



**Π.Μ.Σ.  
«ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ  
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ»**

**Α.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ &  
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**



---

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ»**

**« ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΟΣ  
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ»**

**Παναγιώτα Διαμαντέα**

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής  
του Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ. για την απόκτηση  
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Δημόσια Οικονομική και Πολιτική.

Πειραιάς, 2017





**Π.Μ.Σ.  
«ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ  
ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ»**

**Α.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ &  
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**



---

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
«ΔΗΜΟΣΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ»**

**« ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΟΣ  
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ»**

**Παναγιώτα Διαμαντέα, Α.Μ. 12014**

Επιβλέπουσα: Αλίνα Χυζ, Καθηγήτρια, Α.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ., Τμήμα Λογιστικής και  
Χρηματοοικονομικής

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής  
του Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ. για την απόκτηση  
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Δημόσια Οικονομική και Πολιτική.

Πειραιάς, 2017





**M.Sc. IN  
«PUBLIC ECONOMICS  
AND POLICY»**

**PIRAEUS UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES  
DEPARTMENT OF  
ACCOUNTING & FINANCE**



**M.Sc. in Public Economics and Policy**

**«CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND AMATEUR  
SPORT»**

**Panagiota Diamantea, R.N.: 12014**

Supervisor: Alina Hyz, Professor, Piraeus University of Applied Sciences, Department of  
Account and Finance

Master Thesis submitted to the Department of Accounting & Finance of the Piraeus  
University of Applied Sciences (T.E.I. of Piraeus) in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of M.Sc. in Public Economics and Policy

Piraeus, Greece, 2017



*Αξία έχει η Συμμετοχή και όχι η Νίκη*

Pierre de Coubertin 1863-1937





## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις ιδιαίτερες ευχαριστίες μου:

Στο διευθύνοντα του μεταπτυχιακού προγράμματος κ. Θεόδωρο Παπαηλία αλλά και στους υπόλοιπους καθηγητές/τριες για τις γνώσεις και τα εφόδια που μας μετέδωσαν.

Στην επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κ. Αλίνα Χυζ για την καθοδήγηση, την εμπιστοσύνη και τις στοχευμένες παρατηρήσεις της που υπήρξαν καθοριστικές στην περάτωση της προσπάθειάς μου.

Στην αδελφή μου, Φιλιώ, για την αμέριστη συμπαράσταση και την διαρκή της υποστήριξη μέχρι την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας.



## «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ερασιτεχνικός Αθλητισμός»

### Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και της σημασίας της στον ερασιτεχνικό αθλητισμό. Η έννοια της ΕΚΕ αντικατοπτρίζει μία νέα, σύγχρονη αντίληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας και περικλείει την ευθύνη κάθε επιχείρησης ή οργανισμού απέναντι στους ανθρώπους, την κοινωνία και το περιβάλλον, για τον τρόπο που τους επηρεάζει από την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όπως έχει αποδειχτεί στην βιβλιογραφία, υπάρχει στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και ΕΚΕ λόγω της ικανότητας του πρώτου να επιλύει κοινωνικά ζητήματα και του αντίκτυπου και της προβολής του στην κοινωνία. Η ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού είναι σήμερα μια στρατηγική περιοχή στην οποία εστιάζουν το ενδιαφέρον τους τόσο οι φορείς που σχετίζονται με τον αθλητισμό (αθλητικές ομοσπονδίες, αθλητικά σωματεία, μεμονωμένοι αθλητές), όσο και οι εταιρίες που υπάρχουν και λειτουργούν έξω από την "αθλητική βιομηχανία" ή λειτουργούν παράλληλα με αυτή προκειμένου να επιτύχουν τους δικούς τους εμπορικούς και κοινωνικούς σκοπούς. Η έρευνα του θέματος, μέσω ανάλυσης ποιοτικού και ποσοτικού περιεχομένου, επικεντρώθηκε στις δυνατότητες ένταξης των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων στις δράσεις κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων/κρατικών φορέων. Με την περάτωση της έρευνας αντλήθηκαν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με την σχέση της ΕΚΕ και του ερασιτεχνικού αθλητισμού, αναφέρθηκαν προτάσεις προς τα αθλητικά σωματεία και τις επιχειρήσεις/κρατικούς φορείς καθώς και πεδία για μελλοντική έρευνα.

### Σημαντικοί όροι:

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Ερασιτεχνικός Αθλητισμός, Ερασιτεχνικά Αθλητικά Σωματεία, Αθλητική Κοινωνική Χορηγία.



## «Corporate Social Responsibility and Amateur Sport»

This study deals with the issue of Corporate Social Responsibility (CSR) and its importance in amateur sports. The concept of CSR reflects a new, modern concept of business and includes the responsibility of every company or organization towards people, society and the environment for the way that the flow of entrepreneurial activity affects them. As proven in studies, there is a close relationship between sports and CSR due to the ability of the first to solve social issues and because of its impact and visibility in society. CSR, through sports, is today a strategic area of focus by both sports-related bodies (sports federations, sports clubs, individual athletes) as well as by companies outside of the "sports industry" or those that run parallel with it, in order to achieve their own business and social purposes. The research topic, through both quantitative and qualitative content analysis, focused on the integration capabilities of amateur sports clubs in social responsibility activities of company/governmental bodies. With the completion of the investigation, meaningful conclusions were drawn about the relationship of CSR with amateur sports, and proposals towards sports clubs and businesses/government agencies were cited, as well as areas for future research.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Amateur Sports, Amateur Sports Clubs, Sports Social Sponsoring.



## Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη.....	XI
Abstract .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<b>Πίνακας Περιεχομενων .....</b>	<b>XV</b>
Καταλογος Εικονων .....	XIX
Καταλογος Πινακων .....	XXI
Καταλογος Διαγραμματαων.....	XXIII
<b>Κεφαλαιο 1<sup>ο</sup>.....</b>	<b>1</b>
<b>Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....</b>	<b>1</b>
1.1 Εισαγωγή.....	1
1.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Γενικά.....	2
1.3 Εννοιολογική Προσεγγίση Της Εκε .....	4
1.4 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Θεωρητικές Προσεγγίσεις.....	8
1.4.1 Η Θεωρία Των Ενδιαφερομενων Μερων – Stakeholders.....	13
1.5 Κατηγορίες Κοινωνικών Πρωτοβουλιών - Δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	15
1.6 Ανακεφαλαιώση.....	17
<b>Κεφαλαιο 2<sup>ο</sup>.....</b>	<b>19</b>
<b>Ερασιτεχνικός Αθλητισμός .....</b>	<b>19</b>
2.1 Εισαγωγή.....	19
2.2 Σημασία Αθλητισμού – Γενικά.....	19
2.3 Ορισμοί Για Τον Αθλητισμό .....	21
2.4 Κοινωνικός Ρόλος Του Αθλητισμού .....	21

2.5 Δομη Ερασιτεχνικου Αθλητισμου .....	25
2.6 Διαφορες Ερασιτεχνικου Και Επαγγελματικου Αθλητισμου .....	27
2.7 Ανακεφαλαιωση.....	30
<b>Κεφαλαιο 3<sup>ο</sup> .....</b>	<b>33</b>
<b>Εταιρικη Κοινωνικη Ευθυνη Και Αθλητισμος .....</b>	<b>33</b>
3.1 Εισαγωγη.....	33
3.2 Εταιρικη Κοινωνικη Ευθυνη Και Αθλητισμος .....	33
3.3 Τροποι Εφαρμογης Της Κοινωνικης Ευθυνης Στον Αθλητισμο .....	36
3.3.1 Εκε Και Αθλητικες Οργανωσεις.....	38
3.3.2 Εκε Και Μη Αθλητικες Οργανωσεις.....	44
3.4 Ανακεφαλαιωση.....	48
<b>Κεφαλαιο 4<sup>ο</sup> .....</b>	<b>51</b>
<b>Εταιρικη Κοινωνικη Ευθυνη - Χορηγια - Αθλητικη Χορηγια .....</b>	<b>51</b>
4.1 Εισαγωγη.....	51
4.2 Διαφορα Χορηγιας Και Εταιρικης Κοινωνικης Ευθυνης.....	52
4.3 Αθλητικη Χορηγια.....	54
4.4 Αθλητικη Χορηγια - Εκε Μεσω Του Αθλητισμου .....	56
4.5 Οφελη Του Ερασιτεχνικου Αθλητισμου Απο Την Εκε Μεσω Του Αθλητισμου.....	58
4.6 Ανακεφαλαιωση.....	59
<b>Κεφαλαιο 5<sup>ο</sup>.....</b>	<b>61</b>
<b>Μεθοδολογια – Αποτελεσματα – Συμπερασματα - Ερευνας .....</b>	<b>61</b>
5.1 Εισαγωγη.....	61



5.2 Σκοπος Και Στοιχοι Της Έρευνας.....	61
5.3 Ερευνητικες Υποθεσεις.....	62
5.4 Χρησιμοτητα Και Αναγκαιοτητα Της Έρευνας.....	63
5.5 Σχεδιασμος Και Αναπτυξη Της Έρευνας .....	65
5.5.1 Σχεδιασμος Και Αναπτυξη Της Έρευνας – Εταιρειες.....	65
5.5.2 Σχεδιασμος Και Αναπτυξη Της Έρευνας – Αθλητικα Σωματεια .....	67
5.6 Παρουσιαση Ερωτηματολογιου.....	69
5.7 Πιλοτικη Έρευνα.....	71
5.8 Ηθικα Ζητηματα.....	72
5.9 Περιορισμοι .....	72
5.10 Περιγραφικη Και Στατιστικη Αναλυση Ερωτηματολογιου.....	72
5.11 Έλεγχος Ερευνητικων Υποθεσεων.....	131
5.12 Συμπερασματα.....	134
5.13 Προτασεις .....	137
5.14 Πεδια Για Μελλοντικη Ερευνα.....	140
5.15 Ανακεφαλαιωση.....	141
<b>Παραρτηματα .....</b>	<b>143</b>
<b>Βιβλιογραφια .....</b>	<b>155</b>
Ελληνικη Βιβλιογραφια.....	155
Ξενογλωσση Βιβλιογραφια.....	158
Διαδικτυακες Πηγες .....	165



## Κατάλογος Εικόνων

1.1	Υποχρεώσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	2
1.2	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	6
1.3	Πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	11
2.1	Swot ανάλυση Ερασιτεχνικού Αθλητισμού	25
3.1	Διάφορα μέσα ανάπτυξης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	36
3.2	ΕΚΕ και Αθλητικές Οργανώσεις	38
3.3	ΕΚΕ και μη Αθλητικές Οργανώσεις	44



## Κατάλογος Πινάκων

5.6.1	Δομή ενός στοιχείου Likert στο οποίο υπάρχουν 5 βαθμοί συμφωνίας/ διαφωνίας	71
5.10.1	Φύλο	73
5.10.2	Ιδιότητα	74
5.10.3	Μορφωτικό Επίπεδο	75
5.10.4	Περισσότερα του ενός Αθλήματα	76
5.10.5	Αθλήματα	77
5.10.6	Στήριξη Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από το Κράτος	78
5.10.7	Αλλοίωση του Κοινωνικού Ρόλου του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από την εμπλοκή Ιδιωτικών επιχειρήσεων	79
5.10.8	Στήριξη Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από Εταιρείες	80
5.10.9	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	81
5.10.10	Πηγές Ενημέρωσης για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	83
5.10.11	Διαφορά Αθλητικών Χορηγιών και ΕΚΕ	84
5.10.12	Ποιοι ενεργούν για εξεύρεση Πρόσθετων Πόρων	85
5.10.13.1	Στήριξη από Τοπικές Επιχειρήσεις	87
5.10.13.2	Στήριξη από Κοινωνικές Χορηγίες	88
5.10.13.3	Χορηγίες από Τοπικές Επιχειρήσεις	89
5.10.13.4	Χορηγίες από Μεγάλες/Πολυεθνικές Επιχειρήσεις	90
5.10.13.5	Διοργάνωση Εκδηλώσεων	91
5.10.13.6	Δωρεές	92
5.10.13.7	Άλλες Πηγές	93
5.10.14	Οφέλη από ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	94
5.10.15	Προσπάθειες ένταξης σε Δράσεις ΕΚΕ	95
5.10.16	Ανταπόκριση Εταιρειών/ Κρατικών Φορέων	96
5.10.17	Αντικείμενο Δραστηριότητας Εταιρειών	97
5.10.18	Προσέγγιση από Εταιρείες	98
5.10.19	Προϊόντα Εταιρειών σχετικά ή μη με τον Αθλητισμό	99
5.10.20	Ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	100
5.10.21	Ανάγκες του Συλλόγου που καλύφθηκαν μέσω Δράσεων ΕΚΕ	102
5.10.22	Υλοποίηση Ανταποδοτικών Δράσεων	103

5.10.23	Χαρακτηριστικά του Συλλόγου για την επιλογή του σε Δράσεις ΕΚΕ	105
5.10.24	Αναφορά μέτρων κατά των Αρνητικών Επιπτώσεων του Αθλητισμού	106
5.10.25	Πρόσθετα μέτρα κατά των Αρνητικών Επιπτώσεων	107
5.10.26	Προτεραιότητα Ερασιτεχνικού Αθλητισμού έναντι άλλων Δράσεων	108
5.10.27.1	Λόγοι Προτεραιότητας Ερασιτεχνικού Αθλητισμού έναντι άλλων Δράσεων	109
5.10.27.2	Λόγοι μη Προτεραιότητας Ερασιτεχνικού Αθλητισμού έναντι άλλων Δράσεων	111
5.10.28.1	Αύξηση Κερδών	112
5.10.28.2	Εδραίωση Φήμης στην Κοινωνία	113
5.10.28.3	Αύξηση Ανταγωνιστικότητας	114
5.10.28.4	Κοινωνική Προσφορά	115
5.10.28.5	Διαφήμιση	116
5.10.29	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με γνώση ΕΚΕ	118
5.10.30	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με Αθλητική Χορηγία	119
5.10.31	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με γνώση ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ	120
5.10.32	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με Άποψη ότι η στήριξη του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού είναι μόνο θέμα του Κράτους	122
5.10.33	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με Άποψη ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων	123
5.10.34	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με Ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	124
5.10.35	Συσχέτιση Αθλήματα με γνώση ΕΚΕ	125
5.10.36	Συσχέτιση Αθλήματα με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με Αθλητική Χορηγία	127
5.10.37	Συσχέτιση Αθλήματα με γνώση ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ	129
5.10.38	Συσχέτιση Αθλήματα με ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ	130

## Κατάλογος Διαγραμμάτων

5.10.1	Φύλο	73
5.10.2	Ιδιότητα	74
5.10.3	Μορφωτικό Επίπεδο	75
5.10.4	Περισσότερα του ενός Αθλήματα	76
5.10.5	Αθλήματα	77
5.10.6	Στήριξη Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από το Κράτος	78
5.10.7	Αλλοίωση του Κοινωνικού Ρόλου του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από την εμπλοκή Ιδιωτικών επιχειρήσεων	79
5.10.8	Στήριξη Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από Εταιρείες	80
5.10.9	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	82
5.10.10	Πηγές Ενημέρωσης για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	83
5.10.11	Διαφορά Αθλητικών Χορηγιών και ΕΚΕ	84
5.10.12	Ποιοι ενεργούν για εξεύρεση Πρόσθετων Πόρων	86
5.10.13.1	Στήριξη από Τοπικές Επιχειρήσεις	87
5.10.13.2	Στήριξη από Κοινωνικές Χορηγίες	88
5.10.13.3	Χορηγίες από Τοπικές Επιχειρήσεις	89
5.10.13.4	Χορηγίες από Μεγάλες/Πολυεθνικές Επιχειρήσεις	90
5.10.13.5	Διοργάνωση Εκδηλώσεων	91
5.10.13.6	Δωρεές	92
5.10.13.7	Άλλες Πηγές	93
5.10.14	Οφέλη από ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	94
5.10.15	Προσπάθειες ένταξης σε Δράσεις ΕΚΕ	95
5.10.16	Ανταπόκριση Εταιρειών/ Κρατικών Φορέων	96
5.10.17	Αντικείμενο Δραστηριότητας Εταιρειών	98
5.10.18	Προσέγγιση από Εταιρείες	99
5.10.19	Προϊόντα Εταιρειών σχετικά ή μη με τον Αθλητισμό	100
5.10.20	Ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	101
5.10.21	Ανάγκες του Συλλόγου που καλύφθηκαν μέσω Δράσεων ΕΚΕ	102
5.10.22	Υλοποίηση Ανταποδοτικών Δράσεων	104
5.10.23	Χαρακτηριστικά του Συλλόγου για την επιλογή του σε Δράσεις ΕΚΕ	105

5.10.24	Αναφορά μέτρων κατά των Αρνητικών Επιπτώσεων του Αθλητισμού	106
5.10.25	Πρόσθετα μέτρα κατά των Αρνητικών Επιπτώσεων	108
5.10.26	Προτεραιότητα Ερασιτεχνικού Αθλητισμού έναντι άλλων Δράσεων	109
5.10.27.1	Αύξηση Κερδών	112
5.10.27.2	Εδραίωση Φήμης στην Κοινωνία	113
5.10.27.3	Αύξηση Ανταγωνιστικότητας	114
5.10.27.4	Κοινωνική Προσφορά	116
5.10.27.5	Διαφήμιση	117
5.10.28	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με γνώση ΕΚΕ	118
5.10.29	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με Αθλητική Χορηγία	119
5.10.30	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με γνώση ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ	121
5.10.31	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με Άποψη ότι η στήριξη του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού είναι μόνο θέμα του Κράτους	122
5.10.32	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με Άποψη ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων	124
5.10.33	Συσχέτιση Μορφωτικό Επίπεδο με Ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	125
5.10.34	Συσχέτιση Αθλήματα με γνώση ΕΚΕ	126
5.10.35	Συσχέτιση Αθλήματα με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με Αθλητική Χορηγία	127
5.10.36	Συσχέτιση Αθλήματα με γνώση ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ	129
5.10.37	Συσχέτιση Αθλήματα με Ένταξη σε Δράσεις ΕΚΕ	131



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

## ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

### 1.1 Εισαγωγή

Η παγκοσμιοποίηση έχει επιφέρει ριζική αλλαγή της κοινωνίας που με τη σειρά της έχει επιφέρει αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων. Συνέπεια αυτού είναι η αύξηση του ενδιαφέροντος για τις κοινωνικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων, γεγονός που οφείλεται στη δράση οικολογικών και καταναλωτικών κινημάτων, τα οποία δίνουν μεγάλο βάρος στη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην κοινωνία και στην επιχείρηση. Οι εταιρείες δεν είναι μόνο υπεύθυνες για την παροχή υψηλής ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών αλλά αναμένεται να καλύπτουν τις ανάγκες των εσωτερικών και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών και να εξασφαλίζουν την μείωση των αρνητικών κοινωνικών και περιβαλλοντικών συνεπειών από τη λειτουργία τους.

Μέχρι σήμερα δεν υπάρχει σαφής ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ)<sup>1</sup> και αυτό γιατί οι τομείς εφαρμογής της περιλαμβάνουν πολλά και συχνά ετερόκλητα πεδία. Στις πιο γνωστές εκφάνσεις της η ΕΚΕ περιλαμβάνει τρεις διαστάσεις την περιβαλλοντική, την οικονομική και την κοινωνική.

Ένας τομέας εφαρμογής της ΕΚΕ είναι ο κοινωνικός, όπου μέσω των εργαλείων του κοινωνικού μάρκετινγκ, οι επιχειρήσεις επιδιώκουν τη βελτίωση της δημόσιας εικόνας και της φήμης τους, την αύξηση των πωλήσεων τους και του μεριδίου τους στην αγορά, την ανάπτυξη σχέσεων αμοιβαίας εμπιστοσύνης με το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον τους, την αύξηση της παραγωγικότητάς τους, τη μείωση του λειτουργικού τους κόστους και την καλύτερη διαχείριση τυχών αρνητικών συμβάντων από την λειτουργία τους.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η παρούσα μελέτη αναγνωρίζει ότι η ΕΚΕ καλύπτει ένα ευρύ φάσμα πεδίων εφαρμογής. Σ' αυτά περιλαμβάνονται δράσεις που αφορούν τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων δράσεων από τον σεβασμό του περιβάλλοντος μέχρι την συνεχή εκπαίδευση και κατάρτιση των εργαζομένων και από την εταιρική διακυβέρνηση μέχρι τις χορηγίες σε πολιτισμό και αθλητισμό. Όμως λόγω της φύσης των αθλητικών οργανώσεων επικεντρώνεται στις κοινωνικές πτυχές της ΕΚΕ αναγνωρίζοντας

---

<sup>1</sup> Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη : Για λόγους συντομογραφίας από εδώ και στο εξής θα αναφέρετε ως ΕΚΕ.

παράλληλα ότι όλες οι άλλες πτυχές εξακολουθούν να ισχύουν ενώ η εφαρμογή τους εναπόκειται στις επιχειρήσεις και τις αθλητικές οργανώσεις.



Πηγή: Από την συγγραφέα της εργασίας

**Εικόνα: 1.1**

### **Υποχρεώσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης**

#### **1.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Γενικά**

Στις μέρες μας οι επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, προσπαθούν να επιβιώσουν σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Για το καταφέρουν αυτό πρέπει να εφαρμόζουν καινοτόμα και πρωτοποριακά μέτρα. Τα μέτρα αυτά πρέπει να ταυτίζονται με τις όλο και περισσότερες απαιτήσεις της κοινωνίας για σεβασμό προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον. Έτσι λοιπόν, όσες επιχειρήσεις στοχεύουν στο να είναι μακροχρόνια ανταγωνιστικές και κερδοφόρες καλούνται να εντάξουν οικειοθελώς στη στρατηγική τους και στις πολιτικές που ακολουθούν, μέτρα που συμβάλλουν όχι μόνο στη βιώσιμη ανάπτυξη τους αλλά και στην προαγωγή του ανθρώπου και της κοινωνίας.

Η δημόσια ανησυχία για τον ρόλο των επιχειρήσεων στην κοινωνία έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες εξαιτίας ορισμένων περιπτώσεων ανεύθυνων εταιρικών πολιτικών. Έτσι σήμερα υπάρχει μεγαλύτερη πίεση προς τις επιχειρήσεις να είναι πιο υπεύθυνες και να δεσμευτούν προς την κοινωνία για την χρήση καλύτερων πρακτικών μέσω κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων. Η οικονομική κρίση και οι κοινωνικές συνέπειές της, μείωσαν κατά κάποιο βαθμό την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις επιχειρήσεις και έστρεψαν την προσοχή τους στην κοινωνική και ηθική επίδοση των

επιχειρήσεων. Οι καταναλωτές θέλουν οι εταιρείες να δράσουν πέρα από τη μεγιστοποίηση των κερδών τους.

Η ανάπτυξη των οικολογικών κινημάτων της δεκαετίας του '60, αποτέλεσε ένα αρχικό βήμα σχετικά με το αίτημα λογοδοσίας των μεγάλων κυρίως βιομηχανικών επιχειρήσεων, όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Έτσι, παράλληλα με την δημιουργία διεθνών οργανισμών (Ο.Η.Ε.<sup>2</sup>), συνδικαλιστικών φορέων και οργανώσεων καταναλωτών, καλλιεργήθηκαν οι συνθήκες που αποτέλεσαν τη γενεσιουργό ανάγκη διαμόρφωσης της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ - απόδοση του όρου Corporate Social Responsibility - CSR). Επίσης η συνειδητοποίηση των οικονομικών επιπτώσεων του ανεξέλεγκτου καπιταλισμού στο παγκοσμιοποιημένο πλέον περιβάλλον, ώθησε και τις ίδιες τις επιχειρήσεις να αναλογιστούν σχετικά με το ρόλο και τη λειτουργία τους.

Η εφαρμογή της ΕΚΕ δεν προέκυψε ως πόρισμα ερευνητικών προγραμμάτων από την ακαδημαϊκή κοινότητα με σκοπό την ανεύρεση νέων μεθόδων διοίκησης, αλλά ούτε ως αναγκαιότητα από την πλευρά των επιχειρήσεων. Προέκυψε ως κυρίαρχο θέμα για τον επιχειρηματικό κόσμο στις αρχές της δεκαετίας του 1990, εξαιτίας «σκανδάλων» που προκλήθηκαν από πολυεθνικές επιχειρήσεις π.χ. ναυάγιο Exxon Valdez και την τεράστια οικολογική καταστροφή που προκάλεσε στις ακτές της Αλάσκας, και των δυσφημιστικών εκστρατειών που ξεκίνησαν εναντίον τους οικολογικές και ανθρωπιστικές οργανώσεις και της διεθνούς κατακραυγής που ακολούθησε. (Βαξεβανίδου, 2011)

Δηλαδή πρόκειται για την αντίδραση και την προσαρμογή των επιχειρήσεων σ' ένα ανεπτυγμένο πολιτισμικό επίπεδο το οποίο χαρακτηρίζει της ανεπτυγμένες βιομηχανικά χώρες στο τέλος τους 20<sup>ου</sup> αιώνα. (Βαξεβανίδου, 2011) Μια επιχείρηση που αποτυγχάνει να επιδείξει υπευθυνότητα στις ενέργειες της επιβιώνει μόνο βραχυπρόθεσμα, επειδή η ανεύθυνη συμπεριφορά τιμωρείται αμέσως από δραματική πτώση των τιμών των μετοχών ή των πωλήσεων της. (Filizöz & Fisne, 2011)

Τα αποτελέσματα της εφαρμογής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συνήθως δεν είναι άμεσα ορατά. Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα που προσπαθούν να εξασφαλίσουν οι επιχειρήσεις υιοθετώντας προγράμματα ΕΚΕ είναι η αποκατάσταση ή η εδραίωση της φήμης τους. Η καλή φήμη της εταιρείας αντανακλά και στα προϊόντα της και συνεπώς

---

<sup>2</sup> ΟΗΕ: Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, είναι ένας διεθνής οργανισμός παγκόσμιας εμβέλειας μεταξύ των κρατών του κόσμου με σκοπό τη συνεργασία στο Διεθνές Δίκαιο, την ασφάλεια, την οικονομική ανάπτυξη και την πολιτική ισότητα.

ενισχύεται η ανταγωνιστική της θέση και παράλληλα μπορεί να μειωθεί το κόστος προωθητικών ενεργειών και διαφήμισης. (Λαζαρίδης & Δρυμπέτας, 2011)

Υπάρχει μια γενική συναίνεση ότι οι εταιρείες/οργανώσεις δεν είναι μόνο οικονομικοί θεσμοί, αλλά περισσότερο οργανισμοί που εξυπηρετούν πολλούς ενδιαφερόμενους φορείς και έχουν εγγενείς υποχρεώσεις προς αυτούς πέρα από την υποχρέωση πίστης στους μετόχους τους.

Η ΕΚΕ είναι επομένως συστατικό της επιχειρηματικής στρατηγικής και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι τους συστήματος διοίκησης μιας επιχείρησης.

Με βάση τους υποστηρικτές της, τα τυπικά οφέλη που μπορεί να αποκομίσει μια επιχείρηση από την εφαρμογή της ΕΚΕ είναι αυξημένη πίστη των πελατών της, αυξημένη παραγωγικότητα, θετική φήμη, υποστήριξη από την τοπική κοινότητα, αποφυγή κινδύνων στη φήμη της από τυχόν περιβαλλοντικά συμβάντα από τον τρόπο λειτουργίας της. Με βάση τους πολέμιους της όμως, οι πρωτοβουλίες ΕΚΕ δημιουργούνται συχνά με απώτερο σκοπό τις δημόσιες σχέσεις, την εταιρική κάλυψη για αρνητικά γεγονότα αλλά και ως μέσο δωροδοκίας. (Dowling, Robinson, & Washington, 2013)

### **1.3 Εννοιολογική προσέγγιση της ΕΚΕ**

Η σχέση των εταιρειών με την κοινωνία αποτέλεσε τα τελευταία χρόνια αντικείμενο συζήτησης σχετικά με το περιεχόμενο της σχέσης αυτής. Αυτή η σχέση καθρεφτίζεται στην πληθώρα των ορισμών που είναι διαθέσιμοι και συχνά αντιφατικοί μεταξύ τους για το περιεχόμενο, την αποστολή και τους μηχανισμούς που περιγράφουν αυτή τη σχέση. (Λαζαρίδης & Δρυμπέτας, 2011)

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη άρχισε να απασχολεί τις οικονομικές οργανώσεις από τα μέσα της δεκαετίας του 1990 στην Ευρώπη και πολύ νωρίτερα στις Η.Π.Α.<sup>3</sup>, παρόλα αυτά δεν υπάρχει ένας διεθνώς αποδεκτός ορισμός στην ακαδημαϊκή κοινότητα για την περιγραφή της. Η ΕΚΕ είναι αποτέλεσμα του νέου κοινωνικού και πολιτικού πλαισίου της παγκοσμιοποίησης, που οδήγησε σε ταχύτατες αλλαγές ολόκληρο τον πλανήτη. Οι εξελίξεις στις τηλεπικοινωνίες, οι καταστροφικές συνέπειες στο περιβάλλον, η απελευθέρωση των αγορών, ο πλουραλισμός στην πληροφόρηση, η αύξηση της επιρροής των καταναλωτών, η αποδυνάμωση του ρόλου του κράτους, η

---

<sup>3</sup> ΗΠΑ: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

ενίσχυση του ρόλου των Μ.Κ.Ο.<sup>4</sup>, η θεωρία των stakeholders για την επιχειρηματική ηθική και διακυβέρνηση οδήγησαν στην εμφάνιση της ΕΚΕ. (Βαξεβανίδου, 2011)

Παρά τις πολυάριθμες προσπάθειες για ένα σαφή και αμερόληπτο ορισμό της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ), υπάρχει ακόμα σύγχυση ως προς το πώς πρέπει αυτή να ορίζεται. Λόγω της ιδιαιτερότητας και της πολυπλοκότητας της έννοιάς της, που περιλαμβάνει τις έννοιες της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής, είναι αρκετά δύσκολο να προκύψει ένας σαφής, ενιαίος και παγκοσμίως αποδεκτός ορισμός.

Στη διαφορετικότητα των ορισμών, ενυπάρχει ωστόσο μια κοινή ουσία. Και αυτή η κοινή ουσία είναι ότι οι επιχειρήσεις πέρα από τον στενό οικονομικό τους στόχο, που είναι και παραμένει το κέρδος και βεβαίως η βιωσιμότητά τους, έχουν ορισμένες κοινωνικές ευθύνες. (Σακελλαρόπουλος, 2003).

Έτσι ανάλογα με το διαφορετικό βαθμό οικονομικής ανάπτυξης της κάθε χώρας και τη διαφορετική τους κουλτούρα και φιλοσοφία, έχουν διατυπωθεί διαφορετικοί ορισμοί για την ΕΚΕ οι οποίοι όμως συγκλίνουν σε τρία σημεία: τον εθελοντικό της χαρακτήρα, τη στενή της σχέση με τη βιώσιμη ανάπτυξη και το ότι αποτελεί στρατηγική και όχι δευτερεύουσα επιλογή της επιχείρησης. Για παράδειγμα, η ΕΚΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση, εισήλθε επίσημα στο λόγο της, στη σύνοδο κορυφής του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας το 2002. Σύμφωνα με τις κοινωνικές αξίες και αντιλήψεις, που επικρατούν στην Ένωση, η κοινωνική ευθύνη μέσω της δια βίου μάθησης, της οργάνωσης της εργασίας, τις ίσες ευκαιρίες, την κοινωνική ένταξη και την βιώσιμη ανάπτυξη, θεωρήθηκαν σημαντικά στοιχεία για την προώθηση της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και της μεγαλύτερης συνοχής.

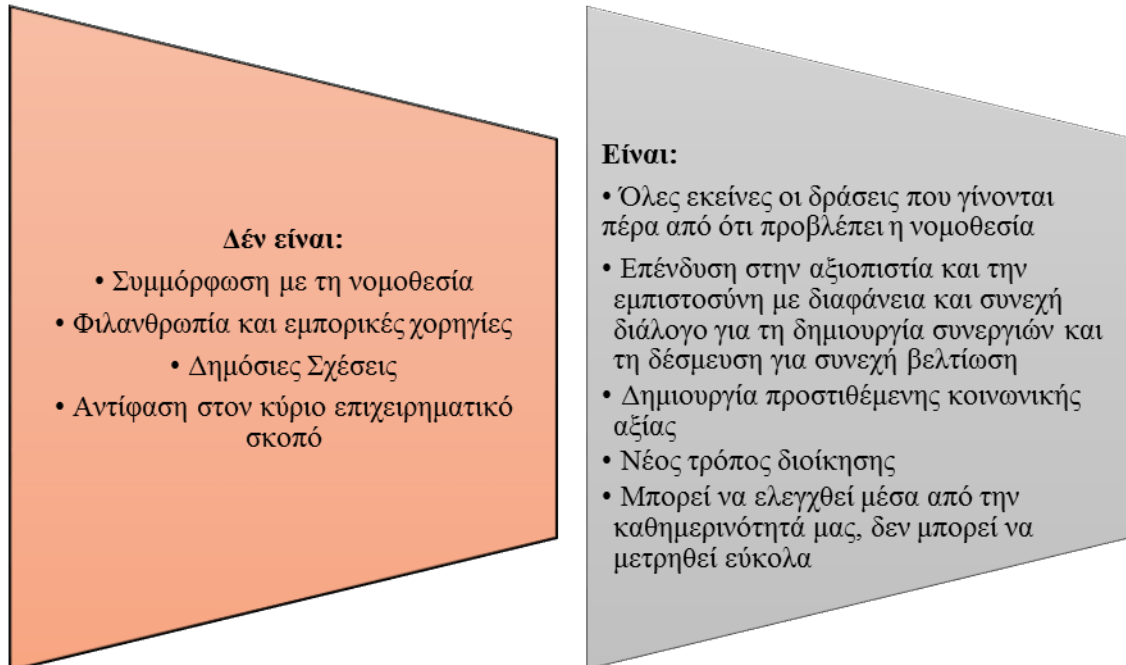
Στις Η.Π.Α οι επιχειρήσεις ορίζουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως την ανάληψη προσωπικής ευθύνης εκ μέρους των επιχειρήσεων για τις συνέπειες των πράξεων τους στη κοινωνία. Στην Ασία όμως η ΕΚΕ προβάλλεται από τις επιχειρήσεις ως δέσμευση της εταιρείας να λειτουργεί με οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια, καθώς και να είναι βιώσιμη απέναντι στον ανταγωνισμό ισορροπώντας ταυτόχρονα τα συμφέροντα των διαφορετικών ενδιαφερόμενων μερών. Στην Ιαπωνία η ΕΚΕ αναπτύχθηκε ως εθελοντική κοινωνική προσφορά μέσω της δραστηριοποίησης Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ) για τη λύση κοινωνικών προβλημάτων όπως η ξενοφοβία και η καταστροφή του περιβάλλοντος. (Βαξεβανίδου, 2011)

---

<sup>4</sup> ΜΚΟ: Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις

Έχουν δοθεί αρκετοί ορισμοί για την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τους οποίους ξεχωρίζουμε ως πιο σημαντικούς τους παρακάτω :

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη :



Πηγή: Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη προσαρμογή από την συγγραφέα

### Εικόνα 1.2

### Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

- Η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στην Πράσινη Βίβλο για την Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη αναφέρει ότι "*Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη*". Η ΕΚΕ νοείται ως συμπεριφορά των επιχειρήσεων η οποία υπερβαίνει τις νομικές τους υποχρεώσεις και υιοθετείται εθελοντικά, ενώ συνδέεται με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, καθώς ενσωματώνει τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους. (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2001, σ. 7).

- Το 1998, το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), χρησιμοποίησε τον παρακάτω ορισμό κατά την εξαγωγή της πρώτης έρευνας με θέμα την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ολλανδία: *"Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού και των οικογενειών τους καθώς επίσης και των τοπικών κοινοτήτων και της κοινωνίας γενικότερα"*.  
(WBCSD - Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands, 1998)
- *"Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η αφοσίωση στη βελτίωση της ευημερίας της τοπικής κοινότητας μέσα από επιλεκτικές επιχειρηματικές πρακτικές και την συνδρομή εταιρικών πόρων"* (Kotler & Lee, 2009, σ.17)
- Επίσης οι Kotler και Lee (2009) χρησιμοποιούν τον όρο κοινωνικές πρωτοβουλίες για να περιγράψουν σημαντικές προσπάθειες υπό την σκέπη της ΕΚΕ και ένας ορισμός τους είναι : *"οι εταιρικές κοινωνικές πρωτοβουλίες είναι σημαντικές δραστηριότητες τις οποίες αναλαμβάνει μια εταιρεία για να υποστηρίξει κοινωνικούς σκοπούς και να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις της για ΕΚΕ"*. Οι σκοποί που υποστηρίζονται μέσω των πρωτοβουλιών αυτών είναι σκοποί που συμβάλλουν στην υγεία, την εκπαίδευση, την απασχόληση, τον αθλητισμό, το περιβάλλον, στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. (Kotler & Lee, 2009, σ.17)
- Το 2011 στην ανανεωμένη στρατηγική για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τα έτη 2011-14 προωθείται ένας νέος ορισμός της ΕΚΕ ως *"ευθύνη των επιχειρήσεων για τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία"*. Προϋπόθεση για την εκπλήρωση αυτής της ευθύνης είναι ο σεβασμός της ισχύουσας νομοθεσίας και των συλλογικών συμφωνιών μεταξύ των κοινωνικών εταίρων. (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2011, σ. 7).

Ο Dahlsrud (2008), συγκεντρώνει 37 διαφορετικούς ορισμούς ΕΚΕ όπως αναπτύχθηκαν κατά την περίοδο 1980-2003 και τους κατατάσσει σε πέντε διαστάσεις ανάλογα με το αντικείμενο στο οποίο αναφέρονται:

Περιβαλλοντική → με προσανατολισμό στο φυσικό περιβάλλον

Κοινωνική → η σχέση μεταξύ επιχείρησης και κοινωνίας

Οικονομική → κοινωνικές – οικονομικές πτυχές, συμπεριλαμβανομένης της περιγραφής της ΕΚΕ από την άποψη της λειτουργίας μιας επιχείρησης

Ενδιαφερομένων μερών → η σχέση μεταξύ της επιχείρησης και διαφόρων εμπλεκόμενων μερών

Εθελοντική → δραστηριότητες ή ενέργειες που δεν επιβάλλονται/ προτείνονται από το νόμο

Επισημαίνει ότι δεν έχει τόσο μεγάλη σημασία η ανάπτυξη ενός ορισμού της ΕΚΕ όσο η κατανόηση της κοινωνικής δομής της και η ένταξή της στις στρατηγικές της επιχείρησης. Στόχος είναι η προσαρμογή της στις εκάστοτε ανάγκες και πολιτικές της επιχείρησης, ώστε η εφαρμογή της να είναι πιο αποτελεσματική. (Dahlsrud, 2008)

Σε απλούς όρους, η ΕΚΕ είναι η αντίληψη ότι ένας οργανισμός "εταιρική" είναι μέλος μιας κοινωνίας ή μιας κοινότητας "κοινωνική" και ως εκ τούτου, έχει καθήκοντα και υποχρεώσεις "ευθύνη" στην εν λόγω κοινωνία, ακριβώς όπως και τα άτομα. Αυτός ο απλός ορισμός ωστόσο, εξελίχθηκε σημαντικά στα χρόνια καθώς κάθε έννοια έχει υποστεί σημαντική κριτική και παραλλαγή. (Lau, Makhanya & Trengrouse, 2004)

Να επισημανθεί, ότι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αφορά τόσο τις επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, όσο και τους οργανισμούς αλλά και φορείς του Δημοσίου είτε με την στενή έννοια (π.χ. Υπουργεία), είτε με την ευρύτερη έννοια (π.χ. ΔΕΚΟ<sup>5</sup> στην Ελλάδα).

#### **1.4 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Θεωρητικές Προσεγγίσεις**

Ιστορικά, η ευθύνη των επιχειρήσεων ήταν καθαρά η μεγιστοποίηση του κέρδους των μετόχων τους. Τις τελευταίες δεκαετίες όμως παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον για τις κοινωνικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων.

Οι ισχυρισμοί ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να διαθέτουν ένα μέρος των οικονομικών τους πόρων σε δράσεις προς την κοινωνία δεν γίνονταν ανέκαθεν ευμενώς αποδεκτοί. (Montana & Charnov, 2000) Έτσι, από την μια πλευρά έχουμε συγγραφείς που επιχειρηματολόγησαν υπέρ της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων και από την άλλη μεριά έχουμε συγγραφείς που επιχειρηματολόγησαν κατά της κοινωνικής ευθύνης τους.

---

<sup>5</sup> Το ακρωνύμιο ΔΕΚΟ σημαίνει Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί και χρησιμοποιείται για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που ανήκουν στο ελληνικό Δημόσιο ή (σε κάποιο ποσοστό) ελέγχονται από αυτό.



Το 1960, ο καθηγητής Keith Davis υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις έχουν κοινωνική ευθύνη. Πιστεύει ότι επειδή οι επιχειρήσεις είναι η ισχυρότερη δύναμη στην κοινωνία, έχουν την υποχρέωση να αναλαμβάνουν την αντίστοιχη κοινωνική ευθύνη. Υποστηρίζει ότι οι επιχειρηματικές αποφάσεις και στρατηγικές πρέπει να είναι πέρα από το καθαρό οικονομικό κέρδος και επισημαίνει ότι οι επιχειρηματικές αποφάσεις που αφορούν την κοινωνική υπευθυνότητα θα πρέπει να εξετάζονται μακροπρόθεσμα για τα αποτελέσματα που αποφέρουν διότι είναι βέβαιο ότι η κοινωνία αξιολογεί και θα ανταμείψει αυτή την προσπάθεια. (Davis, 1960)

Αντίθετα, τα περισσότερα επιχειρήματα κατά της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων αναπτύχθηκαν από τον Νομπελίστα οικονομολόγο Milton Friedman.

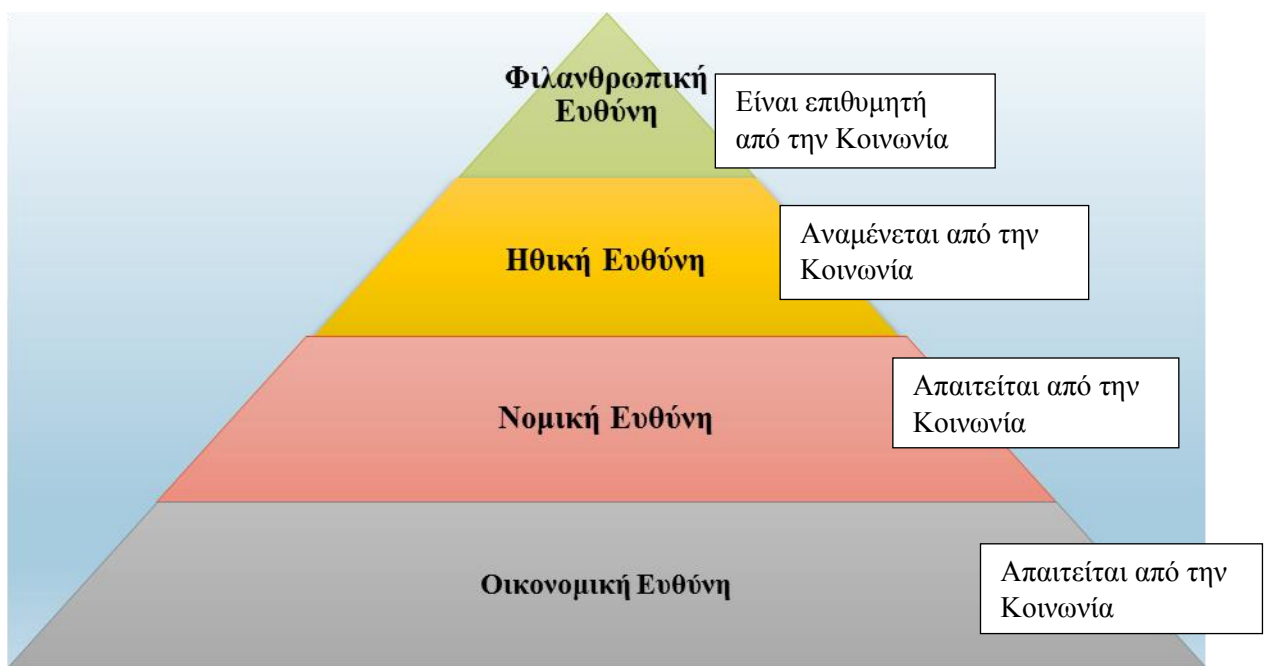
Το 1970, ο Friedman θεωρεί την μεγιστοποίηση του πλούτου των μετόχων ως το μοναδικό στόχο και ευθύνη των μάντζερ μιας επιχείρησης. Κοινή πεποίθηση του ήταν ότι οι επιχειρήσεις έχουν ευθύνη μόνο έναντι των μετόχων τους και οι όποιες κοινωνικές υποχρεώσεις τους έρχονταν σε δεύτερη σκέψη. Όποιοι και να ήταν οι πόροι που δαπανήθηκαν προς το συμφέρον της κοινωνικής ευθύνης θεωρούσε ότι ήταν σε βάρος των μετόχων και ότι ουσιαστικά υπονομεύεται ο μηχανισμός της αγοράς.

Σύμφωνα με αυτόν, η ΕΚΕ δεν χρειάζεται, γιατί η προσπάθεια κάθε επιχείρησης να αποφέρει κέρδη, είναι από μόνη της μια σημαντική προσφορά στην κοινωνία.

Υποστηρίζει ότι μια εταιρεία που αυξάνει τα κέρδη της ωφελεί την κοινωνία, επειδή δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και καταβάλλει μεγαλύτερους μισθούς στους εργαζόμενους με συνέπεια την βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου. Πιστεύει ότι η κοινωνική πολιτική είναι αρμοδιότητα της πολιτείας η οποία αντλεί ούτως ή άλλως φόρους από τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, και πρέπει να τους διαθέτει αναλόγως, και δεν ανήκει στις αρμοδιότητες των επιχειρήσεων. Η διοχέτευση πόρων σε κοινωνικές υποχρεώσεις θα οδηγήσει σε αναποτελεσματικότητα και θα πλήξει τις επιχειρήσεις. (Friedman, 1970)

Οι ρίζες της ΕΚΕ βρίσκονται στην φιλανθρωπία, την παλιότερη κοινωνική πρωτοβουλία μεταξύ των Αμερικάνικων ιδιωτικών επιχειρήσεων. (Godfrey, 2009) Η φιλανθρωπία ήταν το βασικό στοιχείο με το οποίο εκδηλώνονταν η κοινωνική προσφορά των επιχειρήσεων, συνήθως με την μορφή δωρεών σε φιλανθρωπικά ιδρύματα. Σήμερα έχει εξελιχθεί σ' ένα στρατηγικό εργαλείο για τις επιχειρήσεις μέσω του οποίου επιδιώκεται η προστασία της φήμης τους και η αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών προς το σήμα της εταιρείας. (Walters & Tacon, 2011)

Αργότερα, η ΕΚΕ άρχισε να παίρνει άλλη μορφή και καλλιεργήθηκε η ιδέα ότι οι επιχειρήσεις είχαν εγγενή υποχρέωση προς την κοινωνία πέρα από την μεγιστοποίηση του κέρδους. (Subhabrata, 2007) Ωστόσο, η ιδέα της ΕΚΕ έγινε όλο και πιο διαδεδομένη στις δεκαετίες του 1960 και του 1970 όταν οι εταιρείες βρέθηκαν αντιμέτωπες με ακτιβιστικά κινήματα και τον έλεγχο των μέσων μαζικής ενημέρωσης για ορισμένες πρακτικές τους. (Clark, 2000) Επιπλέον, οι ιδέες για το πώς πρέπει να ασκείται η ΕΚΕ άρχισε να αλλάζει καθώς τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και το κοινό άρχισαν να αμφισβητούν το "ρόλο" των επιχειρήσεων στα κοινωνικά ζητήματα.



Πηγή: Carroll's Four-Part Pyramid of Corporate Social Responsibility (Filizöz & Fisne, 2011)

### Εικόνα 1.3

#### Πυραμίδα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Το 1979 ο Carroll, (όπως αναφέρετε από τον (Subhabrata, 2007) αναδείχτηκε ως ηγέτης στην ανάπτυξη της θεωρίας της ΕΚΕ. Υποστήριξε ότι οι εταιρικές υποχρεώσεις χωρίζονται σε τέσσερις υποκατηγορίες: οικονομικές, νομικές, ηθικές και φιλανθρωπικές.

##### α) Οικονομική ευθύνη

Ιστορικά, οι επιχειρήσεις δημιουργήθηκαν ως οικονομικές οντότητες που αποσκοπούν στην αποτελεσματική αξιοποίηση των κεφαλαίων τους και στην κερδοφορία τους. Έτσι οι εταιρίες έχουν τους μετόχους, οι οποίοι αποζητούν ένα εύλογο κέρδος από τις

επενδύσεις τους, έχουν τους εργαζόμενους, που θέλουν ασφαλή και δίκαια αμειβόμενη εργασία, τους πελάτες, οι οποίοι ζητούν την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών και σε εύλογη τιμή κ.τ.λ. Κατά την άποψη του ο λόγος σύστασης και ύπαρξης των επιχειρήσεων στην κοινωνία αποτελεί η ορθή λειτουργία τους ως οικονομικές μονάδες έτσι ώστε να καταστούν ανταγωνιστικές και να παραμείνουν στον επιχειρηματικό χώρο. Όλες οι δευτερεύουσες ευθύνες κατατάσσονται στο πεδίο της ΕΚΕ.

#### β) Νομική ευθύνη

Οι επιχειρήσεις δεν πρέπει να λειτουργούν μόνο σύμφωνα με το κίνητρο του κέρδους. Η νομική ευθύνη των επιχειρήσεων απαιτεί ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να τηρούν την κείμενη νομοθεσία και να μην αντίκειται στο ισχύον ρυθμιστικό πλαίσιο. Η τήρηση των όρων και των νομικών ευθυνών της προς το περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται κρίνεται αναγκαία, έτσι ώστε η επιχείρηση να είναι κοινωνικά υπεύθυνη.

#### γ) Ηθική ευθύνη

Η ευθύνη αυτή υποχρεώνει τις εταιρίες να κάνουν ότι είναι σωστό, δίκαιο και εύλογο, ακόμα και αν δεν ορίζεται πλήρως από το ισχύον νομικό πλαίσιο. Ο Carroll υποστηρίζει ότι οι ηθικές ευθύνες, είναι οτιδήποτε αναμένει η κοινωνία από την εταιρία, πέρα από τις οικονομικές και νομικές προσδοκίες.

#### δ) Φιλανθρωπική ευθύνη

Η τελευταία πτυχή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης εξετάζει το φιλανθρωπικό κομμάτι των επιχειρήσεων. Είναι ευθύνη εθελοντικού χαρακτήρα και αφορά επιπρόσθετες ενέργειες της επιχείρησης φιλανθρωπικού χαρακτήρα. Ο φιλανθρωπικός τομέας των επιχειρήσεων περιλαμβάνει δωρεές σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, επενδύσεις σε υποδομές αναψυχής για τους εργαζόμενους και τις οικογένειες τους, επενδύσεις σε έργα υποδομής για την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία, όπως σχολεία γυμναστήρια, καθώς και την χορηγία για οργάνωση αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων. (Berrin & Mücahit, 2011; Subhabrata, 2007)

Κατά την άποψη του Carroll (1979), η πιο σημαντική από τις παραπάνω κατηγορίες είναι οι οικονομική ευθύνη. Σκοπός κάθε επιχείρησης είναι να παράγει αγαθά και υπηρεσίες και να έχει κέρδος. Επίσης πιστεύει ότι τα κοινωνικά ζητήματα που μια επιχείρηση θα πρέπει να αντιμετωπίσει μέσω της ΕΚΕ θα πρέπει να είναι ειδικά για την περιοχή στην οποία η εταιρεία λειτουργεί και η οποία δέχεται τις επιπτώσεις από την λειτουργία της. (Carroll, 1979)

Σύμφωνα με τους Heath και Ryan (1989) οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προβάλλουν τις δράσεις τους Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στο κοινό. Οι δύο συγγραφείς πίστευαν επίσης ότι δεν υπάρχει παγκόσμιο πρότυπο συμπεριφοράς για τις επιχειρήσεις και κάθε εταιρεία έχει μια διαφορετική υποχρέωση προς την κοινωνία, ανάλογα με την κατάσταση της. Έτσι, όλες οι εταιρείες έχουν δικαίωμα να αντιληφθούν τις υποχρεώσεις τους με διαφορετικό τρόπο από τους ευρείς ορισμούς της ΕΚΕ όπως κάνε "καλές πράξεις" μέχρι τους πιο στενούς και ειδικούς ορισμούς. (Heath & Ryan, 1989)

Στον αντίποδα του αυξημένου κόστους που συνεπάγεται η ανάληψη της ΕΚΕ, το 1997, ο John Elkington, στο βιβλίο του "Cannibals With Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business", αναφέρθηκε στην Triple Bottom Line (TBL) για να περιγράψει την "κοινωνική, περιβαλλοντική και οικονομική υπευθυνότητα", στα πλαίσια της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης. Υποστήριξε ότι οι εταιρείες πρέπει να έχουν μία τριπλή βάση αντί να επικεντρώνονται αποκλειστικά στα οικονομικά τους στοιχεία. Η νέα επιχειρηματική κουλτούρα που συνοψίζεται στην έννοια της τριπλής προσέγγισης έχει ως στόχο να μετρήσει την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση της εταιρείας κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου. Μόνο όταν οι εταιρείες μετρούν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους, θα έχουμε κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες οργανώσεις. (Elkington, 1997)

Το 2005, οι συγγραφείς Kotler και Lee όρισαν την ΕΚΕ ως "*αφοσίωση στη βελτίωση της ευημερίας της τοπικής κοινότητας μέσα από επιλεκτικές επιχειρηματικές πρακτικές και την συνδρομή εταιρικών πόρων*". Τονίζουν τον όρο "*επιλεκτική*" καθώς πιστεύουν ότι η εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης θα πρέπει να είναι απολύτως εθελοντική. Επιπλέον, πιστεύουν ότι μια υποχρέωση που αναλαμβάνει μια οργάνωση θα πρέπει να αποδειχθεί σε βάθος χρόνου ώστε να θεωρηθεί κοινωνικά υπεύθυνη. (Kotler & Lee, 2005)

Το 2007 οι συγγραφείς Smith & Westerbeek αναφέρουν ότι μετά από έρευνες έχει αποδειχθεί ότι υπάρχει σχέση μεταξύ των οικονομικών επιδόσεων μιας εταιρείας και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και ότι η συμμετοχή των εταιρειών σε δράσεις ΕΚΕ μπορεί να αποδειχθεί επωφελείς για αυτές. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχει κανένα οικονομικό κόστος για τις επιχειρήσεις να συμμετάσχουν σε δράσεις ΕΚΕ πόσο μάλλον μπορεί ακόμη και να αποκομίσουν οικονομικό όφελος. Ως αποτέλεσμα αυτών των διατυπώσεων, πολλές εταιρείες έχουν μετατοπιστεί από την ιδέα της "προσέγγισης μέτοχος" στην "προσέγγιση των ενδιαφερόμενων μερών".

Αντί να επικεντρώνονται στο οικονομικό όφελος των μετόχων τους, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις εστιάζουν πλέον στους ενδιαφερόμενους φορείς δηλ. στη σχέση τους με τους εργαζόμενους, τους μετόχους, τους προμηθευτές, την τοπική κοινότητα κ.τ.λ. (Smith & Westerbeek, 2007) Έτσι, εταιρείες που επικεντρώνονται στην προσέγγιση των ενδιαφερόμενων μερών έχουν μεγαλύτερη απόδοση από τους ανταγωνιστές τους που επικεντρώνονται μόνο στους μετόχους τους. Επιπλέον οι επιχειρήσεις που επικεντρώνονται στα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν πιο ευτυχισμένους εργαζόμενους και πιο ικανοποιημένους πελάτες και, ως αποτέλεσμα έχουν υψηλότερα έσοδα. (Blackburn, 1994)

Την τελευταία δεκαετία υπάρχει μια αύξηση των δραστηριοτήτων ΕΚΕ στις επιχειρήσεις. Οι πρόσφατες τάσεις περιλαμβάνουν την εταιρική ηθική και την εταιρική διακυβέρνηση, και μια μετατόπιση από την ΕΚΕ ως υποχρέωση για την ΕΚΕ ως επιχειρηματική στρατηγική.

#### **1.4.1 Η θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών – Stakeholders**

Η πλέον διαδεδομένη θεωρία σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη φαίνεται πως οροθετείται μέσα από τη θεωρία των ενδιαφερομένων (ενεχομένων) ή εμπλεκόμενων μερών, ή θεωρία των stakeholders (μέτοχοι, εργαζόμενοι, ομάδες πίεσης, κράτος κλπ.) και προκύπτει ως η απάντηση στο αίτημα για διάλογο και συνύπαρξη με τα μέρη αυτά, προς όφελος τόσο της εταιρείας όσο και του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου.

Stakeholders σημαίνει "ενδιαφερόμενα μέρη" ή "συμμέτοχοι", δηλαδή αυτοί που κρατούν-έχουν ενδιαφέρον. Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) το οποίο αλληλοεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητες της. Η λέξη Stakeholders είναι σύνθετη και αποτελείται από τις λέξεις Stake, που σημαίνει την συμμετοχή (ύπαρξη οικονομικού συμφέροντος) ή την κατοχή μεριδίου (μετοχές) σε μια επιχείρηση ή σε συγκεκριμένο άυλο ή υλικό περιουσιακό στοιχείο και holder, που σημαίνει την κατοχή νόμιμου δικαιώματος σ' αυτό το περιουσιακό στοιχείο. (el.wikipedia)

Η βάση αυτής της θεωρίας βρίσκεται στο γεγονός ότι το μέγεθος των εταιρειών είναι πλέον τόσο μεγάλο π.χ. πολυεθνικές και η επίδραση τους στην κοινωνία είναι καταλυτική, ώστε οφείλουν να εκδηλώνουν υπεύθυνες συμπεριφορές σε περισσότερους τομείς της κοινωνίας και όχι μόνο απέναντι στους μερισματούχους τους.

Αρχικά ο Freeman (1984) υποστήριξε την θεωρία αυτή, αναφέροντας ότι οι διοικούντες έναν οργανισμό οφείλουν να είναι υπόλογοι απέναντι σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και όχι αποκλειστικά απέναντι στους μετόχους. (Freeman,1984)

Ακολούθησαν πολλές σχετικές μελέτες, μερικές εκ των οποίων επικεντρώθηκαν στην αναζήτηση ενός κανονιστικού πλαισίου, που θα βοηθούσε στην πρακτική εφαρμογή της εν λόγω θεωρητικής προσέγγισης.

Οι Stakeholders μιας επιχείρησης μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- Οργανωτικοί (εσωτερικοί ως προς την επιχείρηση): εργαζόμενοι, διοικητικά στελέχη, μερισματούχοι – μέτοχοι, εργατικά σωματεία κ.τ.λ.
- Οικονομικοί (εξωτερικοί ως προς την επιχείρηση): πελάτες, χρήστες, καταναλωτές, προμηθευτές, πιστωτές, δανειστές, διανομείς, λοιποί συνεργάτες κ.τ.λ.
- Κοινωνικοί (εξωτερικοί ως προς την επιχείρηση): Κράτος (Υπουργεία, δημόσιος τομέας), ελεγκτικοί μηχανισμοί, τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται μία επιχείρηση, μη κυβερνητικές οργανώσεις (ΜΚΟ), ομάδες πίεσης π.χ. ακτιβιστές, διαδηλωτές, ακαδημαϊκά ιδρύματα – μέσα μαζικής ενημέρωσης, εκπρόσωποι τοπικών φορέων και τοπικής αυτοδιοίκησης, επαγγελματικές, περιβαλλοντικές, επιστημονικές, καταναλωτικές ενώσεις κ.τ.λ.. (Αναλυτής, 2007)
- Μη Κοινωνικοί (το φυσικό περιβάλλον, οι μελλοντικές γενεές, τα μη ανθρώπινα είδη). (Wheeler & Sillanpää, 1997)

Το πρόβλημα με τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι ότι οι προσδοκίες, οι επιδιώξεις και τα συμφέροντά τους συχνά διαφέρουν, με αποτέλεσμα να ασκούν αντιτιθέμενες πιέσεις στην επιχείρηση. (Βαξεβανίδου, 2011)

Κάθε διαφορετική ομάδα έχει και μια διαφορετική απαίτηση από την επιχείρηση και προσδοκά η επιχείρηση να λάβει υπόψη της το σύνολο των αιτημάτων που την αφορούν.

- Οι μέτοχοι της επιχείρησης επιθυμούν υψηλές αποδόσεις από τις επενδύσεις τους και αύξηση της τιμής των μετοχών τους.
- Οι εργαζόμενοι επιδιώκουν ικανοποιητικές απολαβές, διασφάλιση τω θέσεων εργασίας, τήρηση των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας στην εργασία, καθώς και την ίση αντιμετώπιση τους από την διοίκηση.
- Οι αγοραστές των προϊόντων ή των υπηρεσιών της επιχείρησης επιδιώκουν

καλή ποιότητα προϊόντων και φθηνότερη τιμή.

- Οι προμηθευτές της επιχείρησης επιδιώκουν την ανάπτυξη υγιών οικονομικών σχέσεων με την επιχείρηση, όπως να είναι στην ώρα τους οι παραδόσεις των πρώτων υλών.
- Τέλος, οι ανταγωνιστές, επιδιώκουν υγιή και δίκαιο ανταγωνισμό, οι τοπικές κοινωνίες υπευθυνότητα εκ μέρους της επιχείρησης, βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων και ανάπτυξη της περιοχής τους. (Antonio Argandoña, 2011)

Για τον λόγο αυτό, οι επιχειρήσεις χρειάζεται να λαμβάνουν υπόψη τους και να συνδιαλέγονται με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (άμεσα και έμμεσα) προκειμένου να καθορίσουν και να οριστικοποιήσουν τις στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους.

## **1.5 Κατηγορίες Κοινωνικών Πρωτοβουλιών - Δράσεων Εταιρικής**

### **Κοινωνικής Ευθύνης**

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη έχει τρεις βασικές διαστάσεις α) την κοινωνική, β) την περιβαλλοντική και γ) την οικονομική. Οι πολιτικές κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων διακρίνονται σε κοινωνικές πολιτικές του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος τους ανάλογα με τους κοινωνικούς εταίρους στους οποίους απευθύνονται. Η εσωτερική κοινωνική πολιτική, που εφαρμόζεται σε εθελοντική βάση, αφορά κυρίως την δια βίου εκπαίδευση των εργαζομένων, την παροχή υψηλού επιπέδου ασφάλειας και υγείας στην εργασία, την δίκαιη αμοιβή, την ίση μεταχείριση, την συμμετοχή στα κέρδη κ.τ.λ.

Η εξωτερική κοινωνική πολιτική μιας επιχείρησης εφαρμόζεται μέσω προγραμμάτων ΕΚΕ. Κοινωνικές πρωτοβουλίες της εξωτερικής κοινωνικής πολιτικής, ανάλογα με τη φύση και το σκοπό της κάθε δράσης, μπορούν να θεωρηθούν οι εξής: Προωθητικές ενέργειες Σκοπού, Μάρκετινγκ Σκοπού, Εταιρικό Κοινωνικό Μάρκετινγκ, Εταιρική Φιλανθρωπία, Εταιρικός Εθελοντισμός, Κοινωνικά Υπεύθυνες Πρακτικές και Χορηγίες (el.wikipedia):

1. Προωθητικές Ενέργειες Σκοπού (Cause Promotion): Η επιχείρηση προσφέρει χρήματα/προϊόντα/υπηρεσίες για κάποιο κοινωνικό σκοπό, όπως διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων και εκθέσεων, αποβλέποντας στην ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης γύρω από αυτό το σκοπό. Αυτό μπορεί να το επιτύχει είτε με το να είναι ο

βασικός χορηγός μιας πρωτότυπης κοινωνικής ή περιβαλλοντικής ιδέας ή να είναι ένας από τους χορηγούς σε μια ήδη υπάρχουσα πρωτοβουλία ενός άλλου οργανισμού.

2. Μάρκετινγκ Σκοπού (Cause related marketing): Η εταιρεία δεσμεύεται να δωρίσει ένα ποσό επί των πωλήσεών της σε ένα προϊόν, σε ένα συγκεκριμένο κοινωφελή σκοπό. Η προσφορά ισχύει για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, συγκεκριμένο προϊόν και συγκεκριμένο φιλανθρωπικό σκοπό. Επιπλέον, ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να βοηθήσει τον συγκεκριμένο σκοπό χωρίς να δώσει ο ίδιος επιπλέον χρήματα, αλλά μέσα από την αγορά προϊόντων που χρησιμοποιεί και χωρίς να πάρει τίποτα σε αντάλλαγμα.

3. Εταιρικό Κοινωνικό Μάρκετινγκ (Corporate Social Marketing): Μια εταιρεία συμβάλει στη ανάπτυξη ή στην εφαρμογή μιας εκστρατείας αλλαγής συμπεριφοράς με σκοπό την βελτίωση της δημόσιας υγείας, της ασφάλειας, του περιβάλλοντος ή της ευμάρειας της τοπικής κοινωνίας. Η αλλαγή στη συμπεριφορά του κοινού είναι που διαφοροποιεί το εταιρικό κοινωνικό μάρκετινγκ από την προώθηση του κοινωνικού σκοπού. Συνήθως υπάρχει συνεργασία με κάποιο δημόσιο φορέα.

4. Εταιρική Φιλανθρωπία (Corporate Philanthropy): Μια εταιρεία συνεισφέρει απευθείας σε έναν οργανισμό ή κοινωνικό σκοπό μέσω χορήγησης χρημάτων, δωρεών ή και υπηρεσιών σε είδος. Αυτή η ενέργεια είναι η πιο παραδοσιακή μορφή Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

5. Εταιρικός Εθελοντισμός (Community Volunteering): Η επιχείρηση στηρίζει και ενθαρρύνει τους εργαζομένους της, τους εμπορικούς της εταίρους, τους συνεργάτες της να διαθέσουν το χρόνο τους εθελοντικά για να υποστηρίξουν οργανώσεις και σκοπούς στις τοπικές κοινότητες. Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να γίνει αυτόνομα από την ίδια την εταιρεία ή σε συνεργασία με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό ή οι εργαζόμενοι μπορεί να επιλέξουν τομείς που τους ενδιαφέρουν και να λάβουν στήριξη από την εταιρεία όπως με την παροχή άδειας μετ' αποδοχών ώστε να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τομέα που επέλεξαν.

6. Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές (Socially Responsible Business Practices): Πρόκειται για πρακτικές των επιχειρήσεων που έχουν να κάνουν με την βελτίωση της ζωής της τοπικής κοινότητας και την προστασία του περιβάλλοντος.

7. Χορηγίες: Η χορηγία καλύπτει αρκετούς τομείς του εξωτερικού κοινωνικού περιβάλλοντος μιας εταιρείας. Αποτελεί μια πολιτική που εφαρμόζουν κυρίως οι τραπεζικοί όμιλοι. Αξίζει να σημειωθεί, ότι στη χώρα μας οι χορηγίες συμβάλλουν στην



ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου μας και υποστηρίζουν τον ελληνικό αθλητισμό. Τα προγράμματα ΕΚΕ χρησιμοποιούν την χορηγία ως όχημα για να επιτύχουν τους στόχους τους. (Hunger, Wheelen, Thomas, 2004; Kotler & Lee, 2009; Βαξεβανίδου, 2011)

Υπάρχουν δύο επίπεδα εφαρμογής της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις. Στο πρώτο επίπεδο οι πρακτικές της ΕΚΕ εντάσσονται στις δραστηριότητες του τμήματος των δημοσίων σχέσεων και αφορούν φιλανθρωπικές δραστηριότητες και χορηγίες. Στο δεύτερο επίπεδο, που αφορά κυρίως μεγάλες επιχειρήσεις, η ΕΚΕ αποτελεί πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της εταιρικής πολιτικής και στρατηγικής και υπάρχει χωριστή διεύθυνση ή τμήμα αρμόδιο για τις σχετικές δραστηριότητες. (Βαξεβανίδου, 2011)

## **1.6 Ανακεφαλαίωση**

Στο παρόν κεφάλαιο έγινε μία εκτενής αναφορά στην έννοια και τη σημασία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη απασχόλησε έντονα τις επιχειρήσεις στην Ευρώπη στα μέσα της δεκαετίας του 1990 ενώ στις ΗΠΑ είχε αναπτυχθεί πολύ νωρίτερα και προέκυψε κυρίως ως αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης και των ταχύτατων αλλαγών στην απελευθέρωση των αγορών, στην εξέλιξη της τεχνολογίας αλλά και στην δημιουργία καταστροφικών συνεπειών για το περιβάλλον.

Σαφής και οικουμενικά αποδεκτός ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν υπάρχει, η κοινή ουσία όμως που διέπει τους διαφορετικούς ορισμούς είναι ότι οι επιχειρήσεις πέρα από την οικονομική τους βιωσιμότητα και το κέρδος, που είναι ο κύριος στόχος τους, έχουν και κοινωνικές ευθύνες. Τρία είναι τα κοινά σημεία σύγκλισης των ορισμών. Η εταιρική κοινωνική ευθύνη:

- 1) Έχει εθελοντικό χαρακτήρα
- 2) Συνδέεται στενά με τη βιώσιμη ανάπτυξη
- 3) Αποτελεί στρατηγική και όχι δευτερεύουσα επιλογή των επιχειρήσεων

Για την εταιρική κοινωνική ευθύνη υπάρχουν επιχειρήματα τόσο υπέρ όσο και κατά, με τους μεν υποστηρικτές να θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις είναι η ισχυρότερη δύναμη στην κοινωνία και έχουν την υποχρέωση να λαμβάνουν την αντίστοιχη κοινωνική ευθύνη, τους δε πολέμιούς της να αντιτείνουν ότι η κοινωνική πολιτική είναι αρμοδιότητα του κράτους το οποίο εισπράττει φόρους και για αυτό το σκοπό ενώ αντιθέτως η επιχείρηση έχει ευθύνη μόνο απέναντι στους μετόχους της, η κοινωνική της προσφορά εξασφαλίζεται με τη λειτουργία της και τη δημιουργία θέσεων εργασίας

ενώ η διοχέτευση πόρων σε κοινωνικές υποχρεώσεις θα οδηγήσει σε αναποτελεσματικότητα και θα πλήξει τις επιχειρήσεις.

Συνοψίζοντας και λαμβάνοντας υπόψη μας ότι έρευνες έχουν δείξει πως η δημοσιότητα για την ανήθικη συμπεριφορά των επιχειρήσεων έχει σημαντική πτωτική επίδραση στην τιμή της μετοχής τους, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η υιοθέτηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποφέρει μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη μιας και Εταιρείες που επικεντρώνονται στην προσέγγιση των ενδιαφερόμενων μερών έχουν μεγαλύτερη απόδοση από τους ανταγωνιστές τους, που επικεντρώνονται μόνο στους μετόχους τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

#### 2.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια έχει υπάρξει σημαντικό ενδιαφέρον για τον ευρύτερο ρόλο του αθλητισμού. Ο αθλητισμός μπορεί να συμβάλλει στην οικοδόμηση της ειρήνης, της ανάπτυξης, της μείωσης της εγκληματικότητας, της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, της προαγωγής της υγείας και μπορεί να αποτελέσει γέφυρα στα κοινωνικά και οικονομικά χάσματα.

Ο αθλητισμός αποτελεί κοινωνικό φαινόμενο και σκοπός των αθλητικών οργανισμών είναι να προσφέρουν σε πολλούς ανθρώπους τη δυνατότητα όχι μόνο για σωματική άσκηση, που ωφελεί την υγεία, αλλά και την ενεργό συμμετοχή τους στην κοινωνία συμβάλλοντας στην κοινωνική συνοχή.

Ο αθλητισμός χωρίζεται σε επαγγελματικό και ερασιτεχνικό, όπου ο βασικός διαχωρισμός τους έγκειται στους διαφορετικούς πόρους που διαχειρίζονται και που οδηγούν σε διαφορετικό επίπεδο αμοιβών αθλητών, παραγόντων κ.τ.λ.

#### 2.2 Σημασία Αθλητισμού – Γενικά

Αναμφισβήτητα ο αθλητισμός, στην ιστορική του διαδρομή από το παρελθόν ως τις μέρες μας, συνιστά ένα μοναδικό κοινωνικό φαινόμενο, είτε ως απλή δραστηριότητα είτε ως δραστηριότητα με οικονομική διάσταση.

Ο αθλητισμός κατά την αρχαιότητα δεν ήταν μόνο μια καθημερινή απασχόληση αλλά θεωρούνταν εκπαιδευτικό μέσο για την ηθική και πολιτική ανάπτυξη του ανθρώπου. Επίσης είχε και θρησκευτικό περιεχόμενο, αφού θεωρούνταν ως μέσον επικοινωνίας με το θείο και μέθοδος εξευμενισμού των νεκρών. (Panagiotopoulos, 2011)

Η σπουδαιότητα του ρόλου του αθλητισμού κατά την αρχαιότητα φαίνεται και από την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων<sup>6</sup>. Ο σημαίνοντας ρόλος του συνεχίστηκε και

---

<sup>6</sup> Ολυμπιακοί Αγώνες: Αθλητικοί αγώνες μεταξύ εκπροσώπων των πόλεων - κρατών και ένας από τους πανελλήνιους αγώνες στην Αρχαία Ελλάδα. Από το 776 π.Χ. διεξάγονταν στην Αρχαία Ολυμπία κάθε τέσσερα χρόνια και έπαιρναν μέρος αθλητές από όλη την Ελλάδα (και αργότερα από άλλα μέρη) αποκτώντας σταδιακά ιδιαίτερη αίγλη.

στα νεότερα χρόνια. Στα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα ο λόγιος Δημήτριος Βικέλας<sup>7</sup> μαζί με τον Γάλλο παιδαγωγό και λόγιο Πιέρ ντε Κουμπερτέν<sup>8</sup> σκέφτηκαν την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Στις 23 Ιουνίου 1894 ιδρύεται η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή και αποφασίζεται ότι οι Αγώνες θα άρχιζαν ξανά και θα γινόντουσαν κάθε τέσσερα χρόνια σε διαφορετική χώρα, αρχής γενομένης από την Αθήνα το 1896.

Σήμερα, το πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος του αθλητισμού, φαίνεται και από το γεγονός ότι αποτελεί βασική πολιτική στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η σημασία αυτή διαφαίνεται από την δημοσίευση το 2007 της "Λευκής Βίβλου για τον Αθλητισμό" από την Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων όπου σηματοδοτείται η πρώτη φορά που η Επιτροπή εξετάζει θέματα σχετικά με τον αθλητισμό με σφαιρικό τρόπο. Ο γενικός στόχος της, ήταν να δοθεί στρατηγική κατεύθυνση στο ρόλο του αθλητισμού στην Ευρώπη, να ενισχυθεί η συζήτηση συγκεκριμένων προβλημάτων, να αναδειχθεί περισσότερο η σημασία του αθλητισμού στη χάραξη της κοινοτικής πολιτικής και να ευαισθητοποιηθεί το κοινό όσον αφορά τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες του εν λόγω τομέα. Επιπλέον, επεδίωκε τη δημιουργία περισσότερων σχετικών με τον αθλητισμό ενεργειών σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2007)

Επίσης, το 2014 το συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ψήφισμά του καλεί τα κράτη μέλη, " να προάγουν τη μεγαλύτερη αναγνώριση της συμβολής του αθλητισμού στην επίτευξη των γενικών στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020», δεδομένου ότι ο τομέας έχει πολλά να δώσει στη έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, και να λαμβάνουν υπόψη τον θετικό αντίκτυπο του στην κοινωνική ένταξη, στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση καθώς και στη δημόσια υγεία και την ενεργό γήρανση". (Συμβούλιο Ευρώπης, 2014, σ.14)

Στις μέρες μας ο αθλητισμός έχει πάρει οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές διαστάσεις. Οι νέες τεχνολογίες, η παγκοσμιοποίηση, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, η μεγάλη προβολή των αθλητικών γεγονότων, συνέβαλαν στην παγκοσμιοποίησή του, κάνοντάς τον ένα μοναδικό μέσο για την σύσφιξη των διεθνών σχέσεων και την αύξηση του ενδιαφέροντος των ανθρώπων για αυτόν.

---

<sup>7</sup> Ο Δημήτριος Βικέλας (1835-1908) ήταν Έλληνας λόγιος, ποιητής και πεζογράφος. Συμμετείχε στην επιτροπή διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 1896 ενώ διατέλεσε πρώτος πρόεδρος της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής.

<sup>8</sup> Pierre de Coubertin (1863-1937) Γάλλος παιδαγωγός και ιστορικός, ιδρυτής των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων.

### **2.3 Ορισμοί για τον Αθλητισμό**

Ο αθλητισμός, ως ατομική και συλλογική δραστηριότητα, πάντοτε ασκούσε και συνεχίζει να ασκεί σημαντική επιρροή στην κοινωνία. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια ραγδαία ανάπτυξη του αθλητισμού σε παγκόσμια κλίμακα κάτι που τον καθιστά ένα φαινόμενο μεγάλης δυναμικής.

*Σύμφωνα με έναν ευρύτερο ορισμό του αθλητισμού "αθλητισμός σημαίνει όλες τις μορφές αθλητικής δραστηριότητας οι οποίες μέσω περιστασιακής ή οργανωμένης συμμετοχής, στοχεύουν στη βελτίωση της φυσικής κατάστασης και στην ψυχική ευεξία, δημιουργώντας κοινωνικές σχέσεις ή επιτυγχάνοντας επιδόσεις σε αγώνες σε όλα τα επίπεδα"*

Ο αθλητισμός περιλαμβάνει όλες τις αθλητικές δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με την ενεργό συμμετοχή του ανθρώπου στα διάφορα αθλήματα ή με το θέαμα που απολαμβάνει ο καθένας στους αθλητικούς αγώνες. Με το παιχνίδι, τη φυσική αγωγή και τα σπορ καλλιεργούνται και αναπτύσσονται όλες οι ανθρώπινες διαστάσεις όπως η "η σωματική", η "διανοητική", η "συναισθηματική" και η "ηθική" συμβάλλοντας στη διαμόρφωση ολοκληρωμένων προσωπικοτήτων και επομένως στη δημιουργία μιας υγιούς κοινωνίας.

Ο Pierre de Coubertin όρισε τον αθλητισμό ως ένα κομμάτι της κληρονομιάς όλων των ανδρών και των γυναικών και η απουσία του αφήνει ένα κενό που δεν μπορεί να αναπληρωθεί ποτέ.

Ο Μαλάτος το (2001) ορίζει τον αθλητισμό ως συστηματική σωματική καλλιέργεια και δράση με συγκεκριμένο τρόπο, ειδική μεθοδολογία και παιδαγωγική, δια των ολυμπιακών ή μη αθλημάτων, με σκοπό την ύψιστη σωματική απόδοση ως επίδοση σε αθλητικούς αγώνες, στο αθλητικό και κοινωνικό γίγνεσθαι. (Μαλάτος, 2001)

### **2.4 Κοινωνικός Ρόλος του Αθλητισμού**

Τα τελευταία χρόνια έχει υπάρξει σημαντικό ενδιαφέρον για τον ευρύτερο κοινωνικό ρόλο του αθλητισμού. Ο αθλητισμός μπορεί να συμβάλει, για παράδειγμα, στην οικοδόμηση της ειρήνης, την ανάπτυξη, τη μείωση της εγκληματικότητας, την εκπαίδευση και την κατάρτιση, την προαγωγή της υγείας, την ενδυνάμωση των φύλων και την οικοδόμηση της κοινότητας. Αποτελεί σημαντικό μέσο για την επανένταξη και

την κοινωνική ενσωμάτωση των ανθρώπων με αναπηρίες και εκείνων που προέρχονται από κάποιο λιγότερο προνομιούχο περιβάλλον, ιδίως των μεταναστών.

Μέσα από τον αθλητισμό καλλιεργούνται οι βασικές αρχές και αξίες του ολυμπισμού, το «ευ αγωνίζεσθαι», η ευγενής άμιλλα, ο αυτοσεβασμός και ο αλληλοσεβασμός το ομαδικό πνεύμα, η αγωνιστικότητα, η επιμονή, η συνεργασία και η ικανότητα της συμμετοχικής και συλλογικής προσπάθειας για την επίτευξη των ευγενικών στόχων του αθλητισμού, ενδυναμώνουν το πνεύμα και την ψυχή του αθλητή και τον καθιστούν ολοκληρωμένο άνθρωπο και σωστό πολίτη.

Η σπουδαιότητα του αθλητισμού αναγνωρίζεται τόσο από τα μεμονωμένα άτομα, όσο και από τα κράτη. Έκαστοι συμφωνούν ότι καμιά άλλη κοινωνική δραστηριότητα δεν είναι σε θέση να επιτελέσει ένα σύνολο καίριων λειτουργιών. Στις λειτουργίες αυτές συγκαταλέγονται:

- *Κοινωνική λειτουργία:* ο αθλητισμός βοηθά στην καταπολέμηση της βίας, του ρατσισμού, του κοινωνικού αποκλεισμού, της μισαλλοδοξίας και των ναρκωτικών.
- *Λειτουργία της δημόσιας υγείας:* καθώς η φυσική άσκηση διατηρεί και βελτιώνει την υγεία των ατόμων.
- *Εκπαιδευτική λειτουργία:* οδηγεί στην ισορροπημένη προσωπική ανάπτυξη των ανθρώπων και τους παρακινεί να αναπτύξουν ηθικές αξίες, ευγενή άμιλλα, ομαδικό πνεύμα, ανιδιοτέλεια και συνεργασία.
- *Πολιτιστική λειτουργία:* καθώς βοηθάει τους ανθρώπους να αναπτύξουν δεσμούς φιλίας και αμοιβαίας κατανόησης με τους άλλους ανθρώπους, να γνωρίσουν τις ρίζες τους και να ενσωματωθούν καλύτερα σε μια περιοχή.
- *Ανθρωπιστική λειτουργία:* καθώς μέσα από τα ιδεώδη που εμπνέει, ενώνει τους λαούς και τους ενθαρρύνει σε διεθνή συνεργασία και ειρήνη.
- *Ψυχαγωγική λειτουργία:* παρέχει προσωπική και συλλογική ψυχαγωγία και έναν τρόπο για καλύτερη αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου.  
(Panagiotopoulos, 2011· Παπαλουκάς, 2012)

Το 2005 ο Welford και το 2007 οι Smith & Westerbeek, διατύπωσαν δέκα μοναδικά χαρακτηριστικά που έχει ο αθλητισμός και τα οποία τον καθιστούν σημαντικό κοινωνικό παράγοντα.

### 1. Κανόνες του «ευ αγωνίζεσθαι»: ισότητα, πρόσβαση, ποικιλομορφία

Η θεμελιώδης παραδοχή για τον αθλητισμό είναι ότι προσφέρει ίσες ευκαιρίες σε όλους να συμμετέχουν "επί ίσοις όροις". Συνεπώς, οι κανόνες για το «ευ αγωνίζεσθαι» απαγορεύουν τις ουσίες που ενισχύουν την απόδοση, εξασφαλίζοντας ισότιμη πρόσβαση στον αθλητισμό για όλα τα μέλη της κοινωνίας.

### 2. Ασφάλεια των συμμετεχόντων και των θεατών

Κοινωνική ευθύνη του αθλητισμού είναι να διασφαλίζει τη φυσική ασφάλεια των συμμετεχόντων και των θεατών του. Αυτό περιλαμβάνει την προστασία των νεαρών συμμετεχόντων από σωματική, σεξουαλική και λεκτική βία.

### 3. Ανεξαρτησία των αποτελεσμάτων του παιχνιδιού

Ο αθλητισμός απαιτεί πολιτικές που να διασφαλίζουν ότι στα αποτελέσματα των αγώνων δεν διακυβεύονται συμφέροντα εκτός παιχνιδιού, όπως αυτά που σχετίζονται με τα τυχερά παιχνίδια.

### 4. Η διαφάνεια της διακυβέρνησης

Οι αθλητικές οργανώσεις έχουν μια ιστορία στην παροχή εργασίας για πρώην παίκτες. Οι μηχανισμοί για τέτοιου είδους απασχόληση πρέπει να είναι εμφανείς και οι διαδικασίες διακυβέρνησης στην οργάνωση πρέπει να διαφανείς.

### 5. Αναπτυξιακά πρωταθλήματα

Στα πλαίσια της κοινωνικής ευθύνης του αθλητισμού αναπτύσσονται αναπτυξιακά προγράμματα καθώς και αθλητικά προγράμματα ανωτέρων κατηγοριών.

### 6. Κοινοτικές σχέσεις

Όλα τα αθλήματα είναι ενσωματωμένα στις ανάγκες της τοπικής κοινότητας. Η σχέση των αθλημάτων με την τοπική αυτοδιοίκηση είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση των τοπικών κοινωνικών αναγκών και των κοινοτικών πολιτικών σχέσεων.

### 7. Υγεία και δραστηριότητα

Η αναγνώριση της σημασίας της σωματικής δραστηριότητας για την υγεία των ατόμων και συνολικά της κοινωνίας, θα πρέπει να αναγνωρισθεί και να ενισχύονται τέτοιες πολιτικές.

### 8. Αρχές της προστασίας του περιβάλλοντος και της αειφορίας

Ο αθλητισμός έχει μεγάλη σχέση με το φυσικό περιβάλλον. Η κοινωνική ευθύνη του αθλητισμού αναγνωρίζει αυτό το βάρος και αναπτύσσει πολιτικές για την αποφυγή περιβαλλοντικών ζημιών από τις δραστηριότητές του.

#### 9. Η ανάπτυξη επίκεντρο των συμμετεχόντων

Ένα βασικό συστατικό του κοινωνικού αντίκτυπου του αθλητισμού είναι οι αναπτυξιακές δυνατότητες που προσφέρει. Πολιτικές για την επισημοποίηση αυτής της δέσμευσης για σωματική, κοινωνική και προσωπική ανάπτυξη είναι σχετικές με την κοινωνική ευθύνη.

#### 10. Ειδικευμένους ή / και διαπιστευμένους προπονητές

Τα αθλήματα είναι υποχρεωμένα να παρέχουν ειδικούς προπονητές προκειμένου να διασφαλιστεί ότι τα προηγούμενα στοιχεία εφαρμόζονται. (Smith & Westerbeek, 2007; Welford, 2005)

Η σημαντικότητα του κοινωνικού ρόλου του αθλητισμού αναγνωρίζεται και στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπου το 2011 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε ανακοίνωση προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και τη Επιτροπή των περιφερειών σχετικά με την ανάπτυξη της κοινωνικής διάστασης του αθλητισμού.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση "Ο αθλητισμός έχει μεγάλες δυνατότητες να συμβάλλει στην έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, μέσω της θετικής επίδρασής του στην κοινωνική ένταξη, την εκπαίδευση και την κατάρτιση και τη δημόσια υγεία. Βοηθά στον περιορισμό της αύξησης των δαπανών κοινωνικής ασφάλισης και υγείας, με τη βελτίωση της υγείας και της παραγωγικότητας του πληθυσμού και με την εξασφάλιση καλύτερης ποιότητας ζωής στη διάρκεια του γήρατος. Συμβάλλει στην κοινωνική συνοχή με την κατάργηση των κοινωνικών φραγμών και βελτιώνει την απασχολησιμότητα του πληθυσμού με την επίδρασή του στην εκπαίδευση και την κατάρτιση. Η εθελοντική δραστηριότητα στον αθλητισμό μπορεί να συμβάλει στην απασχολησιμότητα, την κοινωνική ένταξη, καθώς και τη μεγαλύτερη συμμετοχή των πολιτών, ιδιαίτερα των νέων ". (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2011, σ.4)





Πηγή: Από την συγγραφέα της εργασίας

**Εικόνα: 2.1**

### **Swot ανάλυση ερασιτεχνικού αθλητισμού**

#### **2.5 Δομή Ερασιτεχνικού Αθλητισμού**

Ο αθλητισμός μπορεί να πάρει πέντε μορφές, είτε ως ερασιτεχνικός, είτε ως επαγγελματικός, είτε ως μαζικός αθλητισμός, είτε ως φυσικές δραστηριότητες, είτε με την μορφή των παιχνιδιών.

Ο ερασιτεχνικός αθλητισμός είτε μέσω του σωματειακού αθλητισμού είτε μέσω του σχολικού- πανεπιστημιακού αθλητισμού θα πρέπει να είναι εστία έκφρασης του αγνού πνεύματος του αθλητισμού, όπου κυριαρχεί το «ευ αγωνίζεσθαι», το ήθος και ο σεβασμός του συναθλητή. Η μορφή αυτή του αθλητισμού είναι αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, είναι ομαδικότητα, είναι χαρά, είναι υγεία, είναι ανθρωπισμός. Όλα αυτά προωθούνται από τα σωματεία, από τους παράγοντες, από τις ενώσεις, από τους προπονητές και τους διαιτητές.

Η οργανωτική δομή και η λειτουργία του ερασιτεχνικού αθλητισμού καθορίστηκε με τον νόμο 2725/99 "Ερασιτεχνικός και επαγγελματικός αθλητισμός και άλλες διατάξεις".

Με τον όρο "ερασιτεχνικός αθλητισμός" νοούνται οι δραστηριότητες των μη επαγγελματικών αθλητικών φορέων (όπως, π.χ., των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων, των ομοσπονδιών και των ενώσεων) και των αθλητών οι οποίοι δεν

αγωνίζονται σε αθλητική ανώνυμη εταιρεία (Α.Α.Ε.) ή σε τμήματα αμειβόμενων αθλητών (Τ.Α.Α.) αθλητικού σωματείου. (Χαλδεάκης, 2008 )

Σύμφωνα με τον Ν. 2725/99, η αγωνιστική δραστηριότητα του ερασιτέχνη αθλητή δεν αποτελεί άσκηση επαγγελματικής αθλητικής δραστηριότητας, ενώ οι οικονομικές απολαβές που δίνονται από τα σωματεία, τις ενώσεις και τις ομοσπονδίες σε ερασιτέχνες αθλητές δεν αποτελούν οικονομικά ανταλλάγματα κατά την έννοια του προαναφερθέντος νόμου. Οι προπονητές, από τη μεριά τους, ανάλογα με την κατηγορία όπου απασχολούνται, χαρακτηρίζονται ως ομοσπονδιακοί προπονητές, σωματειακοί προπονητές κ.λ.π.

Την ευθύνη για τον σχεδιασμό της αθλητικής πολιτικής και της ανάπτυξης του αθλητισμού στη χώρα έχει η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, που υπάγεται στο υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. Είναι υπεύθυνη για τη εποπτεία κάθε είδους αθλητικής δραστηριότητας, τον καταρτισμό προγραμμάτων ανάπτυξης του αθλητισμού και την παροχή των αναγκαίων διευκολύνσεων για την υλοποίηση των προγραμμάτων αυτών.

Αθλητικοί φορείς του ερασιτεχνικού αθλητισμού είναι :

#### Αθλητικό Σωματείο

Σκοπός του Αθλητικού σωματείου είναι η ένωση φυσικών προσώπων που έχει ως κύριο σκοπό τη συστηματική καλλιέργεια και την ανάπτυξη των δυνατοτήτων των αθλητών του για τη συμμετοχή τους σε αθλητικούς αγώνες. ( Ν. 2725/99, αρ.1<sup>ο</sup>)

#### Αθλητική Ένωση

Σκοπός της Αθλητικής Ένωσης, είναι η τοπική οργάνωση αθλητικών σωματείων (νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου που καλλιεργούν το ίδιο άθλημα ή κλάδο άθλησης, με σκοπό την υποβοήθηση και ανάπτυξή του στα γεωγραφικά όρια λειτουργίας της και μέσα στο πλαίσιο που προσδιορίζεται από τους ειδικούς κανονισμούς της οικείας αθλητικής ομοσπονδίας. (Ν. 2725/99, αρ.10<sup>ο</sup>)

#### Αθλητική Ομοσπονδία

Σκοπός της Αθλητικής Ομοσπονδίας είναι η ανώτατη οργάνωση αθλητικών σωματείων ή αθλητικών ενώσεων (νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου) που καλλιεργούν το ίδιο άθλημα ή κλάδο άθλησης, έχει σκοπό την καλλιέργεια και την ανάπτυξή του σε όλη τη χώρα. Για κάθε άθλημα ή κλάδο άθλησης, επιτρέπεται η σύσταση μίας (1) μόνο ομοσπονδίας για όλη τη χώρα. Η ομοσπονδία εκπροσωπεί το άθλημα διεθνώς, σύμφωνα με τους ισχύοντες κανονισμούς της οικείας διεθνούς

αθλητικής ομοσπονδίας και της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (Δ.Ο.Ε.) και η έδρα της ορίζεται από το καταστατικό της. Επιτρέπεται σε ειδικές περιπτώσεις μία ομοσπονδία να περιλαμβάνει και άλλα αθλήματα ή κλάδους άθλησης, εκτός από το βασικό άθλημα ή κλάδο άθλησης, εφόσον τα αθλήματα και οι κλάδοι δεν είναι δυνατόν να υπαχθούν σε ξεχωριστή ομοσπονδία. ( Ν. 2725/99, αρ.19<sup>ο</sup>)

## **2.6 Διαφορές Ερασιτεχνικού και Επαγγελματικού Αθλητισμού**

Ο αθλητισμός αποτελεί κοινωνικό δικαίωμα με διφυή χαρακτήρα, παιδαγωγικό και κοινωνικό – πολιτιστικό. Διακρίνεται σε δύο βασικές κατηγορίες: τον ερασιτεχνικό και τον επαγγελματικό αθλητισμό.

Τα τελευταία χρόνια, το σύστημα του αθλητισμού τόσο στα ομαδικά όσο και στα ατομικά αθλήματα έχει περάσει από διάφορες φάσεις της επαγγελματοποίησης, της εμπορευματοποίησης και της ιδιωτικοποίησης. Αυτό έχει οδηγήσει σε αμφισβήτηση της φύσης του "παραδοσιακού" χαρακτήρα του αθλητισμού. Σήμερα, οι "παραδοσιακές" πτυχές του αθλητισμού σώζονται κυρίως στο ερασιτεχνικό κομμάτι του.

Μερικές βασικές διαφορές μεταξύ του επαγγελματικού και του ερασιτεχνικού αθλητισμού έχουν όπως παρακάτω:

### α) Αμοιβές μεταξύ ερασιτεχνών και επαγγελματιών αθλητών

Η μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού είναι η έλλειψη πόρων με συνέπεια την μεγάλη διαφορά στις χρηματικές αμοιβές των αθλητών. Οι επαγγελματίες αθλητές είναι αθλητές πλήρους απασχόλησης ενώ οι ερασιτέχνες αθλητές δεν λαμβάνουν καμιά χρηματική αποζημίωση για την συμμετοχή τους και όταν αυτό γίνεται δεν είναι σημαντικής αξίας και κύριος σκοπός της είναι κάλυψη των δαπανών που προκαλούνται από την ενασχόληση τους με το άθλημα. Τις περισσότερες φορές η αποζημίωση δεν είναι χρηματική αλλά έχει την μορφή του εξοπλισμού ή των υπηρεσιών με σκοπό την μείωση των εξόδων που αντιμετωπίζει ο αθλητής. Από την άλλη μεριά οι επαγγελματίες αθλητές εκτός από τις συμφωνημένες αμοιβές τους αποζημιώνονται χωριστά για τις αγωνιστικές επιτυχίες τους.

### β) Συμβιβασμός ως προς τις προσδοκίες στον αθλητισμό

Οι ερασιτέχνες αθλητές δεν έχουν το ίδιο επίπεδο δέσμευσης ως προς το άθλημα. Πολλοί ερασιτέχνες αθλητές αντιμετωπίζουν την ενασχόλησή τους με το άθλημα καθαρά ως χόμπι. Δεδομένου ότι ο ερασιτεχνικός αθλητισμός δεν είναι η κύρια πηγή εισοδήματός τους, συχνά δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά ώστε να επικεντρωθούν

αποκλειστικά στο άθλημα διότι θα πρέπει να έχουν και άλλη απασχόληση για να καλύπτουν τις ανάγκες τους. Έτσι μπορούν ταυτόχρονα να σπουδάζουν ή να εργάζονται πράγμα που σημαίνει ότι θα πρέπει να κάνουν συμβιβασμούς ως προς τις προσδοκίες τους στον αθλητισμό. Αυτό πολλές φορές οδηγεί στην λήξη της σταδιοδρομίας ταλαντούχων αθλητών πριν καλά – καλά αρχίσει. (Heino, 2015)

γ) Παροχή υπηρεσιών από εθελοντές παράγοντες

Η πλειοψηφία των ερασιτεχνικών συλλόγων δεν έχουν την δυνατότητα να προσλάβουν προσωπικό πλήρους απασχόλησης ή ακόμα και μερικής απασχόλησης και βασίζονται κατά κύριο λόγο στην δράση εθελοντών παραγόντων οι οποίοι με μοναδικό όπλο τους την αγάπη τους για τον αθλητισμό και το ενδιαφέρον τους για το καλό της νεολαίας, προσπαθούν να μεταλαμπαδεύσουν στους νεαρούς αθλητές/τριες τις αξίες του αθλητισμού όπως το ήθος, το σεβασμό στον συναθλητή και τον αντίπαλο, το "fair play"

δ) Έχουν οι ίδιοι την ευθύνη μάρκετινγκ των διοργανώσεών τους.

Οι ερασιτεχνικές ομάδες αγωνίζονται σε πρωταθλήματα κατώτερης κατηγορίας που διοργανώνονται από τις Εθνικές Ομοσπονδίες, με αποτέλεσμα οι προσπάθειες μάρκετινγκ, που πραγματοποιούνται από αυτές, να επικεντρώνονται στις Εθνικές Ομάδες και τα πρωταθλήματα των ανώτερων κατηγοριών. Οι ερασιτεχνικές ομάδες στην προσπάθειά τους να βρουν πρόσθετες πηγές χρηματοδότησης ασχολούνται οι ίδιες με ενέργειες μάρκετινγκ.

ε) Διαφορετικό επίπεδο προβολής από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας για ερασιτέχνες και επαγγελματίες αθλητές και ερασιτεχνικά και επαγγελματικά σωματεία

Τα ερασιτεχνικά σωματεία δεν έχουν την ίδια δυνατότητα προβολής από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας σε σχέση με τα επαγγελματικά. Οι ερασιτέχνες αθλητές, συνήθως αγωνίζονται σε άδεια γήπεδα σε αντίθεση με τους επαγγελματίες συναδέλφους τους που αγωνίζονται σε γεμάτα με φιλάθλους τους γήπεδα οι οποίοι ενθαρρύνουν τι κάθε προσπάθεια τους. Ακόμα και όταν έχουν την δυνατότητα προβολής μπορεί να αφορά περιφερειακά και όχι εθνικά κανάλια. Συνεπώς ούτε οι ερασιτέχνες αθλητές έχουν την ίδια προβολή με τους συναδέλφους τους επαγγελματίες, ούτε την δυνατότητα να τους εντοπίσουν διάφοροι χορηγοί και δεν έχουν την επιπλέον πηγή εισοδήματος που παράγεται από την ραδιοτηλεοπτική προβολή. Επιπλέον οι οπαδοί δεν έχουν την δυνατότητα να δουν τους αγαπημένους τους αθλητές να αγωνίζονται ενώ οι ίδιοι παραμένουν στην άνεση του σπιτιού τους. (Shank & Lyberger, 2015)

στ) Διαφορετικές αθλητικές δομές

Οι αθλητικές δραστηριότητες των ερασιτεχνικών συλλόγων πραγματοποιούνται σε μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα δομές, πολλές από τις οποίες εξαρτώνται από την δημόσια στήριξη προκειμένου να εξασφαλίζουν την πρόσβαση όλων των πολιτών σε αθλητικές δραστηριότητες. Ενώ οι αθλητικές δομές στον επαγγελματικό αθλητισμό είναι στην συντριπτική τους πλειονότητα ιδιωτικές.

ζ) Οι ερασιτέχνες αθλητές γίνονται πιο εύκολα πρότυπα για την τοπική κοινωνία και την νεολαία

Οι ερασιτέχνες αθλητές δεν έχουν τη δυνατότητα να επιτύχουν τους στόχους τους με έσοδα προερχόμενα μόνο από τον αθλητισμό θα πρέπει συγχρόνως να εργάζονται. Έτσι, για τους ερασιτέχνες η ενασχόληση τους με τον αθλητισμό μπορεί να είναι μια ευκαιρία για συναντήσεις εκτός εργασίας, ένας τρόπος για να ασχοληθούν με το άθλημα που αγαπούν. Οι αθλητές που εργάζονται είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την δημιουργία μιας βαθύτερης σχέσης με τους οπαδούς. Ένα πρόσωπο που εργάζεται και συγχρόνως ανήκει σε έναν ερασιτεχνικό σύλλογο μπορεί να παρακινήσει τους συναδέλφους του να πάνε να τον παρακολουθήσουν σε κάποιο αγώνα του. Επίσης αυτοί οι αθλητές είναι πιο εύκολο να γίνουν πρότυπα για τους νέους δεδομένου ότι δεν εγκαταλείπουν την εκπαίδευση ή την εργασία για χάρη του αθλητισμού. (Heino, 2015) Επίσης επειδή στις ερασιτεχνικές ομάδες οι παίκτες μένουν στην ομάδα για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα σε σχέση με τις επαγγελματικές όπου οι παίκτες πωλούνται ή δανείζονται σε άλλη ομάδα και μπορεί να αλλάζουν κάθε σεζόν, οδηγεί στην ανάπτυξη ενός δεσμού μεταξύ του παίκτη και της ομάδας που με τη σειρά του οδηγεί σε μια ιδιαίτερη σχέση με τους οπαδούς. Κάποιοι παίκτες μάλιστα μπορεί να αγωνίζονται ολόκληρη την σταδιοδρομία τους στην ίδια ομάδα κάτι που οδηγεί στην ανάπτυξη μιας ιδιαίτερης σχέσης αυτών και των οπαδών. Στον επαγγελματικό αθλητισμό δεν είναι λίγες φορές που έρχονται στην δημοσιότητα σκάνδαλα διαφθοράς και χρήσης αναβολικών ουσιών με πρωταγωνιστές ακριβοπληρωμένους αθλητές "αστέρια" δημοφιλών ομάδων.

η) Μέσω των ερασιτεχνικών σωματείων και των τμημάτων ανάπτυξης που διαθέτουν βγαίνουν οι αυριανοί παίκτες/ αθλητές.

Τα ερασιτεχνικά σωματεία διαθέτουν τμήματα ανάπτυξης τα οποία αποτελούν την βάση από την οποία προκύπτουν πολλές εξαιρετες ομάδες και μεμονωμένοι αθλητές/τριες αλλά και οι αυριανοί πρωταθλητές. Τα επαγγελματικά σωματεία

βασίζονται κυρίως σε μετεγγραφές και αγορά αθλητών από άλλους συλλόγους.

#### θ) Περιορισμένα αρνητικά φαινόμενα

Στον ερασιτεχνικό αθλητισμό αρνητικά φαινόμενα όπως διαφθορά ανάμεσα σε αθλητές, προπονητές, διαιτητές, παράγοντες, επιδίωξη νίκης με οποιοδήποτε τίμημα, βία στους αγωνιστικούς χώρους, χουλιγκανισμός, διακρίσεις, εμπορευματοποίηση και χρήση αναβολικών ουσιών (doping), είναι σπάνια και όταν συμβαίνουν αφορούν μεμονωμένες περιπτώσεις. Σε αντίθεση με τον επαγγελματικό αθλητισμό, όπου πολύ συχνά τέτοια φαινόμενα μονοπωλούν τα φώτα της δημοσιότητας.

#### ι) Διαφορά στα έσοδα

Ο επαγγελματικός αθλητισμός, ιδίως το ποδόσφαιρο και το μπάσκετ, διαθέτουν πολλές πηγές εισοδήματος (τηλεοπτικά δικαιώματα, χορηγίες, διαφημίσεις κ.τ.λ.) με επακόλουθο η εμπορευματοποίηση του επαγγελματικού αθλητισμού να αλλοιώνει τον πραγματικό του χαρακτήρα και να κάνει τους αθλητές έρμαιο στα χέρια ιδιωτών και διαφημιστικών εταιρειών. Ο επαγγελματικός αθλητισμός έχει εξελιχθεί σε μια "μεγάλη οικονομική επιχείρηση" με τεράστια έσοδα, που λειτουργεί με όρους μάρκετινγκ. Από την άλλη πλευρά ο ερασιτεχνικός αθλητισμός βασίζεται σε ηθικές αξίες και αρχές και προσπαθεί να επιβιώσει και να διατηρήσει το δημόσιο χαρακτήρα του, βασιζόμενος κυρίως στις πενιχρές κρατικές επιχορηγήσεις μιας και δεν αποτελεί επιλογή στήριξης από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις λόγω της μικρής του προβολής από τα μέσα επικοινωνίας.

#### κ) Διαφορά στα έσοδα από την πώληση προϊόντων του συλλόγου

Οι ερασιτεχνικές ομάδες σπάνια διαθέτουν μεγάλη βάση οπαδών, γεγονός που καθιστά ανέφικτη την μαζική παραγωγή προϊόντων π.χ. κούπες, καπέλα, φανέλες με το σήμα της ομάδας και που θα μπορούσαν να καταναλωθούν από αυτούς, κάτι που αυξάνει το κόστος τους και μπορεί να επηρεάσει την απόφαση για την αγορά τους από τους οπαδούς. Κάτι που δεν συμβαίνει με τις επαγγελματικές ομάδες, που κερδίζουν τεράστια ποσά από την πώληση τέτοιων προϊόντων.

## **2.7 Ανακεφαλαίωση**

Στο κεφάλαιο που προηγήθηκε έγινε μια περιγραφή των στοιχείων του ερασιτεχνικού αθλητισμού και οι διαφορές του σε όλα τα επίπεδα με τον επαγγελματικό αθλητισμό. Η βασική διαφορά μεταξύ του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού είναι οι πόροι στους οποίους έχουν πρόσβαση και που οδηγούν σε διαφορετικό επίπεδο αμοιβών αθλητών, παραγόντων κ.τ.λ.

Η σημασία του αθλητισμού είναι αδιαμφισβήτητη και διάχυτη σε όλη την ιστορία. Η σπουδαιότητα του ρόλου του αθλητισμού ήταν φανερή από την αρχαιότητα με την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων έτσι το 1894 αποφασίστηκε η αναβίωσή τους. Όπως είδαμε ο αθλητισμός σήμερα έχει πάρει οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές διαστάσεις παγκοσμίως, κάνοντάς τον ένα μοναδικό μέσο για την σύσφιξη των διεθνών σχέσεων και την αύξηση του ενδιαφέροντος των ανθρώπων για αυτόν. Ο αθλητισμός κατά τον ορισμό του, περιλαμβάνει όλες τις αθλητικές δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με την ενεργό συμμετοχή του ανθρώπου στα διάφορα αθλήματα ή με το θέαμα που απολαμβάνει ο καθένας στους αθλητικούς αγώνες.

Ο αθλητισμός κατέχει έναν ευρύτερο κοινωνικό ρόλο και συμβάλει σε διάφορες λειτουργίες όπως είναι η λειτουργία της δημόσιας υγείας, η εκπαιδευτική λειτουργία, η πολιτιστική και ανθρωπιστική λειτουργία. Οι κανόνες του «ευ αγωνίζεσθαι»: ισότητα, πρόσβαση, ποικιλομορφία, η ανεξαρτησία των αποτελεσμάτων του παιχνιδιού η ανάπτυξη ως επίκεντρο των συμμετεχόντων είναι μερικά από τα μοναδικά χαρακτηριστικά που έχει ο αθλητισμός.

Αθλητικοί φορείς του ερασιτεχνικού αθλητισμού είναι το αθλητικό σωματείο όπου σκοπός του είναι η συστηματική καλλιέργεια και ανάπτυξη των δυνατοτήτων των αθλητών του, η αθλητική ένωση με σκοπό την τοπική οργάνωση αθλητικών σωματείων και η αθλητική ομοσπονδία όπου είναι η ανώτατη οργάνωση αθλητικών σωματείων ή αθλητικών ενώσεων με σκοπό την καλλιέργεια και την ανάπτυξή του σε όλη τη χώρα.

Κάποιες από τις διαφορές μεταξύ του επαγγελματικού και του ερασιτεχνικού αθλητισμού είναι οι αμοιβές μεταξύ ερασιτεχνών και επαγγελματιών αθλητών εξαιτίας της διαφοράς πόρων. Τις περισσότερες φορές η αποζημίωση δεν είναι χρηματική αλλά έχει την μορφή του εξοπλισμού ή των υπηρεσιών με σκοπό την μείωση των εξόδων που αντιμετωπίζει ο αθλητής. Ο συμβιβασμός ως προς τις προσδοκίες στον αθλητισμό καθώς πολλοί ερασιτέχνες αθλητές πρέπει να συνδυάζουν την ενασχόληση με τον αθλητισμό με τις σπουδές ή την εργασία τους. Η παροχή υπηρεσιών από εθελοντές παράγοντες και το γεγονός ότι έχουν οι ίδιοι την ευθύνη μάρκετινγκ των διοργανώσεών τους. Το διαφορετικό επίπεδο προβολής από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας για ερασιτέχνες και επαγγελματίες αθλητές και ερασιτεχνικά και επαγγελματικά σωματεία με αποτέλεσμα οι ερασιτέχνες αθλητές να μην έχουν την ίδια προβολή με τους συναδέλφους τους επαγγελματίες, ούτε την δυνατότητα να τους εντοπίσουν διάφοροι χορηγοί και δεν έχουν την επιπλέον πηγή εισοδήματος που παράγεται από την

ραδιοτηλεοπτική προβολή. Επιπλέον οι ερασιτέχνες αθλητές γίνονται πιο εύκολα πρότυπα για την τοπική κοινωνία και την νεολαία ενώ μέσω των ερασιτεχνικών σωματείων και των τμημάτων ανάπτυξης που διαθέτουν βγαίνουν οι αυριανοί παίκτες/αθλητές. Τέλος παρατηρούνται περιορισμένα αρνητικά φαινόμενα και διαφορά στα έσοδα από την πώληση προϊόντων του συλλόγου.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

#### 3.1 Εισαγωγή

Αν και η βιβλιογραφία για την ΕΚΕ έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία 30 χρόνια, μόλις την τελευταία δεκαετία έχει αναλυθεί σε σχέση με τον αθλητισμό. Αυτό είναι αποτέλεσμα της αναγνώρισης του σημαντικού ρόλου που διαδραματίζει ο αθλητισμός στην κοινωνία και του ότι οι αθλητικές οργανώσεις αποκτούν όλο και πιο σημαίνοντα ρόλο στην παγκόσμια κοινότητα.

Η ΕΚΕ είναι τώρα μια στρατηγικά σημαντική περιοχή εστίασης των φορέων που σχετίζονται με τον αθλητισμό (αθλητικές ομοσπονδίες, αθλητικά πρωταθλήματα, αθλητικά σωματεία και μεμονωμένοι αθλητές). Επίσης μεγάλος αριθμός εταιρειών που υπάρχουν και λειτουργούν έξω από την "αθλητική βιομηχανία" ή λειτουργούν παράλληλα με αυτή, έχουν πλέον αρχίσει να αναγνωρίζουν την αξία της χρησιμοποίησης της ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού, προκειμένου να επιτύχουν τους δικούς τους εμπορικούς και κοινωνικούς σκοπούς.

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύεται ο ρόλος που μπορεί να διαδραματίσει ο αθλητισμός ως όχημα για την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αφενός, λαμβάνοντας υπόψη τις κοινωνικές ευθύνες που κατέχονται από τους διαχειριστές του αθλητισμού στην εκπλήρωση των υποχρεώσεων τους προς τους αθλητές, τους θεατές και τους άλλους ενδιαφερόμενους φορείς και αφετέρου, προσφέροντας τα πλεονεκτήματα της χρήσης του αθλητισμού ως κοινωνικό εργαλείο στις επιχειρήσεις.

#### 3.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Αθλητισμός

Για χρόνια οι επιχειρήσεις είχαν την τάση να ξοδεύουν τον προϋπολογισμό τους για δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, στη στήριξη του περιβάλλοντος ή των τεχνών. Σήμερα, όλο και περισσότερο, ο αθλητισμός έχει εκληφθεί ως ένας τρόπος για την ικανοποίηση των κοινωνικών και κοινοτικών τους υποχρεώσεων τους.

Ο αθλητισμός είναι ένας τομέας που προσφέρει πεδίο για να αναπτυχθούν σχέδια που μπορούν να περιγραφούν ως ολοκληρωμένες κοινωνικές πρωτοβουλίες. (McDonald, Smith, & Westerbeek, 2009) Και αυτό γιατί μπορεί να υπερηφανεύεται για τις αξίες που κάθε κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση θα πρέπει να αγωνίζεται για αυτές.

Αξίες όπως το fair play<sup>9</sup> για όλους που εμπλέκονται, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων και των προμηθευτών, της διαφάνειας και της ακεραιότητας, της συνέπειας, της εντατικής προσπάθειας και της συνεχής βελτίωσης.

Υπάρχει στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και ΕΚΕ λόγω της ικανότητάς του πρώτου να επιλύει κοινωνικά ζητήματα και του αντίκτυπου και της προβολής του στην κοινωνία. (Filizöz & Fisne, 2011)

Οι Smith και Westerbeek (2007) αποκαλούν το σημείο τομής μεταξύ της ΕΚΕ και του αθλητισμού *Sport Corporate Social Responsibility*<sup>10</sup> (SCSR). Σύμφωνα με την έρευνά τους όπως επίσης και την έρευνα του Walters (2009), υπάρχουν επτά βασικά χαρακτηριστικά ώστε να χρησιμοποιηθεί ο αθλητισμός ως μέσο για την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης: Πρώτον, η δημοτικότητα και η παγκόσμια εμβέλεια του αθλητισμού μπορεί να συμβάλλει, μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας και την δύναμη της επικοινωνίας, στην προώθηση των δράσεων ΕΚΕ σε ένα ευρύ κοινό. Δεύτερον, η εφαρμογή ΕΚΕ στον αθλητισμό απευθύνεται στην νεολαία τόσο μέσω της συμμετοχής τους σε ένα άθλημα όσο και από την μεριά των θεατών: τα παιδιά είναι πιο πιθανό να εμπλακούν σε ένα πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, εάν συνδέεται με μια αθλητική οργάνωση ή μια αθλητική προσωπικότητα. Ως συμμετέχοντες σε αναπτυξιακά πρωταθλήματα, τα παιδιά, μαθαίνουν τη συνεργασία, βελτιώνουν την αυτοεκτίμηση τους και ενθαρρύνονται να ακολουθούν ένα σωματικά δραστήριο τρόπο ζωής. Από την πλευρά του θεατή, οι επαγγελματίες ή οι ερασιτέχνες αθλητές γίνονται πρότυπα για τους νέους, προτρέποντάς τους στην επιδίωξη υψηλότερων στόχων στη ζωή τους. (Hakala, 2015) Τρίτον, οι δράσεις ΕΚΕ στον αθλητισμό μπορεί να χρησιμοποιηθούν για να διαδώσουν τις θετικές επιπτώσεις στην υγεία, μέσω προγραμμάτων και πρωτοβουλιών σχεδιασμένα γύρω από την σωματική άσκηση. Από τη φύση του, ο αθλητισμός προσφέρει μια ιδανική πλατφόρμα για την ενθάρρυνση της δραστηριότητας και την ευαισθητοποίηση σε θέματα υγείας. Τα πλεονεκτήματα της φυσικής δραστηριότητας είναι η μείωση του στρες, του άγχους και της κατάθλιψης, η βελτίωση της φυσικής ανάπτυξης, η μείωση επικίνδυνων συμπεριφορών και η μείωση των δαπανών υγείας από την κυβέρνηση. Τέταρτον, οι δράσεις ΕΚΕ στον αθλητισμό θα περιλαμβάνουν πάντοτε ομαδική συμμετοχή και ως εκ τούτου, την ενίσχυση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Αν και ίσως έχει υπερεκτιμηθεί και με αξιοσημείωτες

---

<sup>9</sup> Fair Play: "ευ αγωνίζεσθαι" - η υποταγή της σκοπιμότητας και της πάσης θυσία κατάκτησης της νίκης στην ιδέα του ίδιου του αγώνα, που διεξάγεται μεταξύ αντιπάλων με σεβασμό και αναγνώριση της αξίας του άλλου.

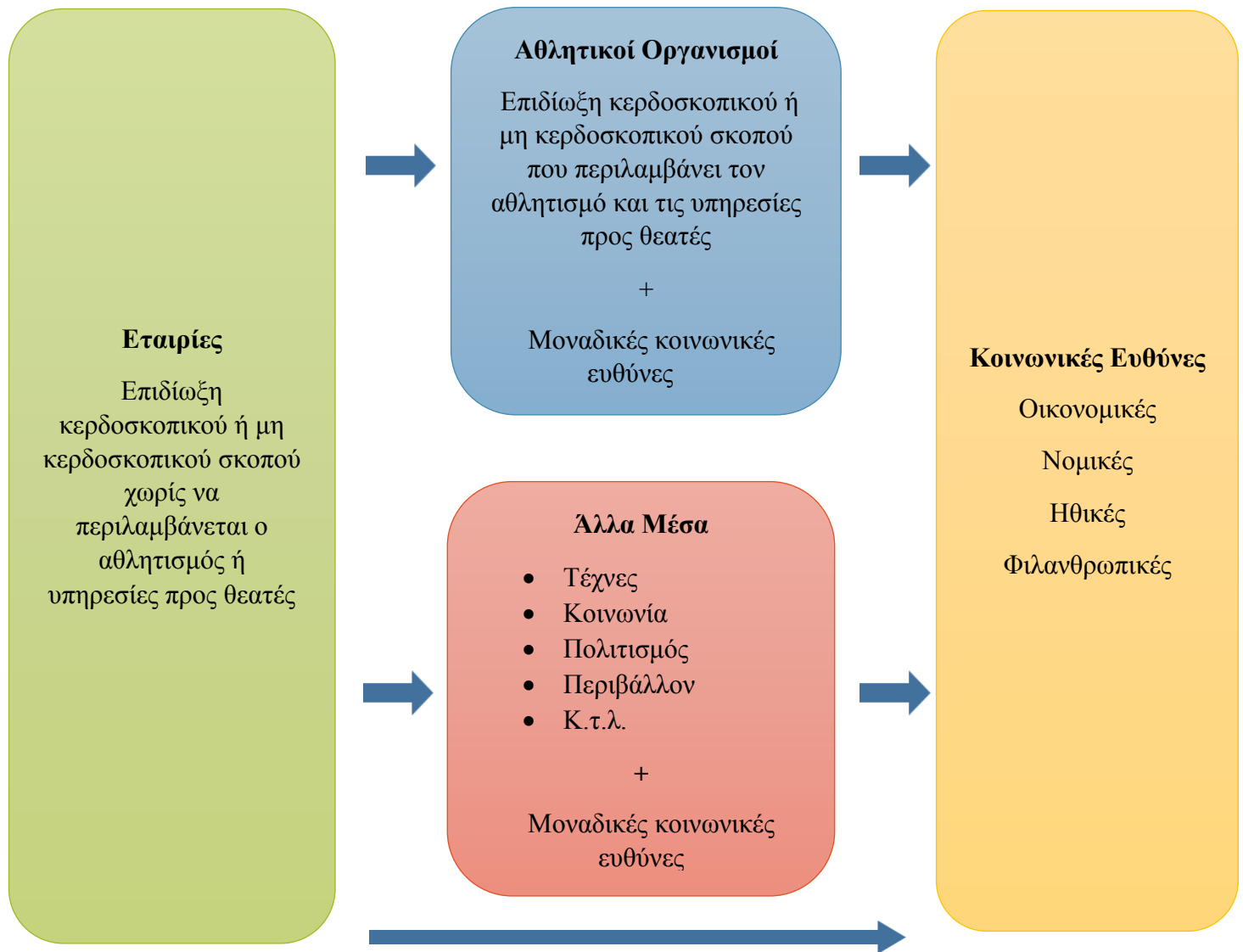
<sup>10</sup> SCSR: Sport Corporate Social Responsibility – αθλητική εταιρική κοινωνική ευθύνη

εξαιρέσεις, η αθλητική άμιλλα μπορεί να είναι μια δύναμη για τη σταθερότητα, τη δημοκρατία και την ειρήνη. Αυτό μπορεί επίσης να οδηγήσει στο πέμπτο όφελος, το οποίο αφορά στην βελτίωση στην πολιτιστική κατανόηση και ενσωμάτωση. Το προφανές παράδειγμα μπορεί να βρεθεί στις τελετές έναρξης και λήξης των σημαντικών αθλητικών γεγονότων, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Έκτο, η συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες ΕΚΕ μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη περιβαλλοντική συνείδηση. Τέλος, έβδομο η συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες ΕΚΕ μπορεί επίσης να παρέχει άμεση προσωπική ικανοποίηση και αύξηση της αυτοεκτίμησης. (Smith & Westerbeek, 2007; Walters, 2009)

Υπάρχουν δυο βασικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με την παραπάνω λίστα. Πρώτον, αποτελούν μια λίστα ελέγχου για τις επιχειρήσεις που θέλουν να συμπεριλάβουν τον αθλητισμό στο σχεδιασμό των στρατηγικών τους κοινωνικής υπευθυνότητας με βάση τα οποία θα μπορέσουν να συγκρίνουν τις αθλητικές οργανώσεις και δεύτερον, η συνειδητοποίηση ότι ο αθλητισμός έχει μοναδικές κοινωνικές ευθύνες προσθέτει στην εξουσία του ως κοινωνικού παράγοντα. (Smith & Westerbeek, 2007) Ως αποτέλεσμα τα εταιρικά στελέχη μπορούν να επιλέξουν τα αθλήματα (μετρώντας τα αθλητικά προγράμματα) που ταιριάζουν καλύτερα στη δική τους στρατηγική για την κοινωνική δέσμευση. Αλλά και οι ίδιοι οι αθλητικοί οργανισμοί να συνειδητοποιήσουν το σημαντικό ρόλο που επιτελούν στην κοινωνία και να βοηθηθούν ως προς την εκπλήρωση των κοινωνικών τους υποχρεώσεων.

Υπάρχουν δύο πλευρές σχετικά με τη χρήση του αθλητισμού ως μέσου για δράσεις ΕΚΕ: Στη μια πλευρά, οι επικριτές, που υποστηρίζουν ότι η ΕΚΕ αποτελεί μια συγνώμη των φορέων του αθλητισμού και των εταιρειών για μια σειρά κοινωνικών βλαβών. Η ΕΚΕ θεωρείται σαν εξιλέωση για αρνητικά συμβάντα. Ενώ, η άλλη πλευρά, η ελπιδοφόρα, θεωρεί ότι η ΕΚΕ αποτελεί μια ευκαιρία για τις επιχειρήσεις και τους αθλητικούς φορείς να επανασυνδεθούν με τις αξίες που ευαγγελίζονται (όπως αξίες Ολυμπιακού Κινήματος) και να εκφράσουν την μεριμνά τους για την επίλυση κοινωνικών ζητημάτων και την ανακούφιση του ανθρώπινου πόνου. (Godfrey, 2009)

### 3.3 Τρόποι Εφαρμογής της Κοινωνικής Ευθύνης στον Αθλητισμό



Πηγή: προσαρμογή από την συγγραφέα (Smith & Westerbeek, 2007)

**Εικόνα: 3.1**

#### **Διάφορα μέσα ανάπτυξης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης**

Ο αθλητισμός έχει μελετηθεί από διάφορους επιστημονικούς κλάδους, αλλά μόλις την τελευταία δεκαετία έχει εξεταστεί από την επιχειρηματική σκοπιά. (Ratten & Babiak, 2010)

Ο αθλητισμός γίνεται ολοένα και πιο σημαντικός οικονομικός και κοινωνικός θεσμός σε όλη την υδρόγειο. Ενώ μέχρι πριν μερικά χρόνια η ΕΚΕ δεν έπαιζε

σημαντικό ρόλο στον αθλητισμό, τόσο οι αθλητικοί οργανισμοί (ομοσπονδίες, επαγγελματικές ομάδες) όσο και οργανισμοί εντός και εκτός της "βιομηχανίας" του αθλητισμού, εισέρχονται τώρα σε κοινωνικά υπεύθυνες πρωτοβουλίες με ταχύ ρυθμό.

Το πόσο σημαντική είναι η έννοια της ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού φαίνεται και από το ότι αναπτυσσόμενες χώρες όπως η Ινδία την συμπεριέλαβε το 2013 στη ψήφιση του νόμου περί εταιρειών. Σύμφωνα με τον νόμο αυτό κάθε εταιρεία που έχει καθαρή αξία 80.000.000 € ή περισσότερο (ή κύκλο εργασιών 160.000.000 € ή περισσότερο ή καθαρά κέρδη 800.000€ κατά την διάρκεια του ετήσιου κύκλου εργασιών της), θα πρέπει τουλάχιστον το 2% του μέσου καθαρού κέρδους της, των τριών τελευταίων ετών, να το διαθέτει για δραστηριότητες ΕΚΕ. Με βάση αυτό το νόμο, το υπουργείο αθλητισμού προώθησε σχέδιο στήριξης του αθλητισμού μέσω του προγράμματος "ενθάρρυνση της άθλησης μέσω της ΕΚΕ", όπου οι εταιρείες μπορούν να δαπανήσουν ποσά για την προώθηση και την ανάπτυξη του αθλητισμού από τα κονδύλια που προορίζονται για την ΕΚΕ. (Shirotriya, 2015)

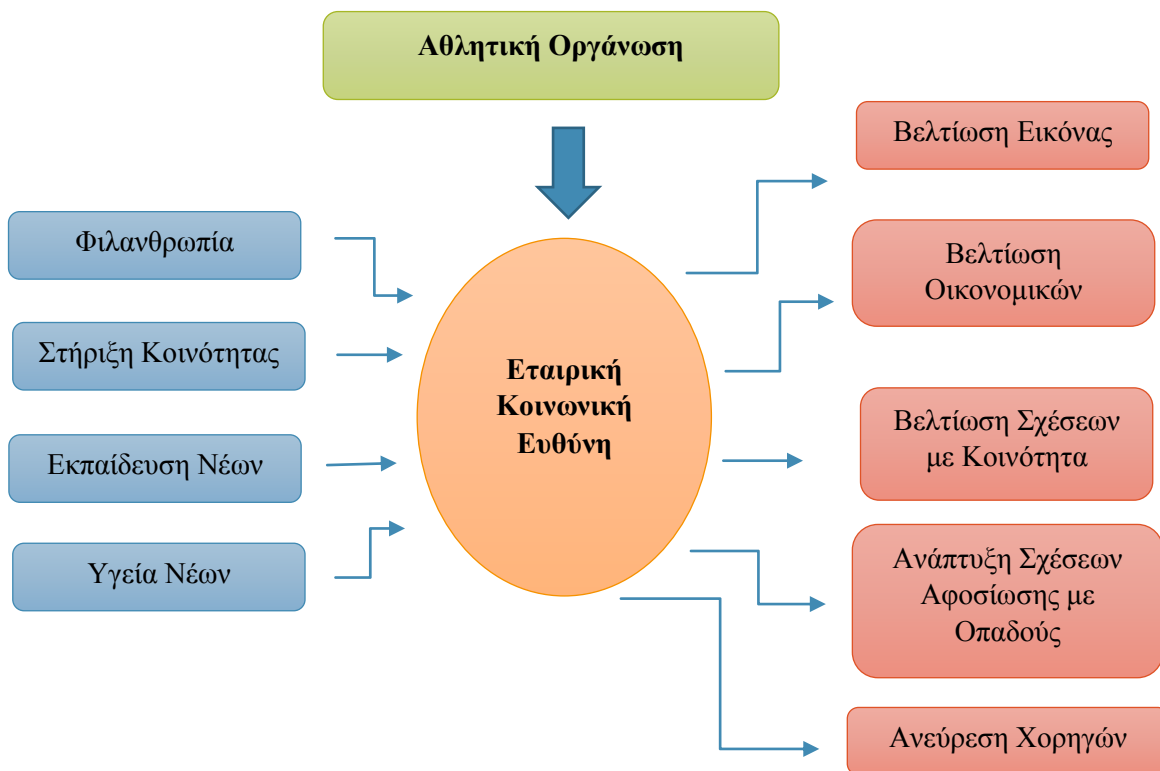
Η σχέση μεταξύ του αθλητισμού και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να εφαρμοστεί με δύο τρόπους: Πρώτον, εταιρείες και οργανισμοί που δεν έχουν σχέση με τον αθλητισμό ή που λειτουργούν παράλληλα με τη "βιομηχανία" του αθλητισμού μπορεί να χρησιμοποιήσουν τον αθλητισμό ως μέσο για την υλοποίηση της στρατηγικής τους εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Δηλαδή, χωρίς απαραίτητα να περιορίζουν τις πρωτοβουλίες τους στις τοπικές κοινότητες όπου κυρίως κατοικούν, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις εκδηλώνουν την κοινωνική τους υπευθυνότητα μέσω ενός αθλήματος, ή μιας αθλητικής οργάνωσης, ή ενός αθλητή. Με τον τρόπο αυτό, ταυτόχρονα στοχεύουν να προσελκύσουν πελάτες και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς μέσω του αθλητισμού για να ενισχύσουν τη φήμη και να βελτιώσουν της δημόσια εικόνα του προϊόντος τους. (Breitbarth, Walzel, Anagnostopoulos & Eekeren, 2015; Filizöz & Fisne, 2011)

Δεύτερον, ο συνδυασμός του αθλητισμού και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορεί να εφαρμοστεί από τους ίδιους τους οργανισμούς που σχετίζονται με τον αθλητισμό. Είτε πρόκειται για αθλητικές οργανώσεις κερδοσκοπικού ή μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ή μικρού ή μεσαίου μεγέθους. Στόχος είναι να επηρεαστεί θετικά η ευρύτερη περιοχή των ενδιαφερομένων μερών, συμπεριλαμβανομένων των χορηγών ως ένα σημαντικό παράδειγμα. Εκτός από ηθική υποχρέωση προς την κοινωνία, οι οργανώσεις που σχετίζονται με τον αθλητισμό μπορεί να αποφασίσουν να

εντάξουν στις δραστηριότητές τους δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, λόγω ωφελειών, όπως η προστασία και η διατήρηση της εταιρικής φήμης, η αύξηση των φιλάθλων, η θετική εικόνα της ομάδας, η βελτίωση των οικονομικών επιδόσεων, η βελτίωση των σχέσεων με την κοινότητα και η ανεύρεση χορηγών. (Athanasopoulou, Douvis, & Kyriakis, 2011; Breitbarth *et al.*, 2015)

### 3.3.1 ΕΚΕ και Αθλητικές Οργανώσεις



Πηγή: Από την συγγραφέα της εργασίας

**Εικόνα: 3.2**

### **ΕΚΕ και αθλητικές οργανώσεις**

Ο αθλητισμός έχει τη δύναμη να ενώνει τους ανθρώπους πέρα από τα πολιτιστικά, κοινωνικά, ηθικά και θρησκευτικά εμπόδια και η αθλητική βιομηχανία έχει γίνει σίγουρα ένας από τους νέους παίκτες των σύγχρονων εθνικών και διεθνών αγορών.

Η ΕΚΕ είναι τώρα μια στρατηγικά σημαντική περιοχή εστίασης των φορέων που σχετίζονται με τον αθλητισμό. Διοικητικά όργανα, όπως οι αθλητικές ομοσπονδίες μπορούν να εφαρμόσουν πρωτοβουλίες ΕΚΕ, τα επαγγελματικά πρωταθλήματα εντάσσουν στα προγράμματά δράσεις για την αντιμετώπιση κοινωνικών ανησυχιών, τα

επαγγελματικά αθλητικά σωματεία συμμετέχουν σε διάφορες μορφές κοινωνικών δραστηριοτήτων και τέλος μεμονωμένοι αθλητές δημιουργούν φιλανθρωπικά ιδρύματα. (Filizöz & Fisne, 2011; Walters, 2009)

Ο σχεδιασμός της στρατηγικής ΕΚΕ που βασίζεται στην "βιομηχανία του αθλητισμού" διαφέρει από το σχεδιασμό σε άλλου είδους βιομηχανικά περιβάλλοντα. Κατέχει διαφορετικές ιδιότητες από εκείνες που βρέθηκαν σε άλλους επιχειρησιακούς τομείς. Για παράδειγμα, η "δύναμη αστέρι" των αθλητών, η σύνδεση των ομάδων με την τοπική κοινότητα, καθώς και το επίπεδο συναισθήματος που εμφανίζεται από πολλούς καταναλωτές (θεατές) διακρίνουν την αθλητική βιομηχανία από τον υπόλοιπο επιχειρηματικό κόσμο. (Walker & Kent, 2009)

Έτσι, ενώ οι αρχές της ΕΚΕ που καθοδηγούν τον επιχειρηματικό κόσμο και τις αθλητικές οργανώσεις είναι ίδιες, η εφαρμογή στις αθλητικές οργανώσεις είναι διαφορετική, λόγω της μοναδικής δύναμης του αθλητισμού να φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά και να χρησιμεύει ως ένα σχολείο της ζωής.

Οι ανησυχίες της διαφάνειας και της λογοδοσίας εμφανείς μέσα στον εταιρικό κόσμο έχουν μεταφερθεί στον αθλητισμό. Αυτό οδήγησε κάποιους να προτείνουν ότι οι αθλητικές οργανώσεις δεν μπορούν να αγνοήσουν την ΕΚΕ και ότι πρέπει να την εφαρμόσουν. (Walters & Tacon, 2011)

Αυτό οφείλεται εν μέρει στην αύξηση της εμπορευματοποίησης ιδιαίτερα στον επαγγελματικό αθλητισμό αλλά επίσης αντικατοπτρίζει την αντίληψη ότι ο αθλητισμός έχει την δυνατότητα να πραγματοποιήσει θετικές επιπτώσεις στην κοινωνία. Επιπλέον, οι ανησυχίες γύρω από την διαφάνεια και λογοδοσία των αθλητικών οργανώσεων εγείρει επίσης ερωτήματα σχετικά με το ρόλο τους. Για τους λόγους αυτούς πολλές αθλητικές οργανώσεις έχουν εμπλακεί σε μια ποικιλία δραστηριοτήτων που μπορούν να ενταχθούν στο πλαίσιο της ΕΚΕ. (Paramio-Salcines, Babiak & Walters, 2013)

Μερικοί από τους παράγοντες που έχουν οδηγήσει στην αυξανόμενη σημασία της ΕΚΕ για τις αθλητικές οργανώσεις είναι πρώτον, η πανταχού παρουσία του αθλητισμού και το αυξανόμενο μέγεθός του έχει οδηγήσει στην αύξηση του ρόλου των αθλητικών οργανώσεων ως σημαίνοντα μέλη της παγκόσμιας κοινότητας, ειδικά δεδομένου ότι και οι ίδιες οι αθλητικές οργανώσεις έχουν γίνει μεγάλες "επιχειρήσεις" (π.χ. FIFA<sup>11</sup>,

---

<sup>11</sup> FIFA: *Fédération Internationale de Football Association* - Η Διεθνής Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία είναι ο οργανισμός που διοικεί παγκόσμια το ποδόσφαιρο και αποτελεί τον μεγαλύτερο αθλητικό οργανισμό στον κόσμο.

FIVB<sup>12</sup>, FIBA<sup>13</sup>). Δεύτερον, οι αθλητικές οργανώσεις δέχονται ολοένα και περισσότερο την κοινωνική πίεση. Αντιμετωπίζουν ένα καταναλωτικό κοινό με μεγαλύτερη επίγνωση των κοινωνικών πτυχών της εταιρικής πολιτικής, λόγω της ενημέρωσής του από τυχόν εταιρικά παραπτώματα. (Athanasopoulou *et al.*, 2015) Έτσι, στο παγκοσμιοποιημένο αθλητικό στίβο του σήμερα, περιπτώσεις φυλετικών διακρίσεων, χρήσης αναβολικών ουσιών –doping- γνωστών αθλητών, δωροληψίας για επηρεασμό αγωνιστικών αποτελεσμάτων, φαινόμενων βίας στα γήπεδα, στήσιμο αγώνων, παράνομων τυχερών παιχνιδιών κ.τ.λ. έχουν ζημιώσει τον τομέα του αθλητισμού πάρα πολύ. (Chadwick, 2014). Λόγο αυτών των θεμάτων, η πίεση από την κοινωνία προς τις αθλητικές οργανώσεις να συμπεριφέρονται με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο είναι πλέον αρκετά εμφανής. Τρίτον, η αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας και η επαγγελματοποίηση των αθλητικών οργανώσεων έχουν δώσει στις αθλητικές οργανώσεις ένα πιο εταιρικό πρόσωπο και, ως εκ τούτου, την ανάγκη για την υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ. (Lau, Makhanya & Trengrouse, 2004) Πολλές επαγγελματικές ομάδες ποδοσφαίρου π.χ. Μπαρτσελόνα, Ρεάλ, Λίβερπουλ κ.τ.λ. έχουν δημιουργήσει ξεχωριστά τμήματα ΕΚΕ τα οποία ασχολούνται αποκλειστικά με τη δημιουργία και ανάπτυξη κοινωνικών προγραμμάτων.

Έτσι, από την μια μεριά ορισμένες αθλητικές οργανώσεις εμπλέκονται σε δράσεις ΕΚΕ για καθαρά ευγενείς λόγους.

Για παράδειγμα:

- Η Ε.Ο.ΠΕ<sup>14</sup> όπου μέσω της δράσης "Βάλε το Παπουτσάκι σου" καλούσε τους αθλητές και τις αθλήτριες των σωματείων μελών της να συγκεντρώσουν καλομεταχειρισμένα αθλητικά παπούτσια που στη συνέχεια θα χαρίζονταν σε πρόσφυγες. (Ελληνική Ομοσπονδία Πετοσφαίρισης, 2016)
- Η Ε.Σ.Α.Π.<sup>15</sup> όπου η διοίκηση της ένωσης μαζί με αθλητές των ομάδων της, συμμετέχουν σε διάφορες κοινωνικές δράσεις. Μια τέτοια δράση ήταν η παράδοση, στο 2ο Πειραματικό Γυμνάσιο Αθηνών, από τις διοικήσεις της ένωσης, της ομάδας του Παναθηναϊκού και τους παίκτες του, παλιών φιλέδων

---

<sup>12</sup> FIVB: *Fédération Internationale de Volleyball* - Η Διεθνής Ομοσπονδία Πετοσφαίρισης είναι ο αρμόδιος διεθνής οργανισμός για τα αθλήματα της πετοσφαίρισης και του μπιτς βόλεϊ.

<sup>13</sup> FIBA: *Fédération Internationale de Basket-ball* - Η Διεθνής Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης που ορίζει τους κανονισμούς του μπάσκετ τόσο σε αγωνιστικό όσο και διοικητικό επίπεδο

<sup>14</sup> ΕΟΠΕ: *Ελληνική Ομοσπονδία Πετοσφαίρισης* αρμόδια για την οργάνωση των πρωταθλημάτων της πετοσφαίρισης και του μπιτς βόλεϊ στη χώρα.

<sup>15</sup> ΕΣΑΠ: *Ένωση Σωματείων Αμειβομένων Πετοσφαιριστών* - Η διοργανώτρια αρχή του πρωταθλήματος πετοσφαίρισης της Α1 Εθνικής κατηγορίας Ανδρών.



βόλει της ομάδας, τα οποία αντικαταστάθηκαν λόγω νέας ονοματοδοσίας του πρωταθλήματος βόλει σε "Volley League Πάμε Στοίχημα" και η ταυτόχρονη διανομή αθλητικών μπαλών. (Ένωση Σωματείων Αμειβομένων Πετοσφαιριστών, 2016)

- Επίσης πλούσιοι μεμονωμένοι αθλητές δημιουργούν φιλανθρωπικά ιδρύματα που παρέχουν χρηματοδότηση σε ευγενής σκοπούς όπως το ίδρυμα Lance Armstrong<sup>16</sup> "LIVESTRONG", που χρηματοδοτεί την έρευνα του καρκίνου. Αν και οι εξελίξεις που έθεσαν τον Lance Armstrong στο κέντρο ενός σκανδάλου ντόπινγκ, εγείρουν κρίσιμα ερωτήματα σχετικά με τις δραστηριότητες ΕΚΕ των αθλητών υψηλού προφίλ και κατά πόσο η δημιουργία ιδρυμάτων είναι ένας τρόπος για να αποσπαστεί η προσοχή από την αρνητική συμπεριφορά τους.

Από την άλλη μεριά, ορισμένες άλλες αθλητικές οργανώσεις, υποκινούνται από πιο ρεαλιστικά θέματα όπως της προβολής θετικής εικόνας της οργάνωσης, παραγωγή υπεραξίας μεταξύ φορέων (π.χ εργαζόμενοι, τοπική κοινότητα), καταπολέμηση του αρνητικού ελέγχου των μέσων ενημέρωσης ή της λήψης φοροαπαλλαγών και επιδοτήσεων από κρατικούς φορείς.

Για παράδειγμα:

- Η FIFA έχει συνάψει στρατηγικές συνεργασίες με διάφορους διεθνείς οργανισμούς όπως η συνεργασία της με τη Διεθνή Οργάνωση Εργασίας<sup>17</sup> (ΔΟΕ) για την εξάλειψη της μαστίγας της παιδικής εργασίας. Επίσης έχει κάνει μια σημαντική επένδυση στην κοινωνική υπευθυνότητα με περισσότερο του 40% των εσόδων της να πηγαίνει στην υποστήριξη της βάσης του παιχνιδιού, υποστηρίζοντας πρωτοβουλίες όπως η προώθηση του ποδοσφαίρου των γυναικών, η ποδόσφαιρο κατά του ρατσισμού και ενάντια στις διακρίσεις κ.τ.λ. (Fédération Internationale de Football Association, 2016)
- Η UEFA,<sup>18</sup> η αρμόδια ομοσπονδία για το Ευρωπαϊκό ποδόσφαιρο, έχει αναπτύξει ένα χαρτοφυλάκιο ΕΚΕ και συνεργάζεται με μια σειρά από

---

<sup>16</sup> Lance Armstrong: Αμερικανός ποδηλάτης, που κάνοντας χρήση αναβολικών και ευδόμενος επ'αυτού, κατάφερε να ανακηρυχθεί επτά διαδοχικές φορές νικητής του γύρου της Γαλλίας, του μεγαλύτερου αγώνα ποδηλασίας.

<sup>17</sup> ΔΟΕ: Διεθνή Οργάνωση Εργασίας (*International Labour Organization*), είναι ένας αυτόνομος διεθνής διακρατικός οργανισμός που συνδέεται με τον ΟΗΕ, του οποίου και αποτελεί εξειδικευμένη οργάνωση.

<sup>18</sup> UEFA: *Union of European Football Associations* - Ένωση Ευρωπαϊκών Ποδοσφαιρικών Ομοσπονδιών υπεύθυνη για την διοργάνωση ποδοσφαιρικών διοργανώσεων σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

φιλανθρωπικούς εταίρους για την αντιμετώπιση συγκεκριμένων ζητημάτων συμπεριλαμβανομένων του ρατσισμού, της συμφιλίωσης και της ειρήνης, και τη βία στα γήπεδα. (Union of European Football Associations, 2016)

Η εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ αφορά κυρίως στον επαγγελματικό αθλητισμό και εμφανίστηκε για πρώτη φορά από την ιδέα ότι φιλανθρωπικές προσπάθειες και προγράμματα ευαισθητοποίησης της κοινότητας θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην αύξηση των εσόδων της ομάδας, στην αύξηση των οπαδών και στην πιο εύκολη εύρεση χορηγών.

Σήμερα πολλά επαγγελματικά πρωταθλήματα διαφόρων αθλημάτων χρησιμοποιούν την ΕΚΕ ως ένα τρόπο για να βελτιώσουν τις δημόσιες σχέσεις τους και τις στρατηγικές μάρκετινγκ. Όλο και περισσότερες επαγγελματικές ομάδες βλέπουν την κοινωνική ευθύνη ως κρίσιμης σημασίας για να γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ των αθλητών και των οπαδών, ως αποτέλεσμα των αστρονομικών αμοιβών τους, και των παραπτωμάτων των αθλητών εκτός και εντός γηπέδων. (Richard, McGowan, & Mahon, 2016)

Η πρόσφατη αύξηση της ΕΚΕ δραστηριότητας δείχνει ότι στον επαγγελματικό αθλητισμό συνειδητοποιούν πλήρως τη σημασία της εικόνας και της φήμης. Κατά συνέπεια η φήμη είναι το πιο αξιόλογο περιουσιακό στοιχείο μιας ομάδας ή ενός ατόμου. Ενώ η θετική φήμη είναι επωφελής για την επιτυχία των ατόμων και των οργανώσεων, η αρνητική φήμη μπορεί να βλάψει και να καταστρέψει άτομα και οργανισμούς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο Αμερικάνος χρυσός Ολυμπιονίκης της κολύμβησης, Μάικλ Φελπς, που το 2009 πιάστηκε να καπνίζει μαριχουάνα σε πάρτι. Το αποτέλεσμα ήταν να αποκλειστεί από όλες τις διοργανώσεις για τρεις μήνες, να αμαυρωθεί για πάντα η φήμη του και να χάσει μία σημαντική χορηγία από την εταιρεία δημητριακών ειδών Kelloggs.

Οι κοινωνικές δραστηριότητες των επαγγελματικών συλλόγων μπορεί να περιλαμβάνουν εθελοντικές πρωτοβουλίες, εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, κοινοτικές πρωτοβουλίες, περιβαλλοντικές και σχετικές με την υγεία των νέων. Για παράδειγμα:

- Η ποδοσφαιρική ομάδα του ΠΑΟΚ έχει υιοθετήσει θετικές συμπεριφορές σε θέματα που αφορούν την ελληνική κοινωνία, αναλαμβάνοντας δράσεις όπως ανακύκλωση σκουπιδιών γηπέδου, χορήγηση υποτροφιών, δημιουργία κερκίδας αθλητικής παιδείας, αιμοδοσία, επισκέψεις ομάδας σε νοσοκομεία και

φιλανθρωπικά ιδρύματα, διοργάνωση εκδηλώσεων κατά της βίας και του ρατσισμού. (ΠΑΟΚ, 2016)

— Η ομάδα ποδοσφαίρου του ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥ ΣΦΠ με δράσεις όπως:

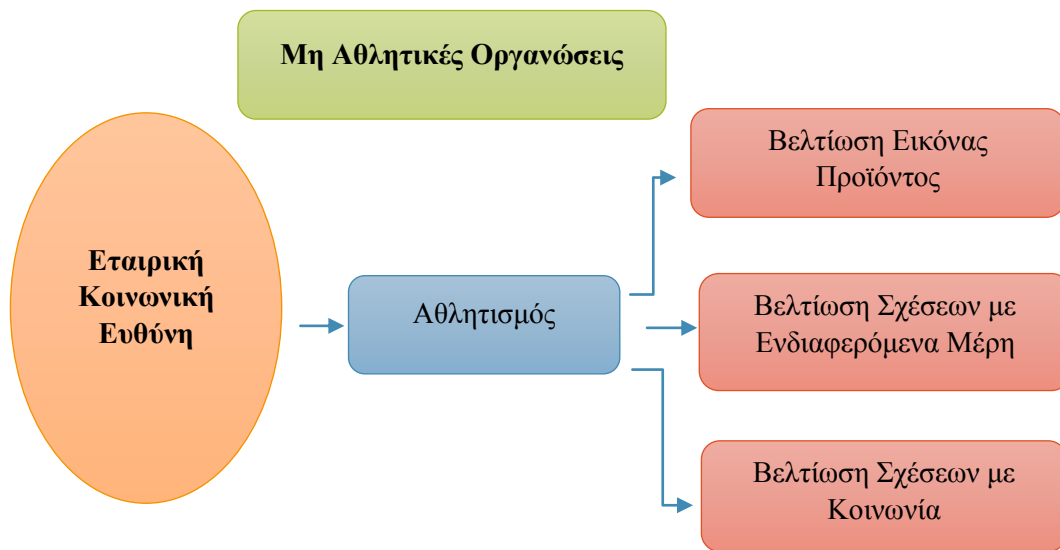
- ✓ συμμετοχή των αθλητών του συλλόγου στον καθαρισμό της παραλίας "Βοτσαλάκια" στην Αττική,
- ✓ πραγματοποίηση επισκέψεων σε σχολεία του Πειραιά, με σκοπό την παρουσίαση αθλημάτων στο πλαίσιο της δράσης Sport+Support,
- ✓ διοργάνωση στο πλαίσιο των δράσεων των ακαδημιών του συλλόγου και σε συνεργασία με επιστημονικό προσωπικό των ακαδημιών συλλόγου, επιμορφωτικών σεμιναρίων για τους γονείς των παιδιών των ακαδημιών με καίρια θέματα, όπως είναι η αθλητική ψυχολογία και η διατροφή. (Ολυμπιακός ΣΦΠ, 2016)

— Η ποδοσφαιρική ομάδα του ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟΥ ΑΟ, με βάση τις ιδρυτικές αρχές και τις ηθικές αξίες του συλλόγου, εφαρμόζει δράσεις που περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων, τη συμμετοχή της ομάδας σε διεθνή δίκτυα κοινωνικής ευθύνης, τη διοργάνωση εκδηλώσεων ή τη συνδρομή σε εκδηλώσεις που διοργανώνουν άλλοι φορείς, τη χορήγηση αθλητικού εξοπλισμού, την στήριξη σε ιδρύματα και την υποδοχή ευπαθών κοινωνικά ομάδων στην έδρα της ομάδας. (Παναθηναϊκός ΑΟ, 2016).

Οι αθλητικές οργανώσεις θα πρέπει να προσδιορίζουν με σαφήνεια αυτές που θεωρούν κοινωνικές τους ευθύνες και να σχεδιάζουν ανάλογες δράσεις. Αυτό δεν σημαίνει ότι θα πρέπει να αγνοηθούν τα γενικά στοιχεία της κοινωνικής ευθύνης από τους οργανισμούς. Ο Welford το 2005 προσέφερε μια απογραφή των κοινωνικών ευθυνών των αθλητικών οργανισμών. Αυτή περιλαμβάνει την εσωτερική (π.χ. πολιτική απαγόρευση των διακρίσεων στο χώρο εργασίας, ασφάλειας των εργαζομένων) εξωτερική (π.χ. πολιτική για τα πρότυπα εργασίας των προμηθευτών), τη λογοδοσία (π.χ. δέσμευση για την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις κοινωνικές δραστηριότητες) και του πολίτη (π.χ. εκπαιδευτικά προγράμματα για την προώθηση πρωτοβουλιών ΕΚΕ). Επίσης περιλαμβάνονται θέματα όπως των αναβολικών, των ναρκωτικών, τη βία, τη νομοθεσία κατά του ανταγωνισμού όσον αφορά τις αθλητικές αναμετρήσεις. (Welford, 2005)

Τίποτα δεν διακρίνει τις αθλητικές οργανώσεις από τις επιχειρήσεις, όταν πρόκειται για την ΕΚΕ. Και οι δύο είναι μέλη της κοινότητας, υπόκεινται στις προσδοκίες της κοινωνίας και οι δύο μπορούν δυνητικά να παράγουν κοινωνικά οφέλη.

### 3.3.2 ΕΚΕ και Μη Αθλητικές Οργανώσεις



Πηγή: Από την συγγραφέα της εργασίας

**Εικόνα: 3.3**

#### **ΕΚΕ και μη αθλητικές οργανώσεις**

Η διεθνής χρηματοοικονομική κρίση επηρεάζει το επιχειρηματικό περιβάλλον που δραστηριοποιούνται οι σημερινές επιχειρήσεις δημιουργώντας υψηλή αβεβαιότητα με συνέπεια την ανάγκη για επαναπροσδιορισμό των προτεραιοτήτων τους όπως και της σχέσης τους με την κοινωνία.

Υπάρχει αύξηση του αριθμού των εταιρειών που υπάρχουν και λειτουργούν έξω και παράλληλα από την "βιομηχανία" του αθλητισμού που έχουν πλέον αρχίσει να αναγνωρίζουν την αξία της χρησιμοποίησης της ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού, προκειμένου να επιτύχουν τους δικούς τους εμπορικούς και κοινωνικούς σκοπούς. (Bason & Anagnostopoulos, 2015)

Από την μια μεριά, επιχειρήσεις που η εμπορική δραστηριότητά τους δεν έχει σχέση με τον αθλητισμό ή που παράγουν αθλητικά προϊόντα, αναγνωρίζοντας το σημαντικό ρόλο του ερασιτεχνικού αθλητισμού ως παράγοντα εκγύμνασης του σώματος και του πνεύματός που προάγει ιδανικά και αξίες και διδάσκει την ευγενή άμιλλα και το «ευ αγωνίζεσθαι», τον επιλέγουν ως πεδίο εφαρμογής της κοινωνικής τους προσφοράς.

Αναγνωρίζουν την διαρκώς αυξανόμενη συμμετοχή των νέων σε αθλητικές δραστηριότητες και την σημαντική προσπάθεια που καταβάλλεται από συλλόγους και

ομάδες τοπικών κοινωνιών και θέλοντας να διαδραματίσουν ένα ουσιαστικό ρόλο στον πυλώνα του αθλητισμού, στέκονται αρωγοί προσφέροντας άμεσες κοινωνικές χορηγίες.

Επίσης, αναγνωρίζουν τον σημαντικό ρόλο του στην ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς και στηρίζουν την οργάνωση αθλητικών γεγονότων διεθνούς απήχησης για την χώρα τους.

Μερικά παραδείγματα στήριξης του ερασιτεχνικού αθλητισμού από επιχειρήσεις στα πλαίσια των δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητάς τους αναφέρονται παρακάτω:

- Η εταιρεία Attica Group, όμιλος επιβατηγού ναυτιλίας, στηρίζει μέσω χορηγιών, άμεσων οικονομικών ενισχύσεων, δωρεών ή εκπωτικών εισιτηρίων, μια σειρά από φορείς, όπως αθλητικές ομοσπονδίες αλλά και τοπικούς αθλητικούς συλλόγους των νησιών της χώρας μας.(Attica Group, 2016)
- Η εταιρεία on line στοιχημάτων Stoiximan.gr προσφέρει χορηγική στήριξη τόσο σε αθλητικές ομάδες και σε εθνικές ομοσπονδίες όσο και σε μεμονωμένους αθλητές στου στίβου, της ξιφασκίας, της σκοποβολής και της γυμναστικής. (Stoiximan, 2016)
- Ο Ο.Π.Α.Π.<sup>19</sup> "δημιούργησε ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που αναπτύσσεται σε 125 ερασιτεχνικά σωματεία ποδοσφαίρου, με συνολική συμμετοχή 10.000 παιδιών και 450 προπονητών απ' όλη την Ελλάδα. Τα ερασιτεχνικά σωματεία που συμμετέχουν στην ανάπτυξη του προγράμματος είναι μέλη των τοπικών ενώσεων ποδοσφαιρικών σωματείων και διατηρούν ακαδημίες με παιδιά ηλικίας 7-10 ετών, τμήματα υποδομών και ανδρική ομάδα και προέρχονται από κάθε γωνιά της ελληνικής επικράτειας. Στόχος του προγράμματος είναι τα παιδιά που θα πάρουν μέρος σε αυτό να γίνουν πρώτα σπουδαίοι άνθρωποι και μετά μεγάλοι αθλητές". (Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου, 2016)
- Η εταιρεία Ελληνικά Πετρέλαια στηρίζει τις τοπικές γειτονικές κοινωνίες όπου δραστηριοποιείται μέσω: - χορηγιών αξιόλογων αθλητικών ομάδων των όμορων περιοχών, υποστήριξη σημαντικών αθλητικών γεγονότων των τοπικών κοινωνιών, ενίσχυση αθλητών με υψηλές επιδόσεις/διακρίσεις παραολυμπιονίκες, κάλυψη δαπάνης αγοράς αθλητικού υλικού για κοινωνικούς και αθλητικούς φορείς. (Ελληνικά Πετρέλαια, 2016)
- Η Εταιρεία κινητής τηλεφωνίας WIND, εκτός από τις τηλεπικοινωνίες, γενικότερα είναι μια εταιρεία άρρηκτα συνδεδεμένη με το τρέξιμο, και

---

<sup>19</sup> Ο.Π.Α.Π.: Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου είναι εταιρεία διοργάνωσης και διεξαγωγής τυχερών παιχνιδιών.

ειδικότερα με τη συμμετοχή σε μαζικούς αγώνες δρόμου, προσδίδοντας ιδιαίτερη δυναμική στο δρομικό κίνημα στη χώρα μας, υπογραμμίζοντας παράλληλα έννοιες όπως αυτήν της ευγενούς άμιλλας, του αθλητικού ιδεώδους, της συμμετοχής και του εθελοντισμού. Αρχής γενομένης το 2011, έχει συνδεθεί άρρηκτα με τη διοργάνωση αγώνων δρόμου σε όλη την Ελλάδα, την ανάπτυξη του δρομικού κινήματος, τη στήριξη αθλητών, αλλά και το συνδυασμό του αθλητισμού με ενέργειες κοινωνικής προσφοράς και αλληλεγγύης. Μόλις πριν από 5 χρόνια, κάποιοι - ελάχιστοι - γνώριζαν μόνο έναν αγώνα δρόμου και αυτός ήταν ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας. Σήμερα, το ημερολόγιο είναι όλο τον χρόνο γεμάτο λαϊκούς αγώνες δρόμου, με την συμμετοχή ανθρώπων όλων των ηλικιών να αυξάνονται συνεχώς.

Ενδεικτικά:

Το 2010 στον Μαραθώνιο της Αθήνας, συμμετείχαν 11.000 δρομείς, ενώ το 2015 οι συμμετοχές άγγιξαν τις 42.000. Δηλαδή πάνω από 80% αύξηση.

Οι συμμετοχές στον ημι-μαραθώνιο της Αθήνας, αυξήθηκαν κατά 75% από το 2012 που πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά ο αγώνας. Περισσότεροι από 12.000 δρομείς, πλημμύρησαν, το φετινό Μάρτιο, το κέντρο της πόλης.

Με την WIND Running Team, μέχρι στιγμής έχουν τρέξει περισσότεροι από 20.000 δρομείς, ενώ η εταιρία από την πλευρά της έχει προσφέρει σε κοινωνικούς φορείς εκ μέρους όλων των συμμετεχόντων, συνολικά €500.000. Στο πλαίσιο στήριξης Αθλητικών Συλλόγων και Συλλόγων Δρομέων Υγείας, η WIND προσφέρει τις Τηλεπικοινωνιακές της υπηρεσίες, διαθέτοντας το 4G δίκτυο της, διασφαλίζοντας απρόσκοπτη επικοινωνία, ισχυρή κάλυψη, κρυστάλλινο ήχο στις κλήσεις και άμεση πρόσβαση στο Internet από το κινητό ή το tablet, με πολύ γρήγορες ταχύτητες. (Wind, 2016)

— Η τράπεζα EUROBANK από το 2014 υποστηρίζει τον αθλητή μαραθώνιας κολύμβησης ανοικτής θαλάσσης Σπύρο Γιαννιώτη, στην προσπάθειά του για την κατάκτηση ενός μεταλλίου στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο ντε Τζανείρο, το 2016. (Eurobank, 2016)

— Η εταιρεία ΝΗΡΕΥΣ ΙΧΘΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΑΕ. ενισχύει αθλητικές οργανώσεις και αθλητικά γεγονότα κυρίως στις περιοχές που δραστηριοποιείται, είτε με χρηματική στήριξη είτε προϊόντικά αλλά και σε ένα μεγάλο βαθμό με εθελοντικές συμμετοχές σε αγώνες που έχουν ως στόχο την αφύπνιση του

αθλητικού πνεύματος αλλά και τη στήριξη κοινωνικών ομάδων. Σκοπός της είναι η ενίσχυση των τοπικών αθλητικών ομάδων και αθλητών και η στήριξη αθλητικών γεγονότων που έχουν ως σκοπό τη στήριξη κοινωνικών ομάδων (Νηρεύς, 2016)

— Το Ιατρικό Κέντρο Αποθεραπείας και Αποκατάστασης "ΦΙΛΟΚΤΗΤΗΣ" ενισχύει μέσα από χορηγίες και δωρεάν παροχές υπηρεσιών, αθλητικούς συλλόγους, Ολυμπιονίκες και Εθνικές Ομάδες, κ.α.. Συμμετέχει με δωρεάν παροχές - χορηγίες σε αθλητικές εκδηλώσεις. Στόχος της εταιρείας είναι η ευαισθητοποίηση του κοινού, η προβολή του κέντρου, η ευαισθητοποίηση και ενασχόληση των νέων με τον αθλητισμό. (Φιλοκτήτης, 2016)

— Η εταιρεία LAMDA Quality Foods μέσω ουσιαστικών δράσεων κοινωνικής ευθύνης, προωθεί τις αξίες της εταιρίας που ταυτίζονται με τις αξίες του «ευ αγωνίζεσθαι». Υποστηρίζει ομάδες νέων που έχουν ανάγκη από στήριξη για να μην απογοητευθούν από αντιξοότητες στην προσπάθειά τους για διακρίσεις Για το σκοπό αυτό προωθεί το ιδεώδες του αθλητισμού παρέχοντας την υποστήριξη της στις εθνικές ομάδες χειροσφαίρισης K16 στο Πανευρωπαϊκό πρωτάθλημα. (Lamda Quality Foods, 2016)

Όσον αφορά τον ερασιτεχνικό αθλητισμό, οι επιχειρήσεις που τον χρησιμοποιούν ως μέρος της ατζέντας τους ΕΚΕ κινούνται προς αυτό που έχει ονομαστεί "στρατηγική φιλανθρωπία" (Brucn and Walter, 2005) ή "στρατηγική ΕΚΕ"(Porter and Kramer, 2006).

Από την άλλη μεριά, στον τομέα του επαγγελματικού αθλητισμού, μιλάμε για σύναψη χορηγικών συμβολαίων μεταξύ μεγάλων ή πολυεθνικών εταιρειών και επαγγελματικών συλλόγων ή με τους διοργανωτές μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων, που σκοπό έχουν την αύξηση της εταιρικής τους φήμης και των πωλήσεών τους μέσω της μεγάλης απήχησης και της δημοσιότητας που παρέχει ο αθλητισμός.

Σε αυτό το σημείο, όσον αφορά κυρίως πολυεθνικές εταιρείες αθλητικών ειδών, θα πρέπει να αναφερθεί ότι πέρα από την χρησιμοποίηση του αθλητισμού ως εργαλείου για την υλοποίηση της στρατηγικής τους εταιρικής κοινωνικής ευθύνης περιλαμβάνουν στην λειτουργία τους πρακτικές ΕΚΕ και σε άλλους τομείς της δραστηριότητάς τους (όπως η μεταχείριση του προσωπικού, η περιβαλλοντικές πρακτικές, η εταιρική διακυβέρνηση κ.τ.λ.). Μερικές φορές όμως, οι πρακτικές αυτές, έρχονται σε σύγκρουση με τους βασικούς στόχους και τις αξίες της ΕΚΕ. Έτσι, αυτού του είδους οι

επιχειρήσεις θα πρέπει να προβληματιστούν σχετικά με αντιφάσεις όπως για παράδειγμα στην εκπόνηση αθλητικών έργων, από την μια μεριά, για να βοηθήσουν μειονεκτούντες νέους ενώ από την άλλη προσφέρουν πολύ χαμηλούς μισθούς, κακές συνθήκες εργασίας και καμιά περαιτέρω εκπαίδευση για τους νέους εργαζόμενους με παρόμοιο κοινωνικό πλαίσιο. (Giulianotti, 2011)

Για παράδειγμα, η NIKE<sup>20</sup>, εταιρία αθλητικών ειδών, αναγκάστηκε να υιοθετήσει μια στρατηγική προσέγγιση για την κοινωνική ευθύνη μέσω της πολιτικής της δημόσιας διαφάνειας, μετά το σκάνδαλο, που ήρθε στο φως της δημοσιότητας το 2005, για καταναγκαστική εργασία και εργασία ανηλίκων στα εργοστάσιά της στην Ασία ως απάντηση στην κακή δημοσιότητα.

Παρόμοια σκάνδαλα έχουν έρθει στο φως της δημοσιότητας και αφορούσαν τις συνθήκες εργασίας και την καταπάτηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και την παιδική εργασία σε εργοστάσια στην Άπω Ανατολή (Κίνα, Ταϊλάνδη, Βιετνάμ, Μαλαισία, Καμπότζη) και άλλων πολυεθνικών εταιρειών αθλητικών ειδών όπως η ADIDAS και η POUAMA.

### **3.4 Ανακεφαλαίωση**

Τις τελευταίες δεκαετίες, ο αθλητισμός γίνεται ολοένα και σημαντικότερος παγκόσμιος κοινωνικός και οικονομικός θεσμός. Συνέπεια αυτού ήταν η δημιουργία ανάγκης εφαρμογής αρχών του επιχειρηματικού κόσμου και στα πλαίσια των αθλητικών οργανισμών, ανακύπτοντάς έτσι η έννοια της ΕΚΕ στον αθλητισμό.

Υπάρχει στενή σχέση μεταξύ της κοινωνικής ευθύνης και του αθλητισμού εξαιτίας της ικανότητας του αθλητισμού να αντιμετωπίζει κοινωνικά προβλήματα και της μεγάλης του προβολής αλλά και εξαιτίας των εξής χαρακτηριστικών που διαθέτει όπως: μεγάλη δημοτικότητα, απευθύνεται σε νέους, ευαισθητοποιεί σε θέματα υγείας, βοηθάει στην κοινωνική αλληλεπίδραση και στην πολιτιστική κατανόηση και ενσωμάτωση, αυξάνει την περιβαλλοντική συνείδηση και οδηγεί σε αύξηση της προσωπικής ικανοποίησης και αυτοεκτίμησης.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον αθλητισμό διαδραματίζει σημαντικό ρόλο με το να επηρεάζει τις συμπεριφορές των ενδιαφερόμενων μερών αλλά και την αγοραστική συμπεριφορά, έτσι φορείς που σχετίζονται με τον αθλητισμό αλλά και φορείς που είναι εκτός αυτού μπορούν να επωφεληθούν μέσω πολιτικών κοινωνικής ευθύνης,

---

<sup>20</sup> NIKE: Πολυεθνική εταιρεία αθλητικών ειδών



διατηρώντας της εταιρική τους φήμη, αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αναπτύσσοντας σχέσεις αφοσίωσης με τους οπαδούς τους, βελτιώνοντας τα οικονομικά τους, βελτιώνοντας την σχέση τους με την τοπική κοινότητα και βελτιώνοντας την εικόνα τους.

Η σχέση μεταξύ του αθλητισμού και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης εφαρμόζεται με δύο τρόπους: Πρώτον, εταιρείες και οργανισμοί που δεν έχουν σχέση με τον αθλητισμό ή που λειτουργούν παράλληλα με τη "βιομηχανία" του αθλητισμού μπορεί να χρησιμοποιήσουν τον αθλητισμό ως μέσο για την υλοποίηση της στρατηγικής τους εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Δεύτερον, οι ίδιοι οι οργανισμοί που σχετίζονται με τον αθλητισμό (ομοσπονδίες, επαγγελματικά πρωταθλήματα, μεμονωμένοι αθλητές) μπορούν να εντάξουν δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη λειτουργία τους. Η εφαρμογή της ΕΚΕ στις αθλητικές οργανώσεις προέκυψε από την αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας και την επαγγελματοποίηση των αθλητικών οργάνωσεων που τους προσέδωσαν ένα πιο εταιρικό πρόσωπο και είναι διαφορετική από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, λόγω της μοναδικής επίδρασης του αθλητισμού στο κοινωνικό σύνολο. Κύριες ωφέλειες από την υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ για τις αθλητικές οργανώσεις είναι η προβολή θετικής εικόνας της οργάνωσης, η βελτίωση των σχέσεων τους με τους οπαδούς τους, η παραγωγή υπεραξίας μεταξύ φορέων (π.χ. εργαζόμενοι, τοπική κοινότητα), η καταπολέμηση του αρνητικού ελέγχου των μέσων ενημέρωσης ή η λήψη φοροαπαλλαγών και επιδοτήσεων από κρατικούς φορείς.

Ενώ η επιλογή του αθλητισμού ως μέσου για την υλοποίηση των κοινωνικών τους πρωτοβουλιών, από ιδιωτικές εταιρείες, πραγματοποιείται λόγω ωφελειών όπως προσέλκυση πελατών, ενίσχυση της φήμης τους, βελτίωση της δημόσιας εικόνας και τους προϊόντος τους.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

### ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ - ΧΟΡΗΓΙΑ - ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ

#### 4.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα μελετήσουμε τις διαφορές των εννοιών της χορηγίας και της αθλητικής χορηγίας με την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Η χορηγία είναι ένας σημαντικός κοινωνικός και πολιτιστικός θεσμός που γεννήθηκε και άνθισε στην Αρχαία Ελλάδα. Ενώ στην αρχαία χορηγία διατηρήθηκε το καθήκον του χορηγού, στο δυτικό κόσμο αναπτύχθηκε το ανταποδοτικό sponsoring (παροχή χρημάτων με αντάλλαγμα την αυτοπροβολή του χρηματοδότη). Υπάρχει βέβαια και η πολιτιστική κοινωνική χορηγία, όπου σκοπός του χορηγού είναι μόνο η κοινωνική ευποία και αφορά σε γεγονότα και δραστηριότητες με περιορισμένο κοινό και κατά συνέπεια με μικρή εμπορική αξία.

Γίνετε διάκριση μεταξύ της ΕΚΕ και της ανταποδοτικής στρατηγικής της χορηγίας η οποία αποτελεί μια επικοινωνιακή στρατηγική, που αποβλέπει στο αμοιβαίο όφελος τόσο για την επιχείρηση, όσο και για τον χορηγούμενο. Ενώ Η ΕΚΕ ασχολείται με την ικανοποίηση της υποχρέωσης να δώσω κάτι στην κοινωνία ικανοποιώντας τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών και δεν βασίζεται στην υπόσχεση της θετικής έκθεσης ή στην επιστροφή της επένδυσης.

Η αθλητική χορηγία είναι μια αμοιβαία επωφελής σχέση ανάμεσα σε ανθρώπους ή οργανισμούς στην οποία ο χορηγός παρέχει οφέλη στο χορηγούμενο σε αντάλλαγμα για το συσχετισμό του με ένα άθλημα, με γεγονότα, με εγκαταστάσεις ή με αθλητές. Ωστόσο, ακόμα και εάν η χορηγία θεωρείται ως ένα εργαλείο επικοινωνίας, οι επενδύσεις στον αθλητισμό μπορούν να γίνουν με μια προσέγγιση συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής ευθύνης. Σήμερα, όλο και περισσότερο τα προγράμματα ΕΚΕ χρησιμοποιούν τη κοινωνική χορηγία ως όχημα για την επίτευξη των στόχων τους από τα προγράμματα στις θεατρικές παραστάσεις, που είναι γεμάτα από τα λογότυπα διαφόρων εταιριών, μέχρι τις φανέλες ποδοσφαιρικών συλλόγων που απεικονίζουν τα ονόματα πολυεθνικών κολοσσών.

## 4.2 Διαφορά Χορηγίας και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Με την λέξη χορηγία, νοείται η χρηματοδότηση και στήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών ή και δραστηριοτήτων κοινωνικού περιεχομένου από ιδιωτικές επιχειρήσεις, με αποκλειστικό αντιστάθμισμα την πίστωση των χορηγών με κοινωνική ευποιία, εμπεριέχουσα μεταφορά πόρων, από τον ιδιωτικό στον δημόσιο – κοινωνικό τομέα.

Είναι σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ της ΕΚΕ η οποία μπορεί να είναι στρατηγική αντίληψη της διαχείρισης της φιλανθρωπίας των επιχειρήσεων, από την χορηγία και την φιλανθρωπία. Αν και η συμβολή της τελευταίας στην καταπολέμηση της φτώχειας είναι πολύτιμη και θα ενισχυθεί άμεσα η φήμη της εταιρείας και το εμπορικό της σήμα, η έννοια της ΕΚΕ πηγαίνει πέρα από αυτό.

Η ΕΚΕ διαφέρει από τη φιλανθρωπία, η οποία ουσιαστικά ικανοποιεί την επιχειρηματική συνείδηση και την ηθική του επιχειρηματία και περιλαμβάνει αλτρουϊστικές δωρεές που βασίζονται σε προσωπικές αξίες και όχι στο προσωπικό κέρδος. (Séguin\* & Parent, 2010). Η φιλανθρωπία περιλαμβάνει την εταιρική παροχή σε μετρητά ή σε είδος συνεισφορά για την στήριξη της αποστολής μιας οργάνωσης.

Επίσης, διαφοροποιείται και από την ανταποδοτική στρατηγική της χορηγίας, η οποία αποτελεί μια επικοινωνιακή στρατηγική, που αποβλέπει στο αμοιβαίο όφελος τόσο για την επιχείρηση, όσο και για τον χορηγούμενο. Η χορηγία εμπεριέχει την έννοια της αποκλειστικότητας – αποκλειστικά δικαιώματα.

Η ΕΚΕ ασχολείται με την ικανοποίηση της υποχρέωσης να δώσω κάτι στην κοινωνία ικανοποιώντας τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών και δεν βασίζεται στην υπόσχεση της θετικής έκθεσης ή στην επιστροφή της επένδυσης.

Η αλλαγή στη στάση όσον αφορά την χορηγία και την φιλανθρωπία συνέβη όταν οι εταιρείες άρχισαν την αναζήτηση για να λαμβάνουν μια επιστροφή των δωρεών τους. Οι εταιρείες θεώρησαν την χορηγία σαν μια μορφή εταιρικής κοινωνικής συμπεριφοράς και λιγότερο ως εργαλείο προώθησης των στόχων τους. Αυτό οδήγησε σε σημαντική αύξηση των πόρων που διατίθενται για την χορηγία, που σημαίνει αφού η χορηγία κατά κύριο λόγο θεωρείται ως "καλή κοινωνική συμπεριφορά" αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο ως έγκυρη επιχειρηματική δαπάνη που αιτιολογεί την επιστροφή της επένδυσης. (Séguin\* & Parent, 2010)

Η ΕΚΕ και οι χορηγία αποτελούν διαφορετικές έννοιες για τις οποίες ισχύουν τα παρακάτω στοιχεία:

α) Η ΕΚΕ αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της διαδικασίας χάραξης της επιχειρηματικής στρατηγικής, του μάρκετινγκ, της έρευνας και άλλων σημαντικών τομέων μιας επιχείρησης. Απαιτείται η κατανόηση της έννοιας της ΕΚΕ πρώτα από το εσωτερικό της περιβάλλον. Αυτό απαιτεί την κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού της ώστε να εντάξει τις επιλεγμένες δράσεις ΕΚΕ στην καθημερινότητά του έτσι ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι ΕΚΕ που έχουν τεθεί από την επιχείρηση.

Η Χορηγία, από την άλλη πλευρά, αποτελεί μέρος του συνολικού σχεδιασμού της εταιρικής επικοινωνίας και του μάρκετινγκ της επιχείρησης, στοχεύοντας στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και αποσκοπώντας στην βελτίωση της εικόνας της εταιρείας και της επιρροής της σε στοχευμένο κοινό, μέσω πρακτικών όπως η προβολή ορισμένων προϊόντων και υπηρεσιών, η σύνδεση της εταιρικής εικόνας της με την επιτυχία ενός γεγονότος ή μιας δράσης.

β) Η ΕΚΕ σημαίνει κοινωνική δέσμευση της επιχείρησης έναντι της τοπικής κοινότητας στην οποία δραστηριοποιείται. Η ανάπτυξη διαλόγου της εταιρείας με τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders), τη βοηθά να εντοπίσει τις επιπτώσεις της δραστηριότητάς της, να ανταποκριθεί σωστά σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα τα οποία μπορεί να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην λειτουργία της, προσδοκώντας ότι μελλοντικά η επιχείρηση θα επωφεληθεί ανταγωνιστικά αλλά και θα εδραιώσει την καλή της φήμη.

Μέσω της χορηγίας, η επιχείρηση έχει την δυνατότητα να παρεμβαίνει κοινωνικά αποβλέποντας στα άμεσα οφέλη που πιθανώς θα τις αποφέρει η συνεργασία της με τον χορηγούμενο. (Γαλάνη, 2006)

γ) Η χορηγία φέρνει σκόπιμα τις εταιρείες σε δημόσια θέα, ενώ οι δραστηριότητες ΕΚΕ γίνονται αντιληπτές μόνο από μια μικρή μερίδα ατόμων. Η ΕΚΕ δεν μπορεί να αντισταθμίσει τις δραστηριότητες της χορηγίας. Η χορηγία είναι μια win-win κατάσταση<sup>21</sup>. Η κοινωνική χορηγία όμως πωλείται ως ΕΚΕ δεδομένου ότι διαφορετικοί είναι οι στόχοι που επιδιώκονται, οικονομικοί έναντι κοινωνικών. (Breitbarth, 2010)

δ) Με την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δημιουργούνται μακροπρόθεσμα οφέλη για μια επιχείρηση, όπως:

- βελτίωση της ανταγωνιστικότητας
- ενδυνάμωση και ανάπτυξη των ενδοεταιρικών σχέσεων

---

<sup>21</sup> win-win situation: Κατάσταση που όλοι κερδίζουν

- ενίσχυση των σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες, προμηθευτές, τοπική κοινωνία κ.τ.λ.)
- βελτίωση της πίστης της έναντι των εργαζομένων, των πελατών και των μετόχων της
- ελαχιστοποίηση τυχόν αρνητικού αντίκτυπου που προέρχεται από την λειτουργία της

Αντίστοιχα, με την εφαρμογή της χορηγίας προκύπτουν μεσοπρόθεσμα οφέλη για μια επιχείρηση, που στοχεύουν:

- στη βελτίωση της εικόνας της
- στην ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του σήματος και του brand name
- στην προσέγγιση ειδικού κοινού αγοράς
- στην προώθηση των πωλήσεων (Γαλάνη, 2006).

### 4.3 Αθλητική Χορηγία

Η χορηγία ανάλογα με το πεδίο εφαρμογής της μπορεί να διακριθεί σε: α) αθλητικό sponsoring, β) χορηγία για πολιτιστικούς σκοπούς – τέχνες, γράμματα, πολιτιστική κληρονομιά, σύγχρονο πολιτισμό, γ) κοινωνικοπολιτικό sponsoring – σε τομείς όπως η υγεία, η εθνική άμυνα, επίλυση κοινωνικών προβλημάτων, δ) ενίσχυση οικολογικών δραστηριοτήτων και ε) στο πλαίσιο ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών.

Την τελευταία δεκαετία υπήρξε ραγδαία αύξηση της αγοράς της αθλητικής χορηγίας από επιχειρήσεις λόγω της μεγάλης απήχησης και δημοσιότητας των αθλητικών γεγονότων καθώς και της μεγάλης οικονομικής ανάπτυξης του αθλητισμού. Στην Ελλάδα, ιδιαίτερα, στην τρέχουσα οικονομική κρίση, η χορηγία από επιχειρήσεις αποτελεί εναλλακτική πηγή χρηματοδότηση των αθλητικών γεγονότων, με επακόλουθο τη μερική αποκρατικοποίησή του αθλητισμού. (Ντοβόλη, Μπαλάσκα, & Καϊμακάμης, 2014)

Η αθλητική χορηγία είναι η παροχή οικονομικής ή σε είδος βοήθειας από μια επιχείρηση σε έναν αθλητικό οργανισμό, γεγονός ή χώρο, με σκοπό την προώθηση των εμπορικών της επιδιώξεων, ειδικά εκείνων της επικοινωνίας του μάρκετινγκ. (Παπαδημητρίου & Γαργαλιάνος, 1997) Αντιπροσωπεύει μια μορφή οικονομικής συναλλαγής, από την οποία επωφελούνται και τα δύο αντισυμβαλλόμενα μέρη. Συνεπώς η χορηγία περιλαμβάνει το στοιχείο της ανταλλαγής, από την μια μεριά ο

χορηγούμενος με την οικονομική υποστήριξη που λαμβάνει επιτυγχάνει πιο εύκολα τους στόχους του, ενώ από την άλλη μεριά ο χορηγός εξασφαλίζει την προβολή του. (Αλεξανδρή, 2011)

Η αθλητική χορηγία έχει την μορφή συμφωνίας μεταξύ του αθλητικού οργανισμού και του χορηγού όπου συνήθως περιλαμβάνεται η αναγραφή του ονόματος και του σήματος του δεύτερου στις αθλητικές εμφανίσεις του πρώτου. Επίσης πολλές φορές ενυπάρχει η υποχρέωση στον αθλητικό οργανισμό να συνοδεύει το όνομα του από το όνομα του χορηγού, ενώ μπορεί να συμφωνηθούν και άλλες παροχές (π.χ. αναγραφή του ονόματος του χορηγού στα εισιτήρια, σε διαφημιστικές πινακίδες στο γήπεδο, στο έντυπο υλικό μιας αθλητικής εκδήλωσης, (Γαργαλιάνος & Αυθίνος, 2001) την τηλεοπτική κάλυψη ενός αγώνα του χορηγούμενου για διαφήμιση τόσο του ονόματος του χορηγού όσο και των προϊόντων του, αναγραφή του ονόματος του χορηγού στο backdrop των συνεντεύξεων τύπου, προβολή στο web site, λογότυπα στην πλάτη του πάγκου, παρουσία παικτών σε εκδήλωση του χορηγού κ.τ.λ.)

Στο σύγχρονο ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον μια επικείμενη αθλητική χορηγία έχει σαν σκοπό να διαφοροποιήσει αρχικά την εταιρεία από τους υπόλοιπους ανταγωνιστές της. Συνδέοντας το όνομα της με τον αθλητισμό, ουσιαστικά ξεχωρίζει από το πλήθος και γίνεται συνώνυμο με τα ρεκόρ, τα μετάλλια, τις νίκες, το πάθος, την ένταση και γενικότερα με όλες τις συγκινήσεις που προσφέρει ο αθλητισμός. Συνεπώς, στο πιο παραδοσιακό μοντέλο της χορηγίας οι εταιρείες επενδύουν στην επιτυχία των ομάδων και αναμένουν να αποκτήσουν αξία μέσω της αναγνώρισης τους ως χορηγούς της νικήτριας ομάδας.

Η αθλητική χορηγία μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα είδος μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού αλλά η σημασία της για την βιομηχανία πηγαίνει πέρα από αυτό, και εκτός του ότι είναι μια σημαντική πηγή εσόδων για τις αθλητικές εκδηλώσεις και ομάδες είναι επίσης ένας από τους λόγους για τους οποίους εταιρείες όπως π.χ. η NIKE και η ADIDAS είναι από τα πιο αναγνωρίσιμα εμπορικά σήματα παγκοσμίως.

Μερικά από τα αίτια ανάπτυξης της αθλητικής χορηγίας είναι:

1. Η περικοπή των κρατικών ενισχύσεων ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Έτσι είναι αναγκαία η εξεύρεση άλλων πόρων για την στήριξη του αθλητισμού.
2. Η ευρύτατη κάλυψη των αθλητικών γεγονότων από τα ΜΜΕ, το γραπτό και ηλεκτρονικό τύπο, η δημιουργία συνδρομητικών καναλιών, δημιουργεί τις

καλύτερες προϋποθέσεις για όσες επιχειρήσεις θέλουν να προβληθούν μέσω του αθλητισμού.

3. Η ανάγκη εξεύρεσης από τις επιχειρήσεις εξειδικευμένων νέων αγορών - στόχων για να αντιμετωπίσουν τον σκληρό ανταγωνισμό. Οι εταιρείες βλέπουν τον αθλητισμό ως όχημα για να προωθήσουν τα προϊόντα τους στην αγορά. Το κοινό ενός αθλητικού γεγονότος είναι συγκεκριμένο, αλλά και ευρύ, έτσι οι εταιρείες μπορούν να στοχεύσουν σ' ένα τμήμα του πληθυσμού. (Παπαδημητρίου & Γαργαλιάνος, 1997)
4. Η στάση των καταναλωτών είναι πιο θετική προς την χορηγία από ότι προς τις διαφημίσεις.
5. Η μείωση της αποτελεσματικότητας τού διαφημιστικού μηνύματος λόγω των δεκάδων καθημερινών μηνυμάτων που δέχεται ο καταναλωτής.
6. Φοροαπαλλαγές. Σε πολλές χώρες οι χορηγίες συνοδεύονται από φοροαπαλλαγές. (Αλεξανδρή, 2011)
7. Η προβολή της κοινωνικής προσφοράς και της κοινωνικής εικόνας της εταιρίας (ενδυνάμωση της κοινωνικής ευθύνης, social responsibility) .
8. Η αύξηση των πωλήσεων και της αναγνωρισιμότητας της εταιρίας.

Στον ερασιτεχνικό αθλητισμό, κάποιες ενέργειες, όταν εφαρμόζονται μόνες τους χωρίς συντονισμό, χωρίς να συνοδεύονται από μια πιο επίσημη και πιο οργανωμένη διασύνδεση του χορηγού με τον χορηγούμενο, δεν θεωρούνται αθλητική χορηγία. Τέτοιες ενέργειες είναι η απλή διαφήμιση σε αθλητικούς χώρους, η απλή διαφήμιση σε προγράμματα αθλητικών διοργανώσεων, η απλή διαφήμιση σε ρούχα αθλητικών ομάδων και η χρηματοδότηση της τηλεοπτικής αναμετάδοσης ενός αγώνα. (Παπαδημητρίου & Γαργαλιάνος, 1997)

#### **4.4 Αθλητική Χορηγία - ΕΚΕ Μέσω του Αθλητισμού**

Η χορηγία του αθλητισμού από επιχειρήσεις είναι ένα φαινόμενο το οποίο τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται με πολύ γρήγορους ρυθμούς λόγω της μεγάλης δημοσιότητας και απήχησης των αθλητικών γεγονότων.

Η απόφαση των εταιρειών για υποστήριξη του αθλητισμού οδηγείται από επιχειρηματικούς στόχους που έχουν σκοπό να δημιουργήσουν δημόσια υπεραξία. Στη βιβλιογραφία σχετικά με την χορηγία, οι εταιρείες προσφέρουν χρηματοδότηση στον αθλητισμό με στόχο τα εμπορικά κέρδη και όχι για φιλανθρωπικούς λόγους. Ωστόσο,



μια άλλη προοπτική υποστηρίζει ότι μέσω της χορηγίας, η κοινωνία αντιλαμβάνεται το χορηγό ως καλό "εταιρικό πολίτη" δίνοντας κάτι στο άθλημα, ενώ την ίδια στιγμή διαφημίζεται το όνομα της εταιρείας. (Séguin\* & Parent, 2010)

Στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία πολλές φορές η ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού αντιμετωπίζεται ως το αντίθετο της αθλητικής χορηγίας. Ιδίως όσον αφορά της μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις "αθλητικά, εμπορικά ή πολιτιστικά γεγονότα των οποίων οι επιπτώσεις είναι σημαντικές για τις πόλεις, περιφέρειες ή χώρες που τις διοργανώνουν". (Malfas, theothorakis & Houlihan, 2004)

Η αθλητική χορηγία δεν θα πρέπει να ταυτίζεται με την ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού. Η χορηγία είναι μια επιχειρηματική επένδυση μέσω της εφαρμογής ενός εργαλείου μάρκετινγκ-mix ενώ η ΕΚΕ αποτελεί (στην ιδανική της εφαρμογή) μια γνήσια προσπάθεια, να επιστρέψουν τα οφέλη των επιτυχημένων επιχειρήσεων πίσω στην κοινότητα από την οποία προέρχονται. (Smith & Westerbeek, 2007; Hakala, 2015)

Από την μια πλευρά οι μελετητές τοποθετούν την χορηγία η οποία οδηγεί σε απευθείας απτά, εταιρικά αποτελέσματα π.χ. διαφήμιση της εταιρείας, ενώ από την άλλη μεριά οι μελετητές έχουν προσδιορίσει εναλλακτικές λύσεις για την παραδοσιακή χορηγία όπως την "εταιρική υποστήριξη" κατά την διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων. Αυτό το ρεύμα περιλαμβάνει τη χορηγία σε επαγγελματικούς ή ερασιτεχνικούς αγώνες ή για φιλανθρωπικούς σκοπούς, χορηγία ομάδας ή μεμονωμένων αθλητών, χορηγία αθλητικών ομοσπονδιών και ενώσεων, αθλητικών μεταδόσεων και αθλητικών εγκαταστάσεων.

Ωστόσο, ακόμα και εάν η χορηγία θεωρείται ως ένα εργαλείο επικοινωνίας, οι επενδύσεις στον αθλητισμό μπορούν να γίνουν με μια προσέγγιση συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής ευθύνης.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ο σαφής διαχωρισμός των εννοιών της εμπορικής (sponsoring) και της κοινωνικής αθλητικής χορηγίας (sponsorship). (Σπαής, 2006) Η πρώτη, αφορά σε χρηματοδότηση με αντιπαροχή προβολής-διαφήμισης και εδώ απουσιάζει ο απώτερος σκοπός αναγνώρισης-εκτίμησης του χορηγού από την κοινωνία και τους πολίτες (κοινωνική ευποιία), αναφέρετε σε γεγονότα και δραστηριότητες ευρείας παρακολούθησης (με μεγάλο κοινό και εμπορική αξία) και αφορά κυρίως στήριξη του επαγγελματικού αθλητισμού. Η δεύτερη αφορά σε γεγονότα και δραστηριότητες με περιορισμένο κοινό και κατά συνέπεια με μικρή εμπορική αξία όπου σκοπός του χορηγού είναι μόνο η κοινωνική ευποιία, και αφορά κυρίως στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού.

Σήμερα, όλο και περισσότερο τα προγράμματα ΕΚΕ χρησιμοποιούν τη κοινωνική χορηγία ως όχημα για την επίτευξη των στόχων τους. Ένας ορισμός της οποίας θα μπορούσε να είναι: "η χρηματοδότηση από ιδιωτικές επιχειρήσεις, μη κερδοσκοπικών οργανισμών τα οφέλη της οποίας αντανακλώνται στην κοινωνία και όχι στην εταιρεία-χορηγό".

#### **4.5 Οφέλη του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού από την ΕΚΕ μέσω του Αθλητισμού**

Στον ερασιτεχνικό αθλητισμό η αθλητική χορηγία παίρνει την μορφή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Στην εγχώρια και στη διεθνή βιβλιογραφία τη σχετική με τον αθλητισμό, δεν υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ των εννοιών της κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών και της κοινωνικής χορηγίας και οι δύο αφορούν μεθόδους επικοινωνίας του τμήματος μάρκετινγκ των επιχειρήσεων που στόχο έχουν να αναδείξουν την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης.

Οι κοινωνικές χορηγίες είναι πολλές φορές η βασική πηγή χρηματοδότησης του ερασιτεχνικού αθλητισμού προκειμένου να παραμείνει ένας ερασιτεχνικός οργανισμός ζωντανός.

Από την σύναψη μιας τέτοιας συμφωνίας αποκομίζουν οφέλη τόσο ο χορηγός όσο και ο χορηγούμενος αθλητικός οργανισμός αλλά και η κοινωνία ολόκληρη. Πρώτον, το σημαντικότερο όφελος είναι ότι η κοινωνική χορηγία αποτελεί μια επιπλέον πηγή χρηματοδότησης, ένας τρόπος εξασφάλισης οικονομικής ευημερίας και ευρωστίας, η οποία μπορεί να επιταχύνει τους ρυθμούς ανάπτυξης του ερασιτεχνικού αθλητισμού, να τον υποστηρίξει επιστημονικά και να τον απαγκιστρώσει από τις κρατικές ενισχύσεις και κομματικές παρεμβάσεις. Δεύτερον, η χορηγία είναι πολύ χρήσιμη στα προγράμματα του μαζικού αθλητισμού λόγω του μεγάλου αριθμού αθλούμενων που απευθύνονται. Τρίτον, οφέλη αποκομίζουν οι τοπικές κοινωνίες από την αύξηση του αριθμού των αθλητικών εκδηλώσεων με την βοήθεια των χορηγών, την ανάπτυξη της οικονομικής κίνησης της περιοχής από αυτές τις εκδηλώσεις, την προβολή και την διαφήμιση λόγω των εκδηλώσεων. (Παπαδημητρίου & Γαργαλιάνος, 1997) Τέλος, μέσω των ανταποδοτικών κοινωνικών δράσεων των αθλητικών συλλόγων αυξάνονται οι οπαδοί αλλά επίσης αυξάνεται και το συναισθηματικό δέσιμο και η αφοσίωση τους προς το σύλλογο.

#### 4.6 Ανακεφαλαίωση

Η ΕΚΕ διαφέρει από τη φιλανθρωπία και από την ανταποδοτική στρατηγική της χορηγίας γιατί δεν βασίζεται στην υπόσχεση της θετικής έκθεσης ή στην επιστροφή της επένδυσης. Η ΕΚΕ αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της διαδικασίας χάραξης της επιχειρηματικής στρατηγικής, του μάνατζμεντ, της έρευνας και άλλων σημαντικών τομέων μιας επιχείρησης και απαιτεί κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού της ώστε να εντάξει τις επιλεγμένες δράσεις ΕΚΕ στην καθημερινότητά του. Η ΕΚΕ σημαίνει κοινωνική δέσμευση της επιχείρησης έναντι της τοπικής κοινότητας στην οποία δραστηριοποιείται. Μέσω της ΕΚΕ δημιουργούνται μακροπρόθεσμα οφέλη για μια επιχείρηση όπως ενδυνάμωση και ανάπτυξη των ενδοεταιρικών σχέσεων και ενίσχυση των σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Βελτίωση της πίστης της έναντι των εργαζομένων, των πελατών και των μετόχων της και μείωση αρνητικού αντίκτυπου που ενδεχομένως προέρχεται από την λειτουργία της.

Η ΕΚΕ μέσω του αθλητισμού δεν θα πρέπει να ταυτίζεται με την αθλητική χορηγία καθώς η τελευταία αποσκοπεί σε απτά, εταιρικά αποτελέσματα π.χ. διαφήμιση της εταιρείας. Η ΕΚΕ αποτελεί μια γνήσια προσπάθεια να επιστρέψουν τα οφέλη των επιτυχημένων επιχειρήσεων πίσω στην κοινότητα από την οποία προέρχονται και αφορά κυρίως σε γεγονότα και δραστηριότητες με περιορισμένο κοινό και κατά συνέπεια με μικρή εμπορική αξία και αφορά κυρίως στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού.

Την τελευταία δεκαετία υπήρξε ραγδαία αύξηση της αγοράς της αθλητικής χορηγίας από επιχειρήσεις λόγω της μεγάλης απήχησης και δημοσιότητας των αθλητικών γεγονότων καθώς και της μεγάλης οικονομικής ανάπτυξης του αθλητισμού. Η αθλητική χορηγία είναι ένα είδος ανταλλαγής οικονομικής ή σε είδος βοήθειας από μια επιχείρηση σε έναν αθλητικό οργανισμό, γεγονός ή χώρο, με σκοπό την προώθηση των εμπορικών της επιδιώξεων, ειδικά εκείνων της επικοινωνίας του μάρκετινγκ. Η αθλητική χορηγία έχει μεγάλη σημασία και για την βιομηχανία αφού εκτός του ότι είναι μια σημαντική πηγή εσόδων για τις αθλητικές εκδηλώσεις και ομάδες βοηθά στην αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος παγκοσμίως.

Δεν υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ των εννοιών της κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών και της κοινωνικής χορηγίας και οι δύο αφορούν μεθόδους επικοινωνίας του τμήματος μάρκετινγκ των επιχειρήσεων που στόχο έχουν να αναδείξουν την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης. Η κοινωνική χορηγία αποτελεί μια επιπλέον πηγή χρηματοδό -

-τησης του ερασιτεχνικού αθλητισμού και είναι πολύ χρήσιμη στα προγράμματα του μαζικού αθλητισμού ενώ οφέλη αποκομίζουν και οι τοπικές κοινωνίες από την αύξηση του αριθμού των αθλητικών εκδηλώσεων.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΡΕΥΝΑΣ

#### 5.1 Εισαγωγή

Η μεθοδολογία της έρευνας αποσκοπεί στην αναζήτηση και αποκάλυψη της αλήθειας και της γνώσης όπως επίσης και στο να απαντήσει σε σημαντικά ερωτήματα με την εφαρμογή επιστημονικών μεθόδων.

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της σχέσης που μπορεί να έχει με τον Ερασιτεχνικό Αθλητισμό. Μέσω της ερευνητικής μεθόδου θα διερευνηθεί το κατά πόσο ο ερασιτεχνικός αθλητισμός περιλαμβάνεται στη σχεδίαση δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών και κρατικών φορέων και το εάν υπάρχουν δυνατότητες χρησιμοποίησης του ως πεδίου για να αναπτύξουν οι εταιρείες/κρατικοί φορείς, στρατηγικές που μπορούν να περιγραφούν ως ολοκληρωμένες κοινωνικές πρωτοβουλίες.

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα γίνει ανάλυση της ερευνητικής στρατηγικής και της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε για την μελέτη της παρούσας έρευνας. Θα εξετάσουμε τόσο τους σκοπούς όσο και τη χρησιμότητα της έρευνας και φυσικά θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας μέσα από διαγράμματα με ποσοστά και την ανάλυσή τους. Επίσης θα γίνει κατάθεση των συμπερασμάτων μας από την διεξαγωγή της έρευνας και προτάσεων για περαιτέρω έρευνα.

#### 5.2 Σκοπός και Στόχοι της Έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι τα διερευνήσει την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και της σημασίας της στον ερασιτεχνικό αθλητισμό.

Σε αυτή την έρευνα, η ΕΚΕ έχει οριστεί ως οργανωτική συμπεριφορά που έχει στόχο να επηρεάσει τους ενδιαφερόμενους θετικά και που επεκτείνεται πέρα από το οικονομικό όφελος των ενδιαφερόμενων πλευρών. Δηλαδή δεν συνδέεται άμεσα με την δημιουργία εσόδων για τον αθλητικό σύλλογο αλλά περισσότερο είναι υποστήριξη σε είδος και δεν έχει την μορφή άμεσων οικονομικών ανταλλαγών.

Οι ερευνητικοί στόχοι της εργασίας είναι οι εξής:

1. Να διερευνηθεί το κατά πόσο ο ερασιτεχνικός αθλητισμός περιλαμβάνεται στη σχεδίαση δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών και κρατικών φορέων.
2. Να ερευνηθεί εάν υπάρχουν δυνατότητες χρησιμοποίησης του ερασιτεχνικού αθλητισμού ως πεδίου για να αναπτύξουν οι εταιρείες/κρατικοί φορείς στρατηγικές που μπορούν να περιγραφούν ως ολοκληρωμένες κοινωνικές πρωτοβουλίες.
3. Να προσδιοριστεί σε ποιο βαθμό γνωρίζουν την έννοια της ΕΚΕ οι παράγοντες των αθλητικών σωματείων.
4. Να προσδιοριστεί το κατά πόσο είναι ενήμεροι οι παράγοντες των αθλητικών σωματείων για τα οφέλη που θα μπορούσαν να αποκομίσουν από την ένταξη των συλλογών τους σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών/κρατικών φορέων.
5. Να προσδιοριστεί το είδος των εταιρειών/κρατικών φορέων που συμπεριλαμβάνουν τον ερασιτεχνικό αθλητισμό στο πλαίσιο υλοποίησης στρατηγικών ΕΚΕ.
6. Να αναδειχτεί η αναγκαιότητα στήριξης του ερασιτεχνικού αθλητισμού μέσω πρακτικών κοινωνικής υπευθυνότητας.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αναμένεται ότι θα αποτελέσουν βάση για επιδίωξη πρόσθετης υποστήριξης των αθλητικών σωματείων από διάφορες πηγές όπως κρατικούς φορείς, τοπική αυτοδιοίκηση και ιδιωτικές εταιρείες.

Μετά την περάτωση της έρευνας, θα γίνει επαλήθευση ή μη των στόχων που τέθηκαν και του σκοπού της μελέτης.

### **5.3 Ερευνητικές Υποθέσεις**

Η διατύπωση ερευνητικών υποθέσεων είναι σημαντική καθώς βοηθά τον ερευνητή να συλλέξει τα απαραίτητα στοιχεία για την ερευνά του. Οι υποθέσεις σχετίζονται άμεσα με την βιβλιογραφία που έχει παραταθεί και αποτελούν ερωτήματα που πηγάζουν από αυτή και έχουν σχέση με την συγκεκριμένη έρευνα. (Ζαφειρόπουλος, 2015)

Μέσω της πραγματοποιηθείσας έρευνας θα γίνει προσπάθεια να απαντηθούν οι παρακάτω υποθέσεις:

- i. Εάν οι παράγοντες των ερασιτεχνικών σωματείων γνωρίζουν την έννοια της ΕΚΕ και τα οφέλη που θα μπορούσαν να αποκομίσουν από την ένταξη τους σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας.

- ii. Εάν έχουν κάνει προσπάθειες να ενταχθούν σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων και εάν ναι τι ανταπόκριση είχαν.
  - iii. Εάν τους έχουν προσεγγίσει εταιρείες με σκοπό να τους συμπεριλάβουν σε δράσεις ΕΚΕ.
  - iv. Εάν έχουν συμμετάσχει σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων.
  - v. Εάν η συμμετοχή τους ή η επιλογή τους έγινε βάση συγκεκριμένων κριτηρίων.
  - vi. Εάν οι εταιρείες που στηρίζουν τον αθλητισμό έχουν συγκεκριμένη εμπορική δραστηριότητα.
  - vii. Εάν τα αθλητικά σωματεία έχουν ενταγμένες δράσεις στα προγράμματα τους που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως μέσο υλοποίησης πρακτικών ΕΚΕ.
- Αφού ολοκληρωθεί η έρευνα θα γίνει επαλήθευση ή διάψευση των υποθέσεων.

#### **5.4 Χρησιμότητα και Αναγκαιότητα της Έρευνας**

Το θεωρητικό υπόβαθρο της παρούσας μελέτης βασίστηκε σε προηγούμενη γνώση, συνεισφέρει ωστόσο στη βιβλιογραφία προσφέροντας νέα γνώση μιας και πραγματεύεται το θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και του αθλητισμού από μια νέα οπτική. Συγκεκριμένα εξετάζεται για πρώτη φορά το θέμα της δυνατότητας ένταξης των ερασιτεχνικών αθλητικών συλλόγων σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων και των ωφελειών που θα μπορούσαν να αποκομίσουν αμφότεροι.

Ειδικότερα, ο ερασιτεχνικός αθλητισμός και ιδιαίτερα το βασικό του κύτταρο τα αθλητικά σωματεία, βιώνουν σήμερα τις αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης (έλλειψη πόρων, μηδαμινές έως ανύπαρκτες κρατικές επιχορηγήσεις) και συγχρόνως πέφτει πάνω τους το κύριο κοινωνικό βάρος να κρατηθεί η νεολαία στον αθλητισμό.

Ο ρόλος των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων είναι πολυσύνθετος και δεν περιορίζεται μόνο στην εξασφάλιση καλής πνευματικής και σωματικής υγείας των αθλούμενων. Αποτελώντας τον εξειδικευμένο χώρο υποδοχής, προπόνησης, εκπαίδευσης και ανάδειξης όλων των αθλητών, όλων των αθλημάτων συμμετέχουν ενεργά και θετικά σε πολλές εκφάνσεις "της κοινωνικής ζωής" (Γαργαλιάνος, 2016) και συγχρόνως αποτελούν εργαλεία διαπαιδαγώγησης και διαμόρφωσης των αντιλήψεων και της συμπεριφοράς των νέων, καθιστώντας τους ολοκληρωμένες προσωπικότητες και σωστούς αυριανούς πολίτες. Από την λειτουργία τους προκύπτουν πολλαπλά οφέλη σε κοινωνικό, οικονομικό, εκπαιδευτικό, πολιτιστικό, πολιτικό, ατομικό, τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Η πλειοψηφία των αθλητικών συλλόγων στηρίζεται στη δράση εθελοντών παραγόντων οι οποίοι με μοναδικό όπλο την αγάπη τους για τον αθλητισμό και το ενδιαφέρον τους για το καλό της νεολαίας, δίνουν υπό αντίξοες συνθήκες έναν καθημερινό αγώνα επιβίωσης. Στις μέρες μας η χρηματοδότηση των συλλόγων τους, είναι η μεγαλύτερη πρόσκληση που αντιμετωπίζουν οι παράγοντες των ερασιτεχνικών σωματείων. Η συρρίκνωση των κρατικών επιχορηγήσεων έχει οδηγήσει σε συνεχόμενη ανασφάλεια και αβεβαιότητα σχετικά με τα οικονομικά των συλλόγων. Επομένως κρίνεται αναγκαία η προσφυγή σε εναλλακτικούς χρηματοδοτικούς μηχανισμούς ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν στον κοινωνικό τους ρόλο.

Οι παραδοσιακές μορφές της χορηγίας και της διαφήμισης απλά βάζοντας ένα λογότυπο στις αθλητικές εμφανίσεις της ομάδας, πλέον δεν επαρκούν. Το είδος της υποστήριξης αυτής δεν φέρνει τα μακροπρόθεσμα οφέλη και για τα δύο μέρη και ως εκ τούτου έχουν αρχίσει να αναζητούν κάτι πιο δραστικό.

Σε σύγκριση με τα παραπάνω και στο πλαίσιο ανάπτυξης της εταιρικής υποστήριξης, η κοινωνική ευθύνη, προσφέρει μια διαφορετική οπτική γωνία όπου μπορεί να υπάρξει σύμπραξη και συνέργεια του αθλητισμού με τις επιχειρήσεις. Συνιστά ένα νέο "χρηματοδοτικό μόρφωμα" ικανό να προσφέρει τα απαραίτητα εχέγγυα για την επιβίωση των ερασιτεχνικών αθλητικών συλλόγων. Οι εταιρείες θα πρέπει να αντιληφθούν τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ο αθλητισμός στην κοινωνία και να δουν αυτή τη σχέση ως ευκαιρία μέσω της οποίας μπορούν να επωφεληθούν αμφότεροι, διατηρώντας την εταιρική τους φήμη και βελτιώνοντας τη σχέση τους με την τοπική κοινωνία οι ίδιες, ενώ ταυτόχρονα τα σωματεία, βελτιώνουν τα οικονομικά τους και αναπτύσσουν σχέσεις αφοσίωσης με τους οπαδούς τους.

Τα παραπάνω ήταν ο λόγος, που αφενός λόγο της ενασχόλησης της ερευνήτριας στο χώρο του αθλητισμού και αφετέρου λόγο του προσωπικού ενδιαφέροντος της για την ανακάλυψη ερευνητικών προσεγγίσεων που θα μπορούσαν να συνδυάζουν την ιδιωτική εταιρική πρωτοβουλία με την στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού, έγιναν η αφορμή για την συγγραφή της παρούσας μελέτης. Επίσης σε όλα τα παραπάνω έγκειται η χρησιμότητα και η αναγκαιότητα της παρούσας μελέτης, που σκοπός της είναι να αναδείξει την αναγκαιότητα στήριξης του ερασιτεχνικού αθλητισμού κατά τον σχεδιασμό της κοινωνικής πολιτικής ιδιωτικών επιχειρήσεων ή κρατικών φορέων και να αποτελέσει μια εναλλακτική πρόταση εξεύρεσης πρόσθετων πόρων για τα ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία.



## 5.5 Σχεδιασμός και Ανάπτυξη της Έρευνας

"Οι μέθοδοι έρευνας αποτελούν αποσπασματικές και μεμονωμένες επιστημονικές τεχνικές και διαδικασίες που μπορεί να εφαρμόσει κάθε επιστήμονας ανάλογα με το αντικείμενο, το πρόγραμμα και τη μεθοδολογία έρευνας που θα ακολουθήσει". (Ζαφειρόπουλος, 2015)

Για την πραγματοποίηση μιας έρευνας ακολουθούνται ορισμένα στάδια όπως ορισμός του προβλήματος, καθορισμός του σκοπού και των στόχων της έρευνας, επισκόπηση της βιβλιογραφίας, αξιολόγηση των πληροφοριών ως προς την εγκυρότητα και την αξιοπιστία τους και τέλος σύνταξη και διανομή ερωτηματολογίου σε καθορισμένο με διάφορα κριτήρια δείγμα ερωτώμενων.

Η μέχρι τώρα έρευνα για την σχέση ΕΚΕ και αθλητισμού αφορά είτε μεγάλες, κυρίως πολυεθνικές εταιρείες και την ένταξη στο σχεδιασμό της στρατηγικής εταιρικής ευθύνης τους διαφόρων δράσεων σχετικών με τον αθλητισμό, κυρίως στήριξης μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων (π.χ. παγκόσμια πρωταθλήματα), είτε στην εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ από τις ίδιες τις αθλητικές οργανώσεις όπως εθνικές αθλητικές ομοσπονδίες, διεθνείς αθλητικές οργανώσεις ή επαγγελματικά σωματεία ποδοσφαίρου, μπάσκετ και χόκεϊ. Μια αντίστοιχη έρευνα στη χώρα μας, για το ποσοστό στήριξης του ερασιτεχνικού αθλητισμού από ιδιωτικές εταιρείες ή κρατικούς φορείς στο πλαίσιο της κοινωνικής τους υπευθυνότητας προς τον παρόν δεν υπάρχει.

Έτσι τα βασικά ερωτήματα που έγινε προσπάθεια να απαντηθούν μέσα από την παρούσα έρευνα, ήταν ο βαθμός υποστήριξης του ερασιτεχνικού αθλητισμού στο πλαίσιο υλοποίησης στρατηγικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπως και οι δυνατότητες που υπάρχουν να χρησιμεύσει αυτός ως "εργαλείο" υλοποίησης δράσεων επιχειρήσεων που θα μπορούσαν να χαρακτηρισθούν ως ολοκληρωμένες κοινωνικές πρωτοβουλίες.

Για να βρεθούν επαρκείς εξηγήσεις για το προαναφερθέν αντικείμενο μελέτης έγινε συνδυασμός ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας. Επιπλέον, ο συνδυασμός διαφορετικών μεθοδολογικών προσεγγίσεων υπογραμμίζει την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων.

### 5.5.1 Σχεδιασμός και Ανάπτυξη της Έρευνας – Εταιρείες

Στην αρχή της ερευνάς μου σκέφτηκα να ερευνηθεί το θέμα από την πλευρά των αθλητικών συλλόγων, όμως μελετώντας τα σχετικά με το θέμα, κατέληξα ότι θα ήταν πιο χρήσιμο για τη μελέτη να εξεταστεί το θέμα από την πλευρά των εταιρειών.

Για το σκοπό αυτό σχεδιάστηκε ένα ερωτηματολόγιο σε στυλ συνέντευξης που στάλθηκε μέσω e-mail σε εξήντα (60) επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές επιλέχθηκαν αφού προηγουμένως μελετήθηκαν οι ιστοσελίδες εκατό (100) εταιρειών σε σχέση με τους στόχους και τις δραστηριότητες της ΕΚΕ όπως και οι ετήσιες απολογιστικές εκθέσεις τους και οι κοινωνικοί τους απολογισμοί. Στη συνέχεια συλλέχθηκαν πληροφορίες σχετικά με το ποιες από αυτές στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας στηρίζουν με οποιοδήποτε τρόπο τον αθλητισμό. Βρέθηκαν εξήντα (60) εταιρείες που στηρίζουν τον αθλητισμό είτε μέσω επίσημων χορηγιών είτε ως απλή χορήγηση οικονομικής βοήθειας ή αθλητικού υλικού σε τοπικούς αθλητικούς συλλόγους κυρίως της περιοχής που αυτές δραστηριοποιούνται.

Η μελέτη διεξήχθη μεταξύ των μηνών Ιουλίου και Σεπτεμβρίου του 2016. Η μέση διάρκεια απάντησης στο ερωτηματολόγιο ήταν 10'-15' λεπτά. Το δείγμα αποτελούνταν από 60 εταιρείες, 25 από τις οποίες είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο. Αυτή η αναφορά γίνεται διότι αυτές οι εταιρείες συνήθως εκδίδουν ετήσιο κοινωνικό απολογισμό μέσου του οποίου γίνεται αναφορά των ευρείας κλίμακας ευθυνών τους απέναντι σε όσους επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από τις δραστηριότητές τους. Οι εταιρείες δραστηριοποιούνταν στους εξής τομείς: εμπορίου, παροχής υπηρεσιών, τηλεπικοινωνιών, τραπεζικού τομέα, τροφίμων, κατασκευαστικές, ασφαλειών υγείας, επενδύσεων, ναυτιλίας, βιομηχανίας, ενέργειας και υποδομών.

Αρχικά, στάλθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μια εισαγωγική επιστολή, στην οποία αναφέρονταν τα στοιχεία της ερευνήτριας, ο σκοπός της έρευνας όπως και ό,τι οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για την εξαγωγή των συμπερασμάτων της έρευνας, μαζί με το ερωτηματολόγιο σε στυλ συνέντευξης. Οι επιστολές στάλθηκαν στους υπεύθυνους τους τμήματος εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, όπου υπήρχαν, ή διαφορετικά στο τμήμα μάρκετινγκ ή δημοσίων σχέσεων των εταιρειών. Μια υπενθύμιση στάλθηκε άλλες δύο φορές για να εγγυηθεί όσο το δυνατόν υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής.

Στη συνέχεια και αφού η συμμετοχή ήταν πολύ μικρή, έγινε προσπάθεια τηλεφωνικής επικοινωνίας με τους υπεύθυνους ΕΚΕ των εταιρειών για την εξακρίβωση δυνατότητας ραντεβού για προσωπική συνέντευξη μαζί τους. Αλλά και σε αυτή την περίπτωση δεν υπήρξε ανταπόκριση στο αίτημα για συνέντευξη από τα υπεύθυνα στελέχη για δράσεις ΕΚΕ.

Στο τέλος, μόνο έξι εταιρείες συμμετείχαν στην έρευνα. Οι τρεις απάντησαν στο

ερωτηματολόγιο – συνέντευξη που τους είχε αποσταλεί, ενώ οι άλλες τρεις παρέπεμψαν στους κοινωνικούς τους απολογισμούς για την ανεύρεση των πληροφοριών που ζητήθηκαν. Από τις εταιρείες που απάντησαν, οι δύο ανήκαν στον τομέα των τροφίμων και η άλλη στον τομέα της υγείας. Ενώ οι εταιρείες που παρέπεμψαν στους κοινωνικούς τους απολογισμούς, ανήκαν στους τομείς των τηλεπικοινωνιών, ενέργειας και τραπεζών.

Τελικά, επειδή δεν υπήρξε μεγάλη ανταπόκριση, ξαναγύρισα στην αρχική μου σκέψη και πραγματοποίησα έρευνα του θέματος καταγράφοντας την άποψη των αθλητικών συλλόγων για το θέμα.

### 5.5.2 Σχεδιασμός και Ανάπτυξη της Έρευνας – Αθλητικά Σωματεία

Στην παρούσα έρευνα ακολουθήθηκαν τα εξής στάδια:

1. Αρχικά έγινε ορισμός του θέματος και καθορισμός του σκοπού και των στόχων της έρευνας. Παράλληλα έγινε μια επισκόπηση της βιβλιογραφίας προκειμένου να προσδιοριστεί αρχικά η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και κατόπιν η σχέση της με τον αθλητισμό. Συγχρόνως έγινε και αναζήτηση ύπαρξης ανάλογων μελετών σχετικών με το εξεταζόμενο θέμα.
  2. Μετά την μελέτη της εγχώριας και διεθνούς ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας, επιστημονικών μελετών και δημοσιευμένων στοιχείων, έγινε επιλογή των συλλεγμένων πληροφοριών και αξιολόγηση τους ως προς την αξιοπιστία και την εγκυρότητα τους.
  3. Έγινε επιλογή του είδους της έρευνας που θα χρησιμοποιηθεί. Στην παρούσα μελέτη χρησιμοποιήθηκε συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας. Η ποιοτική έρευνα περιλάμβανε τη μελέτη της διεθνούς ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας, επιστημονικών μελετών και συγγραμμάτων, δημοσιευμένων νόμων, κοινοτικών οδηγιών, δελτία τύπου, ετήσιων απολογιστικών εκθέσεων, κοινωνικών απολογισμών και διαδικτυακών πηγών. Ενώ η ποσοτική έρευνα περιλάμβανε τη σύνταξη και η διανομή ερωτηματολογίου.
  4. Συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο αφού πρώτα καθορίστηκε το δείγμα και ο τρόπος επιλογής του. Το δείγμα του πληθυσμού πρέπει να είναι τόσο αντιπροσωπευτικό, ώστε οι εκτιμήσεις τους να συμβαδίζουν με το ευρύτερο κοινό.
- Στην παρούσα ερευνητική μελέτη δειγματοληπτική μονάδα αποτέλεσαν ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία που ασχολούνται κυρίως με την ανάπτυξη και τη

διάδοση των αθλημάτων της πετοσφαίρισης, του ποδοσφαίρου, της καλαθοσφαίρισης, της υδατοσφαίρισης, του στίβου, της ενόργανης γυμναστικής, της ιστιοπλοΐας, της ξιφασκίας, της κωπηλασίας και της ποδηλασίας.

Σαν μονάδα εστίασης επιλέχθηκαν τα ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία και όχι οι αθλητικές Ομοσπονδίες, διότι οι Εθνικές Ομοσπονδίες έχουν την ευθύνη να επιβλέπουν την οργάνωση των αθλημάτων στο σύνολο της χώρας. Δηλαδή επιβλέπουν εκτός από τα ερασιτεχνικά και τα επαγγελματικά πρωταθλήματα αλλά και τις δράσεις των περιφερειακών δομών τους. Είναι αυτόνομοι οργανισμοί, που λόγω του μεγέθους τους, στα πλαίσια του οργανωτικού τους σχεδιασμού μπορούν να εντάξουν οι ίδιες δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας στην λειτουργία τους ή μπορούν να παρακολουθούν τις δράσεις των σωματείων μελών τους. Αντίθετα τα ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία μπορούν να αποτελέσουν "εργαλείο" όπου μπορούν να εφαρμοστούν ολοκληρωμένες δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας από επιχειρήσεις και αντιστοίχως να λάβουν και την ανάλογη στήριξη από αυτές.

Χρόνος: Η έρευνα ήταν ανοικτή για απαντήσεις για χρονικό διάστημα πέντε εβδομάδων. Προκειμένου να υπάρξει μεγαλύτερη συμμετοχή στην έρευνα, επιλέχθηκαν σαν χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας οι μήνες Νοέμβριος – Δεκέμβριος του 2016, και αυτό γιατί είναι η εποχή όπου τα αγωνιστικά τμήματα των συλλόγων βρίσκονται σε πλήρη λειτουργία.

Στην παρούσα έρευνα, ως πληθυσμός, ορίζεται ένα σύνολο περίπου 600 αθλητικών σωματείων που έχουν την έδρα τους στο νομό Αττικής. Η γεωγραφική περιοχή που επιλέχθηκε για την έρευνα, είναι ο νομός Αττικής, λόγω ευκολότερης προσβασιμότητας, περιορισμένου χρόνου και ύπαρξης μεγάλου αριθμού αθλητικών σωματείων ώστε να είναι όσο περισσότερο γίνεται, αντιπροσωπευτικό το δείγμα της έρευνας. Συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε 160 αθλητικά σωματεία ποδοσφαίρου, 10 κωπηλασίας, 22 στίβου, 23 γυμναστικής, 13 υδατοσφαίρισης, 30 ξιφασκίας, 32 ποδηλασίας, 160 καλαθοσφαίρισης και 150 πετοσφαίρισης.

Η κατασκευή του ερωτηματολογίου έγινε με τη βοήθεια του προγράμματος Google Forms, ώστε να μετατραπεί σε ηλεκτρονική μορφή και απεσταλή μέσω διαδικτύου. Επιλέχτηκε η μορφή αυτή επειδή το δείγμα της έρευνας αποτελείται από ερωτώμενους που μοιράζονται μια κοινή ιδιότητα και επειδή είναι εύκολη στη χρήση τόσο από τους συμμετέχοντες όσο και από τον ερευνητή κατά την εξαγωγή των αποτελεσμάτων.

5. Στο τέλος πραγματοποιήθηκε η καταχώρηση, η επεξεργασία και η ανάλυση των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν από τα ερωτηματολόγια. Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων καταχωρήθηκαν και επεξεργάστηκαν στο πρόγραμμα Excel 2013. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται σε πίνακες με την μορφή συχνοτήτων και ποσοστών, ενώ η απεικόνισή στους γίνεται με τη μορφή διαγραμμάτων. Επίσης, στο στατιστικό πρόγραμμα Spss 17.00, έγινε συσχέτιση μεταβλητών με τη στατιστική τεχνική cross tabulation και ακολούθως χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό τεστ chi square test, τεχνική που δείχνει εάν και πόσο στενά σχετίζονται μεταξύ τους ποιοτικές μεταβλητές.

### **5.6 Παρουσίαση Ερωτηματολογίου**

Το ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι σύντομο και απλό ώστε να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να ολοκληρώσουν την έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο βασίστηκε σε (29) ερωτήσεις που δημιουργήθηκαν εκ νέου.

Στην πρώτη σελίδα του ερωτηματολογίου υπήρχε ένα συνοδευτικό σημείωμα με πληροφορίες για το ποια είναι η ερευνήτρια, για πιο σκοπό γίνεται η έρευνα και το ποιο είναι το θέμα και ο σκοπός της διπλωματικής εργασίας. Επίσης υπήρχε ενημέρωση ότι η συμπλήρωση του είναι προαιρετική και ότι θα τηρηθεί πλήρης ανωνυμία, εχεμύθεια και εμπιστευτικότητα, στο πλαίσιο της προστασίας των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων. Τέλος, στο εισαγωγικό σημείωμα περιλαμβάνονταν επίκληση προς τον ερωτώμενο να συμμετέχει στην έρευνα γιατί σε αντίθετη περίπτωση θα αλλοιωθεί ο αρχικός σχεδιασμός της δειγματοληψίας και θα επέλθουν λάθη στην εξαγωγή σωστών τελικών συμπερασμάτων. (Ζαφειρόπουλος, 2015) Επίσης υπήρχαν τα στοιχεία επικοινωνίας της ερευνήτριας, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα επικοινωνίας μαζί της σε περίπτωση που θα υπάρξουν απορίες σχετικές με την έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε χωρίζονταν σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος, αποτελούνταν από εννιά ερωτήσεις, είχε στόχο κατά πρώτον να συλλέξει γενικά στοιχεία του δείγματος, όπως η περιοχή που δραστηριοποιείτε το αθλητικό σωματείο, τα αθλήματα που καλλιεργεί και δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων (π.χ. το φύλλο, το μορφωτικό επίπεδο και η ιδιότητα τους μέσα στο σύλλογο). Επίσης περιλάμβανε τρεις ερωτήσεις στις οποίες ζητούνταν η άποψη των συμμετεχόντων και συγκεκριμένα ζητούνταν να απαντηθεί το κατά πόσο οι ερωτώμενοι πιστεύουν ή όχι ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους ή πρέπει να υπάρχει στήριξη και από την ιδιωτική πρωτοβουλία.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, αποτελούνταν από είκοσι ερωτήσεις, ήταν πιο ειδικό και οι συμμετέχοντες έπρεπε να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικές με το θέμα της έρευνας. Ειδικότερα, έπρεπε να απαντηθεί, εάν γνωρίζουν την έννοια της ΕΚΕ, τα οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει ο σύλλογός τους από την χρήση του θέματος, εάν κάνουν προσπάθειες προς αυτήν την κατεύθυνσή, ποιες ακριβώς είναι και τι ανταπόκριση είχαν αυτές. Επίσης υπήρχαν δύο ερωτήσεις στις οποίες οι ερωτώμενοι θα έπρεπε να απαντήσουν γιατί κατά την γνώμη τους ο ερασιτεχνικός αθλητισμός θα έπρεπε να στηρίζεται ή όχι από τις εταιρείες στα πλαίσια του σχεδιασμού τους ΕΚΕ αλλά και να ιεραρχήσουν τους λόγους για τους οποίους πιστεύουν ότι υποστηρίζεται από τις εταιρείες.

Ο μεγαλύτερος αριθμός των ερωτήσεων ήταν διχοτομικής κλίμακας μαζί όμως με ερωτήσεις συνάφειας. Επίσης μεγάλος αριθμός των ερωτήσεων μεταχειρίζονταν την κλίμακα Likert των πέντε βαθμών: Καθόλου, λίγο, αρκετά, πολύ, πάρα πολύ, για την πραγματοποίηση ισχυρών στατιστικών αναλύσεων. Οι κλίμακες Likert αφορούν σε διατάξιμες μεταβλητές (ordinal variates), στις οποίες η σειρά ή αλλιώς η διάταξη μεταξύ των διαφόρων κατηγοριών έχει σημασία, έτσι ώστε οι μεγαλύτερες αριθμητικές τιμές να αντιπροσωπεύουν την παρουσία ενός χαρακτηριστικού σε μεγαλύτερο βαθμό και οι μικρότερες την παρουσία του ίδιου χαρακτηριστικού σε μικρότερο βαθμό. Η κλίμακα Likert είναι μια ψυχομετρική κλίμακα που χρησιμοποιείται στα ερωτηματολόγια εκτίμησης του βαθμού συμφωνίας (ή διαφωνίας) των συμμετεχόντων αναφορικά με διάφορες δηλώσεις/προτάσεις.

Η κλίμακα Likert είναι το άθροισμα των απαντήσεων των συμμετεχόντων στα διάφορα στοιχεία Likert που συνιστούν την κλίμακα. Κάθε στοιχείο Likert αποτελεί μια δήλωση/πρόταση, στην οποία οι συμμετέχοντες καλούνται να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας τους (ή το βαθμό διαφωνίας τους). Στην έρευνά μας χρησιμοποιήθηκαν (5) απαντήσεις σε διατεταγμένη κλίμακα και οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να επιλέξουν αυτή που τους εκφράζει περισσότερο. Η τυπική δομή ενός στοιχείου Likert στο οποίο υπάρχουν 5 πιθανές απαντήσεις σε διατεταγμένη κλίμακα, αναφορικά με το βαθμό συμφωνίας (ή το βαθμό διαφωνίας) με μια δήλωση/πρόταση, παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

### Πίνακας 5.6.1

Δομή ενός στοιχείου Likert στο οποίο υπάρχουν 5 βαθμοί συμφωνίας/ διαφωνίας

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5

Υπήρχαν όμως και κλειστού τύπου ερωτήσεις όπως και κάποιες ανοικτού τύπου ώστε να εκφράσει ο ερωτώμενος την άποψή του.

Τα ερωτηματολόγια που συλλέχθηκαν ήταν 106 και η επεξεργασία τους στα προγράμματα Excel και Spss έγινε τον Δεκέμβριο του 2016 και τον Ιανουάριο του 2017 αντίστοιχα. Ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου δεν ξεπερνούσε τα 5'-7' λεπτά.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα απεικονίζεται στο παράρτημα.

### 5.7 Πιλοτική Έρευνα

Πιλοτικές ονομάζονται οι μικρές δοκιμαστικές έρευνες που πραγματοποιούνται πριν την διεξαγωγή της κύριας έρευνας. Το ερωτηματολόγιο διανέμεται προς συμπλήρωση σε ένα δείγμα λίγων ερωτωμένων. Από τις απαντήσεις των ατόμων αυτών συλλέγονται πολύτιμες πληροφορίες: θα φανούν σημεία που δεν είναι κατανοητά στους ερωτώμενους, θα γίνουν διορθώσεις και επεκτάσεις ερωτήσεων, θα ελεγχθεί το ερωτηματολόγιο ως προς το χρόνο συμπλήρωσης, την εγκυρότητα και την αξιοπιστία του. (Ζαφειρόπουλος, 2015)

Η δοκιμαστική έρευνα πραγματοποιήθηκε σε δείγμα πέντε αθλητικών σωματείων που ανήκουν στην δύναμη της Ένωσης Σωματείων Πετοσφαίρισης Αθήνας και Ανατολικής Αττικής. Τα ερωτηματολόγια εστάλησαν το μήνα Νοέμβριο 2016 ηλεκτρονικά στα σωματεία.

Μετά το τέλος της δοκιμαστικής έρευνας έγιναν κάποιες μικρές διορθώσεις - βελτιώσεις σε σημεία που επισημάνθηκαν από τους παράγοντες των σωματείων ότι δεν ήταν τόσο κατανοητά. Παραδείγματος χάριν, ζητήθηκε να μπει ένας ορισμός, στην αρχή του ερωτηματολογίου, για το τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Στη συνέχεια, μετά τις διορθωτικές ενέργειες ξεκίνησε η διεξαγωγή της έρευνας και η διανομή των ερωτηματολογίων.

## **5.8 Ηθικά Ζητήματα**

Κατά τη διεξαγωγή της έρευνας, τηρήθηκαν όλοι οι κανόνες εμπιστευτικότητας και δεοντολογίας, με σκοπό τη διαφύλαξη της ανωνυμίας και την τήρηση του απορρήτου των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων. Ο κάθε συμμετέχοντας πριν την συμμετοχή του ενημερώθηκε με επιστολή, που διαβεβαίωνε, ό,τι σκοπός της έρευνας ήταν η απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος από τα Α.Ε.Ι.ΤΕΙ Πειραιά, ό,τι δεν θα αναγράφονταν πουθενά το όνομα η οποιοδήποτε άλλο προσωπικό του αναγνωριστικό του στοιχείο, ό,τι η συμμετοχή του ήταν προαιρετική, ό,τι μπορούσε να αποχωρήσει οποιαδήποτε στιγμή από την έρευνα και να μην συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο και ό,τι η συλλογή και η επεξεργασία των δεδομένων θα πραγματοποιούταν αποκλειστικά για στατιστικούς και ερευνητικούς σκοπούς.

## **5.9 Περιορισμοί**

Στην παρούσα έρευνα υπήρχαν κάποιοι περιορισμοί, όπως ότι η έρευνα που διενεργήθηκε πραγματοποιήθηκε με την αποστολή ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου (Google Forms) λόγω χρονικού περιορισμού και όχι με την φυσική παρουσία της ερευνήτριας, που μπορεί να είχε σαν αποτέλεσμα την μεγαλύτερη συμμετοχή των ερωτώμενων.

Επίσης το δείγμα ουσιαστικά αφορούσε την περιοχή της Αττικής. Ενδεχομένως η διερεύνηση σε εθνικό επίπεδο να παρουσίαζε διαφοροποιήσεις, όμως στο νομό Αττικής δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός αθλητικών σωματείων όπως και ένας μεγάλος αριθμός εταιρειών στις οποίες μπορούν αυτά να απευθυνθούν. Άλλος ένας περιορισμός είναι ότι το δείγμα αφορούσε ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία που ασχολούνται κατά κύριο λόγο με το άθλημα της πετοσφαίρισης, της καλαθοσφαίρισης και του ποδοσφαίρου ενώ τα υπόλοιπα αθλήματα όπως η ποδηλασία, η ξιφασκία, η ιστιοπλοΐα, ο στίβος, η γυμναστική, η πάλη, η τοξοβολία, η αντιπτερίση κ.τ.λ. εκπροσωπήθηκαν σε πολύ μικρότερο βαθμό ή καθόλου, λόγω μη δυνατότητας εύρεσης στοιχείων επικοινωνίας με αυτά, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε διαφοροποιήσεις των αποτελεσμάτων της έρευνας.

## **5.10 Περιγραφική και Στατιστική Ανάλυση Ερωτηματολογίου**

Α) Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου συλλέχθηκαν γενικά στοιχεία των συμμετεχόντων όπως το φύλο, η ιδιότητα και το μορφωτικό επίπεδο και το άθλημα που



εκπροσωπούν. Επίσης απάντησαν στο κατά πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν με το θέμα τις έρευνας. Συγκεκριμένα ελήφθησαν απαντήσεις από 106 ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία τα οποία δραστηριοποιούνται στο νομό Αττικής.

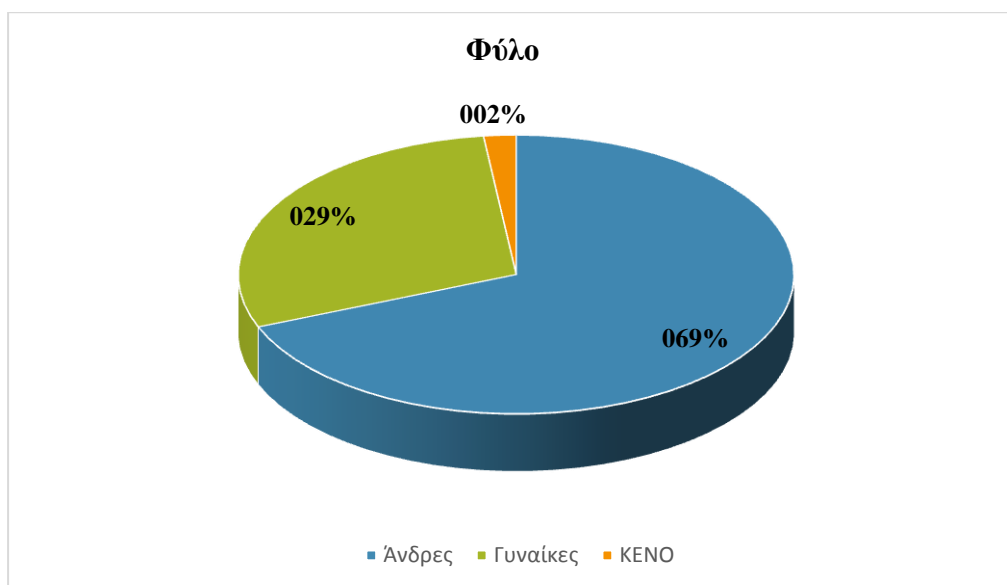
α) Φύλο (Πίνακας 5.10.1)

Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν 73 άνδρες (68,87%) και 31 γυναίκες (29,25%), ενώ υπήρξαν 2 απαντήσεις στις οποίες οι συμμετέχοντες δεν διευκρίνισαν το φύλο τους (1,89%).

**Πίνακας 5.10.1**

**Φύλο**

<b>ΦΥΛΟ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Άνδρες	73	68,87%
Γυναίκες	31	29,25%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.1**

**Φύλο**

β) Ιδιότητα (Πίνακας 5.10.2)

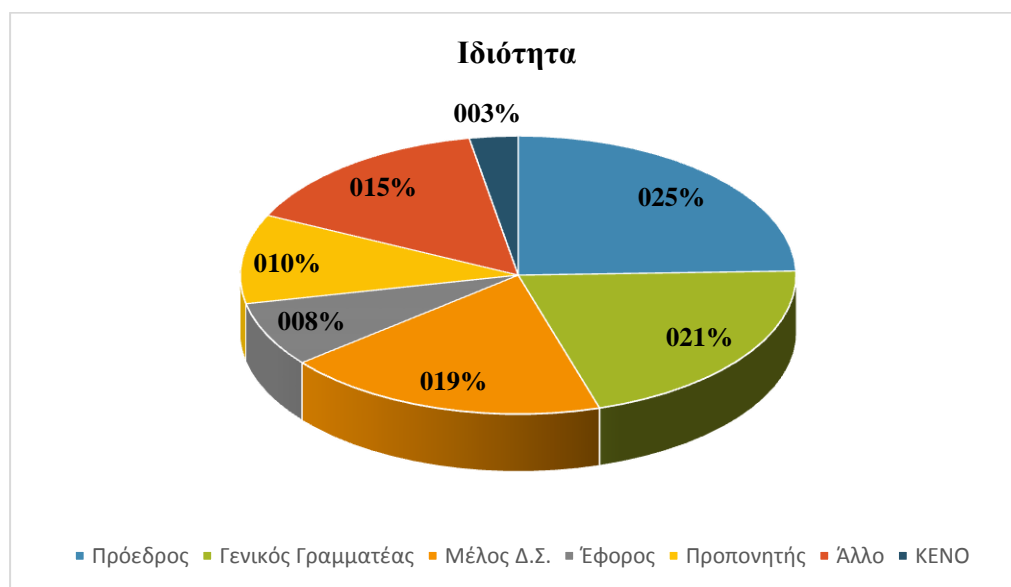
Οι απαντήσεις δόθηκαν κυρίως από τους προέδρους των συλλόγων (24,53%), ακολούθησαν οι γενικοί γραμματείς (20,75%), τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου

(18,87%), άλλη ιδιότητα εκτός των προαναφερθέντων (15,09%), ενώ λιγότερη συμμετοχή υπήρξε από προπονητές (10,38%) και εφόρους (7,55%). Επίσης υπήρξαν και 3 απαντήσεις που έμειναν κενές.

**Πίνακας 5.10.2**

**Ιδιότητα**

<b>ΙΔΙΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Πρόεδρος	26	24,53%
Γενικός Γραμματέας	22	20,75%
Μέλος Δ.Σ.	20	18,87%
Έφορος	8	7,55%
Προπονητής	11	10,38%
Άλλο	16	15,09%
ΚΕΝΟ	3	2,83%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.2**

**Ιδιότητα**

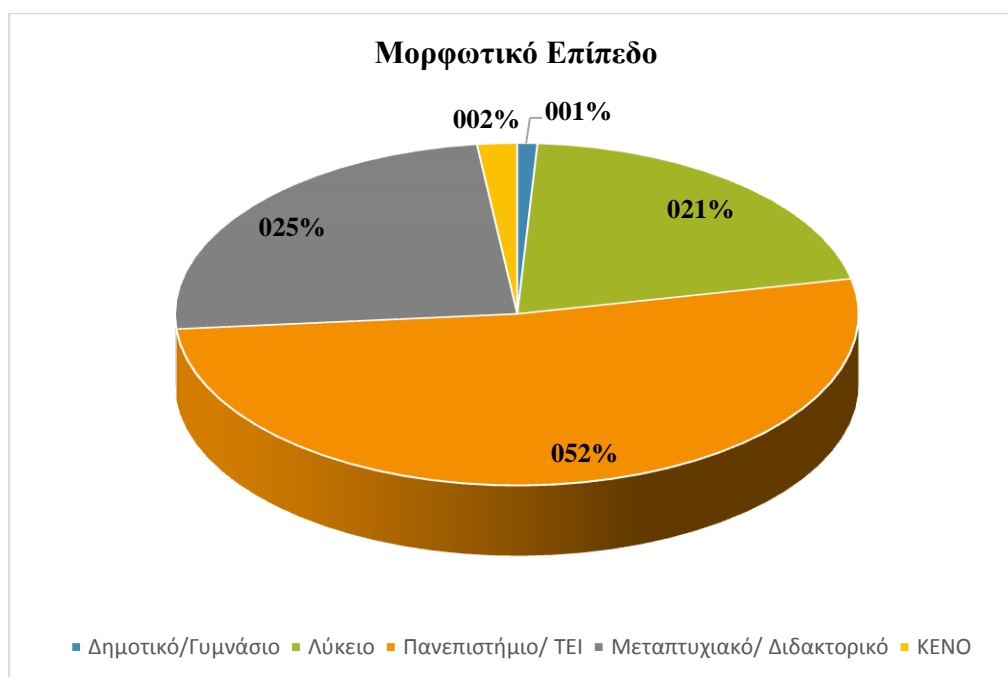
γ) Μορφωτικό Επίπεδο (Πίνακας 5.10.3)

Από τους ερωτηθέντες το μεγαλύτερο ποσοστό διαθέτει αρκετά υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

Το (51,89%) είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου ή ΤΕΙ, το (24,53%) έχουν μεταπτυχιακό/διδακτορικό τίτλο σπουδών, το (20,75%) είναι απόφοιτοι λυκείου και μόλις το (0,94%) είναι απόφοιτοι υποχρεωτικής εκπαίδευσης. Επίσης υπήρξαν και 2 απαντήσεις που δεν συμπληρώθηκαν.

**Πίνακας 5.10.3**  
**Μορφωτικό Επίπεδο**

<b>ΜΟΡΦΩΣΗ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Δημοτικό/Γυμνάσιο	1	0,94%
Λύκειο	22	20,75%
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	55	51,89%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	26	24,53%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.3**  
**Μορφωτικό Επίπεδο**

δ) Αριθμός Αθλημάτων (Πίνακας 5.10.4)

Οι περισσότεροι σύλλογοι (59) καλλιεργούν περισσότερα από ένα αθλήματα (55,66%) αλλά είναι αρκετοί και αυτοί που περιορίζονται σε ένα μόλις άθλημα (43,40%). Μια απάντηση δεν συμπληρώθηκε.

**Πίνακας 5.10.4**  
**Αριθμός Αθλημάτων**

<b>ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΑΘΛΗΜΑΤΑ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤ Ο</b>
Όχι	46	43,40%
Ναι	59	55,66%
ΚΕΝΟ	1	0,94%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100%



**Διάγραμμα 5.10.4**  
**Περισσότερα του ενός αθλήματα**

ε) Αθλήματα – αντικείμενο έρευνας (Πίνακας 5.10.5)

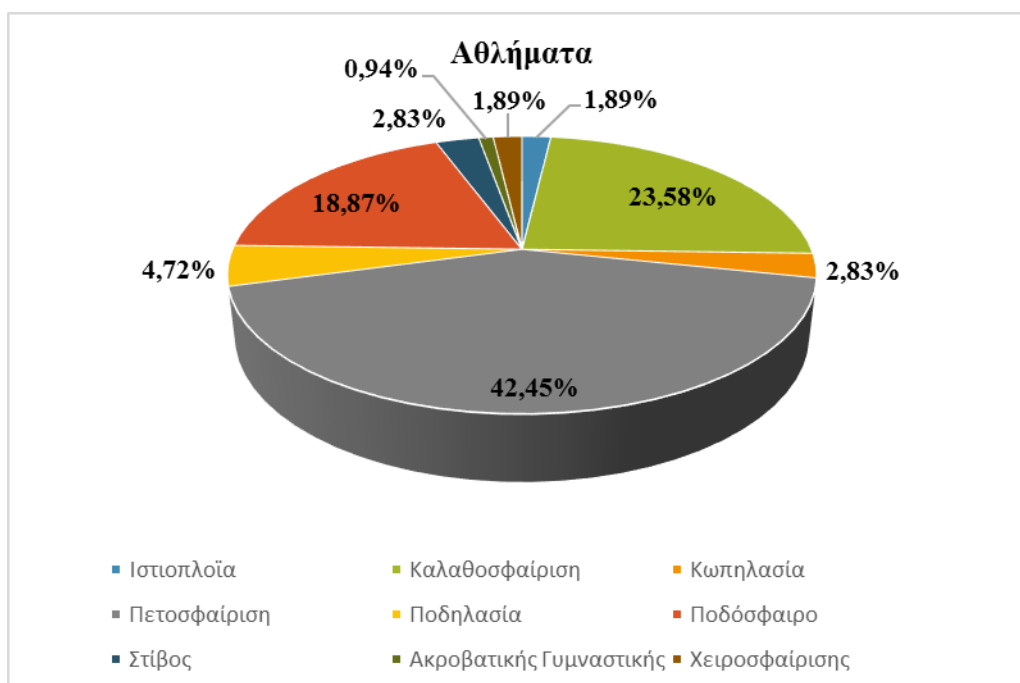
Οι περισσότερες απαντήσεις δόθηκαν από τους παράγοντες, που ασχολούνται με το άθλημα της πετοσφαίρισης (42,45%), ακολουθεί το άθλημα της καλαθοσφαίρισης με (23,58%) και το άθλημα του ποδοσφαίρου με (18,87%). Ωστόσο αρκετοί σύλλογοι απαντούν για άλλα αθλήματα όπως η ποδηλασία (4,72%), ο στίβος (2,83%), η

κωπηλασία (2,83%), η χειροσφαίριση (1,89%), η ιστιοπλοΐα (1,89%) και η ακροβατική γυμναστική (0,94%).

**Πίνακας 5.10.5**

**Αθλήματα**

<b>ΑΘΛΗΜΑΤΑ</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ιστιοπλοΐα	2	1,89%
Καλαθοσφαίριση	25	23,58%
Κωπηλασία	3	2,83%
Πετοσφαίριση	45	42,45%
Ποδηλασία	5	4,72%
Ποδόσφαιρο	20	18,87%
Στίβος	3	2,83%
Ακροβατική Γυμναστική	1	0,94%
Χειροσφαίριση	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.5**

**Αθλήματα**

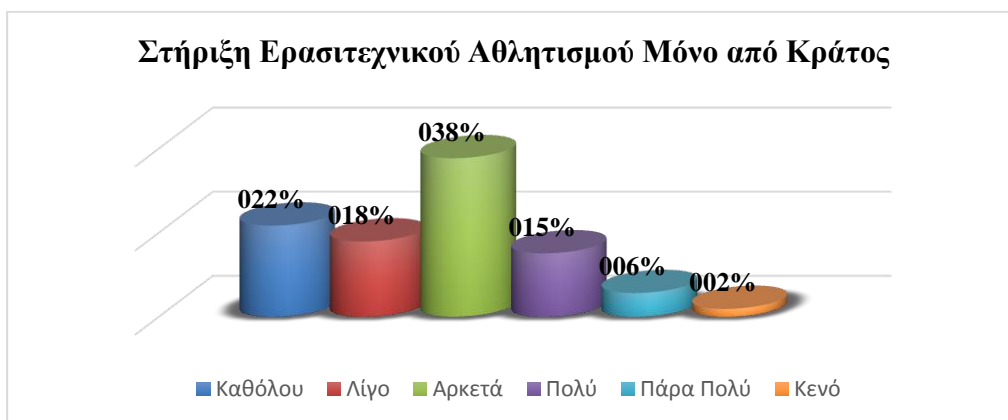
Στη συνέχεια του πρώτου μέρους του ερωτηματολογίου, ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να εκφέρουν την άποψή τους. Η πρώτη ερώτηση αφορούσε το σε τι ποσοστό συμφωνούν ή όχι με την άποψη ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να γίνεται μόνο από την πολιτεία ή εάν θα πρέπει να υπάρχει στήριξη και από τον ιδιωτικό τομέα. (Πίνακας 5.10.6)

Η πλειοψηφία των απαντήσεων υποστηρίζει: «Αρκετά» (37,74%) «Καθόλου» (21,70%), «Λίγο» (17,92%, «Πολύ» (15,09%), και «Πάρα Πολύ» (5,66%), ενώ υπήρξαν και 2 κενές απαντήσεις. Ο μέσος όρος της βαθμολογίας με βάση την κλίμακα Likert για αυτή την ερώτηση είναι 2,59.

**Πίνακας 5.10.6**

**Στήριξη ερασιτεχνικού αθλητισμού από το κράτος**

Πιστεύετε ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους;		
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	23	21,70%
Λίγο	19	17,92%
Αρκετά	40	37,74%
Πολύ	16	15,09%
Πάρα Πολύ	6	5,66%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.6**

**Στήριξη ερασιτεχνικού αθλητισμού από το κράτος**

Η δεύτερη ερώτηση αφορούσε στο εάν οι ερωτώμενοι πιστεύουν ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων. (Πίνακας 5.10.7)

Οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων (40,57%) υποστήριξαν ότι κατά την άποψή τους δεν υφίσταται τέτοιου είδους κίνδυνος, (26,42%) απάντησαν «Λίγο», ενώ ποσοστό (15,09%) απάντησε «Πολύ» και (11,32%) «Αρκετά». Υπήρξαν 2 κενές απαντήσεις. Ο μέσος όρος της κλίμακας για αυτή την ερώτηση διαμορφώνεται στο 2,11.

**Πίνακας 5.10.7**

**Αλλοίωση του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων**

Πιστεύετε ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων;		
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	43	40,57%
Λίγο	28	26,42%
Αρκετά	12	11,32%
Πολύ	16	15,09%
Πάρα Πολύ	5	4,72%
KENO	2	1,89%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.7**

**Αλλοίωση του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων**

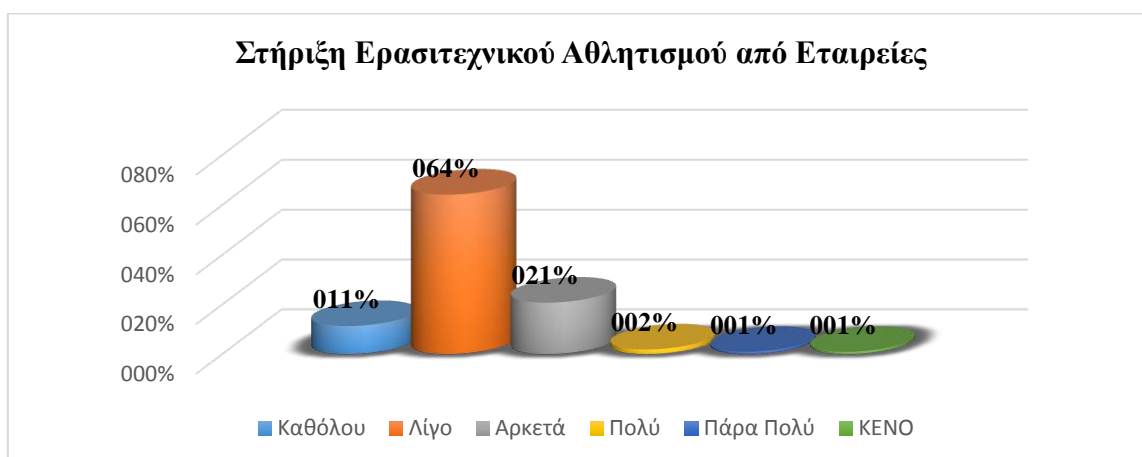
Η τρίτη ερώτηση αφορούσε στο εάν οι ερωτώμενοι πιστεύουν ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού απασχολεί τις εταιρείες. (Πίνακας 5.10.8)

Τα μέλη των σωματείων, σε ποσοστό (64,15%) πιστεύουν ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού απασχολεί μεν τις επιχειρήσεις αλλά σε μικρό βαθμό, ενώ το (11,32%) απάντησαν ότι δεν τις απασχολεί «Καθόλου». Από αυτούς που απάντησαν ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού απασχολεί τις επιχειρήσεις, το (20,75%), απάντησε «Αρκετά», το (1,89%) απάντησε «Πολύ» και το (0,94%) απάντησε «Πάρα Πολύ». Ο μέσος όρος της βαθμολογίας με βάση την κλίμακα Likert για αυτή την ερώτηση είναι 2,14.

**Πίνακας 5.10.8**

**Στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού από εταιρείες**

Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις εταιρείες η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού;		
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	12	11,32%
Λίγο	68	64,15%
Αρκετά	22	20,75%
Πολύ	2	1,89%
Πάρα Πολύ	1	0,94%
KENO	1	0,94%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.8**

**Στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού από εταιρείες**



B) Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου είναι πιο ειδικό και αφορά το εάν ο ερωτώμενος γνωρίζει το θέμα της έρευνας, τα οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει από την χρήση του θέματος, το είδος των προσπαθειών που κάνει προς αυτήν την κατεύθυνση και την ανταπόκριση που είχαν αυτές.

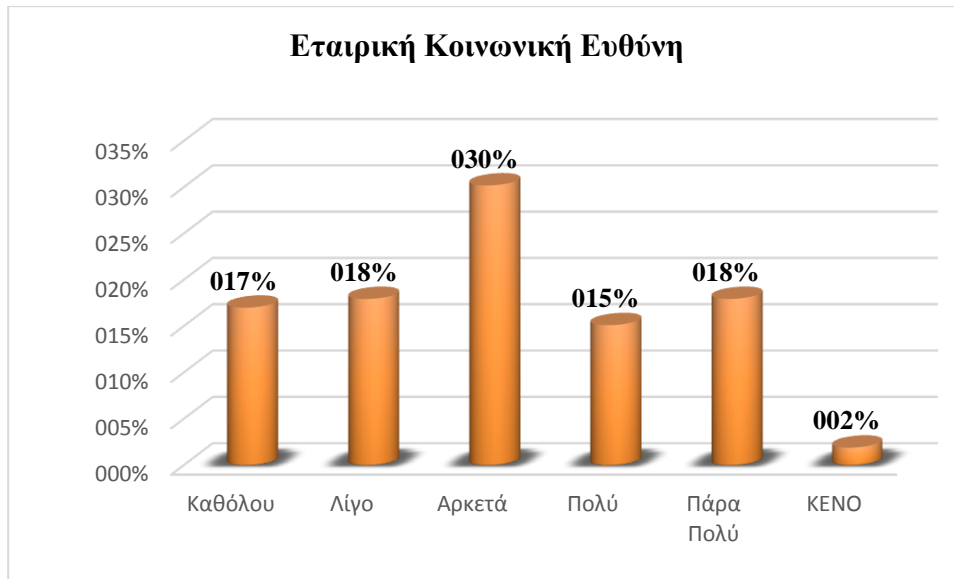
Ερώτηση 1<sup>η</sup>: Η πρώτη ερώτηση σχετίζονταν με το κατά πόσο τα μέλη των αθλητικών σωματείων γνωρίζουν την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (Πίνακας 5.10.9)

Τα ποσοστά των απαντήσεων κυμάνθηκαν σχεδόν ομοιόμορφα σε όλο το εύρος της κλίμακας Likert με μικρές αποκλίσεις: το (16,98%) δήλωσε «Καθόλου», το (17,92%) δήλωσε «Λίγο» ενώ το (17,92% ) δήλωσε «Πάρα Πολύ» και το (15,09%) δήλωσε «Πολύ». Η απάντηση που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό είναι το «Αρκετά» με ποσοστό (30,19%) δείχνοντας ότι οι παράγοντες των σωματείων είναι ενήμεροι για την έννοια της ΕΚΕ. Ο σταθμισμένος μέσος όρος της κλίμακας για την γνώση των συμμετεχόντων σχετικά με την ΕΚΕ είναι 2,93.

**Πίνακας 5.10.9**

**Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ);		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	18	16,98%
Λίγο	19	17,92%
Αρκετά	32	30,19%
Πολύ	16	15,09%
Πάρα Πολύ	19	17,92%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.9**  
**Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

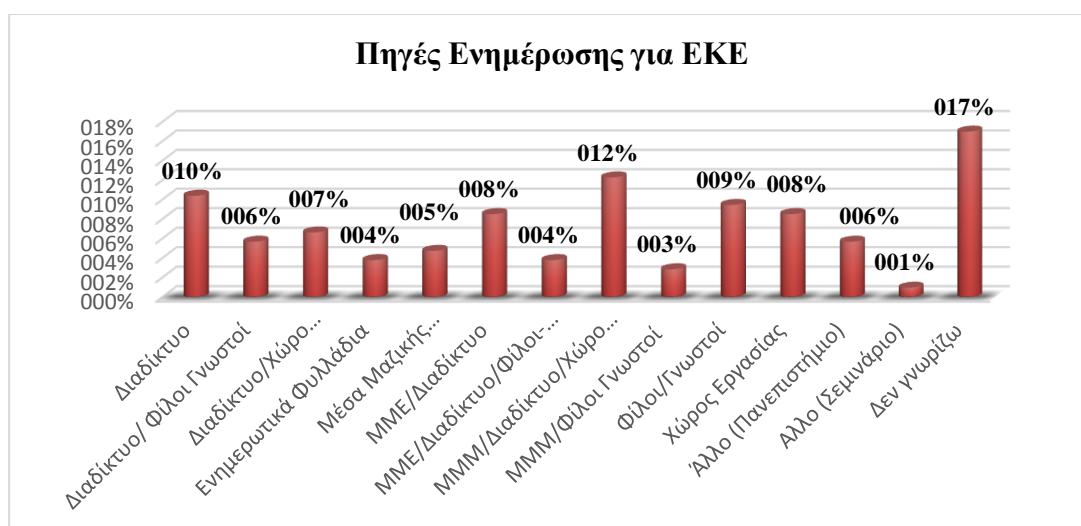
Ερώτηση 2<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση έπρεπε να δηλωθούν οι πηγές από τις οποίες οι ερωτώμενοι απέκτησαν τη γνώση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. (Πίνακας 5.10.10)

Οι πηγές από τις οποίες έχουν ενημερωθεί σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι κυρίως το διαδίκτυο (10,38%) ενώ ακολουθούν οι φίλοι – γνωστοί (9,43%) αλλά και ο χώρος εργασίας (8,49%). Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δείχνουν να είναι ενήμεροι από περισσότερες από μία πηγές όπως ΜΜΕ / Διαδίκτυο και Χώρο Εργασίας (12,26%). Λιγότερο διαδεδομένη πηγή ενημέρωσης φαίνεται να αποτελούν τα σεμινάρια, συγκεντρώνοντας (0,94%).

**Πίνακας 5.10.10**

**Πηγές Ενημέρωσης για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Εάν γνωρίζεται από πού έχετε ακούσει για την ΕΚΕ;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Διαδίκτυο	11	10,38%
Διαδίκτυο/Φίλοι - Γνωστοί	6	5,66%
Διαδίκτυο/ Χώρος Εργασίας	7	6,60%
Ενημερωτικά Φυλλάδια	4	3,77%
Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας	5	4,72%
ΜΜΕ/Διαδίκτυο	9	8,49%
ΜΜΜΕ/Διαδίκτυο/Φίλοι-Γνωστοί	4	3,79%
ΜΜΕ/Διαδίκτυο/ Χώρος Εργασίας	13	12,26%
ΜΜΕ/Φίλοι - Γνωστοί	3	2,83%
Φίλοι/Γνωστοί	10	9,43%
Χώρος Εργασίας	9	8,49%
Άλλο (Πανεπιστήμιο)	6	5,66%
Άλλο (Σεμινάριο)	1	0,94%
Δεν γνωρίζω	18	16,98%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.10**

**Πηγές Ενημέρωσης για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

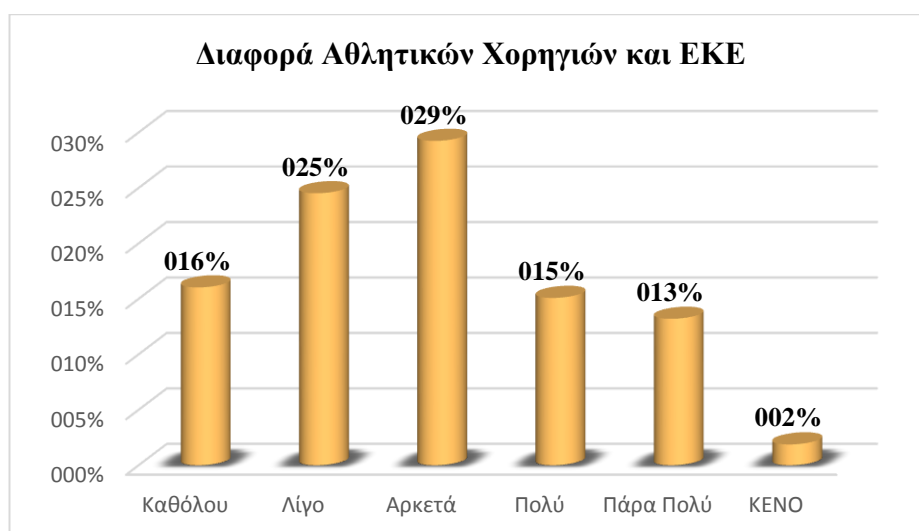
**Ερώτηση 3<sup>η</sup>:** Προκειμένου όμως να διαπιστωθεί κατά πόσο τα μέλη κατανοούν τι είναι πραγματικά η ΕΚΕ τους ζητήθηκε να απαντήσουν εάν γνωρίζουν τη διαφορά μεταξύ εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και αθλητικών χορηγιών. (Πίνακας 5.10.11)

Το μεγαλύτερο ποσοστό γνωρίζει τη διαφορά μεταξύ αθλητικών χορηγιών και ΕΚΕ δηλώνοντας: «Αρκετά» (29,25%), «Πάρα Πολύ» (13,21%) και «Πολύ» (15,09%). Παρ' όλα αυτά, ένα μεγάλο ποσοστό δεν γνωρίζει την μεταξύ τους διαφορά. «Καθόλου» δήλωσε το (16,04%) και ακολούθως «Λίγο» το (24,53%). Η βαθμολογία Likert για αυτή την ερώτηση είναι 2,79.

**Πίνακας 5.10.11**

**Διαφορά αθλητικών χορηγιών και ΕΚΕ**

Γνωρίζετε τη διαφορά μεταξύ αθλητικών χορηγιών και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	17	16,04%
Λίγο	26	24,53%
Αρκετά	31	29,25%
Πολύ	16	15,09%
Πάρα Πολύ	14	13,21%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.11**

**Διαφορά αθλητικών χορηγιών και ΕΚΕ**

Ερώτηση 4<sup>η</sup>: Η επόμενη ερώτηση αφορούσε στο ποιοι ενεργούν στο σύλλογο για να φέρουν πρόσθετους πόρους. (Πίνακας 5.10.12)

Οι περισσότερες απαντήσεις ανέφεραν ό,τι οι περισσότερες ενέργειες για την εξεύρεσή πόρων στο σύλλογο γίνονται από τον πρόεδρο και τα μέλη του Δ.Σ (28,30%) και ακολούθως μεμονωμένα από τα μέλη του Δ.Σ (28,30%). Σε πολλά σωματεία οι ενέργειες αυτές γίνονται μόνο από τον πρόεδρο (9,43%) ενώ αρκετά σωματεία διαθέτουν οργανωμένο τμήμα μάρκετινγκ για αυτό το σκοπό (10,38%). Υπάρχουν και απαντήσεις ό,τι ενέργειες προς αυτήν την κατεύθυνσή γίνονται από τους γονείς των αθλητών, τους προπονητές, τους αθλητές και τους φίλους του συλλόγου.

**Πίνακας 5.10.12**

**Ποιοι ενεργούν για εξεύρεσή πρόσθετων πόρων**

Οι ενέργειες που γίνονται από το σύλλογό σας για την εξεύρεσή πρόσθετων πόρων γίνονται από:		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Πρόεδρος	10	9,43%
Πρόεδρος /Μέλη Δ.Σ.	30	28,30%
Πρόεδρος/Μέλη Δ.Σ./Γονείς	4	3,77%
Πρόεδρος/Μέλη Δ.Σ./Εφοροι	1	0,94%
Πρόεδρος/Μέλη Δ.Σ./ Μάρκετινγκ	8	7,55%
Μέλη Δ.Σ	30	28,30%
Μέλη Δ.Σ./Γονείς	2	1,89%
Μέλη Δ.Σ. /Προπονητές	3	2,83%
Οργανωμένο τμήμα Μάρκετινγκ	11	10,38%
Προπονητής/Αθλητές	1	0,94%
Φίλοι Συλλόγου	3	2,83%
KENO	3	2,83%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.12**

**Ποιοι ενεργούν για εξεύρεση πρόσθετων πόρων**

Ερώτηση 5<sup>η</sup>: Εκτός των βασικών πηγών εσόδων (συνδρομές μελών – αθλητών, επιχορηγήσεις) οι σύλλογοι έχουν πρόσθετη στήριξη και μέσω άλλων πηγών. Τέτοιες πηγές παραδείγματος χάριν είναι: οι μεγάλες/ πολυεθνικές επιχειρήσεις (μέσω κοινωνικών χορηγιών), οι χορηγίες από τοπικές επιχειρήσεις, οι χορηγίες από μεγάλες/ πολυεθνικές επιχειρήσεις, η διοργάνωση εκδηλώσεων, οι δωρεές κ.α. (Πίνακες 5.10.13)

**1. Στήριξη τοπικών επιχειρήσεων**

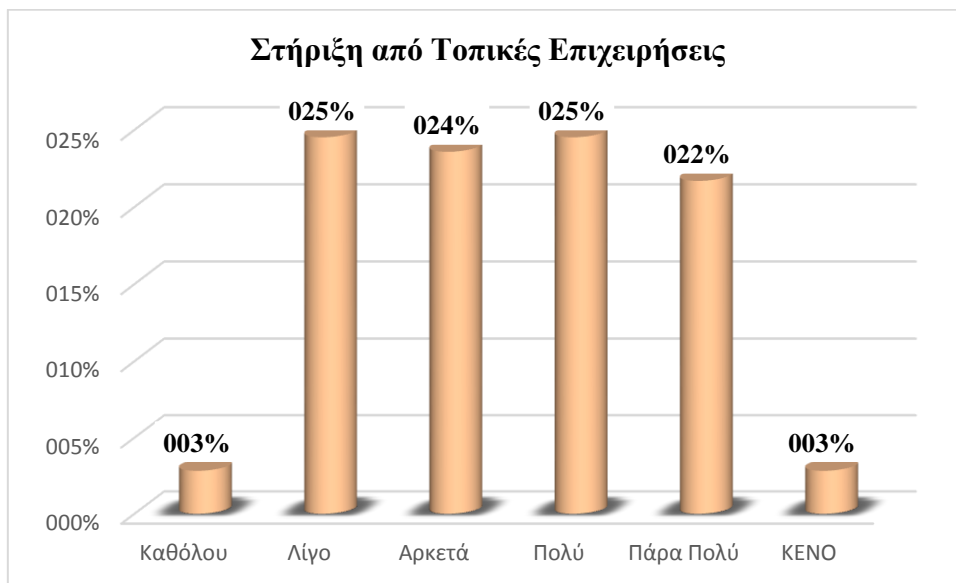
Το (24,53%) των συλλόγων στηρίζεται «Πολύ», το (21,70%) «Πάρα Πολύ» και το (23,58%) «Αρκετά» στις τοπικές επιχειρήσεις. Ενώ «Λίγο» στηρίζεται το (24,53% ) και «Καθόλου» το (2,83%). Βαθμολογία 3,29 κλίμακας Likert.

### Πίνακας 5.10.13.1

#### Στήριξη από τοπικές επιχειρήσεις

Με ποιο τρόπο επιδιώκετε την εύρεση πρόσθετης στήριξης του συλλόγου σας εκτός βασικών πηγών εσόδων (συνδρομές μελών – αθλητών, επιχορηγήσεων) μέσω: 1. Στήριξη από τοπικές επιχειρήσεις

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	3	2,83%
Λίγο	26	24,53%
Αρκετά	25	23,58%
Πολύ	26	24,53%
Πάρα Πολύ	23	21,70%
KENO	3	2,83%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



Διάγραμμα 5.10.13.1

#### Στήριξη από τοπικές επιχειρήσεις

### 2. Στήριξη μέσω μεγάλων/ πολυεθνικών επιχειρήσεων (κοινωνικές χορηγίες)

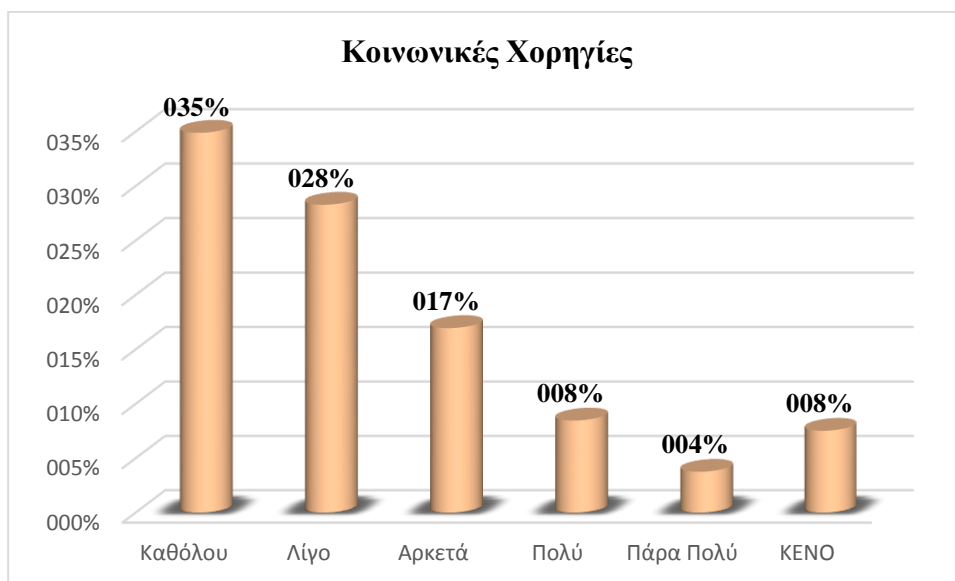
Οι σύλλογοι βασιζόμενοι και στην έως τώρα εμπειρία τους δεν δείχνουν να απευθύνονται στις κοινωνικές χορηγίες για επιπρόσθετα οφέλη απαντώντας κατά πλειοψηφία «Καθόλου» (34,91%) και «Λίγο» (28,3%). Θετικό μπορεί να

χαρακτηριστεί το γεγονός ότι το (16,98%) απάντησε «Αρκετά» και το (8,49%) απάντησε «Πολύ» δείχνοντας ότι γνωρίζει το θέμα και κάνει προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση. Βαθμολογία 1,95 κλίμακας Likert.

**Πίνακας 5.10.13.2**

**Στήριξη από κοινωνικές χορηγίες**

Με ποιο τρόπο επιδιώκετε την εύρεση πρόσθετης στήριξης του συλλόγου σας εκτός βασικών πηγών εσόδων (συνδρομές μελών – αθλητών, επιχορηγήσεων) μέσω: 2. Στήριξη από μεγάλες/ πολυεθνικές επιχειρήσεις (κοινωνική χορηγία)		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	37	34,91%
Λίγο	30	28,30%
Αρκετά	18	16,98%
Πολύ	9	8,49%
Πάρα Πολύ	4	3,77%
ΚΕΝΟ	8	7,55%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.13.2**

**Κοινωνικές χορηγίες**



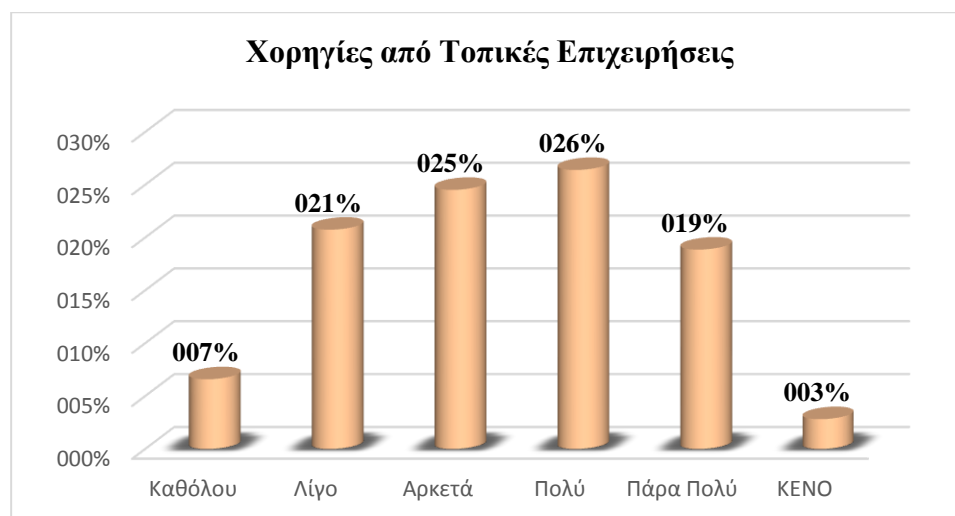
### 3. Χορηγίες από τοπικές επιχειρήσεις

Σε αυτή την περίπτωση οι ερωτώμενοι εμφανίζονται πιο θετικοί, απαντώντας κατά πλειοψηφία (26,42%) «Πολύ», ενώ ακολουθεί το «Αρκετά» (24,53%) και το «Πάρα Πολύ» (18,87%). Στον αντίποδα το «Καθόλου» και το «Λίγο» συγκεντρώνουν ποσοστό (27,35%), δείχνοντας ότι η χορηγία από τοπικές επιχειρήσεις είναι βασική πηγή στήριξης των σωματείων. Η βαθμολογία διαμορφώνεται σε 3,22 στην κλίμακα Likert.

**Πίνακας 5.10.13.3**

#### Χορηγίες από τοπικές επιχειρήσεις

	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	7	6,60%
Λίγο	22	20,75%
Αρκετά	26	24,53%
Πολύ	28	26,42%
Πάρα Πολύ	20	18,87%
ΚΕΝΟ	3	2,83%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.13.3**

#### Χορηγίες από τοπικές επιχειρήσεις

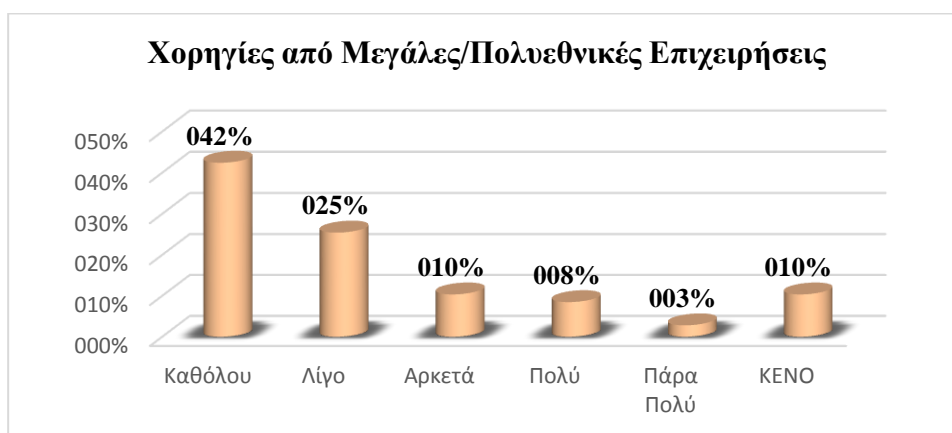
#### 4. Χορηγίες από μεγάλες/ πολυεθνικές επιχειρήσεις

Αντίθετα, οι σύλλογοι φαίνεται να μην επιδιώκουν χορηγίες από μεγάλες επιχειρήσεις, απαντώντας κατά (42,45%) «Καθόλου» και κατά (25,47%) «Λίγο». Αντιθέτως, το «Αρκετά», το «Πάρα Πολύ» και το «Πολύ» συγκεντρώνουν συνολικά (21,70%) δείχνοντας ότι τα ερασιτεχνικά σωματεία είτε δεν κάνουν προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνσή είτε δεν επιλέγονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις στα πλαίσια των χορηγικών τους προγραμμάτων. Η βαθμολογία διαμορφώνεται σε 1,72 στην κλίμακα Likert.

**Πίνακας 5.10.13.4**

#### Χορηγίες από μεγάλες/ πολυεθνικές επιχειρήσεις

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	45	42,45%
Λίγο	27	25,47%
Αρκετά	11	10,38%
Πολύ	9	8,49%
Πάρα Πολύ	3	2,83%
ΚΕΝΟ	11	10,38%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.13.4**

#### Χορηγίες από μεγάλες/ πολυεθνικές επιχειρήσεις

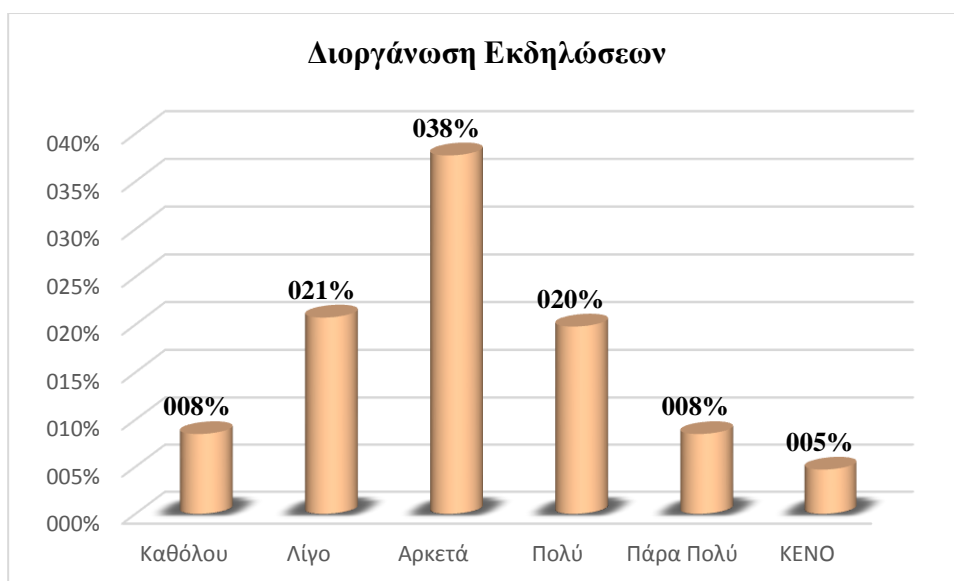
## 5. Διοργάνωση εκδηλώσεων

Η διοργάνωση εκδηλώσεων για τη στήριξή τους, είναι ένας τρόπος τον οποίο οι σύλλογοι χρησιμοποιούν «Αρκετά» (37,74%), «Πολύ» (19,81% ) και «Πάρα Πολύ» (8,49%), δείχνοντας ότι ο τρόπος αυτός αποτελεί βασική πηγή χρηματοδότησης των σωματείων. «Λίγο» απάντησε το (20,75%). Η βαθμολογία διαμορφώνεται σε 2,85 στην κλίμακα Likert.

**Πίνακας 5.10.13.5**

### Διοργάνωση εκδηλώσεων

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	9	8,49%
Λίγο	22	20,75%
Αρκετά	40	37,74%
Πολύ	21	19,81%
Πάρα Πολύ	9	8,49%
KENO	5	4,72%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.13.5**

### Διοργάνωση εκδηλώσεων

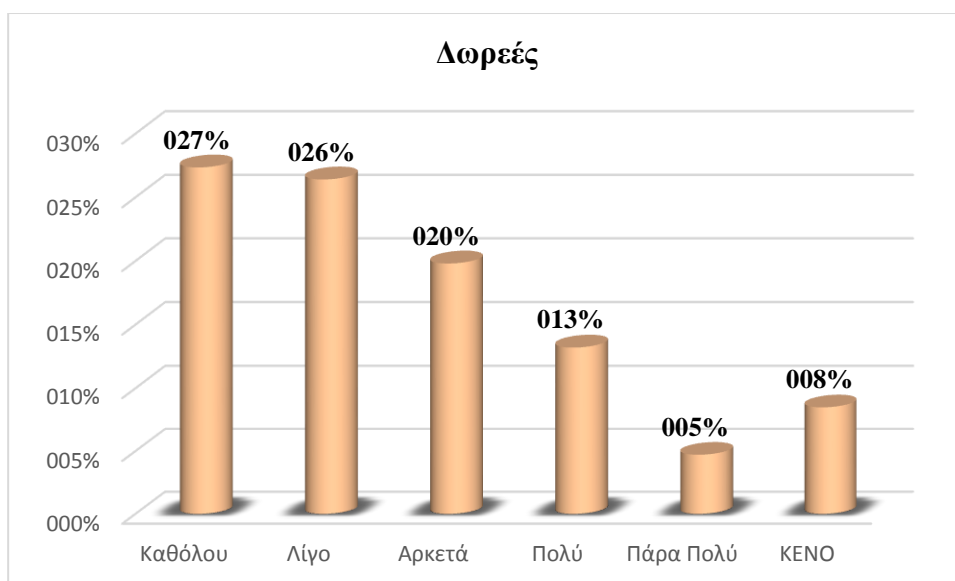
## 6. Δωρεές

Το μεγαλύτερο ποσοστό (27,36%) δεν στηρίζεται «Καθόλου» όπως και το (26,42%) στηρίζεται «Λίγο» σε δωρεές, ενώ μόλις το (4,72%) στηρίζεται «Πάρα Πολύ». Κάποια σωματεία όμως δηλώνουν ότι στηρίζονται με αυτόν τον τρόπο σε ποσοστό (19,81%) «Αρκετά» και «Πολύ» σε ποσοστό (13,21%). Η βαθμολογία Likert για αυτό τον τρόπο στήριξης είναι 2,16.

**Πίνακας 5.10.13.6**

### Δωρεές

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	29	27,36%
Λίγο	28	26,42%
Αρκετά	21	19,81%
Πολύ	14	13,21%
Πάρα Πολύ	5	4,72%
KENO	9	8,49%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.13.6**

### Δωρεές

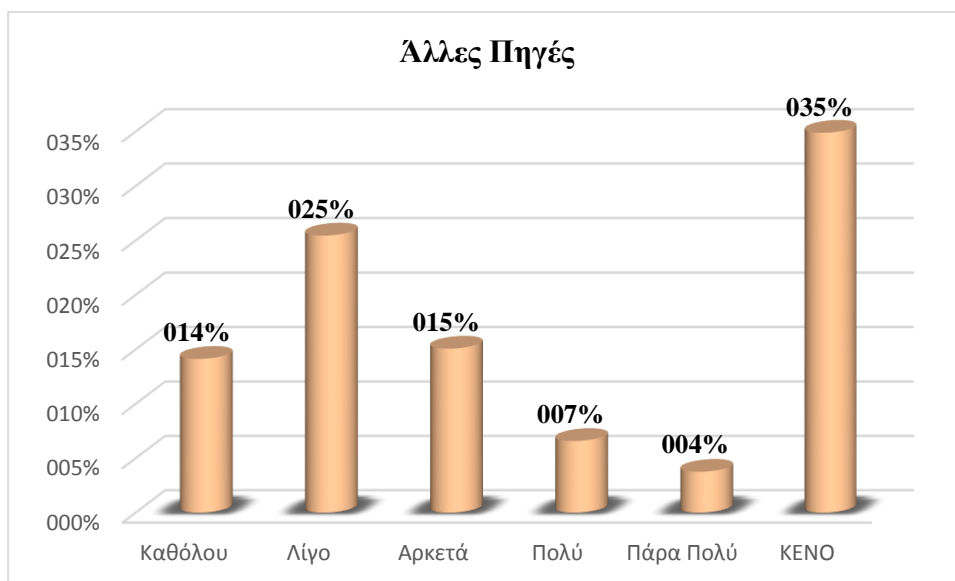
## 7. Άλλες πηγές

Εκτός από τις πηγές που προαναφέρθηκαν, οι σύλλογοι επιδιώκουν πρόσθετη στήριξη και από άλλες πηγές αλλά σε μικρότερο βαθμό. (25,47%) απάντησαν «Λίγο» ενώ μεγάλο ποσοστό της τάξης του (34,91%) δεν απάντησε στην ερώτηση με τη βαθμολογία της κλίμακας Likert να είναι ίση με 1,56.

**Πίνακας 5.10.13.7**

### Άλλες πηγές

Με ποιο τρόπο επιδιώκετε την εύρεση πρόσθετης στήριξης του συλλόγου σας εκτός βασικών πηγών εσόδων (συνδρομές μελών – αθλητών, επιχορηγήσεων) μέσω: 7. Άλλες πηγές		
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	15	14,15%
Λίγο	27	25,47%
Αρκετά	16	15,09%
Πολύ	7	6,60%
Πάρα Πολύ	4	3,77%
ΚΕΝΟ	37	34,91%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.13.7**

### Άλλες πηγές

Ερώτηση 6<sup>η</sup>: Εν συνεχεία, οι συμμετέχοντες στην έρευνα ρωτήθηκαν εάν γνωρίζουν για τυχόν οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει ο σύλλογός τους από την ένταξη του σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών ή κρατικών φορέων, με ποσοστό (38,68%) να απαντάει «Λίγο» και ακολούθως το (21,70%) να απαντάει «Καθόλου». Ενθαρρυντικό λαμβάνεται το γεγονός ότι ποσοστό (22,64%) απάντησε ότι γνωρίζει για τυχόν οφέλη που μπορεί να έχει μέσω αυτού του τρόπου στήριξης. Η βαθμολογία στην κλίμακα Likert είναι 2,34. (Πίνακας 5.10.14)

**Πίνακας 5.10.14**

**Οφέλη από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

Γνωρίζετε για τυχόν οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει ο σύλλογός σας από την ένταξή του σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών ή κρατικών φορέων;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	23	21,70%
Λίγο	41	38,68%
Αρκετά	24	22,64%
Πολύ	8	7,55%
Πάρα Πολύ	8	7,55%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.14**

**Οφέλη από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

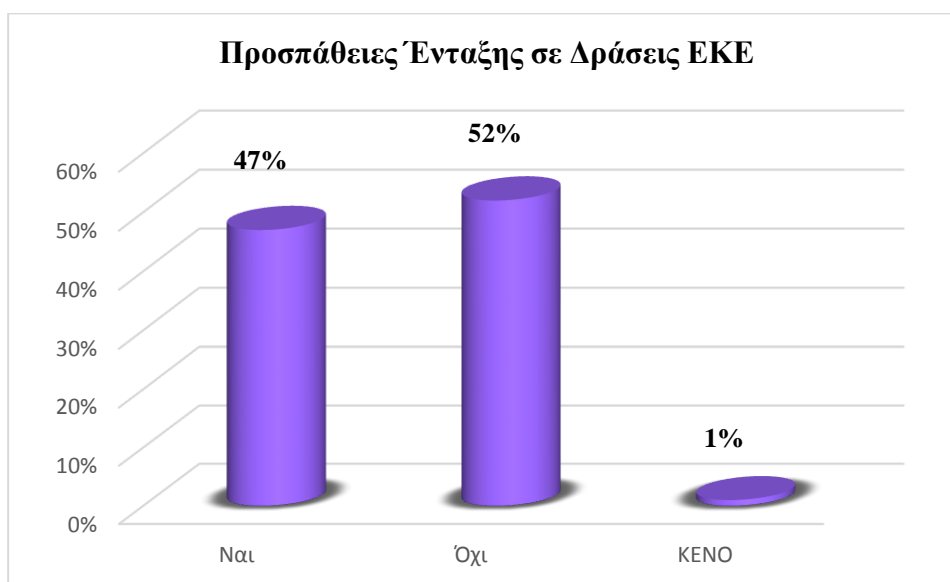
**Ερώτηση 7<sup>η</sup>:** Στην επόμενη ερώτηση, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν εάν έχουν απευθυνθεί σε εταιρείες/κρατικούς φορείς ώστε να τους εντάξουν σε δράσεις κοινωνικής ευθύνης τους. (Πίνακας 5.10.15)

Το ( 47%) των ερωτηθέντων απάντησε «Ναι», το (52%) «Όχι» ενώ ένα μικρό ποσοστό (1%) δεν έδωσε κάποια απάντηση.

**Πίνακας 5.10.15**

**Προσπάθειες ένταξης σε δράσης ΕΚΕ**

Στα πλαίσια αναζήτησης πρόσθετων πόρων για την κάλυψη των αναγκών του συλλόγου σας, έχετε απευθυνθεί σε εταιρείες ή κρατικούς φορείς να σας συμπεριλάβουν στο σχεδιασμό δράσεων κοινωνικής τους υπευθυνότητας;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ναι	50	47%
Όχι	55	52%
ΚΕΝΟ	1	1%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.15**

**Προσπάθειες ένταξης σε δράσης ΕΚΕ**

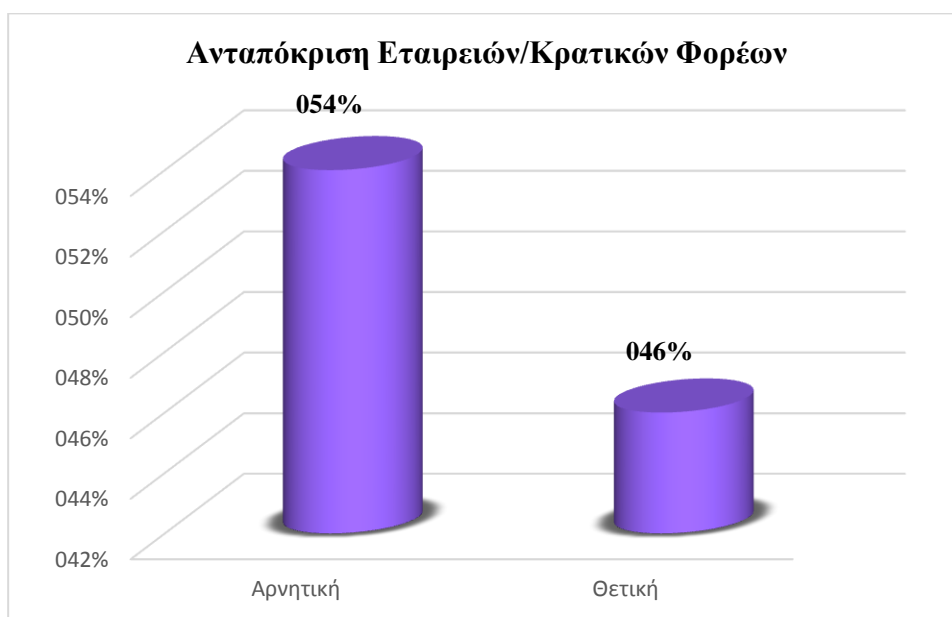
Ερώτηση 8<sup>η</sup>: Εν συνεχεία, οι ερωτώμενοι που απάντησαν Ναι (50 απαντήσεις) στην προηγούμενη ερώτηση, θα έπρεπε να απαντήσουν εάν η ανταπόκριση που βρήκαν ήταν θετική ή αρνητική. (Πίνακας 5.10.16)

Όσο αφορά τους συλλόγους οι οποίοι απάντησαν θετικά, αυτοί αντιμετώπισαν αρνητική ανταπόκριση από εταιρείες/ κρατικούς φορείς σε ποσοστό (54%) και θετική σε ποσοστό (46%).

**Πίνακας 5.10.16**

**Ανταπόκριση εταιρειών/ κρατικών φορέων**

Εάν απαντήσετε ναι, τι ανταπόκριση είχατε;		
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Αρνητική	27	54%
Θετική	23	46%
ΣΥΝΟΛΟ	50	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.16**

**Ανταπόκριση εταιρειών/ κρατικών φορέων**

Ερώτηση 9<sup>η</sup>: Στη συνέχεια, αυτοί που απάντησαν θετικά θα έπρεπε να αναφέρουν το αντικείμενο δραστηριότητας των εταιρειών ή των κρατικών φορέων που ανταποκρίθηκε. (Πίνακας 5.10.17)



Από τους (50) συλλόγους οι οποίοι απευθύνθηκαν σε εταιρείες/ κρατικούς φορείς, (23) είχαν θετική ανταπόκριση. Το αντικείμενο δραστηριότητας των εταιρειών/ κρατικών φορέων οι οποίοι ανταποκρίθηκαν θετικά παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

**Πίνακας 5.10.17**

**Αντικείμενο δραστηριότητας εταιρειών/κρατικών φορέων**

Εάν απαντήσετε θετικά, ποιο ήταν το αντικείμενο δραστηριότητας των εταιρειών ή των κρατικών φορέων που ανταποκρίθηκε;	
<b>Αντικείμενο δραστηριότητας εταιρειών</b>	<b>Συχνότητα</b>
Τράπεζα	5
Δημόσια Διοίκηση	1
Εμπορική	5
Φαρμακευτικές	1
Σίτισης	1
Πληροφορική	1
Γενική Γραμματεία Ν. Γενιάς	1
Δήμος	2
Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών	1
ΟΠΑΠ	1
Χρηματοπιστωτικές	1
Ναυτιλιακή	1
Κατασκευαστική	1
Ιατρικός Όμιλος	1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>



**Διάγραμμα 5.10.17**

**Αντικείμενο δραστηριότητας εταιρειών/κρατικών φορέων**

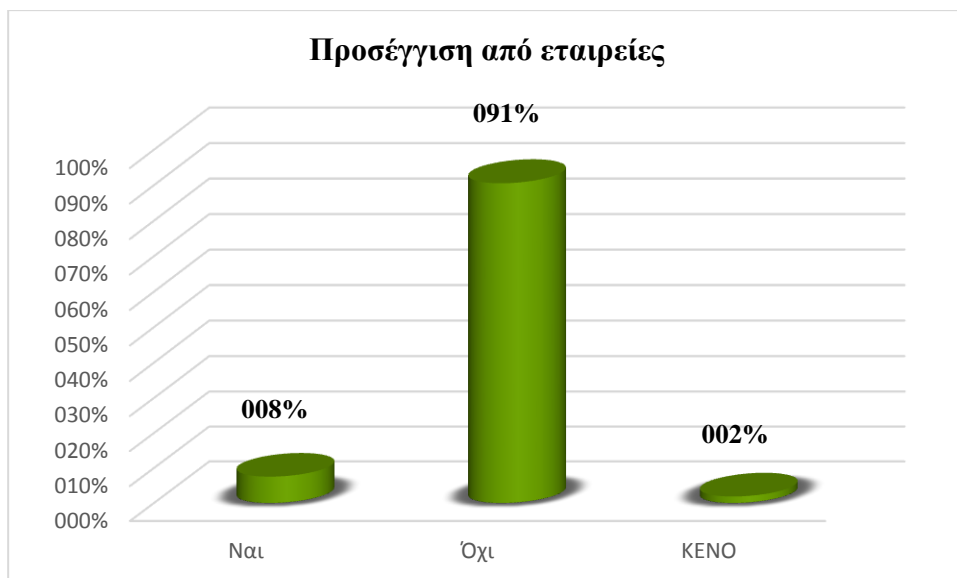
Ερώτηση 10<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση οι συμμετέχοντες θα έπρεπε να απαντήσουν στο εάν τους έχουν προσεγγίσει εταιρείες με σκοπό να σας συμπεριλάβουν σε δράσεις ΕΚΕ. (Πίνακας 5.10.18)

Το (90,57%) απάντησε αρνητικά ενώ μόλις το (7,55%) απάντησε θετικά.

**Πίνακας 5.10.18**

**Προσέγγιση από εταιρείες**

Σας έχουν προσεγγίσει εταιρείες με σκοπό να σας εντάξουν σε προγράμματα ΕΚΕ που υποστηρίζονται από αυτές;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ναι	8	7,55%
Όχι	96	90,57%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



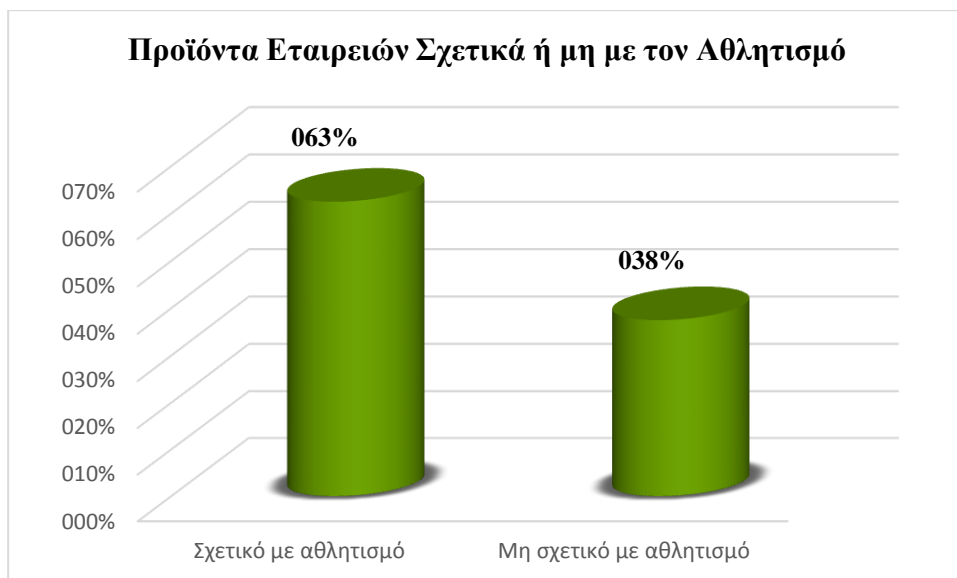
**Διάγραμμα 5.10.18**  
**Προσέγγιση από εταιρείες**

Ερώτηση 11<sup>η</sup>: Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες που απάντησαν ναι θα έπρεπε να απαντήσουν για το εάν οι εταιρείες που τους προσέγγισαν ήταν σχετικές ή μη με τον αθλητισμό. (Πίνακας 5.10.19)

Οι σύλλογοι τους οποίους προσέγγισαν οι εταιρείες είναι μόλις (8) από τους 104 που απάντησαν στην ερώτηση, με τις (5) στις (8) εταιρείες να εμπορεύονται προϊόντα σχετικά με τον αθλητισμό και τις (3) εταιρείες να εμπορεύονται προϊόντα μη σχετικά με τον αθλητισμό.

**Πίνακας 5.10.19**  
**Προϊόντα εταιρειών σχετικά ή μη με τον αθλητισμό**

Εάν απαντήσετε ναι, οι εταιρείες ήταν (όσον αφορά το εμπορικό τους προϊόν) α) σχετικό με τον αθλητισμό β) μη σχετικό με τον αθλητισμό;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Σχετικό με αθλητισμό	5	62,5%
Μη σχετικό με αθλητισμό	3	37,5%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.19**

**Προϊόντα εταιρειών σχετικά ή μη με τον αθλητισμό**

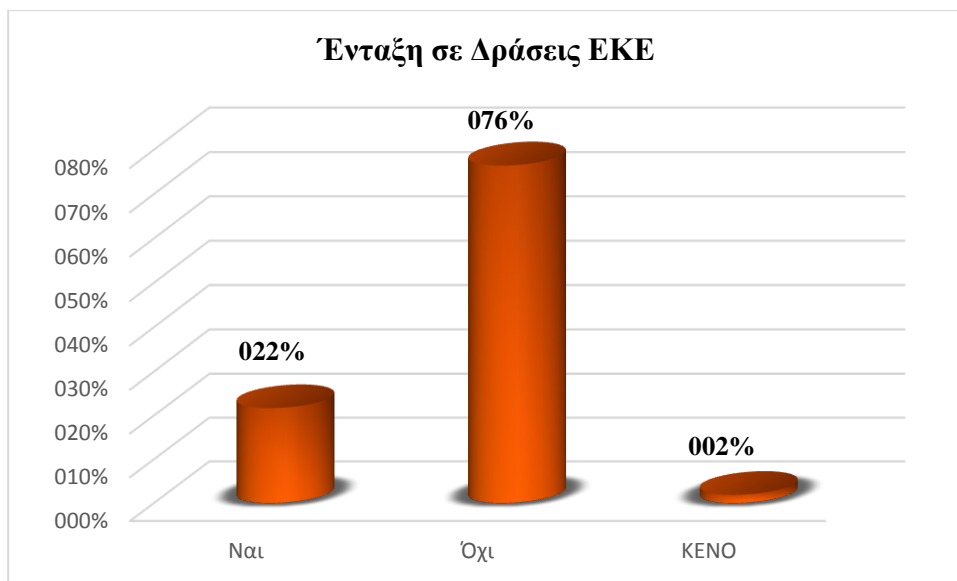
Ερώτηση 12<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση θα έπρεπε να απαντηθεί εάν ο αθλητικός σύλλογος έχει συμπεριληφθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών ή κρατικών φορέων. (Πίνακας 5.10.20)

Από τις απαντήσεις φάνηκε ότι το (76,42%) των συλλόγων δεν έχει συμπεριληφθεί ποτέ σε κάποια δράση ΕΚΕ εταιρειών ή κρατικών φορέων τα τελευταία χρόνια. Όμως ένα καλό ποσοστό της τάξης του (21,70%) απάντησε θετικά δείχνοντας ότι έχουν αρχίσει να γίνονται βήματα προς αυτή την κατεύθυνση.

**Πίνακας 5.10.20**

**Ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

Ο σύλλογός σας έχει συμπεριληφθεί τα τελευταία χρόνια σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/ κρατικών φορέων;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ναι	23	21,70%
Όχι	81	76,42%
ΚΕΝΟ	2	1,89%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.20**  
**Ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

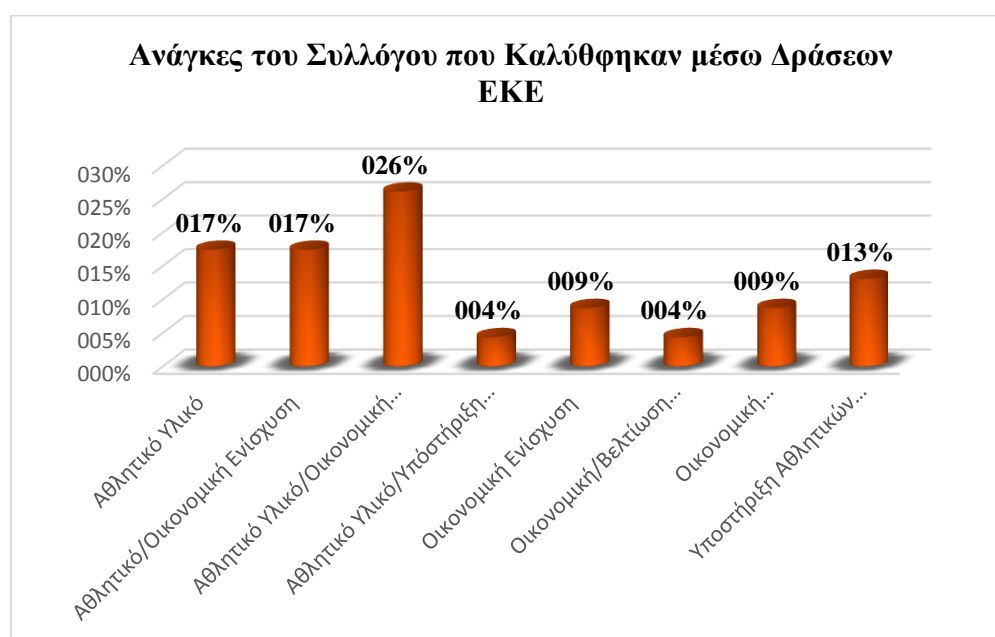
Ερώτηση 13<sup>η</sup>: Στη συνέχεια οι ερωτώμενοι που απάντησαν ναι θα έπρεπε να απαντήσουν στο τι ανάγκες του συλλόγου τους καλύφθηκαν μέσω των δράσεων αυτών. (Πίνακας 5.10.21)

Από τους (23) σύλλογους που απάντησαν ό,τι έχουν συμπεριληφθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών, το μεγαλύτερο ποσοστό (26,09%) απάντησε ό,τι καλύφθηκε ένας συνδυασμός αναγκών του συλλόγου μέσω των δράσεων αυτών (αθλητικό υλικό/οικονομική ενίσχυση/υποστήριξη εκδηλώσεων). Ενώ σε μικρότερα ποσοστά καλύφθηκαν μεμονωμένες ανάγκες του συλλόγου όπως σε αθλητικό υλικό ποσοστό (17,39%).

**Πίνακας 5.10.21**

**Ανάγκες συλλόγου που καλύφθηκαν μέσω δράσεων ΕΚΕ**

Εάν απαντήσετε ναι, τι ανάγκες του συλλόγου σας καλύφθηκαν μέσω των δράσεων αυτών;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Αθλητικό Υλικό	4	17,39%
Αθλητικό Υλικό/Οικονομική Ενίσχυση	4	17,39%
Αθλητικό Υλικό/Οικομ.Ενίσχυση/Υποστ.Εκδηλ	6	26,09%
Αθλητικό Υλικό/Υποστήριξη Εκδηλώσεων	1	4,35%
Οικονομική Ενίσχυση	2	8,70%
Οικονομική Ενίσχυση/Βελτίωση Εγκαταστάσεων	1	4,35%
Οικονομική Ενίσχυση/Υποστήριξη Αθλητ. Εκδ.	2	8,70%
Υποστήριξη Αθλητικών Εκδηλώσεων	3	13,04%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>



**Διάγραμμα 5.10.21**

**Ανάγκες συλλόγου που καλύφθηκαν μέσω δράσεων ΕΚΕ**

Ερώτηση 14<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση θα έπρεπε να απαντηθεί από αυτούς που απάντησαν ότι έχουν συμπεριληφθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών (23 απαντήσεις),

εάν γνωρίζουν ότι διάφορες ανταποδοτικές δράσεις που διοργανώνουν στο σύλλογό τους, έπαιξαν ρόλο στην επιλογή τους για την ένταξή τους σε κοινωνικές δράσεις εταιρειών. (Πίνακας 5.10.22)

Από τα αποτελέσματα των απαντήσεων φαίνεται ό,τι σημαντικό ρόλο στην επιλογή τους έπαιξε, εκτός από τις αθλητικές δράσεις του συλλόγου, οι διάφορες κοινωνικές δράσεις που διοργανώνονται από το σύλλογο (43,48%) ενώ άλλες δράσεις τους όπως πολιτιστικές, εκπαιδευτικές, υγείας/τρόπου ζωής δεν έπαιξαν τόσο σημαντικό ρόλο.

**Πίνακας 5.10.22**

**Υλοποίηση ανταποδοτικών κοινωνικών δράσεων**

Σε περίπτωση που ο σύλλογος σας έχει ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων, γνωρίζετε εάν κατά την επιλογή στήριξης του έπαιξε ρόλο η υλοποίηση ανταποδοτικών κοινωνικών δράσεων (εκτός από τις αθλητικές) από τον σύλλογό σας όπως: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Κοινωνικές	10	43,48%
Πολιτιστικές	3	13,04%
Περιβαλλοντικές	0	0,00%
Εκπαιδευτικές	1	4,35%
Υγείας - Τρόπου Ζωής	1	4,35%
Όλες οι παραπάνω	3	13,04%
Καμιά από τις παραπάνω	3	13,04%
Δεν γνωρίζω	2	8,70%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.22**

**Υλοποίηση ανταποδοτικών κοινωνικών δράσεων**

Ερώτηση 15<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση, συνέχεια της προηγούμενης, θα έπρεπε να απαντηθεί το εάν μερικά χαρακτηριστικά του συλλόγου, που έχουν σχέση με το αγωνιστικό του προφίλ, έπαιξαν ρόλο στην στήριξή του από δράσεις ΕΚΕ εταιρειών. (Πίνακας 5.10.23)

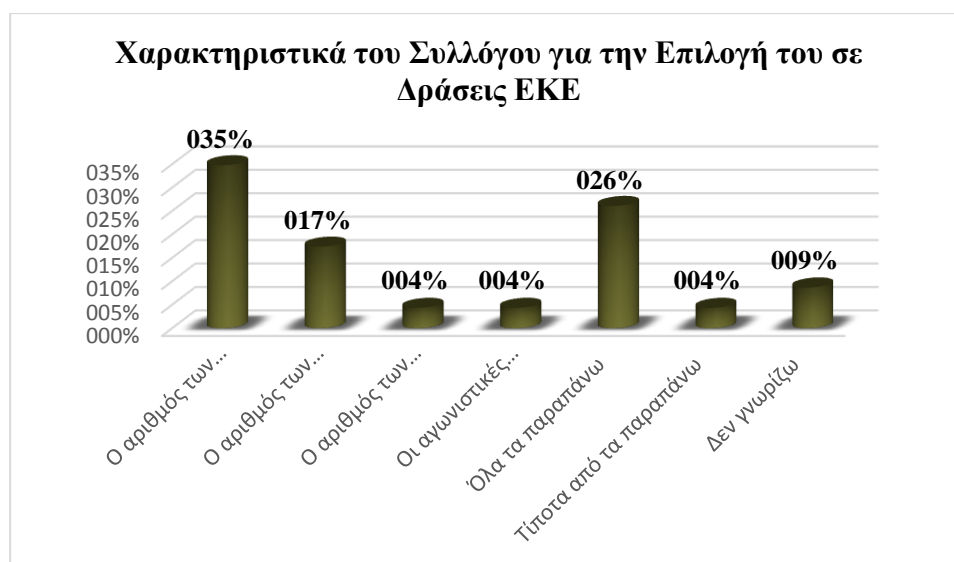
Καθοριστικός παράγοντας φαίνεται να είναι ο αριθμός των εγγεγραμμένων αθλητών του συλλόγου (34,78%) όπως επίσης και ο αριθμός των μελών σε αναπτυξιακά τμήματα του συλλόγου (17,39%). Δείχνοντας ότι η εταιρείες ενδιαφέρονται να υποστηρίξουν δράσεις που απευθύνονται σε νέους. Επιπλέον σημαντικό ρόλο παίζει ο αριθμός των αγωνιστικών τμημάτων του συλλόγου και οι αγωνιστικές του επιτυχίες.



### Πίνακας 5.10.23

#### Χαρακτηριστικά του συλλόγου για την επιλογή του σε δράσεις ΕΚΕ

Σε περίπτωση που ο σύλλογος σας έχει ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων, γνωρίζετε εάν κατά την επιλογή στήριξης του έπαιξε ρόλο: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)		
	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ο αριθμός των εγγεγραμμένων αθλητών/τριών στο σύλλογος σας	8	34,78%
Ο αριθμός των εγγεγραμμένων αθλητών/τριών στα αναπτυξιακά τμήματα του συλλόγου σας	4	17,39%
Ο αριθμός των αγωνιστικών τμημάτων του συλλόγου σας	1	4,35%
Οι αγωνιστικές επιτυχίες του συλλόγου σας	1	4,35%
Όλα τα παραπάνω	6	26,09%
Τίποτα από τα παραπάνω	1	4,35%
Δεν γνωρίζω	2	8,70%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>100,00%</b>



Διάγραμμα 5.10.23

#### Χαρακτηριστικά του συλλόγου για την επιλογή του σε δράσεις ΕΚΕ

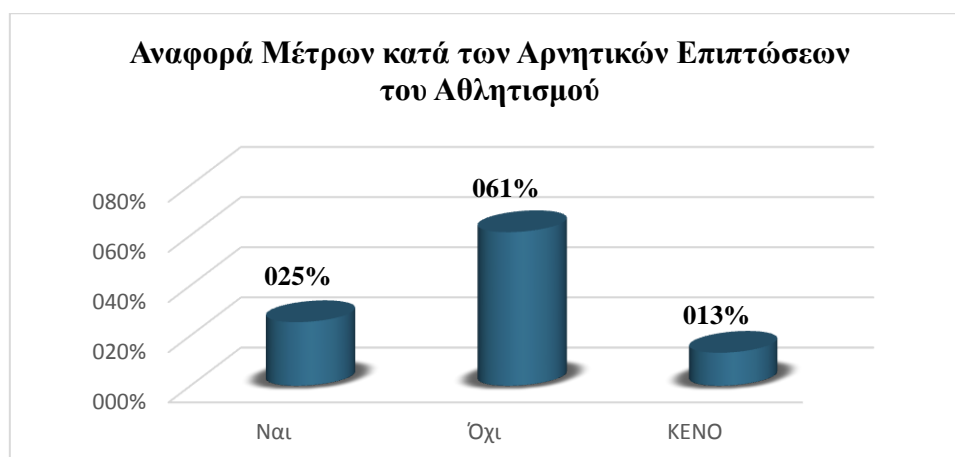
Ερώτηση 16<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση του ερωτηματολογίου, θα έπρεπε να απαντηθεί εάν έχει ζητηθεί από τις εταιρείες να τους αναφέρουν οι σύλλογοι μέτρα που παίρνουν κατά των αρνητικών φαινομένων που παρουσιάζονται στον χώρο του αθλητισμού, όπως είναι το doping, η χειραγώγηση αποτελεσμάτων, η βία στους αγωνιστικούς χώρους και η εμφάνιση σκουπιδιών στο χώρο των αθλητικών συναντήσεων. (Πίνακας 5.10.24)

Το ποσοστό των συλλόγων που συνεργαζόμενοι με εταιρείες τους έχει ζητηθεί να αναφέρουν αν παίρνουν πρόσθετα μέτρα κατά των αρνητικών επιπτώσεων του αθλητισμού δεν είναι μεγάλο, αγγίζει μόλις το (25,40%) των ερωτηθέντων, ενώ το (61,30%) των ερωτηθέντων απαντούν πως δεν τους έχει ζητηθεί ποτέ κάτι τέτοιο.

**Πίνακας 5.10.24**

**Αναφορά μέτρων κατά των αρνητικών επιπτώσεων του αθλητισμού**

Στα πλαίσια αναζήτησης πρόσθετης στήριξης του συλλόγου σας και απευθυνόμενοι σε εταιρείες σας έχει ζητηθεί να αναφέρετε εάν παίρνετε μέτρα κατά των αρνητικών επιπτώσεων του αθλητισμού;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ναι	27	25,40%
Όχι	65	61,30%
KENO	14	13,20%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>



**Διάγραμμα 5.10.24**

**Αναφορά μέτρων κατά των αρνητικών επιπτώσεων του αθλητισμού**

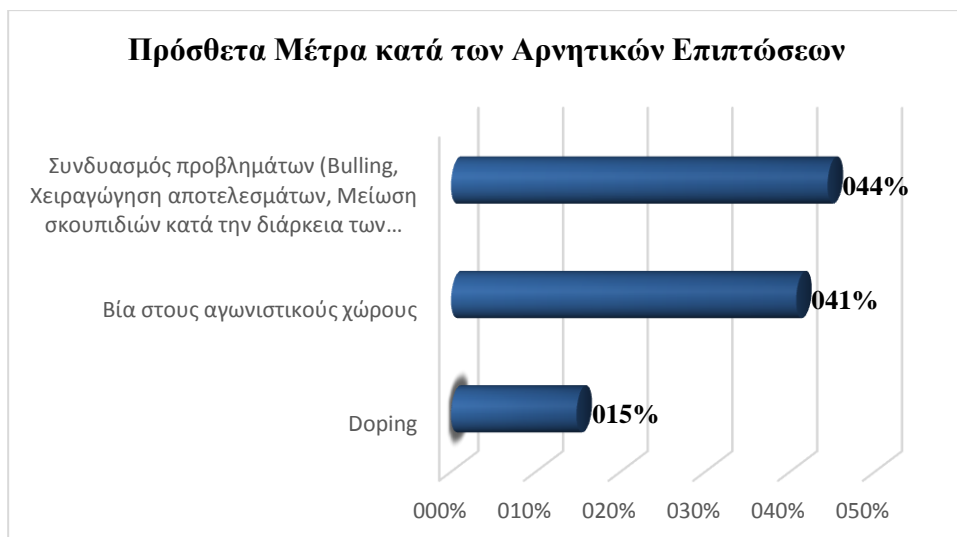
Ερώτηση 17<sup>η</sup>: Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες που απάντησαν ναι, ρωτήθηκαν να διευκρινίσουν ποιες ακριβώς ήταν αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις για τις οποίες τους ζητήθηκε εάν παίρνουν πρόσθετα μέτρα. (Πίνακας 5.10.25)

Από τους (27) που απαντούν θετικά το (14,81%) αναφέρει ότι παίρνει πρόσθετα μέτρα για το doping, το (40,74%) κατά της βίας στους αγωνιστικούς χώρους, ενώ οι υπόλοιποι παίρνουν πρόσθετα μέτρα τόσο για τα προαναφερθέντα προβλήματα καθώς επίσης και για την χειραγώγηση των αποτελεσμάτων, το bullying και για τη μείωση των σκουπιδιών κατά τη διάρκεια των αθλητικών συναντήσεων (44,4%).

**Πίνακας 5.10.25**

**Πρόσθετα μέτρα κατά των αρνητικών επιπτώσεων**

Εάν απαντήσετε ναι, ποιες αρνητικές επιπτώσεις ήταν αυτές; (μπορείτε να απαντήσετε περισσότερες από μια απαντήσεις)		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Doping	4	14,81%
Βία στους αγωνιστικούς χώρους	11	40,74%
Συνδυασμός προβλημάτων (Bulling, Χειραγώγηση αποτελεσμάτων, Μείωση σκουπιδιών κατά την διάρκεια των αθλητικών συναντήσεων, Βία στους αγωνιστικούς χώρους, Doping)	12	44,44%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>



**Διάγραμμα 5.10.25**

**Πρόσθετα μέτρα κατά των αρνητικών επιπτώσεων**

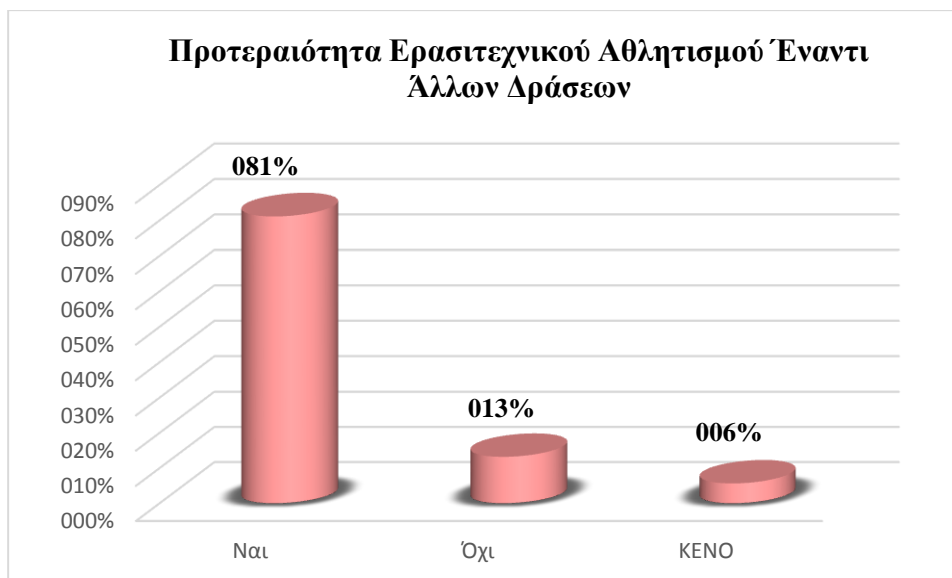
Ερώτηση 18<sup>η</sup>: Στην επόμενη ερώτηση οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν στο εάν ο ερασιτεχνικός αθλητισμός θα πρέπει να έχει προτεραιότητα σε κοινωνικές δράσεις εταιρειών/ κρατικών φορέων. (Πίνακες 5.10.26)

Η πλειοψηφία του (81,13%), πιστεύει πως ο ερασιτεχνικός αθλητισμός θα έπρεπε να έχει προτεραιότητα στο σχεδιασμό δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας των εταιρειών και των κρατικών φορέων σε σχέση με άλλες δράσεις, όπως πολιτιστικές και περιβαλλοντικές (13,21%).

**Πίνακας 5.10.26.**

**Προτεραιότητα ερασιτεχνικού αθλητισμού έναντι άλλων δράσεων**

Πιστεύετε ότι ο ερασιτεχνικός αθλητισμός θα πρέπει να έχει προτεραιότητα στο σχεδιασμό δράσεων ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων σε σχέση με άλλες δράσεις, όπως πολιτιστικές και περιβαλλοντικές;		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ναι	86	81,13%
Όχι	14	13,21%
ΚΕΝΟ	6	5,66%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.26.**

**Προτεραιότητα ερασιτεχνικού αθλητισμού έναντι άλλων δράσεων**

Ερώτηση 19<sup>η</sup>: Η επόμενη ερώτηση ήταν συνέχεια της προηγούμενης και οι ερωτώμενοι θα έπρεπε να αναφέρουν τους λόγους για τους οποίους πιστεύουν ότι ο ερασιτεχνικός αθλητισμός θα πρέπει να έχει ή μη προτεραιότητα σε κοινωνικές δράσεις εταιρειών/κρατικών φορέων. (Πίνακες 5.10.27)

Οι μερικοί λόγοι για τους οποίους θεωρούν ότι πρέπει να έχει προτεραιότητα ή μη είναι οι εξής:

**Πίνακας 5.10.27.1.**

**Λόγοι προτεραιότητας ερασιτεχνικού αθλητισμού έναντι άλλων δράσεων**

	"Από τον ερασιτεχνικό αθλητισμό ξεκινάει η κάθε είδους αθλητική δραστηριότητα, είναι τα πρώτα βήματα του κάθε παιδιού και αποτελεί την πηγή του επαγγελματικού αθλητισμού".
	"Λόγω του μοναδικού ρόλου του αθλητισμού στην κοινωνία και την παιδεία".
	"Μέσα από τον αθλητισμό διαμορφώνεται ο χαρακτήρας των παιδιών, το ήθος τους, η αγωνιστικότητά τους, το πνεύμα τους και το σώμα τους. Ταυτόχρονα η ένταξή τους σε διάφορες αθλητικές δραστηριότητες κρατάει τα παιδιά μακριά από το να εμπλακούν σε παρέες και κύκλους ανθρώπων που κάνουν χρήση απαγορευμένων ουσιών".

	"Ο αθλητισμός αποτελεί διέξοδο εκτόνωσης του σύγχρονου ανθρώπου που του επιτρέπει να εκφορτίζει την ενέργεια του ενώ αποτελεί ψυχαγωγία και δημιουργική απασχόληση του ελεύθερου χρόνου".
	"Μέσω του ερασιτεχνικού αθλητισμού βελτιώνεται και η υγεία των πολιτών αλλά υπάρχει και δυνατότητα επιλογής ταλέντων για τον πρωταθλητισμό".
	"Η προτεραιότητα στον ερασιτεχνικό αθλητισμό ωφελεί κυρίως μεγάλο ποσοστό της νεολαίας του ελληνικού πληθυσμού και συνεπώς η υγιής υποστήριξη του αντικατοπτρίζεται σε βάθος χρόνου στη στήριξη και των υπολοίπων δράσεων, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών".
	"Διότι ο ερασιτεχνικός αθλητισμός φέρνει με βιωματικό τρόπο (τους νέους και τις νέες) με τις αρχές και αξίες του πολιτισμού μας. Με την έννοια αυτή αποτελεί ένα μάθημα ζωής θέτοντας τις βάσεις της κοινωνικοποίησης και της ευζωίας".
	"Γιατί ο αθλητισμός είναι η μόνη δράση σήμερα, με την οποία μπορεί να ισορροπεί ο ανθρώπινος οργανισμός, έναντι στη δυσκολία της σημερινής εποχής".
	"Οι ερασιτεχνικοί σύλλογοι είναι φορείς επηρεασμού μεγάλων ομάδων πολιτών και έτσι έχουν τη δυνατότητα να στέφουν την κοινωνία σε δράσεις που προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο".
	"Είναι συνέχεια και συμπλήρωμα της σχολικής εκπαίδευσης με τη γενικότερη έννοια της ΠΑΙΔΕΙΑΣ (συμπεριφορά, ομαδικότητα, πειθαρχία, άμιλλα κλπ) ".
	"Εμπλέκει ως επί το πλείστον μικρά παιδιά, κάτι που έχει μεγάλη αξία κοινωνικά".
	"Λόγω κακής οικονομικής κατάστασης των πολιτών".
	"Ο αθλητισμός εξασφαλίζει υγεία και ευεξία και προφυλάσσει τους νέους από επιβλαβείς συνήθειες όπως το κάπνισμα και το αλκοόλ. Επίσης καλλιεργεί ψυχικές αρετές όπως η αγωνιστικότητα, η υπομονή και η επιμονή και η αυτοσυγκράτηση".
	"Οι πολιτιστικές και περιβαλλοντικές δράσεις είναι αρκετά διαδεδομένες σε αντίθεση με τις δράσεις που στοχεύουν στην ανάδειξη των ωφελειών του ερασιτεχνικού αθλητισμού. Υπάρχει ανάγκη στήριξής του, για την

	διάδοση της αθλητικής κουλτούρας και της σημασίας του ως πολιτισμικής δραστηριότητας".
	"Γιατί δίνει τη δυνατότητα σε μεγάλη μερίδα πολιτών (κυρίως παιδιών) να αθληθούν και να αποκομίσουν τα οφέλη της φυσικής άσκησης και της ένταξης σε ομάδα. Είναι απαραίτητη η λειτουργία των ερασιτεχνικών σωματείων τόσο για τη διαμόρφωση συνηθειών δια βίου άσκησης όσο και για την κοινωνικοποίηση και την διαμόρφωση καλύτερων προσωπικοτήτων".

### Πίνακας 5.10.27.2.

#### Λόγοι μη προτεραιότητας ερασιτεχνικού αθλητισμού έναντι άλλων δράσεων

	"Όλες οι δράσεις πρέπει να έχουν την στήριξη από τους κρατικούς φορείς αφού στις μέρες μας και λόγω της οικονομικής κρίσης είναι πολύ δύσκολο να βρεθούν στηρίγματα".
	"Γενικά θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ισότιμα με τις άλλες δράσεις που είναι εξίσου σημαντικές".
	"Σε σχέση με τον αθλητισμό πρέπει έχουν προτεραιότητα άλλου είδους δράσεις, όπως αυτές που σχετίζονται με το περιβάλλον, την εκπαίδευση, την υγεία".

Ερώτηση 20<sup>η</sup>: Στα πλαίσια της εταιρικής τους υπευθυνότητας, οι εταιρείες στηρίζουν τον ερασιτεχνικό αθλητισμό. Οι λόγοι για τους οποίους περιλαμβάνουν τον αθλητισμό ως δράση ΕΚΕ μπορεί να ποικίλουν, για αυτό το λόγο ζητήσαμε από τα μέλη των συλλόγων να βαθμολογήσουν κάποιους από αυτούς στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου. (Πίνακες 5.10.28)

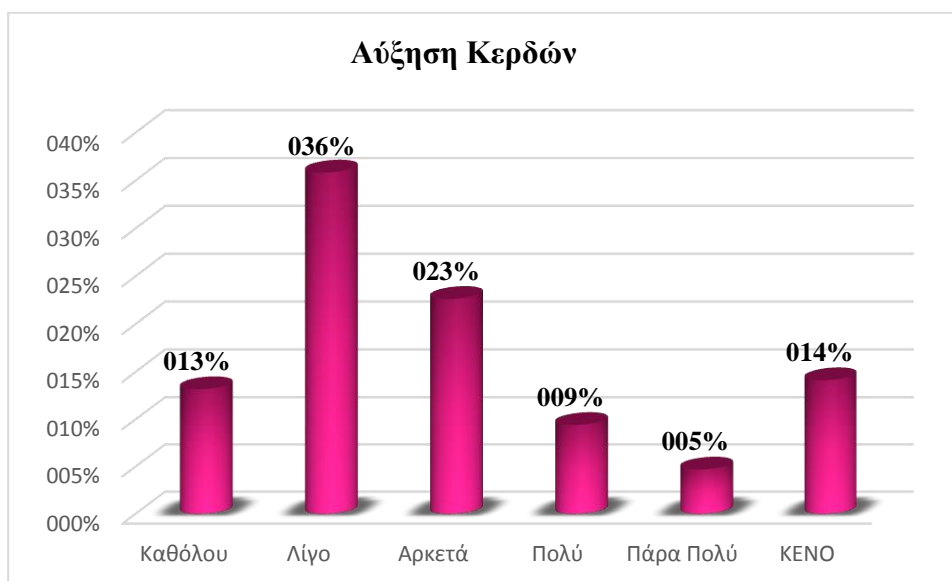
#### 1. Αύξηση κερδών

Κατά τους συμμετέχοντες, η αύξηση των κερδών, αποτελεί λόγο για την υποστήριξη των ερασιτεχνικών αθλητικών ομάδων, «Λίγο» (35,85%) και «Αρκετά» (22,64%), ενώ υψηλό ποσοστό (14,15%) δεν απάντησε στην ερώτηση. Η βαθμολογία στην κλίμακα Likert είναι 2,14.

**Πίνακας 5.10.28.1**

**Αύξηση κερδών**

Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι υποστηρίζεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός από τις ιδιωτικές εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας: 1. Αύξηση κερδών		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	14	13,21%
Λίγο	38	35,85%
Αρκετά	24	22,64%
Πολύ	10	9,43%
Πάρα Πολύ	5	4,72%
ΚΕΝΟ	15	14,15%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.27.1**

**Αύξηση κερδών**

**2. Εδραίωση της φήμης στην κοινωνία**

Αυτός ο λόγος μοιάζει πιο ισχυρός, με το (30,19%) των ερωτηθέντων να απαντά «Πολύ» και το (27,36%) να απαντά «Πάρα Πολύ». Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο λόγος αυτός θεωρείται αρκετά σημαντικός από τους ερωτηθέντες αφού κανένας δεν επέλεξε το «Καθόλου».

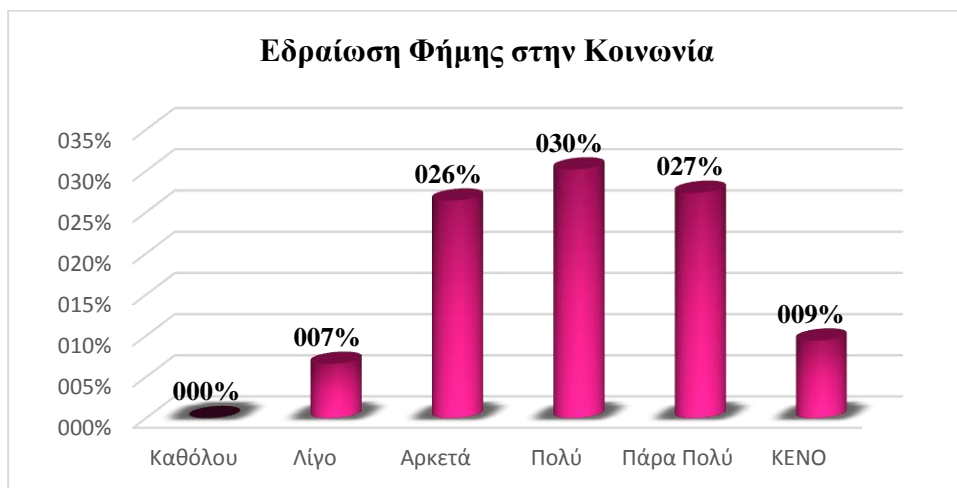


Πιστεύουν δηλαδή ό,τι η εδραίωση της φήμης τους είναι σημαντικός παράγοντας ο οποίος παρακινεί τις εταιρείες ώστε να προβούν σε πράξεις κοινωνικής υπευθυνότητας. Η βαθμολογία της κλίμακας Likert ισούται με 3,5.

**Πίνακας 5.10.28.2**

**Εδραίωση φήμης στην κοινωνία**

Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι υποστηρίζεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός από τις ιδιωτικές εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας: 2. Εδραίωση φήμης στην κοινωνία		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	0	0,00%
Λίγο	7	6,60%
Αρκετά	28	26,42%
Πολύ	32	30,19%
Πάρα Πολύ	29	27,36%
ΚΕΝΟ	10	9,43%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.27.2**

**Εδραίωση φήμης στην κοινωνία**

### 3. Αύξηση ανταγωνιστικότητας

Αυτός φαίνεται να είναι ένας ημι-ισχυρός λόγος με το (29,25%) των ερωτηθέντων να απαντά «Λίγο» και το (23,58%) «Αρκετά», ενώ υψηλό ήταν το ποσοστό αυτών που δεν απάντησαν (18,87%). Η βαθμολογία της κλίμακας Likert διαμορφώθηκε σε 2,34.

Πίνακας 5.10.28.3

#### Αύξηση ανταγωνιστικότητας

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Καθόλου	6	5,66%
Λίγο	31	29,25%
Αρκετά	25	23,58%
Πολύ	15	14,15%
Πάρα Πολύ	9	8,49%
ΚΕΝΟ	20	18,87%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



Διάγραμμα 5.10.27.3

#### Αύξηση ανταγωνιστικότητας

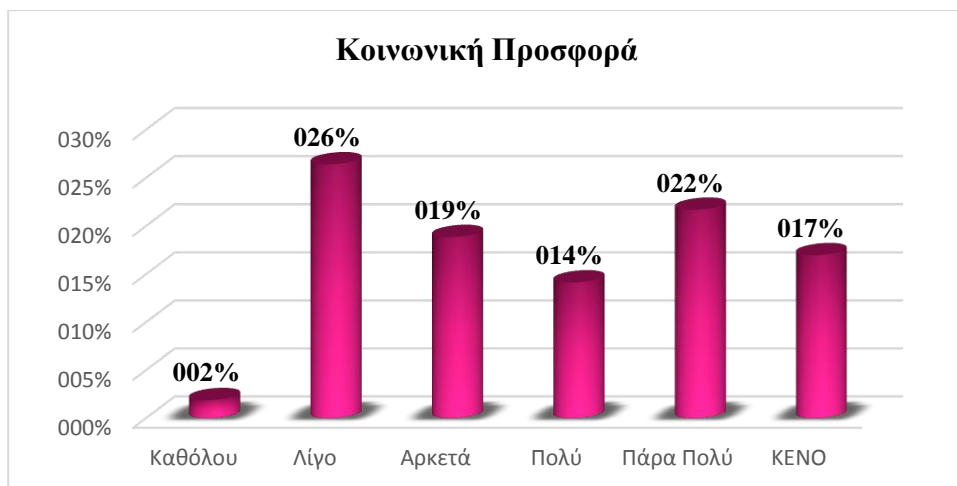
#### 4. Στα πλαίσια της κοινωνικής τους προσφοράς

Η βαθμολογία της κλίμακας Likert είναι 2,76 με το (21,7%) των μελών να πιστεύουν «Πάρα Πολύ» και να ακολουθεί το «Αρκετά» με ποσοστό (18,87%), δείχνοντας ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων θεωρούν ότι η υποστήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις γίνεται κατά κύριο λόγο στα πλαίσια της κοινωνικής τους προσφοράς και δεν προσδοκούν κάτι άλλο από αυτήν τους την ενέργεια. Από την άλλη μεριά όμως το «Λίγο» συγκεντρώνει ποσοστό (26,42%) δείχνοντας ότι αρκετοί ερωτώμενοι έχουν αμφιβολίες για το πόσο ισχύει αυτός ο λόγος στήριξης. Και εδώ το ποσοστό αυτών που δεν απάντησαν ήταν μεγάλο της τάξης του (16,98%).

**Πίνακας 5.10.28.4**

#### **Κοινωνική προσφορά**

Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι υποστηρίζεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός από τις ιδιωτικές εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας: 4. Κοινωνική προσφορά		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	2	1,89%
Λίγο	28	26,42%
Αρκετά	20	18,87%
Πολύ	15	14,15%
Πάρα Πολύ	23	21,70%
ΚΕΝΟ	18	16,98%
ΣΥΝΟΛΟ	106	100,00%



**Διάγραμμα 5.10.27.4**

**Κοινωνική προσφορά**

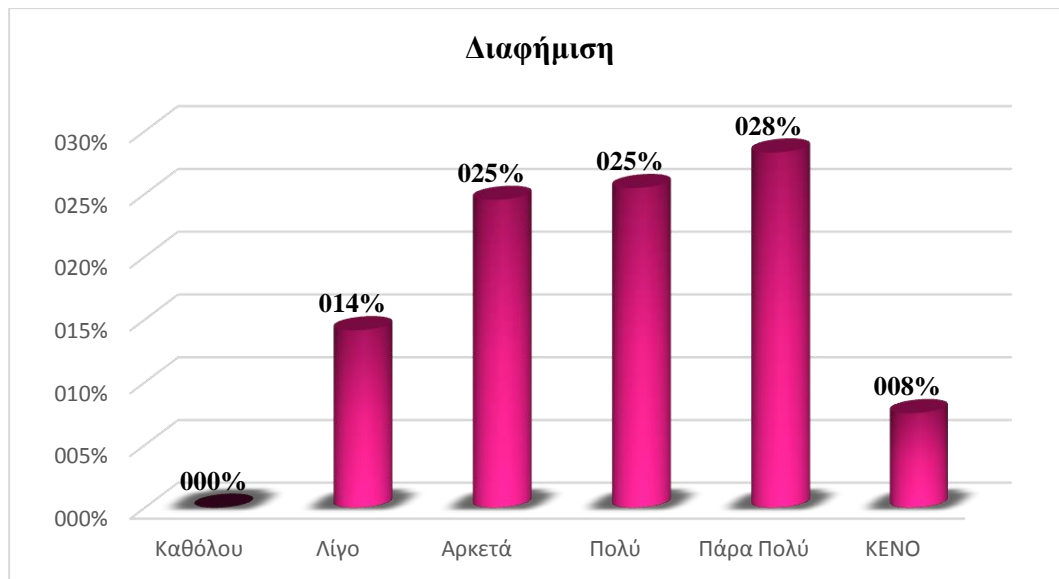
## 5. Διαφήμιση

Η διαφήμιση αποτελεί «Πάρα Πολύ» ισχυρό λόγο σύμφωνα με το (28,3%) των απαντήσεων όπως επίσης και «Πολύ» ισχυρό λόγο σύμφωνα με το (25,47%) των απαντήσεων με βαθμό 3,45 της κλίμακας Likert.

**Πίνακας 5.10.28.5**

**Διαφήμιση**

Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι υποστηρίζεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός από τις ιδιωτικές εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας: 5. Διαφήμιση		
	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Καθόλου	0	0,00%
Λίγο	15	14,15%
Αρκετά	26	24,53%
Πολύ	27	25,47%
Πάρα Πολύ	30	28,30%
ΚΕΝΟ	8	7,55%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106</b>	<b>100,00%</b>



**Διάγραμμα 5.10.27.5**

**Διαφήμιση**

**Πίνακες διασταύρωσης (Cross tabulation)- Έλεγχος chi square test**

Στο επόμενο στάδιο του ερωτηματολογίου έγινε συσχέτιση ερωτήσεων με την στατιστική τεχνική του cross tabulation η οποία δείχνει εάν και πόσο στενά σχετίζονται μεταξύ τους οι μεταβλητές. Ακολούθως έγινε έλεγχος chi square test, το οποίο είναι ένα στατιστικό τεστ, που χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό μιας στατιστικής σημαντικής σχέσης ανάμεσα σε δύο ποιοτικές μεταβλητές. Για να είναι κάτι στατιστικά σημαντικό πρέπει το p value να είναι μικρότερο από 0.05. Συσχετίσεις που πραγματοποιήσαμε ήταν η εκπαιδευτική βαθμίδα των ερωτώμενων και τα αθλήματα με βασικές ερωτήσεις.

Α) Συσχέτιση της μεταβλητής μορφωτικό επίπεδο με βασικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

α) Πρώτα έγινε συσχέτιση μεταξύ του μορφωτικού επιπέδου των ερωτώμενων και της γνώσης τους για την ΕΚΕ. (Πίνακας 5.10.29)

- Υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου με τις γνώσεις ΕΚΕ (Chi square test)

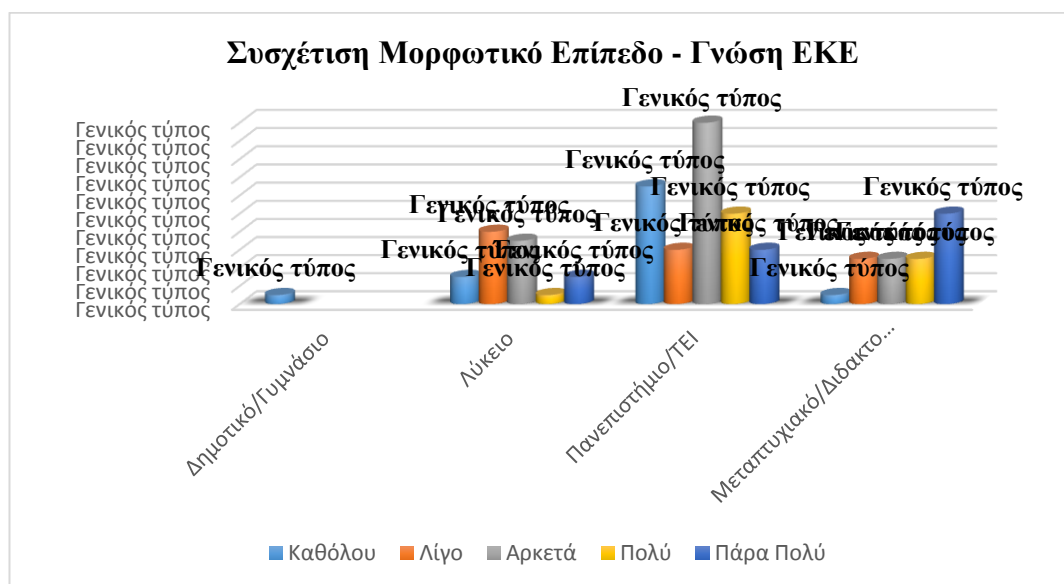
p-value= 0.011

Οι απόφοιτοι δημοτικού/γυμνασίου δεν γνώριζαν «Καθόλου» τι είναι ΕΚΕ (100%). Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού γνώριζαν «Πάρα Πολύ» σε ποσοστό (38%) το τι είναι ΕΚΕ. Φαίνεται ότι όσο υψηλότερο το επίπεδο μόρφωσης, τόσο οι ερωτώμενοι είναι πιο ενήμεροι για το θέμα.

**Πίνακας 5.10.29**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση έννοιας ΕΚΕ**

Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση έννοιας ΕΚΕ						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Δημοτικό/Γυμνάσιο	1					<b>1</b>
Λύκειο	3	8	7	1	3	<b>22</b>
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	13	6	20	10	6	<b>55</b>
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	1	5	5	5	10	<b>26</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.28**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση ΕΚΕ**

β) Στη συνέχεια έγινε συσχέτιση μεταξύ του μορφωτικού επιπέδου και της γνώσης της διαφοράς μεταξύ ΕΚΕ και αθλητικών χορηγιών. (Πίνακας 5.10.30)

- Υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο με τη γνώση διαφοράς ΕΚΕ και αθλητικής χορηγίας (Chi square test)

p-value=0.031

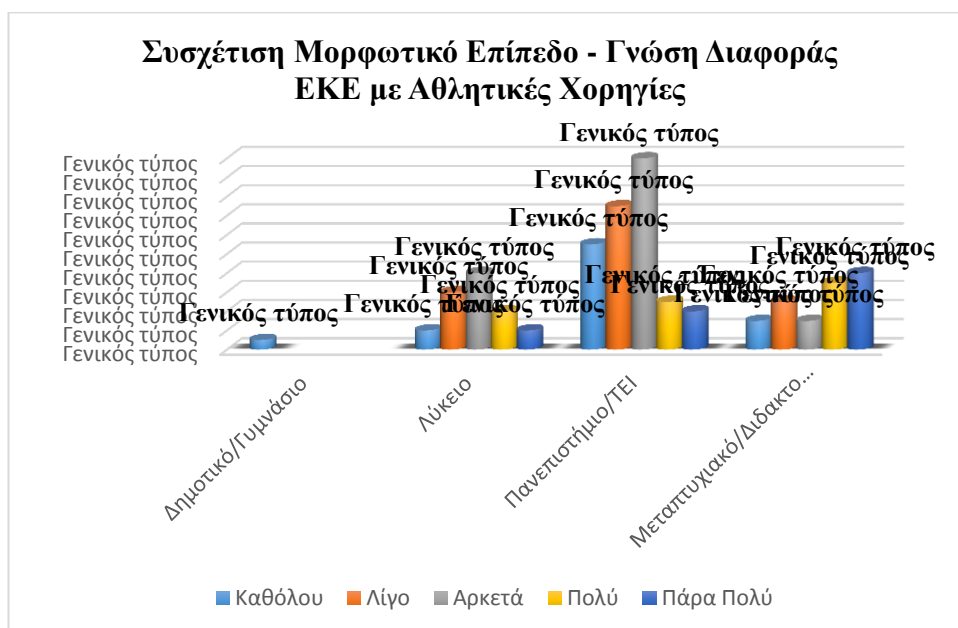
Οι απόφοιτοι δημοτικού/γυμνασίου δεν γνώριζαν «Καθόλου» τι διαφορά ΕΚΕ και αθλητικών χορηγιών (100%). Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού γνώριζαν τη

διαφορά «Πάρα Πολύ» σε ποσοστό (30%) και «Πολύ» σε ποσοστό περίπου (30%).

**Πίνακας 5.10.30**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με αθλητικές χορηγίες**

Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με αθλητικές χορηγίες.						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Δημοτικό/Γυμνάσιο	1					<b>1</b>
Λύκειο	2	6	8	4	2	<b>22</b>
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	11	15	20	5	4	<b>55</b>
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	3	5	3	7	8	<b>26</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>17</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.29**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με αθλητικές χορηγίες**

γ) Η τρίτη συσχέτιση μεταβλητών αφορούσε το μορφωτικό επίπεδο με την γνώση τυχών ωφελειών από την ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ. (πίνακας 5.10.31)

- Υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο με τη γνώση των οφελών στις δράσεις ΕΚΕ (Chi square test)

p-value=0.049

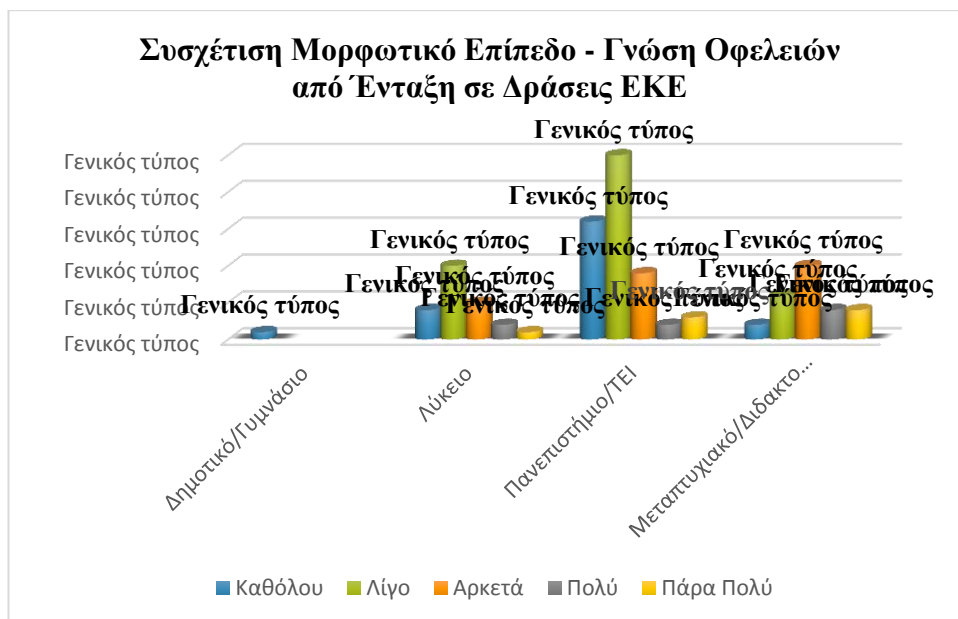
Οι απόφοιτοι δημοτικού/γυμνασίου δεν γνώριζαν τυχών ωφέλειες που θα μπορούσαν να έχουν από την ένταξή τους σε δράσεις ΕΚΕ (100%). Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού γνώριζαν «Αρκετά» σε ποσοστό (38%), «Πάρα Πολύ» σε ποσοστό (15%) και «Πολύ» σε ποσοστό (15%).

### Πίνακας 5.10.31

#### Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση τυχών ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ

Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση τυχών ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ.						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Δημοτικό/Γυμνάσιο	1					<b>1</b>
Λύκειο	4	10	5	2	1	<b>22</b>
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	16	25	9	2	3	<b>55</b>
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	2	6	10	4	4	<b>26</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>41</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>104</b>





**Διάγραμμα 5.10.30**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με γνώση τυχών ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

δ) Η τέταρτη συσχέτιση έγινε μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του εάν πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους. (πίνακας 5.10.32)

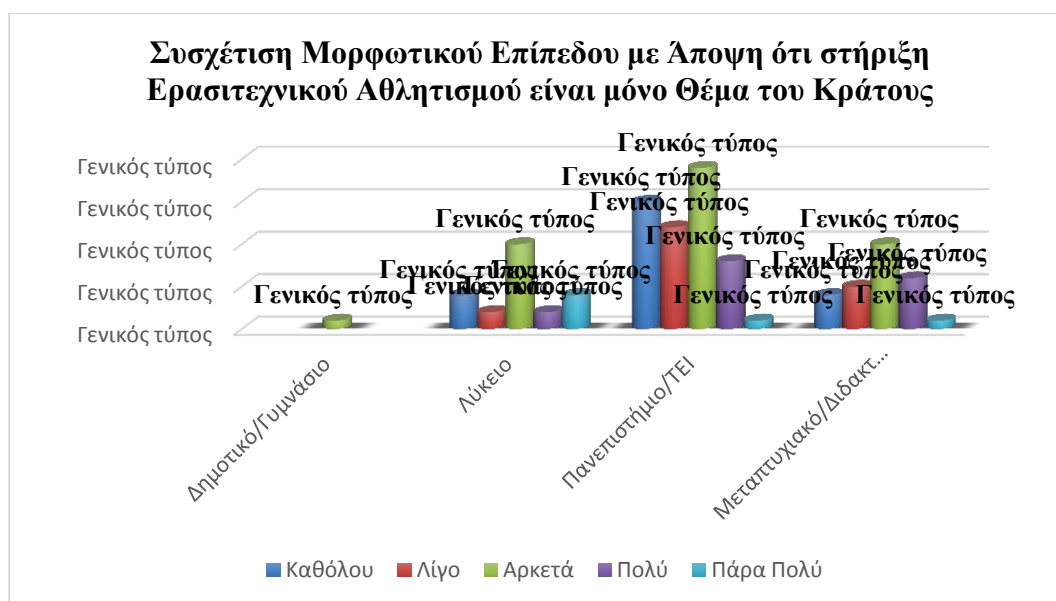
- Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο με την άποψη ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους (Chi square test)

p-value=0.110

**Πίνακας 5.10.32**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με άποψη ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους.**

Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με άποψη ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους.						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Δημοτικό/Γυμνάσιο			1			<b>1</b>
Λύκειο	4	2	10	2	4	<b>22</b>
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	15	12	19	8	1	<b>55</b>
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	4	5	10	6	1	<b>26</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>40</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.31**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με άποψη ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους**

ε) Η πέμπτη συσχέτιση έγινε μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του εάν πιστεύουν οι ερωτώμενοι ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή των ιδιωτικών επιχειρήσεων. (πίνακας 5.10.33)

- Υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο και στην άποψη ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από εμπλοκή επιχειρήσεων (Chi square test)

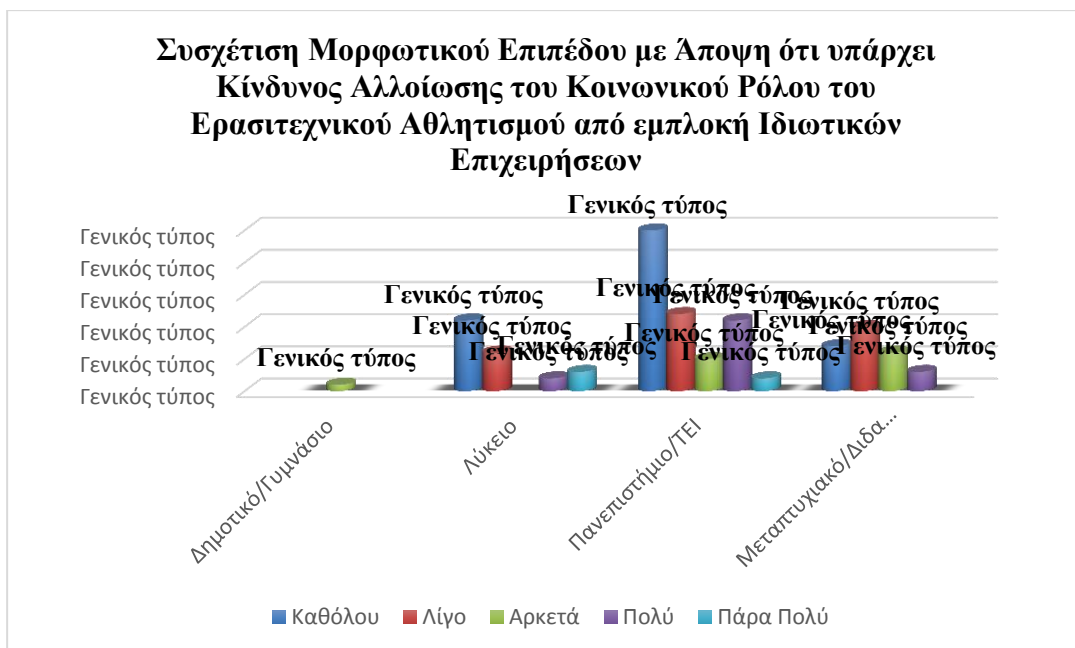
p-value=0.024

Το (50%) των αποφοίτων λυκείου, το (44%) των αποφοίτων πανεπιστημίου/ΤΕΙ και το (27%) των κατόχων διδακτορικού/μεταπτυχιακού απάντησαν «Καθόλου». Το (27%) των αποφοίτων λυκείου, το (22%) των αποφοίτων πανεπιστημίου/ΤΕΙ και το (38%) των κατόχων διδακτορικού/μεταπτυχιακού απάντησαν «Λίγο».

### Πίνακας 5.10.33

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με άποψη ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από εμπλοκή επιχειρήσεων**

Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με άποψη ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από εμπλοκή επιχειρήσεων.						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Δημοτικό/Γυμνάσιο			1			<b>1</b>
Λύκειο	11	6		2	3	<b>22</b>
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	25	12	5	11	2	<b>55</b>
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	7	10	6	3		<b>26</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>43</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.32**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με άποψη ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από εμπλοκή επιχειρήσεων**

στ) Η έκτη συσχέτιση έγινε μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και την ένταξη των αθλητικών σωματείων σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων (πίνακας 5.10.34)

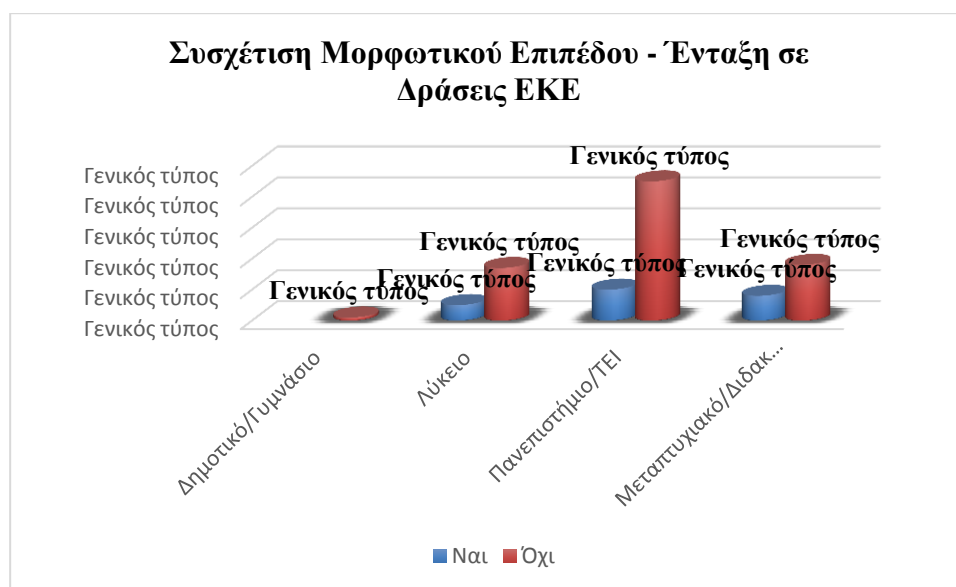
- Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο και στην ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ-(Chi square test)

p-value=0.899

**Πίνακας 5.10.34**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων**

Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με ένταξη αθλητικών σωματείων σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων.			
	Ναι	Όχι	Σύνολο
Δημοτικό/Γυμνάσιο		1	<b>1</b>
Λύκειο	5	17	<b>22</b>
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	10	45	<b>55</b>
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	8	18	<b>26</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>81</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.33**

**Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών**

Β) Συσχέτιση της μεταβλητής αθλήματα με βασικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

α) Καταρχήν έγινε συσχέτιση των αθλημάτων δηλαδή των αθλητικών παραγόντων που ασχολούνται με αυτά, με το επίπεδο της γνώσης τους σχετικά με το τι είναι ΕΚΕ. (πίνακας 5.10.35)

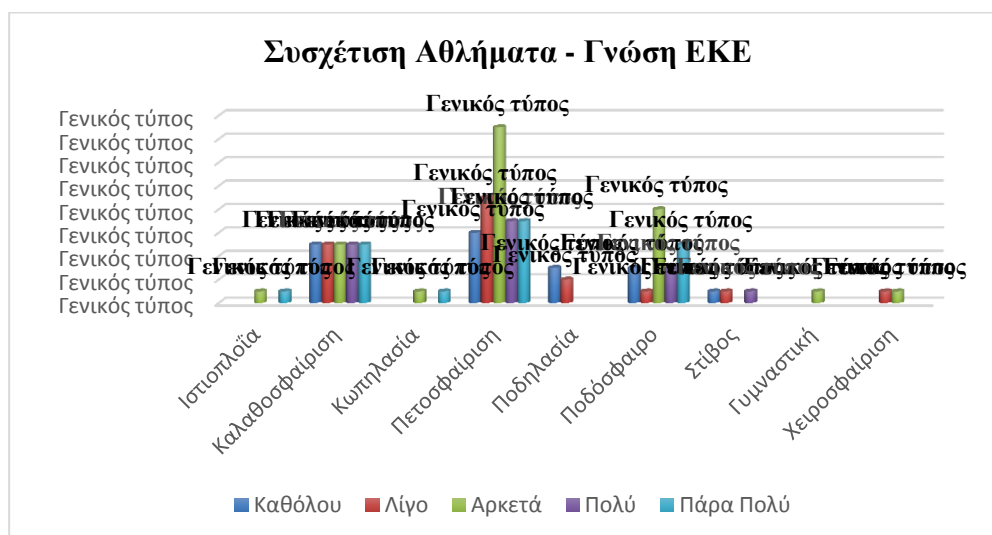
- Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο άθλημα και τη γνώση ΕΚΕ (Chi square test)

p-value=0.703

**Πίνακας 5.10.35**

**Συσχέτιση αθλήματα με γνώση έννοιας ΕΚΕ**

Συσχέτιση της μεταβλητής αθλήματα με την γνώση της έννοιας ΕΚΕ						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Ιστιοπλοΐα			1		1	2
Καλαθοσφαίριση	5	5	5	5	5	25
Κωπηλασία			1		1	2
Πετοσφαίριση	6	9	15	7	7	44
Ποδηλασία	3	2				5
Ποδόσφαιρο	3	1	8	3	5	20
Στίβος	1	1		1		3
Γυμναστική			1			1
Χειροσφαίριση		1	1			2
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.34**

**Συσχέτιση αθλημάτων με γνώση ΕΚΕ**

β) Η επόμενη συσχέτιση μεταβλητών αφορούσε τη γνώση που έχουν οι παράγοντες των συλλόγων σχετικά με την διαφορά της έννοιας της ΕΚΕ και των αθλητικών χορηγιών. (Πίνακας 5.10.36)

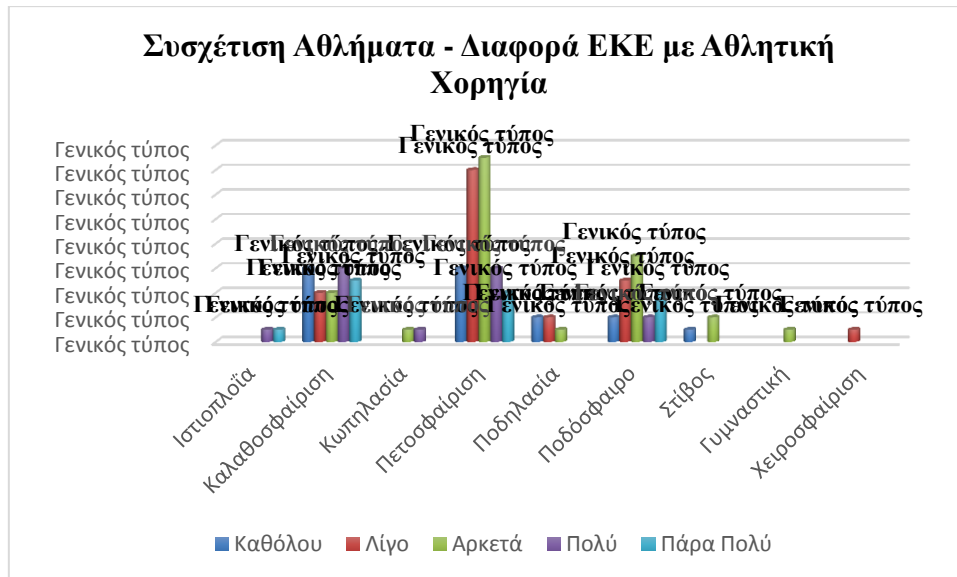
- Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο άθλημα και τη γνώση διαφοράς ΕΚΕ- αθλητικής χορηγίας (Chi square test)

p-value=0.446

**Πίνακας 5.10.36**

**Συσχέτιση αθλήματα με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με αθλητικές χορηγίες**

Συσχέτιση της μεταβλητής αθλήματα με την γνώση της διαφοράς μεταξύ ΕΚΕ και αθλητικής χορηγίας						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Ιστιοπλοΐα				1	1	2
Καλαθοσφαίριση	6	4	4	6	5	25
Κωπηλασία			1	1		2
Πετοσφαίριση	6	14	15	6	4	45
Ποδηλασία	2	2	1			5
Ποδόσφαιρο	2	5	7	2	4	20
Στίβος	1		2			3
Γυμναστική			1			1
Χειροσφαίριση		1				1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>17</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.35**

#### Συσχέτιση αθλήματα με γνώση διαφοράς ΕΚΕ με αθλητικές χορηγίες

γ) Η τρίτη συσχέτιση μεταβλητών αφορούσε τη γνώση που έχουν οι παράγοντες των συλλόγων σχετικά με ωφέλειες που θα μπορούσε να αποκομίσει ο σύλλογός τους από την ένταξή του σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών. (Πίνακας 5.10.37)

- Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο άθλημα και τη γνώση των ωφελειών από ένταξη των αθλητικών συλλόγων σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών (Chi square test)

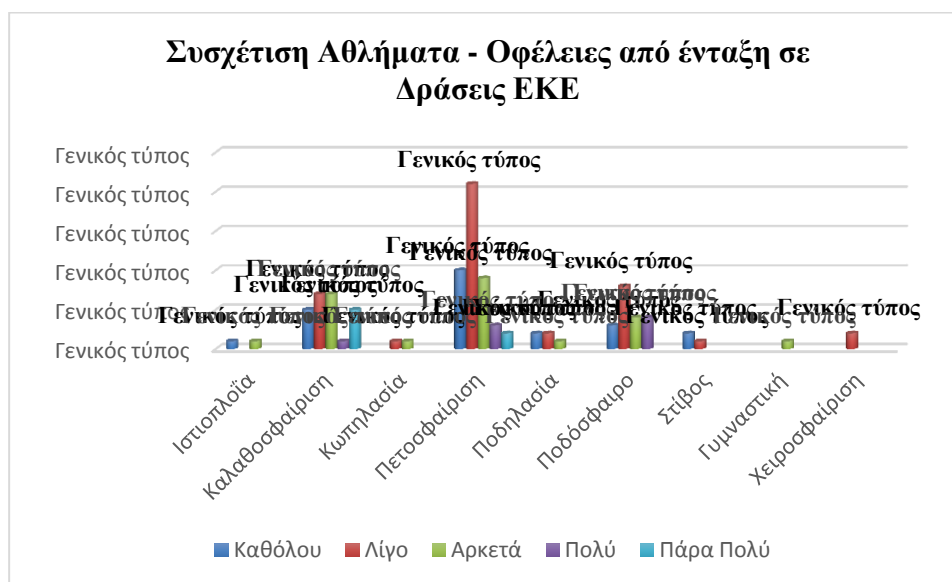
p-value=0.527



**Πίνακας 5.10.37**

**Συσχέτιση αθλήματα με γνώση ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

Συσχέτιση της μεταβλητής αθλήματα με την γνώση ωφελειών από ένταξη των αθλητικών σωματείων σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών /κρατικών φορέων.						
	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ	Σύνολο
Ιστιοπλοΐα	1		1			2
Καλαθοσφαίριση	5	7	7	1	5	25
Κωπηλασία		1	1			2
Πετοσφαίριση	10	21	9	3	2	45
Ποδηλασία	2	2	1			5
Ποδόσφαιρο	3	8	4	4		19
Στίβος	2	1				3
Γυμναστική			1			1
Χειροσφαίριση		2				2
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23</b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.36**

**Συσχέτιση αθλήματα με γνώση ωφελειών από ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

δ) Η τελευταία συσχέτιση ερωτημάτων αφορούσε στο πόσα αθλητικά σωματεία και από ποιο άθλημα έχουν ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων. (Πίνακας 5.10.38)

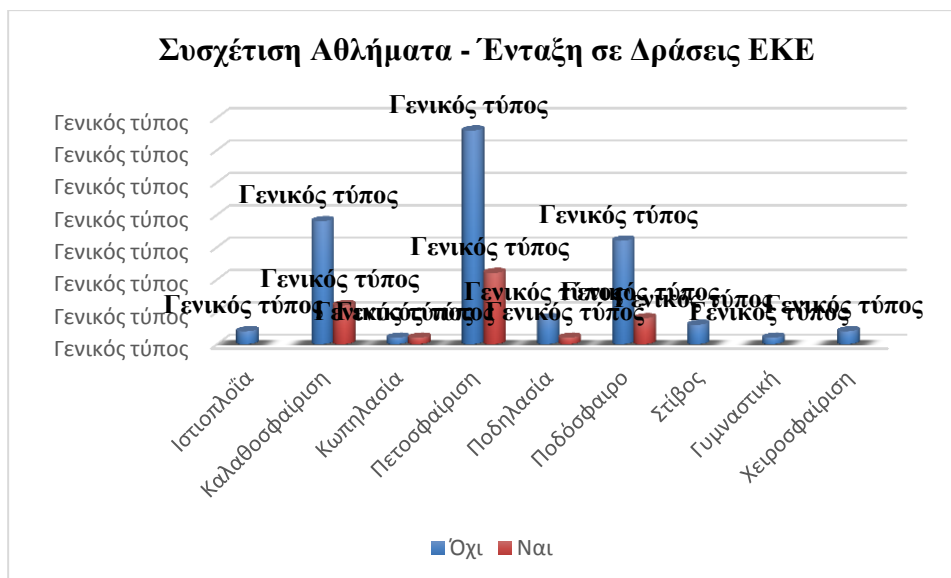
- Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο άθλημα και στην ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ-(Chi square test)

p-value=0.899

**Πίνακας 5.10.38**

**Συσχέτιση αθλήματα με ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

Συσχέτιση της μεταβλητής αθλήματα με ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών /κρατικών φορέων.			
	Όχι	Ναι	Σύνολο
Ιστιοπλοΐα	2		<b>2</b>
Καλαθοσφαίριση	19	6	<b>25</b>
Κωπηλασία	1	1	<b>2</b>
Πετοσφαίριση	33	11	<b>44</b>
Ποδηλασία	4	1	<b>5</b>
Ποδόσφαιρο	16	4	<b>20</b>
Στίβος	3		<b>3</b>
Γυμναστική	1		<b>1</b>
Χειροσφαίριση	2		<b>2</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>81</b>	<b>23</b>	<b>104</b>



**Διάγραμμα 5.10.37**

**Συσχέτιση αθλήματα με ένταξη σε δράσεις ΕΚΕ**

### 5.11 Έλεγχος ερευνητικών υποθέσεων

Σε αυτή την ενότητα, με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, γίνεται έλεγχος των ερευνητικών υποθέσεων που διατυπώθηκαν, προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσο αυτές επιβεβαιώνονται ή διαψεύδονται. Όσον αφορά τις απαντήσεις στις οποίες χρησιμοποιήθηκε βαθμός συμφωνίας/ διαφωνίας με βάση την κλίμακα Likert, με βαθμό από 1 (πλήρης διαφωνία) έως 5 (πλήρης συμφωνία), θέτουμε ως όριο το 2,5. Δηλαδή για απαντήσεις που συγκεντρώνουν βαθμό μικρότερο από 2,5 θεωρούμε ότι η υπόθεση διαψεύδεται ενώ για απαντήσεις που συγκεντρώνουν βαθμό ίσο ή μεγαλύτερο του 2,5 αποδεχόμαστε την υπόθεση θεωρώντας ό,τι επιβεβαιώνεται.

**1<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Οι παράγοντες των ερασιτεχνικών σωματείων γνωρίζουν την έννοια της ΕΚΕ και τα οφέλη που θα μπορούσαν να αποκομίσουν από την ένταξη τους σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας.

Η υπόθεση αυτή περιλαμβάνει στην ουσία τρεις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Εάν οι παράγοντες γνωρίζουν την έννοια της ΕΚΕ και τη διαφορά που αυτή έχει από τις αθλητικές χορηγίες. Όπως επίσης εάν γνωρίζουν τυχόν οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει το σωματείο τους από την ένταξη του σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας. Από τις απαντήσεις συνάγεται το συμπέρασμα ότι μεγάλο ποσοστό των αθλητικών παραγόντων (περίπου 60%) είναι ενήμερο για το τι είναι εταιρική κοινωνική ευθύνη όπως και για τη διαφορά της με τις αθλητικές χορηγίες (περίπου

60%) αλλά σε μικρότερο ποσοστό (περίπου 40%) γνωρίζουν τυχόν ωφέλειες που θα μπορούσε να έχει ο σύλλογός τους. Ο μέσος όρος αυτών των 3 απαντήσεων είναι 2,69 οπότε επιβεβαιώνεται η ερευνητική υπόθεση.

**2<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Οι παράγοντες έχουν κάνει προσπάθειες να ενταχθούν σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων και βρήκαν ανταπόκριση.

Η υπόθεση αφορά δύο ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Εάν έχουν κάνει προσπάθειες να ενταχθούν σε δράσεις ΕΚΕ και τι ανταπόκριση είχε η προσπάθειά τους. Το (47%) των ερωτηθέντων απάντησε «Ναι», το ( 52%) «Όχι» ενώ ένα μικρό ποσοστό (1%) δεν έδωσε κάποια απάντηση. Η ερευνητική υπόθεση διαψεύδεται μερικώς εφόσον το ποσοστό αυτών που δεν έχουν κάνει κάποια προσπάθεια ένταξης είναι μεγαλύτερο του (50%).

Όσον αφορά τους συλλόγους οι οποίοι απάντησαν θετικά, αυτοί αντιμετώπισαν αρνητική ανταπόκριση από εταιρείες/ κρατικούς φορείς σε ποσοστό (58,18%) και θετική σε ποσοστό (42,82%). Επομένως συμπεραίνουμε ότι οι εταιρείες ενδιαφέρονται σε μικρό βαθμό για τη στήριξη των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων στα πλαίσια των κοινωνικά υπεύθυνα δράσεων τους και έχουμε μερική διάψευση της υπόθεσης.

**3<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Τα σωματεία τα έχουν προσεγγίσει εταιρείες με σκοπό να τα συμπεριλάβουν σε δράσεις ΕΚΕ.

Το (91%) απάντησε αρνητικά οπότε η ερευνητική υπόθεση διαψεύδεται πλήρως. Επομένως συμπεραίνουμε ότι οι εταιρείες δεν δείχνουν ενδιαφέρον για τη στήριξη των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων στα πλαίσια των κοινωνικά υπεύθυνα δράσεων τους.

**4<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Τα σωματεία έχουν συμμετάσχει σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων.

Το (76,42%) των συλλόγων δεν έχει συμπεριληφθεί ποτέ σε κάποια δράση ΕΚΕ εταιρειών ή κρατικών φορέων τα τελευταία χρόνια, συνεπώς η ερευνητική υπόθεση διαψεύδεται. Το (22%) περίπου που έχει ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εντοπίζει την υποστήριξη του συλλόγου σε αθλητικό υλικό, οικονομική υποστήριξη, βελτίωση εγκαταστάσεων και υποστήριξη αθλητικών εκδηλώσεων.

**5<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Η συμμετοχή τους ή η επιλογή τους σε δράσεις ΕΚΕ έγινε βάση συγκεκριμένων κριτηρίων.

Τα κριτήρια στα οποία αναφέρεται η υπόθεση αφορούν το σύλλογο και είναι σχετικά τόσο με την υλοποίηση ανταποδοτικών δράσεων εκτός των αθλητικών (πολιτιστικών –

κοινωνικών – εκπαιδευτικών κ.τ.λ.) από το σύλλογο όσο και κριτηρίων όπως τα αναπτυξιακά τμήματα, οι αγωνιστικές επιτυχίες, ο αριθμός εγγεγραμμένων αθλητών/τριών του συλλόγου, τα οποία οι εταιρείες μπορούν να λάβουν υπόψη τους κατά τον σχεδιασμό των δράσεων τους ΕΚΕ. Τα αθλητικά σωματεία τα οποία έχουν συμπεριληφθεί σε δράσεις ΕΚΕ αποτελούν το (21,7%) των ερωτηθέντων. Καθοριστικός παράγοντας της επιλογή τους και της ένταξής τους σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών φαίνεται να είναι κατά μεγάλο ποσοστό (43,48%) η υλοποίηση επιπλέον δράσεων εκτός των αθλητικών, κυρίως κοινωνικών, από τα σωματεία. Επιπλέον σημαντικό ρόλο παίζει ο αριθμός των αγωνιστικών τμημάτων του συλλόγου (ποσοστό περίπου 35%) και οι αγωνιστικές του επιτυχίες (ποσοστό περίπου 4,5%). Συνεπώς επιβεβαιώνεται η ερευνητική υπόθεση.

**6<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Οι εταιρείες που στηρίζουν τον αθλητισμό έχουν συγκεκριμένη εμπορική δραστηριότητα.

Η υπόθεση αυτή αναφέρεται στη δραστηριότητα των εταιρειών οι οποίες έχουν συμπεριλάβει ερασιτεχνικούς αθλητικούς συλλόγους ή τους έχουν προσεγγίσει στα πλαίσια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους και εάν αυτές εμπορεύονται προϊόντα σχετικά με τον αθλητισμό. Οι σύλλογοι οι οποίοι έχουν ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών είναι (23) ενώ αυτούς τους οποίους προσέγγισαν οι εταιρείες είναι μόλις (8) από τους 106 που συμμετείχαν στην έρευνα. Από τις (8) εταιρείες που προσέγγισαν τους συλλόγους οι (5) εμπορεύονται προϊόντα σχετικά με τον αθλητισμό και οι (3) εταιρείες μη σχετικά με τον αθλητισμό. Ενώ ποικίλλει και το αντικείμενο των (23) εταιρειών/κρατικών φορέων που ήδη έχουν συμπεριλάβει αθλητικά σωματεία στις κοινωνικές τους δράσεις, όπως τράπεζες- εμπορικές - κατασκευαστικές και ιατρικές επιχειρήσεις αλλά και δήμοι και υπουργεία. Συνεπώς διαψεύδεται η ερευνητική υπόθεση.

**7<sup>η</sup> ερευνητική υπόθεση:** Τα αθλητικά σωματεία έχουν ενταγμένες δράσεις στα προγράμματα τους που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως μέσο υλοποίησης πρακτικών ΕΚΕ.

Οι δράσεις στις οποίες αναφέρετε η υπόθεση αφορούν αφενός στην υλοποίηση δράσεων, επιπλέον των αθλητικών, όπως περιβαλλοντικές, κοινωνικές, εκπαιδευτικές κ.τ.λ. και αφετέρου στα μέτρα που παίρνουν οι σύλλογοι κατά των αρνητικών φαινομένων που παρουσιάζονται στον χώρο του αθλητισμού, όπως είναι το doping, η χειραγώγηση αποτελεσμάτων, η βία στους αγωνιστικούς χώρους και η εμφάνιση

σκουπιδιών στο χώρο των αθλητικών συναντήσεων. Το ποσοστό των συλλόγων που συνεργαζόμενοι με εταιρείες τους έχει ζητηθεί να αναφέρουν αν παίρνουν πρόσθετα μέτρα κατά των αρνητικών επιπτώσεων του αθλητισμού δεν είναι μεγάλο. Το ποσοστό αυτό αγγίζει μόλις το (30%) των ερωτηθέντων ενώ το (70%) των ερωτηθέντων απαντούν πως δεν τους έχει ζητηθεί. Ωστόσο από τους (27) που απαντούν θετικά οι (4) αναφέρουν ότι παίρνουν πρόσθετα μέτρα για το doping, (11) κατά της βίας στους αγωνιστικούς χώρους ενώ οι υπόλοιποι παίρνουν πρόσθετα μέτρα τόσο για τα προαναφερθέντα προβλήματα καθώς επίσης και κατά τη χειραγώγηση των αποτελεσμάτων, κατά του bullying και για τη μείωση των σκουπιδιών κατά την διάρκεια των αθλητικών συναντήσεων. Επίσης αρκετά σωματεία, πέρα από την διάδοση της αθλητικής κουλτούρας, μέσω της υλοποίησης κοινωνικών, περιβαλλοντικών, σχετικών με την υγεία κ.τ.λ. δράσεων, βοηθούν στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση για αυτά τα θέματα και γι' αυτό το λόγο επιλέγονται να στηριχθούν από εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Κατά συνέπεια επιβεβαιώνεται η ερευνητική υπόθεση.

### **5.12 Συμπεράσματα**

Στην έρευνα που διεξήχθη έγινε μία προσπάθεια αποτύπωσης των δράσεων ΕΚΕ στον ερασιτεχνικό αθλητισμό. Συγκεκριμένα διερευνήθηκε το κατά πόσο συμπεριλαμβάνεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός στη σχεδίαση και υλοποίηση δράσεων κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών και κρατικών φορέων και οι λόγοι που γίνεται ή θα έπρεπε να γίνεται αυτό.

Για αυτό το λόγο συμμετείχε στην έρευνα ένας ικανός αριθμός ερασιτεχνικών αθλητικών συλλόγων (106 σύλλογοι) οι οποίοι δραστηριοποιούνται στο Νομό Αττικής. Οι ερωτήσεις πέρα των τυπικών δημογραφικών στοιχείων, αφορούσαν κατά κύριο λόγο τη σχέση των σωματείων με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την ένταξή τους σε δράσεις εταιρειών σχετικές με την ΕΚΕ. Από τις απαντήσεις που λάβαμε καταλήξαμε σε κάποια, αντιφατικά ορισμένες φορές, συμπεράσματα. Αφενός οι σύλλογοι φαίνεται πλέον να είναι έως έναν βαθμό ενημερωμένοι σχετικά με την έννοια (60%) της ΕΚΕ όπως και να γνωρίζουν τη διαφορά της από τις αθλητικές χορηγίες (60%) αλλά και τα οφέλη (40%) που προκύπτουν από την ένταξη τους σε δράσεις ΕΚΕ. Ωστόσο πέρα από την γνώση τους σχετικά με το θέμα, δεν έχουν στην πλειοψηφία τους συμμετάσχει ενεργά σε κάποια δράση ΕΚΕ (77%). Από τη μία πλευρά οι εταιρείες οι οποίες τους

έχουν προσεγγίσει για να τους εντάξουν σε δράσεις ΕΚΕ είναι ελάχιστες (10%), ενώ οι ίδιοι οι σύλλογοι συνάντησαν αρνητική αντιμετώπιση από εταιρείες και κρατικούς φορείς στην προσπάθειά τους να συμπεριληφθούν σε ορισμένες δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας (60%). Επιπροσθέτως από την έρευνα κρίνεται εμφανές ότι οι σύλλογοι κατά κύριο λόγο δεν είναι εξοικειωμένοι με τις δράσεις ΕΚΕ. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από την προτίμηση των συλλόγων να στρέφονται στις τοπικές επιχειρήσεις προκειμένου να στηρίξουν περαιτέρω τη λειτουργία τους (ποσοστό περίπου 70%) και στη διοργάνωση εκδηλώσεων (38%) ενώ ένα πολύ μικρότερο ποσοστό (45%) απευθύνεται στη στήριξη μεγάλων-πολυεθνικών επιχειρήσεων και κρατικών φορέων (κοινωνικές χορηγίες). Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό περίπου (70%) πιστεύει ότι οι εταιρείες στηρίζουν τον αθλητισμό με σκοπό την εδραίωση της φήμης τους και για λόγους διαφήμισης και πολύ λιγότερο για κοινωνικούς λόγους, κάτι που δεν συνάδει με τις αρχές του ερασιτεχνικού αθλητισμού. Όπως επίσης γιατί ένα ποσοστό περίπου (75%) πιστεύει ότι δεν απασχολεί τις επιχειρήσεις η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού.

Όσον αφορά το δεύτερο μέρος της έρευνας, η πλειοψηφία (81%) πιστεύει πως ο ερασιτεχνικός αθλητισμός είναι ένας τομέας όπου οι εταιρείες και οι κρατικοί φορείς μπορούν να αναπτύξουν δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας και θα έπρεπε να έχει προτεραιότητα στο σχεδιασμό τέτοιων δράσεων σε σχέση με άλλες δράσεις, όπως πολιτιστικές και περιβαλλοντικές. Αρχικά γιατί ο αθλητισμός κάθε είδους βοηθά στην υγεία του ατόμου και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής. Ακόμη γιατί ο αθλητισμός δραστηριοποιεί το άτομο και το κάνει πιο ενεργό στην κοινωνία, έχει κοινωνικές επομένως αλλά και πολιτιστικές προεκτάσεις και κυρίως βοηθά ενεργά τους νέους στη βελτίωση της φυσικής κατάστασης και τη διαμόρφωση του χαρακτήρα τους. Επίσης γιατί ο αθλητισμός και ιδιαίτερα ο ερασιτεχνικός, ενισχύει τους κοινωνικούς δεσμούς και προωθεί τα ιδανικά της συνεργασίας, της ισότητας, της αλληλεγγύης, της ανεκτικότητας, της ευγενής άμιλλας και του σεβασμού. Επιπλέον, γιατί μέσω εξειδικευμένων δράσεων τους, οι σύλλογοι βοηθούν στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση σε θέματα κοινωνικά, πολιτισμού αλλά και περιβάλλοντος. Έμμεσα λοιπόν, με την ενίσχυση του ερασιτεχνικού αθλητισμού, ενδυναμώνεται και η πολιτισμική και η περιβαλλοντική συνείδηση των ανθρώπων.

Ως θετικό μπορεί να χαρακτηριστεί το γεγονός ότι η πλειοψηφία των αθλητικών παραγόντων, που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου (52%)

έχουν πτυχίο πανεπιστημίου και περίπου το (25%) έχει μεταπτυχιακό δίπλωμα) και στη συσχέτιση που πραγματοποιήθηκε με το πόσο ενήμεροι είναι σχετικά με την ΕΚΕ, όπως και το εάν γνωρίζουν τη διαφορά ΕΚΕ και αθλητικής χορηγίας και τις ωφέλειες που θα μπορούσε να αποκομίσει ο σύλλογός τους από την ένταξή του σε δράσεις ΕΚΕ απάντησαν ότι είναι «Πολύ» και «Πάρα Πολύ» ενημερωμένοι για αυτά τα θέματα. Αρά μπορούμε να συμπεράνουμε ότι αφού οι παράγοντες είναι ενήμεροι για το θέμα της ΕΚΕ είναι πολύ πιθανόν στο μέλλον να αυξηθεί το ποσοστό αυτών που θα κάνουν ενέργειες προς αυτών το τομέα για την στήριξη των συλλόγων τους.

Επίσης ως ενθαρρυντικό χαρακτηρίζεται το υψηλό μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων στην έρευνα και για το λόγο ότι διαφαίνεται ότι οι νέοι παράγοντες, που εισέρχονται στο χώρο του αθλητισμού, είναι άτομα που φέρνουν μαζί τους ένα απόθεμα νέων εμπειριών και γνώσης σε αντιδιαστολή με την μέχρι σήμερα επικρατούσα κατάσταση της έλλειψης εμπειριών και εξιδεικευμένων αθλητικών στελεχών και παραγόντων. Το τελευταίο, φαίνεται και από το ότι υπάρχει στατιστική συσχέτιση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και της άποψης ότι δεν υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων. Το (44%) των αποφοίτων πανεπιστημίου/ΤΕΙ και το (27%) των κατόχων διδακτορικού/μεταπτυχιακού απάντησαν «Καθόλου». Δείχνοντας ότι οι νέοι παράγοντες προκειμένου να στηρίξουν το σύλλογό τους θα προσφύγουν και σε άλλες μορφές χρηματοδότησης πέρα από τις κρατικές ενισχύσεις στις οποίες κατά παράδοση βασίζονταν μέχρι σήμερα. Επιπλέον αυτό διαφαίνεται και από το γεγονός ότι δεν υπάρχει στατιστική συσχέτιση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και της άποψης ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους.

Γενικά, τα συμπεράσματα στα οποία καταλήξαμε, δεν διέφεραν από τα αναμενόμενα. Δηλαδή μέσω των απαντήσεων αποδείχθηκε αφενός ότι οι παράγοντες των μεμονωμένων αθλητικών σωματείων δεν γνωρίζουν αρκετά για το τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τα οφέλη που θα μπορούσαν να αποκομίσουν, εάν στα πλαίσια αναζήτησης τους για πρόσθετη ενίσχυση των σωματείων τους, απευθύνονταν σε αυτόν το τομέα των επιχειρήσεων ή κρατικών φορέων. Επομένως όταν αναζητούν πρόσθετη στήριξη των σωματείων τους το κάνουν κυρίως μέσω άλλων πηγών. Αφετέρου αποδείχθηκε ότι και οι επιχειρήσεις δεν δίνουν προτεραιότητα κατά των σχεδιασμού δράσεων ΕΚΕ σε αθλητικές δράσεις και όταν αυτό γίνεται αφορά κυρίως μεγάλα αθλητικά γεγονότα και όχι στήριξη μικρών αθλητικών συλλόγων.



### 5.13 Προτάσεις

Η παρούσα μελέτη αποδεικνύει ότι ο ερασιτεχνικός αθλητισμός μπορεί και πρέπει να αποτελέσει μέσο για την επίτευξη των στόχων που τίθενται από τις εταιρείες και πολύ περισσότερο από τους κρατικούς φορείς στο πλαίσιο επίδειξης της κοινωνικής τους υπευθυνότητας.

Ο αθλητισμός και ιδιαίτερα ο ερασιτεχνικός, εκτός από δημόσιο αγαθό είναι πρωτίστως κοινωνικό αγαθό και θα είναι τεράστιο λάθος να αποκοπεί από την κοινωνική του διάσταση. Ο ρόλος των ερασιτεχνικών σωματείων δεν είναι η εύρεση εσόδων, πέραν των αναγκαίων για την επιβίωση τους, όσο η κοινωνική τους προσφορά. (Αυθίνος, 2016) Βασική πηγή χρηματοδότησής τους είναι οι κρατικές επιχορηγήσεις. Δυστυχώς, λόγω της οικονομικής κρίσης ο αθλητισμός δεν στηρίζεται επαρκώς από το κράτος. Υπάρχει έλλειψη αθλητικών εγκαταστάσεων ή ακόμα και ιδιωτικοποίηση τους, με αποτέλεσμα η ζήτηση να είναι μεγαλύτερη από την προσφορά και ο χρήστης να αναγκάζεται να πληρώνει για την χρήση τους σε μια εποχή που το κράτος θα έπρεπε να επιδιώκει να επεκταθεί η σωματική άσκηση για την βελτίωση της υγείας του πληθυσμού και εντέλει την μείωση του υγειονομικού κόστους.

Η βιωσιμότητα των ερασιτεχνικών σωματείων είναι απαραίτητη για το μέλλον του αθλητισμού σε όλο τον κόσμο και θα πρέπει να στηριχθεί τόσο μέσω της επίσημης πολιτείας όσο και μέσω της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Κάτι που προκύπτει και από τα αποτελέσματα της έρευνας όπου μεγάλο μέρος των αθλητικών παραγόντων απάντησε πως πιστεύει ότι ο αθλητισμός δεν θα πρέπει να στηρίζεται μόνο από κράτος (ποσοστό περίπου 40%) και ότι θεωρεί ότι η εμπλοκή των ιδιωτικών επιχειρήσεων δεν θα αυξήσει τον κίνδυνο αλλοίωσης του κοινωνικού του ρόλου (ποσοστό περίπου 60%).

Στη χώρα μας οι κοινωνικές ευθύνες των εταιρειών που συνδέονται με τον αθλητισμό παραμένουν υποανάπτυκτες. Το μεγαλύτερο μέρος των υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις και είναι δύσκολο να ενσωματώσουν στη λειτουργία τους δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας μια και δεν έχουν πόρους για να επικεντρωθούν σε στρατηγικό σχεδιασμό ΕΚΕ δραστηριοτήτων. Στρατηγικό σχεδιασμό ΕΚΕ διαθέτουν μόνο οι μεγάλες επιχειρήσεις, τις οποίες όμως κατά ένα μεγάλο ποσοστό η οικονομική κρίση τις ώθησε να απομακρυνθούν από την κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Παρόλα αυτά όμως, θα πρέπει να τονισθεί η σημαντικότητα του ερασιτεχνικού και του μη κερδοσκοπικού αθλητισμού, που βασίζεται στον εθελοντισμό, ενισχύει την κοινωνική συνοχή και ένταξη και προωθεί

την δημοκρατία σε τοπικό επίπεδο και την ενεργό δράση των πολιτών και ο επιχειρηματικός κόσμος, να κινητοποιήσει τους απαραίτητους πόρους, που μέσω υπεύθυνων κοινωνικών πρακτικών θα διατεθούν στη στήριξη του.

Μέσω του αθλητισμού μπορούν να στηριχθούν δράσεις προσανατολισμένες στην υγεία, την κοινωνική αλληλεπίδραση, την εκπαίδευση, το περιβάλλον και την διασκέδαση των νέων. Οι εταιρείες πρέπει να μεγιστοποιήσουν τα κοινωνικά οφέλη που προσφέρουν στην κοινωνία μέσω της καλύτερης εκμετάλλευση του αθλητισμού.

Χρησιμοποιώντας τον αθλητισμό ως μέσο πρακτικών ΕΚΕ, οι εταιρείες μπορούν να εξαπλώσουν το κοινωνικό τους μήνυμα σε ευρύτερο κοινό και μπορούν να πάρουν καινοτόμες αποφάσεις οι οποίες οδηγούν σε ευεργετικά αποτελέσματα για το κοινωνικό σύνολο ενώ ταυτοχρόνως τα διοικητικά στελέχη των αθλητικών σωματείων, να χρησιμοποιήσουν την δυνατότητα ένταξής τους σε δράσεις ΕΚΕ σαν εναλλακτική λύση στα πλαίσια αναζήτησής πρόσθετης στήριξής τους.

Μπορεί να υπάρξει συνεργασία και συνέργεια του τομέα των αθλητικών χορηγιών ΕΚΕ με τα αθλητικά σωματεία και την υλοποίηση ανταποδοτικών κοινωνικών δράσεων από αυτά. Έτσι τα αθλητικά σωματεία μπορούν να ωφεληθούν από την οικονομική ή άλλη υποστήριξη από εταιρείες, οι οποίες από την πλευρά τους μπορούν να υλοποιήσουν κάποιες από τις δικές τους δραστηριότητες κοινωνικής ευθύνης διαμέσου αυτών των σωματείων.

Τα αθλητικά σωματεία θα μπορούσαν:

- Να απευθυνθούν, ανάλογα με τις δράσεις που οργανώνουν στο σύλλογό τους, στοχευμένα σε εταιρείες που θα τα εντάξουν σε δράσεις ΕΚΕ. Π.χ. ένας σύλλογος που έχει αρκετούς νεαρούς αθλητές/τριες υπέρβαρους να απευθυνθεί σε εταιρείες που απασχολούνται στο χώρο της υγείας ή σε εταιρείες τροφίμων με αντικείμενο την υγιεινή διατροφή ή να απευθυνθούν σε κάποιον ιατρικό όμιλο που θα αναλάβει τις ιατρικές εξετάσεις των αθλητών/τριών.
- Να απευθυνθούν σε νέο-εισερχόμενες στην τοπική κοινωνία εταιρείες ή σε τοπικές για υποστήριξη των τοπικών ομάδων. Πολλές φορές οι εταιρείες επιλέγουν να στηρίξουν ένα ερασιτεχνικό σωματείο, παρότι η υποστήριξή τους δεν είναι του ίδιου μεγέθους σε σχέση με την στήριξη σε ένα επαγγελματικό. Ο ερασιτεχνικός αθλητισμός παρέχει στις εταιρείες την ευκαιρία να απευθυνθούν σε μια συγκεκριμένη αγορά - στόχο κάτι που εκτιμούν οι εταιρείες που ειδικεύονται σε αθλητικά προϊόντα. Ενώ οι τοπικές επιχειρήσεις

έχουν μια καλή ευκαιρία να κάνουν ορατή την παρουσία τους στους τοπικούς καταναλωτές.

- Να απευθυνθούν σε ιδιωτικά εκπαιδευτήρια για την χορήγηση υποτροφιών σε αριστούχους μαθητές που έχουν στο δυναμικό τους.
- Να απευθυνθούν σε ένα δημόσιο οργανισμό που εφαρμόζει δράσεις ΕΚΕ όπως τα υπουργεία υγείας, πολιτισμού, οικονομίας κτλ. και να ενταχθούν σε δράσεις τους όπως π.χ. σεμινάρια διαχείρισης άγχους μαθητών, εθελοντική στήριξη του συλλόγου από εργαζόμενους τους, οικονομική στήριξη τους.

Ενώ από την μεριά των εταιρειών/κρατικών φορέων θα μπορούσε να υπάρξει:

- Εθελοντική συμμετοχή εργαζομένων εταιρειών κατά την διοργάνωση κοινωνικών εκδηλώσεων του συλλόγου όπως π.χ. περιβαλλοντικές δράσεις, υποστήριξη προγραμμάτων για ενεργό και υγιεινό τρόπο ζωής και διατροφής. Βελτίωση φυσικής κατάστασης ή παρέχοντας βοήθεια κατά την διοργάνωση τελικών αγώνων στα οποία συμμετέχει ο σύλλογος.
- Χορήγηση αθλητικού υλικού ή αθλητικών εμφανίσεων των ομάδων.
- Χρηματοδότηση για την βελτίωση των αθλητικών εγκαταστάσεων των αθλητικών συλλόγων. Π.χ. μια εταιρεία βολταϊκών συστημάτων να εγκαταστήσει μερικά στο γήπεδο για παροχή ζεστού νερού και θέρμανσης.
- Υποστήριξη των ακαδημιών του συλλόγου μέσω της διοργάνωσης τουρνουά για την εκμάθηση σε νεαρούς αθλητές των αθλημάτων.
- Κάλυψη κόστους προβολής αγώνων των τοπικών ομάδων μέσω web tv.
- Οικονομική ενίσχυση τοπικών σωματείων, στήριξη διαφόρων αθλητικών εκδηλώσεων των συλλόγων.
- Χρηματοδότηση τοπικών ομάδων για λειτουργία προγραμμάτων για μη προνομιούχα παιδιά και για μετανάστες.
- Πληρωμή συνδρομής μη προνομιούχων αθλητών/τριών.
- Υποστήριξη αθλητών ΑΜΕΑ ή μεμονωμένων αθλητών για τη συμμετοχή σε εγχώριους και διεθνείς αγώνες.

Αξίζει να σημειωθεί ότι αν και οι κοινωνικές χορηγίες είναι ένα μεγάλο μέρος των εσόδων του ερασιτεχνικού σωματείου, οι χορηγοί δεν χρειάζεται να επενδύσουν τεράστια ποσά για το σκοπό αυτό.

### 5.14 Πεδία για μελλοντική έρευνα

Η γενικότερη έννοια της ΕΚΕ περικλείει την μέριμνα στη συνολική οικονομική ευημερία, την κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος.

Υπάρχουν πολλές εταιρείες που προσπαθούν να ενθαρρύνουν και να επιβραβεύουν αξιόλογες πρωτοβουλίες και προσπάθειες. Στα πλαίσια της εταιρικής στρατηγικής και της εμπορικής πολιτικής τους, προωθούν ένα ολοκληρωμένο, συντονισμένο, ποιοτικό και ουσιαστικό κοινωνικό έργο, θέτοντας σημαντικούς στόχους, συμμετέχοντας ενεργά και υποστηρίζοντας κάθε χρόνο ένα ευρύ φάσμα ποικίλων κοινωνικών δραστηριοτήτων που είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με το κοινωνικό σύνολο. Οι δράσεις αναφέρονται στους τομείς της Παιδείας, της Έρευνας και Υγείας, του Πολιτισμού και των Τεχνών, του Αθλητισμού και του Περιβάλλοντος. Προωθείται η κοινωνική συνοχή, αλλά και η ανάπτυξη μηχανισμών επικοινωνίας, συνέργειας και συντονισμού για την από κοινού εφαρμογή προγραμμάτων ή την ανταλλαγή καλών πρακτικών, που εξυπηρετούν την πνευματική, ηθική και σωματική ανάπτυξη.

Αναφορικά με την ευρύτερη κοινωνική πολιτική, οι εταιρείες συνήθως δραστηριοποιούνται με χορηγίες πολιτιστικών, αθλητικών κι άλλων δράσεων, με στήριξη σε Μ.Κ.Ο., συνεργασία με τοπικούς ή κρατικούς φορείς για οργάνωση προγραμμάτων κατάρτισης ανέργων, με επιχορηγήσεις και φιλανθρωπικές προσπάθειες. Για παράδειγμα στηρίζουν μέσω χορηγιών τη διοργάνωση διεθνών κτλ. αθλητικών συναντήσεων καθώς και αθλητικές ομοσπονδίες και μεμονωμένους αθλητές για την προετοιμασία και συμμετοχή τους σε παγκόσμια πρωταθλήματα και Ολυμπιακούς Αγώνες. Στο επίκεντρο της στρατηγικής Εταιρικής Ευθύνης πολλών εταιρειών βρίσκονται οι Νέοι, που αποτελούν το πολυτιμότερο κεφάλαιο για την ανάπτυξη της Ελλάδας, το μέλλον του ελληνικού αθλητισμού και είναι οι δημιουργοί καινοτομίας. Στοχεύουν να ξαναφέρουν την ελπίδα στους νέους της Ελλάδας εξυπηρετώντας τις πραγματικές τους ανάγκες στον αθλητισμό, στην υγεία και στην εργασία, με στόχο να τους προσφέρουν ένα καλύτερο και πιο ελπιδοφόρο μέλλον. (Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου, 2016)

Επειδή ο αθλητισμός αποτελεί ζωτικό κομμάτι της κοινωνίας, μέσω του οποίου αναπτύσσονται και διαμορφώνονται ολοκληρωμένες προσωπικότητες, οι εταιρείες επιδιώκουν να καλλιεργήσουν στα παιδιά τις αξίες του «ευ αγωνίζεσθαι», της ευγενούς άμιλλας και της ομαδικής προσπάθειας, διασφαλίζοντας ότι το μέλλον του ελληνικού αθλητισμού θα συνεχίσει να στηρίζεται σε γερές βάσεις.

Αναμφισβήτητα, η ευρύτερη ενημέρωση των πολιτών αλλά και των αθλητικών συλλόγων και η μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις δράσεις ΕΚΕ θα έχουν επιπρόσθετα οφέλη. Στη σημερινή δύσκολη εποχή είναι φανερό η ανάγκη για οικονομική στήριξη των ερασιτεχνικών αθλητικών συλλόγων με τη διανομή αθλητικού υλικού, βελτίωση των αθλητικών εγκαταστάσεων και την υποστήριξη αθλητικών εκδηλώσεων. Αξίζει να ερευνηθεί στο μέλλον κατά πόσο είναι αρκετή η προβολή των δράσεων ΕΚΕ και αν τα κριτήρια επιλογής των συλλόγων είναι υποκειμενικά ή αντικειμενικά. Επιπλέον τα κίνητρα των εταιρειών που εμπλέκονται σε δράσεις εταιρικής ευθύνης θα μπορούσαν να διερευνηθούν και αν τελικά οι εταιρείες έχουν οφέλη μετρήσιμα (οικονομικά) από τις αθλητικές κοινωνικές χορηγίες. Επίσης θα μπορούσε να μελετηθεί το κατά πόσο ο αθλητισμός περιλαμβάνεται στο στρατηγικό επιχειρησιακό σχεδιασμό καλών πρακτικών εταιρειών και η πρακτική εφαρμογή του από αυτές. Ένας άλλος τομέας που θα μπορούσε να μελετηθεί είναι η ευαισθητοποίηση και γενικότερα η ενημέρωση των πολιτών, όχι μόνο των αθλητικών συλλόγων για τις δράσεις εταιρικής ευθύνης που αφορούν τον ερασιτεχνικό αθλητισμό και να προαχθεί η ενεργή συμμετοχή όλων σε τέτοιου είδους δράσεις. Τέλος, ενδιαφέρον θα ήταν να διερευνηθεί εάν οι ίδιοι οι αθλητικοί οργανισμοί (Αθλητικές Ομοσπονδίες, Αθλητικές Ενώσεις, Επαγγελματικοί Σύλλογοι) εφαρμόζουν κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές κατά την λειτουργία τους και να γίνει μέτρηση – αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς τους.

### **5.15 Ανακεφαλαίωση**

Στο κεφάλαιο που προηγήθηκε παρουσιάσαμε τους στόχους και τους σκοπούς της έρευνας και τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Παραθέσαμε το ερωτηματολόγιο που δόθηκε στους αθλητικούς συλλόγους που έλαβαν μέρος, λαμβάνοντας υπόψη τους περιορισμούς και τα ηθικά ζητήματα της μελέτης. Το κύριο μέρος του κεφαλαίου πραγματεύεται την παρουσίαση και την ανάλυση των απαντήσεων που λάβαμε και στη συνέχεια την εξαγωγή των συμπερασμάτων μας. Στους κυριότερους περιορισμούς ανήκει το γεγονός ότι το δείγμα αφορούσε την περιοχή της Αττικής και ενδεχομένως η διερεύνηση σε εθνικό επίπεδο, να παρουσίαζε διαφοροποιήσεις.

Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων γίνεται με πίνακες και διαγράμματα από την ανάλυση που έχει γίνει στις απαντήσεις που λάβαμε. Επίσης δίνεται απάντηση στις ερευνητικές υποθέσεις που έχουμε θέσει. Έτσι τα κυριότερα συμπεράσματα είναι ότι οι σύλλογοι φαίνεται πλέον να είναι έως έναν βαθμό ενημερωμένοι σχετικά με την έννοια

και τα οφέλη που προκύπτουν από την εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ. Ωστόσο πέρα από την γνώση τους σχετικά με το θέμα, δεν έχουν στην πλειοψηφία τους συμμετάσχει ενεργά σε κάποια δράση ΕΚΕ. Μέσω των απαντήσεων αποδείχθηκε αφενός ότι οι παράγοντες των μεμονωμένων αθλητικών σωματείων δεν γνωρίζουν αρκετά το τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη όπως και το τι οφέλη που θα μπορούσαν να αποκομίσουν εάν στα πλαίσια αναζήτησης τους για πρόσθετη ενίσχυση των σωματείων τους απευθύνονταν σε αυτόν το τομέα των επιχειρήσεων.

Κλείνουμε το κεφάλαιο με προτάσεις προς τα αθλητικά σωματεία που θα τα βοηθήσουν να ενταχθούν σε δράσεις ΕΚΕ όπως και με προτάσεις προς τις επιχειρήσεις για τους τρόπους που θα μπορούσαν να συμπεριλάβουν τον ερασιτεχνικό αθλητισμό στο σχεδιασμό της κοινωνικής τους πολιτικής. Στο τέλος του κεφαλαίου γίνονται προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Αγαπητοί Κυρίες/οι,

Με την επιστολή μου αυτή θα ήθελα να σας παρακαλέσω να συμμετάσχετε στην έρευνα, που πραγματοποιώ στα πλαίσια της διπλωματικής μου εργασίας, με θέμα: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ερασιτεχνικός Αθλητισμός», για την απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών «Δημόσια Οικονομική και Πολιτική», από το Α.Τ.Ε.Ι Πειραιά.

Σκοπός της έρευνας είναι να διερευνήσει: α) εάν στο πλαίσιο υλοποίησης των στρατηγικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των επιχειρήσεων υποστηρίζεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός και β) τις δυνατότητες χρησιμοποίησης του ερασιτεχνικού αθλητισμού ως πλαίσιο εφαρμογής δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις.

Η συμβολή σας στην επιτυχή διεξαγωγή της έρευνας είναι ιδιαίτερα σημαντική. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο, εμπιστευτικό και οι απαντήσεις σας θα αξιοποιηθούν αποκλειστικά για την εξαγωγή ερευνητικών συμπερασμάτων. Η συμμετοχή σας είναι εντελώς εθελοντική, μπορείτε να αρνηθείτε να απαντήσετε οποιαδήποτε ερώτηση και μπορείτε να αποσυρθείτε από την έρευνα ανά πάσα στιγμή.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από την πλευρά σας θα συμβάλει σημαντικά στην υλοποίηση της έρευνάς μου, γι' αυτό σας παρακαλώ θερμά να αφιερώσετε λίγα λεπτά από τον χρόνο σας για να το συμπληρώσετε, απαντώντας σε όλες τις ερωτήσεις που υπάρχουν σε αυτό.

Στην παρούσα εργασία η **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη** ορίζεται ως *"σημαντικές δραστηριότητες τις οποίες αναλαμβάνει μια εταιρεία για να υποστηρίξει κοινωνικούς σκοπούς. Οι σκοποί που υποστηρίζονται μέσω των πρωτοβουλιών αυτών είναι σκοποί που συμβάλλουν στην υγεία, την εκπαίδευση, την απασχόληση, τον αθλητισμό, το περιβάλλον, στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη"*.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την πολύτιμη συνεργασία σας.

Για τυχόν απορίες ή για περισσότερες πληροφορίες παρακαλώ να επικοινωνήσετε μαζί μου.

Με εκτίμηση,

Παναγιώτα Διαμαντέα

## ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Σε ποιο δήμο ανήκετε διοικητικά; -----

2. Ποια είναι η ιδιότητά σας μέσα στο σύλλογο;

**Πρόεδρος**

**Γενικός Γραμματέας**

**Μέλος Δ.Σ.**

**Έφορος**

**Προπονητής**

**Άλλο**

3. Φύλο: Άνδρας  Γυναίκα

4. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

Δημοτικό/Γυμνάσιο

Λύκειο

Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ

Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό

5. Καλλιεργείτε περισσότερα από ένα αθλήματα στο σύλλογό σας;

**Ναι**

**Όχι**

6. Η απάντησή σας θα αφορά το άθλημα του/της/ -----

7. Πιστεύετε ότι η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού θα πρέπει να είναι μόνο θέμα του κράτους;

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

8. Πιστεύετε ότι υπάρχει κίνδυνος αλλοίωσης του κοινωνικού ρόλου του ερασιτεχνικού αθλητισμού από την εμπλοκή ιδιωτικών επιχειρήσεων;

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ



9. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι απασχολεί τις εταιρείες η στήριξη του ερασιτεχνικού αθλητισμού;

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

## ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

1. Γνωρίζετε τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ);

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

2. Εάν γνωρίζετε, από πού έχετε ακούσει για αυτή; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

**Μέσα μαζικής ενημέρωσης**

**Διαδίκτυο**

**Χώρο εργασίας**

**Ενημερωτικά φυλλάδια**

**Φίλους/ γνωστούς**

**Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε)**

3. Γνωρίζετε τη διαφορά μεταξύ αθλητικών χορηγιών και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης;

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

4. Οι ενέργειες που γίνονται από το σύλλογό σας για την εξεύρεση πρόσθετων πόρων γίνονται από: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

**Πρόεδρο**

**Επιτροπή /μέλη Δ.Σ.**

**Οργανωμένο τμήμα μάρκετινγκ / δημοσίων σχέσεων**

**Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε)-----**

5. Με πιο τρόπο επιδιώκετε την εύρεση πρόσθετης στήριξης του συλλόγου σας εκτός βασικών πηγών εσόδων (συνδρομές μελών – αθλητών, επιχορηγήσεις κρατικών φορέων) μέσω:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα
--	---------	------	--------	------	------

					Πολύ
Στήριξης από τοπικές επιχειρήσεις					
Στήριξης από μεγάλες/πολυεθνικές επιχειρήσεις (κοινωνική χορηγία)					
Χορηγιών από τοπικές επιχειρήσεις					
Χορηγιών από μεγάλες/πολυεθνικές επιχειρήσεις					
Διοργάνωση εκδηλώσεων					
Δωρεών					
Άλλες					

6. Γνωρίζετε για τυχόν οφέλη που θα μπορούσε να αποκομίσει ο σύλλογός σας από την ένταξη του σε δράσεις κοινωνικής υπευθυνότητας εταιρειών ή κρατικών φορέων;

Καθόλου  Λίγο  Αρκετά  Πολύ  Πάρα Πολύ

7. Στα πλαίσια αναζήτησης πρόσθετων πόρων για την κάλυψη των αναγκών του συλλόγου σας, έχετε απευθυνθεί σε εταιρείες ή κρατικούς φορείς να σας συμπεριλάβουν στο σχεδιασμό δράσεων κοινωνικής τους υπευθυνότητας;

Ναι

Όχι

8. Εάν απαντήσατε ναι, τι ανταπόκριση είχατε;

Θετική

Αρνητική

9. Εάν απαντήσετε θετικά, ποιο ήταν το αντικείμενο δραστηριότητας των εταιρειών ή των κρατικών φορέων που ανταποκρίθηκε;

Αναφέρετε -----

10. Σας έχουν προσεγγίσει εταιρείες με σκοπό να σας εντάξουν σε προγράμματα ΕΚΕ που υποστηρίζονται από αυτές;

Ναι

Όχι

11. Εάν απαντήσατε ναι, οι εταιρείες ήταν (όσον αφορά το εμπορικό τους προϊόν):

α) σχετικό με τον αθλητισμό

β) μη σχετικό με τον αθλητισμό

12. Ο σύλλογός σας έχει συμπεριληφθεί τα τελευταία χρόνια σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών ή κρατικών φορέων;

Ναι

Όχι

13. Εάν απαντήσατε ναι, τι ανάγκες του συλλόγου σας καλύφθηκαν μέσω των δράσεων αυτών; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

Αθλητικό υλικό :

Οικονομική ενίσχυση :

Υποστήριξη αθλητικών εκδηλώσεων :

Βελτίωση εγκαταστάσεων :

Άλλη (παρακαλώ αναφέρετε) -----

14. Σε περίπτωση που ο σύλλογός σας έχει ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων, γνωρίζετε εάν κατά την επιλογή στήριξης του έπαιξε ρόλο η υλοποίηση ανταποδοτικών κοινωνικών δράσεων (εκτός από τις αθλητικές) από τον σύλλογό σας όπως: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

**Κοινωνικές** (π.χ. σχετικές με στήριξη οικονομικά αδύναμων αθλητών/τριων) :

**Πολιτιστικές** (π.χ. σχετικές με κοινωνικό αποκλεισμό, bullying, κοινωνική ισότητα) :

**Περιβαλλοντικές** (π.χ. σχετικές με ανακύκλωση μείωση σκουπιδιών στα γήπεδα):

**Εκπαιδευτικές** (π.χ. σχετικές με χορήγηση υποτροφιών) :

**Υγείας - Τρόπου Ζωής:**

**Όλες οι παραπάνω**

**Καμιά από τις παραπάνω**

**Δεν γνωρίζω**

15. Σε περίπτωση που ο σύλλογος σας έχει ενταχθεί σε δράσεις ΕΚΕ εταιρειών/κρατικών φορέων, γνωρίζετε εάν κατά την επιλογή στήριξης του έπαιξε ρόλο : (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

**Ο αριθμός των εγγεγραμμένων αθλητών/τριών στο συλλόγου σας**

**Ο αριθμός των εγγεγραμμένων αθλητών/τριών στα αναπτυξιακά τμήματα του συλλόγου σας**

**Ο αριθμός των αγωνιστικών τμημάτων του συλλόγου σας**

**Οι αγωνιστικές επιτυχίες του συλλόγου σας**

**Όλα τα παραπάνω**

**Τίποτα από τα παραπάνω**

**Δεν γνωρίζω**

16. Στα πλαίσια αναζήτησης πρόσθετης στήριξης του συλλόγου σας και απευθυνόμενοι σε εταιρείες σας έχει ζητηθεί να αναφέρετε εάν παίρνετε μέτρα κατά των αρνητικών επιπτώσεων του αθλητισμού;

**Ναι**

**Όχι**

17. Εάν απαντήσετε ναι, ποιες αρνητικές επιπτώσεις ήταν αυτές ; (μπορείτε να απαντήσετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

**Doping:**

**Χειραγώγηση αποτελεσμάτων :**

**Βία στους αγωνιστικούς χώρους :**

**Μείωση σκουπιδιών κατά την διάρκεια των αθλητικών συναντήσεων :**

**Άλλες αναφέρετε :** -----

18. Πιστεύετε ότι ο ερασιτεχνικός αθλητισμός θα πρέπει να έχει προτεραιότητα στο σχεδιασμό δράσεων ΕΚΕ των εταιρειών και των κρατικών φορέων σε σχέση με άλλες δράσεις, όπως πολιτιστικές και περιβαλλοντικές;

**Ναι**

**Όχι**

19. Παρακαλώ αιτιολογήστε την απάντησή σας στην προηγούμενη ερώτηση; -----

20. Για πιο λόγο πιστεύετε ότι υποστηρίζεται ο ερασιτεχνικός αθλητισμός από τις ιδιωτικές εταιρείες στα πλαίσια της κοινωνικής τους υπευθυνότητας;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
<b>Αύξηση κερδών</b>					
<b>Εδραίωση της φήμης τους στην κοινωνία</b>					
<b>Αύξηση ανταγωνιστικότητας</b>					
<b>Στα πλαίσια της κοινωνικής τους προσφοράς</b>					
<b>Διαφήμιση</b>					

Σας Ευχαριστώ Πολύ Για Την Συμμετοχή Σας!!



## ΠΑΡΑΤΗΜΑ Β

### ΠΙΝΑΚΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### Crosstabs

##### Π.Β.1. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Education * ti einal eke</b>			
Pearson Chi-Square	25,792 <sup>a</sup>	12	,011
Likelihood Ratio	24,740	12	,016
Linear-by-Linear Association	9,097	1	,003
N of Valid Cases	104		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

##### Π.Β.2. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Education * diafora xorigion</b>			
Pearson Chi-Square	22,611 <sup>a</sup>	12	,031
Likelihood Ratio	20,734	12	,054
Linear-by-Linear Association	4,063	1	,044
N of Valid Cases	104		

a. 11 cells (55,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.

##### Π.Β.3. Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Education * ofeli EKE</b>			
Pearson Chi-Square	21,123 <sup>a</sup>	12	,049
Likelihood Ratio	21,947	12	,038
Linear-by-Linear Association	8,937	1	,003
N of Valid Cases	104		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

**Π.Β.4. Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Education * stiriji apo kratos</b>			
Pearson Chi-Square	18,203 <sup>a</sup>	12	,110
Likelihood Ratio	16,384	12	,174
Linear-by-Linear Association	,024	1	,877
N of Valid Cases	104		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

**Π.Β.5. Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>Education * aliosi apo idiotikes eteries</b>			
Pearson Chi-Square	23,464 <sup>a</sup>	12	,024
Likelihood Ratio	22,306	12	,034
Linear-by-Linear Association	,005	1	,941
N of Valid Cases	104		

a. 12 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

**Π.Β.6. Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>SPORT * ti einai eke</b>			
Pearson Chi-Square	27,305 <sup>a</sup>	32	,703
Likelihood Ratio	32,050	32	,464
Linear-by-Linear Association	,421	1	,516
N of Valid Cases	104		

a. 38 cells (84,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.

**Π.Β.7. Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
<b>SPORT * diafora EKE-xorigion</b>			
Pearson Chi-Square	32,415 <sup>a</sup>	32	,446
Likelihood Ratio	34,695	32	,341
Linear-by-Linear Association	1,717	1	,190
N of Valid Cases	104		

a. 36 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.



**П.В.8. Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
<b>SPORT * ofeli entajis se EKE</b>			
Pearson Chi-Square	30,798 <sup>a</sup>	32	,527
Likelihood Ratio	30,984	32	,518
Linear-by-Linear Association	1,986	1	,159
N of Valid Cases	104		

a. 38 cells (84,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

**П.В.9. Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
<b>SPORT * entajis se draseis EKE</b>			
Pearson Chi-Square	3,504 <sup>a</sup>	8	,899
Likelihood Ratio	5,068	8	,750
Linear-by-Linear Association	,747	1	,387
N of Valid Cases	104		

a. 13 cells (72,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,22.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνική Βιβλιογραφία

- Hunger, J., Weelen D. & Thomas, L.** (2004), *Εισαγωγή στο Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, μετάφραση Ανδρέας Σοκοδήμος, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Kotler, P. & Nancy, L.** (2009), *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, μετάφραση Μυρτώ Σμαραγδή, Εκδόσεις Economia Publishing.
- Montana, P. & Charnov, H.** (2000), *Μάνατζμεντ 3<sup>η</sup> Αμερικανική Έκδοση*, μετάφραση Μαρία Ρούβαλη, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Αλεξανδρής, Κ.** (2011), *Αρχές Μάνατζμεντ Οργανισμών και Επιχειρήσεων Αθλητισμού και Αναψυχής*, Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη.
- Αναλυτής, Ν.** (2007), *Εισήγηση κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας του Ινστιτούτου Επικοινωνίας «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση-CSR 2007»*, 24 Απριλίου 2007, Αθήνα.
- Αυθίνος, Ι.** (2016), *Διαχείριση Αθλητικών Συλλόγων*, Πρακτικά 1<sup>ο</sup> Συνεδρίου για την Ελληνική Πετοσφαίριση με θέμα " Διεθνείς τάσεις της πετοσφαίρισης και οι προοπτικές της στην Ελλάδα", 14 – 15 Μαΐου 2016, Αθήνα.
- Βαξεβανίδου, Μ.** (2011), *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Γαλάνη, Α.** (2006), *«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Χορηγία»*, MEDA communication. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.meda.gr/gr/cat.php?cat=6>  
[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/9/2016]
- Γαργαλιάνος, Δ. & Αυθίνος, Γ.** (2001), *Αθλητικό Μάνατζμεντ*, Εκδόσεις University Studio Press, Θεσσαλονίκη.
- Γαργαλιάνος, Δ.** (2016), *Οργάνωση Αθλητικού Σωματείου στην Σύγχρονη Κοινωνία*, Πρακτικά 1<sup>ο</sup> Συνεδρίου για την Ελληνική Πετοσφαίριση με θέμα " Διεθνείς τάσεις της πετοσφαίρισης και οι προοπτικές της στην Ελλάδα", 14 – 15 Μαΐου 2016, Αθήνα.
- Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων**, (2001), *Πράσινη Βίβλος Προώθηση ενός Ευρωπαϊκού Πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Βρυξέλες 18.7.2001. Διαθέσιμη στο διαδικτυακό τόπο: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_el.pdf)  
[Ημερομηνία ανάκτησης 28/04/2016]

**Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων**, (2007), *Λευκή Βίβλος για τον Αθλητισμό*, Βρυξέλλες, 11.7.2007. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:52007DC0391>

[Ημερομηνία ανάκτησης: 28/4/2016]

**Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων**, (2011), *Μια Ανανεωμένη Στρατηγική ΕΕ 2011-14 για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Βρυξέλλες 25.10.2011: Διαθέσιμη στο διαδικτυακό τόπο: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/com/com\\_com\(2011\)0681/com\\_com\(2011\)0681\\_el.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681/com_com(2011)0681_el.pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης 28/04/2016]

**Ευρωπαϊκή Επιτροπή**, (2011), Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών: *Ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Διάστασης στον Αθλητισμό*, Βρυξέλλες, 18.1.2011. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A52011DC0012>

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Εφημερίδα της Κυβερνήσεως**, (1999), Νόμος υπ' αριθμ. 2725 *Ερασιτεχνικός και Επαγγελματικός Αθλητισμός και άλλες Διατάξεις*. (ΦΕΚ τεύχος Α' 121/17.6.1999). Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

**Ζαφειρόπουλος, Κ.** (2015), *Πως Γίνεται μια Επιστημονική Εργασία*; Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

**Λαζαριδής, Θ. & Δρυμπέτας, Ε.** (2011), *Εταιρική Διακυβέρνηση*, Εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη.

**Μαλάτος, Α.** (2001), *Η Επιστημονολογική Προσέγγιση του Αθλητικού Δικαίου*, Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκουλα, Αθήνα – Κομοτηνή, σ.20.

**Ντοβόλη, Α., Μπαλάσκα Π. & Καϊμακάμης, Δ.** (2014), *Καθορίζει ο αριθμός ανάμιξης των θεατών με μια αθλητική δραστηριότητα την αποτελεσματικότητα της χορηγίας; Η περίπτωση αγώνων Kick Boxing*, Ελληνικό Περιοδικό Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής τόμος 11 (2), 36– 44.

**Παπαδημητρίου, Δ. & Γαργαλιάνος, Δ.** (1997), *Το Μάνατζμεντ του Αθλητισμού*, Εκδόσεις Αθλότυπο, Αθήνα.

**Παπαλουκάς, Μ.** (2012), *Ευρωπαϊκή Αθλητική Αγορά: Θεωρία και Νομολογία*, Εκδόσεις Παπαλουκάς Μάριος, Αθήνα.

**Σακελλαρόπουλος, Θ.** (2003), *Ζητήματα Κοινωνικής Πολιτικής*, Εκδόσεις Διόνικος, Αθήνα.

**Σπαής, Γ.** (2006), *Η συμβολή των Διευθυντικών Στελεχών στην Αποτελεσματικότητα της Αθλητικής Χορηγίας. Μία βιβλιογραφική Επισκόπηση*, Ελληνικό Περιοδικό Διοίκηση Αθλητισμού και Αναψυχής, τόμος 3(2), 2-17. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.elleda.gr/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B5%CF%87%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B1/2006-%CF%84%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CF%82-3-%CF%84%CE%B5%CF%8D%CF%87%CE%BF%CF%82-2>

[Ημερομηνία ανάκτησης 25/9/2016]

**Συμβούλιο της Ευρώπης (2014)**, Ψήφισμα του Συμβουλίου και των αντιπροσώπων των κυβερνήσεων των κρατών μελών, συνεργομένων στα πλαίσια του Συμβουλίου, της 21ης Μαΐου 2014, σχετικά με το πρόγραμμα εργασιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον αθλητισμό (2014-2017). Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:42014Y0614\(03\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:42014Y0614(03)&from=EN)

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Χαλδεάκης, Θ.** (2008), *Ο Ερασιτεχνικός Αθλητισμός στην Ελλάδα*, Εφημερίδα τα ΝΕΑ, δημοσίευση 17.3.2008. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.tanea.gr/PrintArticle/?article=61000&iid=2>

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/9/2016]

### Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

**Argonda, A.** (2011), *Stakeholder Theory and Value Creation*, University of Navarra.

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.iese.edu/research/pdfs/di-0922-e.pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 10/6/2016]

**Athanasopoulou, P., Douvis, J. & Kyriakis, V.** (2011), *Corporate Social Responsibility (CSR) in Sports: Antecedents and Consequences*, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Vol. No 4, pp.1-11.

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/athanasopoulou\\_p\\_douvis\\_j\\_and\\_kyriakis\\_v\\_article\\_8\\_vol\\_1\\_4.pdf](http://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/athanasopoulou_p_douvis_j_and_kyriakis_v_article_8_vol_1_4.pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/8/2016]

**Bason, T. & Anagnostopoulos, C.** (2015), *Corporate Social Responsibility Through Sport: a Longitudinal Study of the FTSE100 Companies*, Sport, Business and Management: An International Journal, Vol. 5 No 3, pp. 218 – 241

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/SBM-10-2014-0044>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17//2016]

**Blackburn, D.** (1994), *Investigating the Dimensions of Social Responsibility and the Consequences for Corporate Financial Performance*, Journal of Managerial Issues, 22.

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=management\\_pubs](http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=management_pubs)

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Breitbarth, T.** (2010), *Beyond sponsorship? State of development of corporate social responsibility in English, German and Swiss top national league football clubs*.

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://www.academia.edu/1442476/Beyond\\_sponsorship\\_Corporate\\_social\\_responsibility\\_in\\_English\\_German\\_and\\_Swiss\\_top\\_national\\_league\\_football\\_clubs](https://www.academia.edu/1442476/Beyond_sponsorship_Corporate_social_responsibility_in_English_German_and_Swiss_top_national_league_football_clubs)

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Breitbarth, T., Walzel, S., Anagnostopoulos, C. & Eekeren, F.** (2015), "Corporate social responsibility and governance in sport: "Oh, the things you can find, if you don't stay behind!", Corporate Governance, Vol. 15 No: 2, pp. 254 – 273

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://www.academia.edu/11757987/Corporate\\_social\\_responsibility\\_and\\_governance\\_in\\_sport\\_Oh\\_the\\_things\\_you\\_can\\_find\\_if\\_you\\_don\\_t\\_stay\\_behind](https://www.academia.edu/11757987/Corporate_social_responsibility_and_governance_in_sport_Oh_the_things_you_can_find_if_you_don_t_stay_behind)

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Bruch, H. & Walter, F.** (2005), *The keys to Rethinking Corporate Philanthropy*, MIT Sloan Management Review, Vol. 47 No. 1, pp. 49-55. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://sloanreview.mit.edu/article/the-keys-to-rethinking-corporate-philanthropy/>

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/7/2016]

**Carroll, A.** (1991), *The Pyramid of CSR: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/000768139190005G>

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/4/2016]

**Carroll, A.** (1999), *Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct* Business & Society, Vol. 38, No. 3, pp. 268-295. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[http://www.academia.edu/419517/Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_Evolution\\_of\\_a\\_Definitional\\_Construct](http://www.academia.edu/419517/Corporate_Social_Responsibility_Evolution_of_a_Definitional_Construct)

[Ημερομηνία ανάκτησης 15/3/2016]

**Chadwick, S.** (2014), "Editorial", *Sport, Business and Management: An International Journal*, Vol. 4 No 1, pp. 2-5.

**Clark, C.E.** (2000), *Differences Between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An analysis*, Public Relations Review Vol. 26 No 1, pp.363-380. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.ask-force.org/web/Discourse/Clark-Differences-Public-Relations-Corporates-2000.pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Dahlsrud, A.** (2008), *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*, Department of Industrial Economics and Technology Management, Faculty of Social Science and Technology Management, Norwegian University of Science and Technology, Trondheim, Norway Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.132/epdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/3/2016]

**Davis, K.** (1960), "Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities;" California, Management Review, T.2, USA

**Dowling, A., Robinson L. & Washington.** (2013), *Taking Advantage of the London 2012 Olympic Games: Corporate Social Responsibility Through Sport Partnerships*, European Sport Management, Vol. 13 No 3, pp. 269-292.

**Elkington, J.** (1997), *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Publishing, Ltd, Oxford.

**Filizöz, B. & Fişne, M.** (2011), *Corporate Social Responsibility: A Study of Striking Corporate Social Responsibility Practices in Sport Management*, 7th International Strategic Management Conference. *Procedia Social and Behavioral Sciences* Vol.24 pp.1405–1417. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811015904>

[Ημερομηνία ανάκτησης 15/3/2016]

**Freeman, R. E.** (1984), *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, Pitman Boston.

**Friedman, M.** (1970), *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/4/2016]

**Giulianotti, R.** (2015), *Corporate Social Responsibility in Sport: Critical Issues and Future Possibilities*, School of Sport, Exercise and Health Sciences Loughborough University. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://www.academia.edu/17284312/Corporate\\_social\\_responsibility\\_in\\_sport\\_critical\\_issues\\_and\\_future\\_possibilities](https://www.academia.edu/17284312/Corporate_social_responsibility_in_sport_critical_issues_and_future_possibilities)

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/8/2016]

**Godfrey, P.** (2009), *Corporate Social Responsibility in Sport: An Overview and Key Issues*, *Journal of Sport Management*, Vol. 23 pp. 698-716.

**Hakala, A.** (2015), *Using Sport for Corporate Social Responsibility (CSR) in Finland*, University of Jyväskylä Faculty of Sport and Health Sciences Master's Thesis in Social Sciences of Sport. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/45740/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201504291689.pdf?sequence=1>

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/8/2016]

**Heath, R. & Ryan, M.** (1989), *Public Relations Role in Defining Corporate Social Responsibility*, *Journal of Mass Media Ethics*, Vol.4 No1, pp. 22-23. Retrieved January 15, 2009.

**Heino, V.** (2015), *Marketing in Amateur Sports: How to Market a Floorball Club with Limited Resources*, Satakunta University of Applied Sciences Degree Programme in Innovative Business Services. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<https://scholar.google.gr/scholar?hl=el&q=Heino%2C+V.+%282015%29%2C+Marketi>



[ng+in+amateur+sports%3A+How+to+market+a+floorball+club+with+limited+resource  
s%2C+Satakunta+University+of+Applied+Sciences+Degree+Programme+in+Innovativ  
e+Business+Services&btnG=](http://www.satakunta.fi/~satakunta/University+of+Applied+Sciences+Degree+Programme+in+Innovative+Business+Services&btnG=)

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/8/2016]

**Kotler, P. & Lee, N.** (2005), *Corporate Social Responsibility: Doing the most good for your Company and your Cause*, John Wiley & Sons Inc.

**Lau, N., Makhanya, K. & Trengrouse, P.** (2004), *The Corporate Social Responsibility of Sports Organizations The Case of FIFA*, International Master (MA) in Management, Law and Humanities of Sports 4th Edition, 2003-2004. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://www.academia.edu/5684751/CSR\\_of\\_Sports\\_Organizations\\_-\\_Revised\\_Edition](https://www.academia.edu/5684751/CSR_of_Sports_Organizations_-_Revised_Edition)

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/3/2016]

**Malfas, M., Theodoraki, E. & Houlihan, B.** (2004), *Impacts of the Olympic games as Mega - Events. Proceedings of the ICE ! Municipal Engineer*, Vol.157 No 3, pp. 209-220. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://www.researchgate.net/publication/245409296\\_Impacts\\_of\\_the\\_Olympic\\_Games\\_as\\_Mega-Events](https://www.researchgate.net/publication/245409296_Impacts_of_the_Olympic_Games_as_Mega-Events)

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/3/2016]

**McDonald, S., Smith, A. & Westerbeek, H.** (2009), *Using Sport and Physical Activity (PA) in Corporate Social Responsibility Programs: An Analysis of Indexed Multinationals*, in *Social responsibility and sustainability in sports*, Ediciones de la Universidad de Oviedo, Spain, pp.111- 134. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<http://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30032670/mcdonald-usingsportand-2009.pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/4/2016]

**Panagiotopoulos, D.** (2011), *Sports Law. Lex Sportiva & Lex Olympica*, Ant.N. Sakkoulas Publisher.

**Paramio-Salcines, J., Babiak, K. & Walters, G.** (2013), *Routledge Handbook of Sport and Corporate Social Responsibility*, First published. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=tWAdAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&q=Routledge+Handbook+of+Sport+and+Corporate+Social+Responsibility&ots=UG05FM9ize&sig=mO9p6CVeV9yviVi4nO36MKiH\\_6Y&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Routledge%20Handbook%20of%20Sport%20and%20Corporate%20Social%20Responsibility&f=false](https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=tWAdAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&q=Routledge+Handbook+of+Sport+and+Corporate+Social+Responsibility&ots=UG05FM9ize&sig=mO9p6CVeV9yviVi4nO36MKiH_6Y&redir_esc=y#v=onepage&q=Routledge%20Handbook%20of%20Sport%20and%20Corporate%20Social%20Responsibility&f=false)

[Ημερομηνία ανάκτησης 20/4/2016]

**Porter, M. & Kramer, M.** (2006), *Strategy and Society: the Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, Harvard Business Review, Vol. 84, pp. 78-92. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό

τόπο: [http://sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy\\_and\\_Society.pdf](http://sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy_and_Society.pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης 23/8/2016]

**Ratten, V. & Babiak, K.** (2010), *The Role of Social Responsibility, Philanthropy and Entrepreneurship in the Sport Industry*, Journal of Management & Organization Vol. 16, pp. 482-487. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/F9FB67216B8A345BD4EAC06E58A93EA7/S1833367200001875a.pdf/the-role-of-social-responsibility-philanthropy-and-entrepreneurship-in-the-sport-industry.pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 23/8/2016]

**Richard, A., McGowan, S.J. & Mahon, J.F.** (2016), *Corporate Social Responsibility in Professional Sports: An Analysis of the NBA, NFL, and MLB*, Boston College, University of Maine. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[file:///C:/Users/giota/Downloads/CSRProfSport2009%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/giota/Downloads/CSRProfSport2009%20(1).pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης 23/8/2016]

**Séguin, B. & Parent, M.** (2010), *Corporate Support: a Corporate Social Responsibility Alternative to Traditional event Sponsorship*, Faculty of Health Sciences, School of Human Kinetics, University of Ottawa, Canada, Int. J. Sport Management and Marketing, Vol. 7, Nos. ¾ Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[http://www.academia.edu/15758458/Corporate\\_Support\\_a\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_Alternative\\_to\\_Traditional\\_event\\_Sponsorship](http://www.academia.edu/15758458/Corporate_Support_a_Corporate_Social_Responsibility_Alternative_to_Traditional_event_Sponsorship)

[Ημερομηνία ανάκτησης 23/8/2016]

**Shank, M. & Lyberger, M.** (2015), *Sports Marketing : A Strategic Perspective*. Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=G2evBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Shank,+M.+%26+Lyberger,+M.+\(2015\),+Sports+Marketing+:+A+Strategic+Perspective.+&ots=PGwsB-SffX&sig=jOVexgSANE0\\_E4QuxgSxQJeZmas&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Shank%2C%20M.%20%26%20Lyberger%2C%20M.%20\(2015\)%2C%20Sports%20Marketing%20%3A%20A%20Strategic%20Perspective.&f=false](https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=G2evBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Shank,+M.+%26+Lyberger,+M.+(2015),+Sports+Marketing+:+A+Strategic+Perspective.+&ots=PGwsB-SffX&sig=jOVexgSANE0_E4QuxgSxQJeZmas&redir_esc=y#v=onepage&q=Shank%2C%20M.%20%26%20Lyberger%2C%20M.%20(2015)%2C%20Sports%20Marketing%20%3A%20A%20Strategic%20Perspective.&f=false)

[Ημερομηνία ανάκτησης 23/8/2016]

**Shirotriya, A.** (2015), *Corporate Social Responsibility: A Sustainable Approach for the Sports Development*, Sports Officer, Birla Institute of Management Technology, Greater Noida (UP), India. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [https://www.academia.edu/16720445/Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_A\\_Sustainable\\_Approach\\_for\\_the\\_Sports\\_Development](https://www.academia.edu/16720445/Corporate_Social_Responsibility_A_Sustainable_Approach_for_the_Sports_Development)

[Ημερομηνία ανάκτησης 23/8/2016]

**Smith, A. & Westerbeek, H.** (2007), *Sport as a Vehicle for Deploying Corporate Social Responsibility*, The Journal of Corporate Citizenship, Spring, Vol.25, pp. 43-54. La Trobe University, Australia. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.4859&rep=rep1&type=pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/3/2016]

**Subhabrata, B.** (2007), *Corporate Social Responsibility*. Northampton, MA : Edward Elgar Publishing Limited. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan\\_Digital\\_1/CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_The\\_Good\\_the\\_Bad\\_and\\_the\\_Ugly\\_97.pdf](http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20Corporate_Social_Responsibility_The_Good_the_Bad_and_the_Ugly_97.pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης: 25/5/2016]

**Walker, M. & Kent, A.** (2009), *Do fans care? Assessing the Influence of Corporate Social Responsibility on Consumer Attitudes in the Sport Industry*, Journal of Sport Management, Vol. 23, pp. 743-769. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [http://www.humankinetics.com/acucustom/sitename/dam/067/236\\_walker\\_do\\_fans\\_care\\_ass.pdf](http://www.humankinetics.com/acucustom/sitename/dam/067/236_walker_do_fans_care_ass.pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης 15/3/2016]

**Walters, G. & Tacon, R.** (2011), *Corporate Social Responsibility in European Football*, Working paper. Birkbeck College, University of London, UK. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://eprints.bbk.ac.uk/7618/1/7618.pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 15/3/2016]

**Walters, G.** (2009), *Corporate Social Responsibility Through Sport: The Community Sports Trust Model As A CSR Delivery Agency*, The Journal of Corporate Citizenship. Vol. 35, pp. 81-94.

**WBCSD** (1998), Stakeholder Dialogue on CSR, The Netherlands. Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

<file:///C:/Users/giota/Downloads/MeetingChangingExpectations.pdf>

[Ημερομηνία ανάκτησης 15/3/2016]

**Welford, R.** (2005), *Corporate Social Responsibility in Europe, North America and Asia: 2004 Survey Results*, Journal of Corporate Citizenship Vol.17, pp. 33-52.

**Wheeler, D. & Sillanpää, M.** (1997), *The Stakeholder Corporation: a Blueprint for Maximizing Stakeholder Value*, London: Pitman Publishing.

## Διαδικτυακές Πηγές

**Attica Group.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:<http://www.attica-group.com/el/%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE->

[%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7.html](http://www.attica-group.com/el/%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7.html)

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**Eurobank.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:[https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/Etisios\\_Apologismos\\_2014.pdf](https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/Etisios_Apologismos_2014.pdf)

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**FIFA:** Διεθνής Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία. (2016),

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.fifa.com/development/index.html>

[Ημερομηνία ανάκτησης 1/9/2016]

**LAMDA Quality Foods.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:<http://www.lamdaquality.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**Stoiximan.gr.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <https://www.stoiximan.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**UEFA:** Ένωση Ευρωπαϊκών Ποδοσφαιρικών Ομοσπονδιών. (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.uefa.com/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 1/9/2016]

**WIND Hellas.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <https://www.wind.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 1/9/2016]

**Βικιπαίδεια.** (2016),

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <https://el.wikipedia.org/wiki>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/3/2016]

**Ε.Ο.ΠΕ.:** Ελληνική Ομοσπονδία Πετοσφαίρισης. (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.volleyball.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 1/9/2016]

**Ε.Σ.Α.Π.:** Ένωση Σωματείων Αμοιβομένων Πετοσφαιριστών. (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.volleyleague.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 1/9/2016]

**Ελληνικά Πετρέλαια Α.Ε.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:<http://www.helpe.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 15/9/2016]

**Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.** (2016),

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [www.csrhellas.eu](http://www.csrhellas.eu)

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**Ιατρικό Κέντρο Αποθεραπείας και Αποκατάστασης «ΦΙΛΟΚΤΗΤΗΣ».** (2016),

Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.filoktitis.com.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**Νηρέυς Ιχθυοκαλλιέργειας Α.Ε.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο:

[http://www.nireus.com/10\\_1/etairikh-koinonikh-euthunh](http://www.nireus.com/10_1/etairikh-koinonikh-euthunh)

**Ο.Π.Α.Π.:** Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου. (2016), Διαθέσιμο στο

διαδικτυακό τόπο: <http://www.opap.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 19/9/2016]

**Ολυμπιακός ΣΦΠ.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.osfp.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**Παναθηναϊκός ΑΟ.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: [http://www.pao.gr/the-](http://www.pao.gr/the-club/corporate-social-responsibility)

[club/corporate-social-responsibility](http://www.pao.gr/the-club/corporate-social-responsibility)

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]

**ΠΑΟΚ.** (2016), Διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.paokfc.gr/>

[Ημερομηνία ανάκτησης 17/9/2016]