεις των λοιπών ενδιαφερομένων μερών (stakeholders).

Πόσο όμως ρεαλιστικό είναι να μιλάμε για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από έντονα οικονομικά προβλήματα για την πλειοψηφία των επιχειρήσεων; Πρέπει να γίνει κατανοητό ότι με τον όρο κοινωνική ευθύνη δεν νοείται η διάθεση χρηματικών πόρων αλλά η λειτουργία των επιχειρήσεων με σεβασμό προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) όπως π.χ. μετόχους, καταναλωτές, προμηθευτές, πελάτες, τοπική κοινωνία κ.α. ή με άλλα λόγια, η ανάπτυξη «ποιοτικών σχέσεων» με όλα τα μέλη που μετέχουν στην εταιρική δραστηριότητα, εστιάζοντας περισσότερο στον άνθρωπο, στη κοινωνία αλλά και το περιβάλλον. Η υιοθέτηση μιας τέτοιας συμπεριφοράς βοηθά την επιχείρηση να αποκτήσει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που την βοηθούν όχι μόνο να γίνει πιο ανθεκτική σε αιφνιδιασμούς αλλά και να αντιμετωπίζει με μεγαλύτερη ευκολία τους τυχόν εταιρικούς της προβληματισμούς, όπως πώς θα καταφέρει να βελτιώσει την εταιρική της εικόνα μέσα στο σύγχρονο και έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Όσον αφορά τον Όμιλο ΥΓΕΙΑ, μπορούμε να συμπεράνουμε σύμφωνα με τις δηλώσεις της διοικήσεώς του αλλά και με τις δράσεις που αναλαμβάνει, ότι υπάρχει συναίσθηση της ευαισθησίας του χώρου που δραστηριοποιούνται, ενός χώρου που το αγαθό της υγείας είναι άμεσα συνδεδεμένο με το αίσθημα της ανθρωπιάς και της ευθύνης απέναντι στον συνάνθρωπο. Δεν παραμένουν απλώς μέσα στο πλαίσιο των ηθικών και κοινωνικών αξιών που διέπουν μια εταιρεία, αλλά εφαρμόζουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην πρακτική της σύγχρονης εταιρικής διακυβέρνησης, σε μια κοινωνία που συνεχώς αναπτύσσεται. Επιπλέον ο Όμιλος ΥΓΕΙΑ, στο πλαίσιο του εκτεταμένου Προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής του Ευθύνης, διενεργεί μια σειρά σημαντικών ενεργειών που αποτυπώνουν τη δράση του σε κοινωνικό επίπεδο.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ξένη Βιβλιογραφία**

- Anton J. “Customer relationship management”, 1996
- Chablo E. “The importance of marketing data intelligence in delivering successful CRM” 1999
- Galberd J. “Customer relationship leadership: leadership and motivation model for the twenty-first century business” The TQM magazine 1999
- Hertz S. “The Key of “ Burden” costumer relationship” 2002
- Kerstetter J. “Software Highfliers” Business Week, 2002
- Ryals L., “Organization for relationship management” 2000

### **Ελληνική Βιβλιογραφία**

- Βουγιούκλα Α. «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη όπως εμφανίζεται στις τρεις μεγάλες εταιρίες κινητής επικοινωνίας στην Ελλάδα: οι περιπτώσεις Vodafone, Cosmote, Wind» Αθήνα 2007
- Λαγκαδινού Ε. «Ανάπτυξη της διαχείρισης πελατειακών σχέσεων σε μια εταιρεία παραγωγής προϊόντων χάρτου» Παν/μιο Χανίων 2008
- Μπουγά Μ. « Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα: Η περίπτωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων» Αθήνα 2009
- Μπουζούκα Μ. «Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM) στον τραπεζικό κλάδο. Η περίπτωση της Attica Bank» Παν/μιο Πατρών 2008

- Ντένμπεκ Μ. «Συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων – η ελληνική πραγματικότητα» Κρήτη 2012
- Παπαδόπουλος Α. «Εφαρμογές CRM σε B2B αγορές – ο ρόλος των συστημάτων και των διαδικασιών CRM στην απόδοση του τμήματος πωλήσεων». ΟΠΑ 2007
- Παπαϊωάννου Ε. « Συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων: στρατηγική ανάπτυξης και εφαρμογές στην ελληνική πραγματικότητα» Παν/μιο Μακεδονίας 2005
- Ράλλης Σ. « Τα πληροφοριακά συστήματα και η εξέλιξη της διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (CRM) από τις ελληνικές επιχειρήσεις» Παν/μιο Πειραιώς 2009
- Υπουργείο εργασίας και κοινωνικών ασφαλίσεων «Οδηγός εταιρικής κοινωνικής ευθύνης» Λευκωσία 2006
- <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/958/1/Giannakoulia.pdf>
- <http://www.hygeia.gr/>
- [http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p\\_id=711](http://www.hygeia.gr/socpage.aspx?p_id=711)
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 20.11.2014
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 26.08.2014
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 02.07.2014
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 11.11.2013
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 21.10.2013
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 14.10.2013
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 08.10.2013
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 22.07.2013

- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 08.11.2012
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 22.08.2012
- Δελτίο Τύπου Ομίλου Υγεία 30.07.2012