

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΜΕ ΤΙΤΛΟ  
«ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ»

**ΘΕΜΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Οι υπεύθυνες πρακτικές μιας εταιρίας με σκοπό τη σωστή  
περιβαλλοντική επίδοση και η έννοια της Εταιρικής  
Κοινωνικής Ευθύνης



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: Γ. ΧΟΝΔΡΟΚΟΥΚΗΣ, Αν. Καθηγητής Παν. Πειραιά

ΛΟΥΡΑΗ ΜΑΡΙΑ

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2005

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ .....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	12
1.1 Ιστορική αναδρομή και εισαγωγή στην έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	12
1.2 Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.) .....	15
1.3 Πορεία της Ε.Κ.Ε. στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	23
2.1 Σπουδαιότητα και αναγκαιότητα της Ε.Κ.Ε.....	23
2.2 Γενικά οι απόψεις για την ΕΚΕ.....	28
2.3 Απόψεις υπέρ της έννοιας της Ε.Κ.Ε.....	32
2.4 Απόψεις κατά της έννοιας της Ε.Κ.Ε.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	40
3.1 Μέτρηση της Ε.Κ.Ε. και έκδοση ετήσιων αναφορών .....	40
3.2 Ο οδηγός SME Key .....	44
3.3 Πρότυπα και πλαίσια της Ε.Κ.Ε.....	48
3.3.1. Το πρότυπο SA8000.....	48
3.3.2. Το πρότυπο AA1000 .....	50
3.3.3. Απόφαση για την ανάπτυξη νέων Προτύπων Ε.Κ.Ε.....	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	54
4.1 Ιστορικό της Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα.....	54
4.2 Γενικές διαπιστώσεις για την Ε.Κ.Ε. στον ελληνικό χώρο.....	56
4.3 Αποτελέσματα ερευνών για την Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα.....	58
4.3.1. Έρευνα για την Ε.Κ.Ε. και Υπεύθυνη Κατανάλωση .....	58
4.3.2 Έρευνα για την Ε.Κ.Ε. στις ελληνικές επιχειρήσεις.....	60
4.4 Προτάσεις για ενίσχυση της ΕΚΕ σε εθνικό επίπεδο .....	62
4.5 Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ .....	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	66
5.1 Η Ε.Κ.Ε. ανά τομέα .....	66
5.2 Μεθοδολογία και σχεδιασμός της έρευνας.....	68
5.3 Παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας.....	70
5.3.1 Ανάλυση γενικών στοιχείων εταιρειών/ οργανισμών.....	70
5.3.2 Ανάλυση σχετικά με τη διατύπωση Πολιτικής Ε.Κ.Ε. ....	73
5.3.3 Ανάλυση σχετικά με τη διατύπωση Περιβαλλοντικής Πολιτικής.....	77
5.4 Γενικότερα αποτελέσματα της έρευνας .....	84
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ .....	87
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 .....	89
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 .....	91
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	93

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η σύνθετη και αλληλένδετη φύση των περιβαλλοντικών προβλημάτων έχει ήδη προκαλέσει τον επιχειρησιακό κόσμο να κινηθεί πέρα από την απλή συμμόρφωση με τους περιβαλλοντικούς κανονισμούς, ώστε να αναπτυχθούν καινοτόμες απαντήσεις στις περιβαλλοντικές προκλήσεις. Η εταιρική προσοχή θα πρέπει να εστιάσει σε προβλήματα, όπως η μείωση των αποβλήτων και των εκπομπών, η μείωση και ανακύκλωση στερεών αποβλήτων, η διατήρηση της ενέργειας και άλλων φυσικών πόρων, η μείωση του επιχειρησιακού αντίκτυπου στα οικοσυστήματα. Επιπλέον, οι εταιρίες είναι πιθανό να πρέπει να αναπτύξουν δικούς τους εσωτερικούς πόρους για να αντισταθμίσουν την έλλειψη των διαθέσιμων φυσικών πόρων [1]. Όπως προτείνεται από τον Hart [2] «από την επόμενη δεκαετία οι επιχειρήσεις θα αντιμετωπίσουν την πρόκληση να δημιουργήσουν νέες ιδέες στρατηγικής, και φαίνεται πιθανό η βάση για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στα ερχόμενα έτη να τεθεί σε ένα ολόενα και περισσότερο σύνολο ανερχόμενων δυνατοτήτων, όπως η ελαχιστοποίηση αποβλήτων, ο σχεδιασμός οικολογικών προϊόντων, και η τεχνολογική συνεργασία στον αναπτυσσόμενο κόσμο». Στο μέλλον θα επικρατήσουν εκείνες οι εταιρίες, που θα είναι σε θέση να διασφαλίσουν τους πόρους και να αναπτύξουν ικανότητες τέτοιες ώστε να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των φυσικών περιβαλλοντικών περιορισμών.

Το θεμελιώδες πλαίσιο εργασίας του Hart καλύπτει 3 βασικές διαστάσεις: **την πρόληψη της ρύπανσης, την υπεύθυνη διαχείριση των προϊόντων και τη βιώσιμη ανάπτυξη**. Ο Hart [2] προτείνει: «η μείωση των εκπομπών είναι ο θεμελιώδης στόχος της πρόληψης της ρύπανσης». Μια στρατηγική πρόληψης της ρύπανσης στοχεύει να ελαχιστοποιήσει τις εκπομπές, τα υγρά και στερεά απόβλητα. Το πιο βασικό είναι να υπάρχουν συνεχείς μέθοδοι βελτίωσης (TQM principles), που εστιάζουν στους καλά καθορισμένους περιβαλλοντικούς στόχους και όχι στις ακριβές κεφαλαιουχικές επενδύσεις για τον έλεγχο των εκπομπών. Επιπλέον ο Hart διαπιστώνει ότι *η υπεύθυνη διαχείριση των προϊόντων* επιτρέπει στις εταιρίες: (1) να επιλέγουν πρώτες ύλες με ελάχιστο περιβαλλοντικό αντίκτυπο, (2) να κατευθύνουν το σχεδιασμό των προϊόντων ώστε να

ελαχιστοποιείται η περιβαλλοντική επίδραση του συστήματος παραγωγής, (3) να μειώνουν τις δαπάνες του κύκλου ζωής των συστημάτων παραγωγής των προϊόντων τους, (4) να επανασχεδιάζουν υπάρχοντα συστήματα των προϊόντων τους ώστε να αυξάνουν την αξιοπιστία, και (5) να αναπτύσσουν νέα προϊόντα με χαμηλότερες δαπάνες κύκλου ζωής. Επίσης υποστηρίζει ότι η διαχείριση των προϊόντων μπορεί να βοηθήσει στη διαφοροποίηση των προϊόντων της εταιρίας, με την καθιέρωση της εταιρίας ως πρωτοπόρα στο δίκτυο των οικολογικών προϊόντων. Αυτό, στη συνέχεια, ενισχύει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρίας (δηλ. ανταγωνιστικό δικαίωμα προτίμησης). Η δέσμευση μιας εταιρίας για βιώσιμη ανάπτυξη ενθαρρύνεται από εξωτερικές νομοθετημένες δραστηριότητες.

Η σύγχρονη τεχνολογική πρόοδος έχει διατιμηθεί, σε μια τιμή που αρχίζουμε να καταβάλλουμε από τώρα, από την άποψη της μεγάλης κλίμακας περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Μια τιμή που πολλές γενεές θα συνεχίσουν να καταβάλλουν για μεγάλο διάστημα στο μέλλον. Είναι βαρύ φορτίο αυτή η τιμή, το μειονέκτημα της τεχνολογικής προόδου.

Οι βιομηχανικές κρίσεις είναι γεγονότα και διαδικασίες, μέσω των οποίων η αποτυχία της τεχνολογίας προκαλεί απέραντη ζημιά στις ανθρώπινες ζωές και το φυσικό περιβάλλον. Αποτελούν αφορμή για τη λήψη **στρατηγικών αποφάσεων** και για **την αναδιάρθρωση** των συστημάτων που απειλούνται. Δημιουργούνται συνήθως μέσα στις εταιρικές και κυβερνητικές οργανώσεις, οι οποίες κατέχουν τις περισσότερες εφαρμοσμένες τεχνολογίες σήμερα [3].

Οι κρίσεις προέρχονται από αιφνίδια συμβάντα, όπως τα βιομηχανικά ατυχήματα, τα επεισόδια ρύπανσης του περιβάλλοντος ή τις ζημιές των προϊόντων. Μπορούν επίσης να εξελιχθούν αργά μέσω της συσσώρευσης της περιβαλλοντικής ζημιάς, της περιβαλλοντικής ρύπανσης και της υποβάθμισης, της εμφάνισης νέων ατυχημάτων, ή των χαμηλού επιπέδου επιπτώσεων στην υγεία λόγω των τεχνολογιών [4].

Παραδείγματα κρίσεων που προκαλούνται από αιφνίδια γεγονότα περιλαμβάνουν το ατύχημα στις εγκαταστάσεις πυρηνικής ενέργειας του Τσερνομπίλ, τη διαρροή

πετρελαίου από το δεξαμενόπλοιο Exxon Valdez κ.α. Οι σταδιακές προκύπτουσες κρίσεις εξηγούνται από την κρίση τοξικών αποβλήτων στο Love Canal και τη δηλητηρίαση υδραργύρου στη Minamata της Ιαπωνίας. Αυτή η έννοια των βιομηχανικών/ περιβαλλοντικών κρίσεων καλύπτει άλλες χρόνιες παγκόσμιες περιβαλλοντικές κρίσεις, όπως τη μείωση του όζοντος που προκαλείται από τους χλωροφθοράνθρακες, την παγκόσμια αύξηση της θερμοκρασίας που προκαλείται από τη βιομηχανική ατμοσφαιρική ρύπανση, την όξινη βροχή, την αστική ατμοσφαιρική ρύπανση, τα τοξικά και πυρηνικά απόβλητα, την εξάλειψη των φυσικών πόρων, και τη φθορά της βιοποικιλότητας [5, 6].

Με τη συνεχόμενη αύξηση του πληθυσμού παγκοσμίως και την άφιξη νέων, σύνθετων, και επικίνδυνων τεχνολογιών, η συχνότητα και η καταστροφή, που προκαλούνται από τις βιομηχανικές/ περιβαλλοντικές κρίσεις, έχουν αυξηθεί εντυπωσιακά τις προηγούμενες δύο δεκαετίες [3]. Αυτό οφείλεται στην οικολογικά μη βιώσιμη οικονομική και βιομηχανική ανάπτυξη των προηγούμενων διακοσίων ετών. Αυτή η στρατηγική βιομηχανικής ανάπτυξης έχει φέρει μεγάλα οφέλη στο 25% του κόσμου, που αποτελεί η βιομηχανική δύση. Αλλά έχει αφήσει 75% του κόσμου να ζει στις αναπτυσσόμενες χώρες υπό καθεστώτα φτώχειας, πείνας και ακραίων στερήσεων.

Τώρα συνειδητοποιούμε πια ότι τα τρέχοντα σχέδια της βιομηχανικής οικονομικής ανάπτυξης δεν είναι περιβαλλοντικά βιώσιμα για το μέλλον. Ο παγκόσμιος πληθυσμός θα διπλασιαστεί σε 11 δισεκατομμύρια στα επόμενα 40 έτη. Για να ικανοποιούνται οι ανάγκες ενός τέτοιου πληθυσμού θα αυξηθούν η παραγωγή και η κατανάλωση ενέργειας από 5 έως 30 φορές, σε σχέση με τα τρέχοντα επίπεδα. Η ισχύουσα τωρινή παραγωγή έχει φέρει το περιβάλλον στο κατώτατο όριο κρίσης. Οπότε μπορεί ο καθένας μας να φανταστεί και μόνο τι θα επιφέρει ο πενταπλασιασμός αυτής της παραγωγής [7, 8].

Τα οικολογικά όρια που αντιμετωπίζουμε έχουν αυστηρές επιπτώσεις στις εταιρίες, οι οποίες είναι οι κύριοι μηχανισμοί της οικονομικής ανάπτυξης. Οι εταιρίες πρέπει να αναθεωρήσουν τους κοινωνικούς και οικονομικούς σκοπούς τους. Πρέπει να επανεξετάσουν τα προϊόντα, τη χρήση ενέργειας και των πόρων,

τα συστήματα παραγωγής και διανομής και τις στρατηγικές διαχείρισης της ρύπανσης και των αποβλήτων τους. Όλα αυτά αποτελούν σαφώς έναν πολύ μεγάλο διανοητικό στόχο. Οι εταιρίες μπορούν να ξεκινήσουν απλά την επίτευξη αυτού το στόχου με την υιοθέτηση της **Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης** για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών κρίσεων [9].

Στη σύγχρονη εμπορική εποχή, οι εταιρίες και οι διευθυντές τους υπόκεινται σε καλά δημοσιοποιημένη πίεση ώστε να παίζουν έναν όλο και πιο δραστήριο ρόλο στην κοινωνία - την επονομαζόμενη “Επιχειρησιακή κοινωνική ευθύνη”. Έχει λεχθεί, ότι ένα στοιχείο σε αυτήν την ανάπτυξη είναι απλά ένα διαφωτιστικό ενδιαφέρον για το ίδιο, δηλαδή η κοινωνική ευθύνη επαυξάνει την επιχειρησιακή εικόνα και την οικονομική απόδοση.

Η μελέτη αυτή θα επικεντρωθεί στην έρευνα σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη και τις σωστές πρακτικές που οφείλει να έχει μία επιχείρηση, με την ευρεία έννοια, με απώτερο στόχο τη σωστή και βιώσιμη περιβαλλοντική επίδοση. Θα διερευνηθεί η κοινωνική ευθύνη εταιριών και οργανισμών του δημοσίου τομέα και θα διεξαχθούν γενικότερα συμπεράσματα.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες αξίζει να απευθυνθούν στον επιβλέποντα καθηγητή κ. Χονδροκούκη Γ., Αναπληρωτή Καθηγητή του Πανεπιστημίου Πειραιώς, για την καθοδήγηση και την επαρκή βοήθεια του σε όλες τις δυσκολίες που προέκυψαν κατά την εκπόνηση της μελέτης αυτής. Επιπλέον θερμές ευχαριστίες σε όλους τους εκπροσώπους των εταιριών, βιομηχανιών, οργανισμών του Δημοσίου για την καθοριστική επέμβασή τους ως προς τα αποτελέσματα της έρευνάς μας, για την απόκριση και συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που τους αποστείλαμε.

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ**

Περιβαλλοντικές στρατηγικές είναι οι επιχειρησιακές στρατηγικές, όπου η προστασία και βελτίωση του περιβάλλοντος είναι σαφής και ξεκάθαρος στόχος της επιχείρησης και ουσιαστικό αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων της [10].

Βασικοί στόχοι των περιβαλλοντικών στρατηγικών είναι:

- Ø η συμμόρφωση με τη νομοθεσία.
- Ø η βελτίωση της περιβαλλοντικής επίδοσης με πιο αποδοτική χρήση των φυσικών πόρων.
- Ø η προώθηση νέων ευκαιριών στην αγορά-δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- Ø η βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης.

Τα βασικά χαρακτηριστικά των περιβαλλοντικών στρατηγικών:

- ο δίνουν έμφαση σε όλα τα θέματα που μπορεί να αυξήσουν την αξία της επιχείρησης για όλους τους ενδιαφερόμενους – *stakeholders* (Εικόνα1).
- ο αναγνωρίζουν περιβαλλοντικές πλευρές σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης.
- ο επικεντρώνονται στη δημιουργία και την ενίσχυση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στη βάση του περιβαλλοντικού προφίλ της επιχείρησης.
- ο ενσωματώνουν στην έννοια της ποιότητας τα θέματα που αφορούν τον άνθρωπο και το περιβάλλον στο βαθμό που η προστασία τους αποτελεί βασική απαίτηση των καταναλωτών (TQEM).

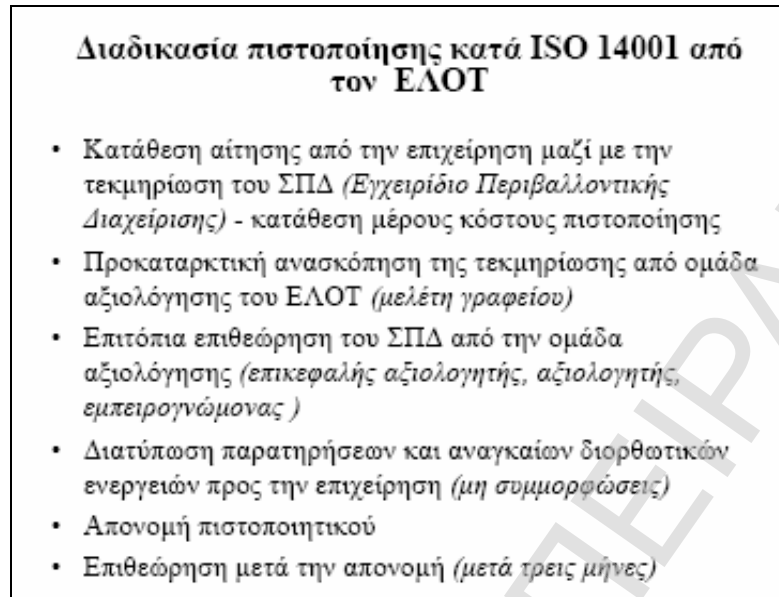


Εικόνα 1: Προσδιορισμός των *stakeholders*

Έναν σχετικά νέος τομέας έρευνας αποτελεί η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των **Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης - ΣΠΔ (Environmental Management Systems - EMSs)**. Τα EMSs αποτελούν ένα από τα Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και είναι δομημένα συστηματικά, βελτιώνοντας συνεχώς τις προσεγγίσεις στην κατανόηση και τη διαχείριση των περιβαλλοντικών επιδράσεων.

Υπάρχουν βέβαια τα καταστατικά και οι κανονισμοί, αλλά τα κατάλληλα σχεδιασμένα και εφαρμοσμένα EMSs εξετάζουν τις εφαρμόσιμες νομικές απαιτήσεις, τις συμβατικές και εθελοντικές υποχρεώσεις, τις σημαντικές περιβαλλοντικές πτυχές και τις επιδράσεις κάτω από όλα τα μέσα, που ρυθμίζονται ή όχι. Επιτρέπουν ενδεχομένως, στις διάφορες οργανώσεις που τα εφαρμόζουν, να ενσωματώνουν καλύτερα τις περιβαλλοντικές εκτιμήσεις στη λήψη αποφάσεών τους, να θέτουν τους περιβαλλοντικούς στόχους και να καθορίζουν εάν αυτοί επιτυγχάνονται, να εξασφαλίζουν ότι οι λειτουργικές διαδικασίες αποδίδουν βέλτιστα, να προσδιορίζουν διοικητικά προβλήματα και να εφαρμόζουν διορθωτικά μέτρα. Οι εταιρίες και οι εγκαταστάσεις μπορούν να πιστοποιηθούν ως αρμόδιοι περιβαλλοντικοί διαχειριστές μέσω των εθνικών ή διεθνών οργανισμών πιστοποίησης (π.χ., ISO 14001) με την υιοθέτηση ενός περιεκτικού Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (Εικόνα 2) [11].





**Εικόνα 2:** Διαδικασία πιστοποίησης κατά ISO 14001

Ένα **ΣΠΔ** περιλαμβάνει τις αναγκαίες οργανωτικές δομές, δραστηριότητες σχεδιασμού, διαδικασίες, πρακτικές, πόρους και αρμοδιότητες για την εφαρμογή περιβαλλοντικής διαχείρισης.

Ένα ΣΠΔ βοηθά τις επιχειρήσεις να:

- § συμμορφώνονται με την εκάστοτε νομοθεσία,
- § ελέγχουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους,
- § βελτιώνουν την περιβαλλοντική τους επίδοση, μέσω ελέγχων και περιοδικής αξιολόγησης.

Τα Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι πρότυπα διαδικασιών (*procedures*) και όχι επιδόσεων (*performance*). Άρα δεν υποδεικνύουν τις περιβαλλοντικές επιδόσεις που πρέπει να επιτύχουν οι επιχειρήσεις και υποχρεώνουν μόνο σε συμμόρφωση με νομοθεσία και κανονισμούς [10].

Σύμφωνα με το ορισμό που έχει δώσει το Παγκόσμιο Συμβούλιο των Επιχειρήσεων για την Αειφόρο Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development – WBCSD<sup>1</sup>) «*αιφόρος ανάπτυξη*» για τις επιχειρήσεις, σημαίνει το να υιοθετούν επιχειρηματικές στρατηγικές και δράσεις που ικανοποιούν τις σημερινές ανάγκες της επιχείρησης και όλων των stakeholders,

<sup>1</sup> <http://www.wbcsd.ch>

ενώ προστατεύουν, συντηρούν και αναπτύσσουν τους ανθρώπινους και φυσικούς πόρους που θα είναι αναγκαίοι στο μέλλον» [12].

Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν την προσέγγιση αυτή επιδιώκουν τρεις διασυνδεδεμένους μεταξύ τους στόχους: την **οικονομική ανάπτυξη, την περιβαλλοντική υπεροχή και την κοινωνική αξιοπιστία (the Triple Bottom Line)**.

**Η αειφόρος επιχείρηση (Πίνακας 1)** επιδιώκει να δημιουργήσει μια «μακροπρόθεσμη αξία για τους μετόχους της» αναγνωρίζοντας τις ευκαιρίες και διαχειριζόμενη τους κινδύνους από την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική ανάπτυξη.

7 Κλειδιά Αειφορίας	7 Προτάσεις Δημιουργίας Αξίας
1. Καινοτομία	Καινοφανείς τεχνικοί και κοινωνικοί πόροι- νέοι τρόποι βελτίωσης της ζωής με παράλληλη κερδοφορία των επιχειρήσεων
2. Εφαρμογή οικοαποδοτικότητας	Οικονομικό όφελος και καλύτερη περιβαλλοντική επίδοση
3. Από το διάλογο προς τις συνεργασίες με τα ενδιαφερόμενα μέρη	Αλληλοκατανόηση, ευθυγραμμισμένη δράση και κοινωνική συμφωνία
4. Παροχή πληροφόρησης και επιλογής στους καταναλωτές	«Εναλλακτική ζήτηση» που προάγει και εκτιμά τις αξίες που προωθούν την αειφορία – ρόλος καταναλωτών
5. Βελτίωση του πλαισίου λειτουργίας των αγορών	Σταθερό, ελεύθερο διαφθοράς κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο που προάγει τη θετική αλλαγή
6. Αποκατάσταση της αξίας της Γης	Περιβαλλοντική διατήρηση και προαγωγή της αποδοτικότητας των φυσικών πόρων
7. Πρόσβαση όλων στις αγορές	Οικονομικό όφελος και κοινωνική συνοχή

**Πίνακας 1:** Τα 7 κλειδιά επιτυχίας της Αειφορίας των επιχειρήσεων στις παγκόσμιες αγορές (Sustainability through the Market: Seven keys to success, WBCSD, 2001)

Το όραμα της **εταιρικής ευθύνης** προς το περιβάλλον ενσωματώνεται στην έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης. Η βιώσιμη ανάπτυξη αναγνωρίζει ότι τα σχέδια της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης του παρελθόντος είναι οικολογικά μη αποδεκτά. Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι μια στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης, που περιλαμβάνει τα βασικά συστατικά της παγκόσμιας οικολογικής βιωσιμότητας, δηλαδή τον έλεγχο της ανάπτυξης των πληθυσμών, την εξασφάλιση τροφής, τους φυσικούς πόρους, την κατανάλωση ενέργειας και τις βιώσιμες οικονομίες [13].

Η βιώσιμη ανάπτυξη πρέπει να θεμελιωθεί γύρω από τις βιώσιμες οικονομίες. Οι οικονομικές πολιτικές που καθοδηγούν τη βιομηχανοποίηση, τις επιστήμες και την τεχνολογία, την ενέργεια, την αστικοποίηση, και το διεθνές εμπόριο πρέπει να είναι σύμφωνες με τους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης [14].

Η βιώσιμη ανάπτυξη δεν είναι μια τέλεια λύση σε όλα τα οικολογικά προβλήματά μας. Υπάρχουν πολλές κριτικές της ανεπάρκειας των εννοιών της βιώσιμης ανάπτυξης. Εντούτοις, είναι μια καλή αφετηρία για την εξέταση πολλών βιομηχανικών και περιβαλλοντικών κρίσεων. Μπορεί να χρησιμεύσει ως μια έννοια προσανατολισμού για συλλογισμό σχετικά με την ευθύνη των εταιριών.

Οι εταιρίες αποτελούν τους κύριους μηχανισμούς ανάπτυξης. Για να επιτευχθεί η βιώσιμη ανάπτυξη, οι εταιρίες πρέπει να γίνουν οικολογικά βιώσιμες. Οι εταιρικές ευθύνες για τη βιώσιμη ανάπτυξη είναι εκτεταμένες. Το Επιχειρησιακό Συμβούλιο για τη βιώσιμη ανάπτυξη (ICC, 1990) περιγράφει αυτές τις ευθύνες από την άποψη 16 αρχών, οι οποίες μπορούν να παραφραστούν ως εξής.

Οι εταιρίες πρέπει να έχουν στρατηγικές, προϊόντα, συστήματα παραγωγής, πολιτικές περιβαλλοντικά υπεύθυνα και συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης. Πρέπει να προωθήσουν τη διατήρηση των πόρων και της ενέργειας και να υιοθετήσουν τις καθαρότερες τεχνολογίες προϊόντων. Επιπλέον θα έπρεπε να ελαχιστοποιήσουν και να διαχειριστούν τα ρεύματα των αποβλήτων τους, να ανακυκλώσουν και να επαναχρησιμοποιήσουν τα υλικά, και να μειώσουν τη ρύπανση. Θα έπρεπε να ευαισθητοποιήσουν τον πελάτη, τον υπάλληλο, και τη δημόσια εκπαίδευση στα περιβαλλοντικά ζητήματα. Αυτές οι ενέργειες θα τους

βοηθήσουν να μειώσουν τους τεχνολογικούς κινδύνους και να προστατεύσουν το περιβάλλον και την ανθρώπινη υγεία.

Επιπλέον, οι εταιρίες πρέπει να επεκταθούν ώστε να επιτευχθούν οι ευρύτεροι στόχοι της βιωσιμότητας όσον αφορά την κατανάλωση, την εξασφάλιση τροφής παγκοσμίως, και τους φυσικούς πόρους.

Ιστορικά, οι εταιρίες έχουν αναπτυχθεί και έχουν ενθαρρύνει την εμφάνιση των καταναλωτικών κοινωνιών. Η ανεξέλεγκτη κατανάλωση έχει ενθαρρυνθεί και μέσω της «επιθετικής» προώθησης και διαφήμισης. Αυτό έχει αναπαραγάγει έναν καταναλωτή σπάταλο. Περισσότερο ελεγχόμενα και στοχαστικά σχέδια της κατανάλωσης στο μέλλον μπορεί να σημάνουν την ανάγκη για περισσότερα διαφοροποιημένα προϊόντα, μειωμένη χρήση της μαζικής παραγωγής, και της επανεξέτασης της προώθησης και της διαφήμισης [15].

Οι εταιρίες είναι οι κύριοι χρήστες των φυσικών πόρων. Πολλές βιομηχανίες, όπως γεωργικές, εξορύξεις μετάλλων, δασικών προϊόντων, πετρελαίου και παραγώγων χημικών ουσιών, εξαρτώνται εξ ολοκλήρου από την εκμετάλλευση των φυσικών πόρων. Οι εταιρίες σε αυτές τις βιομηχανίες έχουν μια ειδική ευθύνη για την προστασία των πόρων. Κατέχουν επίσης τη γνώση και τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους για την προστασία του περιβάλλοντος. Οφείλουν να αποδεχθούν έναν περιβαλλοντικό ρόλο διαχείρισης που θα δίνει τέλος την ανεύθυνη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων [9].

Αυτές οι περιβαλλοντικές ευθύνες βιώσιμης ανάπτυξης μπορούν να βελτιώσουν τις προϋποθέσεις κρίσεων στις εταιρίες μακροπρόθεσμα και καταστήσουν τις επιχειρήσεις λιγότερο επιρρεπείς σε αυτές.

Τέλος, οφείλουμε να αναφέρουμε ότι η έννοια της εταιρικής διακυβέρνησης είναι ένας από τους επί μέρους τομείς δραστηριότητας των επιχειρήσεων, που εντάσσονται στο ευρύτερο πεδίο της κοινωνικής τους ευθύνης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### **1.1 Ιστορική αναδρομή και εισαγωγή στην έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης**

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (**Ε.Κ.Ε.**) ή αλλιώς Corporate Social responsibility (**CSR**) έχει τις ρίζες τις στις Η.Π.Α. αρχικά ως “corporate citizenship”, κυρίως με την έννοια της φιλανθρωπίας. Στην Ευρώπη γεννήθηκε από τη δέσμευση προς το περιβάλλον και επεκτάθηκε σε κοινωνικά, εργασιακά και ηθικά ζητήματα. Έχει συνδεθεί με την Αειφόρο Ανάπτυξη, έννοια που βρίσκεται στο προσκήνιο εδώ και αρκετά χρόνια [16].

Με το πέρασμα των ετών άρχισαν να εμφανίζονται οι ακόλουθες τάσεις και γεγονότα [10]:

- Ø Οι καταναλωτές άρχισαν να συνειδητοποιούν την ευθύνη των οργανισμών για το περιβάλλον και των κοινωνικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων τους και να ασκούν πιέσεις με στοχευόμενες δράσεις (*activism*).
- Ø Άρχισαν να εφαρμόζονται ευρέως Πιστοποιημένα Συστήματα Διαχείρισης (ποιότητας, περιβάλλοντος, υγιεινής και ασφάλειας) και τάση για ολοκλήρωσή τους.
- Ø Αναπτύχθηκαν πρότυπα και πλαίσια συμπεριφοράς που αναφέρονται στην ΕΚΕ (*SA8000, AA1000, The Global Reporting Initiative, EFQM Framework for CSR*).
- Ø Η διαφάνεια στη διαχείριση των οργανισμών και δημοσίευση σχετικών αναφορών (*transparency & reporting*) έγιναν πλέον απαίτηση.
- Ø Αυξήθηκε το ενδιαφέρον των κυβερνήσεων – *Green Paper* της Ε.Ε. για την ΕΚΕ.
- Ø Αυξήθηκε το ενδιαφέρον των επενδυτών (*αύξηση της σημασίας των Socially Responsible Investments –SRI, Δείκτης: Dow Jones Sustainability Index*).

Η ΕΚΕ, ως συνταγή για τις «ηθικές επιχειρήσεις», έχει εμφανιστεί ιδιαίτερα στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια και φαίνεται απίθανο να εξαφανιστεί σε οποιοδήποτε σημείο στο εγγύς μέλλον. Η σειρά των δημοσιεύσεων, των διασκέψεων και των οργανώσεων που αφιερώνονται πλέον στο θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης καταδεικνύει την απεραντοσύνη της τάσης για την εδραίωση της ΕΚΕ. Μια γρήγορη αναζήτηση στη μηχανή αναζήτησης Google του διαδικτύου εμφανίζει 38.000 τοποθεσίες, από περιοχές σε όλο τον κόσμο.

Επιπλέον στην αρχή της περασμένης δεκαετίας, άρχισε να διαμορφώνεται ένα νέο κοινωνικοπολιτικό πλαίσιο, η παγκοσμιοποίηση, η οποία οδήγησε σε ταχύτατες αλλαγές ολόκληρο τον πλανήτη. Οι εξελίξεις στις παγκόσμιες τηλεπικοινωνίες, οι καταστροφικές συνέπειες στο περιβάλλον, η αυξανόμενη πίεση των καταναλωτών για φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα, η ενδυνάμωση του ρόλου των μη κυβερνητικών οργανισμών (ΜΚΟ) στην παγκόσμια κοινωνία, αλλά και η ανάπτυξη της θεωρίας των «stakeholders» για την επιχειρηματική ηθική, όλα αυτά οδήγησαν στην εμφάνιση μιας νέας «επιχειρηματικής λογικής», της *Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης* [17].

Ο άνθρωπος έρχεται αντιμέτωπος με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθημερινά, ακόμα και χωρίς να το παρατηρεί, διότι υπάρχει παντού: όταν οι πελάτες εισέρχονται στα μαγαζιά και επιλέγουν επώνυμα προϊόντα, όταν οι επενδυτές τοποθετούν τα χρήματά τους σε μια επιχείρηση με υποδειγματική επιχειρηματικότητα, όταν κανείς επενδύει στο μέλλον ή την εκπαίδευση των υπαλλήλων του και ανταμείβεται στο μέλλον με πίστη και δέσμευση εκ μέρους τους.

Οι αειφόρες εταιρίες έχουν 3 είδη δεσμεύσεων: οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική και η ΕΚΕ αποτελεί αναπόσπαστο μέρος, διότι ολοκληρώνει και ενοποιεί όλα τα θέματα των εργαζομένων, τα ανθρώπινα δικαιώματα, την κοινωνία και την αγορά σε ουσιώδεις επιχειρηματικές στρατηγικές.

Σύμφωνα με το δημοφιλές περιοδικό “Economist”<sup>2</sup>, «το μεγάλο επόμενο βήμα των επώνυμων επιχειρήσεων είναι η εταιρική κοινωνική ευθύνη (είναι έξυπνο να

---

<sup>2</sup> Τεύχος κυκλοφορίας 8 Σεπτεμβρίου 2001

πουν ότι δεν έχουν κάτι καινούριο σχετικά με τα προϊόντα ή τις τιμές τους, αλλά ότι συμπεριφέρονται ηθικά) [18].

Τα 5 θέματα- κλειδιά που περιλαμβάνει η Ε.Κ.Ε. είναι τα ακόλουθα [19]:

- Ανθρώπινα δικαιώματα
- Δικαιώματα των εργαζομένων
- Προστασία του περιβάλλοντος
- Αλληλεπίδραση με την κοινωνία
- Σχέσεις με τους προμηθευτές

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη διακρίνεται σε «εσωτερική» και «εξωτερική», με βάση τους ωφελούμενους και τους εμπλεκόμενους φορείς. Η εσωτερική κοινωνική ευθύνη αφορά στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων και περιλαμβάνει το σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων, την πρόνοια για την υγεία και ασφάλεια των εργαζομένων, την εκπαίδευσή τους και την ανοιχτή επικοινωνία μεταξύ τους. Η εξωτερική κοινωνική ευθύνη αφορά στους καταναλωτές, τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους μετόχους, το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον [20].

Θα αναφέρουμε χαρακτηριστικά την ευθύνη κάθε επιχείρησης που παράγει στερεά απόβλητα και η οποία δεν περιορίζεται μόνο στη συγκέντρωση και τελική διάθεσή τους σε χώρους υγειονομικής ταφής (ΧΥΤΑ), θα πρέπει να αναζητηθεί [21]:

A) στο περιβάλλον, όπου η εταιρία:

- καταγράφει τις παραγόμενες ποσότητες και είδη των αποβλήτων.
- εφαρμόζει τεχνολογίες για τη μείωσή τους.
- επιδιώκει την ανακύκλωση ή επαναχρησιμοποίησή τους.
- εκπαιδεύει το προσωπικό για την ορθή διαχείρισή τους.

B) στον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο, όπου η εταιρία:

- παρέχει στους εργαζομένους μέσα ατομικής προστασίας.

- ασφαλίζει τους εργαζομένους επιπρόσθετα της υποχρεωτικής ασφάλισης, εφόσον εμπλέκονται στη διαχείριση επικίνδυνων αποβλήτων.
- γνωρίζει το χώρο τελικής διάθεσης των αποβλήτων της.
- υποστηρίζει ενεργά μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που ασχολούνται με την ανακύκλωση.
- διενεργεί ιατρικές εξετάσεις για το προσωπικό που εμπλέκεται στη διαχείριση των αποβλήτων της.
- κοινοποιεί τις δράσεις της στο κοινωνικό σύνολο.

Γ) και τέλος στον οικονομικό τομέα, όπου η εταιρία:

- επενδύει σε εξοπλισμό ανακύκλωσης των αποβλήτων της.
- είναι συνεπής στις οικονομικές της υποχρεώσεις ως προς τους φορείς διαχείρισης αποβλήτων.
- έχει εφαρμόσει πιστοποιημένα συστήματα διαχείρισης περιβάλλοντος και υγείας και ασφάλειας στην εργασία.

## 1.2 Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.)

Παρόλο που το θέμα της ΕΚΕ προέκυψε και ξεχώρισε στη δεκαετία του '70, η πρώτη έκδοση ειδικά πάνω στο πεδίο χρονολογείται από το 1953, με τις «Κοινωνικές ευθύνες ενός επιχειρηματία» του Bowen [22]. Σε αυτήν την εργασία ο Bowen ισχυρίζεται ότι η βιομηχανία έχει υποχρέωση «να ακολουθεί αυτές τις πολιτικές, να παίρνει αυτές τις αποφάσεις, ή να ακολουθεί αυτές τις κατευθύνσεις δράσης που είναι επιθυμητές στα πλαίσια των αντικειμενικών στόχων και αξιών της κοινωνίας».

Ο Bowen θέτει το πλαίσιο σε αυτό το πεδίο παραθέτοντας ότι η έννοια της επιχειρησιακής κοινωνικής ευθύνης συγκεκριμένα δίνει έμφαση στο ότι:

- Οι επιχειρήσεις υπάρχουν προς χάριν της κοινωνίας και η συμπεριφορά τους και οι μέθοδοί λειτουργίας τους πρέπει να εμπίπτουν στις αρχές που καθορίζονται από την κοινωνία, και
- Οι επιχειρήσεις δρουν ως ηθικοί συντελεστές μέσα στην κοινωνία.



Ο Milton Friedman, οικονομολόγος βραβευμένος με Νόμπελ, σε ένα άρθρο του περιοδικού New York Times το 1970, πρότεινε τον πιο φημισμένο ίσως ορισμό της ΕΚΕ. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό η ευθύνη μιας εταιρίας είναι να «διεξάγει την επιχειρηματικότητά της σύμφωνα με τις επιθυμίες των κατόχων και μετόχων της που σημαίνει όλο και περισσότερα κέρδη, ενώ παράλληλα να συμμορφώνεται με τους βασικούς κοινωνικούς κανονισμούς, τόσο σε θεσμικό όσο και σε ηθικό επίπεδο». Ο ορισμός αυτός βασίζεται στην οικονομική θεώρηση της μεγιστοποίησης της τιμής της αγοράς, που ενισχύεται από τον καπιταλισμό των μετόχων (*shareholders*) [23].

Μια εντελώς αντίθετη αντίληψη προτάθηκε από την οργανισμό Business Roundtable το 1981, σε μια έκθεση σχετικά με την κοινωνική ευθύνη, και η οποία είναι γνωστή ως καπιταλισμός των ενδιαφερομένων (*stakeholders*). Σύμφωνα με αυτήν την αντίληψη, η εταιρία θα πρέπει να εξισορροπεί τις νόμιμες απαιτήσεις των 7 ομάδων που έχουν ενδιαφέρον ή σχέση με την εταιρία και είναι: οι πελάτες, οι εργαζόμενοι, οι επενδυτές, οι προμηθευτές, οι κοινότητες, η κοινωνία στο σύνολο και οι συμμετοχοί (*shareholders*). Σύμφωνα με τον οργανισμό Roundtable, οι πελάτες έχουν πρωταρχική αξίωση στη διοίκηση της εταιρίας, ενώ οι *shareholders* θεωρούνται ως το κεφάλαιο υψηλού κινδύνου.

Έκτοτε η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη παρουσιάζει ποικιλομορφία στον ορισμό της. Η ποικιλομορφία αυτή καθορίζεται με βάση το βαθμό αποδοχής από την εταιρία των κοινωνικών της δεσμεύσεων, πέρα από τους πρωταρχικούς οικονομικούς της σκοπούς. Έτσι από τη μια μεριά υπάρχει το περιορισμένο μοντέλο των «μετόχων» από τον Friedman, ενώ από την άλλη υπάρχει το μοντέλο του οργανισμού Business Roundtable που υποδεικνύει μια ευρύτερη, πιο συστηματική αντίληψη των οικονομικών και κοινωνικών ευθυνών μιας εταιρίας [24].

Μια άλλη σχολή σκέψης βλέπει την κοινωνική ευθύνη ως μια δομική δέσμευση που έχουν οι εταιρίες απέναντι στην κοινωνία. Η κοινωνία είναι αρχικά που έχει επιτρέψει στις εταιρίες να χρησιμοποιούν φυσικούς και ανθρώπινους πόρους και τους έχει δώσει το δικαίωμα να εκτελούν τις παραγωγικές λειτουργίες τους για να πετύχουν μια θέση ισχύος [25]. Ως αποτέλεσμα, η κοινωνία έχει ένα κρυφό

κοινωνικό συμβόλαιο με την εταιρία. Έτσι, σε ανταπόδοση του δικαιώματος της εκμετάλλευσης πηγών στη διαδικασία παραγωγής, η κοινωνία έχει λόγο στην εταιρία και το δικαίωμα να την ελέγχει. Οι όροι αυτού του συμβολαίου πιθανόν να αλλάζουν καθώς αλλάζουν οι κοινωνικές συνθήκες αλλά αυτό το συμβόλαιο γενικά παραμένει η βάση για τη νομιμότητα της απαίτησης ή της διεκδίκησης της ανάγκης για την Ε.Κ.Ε. [26].

Ο Epstein (1987) προσπάθησε να διαφοροποιήσει «την ηθική των επιχειρήσεων» και την ΕΚΕ, και να τις ενσωματώσει σε μια διαδικασία στρατηγικής. Σύμφωνα με αυτόν, «η ηθική των επιχειρήσεων» αναφέρεται σε θέματα και διλήμματα που σχετίζονται με την ηθικότητα των αποφάσεων και της δράσης των οργανισμών. Η ΕΚΕ εστιάζει περισσότερο στις συνέπειες της δράσης των οργανισμών. Όρισε την ΕΚΕ ως «την αντίληψη των θεμάτων, των προσδοκιών και των ισχυρισμών στους επιχειρησιακούς οργανισμούς αναφορικά με τις επιπτώσεις των πολιτικών ενεργειών και τη συμπεριφορά σε εσωτερικούς και εξωτερικούς επενδυτές» [27].

Ο Wood [28] επέκτεινε τις ιδέες του Bowen, συμπυκνώνοντας αυτές σε 3 αρχές-οδηγούς της κοινωνικής ευθύνης, που είναι:

1. Η επιχείρηση είναι ένα κοινωνικό ίδρυμα και έτσι υποχρεούται να χρησιμοποιεί τη δύναμή της υπεύθυνα.
2. Οι επιχειρήσεις είναι υπεύθυνες για τα αποτελέσματα που σχετίζονται με τις περιοχές συμμετοχής τους μέσα στην κοινωνία.
3. Οι διευθυντές είναι ηθικοί παράγοντες που υποχρεούνται να έχουν σύνεση όταν λαμβάνουν αποφάσεις.

Σύμφωνα με τον Vyarkarnam [29], οι ανησυχίες της σημερινής CSR, περιλαμβάνουν θέματα όπως:

- Προστασία περιβάλλοντος (π.χ. μείωση των εκπομπών καυσαερίου και των λημμάτων και ανακύκλωση υλικών).
- Φιλανθρωπία (δωρεές σε φιλανθρωπικές καμπάνιες, κ.α.)
- Συμμετοχή σε κοινωνικούς σκοπούς (συμμετοχή σε οτιδήποτε, από τα ανθρώπινα δικαιώματα έως την εκπαίδευση για το AIDS).

- Αστική επένδυση (εργασία με τοπικές εξουσίες για αναγέννηση μικρών επιχειρήσεων και του εσωτερικού περιβάλλοντος της πόλης γενικά), και
- Σχήματα απασχόλησης (ανώτερα επίπεδα της εργασιακής υγείας και ασφάλειας, καλό επίπεδο αντιμετώπισης του προσωπικού, μοίρασμα εργασίας, ευέλικτο ωράριο κ.α.).

Οι Angelidis και Ibrahim [30] όρισαν την CSR ως «επιχειρησιακές κοινωνικές δράσεις των οποίων στόχος είναι η ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών». Ανέπτυξαν μια ισορροπημένη θεωρία βασισμένη στην κοινωνική απαίτηση και προμήθεια, καθορίζοντας μια λίστα παραγόντων που τα επηρεάζουν (την κοινωνική προμήθεια και απαίτηση).

Είναι σίγουρο ότι, με βάση τα τωρινά δεδομένα, πολλοί ορισμοί έχουν δοθεί από έγκυρους οργανισμούς, όπως:

- Ø Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή
- Ø Το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε.
- Ø Το CSR Europe (σχετική αναφορά ακολουθεί στην επόμενη ενότητα 1.3)
- Ø Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Επιχειρηματικότητας για την Βιώσιμη Ανάπτυξη ή αλλιώς World Business Council for Sustainable Development- WBCSD (σχετική αναφορά ακολουθεί στην ενότητα 1.4)

Το κοινό σημείο όλων των ορισμών είναι η έμφαση στην **εθελοντική** φύση της Ε.Κ.Ε.

Ας αναφέρουμε χαρακτηριστικά δύο από τους πολλούς ορισμούς της Ε.Κ.Ε

- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε τον Ιούλιο του 2001 την **Πράσινη Βίβλο** (θα αναφερθεί αναλυτικά παρακάτω), η οποία όρισε την Ε.Κ.Ε. ως: «μία ιδέα σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη επί εθελοντικής βάσης». Η Ε.Κ.Ε. σημαίνει τι μπορούν να κάνουν οι επιχειρήσεις, όχι τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις, δηλ. έχει σχέση με ευκαιρίες, και όχι με

υποχρεώσεις ή νέους κανόνες. Έχει σχέση με τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να αυξηθεί η αξία μιας επιχείρησης αν δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στις κοινωνικές και περιβαλλοντικές πλευρές της λειτουργίας της [31].

- Ο ορισμός που έχει αποδεχθεί το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. είναι: *"η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (stakeholders)" [32].*

Καλύτερα θα ήταν να αποφύγουμε να εμπλακούμε στην αναζήτηση του βέλτιστου εννοιολογικού ορισμού. Αντ' αυτού κρίνεται πιο σκόπιμο να τονίσουμε τα χαρακτηριστικά της έννοιας της Ε.Κ.Ε. και που φαίνεται να γίνονται δεκτά σε ευρωπαϊκό τουλάχιστον επίπεδο [33]:

1. Η σχετική συμπεριφορά των επιχειρήσεων πρέπει να είναι πέραν των νομικών υποχρεώσεών τους και να έχει χαρακτηριστικά εθελούσιας συμπεριφοράς. Η Ε.Κ.Ε. εκφράζεται με προγράμματα, πρωτοβουλίες και καθημερινές πρακτικές, αλλά δεν επιβάλλεται με νομοθετικές ρυθμίσεις. Διαμορφώνει την φιλοσοφία της επιχείρησης με αρχές και αξίες, επηρεάζοντας την στρατηγική της.
2. Η Ε.Κ.Ε. πρέπει να αποσκοπεί στη βιώσιμη ανάπτυξη με όλες τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές παραμέτρους. Στις παραμέτρους αυτές περιλαμβάνονται τα εργασιακά και γενικότερα τα ανθρώπινα δικαιώματα, η αρμονική συνύπαρξη με την τοπική κοινωνία, οι σχέσεις με τους προμηθευτές, τους πελάτες και τους μετόχους και η περιβαλλοντική προστασία.
3. Η Ε.Κ.Ε. δεν αποτελεί απλώς ένα πρόσθετο στοιχείο, στην πολιτική της επιχείρησης, διακριτό από τις άλλες επί μέρους πολιτικές της. Αντίθετα διαπερνά συνολικά τον τρόπο διαχείρισης των επιχειρήσεων και δεν πρέπει να προσεγγίζεται ως ένα "κόστος" που αναλαμβάνεται με αντάλλαγμα την προώθηση των δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης.

### 1.3 Πορεία της Ε.Κ.Ε. στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Ως συνέχεια της Λευκής Βίβλου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 1993 για την «Ανάπτυξη, Ανταγωνιστικότητα και Απασχόληση: οι προκλήσεις και η αντιμετώπισή τους για τη μετάβαση στον 21<sup>ο</sup> αιώνα» και της έκκλησης του Προέδρου Delors προς τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις με αποτέλεσμα την Ευρωπαϊκή Διακήρυξη του Κοινωνικού Αποκλεισμού το 1995, η κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων αρχίζει σταδιακά να αποτελεί αντικείμενο ενδιαφέροντος για την Ευρωπαϊκή Ένωση [17].

Από το Μάρτιο του 2000, η συνάντηση κορυφής του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στη **Λισσαβόνα** περιέλαβε την Ε.Κ.Ε. στο Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Πρόγραμμα. Με την ανάληψη της κοινωνικής τους ευθύνης, οι εταιρίες μπορούν στην πραγματικότητα να συμβάλλουν στην αντιμετώπιση της πρόκλησης που η Ευρωπαϊκή Ένωση έβαλε για τον εαυτό της «να γίνει η πλέον ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία του κόσμου, ικανή για παρατεταμένη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή», μέχρι το 2010 [34].

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε τον Ιούλιο του 2001 την **Πράσινη Βίβλο** "για την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη", η οποία είχε ως στόχο να δώσει εκκίνηση για μία ευρύτερη δημόσια συζήτηση σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να προωθήσει την Ε.Κ.Ε. τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Τον Ιούλιο του 2002 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε την Ανακοίνωση «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Μία συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη», σε συνέχεια του δημόσιου διαλόγου που είχε ξεκινήσει με την Πράσινη Βίβλο [17].

Επιπρόσθετα, έχει θεσμοθετηθεί από τον Οκτώβριο του 2002 ένα **Πολυμερές Forum** της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη<sup>3</sup>. Το Forum αυτό είχε σκοπό την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και

<sup>3</sup>European Multistakeholder Forum on CSR

της σύγκλισης των πρακτικών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσω α) της ανταλλαγής εμπειρίας και «καλών πρακτικών» μεταξύ των φορέων στο επίπεδο της ΕΕ, β) συγκεντρώνοντας τις υπάρχουσες πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και επιδιώκοντας την προσέγγιση της ΕΕ και κατευθυντήριων αρχών, και γ) εντοπίζοντας και διερευνώντας τομείς όπου απαιτείται συμπληρωματική δράση σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Το Πολυμερές Forum συνεδριάζει σε πολιτικό επίπεδο (ολομέλεια) σχετικά με το πρόγραμμα εργασίας, τις κατευθυντήριες γραμμές και την εσωτερική αξιολόγηση της προόδου και σε επίπεδο θεματικών συζητήσεων στρογγυλής τραπέζης (Round Tables) για την εφαρμογή του προγράμματος εργασίας. Επόμενη συνάντηση του Forum θα πραγματοποιηθεί το 2006, για να συζητήσει, να παρακολουθήσει και αξιολογήσει τις εξελίξεις που έλαβαν χώρα στο θέμα της ΕΚΕ από το 2002 έως το 2006 [35].

Αξίζει να αναφερθεί ότι έχει ιδρυθεί από το 1996 στο Λονδίνο το *Ευρωπαϊκό δίκτυο* για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, με την επωνυμία **CSR Europe**. Στόχο του έχει την προώθηση της έννοιας της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις εκείνες που αποσκοπούν στη διαρκή επιχειρηματική και ανθρώπινη ανάπτυξη τους. Το CSR Europe σήμερα συνεργάζεται με 15 επιχειρηματικά δίκτυα και εξειδικευμένους οργανισμούς σε περισσότερες από 12 ευρωπαϊκές χώρες. Οι εθνικοί εταίροι του δικτύου προωθούν την ΕΚΕ σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο σε συνεργασία με πάνω από 1.000 ευρωπαϊκές επιχειρήσεις [36].

Σε αυτό το σημείο κρίνεται αναγκαίο να γίνει μια αναφορά σχετικά με την ευρωπαϊκή καμπάνια για την ΕΚΕ (*European Business Campaign on CSR*), που αποτελεί την απόκριση των επιχειρήσεων στην ευρωπαϊκή σύνοδο κορυφής της Λισσαβόνας. Η καμπάνια αυτή διοργανώνει συνέδρια σε 15 ευρωπαϊκές χώρες και κάθε 4 χρόνια, ακριβώς όπως και οι Ολυμπιακοί αγώνες, θα αναγνωρίζει και θα επιβραβεύει εκείνες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που υιοθέτησαν ή διέπρεψαν στον τομέα της ΕΚΕ. Ως σημείο αναφοράς θεωρείται το έτος 2005, όπου θα πραγματοποιηθεί για πρώτη φορά αυτό το μεγάλο γεγονός επιβράβευσης των επιχειρήσεων για την ΕΚΕ, γνωστό ως CSR Business Olympics.

Επιπρόσθετα, η ευρωπαϊκή καμπάνια για την ΕΚΕ έχει δημιουργήσει [18]:

- **την ευρωπαϊκή ακαδημία των κοινωνικών επιχειρήσεων**, ως πλατφόρμα για τη καθοδήγηση των κορυφαίων επιχειρήσεων και εταιριών, ώστε να εμβαθύνουν την έρευνα για την κοινωνική ευθύνη.
- **τον οδηγό SRI (SRI Compass)<sup>4</sup>**, ως οδηγό αναφοράς για την κοινωνικά υπεύθυνη επένδυση, που παρέχει τις πληροφορίες για τους διαθέσιμους χρηματικούς πόρους για οικολογικές και ηθικές επιχειρήσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη.
- **το κλειδί SME (The SME Key)**, που διαβιβάζει την επιχειρησιακή περίπτωση για την κοινωνική ευθύνη στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τις βοηθά να αναπτύξουν την κοινωνικά υπεύθυνη δραστηριότητά τους (αναλυτική αναφορά ακολουθεί στο Κεφάλαιο 3).
- **κατάλληλες πρακτικές** για τις μεμονωμένες επιχειρήσεις, που τους επιτρέπουν να εφαρμόσουν ΕΚΕ.

---

<sup>4</sup> <http://www.sricompass.org/>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### **2.1 Σπουδαιότητα και αναγκαιότητα της Ε.Κ.Ε.**

Η επίδραση μιας εταιρίας στην κοινωνία είναι πολύπλευρη και περιλαμβάνει τα προϊόντα / υπηρεσίες της, πώς αγοράζει και πώς πουλά, πώς επιδρά στο περιβάλλον, πώς ελκύει, εκπαιδεύει και αναπτύσσει τους υπαλλήλους της, πώς επενδύει / συνεισφέρει στην κοινωνία και πώς σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα. Έτσι οι εταιρίες που μετρούν και διαχειρίζονται την ευρύτερη επίδρασή τους στην κοινωνία έχουν τη δυνατότητα: (α) **να βελτιώσουν την εικόνα της εταιρίας τους** ανάμεσα στους συμμετόχους: τους πελάτες, τους προμηθευτές, το προσωπικό και την υπόλοιπη κοινωνία, (β) **να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα** της εταιρίας και (γ) **να βοηθούν στην αποφυγή ή μείωση κινδύνων** [37] .

(α) *Αυξάνονται οι προσδοκίες των συμμετόχων (stakeholders)*

Οι συμμετοχοί των επιχειρήσεων - οι κυβερνήσεις, οι μη κυβερνητικοί οργανισμοί, η κοινωνία, οι υπάλληλοι, οι μέτοχοι και οι πελάτες - αυξάνουν συνεχώς τις προσδοκίες και απαιτήσεις τους.

§ Έρευνα ανάμεσα σε 750 ανώτατα στελέχη επιχειρήσεων έδειξε ότι η αυξημένη πίεση από τους συμμετόχους είναι το δεύτερο κατά σειρά σημαντικό θέμα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις<sup>5</sup>.

§ Πολλές έρευνες αγοράς δείχνουν ότι το ενδιαφέρον του κοινού για τις επενδύσεις των επιχειρήσεων στην κοινωνία αυξάνεται συνεχώς.

*Οι πελάτες*

§ Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την επίδραση των επιχειρήσεων στην κοινωνία.

§ 70 % των Ευρωπαίων καταναλωτών υποστηρίζουν ότι η δέσμευση μιας εταιρίας στην κοινωνική ευθύνη είναι σημαντική όταν αγοράζουν ένα προϊόν ή

---

<sup>5</sup> "Most Respected Companies Survey "Financial Times/ PricewaterhouseCoopers Dec 7th 1999



υπηρεσία και ένας στους πέντε είναι διατεθειμένος να πληρώσει πιο ακριβά για προϊόντα τα οποία είναι "κοινωνικά και περιβαλλοντικά πιο υπεύθυνα"<sup>6</sup>.

#### *Οι υπάλληλοι*

§ Οι υποψήφιοι υπάλληλοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική συνεισφορά των εταιριών, όταν επιλέγουν τους μελλοντικούς τους εργοδότες. Εταιρίες οι οποίες φαίνονται να υποστηρίζουν τις ανάγκες της κοινωνίας και τα ενδιαφέροντα των υπαλλήλων ελκύουν και συγκρατούν καλύτερους υπαλλήλους.

§ 73 % απάντησαν ότι θα ήταν πιο αφοσιωμένοι σε ένα εργοδότη που υποστηρίζει την τοπική κοινότητα<sup>7</sup>.

(β) Η εταιρική εικόνα/ φήμη μπορεί να αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος της χρηματιστηριακής αξίας μιας εταιρίας.

§ Το 96% της χρηματιστηριακής αξίας της Coca-Cola, το 97% για την Kelloggs και το 83% για την IBM είναι άυλα περιουσιακά στοιχεία.

Το 1999 έρευνα<sup>8</sup> ανάμεσα σε 25.000 πολίτες σε 23 χώρες σε 6 ηπείρους έδειξε ότι:

§ Οι αντιλήψεις της κοινωνίας για τις εταιρίες είναι πιο στενά συνδεδεμένες με την κοινωνική ευθύνη (56%) παρά με την ποιότητα/ φήμη του ονόματος (40%) ή με βασικές επιχειρησιακές παραμέτρους (34%) όπως οικονομικούς παράγοντες, μέγεθος της εταιρίας και στρατηγική.

§ 2 στους 3 πολίτες θέλουν τις εταιρίες να ξεπεράσουν τον παραδοσιακό τους ρόλο, που ήταν να κάνουν κέρδη και τις θέλουν να συνεισφέρουν σε ευρύτερους κοινωνικούς στόχους.

<sup>6</sup> MORI Sep 2000, on behalf of CSR Europe, 12000 consumers in 12 European countries

<sup>7</sup> MORI

<sup>8</sup> The Millennium Poll on Corporate Social Responsibility by Environics International Ltd

## (γ) Αποφυγή / μείωση κινδύνων

- § Συνολικά το 40% των πολιτών παγκοσμίως έχουν σκεφτεί να "τιμωρήσουν" (17%) ή "τιμώρησαν" (23%) συγκεκριμένες εταιρίες οι οποίες δεν συμπεριφέρονταν, κατά τη γνώμη τους, κοινωνικά υπεύθυνα τον προηγούμενο χρόνο.
- § Εξετάζοντας και συγκρίνοντας τις απαντήσεις των διαμορφωτών της κοινής γνώμης (opinion leaders) με αυτές του κοινού γενικά, φάνηκε ότι οι διαμορφωτές κοινής γνώμης είναι δύο φορές πιο πιθανό να μιλήσουν για τη συμπεριφορά εταιριών και να τιμωρήσουν μια "κοινωνικά ανεύθυνη" εταιρία. Αυτό υποδηλώνει ότι τα επόμενα χρόνια οι εταιρίες θα βρεθούν κάτω από ακόμα μεγαλύτερη πίεση να αναλάβουν τις κοινωνικές τους ευθύνες.

Τα οφέλη που έχουν οι εταιρίες από την εφαρμογή προγραμμάτων κοινωνικής ευθύνης μπορούν να διακριθούν σε άμεσα και έμμεσα [34] [38]:

- Άμεσα: καλύτερο εργασιακό περιβάλλον, δέσμευση και μεγαλύτερη παραγωγικότητα του προσωπικού (*εξειδικευμένο προσωπικό, έμφαση σε θέματα υγιεινής και ασφάλειας, λιγότερα ατυχήματα και υψηλότερη ποιότητα*), άμεση εμπλοκή των εργαζομένων σε θέματα που αφορούν στις κοινότητες όπου είναι δραστηριοποιημένες, εμπορικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους κ.λ.π.
- Έμμεσα: αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών τους και των επενδυτών προς αυτές, γεγονός που αυξάνει τις επιχειρηματικές τους ευκαιρίες, επαύξηση της καλής τους φήμης και αύξηση πιστότητας πελατών, θετική ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού στο σήμα τους, ένταξή τους σε ειδικούς χρηματιστηριακούς και τραπεζικούς δείκτες αξιολόγησης εταιριών με βάση τις δραστηριότητές τους σε θέματα Ε.Κ.Ε. κ.λ.π.

Σύμφωνα με την προαναφερθείσα ευρωπαϊκή καμπάνια (CSR campaign) για την ΕΚΕ, τα οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ συνοψίζονται στον πίνακα 2 [18].

• Βελτιωμένη οικονομική απόδοση	• Καλύτερη διαχείριση κινδύνου & κρίσεων
• Μειωμένες λειτουργικές δαπάνες	• Αυξανόμενη δέσμευση των εργαζομένων
• Ενισχυμένη αξία και φήμη στις επιχειρήσεις	• Καλές σχέσεις με την κυβέρνηση και στις κοινότητες
• Μακροπρόθεσμη αειφορία για την επιχείρηση και την κοινωνία	• Άδεια για να διεξάγει επιχειρηματικότητα
• Μακροπρόθεσμη ανταπόδοση στις επενδύσεις	• Αυξανόμενη παραγωγικότητα

**Πίνακας 2:** Σύνοψη των οφελών από την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε.

Από μέτρηση που έγινε σε 3 ευρωπαϊκές επιχειρήσεις (BT, Sears, Novo Nordisk) τα πλεονεκτήματα των πολιτικών περιβαλλοντικής και κοινωνικής εταιρικής ευθύνης φαίνονται σημαντικά. Στην περίπτωση της BT, οι πολιτικές αυτές ήταν υπεύθυνες κατά 20% για τη βελτίωση της εταιρικής εικόνας και κατά 1% για την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών της. Επιπλέον και στις 3 εταιρίες παρατηρήθηκε μείωση του αριθμού των υπαλλήλων που ήθελαν να πάνε σε άλλη εταιρία [39].

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθούν συνοπτικά οι πιθανοί κίνδυνοι από τη μη εφαρμογή της ΕΚΕ, που είναι οι ακόλουθοι [10]:

- Κίνδυνος για μείωση φήμης, πωλήσεων, αξίας μετοχής και βιωσιμότητας οργανισμού (όσο μεγαλύτερη η εταιρία, τόσο εμφανέστερες οι αρνητικές επιπτώσεις).
- Αύξηση κινδύνου μη συμμόρφωσης με νομοθεσία και κανονισμούς (σχετικούς με προϊόντα, με περιβάλλον, με την εργασία) και επιβολής προστίμων.
- Μείωση δυνατοτήτων χρηματοδότησης και άντλησης κεφαλαίων από χρηματαγορές (μη ανταπόκριση σε απαιτήσεις επενδυτών για κοινωνικά υπεύθυνους οργανισμούς).

Οι αρχές της Ε.Κ.Ε. έχουν μεγάλη σημασία στις ακόλουθες πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης [40]:

- **πολιτικές απασχόλησης και κοινωνικών υποθέσεων** (εκπαίδευση / διαβίου μάθηση / πληροφόρηση / ισότητα ευκαιριών / ένταξη των ατόμων με ειδικές ανάγκες / πρόβλεψη βιομηχανικών αλλαγών).
- **πολιτική επιχειρήσεων** (ισορροπημένη προσέγγιση που μεγιστοποιεί τις συνεργίες ανάμεσα στην οικονομική, την κοινωνική και την περιβαλλοντική διάσταση).
- **περιβαλλοντική πολιτική** (διαρκής αξιολόγηση των περιβαλλοντικών επιδόσεων / έννοια της οικολογικής αποδοτικότητας που συγκρίνει την ποσότητα των παραγόμενων προϊόντων με τον αντίκτυπο της παραγωγής στο περιβάλλον / συμβολή στην ανάπτυξη της περιβαλλοντικής τεχνολογίας).
- **πολιτική για τους καταναλωτές** (συνεκτίμηση των συμφερόντων των καταναλωτών, που ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα).
- **πολιτική για τις δημόσιες συμβάσεις** - αναθέτουσες αρχές (να αξιοποιηθεί η δυνατότητα των αναθετουσών αρχών να συνεκτιμούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα).
- **εξωτερική, αναπτυξιακή και εμπορική πολιτική** (αξιοποίηση των δεσμών με τρίτες χώρες στο πλαίσιο πολιτικών και εμπορικών συμφωνιών για να γίνουν σεβαστοί οι διεθνείς κοινωνικοί και περιβαλλοντικοί κανόνες και εκείνοι που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα).
- **δημόσιες διοικήσεις** (ενσωμάτωση των αρχών της Ε.Κ.Ε. στη διαχείρισή τους, καθώς και στη διαχείριση της ίδιας της Επιτροπής / εσωτερικά προγράμματα για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την προώθηση της έννοιας της Ε.Κ.Ε.).

Για να είναι κοινωνικά υπεύθυνη μια επιχείρηση πρέπει να είναι κάτι περισσότερο από ένα "νομικό πρόσωπο". Πρέπει να είναι ικανή να δραστηριοποιείται και να είναι υπόλογη για τις ενέργειες ή τις απραξίες της, όπως ακριβώς ένας άνθρωπος. Το θέμα εάν αυτή η ικανότητα είναι εκεί για ένα "νομικό πρόσωπο" αποτελεί από καιρό ερώτημα αμφιλεγόμενο σε πολλούς τομείς, όπως στη φιλοσοφία, την πολιτική, την οικονομία, και τις επιχειρήσεις [41].

## 2.2 Γενικά οι απόψεις για την ΕΚΕ

Καταρχάς υπάρχουν **τρεις δημοφιλείς θέσεις** στο ευρύ θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Κάθε θέση έχει διαφορετικές επιπτώσεις στην εταιρική ευθύνη για τις βιομηχανικές/ περιβαλλοντικές κρίσεις.

**1.** Υπάρχουν εκείνοι που θεωρούν ότι η μόνη ευθύνη της επιχείρησης είναι η δημιουργία κερδών. Θεωρούν ότι **οι ελεύθερες αγορές** είναι αρμόδιες και μπορούν να διαχειριστούν όλα τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Οι βασικές τους αξιώσεις είναι ότι οι αρνητικές συνέπειες της οικονομικής παραγωγής δεν είναι πολύ σοβαρές. Θεωρούν ότι όλες οι οικολογικές επιδράσεις μπορούν να ελαχιστοποιηθούν με τη βοήθεια κατάλληλων οικονομικών μέτρων, που αφορούν τα κόστη και τα οφέλη. Κατά συνέπεια, μπορούν να αντιμετωπιστούν με τη δημιουργία οικονομικών κινήτρων και των αντικινήτρων, ώστε οι επιχειρήσεις να αναπτύξουν κατάλληλη πολιτική και συμπεριφορά [42].

Μια λύση που προσφέρεται από τους υποστηρικτές αυτής της θέσης δημιουργεί τα "δικαιώματα ρύπανσης", που μπορούν να συναλλάσσονται ελεύθερα στην αγορά. Αυτό βέβαια δεν αποτελεί επαρκή λύση για δύο λόγους. Κατ' αρχάς, δεν είναι γνωστοί όλοι οι φυσικοί πόροι, που μπορεί να έχουν αγοραστική αξία. Δεύτερον, δεν υπάρχει ένα επαρκές σύστημα λογιστικής ή υπολογισμών για τον ακριβή προσδιορισμό του κόστους των φυσικών πόρων [43]. Αυτοί οι περιορισμοί καθιστούν αυτήν την λύση περισσότερο ιδεατή από πρακτικά πραγματοποιήσιμη.

**2.** Υπάρχουν εκείνοι που αναγνωρίζουν ότι οι εταιρίες έχουν σημαντικές έμμεσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Αυτές μπορεί να αντιμετωπιστούν με **την**

*αναδιαμόρφωση τόσο των εταιριών όσο και των συστημάτων παραγωγής τους. Επιχειρήσεις, κυβερνήσεις, και κοινότητες πρέπει να είναι αρμόδιες για την τροποποίηση των προϊόντων, των συστημάτων παραγωγής, και των διαδικασιών διαχείρισης των αποβλήτων τους. Υπάρχει ένας συνδυασμός κανονισμών και εθελοντικών εταιρικών ενεργειών με σκοπό να επιτευχθεί η εταιρική αναδιαμόρφωση [44, 45].*

**3.** Τέλος, υπάρχουν εκείνοι που θεωρούν ότι οι σύγχρονες εταιρίες είναι η πρωταρχική αιτία των περιβαλλοντικών κρίσεων, σχεδιασμένες να εκμεταλλεύονται το φυσικό περιβάλλον. Είναι ο πυρήνας και ταυτόχρονα ο βασικός σκοπός τους να μετατρέπουν τους φυσικούς πόρους σε εκτιμημένα προϊόντα της αγοράς. Είναι ευθύνη του καθενός να αποτρέψει την περιβαλλοντικά καταστρεπτική διαδικασία εκβιομηχάνισης που έχει ακολουθηθεί τα τελευταία 150 χρόνια. Απαιτείται ο *ριζικός μετασχηματισμός* της οικονομίας, των εταιριών, και των τρόπων ζωής μας [46, 47, 48].

Ίσως η πιο σωστή λύση να βρίσκεται μεταξύ της αναδιαμόρφωσης και της ριζικής περιβαλλοντοποίησης. Κάποιο μέρος του βιομηχανικού συστήματος μπορεί και πρέπει να αναδιαμορφωθεί. Κάποιος ανασχηματισμός μπορεί να εμφανιστεί από μέσα από τις επιχειρήσεις, ενώ μπορεί να επιβληθεί και μέσω των κυβερνητικών κανονισμών και των δημόσιων πιέσεων.

Ωστόσο υπάρχουν κάποια βιομηχανικά προϊόντα και διαδικασίες που δε μπορεί να είναι περιβαλλοντικά υγιή και ασφαλή για τους ανθρώπους, ακόμη και με κατάλληλη αναδιαμόρφωση. Όλα αυτά πρέπει απλά να εξαλειφθούν. Για παράδειγμα, η καταστροφή της προστατευτικής ασπίδας του στρατοσφαιρικού όζοντος είναι ένα πρόβλημα που δεν είναι δυνατό να αντιμετωπιστεί μέσω σταδιακών ανασχηματισμών. Χρειάζονται από πέντε έως δέκα χρόνια να εξαλειφθούν οι χλωροφθοράνθρακες, γνωστοί ως CFCs, που καταστρέφουν το όζον. Επιπλέον, υπάρχει μια απογραφή 12 ετών από CFCs, που υπάρχουν ήδη στην ατμόσφαιρα και που τελικά θα μεταβούν στη στρατόσφαιρα. Ακόμη και η πιο δραστήρια στρατηγική αναδιαμόρφωσης είναι σίγουρο ότι θα συνεχίσει να

καταστρέφει την ασπίδα του όζοντος για περισσότερο από 20 έτη. Αυτό μπορεί να προκαλέσει καταστροφικές συνέπειες στη γήινη οικολογία.

Καθοδηγούμενοι από αυτούς τους γενικούς προσανατολισμούς, πολλοί ερευνητές έχουν μελετήσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για τα περιβαλλοντικά προβλήματα. Υπάρχει μια εκτενής βιβλιογραφία στα θέματα της επιχειρησιακής ηθικής, CSR, και των σχέσεων επιχειρήσεων και κοινωνίας που εξετάζουν τα περιβαλλοντικά προβλήματα.

Υπάρχει μια υπόθεση [49], που υποδεικνύει ότι η περιβαλλοντική πολιτική βελτιώνει και το περιβάλλον και την παραγωγικότητα μέσω της μείωσης των αποβλήτων. Οι οικονομολόγοι έχουν επικρίνει αυτήν την υπόθεση. Διάφοροι ερευνητές έχουν προσπαθήσει να καθορίσουν εάν η καλή περιβαλλοντική επίδοση οδηγεί σε καλή χρηματοοικονομική απόδοση, αλλά οι απόψεις μέχρι τώρα δίστανται. Πρακτικά αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι η βελτιωμένη παραγωγικότητα μπορεί να παραχθεί από κοινού με τη βελτιωμένη περιβαλλοντική ποιότητα, αν και όχι σε μηδενικό κόστος. Δεν είναι σαφές ακόμα εάν η καλή περιβαλλοντική διαχείριση μπορεί να είναι ένα έγκυρο πληρεξούσιο για την καλή γενική επιχειρησιακή διαχείριση, αν και πολλοί πιστεύουν και φαίνεται να υπάρχει μια γενικότερη αυξανόμενη αποδοχή αυτής της πεποίθησης μεταξύ των διαχειριστών κρίσεων μιας εταιρείας .

Το να εξετάσει κανείς εάν "*η πρόληψη της ρύπανσης ανταμείβεται*", φαίνεται να είναι ένα εμπειρικό ζήτημα. Εντούτοις, οι αρχικές εμπειρικές μελέτες αποκάλυψαν ενδιαφέρουσες θεωρητικές ερωτήσεις. Για παράδειγμα, η νεοκλασική θεωρία θέτει ως αίτημα ότι οι εταιρίες δεν πρέπει να επιδιώξουν πρόληψη της ρύπανσης, εφόσον υφίστανται αυξήσεις δαπανών που μπορεί να αποφευχθούν. Εντούτοις, αυτό δεν αιτιολογεί τους συνεχώς αυξανόμενους αριθμούς εταιριών θέτουν σε εφαρμογή μέτρα πρόληψης της ρύπανσης.

Αυτά τα ζητήματα δημιουργούν σημαντικά ερωτήματα για το ποιοι ικανοποιητικοί ορισμοί των δαπανών υιοθετούνται σε επίπεδο εταιριών και οικονομικής ευχέρειας. Έτσι οι δαπάνες των εταιριών περιορίζονται στις παραδοσιακές οικονομικές έννοιες, για παράδειγμα το κεφάλαιο, τις διαδικασίες και τη συντήρηση, ή αφορούν και έννοιες όπως τις κυρώσεις, την καλή θέληση,

το μερίδιο αγοράς; Η απάντηση αυτών των ερωτήσεων θα επέτρεπε την ανάπτυξη ρεαλιστικότερων αναλύσεων κόστους-οφέλους (cost-benefit analyses), καθώς επίσης και την εφαρμογή πιο αποτελεσματικών στρατηγικών. Οι εθελοντικές πρωτοβουλίες και οι σχέσεις συνεργασίας αυξάνονται σε δημοτικότητα ως εναλλακτικές λύσεις στον παραδοσιακό περιβαλλοντικό κανονισμό. Αυτές οι προσεγγίσεις είναι ομολογουμένως λιγότερο δαπανηρές από τους κανονισμούς για την επίτευξη των ίδιων ή ανώτερων περιβαλλοντικών στόχων. Οι εθελοντικές πρωτοβουλίες υποτίθεται ότι είναι οικονομικά πιο αποδοτικές ως αποτέλεσμα των μειωμένων δαπανών συναλλαγής, των αυξανόμενων κινήτρων να καινοτομήσουν ώστε να μειώσουν τις περιβαλλοντικές διοικητικές δαπάνες, ή της αυξανόμενης ψυχολογικής υποστήριξης («αγοράστε»), η οποία μεταφράζεται σε χαμηλότερες δαπάνες προβολής των προϊόντων [50].

Όπως εξηγούν οι McWilliams και Siegel [51], η αποδοτικότητα των επιχειρήσεων που έχουν επενδύσει καταλληλότερα στην ΕΚΕ μπορεί να είναι η ίδια με τις επιχειρήσεις που δεν έχουν κάνει τέτοιες επενδύσεις. Μια ανταγωνιστική εξισορρόπηση θα μπορούσε να οδηγήσει σε κανονικά κέρδη και για τους δύο τύπους εταιριών. Δηλαδή εκείνοι που επενδύουν στην εταιρική κοινωνική ευθύνη έχουν επιπρόσθετες δαπάνες, αλλά έχουν επίσης και πρόσθετες απολαβές. Θέτοντάς το διαφορετικά, οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις συνυπάρχουν με τις εταιρίες που δεν κάνουν τέτοιες επενδύσεις, και με τους δύο τύπους εταιριών να έχουν παρόμοια ποσοστά κέρδους.

Οι McWilliams και Siegel [51] εξηγούν: οι εταιρίες θα αναλάβουν τυπικά να επενδύσουν στην ΕΚΕ, επειδή είναι προς συμφέρον τους να κάνουν έτσι, ακόμα κι αν όχι απαραίτητα αμέσως επειδή η νομοθεσία το απαιτεί. Εάν οι επενδύσεις αυτές αυξήσουν ή όχι τα κέρδη τους βραχυπρόθεσμα, και εάν υπάρχει ή όχι μια μακροπρόθεσμη εξισορρόπηση με το κανονικό ποσοστό επιστροφής (normal rate of return), οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν να επενδύσουν στην ΕΚΕ αναμένεται να επενδύουν ωσότου τα οριακά οφέλη τους εξισορροπηθούν με τα οριακά κόστη.

Η ανάλυση των συγγραφέων αποκαλύπτει ότι υπάρχει κάποιο επίπεδο της ΕΚΕ που θα μεγιστοποιήσει τα κέρδη, ικανοποιώντας ταυτόχρονα την απαίτηση για



την κοινωνική ευθύνη από τους πολλούς συμμετόχους (stakeholders). Το ιδανικό επίπεδο της ΕΚΕ μπορεί να καθοριστεί από την ανάλυση κόστους-οφέλους (cost-benefit analysis). Για να μεγιστοποιήσει το κέρδος, η εταιρία πρέπει να υποδείξει ακριβώς εκείνο το επίπεδο της ΕΚΕ, για το οποίο τα αυξημένο έσοδο (από την αυξανόμενη ζήτηση) είναι ίσο με το υψηλότερο κόστος (των χρησιμοποιούμενων πόρων για να παρέχει την ΕΚΕ). Με αυτόν τον τρόπο, η εταιρία ικανοποιεί τα αιτήματα των σχετικών συμμετόχων —και εκείνων που απαιτούν την ΕΚΕ (καταναλωτές, υπάλληλοι, κοινότητα) και εκείνων που έχουν μερίδιο της εταιρείας (μέτοχοι) [52].

### 2.3 Απόψεις υπέρ της έννοιας της Ε.Κ.Ε.

Έρευνες<sup>9</sup> έχουν καταδείξει ότι οι καταναλωτές επιθυμούν όχι μόνο ασφαλή και καλά προϊόντα, αλλά και να γνωρίζουν αν έχουν παραχθεί με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο. Για πολλούς ευρωπαίους καταναλωτές, κατά την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, η δέσμευση που έχει αναλάβει η εταιρία απέναντι στην κοινωνική της ευθύνη είναι ιδιαίτερα σημαντική [38].

Οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει πλέον να συνειδητοποιούν τα παρακάτω [40]:

- Η εικόνα, η φήμη και κατά συνέπεια η επιτυχία τους εξαρτάται από τη συμπεριφορά τους απέναντι στους καταναλωτές.
- Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, για να προσδιορίσουν καλύτερα τους παράγοντες επιτυχίας και κινδύνου που ενυπάρχουν σε μια επιχείρηση, ζητούν την αποκάλυψη πληροφοριών που ξεπερνούν την παραδοσιακή σύνταξη απλών οικονομικών εκθέσεων.
- Η ανάπτυξη πρακτικών, που συνεκτιμούν την περιβαλλοντική και κοινωνική διάσταση, συμβάλλει στον εκσυγχρονισμό των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και κατά συνέπεια στη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητά τους.

---

<sup>9</sup> πηγή: MORI (2000)

Η Ε.Κ.Ε. μπορεί να μειώσει το λειτουργικό κόστος μιας επιχείρησης, διότι η ένταξη της στις επιχειρηματικές στρατηγικές μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα μεγάλη λειτουργική αποδοτικότητα, όπως βελτιωμένη αποδοτικότητα στη χρήση ενέργειας και φυσικών πόρων, μείωση των αποβλήτων, πώληση ανακυκλωμένων υλικών.

Τα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή περιβαλλοντικών και κοινωνικών στρατηγικών μπορούν να ανευρεθούν στην αύξηση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας, την ενίσχυση της διαφοροποίησης (προϊόντων και υπηρεσιών) και επομένως των πωλήσεων σε επιμέρους (niche) αγορές [39].

Μέσω της Ε.Κ.Ε. οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν τις κοινωνικές προτεραιότητες και τις εντάσσουν στην εταιρική τους ατζέντα, δηλ. δείχνουν ένα «ανθρώπινο πρόσωπο» στους καταναλωτές, τις κοινότητες και τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης. Μια στρατηγική Ε.Κ.Ε. βασισμένη στην ακεραιότητα, τις ηθικές αξίες και το σεβασμό στον άνθρωπο και το περιβάλλον, μπορεί να προσφέρει επιχειρηματικά οφέλη στις επιχειρήσεις και μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα [10].

Υπάρχουν τέσσερις βασικοί παράγοντες, που θα ωθούσαν μια επιχείρηση να υιοθετήσει ένα πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και είναι οι εξής:

- διαχείριση κρίσεων και φήμης
- προστασία των ανθρώπινων μακροπρόθεσμων κεφαλαίων
- ανταπόκριση στις απαιτήσεις των καταναλωτών
- αποφυγή κανονισμών.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν φυσιολογικές πιέσεις, που η αγορά ασκεί σε οποιαδήποτε νέα επιχειρησιακή στρατηγική [53].

Διάφορες μαρτυρίες και η οικονομική θεωρία προτείνουν ότι οι πολιτικές για το περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων των κανονισμών, έχουν ενεργήσει έτσι ώστε να κεντρίσουν την καινοτομία, η οποία αυξάνει την παραγωγική ικανότητα, καθώς επίσης και την περιβαλλοντική ποιότητα. Οι συντονισμένες βιομηχανίες έχουν πλέον ένα κίνητρο για να επιδιώξουν τον λιγότερο δαπανηρό τρόπο για να

ανταποκριθούν στα περιβαλλοντικά ποιοτικά πρότυπα. Μακροπρόθεσμα, αυτό θα περιελάμβανε επενδύσεις σε έρευνα και καινοτομία, ώστε να ικανοποιήσει περιβαλλοντικούς ποιοτικούς στόχους. Πρόσφατη έρευνα, που έχει πραγματοποιηθεί σχετικά με τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας (πατέντες), έχει δείξει ότι αυτή η επίδραση μπορεί να είναι αρκετά μεγάλη. Ο προσδιορισμός του βαθμού στον οποίο η καινοτομία παράγεται από την πολιτική για το περιβάλλον θα βελτιώνει όχι μόνο την ανάλυση κόστους-οφέλους, αλλά και θα έδειχνε το βαθμό στον οποίο η πολιτική για το περιβάλλον βελτιώνει την οικονομική αποδοτικότητα [50].

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί δυνάμει συγκριτικό πλεονέκτημα για όσες εταιρίες τη διαθέτουν, ενόψει και της επικείμενης επιβολής νομικών μέτρων για την εφαρμογή της. Τη διαπίστωση αυτή μάλιστα υπογράμμισε και ο Κόφι Ανάν στη Σύνοδο Κορυφής για την Αειφόρο Ανάπτυξη, που έγινε πρόσφατα στο Γιοχάνεσμπουργκ, παροτρύνοντας τις επιχειρήσεις να μην περιμένουν τις κυβερνήσεις να λάβουν μέτρα για την κοινωνική ευθύνη, αλλά οι ίδιες να προχωρήσουν στην αλλαγή των διαδικασιών με τις οποίες διεξάγουν τις εργασίες τους [20].

Επιπλέον στις απόψεις υπέρ της ύπαρξης της Ε.Κ.Ε. συγκαταλέγονται και όλα όσα αναφέραμε παραπάνω σχετικά με την αναγκαιότητα και τα οφέλη εφαρμογής της, οπότε θεωρείται περιττό να μακρηγορήσει κανείς περαιτέρω.

## 2.4 Απόψεις κατά της έννοιας της Ε.Κ.Ε.

Πρώτα απ' όλα η ίδια η ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι **ανθρωποκεντρική**. Η έννοια της κοινωνικής ευθύνης είναι προσανατολισμένη προς τις ανθρώπινες κοινωνίες, κοινότητες, ιδρύματα, και παράγοντες, και όχι προς το φυσικό κόσμο. Οι ανησυχίες για το φυσικό κόσμο εκφράζονται μόνο όταν έχουν επιπτώσεις στα ανθρώπινα κοινωνικά ζητήματα. Η φύση δεν έχει οποιαδήποτε δικά της δικαιώματα και υπάρχει για την ανθρώπινη ευημερία, υποτακτική στα ανθρώπινα ενδιαφέροντα. Χωρίς αναγνώριση των δικαιωμάτων της φύσης, δεν είναι δυνατό να αναπτυχθεί μια βαθιά έννοια της ευθύνης προς το

περιβάλλον. Μια πιο οικοκεντρική σύλληψη της εταιρικής ευθύνης θα έβλεπε τη φύση ως έχουσα δικαιώματα, να υπάρχει ανεξάρτητα από την οργανική αξία της για τους ανθρώπους. Στη συνέχεια θα απαιτούταν να εξεταστεί αν οι εταιρίες (και οι άνθρωποι) διαταράσσουν τους οικολογικούς πόρους [47].

Εύλογα αναρωτιέται κανείς εάν οι εταιρείες με την εφαρμογή προγραμμάτων κοινωνικής ευθύνης πράγματι αλλάζουν συμπεριφορά. Είναι λοιπόν δυνατόν οι μεγάλες εταιρείες, προσδοκώντας μεγαλύτερη και ασφαλέστερη ανάπτυξη, να στοχεύουν σε μια ευρύτερη κοινωνική αποδοχή, που εμπεριέχει συστατικά συνταγής επιτυχημένου marketing [21].

Οι έλληνες πολίτες καταναλωτές δεν είναι έτοιμοι να δεχτούν ότι οι επιχειρήσεις έχουν την ειλικρινή πρόθεση να συνεισφέρουν στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων, αναγνωρίζουν όμως ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Θεωρούν ωστόσο ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς, παρόλο που αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων. Σε πολλές περιπτώσεις το marketing ακυρώνει την πρόθεση του κοινωνικού έργου και εκλαμβάνεται ως διαφήμιση. Ο όρος E.K.E. δεν είναι οικείος, ιδιαίτερα στους διαμορφωτές κοινή γνώμης και τους πολίτες-καταναλωτές. Αντιπροτείνουν την έννοια της «κοινωνικής συνείδησης» σε ταύτιση με την εταιρική φιλανθρωπία και τη χορηγία που είναι ορατές μορφές συνεισφοράς [54].

Κάποιοι υποστηρίζουν ότι δε θα έπρεπε να μετράμε τις εταιρικά υπεύθυνες πρακτικές καθώς έτσι ομαδοποιούνται κάτω από μία «προκαθορισμένη» δραστηριότητα, όπου η «συμμόρφωση» αντικαθιστά κάθε έννοια «υπευθυνότητας». Επικεντρώνοντας όλο το ενδιαφέρον σε κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές είναι δυνατό να χαθεί η «ευκαιρία» της κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης, η οποία οδηγεί στην επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και προσφέρει πρόσβαση στις νέες αγορές του αναπτυσσόμενου κόσμου [17].

Αυτοί που έχουν θεωρητικολογήσει [55] ότι υπάρχει μια αρνητική σχέση μεταξύ της κοινωνικής ευθύνης και της οικονομικής απόδοσης, έχουν ισχυριστεί ότι μια υψηλή επένδυση στην κοινωνική ευθύνη έχει ως αποτέλεσμα πρόσθετα κόστη.

Σύμφωνα με την άποψή τους τα προστιθέμενα κόστη ίσως να προκύπτουν από πράξεις, όπως οι εκτεταμένες φιλανθρωπικές συνεισφορές, η προώθηση πλάνων ανάπτυξης της κοινότητας, η διατήρηση εργοστασίων σε οικονομικά υποβαθμισμένα μέρη και η εφαρμογή διαδικασιών περιβαλλοντικής προστασίας.

Γύρω από την έννοια της ΕΚΕ έχει αναπτυχθεί μια έντονη μυθολογία [56], την οποία οι επιχειρήσεις είναι ευτυχείς να υποστηρίξουν, δεδομένου ότι δεν προσφέρουν καμία απειλή στο υπάρχον καθεστώς.

Οι μύθοι της ΕΚΕ περιλαμβάνουν την αντίληψη, σύμφωνα με την οποία η εθελοντική υποβολή εκθέσεων βελτιώνει την απόδοση, οι κώδικες και τα Συστήματα Διαχείρισης αλλάζουν την εταιρική συμπεριφορά, ο καταναλωτής μπορεί να οδηγήσει στην αλλαγή και ότι η βιομηχανία των επενδύσεων θα παράσχει το καλύτερο κίνητρο για μια επιχείρηση που λειτουργεί κατά πιο βιώσιμο τρόπο.

*Μύθος 1<sup>ος</sup>: Η εθελοντική υποβολή περιβαλλοντικών αναφορών βελτιώνει την απόδοση*

Η υποβολή έκθεσης έχει λάβει την πιο σημαντική θέση μεταξύ των προδιαγραφών για την ΕΚΕ, με τον πρώην Βρετανό Υπουργό Περιβάλλοντος, Michael Meacher και το Βρετανό Πρωθυπουργό, Tony Blair, να απαιτούν από τις επιχειρήσεις να υποβάλουν αναφορά σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδράσεις τους. Αλλά μέχρι το τέλος του 2002, λιγότεροι από το ένα τρίτο του FTSE350 υπέβαλλαν έκθεση. Από τα μέσα του 2003, ενώ οι αριθμοί είχαν αυξηθεί, η ποιότητα υποβολής έκθεσης ήταν σημαντικά αδύναμη, με αποτέλεσμα να αποτύχει να τονίσει τα μεγάλα θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης. Η Λευκή Βίβλος του Κυβερνητικού Εταιρικού Δικαίου, βοήθησε τις προσπάθειες των τελευταίων ετών, καλώντας όλες τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις να υποβάλουν αναφορά σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδράσεις τους [57].

Η εταιρεία καταναλωτικών αγαθών Unilever έχει επιβραβευθεί από την ένωση πιστοποιημένων λογιστών για την περιβαλλοντική αναφορά τους, όμως η Unilever παρέλειψε να γνωστοποιήσει ένα σημαντικό ατύχημα στην Ινδία σχετικά με τη δηλητηρίαση υδραργύρου, γεγονός που έλαβε χώρα κατά τη διάρκεια εκείνου του ίδιου έτους υποβολής της αναφοράς. Οι πληροφορίες για αυτό το

γεγονός ήταν άμεσα προσβάσιμες μέσω του διαδικτύου μεταξύ των διάφορων περιβαλλοντικών ομάδων, όμως το γεγονός δεν αποτέλεσε κανέναν αξιόπιστο οικονομικό κίνδυνο για την Unilever.

*Μύθος 2<sup>ος</sup>: Οι εθελοντικοί κώδικες και τα Συστήματα Διαχείρισης μεταβάλλουν την εταιρική συμπεριφορά*

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει συσχετιστεί με εκατοντάδες κώδικες δεοντολογίας, από το UN Global Compact μέχρι και τα πρότυπα του Παγκόσμιου Οργανισμού ISO, όπως το γνωστό ISO14001.

Όμως οι εθελοντικοί κώδικες δεν αποτελούν από μόνοι τους καμία εγγύηση αλλαγών της απόδοσης. Μια μελέτη, που έχει γίνει από το Πανεπιστήμιο του Sussex, έχει καταδείξει ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν κάποιο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης δεν έχουν καλύτερη περιβαλλοντική απόδοση από εκείνες που δεν εφαρμόζουν κάποιο σύστημα [58].

Σε μερικές περιπτώσεις έχει διαπιστωθεί ότι οι κώδικες έχουν οδηγήσει ακόμη και σε επιδείνωση μιας κατάστασης για εκείνους που προοριζόταν να τους ωφελήσει [59].

*Μύθος 3<sup>ος</sup> : Ο καταναλωτής μπορεί να οδηγήσει στην αλλαγή*

Αυτό που δε γνωρίζουμε για την ηθική των καταναλωτών είναι ότι οι καταναλωτές είναι εμφανώς παθητικοί. Ενώ συχνές έρευνες φανερώνουν ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για την ηθική απόδοση μιας επιχείρησης, λίγοι τοποθετούν πραγματικά την ηθική στην κορυφή κατά τη λήψη αποφάσεων.

Η εταιρία δημοσκοπήσεων MORI έχει διαπιστώσει ότι μόνο το περίπου 5% των καταναλωτών είναι ενεργοί αγοραστές των «ηθικών προϊόντων», ενώ η Οργάνωση των διανομέων παντοπωλείων πρόσφατα διαπίστωσε ότι το 70% των αγοραστών τροφίμων βασίζουν τις αποφάσεις αγοράς τους στην τιμή, στη γεύση, στο μέγεθος των πωλήσεων και όχι στην ηθική.

Σχετική έρευνα του 2002 απέδειξε ότι ενώ το 23% των καταναλωτών αγόρασε προϊόντα που έγιναν με ανακυκλωμένα αγαθά, αυτό το ποσοστό ήταν μειωμένο κατά 3% από το προηγούμενο έτος. Και σχεδόν οι μισοί από τους καταναλωτές, το 45%, υποστήριξαν ότι είναι ευθύνη των επιχειρήσεων και όχι δική τους να κάνουν κάτι καλύτερο [60].

*Μύθος 4<sup>ος</sup>: Η βιομηχανία των επενδύσεων μπορεί να παρέχει τα ισχυρότερα κίνητρα*

Η Κοινωνικά Υπεύθυνη Επένδυση (Socially Responsible Investment - SRI) έχει θεωρηθεί πολύ σημαντική για να οδηγήσει μια ηθική επιχείρηση προς τα εμπρός. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων τριών ετών, έχει αυξηθεί με έναν φαινομενικό ρυθμό, κατά μέσον όρο περίπου 25% ετησίως [61]. Μέρος της επιτυχίας της SRI ήταν αποτέλεσμα της νέας συνταξιοδοτικής νομοθεσίας, που απαιτεί από τους επιτρόπους συνταξιοδοτικών κεφαλαίων να δηλώσουν εάν κάνουν ή όχι τις επιλογές επένδυσής τους σε ηθική βάση. Η εισαγωγή του δείκτη FTSE4Good Index έχει αυξήσει επίσης το προφίλ της SRI.

Η SRI, που γίνεται σε περιθωριακές επιχειρήσεις και θεωρείται ως πιο βιώσιμη, είναι δυνατό να μην παρέχει πάντα εκείνη την ανάπτυξη, που είναι απαραίτητη για μια εταιρία να ανταγωνιστεί στην αγορά. Επιπλέον, τα περισσότερα κεφάλαια της SRI αντιπροσωπεύουν ακόμα ένα μέρος της συνολικής επένδυσης της χρηματαγοράς, και έτσι έχουν μια περιορισμένη επιρροή στα λειτουργικά κέρδη μιας μεγάλης επιχείρησης.

Τέλος οφείλουμε να αναφέρουμε τις ακραίες και τελείως αντίθετες με την έννοια της ΕΚΕ απόψεις του David Henderson [62], πρώην επικεφαλή οικονομολόγο του OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) και καθηγητή στο Westminster Business School. Ο Henderson πιστεύει ότι η συναινετική εικόνα που υπάρχει υπέρ της ΕΚΕ είναι λανθασμένη κυρίως για δύο σχετικούς μεταξύ τους λόγους. Πρώτον, το δόγμα της ΕΚΕ βασίζεται σε μία λανθασμένη άποψη περί του κόσμου. Δεύτερον, επειδή η γενική προσκόλληση σε αυτό το δόγμα θα έχει καταστροφικές συνέπειες για τους ανθρώπους γενικότερα, παρά το ότι μπορεί να συμβάλει στην κερδοφορία συγκεκριμένων εταιρειών.

Αναλυτικότερα, ο Henderson υποστηρίζει:

- Η εικόνα της ΕΚΕ υπεραπλουστεύει σε μεγάλο βαθμό τα θέματα, τα προβλήματα και τις επιλογές. Χαρακτηριστικά, οι υποστηρικτές της παίρνουν ως δεδομένη την ιδέα ότι όλα τα σημερινά προβλήματα έχουν γνωστές και σύμφωνες λύσεις, που αποσκοπούν στη βιώσιμη ανάπτυξη.

- Οι υποστηρικτές της ΕΚΕ, τόσο εντός όσο και εκτός των επιχειρήσεων, εμφανίζονται ως αυτό που ονομάζει «παγκόσμιοι σωτήρες». Κι αυτό συμβαδίζει συνήθως με την αποδοχή κινδυνολογικών απόψεων για την κατάσταση που βρίσκεται το περιβάλλον και την καταστροφή που προκαλείται σε αυτό από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων.
- Η υιοθέτηση της ΕΚΕ εντός των επιχειρήσεων συνοδεύεται με μια μεγάλη πιθανότητα αύξησης του κόστους και μειωμένης απόδοσης. Τα διευθυντικά στελέχη οφείλουν να λάβουν υπόψη τους ένα ευρύτερο πλαίσιο στόχων και ανησυχιών και να εμπλακούν σε νέες χρονοβόρες διαδικασίες και συσκέψεις με εξωεταιρικούς παράγοντες.
- Οι συνήγοροι της ΕΚΕ θέλουν να φτιάξουν από την αρχή το καπιταλιστικό σύστημα. Θεωρούν ότι στηρίζουν την οικονομία της αγοράς κάνοντας τις επιχειρήσεις να είναι πιο δημοφιλείς και σεβαστές από τον κόσμο, μέσω του δόγματος της ικανοποίησης των «προσδοκιών της κοινωνίας», το οποίο ταυτίζουν με ριζοσπαστικά προγράμματα αλλαγής.

Τέλος, σύμφωνα με τον Henderson, οι επιχειρήσεις δεν πρέπει να υιοθετούν αμφισβητήσιμες αντιλήψεις περί «βιώσιμης ανάπτυξης» και περί «τριπλού στόχου». Δεν χρειάζεται να βγάζουν αμφισβητούμενα συμπεράσματα για τις «προσδοκίες της κοινωνίας» και να αντιμετωπίζουν αυτές τις υποτιθέμενες προσδοκίες ως απόλυτες αλήθειες. Δεν χρειάζεται να εγκρίνουν χωρίς στοιχεία την αρχή της «εμπλοκής των άμεσα ενδιαφερομένων», να αποδέχονται ή να συναινούν στα λανθασμένα δόγματα που ευαγγελίζονται οι «παγκόσμιοι σωτήρες». Και δεν χρειάζεται να δίνουν τη στήριξή τους σε λανθασμένα σχέδια περί «παγκόσμιας διακυβέρνησης». Το σημερινό γενικά αποδεκτό δόγμα της ΕΚΕ είναι βαθιά λανθασμένο, διότι βασίζεται στη λανθασμένη αντίληψη θεμάτων και γεγονότων και η υιοθέτησή του από τις επιχειρήσεις θα έβλαπτε τη γενικότερη ευημερία και θα υπέσκαπτε την ίδια την οικονομία της αγοράς.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **3.1 Μέτρηση της Ε.Κ.Ε. και έκδοση ετήσιων αναφορών**

Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τη διαδικασία: μέτρηση της Ε.Κ.Ε., έκδοση αναφορών και εκθέσεων και επιβεβαίωση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνουν [33]:

- να οργανώσουν τις επιμέρους δραστηριότητές τους για την Ε.Κ.Ε.
- να θέσουν συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους
- να δημιουργήσουν τις κατάλληλες συνθήκες για μία αμφίδρομη επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη (*stakeholders*).

Υπάρχουν αρκετοί τρόποι για να μετρηθεί η κοινωνική ευθύνη των εταιριών.

Προηγούμενες μελέτες σε αυτήν την περιοχή έχουν χρησιμοποιήσει πρωταρχικά τρία κριτήρια για να μετρήσουν την επιχειρησιακή κοινωνική ευθύνη [55]:

- εκτιμήσεις ειδικών,
- ανάλυση περιεχομένου ετήσιων αναφορών και άλλα επιχειρησιακά ντοκουμέντα,
- απόδοση στον έλεγχο της μόλυνσης ως μέτρηση πληρεξουσιότητας.

Καθένα από αυτά τα μέτρα υπόκειται σε περιορισμούς. Η εγκυρότητα των εκτιμήσεων των ανεξάρτητων ειδικών επαφίεται στην πείρα των εκτιμητών και την ακρίβεια των πληροφοριών που τους είναι διαθέσιμες. Οι κλίμακες οι οποίες βασίζονται στην πείρα και χρησιμοποιούνται περισσότερο στις μελέτες στις Η.Π.Α. είναι το Συμβούλιο του Καταλόγου Ενδιαφερόμενων Επιχειρηματιών και Επιχειρηματικές και «Κοινωνικές» κλίμακες [63].

Η πληροφοριακή αξία των ετήσιων αναφορών και άλλων δημόσιων επιχειρησιακών ντοκουμέντων ως πηγές «σκληρών» πληροφοριών μπορούν να αναζητηθούν, όντας προϊόντα του προγράμματος των δημοσίων σχέσεων μιας εταιρίας. Το μέτρο πληρεξουσιότητας του ελέγχου μόλυνσης περιορίζεται σε όφελος εταιριών στις οποίες η μόλυνση αποτελεί σημαντικό θέμα.

Ο Ullmann [64] τόνισε ότι ένα σύνηθες λάθος σε μελέτες αυτού του είδους (μέτρηση της Ε.Κ.Ε.) είναι ότι οι ερευνητές δεν διαφοροποιούνται ανάμεσα σε μια φανερή και σημαντική διαφορά: ανάμεσα στο τι κάνουν οι εταιρίες και στο τι λένε ότι κάνουν (ή έκαναν). Γενικότερα, οι εταιρίες έχουν μια ποικιλία λόγων να διαστρεβλώνουν ή ακόμα να αποκρύπτουν την πραγματική ΕΚΕ απόδοσή τους. Συγκεκριμένα υπάρχει η τάση να παρουσιάζουν υπερβολικά την ΕΚΕ απόδοσή τους για να δημιουργήσουν μια θετική εντύπωση ως μέρος των προσπαθειών τους για δημόσιες σχέσεις. Αντίστροφα, σύμφωνα με τον Ullmann [64], οι εταιρίες με «φτωχό» ιστορικό Ε.Κ.Ε. (ή με υψηλά έξοδα ΕΚΕ) τείνουν να αποφεύγουν να αποκαλύπτουν αυτήν την πληροφορία.

Είναι κοινά αποδεκτό ότι δε θεωρείται δόκιμο να μετρώνται τα αποτελέσματα της Ε.Κ.Ε., για συγκεκριμένους λόγους [65]:

- ü Είναι πολύ δύσκολο να καθορίσει κανείς αν μία επιχείρηση έχει ως κίνητρο καθαρά ηθικές και κοινωνικές υπεύθυνες πτυχές στην επιχειρησιακή της στρατηγική ή απλά εξυπηρετεί μέσω αυτών άλλες πρακτικές (εταιρική εικόνα, μερίδιο αγοράς κ.ά.).
- ü Κάποιοι υποστηρίζουν ότι δε θα έπρεπε καν να υπάρχουν μετρήσεις ως προς τις εταιρικά υπεύθυνες πρακτικές, διότι με αυτόν τον τρόπο ομαδοποιούνται κάτω από μία «προκαθορισμένη» δραστηριότητα, με αποτέλεσμα η «συμμόρφωση» να αντικαθιστά την έννοια της «υπευθυνότητας».
- ü Από την πλευρά της επιχείρησης, η συλλογή πληροφοριών και δεδομένων σε ολόκληρο τον κόσμο είναι μία δύσκολη διαδικασία, καθώς οι επιχειρήσεις που δρουν και αναπτύσσονται σε άλλες χώρες πρέπει να λειτουργήσουν σε συμμόρφωση με την εκάστοτε διεθνή, εθνική και τοπική νομοθεσία.
- ü Επειδή είναι απαραίτητο η διαχείριση της Ε.Κ.Ε. σε μία επιχείρηση να προϋποθέτει την εφαρμογή δεικτών και «περιοχών – στόχων» σε διάδραση με τις διαφορετικές απόψεις των stakeholders, είναι επακόλουθο να υπάρχουν χιλιάδες τέτοιου είδους δείκτες.

Επιπρόσθετα, με το να επικεντρώσει κανείς όλο το ενδιαφέρον σε κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές χάνει την «ευκαιρία» της κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης, η οποία οδηγεί στην επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και προσφέρει αξιόλογη πρόσβαση στις νέες αγορές του αναπτυσσόμενου κόσμου.

Σύμφωνα με τον κ. Φραντζέσκο Ζινγκάλες, ερευνητή στη διάσημη σχολή management INSEAD στη Γαλλία, οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές στρατηγικές έχουν διαφορετικές επιπτώσεις ανάλογα με την εταιρία και τον κλάδο. Η μέτρηση των επιπτώσεων αυτών των στρατηγικών είναι δυνατή, αλλά εξαρτάται από τις διάφορες μεθόδους μέτρησης που έχει κάθε εταιρία. Αν μια εταιρία χρησιμοποιεί μόνο τη χρηματοοικονομική μέθοδο, τότε είναι δύσκολο να αποδείξει αν ενέργειες κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης βελτιώνουν ή όχι τις επιδόσεις της. Ο παραπάνω ερευνητής πιστεύει ότι ο καλύτερος τρόπος μέτρησης τέτοιων στρατηγικών είναι οι πίνακες ελέγχου/ αποτελεσμάτων (scoreboards) [39].

#### Υποβολή εκθέσεων και έλεγχος για την εφαρμογή της ΕΚΕ

Πολλές πολυεθνικές εταιρίες έχουν αρχίσει να συντάσσουν εκθέσεις σχετικά με την εφαρμογή της κοινωνικής ευθύνης σε αυτές. Οι πιο διαδεδομένες εκθέσεις είναι αυτές που αφορούν θέματα περιβάλλοντος, υγείας και ασφάλειας, ενώ εκθέσεις σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα δεν είναι διαδεδομένες. Ωστόσο αυτές οι αναφορές τυγχάνουν έλλειψης μια ενιαίας δομής και προσέγγισης στο θέμα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Άρα διαπιστώνεται άμεσα η ανάγκη καθορισμού μιας ορισμένης μορφής της σύνταξης των αναφορών, προκειμένου αυτές να καθιστούν χρήσιμες [38].

Την τελευταία δεκαετία, αυξανόμενος αριθμός πολυεθνικών εταιρειών έχει αρχίσει να δημοσιεύει εκθέσεις περιβαλλοντικής απόδοσης. Σε μια έρευνα ανάμεσα σε 169 πολυεθνικές των Η.Π.Α., της Ευρώπης και της Ιαπωνίας, τα Ηνωμένα Έθνη βρήκαν ότι το 1993 άνω του 43% αυτών είχαν δημοσιεύσει περιβαλλοντικές πολιτικές, οι οποίες απέδωσαν στην εταιρεία σημαντικό βαθμό

κοινωνικής υπευθυνότητας. Το 70% των πολυεθνικών των Η.Π.Α. είχε παρόμοιες πολιτικές με αυτές του 41% των ευρωπαϊκών [66].

Οι δημόσιες πρωτοβουλίες υποστηρίζουν ολοένα και περισσότερο τη διαδικασία σύνταξης και υποβολής εκθέσεων σε θέματα κοινωνίας και περιβάλλοντος.

Ως σημείο αναφοράς σχετικά θα πρέπει να αναφερθεί η πρωτοβουλία που ξεκίνησε από τα Ηνωμένα Έθνη με το γενικό τίτλο *Global Reporting Initiative - GRI*<sup>10</sup> και η οποία βρίσκεται σε εξέλιξη για την δημιουργία ενός κοινά αποδεκτού συστήματος έκδοσης και επικοινωνίας Αναφορών για την Ε.Κ.Ε.

Η παραπάνω πρωτοβουλία θεωρείται σήμερα ως βέλτιστη πρακτική, διότι οι κατευθυντήριες γραμμές για την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τη βιωσιμότητα επιτρέπουν μια σύγκριση μεταξύ των εταιριών. Επίσης η πρωτοβουλία περιλαμβάνει κατευθυντήριες γραμμές για την υποβολής κοινωνικών εκθέσεων.

Η σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τη λογιστική καταχώρηση, την εκτίμηση και γνωστοποίηση των περιβαλλοντικών πτυχών στις ετήσιες εκθέσεις των εταιριών, που εκδόθηκε τον Μάιο του 2001, αναμένεται να συμβάλει σημαντικά στη συγκέντρωση πολύτιμων πληροφοριών σχετικά με τα περιβαλλοντικά θέματα στην Ευρωπαϊκή ένωση.

Ας αναφέρουμε επιπρόσθετα τον «κοινωνικό δείκτη» (**Social Index**), ένα εργαλείο αυτό-αξιολόγησης, που σχεδίασε το Υπουργείο Κοινωνικών Υποθέσεων της Δανίας, για τη μέτρηση του βαθμού στον οποίο μια εταιρία ανταποκρίνεται στις κοινωνικές της ευθύνες. Επιπρόσθετα το άρθρο 64 του γαλλικού νόμου, που αφορά τις νέες οικονομικές ρυθμίσεις, απαιτεί από τις εταιρίες να λάβουν υπόψη τις «κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες» των δραστηριοτήτων τους στην ετήσια έκθεσή τους [66].

Αξίζει ακόμα να σημειωθεί ότι κρίνεται σκόπιμο να δοθούν εργαλεία και να υπάρχει κατάλληλη καθοδήγηση ειδικότερα στις μικρές και μικρομεσαίες εταιρίες (ΜΜΕ), όπως ο οδηγός **SMEKey** που θα αναφερθεί στην αμέσως επόμενη ενότητα, ώστε να συντάσσουν αποτελεσματικές εκθέσεις σχετικά με τις πολιτικές, διαδικασίες και επιδόσεις τους στο θέμα της εταιρικής κοινωνικής

<sup>10</sup> <http://www.globalreporting.org>.

ευθύνης. Οι μεγάλες και πρωτοπόροι εταιρίες μπορούν να υποστηρίξουν τις ΜΜΕ προσφέροντας την εμπειρογνωμοσύνη και τις δεξιότητές τους σε θέματα ανάπτυξης ικανοτήτων.

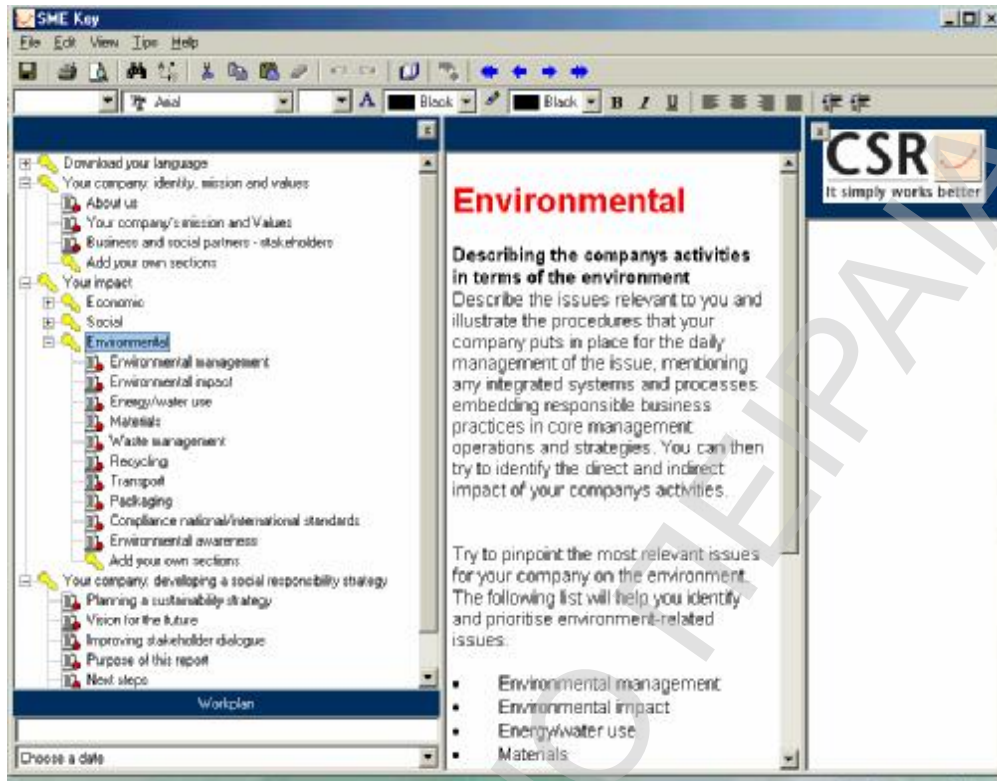
Πολλές μελέτες στο παρελθόν έχουν επιχειρήσει να αξιολογήσουν το επίπεδο της ενεργούς υποβολής κοινωνικών εκθέσεων των επιχειρήσεων (συνήθως μέσω μιας ανάλυσης των ετήσιων εκθέσεων των επιχειρήσεων). Τρεις κίνδυνοι γίνονται αντιληπτοί σε αυτόν τον τύπο δραστηριότητας [67]:

- οι παρεχόμενες πληροφορίες προσδιορίζουν τι μια επιχείρηση έχει κάνει μέσα στα πλαίσια της κοινωνικής της ευθύνης, αλλά όχι απαραίτητα γιατί το έχει κάνει.
- υπάρχει ένα προφανές όριο στην ποσότητα των πληροφοριών που μπορεί να παρασχεθεί
- πολλές πληροφορίες δημοσιεύονται από τις επιχειρήσεις εκτός των σελίδων της ετήσιας έκθεσης. Λίγες μελέτες έχουν ενσωματώσει τέτοιες άλλες πηγές στοιχείων.

### 3.2 Ο οδηγός SME Key

Η κοινωνική ευθύνη αφορά τόσο τις μεγάλες όσο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ΜΜΕ ή αλλιώς *SME - Small Medium Enterprises*, παρά το γεγονός ότι μέχρι πρόσφατα είχε επικεντρωθεί μόνο στις μεγάλες και πολυεθνικές εταιρίες. Όμως προσοχή δίνεται πλέον στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στον ρόλο κλειδί που πρέπει να παίζουν ώστε να εξασφαλίσουν ότι η κοινωνική ευθύνη υπάρχει σε κάθε τομέα τους.

Απάντηση σε αυτήν την πρόκληση αποτελεί η πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής καμπάνιας για την Ε.Κ.Ε. (*European Business Campaign on CSR*), η οποία δημιούργησε τον οδηγό **SME Key–Unlocking Responsible Business** [68] (Εικόνα 3).



Εικόνα 3: Μορφή του λογισμικού SME Key

Οι ΜΜΕ είναι ιδανικές για την επιδίωξη πρακτικών υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για πολλές από αυτές, η κοινωνική ευθύνη είναι απλά ένας νέος τρόπος περιγραφής κάποιων δράσεων που έχουν ήδη αναπτύξει: επενδύσεις σε ευρύτερες κοινωνικές αξίες των οποίων τα οφέλη προχωρούν πέρα από το κέρδος. Με αυτήν την έννοια, κοινωνική ευθύνη δεν σημαίνει “εκ νέου ανακάλυψη του τροχού”. Πρόκειται για οικοδόμηση επάνω σε υπάρχουσες καλές πρακτικές, μεγιστοποίηση της επίδρασής τους και επαύξηση της ενημέρωσης μεταξύ σημαντικών εσωτερικών και εξωτερικών ακροατηρίων με τρόπο που θα βοηθήσει τις εταιρίες να γίνουν πιο ανταγωνιστικές.

Υπάρχουν διαφορετικές ηθικές προσεγγίσεις της κοινωνικής ευθύνης και κάθε μια από αυτές θα έχει ανάλογα αποτελέσματα ως προς την αύξηση των υπεύθυνων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Κάποια επιχείρηση μπορεί να επιλέξει να υιοθετήσει μια καθαρά ηθική προσέγγιση και να πει: “Σαν επιχείρηση επιμένουμε να συμπεριφερόμαστε με εντιμότητα, ακεραιότητα και τιμιότητα σε όλες μας τις πράξεις και περιμένουμε

το ίδιο από όλους όσους έχουν επιχειρηματικές σχέσεις μαζί μας.”

Η άλλη επιχείρηση μπορεί να επιλέξει μια πιο πραγματιστική γραμμή: “Στοχεύουμε να διοικούμε την επιχείρησή μας με βιώσιμο και περιβαλλοντικά σωστό τρόπο. Στόχος μας είναι να εξασφαλίζουμε ότι τα προϊόντα και οι διαδικασίες παραγωγής που χρησιμοποιούμε προξενούν ελάχιστη ζημιά στο περιβάλλον και από την άλλη πλευρά καλύπτουν τις θεμιτές ανάγκες της επιχείρησής μας.”

Ο οδηγός **SME Key** ακολουθεί την πραγματιστική προσέγγιση, διότι αυτή ταιριάζει περισσότερο στην επιχειρηματική πρακτική των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Το λογισμικό **SME Key** οδηγεί βήμα προς βήμα μέσα από όλους τους τομείς των δραστηριοτήτων της επιχείρησής, από θέματα που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό μέχρι εκείνα που αφορούν το περιβάλλον, για να βοηθήσει την κάθε επιχείρηση να συμπληρώσει έναν εσωτερικό έλεγχο ή να δημοσιεύσει έναν κοινωνικό απολογισμό, να χαρτογραφήσει την πρόοδό της και να σχεδιάσει ένα πιο κοινωνικά υπεύθυνο, πιο επικερδές μέλλον. Είναι βέβαιο ότι συμβουλές για συγγραφή, λεπτομερή σχεδιασμό και χρήση του απολογισμού, διασφαλίζουν την καλύτερη δυνατή εκμετάλλευση των εταιρικών δεδομένων.

Ο Οδηγός προσφέρει μια σειρά από πραγματικά οφέλη. Μεταξύ αυτών είναι και μερικά που επιτρέπουν σε κάθε επιχείρηση να :

- προβάλλει τους συνολικούς της στόχους κοινωνικής ευθύνης.
- διατυπώσει θέσεις για την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων.
- κάνει πράξη την προσέγγιση που επέλεξε για υπεύθυνη επιχειρηματική δραστηριότητα.
- μετρήσει και αποτιμήσει τις δράσεις της για υπεύθυνη επιχειρηματική δραστηριότητα.
- τεκμηριώσει και να κοινοποιήσει τις δράσεις της.
- προσδιορίσει το πλαίσιο που θα τη βοηθήσει να επικοινωνήσει με τους άμεσα ή έμμεσα επηρεαζόμενους από τις δραστηριότητες της.

- δημιουργήσει βάση δεδομένων που σκιαγραφεί τις στρατηγικές της και αποτελεί σαφή απόδειξη των προσεγγίσεών της.

Ο οδηγός αυτός χωρίζεται σε τρία μέρη. Επιτρέπει στο χρήστη να βάλει σε κάθε βήμα τις δικές του προτεραιότητες, κρίνοντας μόνος του ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί τομείς προς τους οποίους πρέπει να στραφεί και που ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες της επιχείρησής του. Τα τρία αυτά μέρη είναι:

- **Ταυτότητα, Αποστολή και Αξίες** – είναι σχεδιασμένο για να βοηθήσει να προσδιοριστούν και να περιγραφτούν οι θέσεις της επιχείρησης πάνω στο θέμα της κοινωνικής ευθύνης.
- **Η επιχείρησή σας: η οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδρασή της** – περιέχει ομάδα γενικών ερωτήσεων που βοηθούν να καθοριστεί η ξεχωριστή επίδραση που έχει η επιχείρησή στην τοπική, περιφερειακή και εθνική οικονομία ως δημιουργός πλούτου, ως σημαντικό κομμάτι της δομής της ευρύτερης κοινωνίας και ως χρήστης φυσικών πόρων.
- **Η επιχείρησή σας: ιδέες για ανάπτυξη μιας κοινωνικά υπεύθυνης στρατηγικής** – είναι σχεδιασμένο για να βοηθήσει να προσδιοριστούν οι φιλοδοξίες για την κοινωνική ευθύνη και τη διαμόρφωσή τους σε μια στρατηγική που ταιριάζει με τις εκάστοτε επιχειρηματικές ανάγκες.

Καλό θα ήταν να αναφερθεί ότι το τμήμα του Οδηγού, που αναφέρεται στην περιβαλλοντική επίδραση, αφορά την περιγραφή των δραστηριοτήτων της επιχείρησης σε σχέση με το περιβάλλον και περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- § Διαχείριση περιβάλλοντος
- § Επίδραση στο περιβάλλον
- § Χρήση ενέργειας / ύδατος
- § Υλικά
- § Διαχείριση αποβλήτων
- § Ανακύκλωση
- § Μεταφορά



- § Συσκευασία
- § Συμμόρφωση με εθνικά / διεθνή πρότυπα (ISO, EMAS)
- § Περιβαλλοντική ενημέρωση
- § Ειδικά θέματα (π.χ. εργαστηριακές δοκιμές σε ζώα)

### 3.3 Πρότυπα και πλαίσια της Ε.Κ.Ε.

#### 3.3.1. Το πρότυπο SA8000

Το πρώτο πρότυπο κοινωνικής υπευθυνότητας, το SA8000 [69], αναπτύχθηκε από το Διεθνή Οργανισμό Κοινωνικής Υπευθυνότητας ή αλλιώς **Social Accountability International - SAI**<sup>11</sup> με βασική επιδίωξη να διασφαλίσει ότι λιανοπωλητές, παραγωγικές επιχειρήσεις, προμηθευτές και άλλοι οργανισμοί διατηρούν αξιοπρεπείς και δίκαιες **συνθήκες εργασίας** σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα.

Το πρότυπο SA8000 και το σύστημα πιστοποίησης είναι ένα αξιόπιστο, περιεκτικό και αποδοτικό εργαλείο για τη διασφάλιση των συνθηκών εργασίας, διότι περιλαμβάνει:

- Ένα πρότυπο που καλύπτει όλα τα ευρέως αποδεκτά διεθνή εργασιακά δικαιώματα.
- Απαιτήσεις για ένα σύστημα διαχείρισης σε επίπεδο εργοστασίου που οδηγεί σε συνεχή συμμόρφωση και βελτίωση.
- Ανεξάρτητη επαλήθευση της συμμόρφωσης από εμπειρογνώμονες πιστοποιημένους από τον SAI.
- Συμμετοχή όλων των stakeholders, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων, των συνδικάτων, των επιχειρήσεων, των κοινωνικά ευαισθητοποιημένων επενδυτών, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και της κυβέρνησης.

<sup>11</sup> Ο Διεθνής Οργανισμός Κοινωνικής Υπευθυνότητας (SAI) είναι μια μη κερδοσκοπική οργάνωση που ασχολείται με την ανάπτυξη, την εφαρμογή και τον έλεγχο εθελοντικών προτύπων κοινωνικής υπευθυνότητας.

- Û Δημόσια αναφορά: Οι πιστοποιημένες με SA8000 εγκαταστάσεις ανακοινώνονται στην ιστοσελίδα της SAI. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο 2ο επίπεδο του Εταιρικού Προγράμματος Συμμετοχής SA8000 (CIP) είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύουν ετήσιες εκθέσεις προόδου, που ελέγχονται από τον SAI.
- Û Εισακούγονται οι «ανησυχίες» των καταναλωτών και επενδυτών: Η πιστοποίηση με SA8000 και το εταιρικό πρόγραμμα συμμετοχής βοηθούν τους καταναλωτές και τους επενδυτές στο να εντοπίσουν και να υποστηρίξουν τις επιχειρήσεις που είναι δεσμευμένες στην υποστήριξη των ανθρώπινων δικαιωμάτων στο πλαίσιο του προτύπου SA8000.

Το SA8000 είναι βασισμένο στους διεθνείς κανόνες για τους εργασιακούς χώρους, στις συμβάσεις ILO<sup>12</sup>, στη Διακήρυξη του Ο.Η.Ε. για τα ανθρώπινα δικαιώματα και τη Σύμβαση σχετικά με τα δικαιώματα του παιδιού. Τα βασικά στοιχεία του προτύπου περιλαμβάνουν τις ακόλουθες έννοιες: περιορισμούς για την παιδική εργασία, απαγόρευση της καταναγκαστικής εργασίας, συνθήκες υγείας και ασφάλειας, ελευθερία του συνδικαλιζέσθαι και του δικαιώματος διαπραγμάτευσης, κατάργηση κάθε μορφής διακρίσεων, πειθαρχία, ώρες απασχόλησης, αμοιβές, συστήματα διαχείρισης.

**Για να εφαρμόσουν οι επιχειρήσεις το πρότυπο SA8000**, υπάρχουν 2 επιλογές: Η πιστοποίηση κατά SA8000 και η συμμετοχή στο Εταιρικό Πρόγραμμα Συμμετοχής (CIP<sup>13</sup>).

Πιστοποίηση κατά SA8000: Οι επιχειρήσεις που διατηρούν εγκαταστάσεις παραγωγής, μπορούν να επιδιώξουν να πιστοποιήσουν μεμονωμένες παραγωγικές μονάδες κατά SA8000 μέσω επιθεωρήσεων από αναγνωρισμένους οργανισμούς πιστοποίησης.

---

<sup>12</sup> Διεθνής Οργανισμός Εργασίας

<sup>13</sup> CIP: Corporate Involvement Program

Εταιρικό Πρόγραμμα Συμμετοχής (CIP) στο SA8000: Οι επιχειρήσεις που εστιάζουν στην πώληση αγαθών ή που συνδυάζουν την παραγωγή και την πώληση μπορούν να συμμετέχουν στο CIP κατά SA8000. Το CIP είναι ένα πρόγραμμα 2 επιπέδων που βοηθά τις επιχειρήσεις να αξιολογήσουν το SA8000, να εφαρμόσουν το πρότυπο και να δημοσιεύσουν σχετική έκθεση.

- § 1<sup>ο</sup> επίπεδο CIP: Αξιολόγηση του SA8000 ως εργαλείο βελτίωσης της «ηθικής» μέσω πιλοτικών ελέγχων.
- § 2<sup>ο</sup> επίπεδο CIP: Διαχρονική εφαρμογή του SA8000 σε μέρος της αλυσίδας ή όλη την εφοδιαστική αλυσίδα μέσω της πιστοποίησης. Κοινοποίηση της προόδου εφαρμογής μέσω υποβολής δημόσιας έκθεσης – πιστοποιημένης κατά SAI.

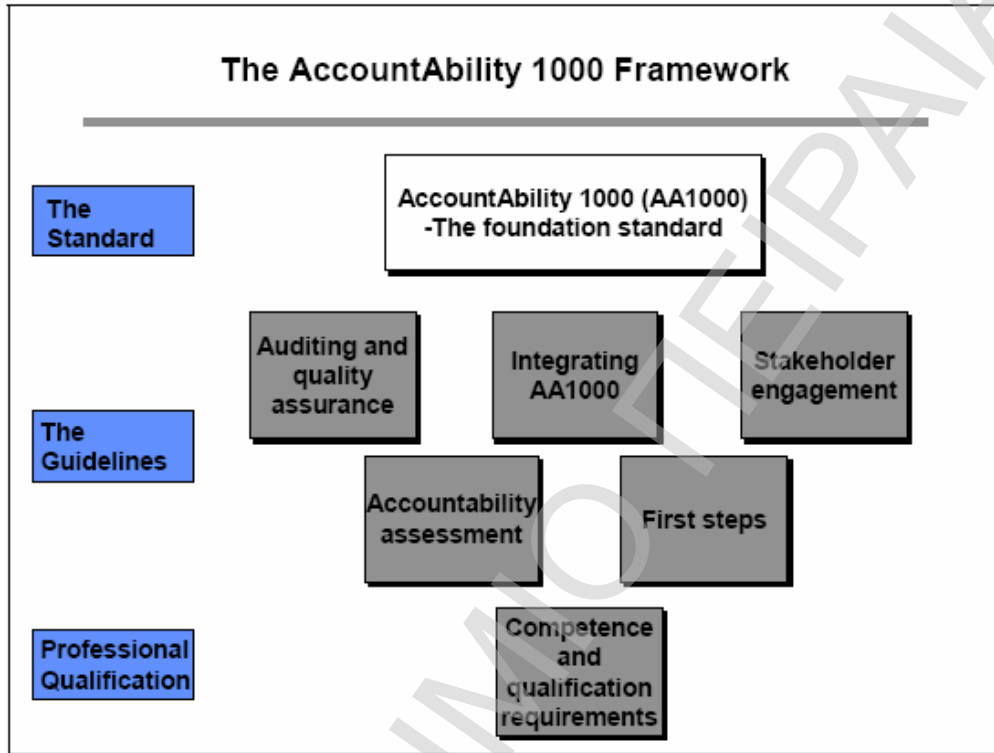
Το CIP αναπτύχθηκε στα τέλη του 1999 και έχει προσελκύσει επιχειρήσεις που έχουν περισσότερα από 100 δις. δολάρια ετήσιο εισόδημα. Τα οφέλη του προγράμματος περιλαμβάνουν εκπαιδευτικά μαθήματα για τους διευθυντές, τους προμηθευτές και τους εργαζομένους, τεχνική βοήθεια στην εφαρμογή του προτύπου SA8000, πρόσβαση σε μία κοινή βάση δεδομένων των προμηθευτών, και το δικαίωμα να χρησιμοποιούνται τα λογότυπα SAI και SA8000 για την επικοινωνία με τους *stakeholders*.

### 3.3.2. Το πρότυπο AA1000

Μετά από μια εκτενή διεθνή διαδικασία διαβουλεύσεων το Ινστιτούτο AccountAbility, που αφορά την κοινωνική και ηθική υπευθυνότητα, δημοσίευσε το πρότυπο διασφάλισης AA1000 [70], τον Μάρτιο του 2003.

Το πρότυπο αυτό καλύπτει την ανάγκη για μια ενιαία προσέγγιση στην αντιμετώπιση των ποιοτικών και ποσοτικών δεδομένων, τα οποία συνιστούν την αειφορία της επιχείρησης καθώς και των συστημάτων που υποστηρίζουν τα δεδομένα για την περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση. Επιπλέον συμπληρώνει τις οδηγίες του **Global Reporting Initiative** και άλλες τυποποιημένες προσεγγίσεις που αναφέρονται στην κοινοποίηση (Reporting).

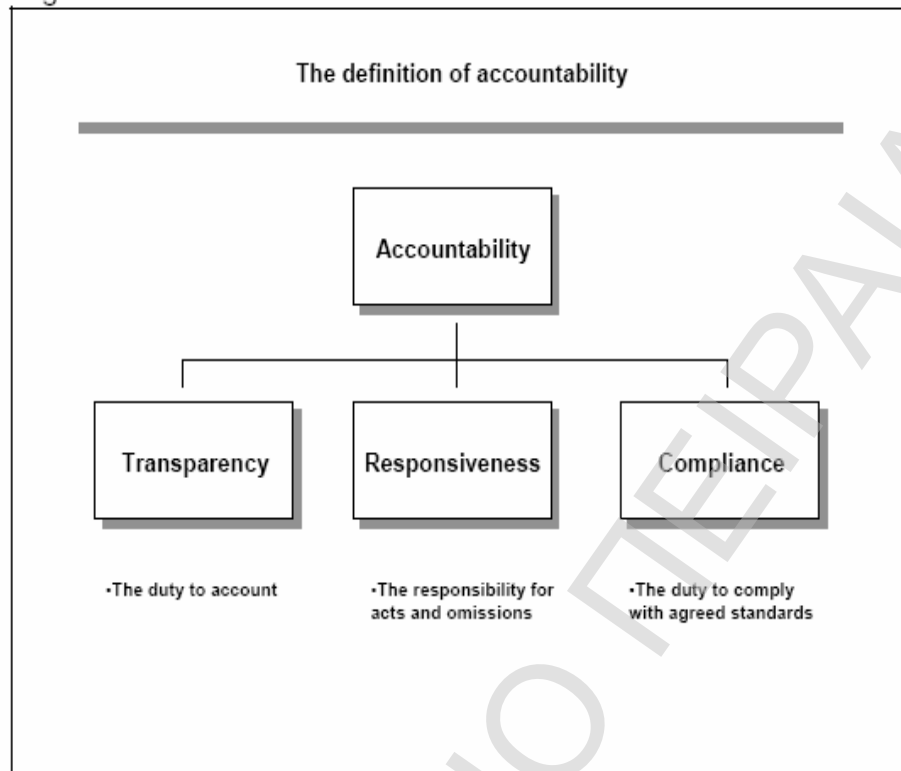
Το πρότυπο AA1000 (Εικόνα 4) καλύπτει συνολικά τις κοινωνικές επιδόσεις μιας επιχείρησης και τη συνολική παρουσίασή τους σε **εκθέσεις**.



Εικόνα 4: Σχηματική αναπαράσταση του Προτύπου AA1000

Το πρότυπο AA1000 βασίζεται στην αξιολόγηση των αναφορών ως προς 3 κριτήρια (αρχές) πιστοποίησης (εικόνα 2):

- Ä Πληρότητα (Materiality):** αν η αναφορά καλύπτει όλες τις περιοχές επίδοσης που χρειάζονται οι stakeholders για να κρίνουν την «αιεφορία» της επιχείρησης.
- Ä Επάρκεια και ακρίβεια (Completeness):** αν οι πληροφορίες είναι πλήρεις και αρκετά ακριβείς για να αξιολογηθεί και να γίνει κατανοητή η επίδοση της επιχείρησης σε όλες τις περιοχές.
- Ä Ανταπόκριση (Responsiveness):** αν ανταποκρίθηκε η επιχείρηση συνεκτικά και σταθερά στις ανησυχίες και τα ενδιαφέροντα των stakeholders.



Εικόνα 5: Ο ορισμός της υπευθυνότητας – 3 κριτήρια πιστοποίησης

### 3.3.3. Απόφαση για την ανάπτυξη νέων Προτύπων Ε.Κ.Ε.

Ο διεθνής οργανισμός ISO [71] αποφάσισε πρόσφατα τη σύσταση μίας νέας ομάδας εργασίας για την ανάπτυξη ενός διεθνούς προτύπου, που θα παρέχει καθοδήγηση για την εφαρμογή Ε.Κ.Ε. Στόχος είναι η παραγωγή ενός καθοδηγητικού κειμένου γραμμένου σε απλή και κατανοητή, ακόμα και από μη ειδικούς γλώσσα, και όχι ένα κείμενο προδιαγραφών για πιστοποίηση. Το κείμενο αυτό θα λειτουργήσει ενισχυτικά και δε θα αντικαταστήσει διακρατικές συμφωνίες σε σχετικά θέματα, όπως η Παγκόσμια Διακήρυξη για τα ανθρώπινα δικαιώματα του Ο.Η.Ε. και οι αντίστοιχες συνθήκες του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (ILO).

Η απόφαση για την ανάπτυξη του παραπάνω διεθνούς προτύπου πάρθηκε τον Ιούνιο του 2004 στη Στοκχόλμη, στο πλαίσιο του συνεδρίου του ISO για την Κοινωνική Ευθύνη, στο οποίο συμμετείχαν 355 αντιπρόσωποι από 66 χώρες από τις ομάδες των stakeholders.

Στην πορεία για την τελική απόφαση ανάπτυξης του προτύπου, η επιτροπή του οργανισμού ISO για την πολιτική καταναλωτών, (ISO's Committee on consumer policy - COPOLCO) είχε διεξάγει μία έρευνα (με τη μορφή δικτυακής συζήτησης) σχετικά με το κατά πόσο είναι εφικτό να λειτουργήσει ένα πρότυπο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Ο λόγος που η COPOLCO ανέλαβε να διερευνήσει μια τέτοια προοπτική είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές εκφράζουν όλο και πιο έντονα την ανησυχία τους για την εντιμότητα των μεγάλων επιχειρήσεων. Έτσι ο ISO θα μπορούσε να έχει σημαντικό ρόλο, ορίζοντας κάποιες κατευθυντήριες γραμμές και λειτουργώντας παράλληλα με άλλα πρότυπα κοινωνικής ευθύνης, όπως είναι το προαναφερθέν SA8000.

Τέλος, ας μην παραλειφθεί ότι το EFQM (European Foundation for Quality Management) [72] παρουσίασε τον Απρίλιο του 2004, το νέο πλαίσιο για τη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (*EFQM Framework for CSR*), που ανέπτυξε στη βάση του Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας EFQM.

Το πλαίσιο αυτό επιτρέπει στις επιχειρήσεις να εκτιμήσουν την κοινωνική τους ευθύνη με σκοπό να τη βελτιώσουν, σε όποιους τομείς κριθεί απαραίτητο. Για να επιτευχθούν τα καλύτερα αποτελέσματα, η κοινωνική ευθύνη ενσωματώνεται σε μια συνολική προσέγγιση της επιχειρηματικής αριστείας (Business Excellence). Με την ένταξη της κοινωνικής ευθύνης στη συνολική επιχειρηματική στρατηγική και τις διαδικασίες διαχείρισης, οι επιχειρήσεις θα είναι σε θέση να έχουν θετικές επιπτώσεις στην κοινωνία και το περιβάλλον, ενώ συγχρόνως θα βελτιώνουν την εικόνα και τις οικονομικές τους επιδόσεις.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **4.1 Ιστορικό της Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα**

Πριν λίγα μόλις χρόνια, έννοιες όπως η εταιρική κοινωνική ευθύνη, η «τριπλή προσέγγιση» (triple bottom line) και η εταιρική διακυβέρνηση ήταν, ως επί το πλείστον, άγνωστες στην Ελλάδα. Με το σύνθημα «η συμβολή των επιχειρήσεων στη νέα εποχή», οι διοργανωτές της πρώτης ευρωπαϊκής επιχειρησιακής εκστρατείας στην Αθήνα επιδίωξαν να εισαγάγουν έναν εθνικό διάλογο σχετικά με το νέο ρόλο της ελληνικής επιχείρησης στην κοινωνία. Στις 29 και 30 Νοεμβρίου του 2001, περισσότεροι από 200 ηγέτες από επιχειρήσεις, την κυβέρνηση, τα μέσα και την ακαδημαϊκή κοινότητα προσκλήθηκαν από το ελληνικό δίκτυο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, ώστε να συζητηθούν η εταιρική διακυβέρνηση, η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού, η κοινωνικά υπεύθυνη επένδυση και άλλα σχετικά ζητήματα.

Σύμφωνα με την κ. Μαρία Αλεξίου, διοικητικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ η προαναφερθείσα διάσκεψη έχει ασκήσει σίγουρα σημαντική επίδραση ως ώθηση στο άνοιγμα του διαλόγου σχετικά με τα ζητήματα της ΕΚΕ. Η κ. Αλεξίου παρατήρησε ότι ένα χρόνο μόνο μετά τη διάσκεψη τα μέλη του Ελληνικού Δικτύου έγιναν 56, από 10 που μόλις ήταν. Τα μέλη του δικτύου έχουν αρχίσει να συμπεριλαμβάνουν πρακτικές ΕΚΕ στις καθημερινές δραστηριότητές τους, όπως για παράδειγμα την εισαγωγή ενός προφίλ ΕΚΕ στην εταιρική εικόνα τους και την οργάνωση των γεγονότων και κύκλων μαθημάτων κατάρτισης σχετικά με τη διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού και την εταιρική διακυβέρνηση. Τα ελληνικά μέσα έχουν αναπτύξει επίσης ένα ενδιαφέρον για τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ευθύνες της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τον κ. Οδυσσέα Κυριακόπουλο, πρόεδρο του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ), δεν υπάρχει μια ενιαία συνταγή για την ανάπτυξη της ΕΚΕ που να αφορά ακριβώς το ίδιο όλες τις επιχειρήσεις. Έτσι για να αναπτύξουν οι επιχειρήσεις τις δραστηριότητές τους αποδοτικά σε αυτόν τον τομέα, πρέπει να είναι ελεύθερες να τις αναπτύξουν εθελοντικά, προσαρμοσμένες όμως στα

χαρακτηριστικά της επιχείρησης, π.χ. μέγεθος, είδος λειτουργιών κ.α., καθώς επίσης και στις ειδικές ανάγκες του τοπικού περιβάλλοντος. Μόνο με αυτόν τον τρόπο το πρόγραμμα ΕΚΕ θα είναι πραγματικό, μακράς διάρκειας και αποδοτικό [18].

Ο ΣΕΒ υποστηρίζει ενεργά την αύξηση της επιχειρηματικότητας και τη συνεχή βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της αποτελεσματικότητας των επιχειρήσεων, με σεβασμό στην κοινωνική συνοχή και το περιβάλλον, στη δημιουργία συνθηκών ανάπτυξης και πλήρους απασχόλησης στη χώρα μας. Ταυτόχρονα, ενθαρρύνει τα μέλη του να συμπεριλάβουν στην εταιρική τους στρατηγική θέματα που άπτονται της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, και να ευαισθητοποιηθούν στα θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης, με σεβασμό απέναντι στο φυσικό μας περιβάλλον. Επίσης ο ΣΕΒ συμβάλλει ώστε η έννοια, οι πρακτικές και τα εργαλεία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης να προσαρμοστούν έτσι ώστε να είναι κατάλληλα για τις ειδικές συνθήκες των επιχειρήσεων αυτών.

Τέλος, διάφορες εθνικές πρωτοβουλίες έχουν προωθηθεί για να καταγράψουν, να αναλύσουν και να υποβάλουν αναφορές σχετικά με τις διαφορετικές προσπάθειες ΕΚΕ, που πραγματοποιούνται σε όλη τη χώρα. Αυτό περιλαμβάνει τις έρευνες κοινής γνώμης και τις ποσοτικές μελέτες σχετικά με το πόσες ελληνικές επιχειρήσεις συμμετέχουν δραστηριότητες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Σήμερα, μετά τη διάσκεψη στην Αθήνα το 2001, η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι πλέον τόσο άγνωστη στην Ελλάδα όπως ήταν στο παρελθόν. Δεν υπάρχει πλέον αμφιβολία ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την εταιρική διακυβέρνηση και τα εταιρικά ζητήματα ευθύνης. Οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για την εκτίμηση της εταιρικής ευθύνης τους προς όφελος των πιθανών επενδυτών και άλλων." Υπάρχει φυσικά ακόμα πολύς δρόμος από την άποψη της ανάπτυξης των συστημάτων εκτίμησης, της εφαρμογής των κοινωνικά αρμόδιων πρακτικών και της επικοινωνίας μεταξύ τους, αλλά φαίνεται ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι στην Ελλάδα με σκοπό να παραμείνει [17].



## 4.2 Γενικές διαπιστώσεις για την Ε.Κ.Ε. στον ελληνικό χώρο

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αναδεικνύεται διεθνώς, αλλά και στην Ελλάδα, ως μία σημαντική πολιτική στάση. Πρόκειται για μια πολιτική δέσμευση που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις απέναντι στην παγκόσμια κοινωνία, στους τοπικούς και στους διεθνείς κοινωνικούς εταίρους τους. Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι άμεσα συνυφασμένη με την έννοια της κοινωνίας των πολιτών καθώς συντελεί στη διαμόρφωση ενός νέου προτύπου, την εταιρία-πολίτη.

Σήμερα οι Έλληνες πολίτες-καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Αποδέχονται επίσης ότι υπάρχουν αξιόπιστα προϊόντα-σήματα τα οποία εμπιστεύονται. Ωστόσο, οι κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις των επιχειρήσεων δεν τις αναγορεύουν αυτομάτως στη συνείδηση των πολιτών-καταναλωτών ως κοινωνικά υπεύθυνους οργανισμούς. Το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς ή και την «ακυρώνει» ως «τερτίπι» του μάρκετινγκ, ιδίως μάλιστα όταν συνδυάζεται και με έντονο πρόγραμμα δημοσιότητας. Σε αυτή την περίπτωση η προβολή του κοινωνικού έργου δεν εκλαμβάνεται ως ενημέρωση αλλά ως «διαφήμιση».

Επιπλέον ο όρος «εταιρική κοινωνική ευθύνη» δεν είναι οικείος, ιδιαίτερα στους διαμορφωτές κοινής γνώμης και στους πολίτες-καταναλωτές. Στη θέση του αντιπροτείνουν την έννοια της «κοινωνικής συνείδησης» ως προϋπόθεση για κοινωνικά υπεύθυνη εταιρική δράση.

Διακρίνουμε πέντε τύπους επιχειρήσεων με βάση τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και θέτουν σε εφαρμογή προγράμματα κοινωνικής υπευθυνότητας:

- Ø Η "μη-ευαισθητοποιημένη" επιχείρηση δεν αναγνωρίζει με προθυμία τις κοινωνικές της ευθύνες, μένει αμήχανη και αμέτοχη. Θεωρεί ότι τα εταιρικά κοινωνικά έργα δεν αποφέρουν άμεσα οφέλη, αντίθετα απαιτούν κεφάλαια, ειδική γνώση και δικτύωση που η ίδια δεν διαθέτει. Σε αυτήν την τυπολογία εντάσσεται και η επιχείρηση που αρκείται στην απλή

συμμόρφωση με τους νόμους, επιδιώκοντας να μην επιβαρύνει την κοινωνία.

- Ø Η "φιλάνθρωπος" επιχείρηση ενεργεί με γνώμονα τις ηθικές αξίες και τις επιλογές του ιδρυτή της.
- Ø Ο "αποσπασματικός χορηγός" επιδιώκει με τις χορηγίες του να διαμορφώσει ένα καλό εταιρικό όνομα. Επιλέγει τις ενέργειες που θα υλοποιήσει με βάση τις προτάσεις ή τις πιέσεις που δέχεται από την κοινωνία χωρίς να τις συνδέει με τη γενικότερη στρατηγική του.
- Ø Ο "συνεπής χορηγός" επιδιώκει να συμβάλει στη βελτίωση του φυσικού και του κοινωνικού περιβάλλοντος. Επιλέγει προγράμματα που εναρμονίζονται με την στρατηγική της εταιρίας και καθιστά κοινωνούς και τους εργαζόμενους,
- Ø Η επιχείρηση "ενεργός πολίτης" θέτει την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην καρδιά της εταιρικής φιλοσοφίας και αναδιαμορφώνει τη λειτουργία και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων ώστε να την υπηρετήσει. Επιδιώκει μέσα από συνεργασίες με άλλους φορείς να συμβάλει στην αιεφόρο ανάπτυξη. Οι εργαζόμενοι αυτής της επιχείρησης συμμετέχουν ενεργά στη διαμόρφωση της κοινωνικά υπεύθυνης δράσης.

Συνήθως, με βάση τα ελληνικά δεδομένα, οι περισσότερες επιχειρήσεις κατανέμονται στις τέσσερις πρώτες τυπολογίες. Η εταιρία "ενεργός πολίτης" όπως και ο "ενεργός" πολίτης-καταναλωτής παραμένει ζητούμενο για την κοινωνία μας.

Η Ελλάδα υποδέχεται με αρκετές επιφυλάξεις μια νέα αντίληψη σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις μπορούν και δικαιούνται να παίξουν σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ανάπτυξη και πρόοδο. Πρόκειται για μία διαδικασία κοινωνικής μεταβολής που θα συνεπιφέρει σημαντικές αλλαγές στην κοινωνική μας οργάνωση και στον τρόπο σκέψης και δράσης.

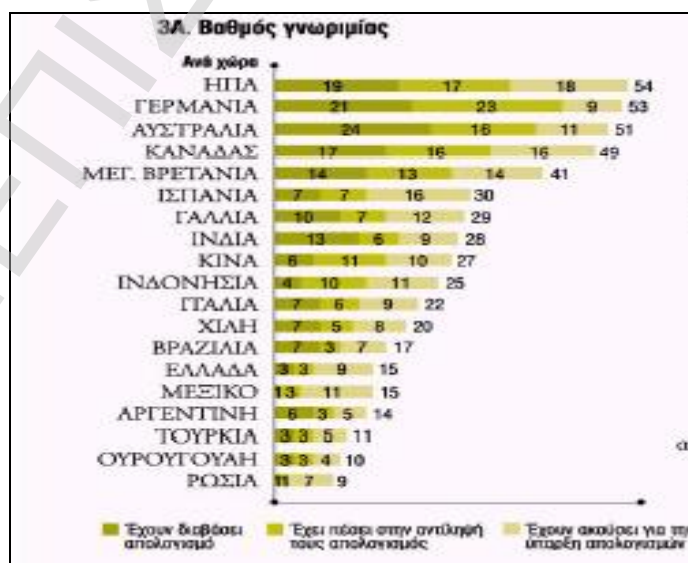
Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σήμερα λειτουργεί εμβληματικά, σαν μια σημαία που σηκώνουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις για μια συναινετική κοινωνική "επανάσταση" όπου όλοι οι κοινωνικοί εταίροι της κοινωνίας των πολιτών θα είναι εντέλει ωφελημένοι [54].

### 4.3 Αποτελέσματα ερευνών για την Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα

#### 4.3.1. Έρευνα για την Ε.Κ.Ε. και Υπεύθυνη Κατανάλωση

Η έρευνα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση 2004» [73] διεξήχθη σε 21 χώρες, κατά τους μήνες Νοέμβριο και Δεκέμβριο του 2003, σε δείγμα 2.500 πολιτών. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της канаδικής εταιρίας δημοσκοπήσεων GlobeScan Inc. η οποία ειδικεύεται σε θέματα διερεύνησης της ΕΚΕ σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ελλάδα η έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε με πρωτοβουλία του Ινστιτούτου Επικοινωνίας, με τη συνεργασία του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Η έρευνα αυτή επιβεβαιώνει όσα αναφέρθηκαν παραπάνω σε σχέση με την αρνητική εικόνα της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Εμείς αξίζει να αναφέρουμε τα πιο σημαντικά συμπεράσματα που προέκυψαν σε εθνικό επίπεδο.

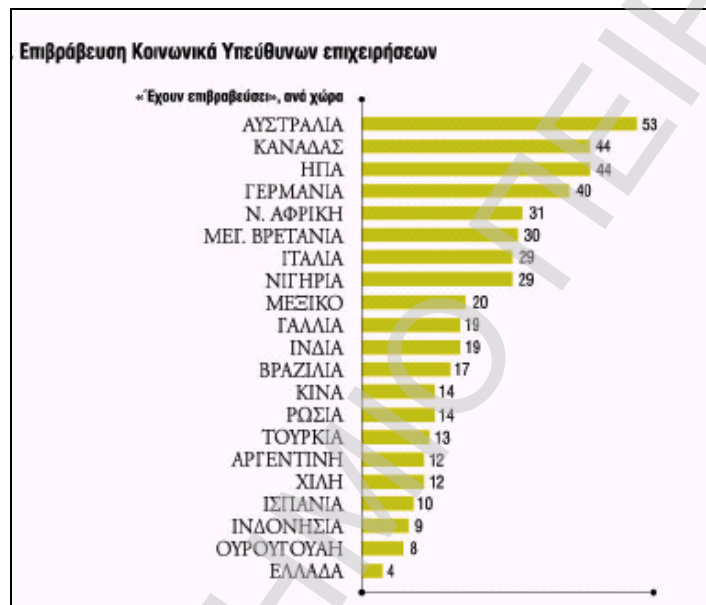
Στην εικόνα 6 που ακολουθεί παρατηρούμε το ποσοστό του βαθμού εξοικείωσης των πολιτών κάθε χώρας με τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς απολογισμούς. Οι πιο εξοικειωμένοι πολίτες ανήκουν στις Η.Π.Α., τη Γερμανία και την Αυστραλία, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό είναι ιδιαίτερα μικρό, αφού μόνο ένα 15% έχει διαβάσει ή έχει ακούσει για κάποιο απολογισμό.



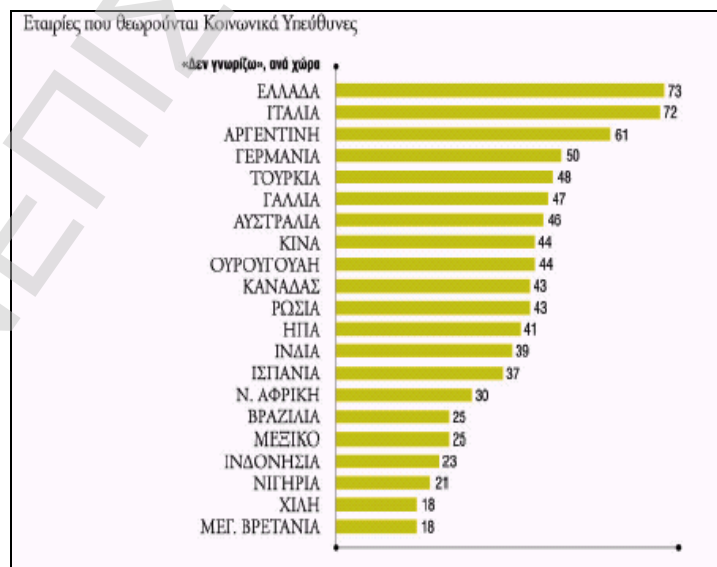
**Εικόνα 6:** Ο βαθμός γνωριμίας των πολιτών κάθε χώρας σε παγκόσμιο επίπεδο σχετικά με τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς απολογισμούς, έτος 2004

Στην εικόνα 7 που ακολουθεί, παρατηρούμε ότι η Ελλάδα κατέχει την τελευταία θέση όσον αφορά την επιβράβευση των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων.

Επιπλέον στην εικόνα 8 παρατηρούμε ότι ένα ποσοστό 73% των Ελλήνων πολιτών δε γνωρίζει τις εταιρίες που θεωρούνται κοινωνικά υπεύθυνες και είναι το μεγαλύτερο σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες παγκοσμίως.



Εικόνα 7: Η επιβράβευση των κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων, ανά χώρα, έτος 2004



Εικόνα 8: Το ποσοστό πολιτών κάθε χώρας που «δε γνωρίζουν» τις εταιρίες που είναι κοινωνικά υπεύθυνες, έτος 2004

#### 4.3.2 Έρευνα για την Ε.Κ.Ε. στις ελληνικές επιχειρήσεις

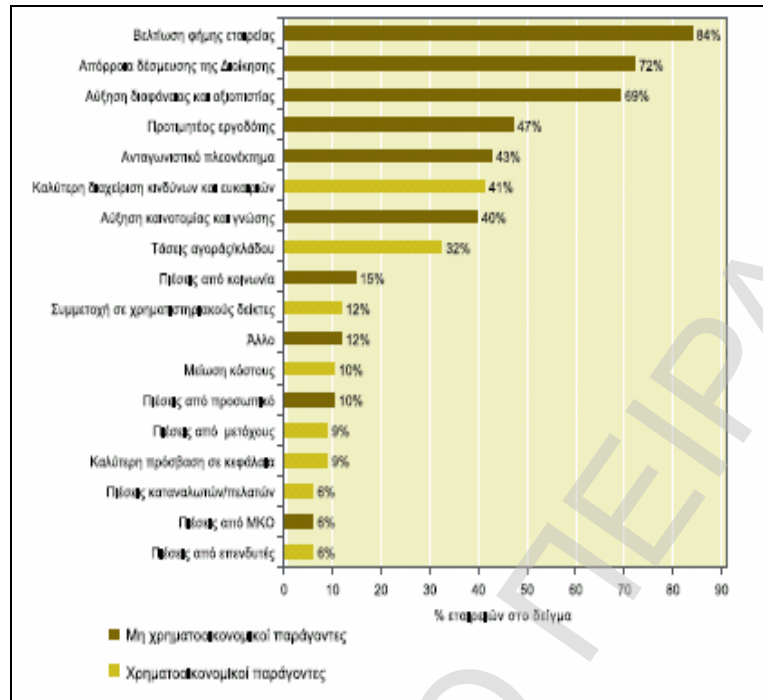
Η «Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Ελληνικές Επιχειρήσεις» [74] πραγματοποιήθηκε από τον Τομέα Συμβουλευτικών Υπηρεσιών της PricewaterhouseCoopers σε συνεργασία με το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων για Στελέχη (Executive MBA) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών κατά το διάστημα 8 Ιουνίου έως 15 Ιουλίου 2004. Τα αποτελέσματα της έρευνας συνοψίζονται στις ακόλουθες κατηγορίες:

##### Γενική αντίληψη

Βρέθηκε ότι η Ε.Κ.Ε. είναι πολύ σημαντική για την πλειοψηφία των μεγάλων ελληνικών επιχειρήσεων (71%). Πάνω από τις μισές επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα (60%) έχουν ορίσει επισήμως την Ε.Κ.Ε, ενώ το μέγεθος του κύκλου εργασιών δε φαίνεται να επηρεάζει το αν μια εταιρία την έχει ορίσει ή όχι. Είναι γεγονός ότι οι πολυεθνικές εταιρίες (86%) δείχνουν πραγματική δέσμευση την Ε.Κ.Ε.

##### Παράγοντες πίεσης

Ο σημαντικότερος παράγοντας που ωθεί τις επιχειρήσεις να ασχοληθούν με την κοινωνική ευθύνη είναι η επιθυμία για βελτίωση της φήμης τους. Οι 5 σημαντικότεροι παράγοντες πίεσης είναι μη χρηματοοικονομικής φύσεως, αφού οι χρηματοοικονομικής φύσεως κατατάσσονται χαμηλά από τις επιχειρήσεις (Εικόνα 9).



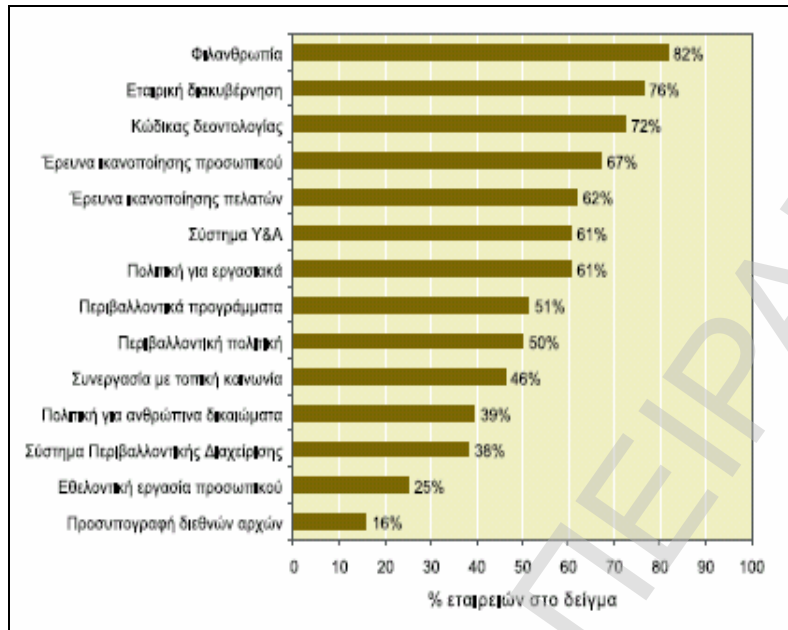
**Εικόνα 9:** Παράγοντες πίεσης που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις ώστε να υιοθετήσουν πρακτικές Ε.Κ.Ε.

### Εμπόδια

Το κυριότερο εμπόδιο στην υιοθέτηση πρακτικών Ε.Κ.Ε. είναι η δυσκολία στη θέσπιση ορατών και μετρήσιμων στόχων. Πολλές από τις επιχειρήσεις έχουν δυσκολία να ορίσουν την Ε.Κ.Ε. και περίπου το 1/3 του δείγματος δε μπορεί να διατυπώσει το “business case” για την Ε.Κ.Ε. Όλοι αυτοί οι παράγοντες οφείλονται στην αδυναμία των επιχειρήσεων στην κατανόηση της έννοιας και του πώς αυτή μπορεί να αποβεί ωφέλιμη για την επιχείρηση.

### Πρακτικές και Πολιτικές Ε.Κ.Ε.

Η υπ’ αριθμόν ένα πρακτική των επιχειρήσεων παραμένει η φιλανθρωπική δραστηριότητα., όπως φαίνεται από την εικόνα 10. Η πλέον διαδεδομένη πολιτική είναι σχετική με τις συνθήκες εργασίας (υγεία και ασφάλεια στην εργασία). Η εταιρική διακυβέρνηση, τόσο ως πολιτική όσο και ως πρακτική, βρίσκεται πολύ υψηλά στην ημερήσια διάταξη των περισσότερων επιχειρήσεων. Οι ελληνικές επιχειρήσεις στο σύνολό τους δεν έχουν ιδιαίτερα αναπτυγμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές πολιτικές και πρακτικές.



**Εικόνα 10:** Οι πρωτοβουλίες και πρακτικές Ε.Κ.Ε. που έχουν υιοθετήσει οι μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις

#### Απολογισμός Ε.Κ.Ε.

Ο απολογισμός των μεγάλων ελληνικών επιχειρήσεων σε θέματα Ε.Κ.Ε. βρίσκεται σε πρώιμα στάδια. Η πλειοψηφία δημοσιεύει στοιχεία περιβαλλοντικής ή/ και κοινωνικής επίδοσης στο Ετήσιο Δελτίο της. Λίγες είναι αυτές που δημοσιεύουν ξεχωριστό κοινωνικό ή/ και περιβαλλοντικό απολογισμό. Θετική συσχέτιση υπάρχει μεταξύ του μεγέθους κύκλου εργασιών και απολογισμού στοιχείων Ε.Κ.Ε.

#### **4.4 Προτάσεις για ενίσχυση της ΕΚΕ σε εθνικό επίπεδο**

Ως ανεπτυγμένη χώρα και μέλος της Ε.Ε. η Ελλάδα έχει ιδιαίτερα εξειδικευμένη νομοθεσία τόσο για τα εργασιακά όσο και για τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Για την Ελλάδα δεν τίθεται θέμα νομοθετικών κενών, αλλά κυρίως αποτελεσματικής εφαρμογής της ισχύουσας νομοθεσίας. Σε τομείς όπως για παράδειγμα η υγιεινή και ασφάλεια στους χώρους εργασίας ή η προστασία από την θαλάσσια ρύπανση, το βασικότερο ζητούμενο δεν είναι η δημιουργία, από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, υψηλότερων προτύπων προστασίας αλλά η συνέπεια με όσα προβλέπονται από τη νομοθεσία.

Στη χώρα μας χρειάζεται να αναπτυχθεί περισσότερο η ενημέρωση, ο διάλογος και η έρευνα για τα θέματα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Άρα οι κοινωνικοί και επιστημονικοί φορείς οφείλουν να συντελέσουν στην ανάπτυξη ενός ευρύτερου δημόσιου προβληματισμού για το θέμα και την των ακολουθούμενων από ελληνικές επιχειρήσεις πολιτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Στην Ελλάδα υπάρχει και το πρόβλημα ελλιπούς ανάπτυξης κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς των καταναλωτών. Η κοινωνική ευθύνη των καταναλωτών είναι, υπό μία έννοια, η άλλη πλευρά του νομίσματος της κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Η αύξηση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών θα αποτελέσει ένα μοχλό ενίσχυσης της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς των επιχειρήσεων.

Επιπρόσθετα είναι ανάγκη να ενισχυθεί και να προωθηθεί ο διάλογος σε κάθε επίπεδο, τοπικό, κλαδικό και διεπιχειρησιακό. Οι τοπικές κοινωνίες, οι φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης αλλά και οι άλλοι φορείς, όπως και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο, δεν είναι συνηθισμένες στο διάλογο για τα τοπικά ζητήματα και τις περισσότερες φορές τα όποια θέματα τίθενται σε διάλογο, εξετάζονται αποσπασματικά και κατά περίπτωση για να αντιμετωπισθούν μεμονωμένα ζητήματα.. Η έλλειψη διαύλων πληροφόρησης και οργανωμένων δομών κοινωνικού διαλόγου μεταξύ των δραστηριοποιούμενων σε μια τοπική κοινωνία είναι ένα ιδιαίτερο ζήτημα που πρέπει να αντιμετωπισθεί προκειμένου να διευρυνθεί η εφαρμογή της Ε.Κ.Ε.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι και στο διεθνές αλλά και στο ευρωπαϊκό επίπεδο ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη συνεργασία και την συνέργια των ενδιαφερομένων μερών (partnership building) δεδομένου ότι η δράση για την αντιμετώπιση θεμάτων κοινωνικής και περιβαλλοντικής σημασίας είναι δυνατή περισσότερο μέσω συνεργασιών και λιγότερο με αποσπασματικές και μεμονωμένες ενέργειες.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ενημερωθούν για τα πρότυπα διαχείρισης που έχουν διαμορφωθεί σύμφωνα με τις επιταγές της Ε.Κ.Ε. και που αναφέρθηκαν παραπάνω. Τα πρότυπα αυτά διαμορφώθηκαν και πιστοποιούνται από έγκυρους διεθνείς οργανισμούς και η εφαρμογή τους μπορεί να αποβεί επωφελής για τις επιχειρήσεις.



Θα μπορούσε ακόμα να μελετηθεί από το Χρηματιστήριο Αξιών της Αθήνας το ενδεχόμενο να καταρτίσει -κατά τα πρότυπα του Χρηματιστηρίου του Λονδίνου<sup>14</sup> και άλλων ευρωπαϊκών χρηματιστηρίων<sup>15</sup>, ένα δείκτη αξιολόγησης των κοινωνικών επιδόσεων των επιχειρήσεων που διαπραγματεύονται στο Χ.Α.Α. Στόχος μιας τέτοιας κίνησης θα είναι η κινητοποίηση Ελληνικών κεφαλαίων, που θα ενδιαφέρονται σε τέτοιου είδους επενδύσεις, αλλά και η τοποθέτηση διεθνών χαρτοφυλακίων, που επενδύουν με γνώμονα αντίστοιχα κριτήρια [33].

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν εξαρτάται μόνο από την ευαισθητοποίηση μιας επιχείρησης. Εξαρτάται από τη σωστή συνεργασία του κράτους και μη κερδοσκοπικών Οργανισμών, οι οποίοι και οι τρεις μαζί μπορεί να βοηθήσουν στην ανάπτυξη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Ας αναφέρουμε κάποια παραδείγματα σχετικά με το πώς μπορούν σωστά να συνεργάζονται αυτοί οι τρεις φορείς. Για παράδειγμα, τον τομέα του περιβάλλοντος. Πολλές επιχειρήσεις θέλουν να εφαρμόσουν περιβαλλοντολογικά προγράμματα. Το κράτος έχει τις υποδομές για να στηρίζει αυτά τα περιβαλλοντικά προγράμματα και βέβαια πολλοί μη κερδοσκοπικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) έχουν την τεχνογνωσία το know how, όπως εκπαιδευτικά ιδρύματα να στηρίζουν τα προγράμματα αυτά. Ένα άλλο παράδειγμα συνεργασίας είναι ο τομέας του πολιτισμού, όπως είχαμε πρόσφατα τους Ολυμπιακούς Αγώνες στην Ελλάδα, που πραγματικά ήταν ένα εγχείρημα που συνεργάστηκε όχι μόνο το κράτος αλλά πάρα πολλές επιχειρήσεις και σαφέστατα και τοπικοί φορείς.

Τέλος καλό θα ήταν να δίνονται βραβεία κάθε χρόνο όχι μόνο στην επιχείρηση με τα καλύτερα αποτελέσματα, αλλά στις επιχειρήσεις οι οποίες παρουσιάζουν τέτοιου είδους δράση. Θα μπορούσαμε να αρχίσουμε σαν κοινωνία να ανταμείβουμε, δηλαδή κάθε χρόνο να υπάρχει ο κατάλογος με τις 10 καλύτερες επιχειρήσεις σ' αυτό τον τομέα και να δίνεται και το αντίστοιχο βραβείο [35].

---

<sup>14</sup> δείκτης FTSE 4 GOOD

<sup>15</sup> Socially Responsible Investment Initiatives

#### 4.5 Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ

Το « Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη », που ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2000, είναι ένα Δίκτυο επιχειρήσεων με τη μορφή μη κερδοσκοπικού σωματείου και αποτελεί τον εθνικό εταίρο του **CSR Europe**, που αναφέρθηκε στο *Κεφάλαιο 1*. Βασικός σκοπός του είναι η προώθηση της έννοιας της ΕΚΕ και η προβολή της, τόσο προς τον επιχειρηματικό κόσμο όσο και προς το κοινωνικό περιβάλλον, με απώτερο στόχο την ισόρροπη επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης.

Το Ελληνικό Δίκτυο μέχρι σήμερα αποτελείται από 28 εταιρίες/ φορείς- μέλη, οι οποίες είναι [32]:

BP Hellas, Fanco, IBM Hellas, Nestle, Shell Hellas, Αργυρομεταλλευμάτων και Βαρυντίνης, Titan, TVX Hellas, ΔΕΛΤΑ Συμμετοχών, ΦΑΓΕ, Janssen - Cilag Pharmaceutical SACI, Philip Morris Hellas, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος, ΕΠΙΚΙΝΟΝΙΑ Business Communication Network, Ατλάντικ, Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς, Chipita International, ΣΦΕΕ, ΕΛΟΤ, Intracom, Q-PLAN, Τσιμέντα ΗΡΑΚΛΗΣ, EFG Eurobank Ergasias, TUV Hellas και Ελληνική Αεροπορική Βιομηχανία.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **5.1 Η Ε.Κ.Ε. ανά τομέα**

Στη συνέχεια θα διερευνήσουμε και θα αναλύσουμε την κοινωνική ευθύνη, όπως αυτή εμφανίζεται σε διάφορους τομείς, οι οποίοι ακολουθούν.

#### **Ø Ευρύτερος δημόσιος Τομέας**

Στην Ελλάδα ένα μεγάλο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας κυρίως σε ότι αφορά υπηρεσίες και αγαθά κοινωφελούς χαρακτήρα (ενέργεια, υγεία, μεταφορές, κλπ.) ασκείται από τον ευρύτερο δημόσιο τομέα. Αποτέλεσμα αυτού είναι και το γεγονός ότι ο μεγαλύτερος εργοδότης στη χώρα μας είναι το δημόσιο στην ευρύτερή του έννοια και αποτελεί τον κύριο χρήστη και διαχειριστή φυσικών πόρων, που αντίστοιχα συνεπάγεται και μεγάλες περιβαλλοντικές ευθύνες.

Οι ΔΕΚΟ αναπτύσσουν δραστηριότητες σε όλη την Ελληνική επικράτεια και συναλλάσσονται με το σύνολο του Ελληνικού πληθυσμού, γεγονός που τους καθιστά σημαντικούς φορείς άσκησης κοινωνικής πολιτικής τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Τέλος εξαιτίας της διασποράς τους σε όλη την χώρα όσο και εξαιτίας της μαζικότητας της παραγωγής (αγαθών και υπηρεσιών) οι ΔΕΚΟ πρέπει να πρωτοστατήσουν στην εφαρμογή της ΕΚΕ.

Η Πράσινη Βίβλος και η Ανακοίνωση της Ε.Ε. το 2002 ειδικότερα αναφέρονται στον τομέα αυτό μέσω της μνημόνευσης των οργανισμών της λεγόμενης "κοινωνικής οικονομίας", οι οποίοι προτείνεται να εκδίδουν ετήσιες αναφορές με τη μορφή απολογισμού σχετικά με την δράση και την αποτελεσματικότητά τους σε τρία επίπεδα : οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Αντίστοιχα κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή τους σε δίκτυα για την ΕΚΕ από όπου θα μπορούν να αντλήσουν εμπειρία και καλές πρακτικές από τον πιο ευέλικτο ιδιωτικό τομέα.

Ιδιαίτερα στην Ελλάδα είναι ευρύτερα γνωστό ότι η πρακτική στον ευρύτερο δημόσιο τομέα είναι αρκετά αντιφατική, διότι βρισκόμαστε ακόμη σε στάδιο μετεξέλιξης της αγοράς από την παρελθούσα μονοπωλιακή και προνομαϊκή υπέρ

των δημοσίων επιχειρήσεων κατάσταση σε συνθήκες ελεύθερης αγοράς, όπου οι εταιρίες του ευρύτερου δημόσιου τομέα εκτίθενται στις ίδιες συνθήκες με αυτές των ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο αυτό αναδεικνύεται ως επιτακτική ανάγκη η προσαρμογή των δημοσίων επιχειρήσεων στις νέες συνθήκες και η γρήγορη ανταπόκρισή τους στα θέματα που θέτει ο προβληματισμός για την ανάπτυξη της ΕΚΕ. Οι δημόσιες επιχειρήσεις, όχι μόνο δεν απαλλάσσονται εξαιτίας του δημόσιου χαρακτήρα τους να λειτουργούν ως υπεύθυνοι κοινωνικά και περιβαλλοντικά φορείς επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά με αυτόν τον τρόπο θα καταφέρουν να επιβεβαιώσουν έμπρακτα το χαρακτήρα τους ως επιχειρήσεις κοινωφελούς χαρακτήρα.

#### Ø Βιομηχανία

Στον τομέα της βιομηχανίας η κοινωνική ευθύνη έχει τη μεγαλύτερη παράδοση και τις καλύτερες πρακτικές εφαρμογής τόσο στο εσωτερικό περιβάλλον (π.χ. εργαζόμενοι) όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον (π.χ. πελάτες, κοινωνία). Ένα πολύ ενδεικτικό στοιχείο της προσπάθειας που καταβάλλεται από την ελληνική βιομηχανία για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την Ε.Κ.Ε. ανήκει στο βιομηχανικό τομέα (κυρίως ιδιωτικές επιχειρήσεις).

#### Ø Εμπόριο και υπηρεσίες

Σε αυτόν τον τριτογενή τομέα της οικονομίας ανήκουν πολλές από τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν οι πολίτες στην καθημερινή τους ζωή, όπως οι μεταφορές, οι τηλεπικοινωνίες κ.λ.π. Κ.Ε.Κ.Ε. στους κλάδους των υπηρεσιών και του εμπορίου δε σχετίζεται με άμεσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την παραγωγή, αλλά κυρίως με δράσεις εργασιακής και κοινωνικής φύσεως. Οι δράσεις αυτές προέρχονται από πολυεθνικές εταιρίες, που έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν προς κοινωνικά υπεύθυνες κατευθύνσεις.

Συγκεκριμένα οι τραπεζικές υπηρεσίες έχουν αρχίσει ήδη να συνειδητοποιούν ότι για την μακροπρόθεσμη ανάπτυξή τους απαιτείται η ενσωμάτωση στις δραστηριότητές τους του οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου τους. Έτσι πολλές τράπεζες ανακοινώνουν και δημοσιοποιούν στον

ετήσιο απολογισμό τους τον κοινωνικό απολογισμό του προηγούμενου έτους ή δημοσιεύουν ειδικό ετήσιο Τεύχος Κοινωνικού Απολογισμού με ειδική αναφορά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ø *Αγροτικός, κτηνοτροφικός, αλιευτικός*

Οι κλάδοι αυτοί φαίνεται επιφανειακά να λειτουργούν σε αρμονία με το περιβάλλον, σε αντίθεση με τη βιομηχανία όπου οι επιπτώσεις είναι ορατές και άμεσες. Όμως η αγροτική δραστηριότητα έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στο περιβάλλον, από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα, διότι συμβάλλει σημαντικά στο Φαινόμενο του Θερμοκηπίου και στη μόλυνση των υδάτινων πόρων με τη χρήση εντομοκτόνων και διαφόρων άλλων χημικών ουσιών.

## 5.2 Μεθοδολογία και σχεδιασμός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνάς μας είναι η διερεύνηση και ανάλυση της διάδοσης της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε εταιρίες και οργανισμούς του Δημόσιου τομέα. Άρα θα μελετήσουμε τον ευρύτερο δημόσιο τομέα, ο οποίος περιλαμβάνει βιομηχανίες, εταιρίες εμπορίου και υπηρεσιών και επειδή αυτές ήταν σχετικά μικρές στον αριθμό, συμπεριλάβαμε και δημόσιους οργανισμούς.

Επικεντρωθήκαμε στην πλευρά της κοινωνικής ευθύνης που αφορά ιδιαίτερα το περιβάλλον. Για αυτό ακριβώς το ερωτηματολόγιο (*Παράρτημα 1*) που σχεδιάσαμε, συνολικά 15 ερωτήσεων, αποτελείται από 3 κύρια μέρη:

Α ΜΕΡΟΣ: Γενικά στοιχεία της εταιρίας/ του οργανισμού

Β ΜΕΡΟΣ: Διατύπωση Πολιτικής Ε.Κ.Ε. (*Παράρτημα 2*)

Γ ΜΕΡΟΣ: Διατύπωση Περιβαλλοντικής Πολιτικής

Το Α ΜΕΡΟΣ αποτελείται από 4 ερωτήσεις πιο γενικές και σχετικές με κάποια περιγραφικά και οικονομικά στοιχεία της εταιρίας/ του οργανισμού, όπως ο κλάδος δραστηριότητας, ο κύκλος εργασιών, το εργατικό δυναμικό και το ύψος των δαπανών στον τομέα του περιβάλλοντος.

Το B ΜΕΡΟΣ αποτελείται από 5 ερωτήσεις, που αφορούν τη διατύπωση πολιτικής Ε.Κ.Ε., που αφορά όλα τα θέματα της κοινωνικής ευθύνης, όχι μόνο τα περιβαλλοντικά. Σε κάθε ερώτηση από αυτές υπάρχει σχετική διευκρίνιση, που βοηθά στην ενημέρωση του χρήστη και κατ' επέκταση στην πιο εύκολη συμπλήρωση. Σε αυτό το μέρος γίνεται προσπάθεια να διερευνηθεί αν οι εταιρίες/ οργανισμοί έχουν διατυπώσει μια πολιτική Ε.Κ.Ε., αν έχουν εφαρμόσει ένα πρόγραμμα Ε.Κ.Ε., αν έχουν κάποιο τρόπο ελέγχου της απόδοσης της εφαρμογής Ε.Κ.Ε., αν δημοσιοποιούν τα αποτελέσματα της εφαρμογής Ε.Κ.Ε. και της απόδοσης τους.

Το Γ ΜΕΡΟΣ αποτελείται από 6 ερωτήσεις, που αφορούν τη διατύπωση περιβαλλοντικής πολιτικής, η οποία και αφορά άμεσα την εξεταζόμενη πλευρά της κοινωνικής ευθύνης. Όλες οι επιχειρήσεις – ανεξαρτήτως μεγέθους ή τομέα– είναι δυνατό να έχουν θετική και αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον. Η αρνητική επίπτωση προέρχεται από την άμεση ή έμμεση κατανάλωση ενέργειας και πόρων, τη δημιουργία αποβλήτων και ρύπων. Η περιβαλλοντική δράση αναφέρεται σε πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει μια εταιρία για να μειώσει την επίδρασή της στο περιβάλλον ή να βελτιώσει την απόδοση της περιβαλλοντικής της προστασίας. Παρόλο που η δυνατότητα μείωσης της αρνητικής περιβαλλοντικής επίπτωσης μπορεί να είναι περιορισμένη για τις μικρότερες επιχειρήσεις, κάθε επιχείρηση μπορεί να βοηθήσει μειώνοντας την κατανάλωση ενέργειας, ελαχιστοποιώντας τα απόβλητα και ανακυκλώνοντας υλικό. Ακόμα και μικρές βελτιώσεις μπορούν να αλλάξουν σε μεγάλο βαθμό την κατάσταση όταν συνδυαστούν με τις προσπάθειες άλλων επιχειρήσεων.

Επιπρόσθετα, λήφθηκε υπόψη το εάν μια εταιρία έχει ή δεν έχει πιστοποιημένο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ISO 14001, EMAS).

Η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε από τον Ιούνιο έως και τα μέσα Σεπτεμβρίου του 2005 και περιορίστηκε σε επιχειρήσεις που έχουν δραστηριότητα στο Νομό Αττικής.

Οι ερωτήσεις σχεδιάστηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να καταστήσουν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου σχετικά απλή ως διαδικασία. Αυτό επετεύχθη

με τη χρήση απαντήσεων πολλαπλής επιλογής αλλά και τη δυνατότητα να σημειώσουν οι εταιρίες και οργανισμοί την άποψή τους, όπου αυτό κρινόταν σκόπιμο. Τα στοιχεία που παρείχαν οι εταιρίες είναι εντελώς εμπιστευτικά και για αυτόν το λόγο παρουσιάζονται με τρόπο ώστε να μην είναι δυνατόν να αναγνωριστούν.

Για τους σκοπούς της έρευνάς μας δε κρίθηκε σκόπιμο να δοθεί κάποιος από τους ορισμούς της Ε.Κ.Ε., αφού κάτι τέτοιο πιθανόν να επηρέαζε τις απαντήσεις τους στα ερωτήματα.

Το ερωτηματολόγιο απεστάλη μέσω email κυρίως, fax και ταχυδρομείου σε δείγμα άνω των 30 δημοσίων εταιριών και οργανισμών. Στο δείγμα συμπεριλήφθησαν εταιρίες, βιομηχανίες, τράπεζες, οργανισμοί, νοσοκομεία, δήμοι και νομαρχίες.

Το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε στους διοικητές και επικεφαλείς των εταιριών και οργανισμών με την παράκληση να συμπληρωθεί από τους ίδιους ή, όπου υπήρχε, από αναγνωρισμένο υψηλόβαθμο στέλεχος αρμόδιο για θέματα Ε.Κ.Ε.

## 5.3 Παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας

### 5.3.1 Ανάλυση γενικών στοιχείων εταιριών/ οργανισμών

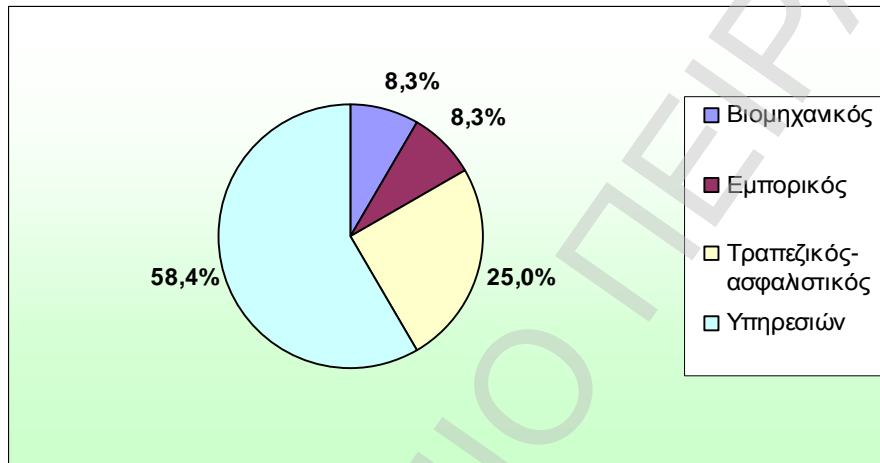
Καταρχάς, όσον αφορά την ανάλυση του δείγματος, εκπρόσωποι από 25 εταιρίες και οργανισμούς απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Το δείγμα δεν είναι αρκετά μεγάλο, αλλά είναι δυνατό να θεωρήσουμε ότι τα αποτελέσματα της έρευνας είναι αντιπροσωπευτικά για εκείνες τις εταιρίες και οργανισμούς που είναι ήδη σε κάποιο βαθμό ευαισθητοποιημένοι και δραστήριοι γύρω από την Ε.Κ.Ε., χωρίς αυτό να σημαίνει απαραίτητα ότι αυτοί που δεν απάντησαν δεν είναι ευαισθητοποιημένοι σχετικά με την Ε.Κ.Ε.

Στο διάγραμμα 1 παρατηρούμε ότι:

- το 58,4 % των εταιριών ανήκει στον τομέα των Υπηρεσιών,
- το 25 % στον Τραπεζικό-ασφαλιστικό,

Ἐνῶ δύο ἰσόποσα ποσοστά τῆς τάξης τοῦ 8,3 % ἀντιστοιχοῦν στο Βιομηχανικό καὶ Ἐμπορικό τομέα.

Οφείλουμε νὰ ἀναφέρουμε ὅτι κάποιες εταίριες καὶ ὀργανισμοὶ μπορεῖ νὰ ἀνήκουν σὲ περισσότερους ἀπὸ ἓνα τομείς.



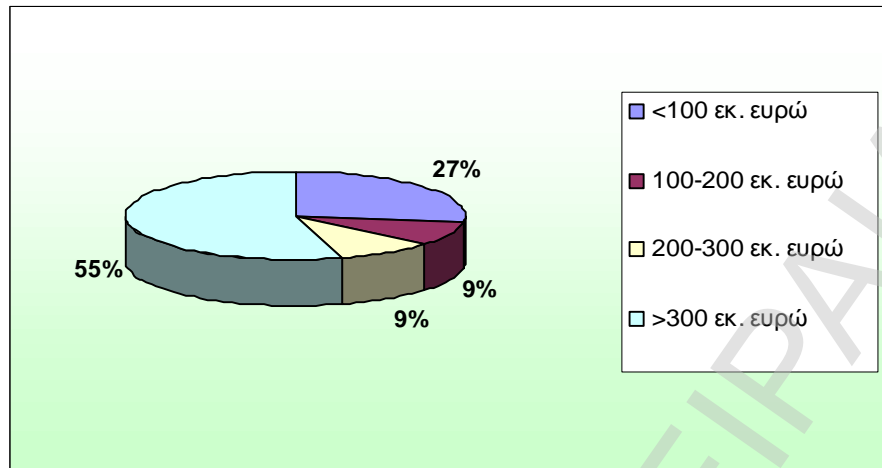
**Παράγραμμα 1:** Κατανομή δείγματος ἀνά κλάδο δραστηριότητας

Μια προσέγγιση τοῦ μεγέθους τῶν εταρειῶν καὶ ὀργανισμῶν ἔγινε με κριτήριο τὸν κύκλο εργασιῶν τοὺς καὶ χρησιμοποιήθηκε κλίμακα 4 κατηγοριῶν, ἐκ τῶν ὁποίων ἡ πρώτη περιλαμβάνει κύκλο εργασιῶν μέχρι 100 ἐκ. ευρώ, ἡ δεῦτερη ἀπὸ 101 μέχρι 200, ἡ τρίτη ἀπὸ 201 ἕως 300 καὶ ἡ τέταρτη ἀπὸ 300 ἐκ. ευρώ καὶ πάνω.

Στο παράγραμμα 2 φαίνεται ἡ κατανομή τῶν ἀποκριθέντων με βάση τὸ εὔρος τοῦ κύκλου εργασιῶν. Παρατηροῦμε λοιπὸν ὅτι:

- Ἐ τὸ 27% ἔχει μικρότερο ἀπὸ 100 ἐκ. ευρώ,
- Ἐ δύο ἰσόποσα ποσοστά τῆς τάξης τοῦ 9% ἀντιστοιχοῦν σὲ κύκλους εργασιῶν ἀπὸ 100 ἕως 200 ἐκ. ευρώ καὶ ἀπὸ 200 ἕως 300 ἐκ. ευρώ,
- Ἐ ἐνῶ ἡ πλειοψηφία, δηλαδή τὸ 55% ἔχει κύκλο εργασιῶν μεγαλύτερο ἀπὸ 300 ἐκ. ευρώ.



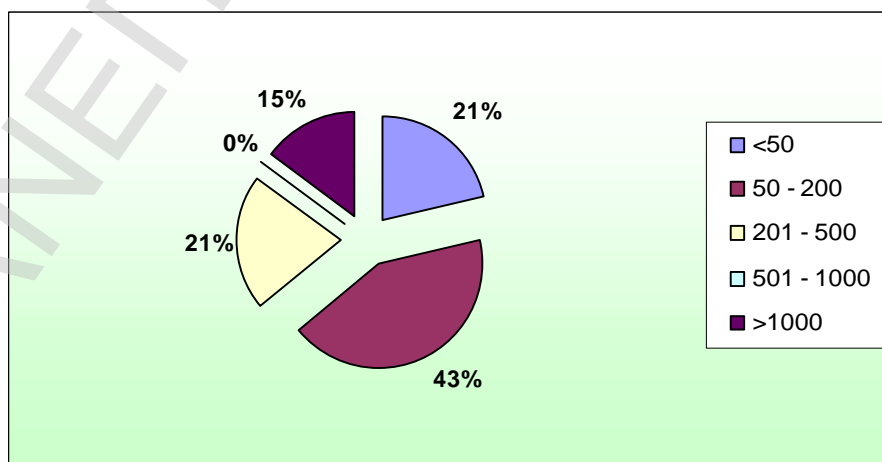


**Διάγραμμα 2:** Κατανομή δείγματος ανά εύρος κύκλου εργασιών του 2004

Στη συνέχεια, το μέγεθος των επιχειρήσεων εξετάστηκε με βάση τον αριθμό του απασχολούμενου ανθρώπινου δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα, οι εταιρίες και οργανισμοί κατανεμήθηκαν σε 5 κατηγορίες, εκ των οποίων η πρώτη περιλαμβάνει μέχρι 50 εργαζομένους, η δεύτερη από 51 μέχρι 200, η τρίτη από 201 έως 500, η τέταρτη από 501 έως 1000 και η τελευταία από 1001 εργαζομένους και πάνω.

Στο **διάγραμμα 3** παρατηρούμε ότι:

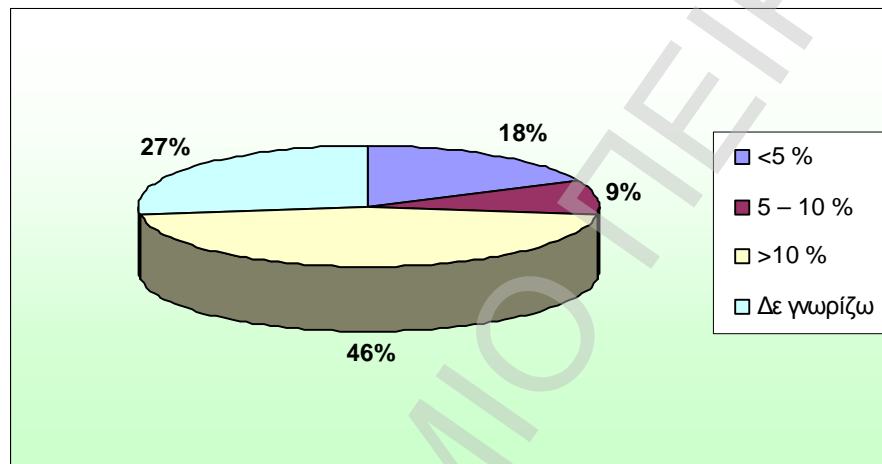
- δύο ισόποσα ποσοστά της τάξης του 21% έχουν λιγότερους από 50 εργαζομένους και από 201 μέχρι 500 εργαζομένους,
- το 15% έχει από 51 έως 200 εργαζομένους,
- το 0% έχει από 501 έως 1000.
- η πλειοψηφία δηλαδή το 43% έχει πάνω από 1000 εργαζομένους.



**Διάγραμμα 3:** Κατανομή δείγματος ανά αριθμό εργατικού δυναμικού

Τέλος στο *διάγραμμα 4* φαίνεται η κατανομή σχετικά με το ποσοστό επένδυσης στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα:

- το 18% επενδύει σε περιβαλλοντικά θέματα σε ποσοστό λιγότερο από 10% επί του συνολικού του προϋπολογισμού,
- το 9% σε ποσοστό από 5- 10%,
- το 27% δε γνωρίζει αν γίνεται κάποια επένδυση στο περιβάλλον,
- ενώ το 46% επενδύει σε ποσοστό μεγαλύτερο του 10%.



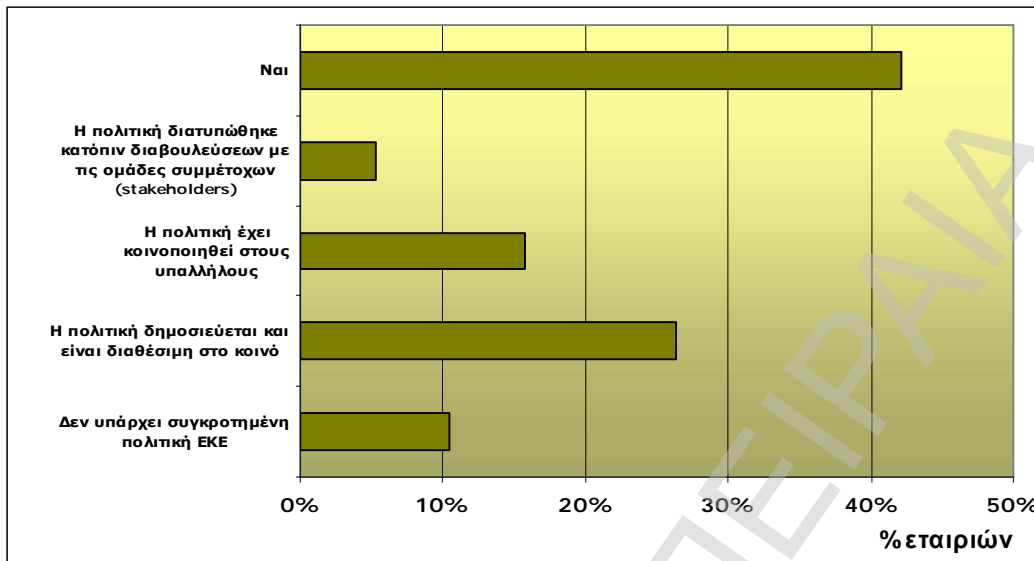
**Διάγραμμα 4:** Ποσοστό επένδυσης του συνολικού προϋπολογισμού στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος

### 5.3.2 Ανάλυση σχετικά με τη διατύπωση Πολιτικής Ε.Κ.Ε.

Στη συνέχεια θα αναλύσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας που αφορούν την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Οπότε στην ερώτηση σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν εφαρμόσει μία πολιτική Ε.Κ.Ε., σύμφωνα με το *διάγραμμα 5* παρατηρούμε ότι:

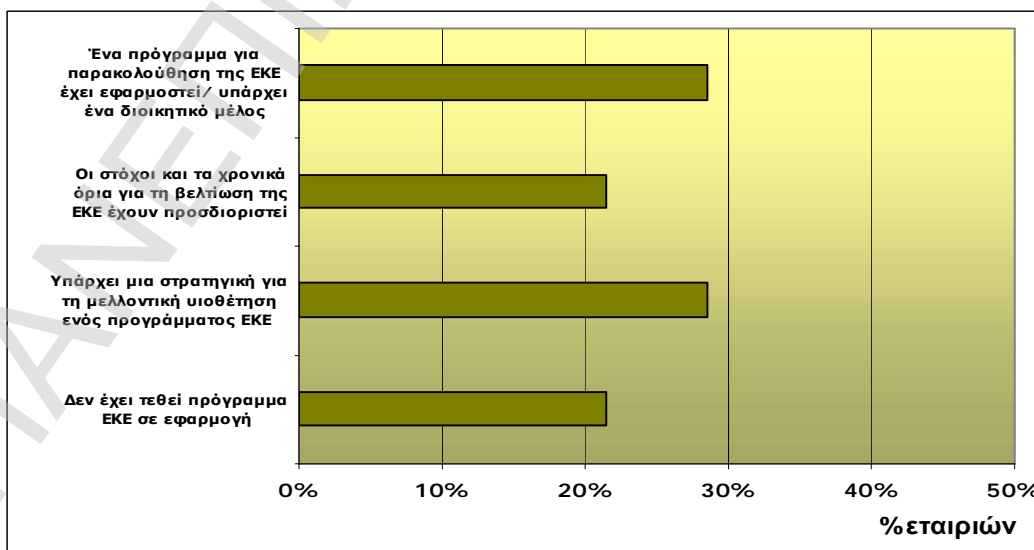
- το 42% απάντησε θετικά.
- το 5% ότι η πολιτική διατυπώθηκε κατόπιν διαβουλεύσεων με τις ομάδες συμμετόχων (*stakeholders*).
- το 16% η πολιτική έχει κοινοποιηθεί στους υπαλλήλους.
- το 26% ότι η πολιτική δημοσιεύεται και είναι διαθέσιμη στο κοινό.
- ενώ μόνο το 11% απάντησε ότι δεν υπάρχει συγκροτημένη πολιτική Ε.Κ.Ε.



Διάγραμμα 5: Κατανομή δείγματος με βάση τη διατύπωση πολιτικής Ε.Κ.Ε.

Σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν θέσει σε εφαρμογή ένα πρόγραμμα Ε.Κ.Ε., σύμφωνα με το *διάγραμμα 6* παρατηρούμε ότι:

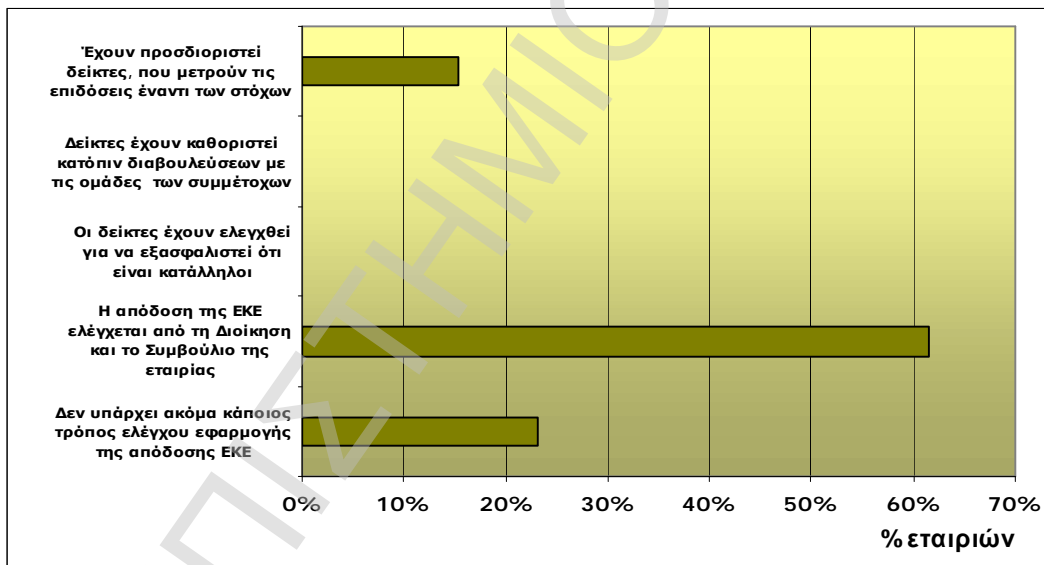
- το 29% απάντησε ότι ένα πρόγραμμα για παρακολούθηση της Ε.Κ.Ε. έχει εφαρμοστεί/ υπάρχει ένα διοικητικό μέλος.
- το 21% ότι οι στόχοι και τα χρονικά όρια για τη βελτίωση της Ε.Κ.Ε. έχουν προσδιοριστεί.
- το 29% ότι υπάρχει μια στρατηγική για τη μελλοντική υιοθέτηση ενός προγράμματος Ε.Κ.Ε.
- ενώ το 21% ότι δεν έχει τεθεί κάποιο πρόγραμμα Ε.Κ.Ε. σε εφαρμογή.



Διάγραμμα 6: Κατανομή σχετικά με την εφαρμογή ενός προγράμματος Ε.Κ.Ε.

Στην ερώτηση σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν κάποιο τρόπο ελέγχου της απόδοσης εφαρμογής της Ε.Κ.Ε., σύμφωνα με το *διάγραμμα 7* διαπιστώνουμε ότι:

- το 15% απάντησε ότι έχουν προσδιοριστεί δείκτες, που μετρούν τις επιδόσεις έναντι των στόχων.
- κανείς δεν απάντησε ότι δείκτες έχουν καθοριστεί κατόπιν διαβουλεύσεων με τις ομάδες των συμμετόχων.
- επιπλέον κανείς δεν απάντησε ότι οι δείκτες έχουν ελεγχθεί για να εξασφαλιστεί ότι είναι κατάλληλοι.
- το 62% είπε ότι η απόδοση της ΕΚΕ ελέγχεται από τη Διοίκηση και το Συμβούλιο της εταιρίας.
- ενώ το 23% ότι δεν υπάρχει ακόμα κάποιος τρόπος ελέγχου εφαρμογής της απόδοσης Ε.Κ.Ε.

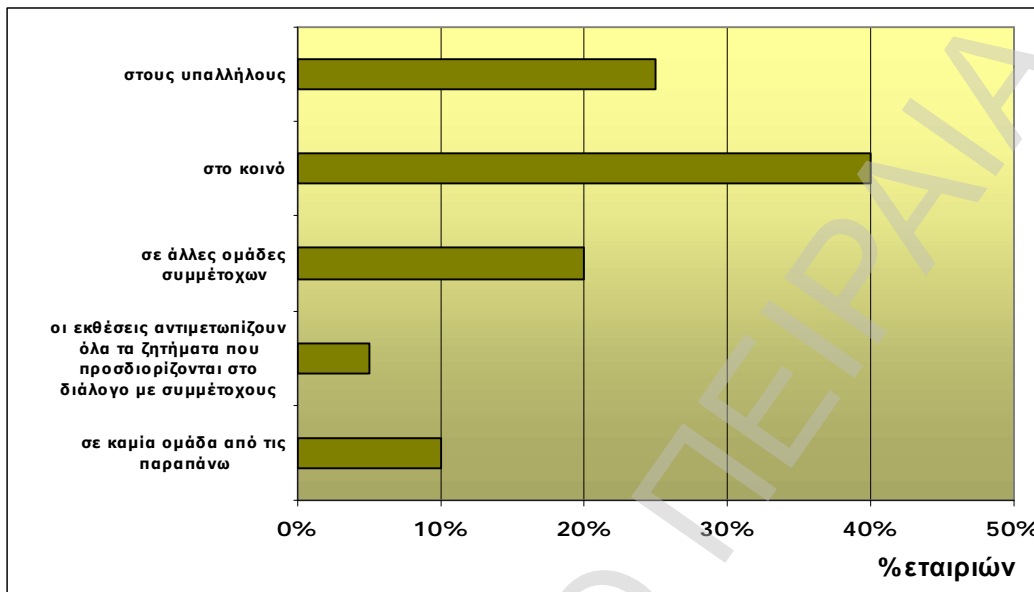


**Διάγραμμα 7:** Κατανομή σχετικά με τον τρόπο ελέγχου της απόδοσης εφαρμογής της Ε.Κ.Ε.

Στο ερώτημα σχετικά με το που ανακοινώνεται η πρόοδος στην υιοθέτηση προγραμμάτων Ε.Κ.Ε. και επίτευξης των στόχων, σύμφωνα με το *διάγραμμα 7* παρατηρούμε ότι:

- το 25% απάντησε ότι ανακοινώνεται στους υπαλλήλους.
- το 40% στο κοινό.
- το 20% σε άλλες ομάδες συμμετόχων.
- το 5% απάντησε ότι οι εκθέσεις αντιμετωπίζουν όλα τα ζητήματα που προσδιορίζονται στο διάλογο με συμμετόχους.

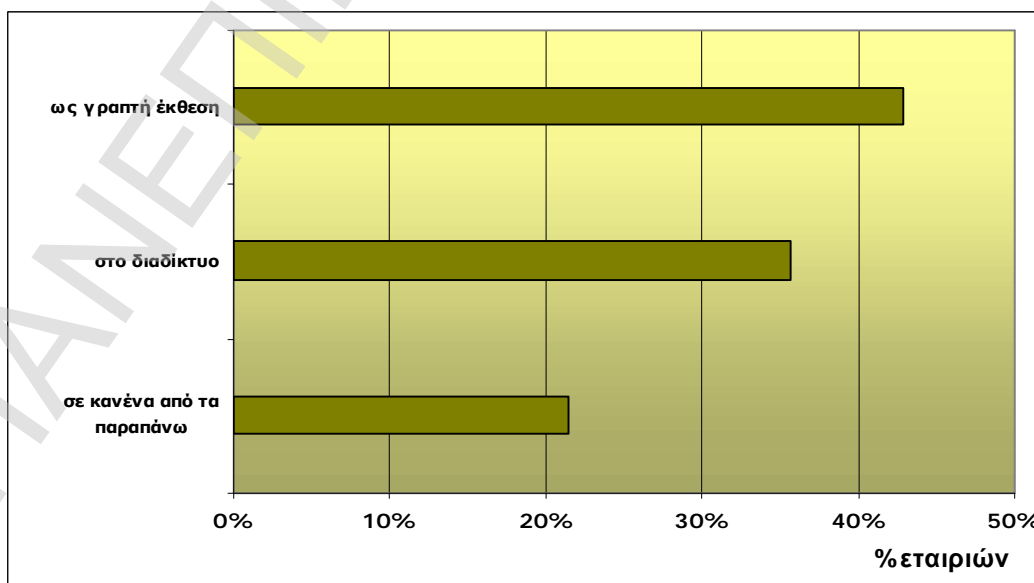
Ά το 10% σε καμία ομάδα από τις παραπάνω.



Διάγραμμα 8: Κατανομή σχετικά με την ανακοίνωση της προόδου στην υιοθέτηση προγραμμάτων της Ε.Κ.Ε.

Τέλος στο ερώτημα σχετικά με το που δημοσιεύεται η απόδοση της εταιρίας/ του οργανισμού όσον αφορά τις τιμές, τα ζητήματα και τους στόχους της, σύμφωνα με το διάγραμμα 9 διαπιστώνουμε ότι:

- Ά το 43% απάντησε ως γραπτή έκθεση.
- Ά το 36% στο διαδίκτυο.
- Ά το 21% σε κανένα από τα παραπάνω.



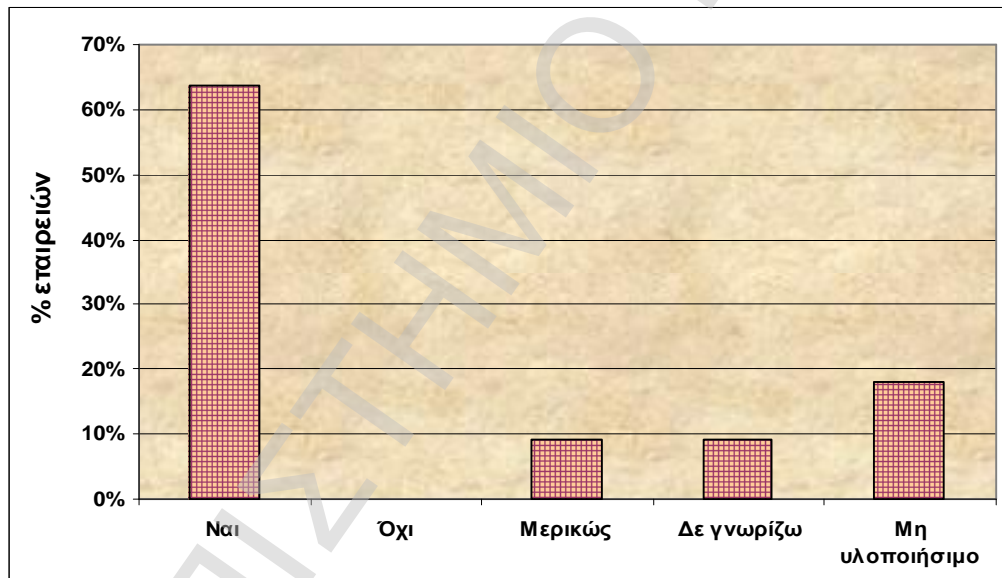
Διάγραμμα 9: Κατανομή σχετικά με τη δημοσίευση της απόδοσης της εταιρίας

### 5.3.3 Ανάλυση σχετικά με τη διατύπωση Περιβαλλοντικής Πολιτικής

Σε αυτήν την ενότητα θα αναλύσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας που αφορούν τη διατύπωση Περιβαλλοντικής Πολιτικής.

Κατά συνέπεια, στο ερώτημα σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους ως προς τη διατήρηση των φυσικών πόρων, σύμφωνα με το *διάγραμμα 10* παρατηρούμε ότι:

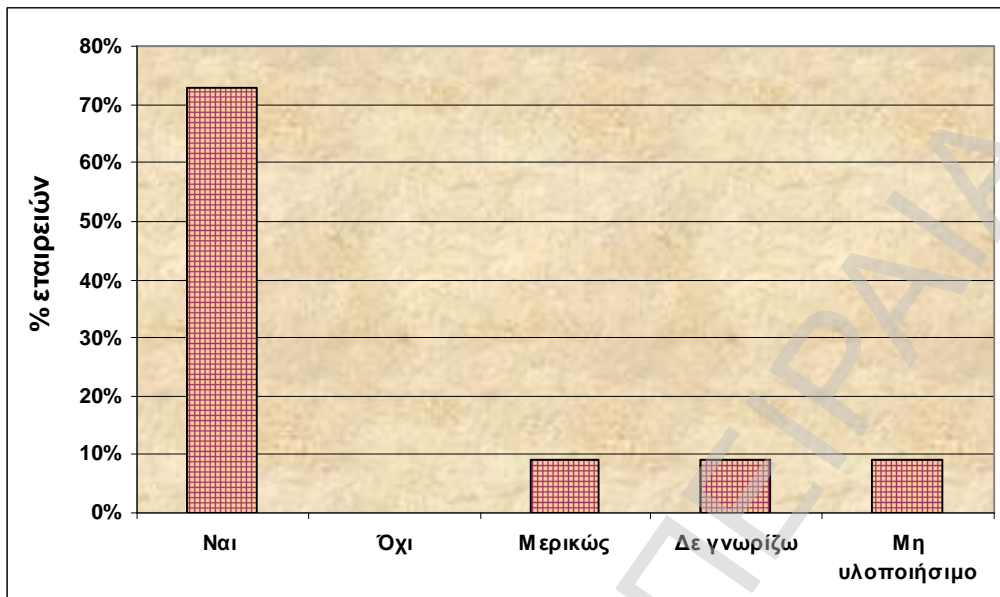
- το 64% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 9% απάντησε μερικώς.
- άλλο ένα 9% ότι δε γνωρίζει.
- το 18% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 10:** Κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ως προς τη διατήρηση των φυσικών πόρων

Στην ερώτηση σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους ως προς την πρόληψη της ρύπανσης, σύμφωνα με το *διάγραμμα 11* παρατηρούμε ότι:

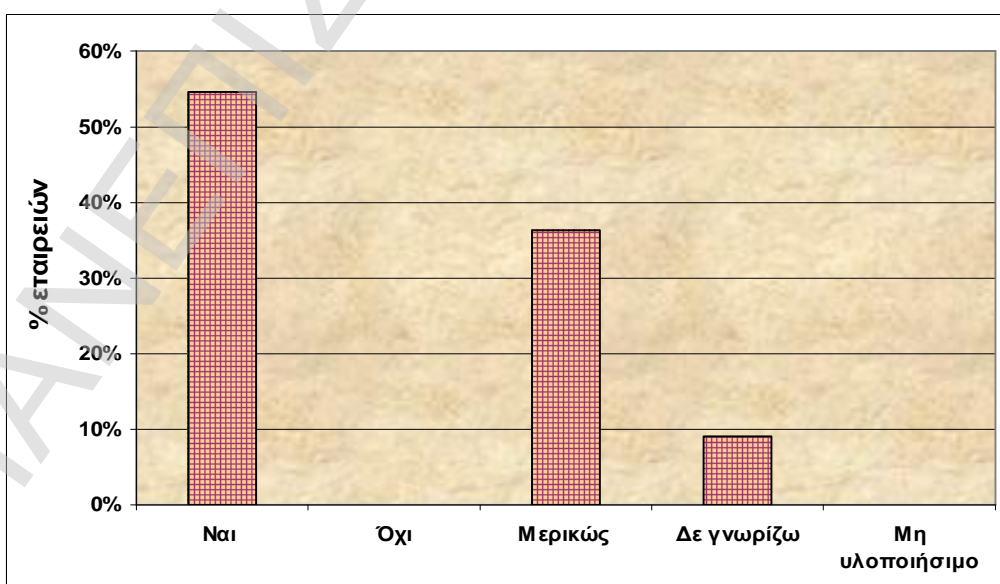
- το 73% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 9% απάντησε μερικώς.
- άλλο ένα 9% ότι δε γνωρίζει.
- άλλο ένα 9% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 11:** Κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ως προς την πρόληψη της ρύπανσης

Στην ερώτηση σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους ως προς τη διατήρηση της ενέργειας, σύμφωνα με το *διάγραμμα 12* παρατηρούμε ότι:

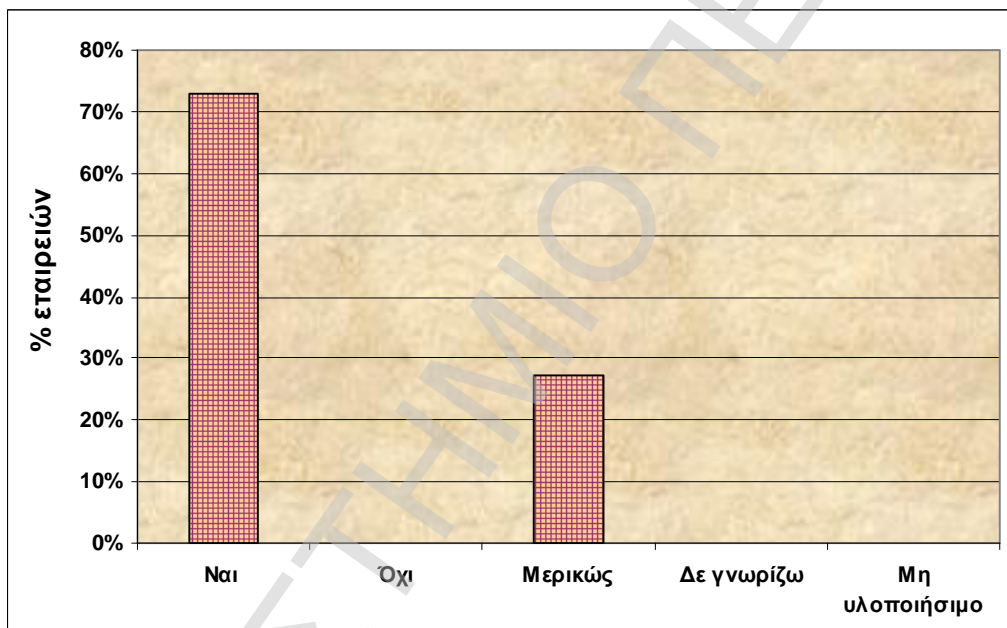
- το 55% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 36% απάντησε μερικώς.
- ένα 9% ότι δε γνωρίζει.
- 0% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 12:** Κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ως προς τη διατήρηση της ενέργειας

Στο ερώτημα σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τις επιπτώσεις τους ως προς την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων, σύμφωνα με το *διάγραμμα 13* παρατηρούμε ότι:

- το 73% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 27% απάντησε μερικώς.
- 0% ότι δε γνωρίζει.
- 0% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.

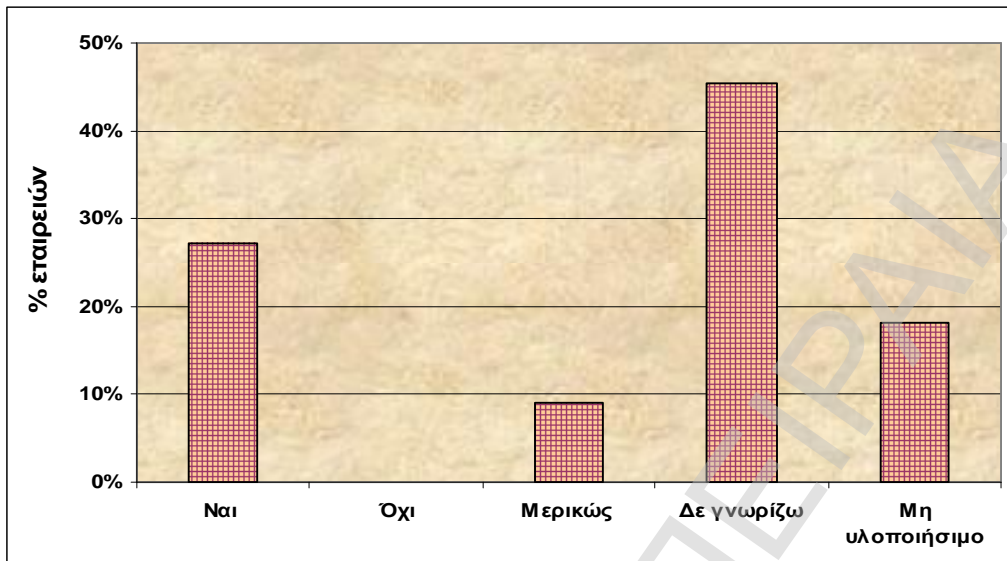


**Διάγραμμα 13:** Κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ως προς την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων

Επιπλέον, στο ερώτημα σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους ως προς τις εναλλακτικές βιώσιμες μεταφορικές λύσεις, σύμφωνα με το *διάγραμμα 14* παρατηρούμε ότι:

- το 27% μόνο απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 9% απάντησε μερικώς.
- το 45% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ ένα 18% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.

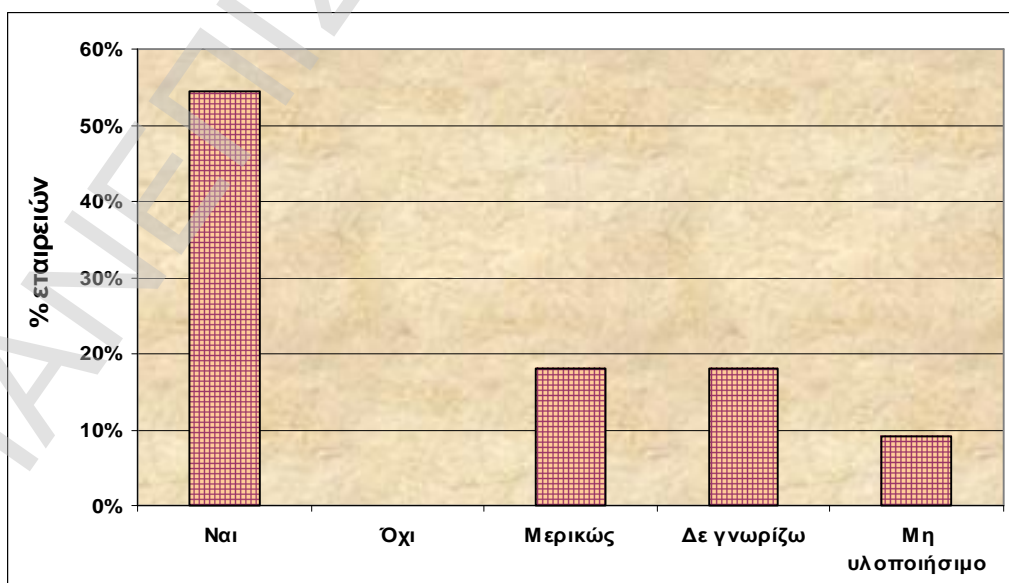




**Διάγραμμα 14:** Κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ως προς τις εναλλακτικές βιώσιμες μεταφορικές λύσεις

Επιπλέον, στο ερώτημα σχετικά με το αν οι εταιρείες/ οργανισμοί έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τις επιπτώσεις τους ως προς τη φυσική αποκατάσταση του τοπίου, σύμφωνα με το *διάγραμμα 15* διαπιστώνουμε ότι:

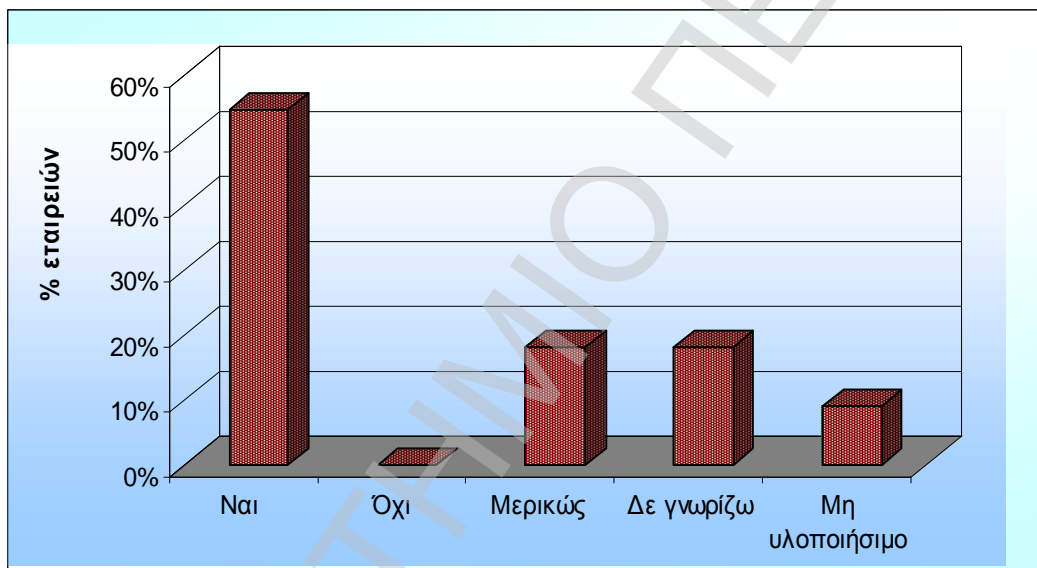
- το 55% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 18% απάντησε μερικώς.
- άλλο ένα 18% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ ένα 9% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 15:** Κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ως προς τη φυσική αποκατάσταση του τοπίου

Στη συνέχεια, όσον αφορά την ερώτηση αν η εταιρία/ οργανισμός μπορεί να έχει κέρδη μειώνοντας σημαντικά τις επιπτώσεις του στο περιβάλλον (π.χ. αποτρέποντας την ρύπανση), σύμφωνα με το *διάγραμμα 16* παρατηρούμε ότι:

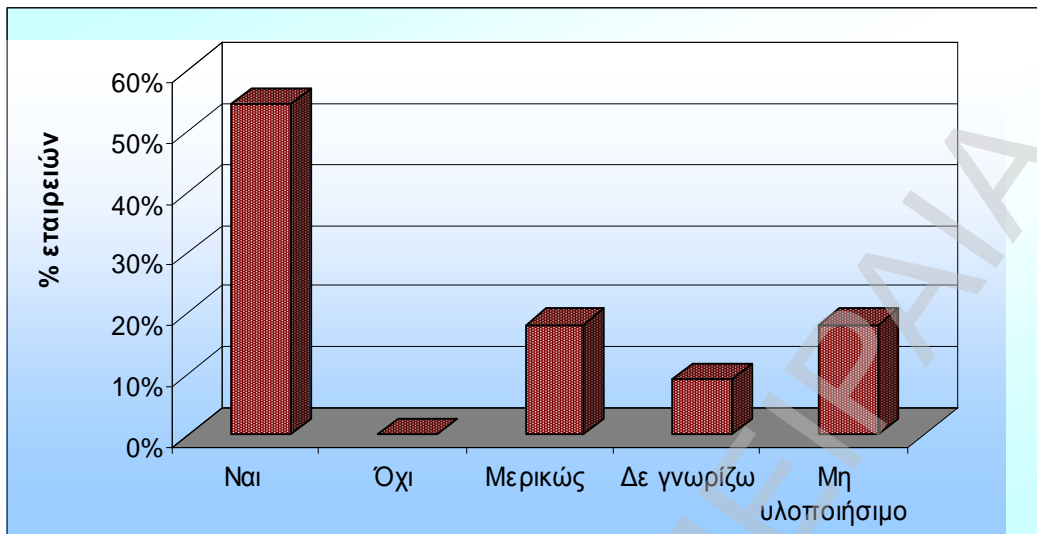
- το 55% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 18% απάντησε μερικώς.
- άλλο ένα 18% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ ένα 9% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 16:** Αναπαράσταση της δυνατότητας κέρδους σε συνάρτηση με την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Κατόπιν, στην ερώτηση αν η εταιρία/ οργανισμός κατά το σχεδιασμό της ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών αναλογίζεται τις πιθανές επιπτώσεις στο περιβάλλον, σύμφωνα με το *διάγραμμα 17* διαπιστώνουμε ότι:

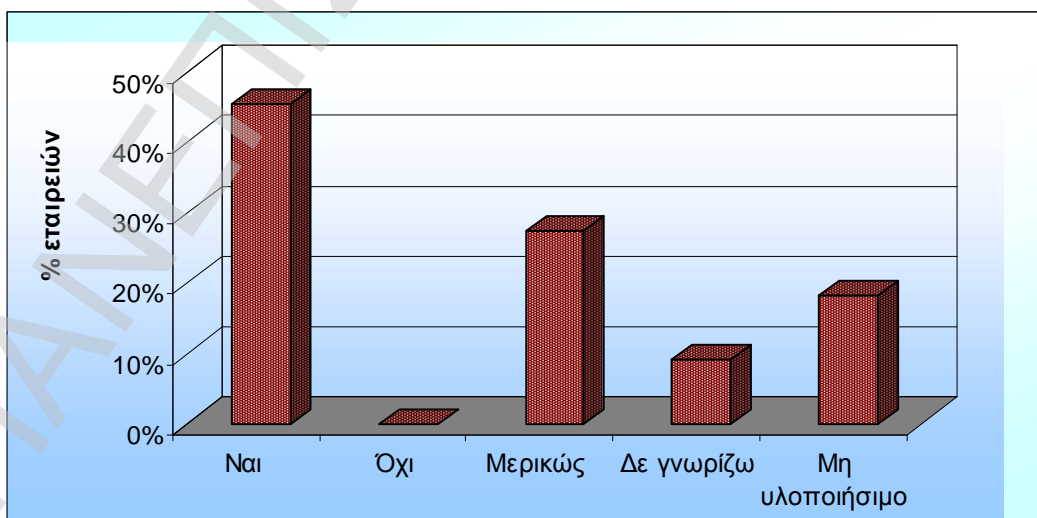
- το 55% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 18% απάντησε μερικώς.
- ένα 9% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ ένα 18% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 17:** Αναπαράσταση της βαρύτητας των περιβαλλοντικών επιπτώσεων στην ανάπτυξη νέων προϊόντων

Επιπρόσθετα, στο ερώτημα αν η εταιρία/ οργανισμός παρέχει σαφείς περιβαλλοντικές πληροφορίες στα προϊόντα, τις δραστηριότητες με πελάτες, καταναλωτές, την τοπική κοινωνία κλπ., σύμφωνα με το *διάγραμμα 18* παρατηρούμε ότι:

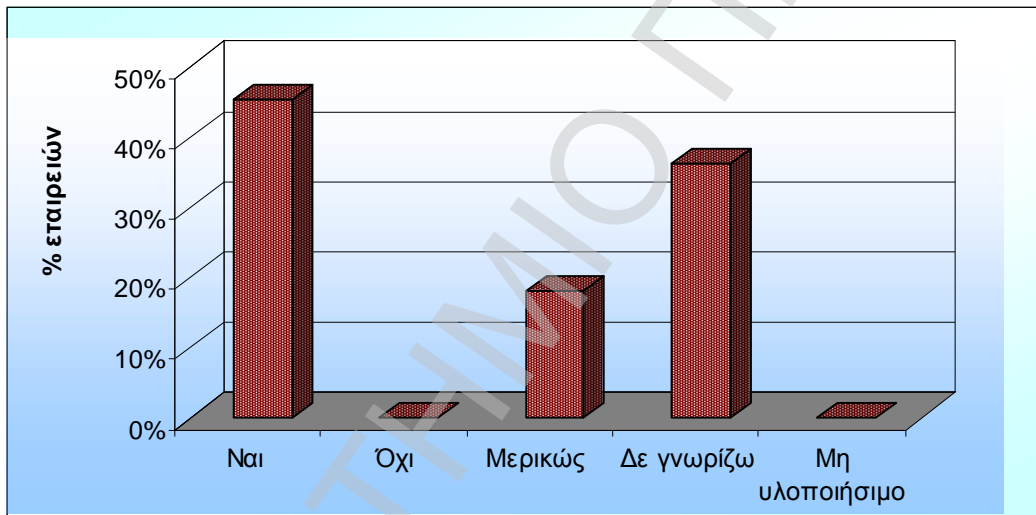
- το 45% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 27% απάντησε μερικώς.
- ένα 9% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ ένα 18% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 18:** Αναπαράσταση της παροχής περιβαλλοντικών πληροφοριών σε σχέση με τους stakeholders

Στην ερώτηση αν η εταιρία/ οργανισμός είναι σε θέση να σκεφτεί τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε να προβάλλει τη βιωσιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών του ώστε να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, διαπιστώνουμε σύμφωνα με το *διάγραμμα 19* ότι:

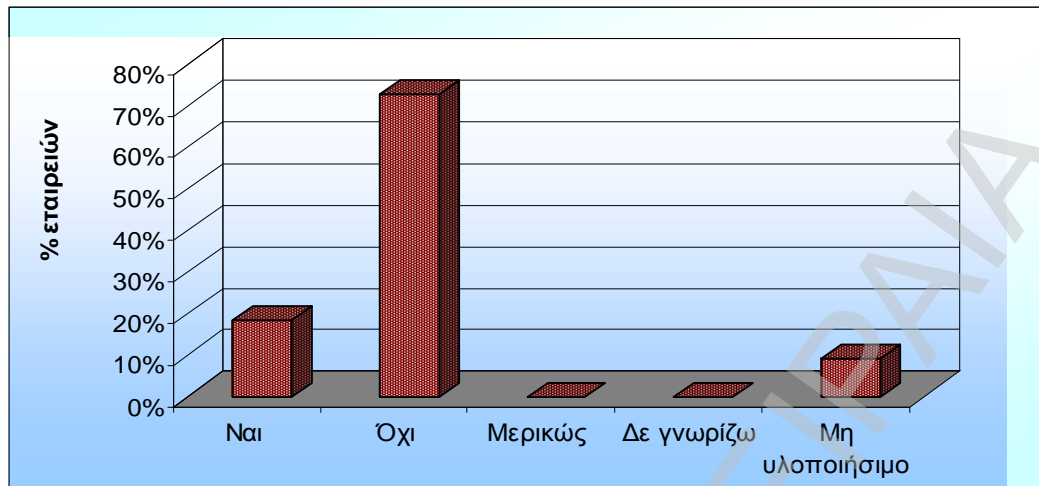
- το 45% απάντησε θετικά.
- 0% απάντησε αρνητικά.
- ένα ποσοστό 18% απάντησε μερικώς.
- ένα 36% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ 0% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 19:** Κατανομή σχετικά με τη προβολή της βιωσιμότητας προϊόντων και υπηρεσιών με στόχο την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Τέλος, στο ερώτημα αν η εταιρία/ οργανισμός διαθέτει κάποιο αναγνωρισμένο και πιστοποιημένο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (π.χ. EMAS, ISO 14001), σύμφωνα με το *διάγραμμα 20* διαπιστώνουμε ότι:

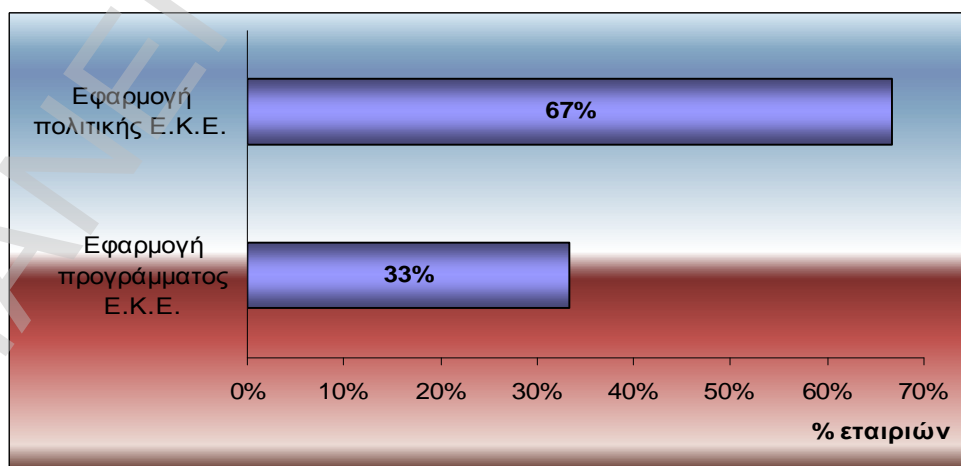
- μόνο το 18% απάντησε θετικά.
- 73% απάντησε αρνητικά.
- 0% απάντησε μερικώς.
- 0% ότι δε γνωρίζει.
- ενώ ένα 9% ότι δε μπορεί να υλοποιηθεί κάτι τέτοιο.



**Διάγραμμα 20:** Κατανομή με βάση την ύπαρξη πιστοποιημένου Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης

#### 5.4 Γενικότερα αποτελέσματα της έρευνας

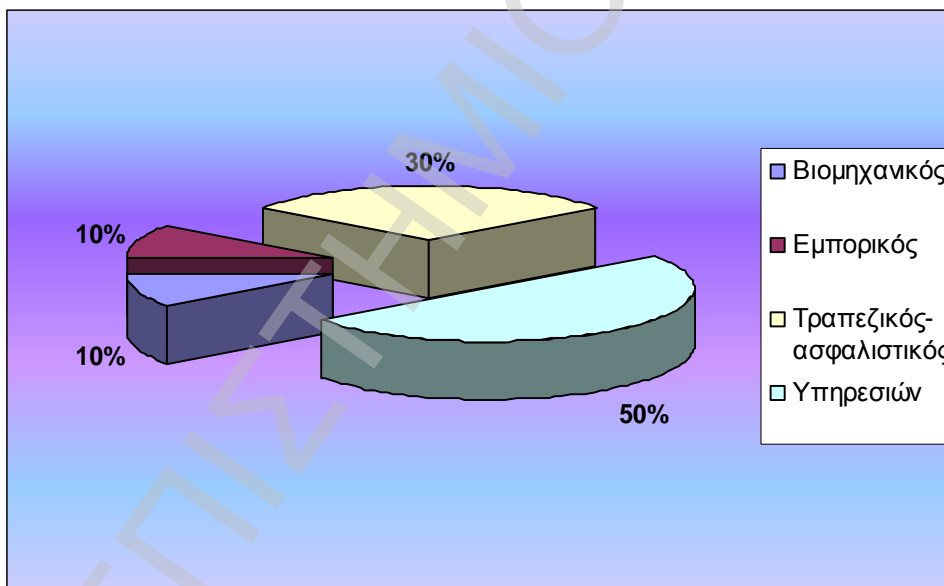
Όσον αφορά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αξίζει να επισημανθεί ποιο ποσοστό εταιριών από αυτές που έχουν εφαρμόσει μία πολιτική Ε.Κ.Ε. έχουν εφαρμόσει επίσης και ένα πρόγραμμα Ε.Κ.Ε. Αυτό είναι πολύ σημαντικό διότι μία πολιτική κοινωνικής ευθύνης (αρχές που καθοδηγούν την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. σε μία επιχείρηση) δεν αρκεί από μόνη της, χωρίς να υπάρχει το πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης (σχέδιο για την εφαρμογή της πολιτικής κοινωνικής ευθύνης). Επομένως, με βάση το *διάγραμμα 21* διαπιστώνουμε ότι από τις εταιρίες και οργανισμούς που έχουν εφαρμόσει πολιτική Ε.Κ.Ε. μόνο οι μισοί έχουν εφαρμόσει παράλληλα και πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης.



**Διάγραμμα 21:** Κατανομή % εταιρειών για την εφαρμογή πολιτικής και προγράμματος Ε.Κ.Ε.

Αξιοσημείωτο είναι επίσης ότι όσον αφορά τον τρόπο ελέγχου της απόδοσης εφαρμογής της Ε.Κ.Ε., σε ελάχιστες επιχειρήσεις έχουν προσδιοριστεί δείκτες, που μετρούν τις επιδόσεις έναντι των στόχων, ενώ κατά μέσο όρο η απόδοση της Ε.Κ.Ε. ελέγχεται από τη Διοίκηση και το Συμβούλιο της εταιρίας.

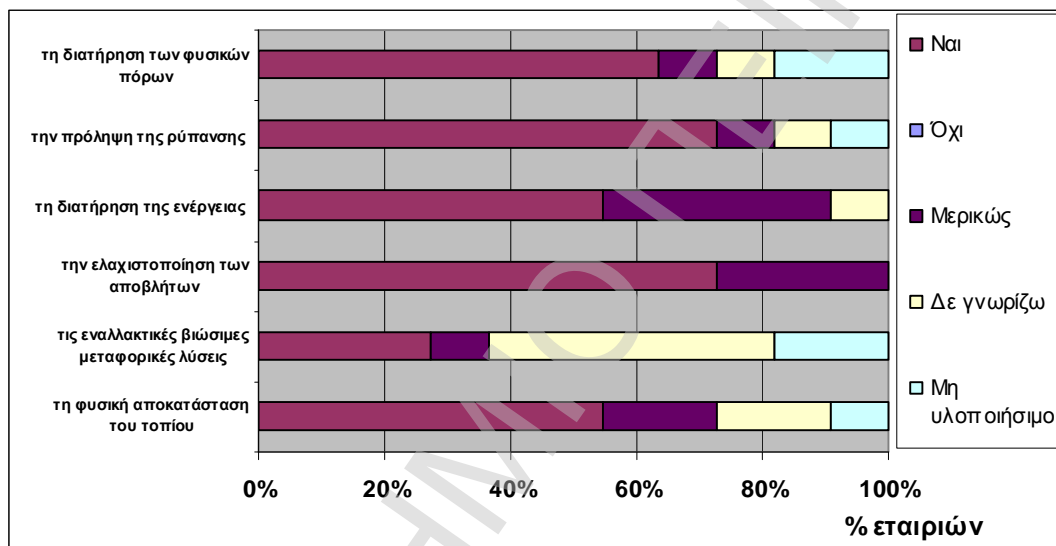
Αυτό που επιπλέον παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι να δούμε ποιος κλάδος δραστηριότητας διακρίνεται για την εφαρμογή μιας πολιτικής Ε.Κ.Ε. και όχι για το πρόγραμμα Ε.Κ.Ε., διότι όπως αναφέρθηκε παραπάνω πολύ λίγες επιχειρήσεις έχουν εφαρμόσει πρόγραμμα Ε.Κ.Ε., οπότε πρέπει να είναι στατιστικά σημαντικό το δείγμα. Με βάση λοιπόν το διάγραμμα 22 διαπιστώνει κανείς ότι ο τομέας των Υπηρεσιών (ποσοστό 50%) υπερिशχύει έναντι των άλλων στην εφαρμογή μιας πολιτικής κοινωνικής ευθύνης και ακολουθούν ο τραπεζικός-ασφαλιστικός, και μετά ο βιομηχανικός-εμπορικός.



**Διάγραμμα 22:** Κατανομή % εταιρειών ανά κλάδο δραστηριότητας με βάση την εφαρμογή μίας πολιτικής Ε.Κ.Ε.

Όσον αφορά την προσπάθεια μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η σύγκριση μεταξύ των διαφόρων τομέων. Παρατηρούμε λοιπόν από το διάγραμμα 22 ότι οι θετικές απαντήσεις υπερिशχούν όσον αφορά την πρόληψη της ρύπανσης και την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων. Επιπλέον αρνητικές απαντήσεις δεν παρουσιάζονται πουθενά, γεγονός που καταδεικνύει ότι οι εταιρείες/ οργανισμοί είναι τουλάχιστον περιβαλλοντικά

συνειδητοποιημένοι, ανεξάρτητα αν έχουν προχωρήσει ή όχι προς την επίτευξη αυτού του στόχου. Μερική προσπάθεια μείωσης των επιπτώσεων έχει γίνει όσον αφορά τη διατήρηση της ενέργειας και την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων, άγνοια εμφανίζεται κυρίως σχετικά με τις εναλλακτικές βιώσιμες μεταφορικές λύσεις, ενώ η δυνατότητα “μη υλοποίησης” είναι σχετικά περιορισμένη και εμφανίζεται ανάλογα με το κλάδο δραστηριότητας.



**Διάγραμμα 23:** Συγκεντρωτική κατανομή της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Τέλος, το γεγονός ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν έχει κάποιο πιστοποιημένο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης καταδεικνύει την αδυναμία των ελληνικών επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στα ευρωπαϊκά και παγκόσμια πρότυπα περιβαλλοντικής διαχείρισης (κυρίως λόγω υψηλού κόστους), παρόλο που το δείγμα μας αντιπροσωπεύεται από επιχειρήσεις με υψηλό κύκλο εργασιών και γίνονται συνεχώς ολοένα και περισσότερο θετικά βήματα.



## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ**

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.) υποδηλώνει την ευαισθητοποιημένη οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική λειτουργία των σύγχρονων επιχειρήσεων και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας, της κοινωνικής αλληλεγγύης και συνοχής.

Με λίγα λόγια, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η πολιτική, σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες εντάσσουν εθελοντικά την επιχειρηματική τους λειτουργία με ιδιαίτερη κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση και συνεισφορά προς το κοινωνικό σύνολο. Για τις επιχειρήσεις, η Ε.Κ.Ε. σημαίνει όχι μόνο συμμόρφωση με τη νομοθεσία αλλά μεγαλύτερη επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στις σχέσεις με το ευρύτερο κοινό που συναλλάσσεται. Οπότε αποτελεί μία νέα αντίληψη διοίκησης που επηρεάζει καθοριστικά τις εταιρικές αρχές, με απώτερο σκοπό τη συμφιλίωση της κοινωνικής ανάπτυξης με την οικονομική ευημερία.

Σε μια περίοδο, όπου η Ευρωπαϊκή Ένωση προσπαθεί να αναγνωρίσει τις κοινές αρχές της εγκρίνοντας τον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων<sup>16</sup>, όλο και περισσότερες ευρωπαϊκές εταιρείες αναγνωρίζουν την κοινωνική τους ευθύνη. Αυτό συμβαίνει διότι οι εταιρείες αντιμέτωπες με τις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης και ειδικότερα της Εσωτερικής Αγοράς, συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη εμπεριέχει άμεση και έμμεση οικονομική αξία.

Αρκετές έρευνες<sup>17</sup> έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές θέλουν όχι μόνο καλά και ασφαλή προϊόντα, αλλά να γνωρίζουν επίσης αν έχουν παραχθεί με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο, δηλαδή αν καλύπτονται οι βασικές αξίες και αρχές που σχετίζονται με τα δικαιώματα των εργαζομένων και των καταναλωτών, καθώς επίσης αν διασφαλίζουν το περιβάλλον. Αυτό έχει αρχίσει να καταγράφεται μέσω συστημάτων κοινωνικής σήμανσης.

---

<sup>16</sup> Εγκρίθηκε στη Νίκαια το Δεκέμβριο του 2000 και είναι το μέσο που εμπνέει το σεβασμό των θεμελιωδών δικαιωμάτων από τους ευρωπαϊκούς θεσμούς και τα κράτη μέλη που ενεργούν στο πλαίσιο της κοινοτικής νομοθεσίας (**Πράσινη Βίβλος**)

<sup>17</sup> Πηγή: MORI (2000)



Η ουσία της Ε.Κ.Ε. στηρίζεται στη βάση του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Μοντέλου. Πράγματι σε μερικές Ευρωπαϊκές χώρες είναι ενσωματωμένο στο Σύνταγμα η ρήση: «Η περιουσία επιβάλλει υποχρεώσεις». Οι εταιρείες δεν οφείλουν την ύπαρξή τους μόνο για το όφελος και το κέρδος των μετόχων, ή μόνο για τους διευθυντές. Πρέπει επίσης να επιδιώκουν το καλό όλων των άλλων ενδιαφερομένων (Stakeholders) είτε αυτοί είναι το προσωπικό, είτε καταναλωτές, ή γενικότερα το δημόσιο συμφέρον.

Από το δείγμα των εταιριών και οργανισμών του Δημοσίου που εξετάσαμε, διαπιστώνουμε τα ακόλουθα:

- Η πλειοψηφία των εταιριών του δείγματος ανήκει στον τομέα των Υπηρεσιών, έχει κύκλο εργασιών μεγαλύτερο από 300 εκ. ευρώ, έχει κατά προσέγγιση πάνω από 1000 εργαζομένους και επενδύει σε ποσοστό μεγαλύτερο από 10% στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος.
- Οι περισσότερες επιχειρήσεις δημοσιεύουν την απόδοσή τους, όσον αφορά τις τιμές-τα ζητήματα-τους στόχους τους.
- Ο τομέας των Υπηρεσιών (ποσοστό 50%) υπερισχύει έναντι των άλλων στην εφαρμογή μιας πολιτικής κοινωνικής ευθύνης.
- Από τις εταιρίες και οργανισμούς που έχουν εφαρμόσει πολιτική Ε.Κ.Ε. μόνο οι μισοί έχουν εφαρμόσει παράλληλα και πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης.
- Οι θετικές απαντήσεις που υπερισχύουν, σχετικά με τις προσπάθειες μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, είναι αυτές που αφορούν την πρόληψη της ρύπανσης και την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων.
- Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν έχει κάποιο πιστοποιημένο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ISO 14001, EMAS).

Δεδομένου ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη αποτελεί διαδικασία μέσω της οποίας οι εταιρίες διαχειρίζονται τις σχέσεις τους με πολλούς και σημαντικούς φορείς, η σημασία της για τις επιχειρήσεις γίνεται σαφής. Έτσι θα έπρεπε κανονικά να αντιμετωπίζεται ως επένδυση και όχι ως κόστος. Οι εταιρίες θα έπρεπε να επιδιώκουν την κοινωνική ευθύνη τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στην Ευρώπη και σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1****ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ****Α ΜΕΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ/ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ**

Επωνυμία εταιρίας/ οργανισμού:

Υπεύθυνος επικοινωνίας (όνομα &amp; τηλ.):

**1. Σε ποιον κλάδο δραστηριοποιείται η εταιρία/ ο οργανισμός σας;**

<input type="checkbox"/>	Βιομηχανικός	<input type="checkbox"/>	Εμπορικός
<input type="checkbox"/>	Τραπεζικός, ασφαλιστικός, χρηματοοικονομικός	<input type="checkbox"/>	Υπηρεσιών

**2. Ποιος είναι ο ετήσιος κύκλος εργασιών της εταιρίας/ του οργανισμού ;**

<input type="checkbox"/>	Μέχρι 100 εκ. ευρώ	<input type="checkbox"/>	200-300 εκ. ευρώ
<input type="checkbox"/>	100-200 εκ. ευρώ	<input type="checkbox"/>	Περισσότερα από 300 εκ. ευρώ

**3. Πόσοι είναι οι εργαζόμενοι στην εταιρία/ στον οργανισμό σας;**

<input type="checkbox"/>	Μέχρι 50	<input type="checkbox"/>	501 - 1000
<input type="checkbox"/>	50 - 200	<input type="checkbox"/>	Περισσότεροι από 1000
<input type="checkbox"/>	201 500	<input type="checkbox"/>	

**4. Ποιο είναι το ποσοστό επένδυσης του συνολικού προϋπολογισμού στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος;**

<input type="checkbox"/>	Μέχρι 5 %	<input type="checkbox"/>	Μεγαλύτερο του 10 %
<input type="checkbox"/>	5 – 10 %	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω

**Β ΜΕΡΟΣ: ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΚΕ**

Η πολιτική ΕΚΕ είναι το σύνολο αρχών, που ενημερώνουν και καθοδηγούν την εφαρμογή μιας στρατηγικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε μια επιχείρηση.

**5. Η εταιρία/ Ο οργανισμός σας έχει διατυπώσει μια πολιτική ΕΚΕ;**

<input type="checkbox"/>	Ναι
<input type="checkbox"/>	Η πολιτική διατυπώθηκε κατόπιν διαβουλεύσεων με τις ομάδες συμμετοχών (stakeholders)
<input type="checkbox"/>	Η πολιτική έχει κοινοποιηθεί στους υπαλλήλους
<input type="checkbox"/>	Η πολιτική δημοσιεύεται και είναι διαθέσιμη στο κοινό

Το πρόγραμμα ΕΚΕ είναι το σχέδιο για την εφαρμογή της πολιτικής ΕΚΕ και περιλαμβάνει τους στόχους για να επιτύχει βελτίωση των επιδόσεων.

**6. Η εταιρία/ Ο οργανισμός σας έχει θέσει σε εφαρμογή ένα πρόγραμμα ΕΚΕ;**

<input type="checkbox"/>	Ένα πρόγραμμα για την παρακολούθηση της ΕΚΕ έχει εφαρμοστεί και υπάρχει ένα διοικητικό μέλος με καθορισμένες σχετικά αρμοδιότητες Όνομα υπεύθυνου μέλους: ..... Τίτλος υπεύθυνου μέλους: .....
<input type="checkbox"/>	Οι στόχοι και τα χρονικά όρια για τη βελτίωση της ΕΚΕ έχουν προσδιοριστεί
<input type="checkbox"/>	Υπάρχει μια στρατηγική για τη μελλοντική υιοθέτηση ενός προγράμματος ΕΚΕ

Η παρακολούθηση και η μέτρηση των επιδόσεων αφορούν τις διαδικασίες και μέτρα, με βάση τα οποία οι επιδόσεις αξιολογούνται (έναντι στους στόχους)

**7. Η εταιρία/ Ο οργανισμός σας έχει κάποιο τρόπο ελέγχου της απόδοσης εφαρμογής της ΕΚΕ;**

<input type="checkbox"/>	Έχουν προσδιοριστεί δείκτες, που μετρούν τις επιδόσεις έναντι των στόχων
<input type="checkbox"/>	Δείκτες έχουν καθοριστεί κατόπιν διαβουλεύσεων με τις ομάδες των συμμετοχών
<input type="checkbox"/>	Οι δείκτες έχουν ελεγχθεί για να εξασφαλιστεί ότι είναι κατάλληλοι
<input type="checkbox"/>	Η απόδοση της ΕΚΕ ελέγχεται από τη Διοίκηση και το Συμβούλιο της εταιρίας

Οι αναφορές και η επικοινωνία αποτελούν τα μέσα με τα οποία η προσέγγιση μιας επιχείρησης για την ΕΚΕ και η απόδοσή της ανακοινώνονται στους συμμετοχούς (stakeholders)

**8. Η πρόοδος στην υιοθέτηση προγραμμάτων ΕΚΕ και επίτευξης των στόχων ανακοινώνονται:**

<input type="checkbox"/>	στους υπαλλήλους
<input type="checkbox"/>	στο κοινό
<input type="checkbox"/>	σε άλλες ομάδες συμμετοχών
<input type="checkbox"/>	οι εκθέσεις αντιμετωπίζουν πλήρως όλα τα ζητήματα που προσδιορίζονται στο διάλογο με τους συμμετοχούς

**9. Η απόδοση της εταιρίας/ του οργανισμού όσον αφορά τις τιμές, τα ζητήματα και τους στόχους της δημοσιεύεται:**

<input type="checkbox"/>	ως γραπτή έκθεση
<input type="checkbox"/>	στο διαδίκτυο

**Γ ΜΕΡΟΣ: ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

**10. Έχετε προσπαθήσει να μειώσετε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις ως προς:**

➤ τη διατήρηση των φυσικών πόρων,

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

➤ την πρόληψη της ρύπανσης (π.χ. εκπομπών απόρριψης λυμάτων, θορύβου);

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

➤ τη διατήρηση της ενέργειας;

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

➤ την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων (π.χ. ανακύκλωση);

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

➤ τις εναλλακτικές βιώσιμες μεταφορικές λύσεις;

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

➤ τη φυσική αποκατάσταση του τοπίου;

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

**11. Νομίζετε ότι η εταιρία/ ο οργανισμός σας μπορεί να έχει κέρδη μειώνοντας σημαντικά τις επιπτώσεις της/ του στο περιβάλλον (π.χ. αποτρέποντας την ρύπανση);**

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

**12. Όταν σχεδιάζετε την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, αναλογίζεστε τις πιθανές επιπτώσεις στο περιβάλλον;**

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

**13. Η εταιρία/ Ο οργανισμός σας παρέχει σαφείς περιβαλλοντικές πληροφορίες στα προϊόντα, τις δραστηριότητες με πελάτες, καταναλωτές, την τοπική κοινωνία κλπ;**

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

**14. Είστε σε θέση να σκεφτείτε τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε η εταιρία/ ο οργανισμός σας να προβάλει τη βιωσιμότητα των προϊόντων και υπηρεσιών της/ του ώστε να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (π.χ. δυνατότητα ανακύκλωσης των προϊόντων της, κλπ);**

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

**15. Τέλος, η εταιρία/ ο οργανισμός σας διαθέτει κάποιο αναγνωρισμένο και πιστοποιημένο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (π.χ. EMAS, ISO 14001);**

<input type="checkbox"/>	Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>	Μερικώς	<input type="checkbox"/>	Δε γνωρίζω	<input type="checkbox"/>	Μη υλοποιήσιμο
--------------------------	-----	--------------------------	-----	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2**

### ***Πως δημιουργείται μια Πολιτική Ε.Κ.Ε. με απλά βήματα***

Είναι δυνατό κανείς να ακολουθήσει τον ακόλουθο κατάλογο έξι φάσεων [19], που αντιστοιχούν στο παρακάτω διάγραμμα ροής (Εικόνα 11), προκειμένου να καθοριστούν ποια εργαλεία θα είναι τα πολυτιμότερα σε οποιαδήποτε φάση κατά τη διαδικασία της δημιουργίας μιας πολιτικής Ε.Κ.Ε.

**1. Εισαγάγετε την Ε.Κ.Ε.**

Για εταιρείες και οργανισμούς με ελάχιστη ή καμία εμπειρία στον προσδιορισμό της Ε.Κ.Ε., τα ακόλουθα στο διάγραμμα είναι εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ενημερώσουν την ανώτερη διαχείριση σχετικά με τους λόγους γιατί η Ε.Κ.Ε. πρέπει να αντιμετωπιστεί σοβαρά.

**2. Προσδιορίστε τα εργαλεία-κλειδιά**

Αυτά είναι εργαλεία με σκοπό να βοηθήσουν τις εταιρείες να διερευνήσουν τις επιπτώσεις της Ε.Κ.Ε. στην επιχείρησή τους.

**3. Τοποθετήστε την επιχείρηση**

Αφορά εκείνους τους οργανισμούς που είναι έτοιμοι να καθιερώσουν τη θέση τους στα ζητήματα Ε.Κ.Ε. και να την αξιολογήσουν σε σχέση με άλλα σχετικά θέματα.

**4. Αναπτύξτε**

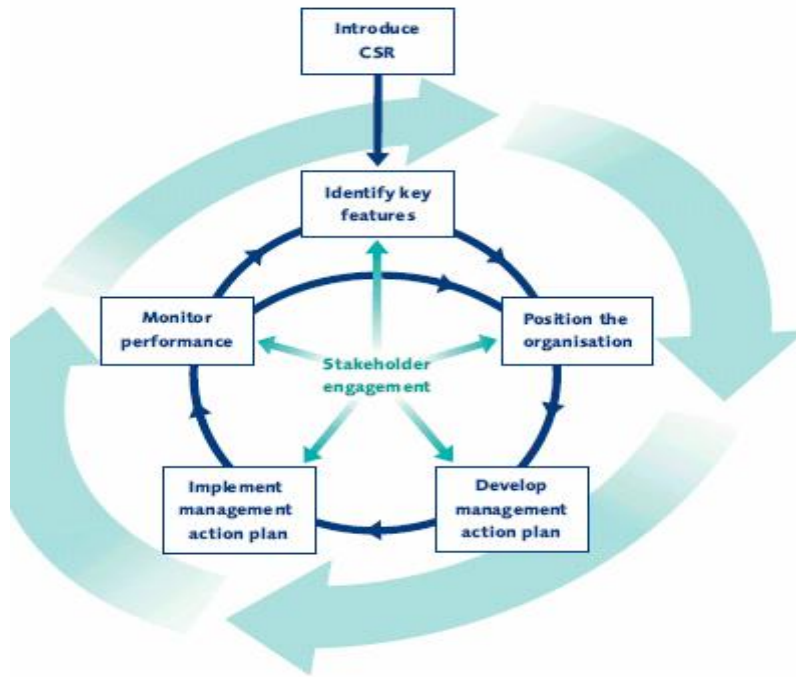
Αυτά τα εργαλεία μπορεί να είναι χρήσιμα κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού και ανάπτυξης μιας στρατηγικής Ε.Κ.Ε. Θα μπορούσαν να βοηθήσουν στον προσδιορισμό προτεραιοτήτων και στόχων και να είναι χρήσιμοι στη δημιουργία εσωτερικής υποδομής για την αντιμετώπιση των ζητημάτων της Ε.Κ.Ε.

**5. Εφαρμόστε**

Αφορά το να τεθούν οι στρατηγικές Ε.Κ.Ε. σε εφαρμογή.

**6. Ελέγξτε/ παρακολουθήστε**

Είναι τα εργαλεία για τη μέτρηση της απόδοσης, ως εισαγωγή στην αναθεώρηση υποβολής εκθέσεων και στρατηγικής. Έμφαση πρέπει να δίνεται στη συνεχή βελτίωση.



Εικόνα 11: Απλά βήματα για τα αρχικά στάδια της δημιουργίας μιας πολιτικής Ε.Κ.Ε.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- [1] Bulent Menguc, Lucie K. Ozanne (2005). *Challenges of the “green imperative”*: a natural resource-based approach to the environmental orientation–business performance relationship. *Journal of Business Research* 58, p. 430–438.
- [2] Hart S. (1995). *A natural-resource-based view of the firm*. *Acad Manage Rev*, 20(4): 986–1014.
- [3] Shrivastava, P. (1992). *Bhopal: Anatomy of a crisis*. Revised edition. London: Paul Chapman.
- [4] Shrivastava, P., Mitroff, II., Miller, D., & Miglani, A. (1988). *Understanding industrial crises*. *Journal of Management Studies*, 25(4), 285-304.
- [5] Pryde, R. (1992). *Environmental management in the Soviet Union*. New York: Cambridge University Press.
- [6] Brown, L. & the staff of the World watch Institute. (1989, 1990, 1991). *State of the world*. New York: W.W. Norton.
- [7] Starik, M., & Carroll, A. (1991). *Strategic environmental management: Business as if the earth really mattered*. Paper presented at the International Association for Business and Society Annual Meeting, December.
- [8] Commoner, B. (1990). *Making peace with the planet*. New York: Pantheon.
- [9] Throop, G.M., Starik, M., & Rands, G. (1993). *Sustainable strategy in a greening world: Integrating the natural environment into strategic Management*. In P. Shrivastava, A. Huff, & J. Dutton (Eds.), *Advances in strategic management* (Vol. 9, pp. 63-92). Greenwich, CT: JAI Press.
- [10] Σημειώσεις Μ. Μανδράκα στα πλαίσια του μαθήματος με τίτλο «Συστήματα και Εργαλεία Περιβαλλοντικής Διαχείρισης» του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Συστήματα διαχείρισης Ενέργειας και Προστασίας Περιβάλλοντος».
- [11] Matthew Clark (2003). *Corporate environmental behaviour research: informing environmental policy*. *Structural Change and Economic Dynamics*.

- [12] Carin Labuschagne, Alan C. Brent, Ron P.G. van Erck (2005). *Assessing the sustainability performances of industries*. Journal of Cleaner Production, 13, p. 373-385.
- [13] World Commission on Environment and Development (1987). *Our common future*. New York: Oxford University Press.
- [14] Daly, H.E., & Cobb, J.C. (1989). *For the common good*. Boston: Beacon.
- [15] Shrivastava P. (1995). *Industrial/ Environmental Crises and Corporate Social Responsibility*. The Journal of Socio-Economics, Volume 24, Number 1, pages 211-227.
- [16] The new model of Sustainable Development (Brundtland Report 1987, World Summit of Rio 1992).
- [17] Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών – ΣΕΒ (Federation of Greek industries) <http://www.fgi.org.gr/online>
- [18] The European Business Campaign on CSR <http://www.csrcampaign.org>
- [19] The World Business Council on Sustainable Development (2000). *Corporate social responsibility: making good business sense*.
- [20] «Επενδύσεις κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευαισθησίας και εταιρική κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων», Περιοδικό “Οικονομικά Χρονικά” (Έκδοση του Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδας), Τεύχος 128, Ιούλιος-Αύγουστος 2004
- [21] Quality Forum Βορείου Ελλάδος 2003 (2<sup>η</sup> μέρα) «Business Excellence - Η ελληνική προσέγγιση», εισήγηση κ. Λ. Μπούκλη με θέμα «Η διαχείριση κινδύνου σε σχέση με την περιβαλλοντική, κοινωνική και οικονομική διάσταση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα το σήμερα».
- [22] Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*, Harper & Row, New York, NY.
- [23] Milton Friedman (1970). *The Social Responsibility of Business is to increase its profits*. New York Times Magazine, September 13, pp. 32+.
- [24] Thomas A. Hemphill (1997). *Legislating Corporate Social Responsibility*. Business Horizons.
- [25] Donaldson, T. (1983). *Constructing a social contract for business*, in Donaldson, T. and Werhane, P. (Eds), *Ethical Issues in Business*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 153-65.

- [26] Epstein, E. (1987a). *The corporate social policy process and the process of corporate governance*. American Business Law Journal, Vol. 25, pp. 361-83.
- [27] Epstein, E. (1987b). *The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness*. California Management Review, Vol. 29 No. 3, pp. 99-114.
- [28] Wood, D. (1991). *Corporate social performance revisited*. Academy of Management Review, Vol. 16 No. 4, pp. 758-69.
- [29] Vyakarnam, S. (1992). *Social responsibility: what leading companies do*. Long Range Planning, Vol. 25 No. 5, pp. 59-67.
- [30] Angelidis, P. and Ibrahim, N. (1993). *Social demand and corporate supply: a corporate social responsibility model*. Review of Business, Vol. 15, Fall, pp. 7-10.
- [31] Ευρωπαϊκή Επιτροπή- επιχειρήσεις - CSR campaign.  
[http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/index\\_el.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/index_el.htm)
- [32] Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.  
<http://www.csrhellas.gr>
- [33] Έκδοση Γνώμης της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε.) σχετικά με την "Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη", 2003.
- [34] «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πρωτοβουλίες προώθησης στις ελληνικές επιχειρήσεις», 2001, Ενημέρωση για τα στελέχη της βιομηχανίας στην Ελλάδα.  
<http://www.plantmanagement.gr/online>
- [35] Economist Conferences, Πρακτικά 2<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου στην Αθήνα με θέμα «Εταιρική Κοινωνικής Ευθύνη, για μια πιο ανταγωνιστική Ευρώπη», 2005.
- [36] Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, «Κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων 2001».
- [37] Social Dialogue net (με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής)  
[http://www.socialdialogue.net/el/el\\_csr\\_intro.ht](http://www.socialdialogue.net/el/el_csr_intro.ht)
- [38] European Commission, CSR Green Paper Consultation – Βρυξέλλες 18.7.2001, COM (2001) 366 τελικό, **Πράσινη βίβλος**: προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη.



- [39] «Υπεραξία για τις εταιρίες οι κοινωνικές στρατηγικές» του Δημητρίου Κοντογιάννη, Εφημερίδα Ελευθεροτυπία, Σάββατο 18 Ιουνίου 2005.
- [40] Ευρωπαϊκή Ένωση – σύνοψη της νομοθεσίας – επιχειρήσεις  
<http://europa.eu.int/scadplus/leg/el/lvb/n26034.htm>
- [41] W.M Greenfield (2004). *In the name of corporate social responsibility*. *Business Horizons* 47/1, p. 19-28
- [42] Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- [43] Costanza, R. (1992). *Ecological economics*. New York: Columbia University Press.
- [44] Hoffman, W., Fredrick, R., & Petry E. *The corporation ethics and the environment*. New York: Quorum Books.
- [45] MacNeil, J., Wisemius, P., & Yakushiji, T. (1991). *Beyond interdependence*. New York: Oxford University Press.
- [46] Manes, C. (1991). *Green rage: Radical environmentalism and the unmaking of civilization*. Boston: Little, Brown and Co.
- [47] Nash, R. (1989). *The rights of nature*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- [48] Smith, D. (1992). *Business and the environment*. London: Paul Chapman.
- [49] Porter, M.E., van der Linde, C., 1995. Toward a new conception of the environment – competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives* 9 (4), 118.
- [50] Matthew Clark, *Corporate environmental behaviour research: informing environmental policy*.
- [51] McWilliams, A., Siegel, D. (2001). *Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective*. *Academy of Management Review* 26 (1), 117–127.
- [52] John T. Scott (2004). *Corporate social responsibility and environmental research and development*. Structural change and economic dynamics.
- [53] D. Doane (2005). *Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets*. *Futures* 37, p. 215–229.
- [54] Η Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα, Θέματα και Προοπτικές, Ειδική έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη <http://www.panteion.gr/adios/issue3/sined.htm>

- [55] McGuire, J., Sundgren, A. and Schneeweis, T. (1988). *Corporate social responsibility and firm financial Performance*. Academy of Management Journal, Vol. 31 No. 4, pp. 854-72.
- [56] D. Doane (2005). *Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets*. Futures 37, p. 215–229.
- [57] [www.corporate-responsibility.org](http://www.corporate-responsibility.org) and [www.sustainability.com](http://www.sustainability.com)
- [58] F. Berkhout, J. Hertin (2001). *Towards Environmental Performance Management*. Science and Technology Policy Research, University of Sussex.
- [59] R. Jenkins (2002). *Corporate codes of conduct: self-regulation in a global economy*, in: *Voluntary Approaches to Corporate Responsibility, a Resource Guide*. United Nations Non-Governmental Liaison Service, Geneva.
- [60] Roper Green Gauge Report, Roper-Strach Worldwide, New York, 2002.
- [61] D. Doane (2001). *The Ethical Purchasing Index*. Co-operative Bank, London.
- [62] David Henderson. *Misguided Virtue: False Notions of Corporate Social Responsibility*. The essay has been published (2001) by the New Zealand Business Roundtable (NZBR).
- [63] Moskowitz, M. (1972), “Choosing socially responsible stocks”, *Business and Society*, Vol. 1, pp. 71-5.
- [64] Ullmann, A. (1985). *Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of US firms*. Academy of Management Review, Vol. 10 No. 3, pp. 540-57.
- [65] Συμπεράσματα από την Ηλεκτρονική Συζήτηση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (EU e – discussion on CSR) (αρχείο PDF).
- [66] «Κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων» της Σοφίας Τσιραμπίδου, Οικονομικός Ταχυδρόμος, 26 Ιουνίου 2003.
- [67] Woodward D., Edwards P., Birkin F. (2001). *Some evidence on executives' views of Corporate Social responsibility*. British Accounting Review (2001) 33, p. 357–397.
- [68] Ο οδηγός SME Key [www.smekey.org](http://www.smekey.org)
- [69] Social Accountability International <http://www.sa-intl.org>

- [70] AccountAbility 1000 (AA1000) framework. *Standards, guidelines and professional qualification*. Exposure draft - November 1999.
- [71] International Organization for Standardization [www.iso.ch](http://www.iso.ch)
- [72] European Foundation for Quality Management [www.efqm.org](http://www.efqm.org)
- [73] Πρώτη μεγάλη έρευνα καταναλωτή CSR 2004, Εταιρική κοινωνική ευθύνη και υπεύθυνη κατανάλωση, Ινστιτούτο Επικοινωνίας.
- [74] Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Ελληνικές Επιχειρήσεις, Τομέας Συμβουλευτικών Υπηρεσιών της PricewaterhouseCoopers σε συνεργασία με το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων για Στελέχη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.