



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ, ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΑ:
«ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ»



ΕΜΠ



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: «ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΤΗΣ: ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ»



ΚΟΡΝΟΥΤΟΥ ΜΑΡΙΑ
Χημικός Μηχανικός

Υπεύθυνος: Μ.ΜΑΝΔΑΡΑΚΑ, *Επικ. Καθηγήτρια ΕΜΠ*

ΑΘΗΝΑ, Μάρτιος 2006

Σχόλιο: Δεν χρειάζεται, αν υπάρχει στην κορυφή της σελίδας

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Συστήματα Διαχείρισης Ενέργειας και Προστασίας Περιβάλλοντος» που διοργανώνει το Τμήμα Βιομηχανικής Διοίκησης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πειραιώς και το Τμήμα Χημικών Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλαν για την υλοποίησή της.

Την κυρία Μαρία Μανδaráκα, Επίκουρο Καθηγήτρια του ΕΜΠ, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε με την ανάθεση αυτής της εργασίας αλλά και για την πολύτιμη βοήθεια της καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησής της.

Τον κύριο Δημήτρη Παπαδόπουλο, υπεύθυνο του Ελληνικού Δικτύου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε), για το χρόνο που μου αφιέρωσε και τις σημαντικές πληροφορίες που μου έδωσε για την κατάσταση στην Ελλάδα σχετικά με την Ε.Κ.Ε και την αναζήτηση των κοινωνικών απολογισμών.

Όλες τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα, διότι χωρίς τη βοήθεια τους η εργασία δεν θα ήταν δυνατόν να πραγματοποιηθεί.

Σημαντική ήταν και η εμπειρία και το υλικό που απεκόμισα από τη συμμετοχή μου στην ημερίδα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Συμμετοχικό Management: η επίδρασή τους στην αξία της εταιρικής φήμης» (23/6/05) και στο συνέδριο «CSR Forum κοινωνικής υπευθυνότητας» (30/11/05).

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την ηθική υποστήριξη και την αγάπη τους σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ένας διαρκώς αυξανόμενος αριθμός επιχειρήσεων αναπτύσσουν και προωθούν στρατηγικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε), αντιδρώντας έτσι στις αυξανόμενες πιέσεις που δέχονται πάνω σε κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά θέματα.

Δηλώνοντας την Εταιρική τους Ευθύνη και την εθελοντική τους δέσμευση, η οποία ξεπερνά τις συμβατικές απαιτήσεις των κανονισμών, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ανεβάσουν τα πρότυπα της κοινωνικής ανάπτυξης και της προστασίας του περιβάλλοντος και να αποδείξουν ότι σέβονται τα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα στις καθημερινές πρακτικές τους.

Εξαιτίας της μεγάλης σημασίας και της πολυπλοκότητας των ζητημάτων που περιλαμβάνονται στη σφαίρα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αλλά και για να υπάρχει περισσότερη αξιοπιστία και συγκρισιμότητα των Εταιρικών Δηλώσεων, έχει αναπτυχθεί ένας αριθμός διεθνών πρωτοβουλιών με στόχο να δημιουργήσουν ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς, το οποίο θα βοηθήσει τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τους εμπλεκόμενους με αυτή. Ως σημαντικότερη πρωτοβουλία θεωρείται το GRI (Global Reporting Initiative), του οποίου η δομή και το περιεχόμενο αναλύεται διεξοδικά για τις ανάγκες της εργασίας.

Στόχος της εργασίας είναι να παρουσιάσει το βαθμό υιοθέτησης της Ε.Κ.Ε από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας, μέσα από την εξέταση των εταιρικών τους δηλώσεων, και κυρίως των Κοινωνικών Απολογισμών τους (ή εκθέσεων αειφορίας ή απλά εκθέσεων Ε.Κ.Ε), που μπορεί να υπάρχουν είτε μέσα στις ετήσιες δηλώσεις των επιχειρήσεων είτε και χωριστά, και ειδικότερα σε σύγκριση με τις οδηγίες GRI. Παράλληλα, μέσα από τη μελέτη της βιβλιογραφίας και των διαφόρων ερευνών που έχουν διεξαχθεί τελευταία, επιχειρείται η κατανόηση των συνθηκών και των παραγόντων που οδήγησαν στη σημερινή κατάσταση.

EXECUTIVE SUMMARY

An increasing number of companies are promoting their Corporate Social Responsibility (CSR) strategies as a response to a variety of social, environmental and economic pressures.

By stating their social responsibility and voluntarily taking on commitments, which go beyond common regulatory and conventional requirements, companies endeavor to raise the standards of social development, environmental protection and prove their respect of fundamental human and labour rights in their daily corporate practices.

Due to the complexity and high importance of the matters included in the sphere of Corporate Social Responsibility, and also for greater transparency and comparability of the Corporate Reports, a number of international initiatives have already been developed in order to create a common framework, which will help both the companies and the various stakeholders. GRI (Global Reporting Initiative) Guidelines are regarded so far the most popular initiative, whose structure and content are described here in detail as part of the requirements of this thesis.

The objective of this thesis is to investigate the degree of CSR adoption and reporting from companies installed and active in Greece. For this purpose, a survey of CSR reports (either separate or incorporated in their annual reports) published by the companies is conducted. The degree of CSR reports' conformance with GRI guidelines is also examined. Finally, through the study of relevant references and surveys at national or international level, a deeper understanding of all factors and different circumstances that have contributed to CSR development so far, is achieved.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία ασχολείται με το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε) και κυρίως με τον τρόπο που αυτή δηλώνεται - δημοσιοποιείται προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders). Στόχος της εργασίας είναι να παρουσιάσει το βαθμό υιοθέτησής της από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας, μέσα από την εξέταση των εταιρικών τους δηλώσεων, και κυρίως των Κοινωνικών Απολογισμών τους (ή εκθέσεων αειφορίας ή απλά εκθέσεων Ε.Κ.Ε), που μπορεί να υπάρχουν είτε μέσα στις ετήσιες δηλώσεις των επιχειρήσεων είτε και χωριστά. Παράλληλα, μέσα από τη μελέτη της βιβλιογραφίας και των διαφόρων ερευνών που έχουν διεξαχθεί τελευταία, επιχειρείται η κατανόηση των συνθηκών και των παραγόντων που οδήγησαν στη σημερινή κατάσταση, ελπίζοντας ότι με τον τρόπο αυτό θα μπορέσει να προβλεφθεί και η μελλοντική εξέλιξη.

Ειδικότερα, το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας ασχολείται θεωρητικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Πιο συγκεκριμένα, παρατίθενται αρχικά οι διάφοροι ορισμοί της Ε.Κ.Ε που έχουν επικρατήσει από επίσημους φορείς, οι παράγοντες που οδήγησαν και οδηγούν σήμερα τις επιχειρήσεις στην ενσωμάτωσή της στις εταιρικές πρακτικές, καθώς αναφέρονται σημαντικά ιστορικά και πολιτικά γεγονότα που επισφράγισαν την πορεία προς την Ε.Κ.Ε. Κατόπιν, για περαιτέρω κατανόηση του ορισμού και της φιλοσοφίας της Ε.Κ.Ε, ακολουθεί αναλυτικά περιγραφή των διαστάσεων και χαρακτηριστικών της και πώς αυτή εφαρμόζεται ανά τομέα της οικονομικής ζωής (δημόσιος τομέας, εμπόριο κλπ). Διεξοδικά περιγράφονται στη συνέχεια τα οφέλη για την επιχείρηση και την κοινωνία γενικότερα, καθώς, για λόγους πληρότητας, δεν θα μπορούσαν να παραλειφθούν οι αντίθετες απόψεις που εκφράζονται από τους επικριτές της Ε.Κ.Ε ούτε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (αποτελούν την πλειοψηφία των επιχειρήσεων) που άλλα λειτουργούν αποτρεπτικά και άλλα ευνοϊκά για την υιοθέτηση της Ε.Κ.Ε. Σε ξεχωριστή ενότητα στο ίδιο κεφάλαιο, αναφέρεται η κατάσταση στην Ελλάδα σχετικά με την Ε.Κ.Ε, τι ενέργειες έχουν γίνει ως τώρα σε επίσημη βάση, ποια είναι τα προβλήματα και ποια τα αναγκαία μέτρα για την ενίσχυση της Ε.Κ.Ε στη χώρα μας.

Το δεύτερο κεφάλαιο ασχολείται με την μέτρηση και τη δημόσια αναφορά της Ε.Κ.Ε. Για το σκοπό αυτό, περιγράφονται τα εργαλεία μέτρησης που χρησιμοποιούνται για την Ε.Κ.Ε, δηλαδή οι τρόποι με τους οποίους κάθε επιχείρηση δημοσιοποιεί τη θέση που έχει γύρω από το θέμα αυτό και τις δράσεις που εφαρμόζει. Η υποβολή ετήσιων εκθέσεων που περιγράφουν τις οικονομικές ή/και τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδράσεις της επιχείρησης είναι η πιο συνήθης επιχειρησιακή τακτική, που έχει πολλά οφέλη (βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα) αν και όχι εκ πρώτης όψεως εμφανή. Μάλιστα, για τη δημόσια αναφορά της Ε.Κ.Ε, έχουν αναπτυχθεί σημαντικές διεθνείς πρωτοβουλίες, οι οποίες περιγράφονται συνοπτικά, με πιο διαδεδομένη την «παγκόσμια πρωτοβουλία υποβολής εκθέσεων Ε.Κ.Ε» (Global Reporting Initiative-GRI). Η τελευταία εθελοντική πρωτοβουλία αναλύεται διεξοδικά για τις ανάγκες της εργασίας. Στο τέλος του κεφαλαίου, για περαιτέρω έμφαση τόσο στην εθελοντική διάσταση της εφαρμογής Ε.Κ.Ε όσο και της παράλληλης ανάγκης ύπαρξης ενός ρυθμιστικού πλαισίου που να την «προστατεύει», παρατίθενται οι ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα και οι

μελλοντικές εξελίξεις, που αφορούν την νομοθέτηση και την προτυποποίηση της Ε.Κ.Ε.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναδεικνύεται η αναγκαιότητα ύπαρξης κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνης στρατηγικής των επιχειρήσεων, μέσα από έρευνες που έχουν διενεργηθεί σε διεθνές και εθνικό επίπεδο. Με άλλα λόγια, παρατίθενται κάποια χρήσιμα συμπεράσματα από έρευνες σε επιχειρήσεις, καταναλωτές κι άλλα ενδιαφερόμενα μέρη στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες, ως μια πιο απτή και πειστική απόδειξη ότι η βιωσιμότητα μιας επιχείρησης και η καταξίωσή της εξαρτώνται περισσότερο από άλλοτε (και μελλοντικά ακόμη περισσότερο) από την υπεύθυνη συμπεριφορά της προς όλους όσους την επηρεάζουν και επηρεάζονται, άμεσα ή έμμεσα, από τις δραστηριότητές της. Το κεφάλαιο κλείνει με στατιστικά στοιχεία από παγκόσμιες έρευνες για την υποβολή εκθέσεων Ε.Κ.Ε.

Με βάση τα όσα έχουν προαναφερθεί για την Ε.Κ.Ε και τη δημόσια αναφορά της πραγματοποιείται, στο τέταρτο κεφάλαιο, έρευνα στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα ως προς το βαθμό ύπαρξης κοινωνικών απολογισμών και το είδος των πληροφοριών που δημοσιοποιούν. Η έρευνα επικεντρώνεται στις επιχειρήσεις του Ελληνικού Δικτύου Ε.Κ.Ε, μερικές εκ των οποίων έχουν ξεχωριστό απολογισμό Ε.Κ.Ε ή ενσωματωμένες δράσεις Ε.Κ.Ε στα ετήσια δελτία τους. Όλα τα ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα και συμπεράσματα της έρευνας αυτής υπάρχουν αναλυτικά στο κεφάλαιο αυτό, το οποίο εμπεριέχει και σύγκριση του περιεχομένου και της δομής των εκθέσεων Ε.Κ.Ε με τη διεθνή πρωτοβουλία GRI-2002.

Η εργασία ολοκληρώνεται με το τελευταίο της κεφάλαιο που περιλαμβάνει τα βασικά συμπεράσματα που είναι δυνατόν να εξαχθούν, κριτικές σκέψεις, καθώς και κάποιες προσωπικές προτάσεις για μελλοντικές ενέργειες που θα συμβάλλουν στη βελτίωση και ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε και των Εταιρικών Κοινωνικών Δηλώσεων, στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό.

Τέλος, παρατίθενται η σχετική βιβλιογραφία και τα παραρτήματα για την περαιτέρω υποστήριξη ή διευκρίνιση κάποιων στοιχείων-πληροφοριών που έχουν αναφερθεί στην παρούσα εργασία.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	4
1.1 Ορισμός	4
1.2 Λόγοι εμφάνισης Ε.Κ.Ε.....	5
1.3 Ιστορική αναδρομή.....	8
1.4 Χαρακτηριστικά & διαστάσεις Ε.Κ.Ε.....	10
1.4.1 Χαρακτηριστικά της Ε.Κ.Ε.....	10
1.4.2 Οι διαστάσεις της Ε.Κ.Ε.....	12
1.4.3 Η Ε.Κ.Ε ανά τομέα.....	20
1.5 Οφέλη από την εφαρμογή Ε.Κ.Ε.....	24
1.6 Ε.Κ.Ε και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	32
1.7 Αντίλογος.....	35
1.8 Η Ε.Κ.Ε στην Ελλάδα.....	40
1.8.1 Πρόσφατες εξελίξεις.....	40
1.8.2 Ελληνικό Δίκτυο Ε.Κ.Ε.....	43
1.8.3 Προτάσεις ενίσχυσης & αναγκαίες δράσεις.....	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΜΕΤΡΗΣΗ & ΔΗΜΟΣΙΑ ΑΝΑΦΟΡΑ Ε.Κ.Ε....	48
2.1 Εργαλεία μέτρησης της Ε.Κ.Ε.....	48
2.2 Δημόσια αναφορά Ε.Κ.Ε.....	53
2.3 Διεθνείς πρωτοβουλίες για τη δημόσια αναφορά Ε.Κ.Ε.....	55
2.3.1 Η παγκόσμια πρωτοβουλία υποβολής εκθέσεων Ε.Κ.Ε (Global Reporting Initiative).....	56
2.3.2 WBCSD (World Business Council for Sustainable Development).....	64
2.3.3 CSR EUROPE.....	66
2.4 Προτυποποίηση- Νομοθέτηση Ε.Κ.Ε.....	68
2.4.1 Προτυποποίηση Ε.Κ.Ε.....	68
2.4.2 Νομοθέτηση Ε.Κ.Ε.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΕΡΕΥΝΕΣ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.....	72
3.1 Έρευνες σε παγκόσμιο επίπεδο.....	72
3.1.1 Συμπεράσματα από επιχειρήσεις.....	72
3.1.2 Συμπεράσματα από πολίτες-καταναλωτές.....	74
3.1.3 Συμπεράσματα από επενδυτές.....	76
3.1.4 Συμπεράσματα από άλλα ενδιαφερόμενα μέρη.....	77
3.2 Έρευνες σε εθνικό επίπεδο.....	79
3.2.1 Συμπεράσματα από επιχειρήσεις.....	79
3.2.2 Συμπεράσματα από ενδιαφερόμενα μέρη (πολίτες-καταναλωτές, ΜΚΟ, δημοσιογράφοι, πολιτικοί κλπ).....	80
3.3 Συμπεράσματα από έρευνες για την υποβολή έκθεσης Ε.Κ.Ε	83

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΣΤΗΝ	
ΕΛΛΑΔΑ.....	91
4.1 Οι επιχειρήσεις της έρευνας.....	91
4.2 Η διεξαγωγή της έρευνας.....	94
4.3 Το περιεχόμενο των κοινωνικών απολογισμών.....	99
4.3.1 Γενικές παρατηρήσεις για τους απολογισμούς.....	99
4.3.2 Ειδικές παρατηρήσεις για τους απολογισμούς	103
4.3.2.1 Κοινωνικοί απολογισμοί σε ενιαία μορφή.....	103
4.3.2.2 Κοινωνικοί απολογισμοί σε ξεχωριστό έντυπο.....	107
4.4 Σύγκριση κοινωνικών απολογισμών με τη διεθνή πρωτοβουλία GRI.....	113
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	119
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	127
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	133
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΑΡΧΕΣ, ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ, ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ, ΠΡΟΤΥΠΙΑ, ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ.....	134
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ....	144
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ Ε.Κ.Ε ΠΡΟΣ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ.....	149
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: ΣΥΓΚΡΙΣΗ GRI ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ.....	152
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: ΑΡΧΕΣ & ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ GRI...	159
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ: G3 GUIDELINES- EXTRA.....	167
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ: ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 4.....	177

Ορολογία

Ε.Κ.Ε: Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

CSR: Corporate Social Responsibility (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)

Δ.Ο.Ε: Διεθνής Οικονομική Επιτροπή

ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

EMAS: Environmental Management and Auditing System (Κοινοτικό Σχήμα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου)

MME: Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις

M.M.E: Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Ε.Ε: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

ΜΚΟ: Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις

ΟΠΠ: Ολοκληρωμένη Πολιτική Προϊόντων

ΣΕΒ: Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών

WBCSD: World Business Council for Sustainable Development (Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη)

ΗΠΑ: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

Ο.Η.Ε: Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

GRI: Global Reporting Initiative (Παγκόσμια πρωτοβουλία υποβολής εκθέσεων Ε.Κ.Ε)

Ο.Κ.Ε: Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή

SRI: Social Responsible Investment (Κοινωνικά υπεύθυνη Επένδυση)

Η.Ε: Ηνωμένα Έθνη

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια έγινε συνείδηση ότι οι επιχειρήσεις, αν θέλουν να έχουν μια επιτυχημένη και μακροχρόνια πορεία, πρέπει να αφογκράζονται και να ανταποκρίνονται έγκαιρα και πειστικά στις σκέψεις, στις αξίες και στις επιθυμίες όλων όσων εμπλέκονται, άμεσα ή έμμεσα, με τις δραστηριότητές τους. Η σύγχρονη οικονομία και οι συνθήκες που έχει διαμορφώσει έχουν θέσει ως βασική προϋπόθεση βιωσιμότητας όχι απλά την ίδρυση και τη σταθεροποίηση μιας επιχείρησης, αλλά τη διαρκή προσπάθεια καθ' όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της.

Οι πρόσθετες νέες και σημαντικές πιέσεις, όπως η παγκοσμιοποίηση των αγορών, ο τρόπος κατανομής του πλούτου, η διακυβέρνηση και οι κανονιστικές διατάξεις, οι προβληματισμοί για το περιβάλλον και οι γρήγορα μεταβαλλόμενες προσδοκίες της κοινωνίας, τις οποίες οι επιχειρήσεις πρέπει σήμερα να λάβουν υπ' όψη αν θέλουν να παραμείνουν ανταγωνιστικές, έχουν μεταλλάξει το ρόλο και τη στρατηγική των επιχειρήσεων. Στις πιέσεις αυτές αν προστεθεί και η ολοένα πρόοδος της πληροφορικής, όπου η πληροφορία μεταφέρεται ταχύτατα και παντού, ένα τυχόν «στραβοπάτημα» μιας επιχείρησης στη μια άκρη του κόσμου διαδίδεται ταχύτατα στους καταναλωτές και γενικότερα στο ενδιαφερόμενο κοινό σε όλη τη γη. Κάτι τέτοιο μπορεί να αποβεί καταστροφικό και να χρειαστεί τεράστια προσπάθεια και έξοδα για την αποκατάσταση του ονόματος της επιχείρησης.

Αδιαμφισβήτητα, το όνομα μιας επιχείρησης, αυτό που διεθνώς αποκαλείται “brand name” και συνήθως εκφράζεται από το λογότυπο της εταιρίας, είναι το σημαντικότερο στοιχείο μιας επιχείρησης (μαζί με το προσωπικό της). Το όνομα αυτό περικλείει ολόκληρη την εικόνα της επιχείρησης προς το κοινό, από την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων της μέχρι τη σχέση της επιχείρησης με περιβαλλοντικά ή κοινωνικά θέματα.

Φυσικά, ανέκαθεν οι επιχειρήσεις επιδίωκαν το καλό όνομα και φρόντιζαν να το επιδεικνύουν προς τα έξω. Η διαφορά με το σήμερα είναι ότι, πριν από αρκετές δεκαετίες το καλό όνομα της επιχείρησης συνδεόταν (πέρα από τα προϊόντα της) σχεδόν αποκλειστικά με τα οικονομικά της στοιχεία. Έτσι, οι δημοσιοποιήσεις αφορούσαν σε στοιχεία ισολογισμών, αποτελεσμάτων χρήσης και άλλων οικονομικών καταστάσεων που αποδείκνυαν την καλή οικονομική πορεία της επιχείρησης και ενέπνεαν εμπιστοσύνη στους πιστωτές και δανειστές της. Αυτοί ήταν ουσιαστικά οι κύριοι εμπλεκόμενοι και εφόσον ικανοποιούνταν με τα στοιχεία αυτά, περαιτέρω δημοσιοποιήσεις δε θεωρούνταν απαραίτητες. Αντιθέτως κυριαρχούσε η αντίληψη ότι η επιχείρηση πρέπει να διατηρεί όσο το δυνατόν περισσότερη μυστικότητα, φοβούμενη τον ανταγωνισμό. Ήταν η εποχή, όπου το πρωταρχικό ζητούμενο ήταν η οικονομική ευημερία, ενώ το περιβάλλον θεωρούταν ένα αστείρευτο αγαθό που θα μπορούσε επ' άπειρον να αφομοιώνει όλα τα απόβλητα της ανθρώπινης δραστηριότητας.

Αργότερα, όταν η παραπάνω αντίληψη για το περιβάλλον αποδείχτηκε μύθος, έκαναν την εμφάνισή τους οι πρώτες δημόσιες αναφορές των επιχειρήσεων, με περιβαλλοντικό περιεχόμενο, είτε μέσα στις ετήσιες δηλώσεις των επιχειρήσεων είτε και χωριστά. Είχε προηγηθεί η εμφάνιση οξέων περιβαλλοντικών προβλημάτων με δυσμενείς συνέπειες για τα οικοσυστήματα και η επιβολή ορίων περιβαλλοντικών ρύπων από τις κυβερνήσεις, οπότε οι επιχειρήσεις ήταν αναγκασμένες να δείξουν ότι συμμορφώνονται με τους περιορισμούς αυτούς. Αυτός ήταν και ο χαρακτήρας των δηλώσεων αυτών. Ουσιαστικά ήταν τεχνικές πληροφορίες που αποδείκνυαν ότι οι

εκπεμπόμενοι από την επιχείρηση ρύποι δεν ξεπερνούσαν κάποιες ανώτατες τιμές. Για την εποχή αυτό ήταν αρκετό, αφού το ζητούμενο ήταν η δημιουργία ορίων και φραγμών στην έως τότε ανεξέλεγκτη καταστροφή.

Στα χρόνια που ακολούθησαν η φιλοσοφία των δηλώσεων αυτών μεταβλήθηκε, όπως μεταβλήθηκε και γενικότερα η φιλοσοφία των επιχειρήσεων σχετικά με την οργάνωση και λειτουργία τους. Είναι η περίοδος που γίνεται μετάβαση από τη λογική του ελέγχου ποιότητας στη διασφάλιση ποιότητας και από εκεί στην ολική ποιότητα. Μια λογική που δεν αρκείται σε ό,τι έχει ως τώρα επιτευχθεί, αλλά επιβάλλει τη συνεχή βελτίωση σε όλους τους τομείς της επιχείρησης και φυσικά στη μείωση των ρύπων και γενικότερα των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Παράλληλα αποδεικνύεται ότι η προσπάθεια διαρκούς βελτίωσης των λειτουργιών της επιχείρησης επιτρέπει τον καλύτερο έλεγχό τους σε οργανωτικό επίπεδο, ενώ ταυτόχρονα οδηγεί και σε εξοικονόμηση πόρων μέσω της βελτιστοποίησης της παραγωγής. Με αυτόν τον τρόπο προέκυπταν άμεσα οφέλη τόσο σε διοικητικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο ανταγωνισμού.

Επιπλέον, παρατηρήθηκε ένα εντεινόμενο ενδιαφέρον και μία ευαισθησία των φορέων σε θέματα περιβάλλοντος, κάτι που πίεσε τις επιχειρήσεις σε καλύτερες περιβαλλοντικές επιδόσεις, κυρίως για λόγους καλλιέργειας του καλού ονόματος. Πολλές επιχειρήσεις άρχισαν να μην αρκούνται στην απλή συμμόρφωση με τους ισχύοντες περιβαλλοντικούς κανονισμούς αλλά να προχωρούν ένα βήμα περισσότερο και να υιοθετούν μια περιβαλλοντική πολιτική που στόχο θα είχε την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και την αντιστάθμισή τους με ενέργειες και μέτρα προς όφελος του περιβάλλοντος και του κοινωνικού συνόλου γενικότερα. Η Εταιρική Περιβαλλοντική Δήλωση, δηλαδή η δημοσιοποίηση (οικειοθελώς) των περιβαλλοντικών δράσεων και επιδράσεων, έγινε τότε πραγματικότητα και στις μέρες μας γνωρίζει όλο και περισσότερη άνθιση.

Όμως, το περιβάλλον δεν είναι ο μόνος τομέας της κοινωνικής ζωής που επηρεάζεται από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Θέματα όπως η ασφάλεια των εργαζομένων, οι συνθήκες εργασίας, οι παροχές προς τους εργαζόμενους, η εκπαίδευσή τους και γενικότερα η προσφορά των επιχειρήσεων τόσο προς το προσωπικό τους όσο και προς το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο (με τη μορφή προσφορών, χορηγιών, υποτροφιών, κλπ), είναι θέματα στα οποία επίσης δραστηριοποιούνται πια οι επιχειρήσεις και εφαρμόζουν συγκεκριμένη πολιτική. Μάλιστα, η πολιτική αυτή εξαπλώθηκε και σε άλλα θέματα όπως η εργασία των ανηλίκων, η απασχόληση της γυναίκας και τα ανθρώπινα δικαιώματα στην εργασία, καθώς πολλές επιχειρήσεις σήμερα παρουσιάζουν έργο ακόμα και σε τομείς όπως ο πολιτισμός, η επιστήμη και ο αθλητισμός συμβάλλοντας, κυρίως οικονομικά, σε αντίστοιχες προσπάθειες. Μέσω των Εταιρικών Κοινωνικών Δηλώσεων, οι επιχειρήσεις προβάλλουν και τις κοινωνικές επιδράσεις και πρωτοβουλίες τους καταδεικνύοντας την κοινωνική τους ευαισθησία και ενημερώνοντας πλέον κι άλλους εμπλεκόμενους.

Είναι φανερό λοιπόν, ότι στοιχεία που έχουν σχέση με κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα αποδεικνύονται στη σύγχρονη εποχή εξίσου σημαντικά για μια επιχείρηση με τα οικονομικά ή άλλα στοιχεία, που παλαιότερα αποτελούσαν τα αποκλειστικά μέσα αξιολόγησής της. Κατά συνέπεια, σήμερα οι επιχειρήσεις επιδιώκουν μέσα από μια σειρά δηλώσεων και δημοσιοποιήσεων στοιχείων να ισχυροποιούν τη θέση τους και την απήχηση του ονόματός τους στην αγορά, προκειμένου να προσελκύσουν αλλά και να ικανοποιήσουν το ενδιαφέρον όλων των εμπλεκόμενων.

Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι με την προσέγγιση κοινωνικών θεμάτων στα πλαίσια των εταιρικών δηλώσεων, η αξιολόγηση των επιχειρήσεων γίνεται ιδιαίτερα δύσκολη και σύνθετη. Θέματα περιβάλλοντος ή τεχνικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος είναι δυνατόν να μετρηθούν και είναι συγκρίσιμα και κατανοητά. Πολλά τέτοια χαρακτηριστικά μπορούν να επαληθευτούν και από την εξέταση του ίδιου του τελικού προϊόντος που φτάνει στην αγορά, όπως για παράδειγμα τα συστατικά του, το αν είναι ασφαλές και ανακυκλώσιμο, κλπ. Όμως, κάτι τέτοιο δεν είναι δυνατό για θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος και έτσι υπάρχει μεγάλη διαμάχη στη διεθνή βιβλιογραφία σχετικά με τον τρόπο σύγκρισης των επιχειρήσεων μέσω των κοινωνικών τους ευαισθητοποιήσεων ή σχετικά με τη διαπίστευση των όσων ισχυρίζονται πάνω στα θέματα αυτά.

Τα ζητήματα αυτά, που εντάσσονται στο γενικότερο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, θα αναλυθούν στη συγκεκριμένη εργασία επιχειρώντας αφενός να παρουσιαστεί ο τρόπος σύνταξης και παρουσίασης των Κοινωνικών Απολογισμών αφετέρου να εξεταστεί ο βαθμός ενσωμάτωσης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στη στρατηγική των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

«ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ»

1.1 Ορισμός

Δεν υπάρχει ένας καθιερωμένος διεθνής ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (στο εξής Ε.Κ.Ε), παρά το γεγονός ότι η έννοια αυτή χρησιμοποιείται ευρέως στο δημόσιο διάλογο διεθνώς.

Το 1998, το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD) χρησιμοποίησε τον πιο κάτω ορισμό Ε.Κ.Ε για να διεξάγει την πρώτη έρευνα με θέμα την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο Βέλγιο και την Ολλανδία [1]:

«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα θα βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, καθώς επίσης και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα».

Η διεύρυνση της έρευνας και του διαλόγου σε άλλες χώρες σε όλο τον κόσμο επιβεβαίωσε τη διαφορετικότητα της έννοιας της Ε.Κ.Ε από περιοχή σε περιοχή, όπως και του είδους των δράσεων που θεωρούνται αναγκαίες. Η διαφορετικότητα αυτή συνδέεται με τη διαφορετική κουλτούρα αλλά και το διαφορετικό βαθμό ανάπτυξης της κάθε χώρας, που συνεπάγεται και διαφορετικές προτεραιότητες των τοπικών πληθυσμών ανά περιφέρεια. Για παράδειγμα στις ΗΠΑ, η Ε.Κ.Ε συνίσταται στο «να αναλαμβάνεις προσωπική ευθύνη για τις πράξεις σου και τις συνέπειες που έχουν αυτές στην κοινωνία, καθώς οι εταιρίες και οι υπάλληλοι τους πρέπει να υποστούν μια προσωπική αναδιαμόρφωση, να επανεξετάσουν το ρόλο τους, τις ευθύνες τους και να αυξήσουν το επίπεδο υπευθυνότητάς τους».

Σαν αποτέλεσμα της έρευνας σε διεθνές επίπεδο, ο αρχικός ορισμός του WBCSD επαναπροσδιορίστηκε στη συνέχεια ως εξής:

«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλουν στην βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και να προσπαθούν μαζί με τους εργαζομένους, τις οικογένειές τους, την τοπική κοινωνία και την κοινωνία γενικότερα να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους».

Σε ό,τι αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση, ο ορισμός που δόθηκε στην Πράσινη Βίβλο είναι ότι «η Ε.Κ.Ε είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (“stakeholders”)

Ως ενδιαφερόμενο μέρος ή συμμετοχος ή κοινωνικός εταίρος (stakeholder) θα μπορούσε να οριστεί το άτομο ή η κοινωνική ομάδα ή ο οργανισμός που επηρεάζεται από ή επηρεάζει τις δραστηριότητες της επιχείρησης. Ο όρος αποδίδεται και ως «ο έχων νόμιμο συμφέρον» στις δραστηριότητες της επιχείρησης. Έτσι, στα ενδιαφερόμενα μέρη περιλαμβάνονται οι πελάτες και συνεργάτες, οι καταναλωτές, οι μέτοχοι και οι επενδυτές, οι εργαζόμενοι, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, οι δημόσιες αρχές, η τοπική κοινωνία, οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), τα συνδικάτα, οι προμηθευτές, οι υπεργολάβοι, οι τοπικές και περιφερειακές ενώσεις και αρχές, κλπ [1-4].

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο Ε.Κ.Ε, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι «η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους». Παρόμοια, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ) θεωρεί ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη «τη συστηματική, οργανική και εθελοντική ενσωμάτωση από τις εταιρείες στην επιχειρηματική τους λειτουργία δραστηριοτήτων με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση, με ουσιαστική συνεισφορά προς το κοινωνικό σύνολο, σε διάδραση με όλους τους συμμετόχους.

Ο ορισμός της Ε.Κ.Ε είναι στενά συνδεδεμένος με την έννοια της «τριπλής προσέγγισης» (“triple bottom line approach”) και κατ’ επέκταση με τη βιώσιμη ανάπτυξη (“sustainability”), όπου για να είναι μία εταιρεία βιώσιμη πρέπει να είναι οικονομικά ασφαλής, να ελαχιστοποιεί τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να δρα λαμβάνοντας υπόψη τις κοινωνικές προσδοκίες. Δηλαδή δεν εστιάζεται μόνο στην οικονομική αξία που προσθέτουν οι επιχειρήσεις αλλά επίσης στην περιβαλλοντική και κοινωνική αξία που προσθέτουν αλλά και καταστρέφουν. Στην στενότερη ερμηνεία του, ο όρος χρησιμοποιείται σαν πλαίσιο μέτρησης και απολογισμού της επιχειρηματικής επίδοσης έναντι οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραμέτρων. Στην ευρύτερη ερμηνεία του, χρησιμοποιείται για την κατανόηση της συνολικής σειράς αξιών, θεμάτων και διαδικασιών, στα οποία πρέπει να στραφούν οι επιχειρήσεις προκειμένου να ελαχιστοποιήσουν οποιαδήποτε βλάβη που οφείλεται στις δραστηριότητές τους και να δημιουργήσουν οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική αξία [2,4].

Ως «κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση», όπως ορίζεται από τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης και τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων, είναι εκείνη που πέρα από την επιχειρηματική της δράση, πραγματοποιεί ενέργειες που δεν έχουν ως άμεσο στόχο το κέρδος, αλλά συμβάλλουν στην επίλυση σημαντικών κοινωνικών θεμάτων, επιστρέφοντας στην κοινωνία μέρος των κερδών της. Ο σεβασμός των νόμων της Πολιτείας δεν αρκεί ώστε μια επιχείρηση να χαρακτηριστεί κοινωνικά υπεύθυνη, αποτελεί όμως την απαραίτητη προϋπόθεση για την εφαρμογή πολιτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Επίσης συχνά ακούγεται για μια επιχείρηση ο όρος «εταιρικός πολίτης» (“corporate citizenship”). Πρόκειται για την με ηθικό και κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο μεταχείριση των συμμετόχων μιας επιχείρησης. Στόχος είναι η δημιουργία όλο και υψηλότερου επιπέδου ζωής, με την ταυτόχρονη προστασία της αποδοτικότητας της επιχείρησης και των συμμετόχων της τόσο μέσα όσο και έξω από αυτήν (ILO Enterprise Forum, Geneva, Nov.1999) [5].

1.2 Λόγοι εμφάνισης Ε.Κ.Ε

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν είναι νέα σε διεθνές επίπεδο. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο άρχισε να κατατάσσεται υψηλά στην ημερήσια διάταξη του δημόσιου διαλόγου μόνο από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, ενώ η συζήτηση στη χώρα μας έχει αρχίσει τα τελευταία μόλις χρόνια. Αρκετές επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει την έννοια της Ε.Κ.Ε ως αναγκαίο τμήμα της επιχειρηματικής πολιτικής που ξεφεύγει από το πλαίσιο των δημοσίων σχέσεων και αποτελεί μοχλό για την

μακροπρόθεσμη ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους στο πλαίσιο του ευρύτερου προβληματισμού για βιώσιμη ανάπτυξη.

Μια σειρά από παράγοντες καθιστούν επίκαιρη και συνεχώς αυξανόμενη την σημασία της Ε.Κ.Ε. Ενδεικτικά αναφέρονται οι εξής [1,6-9]:

- Η διεργασία της παγκοσμιοποίησης, σε συνάρτηση με την απελευθέρωση του εμπορίου και των χρηματο-οικονομικών αγορών, έχει οδηγήσει σε έντονο προβληματισμό και αντιπαράθεση για τις δυνατότητες και το είδος ανάπτυξης που μπορεί να προσφέρει χωρίς κάποιους ελάχιστους κανόνες λειτουργίας και ελέγχου. Για παράδειγμα, τον τελευταίο καιρό διατυπώνονται συχνά από τα Δυτικά μέσα μαζικής ενημέρωσης αρνητικά σχόλια για τις συνθήκες εργασίας στα Κινεζικά εργοστάσια και επιχειρήσεις. Από την πλευρά τους, οι Κινέζοι προμηθευτές σπεύδουν να απαντήσουν ότι αυτό οφείλεται στο ότι δέχονται αυξημένες οικονομικές και άλλου είδους πιέσεις από Δυτικούς αγοραστές, με συνέπεια να είναι δύσκολο να συμμορφωθούν με τα πρότυπα των ανθρώπινων δικαιωμάτων που υπάρχουν στους εταιρικούς κώδικες δεοντολογίας.
- Στην παγκόσμια αγορά, η επιρροή και οι επιπτώσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας αφορούν πλέον πολύ μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων και χωρών, καθώς και τομέων, με αποτέλεσμα οι πραγματικές αλλά και οι ενδεχόμενες συνέπειες από αυτή να αυξάνουν σημαντικά.
- Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου στις αναπτυγμένες χώρες οδηγεί τους καταναλωτές, και εν γένει τους πολίτες, να στρέψουν την προσοχή τους από την ποσότητα των αγαθών που απολαμβάνουν στην ποιότητά τους, τις επιπτώσεις που αυτά έχουν στην υγεία τους και τις συνθήκες παραγωγής τους, ιδιαίτερα όταν αυτά παράγονται σε αναπτυσσόμενες χώρες. Πρόσφατη μελέτη στην Ευρώπη έδειξε ότι το 70% των Ευρωπαίων καταναλωτών δηλώνουν ότι η δέσμευση μιας επιχείρησης στην Ε.Κ.Ε είναι σημαντικό στοιχείο για την αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Ένας στους πέντε λένε ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερο για προϊόντα που είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα. Για παράδειγμα, στη Γαλλία, 58% θα πλήρωναν περισσότερο για αυτό το λόγο, στην Αγγλία το 60% θα πλήρωνε 7% παραπάνω, στην Αμερική το 84% θα πλήρωνε 5% περισσότερο και το 89% στον Καναδά κάτι παραπάνω.
- Η ίδια αυτή άνοδος του βιοτικού επιπέδου σε συνδυασμό με τις ολοένα και πιο ορατές επιπτώσεις από την ανθρώπινη δραστηριότητα στο περιβάλλον (τόσο των ανεπτυγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων κρατών) αυξάνει την ευαισθησία σε θέματα προστασίας του φυσικού αλλά και του πολιτιστικού περιβάλλοντος.
- Η φτώχεια στις χώρες τρίτου κόσμου επηρεάζει ολοένα και περισσότερο τις αναπτυσσόμενες χώρες, καθώς εντείνεται η αλληλεξάρτηση των οικονομιών. Ταυτόχρονα, είναι γνωστό ότι η φτώχεια υπονομεύει την ειρήνη και την πολιτική σταθερότητα στις διεθνείς σχέσεις. Οι παράγοντες αυτοί, σε συνδυασμό και με τη διάχυση της πληροφόρησης στους πολίτες των ανεπτυγμένων κρατών, σχετικά με την κατάσταση των χωρών του τρίτου κόσμου, ευαισθητοποιούν την κοινή γνώμη στον τρόπο που ασκείται η επιχειρηματική δραστηριότητα στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Η εικόνα και η φήμη των επιχειρήσεων αποκτούν μεγαλύτερη σημασία σε ένα συνεχώς εντεινόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον και οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες αποκτούν ιδιαίτερη σημασία έναντι των υπολοίπων. Οι

εταιρείες που επικεντρώνονται στη φήμη, στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και στις επιχειρηματικές στρατηγικές υπέρ της βιώσιμης ανάπτυξης θα έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μακροπρόθεσμα σε σχέση με τις υπόλοιπες, οι οποίες με το χρόνο θα αντιμετωπίσουν νέους σοβαρούς κινδύνους.

- Γίνονται εμφανή τα όρια των δυνατοτήτων του κράτους στην επίλυση των ολοένα και πιο περίπλοκων οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων και γίνεται ορατός ο συμπληρωματικός ρόλος που μπορούν να παίξουν οι επιχειρήσεις. Η αποδυνάμωση του παραδοσιακού ρόλου του κράτους (ιδιωτικοποιήσεις, φορολογική μείωση, μείωση του κράτους πρόνοιας) και η ενδυνάμωση της κοινωνίας των πολιτών και της κοινωνίας της πληροφορίας, σε συνδυασμό με την αύξηση του αριθμού και της δύναμης των ΜΚΟ, καθώς και η κρίση εμπιστοσύνης απέναντι στις επιχειρήσεις, συνθέτουν ένα πλέγμα καταστάσεων μέσα στο οποίο οι σύγχρονες εταιρείες οφείλουν να αναλάβουν πρωτοβουλίες και να υιοθετήσουν πρακτικές που αποβλέπουν στην αιεφόρο ανάπτυξη και στην κοινωνική ευημερία.
- Η αυξανόμενη σημασία της γνώσης για την αποδοτικότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλά και για την επαγγελματική εξέλιξη και προοπτική του κάθε εργαζόμενου, αποτελεί ένα κυρίαρχο ζήτημα. Η λειτουργία της Δια Βίου Μάθησης και η υποστήριξη της συνολικής ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού μέσω στοχοθετημένων δράσεων θα πρέπει να διασφαλίζουν την ικανότητα για απασχόληση στο παρόν και στο μέλλον και να προάγουν την ατομική εξέλιξη συνολικά, εκτός από τη βελτίωση της απόδοσης του εργαζόμενου και της παραγωγικότητας. Επίσης, η Ε.Κ.Ε μπορεί να επηρεάσει πολύ την προσέλκυση και διατήρηση στελεχών. Οι εργαζόμενοι θέλουν καλές αμοιβές και καλές προοπτικές, όμως όλο και περισσότερο θέλουν επίσης να αισθάνονται υπερήφανοι για την επιχείρηση και να δουλεύουν για εργοδότες, των οποίων οι φιλοσοφίες και λειτουργικές πρακτικές ταιριάζουν με τις δικές τους αρχές. Μελέτη που έγινε από τον όμιλο Chersenson το 2001 έδειξε ότι 78% των ερωτηθέντων θα προτιμούσαν να εργάζονται για μια επιχείρηση η οποία έχει εξαιρετική φήμη και τους πληρώνει μισθό που καλύπτει τις ανάγκες τους, ενώ μόνο το 17% είπε ότι θα εργαζόταν για μια επιχείρηση με υψηλούς μισθούς αλλά πενιχρή φήμη.
- Η πίεση των επενδυτών είναι καθοριστική, αφού έχουν αλλάξει τρόπο που αξιολογούν την απόδοση των επιχειρήσεων και παίρνουν αποφάσεις βασισμένοι σε κριτήρια που περιλαμβάνουν ηθικές ανησυχίες. Η ανάγκη για διαφάνεια και πληροφόρηση είναι φανερή. Οι εταιρείες πρέπει να παρέχουν πρόσβαση σε πληροφορίες που αφορούν τις επιδράσεις από τη λειτουργία τους, να δεσμεύονται σε ουσιαστικό διάλογο με όλους τους συμμετοχούς για θέματα που τους αφορούν και να ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες ανησυχίες χωρίς να προσπαθούν να τις συγκαλύψουν με τις τυπικές επικοινωνιακές εκθέσεις και πρακτικές.

1.3 Ιστορική αναδρομή

Μια σειρά από πολιτικές ενέργειες και πρωτοβουλίες από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο αποτέλεσαν σημαντικούς σταθμούς στην πορεία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη [8-14].

Συγκεκριμένα, σε συνέδριο στο Λονδίνο το 1995, μια ομάδα Ευρωπαίων Επιχειρηματιών και Διευθυντών επιχειρήσεων, επί προεδρίας J.Delors, υπέγραψε την «Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού» με στόχο την ανεύρεση τρόπων για προαγωγή της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Αποτέλεσμα αυτής της Διακήρυξης ήταν η δημιουργία, το 1996, του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή (European Business Network for Social Cohesion – EBNSC) με έδρα τις Βρυξέλλες (τόρα CSR Europe). Αποστολή του είναι να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να επιτύχουν κέρδος, βιώσιμη ανάπτυξη και ανθρώπινη πρόοδο ενσωματώνοντας την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους πρακτικής. Έχει 65 εταιρίες μέλη και 18 εθνικούς αντιπροσώπους, μέσω των οποίων φτάνει τις 1500 επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη. Ένας από τους βασικούς στόχους του Δικτύου αυτού είναι και η υποστήριξη δημιουργίας αντίστοιχων Εθνικών Δικτύων.

Το 1997, στο Λουξεμβούργο, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο αποφασίζει την ανάληψη μιας συντονισμένης στρατηγικής για την απασχόληση και τον κοινωνικό αποκλεισμό, ενώ ένα χρόνο αργότερα ιδρύεται από την κυβέρνηση της Δανίας το Copenhagen Center (1998), μια αυτόνομη οργάνωση με σκοπό να ενθαρρύνει τις εθελοντικές συμπράξεις μεταξύ κυβερνήσεων και επιχειρήσεων για την προώθηση των παραπάνω θεμάτων.

Να σημειωθεί ότι τον Νοέμβριο του 1999, αντίστοιχες προσπάθειες από δεκατρείς μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις μαζί με τρεις από τους μεγαλύτερους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς κατέληξαν στην υπογραφή της διακήρυξης για την ίδρυση του «Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή». Το σχετικό καταστατικό της Αστικής - Μη κερδοσκοπικής εταιρίας κατατέθηκε στο Πρωτοδικείο Αθηνών την 15η Ιουνίου 2000 όπου τροποποιήθηκε δύο φορές και παράλληλα άλλαξε η ονομασία του Δικτύου σε «Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» (Δίκτυο) με την αντίστοιχη αγγλική μετάφραση “Hellenic Network for Corporate Social Responsibility” (βλ. ενότητα 1.8.2).

Σε διεθνές επίπεδο, το 1999 συζητείται για πρώτη φορά στο Διεθνές Οικονομικό Φόρουμ του Νταβός η πρωτοβουλία του Γ. Γ. του Ο.Η.Ε. Kofi Annan περί κώδικα συμπεριφοράς των επιχειρήσεων, που παρουσιάζεται τον Ιούλιο του 2000 σε 50 πολυεθνικές επιχειρήσεις και επιλεγμένες Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις στη Νέα Υόρκη και συντάσσεται έτσι το «Οικουμενικό Σύμφωνο» (“Global Compact”). Ο κώδικας αυτός στην ουσία περιλαμβάνει τις δέκα αρχές των Ηνωμένων Εθνών περί σεβασμού των ανθρώπινων δικαιωμάτων, των εργασιακών δικαιωμάτων και της προστασίας του περιβάλλοντος (βλ. Παράρτημα Α).

Στη Σύνοδο Κορυφής στη Λισσαβόνα (Μάρτιος 2000), το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο καλεί τους επιχειρηματίες να αναλάβουν τον κοινωνικό τους ρόλο και θέτει ως στρατηγικό στόχο να γίνει η Ευρώπη ως το 2010 «η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή». Την ίδια χρονιά (2000) συστήνεται υπουργείο ειδικά για την Ε.Κ.Ε στη Βρετανία. Επίσης, συμφωνείται ότι το CSR Europe σε συνεργασία με άλλους οργανισμούς θα προωθήσει ευρωπαϊκή επιχειρησιακή εκστρατεία για την Ε.Κ.Ε, με στόχο να

κινητοποιήσει 500.000 επιχειρηματίες και συνεργάτες να ενσωματώσουν την Ε.Κ.Ε στην επιχειρησιακή στρατηγική τους περί το 2005.

Στο πλαίσιο της 1ης Ευρωπαϊκής Επιχειρηματικής Εκστρατείας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (η οποία αποτέλεσε και την έναρξη του 1ου Ευρωπαϊκού Επιχειρηματικού Μαραθωνίου), πραγματοποιείται το 1ο Πανευρωπαϊκό Συνέδριο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Αθήνα (29 και 30 Νοεμβρίου 2001), που έχει ως στόχο τόσο την ευρύτερη διάδοση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης όσο και τη διευκρίνηση και παροχή απαντήσεων σε ερωτήματα που απασχολούν τη επιχειρηματική κοινότητα γύρω από το θέμα.

Ειδικότερη συζήτηση περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης διεξάγεται στο ευρύτερο πλαίσιο της Συνόδου του Γκέντεμποργκ, τον Ιούνιο του 2001, «περί μιας στρατηγικής για βιώσιμη ανάπτυξη», δηλαδή συμπόρευσης οικονομικής ανάπτυξης, κοινωνικής συνοχής και περιβαλλοντικής προστασίας, ενώ τον Ιούλιο (2001) η Ελληνίδα επίτροπος για τις Κοινωνικές Υποθέσεις, Άννα Διαμαντοπούλου, παρουσιάζει την Πράσινη Βίβλο «για την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη». Τον Ιούλιο του επόμενου χρόνου (2002) δημοσιεύεται η Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την Ε.Κ.Ε, όπου αναφέρονται τα αποτελέσματα του δημόσιου διαλόγου, αιτία έναρξης του οποίου αποτέλεσε η «Πράσινη Βίβλος». Τον Οκτώβριο ιδρύεται το Πολυμερές Φόρουμ της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Ε.Κ.Ε (“European Multi-stakeholder Forum”) για περαιτέρω εξέταση, διαβούλευση και παρουσίαση προς την Ε.Ε πρότασης για την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των εργαλείων και πρακτικών Ε.Κ.Ε.

Αξιόλογες πρωτοβουλίες αποτελούν και η παγκόσμια Διάσκεψη του Ο.Η.Ε (Γιοχάνεσμπουργκ, 2002) με τη συμμετοχή του επιχειρηματικού κόσμου, όπου παρουσιάζεται η πρώτη Αναφορά Κοινωνικής Δράσης, καθώς και η πρωτοβουλία για τη διεξαγωγή Επιχειρηματικής Ολυμπιάδας το 2004 με θέμα την Ε.Κ.Ε.

Τον περασμένο Νοέμβριο (2004) έγινε στο Maastricht της Ολλανδίας με πρωτοβουλία της Ολλανδικής Προεδρίας μεγάλο συνέδριο για την Ε.Κ.Ε. στο οποίο πήραν μέρος πάνω από 700 συνέδριοι. Το ουσιαστικό αποτέλεσμα του συνεδρίου ήταν μέτριο όμως η μεγάλη συμμετοχή, ο μεγάλος αριθμός των θεματικών εργαστηρίων κ.λ.π. δείχνουν α) ότι οι Ολλανδοί έχουν προχωρήσει πολύ στο θέμα της Ε.Κ.Ε β) ότι η Ε.Κ.Ε απλώνεται όλο και περισσότερο και γ) ότι τα περισσότερα από τα ενδιαφερόμενα μέρη συμφωνούν στην έκδοση υπεύθυνων απολογισμών και στον έλεγχο από εξωτερικούς αξιολογητές των δράσεων Ε.Κ.Ε.

Προς την κατεύθυνση δημοσίευσης στοιχείων κοινωνικού απολογισμού έγινε και γίνεται μια διεθνής και πολυμερής προσπάθεια δημιουργίας ενός κοινού πλαισίου εθελούσιας αναφοράς (Global Reporting Initiative, GRI) για τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της επιχειρηματικής λειτουργίας. Μάλιστα, τον Ιούνιο του 2000, η GRI δημοσίευσε για πρώτη φορά κατευθυντήριες γραμμές για την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη (Sustainability Reporting Guidelines 2000). Έκτοτε, έχει εκδοθεί νέο GRI-2002 και πρόκειται να κυκλοφορήσουν και νέες οδηγίες στα μέσα του 2006 (βλ. ενότητα 2.3.1).

Όπως παρατηρείται, όλες οι εξελίξεις διαμορφώνουν μια νέα σχέση επιχείρησης και κοινωνίας [8-14].

1.4 Χαρακτηριστικά & διαστάσεις Ε.Κ.Ε

1.4.1 Χαρακτηριστικά της Ε.Κ.Ε

Τα χαρακτηριστικά της έννοιας της Ε.Κ.Ε και που φαίνεται να γίνονται δεκτά σε ευρωπαϊκό τουλάχιστον επίπεδο είναι [1]:

- Η σχετική συμπεριφορά των επιχειρήσεων για να εμπίπτει στην έννοια της Ε.Κ.Ε πρέπει να είναι πέραν των νομικών υποχρεώσεων τους και να έχει χαρακτηριστικά εθελούσιας συμπεριφοράς. Συμπερασματικά λοιπόν, θα μπορούσε κανείς να πει ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εκφράζεται με προγράμματα, πρωτοβουλίες και καθημερινές πρακτικές, αλλά δεν επιβάλλεται με νομοθετικές ρυθμίσεις. Διαμορφώνει την φιλοσοφία της επιχείρησης με αρχές και αξίες, επηρεάζοντας τη στρατηγική της. Για το λόγο αυτό δε μπορεί να επιβληθεί από νομοθετικές ρυθμίσεις, αντίθετα στηρίζεται στην πεποίθηση ότι η επιχείρηση οφείλει να αποτελεί ενεργό και συνειδητό μέλος της κοινωνίας, ενώ η συνεπής και υπεύθυνη επιχειρηματική δράση αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη μακροπρόθεσμη οικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων.
- Η Ε.Κ.Ε θα πρέπει να αποσκοπεί στη βιώσιμη ανάπτυξη με όλες τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές παραμέτρους που αυτή έχει. Στις παραμέτρους αυτές περιλαμβάνονται, πέραν των κάθε μορφής οικονομικών παραμέτρων, 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.
- 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, απλώς και μόνο, των δημοσίων σχέσεων της κάθε επιχείρησης.

Για να γίνει περισσότερη κατανοητή η έννοια της Ε.Κ.Ε και να αποφευχθούν οι παρερμηνείες από τα παραπάνω διατυπωθέντα χαρακτηριστικά της, θα πρέπει να προστεθούν τα εξής [2,6,9,15-21]:

- Αναγνωρίζεται ότι η Ε.Κ.Ε έχει εθελοντικό χαρακτήρα και αρχίζει εκεί που τελειώνουν οι από το νόμο επιβαλλόμενες υποχρεώσεις. Αυτό, όμως, δεν σημαίνει ότι η οικειοθελής απόφαση μιας επιχείρησης για μέτρα στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε δεν συνεπάγεται κάποια ηθική δέσμευση, ούτε ότι στερούνται νοήματος οι μηχανισμοί παρακολούθησης και αξιολόγησης της υλοποίησης των δεσμεύσεων που αναλαμβάνονται.
- Η Ε.Κ.Ε δεν πρέπει να θεωρηθεί υποκατάστατο των κανονιστικών ρυθμίσεων ή της νομοθεσίας όσον αφορά τα κοινωνικά δικαιώματα ή τα περιβαλλοντικά πρότυπα. Σε χώρες, όμως, στις οποίες δεν υπάρχουν τέτοιες ρυθμίσεις και ενόψει της παγκοσμιοποίησης και της απελευθέρωσης των χρηματοοικονομικών αγορών, οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στη θέσπιση του κατάλληλου ρυθμιστικού ή νομοθετικού πλαισίου για τον καθορισμό ενιαίας βάσης, πάνω στην οποία μπορούν να αναπτυχθούν οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές.

Τα διαθέσιμα σήμερα εργαλεία για το σκοπό αυτό είναι: η Διεθνής Συνθήκη του Ο.Η.Ε για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα (1977), η Διακήρυξη του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας περί Βασικών Αρχών και Δικαιωμάτων στην Εργασία¹ (1977), η Συνθήκη του Ρίο (1992) για την Προστασία του Περιβάλλοντος και οι κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις (βλ. Παράρτημα Α). Η Ε.Κ.Ε πρέπει να έχει ως αφετηρία την τήρηση αυτών των κανόνων, αλλά θα πρέπει να προχωράει περαιτέρω. Θα πρέπει, ωστόσο, να λαμβάνονται υπόψη οι ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας και δεν θα πρέπει να τίθενται υπερβολικά υψηλά πρότυπα, που θα οδηγούσαν σε επιδείνωση της ανταγωνιστικής θέσης της χώρας. Αυτό, όμως, δε σημαίνει σε καμία περίπτωση ότι θα πρέπει να γίνονται δεκτές περιπτώσεις παραβίασης των διεθνώς αναγνωρισμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

- Η Ε.Κ.Ε είναι ένα θέμα που αφορά τις ίδιες τις επιχειρήσεις και που διαμορφώνεται δυναμικά από την αλληλεπίδραση ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Πρέπει να αναγνωριστεί εμπράκτως η στενή αλληλεξάρτηση της επιχείρησης και της κοινωνίας και να υπάρξει απεμπλοκή από την αναζήτηση του βραχυπρόθεσμου κέρδους και περισσότερη ευαισθησία στις αρχές, στις ανάγκες και στις προσδοκίες όλων όσων επηρεάζουν την επιχείρηση ή επηρεάζονται από αυτήν. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στην Γνώμη της Ο.Κ.Ε, «μια επιχείρηση η οποία κάνει επενδύσεις χρειάζεται ευνοϊκό και σταθερό πλαίσιο συνθηκών, δηλαδή νομική ασφάλεια και ειρήνη, συνεργασία μέσα στην επιχείρηση και οικονομικό κλίμα που προωθεί τις επενδύσεις. Δεν μπορεί να είναι αδιάφορη στην επιχείρηση η κοινωνία στην οποία δραστηριοποιείται. Κάθε επιχείρηση πρέπει να συνεκτιμά το κοινωνικό περιβάλλον στις οικονομικές της σκέψεις και αποφάσεις».
- Σε κάθε περίπτωση, η έννοια της Ε.Κ.Ε περιλαμβάνει ένα πολύπλοκο σύνολο θεμάτων, των οποίων η ιεράρχηση μπορεί να διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση, από κλάδο σε κλάδο ή και από περιοχή σε περιοχή. Επίσης, και ο τρόπος ελέγχου, εξωτερικός ή εσωτερικός, αποτελεί αντικείμενο επιλογής της κάθε επιχείρησης.
- Οι δημόσιες αρχές μπορούν να παίξουν ένα ρόλο στην ενθάρρυνση και διευκόλυνση των κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνων πρακτικών των επιχειρήσεων. Ιδιαίτερα στο κοινοτικό επίπεδο υπάρχουν ειδικότεροι λόγοι ενίσχυσης της Ε.Κ.Ε, καθώς αυτή μπορεί να χρησιμεύσει στην προώθηση κοινοτικών πολιτικών.
- Πρέπει να υπάρχουν και να καταστούν σαφή και συγκεκριμένα τα κριτήρια αξιολόγησης ή κατάταξης των επιχειρήσεων ως προς την Ε.Κ.Ε τους. Τα κριτήρια θα πρέπει να είναι κοινά αλλά και συγκρίσιμα, ανάλογα π.χ. με το μέγεθος, το αντικείμενο κλπ μιας επιχείρησης, γιατί διαφορετικά μπορεί να προκληθούν στρεβλώσεις του ανταγωνισμού και εν γένει της αγοράς
- Πρακτικά, η Ε.Κ.Ε σημαίνει μια νέα, σύγχρονη αντίληψη διοίκησης που επηρεάζει άμεσα και καθοριστικά τις βασικές εταιρικές αξίες και αρχές και επαγγέλλεται νέους τρόπους διαχείρισης των αλλαγών που συμβαίνουν στην

¹ Ως βασικές εργασιακές αρχές, έτσι όπως έχουν διατυπωθεί και πρόσφατα από τη Δ.Ο.Ε, αναφέρονται:

- οι συνδικαλιστικές ελευθερίες και οι συλλογικές διαπραγματεύσεις,
- η απαγόρευση της καταναγκαστικής και της υποχρεωτικής εργασίας,
- η αποτελεσματική κατάργηση των χειρίστων μορφών παιδικής εργασίας,
- η απαγόρευση των διακρίσεων στην απασχόληση και το επάγγελμα.

παγκόσμια κοινωνία με στόχο τη συμφιλίωση της οικονομικής ανάπτυξης και της κοινωνικής ευημερίας. Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων πρέπει να εντάσσεται σε μια συγκεκριμένη επιχειρηματική στρατηγική με βραχυπρόθεσμο ίσως κόστος αλλά μακροπρόθεσμο όφελος.

- Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν πρέπει να είναι πακέτο μερικών μέτρων και Καλών Πρακτικών (με μόνο κίνητρο την διαφήμιση) ή να είναι ένα απλό «εργαλείο» του σύγχρονου Marketing, αλλά να αποτελεί κουλτούρα, «ιδεολογία», ώστε να υπηρετείται διαχρονικά η Βιώσιμη Ανάπτυξη. Η “ποιότητα” της διαδρομής των Επιχειρήσεων προς την επίτευξη της κερδοφορίας, είναι καθοριστικός παράγων για την αειφορία και την διαχρονικότητα της επιχείρησης.
- Δεδομένου ότι η Ε.Κ.Ε αποτελεί διαδικασία μέσω της οποίας οι εταιρείες διαχειρίζονται τις σχέσεις τους με ευρύ φάσμα σημαντικών ενδιαφερόμενων μερών, οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν ουσιαστικά την άδεια λειτουργίας τους, η σημασία της για τις επιχειρήσεις γίνεται σαφής. Έτσι, θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως επένδυση κι όχι ως κόστος, όπως και η διαχείριση ποιότητας. Κατά συνέπεια πρέπει να επιδιώκεται μια προσέγγιση (οικονομική, εμπορική και κοινωνική) χωρίς αποκλεισμούς, με αποτέλεσμα μια μακροπρόθεσμη στρατηγική για την ελαχιστοποίηση των κινδύνων που συνδέονται με την αβεβαιότητα.
- Η εφαρμογή της Ε.Κ.Ε χρειάζεται τη δέσμευση των ανώτατων στελεχών, αλλά και ένα νεωτεριστικό τρόπο σκέψης και συνεπώς νέες δεξιότητες και μεγαλύτερη συμμετοχή των εργαζομένων και των εκπροσώπων τους σε ένα διάλογο διπλής κατεύθυνσης που μπορεί να αποτελέσει τη δομή για μόνιμη παροχή πληροφοριών και προσαρμογή. Για το σκοπό αυτό, κρίνεται απαραίτητη η κατάρτιση και επιμόρφωση όλων στην επιχείρηση.
- Οι εταιρείες θα πρέπει να επιδιώκουν την κοινωνική ευθύνη τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στην Ευρώπη, καθώς και σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού. Αν και η Ο.Κ.Ε της Ευρωπαϊκής Ένωσης αναγνωρίζει την ύπαρξη ευθύνης των επιχειρήσεων για τη συμπεριφορά των θυγατρικών τους εταιριών, δεν θεωρεί ότι τέτοια ευθύνη υπάρχει και για τους υπεργολάβους και τους προμηθευτές. Επιχειρηματολογώντας, επισημαίνει τις πρακτικές δυσκολίες που υπάρχουν για να επιβάλουν οι επιχειρήσεις τις δικές τους πρακτικές της Ε.Κ.Ε στους υπεργολάβους τους και τους προμηθευτές τους.

1.4.2 Οι διαστάσεις της Ε.Κ.Ε

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων διακρίνεται σε εσωτερική και εξωτερική. Η εσωτερική διάσταση αφορά δράσεις που αναπτύσσονται μέσα στην επιχείρηση και αφορούν τη διαχείριση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, την υγιεινή και ασφάλεια στην εργασία και τη διαχείριση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων. Η εξωτερική διάσταση αφορά δράσεις που επεκτείνονται πέρα από τα όρια της επιχείρησης, όπως στις τοπικές κοινότητες, στους επιχειρηματικούς εταίρους, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τις δημόσιες αρχές και τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς [1,3,19].

α) Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: η εσωτερική διάσταση

- *Διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού*

Σήμερα μία από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρείες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου εργατικού προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας, οικογένειας και ελεύθερου χρόνου, τη μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού, την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες, τον καταμερισμό των κερδών και τα συστήματα παροχής μεριδίων του μετοχικού κεφαλαίου, καθώς και τον προβληματισμό σχετικά με την απασχολησιμότητα και την εξασφάλιση της εργασίας. Έχει επίσης αποδειχθεί ότι όταν παρέχεται ασφαλές εργασιακό περιβάλλον που λαμβάνει σοβαρά υπόψη όλα τα παραπάνω, μειώνονται οι απουσίες εργαζομένων που σχετίζονται με ασθένεια ή τραυματισμό και αυξάνεται η αποδοτικότητα των υπαλλήλων.

Οι υπεύθυνες πρακτικές πρόσληψης, ιδιαίτερα με την εφαρμογή της αρχής των μη διακρίσεων, πιθανότατα θα διευκολύνουν να προσλαμβάνονται άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι, γυναίκες, μακροχρόνια άνεργοι και μειονεκτούντα άτομα. Τέτοιες πρακτικές είναι ουσιαστικής σημασίας για την επίτευξη των στόχων της ευρωπαϊκής στρατηγικής για την απασχόληση που αφορούν τη μείωση της ανεργίας, την αύξηση του ποσοστού απασχόλησης και την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού.

Σε σχέση με τη δια βίου μάθηση, οι εταιρείες θα διαδραματίσουν βασικό ρόλο σε διάφορα επίπεδα: α) θα συμβάλουν στον καλύτερο καθορισμό των αναγκών σε επαγγελματική κατάρτιση, μέσω της στενής συνεργασίας με τοπικούς φορείς που καταρτίζουν προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, β) θα υποστηρίξουν τη μετάβαση των νέων από το σχολείο στην εργασία, δημιουργώντας για παράδειγμα θέσεις μαθητείας, γ) θα προσδώσουν αξία στη μάθηση, ειδικότερα με την αναγνώριση προηγούμενων και εμπειρικών γνώσεων (Accreditation of Prior and Experiential Learning- APEL) και θα διαμορφώσουν ένα περιβάλλον όπου θα ενθαρρύνεται η δια βίου μάθηση για όλους τους υπαλλήλους, ιδιαίτερα εκείνους με τη λιγότερη μόρφωση, τις λιγότερες δεξιότητες και τους μεγαλύτερους σε ηλικία εργαζομένους.

Στο επίπεδο των συλλογικών εργασιακών σχέσεων οι κοινωνικοί εταίροι οφείλουν να δείχνουν αμοιβαία εμπιστοσύνη και υποχωρητικότητα για την επίτευξη της κοινωνικής συναίνεσης με την προώθηση του κοινωνικού διαλόγου. Τα εργατικά σωματεία θα πρέπει να ξεφύγουν από την κουλτούρα αντιπαράθεσης, αλλά και οι επιχειρήσεις να επιβραβεύσουν την άνοδο της παραγωγικότητας της εργασίας. Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας θα πρέπει να αναζητηθεί όχι σε μειώσεις αμοιβών, αλλά σε ποιοτικές ευελιξίες (εισαγωγή νέας τεχνολογίας, εξειδίκευση προσωπικού κλπ).

Άλλη πρακτική είναι η εθελοντική εργασία των υπαλλήλων για την κοινότητα σε ώρες εργασίας της επιχείρησης (corporate volunteering). Τέτοια προγράμματα βελτιώνουν το ηθικό των υπαλλήλων και βοηθούν στην ανάπτυξη ομαδικών και ατομικών δεξιοτήτων, ενώ παράλληλα γλιτώνουν την επιχείρηση από τέτοιες δαπάνες.

- *Υγεία και ασφάλεια στην εργασία*

Οι προσεγγίσεις του θέματος της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία παραδοσιακά έγκεινται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρείες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις επιδόσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας και ιδιαίτερα εκείνων που εργάζονται στους ίδιους τους χώρους των εν λόγω εταιρειών.

Οι εταιρείες, οι κυβερνήσεις και οι κλαδικές οργανώσεις εξετάζουν όλο και περισσότερο επιπλέον τρόπους για την προώθηση της υγείας και της ασφάλειας, χρησιμοποιώντας αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια κατά την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες εταιρείες και ως στοιχείο προώθησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Αυτά τα εθελοντικά συστήματα μπορούν να θεωρηθούν συμπληρωματικά προς τις δραστηριότητες νομοθεσίας και ελέγχου από τις δημόσιες αρχές, εφόσον και εκείνες αποσκοπούν στο να προωθήσουν μία παιδεία πρόληψης, δηλαδή υψηλότερα επίπεδα ασφάλειας και υγείας στην εργασία.

Καθώς αυξάνει η προσοχή που δίνεται στις επιδόσεις όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία αλλά και στα θετικά χαρακτηριστικά των προϊόντων και των υπηρεσιών, σημειώνεται επίσης αυξανόμενη ζήτηση τόσο για τη μέτρηση, την τεκμηρίωση και την ανακοίνωση αυτών των θετικών χαρακτηριστικών στο υλικό διαφημιστικής προώθησης. Τα κριτήρια που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια στην εργασία περιλαμβάνονται σε διάφορους βαθμούς στα υπάρχοντα συστήματα πιστοποίησης και επισήμανσης για τα προϊόντα και τον εξοπλισμό. Έχουν επίσης ξεκινήσει τα σχέδια πιστοποίησης των συστημάτων διαχείρισης και των εργολάβων, με ιδιαίτερη έμφαση στην υγεία και την ασφάλεια στην εργασία.

Επιπλέον, η τάση των εταιρειών και των οργανώσεων να περιλαμβάνουν κριτήρια που αφορούν την ασφάλεια και την υγεία στην εργασία στο σύστημα προμηθειών τους, υποστήριξε την ανάπτυξη γενικών συστημάτων προμήθειας, που βασίζονται σε ομοιόμορφες απαιτήσεις όσον αφορά τα συστήματα κατάρτισης ή διαχείρισης που εφαρμόζουν οι εργολάβοι στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία. Το γεγονός αυτό καθιστά δυνατή την «πιστοποίηση» ή την αρχική έγκριση των εργολάβων από ένα τρίτο μέρος, καθώς και την επίβλεψη της συνεχούς βελτίωσης του συστήματος.

Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει, τέλος, την εκπαίδευση, επιμόρφωση και συνεχή ενημέρωση των εργαζομένων περί θεμάτων υγιεινής και ασφάλειας.

- *Προσαρμογή στην αλλαγή*

Η ευρύτατα διαδεδομένη αναδιάρθρωση που συντελείται στην Ευρώπη προκαλεί την ανησυχία όλων των εργαζομένων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών, δεδομένου ότι το κλείσιμο ενός εργοστασίου ή οι σημαντικές περικοπές στο προσωπικό του ενδέχεται να επιφέρουν οικονομική, κοινωνική ή πολιτική κρίση σε μία κοινότητα. Λίγες εταιρείες δεν υποκύπτουν στην ανάγκη για αναδιάρθρωση, συχνά μέσω της μείωσης του προσωπικού, ενώ το 2000 ήταν το έτος με τις περισσότερες συγχωνεύσεις και εξαγορές από οποιοδήποτε άλλο στην ιστορία. Σύμφωνα με μια μελέτη, λιγότερο από μια στις τέσσερις δραστηριότητες αναδιάρθρωσης επιτυγχάνουν τους σκοπούς τους (μείωση του κόστους, αύξηση της παραγωγικότητας και βελτίωση της ποιότητας και της εξυπηρέτησης των

πελατών), εφόσον συχνά διεξάγονται με τρόπο που κλονίζει τα κίνητρα, την πίστη, τη δημιουργικότητα και την παραγωγικότητα των υπαλλήλων.

Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει ότι εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Στην πράξη, η διαδικασία συχνά είναι τόσο σημαντική όσο και η ουσία για την επιτυχία της αναδιάρθρωσης. Ειδικότερα, αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερομένων μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. Επιπλέον, η αναδιάρθρωση πρέπει να προετοιμαστεί καλά, με τον προσδιορισμό των σημαντικότερων κινδύνων, τον υπολογισμό του συνολικού κόστους, άμεσου και έμμεσου, που συνδέεται με εναλλακτικές στρατηγικές και πολιτικές, και τέλος, με την αξιολόγηση όλων των εναλλακτικών λύσεων που ενδεχομένως θα μειώσουν την ανάγκη για απολύσεις.

Η πείρα από τις κυριότερες αναδιρθρώσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ευρώπη στις βιομηχανίες του χάλυβα, του άνθρακα και των ναυπηγείων, έδειξε ότι η επιτυχημένη αναδιάρθρωση μπορεί να επιτευχθεί καλύτερα μέσω κοινών προσπαθειών, στις οποίες συμμετέχουν οι δημόσιες αρχές και οι εκπρόσωποι των εταιρειών και των εργαζομένων. Η διαδικασία αυτή επιδιώκει να διαφυλάξει τα δικαιώματα των εργαζομένων και να τους δώσει τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν, όταν αυτό χρειάζεται, πρόγραμμα επαγγελματικής κατάρτισης, να εκσυγχρονιστούν τα εργαλεία και οι διαδικασίες παραγωγής έτσι ώστε να αναπτυχθούν οι επιτόπιες δραστηριότητες, να κινητοποιηθεί δημόσια και ιδιωτική χρηματοδότηση και να οριστούν διαδικασίες για ενημέρωση, διάλογο, συνεργασία και συμπράξεις. Οι εταιρείες πρέπει να αναλάβουν το μερίδιο της ευθύνης που τους αναλογεί προκειμένου να εξασφαλίσουν την απασχολησιμότητα του προσωπικού τους.

Υποστηρίζοντας την τοπική ανάπτυξη και τις κατάλληλες στρατηγικές για την αγορά εργασίας μέσω της συμμετοχής σε τοπικές συμπράξεις απασχόλησης ή/ και κοινωνικής ένταξης, οι εταιρείες μπορούν να μειώσουν τον κοινωνικό και τοπικό αντίκτυπο των αναδιρθρώσεων μεγάλης κλίμακας.

- *Διαχείριση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και των φυσικών πόρων*

Γενικά, η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Ενδέχεται να ωφελήσει και τις επιχειρήσεις μειώνοντας τους λογαριασμούς κατανάλωσης ενέργειας και διάθεσης των αποβλήτων, καθώς και τις δαπάνες για τις πρώτες ύλες και για την απορρύπανση.

Στον περιβαλλοντικό τομέα, οι περιβαλλοντικές επενδύσεις αναφέρονται ως ευκαιρίες διπλού κέρδους - και για τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον. Αυτή η αρχή υπάρχει εδώ και αρκετά χρόνια και πολύ πρόσφατα αναγνωρίστηκε στο 6^ο Πρόγραμμα Δράσης της Επιτροπής για το περιβάλλον. Εξηγεί τον τρόπο με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση και οι κυβερνήσεις των κρατών μελών μπορούν να εκπληρώσουν το ρόλο τους για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να εντοπίσουν ευκαιρίες της αγοράς και να προχωρήσουν σε επενδύσεις διπλού κέρδους. Συγκεκριμένα, θεσπίστηκαν ορισμένα μέτρα με στόχο τις επιχειρήσεις: α) θέσπιση ενός προγράμματος στήριξης της συμμόρφωσης για να βοηθηθούν οι επιχειρήσεις να κατανοήσουν τις περιβαλλοντικές απαιτήσεις της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, β) ανάπτυξη εθνικών, αλλά εναρμονισμένων συστημάτων επιβράβευσης που εντοπίζουν

και επιβραβεύουν τις εταιρίες με καλές επιδόσεις και γ) ενθάρρυνση εθελοντικών δεσμεύσεων και συμφωνιών.

Ένα καλό παράδειγμα μιας προσέγγισης που επιτρέπει στις δημόσιες αρχές να εργαστούν με επιχειρήσεις είναι η Ολοκληρωμένη Πολιτική των Προϊόντων (ΟΠΠ). Η ΟΠΠ λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο των προϊόντων σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους και καλεί επιχειρήσεις και άλλους παράγοντες σε διάλογο για την εξεύρεση της προσέγγισης με την καλύτερη σχέση κόστους - αποτελέσματος. Στον περιβαλλοντικό τομέα, μπορεί να θεωρηθεί ως ένα ισχυρό πλαίσιο για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Μια άλλη προσέγγιση που διευκολύνει την Ε.Κ.Ε είναι το Κοινοτικό Σχήμα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Ελέγχου (EMAS). Ενθαρρύνει τις εταιρίες να δημιουργήσουν οικειοθελώς συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και ελέγχου που προωθούν συνεχώς βελτιώσεις σε περιβαλλοντικές επιδόσεις. Η περιβαλλοντική δήλωση είναι δημόσια και επικυρώνεται από διαπιστευμένους περιβαλλοντικούς επαληθευτές.

Οι επιχειρήσεις γνωρίζουν, τέλος, τις ευκαιρίες που συνδέονται με τη βελτιωμένες περιβαλλοντικές επιδόσεις και εργάζονται συστηματικά για να τις εκμεταλλευτούν.

β) Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: η εξωτερική διάσταση

- *Τοπικές κοινότητες*

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητες τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Για παράδειγμα, προσλαμβάνουν την πλειονότητα των υπαλλήλων τους από τις τοπικές αγορές εργασίας και συνεπώς έχουν άμεσο συμφέρον να είναι διαθέσιμες οι δεξιότητες που χρειάζονται επί τόπου. Ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συχνά αντλούν την πελατεία τους από την περιοχή όπου βρίσκονται. Η φήμη μιας εταιρείας στον τόπο εγκατάστασης της, η εικόνα της ως εργοδότη και ως παραγωγού αλλά και ως παράγοντα στην τοπική σκηνή, σίγουρα επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της.

Υπάρχει επίσης αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους - καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα ή δρόμοι χωρίς κίνηση. Μπορεί επίσης να υπάρχει σχέση μεταξύ του τοπικού φυσικού περιβάλλοντος και της ικανότητας των επιχειρήσεων να προσελκύουν εργαζομένους στην περιοχή στην οποία έχουν εγκατασταθεί. Από την άλλη, οι επιχειρήσεις μπορεί, ακόμα, να είναι υπεύθυνες για ορισμένες ρυπογόνες δραστηριότητες: θόρυβος, φως, μόλυνση των υδάτων, εκπομπές αερίων, ρύπανση του εδάφους και περιβαλλοντικά προβλήματα που συνδέονται με τις μεταφορές και τη διάθεση αποβλήτων. Οι εταιρίες που είναι οι πιο ευαισθητοποιημένες για το περιβάλλον συμμετέχουν συνεπώς με δύο τρόπους στην περιβαλλοντική εκπαίδευση της κοινότητας.

Επιπρόσθετα, πολλές εταιρείες συμμετέχουν στα κοινοτικά προβλήματα, ιδίως με την παροχή επιπλέον θέσεων επαγγελματικής κατάρτισης, την υποστήριξη

φιλανθρωπικών εκδηλώσεων για την προστασία του περιβάλλοντος, την πρόσληψη κοινωνικά αποκλεισμένων ατόμων, τη δημιουργία υποδομών παιδικής φύλαξης και μέριμνας για τους υπαλλήλους τους, τις συμπράξεις με τις κοινότητες, τη χρηματοδότηση τοπικών αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων ή με δωρεές σε φιλανθρωπικές δραστηριότητες.

Η ανάπτυξη θετικών σχέσεων με την τοπική κοινότητα και συνεπώς η συσσώρευση κοινωνικού κεφαλαίου σχετίζεται ιδιαίτερα με τις μη τοπικές εταιρίες. Οι πολυεθνικές εταιρίες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο αυτές τις σχέσεις για να υποστηρίξουν την ένταξη των θυγατρικών τους στις διάφορες αγορές στις οποίες είναι παρούσες. Η οικειότητα των εταιριών με τους τοπικούς φορείς, τις παραδόσεις και τα πλεονεκτήματα του τοπικού περιβάλλοντος αποτελεί κεφάλαιο από το οποίο μπορούν να ωφεληθούν.

- *Επιχειρηματικοί εταίροι, προμηθευτές, καταναλωτές και μέτοχοι*

Μέσα από τη στενή συνεργασία με επιχειρηματικούς εταίρους, οι εταιρίες μπορούν να μειώσουν την πολυπλοκότητα και τις δαπάνες και να αυξήσουν την ποιότητα. Μακροπρόθεσμα, η οικοδόμηση σχέσεων ενδέχεται να οδηγήσει σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες καθώς και ποιότητα και αξιόπιστη παράδοση ή εκτέλεση. Ωστόσο, όταν υιοθετούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές, όλες οι εταιρίες πρέπει να τηρούν τους σχετικούς κανόνες της κοινοτικής και της εθνικής νομοθεσίας περί ανταγωνισμού.

Οι μεγάλες εταιρίες είναι παράλληλα επιχειρηματικοί εταίροι των μικρότερων εταιριών, ως πελάτες, προμηθευτές, υπεργολάβοι ή ανταγωνιστές. Οι εταιρίες πρέπει να γνωρίζουν ότι οι κοινωνικές τους επιδόσεις μπορούν να επηρεαστούν ως αποτέλεσμα των πρακτικών των εταίρων και των προμηθευτών τους σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Το αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δεν θα περιοριστεί στην ίδια την εταιρία αλλά θα επηρεάσει και τους οικονομικούς εταίρους της. Αυτό συμβαίνει ιδίως στις μεγάλες εταιρίες που έχουν αναθέσει εξωτερικά ένα μέρος της παραγωγής ή των υπηρεσιών τους και συνεπώς ενδέχεται να έχουν αποκτήσει πρόσθετη Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη όσον αφορά τους προμηθευτές και το προσωπικό τους, λαμβάνοντας υπόψη ότι μερικές φορές η οικονομική ευημερία αυτών των προμηθευτών εξαρτάται κυρίως ή ολικώς από μια μεγάλη εταιρία.

Ορισμένες μεγάλες εταιρίες επιδεικνύουν Ε.Κ.Ε προωθώντας επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην περιοχή, στην οποία έχουν εγκατασταθεί. Παραδείγματα τέτοιων πρακτικών περιλαμβάνουν σχέδια καθοδήγησης και επίβλεψης που παρέχονται από τις μεγάλες εταιρίες στις νέες εταιρίες και τις τοπικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις ή παροχή βοήθειας σε μικρότερες εταιρίες για την υποβολή εκθέσεων κοινωνικού περιεχομένου και για τη διάδοση των δραστηριοτήτων τους που αφορούν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Οι επενδύσεις επιχειρηματικού κεφαλαίου αποτελούν έναν ακόμα τρόπο για να διευκολύνουν οι μεγάλες εταιρίες την ανάπτυξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων. Με τις επενδύσεις επιχειρηματικού κεφαλαίου, η μεγάλη επιχείρηση αποκτά ένα μικρό μερίδιο από μια πολλά υποσχόμενη νέα εταιρία και προωθεί την ανάπτυξή της. Αυτό το γεγονός προσφέρει διάφορα πλεονεκτήματα και στους δύο εταίρους, συμπεριλαμβάνοντας την καλύτερη κατανόηση των νεωτεριστικών εξελίξεων για τη μεγάλη εταιρία και την ευκολότερη πρόσβαση της μικρότερης εταιρίας στους χρηματοοικονομικούς πόρους και στην αγορά.

Ως μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης, ζητείται από τις εταιρείες να παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες που οι καταναλωτές χρειάζονται και επιθυμούν με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον. Οι εταιρείες που οικοδομούν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζοντας όλη την οργάνωση τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών και παρέχοντας τους ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες. Η εφαρμογή της αρχής του σχεδιασμού για όλους (δηλαδή ο σχεδιασμός των προϊόντων και των υπηρεσιών έτσι ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτών με μειονεξίες) είναι ένα σημαντικό παράδειγμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Η ευθύνη της επιχείρησης απέναντι στους μετόχους έγκειται αφενός στην προώθηση της διαφάνειας (π.χ. με υιοθέτηση αυστηρών λογιστικών προτύπων όπως τα Διεθνή), αφετέρου στην αποδοτικότητά της, που αντανακλάται σε μακροχρόνια βελτίωση της αξίας της μετοχής και στη διανομή μερισμάτων. Τόσο η Ε.Κ.Ε όσο και η εταιρική διακυβέρνηση διαφυλάσσουν την αξία της μετοχής.

- *Ανθρώπινα δικαιώματα*

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ενέχει έντονη διάσταση των δικαιωμάτων του ανθρώπου, ιδιαίτερα όσον αφορά τις διεθνείς δραστηριότητες και τις παγκόσμιες αλυσίδες εφοδιασμού. Τα ανθρώπινα δικαιώματα είναι ένα ιδιαίτερα πολύπλοκο θέμα, το οποίο θέτει πολιτικά, νομικά και ηθικά διλήμματα. Οι εταιρείες αντιμετωπίζουν προκλήσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται ερωτήματα σχετικά με τους τρόπους προσδιορισμού των τομέων ευθύνης τους σε αντιδιαστολή με εκείνους των κυβερνήσεων, σχετικά με την διασφάλιση ότι οι επιχειρηματικοί εταίροι τους συμμορφώνονται με τις βασικές αξίες τους και τους τρόπους προσέγγισης κρατών με ευρείες παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει την υποχρέωση, στο πλαίσιο της πολιτικής για τη συνεργασία, να εξασφαλίζει την τήρηση των κανόνων εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος και το σεβασμό των δικαιωμάτων του ανθρώπου. Αντιμετωπίζει επίσης την πρόκληση να εξασφαλίσει πλήρη συνοχή μεταξύ της αναπτυξιακής και της εμπορικής πολιτικής της καθώς και της στρατηγικής ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα στις αναπτυσσόμενες χώρες ιδίως μέσω της προώθησης των ευρωπαϊκών επενδύσεων.

Μια βασική αρχή που τέθηκε πρόσφατα στο Οικουμενικό Σύμφωνο είναι η καταπολέμηση της διαφθοράς και η αναγνώρισή του ως σημαντικού προβλήματος που πρέπει να αντιμετωπιστεί. Σοβαρές περιπτώσεις διαφθοράς, συμπεριλαμβάνοντας δωροδοκίες που οδηγούν σε τέτοια διαφθορά, μπορούν να θεωρηθούν ως λόγοι για τη διακοπή της συνεργασίας. Αυτή η συμπερίληψη της ρήτρας διαφθοράς στη συμφωνία στοχεύει όχι μόνο να δώσει ένα σαφές μήνυμα σε όσους λαμβάνουν βοήθεια, αλλά και να προωθήσει δραστηριότητες των ευρωπαίων επενδυτών και άλλων φορέων που χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη διαφάνεια.

Υστερα από αυξανόμενη πίεση των ΜΚΟ και των ομάδων των καταναλωτών, οι εταιρείες και οι κλάδοι υιοθετούν όλο και περισσότερο κώδικες συμπεριφοράς που καλύπτουν τις εργασιακές συνθήκες, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές πτυχές, ειδικότερα όσον αφορά τους υπεργολάβους και τους προμηθευτές τους. Αυτό συμβαίνει για διάφορους λόγους, ιδίως για να βελτιώσουν την εταιρική εικόνα τους και να μειώσουν τους κινδύνους αρνητικών αντιδράσεων από τους καταναλωτές. Ωστόσο, οι κώδικες συμπεριφοράς δεν αποτελούν

εναλλακτική λύση στους εθνικούς, κοινοτικούς και διεθνείς νόμους και δεσμευτικούς κανόνες: οι δεσμευτικοί κανόνες εξασφαλίζουν τα ελάχιστα πρότυπα που ισχύουν για όλους, ενώ οι κώδικες συμπεριφοράς και άλλες εθελοντικές πρωτοβουλίες μπορούν μόνον να τα συμπληρώσουν και να προωθήσουν υψηλότερα πρότυπα για όσους τα υιοθετούν.

Αναγνωρίζεται, επιπλέον, όλο και περισσότερο ότι ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων μιας εταιρίας στα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και στις τοπικές κοινότητες ξεπερνά το πεδίο των εργατικών δικαιωμάτων. Αυτό συμβαίνει για παράδειγμα σε επισφαλείς καταστάσεις όπου οι εταιρίες συνεργάζονται με κρατικές δυνάμεις ασφαλείας που έχουν βεβαρημένο ιστορικό στις παραβιάσεις των δικαιωμάτων του ανθρώπου.

Ενώ οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς μπορούν να συμβάλουν στην προώθηση διεθνών εργασιακών προτύπων, η αποτελεσματικότητά τους ωστόσο εξαρτάται από τη σωστή εφαρμογή και την επαλήθευσή τους. Οι κώδικες συμπεριφοράς, ενδέχεται, για παράδειγμα, να απευθύνονται σε υπεργολάβους που υποχρεούνται να πληρούν πολλά και διάφορα κριτήρια. Λόγου χάρη, ένας υπεργολάβος μπορεί να απασχολεί εργαζομένους για ορισμένες πολυεθνικές εταιρείες που επιβάλλουν διαφορετικούς κώδικες συμπεριφοράς όσον αφορά τους μισθούς, τις ώρες εργασίας και άλλες κοινωνικές συνθήκες. Οι κώδικες συμπεριφοράς πρέπει συνεπώς να βασίζονται στις θεμελιώδεις συμβάσεις της Δ.Ο.Ε, όπως αναφέρονται στη δήλωση για τις θεμελιώδεις αρχές και τα δικαιώματα στην εργασία και στις κατευθυντήριες γραμμές για τις πολυεθνικές εταιρείες του ΟΟΣΑ (βλ. Παράρτημα Α), με τη συμμετοχή των κοινωνικών εταίρων και των εταίρων στις αναπτυσσόμενες χώρες που καλύπτονται από αυτές τις συμβάσεις.

Οι κώδικες συμπεριφοράς πρέπει να εφαρμόζονται σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης και παραγωγής. Είναι σημαντική η πλήρης διαφάνεια της ενημέρωσης των τοπικών κοινοτήτων από τις εταιρείες, στο πλαίσιο ενός συνεχούς διαλόγου. Η εκπαίδευση των τοπικών διοικήσεων, των εργαζομένων και των κοινοτήτων σχετικά με την εφαρμογή του κώδικα είναι επίσης σημαντική. Επιπλέον, πρέπει να δοθεί έμφαση σε μία «εξελικτική προσέγγιση» - η οποία να τονίζει τις συνεχιζόμενες σταδιακές βελτιώσεις των προτύπων και του ίδιου του κώδικα. Στην περίπτωση της παιδικής εργασίας, οι εταιρείες δεν πρέπει μόνον να τηρούν τις διατάξεις των συμβάσεων της Δ.Ο.Ε, απορρίπτοντας τους εργολάβους που χρησιμοποιούν την παιδική εργασία, αλλά και π.χ. να συνδράμουν στην αντιμετώπιση της φτώχειας των παιδιών διευκολύνοντας την πρόσβασή τους στην εκπαίδευση.

Όσον αφορά τα δικαιώματα του ανθρώπου, είναι αναγκαίο να επαληθεύονται σε μόνιμη βάση τα συστήματα συμμόρφωσης με τους κώδικες και η εφαρμογή τους. Η επαλήθευση αυτή πρέπει να διαμορφωθεί και να διεξαχθεί σύμφωνα με προσεκτικά καθορισμένα πρότυπα και κανόνες που να ισχύουν για τις οργανώσεις και τα άτομα που αναλαμβάνουν τον επονομαζόμενο «κοινωνικό έλεγχο». Η εποπτεία, στην οποία πρέπει να συμμετέχουν οι ενδιαφερόμενοι παράγοντες, όπως οι δημόσιες αρχές, οι συνδικαλιστικές οργανώσεις και οι ΜΚΟ, είναι σημαντική προκειμένου να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία των κωδίκων συμπεριφοράς. Μια ισορροπία μεταξύ των εσωτερικών και των εξωτερικών συστημάτων επαλήθευσης θα μπορούσε να βελτιώσει τη σχέση κόστους αποτελέσματος, ειδικότερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Κατά συνέπεια, πρέπει να εξασφαλιστεί μεγαλύτερη διαφάνεια και βελτιωμένοι μηχανισμοί υποβολής εκθέσεων όσον αφορά τους κώδικες συμπεριφοράς.

- Παγκόσμιες περιβαλλοντικές ανησυχίες

Μέσω των διασυνωριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και της κατανάλωσης πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρείες διαδραματίζουν ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον. Συνεπώς, μπορούν να επιδιώξουν την Κοινωνική Ευθύνη τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στην Ευρώπη. Για παράδειγμα, μπορούν να ενθαρρύνουν την καλύτερη περιβαλλοντική επίδοση μέσω της αλυσίδας εφοδιασμού στο πλαίσιο της Ολοκληρωμένης Πολιτικής των Προϊόντων (ΟΠΠ) και να χρησιμοποιήσουν ευρύτερα τα ευρωπαϊκά και διεθνή εργαλεία που συνδέονται με τη διαχείριση και το προϊόν. Οι επενδύσεις και οι δραστηριότητες των εταιριών επιτόπου σε τρίτες χώρες μπορούν να έχουν άμεση επίδραση στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη σε αυτές τις χώρες.

Η συζήτηση για το ρόλο των εταιρειών για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης γίνεται όλο και πιο σημαντική στη διεθνή σκηνή. Το «Οικουμενικό Σύμφωνο», που αποβλέπει στη σύναψη εταιρικής σχέσης με τις επιχειρήσεις με σκοπό την επίτευξη παγκόσμιων κοινωνικών και περιβαλλοντικών βελτιώσεων και οι κατευθυντήριες γραμμές για τις πολυεθνικές εταιρείες του ΟΟΣΑ αποτελούν αξιολογες πρωτοβουλίες στην κατεύθυνση της αιεφόρου ανάπτυξης [1,3,19].

Στο σημείο αυτό, είναι καθοριστικός ο ρόλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στη διάδοση της βιώσιμης ανάπτυξης και κατ' επέκταση της Ε.Κ.Ε, η οποία μπορεί να δραστηριοποιηθεί κυρίως στα εξής [1]:

- Αύξηση των γνώσεων για το θετικό αντίκτυπο της Ε.Κ.Ε στις ίδιες τις επιχειρήσεις αλλά και τις κοινωνίες
- Ανάπτυξη της ανταλλαγής εμπειρίας και ορθών πρακτικών μεταξύ των επιχειρήσεων και των κρατών
- Ανάπτυξη των δεξιοτήτων διαχείρισης της Ε.Κ.Ε με ανταλλαγή ορθών πρακτικών ως προς την ενσωμάτωση των αρχών της Ε.Κ.Ε στη γενική εκπαίδευση και τη διοίκηση των επιχειρήσεων
- Προώθηση της Ε.Κ.Ε στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητά τους και την ανάγκη ειδικής προσέγγισης (βλ. ενότητα 1.6)
- Υποστήριξη της σύγκλισης και της διαφάνειας των πρακτικών και εργαλείων της Ε.Κ.Ε (βλ. ενότητα 2.1)
- Ενσωμάτωση της Ε.Κ.Ε στις κοινοτικές πολιτικές και δημιουργία μιας διυπηρεσιακής ομάδας για την Ε.Κ.Ε εντός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που θα εξασφαλίζει τη συνέπεια των ενεργειών της στον τομέα της Ε.Κ.Ε.

1.4.3 Η Ε.Κ.Ε ανά τομέα

α) Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, σε κάθε περίπτωση, αφορά τόσο τις ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και τις δημόσιες κάθε μορφής, οι οποίες όχι μόνο δεν απαλλάσσονται εξαιτίας του δημόσιου χαρακτήρα τους να λειτουργούν ως υπεύθυνοι κοινωνικά και περιβαλλοντικά φορείς επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά,

αντίθετα, εξαιτίας και του κοινωφελούς σκοπού τους επιβάλλεται να αποτελέσουν πρότυπα καλής πρακτικής στον τομέα αυτό [1,19].

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 τη δράση και την αποτελεσματικότητα τους σε τρία επίπεδα: οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Ωστόσο, προκειμένου να πετύχουν την ολοκληρωμένη τεκμηρίωση των ετήσιων αναφορών, οι δημόσιες υπηρεσίες θα πρέπει να αναπτύξουν ολοκληρωμένους μηχανισμούς σχεδιασμού, εφαρμογής και παρακολούθησης της Ε.Κ.Ε, προκειμένου να εφαρμοστεί ολοκληρωμένα και στο σύνολο του οργανισμού. Αντίστοιχα, κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή τους σε δίκτυα για την Ε.Κ.Ε, από όπου θα μπορούν να αντλήσουν εμπειρία και καλές πρακτικές από τον πιο ευέλικτο ιδιωτικό τομέα. Ιδιαίτερα σημαντική για την αποτελεσματική εφαρμογή της Ε.Κ.Ε σε αυτές, εξαιτίας του μεγέθους και της διασποράς τους, κρίνεται και η εφαρμογή διεθνών προτύπων για την Ε.Κ.Ε και το περιβάλλον.

Οι δημόσιες υπηρεσίες σε κάθε χώρα αναπτύσσουν δραστηριότητες σε όλη την επικράτεια και συναλλάσσονται με το σύνολο του πληθυσμού γεγονός που τους καθιστά σημαντικούς φορείς άσκησης κοινωνικής πολιτικής τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Το Δημόσιο και ο ευρύτερος δημόσιος τομέας είναι και ο κύριος χρήστης αλλά και διαχειριστής φυσικών πόρων που αντίστοιχα συνεπάγεται και μεγάλες περιβαλλοντικές ευθύνες. Τέλος, τόσο εξαιτίας της διασποράς τους σε όλη την χώρα όσο και εξαιτίας της μαζικότητας της παραγωγής (αγαθών και υπηρεσιών), πρέπει να πρωτοστατήσουν στην εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. Σύμφωνα με τις νέες οδηγίες που υιοθέτησε το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο στις 2 Ιουλίου 2003, ο δημόσιος τομέας, οι δημόσιοι οργανισμοί και η τοπική αυτοδιοίκηση μπορούν να θέτουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια στις δημόσιες προκηρύξεις.

β) Βιομηχανία

Η βιομηχανία είναι ο τομέας της επιχειρηματικής δραστηριότητας που απασχολεί ανά μονάδα το μεγαλύτερο πλήθος εργαζομένων και εξαιτίας αυτού συνδέεται περισσότερο με την τοπική κοινωνία ως φορέας απασχόλησης, ενώ ταυτόχρονα η δράση της εξαρτάται περισσότερο και από το φυσικό περιβάλλον (χρήση πρώτων υλών στην παραγωγή, μεγάλη κατανάλωση ενέργειας κλπ.). Κατά συνέπεια, είναι ο τομέας που εκτίθεται περισσότερο και ευκολότερα από οποιονδήποτε άλλο σε κριτική για επιμέρους θέματα που σχετίζονται με την Ε.Κ.Ε.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, ίσως, διαπιστώνεται ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει στη βιομηχανία και τη μεγαλύτερη παράδοση, όπως επίσης και πρακτικές εφαρμογές σε επιμέρους τομείς της Ε.Κ.Ε, που καλύπτουν κατά περίπτωση τόσο το εσωτερικό περιβάλλον (εργαζόμενους), όσο και το εξωτερικό περιβάλλον (πελάτες, τοπική κοινωνία) και το φυσικό περιβάλλον.

Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων και στο βιομηχανικό τομέα αποτελείται από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες θα πρέπει να υποστηριχθούν ενεργά για να ενσωματώσουν τις αρχές της Ε.Κ.Ε και να αξιοποιήσουν θετικά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που αυτή συνεπάγεται σε μεσο-μακροπρόθεσμο επίπεδο (βλ. ενότητα 1.6).

γ) Αγροτικός, Κτηνοτροφικός και Αλιευτικός τομέας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά μόνο την παραγωγή των πρώτων υλών και τη βιομηχανία, όπου οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις είναι εμφανώς διακριτές, αλλά και δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα (αγροτικός, κτηνοτροφικός και αλιευτικός τομέας) από όπου προέρχεται ένα μεγάλο ποσοστό των προϊόντων που καταναλώνουν οι κοινωνίες. Οι τομείς αυτοί δεν θεωρούνται ότι έχουν σημαντικές κοινωνικές ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις, γιατί δεν μπορούν να ελεγχθούν οι επιπτώσεις τους, κυρίως οι περιβαλλοντικές, λόγω της ιδιομορφίας των κλάδων (πολλοί μικροί παραγωγοί που δραστηριοποιούνται κυρίως μέσω συνεταιρισμών χωρίς στιβαρή διοικητική υποδομή). Ωστόσο παρουσιάζουν τις χαμηλότερες επιδόσεις σε εργατικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα.

Πιο συγκεκριμένα, η αγροτική δραστηριότητα θεωρείται ότι έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στο περιβάλλον από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα. Συμβάλλει στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, και με την αλόγιστη χρήση χημικών και εντομοκτόνων μολύνει τους υδατικούς πόρους. Η Ευρωπαϊκή Ένωση απέσυρε πρόσφατα πάνω από 100 τύπους εντομοκτόνων που κρίθηκαν ιδιαίτερα επικίνδυνα για τη δημόσια υγεία. Επίσης, κατηγορείται για αλόγιστη χρήση μη ανανεώσιμων πρώτων υλών προκειμένου να πετύχει παραγωγή εσοδειών με μεγάλη παραγωγικότητα και θρεπτική αξία, αδιαφορώντας πολλές φορές για τις παρενέργειες στην ευφορία της γης, την ποιότητα του νερού και του αέρα και τη βιοποικιλότητα. Ακόμα, συσχετίζεται με τη χρήση βιολογικά μεταλλαγμένων ουσιών, η οποία απασχολεί τη διεθνή κοινότητα. Η χρήση τέτοιων ουσιών σε όσες περιπτώσεις έχει χρησιμοποιηθεί στην παραγωγή, έχει επιφέρει αμφιλεγόμενης ποιότητας αποτελέσματα.

Παρόμοια ισχύουν και για την κτηνοτροφία. Η μνήμη της κοινής γνώμης είναι ακόμη νωπή όσον αφορά στο θέμα των τρελών αγελάδων, όπου θέτει προβληματισμούς σχετικά με τη χρήση χημικών στη ζωική παραγωγή και τη διαχείριση αποβλήτων τόσο από τη ζωική παραγωγή όσο και από τη μεταποίηση δέρματος και κρέατος.

Στην αλιεία, τα θέματα είναι εξίσου σοβαρά. Σύμφωνα με έρευνα του Οργανισμού Γεωργίας και Αλιείας των Ηνωμένων Εθνών, 48% των θαλασσών υφίστανται πλήρη εκμετάλλευση, 16% υπεραλιεύονται και 9% έχουν εξαντληθεί δημιουργώντας μεγάλα προβλήματα στα θαλάσσια οικοσυστήματα αλλά και τις παραλιακές κοινότητες που στηρίζονται στην αλιεία. Οι ιχθυοκαλλιέργειες δεν μπορούν να αντικαταστήσουν εύκολα την αλιεία, που αποτελεί τον τελευταίο και σπουδαιότερο τομέα παραγωγής πρώτων υλών.

Χαρακτηριστικό και των τριών κλάδων που προαναφέρθηκαν είναι ότι στη συνείδηση του πολίτη, φαίνονται να λειτουργούν σε αρμονία με το περιβάλλον, σε αντίθεση με τη βιομηχανία όπου τα αποτελέσματα είναι πιο άμεσα και διακριτά.

Ήδη αρκετές οργανώσεις και ιδρύματα έχουν ασχοληθεί με πρωτοβουλίες αιεφόρου ανάπτυξης στους συγκεκριμένους κλάδους και πιλοτικές εφαρμογές με πρωτοποριακές τεχνικές παραγωγής που έχουν υιοθετηθεί από ένα μέρος των παραγωγών, αλλά σίγουρα όχι στην επιθυμητή έκταση. Ήδη έχουν καταρτιστεί πρότυπα (industry-specific standards) που διασφαλίζουν τις διεργασίες για την κοινωνικά υπεύθυνη γεωργία και αλιεία, που αν υιοθετηθούν στο σύνολο τους, μπορούν να αποτελέσουν ιδανική βάση για τη δημιουργία μηχανισμών αυτοελέγχου των επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η ανάπτυξη κουλτούρας στους κλάδους αυτούς που να συνδέει τη μεσο-μακροπρόθεσμη ανάπτυξη με την εφαρμογή πρακτικών

Ε.Κ.Ε. Αντίστοιχα, τρεις πρέπει να είναι οι άξονες στους οποίους θα πρέπει να στηριχτεί οποιαδήποτε εφαρμογή: προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, βελτίωση συνθηκών εργασίας, ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας. Στους συνεταιρισμούς, ειδικότερα, θα μπορούσαν να προστεθούν και δράσεις που αφορούν την προστασία των υδάτινων πόρων και τη μείωση χρήσης των χημικών.

δ) Εμπόριο και υπηρεσίες

Ο τριτογενής τομέας της οικονομίας έχει γνωρίσει ραγδαία αύξηση τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως, αλλά και στην Ελλάδα, καθώς η ανάπτυξη του είναι χαρακτηριστικό των αναπτυγμένων χωρών. Από τους κλάδους αυτούς προέρχονται πολλές από τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν οι πολίτες στην καθημερινή τους ζωή (μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, κλπ). Η προσέγγιση της Ε.Κ.Ε σε καθέναν από τους κλάδους του εμπορίου και υπηρεσιών έχει και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ωστόσο, στο παρακάτω κείμενο, επιχειρείται η ομαδοποίηση των επιχειρησιακών δράσεων που αποτελούν βασικές αρχές για τη δημιουργία ενός πλαισίου Ε.Κ.Ε.

Η Ε.Κ.Ε στους προαναφερόμενους κλάδους, δε σχετίζεται με άμεσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την παραγωγή, αλλά κυρίως με δράσεις κοινωνικής και εργασιακής φύσεως. Και σε αυτή την περίπτωση, οι δράσεις που αφορούν την αειφόρο ανάπτυξη στο εμπόριο και τις υπηρεσίες, προέρχονται από πολυεθνικές εταιρίες που έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν και να αναλάβουν δράση προς κοινωνικά υπεύθυνες κατευθύνσεις.

Πιο συγκεκριμένα, στο εμπόριο, η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι το σημαντικότερο μέτρο προς αυτή την κατεύθυνση. Είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης οικονομίας η μετακίνηση της βιομηχανικής παραγωγής σε χώρες όπου το εργατικό κόστος είναι φθινό και η διοικητική υποδομή χαλαρή (σε αντίθεση με το υψηλό εργατικό κόστος και την αυστηρή και άκαμπτη νομοθεσία των αναπτυγμένων χωρών), γεγονός που οδηγεί σε φαινόμενα καταστρατήγησης, σε αρκετές περιπτώσεις, βασικών εργατικών δικαιωμάτων και περιβαλλοντικών κανονισμών.

Οι έμποροι θα μπορούσαν να θέσουν προδιαγραφές εναρμονισμένες με τις αρχές της Ε.Κ.Ε, αλλά το παγκοσμιοποιημένο διεθνές εμπόριο δεν μπορεί εύκολα να ελεγχθεί (τριγωνικό εμπόριο, κλπ). Άλλωστε, ποιος έμπορος ή καταναλωτής μπορεί να αντισταθεί σε ένα ελκυστικό προϊόν με ιδιαίτερα χαμηλή τιμή;

Σε αυτό το σημείο, είναι επιβεβλημένη η οργανωμένη δράση των καταναλωτικών οργανώσεων. Η κοινωνικά υπεύθυνη κατανάλωση είναι ένας θεσμός ιδιαίτερα ανεπτυγμένος στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και στις ΗΠΑ, και μόνο τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται στην Ελλάδα. Ο θεσμός αυτός αποτελεί ισχυρό μέσο πίεσης στις εταιρίες, προκειμένου να εναρμονίσουν τη δράση τους με την κοινωνική ευημερία και αποτελεί και τον ισχυρότερο κριτή των δράσεων Ε.Κ.Ε που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις.

Οι υπηρεσίες έχουν αποτελέσει αντικείμενο ιδιαίτερης μελέτης των οργανισμών που πραγματεύονται θέματα Ε.Κ.Ε, όπως π.χ τα ταχυδρομεία, οι τηλεπικοινωνίες και τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Κοινή διαπίστωση στις μελέτες αυτές είναι ότι η Ε.Κ.Ε έχει αρχίσει να αποτελεί σημαντική παράμετρο σχεδιασμού στρατηγικής και μοντέλων διοίκησης, αλλά η εφαρμογή της είναι αποσπασματική και ευκαιριακή. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι δράσεις σχετικές με την Ε.Κ.Ε περιλαμβάνουν δράσεις εργασιακού και κοινωνικού περιεχομένου, καθώς και έντονη χορηγική δραστηριότητα που έχει όμως περισσότερο τα χαρακτηριστικά διαφημιστικής εκστρατείας.

Ειδικότερα, η δράση των Τραπεζών στο επίπεδο της Ε.Κ.Ε κινείται στην ανάπτυξη πρωτοβουλιών σε εθελοντική βάση με έντονα κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική διάσταση. Πολλές, μάλιστα, από αυτές τις πρακτικές που αφορούν τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους, με τον καιρό γενικεύονται και αποτυπώνονται στις συλλογικές συμβάσεις εργασίας. Γενικά, οι Τράπεζες, σε ολοένα και μεγαλύτερο βαθμό, υιοθετούν την άποψη ότι η βιώσιμη ανάπτυξη δεν είναι εφικτή εάν περιορίζεται σε επιχειρησιακό επίπεδο. Για την υγιή και μακροπρόθεσμη ανάπτυξή τους απαιτείται η ενσωμάτωση στη δραστηριότητά τους του οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου αυτής, γεγονός που αποτελεί ήδη στόχο του τραπεζικού συστήματος. [1,19]

1.5 Οφέλη από την εφαρμογή Ε.Κ.Ε

Η αρχή προς την υιοθέτηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για κάθε επιχείρηση μπορεί να είναι δύσκολη, αφού πολλές εταιρείες προσπαθούν σκληρά να δικαιολογήσουν και να μεταφράσουν τη διαχείριση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών θεμάτων από την άποψη του απτού (μετρήσιμου) επιχειρησιακού οφέλους. Όμως, η Ε.Κ.Ε πρέπει να θεωρηθεί ένα «ταξίδι» κι όχι ένας «προορισμός», που όσο πιο απαιτητικές γίνονται οι κοινωνικές προσδοκίες από τις επιχειρήσεις, τόσο συντομότερα οι επιχειρήσεις θα βελτιώνουν την απόδοσή τους και θα πετυχαίνουν την πλήρη εναρμόνισή τους με αυτές.

Πάντως οι δράσεις της Ε.Κ.Ε προσαρμόζονται εύκολα στα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά κάθε επιχείρησης (μέγεθος, είδος, δραστηριότητα), καθώς και σε συγκεκριμένες τοπικές συνθήκες. Αυτή ακριβώς η ευελιξία καθιστά την Ε.Κ.Ε ρεαλιστική, διατηρήσιμη και αποτελεσματική. Τα οφέλη που καρπώνονται οι ίδιες οι επιχειρήσεις είναι πολλά και πολύ σημαντικά, αλλά παράλληλα ωφελούνται και η κοινωνία και το περιβάλλον. Αυτά περιγράφονται συνοπτικά στη συνέχεια [2, 19,22-32].

α) Οφέλη για τις επιχειρήσεις

- Βελτιωμένη οικονομική απόδοση και κερδοφορία

Η υιοθέτηση δράσεων Ε.Κ.Ε και βιώσιμης ανάπτυξης μπορεί να αποφέρει σημαντικά έσοδα για την επιχείρηση και να βελτιώσει την απόδοσή της. Πρωτοβουλίες που αφορούν τη μείωση των εξόδων (λειτουργικών, πάγιων και χρηματοδοτικών) ή την αύξηση της παραγωγικότητας των πόρων, όπως π.χ η μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού, η καλύτερη διαχείριση των αποβλήτων, η ύπαρξη καλού εργασιακού περιβάλλοντος και η προσφορά παροχών ικανοποίησης των εργαζομένων και η αποδοτικότερη διαχείριση των κινδύνων, όχι μόνο μπορεί να ελαττώσουν τις δαπάνες αλλά μπορεί να οδηγήσουν στον προσδιορισμό νέων ευκαιριών αγοράς και να προσελκύσουν νέους επενδυτές, εργαζόμενους, καταναλωτές και γενικά την κοινή γνώμη. Υπάρχουν διάφορες μελέτες που έχουν εξετάσει τη σχέση Ε.Κ.Ε και εταιρικής οικονομικής απόδοσης και οι περισσότερες αποδεικνύουν τη θετική συσχέτιση.

Σε μια έρευνα του 2003², για το 79% των οικονομικών διευθυντών, η διαχείριση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων έχει θετική επίδραση στην αγοραστική αξία της εταιρείας μακροπρόθεσμα. Το 78% των ανώτερων επιχειρησιακών ηγετών σε ολόκληρη την Ευρώπη θεωρούν ότι μόνο με πλήρη ενσωμάτωση υπεύθυνης επιχειρησιακής πρακτικής οι επιχειρήσεις θα είναι περισσότερο ανταγωνιστικές³ και σχεδόν 70% των διευθυντών πιστεύουν ότι η Ε.Κ.Ε είναι απαραίτητη για κερδοφορία. Ακόμα και στο σύγχρονο οικονομικό κλίμα, θα παραμείνει υψηλή προτεραιότητα για το 60% των διευθυντών διεθνώς⁴.

Ακόμα, το London Business School, από 80 μελέτες για την Ε.Κ.Ε που έχει εξετάσει, οι 42 έδειξαν θετική επίδραση μεταξύ Ε.Κ.Ε και οικονομικής επίδοσης, οι 19 δεν έδειξαν κάποια σχέση, οι 15 έδειξαν μεικτά αποτελέσματα και μόνο οι 4 έδειξαν αρνητική επίδραση (Smith, 2001). Παρόμοια επιβεβαίωση έκανε και το Πανεπιστήμιο Harvard, το οποίο βρήκε ότι επιχειρήσεις που ασχολούνται με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους έχουν τέσσερις φορές μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης από εκείνες που είναι επικεντρωμένες μόνο στους μετόχους τους.

- Χαμηλότερα λειτουργικά έξοδα

Αντίθετα από ό,τι ευρέως πιστεύεται, η βελτίωση των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης δεν συνεπάγεται αυτόματα και μεγαλύτερο κόστος. Με το πέρασμα του χρόνου, η καλύτερη λειτουργική απόδοση που επιτυγχάνεται αποσβένει το αρχικό κόστος και αποφέρει όχι μόνο οικονομικά οφέλη, αλλά και περιβαλλοντικά και κοινωνικά. Τέτοιες προσπάθειες ή ενέργειες αποτελούν: η μείωση κατανάλωσης νερού, ενέργειας, υλικών, η ελαχιστοποίηση εκπομπών και αποβλήτων και η ανακύκλωση πρώτων υλών. Επίσης, στον τομέα του ανθρώπινου δυναμικού, οι καλές, ευέλικτες και ασφαλείς εργασιακές συνθήκες που μειώνουν τις απουσίες και τα ατυχήματα των εργαζομένων και διατηρούν την ενεργητικότητά τους, όχι μόνο εξοικονομούν χρήματα αλλά και παράγουν έσοδα από την αυξημένη παραγωγικότητα και τη μείωση των προσλήψεων και εκπαιδεύσεων.

- Βελτιωμένη εταιρική εικόνα και φήμη μέσω ενός κοινωνικά υπεύθυνου προφίλ

Η εταιρική εικόνα και φήμη για μια επιχείρηση κάθε μεγέθους είναι καθοριστική, γιατί αυτή μπορεί να προσελκύσει ή να απωθήσει πελάτες, εργαζομένους και επενδυτές. Συνήθως, όσο αρκετά δύσκολο είναι να χτιστεί αφού χρειάζεται χρόνο και ειλικρινείς προσπάθειες και πρακτικές από την εταιρεία, τόσο εύκολο και γρήγορο είναι να καταστραφεί. Μια επιχείρηση, η οποία καταδεικνύει γνήσια διαφάνεια, κατάλληλη ηθική συμπεριφορά και αληθινή δέσμευση προς όλους τους συμμετόχους, όχι μόνο αποκτά άδεια λειτουργίας (social license to operate),

² CSR Europe, Deloitte & Euronext (2003) Investing in Responsible Business: The 2003 survey of European fund managers, financial analysts and investor relations officers, CSR Europe & Deloitte.

³ Business in the Community (2002) FastForward Research (among European business leaders), BITC/NOP.

⁴ PWC (2002) 5th Annual Global CEO survey: Uncertain Times, Abundant Opportunities. PWC & World Economic Forum.

αλλά και την εμπιστοσύνη όλων με ό,τι περαιτέρω οφέλη συνεπάγεται αυτό. Η Ε.Κ.Ε, με διάφορα εργαλεία και μεθόδους, μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να διαχειριστούν και να επηρεάσουν τις συμπεριφορές και απόψεις των συμμετόχων τους με το να γίνουν πιο αποδοτικές στον τρόπο που χειρίζονται τις επικοινωνιακές πρακτικές και το marketing και να αξιοποιήσουν τα διάφορα μηνύματα.

Προς απόδειξη της σημασίας της εταιρικής φήμης και εικόνας, μια έρευνα⁵ που έγινε σε καταναλωτές αποδεικνύει ότι ο δεύτερος πιο σημαντικός παράγοντας επιρροής του κοινού σε σχέση με μια επιχείρηση είναι η εταιρική φήμη/ ποιότητα (40%) με πρώτο παράγοντα την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης (49%). Σε άλλη έρευνα⁶, 86% των καταναλωτών έχουν περισσότερο θετική άποψη για μια εταιρεία που φαίνεται να κάνει κάτι καλό για τον κόσμο, ενώ η ευθύνη και ευαισθησία που δείχνει μια επιχείρηση απέναντι στην κοινωνία, το περιβάλλον και τα εργασιακά ζητήματα αποδεικνύεται για το κοινό 20 χωρών ως πιο σημαντικό από την οικονομική συνεισφορά της⁷.

- Καλύτερη διαχείριση κινδύνων και ασφάλεια προϊόντων

Η διαχείριση κινδύνων είναι ένα σημαντικό κομμάτι για μια επιχείρηση οποιουδήποτε μεγέθους. Η έννοια της είναι ευρεία και εκτός από τις οικονομικές επιδράσεις μπορεί να επηρεάσει τη φήμη της εταιρείας, την πρόσβαση στο κεφάλαιο και τον αντίκτυπο στον κοινωνικό περίγυρο. Ο διάλογος με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και η διαφάνεια μπορεί ωστόσο να βοηθήσει τις εταιρείες να περιορίσουν τους κινδύνους μέσω ανάπτυξης καλών σχέσεων με την ευρύτερη κοινωνία και καλύτερης διαχείρισης και κατανόησης κοινωνικών τάσεων και προσδοκιών. Η Ε.Κ.Ε γενικά προσφέρει πιο αποδοτική διαχείριση κινδύνων βοηθώντας τις επιχειρήσεις να μειώσουν τις αναπόφευκτες απώλειες, να αναγνωρίσουν τα νέα αναδυόμενα προβλήματα και να χρησιμοποιήσουν την ηγετική τους θέση για να αποκομίσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που θα προκύψει από τις πιέσεις για νέες νομοθετικές ρυθμίσεις. Μάλιστα, 86% των θεσμικών επενδυτών⁸ σε ολόκληρη την Ευρώπη θεωρούν ότι η διαχείριση κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων θα ασκήσει σημαντικά θετική επίδραση μακροπρόθεσμα στην αξία μιας επιχείρησης. Από την άλλη, μια πρόσφατη έρευνα⁹ δείχνει ότι παρόλο που πολλές εταιρείες καταλαβαίνουν τη σχέση φήμης και βιωσιμότητας, λιγότερο από το ένα τρίτο των ανταποκριθέντων ενσωματώνουν τους κινδύνους ή τις ευκαιρίες τις σχετικές με τη βιώσιμη ανάπτυξη στη διαδικασία αξιολόγησης εσωτερικών κινδύνων ή επιχειρηματικών στρατηγικών.

- Εκμάθηση και καινοτομία

Οι πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις είναι αυτές που είναι και οι πιο καινοτόμες. Μια εταιρεία που τακτικά σχεδιάζει, βελτιώνει και παραδίδει νέα και βελτιωμένα

⁵ 2001 Environics International CSR Monitor survey

⁶ Business in the Community, The Ultimate Win Win Win (1999) supported by Research International

⁷ Global CSR Monitor (20 countries), Environics, 2001

⁸ Taylor Nelson (2001) The European Survey on SRI and the Financial Community (έγινε σε 302 οικονομικούς αναλυτές και διευθυντές σε όλη την Ευρώπη)

⁹ PWC (2002) 2002 Sustainability Survey Report. PWC.

προϊόντα και υπηρεσίες είναι αυτή που πιθανότατα θα αναπτυχθεί. Η καινοτομία δεν είναι όμως μόνο μια εξωτερική ανησυχία. Η δημιουργική και πολύπλευρη σκέψη μπορεί να επηρεάσει και τις εσωτερικές λειτουργίες και πρακτικές της επιχείρησης, αυτής ειδικά που είναι ανοιχτή σε νέες ιδέες και απόψεις. Η δέσμευση και ο διάλογος με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να δημιουργήσει προοπτικές εξέλιξης και καινοτομίας. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ευνοούνται περισσότερο, γιατί έχουν πιο ευέλικτες δομές και λιγότερο γραφειοκρατικές διαδικασίες από τις μεγάλες.

Πρόσφατα στοιχεία αποδεικνύουν ότι επιχειρήσεις που «αγκαλιάζουν» την Ε.Κ.Ε υποκινούν τη δημιουργικότητα και την εκμάθηση. Το 80% των ηγετών ευρωπαϊκών επιχειρήσεων πιστεύουν ότι η υπεύθυνη επιχειρησιακή πρακτική επιτρέπει στις εταιρείες να ενδυναμώσουν τη δημιουργικότητα και να εμβαθύνουν πάνω στις απαιτήσεις της αγοράς¹⁰. Επιπλέον, πάνω από τους 4 στους 5 εργαζόμενους και διευθυντές μαζί, υποστηρίζουν ότι οι υπεύθυνες επιχειρήσεις είναι και πιο δημιουργικές¹¹. Γενικά, η Ε.Κ.Ε ενθαρρύνει την εκμάθηση και την καινοτομία στις επιχειρήσεις βοηθώντας αυτές να προσδιορίσουν τις νέες ευκαιρίες αγοράς, να εφαρμόσουν πιο αποδοτικές επιχειρηματικές διαδικασίες και να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

- Αυξανόμενες πωλήσεις και εμπιστοσύνη πελατών

Είναι γεγονός ότι οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο απαιτητικοί, επιλεκτικοί και ευαίσθητοι όσον αφορά το ιστορικό της επιχείρησης πάνω στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Έρευνες μαρτυρούν ότι οι καταναλωτές θέλουν όχι μόνο καλά και ασφαλή προϊόντα, αλλά και να ξέρουν ότι αυτά παράγονται με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο. Αυτό φαίνεται και από ότι όταν η τιμή και η ποιότητα είναι ίδιες, οι καταναλωτές θα επιλέξουν προϊόντα ή υπηρεσίες εταιρειών όπου η Κοινωνική Ευθύνη υπερτερεί των άλλων.

Ωστόσο, η προσέλκυση και διατήρηση πελατών δεν είναι εύκολη ούτε μπορεί να θεωρηθεί δεδομένη. Είναι μια συνεχής διεργασία που μπορεί να αποφέρει μελλοντικά έσοδα στην επιχείρηση και να της προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η εμπιστοσύνη των πελατών είναι πολύ σημαντική για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η φήμη της επιχείρησης είναι θεμελιώδης στην προσέλκυση νέων πελατών και αντίστροφα, η αυξανόμενη εισροή πελατών επεκτείνει τη φήμη της. Μια μελέτη καταναλωτών στην Αμερική (Cone Corporate Citizenship Study, 2002) έδειξε ότι από τους καταναλωτές που μαθαίνουν για το αρνητικό προφίλ μιας εταιρείας περί πρακτικών Ε.Κ.Ε, το 91% θα σκεφτόντουσαν να αλλάξουν επιχείρηση, 85% θα ανέφεραν την πληροφορία στην οικογένεια και τους φίλους τους, 83% θα αρνούταν να επενδύσουν σε αυτήν την εταιρεία, 80% θα αρνούταν να δουλέψουν εκεί και 76% θα απέρριπταν τα προϊόντα ή υπηρεσίες αυτής της επιχείρησης.

¹⁰ BITC (2003) Responsibility: Driving innovation, Inspiring employees. FastForward Research 2003, Business in the Community

¹¹ BITC (2003) Responsibility driving Innovation, Inspiring Employees: Fastforward Research 2003, Business in the Community, London.

- Μεγαλύτερη παραγωγικότητα και καλύτερη ποιότητα

Οι προσπάθειες μιας επιχείρησης να βελτιώσει τις συνθήκες εργασίας, να ελαχιστοποιήσει τις περιβαλλοντικές επιδράσεις ή να αυξήσει την συμμετοχή των εργαζομένων στη λήψη αποφάσεων, συνήθως οδηγούν σε αυξανόμενη παραγωγικότητα και μειωμένους ρυθμούς σφαλμάτων. Παραδείγματος χάρι, οι επιχειρήσεις που βελτιώνουν τις συνθήκες εργασίας και τις πρακτικές εργασίας με τους προμηθευτές παρουσιάζουν συχνά μια μείωση στα εμπορεύματα που είναι ελαττωματικά ή δεν μπορούν να πωληθούν.

- Μεγαλύτερη προσέλκυση και διατήρηση εξειδικευμένων εργαζομένων

Όσο σημαντικό είναι το ανθρώπινο δυναμικό για μια επιχείρηση, τόσο σημαντική είναι και η εργασία στη ζωή των ανθρώπων. Το ασφαλές και καλό εργασιακό περιβάλλον και η φήμη μιας επιχείρησης μπορεί να προσελκύσει ανθρώπους, αλλά η διατήρησή τους εξαρτάται και από το πόσο η εταιρεία επενδύει στην ανάπτυξή τους. Οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν σχετικές με την Ε.Κ.Ε πρακτικές και εργαλεία τείνουν να είναι εκείνες που παρέχουν τις προϋποθέσεις για αυξημένη πίστη και αφοσίωση από τους εργαζόμενους. Αυτές οι συνθήκες μπορούν να συμβάλλουν στην πρόσληψη και διατήρηση υπαλλήλων, στην υποκίνηση των εργαζομένων να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους, καθώς και στην ενθάρρυνσή τους να επιδιώξουν την μάθηση για να βρουν καινοτόμους τρόπους ώστε όχι μόνο να μειώσουν τις δαπάνες αλλά και να καθορίσουν και να εκμεταλλευτούν νέες ευκαιρίες μεγιστοποίησης οφελών.

Στοιχεία αποδεικνύουν ότι οι άνθρωποι θέλουν να εργάζονται για μια υπεύθυνη επιχείρηση¹² και μάλιστα, ένας στους τρεις επιθυμούν να δουλεύουν για μια εταιρεία της οποίας οι αξίες και αρχές είναι συνεπείς με τις δικές τους και θα παραμένουν εκεί όσο η συνέπεια αυτή εξακολουθεί να υπάρχει¹³. Το πρόβλημα είναι ότι οι επιχειρήσεις δεν φαίνεται να ανταποκρίνονται σε αυτές τις απαιτήσεις ενόσω οι προσδοκίες των εργαζόμενων αυξάνονται¹². Κατά συνέπεια, η Κοινωνική Ευθύνη γίνεται ολοένα και πιο καθοριστικός παράγοντας στην προσέλκυση και διατήρηση ταλαντούχου και ποικιλόμορφου δυναμικού.

- Πρόσβαση στο κεφάλαιο και καλύτερη απήχηση σε επενδυτικούς κύκλους

Η Ε.Κ.Ε διευκολύνει την πρόσβαση στο κεφάλαιο. Επιχειρήσεις που επιδιώκουν χρηματοδότηση ή να προσελκύσουν επενδυτές πρέπει να θεωρήσουν την Εταιρική Ευθύνη ως ευκαιρία να διευρυνθεί η πρόσβασή τους στο κεφάλαιο. Διαφορετικά, εάν οι εταιρικές πρακτικές δεν είναι ούτε υπεύθυνες ούτε βιώσιμες, η φήμη της επιχείρησης διακυβεύεται και οι επενδυτές και οι δανειστές θα θεωρήσουν την εταιρεία ως αυξανόμενα επικίνδυνη. Συνεπώς, εάν μια επιχείρηση δεν συμπεριφέρεται υπεύθυνα μπορεί να έχει σοβαρά προβλήματα στην αύξηση του κεφαλαίου.

¹² BITC (2003) Responsibility: Driving innovation, Inspiring employees. FastForward Research 2003, Business in the Community

¹³ Environics' Global Campus Monitor (2003) conducted among 1,200 undergraduates across the 20 largest economies in the world

Να σημειωθεί ότι, τα τελευταία χρόνια, θεσμικοί επενδυτές ασκούν τρομερή πίεση στις επιχειρήσεις να συμπεριφερθούν με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο. Υπάρχει μια μικρή αλλά αυξανόμενη τάση στην επενδυτική κοινότητα να χρησιμοποιεί κριτήρια περιβαλλοντικής και κοινωνικής απόδοσης για να εκτιμήσει την καταλληλότητα μιας επιχείρησης για επένδυση. Οι τράπεζες και οι ασφαλιστές επίσης προσέχουν τις δραστηριότητες και την απόδοση μιας επιχείρησης πάνω στα θέματα αυτά προκειμένου να προσδιορίσουν τους κινδύνους και τις αβεβαιότητες.

Οι αρχές των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων (Social Responsible Investment, SRI) εφαρμόζονται σήμερα σε ένα αυξανόμενο αριθμό επενδυτικών κεφαλαίων, με τους διευθυντές χαρτοφυλακίων είτε να ξεδιαλέγουν τις επιχειρήσεις που δεν ικανοποιούν τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά πρότυπα είτε να χρησιμοποιούν την επιρροή τους για να βελτιώσουν την ηθική απόδοση των επιχειρήσεων αυτών (βλ. Παράρτημα Β). Στοιχεία¹⁴ δείχνουν ότι 33% των θεσμικών επενδυτών στην Ευρώπη ισχυρίζονται ότι ήδη προσφέρουν SRI προϊόντα, με ένα επιπλέον 15% να σχεδιάζει να κάνει το ίδιο.

- Ευνοϊκή νομική μεταχείριση

Όσο περισσότερο μια επιχείρηση δείχνει δέσμευση σε δράσεις Ε.Κ.Ε συμμορφούμενη με τη νομοθεσία και πέραν αυτής, τόσο περισσότερο ανεκτικές είναι οι κυβερνήσεις και οι λοιπές αρχές με αυτή. Μπορεί, μάλιστα, να πετύχει προνομιακή μεταχείριση όταν ζητά άδεια να κάνει κάτι, και αν συμβεί ατύχημα θα αντιμετωπιστεί πιο ευνοϊκά εάν μέχρι εκείνη την περίοδο επιδείκνυε διαφανή και κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά. Σε πολλές περιπτώσεις, τέτοιες εταιρείες υπόκεινται σε λιγότερες επιθεωρήσεις και ελέγχους. Στις ΗΠΑ, οι U.S. Federal Sentencing Guidelines προτείνουν και επιτρέπουν μειώσεις ή και κατάργηση ποινών και προστίμων με την προϋπόθεση ότι η εταιρεία είναι κοινωνικά υπεύθυνη και πραγματοποιεί ηθικές δραστηριότητες.

- Υψηλή ανταγωνιστικότητα

Περισσότερο από ποτέ, οι κυβερνήσεις, η κοινή γνώμη, οι επενδυτές, οι τοπικές κοινότητες, οι προμηθευτές και οι καταναλωτές ασκούν πίεση επάνω στις επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις προσδοκίες τους για την κοινωνία και το περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ενώ οι άλλες όχι μόνο αδυνατούν να διαχειριστούν σωστά τις επιδράσεις στην κοινωνία και το περιβάλλον, αλλά και να αναγνωρίσουν το πραγματικό οικονομικό τους συμφέρον.

Στη μεγαλύτερη έρευνα καταναλωτών για την Ε.Κ.Ε¹⁵ που πραγματοποιήθηκε ποτέ σε πάνω από 25.000 ανθρώπους σε 23 χώρες και που ρωτήθηκαν, μεταξύ άλλων, εάν ποτέ στο παρελθόν «τιμώρησαν» μια εταιρεία (π.χ με το να μην αγοράσουν τα προϊόντα της) για μη ένδειξη ηθικής και «κοινωνικής» συμπεριφοράς, περίπου 20% των ερωτηθέντων απάντησαν θετικά.

¹⁴ Taylor Nelson (2001) The European Survey on SRI and the Financial Community, (έγινε σε 302 οικονομικούς αναλυτές και διευθυντές σε όλη την Ευρώπη)

¹⁵ Millennium Poll on Corporate Social Responsibility (1999)

- Καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες των καταναλωτών-πελατών

Ένα κύριο χαρακτηριστικό της Ε.Κ.Ε είναι η δέσμευση, η συμμετοχή και η συνεργασία της επιχείρησης με όλους τους συμμετόχους. Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν τη δέσμευση με τους συμμετόχους για να εκφράζουν κάθε φορά τις ανάγκες της κοινωνίας, τις ελπίδες, τις προσδοκίες και απόψεις τους μέσα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Στο βαθμό που αυτή η δέσμευση εμπεριέχει ανοικτό διάλογο, αποδοτικότητα και διαφάνεια, η σχέση μεταξύ επιχείρησης και κοινότητας στην οποία δραστηριοποιείται θα είναι πιο αξιόπιστη και ειλικρινής. Αυτό αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα των εταιρειών γιατί τους ισχυροποιεί το δικαίωμα να λειτουργήσουν, αυξάνει τις προοπτικές υποστήριξης μακροπρόθεσμα από την τοπική κοινωνία και βελτιώνει την πιθανότητα να γίνουν πιο βιώσιμες.

β) Οφέλη για την τοπική κοινότητα και την ευρύτερη κοινωνία

Μια τοπική κοινότητα και γενικότερα η κοινωνία ωφελούνται πολλαπλώς από την ύπαρξη κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων. Δεν είναι τόσο οι φιλανθρωπικές συνεισφορές και οι χορηγίες, αλλά η συνεισφορά σε άλλους τομείς όπως στην εκπαίδευση, στην απασχόληση και σε άλλα προβλήματα των ανθρώπων (υγείας, φτώχειας κλπ). Μια επιχείρηση που προσφέρει εργασία σε έναν άνθρωπο χωρίς διακρίσεις και φροντίζει για την εκπαίδευσή του, την ανάπτυξή του και την ψυχική του ισορροπία, παράγει ολοκληρωμένες προσωπικότητες που προάγουν το προσωπικό, εταιρικό και κοινωνικό συμφέρον. Αυτό είναι εύκολα αντιληπτό, για παράδειγμα, από την εθελοντική συμμετοχή εργαζομένων σε κοινωνικές και άλλου είδους πρωτοβουλίες.

Από την άλλη, οι άνθρωποι ως καταναλωτές, απολαμβάνουν πλέον ασφαλή και ποιοτικά προϊόντα ή υπηρεσίες από τις επιχειρήσεις, κάτι που οικοδομεί σταδιακά μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ τους. Εξάλλου, όταν οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε ανοικτό και συνεχή διάλογο με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (με την ευρύτερη έννοια, μέλη της κοινωνίας) αφουγκράζονται τις επιθυμίες τους, τις προσδοκίες και ανησυχίες τους και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις τους, πράγμα που αποδίδει διάρκεια στην παραπάνω σχέση και περαιτέρω ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και φήμη για αυτές, καθώς ασφάλεια και ικανοποίηση για το κοινωνικό σύνολο. Η σχέση κοινωνίας και επιχείρησης είναι αμφίδρομη, σχέση αλληλεξάρτησης.

γ) Οφέλη για το περιβάλλον

Μια επιχείρηση που είναι κοινωνικά υπεύθυνη σέβεται και το περιβάλλον. Μια επιχείρηση που εφαρμόζει συστήματα και εργαλεία περιβαλλοντικής διαχείρισης (π.χ ανάλυση κύκλου ζωής, οικο-σήμανση, περιβαλλοντικά πρότυπα), που κάνει προσπάθειες εξοικονόμησης ενέργειας, νερού, πρώτων υλών και υλικών και ελαχιστοποίησης αποβλήτων και εκπομπών, καθώς ανακυκλώνει, αξιοποιεί τα παραπροϊόντα της και συμμετέχει σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες (π.χ δεντροφύτευση, προστασία υδάτων και αποκατάστασης τοπίου), αποδεικνύει φανερά την ευαισθησία της για το περιβάλλον και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Το περιβάλλον έτσι ωφελείται πολλαπλώς, αφού προστατεύονται οι φυσικοί πόροι του, χρησιμοποιούνται οι ανανεώσιμες πηγές του και παραμένει αναλλοίωτο για τις επόμενες γενιές.

Η παρουσίαση των πιθανών ωφελειών από την εφαρμογή Ε.Κ.Ε ολοκληρώνεται με αναφορά και των πιθανών αρνητικών επιπτώσεων (Πίνακας 1.1). Ως αρνητικές επιδράσεις θεωρούνται κάποιες οικονομικές δαπάνες ή έξτρα προσπάθειες που πρέπει να καταβληθούν από τις επιχειρήσεις βραχυπρόθεσμα προκειμένου να απολαύσουν τα οφέλη από τις δράσεις Ε.Κ.Ε, που είναι κυρίως μακροπρόθεσμα.

Πίνακας 1.1: Πιθανά οφέλη και κόστη από την εφαρμογή Ε.Κ.Ε [24]

Ενδιαφερόμενα μέρη	Οφέλη	Κόστη
Διευθυντές	Περισσότεροι ανεξάρτητοι μη εκτελεστικοί διευθυντές	Περισσότερες συναντήσεις και ενημερώσεις
	Περισσότερη γνώση και συζήτηση για ηθικά ζητήματα που αυξάνει την εμπιστοσύνη προς τους εργαζόμενους	Συναντήσεις για συζήτηση, εκθέσεις
	Καλύτερες πολιτικές υπευθυνότητας που υποκινούν	Αυξημένη εκπαίδευση για θέματα ηθικής
Μέτοχοι	Αυξημένες επενδύσεις από συνταξιοδοτικά κεφάλαια με κοινωνικά υπεύθυνα κριτήρια	Ένα ελάχιστο εφαρμογής Ε.Κ.Ε σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης όπως αυξημένα έξοδα εκθέσεων, περισσότερη διαφάνεια και εξωτερική επικοινωνία κλπ
Εργαζόμενοι	Καλύτερες πολιτικές υπευθυνότητας που υποκινούν	Αυξημένη εκπαίδευση για θέματα ηθικής
	Καλύτερη ηθική συμπεριφορά από τους ανώτερους που οδηγεί σε μεγαλύτερη παραγωγικότητα	Περισσότερη ενδο-επικοινωνία
	Καλές εργασιακές σχέσεις, λιγότερες απεργίες	Περισσότερη προσπάθεια για τις εργασιακές σχέσεις
	Καλύτερες συνθήκες εργασίας	
	Μεγαλύτερη προσέλκυση ικανών στελεχών και νέων	Χρειάζεται καλύτερες πολιτικές ανθρωπίνων δικαιωμάτων
Πελάτες-καταναλωτές	Μειωμένα έξοδα προσλήψεων	
	Στροφή στην ηθική κατανάλωση	Οι τιμές των προϊόντων/ υπηρεσιών μπορεί να αυξηθούν βραχυπρόθεσμα
	Λιγότερες διαφωνίες	
	Βελτιωμένη φήμη	
Εργολάβοι-προμηθευτές	Καλύτερη ποιότητα προϊόντων/ υπηρεσιών	
	Καλύτερης ποιότητας προμήθειες	Οι τιμές των προμηθειών μπορεί να αυξηθούν βραχυπρόθεσμα
	Λιγότερη αρνητική επίδραση στην κοινή γνώμη	

Τοπική κοινότητα	Πιο πρόθυμη να αποδεχτεί νέες επενδύσεις	Απαιτείται συνεχής επικοινωνία με τοπική κοινωνία
	Βελτιωμένη εικόνα	
Κυβέρνηση	Περισσότερη εμπιστοσύνη στην επιχείρηση	Τα κόστη προσαρμογής στους νέους κανονισμούς μπορεί να αυξηθούν
	Λιγότερες νομικές διαμάχες, όχι νέα πιθανά δυσμενή νομοθετική ρύθμιση	
	Περισσότερο ευνοϊκό εμπορικό καθεστώς	
	Πιο πρόθυμη να δεχτεί επέκταση ή συρρίκνωση	
Περιβάλλον	Λιγότερες νομικές διαμάχες	Επενδύσεις για έλεγχο περιβαλλοντικών επιδράσεων
	Βελτιωμένη εικόνα	

1.6 Ε.Κ.Ε και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Παρόλο που πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (στο εξής ΜΜΕ) χειρίζονταν πρακτικές κοινωνικής υπευθυνότητας για μεγάλο χρονικό διάστημα αλλά χωρίς να τις ονομάζουν κατ' αυτόν τον τρόπο, παραδοσιακά η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί τομέα των μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων, κυρίως λόγω της «έκθεσής» τους σε παγκόσμια θέματα όπως η παιδική εργασία, αλλά και λόγω της πίεσης που έχουν από τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς, από τους μετόχους και από άλλους συμμετόχους. Συνεπώς, οι ΜΜΕ μπορούν ν' αποτελούν ενεργητικά οχήματα δράσεων στην κατεύθυνση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αλλά δύναται να είναι και παθητικά υποκείμενα θετικού ή αρνητικού αντίκτυπου από την λειτουργία των μεγάλων επιχειρήσεων, ιδιαίτερα όταν αυτές δεν αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την ανάληψη της κοινωνικής τους ευθύνης [20,23,33].

Είναι κοινά αποδεκτό ότι οι αρχές και οι στόχοι είναι οι ίδιοι για τις μικρομεσαίες και για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις, αλλά ο τρόπος προκειμένου να επιτευχθούν είναι διαφορετικός διότι υπάρχουν διαφορετικά κίνητρα και εμπόδια. Για παράδειγμα, τα κίνητρα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ξεκινούν κυρίως από τα προσωπικά πιστεύω και τις αξίες των ιδιοκτητών τους, καθώς πολλές επιχειρήσεις πιθανότατα να έχουν την επιθυμία να πράξουν περισσότερο στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης αλλά να μην έχουν τους οικονομικούς πόρους ή την οργανωσιακή / επιχειρησιακή δυνατότητα. Οποσδήποτε, υπάρχει διαφορά στην προσέγγιση του περιεχομένου και της ρεαλιστικής εφαρμογής πρακτικών Ε.Κ.Ε από περιοχή σε περιοχή που έχει να κάνει με τις καταβολές και τις πολιτισμικές διαδρομές της κάθε κοινωνίας. Πάντως, τα οφέλη είναι πολλαπλά όπως και για τις μεγάλες επιχειρήσεις, ίσως και περισσότερα. Αυτό γιατί η κατανόηση της έννοιας και η συνειδητή ενσωμάτωσή της στις επιλογές μιας μικρής επιχείρησης, μπορεί να ενισχύσει το συγκριτικό πλεονέκτημα της αμεσότητας στην επικοινωνία με τον πελάτη και προμηθευτή της, πράγμα που μπορεί να αποτελέσει ισχυρό σταθεροποιητικό παράγοντα για την ανάπτυξή της. Ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο,

μπορεί να αποτελέσει ισχυρό όπλο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς της και έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με ευρωπαϊκή έρευνα, οι μισές ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις εφαρμόζουν, σε διαφορετικό βαθμό, δράσεις Ε.Κ.Ε. Το ποσοστό εφαρμογής εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης, κυμαινόμενο από 48% στις πολύ μικρές επιχειρήσεις μέχρι 65 και 70% στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, αντίστοιχα. Οι περισσότερες δράσεις και πρακτικές Ε.Κ.Ε μικρομεσαίων επιχειρήσεων πραγματοποιούνται κατά κύριο λόγο στους εμπορικούς και στους κατασκευαστικούς κλάδους και λιγότερο στις μεταφορές και τις υπηρεσίες. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ο κύριος τρόπος εμπλοκής των μικρομεσαίων στις εξωτερικές κοινωνικές δραστηριότητες είναι κατ' αρχήν μέσω δωρεών, ενώ επενδύουν πολλά και σε χορηγίες. Άλλες δράσεις που αναλαμβάνουν αφορούν τη συμμετοχή των εργαζομένων και εργοδοτών στις τοπικές δραστηριότητες καθώς και διάφορες άλλες μορφές κοινωνικής ευαισθησίας και δραστηριοποίησης, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά πρωτοβουλίες ένταξης στην απασχόληση ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Όπως προαναφέρθηκε, για την ένταξη της Ε.Κ.Ε στην στρατηγική των μικρομεσαίων επιχειρήσεων υπάρχουν ορισμένα εμπόδια που ίσως δεν παρατηρούνται (τουλάχιστον όχι στον ίδιο βαθμό) στις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτά είναι:

- α) Έλλειψη χρόνου
- α) Έλλειψη κινήτρων
- α) Ανεπαρκείς οικονομικοί και ανθρώπινοι πόροι

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, σε ποσοστό περίπου 19% και 16% αντίστοιχα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποδίδουν σε έλλειψη χρόνου και οικονομικών πόρων την αδυναμία εφαρμογής Ε.Κ.Ε.

- α) Αδυναμία προσέγγισης με τις τοπικές ανάγκες
- α) Λανθασμένη αντίληψη ότι η συνεισφορά στην κοινωνία δεν σχετίζεται με την επιχείρηση ή ότι κοστίζει πολύ
- α) Αδυναμία κατανόησης και ενσωμάτωσης Ε.Κ.Ε στη στρατηγική τους ή δυσκολία πρόβλεψης κατάλληλων ευκαιριών και προσδοκιών από τις δραστηριότητες κοινωνικής υπευθυνότητας
- α) Έλλειψη ενημέρωσης του επιχειρηματία γύρω από τις δράσεις και πρακτικές Ε.Κ.Ε άλλων επιχειρήσεων
- α) Έλλειψη μιας κατάλληλης επαγγελματικής νοοτροπίας
- α) Πιθανές μορφές πολιτιστικής αντίστασης από το προσωπικό και τα στελέχη της επιχείρησης
- α) Ανάγκη τεχνικής και συμβουλευτικής υποστήριξης για να μπορέσουν να οργανώσουν και να επεκτείνουν το έργο τους στον τομέα αυτό.

Όμως εθελοντικές πρωτοβουλίες, όπως αυτή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, δεν αναλαμβάνονται εύκολα αν δεν υπάρχουν οι κατάλληλες συνθήκες – περιβάλλον, για να ευδοκιμήσουν οι μικρές επιχειρήσεις. Περιβάλλον, για το οποίο ευθύνεται πρώτιστα το Κράτος αλλά και οι μεγάλες επιχειρήσεις, σε ένα βαθμό, διότι γνωρίζουν να ασκούν πιέσεις πιο “ουσιαστικές” στα κέντρα λήψης αποφάσεων, ατομικά αλλά και μέσω των οικονομικά εύρωστων και καλά δομημένων συλλογικών τους φορέων.

Συγκεκριμένα, το Κράτος είναι ένας πολύ καθοριστικός ανασταλτικός, πολλές φορές, παράγοντας για ανάληψη πρωτοβουλιών από τις ΜΜΕ στην κατεύθυνση της ανάδειξης της Κοινωνικής τους Ευθύνης. Αυτό οφείλεται στη μη άρση των υφιστάμενων αντικινήτρων και εμποδίων (Φορολογική Νομοθεσία, Κανονιστικές Διατάξεις, Χωροταξικό, Αναπτυξιακά Κίνητρα, Αναποτελεσματικό Πελατειακό Κράτος, Γραφειοκρατία κλπ) και την έλλειψη συστηματικότερου έλεγχου για τον περιορισμό του αθέμιτου ανταγωνισμού που ασκείται από όσες επιχειρήσεις όχι μόνο δεν δεσμεύονται οικειοθελώς στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αλλά ουσιαστικά λειτουργούν παράνομα.

Σημαντικό ρόλο για την διάδοση της κουλτούρας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, πρέπει και μπορούν να παίξουν και οι θεσμικοί φορείς των ΜΜΕ. Η Πολιτεία, από μεριά της, πρέπει να αναλάβει τις δικές της ευθύνες προς τους φορείς αυτούς, για να γίνουν ισχυροί, με αξιόπιστες δομές και οικονομικά ανεξάρτητοι. Είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτικές οι διαπιστώσεις στο τελευταίο Συνέδριο της UEAPME (Ευρωπαϊκή Συνομοσπονδία Βιοτεχνικών, Μικρών & Μεσαίων Επιχειρήσεων), σχετικά με αυτό το θέμα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει να υποστηρίζει δράσεις, δομές και πρωτοβουλίες προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης των φορέων των ΜΜΕ και ενεργοποίησής τους για ενημέρωση και διάδοση της ιδέας της Ε.Κ.Ε, αλλά και τη γνωστοποίηση και υιοθέτηση καλών πρακτικών.

Πολλοί παράγοντες θα μπορούσαν να διευκολύνουν τη διάδοση δράσεων Ε.Κ.Ε μεταξύ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπως, ενδεικτικά:

- α Η αναγνώριση και εκτίμηση των τοπικών αρχών, σχετικά με τις δραστηριότητες της επιχείρησης
- α Η ύπαρξη εύκολα προσαρμόσιμων προτύπων αναφοράς και εργαλείων για τις ΜΜΕ δεδομένου της ιδιαιτερότητάς τους και των προβλημάτων τους
- α Η παρουσία ομάδων και τοπικών οργανισμών που δραστηριοποιούνται ενεργά σε θέματα περιβάλλοντος και τοπικής ανάπτυξης
- α Η παρουσία συνεργατών (είτε άλλες επιχειρήσεις ή μεμονωμένα άτομα ή μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί) που να συμβουλεύουν με αγνά, όσο γίνεται, κίνητρα προς την κατεύθυνση της Ε.Κ.Ε
- α Η υποστήριξη των οργανισμών αντιπροσώπευσης των επιχειρήσεων και των κοινωνικών φορέων για δράσεις Ε.Κ.Ε
- α Η ύπαρξη οικονομικών και φορολογικών κινήτρων, καθώς και πιστώσεων και κινήτρων στις δημόσιες προκηρύξεις αναδοχής έργου
- α Η ύπαρξη κατάλληλης νομοθεσίας που ενθαρρύνει τις δράσεις Ε.Κ.Ε (π.χ επίπεδα παραγωγής, μείωση ρύπανσης)
- α Η προώθηση στο εσωτερικό της επιχείρησης ενθαρρυντικών δραστηριοτήτων
- α Η συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών, συμπεριλαμβανομένων των συμβούλων, συνδικαλιστικών εκπροσώπων και των ανώτερων στελεχών
- α Η καλή εικόνα της εταιρίας και οι καλές επικοινωνιακές και διαπροσωπικές σχέσεις

Γενικά, οι συνειδητές επιλογές για προσφορά ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών, είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες πρακτικές που ενισχύουν τους δεσμούς πελάτη – επιχείρησης και την καθιστούν ιδιαίτερα «αρεστή, σεβαστή και αναγνωρίσιμη», προπάντων στις τοπικές κοινωνίες. Επιλογές ενίσχυσης δραστηριοτήτων τοπικών φορέων είναι μια άλλη δεύτερη σημαντική δράση που πολλές φορές αναλαμβάνεται. Ο σεβασμός προς τον κάτοικο περί την επιχείρηση και το μικρο-περιβάλλον, είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντική πρωτοβουλία. Οι καλές και φιλικές συνθήκες εργασίας για τους εργαζόμενους καθιστούν την επιχείρηση

ιδιαίτερα ελκτική και προσθέτει σε αυτό που αποκαλείται φήμη. Ενισχύει δε, τη διατήρηση εξειδικευμένου προσωπικού σε ένα οικογενειακό εταιρικό περιβάλλον. Η ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών, η φιλική και με στοιχεία προσωπικών καλών συμπεριφορών και επίλυσης και των πιο δύσκολων και ιδιόμορφων προβλημάτων των μελών της τοπικής κοινωνίας, είναι υποσυνείδητες πρακτικές επίδειξης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αυτό δηλαδή που λέγεται «Σεβασμός στον Πελάτη, Καταναλωτή και Χρήστη προϊόντων και υπηρεσιών».

Συμπερασματικά, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να είναι εξίσου δυναμικές και πρωτοπόρες με τις μεγάλες επιχειρήσεις στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Οποιαδήποτε βιώσιμη προσέγγιση προς την Κοινωνική Ευθύνη πρέπει να στηριχτεί σε αυτό που ήδη υπάρχει αλλά και στην κοινοποίηση των τρεχουσών πρακτικών και τη βελτίωσή τους προς όφελος της επιχείρησης και της ευρύτερης κοινωνίας. Το βραχυπρόθεσμο κόστος μπορεί να είναι αρχικά δυσβάσταχτο για τις μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις αλλά αποφέρει βέβαια μακροπρόθεσμα οφέλη, ίσως και μεσοπρόθεσμα.

Εξάλλου πολλές ΜΜΕ διοικούνται ήδη με έναν κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο. Σύμφωνα δε με σχετική έρευνα (ENSR Enterprise Survey 2001), καταδεικνύεται ότι η μεγάλη πλειονότητα των ΜΜΕ που ήδη εφαρμόζουν δράσεις Ε.Κ.Ε περιμένουν είτε να συνεχίσουν είτε να αυξήσουν τις δράσεις τους προς την κατεύθυνση αυτή τα επόμενα 3 χρόνια (σε ποσοστό 73 και 14%, αντίστοιχα). Υπάρχουν, άλλωστε, σοβαροί λόγοι για αυτό το σκοπό, μεταξύ άλλων, η διατήρηση της αναγκαίας άδειας λειτουργίας τους, η βελτίωση των σχέσεων με την κοινότητα και τις τοπικές αρχές, η βελτίωση της εμπιστοσύνης των πελατών, της ικανοποίησης των εργαζομένων, των σχέσεων με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους επενδυτές αλλά και της οικονομικής απόδοσης, καθώς και αλτρουιστικά κίνητρα [20,23,33].

1.7 Αντίλογος

Ο πιο καυστικός αντίλογος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δημοσιεύθηκε στο περιοδικό Economist αρχές 2005, καταλαμβάνοντας μάλιστα περίοπτη θέση στο εξώφυλλο, στο κύριο άρθρο και σε πολυσέλιδο αφιέρωμα του περιοδικού. Το Economist συνοψίζει τον αντίλογο προς τους οπαδούς της Ε.Κ.Ε σε τρία σημεία [34]:

Ø **Αντίλογος πρώτος:** Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν χρειάζεται, διότι μοναδικό μέλημα της επιχείρησης είναι να αποφέρει κέρδη ενώ η διαδικασία αυτή από μόνη της φέρνει το καλό, προσφέρει στην κοινωνία.

Σωστό το δεύτερο, λάθος το πρώτο θα απαντούσαν οι υπέρμαχοι της Ε.Κ.Ε. Κανείς δεν αρνείται τον προφανή ρόλο των επιχειρήσεων. Ο τρόπος, όμως, με τον οποίο μια επιχείρηση επιλέγει να δημιουργεί και να παράγει κέρδος, μπορεί να αποβεί ακόμη πιο πρόσφορος για την κοινωνία.

Ø **Δεύτερος αντίλογος:** Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις τελικώς ασκούν φιλανθρωπία με τα χρήματα τρίτων.

«Μα οι διοικούντες μια επιχείρηση λειτουργούν ανεξέλεγκτα;» απαντούν οι υποστηρικτές της Ε.Κ.Ε. Οι διοικούντες σαφώς λογοδοτούν για τις επιλογές τους και ελέγχονται από τους μετόχους. Επιπλέον οι μέτοχοι που δεν επιθυμούν να παρέχει κοινωνικό έργο η επιχείρηση στην οποία έχουν επενδύσει, μπορούν κάλλιστα να επενδύσουν αλλού τα κεφάλαιά τους. Συνήθως όμως συμβαίνει το αντίθετο, οι

κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς στους επενδυτές.

Ø Αντίλογος τρίτος: Η κοινωνική και οικονομική πολιτική είναι δουλειά των κυβερνήσεων και όχι των επιχειρήσεων. Οι κυβερνήσεις αν μη τι άλλο κρίνονται από το εκλογικό Σώμα για το έργο τους αυτό.

Και εδώ οι υπέρμαχοι της Ε.Κ.Ε απαντούν: «Ποια επιχείρηση διαφωνεί με την παραπάνω διαπίστωση;» Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε καμία περίπτωση δε υποκαθιστά τον κοινωνικό ρόλο του κράτους. Οι επιχειρήσεις που υιοθετούν προγράμματα Ε.Κ.Ε απλά και μόνο ασκούν το επιχειρείν πιο αποδοτικά, τόσο για τις ίδιες όσο και για το κοινωνικό σύνολο.

Ωστόσο, ο δημόσιος διάλογος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υφίσταται εξίσου ζωντανός και στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, εκεί όπου οι επιχειρήσεις έχουν ήδη εκτεθεί και κατηγορηθεί δημόσια για τις κάθε άλλο παρά καλές πρακτικές τους. Εκεί όπου το περιβάλλον ευνοεί το κυνήγι του κέρδους με λιγότερες ηθικές αναστολές απ' ό,τι στη Γηραιά Ήπειρο.

Ο Σάιμον Ζάντεκ, Senior Fellow στο Kennedy School of Government του Πανεπιστημίου του Χάρβαρντ, σε άρθρο του στο Harvard Business Review, διατυπώνει μια ακόμα πιο κυνική άποψη για το θέμα και αναφέρει: «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί απλά και μόνο ένα επιπλέον λειτουργικό κόστος, ένα overhead cost, απαραίτητο για την αντιμετώπιση έκτακτων προκλήσεων και καταστάσεων κρίσεως». Αλλά σπεύδει να διευκρινίσει: «Αυτό δεν σημαίνει ότι το κοινωνικά υπεύθυνο επιχειρείν δεν αποφέρει κέρδη, δεν αποδίδει. Η δυνατότητα να αποδώσει όμως σαν όλες τις επιχειρηματικές ευκαιρίες δημιουργείται, δε συναντάται τυχαία στο δρόμο».

Ο Ζάντεκ υποστηρίζει, επίσης, ότι μία επιχείρηση περνά από πέντε στάδια στην εκπαιδευτική της διαδικασία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Συνήθως, η επιχείρηση ξεκινά τον εκπαιδευτικό της κύκλο από το στάδιο της αντίστασης, σε αυτό της συμμόρφωσης, της διαχείρισης, του στρατηγικού σχεδιασμού και τέλος, σε αυτό κατά το οποίο η επιχείρηση αναλαμβάνει πολιτικό ρόλο μέσα από το κοινωνικά υπεύθυνο επιχειρείν [34].

Και ο αντίλογος δεν σταματάει εδώ. Σύμφωνα με άλλη βιβλιογραφική πηγή [35], υπάρχουν τέσσερις μύθοι σχετικά με την Ε.Κ.Ε. Αυτοί είναι οι εξής:

Ø Μύθος 1: Η εθελοντική αναφορά Ε.Κ.Ε βελτιώνει την απόδοση

Η αναφορά Ε.Κ.Ε αποτελεί το καλύτερο εργαλείο Ε.Κ.Ε, με τον πρώην Υπουργό Περιβάλλοντος στην Αγγλία, Michael Meacher και τον Βρετανό Πρωθυπουργό Tony Blair, να καλούν τις επιχειρήσεις να δημοσιοποιήσουν την περιβαλλοντική και κοινωνική τους επίδοση. Όμως, μέχρι τα τέλη του 2002, λιγότερο από το ένα τρίτο των FTSE350 επιχειρήσεων εξέδιδαν τέτοια έκθεση, ενώ μέχρι τα μέσα του 2003, η ποιότητα των εκθέσεων ήταν αρκετά χαμηλή, αποτυγχάνοντας να περιγράψει τα σημαντικότερα θέματα βιώσιμης ανάπτυξης. Ένα τρανταχτό παράδειγμα αποτελεί η περιβαλλοντική έκθεση της Unilever, που κέρδισε βραβείο ενώ παρέλειψε να αποκαλύψει ένα σημαντικό περιστατικό στην Ινδία σχετικά με δηλητηρίαση από υδράργυρο που έλαβε μέρος την ίδια χρονιά με τη συγκεκριμένη έκθεση. Οι πληροφορίες για το περιστατικό έγιναν διαθέσιμες στο διαδίκτυο από πολλούς περιβαλλοντικούς οργανισμούς κι όχι από την ίδια την επιχείρηση, εντούτοις το θέμα αυτό δεν έθεσε κανένα αξιόλογο οικονομικό κίνδυνο για τη Unilever.

Παρατηρείται δηλαδή, ότι είναι πιθανό στις εκθέσεις Ε.Κ.Ε να μην φανερώνονται όλες οι κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές επιδράσεις στους συμμετόχους.

Ø Μύθος 2: Οι εθελοντικοί κώδικες και τα συστήματα διαχείρισης αλλάζουν την εταιρική συμπεριφορά

Η Ε.Κ.Ε περιλαμβάνει πολλούς κώδικες δεοντολογίας, από το Οικουμενικό Σύμφωνο μέχρι τον Διεθνή Οργανισμό Πιστοποίησης (ISO) και τα πρότυπά του, όπως το ISO14001. Ωστόσο, οι εθελοντικοί κώδικες δεν αποτελούν από μόνοι τους εγγύηση αλλαγών στην απόδοση μιας επιχείρησης. Μια μελέτη στο Πανεπιστήμιο Sussex καταδεικνύει ότι οι επιχειρήσεις που έχουν σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης δεν έχουν καλύτερες περιβαλλοντικές επιδόσεις από ότι εκείνες που δεν έχουν. Σε μερικές περιπτώσεις, μάλιστα, βρέθηκε ότι αυτοί οι κώδικες έχουν χειροτερέψει την κατάσταση για τις επιχειρήσεις που ήταν να ωφεληθούν από αυτούς. Ένας σημαντικός λόγος είναι οι αυξανόμενες πιέσεις της αγοράς.

Για παράδειγμα, η συνεχής ανάγκη των λιανοπωλητών να διανέμουν τα προϊόντα τους γρήγορα και πολύ φθηνά. Σε περιοχές όπως η Σρι Λάνκα, τίθεται σε δοκιμασία η σχέση ανάμεσα στην κοινωνική επίδραση και την επιχείρηση. Πολλοί λιανοπωλητές που προμηθεύονται αγαθά από την Σρι Λάνκα έχουν δικούς τους κώδικες συμπεριφοράς περί εργασιακών θεμάτων, υγιεινής και ασφάλειας, ωραρίου κλπ. Ωστόσο, οι παραγωγοί εκεί πιέζουν την κυβέρνηση να αυξήσει το ωράριο λόγω του αυξανόμενου ανταγωνισμού από τους Κινέζους παραγωγούς που εξαπλώνονται στην παγκόσμια αγορά. Αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα οι γυναίκες να δουλεύουν εκτός σπιτιού περισσότερες ώρες, μακριά από τις οικογένειες τους και διακινδυνεύοντας την υγεία και ασφάλειά τους. Συνεπώς, η ανάγκη των προμηθευτών της περιοχής να παραμείνουν ανταγωνιστικοί ξεπερνά τις καλές προσπάθειες προερχόμενες από τους κώδικες συμπεριφοράς της Ε.Κ.Ε, ακόμα και εκείνους που αφορούν την ηθική στις εμπορικές συναλλαγές (UK's Ethical Trading Initiative). Οι λιανοπωλητές απειλούν να προμηθεύονται από αλλού εάν τα αγαθά είναι πιο προσιτά.

Ένα από τα βασικά προβλήματα είναι η συνεχής έλλειψη μηχανισμών επιβολής. Οι εθελοντικοί κώδικες στηρίζονται εξ ολοκλήρου στη διάθεση της επιχείρησης να τους υποστηρίξει, μετατρέποντάς τους σε αποτελεσματική αστυνόμευση, κρίση και κριτική. Όμως, η αυτό-ρύθμιση από τη βιομηχανία, όπως μαρτυρά η πρόσφατη συρροή εταιρικών σκανδάλων, από την Enron ως τη Worldcom, έχει μερικές πολύ αναξιόπιστες εκβάσεις. Η δυνατότητα να προχωρήσουν ρυθμίσεις στο διεθνές επίπεδο είναι περιορισμένη στις παρούσες συνθήκες.

Ø Μύθος 3: Ο καταναλωτής θα επιφέρει την αλλαγή

Αν και πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται όλο και περισσότερο για την ηθική συμπεριφορά μιας επιχείρησης- αρκετοί μάλιστα τοποθετούν την ηθική ως πρώτο κριτήριο στις αποφάσεις αγοράς τους - στην πράξη αποδεικνύουν άλλα. Η εταιρία σφυγμομέτρησης κοινής γνώμης MORI, βρήκε ότι μόνο το 5% περίπου των καταναλωτών αγοράζουν προϊόντα βασισμένοι σε ηθικά κριτήρια, ενώ το Ινστιτούτο διανομέων σε παντοπωλεία (Institute of Grocery Distributors) πρόσφατα βρήκε ότι το 70% των αγοραστών τροφίμων βασίζουν τις αποφάσεις τους στην τιμή, τη γεύση και την ημερομηνία λήξης των προϊόντων κι όχι στην ηθική. Αυτό ισχύει και για το σύνολο των αποφάσεων, όπου δεν τίθεται

συνήθως θέμα ηθικής επιλογής για προϊόντα όπως έπιπλα, ποδήλατα, παιδικά παιχνίδια κ.ο.κ. Όμοια, σε μια άλλη ετήσια μελέτη (Annual Roper Green Gauge study), βρέθηκε ότι οι Αμερικάνοι ενδιαφέρονται όλο και λιγότερο για το περιβάλλον τα τελευταία δέκα χρόνια Έρευνα του 2002¹⁶ αποκαλύπτει ότι ενώ το 23% των καταναλωτών αγόρασαν προϊόντα κατασκευασμένα με ανακυκλωμένες πρώτες ύλες, αυτό το ποσοστό ήταν χαμηλότερο κατά 3% από την προηγούμενη χρονιά. Επίσης μισοί περίπου καταναλωτές (45%), ισχυρίστηκαν ότι ήταν αρμοδιότητα των επιχειρήσεων κι όχι δική τους να κάνουν περισσότερα στον τομέα αυτό.

Ø Μύθος 4: Κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις

Η Κοινωνικά Υπεύθυνη Επένδυση (SRI) έχει χαιρετιστεί ως φως στον ορίζοντα για την προώθηση της ηθικής συμπεριφοράς εκ μέρους των επιχειρήσεων. Όλο και περισσότεροι επενδυτές ενδιαφέρονται για επενδύσεις σε κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, από πετρελαιοβιομηχανίες έως φαρμακευτικές εταιρείες, ή σε τομείς που δεν θεωρούνται βλαβεροί όπως οι τράπεζες, οι οποίες όμως επενδύουν παντού, από τσιγάρα ως όπλα. Αυτό ωστόσο είναι το παράδοξο. Είναι μια φαρμακευτική επιχείρηση που προσφέρει επί πληρωμής φάρμακα στην πληγμένη με aids Αφρική ή μια πετρελαιοβιομηχανία που αυξάνει τις επενδύσεις της σε μη ανανεώσιμες μορφές ενέργειας, κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση; Είναι κοινωνικά υπεύθυνη επένδυση, η επένδυση μιας τράπεζας σε επιχειρήσεις όπλων; Εκεί έγκειται ακριβώς ο ρόλος της επενδυτικής κοινότητας και που ακόμα δεν έχει εμπεδωθεί: να ασκήσει επιρροή στις επιχειρήσεις να συμπεριφερθούν με κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία και να απορρίψουν επενδύσεις που δεν έχουν ηθικά κριτήρια.

Σε όλα τα παραπάνω μπορεί να προστεθεί για κάποιους και η σύγχυση που προκαλεί η έννοια της «τριπλής προσέγγισης» (“triple bottom line approach”). Εκ πρώτης άποψης, η προσέγγιση αυτή αφορά τις ανησυχίες μιας επιχείρησης για το περιβάλλον και την κοινωνία παράλληλα με τις συνήθεις επιδιώξεις για οικονομικό κέρδος. Εντούτοις, η προσέγγιση αυτή υποφέρει από τέσσερις βασικές δυσκολίες [24]:

1. Οι επιχειρήσεις δεν μπορούν απλά να βάλουν την οικονομική απόδοση στο ίδιο επίπεδο με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες, δεδομένου ότι μια επιχείρηση δεν μπορεί να επιζήσει με το να συμπεριφέρεται με κοινωνικά ή περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο ενώ υφίσταται απώλειες.
2. Τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά οφέλη τείνουν να είναι μακροπρόθεσμα πριν επιδράσουν στην αξία των μετόχων.
3. Η προσέγγιση εξισώνει κοινωνικές με περιβαλλοντικές ανησυχίες, ενώ οι κοινωνικές ανησυχίες περιλαμβάνουν τις ανησυχίες από περιβαλλοντικές επιδράσεις.
4. Η έννοια του συμμετόχου δεν προσδιορίζεται απαραίτητως στην τριπλή προσέγγιση.

¹⁶ Roper Green Gauge Report, Roper-Strach Worldwide, New York, 2002.

Ως απάντηση και ανακεφαλαίωση των παραπάνω αντιλόγων για την υιοθέτηση δράσεων Ε.Κ.Ε από μια επιχείρηση, μπορούν να αναφερθούν τα εξής [1,2,20,36, 37]:

- Η Ε.Κ.Ε δεν είναι απλή φιλανθρωπία, αλλά βρίσκεται στην καρδιά των επιχειρηματικών στρατηγικών. Δεν είναι μία ακόμη τακτική δημοσίων σχέσεων ή διαφήμισης, ούτε αφορά μεμονωμένες πρωτοβουλίες από ηθική υποχρέωση ή αλτρουισμό, αλλά αποτελεί συνολική μεταστροφή της φιλοσοφίας που διέπει τη σύγχρονη επιχείρηση και μία νέα προσέγγιση της επιχειρηματικότητας.
- Το όραμα της Κοινωνικής Ευθύνης κλείνει μέσα του κάτι το ανατρεπτικό. Αν υιοθετηθεί σταδιακά από τις επιχειρήσεις και τελικά ενσωματωθεί ως αναπόσπαστο κομμάτι στη λειτουργία κάθε επιχείρησης, τότε ένα μεγάλο βήμα της ανθρωπότητας προς το καλύτερο θα έχει γίνει. Ο ανταγωνισμός κάθε επιχείρησης για το μέγιστο κέρδος θα έχει μετασχηματιστεί σε ευγενή άμιλλα των επιχειρήσεων για το μέγιστο κοινωνικό όφελος. Και αυτό θα οδηγήσει σε μία κοινωνία με την κοινωνική αλληλεγγύη περισσότερο παρούσα από ποτέ.
- Για πολλά χρόνια η επιχειρηματική δραστηριότητα των εταιριών εστιαζόταν στην επίτευξη κέρδους, κάτι που είναι θεμιτό, αλλά αυτό δεν πρέπει να αποτελεί αυτοσκοπό. Οι παγκόσμιες εξελίξεις έχουν οδηγήσει σε μια σειρά κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών πιέσεων προς τις εταιρίες. Με την υιοθέτηση προγραμμάτων Κοινωνικής Ευθύνης οι εταιρίες ανταποκρίνονται σ' αυτές τις πιέσεις, στέλνουν ένα μήνυμα προς τους άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενους στις δραστηριότητές τους (stakeholders) ότι επενδύουν για το μέλλον όλων είτε πρόκειται για κοινωνική ανάπτυξη, είτε για προστασία του περιβάλλοντος και σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, είτε για απόκτηση νέων δεξιοτήτων, ύπαρξη ίσων ευκαιριών, καλύτερη διαχείριση των τεράστιων αλλαγών που αντιμετωπίζουμε καθημερινά, επίτευξη οικονομικής συνοχής, προστασία της υγείας κ.λ.π.
- Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια έννοια διαχρονική. Δεν θα πρέπει να επηρεάζεται από κάποιες διακυμάνσεις της οικονομίας. Μπορεί κάποια ακριβά προγράμματα να ανασταλούν ίσως για κάποιο διάστημα, αλλά υπάρχουν και προγράμματα που σχεδόν δεν κοστίζουν τίποτε.
- Σίγουρα δεν είναι μια μόδα που θα περάσει καθώς όλο και περισσότερο, οι επιχειρήσεις και οι άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενοι με τις δραστηριότητές τους, συνειδητοποιούν τα οφέλη που προσφέρονται προς όλους από την εφαρμογή τέτοιων δράσεων και πρακτικών. Άρα δεν αφορά μόνο τις επιχειρήσεις, αλλά είναι υπόθεση όλων των κοινωνικών εταίρων.
- Τα οφέλη μπορεί να είναι όντως δύσκολα να μετρηθούν, αλλά προς την κατεύθυνση αυτή κινούνται πολλές πρωτοβουλίες στην Ευρώπη και διεθνώς.

1.8 Η Ε.Κ.Ε στην Ελλάδα

1.8.1 Πρόσφατες εξελίξεις

Το 2005 έχει χαρακτηριστεί ως χρονιά ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, δεδομένης της χαμηλής κατάταξης της Ελλάδας στις περισσότερες εκθέσεις διεθνούς ανταγωνιστικότητας, που περιορίζει, μεταξύ άλλων, τις δυνατότητες της χώρας μας για προσέλκυση περαιτέρω παραγωγικών επενδύσεων. Η υπόθεση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, βεβαίως εγγράφεται στο γενικότερο πλαίσιο της κοινής προσπάθειας των οικονομιών των χωρών – μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, να σταθεί η σημερινή και η αυριανή Ευρώπη, σε υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Κι αυτό γιατί τα θέματα της ανταγωνιστικότητας δεν αφορούν μόνο λογιστικά και οικονομικά μεγέθη, αλλά αφορούν κοινωνικά και ανθρώπινα μεγέθη. Με άλλα λόγια, το θέμα της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας δεν είναι θέμα μιας ομάδας μόνο επιχειρηματιών, μιας ομάδας τεχνοκρατών ή μιας ομάδας πολιτικών και συνδικαλιστών, αλλά είναι μια ευρεία, υπ' αριθμό ένα, εθνική και κοινωνική πρόκληση[34].

Ο ΣΕΒ θεωρεί ότι η επίτευξη της υλοποίησης της στρατηγικής της Λισσαβόνας στην Ελλάδα αποτελεί ευκαιρία για την χώρα μας, ώστε να προωθήσει την ουσιαστική σύγκλιση και να θέσει τις βάσεις για μια πορεία συνεχούς βελτίωσης των επιδόσεών της. Και αυτό μπορεί να επιτευχθεί [38]:

- § Αναπτύσσοντας ένα κατάλληλο πλαίσιο σταθεροποίησης των μακροοικονομικών πολιτικών και περιορίζοντας τα δημοσιονομικά ελλείμματα.
- § Επιτυγχάνοντας σημαντικότερους και υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης.
- § Εκσυγχρονίζοντας το κοινωνικό μας μοντέλο.
- § Επενδύοντας στις γνώσεις και δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού.
- § Περιορίζοντας την ακαμψία της αγοράς εργασίας που εμποδίζει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων.

Η ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα βρίσκεται ακόμη σε ένα μεταβατικό στάδιο. Γίνονται σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση αυτή σε κάθε τομέα, αλλά ακόμα χρειάζονται πολλές προσπάθειες και αλλαγές.

Ειδικότερα, στην Ελλάδα ένα μεγάλο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας κυρίως σε ό,τι 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 είναι το δημόσιο στην ευρύτερή του έννοια. Ωστόσο, είναι ευρύτερα γνωστό ότι η πρακτική στον ευρύτερο δημόσιο τομέα είναι αρκετά αντιφατική, αφού βρισκόμαστε ακόμη σε στάδιο μετεξέλιξης της αγοράς από την παρελθούσα μονοπωλιακή και προνομιακή υπέρ των δημοσίων επιχειρήσεων κατάσταση σε συνθήκες ελεύθερης αγοράς, όπου αναπτύσσεται ο ανταγωνισμός, με αποτέλεσμα και οι εταιρίες του ευρύτερου δημόσιου τομέα να εκτίθενται στις ίδιες συνθήκες με αυτές των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο αυτό αναδεικνύεται ως επιτακτική ανάγκη η προσαρμογή και των επιχειρήσεων αυτών στις νέες συνθήκες και η γρήγορη ανταπόκρισή τους στα θέματα που θέτει ο προβληματισμός για την ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε, ώστε αφενός να επιβεβαιώσουν και έμπρακτα το χαρακτήρα τους ως επιχειρήσεις κοινωφελούς χαρακτήρα, αφετέρου να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικότερα τις νέες συνθήκες λειτουργίας του περιβάλλοντος τους [1].

Εντούτοις, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η ανάπτυξη, πρόσφατα, συνεργιών μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων, ιδιαίτερα σε σχέση με τον κοινωνικό πυλώνα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, την ενίσχυση δηλαδή έργων κοινωνικής πρόνοιας και αλληλεγγύης. Το Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης στο πλαίσιο των πολιτικών του αρμοδιοτήτων για την προώθηση της κοινωνικής συνοχής, επεξεργάζεται την περίοδο αυτή ένα ολοκληρωμένο πλέγμα ενεργειών ανάπτυξης του θεσμού της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το οποίο περιλαμβάνει τους ακόλουθους άξονες:

1) Εκπόνηση σχεδίου δράσης για την εφαρμογή των ιδεών και πρακτικών της Κοινωνικά Υπεύθυνης Διαχείρισης σε φορείς του Υπουργείου (Νοσοκομεία, Οργανισμοί Κοινωνικής Φροντίδας), με στόχο τη βελτίωση των υπηρεσιών και την αναβάθμιση του κοινωνικού τους προφίλ.

2) Θεσμοθέτηση της Κοινωνικής Χορηγίας και δημιουργία ειδικού σήματος «Κοινωνικού Χορηγού». Θα παραχωρείται για συγκεκριμένο διάστημα και θα επιτρέπεται η χρήση του σε συσκευασίες ή άλλο υλικό, που θα λαμβάνουν επιχειρήσεις / χορηγοί προνοιακών φορέων ή κοινωνικών δράσεων του Υπουργείου (π.χ. προγράμματα ενίσχυσης ατόμων με αναπηρίες, παιδιά των φαναριών, πρόσφυγες, Ορφανοτροφεία και άλλες δράσεις). Ως κριτήρια επιλογής συζητούνται ήδη το ύψος της χορηγίας, το είδος της παρέμβασης (θα γίνεται με αυστηρά καθορισμένα κριτήρια), η συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη (μη κυβερνητικές οργανώσεις, τοπικοί φορείς, κρατικές υπηρεσίες, ομάδες πολιτών), η εφαρμογή διαδικασιών αξιολόγησης και ελέγχου της χορηγίας, η μορφή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ώστε να επιλέγονται επιχειρήσεις με καλή κοινωνική φήμη, μακροχρόνια δέσμευση στην κοινωνική χορηγία κ.ά.

3) Ανάδειξη του θεσμού, όχι μόνο στις μεγάλες επιχειρήσεις, ώστε να μην καθίσταται η Κοινωνική Χορηγία προνόμιο των μεγάλων μόνο χορηγιών, αλλά και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της Ελληνικής οικονομίας. Εδώ επίσης εξετάζεται το θέμα της τοπικής χορηγίας, όπου μικρές επιχειρήσεις σε συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες, με τους τοπικούς φορείς, με στόχο την προώθηση των τοπικών κοινωνιών, της τοπικής οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης θα προχωρούν σε συνεργασία με μη κυβερνητικές οργανώσεις, αλλά και με το Υπουργείο Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης σε δράσεις τοπικές και φυσικά με ανάλογο σήμα «Κοινωνικού Χορηγού» πανελληνίας εμβέλειας και αντίστοιχο σήμα τοπικής εμβέλειας.

4) Εκπόνηση καταλόγου προγραμμάτων συνεργασίας με τον επιχειρηματικό κόσμο για την υποστήριξη έργων που θεωρούνται πρώτης προτεραιότητας για χορηγία. Κι εδώ επιβάλλεται να γίνει ένας κεντρικός σχεδιασμός, εθνικός σχεδιασμός. Υπάρχουν δράσεις στον τομέα της κοινωνικής συνοχής, στον τομέα της κοινωνικής αλληλεγγύης που κρίνονται πρώτης προτεραιότητας και φυσικά αυτό εξαρτάται από τις τρέχουσες πολιτικές και κοινωνικές συγκυρίες [39].

Από την άλλη, ο κόσμος της παραγωγής και της βιομηχανίας μπορεί πλέον να συμμετέχει ενεργά στις προσπάθειες κοινωνικής ανάπτυξης και να αναλάβει το μέρος της ευθύνης που του αναλογεί για την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και αλληλεγγύης, εξυπηρετώντας παράλληλα την οικονομική ανάπτυξη των επιμέρους επιχειρήσεων και της χώρας γενικότερα. Ενδεικτικό στοιχείο της προσπάθειας που καταβάλλεται από την ελληνική βιομηχανία σχετικά με την ανάπτυξη και διάδοση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ανήκει στην βιομηχανία. Είναι σημαντικό το γεγονός ότι συνολικά η ελληνική βιομηχανία

συμμετέχει ενεργά και δημιουργικά στη διαμόρφωση και ανάδειξη του σύγχρονου και σύνθετου ρόλου της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Επίσης, αν και σχετικά πρόσφατη στην Ελλάδα η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μπορούμε να διακρίνουμε παραδείγματα «καλής πρακτικής» από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διάφορους κλάδους βιομηχανικής δραστηριότητας. Σε κάποιες περιπτώσεις οι πρακτικές αυτές προέρχονται από επιχειρήσεις που λειτουργούν ως προμηθευτές, υπεργολάβοι ή υπο-κατασκευαστές μεγαλύτερων επιχειρήσεων και επώνυμων οίκων της Ελλάδας και του εξωτερικού. Οι επιχειρήσεις αυτές, αν και δεν είναι εξίσου εκτεθειμένες με τους πελάτες τους στον ευρύτερο προβληματισμό για την αναγκαιότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, γίνονται άμεσα κοινωνοί των σχετικών θεμάτων και καλούνται να συμπεριλάβουν σχετικές πολιτικές στην επιχειρηματική πρακτική τους, με αντιστάθμισμα τη διατήρηση της συνεργασίας τους, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο νέα πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους.

Τομείς που φαίνεται να αναδεικνύονται ως προτεραιότητες για την ελληνική βιομηχανία στο πλαίσιο αυτό περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων την πρόληψη και τη διασφάλιση της Υγείας και της Ασφάλειας στους χώρους εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος, την προστασία του καταναλωτή, τη συνεχή βελτίωση της ικανότητας των εργαζομένων για απασχόληση, αλλά και το σεβασμό των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τους μόνιμους συνεργάτες, προμηθευτές και υπεργολάβους της κάθε επιχείρησης.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι, αν και η μεγάλη πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όπως έχει προαναφερθεί, θα πρέπει να υποστηριχθούν ενεργά για να ενσωματώσουν τις αρχές της Ε.Κ.Ε και να αξιοποιήσουν θετικά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που αυτή συνεπάγεται σε μεσο-μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Η πολιτεία ήρθε τους τελευταίους μήνες, με νομοθετικές πρωτοβουλίες που βγήκαν μέσα από κοινωνικό διάλογο, όπως ο νέος φορολογικός νόμος, ο νέος αναπτυξιακός νόμος, τα μέτρα για τη συρρίκνωση της γραφειοκρατίας, που αφορούν τη γένεση και την περαιτέρω λειτουργία μιας επιχείρησης, ίσα να θέσει κάποια θεμέλια.

Σημαντικές προσπάθειες γίνονται και στον αγροτικό και αλιευτικό τομέα της χώρας. Στην αλιεία, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διαμαρτυρία των αλιέων του Βόλου για τη συστηματική υπεραλίευση και τη δραματική μείωση των αλιευμάτων του Παγασητικού. Όμως, οι ενέργειες που σχετίζονται με την εταιρική ευθύνη πρέπει να ληφθούν σε επίπεδο συνεταιρισμών.

Ο τριτογενής τομέας της οικονομίας έχει γνωρίσει ραγδαία αύξηση τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα, με την κοινωνικά υπεύθυνη κατανάλωση να αναπτύσσεται δειλά δειλά. Δυστυχώς, στην Ελλάδα, πρέπει πολλά να γίνουν ώστε οι θεσμοί και η καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων να αποδώσουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Έντονη εμφανίζεται και η δράση των τραπεζών με ποικίλες δραστηριότητες και πρωτοβουλίες Ε.Κ.Ε, ενώ πολλές από αυτές ήδη εκδίδουν κοινωνικό απολογισμό, ενιαίο ή ξεχωριστό, αποτελώντας καλό παράδειγμα προς μίμηση για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις.

Συμπερασματικά, η ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, οφείλει να γίνει ο ακρογωνιαίος λίθος της επίτευξης των στόχων προς την Ε.Κ.Ε και οι κοινωνικοί εταίροι και η δημόσια διοίκηση καλούνται και δύνανται να συμβάλλουν στη δημιουργία του απαιτούμενου ευέλικτου και ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η

σύγχρονη επιχείρηση είναι πια μια ισχυρή, ισχυρότατη κοινωνική οντότητα, κυψέλη κοινωνικής συμβίωσης, συνεργασίας και κοινωνικών διεργασιών [1].

1.8.2 Ελληνικό Δίκτυο Ε.Κ.Ε

Όπως προαναφέρθηκε, ένας από τους βασικούς στόχους του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή ήταν και η υποστήριξη δημιουργίας αντίστοιχων Εθνικών Δικτύων. Τον Νοέμβριο του 1999, προσπάθειες από δεκατρείς μεγάλες Ελληνικές Επιχειρήσεις μαζί με τρεις από τους μεγαλύτερους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς κατέληξαν στην υπογραφή της διακήρυξης για την ίδρυση του «Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή», το οποίο μετονομάστηκε (Ιούνιος 2000) σε «Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» με την αντίστοιχη αγγλική μετάφραση “Hellenic Network for Corporate Social Responsibility” [19,38].



Σκοπός του Ελληνικού Δικτύου είναι η προώθηση της έννοιας της κοινωνικής ευαισθησίας και ευθύνης των επιχειρήσεων και η προαγωγή της ιδέας της κοινωνικής συνοχής στη χώρα μας μέσα από την ανάδειξη και αξιοποίηση καλών πρακτικών (best practices). Μέλη του Δικτύου σήμερα είναι περισσότερες από 60 ελληνικές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι ευαισθητοποιημένες σε θέματα που αφορούν την κοινωνία και το περιβάλλον και έχουν εντάξει στις επιχειρησιακές στρατηγικές προγράμματα τα οποία:

- § Συμβάλλουν στην οικονομική και βιώσιμη ανάπτυξη των κοινοτήτων όπου δραστηριοποιούνται
- § Ελαχιστοποιούν τις επιπτώσεις που ενδέχεται να έχουν οι δραστηριότητές τους στο περιβάλλον και στους φυσικούς πόρους
- § Διαμορφώνουν για τους εργαζόμενους υγιεινείς και ασφαλείς συνθήκες εργασίας
- § Προσφέρουν ίσες ευκαιρίες απασχόλησης και επαγγελματικής εξέλιξης
- § Παρέχουν στους μετόχους τους, μέσω της ορθής κοινωνικής και περιβαλλοντικής διαχείρισης, ικανοποιητική απόδοση.

Με σκοπό την ευαισθητοποίηση όλο και περισσότερων επιχειρήσεων ως προς την ένταξη στρατηγικών Ε.Κ.Ε στις δραστηριότητές τους, το Δίκτυο έχει θέσει ως **στόχους**:

1. Τη συνεχή ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της Ε.Κ.Ε
2. Τη δικτύωση και συνεργασία με επιχειρήσεις, συλλογικούς και άλλους φορείς σε κάθε επίπεδο για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών
3. Την ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού για την κοινωνική δράση και συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.
4. Την κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών για την προώθηση προγραμμάτων συλλογικής προσφοράς και την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων.
5. Τη μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
6. Την με κάθε άλλη μορφή ανάπτυξη δράσης των επιχειρήσεων για την επίτευξη των σκοπών του Δικτύου.

Στις **άμεσες προτεραιότητες** του είναι:

- Η καταγραφή προγραμμάτων και καλύτερων πρακτικών που έχουν αναπτυχθεί από Ελληνικές εταιρίες στον τομέα της Κοινωνικής Ευθύνης, ποια φιλοσοφία υπάρχει πίσω από αυτά, ποιοι οι κύριοι στόχοι και ποιες οι χρησιμοποιηθείσες μεθοδολογικές προσεγγίσεις και τα επιτευχθέντα αποτελέσματα
- Η συλλογή νέων στοιχείων σχετικά με την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων
- Η αύξηση της ενημέρωσης και υποστήριξη των επιχειρήσεων στην ανάπτυξη φιλοσοφίας για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
- Η εγγραφή νέων μελών

Μεταξύ άλλων, οι **επόμενες δραστηριότητες** του Δικτύου είναι:

- Η εκπόνηση ποσοτικής μελέτης σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και παράλληλη έρευνα της κοινής γνώμης για το ίδιο θέμα
- Η δημιουργία Newsletter για καλύτερη επικοινωνία με τα μέλη και την ευρύτερη κοινότητα
- Η καταγραφή προγραμμάτων κοινωνικής ευθύνης που εφαρμόζονται στην Ελλάδα και έκδοση ειδικού φυλλαδίου
- Η διάδοση εργαλείων που εφαρμόζονται στην Ευρώπη για κάποιους από τους τομείς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
- Η ανάπτυξη συνεργασιών με Πανεπιστημιακούς, Επιχειρηματικούς, Κρατικούς και άλλους φορείς

Τα μέλη του διακρίνονται σε κύρια, απλά και συνδεδεμένα (βλ. Παράρτημα Γ) και ανάλογα με την κατηγορία τους είναι τα **οφέλη** που μπορούν να αποκομίσουν οι επιχειρήσεις από την ένταξή τους στο Δίκτυο. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- Πληροφόρηση: ιστοσελίδα, newsletter, ειδικές συναντήσεις και συνέδρια
- Συμβουλές και κατάρτιση
- Συμμετοχή στο Διάλογο για την Ε.Κ.Ε
- Ανάπτυξη καλών πρακτικών
- Ανάπτυξη εξειδικευμένων εργαλείων
- Δυνατότητες προβολής σε όλα τα Επικοινωνιακά Μέσα

Ο ΣΕΒ, ως θεσμικός φορέας εκπροσώπων επιχειρήσεων, είναι ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και συμμετέχει με εκπρόσωπό του στο Δ.Σ. του Δικτύου [19,38].

1.8.3 Προτάσεις ενίσχυσης & αναγκαίες δράσεις

Κάθε συζήτηση για ανάληψη πρωτοβουλιών σε εθνικό επίπεδο θα πρέπει κατ' αρχήν να λάβει υπ' όψιν της τα **βασικά χαρακτηριστικά** του πεδίου αναφοράς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον ελληνικό χώρο. Αυτά είναι τα εξής [1,3]:

- Η Ελλάδα, ως ανεπτυγμένη χώρα και μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει ιδιαίτερα εξειδικευμένη νομοθεσία τόσο για τα εργασιακά όσο και για τα περιβαλλοντικά ζητήματα, διέπεται δε σε σημαντικό βαθμό από την κοινοτική νομοθεσία. Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά, θα μπορούσε κανείς να πει ότι το αίτημα που τίθεται σε αναπτυσσόμενες χώρες για τήρηση προτύπων υψηλότερων από αυτά που απαιτεί ο νομοθέτης δεν είναι τόσο επιτακτικό στην Ελλάδα, όπως σε άλλες χώρες. Παρ' όλο που υπάρχουν διαφορετικές απόψεις για το είδος δράσεων που διαφοροποιούν τη συμμόρφωση με τη

νομοθεσία από την έννοια της Ε.Κ.Ε, είναι γεγονός ότι 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.

- ü Και στη χώρα μας χρειάζεται να αναπτυχθεί περισσότερο η ενημέρωση, ο διάλογος και η έρευνα για τα θέματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αξιέπαινες πρωτοβουλίες, όπως το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, είναι αρκετά πρόσφατες και τα αποτελέσματα των δράσεων τους δεν έχουν γίνει αντικείμενο συστηματικής ενημέρωσης, κοινωνικού και πολιτικού διαλόγου και, εν τέλει, δεν έχουν γίνει κτήμα του επιχειρηματικού κόσμου και του κοινωνικού συνόλου. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί έμφαση από τους κοινωνικούς και επιστημονικούς φορείς στην ανάπτυξη ευρύτερου δημόσιου προβληματισμού για το θέμα και την έρευνα, τόσο των ακολουθούμενων από ελληνικές επιχειρήσεις πολιτικών Ε.Κ.Ε, όσο και των τομέων εκείνων όπου υπάρχει οξύτερη ανάγκη δημιουργίας και υλοποίησης τέτοιων πολιτικών.
- ü Πρέπει να ληφθεί υπόψη το μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων. Η συζήτηση για την Ε.Κ.Ε σε διεθνή φόρα συνήθως αφορά επιχειρήσεις πολύ μεγαλύτερες των ελληνικών και έτσι τα μέτρα που προτείνονται δεν είναι κατ' ανάγκη εφαρμόσιμα στην ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα ή δεν θα έχουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, γιατί δεν θα μπορούν να ακολουθηθούν από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων.
- ü Πρέπει να είναι σαφές ότι η ανάπτυξη πρωτοβουλιών από τις επιχειρήσεις στο πλαίσιο της έννοιας της Ε.Κ.Ε δεν μπορεί και δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να θεωρείται ότι υποκαθιστά το ρόλο του Κράτους και των αρμοδίων φορέων. Θέματα, όπως π.χ η προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή, ανήκουν κατ' εξοχήν στη νομοθετική και ελεγκτική αρμοδιότητα του Κράτους και η όλη συζήτηση για την Ε.Κ.Ε γίνεται με σκοπό την περαιτέρω βελτίωση της κατάστασης και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να οδηγήσει σε σύγχυση ρόλων με αρνητικές συνέπειες.
- ü Στην Ελλάδα, εκτός από το μικρό βαθμό ανάπτυξης συνείδησης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, υπάρχει αντίστοιχα πρόβλημα και ελλειπούς 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, έτσι ώστε π.χ να είναι διατεθειμένοι να στηρίζουν ένα λίγο πιο ακριβό αλλά περιβαλλοντικά αβλαβές καταναλωτικό προϊόν, θα αποτελέσει ένα μοχλό ενίσχυσης της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς των επιχειρήσεων.
- ü Πρέπει να τονισθεί η ανάγκη για ενίσχυση και προώθηση του διαλόγου σε κάθε επίπεδο, τοπικό, κλαδικό και διεπιχειρησιακό. Η ανάπτυξη κατάλληλης παιδείας για το σκοπό αυτό θεωρείται σημαντική προϋπόθεση. Οι τοπικές κοινωνίες, οι φορείς της 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.

- ü Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι και στο διεθνές αλλά και στο ευρωπαϊκό επίπεδο, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη συνεργασία και τη συνέργια των ενδιαφερομένων μερών δεδομένου ότι η αποτελεσματική δράση για την αντιμετώπιση θεμάτων κοινωνικής και περιβαλλοντικής σημασίας είναι δυνατή περισσότερο μέσω συνεργασιών και λιγότερο με αποσπασματικές και μεμονωμένες ενέργειες. Η ανάπτυξη της συμμετοχικότητας και της συνεργασίας σε κάθε επίπεδο (τοπικό, περιφερειακό, κλαδικό και διεπιχειρησιακό) θα πρέπει να θεωρείται σημαντική προϋπόθεση για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Με αυτά τα δεδομένα, και έχοντας πάντα υπόψη ότι η Ε.Κ.Ε είναι εθελοντική (αλλιώς δεν είναι κοινωνική ευθύνη), προτείνονται τα **ακόλουθα μέτρα**, τα οποία θα πρέπει να γίνουν σε συνεννόηση και με τη συμφωνία των επιχειρήσεων στις οποίες αφορούν [1,3]:

- α Θα πρέπει να αρθούν τα υφιστάμενα αντι-κίνητρα στην άσκηση πολιτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Τα αντικίνητρα αυτά αφορούν τόσο στη νομοθεσία όσο και την πρακτική της δημόσιας διοίκησης, κεντρικής και περιφερειακής.
Συγκεκριμένα, στο νομοθετικό επίπεδο, είναι π.χ. γνωστό ότι η φορολογική νομοθεσία δημιουργεί διαδικασίες και επιβαρύνει οικονομικά τις δωρεές. Φυσικά, η πρόταση αυτή δεν σημαίνει ότι δεν θα πρέπει να υπάρχουν οι μηχανισμοί ελέγχου του εάν οι δωρεές και οι άλλες εκδηλώσεις κοινωνικής προσφοράς δεν υποκρύπτουν στην πραγματικότητα μεθοδεύσεις φοροδιαφυγής, αλλά το υφιστάμενο καθεστώς και μειώνει το όφελος για τους αποδέκτες και δεν είναι σε θέση να εντοπίσει πρακτικά τους σχετικούς μηχανισμούς φοροδιαφυγής.
Σε επίπεδο διοικητικής πρακτικής, τα πράγματα είναι πιο προβληματικά. Κρίσιμες για το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης δημόσιες υπηρεσίες δε διαθέτουν την αναγκαία εξοικείωση με σχετικές πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις. Παράλληλα και οι δήμοι θα πρέπει να διευκολύνουν τις επιχειρήσεις στην υλοποίηση τέτοιων μέτρων.
- α Θα πρέπει να καλλιεργηθεί το πνεύμα της Ε.Κ.Ε στα υποψήφια επιχειρηματικά στελέχη. Οι Οικονομικές και Σχολές Διοίκησης θα πρέπει να περιλαμβάνουν το σχετικό μάθημα ως υποχρεωτικό στα ακαδημαϊκά τους προγράμματα, ενώ και οι ίδιες οι μεγάλες επιχειρήσεις θα πρέπει να αναπτύξουν το πνεύμα αυτό με εκπαίδευση των στελεχών τους σε ενδοεπιχειρησιακό επίπεδο.
- α Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα και ειδικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, δεν διοικούνται συνήθως από επαγγελματικά στελέχη αλλά από αυτοδίδακτους επιχειρηματίες. Για το λόγο αυτό, δεν αρκεί η ακαδημαϊκή εκπαίδευση, αλλά θα πρέπει να υπάρξουν προγράμματα ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης, εκπαίδευσης και προσαρμογής στις επιταγές της Ε.Κ.Ε. Πολλές φορές η έλλειψη Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης οφείλεται σε λανθασμένη αντίληψη του επιχειρηματία για το ποιο είναι το μεσομακροπρόθεσμο συμφέρον και όχι σε μία αντικειμενική αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων και των

μειονεκτημάτων της αντίθετης με την Ε.Κ.Ε πολιτικής, που τυχόν ακολουθεί. Και, φυσικά, το πρώτο βήμα για την ανάπτυξη αυτής της ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης θα πρέπει να γίνεται από το εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας, που θα πρέπει να δώσει αυξημένη έμφαση στην ανάπτυξη της εξατομικευμένης αλλά και της συλλογικής ευθύνης των πολιτών απέναντι στην κοινωνία, τη φύση, το πολιτιστικό παρελθόν αλλά και το παραγωγικό μέλλον της χώρας.

- α) Μεταξύ άλλων, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ενημερωθούν για τα πρότυπα διαχείρισης που έχουν διαμορφωθεί σύμφωνα με τις επιταγές της Ε.Κ.Ε. Τα πρότυπα αυτά διαμορφώθηκαν και πιστοποιούνται από έγκυρους διεθνείς οργανισμούς και η εφαρμογή τους μπορεί να αποβεί επωφελής για τις επιχειρήσεις. Σε αυτό μπορούν και πρέπει να συμβάλουν και οι συλλογικοί φορείς της ελληνικής κοινωνίας.
- α) Η προσέγγιση της Ε.Κ.Ε σε επίπεδο εφαρμοστέων μέτρων και πολιτικών πρέπει να διαφοροποιείται και να εξειδικεύεται ανά τομέα και ανά επιχείρηση. Η πολιτική Ε.Κ.Ε π.χ. για τις τράπεζες, δεν μπορεί να έχει το ίδιο περιεχόμενο με την αντίστοιχη πολιτική στη βιομηχανία ή τον τουρισμό.
- α) Στην Ελλάδα, ιδιαίτερη σημασία έχει η Ε.Κ.Ε στον κατασκευαστικό κλάδο, δεδομένης της μεγάλης κατασκευαστικής δραστηριότητας στον τομέα τόσο των δημόσιων όσο και των ιδιωτικών έργων και τη συμβολή που αυτή έχει για την αναπτυξιακή προσπάθεια της χώρας. Φυσικά, η Ε.Κ.Ε παρουσιάζει ιδιαιτερότητες στον τομέα των δημοσίων έργων, όπου ο ανταγωνισμός για την ανάληψη ενός έργου περιορίζει τα περιθώρια για πρωτοβουλίες Ε.Κ.Ε πέραν των όσων προβλέπει και επιβάλλει η νομοθεσία. Σε κάθε περίπτωση όμως, η ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε στον τομέα αυτό θα είναι ιδιαίτερα σημαντική και θα πρέπει όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς να συστηματοποιήσουν και να διευρύνουν τις πρωτοβουλίες που σήμερα υπάρχουν. Προς την κατεύθυνση αυτή, θα πρέπει η Πολιτεία να εξετάσει και το σύστημα ανάληψης δημοσίων έργων από την παράμετρο της ενθάρρυνσης της Ε.Κ.Ε από μέρους των τεχνικών εταιριών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

«ΜΕΤΡΗΣΗ & ΔΗΜΟΣΙΑ ΑΝΑΦΟΡΑ Ε.Κ.Ε»

2.1 Εργαλεία μέτρησης της Ε.Κ.Ε

Η βιώσιμη ανάπτυξη μπορεί να γίνει πραγματικότητα μόνο εάν η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη γίνει η κύρια ανησυχία για τις μεμονωμένες επιχειρήσεις και την επιχειρησιακή κοινότητα παγκοσμίως. Μια σειρά από κώδικες, πρότυπα, οδηγίες και πλαίσια είναι διαθέσιμα πια στις επιχειρήσεις για να βοηθήσουν την ενσωμάτωση της Εταιρικής Ευθύνης στις επιχειρησιακές στρατηγικές και διαδικασίες διαχείρισής τους, με σκοπό να ευθυγραμμίσουν την απόδοση των επιχειρήσεων με τους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης. Τέτοιοι κώδικες, πρότυπα και πλαίσια αναπτύχθηκαν όχι ως εναλλακτική λύση των κυβερνητικών κανονισμών και των διακυβερνητικών συμφωνιών, αλλά επειδή οι νόμοι δεν παρέχουν– και δεν μπορούν να παρέχουν– όλες τις λεπτομέρειες που οι διευθυντές των επιχειρήσεων απαιτούν[24,40].

Τα ανώτερα στελέχη δεν αναρωτιούνται πλέον εάν θα χρησιμοποιήσουν τέτοια εργαλεία, αλλά αναρωτιούνται για το ποια να χρησιμοποιήσουν και σε ποιο συνδυασμό. Ωστόσο, κάθε επιχείρηση πρέπει να υιοθετήσει το δικό της σύνολο συμπληρωματικών εργαλείων στα δικά της συστήματα, βασισμένα στις δικές της πρακτικές και στρατηγικές ανάγκες, τις σχετικές περιοχές εφαρμογής και τις ανησυχίες των ενδιαφερόμενων μερών.

Μεμονωμένα ή σε συνδυασμό τέτοια εργαλεία και πρότυπα υπάρχουν για να παρέχουν [40]:

- § *Νομιμότητα*: είναι βασισμένα σε ένα «κοινωνικό σύμβολο» διατυπωμένο σε διεθνείς συμφωνίες ή με διαπραγματεύσεις μεταξύ ενδιαφερόμενων μερών
- § *Ρυθμιστική σαφήνεια*: παρέχουν συγκριτική αξιολόγηση για το «ποιο είναι το σωστό» να κάνει μια επιχείρηση
- § *Λειτουργικότητα*: παρέχουν διαθέσιμα αναγνώσιμα εργαλεία για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στην πράξη
- § *Βάση για μάθηση και δέσμευση*: βοηθούν τη συνεχή βελτίωση μέσω εμπειριών και πληροφοριών ανατροφοδότησης
- § *Καθαρή επικοινωνία*: βοηθούν τις επιχειρήσεις να διαδώσουν τις δεσμεύσεις τους, τις απαιτήσεις και τα επίπεδα επιδόσεων, τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά
- § *Πληρότητα*: βοηθούν τις επιχειρήσεις να εξασφαλίσουν ότι όλα τα σχετικά θέματα αντιμετωπίζονται.

Οι τρόποι με τους οποίους κάθε επιχείρηση δημοσιοποιεί τη θέση που έχει γύρω από το θέμα της Κοινωνικής Ευθύνης και τις δράσεις που εφαρμόζει διαφέρουν ανάλογα με τον τομέα στον οποίο ανήκει, το είδος των δράσεων κλπ. Πιο κάτω περιγράφονται ενδεικτικά κάποιοι από τους τρόπους αυτούς (αποτελούν και εργαλεία), που μπορούν να βοηθήσουν τη βελτίωση της ενημέρωσης και της διαφάνειας σχετικά με την υιοθέτηση δράσεων Ε.Κ.Ε [1,3,15,19,41,42]:

Ø Κοινωνικός απολογισμός

Ο όρος «Κοινωνικός απολογισμός» αναφέρεται σε εκδόσεις, μέσα από τις οποίες οι επιχειρήσεις υιοθετούν μια ολιστική άποψη αναφοράς των ευρείας κλίμακας ευθυνών τους απέναντι σε όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους. Είναι μία πρωτοβουλία που υιοθετείται από ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες χρησιμοποιούν τη διαδικασία αυτή για να οργανώσουν τις επιμέρους δραστηριότητες τους για την Ε.Κ.Ε, να θέσουν συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους αλλά και τις δράσεις τους σε επιμέρους τομείς της Ε.Κ.Ε, καθώς και να δημιουργήσουν συνθήκες για αμφίδρομη επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η πρακτική αυτή αναπτύσσεται και στην Ελλάδα, όπου υπάρχουν επιχειρήσεις που εκδίδουν μαζί με τον ετήσιο Οικονομικό τους Απολογισμό και Κοινωνικό Απολογισμό ήδη από την δεκαετία του 1980.

Ενώ η αναφορά εκδίδεται σε οικειοθελή βάση και οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διαφορετικά μοντέλα, οδηγίες και μεθόδους αναφοράς, ένας κοινωνικός απολογισμός θα μπορούσε κατά προτίμηση να περιλαμβάνει μερικά βασικά στοιχεία, όπως:

- δήλωση των αρχών της επιχείρησης (αποστολή, αξίες, αρχές)
- πρακτικές και διαδικασίες
- αποτελεσματικότητα του οργανισμού

Πάντως, οι προσεγγίσεις των εταιρειών στο θέμα της σύνταξης εκθέσεων είναι τόσο διαφορετικές όσο και οι προσεγγίσεις τους στο θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Πρέπει να διαμορφωθεί μία γενική ομοφωνία σχετικά με το είδος των πληροφοριών που πρέπει να ανακοινώνονται, τη μορφή που θα λάβει η σύνταξη, καθώς και την αξιοπιστία της διαδικασίας αξιολόγησης και ελέγχου, προκειμένου οι εκθέσεις αυτές να είναι χρήσιμες. Μια σημαντική διεθνής πρωτοβουλία που έχει αναπτυχθεί για αυτό το σκοπό αποτελεί η «Υποβολή εκθέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο» (“Global Reporting Initiative”)(βλ. ενότητα 2.3.1).

Ø Θεματικός απολογισμός

Προκειμένου να καλύψουν τις ειδικές ανάγκες πληροφόρησης συγκεκριμένων ομάδων φορέων ή να υπογραμμίσουν τη δέσμευσή τους για ένα συγκεκριμένο θέμα, οι επιχειρήσεις υιοθετούν διαφορετικού είδους αναφορές, άλλες από τους κοινωνικούς απολογισμούς.

Οι «Θεματικοί απολογισμοί» είναι εκδόσεις που αναφέρουν την απόδοση μιας επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο θέμα όπως το περιβάλλον, η υγιεινή και ασφάλεια κ.λ.π. Επίσης, περιλαμβάνονται ειδικές εκδόσεις που στοχεύουν στη διευκρίνιση της θέσης της επιχείρησης πάνω σε ειδικά θέματα όπως η διαφορετικότητα, η διαφθορά και δωροδοκία, τα ανθρώπινα δικαιώματα κ.λ.π.

Ø Κώδικας Δεοντολογίας

Ο Κώδικας Δεοντολογίας περιλαμβάνει εκείνα τα έγγραφα της επιχείρησης που έχουν στόχο να θέσουν εσωτερικούς και οικειοθελείς κανόνες για καθορισμό του είδους των αρχών / αξιών που πρέπει να υιοθετήσει στις σχέσεις της με τους άμεσα ή έμμεσα επηρεαζόμενους από τις δραστηριότητές της.

Ø Πληροφόρηση μέσω του Διαδικτύου

Η ιστοσελίδα είναι ένα εργαλείο που όλο και περισσότερο χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για επικοινωνία θεμάτων Ε.Κ.Ε. Συνήθως έχουν ένα ειδικό τμήμα στην ιστοσελίδα τους όπου διατυπώνουν τις πολιτικές τους για το περιβάλλον

και άλλα κοινωνικά θέματα. Μπορεί να περιλαμβάνει εκθέσεις και δημοσιεύματα, αλλά και νεώτερα πληροφοριακά στοιχεία.

Ø Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς

Η διαδικασία ανάμιξης των άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενων με τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων και η οικοδόμηση δομών διαλόγου και συνεργασίας (“partnership building”) είναι θέμα αυξανόμενου προβληματισμού. Η διαδικασία κατανόησης των απόψεων των εμπλεκόμενων φορέων θα βοηθήσει τον οργανισμό να:

- οικοδομήσει σχέσεις εμπιστοσύνης
- προβλέψει και να διαχειριστεί τις αντιθέσεις
- οικοδομήσει κοινή συναίνεση ανάμεσα στις διάφορες απόψεις

Υπάρχει ποικιλία μεθόδων εμπλοκής των επιχειρήσεων με τους διάφορους φορείς. Οι μέθοδοι αυτές μπορεί να σχετίζονται με μια και μοναδική δράση πάνω σε κάποιο ειδικό θέμα ή με πιο δομημένες, ευρύτερες και μακροχρόνιες διαβουλεύσεις. Στην περίπτωση των διαβουλεύσεων, αυτές μπορούν να γίνουν μέσω ομάδων εργασίας, δημοσίων συναντήσεων, συνεντεύξεων, ερωτηματολογίων κλπ.

Ø Εσωτερική επικοινωνία

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται η ευρεία σειρά εργαλείων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να επικοινωνήσουν προς το εσωτερικό τους περιβάλλον θέματα σχετικά με την Ε.Κ.Ε. Διαφέρει σημαντικά από επιχείρηση σε επιχείρηση αλλά μερικά κοινά στοιχεία είναι το intranet, οι εφημερίδες και τα περιοδικά, οι συναντήσεις με το προσωπικό.

Ø Πρότυπα

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διάφορων ειδών πρότυπα για να δημοσιοποιήσουν και να βελτιώσουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική τους επίδοση. Αυτά περιλαμβάνουν τα εξής [32]: GRI (βλ. ενότητα 2.3.1), AA1000, SA 8000, UN Global Compact, τις κατευθυντήριες οδηγίες του ΟΟΣΑ για τις Πολυεθνικές επιχειρήσεις, EFQM Framework for CSR, (βλ. Παράρτημα Α), “Principles for Global Corporate Responsibility: Benchmarks for Measuring Business Performance” από το Interfaith Center on Corporate Responsibility (ICCR), “Principles for Business” από το Caux Round Table (CRT), “The Global Sullivan Principles”, “The Keidanren Charter for Good Corporate Behavior” από το Nippon Keidanren- the Japan Business Federation, “Asian-Pacific Economic Cooperation (APEC) Business Code of Conduct”, κλπ.

Ø Κοινωνικά και οικολογικά σήματα

Πρόκειται για συστήματα και διαδικασίες υιοθετημένες από τις επιχειρήσεις για αύξηση ή εξασφάλιση επιτευγμάτων σε αναγνωρίσιμο επίπεδο αποτελεσματικότητας επί θεμάτων όπως υγιεινή και ασφάλεια, ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών κλπ. Τελευταία, δημιουργούνται όλο και περισσότερα κοινωνικά και οικολογικά σήματα, είτε από μεμονωμένους κατασκευαστές (ιδιωτικά κατατεθειμένα σήματα ή μάρκες) ή από βιομηχανικούς κλάδους, ΜΚΟ και κυβερνήσεις. Αποτελούν μία πρωτοβουλία που βασίζεται στην αγορά (και όχι μία ρυθμιστική πρωτοβουλία), η οποία μπορεί να βοηθήσει τη διαμόρφωση θετικών κοινωνικών αλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων και των καταναλωτών.

Τα κοινωνικά σήματα συνεπάγονται την εγγύηση ότι ένα συγκεκριμένο αντικείμενο παράχθηκε χωρίς εκμετάλλευση και κατάχρηση, ενώ τα ευρωπαϊκά οικολογικά σήματα αφορούν τις περιβαλλοντικές επιδόσεις συγκεκριμένων προϊόντων όπως «το λουλούδι της Ευρωπαϊκής Ένωσης», που χορηγείται σε προϊόντα με την υψηλότερη περιβαλλοντική ποιότητα. Το Ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα (Euro Eco-label) είναι διαφανής και αξιόπιστη επισήμανση, καθώς η συμμόρφωση με τα κριτήρια βεβαιώνεται, επαληθεύεται και παρακολουθείται από έναν ανεξάρτητο φορέα πιστοποίησης. Τα κοινωνικά σήματα, όμως, τείνουν να παρουσιάζουν έλλειψη διαφάνειας και ανεξάρτητης επαλήθευσης των ισχυρισμών τους, διότι τέτοιου είδους ισχυρισμοί δεν μπορούν να επαληθευθούν με τη διεξαγωγή δοκιμών στο ίδιο το προϊόν, αντίθετα από τα σήματα που αφορούν το περιεχόμενο ή την ασφάλεια ενός προϊόντος. Προκειμένου, λοιπόν, να είναι αξιόπιστα τα κοινωνικά και οικολογικά σήματα απαιτούν μόνιμη επαλήθευση στους σχετικούς χώρους εργασίας, η οποία θα διεξάγεται σύμφωνα με συμφωνημένα πρότυπα.

Ωστόσο, οι πρωτοβουλίες κοινωνικής και οικολογικής σήμανσης έχουν περιορισμένη εμβέλεια και δύναμη αντίκτυπο λόγω του ότι γενικά περιορίζονται σε συγκεκριμένους τομείς της λιανικής αγοράς, και ειδικότερα τα κοινωνικά σήματα συνήθως καλύπτουν μόνο εισαγόμενα προϊόντα και είναι προσιτά μόνο στους εύπορους καταναλωτές. Κατά συνέπεια, το μερίδιο τους στην αγορά αν και αυξάνεται εξακολουθεί να είναι μικρό, γεγονός που καθιστά εμφανή την ανάγκη για βελτίωση της αποτελεσματικότητας αυτών των σημάτων. Αντιθέτως, ο αριθμός των εταιριών με προϊόντα που φέρουν οικολογικό σήμα αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς.

Επιπλέον, ο αυξανόμενος αριθμός των συστημάτων κοινωνικής σήμανσης στην Ευρώπη ενδέχεται να αποβεί επιβλαβής για την αποτελεσματικότητά τους, δεδομένου ότι μπορεί να προκύψει σύγχυση μεταξύ των καταναλωτών λόγω των πολλών και διαφορετικών κριτηρίων που χρησιμοποιούνται και της έλλειψης σαφήνειας σχετικά με τη σημασία των διαφόρων σημάτων. Υπάρχει επίσης μία αυξανόμενη ανάγκη για δημόσια συζήτηση σχετικά με την αξία και τη σκοπιμότητα - στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς και των διεθνών υποχρεώσεων - των δημόσιων ενεργειών που έχουν στόχο να καταστήσουν αποτελεσματικότερα τα κοινωνικά και οικολογικά σήματα. Στα παραδείγματα τέτοιων ενεργειών περιλαμβάνεται η υποστήριξη της επιμόρφωσης και της ευαισθητοποίησης σχετικά με θέματα συνθηκών εργασίας, η προώθηση των βέλτιστων πρακτικών μέσω της καθιέρωσης χορηγιών για τα βραβεία προς τις εταιρείες, η διευκόλυνση της καθιέρωσης συμπράξεων μεταξύ πολλών ενδιαφερόμενων μερών, η ανάπτυξη προδιαγραφών για την κοινωνική σήμανση και η χρήση των δημόσιων προμηθειών και των φορολογικών πρωτοβουλιών για την προώθηση των προϊόντων με σήμα.

Ø Βραβεία και Εκδηλώσεις

Αυτή η κατηγορία αναφέρεται τόσο στα βραβεία που λαμβάνει η επιχείρηση για επιτεύγματα σε συγκεκριμένους τομείς όσο και στα βραβεία που οργανώνει και απονέμει η ίδια. Αυτά, για παράδειγμα, μπορεί να περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες που οργανώνονται μέσα στην επιχείρηση με στόχο λ.χ την επαύξηση των περιβαλλοντικών γνώσεων των εργαζομένων.

Οι εκδηλώσεις περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες, θεματικές ημερίδες ή εκστρατείες οργανωμένες από την επιχείρηση για υποστήριξη ή επαύξηση των γνώσεων επί ενός συγκεκριμένου θέματος ή σκοπού.

Ø Ενέργειες marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό

Μέσα από πρωτοβουλίες marketing που είναι συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό, οι επιχειρήσεις διαθέτουν οικονομικούς πόρους για αγαθοεργίες ή κοινωνικούς σκοπούς, με την ταυτόχρονη επίτευξη επιχειρηματικών στόχων. Τέτοιες πρωτοβουλίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις ως επικοινωνιακά εργαλεία για επίδειξη της δέσμευσης και της επένδυσή τους σε κοινωνικούς και / ή περιβαλλοντικούς σκοπούς (π.χ. δωρεά ενός συγκεκριμένου ποσού σε αγαθοεργίες με κάθε μονάδα πωλούμενου προϊόντος).

Ø Δελτία Τύπου μέσω του διαδικτύου

Η κατηγορία αυτή αναφέρεται στα Δελτία Τύπου που περιλαμβάνονται στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Δίνει μια άποψη των δημοσιογραφικών κειμένων που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει μέσα από την ιστοσελίδα της. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι με τον τρόπο αυτό μπορεί να δοθεί και πλήρης δημοσιογραφική κάλυψη.

Ø Κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις

Είναι μια νέα τάση για την επενδυτική κοινότητα να στρέφεται σε επενδύσεις με κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία, πιέζοντας έτσι έμμεσα ή και άμεσα τις επιχειρήσεις να διαχειριστούν τα θέματά τους με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο (βλ. Παράρτημα Β) [1,3,15,19,41,42].

Αντίλογος

Σχετικά με το «μετρήσιμο» της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, υποστηρίζεται από πολλούς ότι δεν είναι δόκιμο να μετρηθούν τα αποτελέσματα της Ε.Κ.Ε, για πολλούς και συγκεκριμένους λόγους [43]:

- § Είναι πολύ δύσκολο να διαχωριστεί αν μία επιχείρηση έχει ως κίνητρο καθαρά ηθικές / κοινωνικές υπεύθυνες πτυχές στην επιχειρησιακή της στρατηγική ή απλά εξυπηρετεί μέσω αυτών άλλες πρακτικές (φήμη, μερίδιο αγοράς, επενδύσεις κ.ά.)
- § Κάποιοι υποστηρίζουν ότι δεν θα έπρεπε καν να υπάρχουν μετρήσεις ως προς τις εταιρικά υπεύθυνες πρακτικές καθώς έτσι ομαδοποιούνται κάτω από μία «προκαθορισμένη» δραστηριότητα όπου η «συμμόρφωση» αντικαθιστά κάθε έννοια «υπευθυνότητας».
- § 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 πολλές χώρες πρέπει να λειτουργήσουν σε αυτές σε συμμόρφωση με τη διεθνή, εθνική και τοπική νομοθεσία.
- § Καθώς είναι κρίσιμο η διαχείριση της Ε.Κ.Ε σε μία επιχείρηση να προϋποθέτει την εφαρμογή δεικτών και «περιοχών – στόχων» σε διάδραση με τις διαφορετικές απόψεις των συμμετόχων, είναι επακόλουθο να υπάρχουν χιλιάδες τέτοιου είδους δείκτες.

2.2 Δημόσια αναφορά Ε.Κ.Ε

Χιλιάδες επιχειρήσεις αρχίζουν να καταλαβαίνουν πια την αξία της αξιολόγησης σε τακτική βάση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσής τους. Οι ετήσιες εκθέσεις Ε.Κ.Ε¹⁷ μπορούν να οικοδομήσουν σχέσεις εμπιστοσύνης με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και να ενθαρρύνουν τις εσωτερικές προσπάθειες να εναρμονιστούν με τους στόχους περί Ε.Κ.Ε της επιχείρησης. Οι καλύτερες εκθέσεις Ε.Κ.Ε καταδεικνύουν τη στήριξη των διευθυντών και της ανώτερης ηγεσίας, παρέχουν ελεγμένα στοιχεία απόδοσης σχετικά με κοινωνικούς, περιβαλλοντικούς και οικονομικούς δείκτες, μοιράζονται «θετικά» και «άσχημα» νέα, θέτουν στόχους για βελτίωση, περιλαμβάνουν πληροφορίες για τους συμμετόχους και σε αρκετές περιπτώσεις, ελέγχονται από εξωτερικούς ελεγκτές.

Όλες αυτές οι τάσεις είναι γνωστές στους διευθυντές που επιδιώκουν να ακονίσουν την ανταγωνιστικότητά τους μέσα στην παγκοσμιοποιημένη αγορά. Δύο χιλιάδες ή και περισσότερο επιχειρήσεις παγκοσμίως ήδη υποβάλλουν έκθεση Ε.Κ.Ε καταγράφοντας και αξιολογώντας την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική τους επίδοση. Μπορεί τα οφέλη να μην είναι εκ πρώτης όψεως εμφανή για τον οργανισμό που εκδίδει απολογισμό, εξωτερικοί όμως παρατηρητές και αναλυτές αναφέρουν τα εξής **οφέλη** [1,19, 44]:

- § Η αποτελεσματική διαχείριση σε μια παγκόσμια οικονομία, όπου οι πληροφορίες (αξιόπιστες ή αναξιόπιστες) ταξιδεύουν με την ταχύτητα του διαδικτύου, απαιτεί μια δυναμική προσέγγιση. Η μέτρηση και υποβολή εκθέσεων για την προηγούμενη και προσδοκώμενη απόδοση είναι ένα κρίσιμο εργαλείο διαχείρισης στη σημερινή μεγάλη ταχύτητα του διασυνδεδεμένου κόσμου των «εικοσιτετράωρων ειδήσεων».
- § Οι σημερινές στρατηγικές και λειτουργικές περίπλοκες δομές και καταστάσεις απαιτούν συνεχή διάλογο με τους επενδυτές, συνεργάτες, πελάτες, προμηθευτές και εργαζόμενους. Η υποβολή έκθεσης είναι βασικό συστατικό που χτίζει μια βιώσιμη και συνεχώς ανανεώσιμη δέσμευση με όλους τους συμμετόχους. Οι εκθέσεις μπορούν να βοηθήσουν την δημοσιοποίηση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών ευκαιριών και προκλήσεων με τέτοιο τρόπο που απλά ανταποκρίνεται στα αιτήματα πληροφοριών των συμμετόχων της επιχείρησης.
- § Οι επιχειρήσεις υπογραμμίζουν όλο και περισσότερο τη σημασία των σχέσεων με εξωτερικούς συνεργάτες - από τους καταναλωτές μέχρι τους επενδυτές και τις κοινοτικές ομάδες - ως βασική για την επιτυχία της επιχείρησής τους. Η διαφάνεια και ο ανοικτός διάλογος για την απόδοση, οι προτεραιότητες και τα μελλοντικά σχέδια περί βιώσιμης ανάπτυξης ενισχύουν αυτές τις συνεργασίες και οικοδομούν εμπιστοσύνη.
- § Η υποβολή έκθεσης βιώσιμης ανάπτυξης είναι μέσο σύνδεσης των τυπικά διακριτών και αδιάκριτων λειτουργιών μιας επιχείρησης (χρηματοδότηση, marketing, έρευνα και ανάπτυξη) με τον πιο στρατηγικό τρόπο. Η υποβολή έκθεσης προωθεί εσωτερικές συνομιλίες, που διαφορετικά δεν θα γινότουσαν.
- § Η διαδικασία υποβολής έκθεσης αειφορίας παρέχει μια προειδοποίηση των προβληματικών σημείων και των απρόβλεπτων ευκαιριών στην εφοδιαστική αλυσίδα και στις τοπικές κοινότητες, για τις νομοθετικές ρυθμίσεις και τη

¹⁷ Η αλλιώς κοινωνικοί απολογισμοί ή κοινωνικές δηλώσεις ή εκθέσεις, ή εκθέσεις αειφορίας ή βιώσιμης ανάπτυξης ή βιωσιμότητας, ή εκθέσεις κοινωνικής ή εταιρικής ευθύνης

φήμη και διαχείριση εμπορικών σημάτων (brand management). Η υποβολή εκθέσεων βοηθά τη διοίκηση να αξιολογεί τις ενδεχομένως καταστρεπτικές εξελίξεις προτού να μετατραπούν σε ανεπιθύμητες εκπλήξεις.

- § Η έκθεση αειφορίας συμβάλλει στην ενίσχυση της ικανότητας της διοίκησης να αξιολογεί τη συνεισφορά της επιχείρησης στο φυσικό, ανθρώπινο και κοινωνικό δυναμικό. Αυτή η αξιολόγηση διευρύνει τη δυνατότητα που παρέχεται από τους συμβατικούς οικονομικούς απολογισμούς, έτσι ώστε να δημιουργηθεί μια πληρέστερη εικόνα των μακροπρόθεσμων προοπτικών. Η έκθεση βοηθά να δοθεί έμφαση στις κοινωνικές και οικολογικές συνεισφορές της επιχείρησης και την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών της. Τέτοια μέτρηση είναι σημαντική στη διατήρηση και ενδυνάμωση της «άδειας λειτουργίας» της.
- § Η έκθεση μπορεί, τέλος, να μειώσει την αστάθεια και αβεβαιότητα στην τιμή της μετοχής (share price) για τις δημόσιες εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς και το κόστος του κεφαλαίου. Η πληρέστερη και τακτικότερη κοινοποίηση πληροφοριών, συμπεριλαμβανομένου ενός μεγάλου μέρους αυτών που οι αναλυτές επιδιώκουν από διευθυντές σε ad hoc βάση, μπορεί να προσθέσει σταθερότητα στη χρηματοοικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης με την αποφυγή σημαντικής ταλάντευσης στη συμπεριφορά των επενδυτών προκαλούμενη από πρόωρες ή απροσδόκητες κοινοποιήσεις.

Μια σημαντική διαφορά που παρατηρείται στις επιχειρήσεις σχετικά με τον τρόπο δημοσιοποίησης είναι ότι πολλές επιλέγουν να ενσωματώνουν την κοινωνική τους δήλωση μέσα στην ετήσια δήλωση (Annual Report) της εταιρίας, ενώ άλλες δημοσιοποιούν τις κοινωνικές τους ευαισθησίες σε άλλα έντυπα, τακτικής ή έκτακτης έκδοσης. Και οι δύο επιλογές έχουν λογική:

Η ενσωμάτωση όλων των δημοσιοποιήσεων της επιχείρησης σε μία ετήσια δήλωση επιτρέπει στην επιχείρηση να παρουσιάζει μια συγκροτημένη και ολοκληρωμένη τοποθέτηση επί του συνόλου των θεμάτων που αφορούν αυτή και τους ενδιαφερομένους για αυτήν, διευκολύνοντας τους τελευταίους στην ενημέρωσή τους. Παράλληλα, ο τρόπος αυτός δείχνει και τη σημασία την οποία η επιχείρηση δίνει στην κοινωνική της δήλωση, αφού την παρουσιάζει μαζί με τα οικονομικά της αποτελέσματα, που εξακολουθούν να κατέχουν τα ηνία από πλευράς σπουδαιότητας.

Από την άλλη πλευρά, η δημοσίευση της κοινωνικής δήλωσης ανεξάρτητα από την ετήσια, δίνει στην πρώτη μια μεγαλύτερη ευελιξία, κυρίως όσον αφορά τα χρονικά περιθώρια, παρέχοντας της τη δυνατότητα να δημοσιεύει θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος σε κατάλληλες χρονικές στιγμές (π.χ. ύστερα από μια κρίση στις σχέσεις της με κάποιους συμμετόχους). Επιπλέον, λόγω της σχετικής απειρίας πολλών επιχειρήσεων πάνω σε θέματα κοινωνικών απολογισμών, πολλές εταιρείες επιλέγουν τη χωριστή δημοσιοποίηση τέτοιων θεμάτων ώστε να μπορούν να πειραματιστούν και να δοκιμάσουν χωρίς το άγχος μιας τόσο επίσημης τοποθέτησης, όπως είναι ο ετήσιος απολογισμός.

Εντούτοις, στην εποχή μας η έκδοση ξεχωριστού κοινωνικού απολογισμού έχει γίνει πραγματικότητα και πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν να δημοσιοποιήσουν την περιβαλλοντική και κοινωνική τους επίδοση σε ξεχωριστό έντυπο. Με αυτόν τον τρόπο, τα ενδιαφερόμενα μέρη, που θέλουν να διαπιστώσουν την περιβαλλοντική και κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων, διευκολύνονται στην ενημέρωσή τους. Παράλληλα καταδεικνύεται, ίσως, η σοβαρότητα που δίνει η επιχείρηση στα θέματα της Ε.Κ.Ε και της βιώσιμης ανάπτυξης με το να τα καταγράφει ξεχωριστά και με συγκεκριμένη δομή [44,45].

Όσον αφορά το θέμα της επαλήθευσης των δημοσιευμένων πληροφοριών από κάποιον τρίτο, εξωτερικό φορέα πιστοποίησης, πολλές επιχειρήσεις προβαίνουν σε μια τέτοια ενέργεια για να δώσουν κύρος στις δημοσιοποιήσεις τους και να αποφύγουν την κριτική ότι οι δηλώσεις τις οποίες δημοσιοποιούν δεν είναι τίποτε άλλο παρά μέρος των δημόσιων σχέσεων τους, χωρίς πραγματική ουσία. Διότι λόγω έλλειψης κοινά αποδεκτών κριτηρίων σχετικά με το πώς συντάσσεται και τι περιλαμβάνει μια κοινωνική δήλωση, πολλές επιχειρήσεις δηλώνουν αυτά τα οποία θέλουν να προβάλλουν και δεν αναφέρουν στοιχεία στα οποία υστερούν. Επίσης, χωρίς εξωτερικό φορέα πιστοποίησης δεν υπάρχει καμία εγγύηση για την αξιοπιστία των στοιχείων που δηλώνονται.

Έτσι, έχουν παρουσιαστεί τα τελευταία χρόνια πολλές εταιρίες, κυρίως εταιρίες συμβούλων, που παρέχουν υπηρεσίες τέτοιας πιστοποίησης και οι οποίες φυσικά λειτουργούν με βάση κάποια εκ των προτέρων συμφωνημένα πρότυπα. Όμως, επειδή στην περίπτωση των κοινωνικών απολογισμών και εκθέσεων η κρατική παρέμβαση, τουλάχιστον προς το παρόν, είναι απύσαστα λόγω έλλειψης αντίστοιχου νομοθετικού πλαισίου (βλ. ενότητα 2.4.2), δίνεται το δικαίωμα σε πολλούς να αμφισβητούν την εγκυρότητα του περιεχομένου τους. Η συμμετοχή των εμπλεκόμενων με την επιχείρηση φορέων, όπως των εργαζόμενων, μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την ποιότητα της διαπίστευσης και να δώσει περισσότερη αξιοπιστία στις δηλώσεις.

Κύριο μειονέκτημα, τέλος, της ύπαρξης εξωτερικού φορέα πιστοποίησης είναι η αύξηση του κόστους για την επιχείρηση. Η αύξηση του κόστους δεν οφείλεται μόνο στην αμοιβή του εξωτερικού συνεργάτη, αλλά στο γεγονός ότι η ύπαρξη του τρίτου συμβούλου σημαίνει ότι η επιχείρηση πρέπει να αναπτύξει μία συγκεκριμένη και συστηματική μεθοδολογία τόσο για τη συλλογή των στοιχείων όσο και για τη δημοσιοποίησή τους. Διότι αυτό που ουσιαστικά ελέγχουν οι περισσότεροι εξωτερικοί φορείς πιστοποίησης δεν είναι τόσο η εγκυρότητα των στοιχείων που δημοσιοποιούνται, αλλά η αξιοπιστία της μεθοδολογίας που χρησιμοποιείται για τη συλλογή τους. Η ανάπτυξη μιας τέτοιας μεθοδολογίας απαιτεί σημαντική προσπάθεια, αλλά και πολύτιμο χρόνο από στελέχη και προσωπικό. Τα έξοδα αυτά έρχονται να προστεθούν στα έξοδα των δημοσιεύσεων και αυτό οδηγεί πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο να αποφύγουν τη χρησιμοποίηση εξωτερικού συμβούλου ή ακόμα και στην έπ' αόριστον αναβολή της όλης προσπάθειας υποβολής κοινωνικού απολογισμού [45].

2.3 Διεθνείς πρωτοβουλίες για τη δημόσια αναφορά Ε.Κ.Ε

Οι τεράστιες διαφορές στο περιεχόμενο, τον τρόπο δημοσιοποίησης και ελέγχου των κοινωνικών δηλώσεων, σε συνδυασμό με την επιθυμία όσων συμμετέχουν σε μια τέτοια διαδικασία να μπορούν να συγκριθούν μεταξύ τους και να αξιολογηθούν, οδήγησε στη δημιουργία πολλών διεθνών πρωτοβουλιών, που κύριο στόχο έχουν να δημιουργήσουν ένα κοινά αποδεκτό πλαίσιο για όλες αυτές τις εθελοντικές ενέργειες και να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στον τρόπο σύνταξης και παρουσίασης των προσπαθειών τους, βοηθώντας παράλληλα και τους ενδιαφερόμενους στις αξιολογήσεις τους. Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι κυριότερες διεθνείς πρωτοβουλίες, δίνοντας έμφαση στον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζουν το θέμα της κοινωνικής δήλωσης, στις ενέργειες στις οποίες έχουν προβεί έως τώρα αλλά και στους στόχους που θέτουν για το μέλλον.

Οι οργανισμοί διεθνούς χαρακτήρα που έχουν δημιουργηθεί αναπτύσσουν μεθόδους και προτείνουν τρόπους κοινωνικού απολογισμού (accounting), δηλώσεων (reporting) και ελέγχων (auditing). Οι περισσότεροι από τους οργανισμούς αυτούς είναι αποτέλεσμα πρωτοβουλιών επιχειρήσεων που κατά κάποιον τρόπο ενώνουν τις δυνάμεις τους προκειμένου να δημιουργήσουν μια κοινή βάση, αποδεκτή από όσο το δυνατόν περισσότερους ενδιαφερόμενους. Στόχος των οργανισμών αυτών είναι να καθιερώσουν έναν κοινό τρόπο σύνταξης και δημοσιοποίησης των εταιρικών κοινωνικών δηλώσεων, συχνά με την έκδοση κάποιων οδηγιών (Guidelines), ώστε και οι επιχειρήσεις να μην πελαγοδρομούν ως προς το τι και πώς πρέπει να δηλώσουν, αλλά και τα δημοσιευμένα στοιχεία να είναι μεταξύ τους συγκρίσιμα για να καθίσταται δυνατή η αξιολόγηση των επιχειρήσεων ως προς την παράμετρο της Κοινωνικής Ευθύνης.

Τα πρότυπα που αναπτύσσονται επιχειρούν διάφορες προσεγγίσεις στοχεύοντας άλλοτε στις διαδικασίες και άλλοτε στα αποτελέσματα, με χαρακτήρα εθελοντικό ή υποχρεωτικό και επικεντρώνοντας σε κοινά ή διαφορετικά θέματα, με τρόπο άλλοτε γενικό και άλλοτε πολύ πιο εξειδικευμένο, κάνοντας χρήση ακόμα και ποιοτικών ή ποσοτικών δεικτών [45].

2.3.1 Η παγκόσμια πρωτοβουλία υποβολής εκθέσεων Ε.Κ.Ε (Global Reporting Initiative)

Μια από τις πλέον γνωστές και διαδεδομένες πρωτοβουλίες είναι το “Global Reporting Initiative” (GRI). Το GRI είναι ένας πολύ-συμμετοχικός (multi-stakeholder) οργανισμός που δημιουργήθηκε το 1997 (έγινε ανεξάρτητος το 2002) ως κοινή πρωτοβουλία της ΜΚΟ Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) των Η.Π.Α και του Προγράμματος Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών (UNEP, United Nations Environment Programme), με στόχο τη βελτίωση των απολογισμών βιωσιμότητας ως προς την ποιότητα, την αυστηρότητα και τη χρησιμότητα. Η πρωτοβουλία δέχτηκε την ενεργό υποστήριξη και τη συμμετοχή εκπροσώπων του επιχειρηματικού κλάδου, καθώς και ενώσεων λογιστών, οργανώσεων επενδυτών, εργατικών σωματείων και πολλών άλλων. Μαζί, όλοι αυτοί οι φορείς εργάστηκαν για την επίτευξη της συναίνεσης αναφορικά με ένα σύνολο Κατευθυντήριων Οδηγιών έκδοσης απολογισμών, με στόχο την εξασφάλιση παγκόσμιας Αποδοχής.

Το GRI εξέδωσε ένα σχέδιο προτεινόμενου προτύπου για τις Κατευθυντήριες Οδηγίες Έκδοσης Απολογισμών Βιωσιμότητας («Κατευθυντήριες Οδηγίες») το 1999. Μετά από μια εξαντλητική περίοδο σύνταξης σχεδίων, πιλοτικής δοκιμής και περαιτέρω διαβουλεύσεων, το GRI εξέδωσε την πρώτη έκδοση των Κατευθυντήριων Οδηγιών τον Ιούνιο του 2000. Δύο χρόνια αργότερα και με συνέχιση ενός κύκλου δοκιμών, επισκοπήσεων, διαβουλεύσεων και αναθεωρήσεων των Κατευθυντήριων Οδηγιών και των υποστηρικτικών εγγράφων εκδίδονται νέες οδηγίες (GRI-2002), πάνω στις οποίες θα στηριχθούν τα όσα αναφέρονται κατωτέρω [44,46,47].

Τι είναι οι Οδηγίες GRI , ποιος είναι ο στόχος τους και πού απευθύνονται

Οι Κατευθυντήριες Οδηγίες GRI είναι ένα πλαίσιο προδιαγραφών για την έκδοση απολογισμών σχετικά με την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση ενός οργανισμού. Για το σκοπό αυτό, υπάρχουν αντίστοιχοι δείκτες επίδοσης οι οποίες καλύπτουν τις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης – οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική (βλ. Παράρτημα Ε)[44].

- Ü Οικονομική επίδοση:** Σε αντίθεση με τους χρηματοοικονομικούς δείκτες που εστιάζουν κυρίως στην κερδοφορία ενός οργανισμού με σκοπό την ενημέρωση της Διοίκησης και των μετόχων, οι οικονομικοί δείκτες, στο πλαίσιο των απολογισμών βιωσιμότητας, εστιάζουν περισσότερο στον τρόπο, με τον οποίο ένας οργανισμός επηρεάζει τα ενδιαφερόμενα μέρη, με τα οποία έχει άμεσες και έμμεσες αλληλεπιδράσεις, θετικές ή αρνητικές. Γι' αυτόν το λόγο, η μέτρηση της οικονομικής επίδοσης πρέπει να επικεντρώνεται στον τρόπο, με τον οποίο η οικονομική κατάσταση των ενδιαφερομένων μερών αλλάζει ως συνέπεια των δραστηριοτήτων του οργανισμού, και όχι τόσο στις αλλαγές της οικονομικής κατάστασης του ίδιου του οργανισμού.
- Ü Περιβαλλοντική επίδοση:** Η περιβαλλοντική διάσταση της βιωσιμότητας αφορά τις επιδράσεις ενός οργανισμού στα φυσικά συστήματα, έμβια και μη, στα οποία περιλαμβάνονται τα οικοσυστήματα, η ξηρά, ο αέρας και η θάλασσα. Από τις τρεις διαστάσεις των απολογισμών βιωσιμότητας, η περιβαλλοντική διάσταση της βιωσιμότητας έχει επιτύχει το υψηλότερο επίπεδο σύγκλισης.
- Ü Κοινωνική επίδοση:** Η κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας αφορά τις επιδράσεις ενός οργανισμού στα κοινωνικά συστήματα, στο πλαίσιο των οποίων λειτουργεί. Η κοινωνική επίδοση μπορεί να μετρηθεί με την ανάλυση των επιδράσεων του οργανισμού στα ενδιαφερόμενα μέρη, σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Περιλαμβάνει την υγιεινή και ασφάλεια στην εργασία, τα ανθρώπινα και εργατικά δικαιώματα, την απασχολησιμότητα, τη συνεισφορά στην κοινωνία κλπ. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι κοινωνικοί δείκτες επηρεάζουν τα άυλα περιουσιακά στοιχεία του οργανισμού, όπως είναι το ανθρώπινο κεφάλαιο και η φήμη.

Οι Κατευθυντήριες Οδηγίες δεν είναι ένας κώδικας ή ένα σύνολο αρχών συμπεριφοράς, ένα πρότυπο επίδοσης (π.χ. στόχος εκπομπών για ένα συγκεκριμένο ρύπο) ή ένα σύστημα διαχείρισης, ενώ σε καμιά περίπτωση δεν υποκαθιστούν τους απολογισμούς και τις δημοσιοποιήσεις που απαιτούνται από το Νόμο, ούτε υπερισχύουν έναντι οποιασδήποτε τοπικής ή εθνικής νομοθεσίας

Στόχος των Κατευθυντήριων Οδηγιών είναι η παροχή βοήθειας στους οργανισμούς που εκδίδουν απολογισμούς και στα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) αυτών των οργανισμών, όσον αφορά τη διατύπωση και την κατανόηση της συνολικής συνεισφοράς των οργανισμών αυτών στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Οι Κατευθυντήριες οδηγίες **προορίζονται** για οικειοθελή χρήση από τους οργανισμούς (συμπεριλαμβάνονται οι επιχειρήσεις, οι κυβερνητικές και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις) όλων των μεγεθών και των τύπων που λειτουργούν σε οποιονδήποτε τόπο για την κατάρτιση απολογισμών σχετικά με τις οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις των δραστηριοτήτων, των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

Οικονομική	Άμεσες οικονομικές επιδράσεις	Πελάτες
		Προμηθευτές
		Εργαζόμενοι
		Παροχείς κεφαλαίου
		Δημόσιος τομέας
Περιβαλλοντική	Περιβάλλον	Υλικά
		Ενέργεια
		Νερό
		Βιοποικιλότητα
		Εκπομπές, υγρά και στερεά απόβλητα
		Προμηθευτές
		Προϊόντα και υπηρεσίες
		Συμμόρφωση
		Μεταφορά
Γενικά		
Κοινωνική	Πρακτικές εργασίας & αξιοπρεπής εργασία	Απασχόληση
		Σχέσεις εργαζομένων/ διοίκησης
		Υγιεινή και ασφάλεια
		Εκπαίδευση και επιμόρφωση
		Διαφοροποίηση και ευκαιρίες
	Ανθρώπινα δικαιώματα	Στρατηγική και διαχείριση
		Έλλειψη διακρίσεων
		Ελευθερία συνδικαλισμού και συλλογικές διαπραγματεύσεις
		Παιδική εργασία
		Εξαναγκασμένη και υποχρεωτική εργασία
		Πρακτικές πειθαρχίας
		Πρακτικές ασφάλειας
	Δικαιώματα εντοπίων	
	Κοινωνία	Κοινότητα
		Δωροδοκία και διαφθορά
		Πολιτικές συνεισφορές
		Ανταγωνισμός και τιμολόγηση
	Ευθύνη για τα προϊόντα	Υγιεινή και ασφάλεια των πελατών
		Προϊόντα και υπηρεσίες
Διαφήμιση		
Σεβασμός της ιδιωτικότητας		

Σχήμα 2.1: Δείκτες επίδοσης κατά το GRI

Υπάρχουν πολλοί **τρόποι** για τη χρήση των Κατευθυντήριων Οδηγιών του 2002. Κάθε οργανισμός μπορεί να επιλέξει να τις χρησιμοποιήσει, απλώς, ως ανεπίσημο στοιχείο αναφοράς, ή να τις εφαρμόσει σταδιακά. Δηλαδή οι επιχειρήσεις μπορούν να επιλέξουν να μην καλύψουν όλο το περιεχόμενο των Κατευθυντήριων Οδηγιών GRI στις αρχικές τους προσπάθειες, αλλά να βασίσουν τους απολογισμούς τους στο πλαίσιο του GRI και βαθμιαία, με το χρόνο, να βελτιώνουν την κάλυψη του περιεχομένου, τη διαφάνεια και τη διάρθρωση των απολογισμών. Εναλλακτικά, κάθε οργανισμός μπορεί να αποφασίσει να εκδίδει τους απολογισμούς του «σε συμφωνία» με τις υψηλότερες απαιτήσεις των οδηγιών. Να σημειωθεί ότι οι οργανισμοί (κυρίως οι μικρότερες επιχειρήσεις) που επιλέγουν τη σταδιακή προσέγγιση (συστήνεται από το GRI) μπορούν στον απολογισμό τους να αναφέρονται στο GRI με μια σύντομη περιγραφή του ρόλου που έχουν παίξει οι Κατευθυντήριες Οδηγίες GRI στην έκδοση του απολογισμού. Ωστόσο, δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούν τον όρο «σε συμφωνία» ούτε να συμπεριλαμβάνουν την προκαθορισμένη δήλωση του Δ.Σ. ή του Διευθύνοντα Συμβούλου, παρά μόνον εφόσον πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις για τη «σε συμφωνία με τις Κατευθυντήριες Οδηγίες» προσέγγιση.

Η επιλογή έκδοσης απολογισμών «σε συμφωνία», που ικανοποιεί τις υψηλότερες απαιτήσεις των οδηγιών, βασίζεται στη διαφάνεια και αξιοπιστία,

προκειμένου να επιτύχει την εξισορρόπηση της ανάγκης για ευελιξία στην έκδοση απολογισμών, με στόχο τη διευκόλυνση της συγκρισιμότητας μεταξύ των οργανισμών που εκδίδουν απολογισμούς. Έτσι, ελπίζεται ότι θα παρέχονται σε όλους τους εμπλεκόμενους οι απαραίτητες πληροφορίες που τους ενδιαφέρουν, ενώ οι ίδιες οι επιχειρήσεις θα διευκολύνονται στη λήψη αποφάσεων σχετικά με επενδύσεις, αγορές και συνεργασίες.

Το GRI συνιστά η έκδοση κοινωνικών απολογισμών να προγραμματίζεται χρονικά έτσι ώστε να συμπίπτει, και ενδεχομένως να λειτουργεί συμπληρωματικά, με την έκδοση άλλων εξωτερικών απολογισμών, όπως είναι οι ετήσιοι οικονομικοί απολογισμοί και οι τριμηνιαίες δηλώσεις εισοδήματος. Το GRI συνιστά επίσης τη διαθεσιμότητα των περιοδικών αυτών απολογισμών στην πλήρη τους μορφή στη δικτυακή τοποθεσία του οργανισμού (π.χ. με τη μορφή αρχείου για λήψη). Για τις αποφάσεις που αφορούν τη συχνότητα και το μέσο έκδοσης απολογισμών, θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και η αναμενόμενη χρήση των απολογισμών, όπως και η ανατροφοδότηση.

Το GRI θεωρεί ότι είναι θέμα χρόνου οι επιχειρήσεις να προχωρήσουν ορισμένες ήδη πειραματίζονται) στη δημοσίευση ενός μόνο ετήσιου απολογισμού, που να συμπεριλαμβάνει χρηματοοικονομικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές πληροφορίες, διότι πιστεύει (και αποδεικνύει στο παράρτημα 2 των οδηγιών του) ότι οι χρηματοοικονομικοί απολογισμοί και οι απολογισμοί βιωσιμότητας εξυπηρετούν παράλληλους και ουσιώδεις σκοπούς, που εμπλουτίζουν οι μεν τους δε.

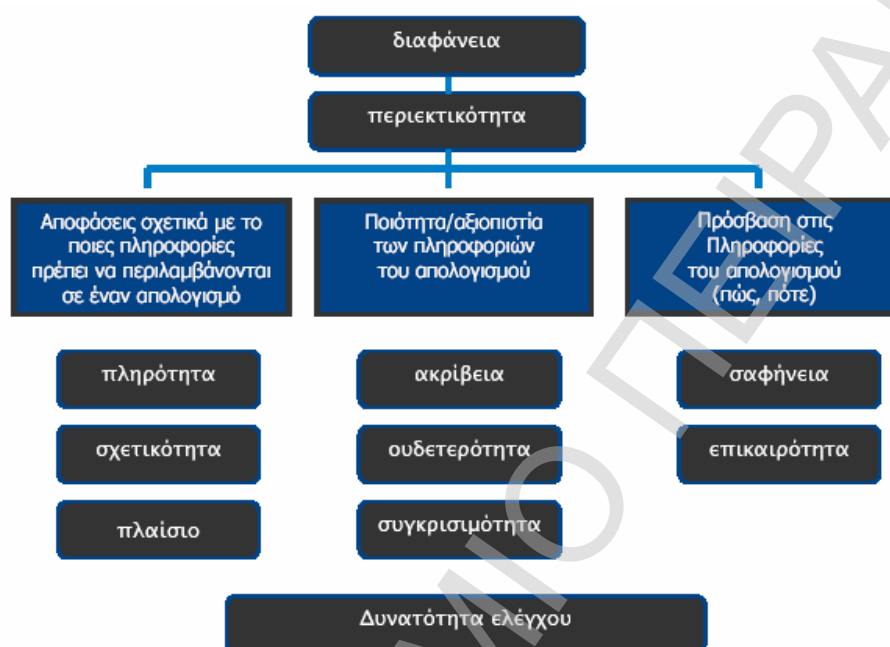
Να προστεθεί στο σημείο αυτό ότι το GRI, στα πλαίσια της αξιοπιστίας, αναγνωρίζει ότι η παροχή ανεξάρτητης επιβεβαίωσης για τους απολογισμούς βιωσιμότητας βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης, όπως εξάλλου και η ίδια η έκδοση απολογισμών. Για παράδειγμα, δεν υπάρχει γενική συναίνεση όσον αφορά τους δείκτες κοινωνικής επίδοσης ή τις σχετικές προσεγγίσεις επιβεβαίωσης. Το GRI ενθαρρύνει την ανεξάρτητη επιβεβαίωση απολογισμών βιωσιμότητας και την ανάπτυξη προτύπων και Κατευθυντήριων Οδηγιών σε σχέση με τη διαδικασία επιβεβαίωσης, για τήρηση από τους παρέχοντες την επιβεβαίωση, καθώς εξελίσσει την πολιτική του σχετικά με την ανεξάρτητη επιβεβαίωση βάσει των πληροφοριών που θα εξάγονται από την ανατροφοδότηση και τις πρακτικές των υπευθύνων έκδοσης και των χρηστών των απολογισμών.

Πάντως, το GRI συνιστά τη διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη ως τον καλύτερο τρόπο για την επιβεβαίωση των αντιλήψεων και των προσδοκιών των ενδιαφερομένων μερών σχετικά με θέματα αξιοπιστίας και ενθαρρύνει την ανεξάρτητη διασφάλιση για τους απολογισμούς βιωσιμότητας. Προς το παρόν, η πρωτοβουλία δεν παρέχει πιστοποιήσεις για αξιώσεις συμφωνίας ούτε επικυρώσεις για εξηγήσεις σχετικά με την παράλειψη πληροφοριών [44,47].

Οι Οδηγίες: πώς λειτουργούν και τι περιλαμβάνουν

Η χρήση των οδηγιών GRI βασίζεται σε 11 αρχές. Οι αρχές αυτές παρέχουν ένα σημαντικό σημείο αναφοράς, το οποίο βοηθά το χρήστη στην ερμηνεία και στην αξιολόγηση των αποφάσεων του οργανισμού, όσον αφορά το περιεχόμενο του απολογισμού του, καθώς αποσκοπούν στη δημιουργία ενός ανθεκτικού θεμελίου, πάνω στο οποίο η μέτρηση της επίδοσης θα συνεχίσει να εξελίσσεται, με βάση τη νέα γνώση και την εμπειρία μέσα από την πράξη. Ορισμένοι οργανισμοί που εκδίδουν απολογισμούς ενδέχεται να μην είναι σε θέση να τις εφαρμόσουν πλήρως μέσα σε

μικρό χρονικό διάστημα. Ωστόσο, θα πρέπει να προσδιορίζουν τη βελτίωση ως προς την αυστηρότητα, με την οποία εφαρμόζουν τις αρχές στη διαδικασία έκδοσης των απολογισμών τους, όπως προσδιορίζουν και τη βελτίωση στους διάφορους τομείς της οικονομικής, περιβαλλοντικής και κοινωνικής επίδοσης. Στο σχήμα 2.2 παρατίθενται οι αρχές αυτές και πώς λειτουργούν στη διαδικασία έκδοσης απολογισμών (αναλυτικά στο Παράρτημα Ε) [44,47].



Σχήμα 2.2: Αρχές έκδοσης απολογισμών GRI

Η οικογένεια εγγράφων του GRI περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- α τις Κατευθυντήριες Οδηγίες για την έκδοση απολογισμών βιωσιμότητας ("Κατευθυντήριες Οδηγίες ")
- α συμπληρώματα για συγκεκριμένους κλάδους
- α έγγραφα καθοδήγησης για συγκεκριμένα ζητήματα και
- α τεχνικά πρωτόκολλα.

Όπως και οι Οδηγίες του 2000, οι Κατευθυντήριες Οδηγίες του 2002 χωρίζονται σε 4 κυρίως μέρη. Τα δύο πρώτα μέρη είναι θεωρητικά και αφορούν τη χρήση των οδηγιών και τις αρχές-κανόνες των απολογισμών, αντίστοιχα. Συγκεκριμένα, το πρώτο μέρος περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με το τι είναι οι οδηγίες, πού απευθύνονται, τη σχέση τους με άλλες πρωτοβουλίες, το θέμα της αξιοπιστίας κλπ. Το δεύτερο μέρος ασχολείται με την παρουσίαση των αρχών που πρέπει να διέπουν μια εταιρική δήλωση. Αν ένας οργανισμός που εκδίδει απολογισμούς δεν επιθυμεί να εφαρμόσει αυτές τις αρχές, θα πρέπει να επισημαίνει τα σημεία και τους λόγους των σχετικών αποκλίσεων. Για παράδειγμα, όσον αφορά το χρόνο δημοσιοποίησης των δηλώσεων, ο GRI δεν καθορίζει το πότε πρέπει ακριβώς να γίνονται, τονίζει όμως ότι τα ενδιαφερόμενα μέρη θα πρέπει να λαμβάνουν εύληπτες πληροφορίες σε ένα χρονικό πλαίσιο που να τους επιτρέπει να τις χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά.

Το τρίτο μέρος των οδηγιών περιγράφει τι ακριβώς πρέπει να περιέχει μια εταιρική δήλωση. Πιο συγκεκριμένα, **η δομή των απολογισμών GRI** είναι η εξής [44,47]:

1. *Όραμα και στρατηγική*

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει μια δήλωση για το όραμα και τη στρατηγική του οργανισμού που εκδίδει έναν απολογισμό όσον αφορά τη βιωσιμότητα, καθώς και μια δήλωση από το Διευθύνοντα Σύμβουλο.

2. *Προφίλ*

Η ενότητα αυτή παρέχει μια επισκόπηση του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό και περιγράφει το αντικείμενο του απολογισμού. Ως εκ τούτου, παρέχει στους αναγνώστες ένα γενικό πλαίσιο για την κατανόηση και την αξιολόγηση των πληροφοριών που περιέχονται στον υπόλοιπο απολογισμό. Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει και τις πληροφορίες επικοινωνίας με τον οργανισμό.

3. *Δομή Διακυβέρνησης και συστήματα διαχείρισης*

Η ενότητα αυτή παρέχει μια επισκόπηση της δομής διακυβέρνησης, των υπερκείμενων πολιτικών και των συστημάτων διαχείρισης που χρησιμοποιούνται για την υλοποίηση του οράματος του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό όσον αφορά τη βιώσιμη ανάπτυξη, καθώς και για τη διαχείριση της επίδοσής του. Αντίθετα, η ενότητα 5 (Δείκτες επίδοσης) αφορά τα αποτελέσματα και το εύρος των δραστηριοτήτων του οργανισμού. Η παρουσίαση των μορφών συμμετοχής των ενδιαφερομένων μερών αποτελεί ένα βασικό τμήμα οποιασδήποτε περιγραφής δομών διακυβέρνησης και συστημάτων διαχείρισης.

Ορισμένες από τις πληροφορίες που περιέχονται σε αυτήν την ενότητα ενδέχεται να επικαλύπτονται με πληροφορίες που περιέχονται σε άλλες εκδόσεις του οργανισμού. Το GRI δίνει ιδιαίτερη σημασία στην ανάγκη αποφυγής άσκοπων διπλών προσπαθειών. Ωστόσο, για τη διασφάλιση της πληρότητας και της ακεραιότητας των συναφών πληροφοριών που παρέχονται στους χρήστες απολογισμών βιωσιμότητας, είναι σημαντικό να καλύπτονται τα θέματα που αναφέρονται στη συνέχεια, σε συνδυασμό με άλλες πληροφορίες σχετικά με την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση του οργανισμού. Οι οργανισμοί ενδέχεται να επιθυμούν τη χρήση παραπομπών μεταξύ διαφορετικών εγγράφων, αλλά αυτό δεν θα πρέπει να γίνεται με τίμημα την παράλειψη αναγκαίων πληροφοριών από έναν απολογισμό βιωσιμότητας.

4. *Ευρετήριο περιεχομένων GRI*

Ο σκοπός αυτής της ενότητας είναι να καταστεί εφικτό για τους χρήστες να εκτιμήσουν γρήγορα το βαθμό, στον οποίο ο οργανισμός έχει συμπεριλάβει στον απολογισμό τις πληροφορίες και τους δείκτες που περιέχονται στις Κατευθυντήριες Οδηγίες GRI. Περιλαμβάνει έναν πίνακα που προσδιορίζει τη θέση κάθε στοιχείου που περιέχεται στον GRI απολογισμό, ανά ενότητα και δείκτη.

5. *Δείκτες επίδοσης*

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι δείκτες επίδοσης: οικονομικοί, περιβαλλοντικοί και κοινωνικοί. Η ομαδοποίηση αυτή βασίζεται στο συμβατικό μοντέλο βιώσιμης ανάπτυξης και έχει σκοπό να βοηθήσει τους χρήστες των Κατευθυντήριων Οδηγιών. Ωστόσο, ενδέχεται να μη συλλαμβάνεται πλήρως η επίδοση ενός οργανισμού, για μια σειρά από λόγους, όπως:

- οι αλλαγές σε έναν τομέα της οικονομικής, περιβαλλοντικής ή κοινωνικής επίδοσης έχουν, συχνά, ως αποτέλεσμα αλλαγές σε άλλους τομείς της βιωσιμότητας

- Ὡς οι στρατηγικές βιωσιμότητας χρησιμοποιούν, συχνά, έναν τομέα της βιωσιμότητας ως σημείο αναφοράς κατά τον ορισμό στόχων για έναν άλλο τομέα και
- Ὡς για την πρόοδο της βιώσιμης ανάπτυξης, απαιτείται περισσότερο συντονισμένη κίνηση μέσα σε ένα σύνολο μετρήσεων της επίδοσης και λιγότερο τυχαία βελτίωση σε όλες τις μετρήσεις.

Όλες οι ενότητες θεωρούνται σημαντικές όμως ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην τρίτη, όπου ουσιαστικά δίνονται από την επιχείρηση όλα τα απαραίτητα στοιχεία, καθώς και οι δείκτες (ενότητα 5) που περιγράφουν λεπτομερώς την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση της επιχείρησης.

Το τέταρτο και τελευταίο μέρος των οδηγιών περιέχει 6 παραρτήματα που δρουν βοηθητικά στην εφαρμογή των οδηγιών. Αυτά είναι:

- ο Παράρτημα 1: Επισκόπηση του Global Reporting Initiative
- ο Παράρτημα 2: Συνδέσεις μεταξύ της κατάρτισης απολογισμών βιωσιμότητας & χρηματοοικονομικών απολογισμών
- ο Παράρτημα 3: Καθοδήγηση για τη βηματική εφαρμογή των Κατευθυντήριων Οδηγιών
- ο Παράρτημα 4: Αξιοπιστία & Διασφάλιση
- ο Παράρτημα 5: Δείκτες GRI
- ο Παράρτημα 6: Ευρετήριο περιεχομένων GRI

Σχέση του GRI με άλλα εργαλεία

Την τελευταία δεκαετία, υπήρξε μια πληθώρα εργαλείων για την παροχή βοήθειας στους οργανισμούς, και ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις, για τη διαχείριση της οικονομικής, περιβαλλοντικής και κοινωνικής επίδοσής τους. Τα εργαλεία αυτά εμφανίστηκαν με πολλές μορφές, που ξεκινούν από τους κώδικες συμπεριφοράς και φθάνουν μέχρι τα συστήματα διαχείρισης και τις μεθοδολογίες εσωτερικής αξιολόγησης της επίδοσης.

Αντιθέτως, το GRI είναι ένα εξωτερικό πλαίσιο για την έκδοση απολογισμών, το οποίο επιτρέπει στους οργανισμούς τη γνωστοποίηση: 1) των ενεργειών που πραγματοποιούνται για τη βελτίωση της οικονομικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής επίδοσης, 2) των αποτελεσμάτων των ενεργειών αυτών και 3) των μελλοντικών στρατηγικών βελτίωσης.

Οι Κατευθυντήριες Οδηγίες δεν διέπουν τη συμπεριφορά ενός οργανισμού. Περισσότερο, βοηθούν έναν οργανισμό να περιγράψει το αποτέλεσμα της υιοθέτησης και της εφαρμογής κωδίκων, πολιτικών και συστημάτων διαχείρισης.

Το GRI δρα συμπληρωματικά ως προς άλλα εργαλεία και πρακτικές που χρησιμοποιούνται από οργανισμούς για τη διαχείριση της επίδοσης βιωσιμότητάς τους. Με την ανάπτυξη των Κατευθυντήριων οδηγιών, το GRI επιχειρεί να παράσχει ένα εργαλείο για την έκδοση απολογισμών, το οποίο ενσωματώνει και συμπληρώνει άλλες πρωτοβουλίες, παραμένοντας παράλληλα πιστό στην υπερκείμενη αποστολή του και στις αρχές της έκδοσης απολογισμών [44,48].

Στο Παράρτημα Δ παρατίθεται αναλυτικά η σχέση του GRI με άλλες διεθνείς πρωτοβουλίες (Οικουμενικό Σύμφωνο, Οδηγίες του ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις, SA8000, AA1000, ISO) [48].

Το μέλλον του GRI

Πρόκειται να δημιουργηθεί μια τρίτη γενιά οδηγιών GRI (οι προηγούμενες ήταν του 2000 και 2002), η οποία θα εκδοθεί στα μέσα του 2006, με το όνομα «G3» (βλ. Παράρτημα ΣΤ) επειδή περιέχει τρεις βασικές παραμέτρους: α) καινοτομίες όσον αφορά τους δείκτες, την εφαρμογή των οδηγιών και τις συσχετίσεις με τα άλλα εργαλεία Ε.Κ.Ε και τις οικονομικές αγορές β) ψηφιακές λύσεις που θα διευκολύνουν τη χρήση των οδηγιών και θα περιλαμβάνουν βελτιωμένη ιστοσελίδα GRI και την ανάπτυξη των XML/XBRL ταξινομιών, και γ) προγράμματα εκπαίδευσης και πιστοποίησης π.χ σεμινάρια και πρότυπα γύρω από το περιεχόμενο και την εφαρμογή των αρχών και δεικτών. Οι παράμετροι αυτοί έχουν τους εξής στόχους [49]:

- Την καλύτερη ευθυγράμμιση της εξωτερικής έκθεσης με τις εσωτερικές διεργασίες διαχείρισης
- Τη βελτίωση της σαφήνειας των οδηγιών και της συγκρισιμότητας των εκθέσεων
- Την πρόοδο της εναρμόνισης με τις οδηγίες
- Τη βελτίωση της ευκολίας εφαρμογής των οδηγιών
- Τη βελτίωση της σχετικότητας και της χρησιμότητας των πληροφοριών των εκθέσεων



Να σημειωθεί ότι το GRI, για να βοηθήσει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην υποβολή έκθεσης βιωσιμότητας, έχει εκδώσει από το Νοέμβριο του 2004 ειδικό

High 5! Table of contents:

- What is High 5! ?
- Who is High 5! for?
- Why report?
- How to report: 5 easy steps
- Step 1: Prepare – getting started
- Step 2: Plan – what to report
- Step 3: Assess – measure your performance
- Step 4: Report – tell the news
- Step 5: Improve – strive for more
- Case studies
- GRI indicators
- List of contributors
- Feedback form
- Glossary

εγχειρίδιο, γνωστό ως «High 5». Το βιβλίο αυτό, βασισμένο στην εμπειρία επιχειρήσεων που έχουν χρησιμοποιήσει τις οδηγίες για να υποβάλλουν έκθεση αιεφορίας, παρέχει βοήθεια στους «αρχάριους» με βήμα προς βήμα καθοδήγηση για την ομαλή και αποτελεσματική υιοθέτηση των οδηγιών GRI.



Έτσι, προσφέρει συμβουλές, οδηγίες, μελέτες περιπτώσεων και άλλα εργαλεία, τα οποία ανανεώνονται με την πάροδο του χρόνου και την αποκτούμενη εμπειρία και γνώση.

Τέλος, σύμφωνα με βασικό στέλεχος του GRI, τα επόμενα πέντε ως δέκα χρόνια θα είναι ιστορικά. Είτε θα πολλαπλασιαστούν οι υπάρχουσες προσεγγίσεις των επιχειρήσεων ή θα είναι μια περίοδος ευθυγράμμισης και σταθεροποίησης. Σύμφωνα με τις πρόσφατες τάσεις και εξελίξεις, η GRI και η Accountability (βλ. Παράρτημα Α) προσδοκούν να συμβούν [40]:

- Περαιτέρω ενσωμάτωση των υπαρχόντων κανονισμών και συμφωνιών

- Περισσότερη απαίτηση από τη νομοθεσία για διαφάνεια των χρησιμοποιούμενων προτύπων
- Ευθυγράμμιση και ενσωμάτωση των υπαρχόντων κωδίκων, εργαλείων και συστημάτων προτύπων
- Αφοσίωση στα επικρατούντα πρότυπα και οδηγίες από τις επικρατούσες επιχειρηματικές και οικονομικές αγορές
- Χρήση συστημάτων software για τη μέτρηση και διαχείριση της απόδοσης
- Αυξημένη ευθυγράμμιση των προτύπων, κωδίκων, οδηγιών και εργαλείων με τις απαιτήσεις της κοινωνίας.

2.3.2 WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)

Κύριο μέλημα και αντικείμενο του WBCSD (βλ. Παράρτημα Α) είναι η βιώσιμη ανάπτυξη, που σημαίνει ότι όλες οι έννοιες που σχετίζονται με την επιχείρηση περνούν για τον οργανισμό μέσα από το συγκεκριμένο πρίσμα. Σύμφωνα με τον οργανισμό αυτόν, η βιώσιμη ανάπτυξη μιας επιχείρησης εξαρτάται από την εταιρική ευθύνη που αυτή αναλαμβάνει προς όλους τους συμμετόχους της. Η εταιρική ευθύνη επιμερίζεται σε τριών ειδών ευθύνες, που είναι η οικονομική, η περιβαλλοντική και η κοινωνική. Άρα, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η βιώσιμη ανάπτυξη βρίσκονται σε άμεση, καθορισμένη σχέση.



Ο WBCSD δεν παρέχει, όμως, οδηγίες σχετικά με τη δημοσιοποίηση των στοιχείων που αφορούν την Ε.Κ.Ε ή τη βιώσιμη ανάπτυξη. Στέκεται δηλαδή περισσότερο στην ανάλυση των εννοιών και όχι στον τρόπο που αυτές πρέπει να επικοινωνούνται, αν και σαφώς, σε διάφορα σημεία, αναφέρεται ότι η ανάγκη δημοσιοποίησης όπως και επαλήθευσης είναι επιτακτική.

Αντί λοιπόν να δημοσιεύει οδηγίες και συμβουλές, ουσιαστικά δημοσιεύει μελέτες που προκύπτουν από έρευνες μεταξύ των μελών του, αλλά και εκτός αυτών. Έτσι, συσσωρεύεται εμπειρία και γνώση μέσα από το χώρο των επιχειρήσεων και οι ενδιαφερόμενοι καλούνται να κατανοήσουν τις τάσεις και τις έννοιες, όμως ο τρόπος εφαρμογής αφήνεται αποκλειστικά στην ευχέρεια των ενδιαφερομένων. Με άλλα λόγια, ο WBCSD λόγω της μη έκδοσης συγκεκριμένων οδηγιών αλλά προσεγγίζοντας το θέμα περισσότερο θεωρητικά, επιτρέπει στις επιχειρήσεις ή τους οργανισμούς να έχουν τη ευελιξία που επιθυμούν, αφού όμως πρώτα αφιερώσουν χρόνο στην ανάγνωση της απαραίτητης βιβλιογραφίας [41,42, 50,51].



Σε πρόσφατη μελέτη του WBCSD [52] για την υποβολή εκθέσεων βιώσιμης ανάπτυξης, παραθέτει σημαντικά συμπεράσματα-σχόλια για τις εκθέσεις σχετικά με τους λόγους που οδηγούν τις επιχειρήσεις στην υποβολή τους, τους κινδύνους που

ενέχουν, τα διλήμματα που υπάρχουν, τα οφέλη που αποφέρουν και τον τρόπο συγγραφής τους, με αναφορά σε μελέτες περίπτωσης. Η έρευνα επικεντρώθηκε σε 50 απολογισμούς 14 διαφορετικών κλάδων και στόχο έχει να ενθαρρύνει και να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να συντάξουν εκθέσεις αιεφορίας, παραθέτοντας αναλυτικά τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσουν για την όλη διαδικασία. Για τις επιχειρήσεις που ήδη συντάσσουν η μελέτη μπορεί να αποτελέσει μια «επαλήθευση» των δικών τους πρακτικών.



Στη μελέτη αυτή όπως και αναλυτικά στην ιστοσελίδα του οργανισμού αυτού [51,52], παρατίθεται μια καινούρια πρωτοβουλία, γνωστή ως “reporting portal”. Ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει το συγκεκριμένο εργαλείο για να ενημερωθεί για εταιρικές πρακτικές θέτοντας το όνομα της επιχείρησης ή τον κλάδο που τον ενδιαφέρει ή ένα από τα 4 κριτήρια πληροφοριών (information criteria). Τα τελευταία περιλαμβάνουν: πληροφορίες για το προφίλ της επιχείρησης (Company context), πληροφορίες για τη διακυβέρνησή της και πώς αυτή διαχειρίζεται θέματα βιώσιμης ανάπτυξης (Governance), πληροφορίες για δείκτες επίδοσης που σχετίζονται με δραστηριότητες βιώσιμης ανάπτυξης (Performance) και πληροφορίες για τα είδη διαπίστευσης (Assurance).

Σκοπός του εργαλείου αυτού, που είναι δυναμικό, είναι να βοηθήσει τους χρήστες να κατανοήσουν τα θέματα που οι επιχειρήσεις περιλαμβάνουν στο πλαίσιο της βιώσιμης ανάπτυξης και το είδος των πληροφοριών που παρέχουν με τις εκθέσεις τους. Οι δε επιχειρήσεις μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για να πάρουν ιδέες και να βοηθηθούν ως προς το είδος των πληροφοριών που πρέπει να συμπεριλάβουν στις δικές τους εκθέσεις. Στον πίνακα 2.1 παρατίθενται αναλυτικά η θεματολογία καθενός από τα παραπάνω information criteria.

Πίνακας 2.1: Θεματολογία έκθεσης βιώσιμης ανάπτυξης κατά WBCSD

1. Company context	1.1 Top management commitment
	1.2 Company profile
	1.3 Impacts
	1.4 Reporting context
2. Governance	2.1 Corporate Governance
	2.2 Strategies
	2.3 Key sustainable development policies
	2.4 Management systems
	2.5 Stakeholder engagement
3. Performance	3.1 Economic performance
	3.2 Environmental performance
	3.3 Social performance
	3.4 Integrated performance
4. Assurance	4.1 The scope of independent assessments
	4.2 External statements
	4.3 Other types of independent statements

Όπως παρατηρείται (πίνακας 2.2), η θεματολογία των απολογισμών στους οποίους στηρίχθηκε η μελέτη του οργανισμού αυτού είναι παρόμοια με τις οδηγίες GRI. Αυτό είναι λογικό αφού πολλές επιχειρήσεις συμβουλευονται τις οδηγίες GRI ή

ακόμα τις έχουν υιοθετήσει πλήρως. Εξάλλου, ο οργανισμός WBCSD επικροτεί και υποστηρίζει την προσπάθεια του GRI και προτρέπει τις επιχειρήσεις- μέλη του να ακολουθήσουν τις οδηγίες του.

Πίνακας 2.2: Σύγκριση οδηγιών GRI με μελέτη WBCSD ως προς τη θεματολογία απολογισμών βιωσιμότητας

Μελέτη WBCSD	Οδηγίες GRI
1. Company context	1. Όραμα και στρατηγική 2. Προφίλ
2. Governance	3. Δομή διακυβέρνησης και συστήματα διαχείρισης
3. Performance	4. Ευρετήριο περιεχομένων GRI
4. Assurance	5. Δείκτες επίδοσης

Τελικά, οι οδηγίες GRI παρέχουν συγκεκριμένη καθοδήγηση και αποτέλεσμα, ενώ οι μελέτες και οι όποιες προσπάθειες του WBCSD είναι απλά για να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις προς τον σκοπό αυτό, παρέχοντας την απαραίτητη εμπειρία και ενημέρωση για την πορεία προς την αειφόρο ανάπτυξη και την σχετική έκθεση.

2.3.3 CSR EUROPE

Ο CSR Europe (βλ. Παράρτημα Α) έχοντας διαγνώσει ότι ένας αυξανόμενος αριθμός μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων ζητούσαν καθοδήγηση, εύκολες τεχνικές προσέγγισης των θεμάτων και ευκαιρίες να βελτιώσουν τις τεχνικές δηλώσεων, εξέδωσε τις οδηγίες του με την ονομασία Voluntary Guidelines, το Νοέμβριο του 2000. Ο οργανισμός αναφέρει ότι οι οδηγίες του έρχονται σε άμεση σύγκριση και αντιπαράθεση με τις αντίστοιχες οδηγίες του GRI, με τη λογική ότι οι τελευταίες αποτελούν ένα θεωρητικό μοντέλο αναφοράς, ενώ οι Voluntary Guidelines προέρχονται από επιχειρηματική εμπειρία (business evidence) και παρέχουν πρακτική καθοδήγηση στην ανάπτυξη αποτελεσματικών πρακτικών στο θέμα των δηλώσεων. Πάντως αναφέρεται ότι τελικά οι οδηγίες θα επιδιώξουν την έρευνα και τη δημιουργία συνεργιών μεταξύ των διαφόρων πρωτοβουλιών [45,53].

Στόχος των οδηγιών είναι:

- Να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να αναλάβουν πρωτοβουλίες εθελοντικής δήλωσης της κοινωνικής και περιβαλλοντικής τους απόδοσης, για όλες τις επιχειρησιακές λειτουργίες τους.
- Να τονίσουν τη χρήση πολλαπλών μέσων επικοινωνίας με τους ενδιαφερόμενους, ώστε να καλύψουν τις προσδοκίες και τις ανάγκες τους.
- Να καθορίσουν μία προσέγγιση τεσσάρων βημάτων στις δηλώσεις, η οποία συνίσταται στη σε βάθος ανάλυση των Αρχών (Principles), Πρακτικών (Practices), Διαδικασιών (Processes) και Απόδοσης (Performance) πάνω στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Επίσης, ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να αναφέρουν τον τρόπο με τον οποίο ενσωματώνουν πρακτικές Κοινωνικής Ευθύνης στις διοικητικές τους λειτουργίες και στρατηγικές.

- ο Να ορίσουν έναν αριθμό δεικτών για κάθε τομέα της Ε.Κ.Ε, δηλαδή για το χώρο εργασίας, αγορά, περιβάλλον, ηθική, ανθρώπινα δικαιώματα, πολιτεία. Οι δείκτες αυτοί έχουν εξαχθεί εμπειρικά, μελετώντας τους δείκτες που χρησιμοποιούνται από τις περισσότερες επιχειρήσεις για να μετρήσουν τη συνολική τους επίδραση στην κοινωνία και στοχεύουν στο να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να εκφράσουν καλύτερα την ίδια τους την απόδοση.

Οι οδηγίες βασίστηκαν στις επιχειρησιακές πρακτικές 45 ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν και τη βάση του Πίνακα CSR (CSR Matrix). Ο πίνακας αυτός περιέχει στοιχεία σχετικά με τις μεθόδους και τις πρακτικές που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν για θέματα Ε.Κ.Ε και επιτρέπει τη σύγκριση των επιχειρήσεων πάνω στα θέματα αυτά. Περιλαμβάνει δύο κατηγορίες στοιχείων:

- Στοιχεία που συνδέονται με την Ε.Κ.Ε (CSR-related topics)
- Στοιχεία που συνδέονται με τα κανάλια επικοινωνίας της Ε.Κ.Ε (CSR Communication Channels)

Τα στοιχεία αποτελούν τις δύο διαστάσεις του πίνακα και οι επιχειρήσεις βαθμολογούνται ανάλογα με το περιεχόμενο των δηλώσεών τους, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο τις δημοσιοποιούν [45,53].

Πίνακας 2.3: Θέματα CSR Matrix

CSR-related Topics (issues companies communicate on)	CSR Communication Channels (the direct and indirect methods companies use)
1. Mission, values and vision	1. Thematic Reports
2. Workplace climate	2. Social Reports
3. Social dialogue	3. Standards & Labels
4. Human rights	4. Codes of Conduct
5. Community involvement	5. Awards & Events
6. Local economic development	6. Cause Related Marketing
7. Environment	7. Internal Communication
8. Marketplace	8. Web Information
9. Ethics	9. Web Press Releases
10. Others	10. Stakeholder Consultation

Ένα σημαντικό στοιχείο του πίνακα είναι ότι επιτρέπει τη σύγκριση δυο επιχειρήσεων, αρκεί ο χρήστης να επιλέξει τις επιχειρήσεις και τα στοιχεία με βάση τα οποία επιθυμεί να γίνει η σύγκριση. Η αξιολόγηση είναι καθαρά ποσοτική και όχι ποιοτική, αφού αυτό που μετράει είναι αν το συγκεκριμένο θέμα υπάρχει στη δήλωση και με ποιους τρόπους δηλώνεται. Αυτό είναι και το μειονέκτημα της μεθόδου, ότι δηλαδή οι συγκρίσεις γίνονται καθαρά ποσοτικά. Όσο περισσότερες θεματικές ενότητες θίγει μια επιχείρηση και όσο περισσότερα μέσα για τη διάδοσή τους χρησιμοποιεί, τόσο καλύτερη είναι, χωρίς περαιτέρω αξιολόγηση.

Ωστόσο, η όλη προσπάθεια του CSR Europe είναι αξιόλογη και σίγουρα η πρωτοβουλία αυτή παρουσιάζει κάποιες εντυπωσιακές καινοτομίες. Είναι σαφές πάντως ότι σε επίπεδο οδηγιών ο GRI τυχάνει πολύ μεγαλύτερης αποδοχής από τις επιχειρήσεις, αφού τις καθοδηγεί πρακτικά και θεωρητικά να συντάξουν τις εταιρικές δηλώσεις με όσο γίνεται μεγαλύτερη αξιοπιστία και διαφάνεια.

2.4 Προτυποποίηση – Νομοθέτηση Ε.Κ.Ε

2.4.1 Προτυποποίηση Ε.Κ.Ε

Αν και η ανάπτυξη εργαλείων διαχείρισης θεωρείται ένα σημαντικό βήμα για να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να μεταφράσουν τις δεσμεύσεις τους για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σε συγκεκριμένες ενέργειες και να εξασφαλίσει την επιτυχία τους, η διαμάχη για την προτυποποίηση της Ε.Κ.Ε είναι αντιφατική. Κάποιοι τονίζουν τον κίνδυνο από την μετατροπή των περίπλοκων θεμάτων Ε.Κ.Ε σε μια απλή άσκηση και υποστηρίζουν ότι κάθε επιχείρηση πρέπει να αναπτύξει την δική της προσέγγιση για την Ε.Κ.Ε, ενώ άλλοι αναγνωρίζουν τα οφέλη από τις διεθνώς αποδεκτές συγκριτικές μετρήσεις επιδόσεων (benchmarking), που διευκολύνουν τη συγκρισιμότητα και τη διαφάνεια των πρακτικών Ε.Κ.Ε και επιτυγχάνουν την κατανόηση του τρόπου προσέγγισης τέτοιων ζητημάτων. Οι τελευταίοι, μάλιστα, πιστεύουν ότι η προτυποποίηση της Ε.Κ.Ε θα συμβάλει στην παραγωγή σημαντικών αξιολογήσεων για τις πρακτικές Κοινωνικής Ευθύνης μιας επιχείρησης [54,55].

Ωστόσο, ιδιαίτερα θετικά ήταν τα αποτελέσματα της πρώτης συνάντησης της ομάδας εργασίας του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης (ISO) που έχει αναλάβει την ανάπτυξη του διεθνούς προτύπου ISO 26000 που αναφέρεται σε οδηγίες για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.



Η συνάντηση πραγματοποιήθηκε στις 7-11 Μαρτίου 2005 στη Βραζιλία, τη χώρα που μαζί με τη Σουηδία, αποτελούν τα δυο κράτη που ηγούνται των εργασιών. Τη συνάντηση παρακολούθησαν 43 κράτη μέλη του ISO - συμπεριλαμβανομένων 21 αναπτυσσόμενων χωρών - καθώς και 24 συνεργαζόμενοι Οργανισμοί αντιπροσωπεύοντας συνολικά 225 εξειδικευμένους επιστήμονες. Παράλληλα παραβρέθηκαν αρκετοί παρατηρητές, μέλη του Οργανισμού αλλά και άλλων διεθνών οργανισμών.

Η διευρυμένη συμμετοχή αποτελεί μια νέα προσέγγιση του ISO που στοχεύει να διασφαλίσει ότι η δημιουργία του επικείμενου προτύπου για την Κοινωνική Ευθύνη θα ωφεληθεί από τις γνώσεις και τις παρατηρήσεις όλων όσων διαθέτουν εμπειρία ή ουσιαστικό ενδιαφέρον για το θέμα αυτό. Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, δόθηκε ιδιαίτερη σημασία στην ισορροπημένη εκπροσώπηση έξι βασικών κατηγοριών ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders). Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται εκπρόσωποι από τη βιομηχανία, τις κυβερνήσεις, την εργασία, τους καταναλωτές και τις μη κυβερνητικές οργανώσεις, ενώ αντίστοιχη ισορροπία επιδιώχθηκε τόσο ανά γεωγραφική περιοχή όσο και ανά φύλο.

Σύμφωνα με την Αντιπρόεδρο της Ομάδας Εργασίας, Catarina Munck, «η παραδοσιακή μέθοδος ανάπτυξης προτύπων από τον ISO απαιτεί την εκπροσώπηση από όλους τους φορείς που είναι μέλη του και εκπροσωπούν μια εθνική θέση. Η νέα μέθοδος που εισήγαγε η ομάδα εργασίας που αναπτύσσει το πρότυπο για την Κοινωνική Ευθύνη δίνει τη δυνατότητα στα μέλη του Οργανισμού που συμμετέχουν να ορίσουν έως και έξι ειδικούς - έναν για κάθε κατηγορία stakeholders - έτσι ώστε οι ομάδες αυτές να έχουν τη δυνατότητα ουσιαστικής συμβολής. Παράλληλα, οι αποστολές που εκπροσωπούν διεθνείς οργανισμούς, μπορούν να συμμετέχουν απευθείας. Ως εκ τούτου, υπήρξαν πολλές καινοτομίες όχι μόνο για τις διαδικασίες που αφορούν στην εκπροσώπηση και τις αποστολές, αλλά και για τους υπαλλήλους της ομάδας εργασίας, ακόμα και για τον ίδιο τον ISO».

Σε δεύτερη συνάντηση, που πραγματοποιήθηκε στις 26-30 Σεπτεμβρίου 2005 στην Ταϊλάνδη, αναφέρθηκε και η δομή του περιεχομένου του ISO 26000. Πιο συγκεκριμένα, η ομάδα εργασίας συμφώνησε τα περιεχόμενα του προτύπου να δομούνται ως εξής:

1. Εισαγωγή
2. Σκοπός εφαρμογής – εύρος δράσης
3. Δεοντολογικές αναφορές
4. Όροι και ορισμοί
5. Αρχές Κοινωνικές Ευθύνης σχετικές με τις επιχειρήσεις
6. Οδηγίες σχετικά με τα βασικά θέματα που αναφέρονται στην Κοινωνική Ευθύνη
7. Οδηγίες σχετικά με την εφαρμογή δράσεων Κοινωνικής Ευθύνης προς τις επιχειρήσεις

Τα περιεχόμενα των κεφαλαίων 1, 4, 5, 6 και 7 θα συγγραφούν από τρεις υποομάδες εργασίας, οι οποίες θα συσταθούν τέλη 2005, με βάση τη διαδικασία που ανέπτυξε η ομάδα εργασίας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη προκειμένου να διασφαλίσει την άρτια και εξισορροπημένη συμμετοχή και εκπροσώπηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών (βιομηχανία, επιχειρήσεις, καταναλωτές, μη κυβερνητικές οργανώσεις, υπηρεσίες κλπ). Η δε ηγεσία των υποομάδων εργασίας θα μοιραστεί μεταξύ των αναπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων κρατών, ενώ η ευθύνη για τη συγγραφή των υπόλοιπων κεφαλαίων δεν έχει ακόμα προσδιοριστεί.

Η ομάδα εργασίας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη προκειμένου να διευκολύνει τις τρεις ομάδες στη συγγραφή, τονίζει πως το ISO 26000 πρέπει να είναι σαφές, κατανοητό, αντικειμενικό και εφαρμόσιμο σε όλους τους τύπους των οργανισμών και των επιχειρήσεων – μεταξύ των οποίων και των κυβερνητικών. Το εν λόγω πρότυπο αναμένεται να παρέχει στις επιχειρήσεις εναρμονισμένες, διεθνώς αποδεκτές οδηγίες για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με βάση τις καλές πρακτικές και τις σχετικές διακηρύξεις και κανόνες των Ηνωμένων Εθνών και άλλων συνεργαζόμενων οργανισμών.

Η πρώτη έκδοση του προσχεδίου του προτύπου καθορίστηκε για τον Νοέμβριο – Δεκέμβριο του 2007, η έκδοση του τελικού σχεδίου τον Σεπτέμβριο του 2008, ενώ ένα μήνα μετά, τον Οκτώβριο του 2008, θα λάβει τη μορφή διεθνούς προτύπου [54,55].

2.4.2 Νομοθέτηση Ε.Κ.Ε

Η Ε.Κ.Ε αφορά την οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις δραστηριότητες τους περιβαλλοντικών και κοινωνικών πρακτικών και δεν ενσωματώνει κάποια κανονιστική υποχρέωση από την πλευρά των επιχειρηματικών μονάδων, εφόσον, μέχρι στιγμής, κυρίως άγραφοι νόμοι (πίεση των κοινωνικών εταίρων) υπαγορεύουν την κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά τους και όχι κάποια νομοθετική παρέμβαση. Ο εθελοντικός χαρακτήρας της Ε.Κ.Ε πρέπει να παραμείνει ως έχει, αφενός γιατί είναι επαρκής και αφετέρου γιατί θα λειτουργήσει αποδοτικότερα όταν αυτή διαμορφώνεται χωρίς την παρέμβαση του κράτους. Η επάρκεια έγκειται στο ότι η αγορά από μόνη της θα εξωθήσει τις εταιρείες στην υιοθέτηση της Ε.Κ.Ε, ενώ η κρατική παρέμβαση θα την εγκλώβιζε σε γραφειοκρατικές διαδικασίες [12-14].

Κατά της νομοθέτησης της Ε.Κ.Ε τάχθηκαν και ο Πρόεδρος του ΣΕΒ, Οδυσσέας Κυριακόπουλος, και η πρώην ευρωπαϊά Επίτροπος, Άννα Διαμαντοπούλου, κατά τη διάρκεια του 2^{ου} διεθνούς συνεδρίου του Economist με θέμα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη για μια πιο ανταγωνιστική Ευρώπη» («Corporate Social Responsibility – To Make Europe More Competitive») που διοργανώθηκε στην Αθήνα (Μάρτιος 2005) με την υποστήριξη του ΣΕΒ και του Ελληνικού Δικτύου για την Ε.Κ.Ε. Ο μεν πρόεδρος του ΣΕΒ σημείωσε πως για να είναι επιτυχείς οι κοινωνικά υπεύθυνες πρωτοβουλίες θα πρέπει να αναπτύσσονται εθελοντικά από τις επιχειρήσεις, καθώς οι προσπάθειές ρύθμισής τους σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης «θα ήταν αντιπαραγωγικές διότι θα κατέπνιγαν τη δημιουργικότητα, την καινοτομία στις επιχειρήσεις και θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε ασυμβίβαστες προτεραιότητες για τις επιχειρήσεις που λειτουργούν σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές και βρίσκονται σε διαφορετικές φάσεις του κύκλου ανάπτυξης της επιχειρηματικής τους δράσης». Η δε κα Άννα Διαμαντοπούλου υπογράμμισε την ανάγκη ελέγχου των προγραμμάτων Κοινωνικής Ευθύνης προκειμένου οι επιχειρήσεις να μην χρησιμοποιούν με «πλαστό τρόπο» τα οφέλη που προκύπτουν από αυτά και επεσήμανε πως αυτό είναι το βασικό στοιχείο που εμπλέκει τον πολιτικό κόσμο, τις κυβερνήσεις και τους διεθνείς οργανισμούς στο ζήτημα. Ωστόσο, υπογράμμισε ότι δεν τίθεται θέμα νομοθετικής ρύθμισης που θα υποχρεώνει τις επιχειρήσεις να επιδεικνύουν κοινωνική υπευθυνότητα.

Πάντως, το θέμα της νομοθέτησης ή όχι κοινωνικά υπεύθυνων εταιρικών συμπεριφορών και της υποχρεωτικής ή μη έκδοσης κοινωνικών απολογισμών, απασχολεί έντονα την παγκόσμια κοινότητα, καθώς πολλές εταιρείες αντιδρούν έντονα σε μια τέτοια προοπτική. Παράλληλα, αναμένονται ανακοινώσεις από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναφορικά με τη χρήση κοινά αποδεκτών εργαλείων μέτρησης και αξιολόγησης των διαφόρων πρακτικών, ιδιαίτερα για τις επιχειρήσεις που είναι εισηγμένες σε Χρηματιστήρια, ενώ ενδέχεται να υπάρξει υποχρέωση για την έκδοση κοινωνικών απολογισμών [39].

Στον ακόλουθο πίνακα αναφέρονται μερικά θετικά και αρνητικά σημεία από τη νομοθέτηση της Ε.Κ.Ε.

Πίνακας 2.4: Θετικά και αρνητικά σημεία της νομοθέτησης της Ε.Κ.Ε [24]

Θετικά σημεία	Αρνητικά σημεία
Θα βοηθούσε να αποφευχθεί η υπερεκμετάλλευση της εργασίας, η δωροδοκία και η διαφθορά	Θα συμβάλει σε πρόσθετη γραφειοκρατία, με αυξανόμενες δαπάνες για την επιτήρηση.
Οι επιχειρήσεις θα ήξεραν τι αναμένεται από αυτές, θα γνώριζαν τους όρους του παιχνιδιού ανά τομέα	Οι λειτουργικές δαπάνες μπορεί να αυξηθούν περισσότερο από εκείνες που απαιτούνται για συνεχή κερδοφορία και βιωσιμότητα
Πολλές πτυχές της υπεύθυνης κοινωνικής συμπεριφοράς ωφελούν την επιχείρηση (όπως η φήμη-εικόνα, οι ανθρώπινοι πόροι, ο προσδιορισμός νέων αγορών) και η νομοθέτηση θα μπορούσε να βοηθήσει στη βελτίωση της αποδοτικότητας, στην ανάπτυξη και στη βιωσιμότητα	Οι κριτικοί ήδη υποστηρίζουν ότι η Ε.Κ.Ε πρόκειται απλά να αποφέρει κέρδος στις επιχειρήσεις και η νομοθέτηση θα αύξανε την ισχύ αυτών των ανησυχιών.
Σε μερικές περιπτώσεις, όπως η μείωση μεγέθους της επιχείρησης, θα μπορούσε να βοηθήσει να επανακάμψει η ισορροπία μεταξύ των επιχειρήσεων	Τα κριτήρια εκθέσεων διαφέρουν πάρα πολύ ανάλογα με την επιχείρηση, τον τομέα και τη χώρα, ενώ υπόκεινται σε σταθερή, συνεχή εξέλιξη.

και των υπαλλήλων τους.	
Οι επιχειρήσεις απατεώνων θα το έβρισκαν δυσκολότερο να ανταγωνιστούν.	
Η ευρύτερη κοινότητα θα ωφεληθεί αφού οι επιχειρήσεις θα προσεγγίζουν βασικά κοινωνικά προβλήματα σε όλο τον κόσμο.	

Ένα σημαντικό ερώτημα που τίθεται σε περίπτωση νομοθέτησης είναι ποιος θα είναι ο νομοθέτης.

Η κυβέρνηση; Στις Ηνωμένες Πολιτείες, η Επιτροπή Ασφαλειών και Ανταλλαγών (Securities and Exchange Commission) πρόκειται να παίξει έναν ενισχυμένο ρόλο, τουλάχιστον όσον αφορά την «Κοινωνική Ευθύνη». Στην Ευρώπη, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δηλώσει ήδη τη θέση της υποστηρίζοντας την πλευρά των εθελοντικών μέτρων. Κατά πάσα πιθανότητα, μόνο μερικά έθνη θα ενσωματώσουν τις αρχές της Ε.Κ.Ε στην εθνική νομοθεσία.

Τα Ηνωμένα Έθνη; Οι αναπτυσσόμενες χώρες θα αποδέχονταν τα Ηνωμένα Έθνη, αλλά είναι γνωστό ότι τα Ηνωμένα Έθνη δεν είναι ρυθμιστικό σώμα και μπορούν μόνο να προτείνουν αλλαγές για να συμπεριληφθεί η Ε.Κ.Ε στην εθνική νομοθεσία.

Ο εταιρικός τομέας; Όπως και να έχει, το καθεστώς θα παραμείνει «εθελοντικό» στο εγγύς μέλλον, με μερικές μόνο επιχειρήσεις να ενδιαφέρονται για νομοθεσία προκειμένου να γνωρίζουν τους όρους του παιχνιδιού ανά τομέα.

Και όπως επισημαίνει το *Economist*:

«Εάν η αγορά αρχίσει να θαυμάζει την τιμιότητα, τη διαφάνεια και την καλή εταιρική διακυβέρνηση, τα ανώτερα στελέχη θα επιδιώξουν να αποκτήσουν αυτά τα χαρακτηριστικά. Ακόμη και στην ηθική, η αγορά ρυθμίζει τελικά» [24].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

«ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΕΡΕΥΝΕΣ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ»

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί πολλές έρευνες πάνω στο θέμα της «Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης» σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο. Διάφοροι οργανισμοί (π.χ Pricewaterhousecoopers, MORI, KPMG, Ινστιτούτο Επικοινωνίας) έχουν διενεργήσει αξιολογικές έρευνες σε διάφορες χώρες (κυρίως Καναδά, Αγγλία, αλλά και στην Ελλάδα) προκειμένου να εξετάσουν τη συμπεριφορά και τις απόψεις των επιχειρήσεων και των διάφορων κοινωνικών εταίρων και να βγάλουν συμπεράσματα, μεταξύ άλλων, κατά πόσο η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη γίνεται αντιληπτή από όλους σαν έννοια και στρατηγική, συγκριτικά με το χρόνο, τη γνώση και την εμπειρία στο θέμα αυτό.

Στη συνέχεια της εργασίας παρατίθενται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από παγκόσμιες έρευνες που έγιναν σε:

- Ø Επιχειρήσεις (συμπεριλαμβανομένων και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων)
- Ø Καταναλωτές-πολίτες
- Ø Επενδυτές
- Ø Άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (ΜΚΟ και ειδικούς για θέματα Ε.Κ.Ε)

και σε εθνικό επίπεδο, από έρευνες σε:

- Ø Επιχειρήσεις
- Ø Ενδιαφερόμενα μέρη (Καταναλωτές-πολίτες, δημοσιογράφοι, ΜΚΟ, πολιτικοί κλπ)

Επίσης, σε ξεχωριστή ενότητα αναφέρονται και κάποια σημαντικά ευρήματα που αφορούν την υποβολή έκθεσης Ε.Κ.Ε.

Με αυτόν τον τρόπο δίνεται μια πιο πλήρης εικόνα για το βαθμό κατανόησης και ενσωμάτωσης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην καθημερινή στρατηγική των επιχειρήσεων αλλά και στις συνειδήσεις των απλών πολιτών και όλων των ανθρώπων, ανά τον κόσμο, που επηρεάζουν και επηρεάζονται από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων.

3.1 Έρευνες σε παγκόσμιο επίπεδο

3.1.1 Συμπεράσματα από επιχειρήσεις

Όλες οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την αξία της βιώσιμης ανάπτυξης ως σημαντική για την επιχείρηση και μάλιστα, πιστεύουν ότι την πενταετία 2003-2008 θα δοθεί μεγαλύτερη έμφαση σε αυτή.

Ωστόσο, για μερικές επιχειρήσεις, η ιδέα της βιώσιμης ανάπτυξης αντιμετωπίζεται με πολύ σκεπτικισμό ή ως ένα προσωρινό φαινόμενο το οποίο περισσότερο κοστίζει παρά ωφελεί. Άλλες επιχειρήσεις προσπαθούν να κατανοήσουν και να ενσωματώσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη στις εταιρικές πρακτικές τους, ερχόμενες

αντιμέτωπες με πολλές δυσκολίες, μία εκ των οποίων είναι η ποσοτικοποίηση της βιώσιμης ανάπτυξης και των αποτελεσμάτων της. Παρόλα αυτά, πολλές επιχειρήσεις διαφωνούν ότι πρόκειται για θέμα δημοσίων σχέσεων, με αρκετές όμως να είναι αβέβαιες ή ακόμα και να θεωρούν ότι, τελικά η Ε.Κ.Ε είναι θέμα δημοσίων σχέσεων. Επίσης, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων υποστηρίζει ότι η Ε.Κ.Ε αυξάνει τα κέρδη μιας επιχείρησης, καθώς μεγάλο ποσοστό διαφωνεί ότι στην εποχή μας οι δραστηριότητες Ε.Κ.Ε είναι χαμηλότερης προτεραιότητας από τα άλλα ζητήματα.

Πάντως, οι περισσότερες επιχειρήσεις προσδιορίζουν την αιχμή ανάπτυξης (και άρα την Ε.Κ.Ε) τόσο σαν παροχή ασφαλούς και υγιούς εργασιακού περιβάλλοντος στους εργαζομένους όσο και σαν υπεύθυνη δράση απέναντι σε όλους τους κοινωνικούς εταίρους. Η Ε.Κ.Ε φαίνεται να επηρεάζει όλες τις κύριες δραστηριότητες της επιχείρησης και την εφοδιαστική αλυσίδα, καθώς αφορά όλον τον οργανισμό, όλα τα επίπεδα της επιχείρησης, ξεκινώντας από την κορυφή της ιεραρχίας και με την υποστήριξη και συνειδητοποίηση όλου του προσωπικού. Μόνο που ενώ πολλά αναφέρονται για τη δέσμευση της ανώτερης ηγεσίας και την προσπάθεια για ενσωμάτωση των αρχών της Ε.Κ.Ε στις επιχειρησιακές πρακτικές, η συμμετοχή των μεσαίων και κατώτερων υπαλλήλων ελάχιστα αναφέρεται.

Τα θέματα που ήδη πραγματεύονται οι επιχειρήσεις στα πλαίσια της βιώσιμης ανάπτυξης αφορούν, κυρίως, θέματα ηθικής συμπεριφοράς, ισότητας και ποικιλομορφίας ανθρώπινου δυναμικού. Τα επόμενα χρόνια έχουν δηλώσει ότι σκοπεύουν να προσανατολιστούν περισσότερο σε θέματα παροχής ισορροπίας προσωπικής- επαγγελματικής ζωής και απόδοσης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι δε πρακτικές που υιοθετούνται από τις επιχειρήσεις στα πλαίσια της Ε.Κ.Ε, ως επί το πλείστον, είναι τα προγράμματα μείωσης ρύπανσης, τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και η εθελοντική συμμετοχή εργαζομένων, ενώ ακολουθούν τα έργα για την τοπική κοινωνία και οι φιλανθρωπίες.

Οι λόγοι που ώθησαν τις επιχειρήσεις στην Ε.Κ.Ε είναι κυρίως η επιθυμία για βελτίωση της εταιρικής τους φήμης και εικόνας και η προσέλκυση εργαζομένων, ενώ η πρόσβαση στο κεφάλαιο και η πίεση από τους επενδυτές δεν πρέπει να έπαιξαν μεγάλο ρόλο. Επίσης, παρόλο που πολλές επιχειρήσεις συνδέουν την αιχμή ανάπτυξη με τη βελτίωση της εταιρικής τους φήμης, μικρό μόνο ποσοστό αυτών έχει ήδη ενσωματώσει τους κινδύνους ή τις ευκαιρίες που σχετίζονται με τη βιώσιμη ανάπτυξη στις εσωτερικές διαδικασίες αξιολόγησης κινδύνων ή τις επιχειρηματικές στρατηγικές τους.

Ακόμα, τα ενδιαφερόμενα μέρη που θεωρούν οι επιχειρήσεις ότι περισσότερο επηρεάζουν τη στρατηγική τους για την Ε.Κ.Ε είναι τα μέλη του συμβουλίου και οι πελάτες, ενώ τελευταία λαμβάνεται υπόψη η επιρροή των ΜΚΟ και των προμηθευτών.

Γενικά πιστεύεται, αλλά και επιβεβαιώνεται, ότι όσο μεγαλύτερη είναι μια επιχείρηση, τόσο περισσότερες πιθανότητες υπάρχουν να αναπτύξει προγράμματα βιώσιμης ανάπτυξης [56-60].

Τέλος, παρόλο που η ιδέα της βιώσιμης ανάπτυξης ξεκίνησε στην Ευρώπη, έχει ευρεία απήχηση και έχει υιοθετηθεί ραγδαία και από πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις στην Αμερική, όμως προσεγγίζεται διαφορετικά στην κάθε ήπειρο. Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις στην Αμερική δίνουν προτεραιότητα σε θέματα εταιρικής διακυβέρνησης, πολιτικών προσλήψεων, εργασιακών συνθηκών και οφελών και ηθικής, ενώ οι Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις φαίνεται να εστιάζουν σε περιβαλλοντικά ζητήματα [61].

Μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Όσον αφορά τις Ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τα ευρήματα από έρευνες [62,63] είναι κάπου αναμενόμενα δεδομένου της ιδιαιτερότητάς τους και των δυσκολιών που υπάρχουν (βλ. ενότητα 1.6). Συγκεκριμένα:

- Περίπου οι μισές Ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις συμμετέχουν ήδη σε διαφορετικό βαθμό, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, σε δραστηριότητες Κοινωνικής Ευθύνης.
- Ο χρόνος λειτουργίας της επιχείρησης παίζει ρόλο, αφού οι επιχειρήσεις που εμπλέκονται περισσότερο σε δραστηριότητες Ε.Κ.Ε είναι φυσικά αυτές που λειτουργούν πάνω από 10 χρόνια. Αυτό είναι λογικό γιατί μια επιχείρηση αυτού του μεγέθους είναι αδύνατο να ασχοληθεί με ζητήματα βιώσιμης ανάπτυξης εάν δεν έχει κάποια εμπειρία και θέση στην αγορά. Έτσι, οι επιχειρήσεις που μετά βίας τα καταφέρουν να επιβιώσουν έχουν το χαμηλότερο ποσοστό δραστηριοποίησης σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις και ειδικά με αυτές που επιδιώκουν στρατηγικές υψηλής ποιότητας και καινοτομίας.
- Οι λόγοι που φαίνεται να οδηγούν την πλειοψηφία των επιχειρήσεων να προχωρήσει σε κοινωνικές δραστηριότητες είναι κυρίως ηθικοί και έχουν σχέση με τη βελτίωση των σχέσεων με την τοπική κοινωνία και τις δημόσιες αρχές, αλλά και με την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών και εργαζομένων. Τα κίνητρα αυτά φέρνουν και τα σχετικά οφέλη.
- Αποτρεπτικοί παράγοντες για τη συμμετοχή των επιχειρήσεων σε δράσεις Ε.Κ.Ε είναι, εκτός από το ότι κάποιες μπορεί να μην το σκέφτηκαν καν ή να το θεώρησαν άσχετο με την επιχείρηση, κυρίως η έλλειψη χρόνου και χρημάτων.
- Πάντως, το δυσάρεστο είναι ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις που δεν εφαρμόζουν ήδη Ε.Κ.Ε δεν προβλέπεται να το κάνουν στο μέλλον.

3.1.2 Συμπεράσματα από πολίτες - καταναλωτές

Τα κυριότερα συμπεράσματα που προκύπτουν από παγκόσμια έρευνα [64] σε καταναλωτές είναι:

- Η κοινωνία θέλει τις επιχειρήσεις να εργαστούν περισσότερο για να βοηθήσουν τις τοπικές κοινότητες ώστε να εξαλειφθούν κάποια σημαντικά προβλήματα που την απασχολούν, όπως η φτώχεια, θέματα εκπαίδευσης και περιβάλλοντος κλπ.
- Δεν είναι λίγοι οι πολίτες που πιστεύουν ότι η κυβέρνηση θα έπρεπε να δημιουργήσει νόμους, οι οποίοι θα υποχρέωναν τις επιχειρήσεις να προχωρήσουν πέρα από τον παραδοσιακό οικονομικό τους ρόλο και να εργαστούν για μια καλύτερη κοινωνία, έστω αν αυτό οδηγούσε σε υψηλότερες τιμές για τα προϊόντα και λιγότερες θέσεις εργασίας.
- Όσον αφορά το ποσοστό των πολιτών σε κάθε χώρα που έχουν επιβραβεύσει τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, η Ελλάδα βρίσκεται τελευταία στην κατάταξη ενώ η Αυστραλία και ο Καναδάς προηγούνται όλων των υπολοίπων.

- Û Το ποσοστό των πολιτών που δεν γνωρίζουν τις επιχειρήσεις που είναι κοινωνικά υπεύθυνες ποικίλει ανά χώρα, με δυστυχώς την Ελλάδα να προηγείται και την Μεγ. Βρετανία να έχει το χαμηλότερο ποσοστό, κάτι που είναι αναμενόμενο μιας και η χώρα αυτή είναι αρκετά ευαισθητοποιημένη και δραστήρια στο θέμα αυτό. Μη ξεχνάμε ότι είναι η πρώτη χώρα στην οποία ορίστηκε ειδικός υπουργός για θέματα Ε.Κ.Ε.
- Û Το βασικό θέμα που πρέπει να υποστηρίζουν και να δώσουν προτεραιότητα οι επιχειρήσεις είναι της υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων, ενώ τελευταίες έρχονται οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις.
- Û Η υπευθυνότητα της επιχείρησης είναι καθοριστική στο σχηματισμό εντύπωσης των πολιτών για μια επιχείρηση, μετά είναι η εταιρική της φήμη και η εμπορικότητά της και τελευταία έρχεται η οικονομική της επίδοση.
- Û Όσον αφορά τη διάθεση για πληρωμή, σημαντικό ποσοστό πολιτών υποστηρίζει ότι θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για προϊόντα που έχουν παραχθεί με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο, με τη Δανία να πρωτοστατεί. Αντιθέτως, στην Ιταλία μόνο 1 στους 6 πολίτες θα πλήρωναν περισσότερο.

Στη συνέχεια, θα αναφερθούν ακόμα μερικά ενδιαφέροντα στοιχεία από έρευνες [65-69] στο *κοινό της Μεγ. Βρετανίας*, μιας και αυτή αποτελεί μια χώρα με πολίτες και πολιτικούς παράγοντες αρκετά ενήμερους και ευαισθητοποιημένους στον τομέα της Ε.Κ.Ε. Τα αποτελέσματα αυτά δεν είναι βέβαια αντιπροσωπευτικά για όλες τις χώρες, αλλά δίνουν μια γενική εικόνα για το πώς αντιμετωπίζεται το θέμα αυτό.

Ειδικότερα:

- Û Οι βρετανοί πολίτες θεωρούν την Ε.Κ.Ε, ως επί το πλείστον, ευθύνη απέναντι στους καταναλωτές, την τοπική κοινωνία και τους εργαζόμενους και λιγότερο απέναντι στους μετόχους.
- Û Φαίνεται καθαρά πως τα τελευταία χρόνια η εμπιστοσύνη στις επιχειρήσεις έχει κλονιστεί αρκετά. Πιο εύκολα οι πολίτες θα εμπιστευόντουσαν τους γιατρούς και δασκάλους και πολύ δύσκολα τους δημοσιογράφους.
- Û 4 στους 5 πολίτες υποστηρίζουν ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν ηθική ευθύνη απέναντι στην κοινωνία, καθώς η πλειοψηφία των πολιτών θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις αδιαφορούν για τις μακροπρόθεσμες κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις των δραστηριοτήτων τους. Με άλλα λόγια, οι επιχειρήσεις δείχνουν έλλειψη ενδιαφέροντος και συμπαράστασης για θέματα που είναι καίρια για την κοινή γνώμη.
- Û Παρόλο που οι περισσότεροι πολίτες εκφράζουν ενδιαφέρον για τα περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα και κατ' επέκταση για την Ε.Κ.Ε, ελάχιστοι είναι ενημερωμένοι για τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Ελάχιστοι πολίτες μπορούν να ονομάσουν ή γνωρίζουν μια συγκεκριμένη επιχείρηση που είναι κοινωνικά, περιβαλλοντικά ή ηθικά υπεύθυνη, ενώ κατά κοινή ομολογία, η εμπορική συμπεριφορά τους θα άλλαζε εάν ήταν ενήμεροι. Μάλιστα, πολλοί είναι αυτοί που απαιτούν οι επιχειρήσεις να τους ενημερώνουν με κάποιο τρόπο χωρίς όμως να ξοδεύουν σημαντικά ποσά για αυτό.
- Û Οι Βρετανοί εργαζόμενοι υποστηρίζουν δυναμικά την επιρροή που μπορεί να έχει μια επιχείρηση που είναι κοινωνικά υπεύθυνη στην προσέλκυση και διατήρηση του ανθρώπινου δυναμικού της, και ιδιαίτερα η κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα του εργοδότη.

- ü Αξιοσημείωτη είναι και η επιρροή που μπορεί να ασκήσουν οι πολίτες ως εργαζόμενοι και καταναλωτές για την επιλογή μιας επιχείρησης για εργασία ή αγορά, αντίστοιχα. 3 στους 10 υποστηρίζουν ότι έχουν ακούσει ή διαδώσει θετικά σχόλια για μια επιχείρηση λόγω της ηθικά υπεύθυνης συμπεριφοράς της, ενώ παρόμοιο ποσοστό έχει ακούσει ή διαδώσει αρνητικά σχόλια για μια επιχείρηση. Τα ποσοστά είναι λίγο διαφορετικά όταν εισάγεται ο παράγοντας ενημέρωσης ή/ και συμμετοχής.
- ü Στο πλαίσιο των πολιτών – εργαζομένων, οι προτεραιότητες που πρέπει να ακολουθήσουν κυρίως οι επιχειρήσεις είναι η εκπαίδευση, το περιβάλλον και η ανακύκλωση, ανάλογα βέβαια με τον κλάδο στον οποίο ανήκει μια επιχείρηση. Όμως βασικό είναι αυτή να δραστηριοποιείται για κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς σκοπούς.
- ü Το κοινό αναμένει από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις να εφαρμόσει και να διαδώσει τις υπεύθυνες αρχές και πρακτικές τους στις αναπτυσσόμενες χώρες στις οποίες λειτουργούν. 7 στους 10 λένε ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να εξασφαλίσουν καλές συνθήκες εργασίας και δίκαιη αντιμετώπιση των εργαζομένων ανεξάρτητα από το εάν ο νόμος το απαιτεί σε αυτή τη χώρα, οι μισοί περίπου υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να προχωρήσουν περαιτέρω και να συνεισφέρουν στην κοινωνία της χώρας αυτής, ενώ μόνο 1 στους 10 ισχυρίζεται ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να κάνουν μόνο ό,τι απαιτεί ο νόμος της συγκεκριμένης χώρας που λειτουργούν.
- ü Ένα ισχυρό εμπορικό όνομα (product brand) δεν αρκεί στις μέρες μας. Οι επιχειρήσεις που παραδοσιακά στηρίχτηκαν στο εμπορικό όνομα για την εταιρική τους εικόνα απέναντι στο κοινό, θα έχουν μεν καλά οικονομικά οφέλη και φήμη, αλλά θα είναι πίσω στο θέμα της Κοινωνικής Ευθύνης.
- ü Αν η ποιότητα και η τιμή δυο προϊόντων ήταν συγκρίσιμες, ο παράγοντας που θα έπαιζε κύριο ρόλο στην αγορά του προϊόντος είναι η εξυπηρέτηση στον πελάτη, ενώ οι πολίτες δεν παραβλέπουν την πολιτική της επιχείρησης στα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Όμως, αν στις αποφάσεις αγοράς υπεισέρχονται οι παράγοντες κόστους και ποιότητας, αυτοί προηγούνται των άλλων.
- ü Η πλειοψηφία του βρετανικού κοινού είναι διατεθειμένη να δείξει εμπιστοσύνη στις πληροφορίες σχετικά με την Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων, ενώ το ένα τρίτο της κοινής γνώμης είναι κάπως σκεπτική και διατηρεί αμφιβολίες. Από την άλλη, το κοινό δείχνει περισσότερη θέληση να εμπιστευτεί τις ΜΚΟ για τέτοιες πληροφορίες. Φαίνεται, δηλαδή, πως η επιχείρηση είναι πιο δύσκολο να αποκτήσει την εμπιστοσύνη της κοινής γνώμης από μια ΜΚΟ.

3.1.3 Συμπεράσματα από επενδυτές

Από έρευνες [70,71] σε επενδυτές αποκαλύπτεται ότι, η εικόνα των επιχειρήσεων σε θέματα κοινωνικής και περιβαλλοντικής απόδοσης και οι ενέργειες που αυτές προωθούν για την ενίσχυση της κοινωνίας γενικότερα, επηρεάζουν και θα επηρεάσουν σημαντικά τις επενδυτικές αποφάσεις τα επόμενα χρόνια. Ήδη στην Ευρώπη, οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα γνωστές όχι μόνο στους θεσμικούς επενδυτές, αλλά και σε πολλούς μεμονωμένους επενδυτές (ιδιώτες και

μικρομεσαίες επιχειρήσεις). Αρκετοί επενδυτές έχουν ήδη επενδύσει σε κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις, ενώ πολλοί ενδιαφέρονται να το κάνουν στο εγγύς μέλλον. Επίσης, οι διαχειριστές κεφαλαίων, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, οι Διευθυντές Επικοινωνίας Μετόχων και οι Σύμβουλοι Επενδύσεων φαίνεται ότι έχουν επηρεαστεί σημαντικά στις αποφάσεις και ενέργειες τους από το όλο κλίμα που αναδεικνύει την Ε.Κ.Ε σε καταλυτικό παράγοντα. Όλοι αναγνωρίζουν την αξία της βιώσιμης ανάπτυξης και ότι η άρτια διαχείριση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων που πιθανώς να έχουν οι δραστηριότητες της κάθε επιχείρησης επηρεάζει θετικά τη μακροπρόθεσμη αξία της στην αγορά.

Επιπρόσθετα, οι περισσότεροι Διευθυντές Επικοινωνίας Μετόχων εκτιμούν ότι η ανάλυση των κοινωνικών επιπτώσεων και οι λήψεις αποφάσεων με γνώμονα την Κοινωνική Ευθύνη, μακροπρόθεσμα επηρεάζουν κυρίως το όνομα και τη φήμη μιας εταιρίας, την ανάπτυξη και τις επιδόσεις της, καθώς και τη χρηματιστηριακή της αξία. Μάλιστα, δηλώνουν ότι τα τελευταία χρόνια υπήρξε σαφής βελτίωση στις επικοινωνιακές προσπάθειες των εταιριών με στόχο τη βελτίωση της κοινωνικής τους εικόνας καθώς θεωρούν ότι ο ρόλος της κοινωνικά υπεύθυνης επικοινωνίας είναι στρατηγικής σημασίας για το μέλλον της κάθε επιχείρησης.

Η δε πλειοψηφία των επενδυτών θεωρεί την Εταιρική Ευθύνη ως «κύρια» ή «σημαντική» παράμετρο στη λήψη επενδυτικών αποφάσεων, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο τα τελευταία 5 χρόνια. Ως οι τρεις κυριότερες διαστάσεις της εταιρικής υπευθυνότητας θεωρούνται: η ηθική συμπεριφορά του προσωπικού, η καλή εταιρική διακυβέρνηση και η διαφάνεια στις εταιρικές συμφωνίες, κυρίως για τους θεσμικούς επενδυτές. Όσον αφορά τα θέματα ενδιαφέροντος των επενδυτών, διαφαίνεται ότι, για παράδειγμα, οι επενδυτές στην Ιαπωνία και Αγγλία ενδιαφέρονται περισσότερο για το περιβάλλον, ενώ οι επενδυτές στην Αμερική για την διαφθορά.

Από την άλλη, οι Σύμβουλοι Επενδύσεων λαμβάνουν υπόψη περισσότερο την ικανότητα καινοτομίας, την εταιρική διακυβέρνηση και τη διαχείριση κινδύνων καθώς και τη διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες, ενώ η διαχείριση ανθρωπίνων πόρων κατατάσσεται στους παράγοντες που επιδρούν λιγότερο στις επενδυτικές αποφάσεις. Θέματα όπως η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και η διαχείριση του περιβάλλοντος, παρουσιάζονται να έχουν ιδιαίτερη σημασία για κάποιους κλάδους και επιχειρήσεις, γεγονός που συνηγορεί στις απόψεις που υποστηρίζουν την ανάγκη ύπαρξης κλαδικών ή εξειδικευμένων προσεγγίσεων στο θέμα των μεθόδων επικοινωνίας και επενδυτικών αναλύσεων.

3.1.4 Συμπεράσματα από άλλα ενδιαφερόμενα μέρη

Σε αυτή την ενότητα θα αναφερθούν κάποια συμπεράσματα από έρευνα το 2004 [72] σε ΜΚΟ και ειδικούς για θέματα Ε.Κ.Ε (CSR experts). Πρόκειται για ομάδες συμμετόχων που προσδιορίζουν τα πρότυπα επίπεδα της κοινωνικά υπεύθυνης εταιρικής συμπεριφοράς και κινητοποιούν τις επιχειρήσεις να ενδιαφερθούν για τις επιδράσεις των δραστηριοτήτων τους στο περιβάλλον και την κοινωνία. Κατά συνέπεια, έχουν υψηλότερες προσδοκίες για την Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων σε σχέση με τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Όταν πρόκειται να κρίνουν μια επιχείρηση εστιάζονται στην περιβαλλοντική και κοινωνική της ευθύνη σε συνδυασμό με παράγοντες όπως η ποιότητα της διαχείρισης, των προϊόντων και των υπηρεσιών και η οικονομική επίδοση. Ειδικότερα:

- ü Η πλειοψηφία των ΜΚΟ δείχνουν δυσπιστία ως προς τη διάθεση, ειλικρίνεια και σοβαρότητα των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις δεσμεύσεις τους για το περιβάλλον και την κοινωνία, καθώς πιστεύει ότι η Ε.Κ.Ε δεν αποτελεί προτεραιότητα των επιχειρήσεων στην καθημερινή τους επιχειρησιακή στρατηγική. Αντιθέτως, οι ειδικοί Ε.Κ.Ε είναι λιγότερο επικριτικοί, ίσως επειδή έρχονται σε επικοινωνία με τις επιχειρήσεις και γνωρίζουν ή τις συμβουλεύουν σε προγράμματα Ε.Κ.Ε.
- ü Θέμα διαφάνειας και ειλικρίνειας τίθεται και για τους ίδιους τους ΜΚΟ και ειδικούς Ε.Κ.Ε. Υποστηρίζεται, κατά κοινή ομολογία, από τους ίδιους ότι θα έπρεπε να είναι πιο αποκαλυπτικοί και διαφανείς ως προς τη δημοσίευση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής τους απόδοσης. Για παράδειγμα, ο Διεθνής Οργανισμός Αμνηστίας θα πρέπει να υποβάλλει έκθεση για τις κοινωνικές του επιδράσεις.
- ü Αν και πολλοί επενδυτές και επικριτές Ε.Κ.Ε αποκλείουν από τις επιλογές τους ή κατακρίνουν κάποιους κλάδους επιχειρήσεων π.χ επιχειρήσεις καπνού, οι ΜΚΟ και ειδικοί Ε.Κ.Ε δεν καταδικάζουν καμία επιχείρηση αρκεί να δείξει αυτή ενδιαφέρον για τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές τις επιδράσεις. Όμως, ένα καθόλου ευκαταφρόνητο ποσοστό (33%) θεωρεί τις επιχειρήσεις καπνού (και λιγότερο τις επιχειρήσεις πυρηνικής ενέργειας, 21%) καθ' όλα μη κοινωνικά υπεύθυνες. Πάντως, για πολλές «αμφίβολες» επιχειρήσεις (π.χ πετρελαιοειδή, καπνού και όπλων) η ύπαρξη Κοινωνικής Ευθύνης θεωρείται αρκετά σημαντική.
- ü Οι ΜΚΟ και ειδικοί Ε.Κ.Ε σίγουρα μιλούν από θέση γνώσης των επιχειρήσεων, αφού η πλειοψηφία αυτών είναι σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις. Μεγάλο ποσοστό υποστηρίζει ότι πρέπει να υπάρξουν μελλοντικά σχέσεις μεγαλύτερης συνεργασίας, κάτι που θα ωφελήσει αρκετά τις επιχειρήσεις. Να σημειωθεί ότι, οι ΜΚΟ και ειδικοί Ε.Κ.Ε δεν χρησιμοποιούν ακραία μέσα για να «σαμποτάρουν» μια επιχείρηση, αλλά προσπαθούν (συχνά με σατιρικό τρόπο) να αφυπνίσουν την κοινή γνώμη και να στείλουν κατάλληλα μηνύματα στις επιχειρήσεις.
- ü Δεδομένου ότι πολλοί ΜΚΟ και ειδικοί Ε.Κ.Ε συνεργάζονται στενά με τις επιχειρήσεις, δεν είναι καθόλου παράδοξο το ότι οι πρώτοι απορρίπτουν την άποψη ότι η αποδοχή χρηματοδότησης από τις επιχειρήσεις αναπόφευκτα υπονομεύει τις αρχές ενός ΜΚΟ. Όμως, οι περισσότεροι υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις δεν κάνουν ό,τι καλύτερο μπορούν με τους φιλανθρωπικούς οργανισμούς. Μάλιστα, λίγοι είναι οι ΜΚΟ που θα συνεργαστούν με επιχειρήσεις και αυτό θα εξαρτηθεί από τη συμφωνία των στρατηγικών τους ή τη δέσμευση για αλλαγή συμπεριφοράς της επιχείρησης. Κυκλοφορεί δε μια άποψη ότι οι περισσότερες συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων και φιλανθρωπικών οργανισμών ωφελούν περισσότερο τις ίδιες τις επιχειρήσεις παρά τους οργανισμούς.

3.2 Έρευνες σε εθνικό επίπεδο

3.2.1 Συμπεράσματα από επιχειρήσεις

Στη χώρα μας, πρόσφατα (9.12.2004) δημοσιοποιήθηκε μια σημαντική ποσοτική έρευνα για την Ε.Κ.Ε [73] στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις όπου προσκλήθηκαν να πάρουν μέρος 468 εταιρίες με έδρα την Ελλάδα, που επελέγησαν με κύριο κριτήριο το μέγεθος του δημοσιευμένου κύκλου εργασιών τους. Ανταποκρίθηκαν μόνο 77 επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους, στην πλειονότητά τους μεγάλοι οργανισμοί, πολύ γνωστοί στο κοινό, στην επιχειρηματική κοινότητα και στα Μ.Μ.Ε. Τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας αυτής είναι:

- Η Ε.Κ.Ε είναι πολύ σημαντική για τις μεγάλες επιχειρήσεις.
- Πάνω από τις μισές επιχειρήσεις (και κυρίως οι πολυεθνικές) της έρευνας έχουν ορίσει επισήμως τι σημαίνει Ε.Κ.Ε για αυτές. Τα μεγέθη του κύκλου εργασιών δεν φαίνεται να έχουν επηρεάσει.
- Η υπ' αριθμόν ένα πρακτική Ε.Κ.Ε των επιχειρήσεων παραμένει η φιλανθρωπική δραστηριότητα. Αυτό σε συνδυασμό με το ότι η συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες και η εθελοντική εργασία του προσωπικού βρίσκονται χαμηλά στην κατάταξη, φανερώνουν πως οι ελληνικές επιχειρήσεις δυσκολεύονται να «ανοίξουν» την επιχείρησή σε δράσεις που απαιτούν μεγαλύτερη εμπλοκή και αλληλεπίδραση με ομάδες ενδιαφερόμενων μερών. Η εταιρική διακυβέρνηση τόσο ως πολιτική όσο και ως πρακτική, βρίσκεται πολύ υψηλά στην ημερήσια διάταξη των περισσότερων επιχειρήσεων, καθώς επίσης και η ηθική και ακεραιότητα στο χώρο εργασίας και ο κώδικας δεοντολογίας, που δείχνει πως οι ελληνικές εταιρίες έχουν επηρεαστεί από τις παγκόσμιες πιέσεις για καλύτερη εταιρική διακυβέρνηση και επαγγελματική δεοντολογία. Η πολιτική και πρακτική που βρίσκεται χαμηλά στις προτεραιότητες των επιχειρήσεων σε σχέση με την σπουδαιότητά της είναι η ανάπτυξη συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης. Το περιβάλλον, ένας τομέας με ιδιαίτερη βαρύτητα στην Ευρώπη, φαίνεται να μην αποτελεί προτεραιότητα για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Τέλος, η πολιτική «Συνθήκες εργασίας», που είναι η πλέον διαδεδομένη, παραπέμπει στην υγιεινή και ασφάλεια στην εργασία, ένα χώρο που ούτως ή άλλως ρυθμίζεται από ένα πλήρες νομοθετικό πλαίσιο στην Ελλάδα.

Πίνακας 3.1: Απαντήσεις στην ερώτηση αν διαθέτει η επιχείρηση ολοκληρωμένη ή υπό διαμόρφωση επίσημη πολιτική στα παρακάτω θέματα, η οποία να αφορά και σε ζητήματα πέρα και πάνω από τις νομοθετικές υποχρεώσεις

Πολιτικές Ε.Κ.Ε. στις επιχειρήσεις σήμερα	Ναι (%)	υπό διαμόρφωση (%)
Συνθήκες εργασίας	88	8
Ηθική και ακεραιότητα στο χώρο της εργασίας	85	8
Εταιρική διακυβέρνηση	79	10
Ανθρώπινα δικαιώματα	70	10
Περιβαλλοντική επίδοση	62	23
Κοινωνική επίδοση	54	24

- ü Ο σημαντικότερος παράγοντας πίεσης που ωθεί τις επιχειρήσεις να ασχοληθούν με την Ε.Κ.Ε είναι κυρίως η επιθυμία για βελτίωση της φήμης τους και ακολουθούν η δέσμευση στη διαφάνεια και η αύξηση της αξιοπιστίας και της διαφάνειας (μη χρηματοοικονομικής φύσεως παράγοντες). Αντίθετα, κυρίως χρηματοοικονομικής φύσεως είναι οι λιγότερο σημαντικοί παράγοντες πίεσης, όπως η μείωση του κόστους, η πίεση από τους μετόχους και τους επενδυτές και η καλύτερη πρόσβαση σε κεφάλαια.
- ü Το κυριότερο εμπόδιο στην υιοθέτηση πρακτικών Ε.Κ.Ε που αναγνώρισαν οι επιχειρήσεις του δείγματος είναι η δυσκολία στη θέσπιση ορατών και μετρήσιμων στόχων για την Ε.Κ.Ε. Πολλές από τις επιχειρήσεις έχουν δυσκολία να ορίσουν την Ε.Κ.Ε και περίπου το 1/3 των επιχειρήσεων του δείγματος δεν μπορεί να διατυπώσει το “business case” για την Ε.Κ.Ε. Και οι τρεις αυτοί παράγοντες έχουν να κάνουν με τη δυσκολία των επιχειρήσεων στην κατανόηση της Ε.Κ.Ε και του πώς αυτή μπορεί να αποβεί ωφέλιμη για την επιχείρηση. Έτσι, δεν είναι άξιοι απορίας πως στους τέσσερις σημαντικότερους παράγοντες μη υιοθέτησης Ε.Κ.Ε κατατάσσεται η έλλειψη ενδοεπιχειρησιακής κουλτούρας.
- ü Τα στοιχεία της έρευνας συνηγορούν στην πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε ξεκινά από την ανώτερη διοίκηση και διαχέεται προς τα κάτω, με κάποιο ανώτερο στέλεχος ή μια επιτροπή ανώτερων στελεχών που ασχολούνται ειδικά με το θέμα της Ε.Κ.Ε.
- ü Σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις θεωρούν πως η Ε.Κ.Ε θα αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία τα επόμενα 5 χρόνια. Οι λόγοι που θα ωθήσουν τις επιχειρήσεις στην Ε.Κ.Ε τα επόμενα χρόνια είναι οι ίδιοι για τους οποίους έχουν οι ίδιες υιοθετήσει πρακτικές Ε.Κ.Ε ως τώρα.
- ü Τέλος, για το ποιοι είναι οι μύθοι και ποια η πραγματικότητα γύρω από την Ε.Κ.Ε, αυτές απάντησαν πως δεν είναι μια μόδα που θα περάσει ούτε θέμα δημοσίων σχέσεων, αλλά αφορά όλους τους κοινωνικούς εταίρους και θα πρέπει να ενσωματωθεί στις κρίσιμες λειτουργίες της επιχείρησης και να αναπτυχθεί στρατηγικά μέσα στην εταιρεία. Αν και δύσκολα αξιολογείται (ο απολογισμός αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο μέτρησής της), είναι αδιαμφισβήτητα μια επένδυση για το μέλλον.

3.2.2 Συμπεράσματα από ενδιαφερόμενα μέρη (πολίτες-καταναλωτές, ΜΚΟ, δημοσιογράφοι, πολιτικοί κλπ)

Σε μια έρευνα [74] που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του ελληνικού δικτύου για την Ε.Κ.Ε σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο και την εταιρεία ερευνών αγοράς Research International και με την υποστήριξη του οργανισμού Philip Morris, διενεργήθηκαν 60 ατομικές συνεντεύξεις με εκπροσώπους επιχειρήσεων (11 επιχειρήσεις μέλη του δικτύου για τη Ε.Κ.Ε, 25 επιχειρήσεις μη μέλη του δικτύου) και διαμορφωτές κοινής γνώμης (7 δημοσιογράφοι και εκπρόσωποι των μέσων μαζικής ενημέρωσης, 8 εκπρόσωποι μη κυβερνητικών οργανισμών και συλλογικών φορέων, 3 ακαδημαϊκοί και 5 πολιτικοί), 6 ομαδικές συζητήσεις με πολίτες-καταναλωτές και 3 παρατηρήσεις αγοραστικής συμπεριφοράς σε σούπερ μάρκετ. Μερικά από τα σημαντικότερα ευρήματα της έρευνας αυτής είναι:

- ü Ευθύνες για τη δημιουργία κοινωνικών προβλημάτων (π.χ φτώχεια, ανεργία, καταστροφή του περιβάλλοντος) αποδίδονται πρωτίστως στο κράτος ως φορέα συλλογικής ευθύνης και επίσης στις επιχειρήσεις (που ενεργούν με γνώμονα το κέρδος), στα μέσα ενημέρωσης (που αποπροσανατολίζουν και δεν καλύπτουν την ανάγκη του πολίτη-καταναλωτή για ενημέρωση), στους παθητικούς πολίτες-καταναλωτές και στην καταλυτική επίδραση της τεχνολογίας σε όλους τους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής. Οι ελπίδες των πολιτών για την επίλυση των προβλημάτων εναποτίθενται όμως πάλι στο κράτος, ενώ υπάρχει δυσπιστία απέναντι στις επιχειρήσεις δεδομένου ότι οι ίδιες προκαλούν σημαντικά προβλήματα.
- ü 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 υπεύθυνα εταιρική δράση. Επιπλέον η Ε.Κ.Ε στην πράξη συσχετίζεται ή και ταυτίζεται με την εταιρική φιλανθρωπία και τη χορηγία, οι οποίες είναι οι πιο ορατές και προβαλλόμενες μορφές κοινωνικής συμβολής των επιχειρήσεων.
- ü Σήμερα οι Έλληνες πολίτες-καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις. Αποδέχονται επίσης ότι υπάρχουν αξιόπιστα-υπεύθυνα 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».
- ü Οι πολίτες-καταναλωτές θεωρούν ότι η ποιότητα του προϊόντος ή της παρεχόμενης υπηρεσίας είναι η πιο απτή απόδειξη της κοινωνικής υπευθυνότητας των επιχειρήσεων. Απαιτούν ολική ποιότητα κατά τη διαδικασία παραγωγής και πιστοποίηση από ανεξάρτητους φορείς (ISO). Επίσης, δίνουν έμφαση στην τήρηση των κανόνων θεμιτού ανταγωνισμού και στη διαφάνεια των συναλλαγών.
- ü Από τις επιχειρήσεις αναμένεται να λάβουν περισσότερες πρωτοβουλίες για το φυσικό περιβάλλον καθώς να επενδύσουν σε κοινωνικούς τομείς όπως υγεία, εκπαίδευση, κοινωνικές μειονότητες, άτομα με ειδικές ανάγκες ή με «ειδικά προσόντα», καλές εργασιακές συνθήκες. Ως τώρα, φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις έχουν δώσει έμφαση στην ποιότητα του προϊόντος τους, στους εργαζόμενους τους, στο περιβάλλον, τον πολιτισμό και τον αθλητισμό.
- ü Η πρόθυμη αποδοχή και η καταξίωση των ενεργειών Ε.Κ.Ε στη συνείδηση του πολίτη-καταναλωτή και η σύμπραξη του, κατά συνέπεια, στις εν λόγω εταιρικές πρωτοβουλίες θα ενισχυθούν υπό τις ακόλουθες τρεις βασικές προϋποθέσεις:
- Εφόσον η εταιρία ή το προϊόν-σήμα που θέλει να συνδεθεί με την προώθηση ενός κοινωνικού σκοπού είναι αδιαμφισβήτητης αξιοπιστίας και ποιότητας.
 - Εφόσον το κόστος της κοινωνικής πολιτικής των προϊόντων δεν θα μετακυλιέται στον πολίτη-καταναλωτή.

- Εφόσον ο κοινωνικός απολογισμός των επιχειρήσεων θα διαχέεται σε όλη την κοινωνία.

Στα συμπεράσματα [75,76] του εφετινού *Βαρόμετρου A.S.B.I. 2005*¹⁸ (σε δείγμα 1.500 πολιτών, στο σύνολο της χώρας) καταγράφεται ότι για την πλειονότητα της ελληνικής κοινής γνώμης το εταιρικό κοινωνικό έργο συνεχίζει να παραμένει μια δραστηριότητα άγνωστη. Φέτος, ωστόσο, παρατηρείται μια αυξητική τάση που πιθανόν να οφείλεται σε παράγοντες όπως οι πρωτοβουλίες και τα προγράμματα που ανέπτυξαν οι εταιρίες για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, οι πρωτοβουλίες που έλαβαν οι επιχειρήσεις για άμεση βοήθεια στις χώρες του Ινδικού ωκεανού και η ολοένα αυξανόμενη τάση δημοσιοποίησης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Πάντως, η σημαντικότητα του εταιρικού κοινωνικού έργου θα αυξάνεται όσο θα αυξάνεται και η γνώση της ελληνικής κοινωνίας για το θέμα αυτό.

Όσον αφορά το κοινωνικό ενδιαφέρον για τις βασικές αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, στις τρεις πρώτες θέσεις της εφετινής κατάταξης αναδεικνύονται θέματα όπως οι συνθήκες εργασίας και γενικότερα τα μέτρα για την υγιεινή και την ασφάλεια στον εργασιακό χώρο, τα ανθρώπινα δικαιώματα και οι ίσες ευκαιρίες στην ανάπτυξη και αξιοποίηση των εργαζομένων και ακολουθεί το κρίσιμο ζήτημα της προστασίας του περιβάλλοντος.

Η εμπιστοσύνη της ελληνικής κοινής γνώμης στο εταιρικό κοινωνικό έργο είναι ένα από τα φλέγοντα ζητήματα, το οποίο δεν έχει ακόμη αποτελέσει αντικείμενο ευρείας συζήτησης. Σημειωτέον ότι περισσότερο δύσπιστοι εμφανίζονται και πάλι οι άνδρες και λιγότερο οι γυναίκες και ότι οι γεωγραφικές περιοχές της χώρας με τα μεγαλύτερα ποσοστά πολιτών που γνωρίζουν για την ύπαρξη εταιρικού κοινωνικού έργου είναι η Στερεά Ελλάδα, η Πελοπόννησος και η Κρήτη.

Αντιθέτως, ιδιαίτερα υψηλή παραμένει η εμπιστοσύνη που εκδηλώνει η ελληνική κοινωνία στο έργο των εθελοντικών οργανώσεων. Βάσει των στοιχείων του *A.S.B.I. 2005* στο σύνθετο δείκτη κοινωνικής επιρροής και απήχησης των εθελοντικών και ΜΚΟ στις πρώτες δέκα θέσεις αναδεικνύονται οι οργανώσεις UNICEF, Γιατροί χωρίς Σύνορα, Το χαμόγελο του Παιδιού, Ελληνικός Ερυθρός

¹⁸ Το ASBI (Awareness and Social Behaviour Index) που λειτουργεί στη χώρα μας για δεύτερη συνεχή χρονιά είναι μεθοδολογικό εργαλείο για τη συστηματική μελέτη και την κατανόηση των κοινωνικών στάσεων και των συμπεριφορών της ελληνικής κοινής γνώμης. Στις εταιρίες - συνδρομητές του παρέχει μετρήσιμα στοιχεία, βάσει των οποίων η κάθε επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να προσδιορίσει τα σημεία εκείνα που θα της επιτρέψουν να καθορίσει τις προτεραιότητές της στον τομέα της κοινωνικής συμπεριφοράς και της συνεισφοράς της. Επιπλέον, να επιλέξει με βέβαια στοιχεία τις οργανώσεις με τις οποίες θα συνεργαστεί για την προώθηση είτε για την υποστήριξη των κοινωνικών προγραμμάτων της.

Στον σχεδιασμό και στην υλοποίηση του ASBI ως ερευνητικού στρατηγικού εργαλείου, η MEDA Communication συνεργάζεται με το Ινστιτούτο Ερευνών VPRC και, όπως δηλώνει, η διαφοροποίηση του «εργαλείου» αυτού από τις τυπικές κοινωνικές έρευνες είτε τις έρευνες αγοράς βρίσκεται στο ότι ενσωματώνει -τόσο στον σχεδιασμό όσο και στην ανάλυση- ερευνητικές πρακτικές που προέρχονται από διαφορετικά πεδία (εμπειρική κοινωνική έρευνα, έρευνα πολιτικής κουλτούρας και συμπεριφοράς, καταναλωτική έρευνα και έρευνα αγοράς). Διαχρονικά δε, αποσκοπεί να δημιουργήσει ένα παρατηρητήριο τάσεων με την καταγραφή και την ανάλυση των ετήσιων δεδομένων στους τρεις θεματικούς άξονες που εξετάζει, οι οποίοι, συνοπτικά, είναι: Πρώτον, η κοινωνική συμμετοχή και ευαισθητοποίηση, δεύτερον, η αναγνωρισιμότητα, η δημοτικότητα και η απήχηση που έχει το κοινωνικό έργο των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και, τρίτον, το κοινωνικό έργο των εθελοντικών οργανώσεων και ΜΚΟ.

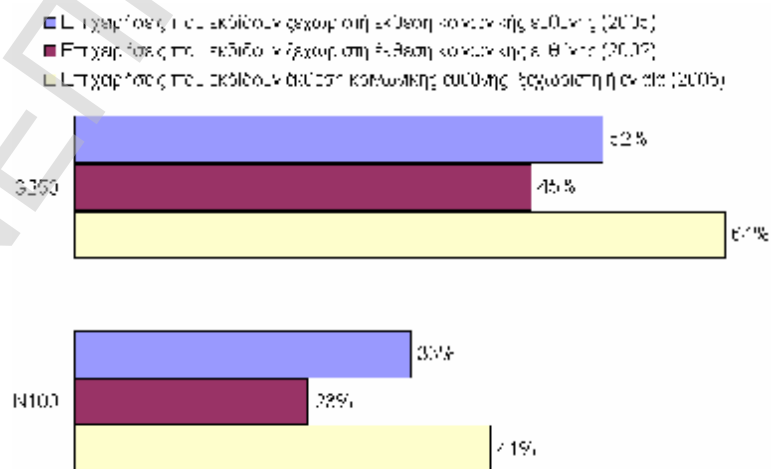
Σταυρός, Greenpeace, Γιατροί του Κόσμου, WWF, Παιδικά Χωριά SOS, Αρκτούρος και Ελπίδα. Η εμπιστοσύνη, βέβαια, δεν σημαίνει και ενεργό υποστήριξη των ίδιων οργανώσεων. Οκτώ στους δέκα Έλληνες δεν έχουν απολύτως καμία επαφή με κάποια οργάνωση, ποσοστό 16,7% έχει υποστηρίξει χαλαρά κάποια δράση (υπογράφοντας κείμενα, προσφέροντας χρήματα ή συμμετέχοντας σε εκδηλώσεις κάποιας οργάνωσης), ενώ ελάχιστοι (1,1%) υπήρξαν ή είναι σήμερα ενεργά μέλη ή εθελοντές της. Σε ό,τι αφορά τους τρόπους με τους οποίους μπορεί ο καθένας να συνεισφέρει στο κοινωνικό έργο, οι νεότεροι άνθρωποι (15-34 ετών) δηλώνουν πρόθυμοι να αφιερώσουν προσωπικό χρόνο, ενώ οι μεγαλύτεροι (35-64 ετών) μπορούν να βοηθήσουν σε είδος ή με χρήματα.

Τέλος, ανακατατάξεις παρουσιάζονται στις εταιρίες από τον σύνθετο δείκτη Κοινωνικής Υποστήριξης της E.K.E 2005, συγκριτικά με τα στοιχεία του A.S.B.I. 2004, αφού παρατηρείται οι εταιρίες COSMOTE και GOODY'S να παίρνουν τη δεύτερη και την τρίτη θέση αντίστοιχα, στο σχετικό δείκτη, από τις εταιρίες COCA COLA και ALPHA BANK, ενώ η VODAFONE για πρώτη φορά εμφανίζεται στην πρώτη εξάδα παίρνοντας τη θέση της ΦΑΓΕ. Αναλυτικά, ο δείκτης καταγραφεί 13 επιχειρήσεις που διακρίνονται για το εταιρικό κοινωνικό τους έργο, με πρώτο τον ΟΤΕ, δεύτερη την COSMOTE, τρίτη την GOODY'S, τέταρτη την COCA COLA, και ακολουθούν η ALPHA BANK, η VODAFONE, η ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ, η ΦΑΓΕ, η ΔΕΛΤΑ, η EFG EUROBANK ERGASIAS, η ΕΛΑΪΣ, η ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ και η INTERAMERICAN [75,76].

3.3 Συμπεράσματα από έρευνες για την υποβολή έκθεσης E.K.E

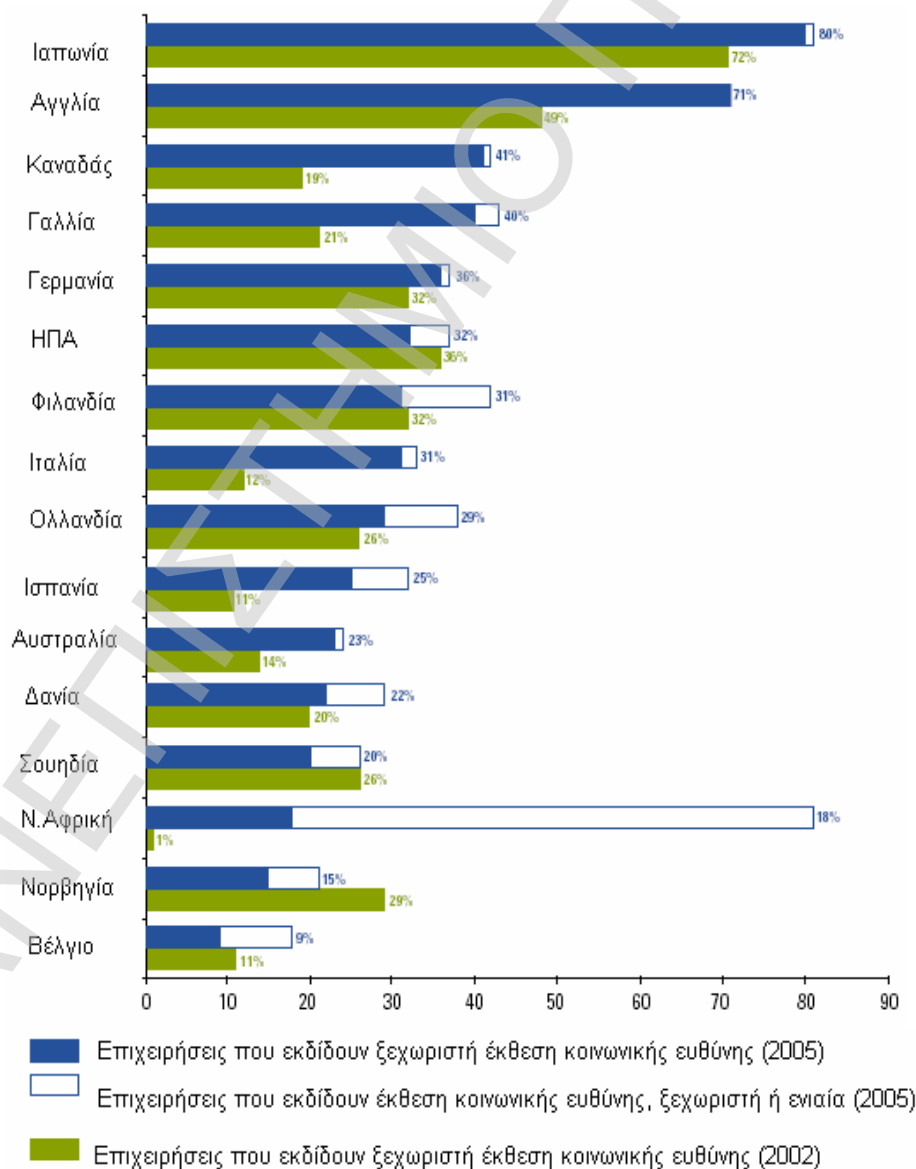
Σε παγκόσμια έρευνα [77] που πραγματοποιήθηκε (2004-5) στις εκθέσεις Εταιρικής Ευθύνης (CR reports) σε 100 κορυφαίες επιχειρήσεις του Global Fortune 500 (G250) και σε 100 κορυφαίες επιχειρήσεις (N100) σε 16 χώρες ανά τον κόσμο, διαφόρων κλάδων, βρέθηκαν τα εξής:

- Παρατηρείται αύξηση των επιχειρήσεων που εκδίδουν ξεχωριστή έκθεση Εταιρικής Ευθύνης, σε σχέση με το 2002.



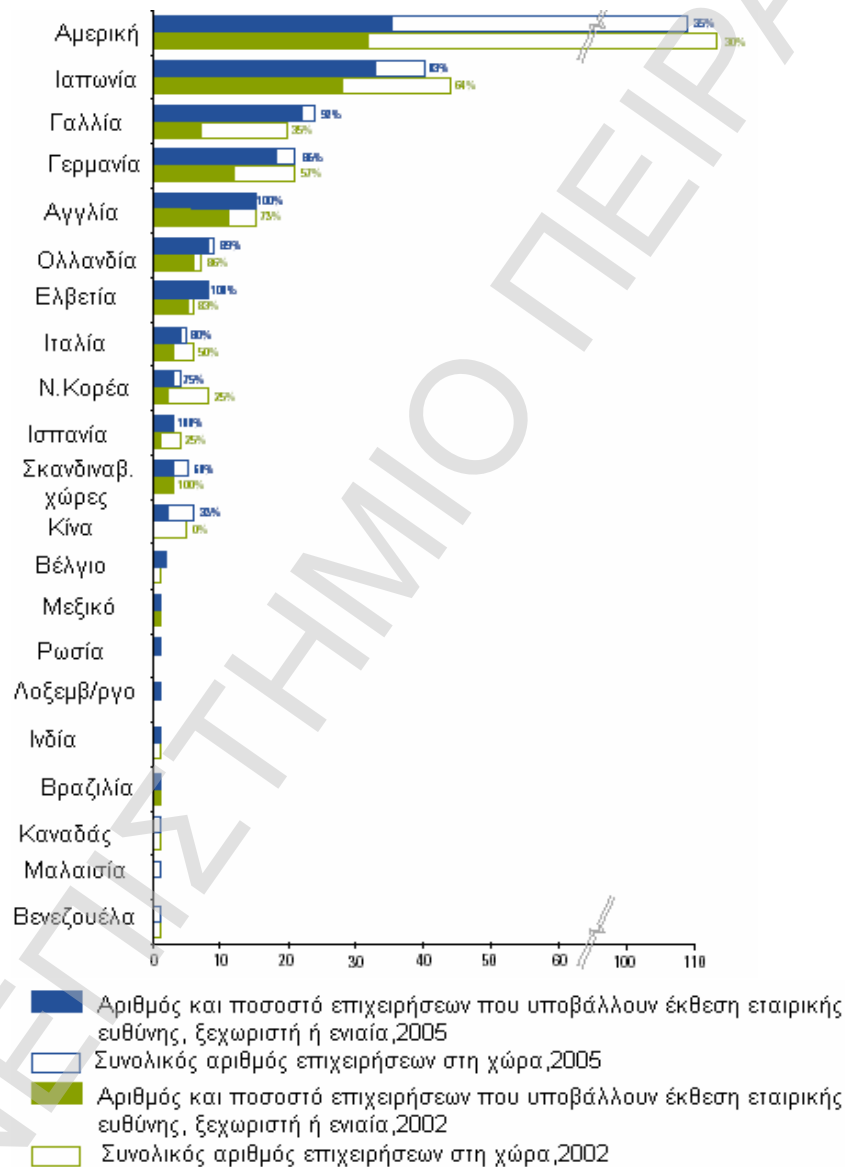
Διάγραμμα 3.1: Ποσοστό επιχειρήσεων που εκδίδουν έκθεση E.K.E

- Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η αλλαγή, σε σχέση με το 2002, στο είδος των ξεχωριστών εκθέσεων Εταιρικής Ευθύνης. Το 2005, σχεδόν το 70% των G250 επιχειρήσεων και το 50% των N100 επιχειρήσεων, είναι εκθέσεις βιώσιμης ανάπτυξης (περιλαμβάνουν οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά στοιχεία). Σε αντίθεση, το 2002, σχεδόν το 70% των επιχειρήσεων της έρευνας δημοσίευσαν εκθέσεις με περιβαλλοντικά και υγιεινής και ασφάλειας στοιχεία.
- Όσον αφορά το ποσοστό επιχειρήσεων που εκδίδουν έκθεση κοινωνικής ευθύνης συγκριτικά ανά χώρα για τα έτη 2002 και 2005, η Ιαπωνία και η Αγγλία πρωτοστατούν στην έκδοση ξεχωριστής έκθεσης Εταιρικής Ευθύνης. Στη Ν. Αφρική, αυξήθηκαν κατακόρυφα οι εκθέσεις Εταιρικής Ευθύνης, κυρίως αυτές που είναι σε ενιαία μορφή (μαζί με τον ετήσιο οικονομικό απολογισμό). Γενικά, σε όλες τις χώρες της έρευνας, υπάρχει σημαντική αύξηση των επιχειρήσεων που εκδίδουν ξεχωριστό απολογισμό σε σχέση με το 2002.



Διάγραμμα 3.2: Συγκριτικά αποτελέσματα σχετικά με τις εκθέσεις Ε.Κ.Ε, ανά χώρα

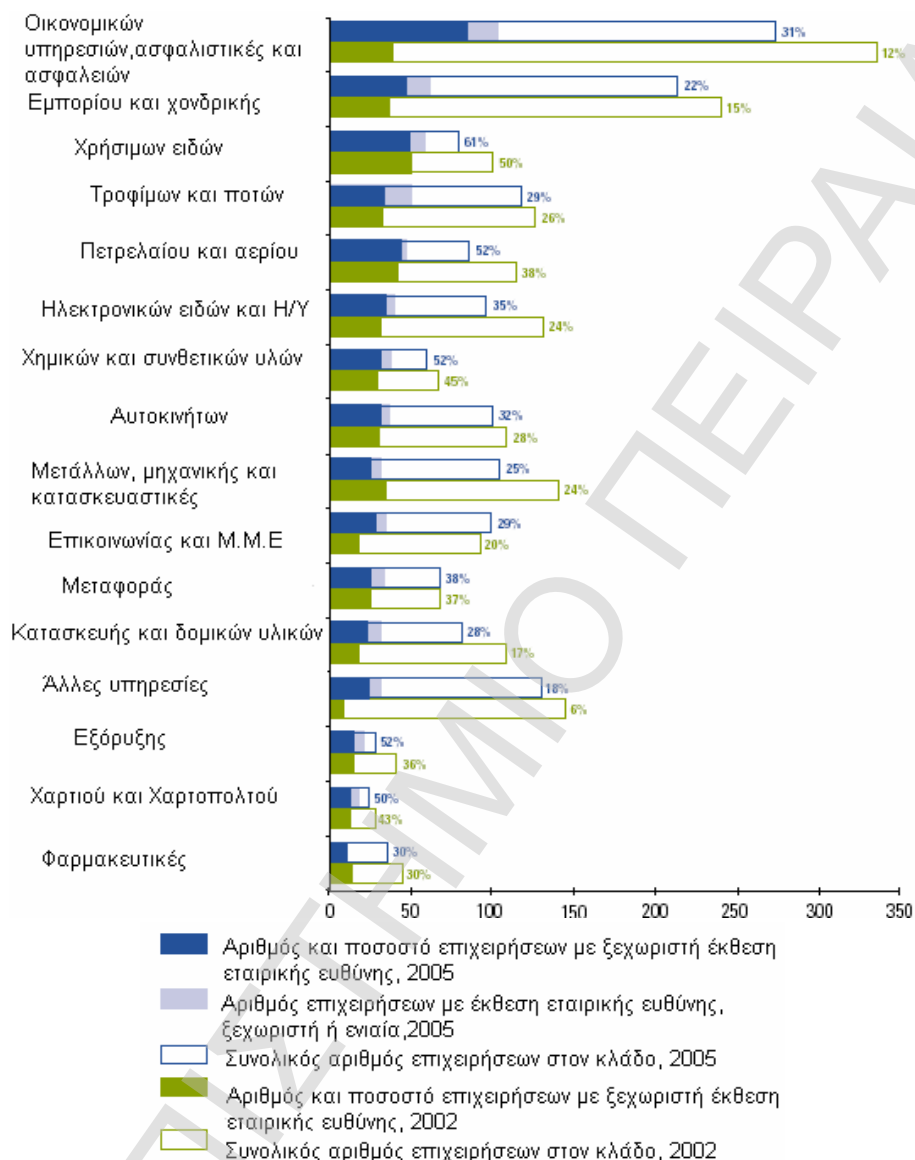
- Από τη γεωγραφική κατανομή των μεγαλύτερων πολυεθνικών επιχειρήσεων (G250) στον κόσμο παρατηρείται ότι η υποβολή εκθέσεων Εταιρικής Ευθύνης είναι σε αντιστοιχία με τον αριθμό των επιχειρήσεων στην κάθε χώρα, με εξαίρεση την Κίνα και την Αμερική. Αυτό επιβεβαιώνει την άποψη ότι η υποβολή εκθέσεων εταιρικής ευθύνης ενθαρρύνεται περισσότερο από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις παρά από εθνικούς παράγοντες επιρροής. (Τα αποτελέσματα δεν είναι και τόσο αντιπροσωπευτικά, γιατί το 2002 η έρευνα δεν έγινε στις ίδιες χώρες με το 2005).



Διάγραμμα 3.3: Γεωγραφική κατανομή των χωρών που υποβάλλουν έκθεση Εταιρικής Ευθύνης (G250), συγκριτικά για τα έτη 2002 και 2005

- Σχετικά με τους κλάδους επιχειρήσεων που περισσότερο υποβάλλουν έκθεση Εταιρικής Ευθύνης, είναι ο κλάδος των οικονομικών υπηρεσιών, στον οποίο έχει παρατηρηθεί σημαντική στροφή προς τα θέματα Ε.Κ.Ε τα τελευταία τρία χρόνια (130% αύξηση των εκθέσεων). Γενικά, πάντως, όλοι οι κλάδοι

επιχειρήσεων καταδεικνύουν αύξηση στην υποβολή εκθέσεων σε σχέση με το 2002.



Διάγραμμα 3.4: Υποβολή εκθέσεων Εταιρικής Ευθύνης ανά κλάδο, στις 100 κορυφαίες επιχειρήσεις σε 16 χώρες, για τα έτη 2002 και 2005

- Παρόμοια ισχύουν και για τις επιχειρήσεις G250. Οι επιχειρήσεις οικονομικών υπηρεσιών παρουσιάζουν τη σημαντικότερη αύξηση εκθέσεων τα τελευταία αυτά χρόνια (138% αύξηση), ενώ υπάρχουν αρκετοί κλάδοι επιχειρήσεων με ποσοστά εκθέσεων πάνω από το 80%, όπως οι φαρμακευτικές επιχειρήσεις, οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικών ειδών και Η/Υ, χαρτιού, κατασκευής και δομικών υλικών, αυτοκινήτων και χημικών και συνθετικών υλών.
- Οι λόγοι που ωθούν τις επιχειρήσεις να ασχοληθούν με θέματα κοινωνικής ευθύνης και βιώσιμης ανάπτυξης είναι κυρίως οικονομικοί και ηθικοί και λιγότερο για εξοικονόμηση, πρόσβαση στο κεφάλαιο ή για βελτίωση σχέσεων με τις κυβερνητικές, δημόσιες αρχές.

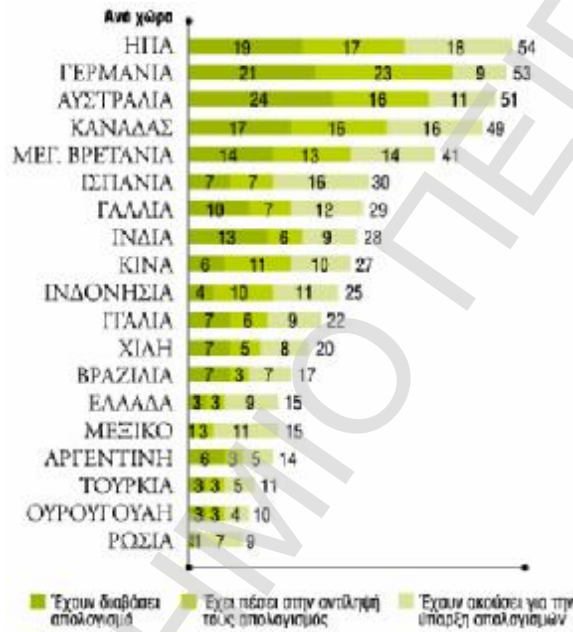
- Σχεδόν τα 2/3 των εκθέσεων Ε.Κ.Ε περιλαμβάνουν ειδικό τμήμα για την εταιρική διακυβέρνηση, ενώ η πλειοψηφία των εκθέσεων στερείται πληροφοριών σχετικά με το πώς συγκεκριμένα εφαρμόζεται η Ε.Κ.Ε και η διακυβέρνηση στην επιχείρηση.
- Το 40 % των εκθέσεων Ε.Κ.Ε είναι βασισμένο στις οδηγίες GRI με μόνο το 1/5 των εκθέσεων να αναφέρει συμβουλευτική βοήθεια από ενδιαφερόμενα μέρη. Περίπου 3 στις 10 εκθέσεις αναφέρουν προσπάθεια για ανατροφοδότηση από τους διάφορους κοινωνικούς εταίρους.
- Περίπου στο 40% των εκθέσεων αναφέρθηκε διάλογος με τα ενδιαφερόμενα μέρη, ο οποίος εστίασε περισσότερο στις πολιτικές Ε.Κ.Ε παρά στην διαδικασία υποβολής της έκθεσης.
- Σε αντίθεση με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, τα κοινωνικά και οικονομικά θέματα καλύφθηκαν επιφανειακά, ίσως λόγω έλλειψης ξεκάθαρων κοινωνικών δεικτών. Τα κοινωνικά θέματα αναφέρθηκαν περίπου στα 2/3 των εκθέσεων, σε μία ή περισσότερες από τις εξής περιοχές ενδιαφέροντος: βασικά εργασιακά ζητήματα, συνθήκες εργασίας, συνεισφορά στην κοινωνία και φιλανθρωπία. Τα δε οικονομικά ζητήματα καλύφθηκαν από τη μειοψηφία των εκθέσεων. Παρόλο που το 65% των εκθέσεων περιλαμβάνουν οικονομικά στοιχεία όπως τα κέρδη, μόνο το 25% εξ αυτών αναφέρει τις οικονομικές επιδράσεις των επιχειρήσεων από μια ευρύτερη σκοπιά βασισμένη στην έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.
- Η αναφορά στην εφοδιαστική αλυσίδα είναι συνήθης. Τα θέματα προμηθευτών αναφέρονται στην πλειοψηφία των εκθέσεων (80%), αλλά όχι εις βάθος (όχι πιο ειδικά).
- Στο 85% των εκθέσεων, το κύριο περιβαλλοντικό πρόβλημα που σκιάζει τις προσπάθειες των επιχειρήσεων είναι το φαινόμενο του θερμοκηπίου.

Από άλλες έρευνες, σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με τη δημόσια αναφορά Ε.Κ.Ε....

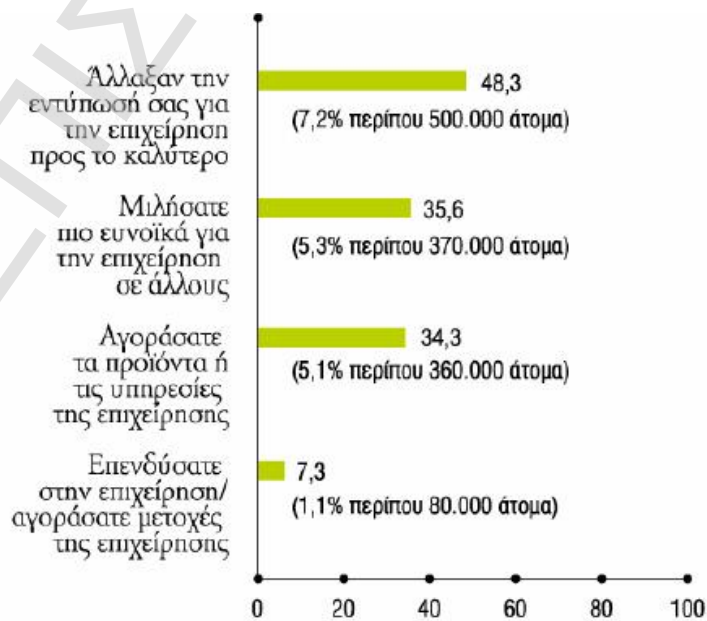
- Û Σχετικά με την υποβολή έκθεσης Ε.Κ.Ε, οι περισσότερες Αμερικάνικες επιχειρήσεις δημοσιεύουν περιγράφοντας κυρίως την οικονομική τους απόδοση, ενώ οι Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις ασχολούνται και με την περιβαλλοντική και κοινωνική τους απόδοση [61].
- Û Για το θέμα «Ε.Κ.Ε και επικοινωνία» παρατηρούνται εξίσου δύο τάσεις: η πρώτη αφορά την διάθεση της επιχείρησης να προβεί σε ενέργειες και πρωτοβουλίες κρατώντας όμως κάποιο επίπεδο μυστικότητας, η δεύτερη αφορά την εξωτερική παρουσία των ενεργειών της επιχείρησης στο κοινό δίνοντας την εντύπωση της κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης. Η επιλογή της προσέγγισης που θα ακολουθήσει μια επιχείρηση εξαρτάται από την κουλτούρα της [56].
- Û Ο κοινωνικός απολογισμός είναι λάθος να χρησιμοποιείται ως εργαλείο εσωτερικής και εξωτερικής επικοινωνίας και μετά να μετατρέπεται σε πιο περίπλοκο μέσο διαχείρισης. Οι στόχοι Ε.Κ.Ε και οι τρόποι εφαρμογής ανάλογων προγραμμάτων προσδιορίζονται κατά τη φάση του σχεδιασμού και μετά υπόκεινται σε έλεγχο [56].
- Û Στο θέμα της διαφάνειας, οι περισσότεροι διευθυντές ανεξαρτήτου κλάδου επιχειρήσεων, πιστεύουν ότι θα γίνουν πιο αξιόπιστοι στις οικονομικές,

κυρίως, πληροφορίες που δημοσιεύουν, κάτι που θεωρούν ακράδαντα ότι θα βοηθήσει τους επενδυτές να κατανοήσουν την εταιρική αξία [60].

- ü Όσον αφορά το βαθμό γνωριμίας και τη γνώμη των πολιτών για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και ειδικότερα για τους κοινωνικούς- περιβαλλοντικούς απολογισμούς (παγκόσμια έρευνα 2003), τα ποσοστά ποικίλουν από χώρα σε χώρα, με τις ΗΠΑ να προηγούνται και τους Έλληνες πολίτες να βρίσκονται αρκετά πίσω σε αυτό το θέμα, ενώ οι αντιδράσεις των πολιτών μετά την ανάγνωση των απολογισμών μάλλον προσανατολίζονται προς θετικές για την επιχείρηση κατευθύνσεις [64].



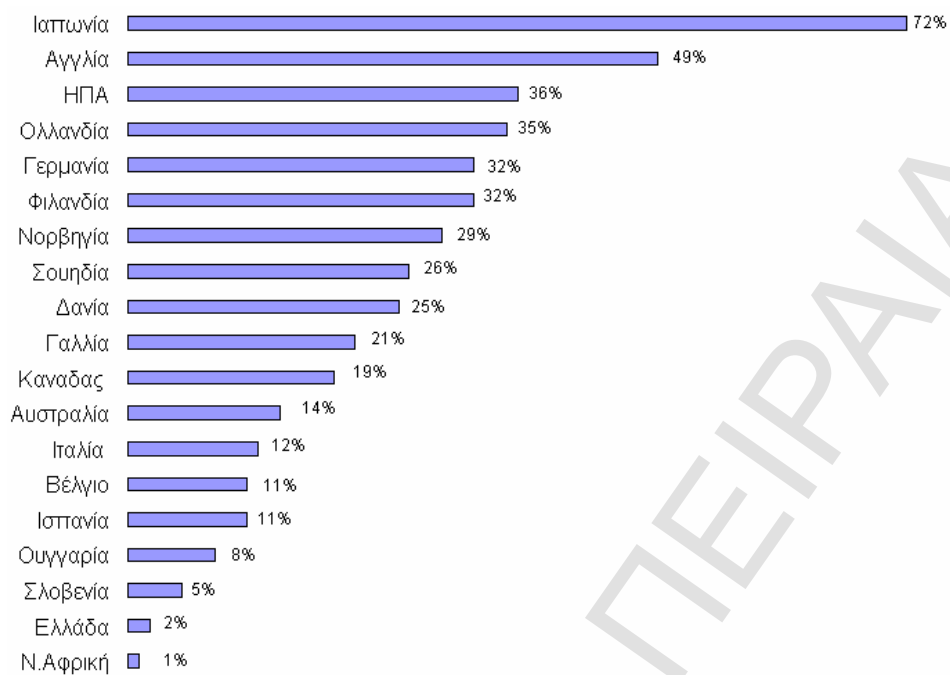
Διάγραμμα 3.5: Βαθμός γνωριμίας πολιτών με τους κοινωνικούς/ περιβαλλοντικούς απολογισμούς σε κάθε χώρα



Διάγραμμα 3.6: Βαθμός συμφωνίας πολιτών που γνωρίζουν τους κοινωνικούς/ περιβαλλοντικούς απολογισμούς

- ü Όσον αφορά τους επενδυτές, η πλειοψηφία αναγνωρίζει τη συμβολή των εκθέσεων Ε.Κ.Ε στις πρακτικές επικοινωνίας της εταιρείας σε σχέση με την κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση, ενώ αρκετοί σκέφτονται ότι μπορεί να βελτιωθεί περισσότερο. Χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Ολλανδία εμφανίζονται ως οι λιγότερο ικανοποιημένες από την ποιότητα των παρεχόμενων πληροφοριών, ενώ η Μεγάλη Βρετανία παρουσιάζεται ως μόνη εξαίρεση με περισσότερο ικανοποιημένους παρά δυσαρεστημένους επενδυτές [70].
- ü Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων και η υποβολή έκθεσης Ε.Κ.Ε θεωρούνται σημαντικές πρωτοβουλίες για τους ΜΚΟ και ειδικά τους ειδικούς Ε.Κ.Ε όταν αξιολογούν τις επιχειρήσεις. Ωστόσο, η αναγνωσιμότητα των μη οικονομικών απολογισμών διαφέρει ποικιλοτρόπως. Ελάχιστοι ειδικοί Ε.Κ.Ε διαβάζουν όλες ή σχεδόν όλες τις εκθέσεις αιεφορίας που λαμβάνουν, ενώ, σε ακόμα λιγότερο ποσοστό, οι ΜΚΟ. Επίσης, σχεδόν οι περισσότεροι ΜΚΟ σπάνια διαβάζουν τους απολογισμούς με λεπτομέρεια σε αντίθεση με τους ειδικούς Ε.Κ.Ε. Συνεπώς εντοπίζονται διαφορές που αυξάνονται όσο ο αριθμός και η έκταση των απολογισμών αυξάνουν. Πιθανόν, τέλος, οι ΜΚΟ να είναι πιο επικριτικοί για την ποιότητα των εκθέσεων από τους ειδικούς Ε.Κ.Ε. Μάλιστα, η πλειοψηφία των ΜΚΟ πιστεύουν ότι οι μη οικονομικοί απολογισμοί των επιχειρήσεων είναι περισσότερο φυλλάδια παρά ουσιαστικά και χρήσιμα αρχεία της κοινωνικής και περιβαλλοντικής τους απόδοσης [72].
- ü Από έρευνα [73] σε ελληνικές επιχειρήσεις (2004), από τις 69 επιχειρήσεις που απάντησαν στη σχετική ερώτηση, μόνο οι 29 δήλωσαν πως έχουν προχωρήσει σε κάποιο είδους απολογισμό μη οικονομικών στοιχείων σε περιοδική βάση. Από αυτές, η πλειοψηφία δημοσιεύει στοιχεία περιβαλλοντικής ή/ και κοινωνικής επίδοσης μέσα στο ετήσιο δελτίο της. Λίγες είναι οι εταιρείες που δημοσιεύουν ξεχωριστό περιβαλλοντικό ή/ και κοινωνικό απολογισμό. Μάλιστα, αυτές που προχωρούν περισσότερο στην έκδοση απολογισμού μη οικονομικών στοιχείων είναι οι εισηγμένες στο χρηματιστήριο εταιρείες και αυτές που έχουν τζίρο πάνω από 30δισ € Από τις 40 εταιρείες που δεν δημοσιεύουν μη οικονομικά στοιχεία, λίγο πάνω από τις μισές δήλωσαν πως σκοπεύουν να ξεκινήσουν τη δημοσίευση στα επόμενα 2-5 χρόνια, ενώ μόλις λιγότερο από τις μισές δήλωσαν πως δεν σκοπεύουν να δημοσιοποιήσουν τέτοια στοιχεία.

Πάντως, σε έρευνα που διεξήχθη σε παγκόσμιο επίπεδο το 2002 (KPMG International Corporate Reporting) [78] μόνο το 2% των επιχειρήσεων που βρίσκονται στην ελληνική επικράτεια εκδίδουν κάθε χρόνο κοινωνικό απολογισμό. Ενθαρρυντικό, ωστόσο, είναι το γεγονός ότι τα ποσοστά αυτά έχουν ανερχόμενη τάση, ενώ ολοένα αυξάνονται και οι επιχειρήσεις – μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την Ε.Κ.Ε (οι περισσότερες εταιρείες που εφαρμόζουν κοινωνικές πρακτικές είναι και μέλη του Ελληνικού Δικτύου για την Ε.Κ.Ε, όπως θα αποδειχθεί στο επόμενο κεφάλαιο).



Διάγραμμα 3.7: Ποσοστό επιχειρήσεων που υποβάλλουν έκθεση Ε.Κ.Ε ανά χώρα (2002)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

«ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

Στο μέρος αυτό της εργασίας παρουσιάζονται τα πορίσματα εμπειρικής έρευνας για την έκταση και το βαθμό σύνταξης και δημοσίευσης Κοινωνικών Απολογισμών στην Ελλάδα. Η έρευνα αναφέρεται σε επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο και εξετάζει αρχικά την ύπαρξη κοινωνικών απολογισμών και κατόπιν το περιεχόμενό τους, προκειμένου να διαμορφωθεί μια εικόνα κατά πόσο οι επιχειρήσεις στη χώρα μας είναι ευαισθητοποιημένες στο θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τι είδος πληροφοριών δημοσιεύουν για να ενημερώσουν τους κοινωνικούς εταίρους τους. Τέλος, οι εκθέσεις αιεφορίας εξετάζονται ως προς το βαθμό συμφωνίας του περιεχομένου και της δομής τους με τη σημαντικότερη διεθνή πρωτοβουλία “Global Reporting Initiative” (GRI).

4.1 Οι επιχειρήσεις της έρευνας

Η έρευνα αναφέρεται σε επιχειρήσεις που δρουν στην Ελλάδα και επικεντρώνεται σε εκείνες που είναι εγγεγραμμένες στο Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε, γιατί αυτές είναι πιθανότερο να εκδίδουν έκθεση Ε.Κ.Ε. Στον πίνακα 4.1 δίνεται ο κατάλογος των επιχειρήσεων του Ελληνικού Δικτύου Ε.Κ.Ε, όπως δημοσιεύεται στην ιστοσελίδα του Δικτύου (www.csrhellas.gr) και συνεχώς ανανεώνεται με την προσθήκη κι άλλων επιχειρήσεων.

Πίνακας 4.1: Επιχειρήσεις Ελληνικού Δικτύου Ε.Κ.Ε

Κύρια μέλη	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε	ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ	Απλά και συνδεδεμένα μέλη
ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε	ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ (ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL)	ALFA-ALFA HOLDINGS S.A
Α.Ε Τσιμέντων ΤΙΤΑΝ	ΕΛΟΤ Α.Ε	S&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ Α.Ε	ALPHA MENTOR Ε.Π.Ε
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Α.Ε	SHELL HELLAS Α.Ε	BRAINSTORMING Ε.Π.Ε
ΑΛΟΥΜΥΛ-ΜΥΛΩΝΑΣ Α.Ε	ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ	ΣΗΜΑ Α.Τ.Ε.Μ.Ε	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ Α.Ε
AMACON ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε	ΕΡΙΚΙΝΟΝΙΑ BUSINESS COMMUNICATIONS NETWORK Α.Ε	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ	ΕΤΑΚΕΙ Α.Ε
ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε	ΙΝΤΕΡΜΠΕΤΟΝ ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ Α.Ε	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΖΗΡΙΑΔΗ Α.Ε

		ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ	
BP HELLAS A.E	INTRACOM A.E	TUV HELLAS A.E	IBM HELLAS A.E
BAYER CROPSCIENCE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	INTRALOT A.E	TIM ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε	NESTLE HELLAS A.E
BIBEXΡΩΜ Α.Ε	JANSSEN-CILAG ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.Β.Ε	ΤΟΥΤΟΤΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	INFORM Π. ΛΥΚΟΣ Α.Ε
BRITISH AMERICAN TOBACCO HELLAS S.A	JOHNSON&JOHNSON ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε	TRADELINK A.E	MANPOWER TEAM Α.Ε
C&C INTERNATIONAL S.A (Group of companies)	Κ.ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε	ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΛΤΔ	ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ Ε.Π.Ε
CHIPITA INTERNATIONAL S.A	ΚΑΠΙΝΙΚΗ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε	FHL Η.ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ Α.Ε	ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΟΥΜΑΤΟΣ
COCA-COLA HELLAS A.E	ΚΛΩΝΑΤΕΞ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε	ΦΑΓΕ	PRICEWATERHOUSE COOPERS
COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε	ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε	Q-PLAN BUILDING EXPERIENCE A.E	SARA LEE COFFEE&TEA HELLAS A.E
COCO-MAT	LAMDA DEVELOPMENT A.E	VODAFONE- ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ	SCA HYGIENE PRODUCTS A.E
DHL INTERNATIONAL HELLAS S.A	MONOTEZ A.B.E.E	JOHNSON DIVERSEY ΕΛΛΑΣ Α.Ε	CONNECTIVE COMMUNICATIONS LTD.
ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε	ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ Α.Ε	ΧΑΛΥΨ-ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ Α.Ε	ΚΡΕΜΑΛΗΣ ΔΙΚΗΓΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
EFG EUROBANK ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε	NOVARTIS HELLAS Α.Ε.Β.Ε	ΠΡΟΚΤΕΡ&ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΤΕΧΝΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΑΜΑΞΩΝ
ΕΚΟ-ΕΛΔΑ Α.Β.Ε.Ε	Ο.Τ.Ε	ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ
INFOTE	COSMOTE	ΝΗΡΕΥΣ Α.Ε ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ ΧΙΟΥ	QUALITY NET FOUNDATION

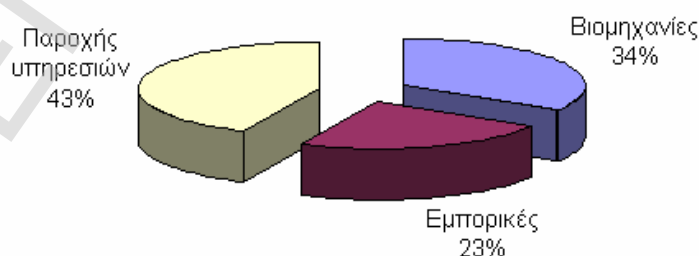
* Βλέπε Παράρτημα Γ για την κατηγοριοποίηση των μελών του Ελλ. Δικτύου Ε.Κ.Ε

Όπως παρατηρείται, οι 82 συνολικά επιχειρήσεις του Δικτύου ανήκουν σε διάφορους κλάδους. Στον πίνακα 4.2 παρουσιάζεται η κλαδική κατανομή των επιχειρήσεων αυτών.

Πίνακας 4.2: Κλαδική κατανομή των επιχειρήσεων του Ελληνικού Δικτύου Ε.Κ.Ε

Κλάδοι επιχειρήσεων	Αριθμός επιχειρήσεων
Παροχής υπηρεσιών (π.χ σε θέματα επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων, κλπ)	21
Οικοδομικών υλικών και κατασκευής (συμπεριλαμβανομένων των χρωμάτων, αλουμινίων, τεχνικών υποδομών, ορυκτών-μεταλλευμάτων κλπ)	10
Τροφίμων και προϊόντων διατροφής	10
Τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής	9
Διάφοροι οργανισμοί (συμπεριλαμβανομένων επιμελητηρίων, συνδέσμων)	8
Καταναλωτικών προϊόντων (π.χ προϊόντα καθαρισμού – υγιεινής - ομορφιάς, φαρμακευτικά και φυτοπροστατευτικά προϊόντα, κλπ)	7
Πετρελαίου και αερίου	5
Καπνού	4
Τραπεζικές	4
Είδη κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης	2
Εμπορίας αυτοκινήτων	1
Λοιπές (π.χ εξοπλισμός σπιτιού και γραφείου)	1

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι παροχής υπηρεσιών, ακολουθούν οι βιομηχανίες ενώ το μικρότερο ποσοστό είναι εμπορικές (βλ. Παράρτημα Ζ). Να σημειωθεί ότι κάποιες επιχειρήσεις μπορεί να ανήκουν σε δύο κατηγορίες αφού μπορεί π.χ να εμπορεύονται και να παράγουν προϊόντα συγχρόνως, όπως η JOHNSON&JOHNSON ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε. Η διάκριση γίνεται με βάση τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων αυτών στην Ελλάδα και μόνο.



Σχήμα 4.1: Διάκριση επιχειρήσεων ανάλογα με τις δραστηριότητές τους

Ως προς το ιδιοκτησιακό καθεστώς, κάποιες επιχειρήσεις είναι θυγατρικές μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο (και στην Ελλάδα) όπως η COCA-COLA, ενώ άλλες είναι αμιγώς ελληνικών συμφερόντων που μπορεί όμως να δραστηριοποιούνται και στο εξωτερικό με μεγάλη

επιτυχία όπως η S&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ (βλ. Παράρτημα Ζ). Η πλειοψηφία (σχήμα 4.2) είναι καθαρά ελληνικές επιχειρήσεις, με αρκετές να έχουν διεθνή δραστηριότητα.



Σχήμα 4.2: Κατηγοριοποίηση επιχειρήσεων με βάση το ιδιοκτησιακό καθεστώς

4.2 Η διεξαγωγή της έρευνας

Βασική πηγή αναζήτησης των κοινωνικών απολογισμών υπήρξαν οι ιστοσελίδες των επιχειρήσεων στο διαδίκτυο. Αυτό που διαπιστώθηκε είναι ότι κάποιες επιχειρήσεις στις ιστοσελίδες τους έχουν διεξοδική ή περιληπτική αναφορά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ενώ κάποιες δεν αναφέρονται καθόλου στο θέμα αυτό. Από τις επιχειρήσεις που κάνουν αναφορά στην Ε.Κ.Ε και που αποτελούν το 48% των επιχειρήσεων του Δικτύου, η πλειοψηφία τους είναι κύρια μέλη (36 κύρια μέλη και 3 απλά μέλη) (βλ. Παράρτημα Ζ). Η αναφορά στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις ιστοσελίδες των επιχειρήσεων γίνεται με αυτήν ή με κάποιες από τις ακόλουθες διατυπώσεις: κοινωνική προσφορά, κοινωνία και περιβάλλον, κοινωνική ευθύνη, κοινωνική δράση, κοινωνική δράση και απολογισμός, κοινωνικές πρωτοβουλίες, κοινωνικό πρόσωπο, κοινωνικό προφίλ, βιώσιμη ή αειφόρος ανάπτυξη.

Η ύπαρξη ειδικής αναφοράς για την Ε.Κ.Ε στην ιστοσελίδα της επιχείρησης δεν είναι όμως καθοριστική για την ύπαρξη και κοινωνικού απολογισμού, και το αντίστροφο. Με άλλα λόγια, υπάρχουν επιχειρήσεις που αν και έχουν εκτεταμένη αναφορά στην Ε.Κ.Ε δεν εκδίδουν κοινωνικούς απολογισμούς όπως η ΦΑΓΕ και τα σούπερ μάρκετ ΑΤΛΑΝΤΙΚ, ενώ άλλες επιχειρήσεις όπως η ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ και η ΕΚΟ-ΕΛΔΑ, αν και εκδίδουν απολογισμό δεν υπάρχει καμιά ειδική μνεία στην ιστοσελίδα τους για την Ε.Κ.Ε. Εντούτοις, κατά κανόνα, οι επιχειρήσεις που δημοσιοποιούν στο διαδίκτυο τις δράσεις τους πάνω στην Ε.Κ.Ε, τις επιδεικνύουν και σε έγγραφη μορφή.

Έτσι, από τις ιστοσελίδες των επιχειρήσεων βρέθηκαν 29 κοινωνικοί απολογισμοί σε ηλεκτρονική μορφή.

Άλλοι τρόποι αναζήτησης

Οι κοινωνικοί απολογισμοί που δεν βρέθηκαν μέσα από τις ιστοσελίδες των επιχειρήσεων ζητήθηκαν, κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας, να αποσταλούν μέσω

ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή δια αλληλογραφίας, όπως οι απολογισμοί της COCA-COLA (ελληνικός) και της ΕΚΟ-ΕΛΔΑ, αντίστοιχα.

Για επιβεβαίωση και αξιοπιστία της έρευνας, η τηλεφωνική επικοινωνία πραγματοποιήθηκε σε όλες τις επιχειρήσεις που δεν βρέθηκαν κοινωνικοί απολογισμοί στις ιστοσελίδες τους, ακόμα κι αν δεν είχαν αναφορά στην Ε.Κ.Ε. Η επικοινωνία όμως αυτή συνέβαλε και σε ένα άλλο σημαντικό εύρημα, ότι δηλαδή σε κάποιες περιπτώσεις οι εργαζόμενοι, ακόμα και ανώτερα στελέχη, δεν είχαν ιδέα τι είναι Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αγνοούσαν δε την ύπαρξη κοινωνικού απολογισμού. Για αρκετούς εργαζομένους επιχειρήσεων, η έννοια αυτή ήταν άγνωστη, ενώ παρέπεμπαν κυρίως στα γραφεία Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού αλλά και αλλού για περισσότερες πληροφορίες. Πάντως, αυτό που έκανε εντύπωση είναι ότι οι εργαζόμενοι ήταν πρόθυμοι να βοηθήσουν και ιδίως, όταν γνώριζαν επί του θέματος, ήταν αρκετά ευγενικοί και εξυπηρετικοί.

Οι κοινωνικοί απολογισμοί που βρέθηκαν με αυτόν τον τρόπο ανέρχονται στους 5.

Να σημειωθεί ότι υπάρχουν δύο επιχειρήσεις του Δικτύου (COCO-MAT και ALOYMYL) που αν και έχουν αναφορά Ε.Κ.Ε στην ιστοσελίδα τους, δεν εκδίδουν κοινωνικό απολογισμό. Ωστόσο, μετά από τηλεφωνική επικοινωνία, απέστειλαν ηλεκτρονικώς σημαντικά αρχεία που επιδεικνύουν ευαισθησία και δραστηριοποίηση στο θέμα της Ε.Κ.Ε και γι' αυτό θα αναφερθούν αναλυτικά στην ενότητα 4.3.2.1.

Επιπρόσθετα, κατόπιν συμπληρωματικής έρευνας στο διαδίκτυο και σύστασης του υπεύθυνου του Ελληνικού Δικτύου Ε.Κ.Ε, Κου Παπαδόπουλου, βρέθηκαν άλλες 7 επιχειρήσεις στην χώρα μας εκτός του Δικτύου, που έχουν ειδική αναφορά για την Ε.Κ.Ε στην ιστοσελίδα τους αλλά και εκδίδουν κοινωνικό απολογισμό. Οι 2 κοινωνικοί απολογισμοί εξ αυτών απεστάλησαν με e-mail ή ταχυδρομικά.

Μορφή κοινωνικών απολογισμών

Η ύπαρξη κοινωνικού απολογισμού μπορεί να είναι αυτοτελής, δηλαδή σε ξεχωριστό έντυπο (συνήθως με τη μορφή έκθεσης Ε.Κ.Ε ή έκθεσης αειφορίας ή ξεχωριστά ως κοινωνική και περιβαλλοντική έκθεση) ή σε ενιαία μορφή, ενταγμένος στον ετήσιο οικονομικό απολογισμό της επιχείρησης (συνήθως ως «κοινωνική συνεισφορά»).

Επίσης, σε έναν κοινωνικό απολογισμό μπορεί να υπάρχουν άλλοτε δράσεις Ε.Κ.Ε της επιχείρησης στην Ελλάδα (π.χ ο απολογισμός της ΜΟΤΟΡ ΟΪΑ) και άλλοτε πρακτικές Ε.Κ.Ε της επιχείρησης σε παγκόσμιο επίπεδο (π.χ ο απολογισμός της ΠΡΟΚΤΕΡ&ΓΚΑΜΠΛ). Τέτοιοι απολογισμοί παγκόσμιας εμβέλειας, αφορούν κυρίως θυγατρικές επιχειρήσεις και είναι γραμμένοι στην αγγλική γλώσσα. Είναι προφανές ότι αυτοί δεν μπορεί να είναι απόλυτα αντιπροσωπευτικοί για τις δράσεις Ε.Κ.Ε της επιχείρησης στην κάθε χώρα, απλά δίνουν μια εικόνα για τον τρόπο προσέγγισης και δημοσιοποίησης της Ε.Κ.Ε στο σύνολο της επιχείρησης.

Το έτος που αναγράφεται δίπλα στην ονομασία του απολογισμού καταδεικνύει το έτος στο οποίο αναφέρονται οι δραστηριότητες Ε.Κ.Ε. Οι απολογισμοί που βρέθηκαν είναι των ετών 2002, 2003 και 2004, με την πλειοψηφία αυτών να είναι του 2004.

Αποτελέσματα

Συνολικά, συγκεντρώθηκαν 41 κοινωνικοί απολογισμοί (46% των επιχειρήσεων της έρευνας), εκ των οποίων οι 34 ανήκουν σε επιχειρήσεις του Δικτύου και οι υπόλοιποι 7 απολογισμοί σε επιχειρήσεις εκτός Δικτύου.

Από τους 34 κοινωνικούς απολογισμούς των επιχειρήσεων εντός Δικτύου Ε.Κ.Ε, οι 15 είναι σε ενιαία μορφή και οι 19 είναι ξεχωριστά έντυπα που αναφέρονται αποκλειστικά στην Ε.Κ.Ε των συγκεκριμένων επιχειρήσεων (πίνακες 4.3 και 4.4, αντίστοιχα). Από τους 7 κοινωνικούς απολογισμούς των επιχειρήσεων εκτός Δικτύου, οι 5 είναι αυτοτελείς και οι 2 ενταγμένοι στον ετήσιο απολογισμό της επιχειρήσεων (πίνακας 4.5).

Στους παρακάτω πίνακες, η ένδειξη «αγγλικό» σημαίνει τη χρήση της αγγλικής γλώσσας και η ύπαρξη αστερίσκου (*) δίπλα στην επιχείρηση σημαίνει την εύρεση του κοινωνικού απολογισμού κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας (δηλαδή όχι μέσω της ιστοσελίδας της επιχείρησης).

Πίνακας 4.3: Επιχειρήσεις με κοινωνικό απολογισμό σε ενιαία μορφή

Επιχείρηση	Ονομασία και έτος κοινωνικού απολογισμού
ΕΚΟ-ΕΛΛΑΔ*	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
ΕΛ.ΠΕ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004
INTRACOM	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
INTRALOT	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
ΟΤΕ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004
TIM ΕΛΛΑΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2003
LAMDA DEVELOPMENT	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 2003
ΔΕΛΤΑ	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ 2004
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004
ΓΕΡΜΑΝΟΣ	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ ΧΡΗΣΗΣ 2004
ΛΥΚΟΣ	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ 2004
ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ (PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL)	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004 (αγγλικό)
COSMOTE	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ ΧΡΗΣΗΣ 2004
ΝΗΡΕΥΣ	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΗΣ 2004

Πίνακας 4.4: Επιχειρήσεις με ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό

Επιχείρηση	Ονομασία και έτος κοινωνικού απολογισμού
ΑΓΕΤ*	ΕΚΘΕΣΗ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ 2004
TITAN	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004
CHIPITA*	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
COCA-COLA 3Ε*	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ Ε.Κ.Ε 2003
S&B	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004
VODAFONE	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ Ε.Κ.Ε 2004-5
EUROBANK	Ε.Κ.Ε ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ 2004
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ Ε.ΚΕ 2003
BP	ΕΚΘΕΣΗ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ 2004 (αγγλικό)
JOHNSON&JOHNSON	ΕΚΘΕΣΗ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ 2004 (αγγλικό)

JOHNSON DIVERSEY	ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε 2004 (αγγλικό)
ΠΡΟΚΤΕΡ&ΓΚΑΜΠΛ	ΕΚΘΕΣΗ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ 2004 (αγγλικό)
BRITISH AMERICAN TOBACCO (BAT)	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 2002-3 της Κύπρου (αγγλικό)
PRICEWATERHOUSE COOPERS (PWC)	ΕΚΘΕΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ 2004 (αγγλικό)
ΤΟΥΟΤΑ	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 2004 (αγγλικό)
ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ*	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
SHELL	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004 (αγγλικό)
NESTLE	ΕΚΘΕΣΗ ΑΕΙΦΟΡΙΑΣ 2002 (αγγλικό)
NOVARTIS	<ul style="list-style-type: none"> • ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004 (αγγλικό) • GRI REPORT 2004

Πίνακας 4.5: Επιχειρήσεις εκτός Δικτύου με κοινωνικό απολογισμό

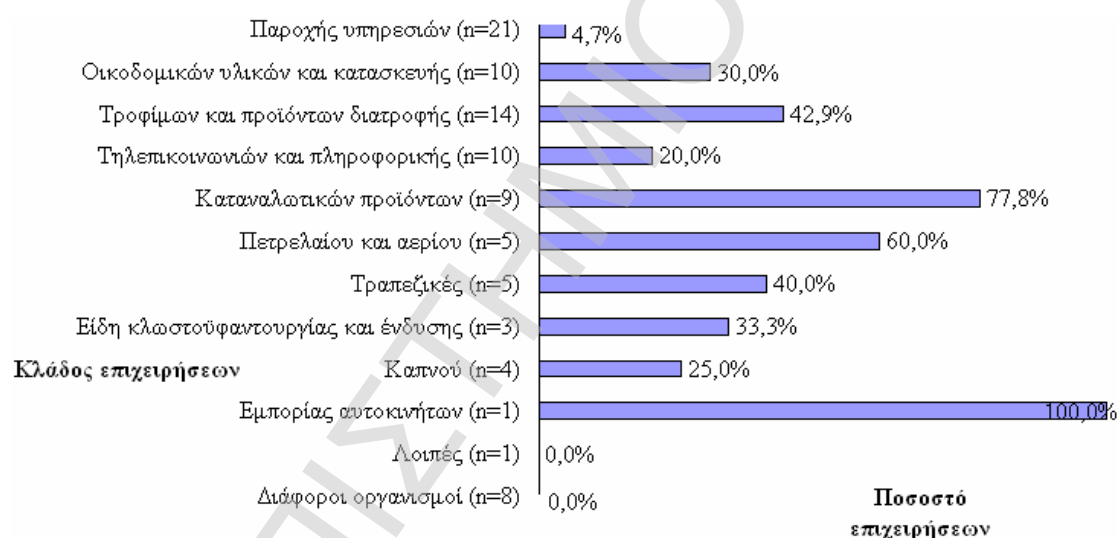
Επιχείρηση	Είδος επιχείρησης	Ονομασία και έτος κοινωνικού απολογισμού
Κοινωνικοί απολογισμοί σε ενιαία μορφή		
ΕΛΑΪΣ*	Βιομηχανία Θυγατρική	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	Παροχής υπηρεσιών ελληνική	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004
Κοινωνικοί απολογισμοί σε ξεχωριστό έντυπο		
UNILEVER	Εμπορική Θυγατρική	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 2004 (αγγλικό)
MCCAIN HELLAS*	Εμπορική Θυγατρική	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΥΗΜΕΡΙΑ 2003
GLAXOSMITHKLINE (GSK)	Εμπορική Θυγατρική	ΕΚΘΕΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ 2004 (αγγλικό)
MARKS&SPENCER	Εμπορική Θυγατρική	ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε 2003-4 (αγγλικό)
SIEMENS	Εμπορική Θυγατρική	ΕΚΘΕΣΗ Ε.Κ.Ε 2003 (αγγλικό)

Συνεπώς, υπάρχουν συνολικά 24 κοινωνικοί απολογισμοί σε ξεχωριστή μορφή και 17 σε ενιαία μορφή. Από τους 24 αυτοτελείς κοινωνικούς απολογισμούς, η πλειοψηφία (18) ανήκουν σε πολυεθνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, δηλαδή οι αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις που εκδίδουν ξεχωριστό απολογισμό στην Ελλάδα είναι ελάχιστες ακόμα, μόλις 6 (πίνακας 4.6).

Πίνακας 4.6: Ξεχωριστοί κοινωνικοί απολογισμοί αμιγώς ελληνικών επιχειρήσεων

Επιχείρηση	Ονομασία κοινωνικού απολογισμού
ΤΙΤΑΝ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004
ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ*	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	ΕΚΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ Ε.ΚΕ 2003
ΕΥΡΟΒΑΝΚ	Ε.Κ.Ε ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΙΑ 2004
CHIPITA*	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003
S&B	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004

Από όλες τις επιχειρήσεις εντός και εκτός Δικτύου, οι επιχειρήσεις που εκδίδουν ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό (σχήμα 4.3), ανήκουν κυρίως στους κλάδους καταναλωτικών προϊόντων, πετρελαίου και αερίου και τροφίμων και προϊόντων διατροφής. Οι διάφοροι οργανισμοί π.χ ΕΛΟΤ, όπως είναι αναμενόμενο, δεν εκδίδουν απολογισμό. Επίσης, 1 μόνο επιχείρηση παροχής υπηρεσιών (PRICEWATERHOUSECOOPERS) από τις 21 δημοσιεύει κοινωνικό απολογισμό, όμοια και η μία και μοναδική επιχείρηση εμπορίας αυτοκινήτων της έρευνας (TOYOTA). Να σημειωθεί ότι οι επιχειρήσεις UNILEVER και MARKS&SPENCER κατατάχθηκαν σε δύο κλάδους.



Σχήμα 4.3: Ποσοστό επιχειρήσεων, εντός και εκτός Δικτύου, ανά κλάδο που εκδίδουν ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό

Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι, την τελευταία τετραετία, υπάρχει μια κινητοποίηση των επιχειρήσεων που δρουν στην Ελλάδα να δραστηριοποιούνται με κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη και να δημοσιεύουν τις αντίστοιχες δράσεις τους, με πρωτοπόρες επιχειρήσεις στον τομέα αυτό τις θυγατρικές μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων. Αυτό είναι αφενός μεν αναμενόμενο λόγω των προβλημάτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αφετέρου επιθυμητό δεδομένου ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις πρέπει να αποτελέσουν παράδειγμα προς μίμηση και να μεταδώσουν τη γνώση και εμπειρία τους στις μικρότερες επιχειρήσεις.

Το παραπάνω επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι κάποιες επιχειρήσεις εκδίδουν για τέταρτη φορά κοινωνικό απολογισμό, ενώ άλλες επιχειρήσεις μόλις

ξεκίνησαν. Τουλάχιστον ελπίζεται η Ε.Κ.Ε να μην αποδειχτεί «μόδα που θα περάσει», αντιθέτως να αποτελέσει σημαντικό στρατηγικό στόχο και για άλλες επιχειρήσεις.

4.3 Το περιεχόμενο των κοινωνικών απολογισμών

4.3.1 Γενικές παρατηρήσεις για τους απολογισμούς

Από τη μελέτη των απολογισμών των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο, προκύπτει ότι τα **θέματα** που κυρίως περιλαμβάνονται είναι: ανθρώπινο δυναμικό, συνεισφορά στην κοινωνία, περιβάλλον, υγιεινή και ασφάλεια, σχέσεις με κοινωνικούς εταίρους, κοινωνικό προϊόν, ποιότητα και κώδικας συμπεριφοράς/ηθική. Σε κάθε απολογισμό μπορεί να μη συναντώνται όλες οι προαναφερθείσες θεματικές ενότητες και φυσικά ούτε στον ίδιο βαθμό και τρόπο. Κάθε επιχείρηση προσεγγίζει διαφορετικά το κάθε θέμα ανάλογα με τις προτεραιότητες και δυνατότητές της.

Στη συνέχεια, αναλύεται η κάθε θεματική ενότητα για να δοθεί μια εικόνα για το τι επιχειρηματικές δραστηριότητες ή ενέργειες περιλαμβάνονται σε αυτήν, υπό το πρίσμα της Ε.Κ.Ε.

- **Ανθρώπινο δυναμικό**

Στο πλαίσιο της ενότητας του ανθρώπινου δυναμικού περιγράφονται αρχικά η απασχόληση, δηλαδή ο αριθμός και η κατανομή (ηλικιακή, κατά μορφωτικό επίπεδο, κατά φύλο, κατά γεωγραφική περιοχή) του προσωπικού της επιχείρησης. Επίσης, περιγράφεται η πολιτική αμοιβών και παροχών, συμπεριλαμβανομένων των πολιτικών παρακίνησης και ικανοποίησης των εργαζομένων (π.χ με προσφορά bonus). Εκτός από τους μισθούς, τα δώρα και τα επιδόματα, συνήθη προγράμματα παροχών περιλαμβάνουν ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη, ιδιωτική ασφάλιση, προγράμματα ασφάλισης ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους, κάλυψη (προληπτικών) ιατρικών εξετάσεων, παροχή σύνταξης, ακόμα και προγράμματα δικαιωμάτων προαίρεσης μετοχών προς τους εργαζομένους και διανομής κερδών. Κάποιες εταιρείες παρέχουν, επιπρόσθετα, και υπηρεσίες και διευκολύνσεις προς το προσωπικό και τις οικογένειές τους π.χ δημιουργία παιδικού σταθμού, ευέλικτα ωράρια για τις μητέρες εργαζόμενες, βράβευση αριστούχων μαθητών, προσφορά υποτροφιών κλπ.

Όσον αφορά το σύστημα αξιολόγησης, η πολιτική ίσων ευκαιριών ώστε να μην υπάρχουν διακρίσεις εις βάρος κάποιων εργαζομένων π.χ γυναικών, αλλοδαπών ή ατόμων με ειδικές ανάγκες, αλλά αξιοκρατία και διαφάνεια στην προσέλκυση, επιλογή και διατήρηση του προσωπικού είναι κάτι που συχνά επιδιώκεται από τις επιχειρήσεις, τουλάχιστον θεωρητικά. Κάποιες επιχειρήσεις, μάλιστα διενεργούν και έρευνες ικανοποίησης των εργαζομένων.

Σημαντική παράμετρος στην ενότητα αυτή αποτελεί η ανάπτυξη και εκπαίδευση του προσωπικού, η οποία συχνά περιλαμβάνει ενδοεπιχειρησιακά ή εξωτερικά επιμορφωτικά σεμινάρια, συμμετοχή σε συνέδρια, ακόμα και χρηματοδότηση για εκμάθηση ξένων γλωσσών ή παρακολούθηση προπτυχιακών και

μεταπτυχιακών σπουδών. Η «δια βίου μάθηση» είναι μια φιλοσοφία που ενθαρρύνεται από πολλές, κυρίως μεγάλες, επιχειρήσεις.

Αλλα θέματα που τίγονται είναι η επιδίωξη παροχής στους εργαζομένους ενός υγιούς, ασφαλούς και ευχάριστου εργασιακού περιβάλλοντος, στο οποίο επικρατεί ο σεβασμός των εργασιακών δικαιωμάτων π.χ ελευθερία εκπροσώπησης και συνδικαλισμού, όχι εκμετάλλευση παιδικής εργασίας, καθώς και η επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης. Η τελευταία επιτυγχάνεται με ενημερωτικά εταιρικά έντυπα, φυλλάδια, εκδόσεις, περιοδικά και με χρήση εσωτερικού διαδικτύου ή με τακτικές συναντήσεις και συζητήσεις με το προσωπικό.

Τέλος, μερικές επιχειρήσεις ενθαρρύνουν και επιδιώκουν την ισορροπία επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής με προγράμματα και δραστηριότητες ψυχαγωγίας και άθλησης για τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους π.χ εκδρομές αναψυχής, ύπαρξη γυμναστηρίου εντός της εταιρείας, επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους, κατασκηνώσεις κλπ. Συχνή τακτική των επιχειρήσεων αποτελεί και η ενθάρρυνση της εθελοντικής συμμετοχής π.χ για αιμοδοσία ή σε κοινωφελείς σκοπούς.

- **Συνεισφορά στην κοινωνία**

Οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι προσφέρουν στην κοινωνία αρχικά μέσω των προϊόντων ή υπηρεσιών τους και τις προσπάθειες και τα χρήματα που αναλώνουν για να τα βελτιώσουν, με στόχο να καλυτερεύσουν ή να διευκολύνουν τη ζωή των ανθρώπων-καταναλωτών. Κάποιες, μάλιστα, επιχειρήσεις επικεντρώνονται στους νέους ή σε ευπαθείς ομάδες ανθρώπων προκειμένου να δείξουν την κοινωνική τους ευαισθησία. Από την άλλη, η ίδια η προσφορά εργασίας χωρίς διακρίσεις στους ανθρώπους και πρακτικής άσκησης στους φοιτητές είναι μια βασική κοινωνική συνεισφορά των επιχειρήσεων.

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων επιδεικνύεται και μέσα από την υποστήριξη με χορηγίες, δωρεές και φιλανθρωπικές δραστηριότητες των Γραμμάτων και των Τεχνών, του Πολιτισμού, του Αθλητισμού, της Επιστήμης, της Εκπαίδευσης και της Υγείας. Οι επιχειρήσεις, ειδικότερα, ενισχύουν σε χρήμα ή/ και σε είδος επαγγελματικούς φορείς, πολιτιστικούς και κοινωνικούς συλλόγους, φιλανθρωπικά ιδρύματα και σωματεία, αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα, επιστημονικές έρευνες, καθώς υποστηρίζουν αλλά και ενθαρρύνουν την εθελοντική συμμετοχή των εργαζομένων σε σημαντικές περιβαλλοντικές και κοινωνικές πρωτοβουλίες με νόημα, όπως η αιμοδοσία, οι δέντροφυτεύσεις, οι επισκέψεις σε κοινωνικά ιδρύματα κλπ.

Μη ξεχνιέται ότι το 2004 ήταν η χρονιά των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα, όπου γίνανε σημαντικά έργα και χορηγίες για το σκοπό αυτό εκ μέρους των επιχειρήσεων. Για αυτό και κάποιες αφιερώνουν ακόμη και ειδικές ενότητες στον απολογισμό τους για να περιγράψουν τη δική τους συμβολή στο γεγονός αυτό. Ακόμα, η μεγάλη καταστροφή που συνέβη στην Ασία με το τσουνάμι, παρακίνησε πολλές επιχειρήσεις να προσφέρουν σε χρήμα και είδος (τροφή, ρουχισμό, προϊόντα) στους πληγέντες αναδεικνύοντας την κοινωνική τους ευαισθησία. Αλλά και άλλα δυσάρεστα γεγονότα ή καταστάσεις (π.χ οι πληγέντες με AIDS στην Αφρική και όχι μόνο) απορροφούν μέρος των εσόδων και των κοινωνικών πρωτοβουλιών των επιχειρήσεων.

Στην κοινωνική συνεισφορά των επιχειρήσεων πρέπει να ενταχθεί και η οικονομική και υλικοτεχνική υποστήριξη έργων υποδομής και ανάπτυξης σε τοπικές κοινωνίες, που ήταν ή απεδείχθη εκ των υστέρων μεγάλης σημασίας. Για παράδειγμα,

κάποιες δαπάνες για την ενίσχυση σχολείων ή νοσοκομείων ή άλλων κτιρίων με κοινωνικό χαρακτήρα είναι πολύ σημαντικές για την τοπική περιοχή αλλά και την ευρύτερη κοινωνία. Τέλος, χρηματικές ενισχύσεις για συγκεκριμένους λόγους (π.χ υποτροφίες και βραβεύσεις αριστούχων μαθητών) ή για συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων (π.χ ατόμων με ειδικές ανάγκες) θεωρούνται επίσης «συμβολή στην κοινωνία».

- **Περιβάλλον**

Όσον αφορά το περιβάλλον, πολλές επιχειρήσεις θεωρούν ότι καταρχήν καταδεικνύουν την περιβαλλοντική τους ευθύνη με την ύπαρξη ολοκληρωμένων συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου των επιπτώσεων- σε κάποιες ή και σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης- στο περιβάλλον, όπως το EMAS και το ISO 14001. Άλλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες ή αγοράζουν καινούριο εξοπλισμό φιλικότερο προς το περιβάλλον προκειμένου να ελαχιστοποιήσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους, ενώ λίγες καταγράφουν και τα πρόστιμα/ ποινές από τη μη συμμόρφωσή τους με τα όρια που επιβάλλει η νομοθεσία.

Στα πλαίσια προστασίας του περιβάλλοντος, εφαρμόζονται προγράμματα μείωσης των εκπεμπόμενων ρύπων, προγράμματα διαχείρισης των υγρών και στερεών αποβλήτων, προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας, νερού και υλικών και ορθολογικής χρήσης των φυσικών πόρων, προγράμματα ανακύκλωσης, προγράμματα πρόληψης ρύπανσης και εξοικονόμησης σε όλο τον κύκλο ζωής των προϊόντων, προγράμματα χρήσης ανανεώσιμων μορφών ενέργειας, προγράμματα μείωσης θορύβου και απωλειών κ.ο.κ. Επιπρόσθετα, για να υπάρξει θετικό αποτέλεσμα σε όλη την προσπάθεια, απαραίτητη είναι η ευαισθητοποίηση των εργαζομένων ή/ και του ευρύτερου κοινού σε περιβαλλοντικά θέματα με ειδικά προγράμματα και ενθάρρυνση της εθελοντικής συμμετοχής σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες. Η περιβαλλοντική ευθύνη των επιχειρήσεων επιδεικνύεται, εξάλλου, και με την υποστήριξη περιβαλλοντικών οργανώσεων, εκδηλώσεων και ενεργειών.

- **Υγιεινή και ασφάλεια**

Το θέμα της υγιεινής και ασφάλειας για κάποιες επιχειρήσεις θεωρείται πολύ σημαντικό λόγω των επικίνδυνων δραστηριοτήτων τους π.χ επιχειρήσεις πετρελαίου. Ωστόσο, όλες οι επιχειρήσεις επιθυμούν την ύπαρξη ασφαλών συνθηκών εργασίας στους εργασιακούς χώρους και στα τυχόν εργαστήρια. Κάποιες επιχειρήσεις, μάλιστα, έχουν πιστοποιηθεί με διεθνή πρότυπα συστήματα υγιεινής και ασφάλειας, όπως το ΕΛΟΤ 1801 και το OHSAS 18001.

Στα πλαίσια της υγιεινής και ασφάλειας παρατηρούνται υψηλές επενδύσεις σε έργα υποδομής και εξοπλισμό, προγράμματα μείωσης ατυχημάτων και χαμένων ωρών εργασίας λόγω ασθένειας, προγράμματα ενημέρωσης και εκπαίδευσης εργαζομένων σε θέματα πυρόσβεσης, πυρασφάλειας και πρώτων βοηθειών (με σεμινάρια, ασκήσεις ετοιμότητας, συναντήσεις, παροχή ειδικών εντύπων κλπ), τακτικές επιθεωρήσεις και γραπτές εκτιμήσεις επαγγελματικού κινδύνου, ακόμα και ηλεκτρονικά συστήματα παρακολούθησης. Αυτό δε που επιδιώκεται πρωτίστως είναι ότι πρέπει να τηρούνται όλοι οι κανονισμοί και οι έλεγχοι σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

- **Σχέσεις με κοινωνικούς εταίρους**

Στο τμήμα αυτό, οι επιχειρήσεις εκφράζουν τη δέσμευση που αναλαμβάνουν απέναντι στους κοινωνικούς εταίρους τους. Συγκεκριμένα, δηλώνουν κυρίως τι σημαίνει «ευθύνη» για αυτές και ότι επιθυμούν την ενεργή εμπλοκή των συμμετόχων τους στις δραστηριότητες τους. Επιθυμούν και επιδιώκουν, δηλαδή, την επικοινωνία και το διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη προκειμένου να ανταποκρίνονται επιτυχώς στις ανάγκες και επιθυμίες τους.

Τα συνήθη ενδιαφερόμενα μέρη που αναφέρονται στους απολογισμούς είναι οι πελάτες και οι προμηθευτές. Για τους μεν πελάτες, πραγματοποιείται μέχρι και έρευνα ικανοποίησης, που επιτρέπει στην επιχείρηση αφενός να εντοπίσει και να διορθώσει τα λάθη και τις παραλείψεις της, αφετέρου να ενημερωθεί για τυχόν αλλαγές στις ανάγκες ή τη συμπεριφορά του κοινού και ανάλογα να ενεργήσει.

Όσον αφορά τους προμηθευτές, υπάρχουν προγράμματα καθορισμού προτύπων ποιότητας προς την αλυσίδα εφοδιασμού και παραγωγής, προγράμματα ενημέρωσης συνεργατών/ προμηθευτών επί θεμάτων υγιεινής και ασφάλειας, περιβάλλοντος και σεβασμού ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ύπαρξη σχετικών όρων στα συμβόλαια συνεργασίας, καθώς και απαίτηση επιχειρήσεων για διασφάλιση σεβασμού των διεθνών συνθηκών εργασίας με π.χ μη χρήση καταναγκαστικής εργασίας, μη απασχόληση παιδιών, μη ρατσιστικές διαθέσεις κλπ. Τέλος, κάποιες επιχειρήσεις επιλέγουν τους συνεργάτες/ προμηθευτές με κριτήρια Ε.Κ.Ε.

Να σημειωθεί ότι γενικά από τις επιχειρήσεις επιδιώκονται σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης όχι μόνο με τους πελάτες και τους προμηθευτές, αλλά και με τους εργαζόμενους, τις ΜΚΟ, τους επενδυτές και τους μετόχους.

- **Ποιότητα**

Οι επιχειρήσεις δηλώνουν ότι επιθυμούν την υψηλή ποιότητα και ασφάλεια των παραγόμενων προϊόντων ή/ και υπηρεσιών τους και την ανάλογη πληροφόρηση των καταναλωτών επί των ανωτέρω. Μάλιστα, αρκετές επιχειρήσεις είναι πιστοποιημένες με το διεθνές πρότυπο διασφάλισης ποιότητας ISO9000 ή 9001 αποδεικνύοντας την αυξημένη υπευθυνότητα που δείχνουν στο θέμα αυτό.

- **Κοινωνικό προϊόν**

Ως κοινωνικό προϊόν ορίζεται το μέρος των εσόδων που κατανέμεται στους κοινωνικούς εταίρους: στο προσωπικό, το κράτος, τους μετόχους και την ευρύτερη κοινωνία. Είναι δηλαδή η δαπάνη για τη μισθοδοσία του προσωπικού και η παροχή σε αυτό διαφόρων ωφελημάτων πέρα των στενά προβλεπόμενων από τις ισχύουσες διατάξεις, η δαπάνη για την κάλυψη των ασφαλιστικών εισφορών στους διάφορους οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης, για την πληρωμή στο κράτος του φόρου εισοδήματος, του φόρου μισθωτών υπηρεσιών, καθώς και διαφόρων άλλων φόρων, για την πραγματοποίηση διαφόρων δωρεών και χορηγιών, για την πληρωμή τόκων στα πιστωτικά ιδρύματα, για την πληρωμή μερίσματος στους μετόχους και για την αύξηση των αποθεματικών. Με την ευρεία έννοια, και τα λειτουργικά έξοδα θα μπορούσαν να θεωρηθούν κοινωνικό προϊόν, αφού καταλήγουν στη χρηματοδότηση άλλων παραγωγικών μονάδων, που κι αυτές με τη σειρά τους παράγουν κοινωνικό προϊόν, όπως αρχικά ορίστηκε.

- **Κώδικας συμπεριφοράς/ ηθική**

Στο τμήμα αυτό οι επιχειρήσεις δηλώνουν τη λειτουργία της επιχείρησης με βάση κάποιους κώδικες συμπεριφοράς και ηθικής ή/ και πρότυπα υπευθυνότητας (π.χ SA8000, AA1000), καθώς και τη συμμόρφωσή τους σε νόμους και κανονισμούς. Επίσης, δεσμεύονται το σεβασμό τους απέναντι στα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα π.χ με την απουσία διακρίσεων κατά την πρόσληψη και διατήρηση ανθρώπινου δυναμικού, την αποφυγή εκμετάλλευσης παιδικής εργασίας ή ζώων για πειράματα κλπ. Η δέσμευση για ηθική και υπεύθυνη συμπεριφορά απευθύνεται σε όλους τους κοινωνικούς εταίρους.

Όσον αφορά τον τρόπο αναφοράς των παραπάνω θεμάτων μπορούν να διατυπωθούν τα εξής:

- Για το *ανθρώπινο δυναμικό* χρησιμοποιούνται συχνά πίνακες ή διαγράμματα κατανομής απασχόλησης ή απλά νούμερα, ενώ για τις προσπάθειες εκπαίδευσης ή και για άλλες ειδικές παροχές παρατίθενται και οικονομικά μεγέθη.
- Η *συνεισφορά στην κοινωνία* δίδεται με τις δράσεις - πρωτοβουλίες της επιχείρησης, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα παραδείγματα (άλλοτε και οικονομικά μεγέθη) προς απόδειξη της κοινωνικής ευαισθησίας της.
- Η *περιβαλλοντική υπευθυνότητα* της επιχείρησης καταγράφεται στον απολογισμό με δράσεις, νούμερα ή/ και συγκριτικά διαγράμματα, που επιτρέπουν τη σύγκριση και εξαγωγή συμπερασμάτων για το αν η επιχείρηση παρουσιάζει τάσεις βελτίωσης και αν πραγματοποιεί αυτά που νωρίτερα έχει υποσχεθεί. Κάποιες επιχειρήσεις, μάλιστα, παραθέτουν παράλληλα την παρούσα κατάσταση και τους στόχους τους.
- Η *συνεισφορά στο κοινωνικό προϊόν* δίδεται με ακριβή νούμερα ή πίνακες κατανομής του.
- Για την *υγιεινή και ασφάλεια* και τη *διασφάλιση της ποιότητας* καταγράφονται οι συγκεκριμένες δράσεις της επιχείρησης.
- Για τις *σχέσεις με τους κοινωνικούς εταίρους*, παρατίθενται οι δεσμεύσεις της επιχείρησης απέναντι στους συμμετόχους της.
- Για τον *κώδικα συμπεριφοράς*, αναφέρονται οι αντίστοιχες δεσμεύσεις και ενέργειες της επιχείρησης.

4.3.2 Ειδικές παρατηρήσεις για τους απολογισμούς

4.3.2.1 Κοινωνικοί απολογισμοί σε ενιαία μορφή

Μελετώντας τους απολογισμούς επιχειρήσεων που ενσωματώνουν δράσεις Ε.Κ.Ε μαζί με τα οικονομικά τους στοιχεία, βρέθηκε ότι οι εταιρείες αφιερώνουν μικρό μέρος της συνολικής έκθεσής τους για να περιγράψουν δράσεις Ε.Κ.Ε και τη δέσμευσή τους στη βιώσιμη ανάπτυξη, καθώς πολλές φορές δεν περιέχουν όλα τα θέματα Ε.Κ.Ε που αναφέρθηκαν στην ενότητα 4.3.1. Ο πίνακας 4.7 συνοψίζει το περιεχόμενο των απολογισμών αυτών.

Πίνακας 4.7: Περιεχόμενο απολογισμών σε ενιαία μορφή

Εταιρεία	Είδος απολογισμού	Θέματα που περιλαμβάνει
ΟΤΕ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004	- Ολυμπιακή Χορηγία - ανθρώπινο δυναμικό - Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (δράσεις για την κοινωνία και το περιβάλλον, για τον πολιτισμό και την Αγορά, για τους εργαζομένους)
ΓΕΡΜΑΝΟΣ	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ ΧΡΗΣΗΣ 2004	- ανθρώπινο δυναμικό
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004	- ανθρώπινο δυναμικό - κοινωνική και πολιτιστική προσφορά
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004	- ανθρώπινο δυναμικό - συμβολή στην κοινωνία και το περιβάλλον - σχέσεις με τους πελάτες
ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004	- Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (κοινωνική και πολιτιστική προσφορά του ομίλου)
INTRALOT	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003	- κοινωνική προσφορά - ανθρώπινο δυναμικό
INTRACOM	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003	- ανθρώπινο δυναμικό
ΕΛ.ΠΕ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003	- κοινωνικός απολογισμός (συνεισφορά στο κοινωνικό προϊόν, κοινωνική δράση και απολογισμός, ανθρώπινο δυναμικό, ανάπτυξη και εκπαίδευση, ασφάλεια- περιβάλλον, βιομηχανική υγιεινή και ασφάλεια, προστασία περιβάλλοντος, διασφάλιση ποιότητας)
ΕΚΟ-ΕΛΛΑ	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2003	- ανθρώπινο δυναμικό - ποιότητα-υγιεινή- ασφάλεια- περιβάλλον
ΔΕΛΤΑ	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ 2004	- ανθρώπινοι πόροι - κοινωνική προσφορά (κοινωνικό προϊόν)
ΕΛΛΑΪΣ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2004	- πολιτική ποιότητας (συστήματα πιστοποίησης) - ανθρώπινο δυναμικό - κοινωνικό έργο - περιβάλλον και ασφάλεια
LAMDA DEVELOPMENT	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 2004	- βιώσιμη ανάπτυξη (δράσεις που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, την κοινωνία και το περιβάλλον)
ΛΥΚΟΣ	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ 2004	- ανθρώπινο δυναμικό

ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ (PHILLIP MORRIS INTERN.)	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004	- Υπευθυνότητα (κυρίως για την κοινωνική συνεισφορά)
ΤΙΜ ΕΛΛΑΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2004	- ανθρώπινοι πόροι - χορηγίες (συμβολή στον πολιτισμό, στην κοινωνία και το περιβάλλον)
COSMOTE	ΕΤΗΣΙΟ ΔΕΛΤΙΟ ΧΡΗΣΗΣ 2004	- Ολυμπιακή χορηγία 2004 - Συνεισφορά στην κοινωνία - Συστήματα διαχείρισης ποιότητας
ΝΗΡΕΥΣ	ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΧΡΗΣΗΣ 2004	-Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ενέργειες και στόχοι για το περιβάλλον και την ποιότητα, ανθρώπινο δυναμικό και συνεισφορά στην κοινωνία)
COCOMAT	Διάφορα αρχεία	- Σχέσεις με προμηθευτές - προφίλ της εταιρείας (προσφορά στο περιβάλλον και την κοινωνία, εργασιακή πολιτική της και ποιότητα των προϊόντων) - ανθρώπινο δυναμικό
ALOYMIL	Διάφορα αρχεία	- ερωτηματολόγιο αξιολόγησης επιχειρήσεων (απαντάει σε όλα τα θέματα ενός κοινωνικού απολογισμού προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη) - προστασία περιβάλλοντος - διοίκηση ολικής ποιότητας (μορφή ερωτηματολογίου)

Παρατηρώντας τη θεματολογία των απολογισμών από τον παραπάνω πίνακα και από την ανάγνωση των απολογισμών μπορούν να γίνουν τα εξής σχόλια:

- α Όλοι σχεδόν οι απολογισμοί αναφέρουν το ανθρώπινο δυναμικό και στοιχεία που αφορούν κυρίως την απασχόληση (αριθμός, κατανομή) και την εκπαίδευση αυτού. Οι απολογισμοί των επιχειρήσεων ΓΕΡΜΑΝΟΣ, ΛΥΚΟΣ και INTRACOM αναφέρουν, μάλιστα, μόνο τη συγκεκριμένη θεματική ενότητα.
- α Κάποιοι απολογισμοί (ΝΗΡΕΥΣ, ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ, ΕΛ.ΠΕ, LAMDA) περιγράφουν κάποια από τα θέματα Ε.Κ.Ε εντάσσοντάς τα σε μια ευρύτερη ενότητα π.χ ενότητα βιώσιμης ανάπτυξης ή Ε.Κ.Ε.
- α Η «Ολυμπιακή Χορηγία 2004» για τις επιχειρήσεις ΟΤΕ και COSMOTE αποτελεί ξεχωριστή ενότητα, ενώ κάποιες επιχειρήσεις π.χ ΤΙΜ εντάσσουν τις δράσεις για το σκοπό των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα στα πλαίσια της κοινωνικής συνεισφοράς.

- α Οι απολογισμοί των επιχειρήσεων ΕΛ.ΠΕ, ΕΚΟ-ΕΛΔΑ, ΕΛΑΪΣ και ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ αναφέρουν και δράσεις που αφορούν την υγιεινή και ασφάλεια στους εργασιακούς χώρους ή τη βιομηχανία.
- α Οι επιχειρήσεις ALOYMIL και COCOMAT δεν έχουν απολογισμό, αλλά υπάρχουν κάποια αρχεία που αφορούν δράσεις Ε.Κ.Ε. Μάλιστα, η COCOMAT είναι πολύ αναλυτική στα αρχεία της σχετικά με τις δράσεις της για το περιβάλλον, την κοινωνία και το ανθρώπινο δυναμικό, ενώ είναι η μόνη επιχείρηση που αναφέρει τις σχέσεις της με τους προμηθευτές.
- α Οι επιχειρήσεις COSMOTE, INTRACOM, ΕΛ.ΠΕ ΚΑΙ ΕΛΑΪΣ αναφέρουν ξεχωριστά τα πιστοποιημένα συστήματα ποιότητας που διαθέτουν ή σκοπεύουν να αποκτήσουν.
- α Συγκρίνοντας ομοειδείς επιχειρήσεις για την αναφορά τους στην Ε.Κ.Ε, ο απολογισμός της ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ είναι καλύτερος από αυτός της ΛΑΪΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ διότι είναι πιο αναλυτικός στα θέματα που θίγουν και οι δυο και ειδικά στα θέματα περιβάλλοντος χρησιμοποιεί ακριβή νούμερα και παραθέτει την παρούσα κατάσταση και τους στόχους της. Ακόμα, περιέχει ενότητα που περιγράφει τις σχέσεις με τους πελάτες
- α Επίσης, συγκρίνοντας τους απολογισμούς των ΕΛ.ΠΕ και ΕΚΟ-ΕΛΔΑ, ο πρώτος απολογισμός είναι καλύτερος διότι είναι πιο αναλυτικός. Και οι δύο απολογισμοί περιορίζονται σε γενικόλογες αναφορές, μόνο που στον τομέα της βιομηχανικής υγιεινής και ασφάλειας ο απολογισμός ΕΛ.ΠΕ γίνεται πιο συγκεκριμένος αναφέροντας επιγραμματικά ορισμένες ενέργειες. Στο περιβάλλον δεν χρησιμοποιεί δείκτες επίδοσης, αλλά παραθέτει ενέργειες προστασίας στις οποίες προέβησαν οι εγκαταστάσεις της εταιρείας. Σε αντίθεση η ΕΚΟ, στα αντίστοιχα τμήματα, περιορίζεται σε συστήματα πιστοποίησης κι όχι συγκεκριμένα μέτρα ή αποτελέσματα
- α Ομοιότητα ως προς τη δομή και τη θεματολογία παρουσιάζουν οι απολογισμοί των COSMOTE και TIM. Η TIM επιπλέον έχει και μια ενότητα «οι πελάτες μας» που δείχνει ποιοι είναι και τη δέσμευση της εταιρείας σε αυτούς, ενώ η COSMOTE σε ξεχωριστή ενότητα περιγράφει σύντομα ποια συστήματα ποιότητας ήδη έχει και ποια σκοπεύει να εφαρμόσει.
- α Στην ετήσια έκθεση της ALTRIA (μητρική της PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL), εκτός των άλλων, σημασία έχει η συμμόρφωση των εταιριών με τους νόμους και κανονισμούς. Η KRAFT FOODS (θυγατρική της ALTRIA) εκδίδει ξεχωριστή έκθεση Ε.Κ.Ε παγκόσμιας εμβέλειας, όπου περιγράφονται σύντομα όλα τα θέματα Ε.Κ.Ε μέχρι και τα ανθρώπινα δικαιώματα. Εντύπωση κάνει το ότι αναφέρει ότι «κανένα σύστημα ασφάλειας και ποιότητας δεν είναι τέλει».
- α Στον απολογισμό της ΔΕΛΤΑ, οι περιβαλλοντικές της δράσεις δεν είναι ευκρινείς στο δελτίο, αλλά αναφέρονται έμμεσα και επιγραμματικά στο τμήμα της «συμμετοχής στα κοινοτικά προγράμματα».
- α Οι απολογισμοί των INTRALOT και PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL περιγράφουν δράσεις σε παγκόσμιο επίπεδο.

Γενικά, οι απολογισμοί αυτής της μορφής είναι ακόμη σε προκαταρκτικό στάδιο σχετικά με την αναφορά στην Ε.Κ.Ε και απλά περιορίζονται στην σύντομη και περιεκτική περιγραφή των δράσεων των επιχειρήσεων στον τομέα αυτό. Οι περισσότεροι απολογισμοί έχουν μια γενικόλογη και θεωρητική προσέγγιση

καταγραφής των δράσεων αυτών και δεν παραθέτουν δείκτες επίδοσης και στόχους. Η μόνη επιχείρηση που χρησιμοποιεί διαγράμματα επιδόσεων είναι η ΕΛΑΪΣ, στο τμήμα του περιβάλλοντος, και γενικότερα ο απολογισμός της είναι ο πιο αναλυτικός και πλήρης, με ευκρινείς τις θεματικές ενότητες και τις σχετικές δράσεις, από τους υπόλοιπους στην κατηγορία αυτή. Ακολουθούν οι απολογισμοί των ΕΛ.ΠΕ, ΟΤΕ, COSMOTE και ΔΕΛΤΑ.

Όσον αφορά τη θεματολογία των απολογισμών αυτής της μορφής σχετικά με την Ε.Κ.Ε (πίνακας 4.8), η πλειοψηφία των επιχειρήσεων περιλαμβάνει στους απολογισμούς τους δράσεις για το ανθρώπινο δυναμικό και την κοινωνία, ενώ θέματα που σχετίζονται με την υγιεινή και ασφάλεια και τις σχέσεις με τους συμμετόχους δεν είναι δημοφιλή. Το περιβάλλον, όπως έχουν αποδείξει και έρευνες στις επιχειρήσεις στην Ελλάδα (βλ ενότητα 3.2.1), έρχεται σε δεύτερη μοίρα παρ' ότι στην Ευρώπη είναι η κύρια προτεραιότητα. Θέματα συμμόρφωσης και ηθικής στους απολογισμούς αυτούς δεν εμπεριέχονται εκτός από μία περίπτωση, την ετήσια έκθεση της ALTRIA.

Πίνακας 4.8: Συχνότητα εμφάνισης θεματικών εννοιών στους ενιαίους απολογισμούς (σύνολο 19 απολογισμοί)

Θεματικές ενότητες απολογισμών	Συχνότητα εμφάνισης
Ανθρώπινο δυναμικό	16
Συνεισφορά στην κοινωνία	15
Περιβάλλον	10
Υγιεινή και ασφάλεια	4
Σχέσεις με κοινωνικούς εταίρους	3
Ποιότητα	7
Κοινωνικό προϊόν	2
Κώδικας συμπεριφοράς/ ηθική	1

4.3.2.2 Κοινωνικοί απολογισμοί σε ξεχωριστό έντυπο

Στην ενότητα αυτή μελετώνται οι καθαρά κοινωνικοί απολογισμοί, δηλαδή οι απολογισμοί που περιγράφουν δράσεις Ε.Κ.Ε σε ξεχωριστό έντυπο. Όπως παρατηρείται από τη μελέτη αυτών, σε αντίθεση με τους ενιαίους απολογισμούς, είναι πολύ πιο αναλυτικοί και εκτενείς σε όλα τα θέματα Ε.Κ.Ε καταδεικνύοντας μια συντονισμένη και σοβαρή προσπάθεια, εκ μέρους των επιχειρήσεων, καταγραφής των κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών επιδράσεων τους. Οι θεματικές ενότητες είναι πλέον πιο ευδιάκριτες και καλογραμμένες, ενώ προσεγγίζονται τα θέματα Ε.Κ.Ε πλήρως, με συνήθως σαφείς ενέργειες, στόχους και αποτελέσματα, που επιτρέπουν τη σύγκριση και την αξιοπιστία.

Τα θέματα που περιγράφονται από όλες τις επιχειρήσεις είναι του ανθρώπινου δυναμικού, της συνεισφοράς στην κοινωνία και το περιβάλλον και της υγιεινής και ασφάλειας, ενώ τα υπόλοιπα περιέχονται σε μερικούς μόνο απολογισμούς όπως φαίνεται και στον πίνακα 4.9. Πολλές φορές, ωστόσο, η ποιότητα των προϊόντων και η συνεισφορά στο κοινωνικό προϊόν καταγράφονται έμμεσα, δηλαδή με την επιδίωξη της εταιρείας για ποιοτικά και ασφαλή προϊόντα ή/ και υπηρεσίες και με τους πίνακες κατανομής των εξόδων, αντίστοιχα. Το ίδιο ισχύει και για τις σχέσεις με τους

συμμετόχους, όπου η αναφορά σε αυτούς μπορεί να γίνει σε ξεχωριστές ενότητες αλλά και έμμεσα, όπου φανερώνονται οι δεσμεύσεις ή επιδιώξεις της εταιρείας προς κάποιες ομάδες ενδιαφερόμενων μερών μέσα από τις πρωτοβουλίες ή δράσεις της. Το θέμα της ηθικής συμπεριφοράς και συμμόρφωσης με νόμους και κανονισμούς δηλώνεται με τις δεσμεύσεις της εταιρείας σε ξεχωριστές ενότητες ή διάσπαρτα στον απολογισμό στις άλλες θεματικές ενότητες.

Πίνακας 4.9: Περιεχόμενο κοινωνικών απολογισμών σε ξεχωριστό έντυπο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΘΕΜΑΤΑ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΩΝ							
	Ανθρώπ. δυναμικό	Κοινωνία	Περιβάλλον	Υγιεινή & ασφάλεια	Ποιότητα	Σχέσεις με κοινων. εταίρους	Κοινων. προϊόν	Κώδ. συμπερ./ ηθική
ΑΓΕΤ	√	√	√	√		√		
TITAN	√	√	√	√			√	√
CHIPITA	√	√	√	√			√	
COCA-COLA	√	√	√	√	√			
S&B	√	√	√	√				
VODAFONE	√	√	√	√		√		√
EUROBANK	√	√	√	√		√	√	√
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	√	√	√	√		√		√
BP*	√	√	√	√		√		√
JOHNSON& JOHNSON*	√	√	√	√		√		√
JOHNSON DIVERSEY*	√	√	√	√				√
ΠΡΟΚΤΕΡ& ΓΚΑΜΠΛ*	√	√	√	√		√		√
BAT (Κύπρου)	√	√	√	√		√		√
PWC*								
TOYOTA*	√	√	√	√		√		√
MOTOR ΟΙΛ	√	√	√	√	√		√	
SHELL*	√	√	√	√		√		√
NESTLE*	√	√	√	√	√	√		√
NOVARTIS*	√	√	√	√		√		√
UNILEVER*	√	√	√	√	√	√		√
MCCAIN	√	√				√		
GSK*	√	√	√	√	√	√		√
MARKS& SPENCER*	√	√	√	√	√	√		√
SIEMENS*	√	√	√	√	√	√		√

(*) : ο απολογισμός αφορά δράσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, για το σύνολο της εταιρείας

Στη συνέχεια παρατίθενται κάποιες μεμονωμένες παρατηρήσεις και σχόλια για κάθε απολογισμό. Ειδικότερα:

Ø **ΑΓΕΤ:** είναι ένας αναλυτικός απολογισμός που καταγράφει με απλότητα και σαφήνεια τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις της εταιρείας. Επίσης, παραθέτει ποιοτικά και ποσοτικά αποτελέσματα (χρήση διαγραμμάτων και πινάκων). Ακόμα, σε ξεχωριστή ενότητα αναφέρει τις μελλοντικές ενέργειές της. Αξιοσημείωτο είναι ότι δεν αναφέρει όλες τις προεκτάσεις των ενεργειών της εταιρείας (π.χ η χρήση

εναλλακτικών καυσίμων έχει μόνο οφέλη;)
<p>Ø TITAN: είναι ένας αναλυτικός, καλογραμμένος, πλήρης απολογισμός με δόσεις ειλικρίνειας (καταγράφει και προβλήματα ή αδυναμίες). Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι πρωτοβουλίες της εταιρείας για τους διάφορους κοινωνικούς εταίρους της (έρευνες γνώμης και προγράμματα για τους εργολάβους, προμηθευτές, εργαζόμενους κλπ), ενώ είναι η μόνη εταιρεία που αναφέρει ότι πραγματοποιεί σεμινάρια ενημέρωσης των εργαζομένων για την Ε.Κ.Ε. Χρησιμοποιεί δείκτες επίδοσης και είναι κατανοητός σε όλα τα θέματα.</p>
<p>Ø CHIPITA: είναι από τους συνοπτικότερους απολογισμούς, αφού αναλύει όλα τα θέματα του με συντομία. Ωστόσο, περιγράφει συγκεκριμένες ενέργειες παντού και χρησιμοποιεί διαγράμματα ειδικά στην ενότητα του ανθρώπινου δυναμικού.</p>
<p>Ø COCA-COLA: ο απολογισμός αυτός αναλύει όλα τα θέματα διεξοδικά και με σαφήνεια, ενώ είναι ο μόνος απολογισμός που είναι γραμμένος και στην αγγλική γλώσσα παράλληλα. Χρησιμοποιεί συγκεκριμένα παραδείγματα, πίνακες και διαγράμματα προς σύγκριση και αξιοπιστία του απολογισμού.</p>
<p>Ø S&B: ο απολογισμός αυτός σε όλα τα θέματα που περιγράφει είναι πολύ αναλυτικός αναφέροντας συγκεκριμένες δράσεις, στόχους και πρωτοβουλίες και χρησιμοποιώντας διαγράμματα και οικονομικά μεγέθη. Είναι πλήρης, κατανοητός και ρεαλιστικός.</p>
<p>Ø VODAFONE: στον απολογισμό αυτό μεγάλη έκταση καταλαμβάνει η κοινωνική συνεισφορά της εταιρείας (π.χ πρωτοβουλίες για την υγεία, το παιδί, την κοινωνία κλπ). Αρκετά αναλυτικός είναι και στον τομέα του περιβάλλοντος όπου καταγράφει ενέργειες, στόχους, πρωτοβουλίες χρησιμοποιώντας συγκριτικούς πίνακες και διαγράμματα. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι ετήσιες διαδικασίες αξιολόγησης των εργαζομένων και της εταιρείας για την συμβολή ή επίδοση στον τομέα της Ε.Κ.Ε, αντίστοιχα. Είναι κατανοητός και πλήρης στα θέματα που περιγράφει.</p>
<p>Ø EUROBANK: είναι ένας απολογισμός που δίνει έμφαση στο τμήμα του ανθρώπινου δυναμικού με συγκεκριμένες ενέργειες, συγκριτικά διαγράμματα και πίνακες. Επίσης, αναφέρεται και στα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες, προμηθευτές, μετόχους). Στα υπόλοιπα θέματα είναι πιο σύντομος και περιεκτικός.</p>
<p>Ø ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: είναι αρκετά αναλυτικός (με διαγράμματα και πίνακες) μόνο στο τμήμα του ανθρώπινου δυναμικού. Ικανοποιητικά αναπτύσσονται και τα υπόλοιπα θέματα, σε λιγότερη όμως έκταση. Είναι ειλικρινής όταν π.χ καταγράφει τον αριθμό των παραπόνων των πελατών ή τα περιβαλλοντικά προβλήματα που προκαλεί. Στο τέλος, παραθέτει αξιολόγηση της αειφορίας της τράπεζας και ερωτηματολόγιο αξιολόγησής της.</p>
<p>Ø BP*: είναι πολύ αναλυτικός σε όλα τα θέματα που περιγράφει με συγκεκριμένες δράσεις και παραδείγματα και χρήση πινάκων – διαγραμμάτων - οικονομικών μεγεθών όπου χρειάζεται. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν η δέσμευση της εταιρείας προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, η βαρύτητα στα ενεργειακά ζητήματα και ειδικότερα στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, οι ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες για την κοινωνία και το περιβάλλον, καθώς και η συνεργασία με τις τοπικές κυβερνήσεις για αύξηση της κατανόησης της διαχείρισης των εσόδων που οι επενδύσεις της δημιουργούν. Είναι πλήρης και ειλικρινής. Στο τέλος, επίσης, εξηγεί πώς συμφωνεί με τις αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου και των GRI Guidelines.</p>
<p>Ø JOHNSON&JOHNSON*: είναι πολύ αναλυτικός και ενδιαφέρων απολογισμός με τάση ειλικρίνειας (αποκάλυψη εκπομπών, προβλημάτων κλπ) σε όλα τα θέματα που περιγράφει. Στο τμήμα της υγιεινής και ασφάλειας του προσωπικού παραθέτει ενδιαφέρουσες και πρωτότυπες πρωτοβουλίες και ενέργειες χρησιμοποιώντας νούμερα και συγκριτικά διαγράμματα. Όμοια, και στο τμήμα του ανθρώπινου δυναμικού όπου δηλώνει τη μη εκμετάλλευση παιδικής εργασίας. Στο περιβάλλον, παραθέτει αναλυτικά δράσεις με συγκριτικά διαγράμματα-πίνακες αποτελεσμάτων και στόχων και οικονομικά</p>

<p>μεγέθη. Γενικά, είναι πλήρης, πρωτότυπος και κατανοητός.</p>
<p>Ø JOHNSON DIVERSEY*: στην αρχή κάνει κάποια διαφήμιση των νέων προϊόντων της εταιρείας που εξυπηρετούν κάποια κριτήρια και ανάγκες. Στη συνέχεια αναφέρει όλα τα θέματα Ε.Κ.Ε διεξοδικά, με συγκεκριμένα παραδείγματα σε χώρες όπου χρειάζεται και με χρήση πινάκων και διαγραμμάτων προς σύγκριση και αξιοποίηση. Γενικά, είναι πλήρης και κατανοητός απολογισμός.</p>
<p>Ø ΠΡΟΚΤΕΡ& ΓΚΑΜΠΛ*: αναλύει διεξοδικά τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις της εταιρείας με ειλικρίνεια (π.χ αναφορά προστίμων), πληρότητα και σαφήνεια. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η σύγκριση που πραγματοποιεί με άλλες επιχειρήσεις στο θέμα της υγιεινής- ασφάλειας - περιβάλλοντος καταθέτοντας ονόματα και αποτελέσματα, καθώς δηλώνει ότι για το ίδιο θέμα επιδιώκει εξομοίωση προτύπων συμπεριφοράς σε όλες τις μονάδες της παντού (αναφέρει παραβάσεις, πρόστιμα και τους λόγους κάθε φορά). Επίσης, χρησιμοποιεί παντού παραδείγματα και συγκεκριμένες ενέργειες προς ενίσχυση των απόψεων που εκφράζει. Γενικά, είναι πλήρης αλλά έχει κάπως μπερδεμένη δομή (όχι ξεκάθαρες θεματικές ενότητες).</p>
<p>Ø BRITISH AMERICAN TOBACCO (της Κύπρου): ο απολογισμός αυτός καλύπτει θέματα που ανακύπτουν από προβληματισμούς και προσδοκίες των ενδιαφερόμενων μερών όπως η μείωση καπνίσματος στους νέους και η ισχυροποίηση της νομοθεσίας. Έμφαση δίνεται στο ανθρώπινο δυναμικό και στις πρακτικές εργασίες, ενώ τα υπόλοιπα θέματα Ε.Κ.Ε καλύπτονται περιληπτικά και κυρίως μέσα από συγκεντρωτικούς πίνακες αποτελεσμάτων.</p>
<p>Ø PWC*: δεν είναι απολογισμός που αναφέρει κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές επιδράσεις. Ο «απολογισμός» αυτός ασχολείται και αναλύει συγκεκριμένα θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος των σύγχρονων επιχειρήσεων π.χ διαχείριση κινδύνων στην εφοδιαστική αλυσίδα, αγορά εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και ενεχόμενοι κίνδυνοι κλπ. Παραθέτει συζητήσεις, προβληματισμούς, προτάσεις και αντιλήψεις.</p>
<p>Ø ΤΟΥΟΤΑ*: είναι ένας πολύ αναλυτικός απολογισμός κυρίως στις περιβαλλοντικές επιδράσεις της εταιρείας, αφού αναφέρει (με χρήση πινάκων, διαγραμμάτων, εικόνων, αριθμών) τις επιπτώσεις στο περιβάλλον από δραστηριότητες σε κάθε περιοχή και σε κάθε στάδιο του κύκλου ζωής των προϊόντων της. Εκτενής είναι και στην περιγραφή των σχέσεων της εταιρείας με τους διάφορους συμμετόχους της. Ελλιπής είναι στο τμήμα της υγιεινής και ασφάλειας των εργαζομένων της. Γενικά, είναι λίγο κουραστικός στην ανάγνωση απολογισμός αφού χρησιμοποιεί πολλή τεχνική ορολογία κι έχει κάπως πολύπλοκη δομή. Έχει δείκτες περιβαλλοντικής, κοινωνικής και οικονομικής επίδοσης.</p>
<p>Ø MOTOP ΟΙΛ: είναι πολύ αναλυτικός απολογισμός σε όλα τα θέματα που περιγράφει με συγκεκριμένες δράσεις και χρήση πινάκων- διαγραμμάτων-οικονομικών μεγεθών όπου χρειάζεται. Πλήρης και κατανοητός με τάση ειλικρίνειας.</p>
<p>Ø SHELL*: είναι αναλυτικός και πλήρης απολογισμός με διαφορετική δομή. Στην αρχή αναφέρει κάποια σημαντικά θέματα με τις αντίστοιχες δράσεις και δεσμεύσεις της εταιρείας. Στη συνέχεια, για κάθε περιοχή δραστηριοτήτων της εταιρείας, παραθέτει κοινωνικο-περιβαλλοντικά προβλήματα που ανέκυψαν, τα αντίστοιχα μέτρα και οφέλη, καθώς έχει παράλληλα και τις γνώμες σημαντικών εκπροσώπων της κάθε περιοχής για περισσότερη αξιοπιστία. Τέλος, παραθέτει τους δείκτες επίδοσης με συγκεντρωτικά, συγκριτικά αποτελέσματα. Το σημαντικό σχόλιο που μπορεί να ειπωθεί εδώ είναι ότι ως απολογισμός και εταιρεία είναι αυστηρή με τον εαυτό της και ειλικρινής, παραδεχόμενη ότι έχει κάνει περιβαλλοντικά κυρίως λάθη που της κόστισαν την εμπιστοσύνη των ανθρώπων και τώρα προσπαθεί να επανορθώσει. Δεν την ενδιαφέρουν οι χορηγίες αλλά οι επενδύσεις και τα έργα με άωτερο κοινωνικό όφελος.</p>
<p>Ø NESTLE*: αναλύει όλα τα θέματα διεξοδικά και μάλιστα, έχει και ξεχωριστά αρχεία για</p>

το καθένα από αυτά, τα οποία περιγράφει εκτενώς (π.χ ολόκληρη πολιτική ποιότητας και προστασίας περιβάλλοντος, υγιεινής και ασφάλειας κλπ). Παραθέτει συγκεκριμένες ενέργειες και αποτελέσματα με χρήση διαγραμμάτων και πινάκων. Έμφαση δίνει η επιχείρηση στις σχέσεις της με τους διάφορους κοινωνικούς εταίρους. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η «προστασία» της επιχείρησης προς τους εργαζομένους σε περίπτωση αναγκαστικού κλεισίματός της σε κάποια περιοχή, ενώ επιδεικνύει και σημαντικές κοινωνικές πρωτοβουλίες (π.χ παροχή δανείων σε αγρότες). Τέλος, ασχολείται με το θέμα της υπεύθυνης διαφήμισης των προϊόντων της, σεβόμενη τους καταναλωτές και ιδίως τα παιδιά.

Ø **NOVARTIS***: στην ετήσια έκθεση της εταιρείας είναι σχετικά αναλυτική σε όλα τα θέματα χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα παραδείγματα-δράσεις και πίνακες αποτελεσμάτων και στόχων. Έχει ειδικό απολογισμό GRI, όπου απαντάει σε όλα τα «ερωτήματα» των οδηγίων και έχει δείκτες επίδοσης GRI.

Ø **UNILEVER***: είναι αρκετά αναλυτικός σε όλα τα θέματα με χρήση διαγραμμάτων, αριθμών και πινάκων και συγκεκριμένα παραδείγματα ή δράσεις προς σύγκριση και αξιοπιστία. Παραδέχεται ότι υπάρχουν περιοχές για βελτίωση (τάση ειλικρίνειας), ενώ δίνει σημασία στην ηθική συμμόρφωση των εταιριών και στις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη (πελάτες, συνεργάτες, προμηθευτές κλπ).

Ø **MCCAIN***: είναι από τους μικρότερους σε έκταση κοινωνικούς απολογισμούς στην κατηγορία αυτή, με έμφαση στην κοινωνία και το ανθρώπινο δυναμικό. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι έρευνες ικανοποίησης των εργαζομένων και των πελατών που πραγματοποιεί. Είναι συνοπτικός απολογισμός.

Ø **GSK***: είναι πολύ αναλυτικός απολογισμός σε όλα τα θέματά του χρησιμοποιώντας συγκεκριμένες ενέργειες, παραδείγματα, νούμερα, συγκριτικούς πίνακες και διαγράμματα. Περιγράφει, επιπλέον, αναλυτικά και σε ξεχωριστές ενότητες, θέματα που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα (για τους εργαζομένους και τους προμηθευτές), ηθικής συμμόρφωσης και marketing. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι έρευνες ικανοποίησης των εργαζομένων κι άλλων συμμετόχων όπου παραθέτει και τα αποτελέσματα προς αξιοποίηση και σχολιασμό. Ως φαρμακευτική εταιρεία η κοινωνική της συνεισφορά είναι δεδομένη, αλλά επενδύει και σημαντικά ποσά στην έρευνα και ανάπτυξη και προχωρεί σε αξιόλογες κοινωνικές πρωτοβουλίες. Είναι πλήρης, ειλικρινής και κατανοητός απολογισμός.

Ø **MARKS&SPENCER***: έχει πρωτότυπη διαφορετική δομή, αλλά είναι πλήρης, αναλυτικός και κατανοητός απολογισμός. Οι συνήθεις θεματικές ενότητες δεν είναι ξεκάθαρες, αφού πρόκειται για απαντήσεις σε «αρχές» ή «θέματα» που προβάλλουν από συγκεκριμένους προβληματισμούς γύρω από την κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα της επιχείρησης. Παραθέτει μελέτες περιπτώσεων, πίνακες και διαγράμματα όπου χρειάζεται, καθώς σε μορφή πινάκων παραθέτει όλα τα θέματα Ε.Κ.Ε περιγράφοντας την παρούσα κατάσταση και θέτοντας τους μελλοντικούς στόχους. Εμπλέκει και τους συμμετόχους αφού αξιοποιεί την γνώση και εμπειρία που λαμβάνει από την επικοινωνία με αυτούς.

Ø **SIEMENS***: ο απολογισμός αυτός σκιαγραφεί κυρίως τη θετική πλευρά των επιτευγμάτων της επιχείρησης χωρίς να αναφέρει τυχόν προβλήματα ή λάθη που γίνανε στο συγκεκριμένο διάστημα. Μάλιστα, αφιερώνει αρκετό κομμάτι της έκθεσης εξηγώντας πού οφείλεται η μεγάλη επιτυχία της επιχείρησης. Σαν επιχείρηση δίνει έμφαση στις σχέσεις της με τους συμμετόχους της. Αν και χρησιμοποιεί πολλά τεχνολογικά επιτεύγματα για να αποδείξει την κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία της εταιρείας, είναι κατανοητός και αναλυτικός. Σε ειδική ενότητα (“facts and figures”) στον απολογισμό, θίγει ξανά όλα τα σχετικά θέματα με την Ε.Κ.Ε (ανθρώπινο δυναμικό, περιβάλλον, κοινωνία, οικονομικά μεγέθη) χρησιμοποιώντας δείκτες επίδοσης (νούμερα,

πίνακες, διαγράμματα). Είναι πλήρης και αναλυτικός.

(*) : ο απολογισμός αφορά δράσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, για το σύνολο της εταιρείας

✓ Σύγκριση θεματολογίας κοινωνικών απολογισμών

Σε αυτό το σημείο της εργασίας συγκρίνονται οι κοινωνικοί απολογισμοί σε ξεχωριστό έντυπο, ως προς τη θεματολογία, με τους ενιαίους απολογισμούς της συγκεκριμένης έρευνας και με τους απολογισμούς επιχειρήσεων σε άλλες χώρες όπως μαρτυρούν κάποιες έρευνες που έχουν βρεθεί σε παγκόσμιο επίπεδο. Ειδικότερα, σε σύγκριση με τους:

- ενιαίους απολογισμούς

Συγκρίνοντας με τους ενιαίους απολογισμούς, οι ξεχωριστοί κοινωνικοί απολογισμοί ασχολούνται πιο διεξοδικά με τις θεματικές ενότητές τους. Όλοι τους περιλαμβάνουν θέματα περιβάλλοντος και υγιεινής-ασφάλειας, σε αντίθεση με τους ενιαίους απολογισμούς όπου τέτοια θέματα, κυρίως υγιεινής-ασφάλειας, δεν αποτελούν προτεραιότητα των επιχειρήσεων. Επίσης, θέματα που αφορούν σχέσεις με διάφορους κοινωνικούς εταίρους συναντώνται πιο συχνά στους ξεχωριστούς απολογισμούς δεδομένης της ανάγκης συνεργασίας και διαλόγου με τα ενδιαφερόμενα μέρη στα πλαίσια της Ε.Κ.Ε.

Επιπλέον, στους ξεχωριστούς απολογισμούς καταγράφονται σε μεγάλο ποσοστό και θέματα ηθικής συμπεριφοράς και συμμόρφωσης, κάτι που στους ενιαίους απολογισμούς είναι σπάνιο φαινόμενο. Άξιο λόγου αποτελεί το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις που δεν περιέχουν στους απολογισμούς τους θέματα ηθικής είναι κυρίως ελληνικών συμφερόντων, ίσως γιατί δεν έχει δοθεί ακόμα η πρέπουσα βαρύτητα στο θέμα αυτό λαμβάνοντας υπόψη παράλληλα ότι η υποβολή έκθεσης Ε.Κ.Ε στην Ελλάδα είναι ακόμη σε αρχικό στάδιο.

Ακόμα, και στις δύο μορφές απολογισμών αναφέρεται η διασφάλιση της ποιότητας σε σχετικά χαμηλή έκταση. Στην περίπτωση των ξεχωριστών απολογισμών, αυτό μπορεί να οφείλεται στην έμμεση διασφάλιση της ποιότητας λόγω εκτενούς αναφοράς της σε άλλες θεματικές ενότητες (π.χ περιβαλλοντικής διαχείρισης, υγιεινής-ασφάλειας, δέσμευσης προς τους συμμετόχους, ηθικής).

- απολογισμούς επιχειρήσεων σε άλλες χώρες

Μελετώντας έρευνες σε επιχειρήσεις και απολογισμούς επιχειρήσεων σε άλλες χώρες π.χ στον Καναδά [79-81], διαπιστώνεται ότι οι τομείς Ε.Κ.Ε, που είναι προτεραιότητα των επιχειρήσεων και για τους οποίους οπωσδήποτε παρέχονται πληροφορίες στους κοινωνικούς απολογισμούς, είναι του ανθρώπινου δυναμικού, της συνεισφοράς στην κοινωνία και του περιβάλλοντος, πράγμα που παρατηρείται και στην συγκεκριμένη έρευνα των ξεχωριστών κοινωνικών απολογισμών των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Τα άλλα θέματα όπως της υγιεινής και ασφάλειας, της ηθικής συμπεριφοράς και των σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη που συναντήθηκαν στην παρούσα έρευνα δεν υπάρχουν πάντα ως θεματικές ενότητες των απολογισμών των ερευνών αυτών ή αν υπάρχουν, δεν συναντώνται σε μεγάλο ποσοστό στους απολογισμούς. Το τελευταίο εξηγείται από το γεγονός ότι οι σχέσεις με τους διάφορους κοινωνικούς εταίρους και η ρητή δέσμευση στην ηθική και την προστασία αρχών και δικαιωμάτων, μόλις τον τελευταίο καιρό άρχισε να αποκτάει σημασία στη

στρατηγική των επιχειρήσεων που θέλουν να είναι κοινωνικά υπεύθυνες και να δημοσιοποιούν τις δράσεις Ε.Κ.Ε τους.

Να σημειωθεί, ακόμα, ότι υπάρχουν έρευνες που διαχωρίζουν τις σχέσεις με τους συμμετόχους σε σχέσεις με τους πελάτες, σε σχέσεις με τους προμηθευτές, σε σχέσεις με τους μετόχους κ.ο.κ. Επίσης, υπάρχει η θεματική ενότητα της εταιρικής διακυβέρνησης και των συστημάτων διαχείρισης, κάτι που στην παρούσα έρευνα σχολιάζεται στην ενότητα 4.4 (θεματική ενότητα 3 προτεινόμενου περιεχομένου απολογισμού κατά GRI). Τέλος, κάποιες έρευνες συμπεριλαμβάνουν θέματα περιβάλλοντος με υγιεινής και ασφάλειας ή διακυβέρνησης με ανθρώπινα δικαιώματα/ ηθικής.

4.4 Σύγκριση κοινωνικών απολογισμών με τη διεθνή πρωτοβουλία GRI

Στη συνέχεια της εργασίας συγκρίνεται το περιεχόμενο των κοινωνικών απολογισμών που μελετήθηκαν με τις οδηγίες της διεθνούς πρωτοβουλίας GRI. Ειδικότερα, εξετάζεται εάν και σε τι βαθμό το περιεχόμενο και η δομή των απολογισμών βιωσιμότητας είναι αυτό που προτείνουν οι οδηγίες GRI 2002, προκειμένου να εξαχθούν κάποια σημαντικά συμπεράσματα για την κατάσταση των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα ως προς την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και τη δημόσια αναφορά της. Βέβαια, τα συμπεράσματα αυτά έχουν ενδεικτική σημασία δεδομένου ότι μόνο 6 από τους ξεχωριστούς κοινωνικούς απολογισμούς που βρέθηκαν ανήκουν σε αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις, ενώ οι υπόλοιποι αφορούν δράσεις Ε.Κ.Ε πολυεθνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται και στον ελληνικό χώρο.

Οι οδηγίες GRI 2002, όπως έχει αναλυτικά αναφερθεί σε άλλο κεφάλαιο (ενότητα 2.3.1), προτείνουν στις επιχειρήσεις μια συγκεκριμένη δομή καταγραφής των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών επιδράσεων τους που να ακολουθεί ορισμένες αρχές. Όπως όμως οι οδηγίες ρητά επισημαίνουν, οι οργανισμοί που εκδίδουν απολογισμούς βιωσιμότητας ενθαρρύνονται, αλλά δεν υποχρεώνονται να χρησιμοποιούν αυτήν την οργάνωση στους απολογισμούς τους. Αντίθετα, το GRI όχι μόνο αναγνωρίζει ότι ορισμένοι οργανισμοί που εκδίδουν απολογισμούς θα επιθυμούν να επιλέξουν μια διαφορετική δομή με βάση συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του οργανισμού τους, αλλά και τους παροτρύνει προκειμένου ο απολογισμός να αντικατοπτρίζει τη μοναδικότητα της επιχείρησης και το πλαίσιο συνθηκών λειτουργίας της.

Αυτό που πρέπει να τονιστεί είναι ότι τόσο οι αρχές των οδηγιών όσο και το περιεχόμενο ενός απολογισμού κατά GRI αποτελούν σημείο αναφοράς, με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας των απολογισμών ώστε να φτάσουν σε ένα υψηλότερο επίπεδο συγκρισιμότητας, συνέπειας και χρησιμότητας. Σε τελική ανάλυση, σημασία δεν έχει τόσο αν λείπουν κάποιοι δείκτες επίδοσης ή κάποια στοιχεία, αλλά αν ο απολογισμός επιτυγχάνει ή όχι να ενημερώσει τα ενδιαφερόμενα μέρη ή να υποστηρίξει ένα διάλογο που να επηρεάζει τις αποφάσεις και τη συμπεριφορά τόσο του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό όσο και των ενδιαφερομένων μερών του.

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρατίθενται στον πίνακα 4.10. Οι 5 θεματικές ενότητες και το αντίστοιχο περιεχόμενό τους που προτείνουν οι οδηγίες, από κάποιες

επιχειρήσεις ακολουθούνται πιστά, από άλλες μερικώς και από άλλες καθόλου. Επίσης, κάθε απολογισμός είναι μοναδικός, με την έννοια ότι κάθε επιχείρηση ανάλογα με τις προτεραιότητές της, τις επιδιώξεις και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει, έχει ξεχωριστό τρόπο καταγραφής των επιδράσεών της.

Πιο συγκεκριμένα, οι απολογισμοί των επιχειρήσεων SHELL, BP και NOVARTIS δηλώνουν επίσημα στην αρχή των απολογισμών τους ότι βρίσκονται «σε συμφωνία» με τις οδηγίες GRI ικανοποιώντας τις υψηλότερες απαιτήσεις των προδιαγραφών τους, πράγμα το οποίο επιβεβαιώθηκε και από τη δική μας μελέτη. Το μόνο που διαπιστώθηκε είναι ότι ο απολογισμός της SHELL δεν έχει αριθμημένο κατά σελίδες ευρετήριο περιεχομένων GRI. Επίσης, και οι απολογισμοί των επιχειρήσεων COCA-COLA και της BRITISH AMERICAN TOBACCO είναι «σε συμφωνία» με τις οδηγίες GRI, αλλά μόνο αυτοί που αφορούν δράσεις της εταιρείας σε παγκόσμιο επίπεδο και όχι στην Ελλάδα ή στην Κύπρο, αντίστοιχα.

Υπάρχουν, επιπλέον, απολογισμοί επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι ακολουθούν τις οδηγίες GRI, αλλά δεν είναι σε θέση ακόμα να δηλώσουν υπεύθυνα ότι είναι «σε συμφωνία». Αυτοί αφορούν τις επιχειρήσεις TITAN, S&B, VODAFONE, JOHNSON&JOHNSON, ΠΡΟΚΤΕΡ& ΓΚΑΜΠΛ, GSK και SIEMENS. Όπως διαπιστώθηκε και από τη δική μας έρευνα, οι επιχειρήσεις αυτές είναι πολύ κοντά στην πλήρη εναρμόνιση με το πλαίσιο οδηγιών GRI, απλά κάποιες θεματικές ενότητες απαιτούν περισσότερη προσπάθεια ή λείπουν κάποια απαραίτητα στοιχεία ή άλλοτε δεν υπάρχουν π.χ η S&B δεν έχει ευρετήριο περιεχομένων.

Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του πίνακα που δεν αναφέρθηκαν ως τώρα, δεν δηλώνουν ότι ακολουθούν τις οδηγίες. Ωστόσο, η ΑΓΕΤ αναφέρει ότι στον απολογισμό της ακολούθησε και τις οδηγίες αυτές, ενώ ο απολογισμός της NESTLE ακολούθησε τις αρχές του Οικουμενικού Συμφώνου.

Πίνακας 4.10: Σύγκριση περιεχομένου κοινωνικών απολογισμών με το περιεχόμενο κατά GRI

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	1. Όραμα και στρατηγική	2. Προφίλ	3. Δομή διακυβέρνησης και συστήματα διαχείρισης	4. Ευρετήριο περιεχομένων GRI	5. Δείκτες επίδοσης
ΑΓΕΤ	√	≈	≈	—	√
TITAN	√	≈	≈	√	√
CHIPITA	≈	—	≈	—	≈
COCA-COLA	√	—	≈	—	≈
S&B	√	≈	≈	—	√
VODAFONE	√	≈	≈	≈	√
EUROBANK	√	≈	≈	—	√
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	√	≈	≈	—	√
BP	√	√	√	√	√
JOHNSON& JOHNSON	√	≈	≈	√	√
JOHNSON DIVERSEY	√	≈	≈	—	√
ΠΡΟΚΤΕΡ& ΓΚΑΜΠΛ	√	≈	≈	√	√
BAT (Κύπρου)	√	≈	≈	≈	√

PWC	√	—	≈	—	—
TOYOTA	√	≈	≈	—	√
MOTOP ΟΪΛ	√	≈	≈	—	√
SHELL	√	√	√	≈	√
NESTLE	√	≈	≈	—	≈
NOVARTIS	√	√	√	√	√
UNILEVER	√	≈	≈	—	√
MCCAIN	√	≈	≈	—	≈
GSK	√	≈	≈	√	√
MARKS & SPENCER	√	≈	≈	—	≈
SIEMENS	√	≈	≈	≈	√

Γενικά, για τους απολογισμούς και τα σύμβολα του πίνακα 4.10 μπορούν να ειπωθούν τα εξής:

- α Το σύμβολο (—) συνεπάγεται την ανυπαρξία της θεματικής ενότητας στον απολογισμό της επιχείρησης.
- α Το σύμβολο (√) στον πίνακα σημαίνει ότι οι απολογισμοί περιέχουν τη συγκεκριμένη θεματική ενότητα και τα απαραίτητα στοιχεία της. Όπως προκύπτει από τον πίνακα, η συντριπτική πλειοψηφία των απολογισμών επιχειρήσεων περιλαμβάνει την ενότητα 1 «Όραμα και στρατηγική», αν και οι περισσότεροι περιορίζονται στη δήλωση ή το μήνυμα του Διευθύνοντος Συμβούλου ή κάποιου ανώτερου διευθυντικού στελέχους ή της Διοίκησης όπου περιγράφει επιγραμματικά τι περιέχει ο απολογισμός, κάποιες προκλήσεις, δεσμεύσεις και στόχους για βασικά θέματα της επιχείρησης τη χρονιά που αναφέρεται ο απολογισμός. Ο απολογισμός π.χ της EUROBANK αποτελεί εξαίρεση αφού δεν έχει τη δήλωση αυτή αλλά έχει όραμα, ενώ της CHIPITA έχει μόνο πρόλογο. Οι απολογισμοί «σε συμφωνία» έχουν την προκαθορισμένη δήλωση του Διευθύνοντος Συμβούλου σχετικά με την προσέγγιση των οδηγιών.
- α Το σύμβολο (≈) στις ενότητες 2 και 3 υποδηλώνει έλλειψη κάποιων απαραίτητων στοιχείων ή ανεπάρκεια στον τρόπο καταγραφής τους. Στην ενότητα 5, σημαίνει έλλειψη δεικτών επίδοσης, κυρίως οικονομικών (π.χ στους απολογισμούς των COCA-COLA, NESTLE, MARKS & SPENCER) αλλά και περιβαλλοντικών (π.χ στον απολογισμό MCCAIN). Εντούτοις, κι οι άλλοι απολογισμοί που θεωρείται ότι έχουν την ενότητα αυτή (√), μπορεί να μην καταγράφουν όλους τους δείκτες τους. Όμως, η έλλειψη βασικών δεικτών στους οργανισμούς που εκδίδουν απολογισμούς «σε συμφωνία» με τις Κατευθυντήριες Οδηγίες, επιτρέπεται αρκεί να υπάρχουν οι ανάλογες εξηγήσεις. Το σύμβολο αυτό στην ενότητα 4, σημαίνει ότι ο απολογισμός έχει ευρετήριο περιεχομένων, αλλά συνήθως δεν είναι σελιδοποιημένο ή αριθμημένο κατά GRI (π.χ απολογισμός της VODAFONE και SIEMENS, αντίστοιχα).

	Όραση-Στρατηγική-Προβλεπόμενη Διακυβέρνηση και Διαχειριστικό Σύστημα-Πίνακας αντιστοίχισης απαιτήσεων	Οικονομική Απόδοση	Περιβαλλοντική Απόδοση	Κοινωνική Απόδοση	Τηλεπικοινωνίες
Πλήρως αναφερόμενοι*	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 2.6, 2.7, 2.9, 2.10, 2.11, 2.13, 2.14, 2.15, 2.20, 2.21, 2.22, 3.7, 3.10, 3.11, 3.12, 3.15, 3.16, 3.17, 3.19, 3.20, 4.1	EC1, 3, 5, 6	EN5, 8, 9, 14, 16, 17	LA12, 17, SO1, 4, PR1, 3, 5, 11	K05, PR2, 8, 11
Μερικώς αναφερόμενοι*	2.5, 2.8, 3.6	EC10, 12, 13	EN2, 3, 11	LA6, PR2, 6, 9	ID, 3, 7, PA7
Μη αναφερόμενοι* / Μη σχετικοί με το αντικείμενο της επιχειρήσεως	2.3, 2.4, 2.12, 2.16, 2.17, 2.18, 2.19, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.8, 3.9, 3.13, 3.14, 3.18	EC2, 4, 6, 7, 9, 11	EN1, 4, 6, 7, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35	LA1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, HR1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, SO2, 3, 5, 6, 7, PH4, 7, 8, 10	IC2, 4, 6, 8, PA1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, TA1, 2, 3, 4, 5

Σχήμα 4.4: Πίνακας αντιστοίχισης απαιτήσεων GRI της VODAFONE

- α Στην ενότητα 2 «προφίλ» περιγράφονται, συνήθως, τα σημαντικότερα προϊόντα και υπηρεσίες, τα μεγέθη του οργανισμού (π.χ αριθμός εργαζομένων, καθαρές πωλήσεις), κάποια ενδιαφερόμενα μέρη και η δέσμευση του οργανισμού προς αυτούς και τη βιώσιμη ανάπτυξη, οι σημαντικότερες αλλαγές μετά τον τελευταίο απολογισμό, μέσα για την άντληση πρόσθετων πληροφοριών από τους χρήστες, καθώς και πολιτική και τρέχουσα πρακτική για την παροχή ανεξάρτητης επιβεβαίωσης.
- α Στην ενότητα 3, περιγράφονται συνήθως στοιχεία που αφορούν την εταιρική διακυβέρνηση, τη στρατηγική και τον κώδικα συμπεριφοράς ή αρχών της επιχείρησης, προσεγγίσεις για τις διαβουλεύσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη (π.χ έρευνες) και βασικά ζητήματα που τίθενται από αυτούς, προγράμματα, διαδικασίες, πρωτοβουλίες, αποφάσεις μείζονος σημασίας που σχετίζονται με τη διαχείριση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδράσεων από τις δραστηριότητες των οργανισμού, θέματα πιστοποίησης και συμμετοχές της επιχείρησης σε επιχειρηματικές/ βιομηχανικές, εθνικές/ διεθνείς ενώσεις ή οργανώσεις ή πρωτοβουλίες.

Συμπερασματικά, μόνο 2 από τις 6 επιχειρήσεις αμιγώς ελληνικών συμφερόντων (TITAN και S&B) ακολουθούν τις Κατευθυντήριες Οδηγίες (και το δηλώνουν) και μάλιστα βρίσκονται σε ικανοποιητικό βαθμό για την πλήρη εναρμόνιση με αυτές. Οι υπόλοιπες 3 ελληνικές επιχειρήσεις (EUROBANK, ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ και MOTOP ΟΪΛ) σταδιακά προσεγγίζουν τις οδηγίες αλλά χρειάζονται ακόμα αρκετή προσπάθεια. Ο απολογισμός της CHIPITA βρίσκεται σε πρώιμο ακόμα στάδιο για να εξελιχθεί σύμφωνα με τις απαιτήσεις των οδηγιών.

Από τις υπόλοιπες 18 θυγατρικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας, 5 εξ αυτών έχουν πλήρως υιοθετήσει τις οδηγίες (συμπεριλαμβανομένων των απολογισμών παγκόσμιας εμβέλειας της COCA-COLA και BRITISH AMERICAN TOBACCO), 5 επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις οδηγίες και βρίσκονται σε πολύ καλό στάδιο υιοθέτησής τους, ενώ οι υπόλοιπες 8 επιχειρήσεις δεν δηλώνουν ότι ακολουθούν τις οδηγίες. Από τις επιχειρήσεις που δεν δηλώνουν και ούτε χρησιμοποιούν τις Κατευθυντήριες Οδηγίες, οι απολογισμοί των επιχειρήσεων UNILEVER και JOHNSON DIVERSEY θα μπορούσαν σταδιακά να τις προσεγγίσουν με απόλυτη επιτυχία, ενώ οι υπόλοιποι απολογισμοί είναι ακόμα σε αρχικό στάδιο (π.χ MCCAIN, COCA-COLA ελληνικός) ή ακολουθούν τη δική τους

προσέγγιση στο θέμα της Ε.Κ.Ε και της δημόσιας αναφοράς της (π.χ MARKS&SPENCER, TOYOTA, PWC).

Όσον αφορά τις αρχές που προτείνει το πλαίσιο οδηγιών, δεν μπορούν να εξαχθούν απόλυτα συμπεράσματα. Υποτίθεται ότι οι επιχειρήσεις που δηλώνουν ότι είναι «σε συμφωνία» με τις οδηγίες, τις ακολουθούν πιστά, ενώ οι άλλες επιχειρήσεις που απλά τις χρησιμοποιούν, βελτιώνουν την αυστηρότητα ως προς την υιοθέτησή τους με το πέρασμα του χρόνου και την αποκτώμενη πείρα, όπως και ως προς τις επιδόσεις τους.

Όμως, κάποιος που απλά διαβάσει τον απολογισμό μιας επιχείρησης δεν μπορεί να συμπεράνει εάν αυτός ικανοποιεί τις αρχές πλήρως, χωρίς (ο χρήστης) να παρακολουθεί την πορεία της επιχείρησης και τις δράσεις της από κοντά ή χωρίς να έχει κάποια σχετική εξοικείωση με την ανάγνωση τέτοιων απολογισμών. Με άλλα λόγια, το πόσο σαφής ή συγκρίσιμος είναι ένας απολογισμός βιωσιμότητας, αλλά και το πόσο διαφανής ή ακριβής ή ουδέτερος είναι, εξαρτάται αφενός από την υπευθυνότητα της επιχείρησης που εκδίδει τον απολογισμό καταγράφοντας τις επιδράσεις της αφετέρου από τη γνώση (ευρύτερη και ειδική) και εμπειρία του χρήστη.

Συνεπώς, στην προκειμένη περίπτωση, όλοι οι απολογισμοί, ανεξάρτητα από το αν ακολουθούν ή όχι τις οδηγίες, εφαρμόζουν τις αρχές, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό.

Να σημειωθεί ότι μόνο ο απολογισμός της BP περιέχει στο τέλος το βαθμό εφαρμογής των αρχών του πλαισίου GRI, κάτι που προσδίδει σε αυτόν περισσότερη αξιοπιστία.

Τέλος, σχετικά με το θέμα πιστοποίησης (πίνακας 4.11), κάθε επιχείρηση επαληθεύει τις πληροφορίες του απολογισμού της με το δικό της τρόπο, αυτόν που θεωρεί πιο αξιόπιστο. Το GRI, όπως έχει προαναφερθεί (ενότητα 2.3.1), προτείνει την ανεξάρτητη επιβεβαίωση των απολογισμών, καθώς δεν παρέχει πιστοποιήσεις για αξιώσεις συμφωνίας ούτε επικυρώσεις για εξηγήσεις σχετικά με την παράλειψη πληροφοριών. Η ανεξάρτητη επιβεβαίωση, όπως παρατηρείται κι από τον παρακάτω πίνακα, προτιμάται από τις επιχειρήσεις που ακολουθούν τις οδηγίες ή είναι «σε συμφωνία» με αυτές.

Πίνακας 4.11: Πιστοποίηση ξεχωριστών κοινωνικών απολογισμών

Επιχείρηση	Είδος πιστοποίησης
ΑΓΕΤ	Αυτοαξιολόγηση Ε.Κ.Ε στη βάση οδηγιών EFQM και GRI και το εταιρικό πρόγραμμα ADVANCE
TITAN	Εσωτερικοί έλεγχοι και εξωτερικές γνώμες άλλων.
CHIPITA	—
COCA-COLA	Ο ελληνικός δεν έχει. Ο απολογισμός παγκόσμιας εμβέλειας έχει εξωτερική πιστοποίηση.
S&B	—
VODAFONE	Εξωτερική πιστοποίηση (Deloitte) και εναρμόνιση με το πρότυπο διασφάλισης AA1000.
EUROBANK	—
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	Αξιολόγηση αειφορίας (ύπαρξη ερωτηματολογίου) και κατάλογος ανθρώπων που ασχολήθηκαν.
BP	Εσωτερική επαλήθευση από ομάδα διαπίστευσης

	(Ernst&Young) και εναρμόνιση με το πρότυπο διασφάλισης AA1000.
JOHNSON& JOHNSON	Ακολουθεί τις οδηγίες, αλλά ο GRI δεν έχει πιστοποιήσει το περιεχόμενο ούτε έχει κρίνει την αξιοπιστία των πληροφοριών του απολογισμού.
ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ	—
ΠΡΟΚΤΕΡ& ΓΚΑΜΠΑ	Ακολουθεί τις οδηγίες, αλλά ο GRI δεν έχει πιστοποιήσει το περιεχόμενο ούτε έχει κρίνει την αξιοπιστία των πληροφοριών του απολογισμού.
BAT (Κύπρου)	Εξωτερική πιστοποίηση και διαβούλευση με ενδιαφερόμενα μέρη.
PWC	—
TOYOTA	Εξωτερική πιστοποίηση (Deloitte)
JOHNSON DIVERSEY	—
SHELL	Εξωτερική πιστοποίηση (KPMG, PWC)
NESTLE	Εσωτερικοί και εξωτερικοί έλεγχοι (KPMG)
NOVARTIS	Εξωτερική πιστοποίηση (PWC)
UNILEVER	Εξωτερική πιστοποίηση (URSVL) και εναρμόνιση με το πρότυπο διασφάλισης AA1000.
MCCAIN	—
GSK	Εξωτερική πιστοποίηση (ERM) για περιβάλλον και υγιεινή και ασφάλεια
MARKS& SPENCER	Εσωτερική επαλήθευση από ομάδα πιστοποίησης (Ernst&Young)
SIEMENS	Εσωτερικοί έλεγχοι

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

«ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ»

Γενικές διαπιστώσεις και προβληματισμοί

Οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι αποτελούν κάτι περισσότερο από παραγωγικές μονάδες προϊόντων ή/ και υπηρεσιών και ότι θα πρέπει να αποδείξουν το κοινωνικό τους πρόσωπο στην τοπική κοινότητα που δραστηριοποιούνται αλλά και στην ευρύτερη κοινωνία. Για κάποιες επιχειρήσεις αυτό δεν είναι κάτι καινούριο, αφού και παλιότερα προχωρούσαν σε πρωτοβουλίες κοινωνικού και περιβαλλοντικού χαρακτήρα. Μόνο που σήμερα τις δράσεις αυτές πρέπει να τις εντάσσουν στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία απαιτεί περισσότερο οργανωμένη προσπάθεια και υπευθυνότητα εκ μέρους της επιχείρησης. Για αρκετές όμως επιχειρήσεις, η έννοια αυτή είναι πρωτόγνωρη και ξένη προς την επιχειρηματική τους κουλτούρα.

Η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι γνωστή και ο διάλογος γι' αυτήν γίνεται εδώ κι αρκετά χρόνια. Την τελευταία πενταετία, όμως, άρχισε να συζητείται έντονα σε επίσημο επίπεδο και να γίνονται ορατά τα αποτελέσματα της εφαρμογής της. Αυτό οφείλεται στο ότι πολλοί παράγοντες πρόβαλαν στη σύγχρονη εποχή την επιτακτική ανάγκη για Ε.Κ.Ε. Από τη μία, οι συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί κι έχουν αλλάξει τα δεδομένα για την παγκόσμια οικονομία και κατ' επέκταση το ρόλο των επιχειρήσεων, όπως η παγκοσμιοποίηση, η διάχυση της πληροφορίας, οι ανησυχητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου κλπ. Από την άλλη, οι πιέσεις των λεγόμενων «ενδιαφερόμενων μερών» (“stakeholders”), δηλαδή των πελατών, των προμηθευτών, των επενδυτών, των ΜΚΟ, των συνεργατών κλπ.

Πιο καθοριστική φαίνεται να είναι η πίεση των καταναλωτών, οι οποίοι, στις μέρες μας, είναι καλά πληροφορημένοι για όλους και για όλα σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου, είναι ευαισθητοποιημένοι περιβαλλοντικά, έχουν απαιτήσεις από το εργασιακό τους περιβάλλον, έχουν δυνατότητα – λόγω απελευθέρωσης της αγοράς και του ανταγωνισμού - να επιλέξουν ή να απορρίψουν προϊόντα ή υπηρεσίες επιχειρήσεων με κριτήρια όχι μόνο οικονομικά αλλά και ηθικά, καθώς είναι αγχωμένοι για τα έντονα κοινωνικά προβλήματα π.χ φτώχεια, ανεργία, φόβος πυρηνικού ολέθρου που τα κράτη και οι κυβερνήσεις τους αδυνατούν να επιλύσουν ή άλλοτε εθελουφλούν και αδιαφορούν. Έρευνες σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο επιβεβαιώνουν την παραπάνω πίεση των πολιτών-καταναλωτών, οι οποίοι δηλώνουν ότι επιθυμούν ποιοτικά και ασφαλή προϊόντα έστω κι αν είναι ακριβότερα, μια καλύτερη κοινωνία με τους εργοδότες των επιχειρήσεων να συμπεριφέρονται περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνα κι ότι επηρεάζονται θετικά ή αρνητικά στις αποφάσεις ή επιλογές τους για αγορά αγαθών ή εργασία από τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων. Μάλιστα, με δεδομένη και την κρίση εμπιστοσύνης των πολιτών στις επιχειρήσεις, οι πολίτες επιθυμούν όσο ποτέ άλλοτε την ενημέρωση και τη διαφάνεια για τις δραστηριότητές τους.

Σημαντικές είναι κι οι πιέσεις των επενδυτών, των ΜΚΟ και των ειδικών για θέματα Ε.Κ.Ε. Η μεν επενδυτική κοινότητα δείχνει καθαρά (μέσα από έρευνες) να επηρεάζεται στις αποφάσεις της από την Ε.Κ.Ε των επιχειρήσεων, οι δε ΜΚΟ και ειδικοί Ε.Κ.Ε απαιτούν διαφάνεια και ειλικρινή διάθεση εκ μέρους των επιχειρήσεων

ενώ είναι αυστηροί και επικριτικοί με τα στοιχεία που αυτές δημοσιοποιούν. Παράλληλα, οι τελευταίοι προτείνουν τη συνεργασία με τις επιχειρήσεις προκειμένου αυτές να ωφεληθούν ουσιαστικά (κι όχι μόνο οικονομικά), στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε.

Ωστόσο, όπως κι οι έρευνες μαρτυρούν, και οι επιχειρήσεις ολοένα και περισσότερο αναγνωρίζουν τη σημασία της Ε.Κ.Ε και την ανάγκη υιοθέτησής της. Οι κύριοι λόγοι που δηλώνουν οι επιχειρήσεις ότι τους οδηγούν σε αυτήν είναι η βελτίωση της φήμης και της ικανότητας για προσέλκυσης και διατήρησης ικανού και εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Εδώ όμως τίθεται ένα μεγάλο ερωτηματικό: μήπως η επιδίωξη του κέρδους κρύβεται πίσω από την διάθεση των επιχειρήσεων για Ε.Κ.Ε καθώς παραδέχονται ότι η Ε.Κ.Ε αυξάνει τα κέρδη της επιχείρησης;

Θα ήταν παράδοξο να υποστηριχτεί ότι οι επιχειρήσεις προτάσσουν την κοινωνία και το περιβάλλον και δεν ενδιαφέρονται πρώτιστα για τα κέρδη τους. Άλλωστε, χωρίς οικονομικά οφέλη ποια επιχείρηση θα προχωρούσε σε περιβαλλοντικές και κοινωνικές δράσεις, και κυρίως, θα υπήρχε σαν επιχείρηση; Αυτό που αποδεικνύεται από έρευνες σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο αλλά και από την έρευνα της παρούσας εργασίας είναι ότι, μια επιχείρηση, χωρίς τουλάχιστον να έχει μια δεκάχρονη λειτουργία που να αποδεικνύει την αντοχή της στο χρόνο, δεν μπορεί να προχωρήσει ούτε καν να σκεφτεί για πρακτικές Ε.Κ.Ε. Για αυτό και οι επιχειρήσεις που τείνουν στην υιοθέτηση Ε.Κ.Ε ή ήδη εφαρμόζουν Ε.Κ.Ε είναι κυρίως μεγάλες επιχειρήσεις ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις που είναι βιώσιμες. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και γενικά οι επιχειρήσεις που δεν έχουν επάρκεια σε ανθρώπινους και οικονομικούς πόρους, δεν έχουν ούτε χρόνο ούτε διάθεση για Ε.Κ.Ε. Εντούτοις, αξίζει να σημειωθεί ότι από έρευνες έχει διαπιστωθεί ότι οι μισές ευρωπαϊκές ΜΜΕ δραστηριοποιούνται ήδη με ηθικό και υπεύθυνο τρόπο, χωρίς ίσως την απαιτούμενη οργάνωση και τη διαρκή δέσμευση που η Ε.Κ.Ε ορίζει.

Όλα, λοιπόν, αναπόφευκτα ξεκινούν και τελειώνουν στο κέρδος, αρκεί αυτό να μη γίνεται αυτοσκοπός. Πράγματι, μια επιχείρηση που εφαρμόζει Ε.Κ.Ε έχει και οικονομικά οφέλη, που απορρέουν όμως από τη σωστή και υπεύθυνη διαχείριση των εργασιακών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών της θεμάτων και δράσεων. Αυτό είναι τελικά και το ζητούμενο, ότι δηλαδή μια επιχείρηση που φροντίζει για τους εργαζομένους της, που προχωρά σε κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες, που συνεργάζεται με τις τοπικές κοινωνίες και διατηρεί καλές σχέσεις με τις δημόσιες και τοπικές αρχές, που επικοινωνεί με ουσιαστικό διάλογο με όλους τους συμμετόχους της και αφογκράζεται τις ανάγκες και επιθυμίες τους κλπ, θα γίνει πιο ανταγωνιστική και μακροπρόθεσμα βιώσιμη με τα οικονομικά αλλά κυρίως τα άυλα οφέλη (π.χ φήμη) που θα τις αποφέρουν όλες οι παραπάνω ενέργειες Ε.Κ.Ε. Τα οφέλη σίγουρα είναι πολλαπλά, τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για την κοινωνία και το περιβάλλον. Προφανές είναι ότι τελικά ωφελείται όλη η ανθρωπότητα, αφού στους κόλπους κάθε κοινωνίας, τοπικής και ευρύτερης, δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις που μεριμνούν για τους ανθρώπους της και το περιβάλλον.

Αντίθετα, η επιδίωξη του κέρδους γίνεται απειλή για την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς όταν οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν την Ε.Κ.Ε για λόγους δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης. Τότε, η Ε.Κ.Ε δεν είναι ουσιαστική ούτε συνοδεύεται από ειλικρινείς προσπάθειες, με εσωτερική και εξωτερική διάσταση, των επιχειρήσεων. Το ιδιοτελές αυτό κίνητρο, αν όχι στην αρχή, γίνεται αντιληπτό με την πάροδο του χρόνου, ακόμα και από τον απλό πολίτη, που δεν εμπιστεύεται όπως παλιά τις επιχειρήσεις και τα κίνητρά τους. Επίσης, οι επιχειρήσεις με τέτοια κίνητρα γίνονται «αρνητικός στόχος» για πολλά ενδιαφερόμενα μέρη, τα οποία περίμεναν από αυτές να επιδείξουν δράσεις και επιδόσεις που να υπογραμμίζουν τη διαρκή δέσμευσή τους προς την Ε.Κ.Ε και το στόχο της αειφόρου ανάπτυξης. Τουναντίον,

επιχειρήσεις με όχι πρωταρχικό κίνητρο το κέρδος και την αυτοπροβολή, κερδίζουν τελικά στο βάθος των δημοσίων σχέσεων και κυρίως, αναγνωρίζονται στη συνείδηση των πολιτών.

Τελικά, τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη; Μήπως έχουν δίκιο κάποιοι που την επικρίνουν; Ως απάντηση, θα μπορούσαν να ειπωθούν τα εξής λίγα, αλλά προσδιοριστικά στοιχεία για την Ε.Κ.Ε:

- Είναι η διαρκής δέσμευση των επιχειρήσεων για πρωτοβουλίες και ενέργειες, μέσα και έξω από την επιχείρηση, με γνώμονα το περιβάλλον και την κοινωνία.
- Ταυτίζεται με την αειφόρο ανάπτυξη (έχει τριπλή διάσταση).
- Διαμορφώνει τη φιλοσοφία και τη στρατηγική της επιχείρησης σε όλους τους τομείς, συνεπώς δεν είναι πακέτο μερικών μέτρων και πρακτικών ούτε μέσο για προβολή.
- Απαιτεί τη δέσμευση της ανώτερης διοίκησης αλλά και όλων των εργαζομένων της επιχείρησης.
- Έχει εθελοντικό χαρακτήρα και αφορά δράσεις πέραν των νομοθετικών ρυθμίσεων χωρίς όμως να αντικαθιστά τη νομοθεσία.

Σε αυτό το σημείο, πρέπει να συμπληρωθούν κάποια πράγματα σχετικά με την εθελοντική βάση της Ε.Κ.Ε και τη νομική της διάσταση. Συγκεκριμένα, η Ε.Κ.Ε αφήνει στη βούληση των επιχειρήσεων να την εφαρμόσουν και δεν υπαγορεύει συγκεκριμένες δράσεις. Απλά θέτει ως προϋπόθεση το συνδυασμό του κέρδους με άλλες ανησυχίες (περιβαλλοντικές και κοινωνικές). Δεν είναι «καθήκον» ούτε κάποιας μορφής «συμμόρφωση», αλλά εξ ορισμού, «ευθύνη» ή καλύτερα «υπευθυνότητα». Με άλλα λόγια, αφήνεται στη συνείδηση ή την υπευθυνότητα της επιχείρησης να συμπεριφερθεί με ηθικό τρόπο. Αυτό δεν είναι πρωτόγνωρο, αντιθέτως, μήπως όλες οι επιχειρήσεις δεν πρέπει ούτως ή άλλως να συμπεριφέρονται έτσι; Απλά κάποτε δεν είχε δοθεί τόση σημασία στην Κοινωνική Ευθύνη των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα να κλονιστεί η εμπιστοσύνη σε αυτές σταδιακά. Σήμερα, όμως, που για πολλούς λόγους καθίσταται πολύ σημαντική η ύπαρξη Ε.Κ.Ε, μήπως θα έπρεπε η Ε.Κ.Ε να είναι υποχρεωτική; Ή μήπως δεν είναι τελικά και τόσο εθελοντική όσο λέγεται;

Το σίγουρο είναι ότι, αργά ή γρήγορα, οι επιχειρήσεις λόγω αυξανόμενου ανταγωνισμού θα οδηγηθούν στην ενσωμάτωση της Ε.Κ.Ε στη στρατηγική τους. Σε αυτό πρέπει να προστεθεί και η «έμμεση πίεση» με την επερχόμενη προτυποποίηση της Ε.Κ.Ε. Το πρότυπο αυτό θα διευκολύνει τη συγκρισιμότητα και αξιολόγηση των πρακτικών Ε.Κ.Ε για τις ίδιες τις επιχειρήσεις (ως προς τη βελτίωσή τους με το χρόνο) αλλά και μεταξύ των επιχειρήσεων, υπηρετώντας τη διαφάνεια και την ενημέρωση και άρα, θα εμπνέει την εμπιστοσύνη των ενδιαφερόμενων μερών. Οστόσο, το πρότυπο Ε.Κ.Ε, όπως και τα άλλα πρότυπα, θα αποτελέσει στοιχείο ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, όπου επιχειρήσεις πιστοποιημένες με αυτό θα τυγχάνουν περισσότερα οφέλη (και δημοσιότητα) από τις άλλες που δεν μπορούν ή δεν θέλουν να εφαρμόσουν Ε.Κ.Ε. Η ίδια, επομένως, η αγορά θα εξωθήσει τις επιχειρήσεις σε δράσεις Ε.Κ.Ε και όσο πιο σύντομα αυτές το συνειδητοποιήσουν και δεσμευτούν εθελοντικά, τόσο θα προσαρμοστούν καλύτερα στη νέα πραγματικότητα. Να σημειωθεί ότι η ανάγκη προτυποποίησης γίνεται πιο επιτακτική, αν αναλογιστεί κανείς τον τεράστιο όγκο δηλώσεων και πληροφοριών που είναι μεν διαθέσιμες, αλλά τελικά περισσότερο μπερδεύουν και προβληματίζουν, παρά βοηθούν.

Στη φάση αυτή, ο ρόλος του κράτους φαίνεται να είναι καταλυτικός. Καλό είναι το κράτος να μην επέμβει στις επιχειρήσεις με τη μορφή κάποιας νομοθεσίας,

αν και οι πολίτες, σε έρευνες που έχουν γίνει, δηλώνουν ότι επιθυμούν τη θέσπιση κατάλληλης κρατικής νομοθεσίας για να υπάρχει διαφάνεια και να νιώθουν ασφάλεια. Υπάρχουν ήδη αρκετές νομοθετικές ρυθμίσεις για τα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα ή κανονισμοί για την προστασία του περιβάλλοντος, για την υγιεινή και ασφάλεια στον εργασιακό χώρο κλπ. Το πρόβλημα είναι κατά πόσο αυτοί εφαρμόζονται σε κάθε χώρα, επιχείρηση ή κλάδο επιχειρήσεων. Σε περιπτώσεις που δεν υπάρχουν ή δεν εφαρμόζονται τέτοιοι βασικοί νόμοι σε μια χώρα, θα πρέπει να θεσπιστεί ένα νομικό πλαίσιο ελάχιστων απαιτήσεων που θα ευνοούν τη διακρατική συνεργασία και θα προωθούν τα συμφέροντα όλων, λαμβάνοντας υπόψη παράλληλα τις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας.

Εξάλλου, υπάρχουν αρκετές κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις που ξεπερνούν αυτή τη λογική και επιδιώκουν τη συνεχή βελτίωση ακόμα και όταν καλύπτονται νομικά. Ο ρόλος του κράτους εκεί ακριβώς έγκειται, αφενός στο να ενθαρρύνει και να βοηθά, με νομοθετικές ρυθμίσεις και ελαφρύνσεις, επιχειρήσεις που προσπαθούν ή θέλουν να εφαρμόσουν Ε.Κ.Ε, αφετέρου να επιβραβεύει ή να προβάλλει (μέσω Μ.Μ.Ε και άλλων επίσημων φορέων της πολιτείας) «καλές πρακτικές» επιχειρήσεων και να αποδοκιμάζει ανεύθυνες συμπεριφορές. Να επισημανθεί ότι η έλλειψη ενημέρωσης και η άρση των υφιστάμενων αντικινήτρων και εμποδίων (π.χ φορολογική νομοθεσία, περίπλοκες και χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες) αποτελούν κύριους ανασταλτικούς παράγοντες στην υιοθέτηση Ε.Κ.Ε για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που το κράτος μπορεί να επέμβει και να τις διευκολύνει σημαντικά. Δεδομένου ότι και στην Ελλάδα η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες, αυτή η παρέμβαση του κράτους είναι καθοριστική.

Ένα άλλο θέμα, στα πλαίσια της Ε.Κ.Ε, είναι η απαίτηση για δραστηριοποίηση όλων των τομέων (δημόσιος, αγροτικός τομέας, βιομηχανία, εμπόριο κλπ). Ανεξάρτητα από το αν οι επιπτώσεις των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων είναι διακριτές και άμεσες, σε όλους τους τομείς επιβάλλεται η ανάπτυξη κουλτούρας Ε.Κ.Ε. Στην Ελλάδα, π.χ στο δημόσιο τομέα που είναι ιδιαίτερα εκτεταμένος, χρειάζεται να υπάρχει η κατάλληλη ενημέρωση των εργαζομένων για θέματα Ε.Κ.Ε προκειμένου να μειωθούν οι σπατάλες φυσικών πόρων και οι κοινωνικά ανάρμοστες συμπεριφορές. Η ίδια υπευθυνότητα απαιτείται κι από όλους τους άλλους τομείς, με ανάλογη την απαίτηση για ενημέρωση τόσο των επιχειρήσεων όσο και των πολιτών.

Μια καλή πρόταση για την ενημέρωση, αποτελεί η εισαγωγή της Ε.Κ.Ε ως μαθήματος σε διοικητικές και οικονομικές σχολές και ως νοοτροπίας, τουλάχιστον, στο δευτεροβάθμιο εκπαιδευτικό σύστημα. Η καθημερινή πείρα επιβεβαιώνει ότι στην Ελλάδα, αλλά και σε άλλες χώρες, χωλαίνει στην πράξη η περιβαλλοντική ευαισθησία, όπως και η κοινωνικά υπεύθυνη κατανάλωση. Με άλλα λόγια, παρότι έρευνες μαρτυρούν το αντίθετο, στην ουσία οι πολίτες δεν ξέρουν να επιλέγουν προϊόντα ή υπηρεσίες επιχειρήσεων με κριτήρια περιβαλλοντικά, κοινωνικά ή ηθικά λόγω ελλιπούς ενημέρωσης πάνω στο θέμα αυτό αλλά και συνειδητοποίησης. Θέμα συνειδητοποίησης Ε.Κ.Ε τίθεται, βάσει ερευνών, και για τις ίδιες τις επιχειρήσεις, οι οποίες δηλώνουν αδυναμία ενσωμάτωσης της Ε.Κ.Ε στη στρατηγική τους και σύγχυση κατά την ποσοτικοποίηση των αποτελεσμάτων της. Συμπερασματικά, η Ε.Κ.Ε επειδή αφορά ένα πολύπλοκο σύνολο θεμάτων, αν δεν υπάρχει η σωστή καθοδήγηση και ενημέρωση δεν θα μπορέσει να εφαρμοστεί σωστά ούτε από τους πολίτες ούτε από τις επιχειρήσεις. Μάλιστα, έρευνες αποδεικνύουν ότι ο όρος Ε.Κ.Ε δεν είναι οικείος για πολλούς πολίτες, είτε είναι απλοί καταναλωτές είτε εργαζόμενοι επιχειρήσεων.

Κάποιοι επικριτές της Ε.Κ.Ε θέτουν και το ερώτημα αν οι επιχειρήσεις καπνού, ποτών και τσιγάρων μπορεί να είναι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις. Η απάντηση είναι ότι μπορεί τέτοιες επιχειρήσεις να μη γίνουν ποτέ στα μάτια των πολιτών «κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις» με τη στενή έννοια του όρου, λόγω της ιδιαιτερότητας των προϊόντων τους. Όμως, οι παραπάνω επιχειρήσεις π.χ καπνού μπορούν να αναδείξουν κοινωνική υπευθυνότητα όταν, για παράδειγμα, ενημερώνουν σωστά τους καταναλωτές για τις αρνητικές επιδράσεις των προϊόντων τους και δεν διαφημίζονται προς επηρεασμό «ευαίσθητων» ή «ευάλωτων» κοινωνικών ομάδων (π.χ νέοι). Το ίδιο θα μπορούσε να ισχύει π.χ και για τις επιχειρήσεις πετρελαίου, που κάνουν επενδύσεις σε μη ανανεώσιμες μορφές ενέργειας. Μπορεί αρχικά να μη θεωρούνται κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, ωστόσο με την υιοθέτηση Ε.Κ.Ε και υπό το στόχο της βιώσιμης ανάπτυξης, θα οδηγηθούν σιγά σιγά στην προσέγγιση καλύτερων περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιδόσεων μέσα από άλλες λύσεις (π.χ χρήση νέων τεχνολογιών) που θα τις αναδείξουν σε κοινωνικά υπεύθυνες.

Όπως προαναφέρθηκε, αν και πολλές επιχειρήσεις κατανοούν την έννοια της Ε.Κ.Ε, δυσκολεύονται να την εφαρμόσουν στην πράξη. Για το σκοπό αυτό έχουν αναπτυχθεί κώδικες, πρότυπα, οδηγίες και πλαίσια από επίσημους οργανισμούς (π.χ WBCSD, CSR EUROPE, GRI), χαρακτηριστικό των οποίων είναι η επιδίωξη δημιουργίας κοινού πλαισίου που δεν το στηρίζουν πάνω σε επιστημονικά δεδομένα, π.χ. πάνω σε επιστημονικές προσεγγίσεις κοινωνικών φαινομένων, αλλά κυρίως στη δύναμη που αποκτούν από τα μέλη-επιχειρήσεις που προσελκύουν. Δεν είναι τυχαίο ότι στις έντυπες ή στις ηλεκτρονικές παρουσιάσεις τους όλοι αυτοί οι οργανισμοί σπεύδουν να δηλώσουν τον αριθμό των επιχειρήσεων ή των οργανισμών που εκπροσωπούν. Όσο μεγαλύτερος ο αριθμός, τόσο ισχυρότερος ο οργανισμός. Αυτό όμως είναι συχνά πλασματικό, αφού πολλές επιχειρήσεις μπορούν να συνεργάζονται με περισσότερες από μία πρωτοβουλίες, στην προσπάθειά τους να εξασφαλίσουν αναγνώριση των προσπαθειών τους.

Αδιαμφισβήτητα, όμως, έχουν γίνει αξιόλογες προσπάθειες από τους παραπάνω οργανισμούς στο θέμα της Ε.Κ.Ε και της δημόσιας αναφοράς της. Να σημειωθεί ότι, ο κοινωνικός απολογισμός αποτελεί σημαντικό τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους της επιχείρησης για τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις της προς τους συμμετόχους της. Σχετικά με την υποβολή εκθέσεων Ε.Κ.Ε, η κυριότερη διεθνής πρωτοβουλία είναι οι Κατευθυντήριες Οδηγίες GRI, γιατί δίνει οδηγίες σύνταξης κοινωνικού απολογισμού ώστε να είναι πρακτικός, πλήρης και συγκρίσιμος χωρίς να περιορίζει στον τρόπο καταγραφής (π.χ σειρά καταγραφής και έκταση στοιχείων, ύψος) αναδεικνύοντας έτσι τη μοναδικότητα της επιχείρησης. Οι άλλοι οργανισμοί μπορούν, στην ουσία, να δράσουν συμπληρωματικά στις Οδηγίες GRI, δηλαδή να παρέχουν πρόσθετο υλικό στις επιχειρήσεις - από την τεχνογνωσία και εμπειρία εφαρμογής άλλων επιχειρήσεων- για το είδος των πληροφοριών που μπορούν ή πρέπει να δημοσιοποιήσουν στον κοινωνικό απολογισμό τους.

Ένα άλλο κοινό σημείο των οργανισμών αυτών είναι το θέμα της πιστοποίησης των κοινωνικών απολογισμών. Αν και οι οργανισμοί παρακινούν τις επιχειρήσεις για τη χρήση εξωτερικού φορέα πιστοποίησης, εντούτοις οι ίδιες δεν αναλαμβάνουν κάτι τέτοιο. Μάλιστα, δεν αναλαμβάνουν καν να διαπιστώσουν και να πιστοποιήσουν αν οι επιχειρήσεις που ισχυρίζονται ότι ακολουθούν τα πρότυπα τους, πράγματι το πράττουν. Πόσο μάλλον να ασχοληθούν με την ορθότητα και αξιοπιστία των δημοσιοποιημένων στοιχείων. Ωστόσο, την αξιοπιστία αυτή δεν μπορεί να την εξασφαλίσει ένας εξωτερικός σύμβουλος που προσλαμβάνεται από την επιχείρηση αποκλειστικά για το σκοπό αυτό. Οι καταλληλότεροι να πιστοποιήσουν τις εταιρικές

δηλώσεις είναι οι ίδιοι οι εμπλεκόμενοι με την επιχείρηση. Για παράδειγμα, στοιχεία που αναφέρονται στις συνθήκες εργασίας και στα δικαιώματα των εργαζομένων μόνο το Σωματείο των εργαζομένων μπορεί να πιστοποιήσει. Κάτι τέτοιο θα διασφάλιζε το διάλογο και τις καλές σχέσεις μεταξύ εργαζομένων και διοίκησης. Ομοίως, καταλληλότερος να αξιολογήσει τα περιβαλλοντικά επιτεύγματα μιας επιχείρησης είναι οι αρχές της τοπικής κοινωνίας ή κάποια τοπική περιβαλλοντική οργάνωση.

Γενικά, μπορεί να υποστηριχθεί ότι ο καλύτερος φορέας πιστοποίησης είναι ο εκάστοτε εμπλεκόμενος με τις ενέργειες της επιχείρησης. Φυσικά αυτός είναι και ο αυστηρότερος φορέας πιστοποίησης, όμως αν επιθυμείται οι κοινωνικές αναφορές να αποκτήσουν την ίδια βαρύτητα με τις οικονομικές, κάτι τέτοιο δεν πρέπει να αποφεύγεται. Επιπλέον, αυτός ο τρόπος πιστοποίησης μπορεί να απαιτεί περισσότερο χρόνο και ενέργειες εκ μέρους της επιχείρησης, εξασφαλίζει όμως πλήρη διαφάνεια και μπορεί να αποδειχτεί και πιο οικονομικός από τη χρήση εξωτερικού συμβούλου. Επίσης, είναι μια μέθοδος που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης.

Αξίζει να τονιστεί στο σημείο αυτό ότι, το μέγεθος της επιχείρησης είναι ένα άλλο σημαντικό ζήτημα που πρέπει να ληφθεί υπόψη και στον προβληματισμό σχετικά με τις κοινωνικές αναφορές. Διότι οι οδηγίες και τα πρότυπα που αναπτύσσονται, ισχυρίζονται ότι μπορούν και πρέπει να εφαρμοστούν σε όλες τις επιχειρήσεις. Μπορεί όμως μια μικρομεσαία επιχείρηση, π.χ των είκοσι εργαζομένων, να διαθέσει χρόνο και πόρους για να ασχοληθεί με όλα τα σύνθετα και δύσκολα θέματα της Ε.Κ.Ε και να υποβάλλει μια αξιόλογη έκθεση Ε.Κ.Ε; Η αλήθεια είναι ότι είναι δύσκολο μια μικρομεσαία επιχείρηση να εφαρμόσει τις Οδηγίες GRI δεδομένων των γνωστών προβλημάτων της. Όμως, ειδικά ο οργανισμός GRI έχει εκδώσει ειδικό εγχειρίδιο για την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε κατά βήμα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ κι άλλοι οργανισμοί παρέχουν συμβουλές και παραδείγματα πρακτικών Ε.Κ.Ε και καταγραφής τους για να τις βοηθήσουν. Και πάλι, ωστόσο, δεν είναι σίγουρο αν θα υπάρξουν μαζικά θετικά αποτελέσματα προς την κατεύθυνση αυτή, αν δεν ικανοποιηθούν ταυτόχρονα μια σειρά ανασταλτικών παραγόντων για τις ΜΜΕ.

Συμπεράσματα της έρευνας

Όσον αφορά την έρευνα για την υποβολή εκθέσεων Ε.Κ.Ε των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, μπορούν να εξαχθούν τα εξής συγκεντρωτικά συμπεράσματα:

- Ø Από τις 89 συνολικά επιχειρήσεις, εντός και εκτός δικτύου Ε.Κ.Ε, που δραστηριοποιούνται στο θέμα της Ε.Κ.Ε, η πλειοψηφία είναι παροχής υπηρεσιών και αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις.
- Ø Μόνο 41 επιχειρήσεις (ποσοστό 46%) δημοσιεύουν κάποιας μορφής κοινωνικό απολογισμό (σε ενιαία ή ξεχωριστή μορφή), ο οποίος βρέθηκε κυρίως (ποσοστό 83%) στην ιστοσελίδα της επιχείρησης.
- Ø Οι 24 κοινωνικοί απολογισμοί είναι σε ξεχωριστό έντυπο, με μόνο 6 εξ αυτών να ανήκουν σε επιχειρήσεις ελληνικών συμφερόντων.
- Ø Οι ξεχωριστοί κοινωνικοί απολογισμοί είναι πιο καλογραμμένοι, εκτενείς και πλήρεις στα θέματα που περιλαμβάνουν από τους ενιαίους απολογισμούς.

- Ø Οι επιχειρήσεις που εκδίδουν ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό ανήκουν κυρίως στους κλάδους καταναλωτικών προϊόντων, πετρελαίου και αερίου και τροφίμων και προϊόντων διατροφής.
- Ø Η κοινωνική συνεισφορά και το ανθρώπινο δυναμικό είναι οι κύριες θεματικές ενότητες όλων των απολογισμών, ενώ στους ξεχωριστούς κοινωνικούς απολογισμούς περιλαμβάνονται απαραίτητα και οι ενότητες του περιβάλλοντος και της υγιεινής και ασφάλειας.
- Ø Τα θέματα του κώδικα συμπεριφοράς και των σχέσεων με τους κοινωνικούς εταίρους περιγράφονται στην πλειοψηφία των ξεχωριστών κοινωνικών απολογισμών. Οι επιχειρήσεις που δεν περιλαμβάνουν δυστυχώς τέτοια θέματα είναι κυρίως οι αμιγώς ελληνικές.
- Ø 10 ξεχωριστοί κοινωνικοί απολογισμοί (ποσοστό 42%) δηλώνουν ότι είναι «σε συμφωνία» ή ακολουθούν τις Οδηγίες GRI, με 2 εξ αυτών να ανήκουν σε αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις.
- Ø 16 ξεχωριστοί κοινωνικοί απολογισμοί (ποσοστό 67%) εφαρμόζουν εσωτερική ή εξωτερική επαλήθευση των πληροφοριών τους. Οι απολογισμοί που δεν προχωρούν σε κάποια πιστοποίηση ανήκουν κυρίως σε καθαρά ελληνικές επιχειρήσεις.

Συμπερασματικά, από την έρευνα στις επιχειρήσεις στην Ελλάδα επιβεβαιώνεται ότι βρισκόμαστε ακόμη σε πρώιμο στάδιο σχετικά με την υποβολή έκθεσης E.K.E, καθώς οι επιχειρήσεις που ήδη εκδίδουν ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό είναι κυρίως πολυεθνικές, με δραστηριότητες και στη χώρα μας. Ελάχιστες αμιγώς ελληνικές επιχειρήσεις εκδίδουν ξεχωριστό κοινωνικό απολογισμό, ενώ αρκετές ξεκίνησαν δειλά από την ένταξη των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδράσεων τους στον ενιαίο απολογισμό τους. Το ενθαρρυντικό πάντως είναι ότι γίνεται βήμα προς την κατεύθυνση αυτή, κάτι που υποδηλώνεται και από την ολοένα αυξανόμενη συμμετοχή επιχειρήσεων στο ελληνικό δίκτυο E.K.E.

Επίσης, σημαντική εξέλιξη θεωρείται η διάθεση των επιχειρήσεων της έρευνας να δημοσιοποιήσουν δράσεις E.K.E στην ιστοσελίδα τους (σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις), με αρκετές να παραθέτουν και τον κοινωνικό απολογισμό τους. Αυτό αποδεικνύει ότι θέλουν να ενημερώσουν τα ενδιαφερόμενα μέρη τους για τις δραστηριότητες τους, με τον πιο σύγχρονο αλλά εύκολο και γρήγορο τρόπο, τη χρήση του διαδικτύου.

Ως προς το περιεχόμενο των κοινωνικών απολογισμών, παρατηρείται ότι και το περιβάλλον και η υγιεινή και ασφάλεια είναι προτεραιότητες για τις ελληνικές επιχειρήσεις, αν σε έρευνα [73] της PricewaterhouseCoopers σε συνεργασία με το μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκησης Επιχειρήσεων για Στελέχη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (βλ. ενότητα 3.2.1), διαπιστώθηκε ότι η φιλανθρωπική δραστηριότητα είναι η νούμερο ένα τακτική και ότι το περιβάλλον δεν προέχει. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι η άλλη έρευνα αφενός έγινε σε επιχειρήσεις (δηλαδή τα στελέχη τους) κι όχι στους κοινωνικούς απολογισμούς, αφετέρου οι κοινωνικοί απολογισμοί της παρούσας έρευνας ανήκουν κυρίως σε πολυεθνικές επιχειρήσεις και αφορούν δράσεις τους συχνά σε παγκόσμιο επίπεδο και όχι αποκλειστικά στη χώρα μας.

Επίσης, θετικό γεγονός αποτελεί ότι στους κοινωνικούς απολογισμούς περιλαμβάνονται τα εξίσου σημαντικά θέματα, της ηθικής και των σχέσεων με τους συμμετόχους. Όμως, οι κοινωνικοί απολογισμοί των καθαρά ελληνικών

επιχειρήσεων δεν τα εμπεριέχουν, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν έχουν, δυστυχώς ακόμα δώσει την πρέπουσα βαρύτητα για τόσο καίρια ζητήματα.

Θα πρέπει ίσως να μην παραληφθεί το γεγονός ότι, σχεδόν σε όλους τους κοινωνικούς απολογισμούς της έρευνας απουσιάζει η διάσταση της «προσαρμογής στην αλλαγή». Δηλαδή, εκτός από το απολογισμό της NESTLE, καμιά άλλη επιχείρηση δεν αναφέρει στον κοινωνικό απολογισμό της, τη συμπεριφορά της σε περίπτωση αναδιάρθρωσης λαμβάνοντας υπόψη τις ανησυχίες και τα συμφέροντα όσον θίγονται από αυτή. Μήπως αυτό είναι ένα θέμα που θα έπρεπε να ασχοληθούν οι επιχειρήσεις σοβαρά στη σύγχρονη εποχή της παγκοσμιοποίησης όπου οι επιχειρήσεις προχωρούν σε διαρθρωτικές αλλαγές (κλείσιμο, μεταφορά σε άλλες χώρες) για να επιβιώσουν στον έντονο ανταγωνισμό;

Γενικά πάντως, οι κοινωνικοί απολογισμοί των αμιγώς ελληνικών επιχειρήσεων παρουσιάζουν αξιόλογη προσπάθεια καταγραφής δράσεων Ε.Κ.Ε. Αυτό σε συνδυασμό με το ότι αναπτύσσονται σημαντικές πρωτοβουλίες κυρίως από το ελληνικό δίκτυο Ε.Κ.Ε αλλά και άλλους φορείς ή οργανισμούς στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε, προμηνύουν θετική εξέλιξη στο θέμα αυτό και στην Ελλάδα. Ακόμα όμως χρειάζονται αρκετές προσπάθειες και αγώνες για να βοηθηθούν, κυρίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας, να ενσωματώσουν και να καταγράψουν δράσεις Ε.Κ.Ε. Μόνο τότε οι ελληνικές επιχειρήσεις όχι μόνο θα επιβιώσουν αλλά θα γίνουν και ανταγωνιστικές.

Τέλος, η υποβολή έκθεσης Ε.Κ.Ε αποτελεί κρίσιμο εργαλείο στα χέρια κάθε επιχείρησης και έγκειται στη συνείδησή της να δημοσιοποιήσει αξιόπιστα και πλήρη στοιχεία. Άλλωστε, σύμφωνα και με λαϊκές ρήσεις, «οι πράξεις μιλούν» και «ουδέν κρυπτόν υπό τον ήλιον», στην εποχή της πληροφορίας αλλά και των αμφισβητήσεων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ
«ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 4»

✓ Κατηγοριοποίηση επιχειρήσεων ελληνικού Δικτύου Ε.Κ.Ε ανάλογα με τις δραστηριότητές τους

	ΕΤΑΙΡΙΑ	Είδος επιχείρησης εμπορική	Είδος επιχείρησης βιομηχανία	Είδος επιχείρησης παροχής υπηρεσιών	Ελληνική ή θυγατρική επιχείρηση
1	ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ		✓		θυγατρική
2	Α.Ε Τσιμέντων ΤΙΤΑΝ		✓		ελληνική
3	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε		✓		θυγατρική
4	ΑΛΟΥΜΥΛ- ΜΥΛΩΝΑΣ Α.Ε		✓		ελληνική
5	AMACON ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε			✓	ελληνική
6	ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε	✓			ελληνική
7	BP HELLAS Α.Ε	✓			θυγατρική
8	BAYER CROPSCIENCE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	✓	✓		θυγατρική
9	BIBEXΡΩΜ Α.Ε		✓		ελληνική
10	BRITISH AMERICAN TOBACCO HELLAS S.A	✓			θυγατρική
11	C&C INTERNATIONAL S.A (Group of companies)			✓	ελληνική
12	CHIPITA INTERNATIONAL S.A		✓		ελληνική
13	COCA-COLA HELLAS Α.Ε			✓	θυγατρική
14	COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε		✓		θυγατρική
15	COCO-MAT		✓		ελληνική
16	DHL INTERNATIONAL HELLAS S.A			✓	θυγατρική
17	ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ		✓		ελληνική
18	EFG EUROBANK ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε			✓	ελληνική
19	ΕΚΟ-ΕΛΔΑ Α.Β.Ε.Ε	✓			ελληνική

20	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε	√	√		ελληνική
21	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε		√		ελληνική
22	ΕΛΟΤ Α.Ε			√	ελληνική
23	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Α.Ε			√	ελληνική
24	ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ			√	ελληνική
25	ΕΡΙΚΙΝΟΝΙΑ BUSINESS COMMUNICATIONS NETWORK Α.Ε			√	ελληνική
26	ΙΝΤΕΡΜΠΙΕΤΟΝ ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ Α.Ε		√		ελληνική
27	INTRACOM Α.Ε		√		ελληνική
28	INTRALOT Α.Ε			√	ελληνική
29	JANSEN-CILAG ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.Β.Ε	√	√		θυγατρική
30	JOHNSON&JOHNSON ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε	√	√		θυγατρική
31	Κ.ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε	√			ελληνική
32	ΚΑΠΝΙΚΗ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε		√		θυγατρική
33	ΚΛΩΝΑΤΕΞ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε		√		ελληνική
34	ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε			√	ελληνική
35	LAMDA DEVELOPMENT Α.Ε		√		ελληνική
36	ΜΟΝΟΤΕΖ Α.Β.Ε.Ε		√		ελληνική
37	ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ Α.Ε		√		ελληνική
38	NOVARTIS HELLAS Α.Ε.Β.Ε		√		θυγατρική
39	Ο.Τ.Ε			√	ελληνική
40	ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ	√		√	ελληνική
41	ΠΡΟΚΤΕΡ&ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε	√			θυγατρική
42	ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ (ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL)		√		θυγατρική
43	S&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ Α.Ε		√		ελληνική
44	SHELL HELLAS Α.Ε	√			θυγατρική
45	ΣΗΜΑ Α.Τ.Ε.Μ.Ε			√	ελληνική

46	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ			√	ελληνική
47	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ			√	ελληνική
48	ΤΙΜ ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε	√		√	θυγατρική
49	TUV HELLAS A.E			√	θυγατρική
50	ΤΟΥΟΤΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	√			θυγατρική
51	TRADELINK A.E			√	ελληνική
52	ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΛΤΔ			√	ελληνική
53	FHL Η.ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ Α.Ε		√		ελληνική
54	ΦΑΓΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε		√		ελληνική
55	Q-PLAN BUILDING EXPERIENCE A.E			√	ελληνική
56	VODAFONE- ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ	√		√	θυγατρική
57	JOHNSON DIVERSEY ΕΛΛΑΣ Α.Ε	√			θυγατρική
58	ΧΑΛΥΨ-ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ		√		ελληνική
59	ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ			√	ελληνική
60	ΝΗΡΕΥΣ Α.Ε		√		ελληνική
61	COSMOTE	√		√	ελληνική
62	INFOTE			√	ελληνική

63	ALFA-ALFA HOLDINGS S.A			√	ελληνική
64	ALPHA MENTOR Ε.Π.Ε			√	ελληνική
65	BRAINSTORMING Ε.Π.Ε			√	ελληνική
66	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ Α.Ε			√	ελληνική
67	ΕΤΑΚΕΙ Α.Ε			√	ελληνική
68	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΖΗΡΙΑΗ Α.Ε			√	ελληνική
69	IBM HELLAS A.E	√		√	θυγατρική
70	ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ Ε.Π.Ε			√	ελληνική
71	INFORM Π. ΛΥΚΟΣ Α.Ε		√		ελληνική

72	MANPOWER TEAM A.E			√	ελληνική
73	NESTLE HELLAS A.E	√	√		θυγατρική
74	ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΟΥΜΑΤΟΣ	√	√		ελληνική
75	PRICEWATERHOUSE COOPERS			√	θυγατρική
76	SARA LEE COFFEE&TEA HELLAS A.E	√	√		θυγατρική
77	SCA HYGIENE PRODUCTS A.E	√			θυγατρική
78	CONNECTIVE COMMUNICATIONS			√	ελληνική
79	ΚΡΕΜΑΛΗΣ ΔΙΚΗΓΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ			√	ελληνική
80	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΤΕΧΝΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΑΜΑΞΩΝ			√	ελληνική
81	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ			√	ελληνική
82	QUALITY NET FOUNDATION			√	ελληνική

✓ Επιχειρήσεις που έχουν αναφορά στην Ε.Κ.Ε στην ιστοσελίδα τους και κοινωνικό απολογισμό

	ΕΤΑΙΡΙΑ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ Ε.Κ.Ε	Έχει στο site Ε.Κ.Ε	Κοινωνικός απολογισμός
1	ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ	2102898551 ΑΣΗΜΑΚΟΠΟΥΛΟΣ	Ναι	Ναι
2	Α.Ε Τσιμέντων TITAN		Ναι	Ναι
3	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε	ΑΙΝΗ ΜΙΧΑΗΛΙΔΟΥ 2310606204,651877	Όχι	Όχι
4	ΑΛΟΥΜΥΛ-ΜΥΛΩΝΑΣ Α.Ε	ΝΕΛΛΗ ΚΟΡΔΑ- ΜΥΛΩΝΑ 2108003400	Ναι	Ναι (?)
5	ΑΜΑCΟΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε	ΓΕΩΡΓ.ΖΟΥΜΠΙΟΣ 2104838710	Όχι	Όχι
6	ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε	ΓΙΑΝΝΑΡΑΚΗ ΣΟΦΙΑ (2109971515)	Ναι	Όχι
7	ΒΡ HELLAS A.E	ΣΑΡΑΝΤΗΣ	Ναι	Ναι

		ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ 2106887111		
8	BAYER CROPSCIENCE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	2106187500	Όχι	Όχι
9	BIBEXΡΩΜ Α.Ε	2105538712 ΧΡΙΣΤΑΤΟΥ	Ναι	Όχι
10	BRITISH AMERICAN TOBACCO HELLAS S.A	ΣΩΤΗΡΗΣ ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ	Ναι	Ναι
11	C&C INTERNATIONAL S.A (Group of companies)	2106889100	Όχι	Όχι
12	CHIPITA INTERNATIONAL S.A	2102885000 Ρούλα Βάλα-ΤΣΙΛΗ	Όχι	Ναι
13	COCA-COLA HELLAS Α.Ε	ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΣΙΔΕΡΗ 2106888000	Ναι	Ναι
14	COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε	ΒΑΣΙΛΗΣ ΛΩΛΑΣ 2106381700	Ναι	Ναι
15	COCO-MAT	ΝΙΚΟΥ 2106251971	Όχι	Ναι(?)
16	DHL INTERNATIONAL HELLAS S.A	2109890000	Ναι	Όχι
17	ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε	ΟΥΡΑΝΙΑ ΜΑΧΑΙΡΑ e-mail	Ναι	Ναι
18	EFG EUROBANK ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε	2103371062	Ναι	Ναι
19	ΕΚΟ-ΕΛΛΑ Α.Β.Ε.Ε	2107725429 ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	Όχι	Ναι
20	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε	210-5533000,5539000, 3236601	Ναι	Ναι
21	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε	ΚΩΝ/ΝΟΣ ΣΤΑΥΡΙΑΝΑΚΗΣ 2106205122 2107799622	Όχι	Όχι
22	ΕΛΟΤ Α.Ε		Όχι	Όχι
23	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Α.Ε	ΣΤΕΛΛΑ ΚΟΒΛΑΚΑ 2103250171	Ναι	Ναι
24	ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ	ΜΑΙΡΗ ΣΑΡΡΗ 2103615059	Όχι	Όχι
25	ΕΡΙΚΙΝΟΝΙΑ BUSINESS COMMUNICATIONS NETWORK Α.Ε	2106891524,6898593	Όχι	Όχι
26	ΙΝΤΕΡΜΠΙΕΤΟΝ ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ Α.Ε	2102591111,2591346	βλέπε TITAN	
27	INTRACOM Α.Ε	2106679000	Ναι	Ναι
28	INTRALOT Α.Ε		Ναι	Ναι
29	JANSSEN-CILAG ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.Β.Ε	ΦΟΥΝΤΟΥΛΑΚΗ 2106140061	Ναι	Όχι
30	JOHNSON&JOHNSON ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε	ΕΡΡΙΚΑ ΛΑΜΠΡΙΝΟΥ	Ναι	Ναι
31	Κ.ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε	ΠΑΝΑΓ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ 2102896632	Όχι	Όχι

32	ΚΑΙΠΝΙΚΗ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε		Όχι	Όχι
33	ΚΛΩΝΑΤΕΞ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε	ΓΙΕΜΕΝΕΤΖΗΣ 2531098513 ΛΑΜΠΑΔΑΡΙΟΥ ΚΑΤ. (2105708030)	Ναι	Όχι
34	ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε	8011132000	Όχι	Ναι
35	LAMDA DEVELOPMENT Α.Ε		Ναι	Ναι
36	ΜΟΝΟΤΕΖ Α.Β.Ε.Ε	2102819451,2894060	Όχι	Όχι
37	ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ Α.Ε	ΓΑΛΑΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ 2108094000	Ναι	Ναι
38	NOVARTIS HELLAS Α.Ε.Β.Ε	2102811712 ΓΙΑΧΝΗ	Όχι (Στο ευρω παϊκό έχει)	Ναι
39	Ο.Τ.Ε	ΝΤΕΠΗ ΤΖΙΜΕΑ (2106115122)	Ναι	Ναι
40	ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ	2106246000	Ναι	Ναι
41	ΠΡΟΚΤΕΡ&ΓΚΑΜΠΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε	ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΠΑΣΣΑΡΗ	Ναι	Ναι
42	ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ (ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ PHILLIP MORRIS INTERNATIONAL)	2104193000	Ναι	Ναι
43	S&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ Α.Ε	ΡΕΝΑ ΚΟΥΜΑΝΤΟΥ	Ναι	Ναι
44	SHELL HELLAS Α.Ε		Ναι	Ναι
45	ΣΗΜΑ Α.Τ.Ε.Μ.Ε	ΜΠΑΚΑΛΗΣ ΣΠΥΡΟΣ 2108210235,8210405	Ναι	Όχι
46	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ	ΓΙΑΝΝΗΣ ΣΤΑΥΡΟΥ e-mail	Όχι	Όχι
47	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ	2103237325	Ναι	Όχι
48	ΤΙΜ ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε	2106158367	Ναι	Ναι
49	TUV HELLAS Α.Ε	2106540195	Όχι	Όχι
50	ΤΟΥΟΤΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	2102808000	Ναι	Ναι
51	TRADELINK Α.Ε		Όχι	Όχι
52	ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΛΤΔ	ΝΑΤΑΣΑ ΚΙΟΥΡΚΑΚΙΩΤΗ 2106477492	Ναι	Ναι
53	FHL Η.ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ Α.Ε	ΗΛΙΑΣ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ 2521081360(Δράμα)	Όχι	Όχι
54	ΦΑΓΕ	2102892555	Ναι	Όχι
55	Q-PLAN BUILDING EXPERIENCE Α.Ε	Χ.ΤΑΠΕΙΝΟΣ 2107758306-7,7719000	Όχι	Όχι
56	VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ	ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΠΕΡΑΚΗΣ	Ναι	Ναι

57	JOHNSONDIVERSEY ΕΛΛΑΣ Α.Ε	2106385900	Ναι	Ναι
58	ΧΑΛΥΨ-ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ		Όχι	Όχι
59	ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ		Όχι	Όχι
60	ΝΗΡΕΥΣ Α.Ε		Όχι	Ναι
61	COSMOTE		Ναι	Ναι
62	INFOTE		Όχι	Όχι

63	ALFA-ALFA HOLDINGS S.A		Όχι	Όχι
64	ALPHA MENTOR Ε.Π.Ε		Ναι	Όχι
65	BRAINSTORMING Ε.Π.Ε		Όχι	Όχι
66	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ Α.Ε		Όχι	Όχι
67	ΕΤΑΚΕΙ Α.Ε		Όχι	Όχι
68	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΖΗΡΙΑΗ Α.Ε		Όχι	Όχι
69	IBM HELLAS Α.Ε		Όχι	Όχι
70	ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ Ε.Π.Ε		Όχι	Όχι
71	INFORM Π. ΛΥΚΟΣ Α.Ε		Ναι	Ναι
72	MANPOWER TEAM Α.Ε		Όχι	Όχι
73	NESTLE HELLAS Α.Ε		Ναι	Ναι
74	ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ		Όχι	Όχι
75	PRICEWATERHOUSE COOPERS		Όχι	Ναι
76	SARA LEE COFFEE&TEA HELLAS Α.Ε		Όχι	Όχι
77	SCA HYGIENE PRODUCTS Α.Ε		Όχι	Όχι
78	CONNECTIVE COMMUNICATIONS		Όχι	Όχι
79	ΚΡΕΜΑΛΗΣ ΔΙΚΗΓΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ		Όχι	Όχι
80	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΤΕΧΝΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΑΜΑΞΩΝ		Όχι	Όχι
81	ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ		Όχι	Όχι
82	QUALITY NET FOUNDATION		Ναι	Όχι

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

«ΑΡΧΕΣ, ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ, ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ, ΠΡΟΤΥΠΑ, ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ»

✓ “Global Compact” (Οικουμενικό Σύμφωνο)

Το **Global Compact** (www.unglobalcompact.org) είναι μια πρωτοβουλία του Γ. Γ. του Ο.Η.Ε. Κofi Annan που συζητήθηκε για πρώτη φορά στο Διεθνές Οικονομικό Φόρουμ του Νταβός το 1999 και στη συνέχεια παρουσιάστηκε τον Ιούλιο του 2000 σε 50 πολυεθνικές επιχειρήσεις και επιλεγμένες Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις στη Νέα Υόρκη.

Η πρωτοβουλία είναι ουσιαστικά επιβεβαίωση της αποδοχής εννέα δεδομένων αρχών για τα παρακάτω θέματα :

- Σεβασμός στα θεμελιώδη δικαιώματα του ανθρώπου
- Σεβασμός των εργασιακών δικαιωμάτων και ειδικότερα του συνδικαλισμού και της απαγόρευσης της παιδικής εργασίας
- Σεβασμός στην προστασία του περιβάλλοντος

Πρόσφατα, προστέθηκε και μια νέα αρχή: η καταπολέμηση της διαφθοράς σε όλες της τις μορφές, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας

Οι αρχές αυτές δεν είναι νέες δεσμεύσεις ή επιταγές. Αντίθετα θεωρούνται δεδομένες βάσει των διεθνών συνθηκών και αποτελούν σε μεγάλο βαθμό εθνικό δίκαιο στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Η εμπειρία έδειξε ότι το πιο κρίσιμο σημείο της δέσμευσης μιας επιχείρησης στις αρχές αυτές είναι η πλήρης υποστήριξη της διοίκησής της.

Στόχοι: Το Global Compact επιδιώκει δύο αλληλοσυμπληρούμενους στόχους. Ο πρώτος είναι η διεθνοποίηση του Συμφώνου και των αρχών του και η ένταξή τους στις επιχειρηματικές στρατηγικές και λειτουργίες και ο δεύτερος είναι η συνεργασία και επίλυση κοινών προβλημάτων στους διαφορετικούς επιχειρηματικούς τομείς και με τους διαφορετικούς φορείς.

Η διαδικασία ένταξης στην πρωτοβουλία, και στη συνέχεια η συμμετοχή, είναι απλή. Προϋποθέτει :

(α) Αποστολή επιστολής με ρητή έκφραση υιοθέτησης των δέκα αρχών

(β) Ανάλυση των εξής δύο υποχρεώσεων: (1) Σχετική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση επιλεγμένων από την επιχείρηση ομάδων stakeholders με ανακοινώσεις και δράσεις (Εκπαίδευση προσωπικού, δελτία τύπου, κοινωνικός απολογισμός, κ.ά.), (2) Αναφορά ενός τουλάχιστον παραδείγματος πρακτικής εφαρμογής ή μαθήματος από την προσπάθεια εφαρμογής μίας ή περισσότερων από τις δέκα αρχές κάθε χρόνο. Με την αναφορά αυτή η επιχείρηση συμμετέχει στο επίσημο δικτυακό τόπο και το Learning Forum που έχει δημιουργηθεί από τα Ηνωμένα Έθνη για τη μεταφορά εμπειριών και τη διάδοση καλών πρακτικών στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας.

Υπό το φως του στρατηγικού στόχου της Ευρώπης για το 2010, που τέθηκε από τους αρχηγούς κρατών στη συνάντηση της Λισσαβόνας τον Μάρτιο 2000,

και ειδικότερο στόχο την προώθηση και υιοθέτηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, τον Οκτώβριο του 2002 συνεστήθη το **European Multi-Stakeholder Forum-EMSF** (www.csforum.org) για περαιτέρω εξέταση, διαβούλευση και παρουσίαση προς την ΕΕ πρότασης για την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των εργαλείων και πρακτικών Ε.Κ.Ε. Στο Forum πήραν μέρος διάφοροι φορείς (εργασιακοί, επιχειρηματικοί, μη κυβερνητικές οργανώσεις κ.λ.π.), οι οποίοι χωρίστηκαν σε τέσσερα θεματικά εργαστήρια, κάθε ένα από τα οποία συναντήθηκε 3 φορές και εξέτασε τα εξής θέματα:

1. Improving knowledge about CSR and facilitating the exchange of experience and good practice
2. Fostering CSR among SMEs
3. Diversity, convergence and transparency of CSR practices and tools
4. Development aspects of CSR

Μετά την ολοκλήρωση των εργασιών, τα συμπεράσματα και οι προτάσεις των τεσσάρων αυτών θεματικών εργαστηρίων παρουσιάστηκαν στην Ε.Ε την 29η Ιουνίου 2004.

✓ CSR Europe

Το CSR Europe (<http://www.csreurope.org>) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που προωθεί την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Αποστολή του είναι να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να επιτύχουν κέρδος, βιώσιμη ανάπτυξη και ανθρώπινη πρόοδο ενσωματώνοντας την Ε.Κ.Ε στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους πρακτικής. Έχει 65 εταιρίες μέλη και 18 εθνικούς αντιπροσώπους, μέσω των οποίων φτάνει τις 1500 επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη.

Το CSR Europe ιδρύθηκε ως «Ευρωπαϊκό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή (European Business Network for Social Cohesion - EBNSC)» τον Ιανουάριο του 1996 στο Λονδίνο, στο πλαίσιο μιας επιχειρηματικής συνδιάσκεψης κατά την οποία 200 εκπρόσωποι σημαντικών εταιριών σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή έθεσαν σε εφαρμογή την Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού, υπό τον πρώην Πρόεδρο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Jacques Delors.

Οι επιχειρήσεις μέλη του CSR Europe έχουν δεσμευθεί να ακολουθήσουν τις ακόλουθες **αρχές** σαν ένα μέρος της επιχειρηματικής επιτυχίας:

- «Υπεύθυνους κώδικες συμπεριφοράς» μέσω της συνεισφοράς στην οικονομική και βιώσιμη ανάπτυξη των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν
- Εξασφάλιση στους εργαζόμενους υγιείς και ασφαλείς συνθήκες εργασίας, δίκαιες αποζημιώσεις και ίσες ευκαιρίες για απασχόληση και επαγγελματική εξέλιξη
- Ποιότητα και ασφαλή προϊόντα και υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές, ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών
- Ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων στο περιβάλλον και στους φυσικούς πόρους
- Διαφάνεια απέναντι στους stakeholders
- Καλή δομή διακυβέρνησης και υψηλά πρότυπα επιχειρηματικής ηθικής

Η δράση του CSR Europe επεκτείνεται κυρίως σε τέσσερις **άξονες**:

1. Διάλογος Stakeholder

2. Θεματικά πεδία (Themes)

- Επιχείρηση και ποικιλομορφία
- Επιχείρηση και ανθρώπινα δικαιώματα
- Έλεγχος και επικοινωνία
- Εκπαίδευση και δια βίου κατάρτιση
- Ενσωμάτωση πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
- Κοινωνικά Υπεύθυνες Επενδύσεις

3. Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Εκστρατεία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (European Business Campaign on Corporate Social Responsibility)

4. Ευρωπαϊκή Ακαδημία για την Επιχείρηση στην κοινωνία (European Academy of Business in Society)

✓ Social Accountability International (SAI)

Ο Social Accountability International- SAI (<http://cepaa.org>) ιδρύθηκε το 1997, ως μη κυβερνητικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός, με την αρχική ονομασία Council on Economic Priorities Accreditation Agency (CEPAA) με στόχο να προωθήσει θέματα σχετικά με τις συνθήκες εργασίας, σε παγκόσμιο επίπεδο. Το σημερινό του όνομα το πήρε το καλοκαίρι του 2000 οπότε και ο οργανισμός προσανατολίστηκε στην ανάπτυξη και στον έλεγχο της εθελοντικής εφαρμογής προτύπων.

Το πρώτο πρότυπο κοινωνικής υπευθυνότητας που αναπτύχθηκε είναι το SA8000, 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 επειδή 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 συμμετόχων, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων και των συνδικάτων, επιχειρήσεων, κοινωνικά ευαισθητοποιημένων επενδυτών, των μη κυβερνητικών οργανώσεων και της κυβέρνησης.
- Δημόσια αναφορά: Οι πιστοποιημένες με SA8000 εγκαταστάσεις ανακοινώνονται στην ιστοσελίδα της SAI. Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο 2^ο επίπεδο του Εταιρικού Προγράμματος Συμμετοχής SA8000 (CIP) είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύουν ετήσιες εκθέσεις προόδου που ελέγχονται από τον SAI.
- 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 *Ι.Ο* στη Διακήρυξη του ΟΗΕ για τα ανθρώπινα δικαιώματα

και τη Σύμβαση σχετικά με τα δικαιώματα του παιδιού. Τα βασικά στοιχεία του είναι: παιδική εργασία, καταναγκαστική εργασία, υγεία και ασφάλεια, ελευθερία του συνδικαλιζέσθαι και του δικαιώματος διαπραγμάτευσης, διάκριση, πειθαρχία, ώρες απασχόλησης, αμοιβές και συστήματα διαχείρισης.

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.

✓ Πρότυπο AA1000

Ο Accountability (<http://www.accountability.org.uk>) είναι ένας διεθνής οργανισμός που ιδρύθηκε το 1996, με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο. Στόχος του οργανισμού είναι να ενισχύσει την Κοινωνική Ευθύνη και την ηθική συμπεριφορά των επιχειρήσεων αλλά και των μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Έχοντας και ο ίδιος αναγνωρίσει τις δυσκολίες που αντιμετωπίζονται κατά τη σύνταξη και δημοσιοποίηση εταιρικών κοινωνικών και ηθικών δηλώσεων, κυρίως εξαιτίας της έλλειψης ανάλογων προτύπων, προσπαθεί να συμβάλει στην κάλυψη του κενού που υπάρχει και να συνεισφέρει στην επίλυση των προβλημάτων. Στο πλαίσιο αυτό ο Accountability εξέδωσε το πρότυπο AA1000, σε τελική αναθεωρημένη μορφή, το Μάρτιο του 2003.

Το πρότυπο καλύπτει την ανάγκη για μια ενιαία προσέγγιση στην αντιμετώπιση των ποιοτικών και ποσοτικών δεδομένων που συνιστούν την αειφορία της επιχείρησης καθώς και των συστημάτων που υποστηρίζουν τα δεδομένα για την περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση. Συμπληρώνει επίσης τις οδηγίες του GRI και άλλες τυποποιημένες προσεγγίσεις που αναφέρονται στην κοινοποίηση (reporting).

Το πρότυπο AA1000 βασίζεται στην αξιολόγηση των αναφορών ως προς τρία κριτήρια (αρχές) πιστοποίησης: πληρότητα, επάρκεια και ακρίβεια, ανταπόκριση.

✓ WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)

Ο WBCSD (www.wbcsd.org) ιδρύθηκε το 1995 και είναι ένας συνασπισμός από 150 διεθνείς επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν ως στόχο και ως δέσμευση την προσπάθεια για αειφόρο ανάπτυξη. Οι επιχειρήσεις αυτές προέρχονται από 30 χώρες και 20 κύριους τομείς της οικονομίας. Ο WBCSD επιδιώκει την ανάπτυξη στενότερης συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων, της κυβέρνησης και όλων των άλλων οργανώσεων που σχετίζονται με το περιβάλλον και τη βιώσιμη ανάπτυξη (Οικο-αποδοτικότητα, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αειφορία στην Αγορά, Κλίμα και Ενέργεια, Φυσικοί Πόροι, Εμπόριο και Περιβάλλον, κλπ).

Ο οργανισμός διοικείται από ένα συμβούλιο ανώτατων στελεχών των επιχειρήσεων - μελών του. Το συμβούλιο συνέρχεται ετησίως για τον καθορισμό των προτεραιοτήτων και τη συζήτηση των στρατηγικών θεμάτων που συνδέονται με την αειφόρο ανάπτυξη. Για θέματα καθημερινής διοίκησης του WBCSD υπάρχει ο Πρόεδρος του οργανισμού και η Γραμματεία, που βρίσκονται στη Γενεύη.

Ως αποστολή του ο οργανισμός προβάλλει το να αποτελέσει ο ίδιος για τις επιχειρήσεις τον καταλύτη για την αλλαγή προς την βιώσιμη ανάπτυξη και να

προάγει την οικο-αποδοτικότητα, την καινοτομία και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Με βάση αυτή την αφοσίωση, οι στόχοι και οι στρατηγικές κατευθύνσεις του οργανισμού είναι:

- Οι ηγεσίες των επιχειρήσεων, στις οποίες επιδιώκει να είναι σύμβουλος σε όλα τα θέματα που συνδέονται με την αειφόρο ανάπτυξη.
- Η ανάπτυξη πολιτικής, στην οποία να συμβάλει με στόχο τη δημιουργία ενός κοινού πλαισίου που θα επιτρέπει στις επιχειρήσεις να συνεισφέρουν αποτελεσματικά στην αειφόρο ανάπτυξη.
- Βέλτιστη πρακτική, πάνω σε θέματα διαχείρισης περιβάλλοντος, φυσικών πόρων και Ε.Κ.Ε και τη διάχυση αυτής της πρακτικής στα μέλη του οργανισμού.
- Παγκόσμια προσέγγιση, με συνεισφορά στο βιώσιμο μέλλον των αναπτυσσόμενων κρατών.

✓ Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου-EMAS

Σκοπός του EMAS είναι η προώθηση της συνεχούς βελτίωσης των περιβαλλοντικών επιδόσεων των οργανισμών μέσω:

- Κατάρτιση και εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ)
- Συστηματικής, αντικειμενικής και περιοδικής αξιολόγησης των επιδόσεων των ΣΠΔ
- Ενημέρωση κοινού και άλλων ενδιαφερόμενων ως προς τις περιβαλλοντικές επιδόσεις
- Ενεργούς συμμετοχής των εργαζομένων και κατάλληλης εκπαίδευσης-διαρκούς επιμόρφωσης

Οι οργανισμοί που επιθυμούν να συμμετέχουν στο EMAS θα πρέπει (βλ. Άρθρο 3 του Κανονισμού) να συντάσσουν περιβαλλοντική δήλωση, ακολουθώντας ορισμένες προϋποθέσεις και να τις διαβιβάζουν στον αρμόδιο φορέα του κράτους μέλους στο οποίο έχει την έδρα του ο οργανισμός και ο οποίος για την Ελλάδα είναι το Ε.Σ.Υ.Δ., ο οποίος τους χορηγεί τη διαπίστευση. Η περιβαλλοντική δήλωση αποτελεί εργαλείο επικοινωνίας και διαλόγου με τους ενδιαφερομένους όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιδόσεις, οπότε κατά την κατάρτιση και το σχεδιασμό της ο οργανισμός θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες ενημέρωσης του κοινού και των άλλων ενδιαφερομένων.

Οι ελάχιστες απαιτήσεις όσον αφορά τις εν λόγω πληροφορίες είναι οι εξής:

1. Κατανοητή και σαφής περιγραφή του οργανισμού, σύννομη των δραστηριοτήτων, προϊόντων και υπηρεσιών του καθώς και, κατά περίπτωση, των σχέσεων του με τυχόν μητρικό οργανισμό,
2. Η περιβαλλοντική πολιτική και μια σύντομη περιγραφή του συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης του οργανισμού,
3. Περιγραφή όλων των σημαντικών άμεσων και έμμεσων περιβαλλοντικών πτυχών του οργανισμού οι οποίες έχουν σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και επεξήγηση της φύσης της επίπτωσης που σχετίζεται με αυτές τις πτυχές
4. Περιγραφή των περιβαλλοντικών σκοπών και στόχων σε σχέση με τις σημαντικές περιβαλλοντικές πτυχές και επιπτώσεις,

5. Σύνοψη των διαθέσιμων στοιχείων σχετικά με την επίδοση του οργανισμού σε σύγκριση προς τους περιβαλλοντικούς σκοπούς και στόχους του που συνδέονται με τη σημαντική περιβαλλοντική επίπτωση του. Τα στοιχεία επιτρέπουν την ετήσια σύγκριση για την αξιολόγηση της εξέλιξης της περιβαλλοντικής επίδοσης του οργανισμού,
6. Άλλοι παράγοντες που αφορούν την περιβαλλοντική επίδοση συμπεριλαμβανομένης της επίδοσης σε σχέση με τις νομοθετικές διατάξεις όσον αφορά τις σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους,
7. Ονοματεπώνυμο και αριθμός διαπίστευσης του επαληθευτή περιβάλλοντος και ημερομηνία επικύρωσης.

Φυσικά, ο κανονισμός δίνει με πλήρη λεπτομέρεια πολλά ακόμη στοιχεία για το περιεχόμενο και τον τρόπο σύνταξης της περιβαλλοντικής δήλωσης.

✓ Πλαίσιο για την Ε.Κ.Ε από το EFQM

Ο EFQM (European Foundation for Quality Management) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός στην Ευρώπη για επιχειρήσεις που επιδιώκουν την υπεροχή στην αγορά και στον οργανισμό τους. Συστάθηκε το 1989 από ανώτερους διευθυντές διακεκριμένων επιχειρήσεων στην Ευρώπη και αριθμεί 700 μέλη και συνεργάτες. Μέσω οδηγιών βοηθάει τις επιχειρήσεις να πετύχουν και να μετρήσουν την επιτυχία τους.

Τον Απρίλιο 2004 παρουσίασε το νέο πλαίσιο για την Ε.Κ.Ε (EFQM Framework for CSR) που ανέπτυξε στη βάση του Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας και που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αριστεύουν στην Κοινωνική Ευθύνη, η οποία ενσωματώνεται σε μια συνολική προσέγγιση της επιχειρηματικής αριστείας (Business Excellence).

Με την ένταξη της Κοινωνικής Ευθύνης στην συνολική επιχειρηματική στρατηγική και τις διαδικασίες διαχείρισης, οι επιχειρήσεις μπορούν να έχουν θετικές επιπτώσεις στην κοινωνία και το περιβάλλον ενώ συγχρόνως θα βελτιώνουν τη φήμη τους και τα οικονομικά τους αποτελέσματα.

Περισσότερες πληροφορίες στην ιστοσελίδα του EFQM (www.efqm.org) και στο αρχείο του οργανισμού “EFQM Framework for CSR”.

✓ Κατευθυντήριες γραμμές ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ, Organisation for Economic Cooperation and Development -OECD) προέκυψε από τον Οργανισμό Ευρωπαϊκής Οικονομικής Συνεργασίας (Organisation for European Economic Co-operation, OEEC) που ιδρύθηκε το 1947 με την υποστήριξη των ΗΠΑ και του Καναδά προκειμένου να εναρμονιστούν με το σχέδιο Marshall για αναδιάρθρωση της Ευρώπης μετά τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο. Ο ΟΟΣΑ ανέλαβε τα ηνία το 1961 και από τότε έχει ως αποστολή του να βοηθήσει τις κυβερνήσεις να πετύχουν βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, απασχολησιμότητα και καλύτερα επίπεδα ζωής στις χώρες μέλη, ενώ παράλληλα να διατηρείται οικονομική σταθερότητα, με αυτόν τον τρόπο συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας.

Η παγκοσμιοποίηση είναι το κύριο πεδίο δραστηριοποίησης του οργανισμού προσπαθώντας να αναλύσει πώς διάφορες μεμονωμένες εθνικές πολιτικές

συσχετίζονται μεταξύ τους. Αυτό αντικατοπτρίζεται στα θέματα που έχει αναλάβει περί βιώσιμης ανάπτυξης, προσεγγίζοντας περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές ανησυχίες στα πλαίσια των εθνικών συνόρων προκειμένου να υπάρξει καλύτερη κατανόηση και επίλυση των προβλημάτων που σχετίζονται με αυτή.

Έτσι, για πάνω από 40 χρόνια, ο ΟΟΣΑ είναι παγκοσμίως μια από τις μεγαλύτερες και πιο αξιόπιστες πηγές συγκρίσιμων στατιστικών οικονομικών και κοινωνικών δεδομένων. Οι κυβερνήσεις μπορούν να συγκρίνουν τις εμπειρίες πολιτικών δραστηριοτήτων, να αναζητήσουν απαντήσεις στα συνήθη προβλήματά τους, να αναγνωρίσουν καλές πρακτικές και να εξισορροπήσουν εθνικές και διεθνείς πολιτικές.

Ο οργανισμός επίσης διευρύνει τη σχέση του με την κοινωνία των πολιτών. Αν και αρχικά επικεντρώθηκε στις σχέσεις με τις επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους, τώρα περιλαμβάνει στο πεδίο δράσης του και μη κυβερνητικούς οργανισμούς, καθώς προσκαλεί το ευρύ κοινό να αξιολογήσει τις διάφορες πτυχές των εργασιών του.

Όλες οι προσπάθειες αυτές έχουν καταστήσει τον ΟΟΣΑ ένα πιο αποδοτικό εργαλείο για διεθνή συνεργασία.

Όσον αφορά τις οδηγίες που έχει εκδώσει ο ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις (OECD Guidelines for Multinational Enterprises) από το 1976 (αναθεωρήθηκαν τον Ιούνιο 2000), πρόκειται για προτάσεις (συστάσεις) των κυβερνήσεων στις πολυεθνικές επιχειρήσεις και είναι εθελοντικές αρχές και πρότυπα. Οι κυβερνήσεις ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις που λειτουργούν στις χώρες μέλη να εφαρμόσουν τις οδηγίες αυτές.

Περισσότερες πληροφορίες στην ιστοσελίδα του οργανισμού (www.oecd.gr) και στα αρχεία: Proposed revision to Annex I of the Declaration on International Investment and Multinational enterprises, “OECD Guidelines for Multinational Enterprises” και “The OECD Guidelines and Other Corporate Responsibility Instruments: A Comparison” By Kathryn Gordon (December 2001).

Table 1: Inclusion of Economic Impacts/Performance by Standards

STANDARD	ASPECT		
	Economic	Social	Environmental
Aspirational Principles and Codes of Practice			
Amnesty International Human Rights Guidelines for Companies	✓	✓✓	-
APEC Code of Business Conduct	✓	✓	✓
Balanced Business Scorecard	✓	✓	-
Caux Principles for Business	-	✓	-
ECCR/ICCR	-	✓	-
Ethical Trading Initiative (ETI)	✓	✓✓✓	-
Global Sullivan Principles	✓	✓✓	-
OECD Guidelines for Multinational Enterprises	✓	✓	-
The Natural Step	✓	✓	✓✓✓
UN Global Compact	✓	✓	✓
WHO/UNICEF Breastmilk	-	✓✓	-
Management Systems and Certification Schemes			
EFQM Business Excellence Model	✓	✓✓	✓✓
EMAS	-	-	✓✓✓
EU Eco-label	-	✓	✓✓
Forestry Stewardship Council (FSC)	-	✓	✓✓
ISO9000	✓	✓	✓
ISO14001	-	-	✓✓
SA8000	-	✓✓	-
Sigma	✓	✓✓✓	✓✓✓
Rating Indices			
Arese Sustainable Performance Indices (ASPI)	✓	✓✓	✓✓
Dow Jones Sustainability Index (DJSI)	✓	✓✓	✓✓
FTSE4Good	✓	✓✓	✓✓
Accountability and Reporting Frameworks			
AA1000S	✓	✓✓✓	✓
GRI	✓✓	✓✓✓	✓✓✓

KEY

- ✓✓✓ Inclusion, with extensive coverage
- ✓✓ Inclusion, with some coverage
- ✓ Inclusion, with minimum reference
- No inclusion

Table 2: Geographic, Sector, and Business Process Scope

STANDARD	COMPANIES ELIGIBLE		SCOPE OF OPERATIONAL COVERAGE			
	Companies covered	Sectors covered	Stakeholder focus	Business function	Operations coverage	Main areas take up so far
Aspirational Principles and Codes of Practice						
Amnesty	Global	All	Local communities, staff	Personnel, security	Global	NI
APEC Code of Business Conduct	Global	All	Broad	All	Global	Asia-Pacific
Balanced Business Scorecard	Global	All	Shareholders, customers, and employees	All	Global	U.K. and U.S.A
Caux Principles for Business	Global	All	Broad	All	Global	n/a
ECCR/ICCR	Global	All	Communities, employees, customers, suppliers and contractors governance and the environment	All	Global	n/a
ETI	Companies selling to U.K. markets	Manufacturing	Staff in supply chains	Sourcing	Global supply chains	U.K. clothing and food retailers
Global Sullivan Principles	Global (includes nonprofits and public bodies)	All	Staff, local communities	Employment, community investment	Global	U.S. organisations
OECD Guidelines for MNEs	OECD based multi-nationals companies	All	Broad	All	Global	n/a
The Natural Step	Global	All	Broad	All	Global	NI
UN Global Compact	Global	All	Broad	All	Global	NI
WHO / UNICEF Breastmilk	Global	Food, Healthcare	Customers	Marketing	Global	n/a
Management Systems and Certification Schemes						
EFQM	European (includes nonprofit and public bodies)	All	Employees, customers and shareholders	All	Global	Europe
EMAS	European (includes nonprofit and public bodies)	Industrial Focus	n/a	Manufacturing	Global	NI
EU Eco-label	Companies selling to European markets	Limited range of consumer products	n/a	Product, design, manufacture, and disposal	Product-based	NI
FSC	Global	Forestry and wood products	Local communities, staff, and the environment	Forest management	Product-based	NI
ISO9000	Global (includes nonprofit and public bodies)	All	Suppliers	Environmental management	Global	U.K., SE Asia, and Australia
ISO14001	Global (includes nonprofit and public bodies)	All	Customers, staff and suppliers	Quality	Global	U.K., SE Asia, and Australia
SA8000	Global	Manufacturing	Staff	Employment	Site based	Clothing, and toy manufacturers in China
Sigma	U.K.	All	Broad	Employment	Site based	n/a (piloting)

STANDARD	COMPANIES ELIGIBLE		SCOPE OF OPERATIONAL COVERAGE			
	Companies covered	Sectors covered	Stakeholder focus	Business function	Operations coverage	Main areas take up so far
Rating Indices						
ASPI	European quoted companies	All	Community, customers, suppliers and employees	All	Global	n/a
DJGSI	Dow Jones quoted companies	All - with some exclusions	Staff in supply chains, local communities	All	Global	n/a
FTSE4Good	FTSE quoted companies	All - with some exclusions	Staff in supply chains, local communities	All	Global	n/a
Accountability and Reporting Frameworks						
AA1005	Global (includes nonprofit and public bodies)	All	Broad	Stakeholder engagement, risk and governance, assurance	Global	n/a
GRI	Global	All	Broad	Reporting	Global	n/a
KEY	n/a	Not applicable				
	NI	No information available				

*Πίνακες 1,2 από: Accountability and Business for Social Responsibility with Brody Weiser Burns, “Business and economic development: the impact of corporate responsibility standards and practices”, Insights from recent experiences, June 2003

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

«ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ»

Τα τελευταία χρόνια, οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις (Socially Responsible Investment, SRI) έχουν γνωρίσει μεγάλη δημοτικότητα μεταξύ των επενδυτών γενικής φύσης. Τέτοιες επενδύσεις συνδυάζουν τους οικονομικούς στόχους των επενδυτών με τις ανησυχίες τους για περιβαλλοντικά, κοινωνικά και ηθικά ζητήματα. Παρατηρείται δηλαδή μια στροφή των επενδυτών σε επενδύσεις με κοινωνική ευαισθησία, ενώ παράλληλα υπάρχει μια αποστροφή τους προς επενδύσεις που συνδέονται με κοινωνική αναληψία. Η στροφή αυτή των επενδυτών ήταν επακόλουθο της μεταστροφής της κοινής γνώμης και ειδικότερα των καταναλωτών προς εταιρίες και προϊόντα που συνδυάζονται έμπρακτα με κοινωνική προσφορά και ευαισθησία. Επίσης, οι κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες πολιτικές παρέχουν μία καλή ένδειξη στους επενδυτές σχετικά με την ορθή εσωτερική και εξωτερική διαχείριση των επιχειρήσεων.

Καθώς στην Ευρώπη αυξάνεται ραγδαία η ζήτηση για κεφάλαια κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων, οι κανονικοί επενδυτικοί οίκοι ανταποκρίνονται προσφέροντας περισσότερα τέτοια κεφάλαια. Παρά ταύτα, έως σήμερα έχουν δημοσιευθεί λίγες πληροφορίες σχετικά με τον αριθμό, το μέγεθος και τις επιδόσεις τους, εκτός από το Ηνωμένο Βασίλειο όπου οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις αποτελούν το 5% όλου του επενδεδυμένου κεφαλαίου.

Υπάρχουν δύο είδη αγορών κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων, που συνδέονται με διαφορετικούς τύπους κοινωνικά υπεύθυνων επενδυτών, οι λιανικής πώλησης που αφορούν μεμονωμένους επενδυτές και οι θεσμικές επενδύσεις που αναφέρονται σε συγκεκριμένο πλαίσιο SRI. Οι δύο κύριες προσεγγίσεις για τους θεσμικούς επενδυτές για να ακολουθήσουν τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες τους είναι με τη διαλογή των επιχειρήσεων προς επένδυση ή μέσω της δέσμευσης συμμετόχων. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τη διαλογή, τα κοινωνικά υπεύθυνα επενδυτικά κεφάλαια επενδύονται σε εταιρείες που συμμορφώνονται με συγκεκριμένα κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια. Τα κριτήρια μπορούν να είναι αρνητικής φύσης, όπως π.χ. όταν βάσει αυτών εξαιρούνται οι βιομηχανίες καπνού και οινοπνευματωδών ποτών και στρατιωτικού εξοπλισμού. Όμως, τα κριτήρια μπορούν να είναι και θετικά, όταν καλύπτουν εταιρείες με κοινωνική και περιβαλλοντική προορατικότητα. Επίσης, μια σημαντική επιλογή για τους επενδυτές είναι να υιοθετήσουν μία στάση ακτιβισμού ως παράγοντες, έτσι ώστε να ωθήσουν τη διοίκηση μιας εταιρείας να υιοθετήσει κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές. Ο ακτιβισμός των ενδιαφερόμενων παραγόντων αναμένεται ότι θα αυξηθεί σε συνάρτηση με τη σημασία που δίνεται στα θέματα εταιρικής διακυβέρνησης και την ανάπτυξη των συνταξιοδοτικών ταμείων.

Υπάρχουν διάφορα SRI προϊόντα και μηχανισμοί, μερικά από τα οποία παρατίθενται κατωτέρω:

- Αμοιβαία κεφάλαια κοινωνικής υπευθυνότητας

Τα αμοιβαία κεφάλαια κοινωνικής υπευθυνότητας καταλαμβάνουν όλο και μεγαλύτερο τμήμα των επενδυτικών χαρτοφυλακίων, θεσμικών και μη. Στις ΗΠΑ, ο

αριθμός αυτών των αμοιβαίων ανέρχεται στα 200 και το ενεργητικό τους υπολογίζεται γύρω στα 151 δισεκατομμύρια δολάρια.

Τα αμοιβαία αυτά κεφάλαια επενδύουν σε μετοχές και ομόλογα εταιριών που έχουν δείξει έμπρακτα δείγματα καλής κοινωνικής συμπεριφοράς και στάσης. Ειδικότερα, οι εταιρίες αυτές έχουν καλές σχέσεις με το εξωτερικό κοινωνικό περιβάλλον τους (προγράμματα κοινωνικής παρέμβασης, προγράμματα συνεχούς και συνεπούς πληροφόρησης των καταναλωτών, επιλογή των προμηθευτών τους με αυστηρά κοινωνικά κριτήρια), δημιουργούν σωστές εργασιακές σχέσεις και υιοθετούν φιλικές για το περιβάλλον πρακτικές.

Τα αμοιβαία κεφάλαια κοινωνικής υπευθυνότητας δεν τοποθετούνται επενδυτικά σε καπνοβιομηχανίες, εταιρίες αλκοολούχων ποτών, καζίνα, εταιρίες όπλων (συμβατικών και πυρηνικών), εταιρίες παραγωγής πυρηνικής ενέργειας και εταιρίες παραγωγής μεταλλαγμένων προϊόντων.

Μπορούν να διακριθούν σε:

α) Οικολογικά Αμοιβαία Κεφάλαια (Environmental/ Green Funds), όπου το χαρτοφυλάκιό τους είναι τοποθετημένο σε εταιρίες που παράγουν οικολογικά προϊόντα ή που εφαρμόζουν ως επί το πλείστον οικολογικές μεθόδους παραγωγής. Χαρακτηριστικό αμοιβαίο κεφάλαιο της κατηγορίας αυτής είναι το Green Century Equity Fund.

β) Κοινωνικά Αμοιβαία Κεφάλαια (Social Funds), όπου το χαρτοφυλάκιό τους είναι τοποθετημένο σε εταιρίες με κοινωνική υπευθυνότητα πάνω σε θέματα κοινωνικής παρέμβασης, οικολογικής συνείδησης και εργασιακών σχέσεων. Χαρακτηριστικό αμοιβαίο κεφάλαιο της κατηγορίας αυτής είναι το Domini Social Equity Fund (DSEF).

Στην Ελλάδα υπάρχουν εταιρίες, ιδιωτικές και δημόσιες, που πραγματοποιούν επενδυτικά προγράμματα με κοινωνικό και οικολογικό χαρακτήρα. Η δράση αυτή μπορεί να μετατραπεί σε μία υπολογίσιμη οικονομική αξία, αν οι βασικές δυνάμεις της αγοράς και της οικονομίας στρέψουν το ενδιαφέρον τους σε επενδύσεις με κοινωνική ευαισθησία, επηρεάζοντας έμμεσα τις επιλογές του επενδυτικού κοινού. Στη δράση αυτή μπορεί να συνηγορήσει και η αλλαγή της στάσης των πολιτών, καταναλωτών και επενδυτών, έναντι των επιχειρήσεων από απαθή σε όλο και πιο απαιτητική πάνω σε θέματα οικολογικής και κοινωνικής συνείδησης.

- Συνταξιοδοτικά κεφάλαια

Ένας αυξανόμενος αριθμός συνταξιοδοτικών κεφαλαίων επενδύει μέρος των χρημάτων τους σύμφωνα με κοινωνικά υπεύθυνα κριτήρια. Πολλά κράτη μέλη (Βέλγιο, Γερμανία, Γαλλία, Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο) έχουν εκδώσει κανονισμούς κοινοποίησης απαιτώντας τα συνταξιοδοτικά κεφάλαια να δηλώνουν εάν και πώς λαμβάνουν υπόψη τα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και ηθικά κριτήρια στις αποφάσεις επένδυσής τους. Αν και τέτοια νομοθεσία δεν υποχρεώνει τους επιτρόπους συνταξιοδοτικών κεφαλαίων να υιοθετήσουν τις πολιτικές SRI, αυξάνει όμως τη διαφάνειά τους στο ζήτημα.

- Δείκτες βιωσιμότητας

Η αποδοτικότητα της εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας και προσφοράς μπορεί να αξιολογηθεί μέσω της εξέλιξης των διεθνών χρηματιστηριακών δεικτών,

όπως ο δείκτης Citizens Index και παλαιότερα οι δείκτες Good Money Industrial Average (βιομηχανικός δείκτης κοινωνικής ευαισθησίας) και Good Money Utility Average (δείκτης κοινωνικής ευαισθησίας εταιριών κοινής ωφέλειας).

Ειδικότερα, το 1976, ο καθηγητής Ritchie Lowry του τμήματος κοινωνιολογίας του Boston College προχώρησε στη δημιουργία του δείκτη Good Money Industrial Average (GMIA), που αποτελούνταν από 30 εταιρίες (Procter & Gamble, Johnson & Johnson, Microsoft, BE Aerospace, Chevron, First Virginia Bank, US West Communications κ.ά.). Οι εταιρίες αυτές επιλέχθηκαν με κριτήριο την κοινωνική επίδοσή τους σε τομείς όπως η προστασία του περιβάλλοντος, οι επενδύσεις σε θέματα ασφάλειας των καταναλωτών και η δημιουργία σωστών εργασιακών σχέσεων στο εσωτερικό τους. Κατόπιν, με βάση τα ίδια κριτήρια και με στόχο να αξιολογήσει και τον βαθμό κοινωνικής ευαισθησίας του κλάδου της ενέργειας, του φυσικού αερίου και της ύδρευσης, ο ίδιος καθηγητής προχώρησε και στη δημιουργία του δείκτη Good Money Utility Average (GMUA), όπου συμμετείχαν 15 εταιρίες κοινής ωφέλειας (LG & E Energy, Consolidated Natural Gas, United Water Resources κ.ά.). Ο χρηματιστηριακός δείκτης GMIA από το 1976 μέχρι το 2000 παρουσίασε θετική μεταβολή της τάξεως του 2.012,7%, σχεδόν υπερδιπλάσια της μεταβολής του δείκτη Dow Jones Industrial Average που για την ίδια περίοδο ήταν 973,7%. Αναλόγως, ο δείκτης GMUA για την ίδια χρονική περίοδο παρουσίασε θετική μεταβολή 454,7%, ενώ ο δείκτης Dow Jones Utility Average μεταβλήθηκε κατά 280,3%. Οι παραπάνω δείκτες σταμάτησαν τη λειτουργία τους το 2001 λόγω του κλίματος της οικονομικής αστάθειας που επικρατούσε τότε.

Ο δείκτης Citizens Index ξεκίνησε τη λειτουργία του στις 31/12/1994 και αποτελείται από 300 κορυφαίες εταιρίες (Microsoft, Pfizer, Citigroup, Intel, Cisco, Johnson & Johnson, Coca-Cola, Verizon Communications, Dell, κ.ά.) με οικονομική ευρωστία και ενδεδειγμένα δείγματα κοινωνικής υπευθυνότητας. Οι εταιρίες αυτές επιλέχθηκαν με κοινωνικά κριτήρια όπως:

- α) Εφαρμογή περιβαλλοντικών πολιτικών στην παραγωγική διαδικασία.
- α) Σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα (π.χ. αποφυγή απασχόλησης παιδιών στην παραγωγική διαδικασία).
- α) Σεβασμός στην ισότητα και στη διαφορετικότητα (π.χ. όπως αποφυγή διακρίσεων με επίκεντρο το φύλο ή το χρώμα).
- α) Ικανοποιητικές εργασιακές σχέσεις (κανόνες ασφάλειας κατά την εργασία, κίνητρα για το προσωπικό κ.ά.).
- α) Αρεστές σχέσεις με την τοπική κοινωνία.
- α) Αποφυγή χρησιμοποίησης πειραματόζωων (Animal Testing).

Από τον δείκτη αποκλείονται καπνοβιομηχανίες, εταιρίες αλκοολούχων ποτών, όπλων καθώς και εταιρίες προμηθευτές υλικών για παραγωγή πυρηνικών όπλων και πυρηνικής ενέργειας.

Πρόσφατα, έχουν εισαχθεί διάφοροι δείκτες ηθικής επένδυσης και βιώσιμης ανάπτυξης, όπως ο Dow Jones Sustainability Index, ο FTSE4 Good, ο Domini 400 Social Index και ο Ethibel Sustainability Index. Αυτοί οι δείκτες σχεδιάζονται για να απεικονίσουν και να αξιολογήσουν την απόδοση κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων, δηλαδή επενδύσεις στις επιχειρήσεις που προσπαθούν να γίνουν πιο βιώσιμες. Οι δείκτες μπορούν να διαδραματίσουν χρήσιμο ρόλο στην κατανόηση της σχέσης μεταξύ SRI κεφαλαίων και χρηματοοικονομικής απόδοσης και έτσι να διευκολύνουν την εφαρμογή SRI. Μερικοί κοινωνικοί δείκτες είναι βασισμένοι σε κριτήρια αποκλεισμού (π.χ. δεν περιλαμβάνουν επιχειρήσεις καπνού, οινοπνεύματος, όπλων,

βιομηχανίες πυρηνικής ενέργειας), ενώ άλλοι εξετάζουν επίσης τη γενική απόδοση μιας επιχείρησης στην Ε.Κ.Ε. Για παράδειγμα, ο δείκτης FTSE4Good, που καθιέρωσε ο όμιλος FTSE το 2001, αποκλείει εντελώς από τις τάξεις του τους παραγωγούς καπνού, τους κατασκευαστές οπλικών συστημάτων, τους κατόχους σταθμών πυρηνικής ενέργειας και τις εταιρίες που εμπλέκονται στην εξόρυξη και την επεξεργασία ουρανίου. Βρίσκεται μάλιστα, σε βάση που προωθεί την επιβολή ακόμη αυστηρότερων κριτηρίων, σε τέτοιο βαθμό που το 50% των εταιριών που περιλαμβάνει κινδυνεύουν να αποκλειστούν.

Συνθήκες που προωθούν τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις

Η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την απόδοση SRI και τα διαφανή κριτήρια που καθορίζουν τις SRI και τις καθαρές και ομογενείς μεθοδολογίες αξιολόγησης είναι μερικοί από τους βασικούς λόγους που παρεμποδίζουν την ανάπτυξη των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων.

Επίσης, επειδή τόσο οι μεθοδολογίες έρευνας και αξιολόγησης όσο και τα κριτήρια διαλογής που χρησιμοποιούνται από εκτιμητικές αντιπροσωπείες και άλλους οργανισμούς ουσιαστικά ποικίλουν, υπάρχει άμεση ανάγκη για βελτίωση της ποιότητάς τους, της αξιοπιστίας και της διαφάνειας και για εξασφάλιση του επαγγελματισμού των μη-οικονομικών αναλυτών που ελέγχουν την ακρίβεια των δεδομένων εισόδου, των διαδικασιών αξιολόγησης και των αποτελεσμάτων.

Για περαιτέρω ανάπτυξη των SRI, πρέπει να αυξηθεί η συνειδητοποίηση μεταξύ των επικρατούντων επενδυτών, λιανικών και θεσμικών. Είναι σημαντικό να καταδειχθεί ότι οι SRI προσφέρουν τα ίδια επίπεδα επιστροφών και κινδύνων όπως οι επικρατούσες επενδύσεις.

Επιπλέον, η διαφάνεια και η υπευθυνότητα είναι σημαντικές πτυχές που ενισχύουν την αξιοπιστία των SRI και επομένως την περαιτέρω ανάπτυξή τους. Όσο η προσφορά των λιανικών SRI κεφαλαίων διαφοροποιείται και οι μεθοδολογίες διαλογής γίνονται πιο σύνθετες, υπάρχει ανάγκη για περισσότερη διαφάνεια και υπευθυνότητα στη λιανική αγορά SRI όσον αφορά τις μεθόδους και τις πηγές πληροφοριών που χρησιμοποιούνται για να αξιολογήσουν την απόδοση των επιχειρήσεων, τα κριτήρια διαλογής και τον έλεγχο του σεβασμού της πολιτικής για επένδυση. Η διαφάνεια είναι επίσης απαραίτητη και για τα συνταξιοδοτικά κεφάλαια, για τα οποία είναι διαθέσιμες ακόμα λίγες πληροφορίες ως προς το τι ποσοστό είναι επενδυμένο με βάση τα SRI κριτήρια (συνήθως ένα μικρό ποσοστό), τι κριτήρια χρησιμοποιούνται για να επιλεγθούν οι εταιρείες και εάν και πώς οι διαχειριστές κεφαλαίων ελέγχονται για την εφαρμογή της πολιτικής περί συνταξιοδοτικών κεφαλαίων. Όσον αφορά τους δείκτες, τα κριτήρια επιλογής εταιριών από τον κατάλογο δεικτών ποικίλουν, για αυτό το λόγο πρέπει να δοθεί προσοχή στους ισχυρισμούς που γίνονται από τους προμηθευτές δεικτών και εκείνους που τους εμπορεύονται.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις αποτελούν αναδυόμενη αγορά με πολλά εξειδικευμένα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου (μη οικονομικοί αναλυτές) που χρησιμοποιούν έναν ορισμένο αριθμό διαφορετικών εργαλείων και προτύπων μέτρησης. Συνεπώς φαίνεται πως οι εταιρείες έχουν επιβαρυνθεί με υπερβολικά και αποκλίνοντα αιτήματα για πληροφόρηση. Έτσι η περαιτέρω επέκταση των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων ενδέχεται να προσκρούσει στην αυξανόμενη αποστροφή και την έλλειψη συνεργασίας από τις εταιρείες. Μία θετική λύση στο

πρόβλημα αυτό μπορεί να δοθεί με τις προσπάθειες για μια προκαταρκτική τυποποίηση της υποβολής κοινωνικών εκθέσεων, στις οποίες συνδράμουν τα κυριότερα γραφεία διερεύνησης και ελέγχου. Υπάρχει ωστόσο η ανάγκη για περισσότερη σύγκλιση μεταξύ δεικτών που καταρτίζονται από τις εταιρείες και κριτηρίων που χρησιμοποιούνται από τους αναλυτές για την αξιολόγηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιδόσεων μιας εταιρείας.

Τέλος, προκειμένου οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις να αναπτυχθούν περισσότερο, πρέπει οι χρηματοοικονομικές αγορές να βελτιώσουν τις γνώσεις τους όσον αφορά τις δυνατότητες τους για κέρδη. Ακολουθώντας το Φόρουμ Κοινωνικών Επενδύσεων που ιδρύθηκε στο Η.Β το 1991, συγκροτήθηκαν και άλλα φόρουμ κοινωνικών επενδύσεων στη Γαλλία, τη Γερμανία, τις Κάτω Χώρες και την Ιταλία, με σκοπό να παράσχουν ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τις πολιτικές για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, καθώς και να προωθήσουν και να ενθαρρύνουν τις κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις. Το προβλεπόμενο Ευρωπαϊκό Φόρουμ Κοινωνικών Επενδύσεων αναμένεται να υποστηρίξει την περαιτέρω ανάπτυξη των κοινωνικά υπεύθυνων επενδύσεων.

Βιβλιογραφικές πηγές

- Eurosisf, “Socially Responsible Investment among European Institutional Investors”, This report has been created with the support of the European Commission, Report 2003
- Πράσινο Βιβλίο, «Προώθηση ενός Ευρωπαϊκού πλαισίου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών κοινοτήτων, Βρυξέλλες, 18-7-2001
- “Management Standards”, “Socially responsible consumption, socially responsible investment (SRI)”, (<http://europa.eu.int>)
- «Επενδυτικές επιλογές με κοινωνική υπευθυνότητα», εφημερίδα Εξπρές, 30-5-2004 (www.qualitynet.gr)
- «Κοινωνικές, ηθικές και οικολογικές επενδύσεις», εφημερίδα Εξπρές, 05-02-2004, (www.qualitynet.gr)
- «Η εταιρική κοινωνική ευθύνη θα λειτουργήσει καταλυτικά στις αποφάσεις των επενδυτών», εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ 27-2-2004, (www.qualitynet.gr)
- Michael Urminsky (ed.), “Self-regulation in the workplace: Codes of conduct, social labeling and socially responsible investment”, MCC Working Paper No. 1, International Labour Office, Geneva

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ
« ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ Ε.Κ.Ε ΠΡΟΣ ΤΑ
ΜΕΛΗ ΤΟΥ »
(www.csrhellas.gr)

Καταρχήν, μέλος του Δικτύου μπορεί να γίνει κάποια επιχείρηση που υποβάλλει αίτηση εγγραφής, η οποία θα υποστηρίζεται από δύο επιχειρήσεις μέλη. Το Διοικητικό Συμβούλιο μπορεί σε ομόφωνη βάση να εγκρίνει, να απορρίψει ή να παγώσει την αίτηση. Η παρουσίαση των νέων μελών γίνεται στην αμέσως επόμενη Γενική Συνέλευση των μελών.

Το Δίκτυο παρέχει στα μέλη του μια σειρά από υπηρεσίες:

Πληροφόρηση

- Δωρεάν πρόσβαση στο δεκαπενθήμερο ηλεκτρονικό Newsletter του CSR Europe, που εκδίδεται αποκλειστικά για τα μέλη και περιέχει περιλήψεις όλων των σημαντικότερων εξελίξεων της Ε.Κ.Ε στην Ευρώπη και τον υπόλοιπο κόσμο.
- Δωρεάν αποστολή του τριμηνιαίου περιοδικού του CSR Europe, με λεπτομερείς αναφορές σε εθνικές και διεθνείς πρωτοβουλίες και ειδική κάλυψη Ευρωπαϊκών θεμάτων Ε.Κ.Ε
- Προνομιακή πρόσβαση στα πλήρη αποτελέσματα ερευνών του Δικτύου
- Απεριόριστη πρόσβαση στην ιστοσελίδα του Δικτύου, <http://www.csrhellas.gr>, η οποία περιλαμβάνει πηγές πληροφόρησης, βιβλιοθήκη στοιχείων και εργαλεία όπως αυτό για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
- Πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητες και τις εκδηλώσεις που οργανώνουν αντίστοιχα δίκτυα σε όλη την Ευρώπη
- Προσωπική πληροφόρηση και υποστήριξη από το προσωπικό του Δικτύου

Συμβουλές και κατάρτιση

- Προνομιακή πρόσβαση σε περαιτέρω συμβουλές και υποστήριξη
- Παροχή επιτόπου κατάρτισης για τα μέλη

Διάλογος

- Συμμετοχή σε διαλόγους με κυβερνητικές υπηρεσίες, μη κυβερνητικές οργανώσεις, κοινότητες, και άλλους επιχειρηματικούς φορείς επί των εξελίξεων της Ε.Κ.Ε
- Συμμετοχή σε forum και ενημέρωση για τις εξελίξεις της Ε.Κ.Ε σε εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο

Ανάπτυξη καλών πρακτικών

- Δυνατότητα ανάληψης ηγετικού ρόλου σε ερευνητικά προγράμματα Ε.Κ.Ε σε τομείς ειδικού ενδιαφέροντος όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα, η εκπαίδευση και οι πρακτικές απασχόλησης
- Προνομιακή συμμετοχή σε σεμινάρια και συνέδρια επί θεμάτων Ε.Κ.Ε
- Δυνατότητα συμμετοχής στην Ευρωπαϊκή Ακαδημία για την Ε.Κ.Ε για την ανάπτυξη της Ε.Κ.Ε σε προεξέχοντα εθνικά και διεθνή επιχειρηματικά πανεπιστήμια
- Δυνατότητα συμμετοχής στην Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Εκστρατεία για την Ε.Κ.Ε

Δυνατότητες προβολής

- Προβολή των ονομάτων των μελών σε όλα τα έντυπα του Δικτύου
- Πρόσθετη αναγνώριση σε τομείς όπου μεμονωμένες επιχειρήσεις παίζουν ηγετικό ρόλο, για παράδειγμα ως υποστηρικτές ή συμμετέχοντες σε ερευνητικά προγράμματα ή εκδηλώσεις

Σύμφωνα με το καταστατικό του Δικτύου, τα μέλη του διακρίνονται σε κύρια, απλά και συνδεδεμένα (τα κριτήρια βάσει των οποίων γίνεται αυτή η διάκριση εμφανίζονται στο καταστατικό του Σωματείου).

Τα *κριτήρια* που πρέπει να πληροί μια επιχείρηση για να ενταχθεί στα **κύρια** μέλη του είναι :

- Πάνω από 20 άτομα προσωπικό με σχέση εξαρτημένης εργασίας
- Πάνω από 1,5 εκατ. ευρώ κύκλο εργασιών
- Αποδεδειγμένη εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε κατά την τελευταία τριετία

Τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου εξετάζουν επίσης κάθε αίτηση με βάση εισήγηση που περιλαμβάνει :

- Το βασικό λόγο που έχει η αιτούσα επιχείρηση για ένταξή της στο Δίκτυο
- Το προφίλ Ε.Κ.Ε της αιτούσης
- Τις γνώσεις και τις εμπειρίες που θα μπορούσε η αιτούσα να μοιραστεί με τα υπόλοιπα μέλη
- Τις δράσεις και τα προγράμματα του Δικτύου από τα οποία θα μπορούσε να ωφεληθεί η αιτούσα

Πιο κάτω περιγράφεται το πλαίσιο των υπηρεσιών που προσφέρει το Δίκτυο προς τα μέλη του, ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν.

ΚΥΡΙΑ

- Δυνατότητα εκλέγειν/ εκλέγεσθαι
- Συμμετοχή σε πυρήνα εταιριών
- Προβολή μέσω website
- Προβολή μέσω newsletter
- Προβολή μέσω εκδηλώσεων
- Προβολή μέσω ειδικών εκδηλώσεων
- Ενημέρωση επί εξελίξεων
- Δυνατότητα συναντήσεων με CEOs
- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις με Μ.Μ.Ε
- Αναγνώριση δραστηριοτήτων
- Βραβεία
- Παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών
- Πρόσβαση σε μελέτες
- Ετήσια αξιολόγηση δράσεων Ε.Κ.Ε
- Σύνδεση με διεθνείς οργανισμούς
- Επαφές με Ακαδημαϊκούς φορείς
- Σχεδιασμός προγραμμάτων Ε.Κ.Ε
- Σύνδεση με stakeholders
- Προώθηση θεμάτων Ε.Κ.Ε προς κράτος

ΑΠΛΑ

- Προβολή μέσω website
- Προβολή μέσω newsletter
- Προβολή μέσω εκδηλώσεων
- Ενημέρωση επί εξελίξεων
- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις με Μ.Μ.Ε
- Αναγνώριση δραστηριοτήτων
- Βραβεία
- Παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών
- Πρόσβαση σε μελέτες
- Σύνδεση με διεθνείς οργανισμούς
- Επαφές με Ακαδημαϊκούς φορείς
- Σχεδιασμός προγραμμάτων Ε.Κ.Ε.
- Σύνδεση με stakeholders
- Προώθηση θεμάτων Ε.Κ.Ε προς κράτος

ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΑ

- Προβολή μέσω website
- Προβολή μέσω newsletter
- Προβολή μέσω εκδηλώσεων
- Ενημέρωση επί εξελίξεων
- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις με Μ.Μ.Ε
- Αναγνώριση δραστηριοτήτων
- Βραβεία
- Παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών
- Πρόσβαση σε μελέτες
- Σύνδεση με διεθνείς οργανισμούς
- Επαφές με Ακαδημαϊκούς φορείς
- Σχεδιασμός προγραμμάτων Ε.Κ.Ε
- Σύνδεση με stakeholders

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ

«ΣΥΓΚΡΙΣΗ GRI ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ»

(www.globalreporting.org)

1. Σύγκριση GRI με τις κατευθυντήριες οδηγίες του ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις

The OECD Guidelines for Multinational Enterprises (MNEs) and the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines both aim to encourage corporate accountability and responsibility.

While the OECD MNE Guidelines are unique in the sense that they have been approved by governments and are addressed to multinational enterprises, the Guidelines share common elements. They both:

- relate to economic, social and environmental issues
- are designed to be relevant at the global level
- reflect multi-stakeholder inputs, and
- are intended for voluntary use.

There are however differences between the two sets of Guidelines. Their history, purpose and scope are different. For example, the OECD Guidelines are addressed to multinational enterprises, while the GRI Guidelines are for use by all organisations. The OECD process is a government-driven one, while GRI is an independent non-governmental institution.

These differences, however, can be strengths. While the OECD Guidelines recommend principles and standards for multinational enterprises, they do not prescribe precise ways in which to measure and report actual behaviour. Where complementarities exist, the GRI indicators can be used to help measure and report on performance in relation to some of the recommendations set forth in the OECD Guidelines.

GRI has developed this User's Guide as a contribution to facilitating the use of the OECD MNE Guidelines. The heart of the Guide is a comparative table that enables users to identify the GRI indicators that correspond most closely to the individual provisions of the OECD Guidelines.

By highlighting the complementarities between the two Guidelines, GRI hopes to provide multinational enterprises with an effective sustainability management tool to assess, and if they chose, communicate their use of the OECD MNE Guidelines in a generally-accepted reporting framework.

This users guide was developed in cooperation with, and approved by, the OECD Committee on International Investment and Multi-lateral enterprises. Former Chairman Marinus Sikkel stated in March 2004 "The table linking OECD and GRI Guidelines draws attention to a useful way, among others, of reporting on the implementation of the OECD Guidelines."

2. Σύγκριση GRI με τα πρότυπα ISO

The International Organisation for Standardisation (ISO) is the pre-eminent global organisation responsible for developing internationally-applicable management

procedures and systems. It has developed widely-used procedures for environmental management known as the ISO 14000 series.

The ISO 14000 series specifically focuses on corporate environmental management systems and operating practices, products, and services. The standards promote continual improvement without specifying actual standards of performance. Companies may use any or all of the 14000 series standards.

ISO 14001 is well known as the standard to which many companies register their environmental management system when it has been demonstrated to conform to the specifications provided in the standard. ISO 14004 provides additional practical guidance about environmental management systems, including general guidance about external reporting. ISO 14031 provides guidance on the selection and implementation of performance indicators that can be used by management of a company to evaluate and report (externally or internally) on the company's environmental performance.

The ISO 14000 standards and the GRI Sustainability Reporting Guidelines are complementary. Certain of the ISO 14000 series of standards (14001, 14004, 14031) refer generally to external reporting by companies on their environmental performance, while the GRI provides specific guidance on the form and content of such reporting. However, companies can apply the GRI Guidelines and ISO 14000 standards independently.

Attribute	GRI	ISO 14000
Core Mission	Elevate economic, environmental and social reporting to routine practice and to the highest standards of rigour and comparability through development of a generally accepted reporting framework	Provide voluntary environmental management standards to enhance companies' ability to manage environmental impacts and risks, and improve environmental performance
Governance	Multi-stakeholder Board of Directors, and Technical Advisory and Stakeholder Councils	Council, Technical Management Board, Central Secretariat and Technical Committees
Scope	Economic, environmental, and social performance; public reporting	Corporate environmental aspects (i.e., management systems, auditing, labelling, performance evaluation, life cycle assessment)
Participants	Companies; UN; labour, environmental, and human rights groups; accountancy and industry associations; governments	Primarily standards-setting organisations of ISO member countries; also environmental NGOs; technical experts from industry; professional, research, government and other non-profit organisations

Funding	Foundations; companies, Dutch government	Member country dues, document sales, and volunteer efforts. ISO member bodies finance specific secretariats.
Start Up	1997; independent in 2002	1996 (ISO 14000); 1947 (ISO)
Major Difference	ISO 14000 addresses environmental management systems and practices, while GRI is related to economic, environmental, and social reporting principles and practices	
Major Similarity	Consensus-based voluntary standards	
Key Linkage	External environmental reporting by companies is referenced in general in the ISO 14000 series of standards (14001, 14004, 14031); GRI provides specific guidance on the form and content of such reporting	

3. Σύγκριση GRI με το Οικουμενικό Σύμφωνο

The **Global Compact** is a United Nations initiative that promotes corporate responsibility by advancing universal values in business operations around the world. The Compact challenges business leaders to adopt and apply nine principles in the fields of human rights, labour standards, and the environment.

In essence, the Global Compact's mission is to expand economic progress, foster corporate responsibility, global citizenship, and institutional learning in addressing some of the globe's more intractable problems. In so doing, the Global Compact brings together on common ground multinational businesses, labour and civil society organisations in an effort to expand the benefits of economic globalisation and stem its negative effects.

The Global Compact principles derive from the Universal Declaration of Human Rights, The International Labour Organisation's Fundamental Principles of Rights at Work, and the Rio Principles on Environment and Development.

The UN Partners working with the UN Secretary General to implement the Global Compact are the United Nations Environment Programme (UNEP), the International Labour Organisation (ILO), and the High Commissioner for Human Rights.

As a leader in redefining corporate accountability in the 21st century, the GRI complements the Global Compact in striving toward embedding universal environmental, labour and human rights values into corporate practices. The GRI provides a critical ingredient to the Global Compact – accountability. Sustainability reporting can help ensure that corporate commitments to the environment, to labour, and to human rights are, in fact, matched by concrete actions and continual performance improvement. External stakeholders, especially investors and civil society, will be able to use GRI reports to ensure that companies are implementing the Global Compact's nine principles. However, companies can follow the principles of either initiative independently. Companies endorsing the Global Compact may use GRI reporting to fulfill Global Compact participation expectations.

Attribute	GRI	Global Compact
Core Mission	Elevate economic, environmental and social reporting to routine practice and to the highest standards of rigour and comparability through development of a generally accepted reporting framework	Build the social and environmental pillars required to sustain the new global economy and make globalization work for all the world's people, based on commitment to universal principles
Governance	Multi-stakeholder Board of Directors, and Technical Advisory and Stakeholder Councils	UN Secretary General's office; Global Issues network; UN Environment Programme; International Labour Organisation; Office of High Commissioner for Human Rights; UN Development Programme
Scope	Economic, environmental, and social performance; public reporting	Business operating principles: human rights, labour, environment
Participants	Companies; UN; labour, environmental, and human rights groups; accountancy and industry associations; governments	Participating companies, labour and NGOs
Funding	Foundations; companies, Dutch government	Voluntary government and foundation contributions
Start Up	1997; independent in 2002	1999
Major Difference	GC is based on operating principles, while GRI is a disclosure framework based on reporting principles, characteristics, and indicators	
Major Similarity	Voluntary efforts supported by the UN to promote corporate accountability and sustainability	
Key Linkage	GRI provides GC supporters with an instrument to demonstrate accountability against GC's nine principles	

4. Σύγκριση GRI με Social Accountability 8000 (SA8000)

Social Accountability 8000 (SA8000) was developed by [Social Accountability International \(SAI\)](#), a non-governmental, non-profit organisation founded in 1997, dedicated to improving workplaces and communities around the world through voluntary standards combined with independent verification and public reporting. SA8000 is a tool for organisations to assure just and decent working conditions in their facilities and in those of their suppliers. The SA8000 standard covers all core

international labour rights contained in the ILO Conventions, the International Declaration of Human Rights and the UN Convention on the Rights of the Child including child labour, forced labour, health and safety, freedom of association and right to collective bargaining, discrimination, discipline, working hours and wages. Development and ongoing oversight of the standard is addressed by a multi-sector Advisory Board with experts from business, trade unions, government and NGOs from around the world and across industries.

The SA8000 process of independent certification is modeled on the International Organization for Standardization standards and adds elements necessary for social auditing including minimum performance requirements, worker interviews, and an open complaints and appeals system. Facilities seeking certification of compliance to the standard must have robust management systems in place and undergo an audit by an independent, accredited certification body. SAI and its Advisory Board oversee the accreditation of certification bodies, which are required to demonstrate extensive background in systems auditing, intensive training in SA8000, and the institutional capacity to assure quality and responsiveness. There are currently nine accredited certification bodies that have certified facilities in 30 countries. SAI regularly consults with international experts on ways to strengthen certification audits and the SA8000 guidance documents.

SA8000 and GRI are complementary. They provide tools to help organisations manage, measure and communicate their overall performance on workplace conditions. They draw on a wide range of constituencies and interests to increase accountability and compliance in promoting humane workplaces. They both include the notions of fair labour practices and respect for human rights, with SA8000 spelling these issues out in greater detail. However, GRI covers other aspects of sustainability relative to environmental and economic performance.

Attribute	GRI	SA8000
Core Mission	Elevate economic, environmental and social reporting to routine practice and to the highest standards of rigour and comparability through development of a generally accepted reporting framework	Improve labour conditions around the world through a humane workplace standard and system for verification and public reporting
Governance	Multi-stakeholder Board of Directors, and Technical Advisory and Stakeholder Councils	Social Accountability International (SAI) multi-stakeholder Advisory Board comprising experts from business, government, trade unions and NGOs
Scope	Economic, environmental, and social performance; public reporting	Labour rights; certification of corporate facilities to workplace standard; trade and guidance

Participants	Companies; UN; labour, environmental, and human rights groups; accountancy and industry associations; governments	Companies and their suppliers; trade associations, unions and workers; auditing firms; NGOs; government; multi-lateral organisations
Funding	Foundations; companies, Dutch government	Foundations; government grants; earned income from training, members, accreditation, conferences, and publications
Start Up	1997	1997
Major Difference	SA8000 is a workplace standard and verification system while GRI is a disclosure framework for a range of issues that includes labour conditions	
Major Similarity	cover widely accepted principles for just and decent workplaces	
Key Linkage	GRI provides organisations with specific indicators and an overall reporting structure for economic, environmental and social performance. SA8000 is a tool that organisations use to audit and track progress of workplace performance.	

5. Σύγκριση GRI με AA1000 and AA1000 Series

Launched in 1999, the **AA1000 Framework**: Standard, Guidelines and Professional Qualification provided the first systematic stakeholder-based approach to organisational accountability and performance improvement. It has been used worldwide in framing corporate responsibility policies, stakeholder dialogue, social, ethical and environmental accounting, auditing and reporting, and professional training.

The new AA1000 Series (AA1000s) builds on the AA1000 AccountAbility Framework. The AA1000 Series will consist of the core Framework plus an on-going programme of specialised modules and guidance for accountability practitioners. This will provide a set of accessible standards and guidelines upon which to build effective stakeholder engagement and social, ethical and environmental accountability systems. The AA1000 Series first module is the Assurance Standard. The aim of the Assurance Standard is to strengthen the credibility (to an organisation and its stakeholders) of social and sustainability reporting by providing a robust and generally applicable assurance process. The AA1000S Assurance Standard Guiding Principles Consultation Document was released in 2002. The Guiding Principles form the basic groundwork for the full AA1000S Assurance Standard.

AccountAbility held working seminars, consultations and web forums to gather insights and feedback on the Guiding Principles. AccountAbility is also developing the AA1000 Series second module, on risk.

GRI and AA1000 provide a set of tools to help organisations manage, measure and communicate their overall sustainability performance: social, environmental and economic. Together, they draw on a wide range of stakeholders and interests to increase the legitimacy of decision-making and improve performance. Individually, each initiative supports the application of the other; AA1000 provides a

rigorous process of stakeholder engagement in support of sustainable development, while GRI provides globally applicable guidelines for reporting on sustainable development that stresses stakeholder engagement in both its development and content. The AA1000s Assurance Standard fundamentally complements the GRI by providing a basis for independent third parties to verify, or assure, sustainability reporting.

Attribute	GRI	AA1000
Core Mission	Elevate economic, environmental and social reporting to routine practice and to the highest standards of rigour and comparability through development of a generally accepted reporting framework	Improve the accountability and overall performance of organisations by increasing quality of social and ethical accounting, auditing, and reporting
Governance	Multi-stakeholder Board of Directors, and Technical Advisory and Stakeholder Councils	International Council of the Institute of Social and Ethical AccountAbility (known as AccountAbility), members from business, not-for-profit, academic and consultancy organisations
Scope	Economic, environmental, and social performance; public reporting	Social and ethical accounting, auditing, and reporting; stakeholder dialogue and accountability; quality assurance
Participants	Companies; UN; labour, environmental, and human rights groups; accountancy and industry associations; governments	Multi-stakeholder membership. AA1000 is implemented by business and not-for-profit organisations
Funding	Foundations; companies, Dutch government	Membership income, commissioned research; foundations
Start Up	1997; independent in 2002	1999
Major Difference	AA1000 is based on accountability principles and the process of social accounting and stakeholder engagement, while GRI is a disclosure framework based on reporting principles, characteristics, and indicators	
Major Similarity	Emphasis on satisfying the information and decision-making needs of a full range of stakeholder groups	
Key Linkage	AA1000 provides a rigorous process mechanism for the stakeholder engagement that supports the development of sustainability indicators. GRI provides organisations with specific indicators and an overall reporting structure that is interdependent with stakeholder engagement	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε «ΑΡΧΕΣ & ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ GRI»

✓ 11 ΑΡΧΕΣ GRI

Διαφάνεια: Η πλήρης δημοσιοποίηση των διεργασιών, των διαδικασιών και των υποθέσεων που πραγματοποιούνται κατά την προετοιμασία του απολογισμού είναι στοιχείο απαραίτητο για την αξιοπιστία του.

Περιεκτικότητα: Ο οργανισμός που εκδίδει τον απολογισμό θα πρέπει να επιδιώκει συστηματικά τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών του, προκειμένου να διασφαλίζεται η ποιότητα του απολογισμού, αλλά και η συνεχής βελτίωση αυτού.

Δυνατότητα ελέγχου: Τα δεδομένα και οι πληροφορίες που περιέχονται στον απολογισμό πρέπει να καταγράφονται, να συντάσσονται, να αναλύονται και να δημοσιοποιούνται με τρόπο που να επιτρέπει στους εσωτερικούς ελεγκτές ή τους εξωτερικούς παρέχοντες επιβεβαίωση να πιστοποιούν την αξιοπιστία τους.

Πληρότητα: Όλες οι πληροφορίες που είναι σημαντικές για την εκτίμηση της οικονομικής, περιβαλλοντικής και κοινωνικής επίδοσης από τους χρήστες θα πρέπει να εμφανίζονται στον απολογισμό με τρόπο συνεπή ως προς τα όρια, το πεδίο και τη χρονική περίοδο που έχει καθοριστεί.

Σχετικότητα: Σχετικότητα είναι ο βαθμός σημασίας που αποδίδεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα, ένα δείκτη ή μια πληροφορία, και αντιπροσωπεύει το κατώφλι, πέρα από το οποίο μια πληροφορία καθίσταται αρκετά σημαντική ώστε να συμπεριληφθεί στον απολογισμό.

Γενικό πλαίσιο βιωσιμότητας: Ο οργανισμός που εκδίδει τον απολογισμό πρέπει να επιδιώκει την ένταξη της απόδοσής του στο ευρύτερο πλαίσιο των οικολογικών, κοινωνικών ή άλλων ορίων και περιορισμών, στο βαθμό που το πλαίσιο αυτό προσδίδει ιδιαίτερη σημασία στις αναφερόμενες πληροφορίες.

Ακρίβεια: Η αρχή της ακρίβειας αναφέρεται στην επίτευξη του βαθμού ακρίβειας και του χαμηλού περιθωρίου σφάλματος των πληροφοριών που απαιτούνται για να είναι οι χρήστες σε θέση να λαμβάνουν αποφάσεις με υψηλό βαθμό βεβαιότητας.

Ουδετερότητα: Ο απολογισμός πρέπει να αποφεύγει τη μεροληψία στην επιλογή και την παρουσίαση των πληροφοριών και να επιδιώκει να παράσχει μια ισορροπημένη εικόνα της επίδοσης του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό.

Συγκρισιμότητα: Ο οργανισμός που εκδίδει τον απολογισμό πρέπει να είναι συνεπής όσον αφορά τα όρια και το πεδίο των απολογισμών του, να δημοσιοποιεί τυχόν αλλαγές και να επαναλαμβάνει την αναφορά πληροφοριών που έχουν αναφερθεί στο παρελθόν.

Σαφήνεια: Ο οργανισμός που εκδίδει απολογισμούς πρέπει να έχει πάντοτε γνώση των διαφόρων αναγκών και του υπόβαθρου των ομάδων των ενδιαφερομένων μερών, όπως θα πρέπει, επίσης, να καθιστά τις πληροφορίες διαθέσιμες με τρόπο που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όσο το δυνατόν περισσότερους χρήστες, ενώ ταυτόχρονα να διατηρεί ένα ενδεδειγμένο επίπεδο λεπτομέρειας.

Επικαιρότητα: Οι απολογισμοί πρέπει να παρέχουν πληροφορίες με βάση ένα τακτικό χρονοδιάγραμμα που να καλύπτει τις ανάγκες των χρηστών και να είναι κατάλληλο για τη φύση των ίδιων των πληροφοριών.

✓ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

Α) ΔΕΙΚΤΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

Δείκτες χρηματικής ροής

Βασικοί δείκτες	Πρόσθετοι δείκτες
Άμεσες οικονομικές επιδράσεις	
Πελάτες	
Δείκτης χρηματικής ροής:	
EC1. Καθαρές πωλήσεις.	
Όπως αναφέρονται στην ενότητα Προφίλ, στοιχείο 2.8.	
EC2. Γεωγραφική ανάλυση αγορών.	
Για κάθε προϊόν ή γκάμα προϊόντων θα πρέπει να αναφέρεται το μερίδιο της εθνικής αγοράς, εφόσον αυτό είναι 25% ή μεγαλύτερο. Αναφορά του μεριδίου αγοράς και των πωλήσεων για κάθε χώρα, όπου οι εθνικές πωλήσεις αντιπροσωπεύουν το 5% ή μεγαλύτερο ποσοστό του ΑΕΠ.	
Προμηθευτές	
Δείκτης χρηματικής ροής:	
EC3. Κόστος όλων των αγαθών, των υλικών και των υπηρεσιών που έχουν αγοραστεί.	
EC4. Ποσοστό των συμβάσεων που έχουν πληρωθεί με βάση τους συμφωνημένους όρους, με την εξαιρέση των συμφωνημένων ποινών.	
Οι όροι ενδέχεται να περιλαμβάνουν ρυθμίσεις για το χρονοδιάγραμμα και τη μορφή των πληρωμών, καθώς και άλλες ρυθμίσεις. Ο δείκτης αυτός είναι το ποσοστό των συμβάσεων που έχουν πληρωθεί σύμφωνα με τους όρους, ανεξάρτητα από τις λεπτομέρειες των όρων.	
EC11. Ανάλυση προμηθευτών ανά οργανισμό και χώρα.	
Παράθεση όλων των προμηθευτών, από τους οποίους οι αγορές για τη χρονική περίοδο που καλύπτει ο απολογισμός αντιπροσωπεύουν το 10% ή περισσότερο επί των συνολικών αγορών γι' αυτό το χρονικό διάστημα. Επίσης, προσδιορισμός των χωρών, όπου οι συνολικές αγορές αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο από το 5% του ΑΕΠ.	
Υπάλληλοι	
EC5. Συνολική μισθοδοσία και παροχές (συμπεριλαμβανομένων των μισθών, των συντάξεων και άλλων παροχών, καθώς και των αποζημιώσεων λόγω απόλυσης), με ανάλυση ανά χώρα ή περιοχή.	
Η αποζημίωση αυτή θα πρέπει να αναφέρεται σε τρέχουσες πληρωμές και να μη συμπεριλαμβάνει μελλοντικές δεσμεύσεις. (Σημείωση: Πληροφορίες για έναν τομέα της επένδυσης του οργανισμού σε ανθρώπινο κεφάλαιο παρέχονται και από το δείκτη LA9 που αφορά την εκπαίδευση.)	
Παροχές κεφαλαίου	
Δείκτης χρηματικής ροής:	
EC6. Διανομές στους παροχείς κεφαλαίου, με ανάλυση ανά τόκο χρεών και δανείων, και μερίσματα για όλες τις κατηγορίες μετοχών, με αναφορά τυχόν καθυστερήσεων στις προνομιούχες μετοχές.	
Αυτό περιλαμβάνει όλες τις μορφές χρεών και δανείων, όχι μόνο τα μακροπρόθεσμα χρέη.	
EC7. Αύξηση/μείωση των παρακρατούμενων εσόδων στο τέλος της περιόδου.	
(Σημείωση: οι πληροφορίες που περιέχονται στην ενότητα προφίλ (2.1-2.8) επιτρέπουν τον υπολογισμό διαφόρων μετρήσεων, όπως είναι η μέτρηση ROACE [Return On Average Capital Employed – Απόδοση μέσου χρησιμοποιούμενου κεφαλαίου]).	

Δημόσιος τομέας	
<p>Δείκτες χρηματικής ροής:</p> <p>EC8. Συνολικό ποσό καταβληθέντων φόρων όλων των τύπων, με ανάλυση ανά χώρα.</p> <p>EC9. Ληφθείσες επιδοτήσεις με ανάλυση ανά χώρα ή περιοχή. Αυτό αναφέρεται σε επιχορηγήσεις, φορολογικές ελαφρύνσεις και άλλους τύπους οικονομικών οφελών που δεν αντιπροσωπεύουν συναλλαγή με αγαθά και υπηρεσίες. Εξήγηση των ορισμών που χρησιμοποιούνται για τους τύπους ομάδων.</p> <p>EC10. Δωρεές στην κοινότητα, σε κοινωνικούς φορείς και σε άλλες ομάδες, με ανάλυση σε δωρεές χρηματικών ποσών σε μετρητά και σε δωρεές σε είδος ανά τύπο ομάδας.</p>	<p>EC12. Συνολικό ποσό που δαπανήθηκε για την ανάπτυξη υποδομής που δεν αφορά το κύριο πεδίο δραστηριότητας. Υποδομή που έχει κατασκευασθεί εκτός των κύριων δραστηριοτήτων του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό, όπως, για παράδειγμα, σχολείο ή νοσηλευτήριο για τους εργαζομένους και τις οικογένειές τους.</p>
Έμμεσες οικονομικές επιδράσεις	
	<p>EC13. Οι έμμεσες οικονομικές επιδράσεις του οργανισμού. Προσδιορισμός των σημαντικότερων εξωτερικών παραγόντων που σχετίζονται με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του οργανισμού.</p>

Β) ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

Βασικοί δείκτες	Υλικό	Πρόσθετοι δείκτες
<p>EN1. Σύνολο χρησιμοποιηθέντων υλικών εκτός νερού, ανά τύπο. Παροχή των ορισμών που χρησιμοποιούνται για τους υλικούς υλικών. Η αναφορά πρέπει να γίνεται σε τόνους, κιά ή όγκο.</p> <p>EN2. Ποσοστό των χρησιμοποιηθέντων υλικών που είναι απόβλητα (επεξεργασμένα ή ανεπεξεργαστα) από πηγές εκτός του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό. Αναφέρεται σε υλικά που ανακυκλώνονται μετά την κατανάλωση και σε απόβλητα από βιομηχανικές πηγές. Η αναφορά πρέπει να γίνεται σε τόνους, κιά ή όγκο.</p>		
	Ενέργεια ⁴	
<p>EN3. Άμεση χρήση ενέργειας, διαχωρισμένη ανά πρωταρχική πηγή. Αναφορά όλων των πηγών ενέργειας που χρησιμοποιούνται από τον οργανισμό που εκδίδει τον απολογισμό για τις λειτουργίες του και για την παραγωγή και διανομή προϊόντων ενέργειας (π.χ. ηλεκτρισμού ή θερμότητας) σε άλλους οργανισμούς. Η αναφορά πρέπει να γίνεται σε Joule.</p> <p>EN4. Έμμεση χρήση ενέργειας. Αναφορά όλης της ενέργειας που έχει χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή και τη διανομή προϊόντων ενέργειας που έχουν αγοραστεί από τον οργανισμό που εκδίδει τον απολογισμό (π.χ. ηλεκτρισμός ή θερμότητα). Η αναφορά πρέπει να γίνεται σε Joule.</p>	<p>EN17. Πρωτοβουλίες για τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και για την αύξηση της ενεργειακής αποδοτικότητας.</p> <p>EN18. Αποτύπωμα κατανάλωσης ενέργειας (δηλ. απαιτήσεις ενέργειας για ολόκληρη τη ζωή του προϊόντος με αναγωγή σε ετήσια βάση) των πωλών σημαντικών προϊόντων. Η αναφορά πρέπει να γίνεται σε Joule.</p> <p>EN19. Άλλη έμμεση (ανοδική/καθοδική) χρήση ενέργειας και επιπτώσεις, όπως ταξίδια του προσωπικού για τις εργασίες του οργανισμού, διαχείριση κύκλου ζωής προϊόντων και χρήση υλικών με ένταση ενέργειας.</p>	
	Νερό ⁴	
<p>EN5. Συνολική χρήση νερού.</p>	<p>EN20. Πηγές νερού και σχετικά οικοσυστήματα/βιότοποι που επηρεάζονται σημαντικά από τη χρήση νερού. Συμπερίληψη των υδροβιότοπων της συνθήκης Φαμάρο και της γενικής συμβολής στις προκύπτουσες περιβαλλοντικές τάσεις.</p> <p>EN21. Ετήσια λήψη υπόγειων και επιφανειακών υδάτων ως ποσοστό της ετήσιας ανανεώσιμης ποσότητας νερού που είναι διαθέσιμη από τις πηγές. Ανάλυση ανά περιοχή.</p> <p>EN22. Συνολική ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση νερού. Συμπερίληψη των υλικών απόβλητων και άλλου χρησιμοποιούμενου νερού (π.χ. νερό ψύξης).</p>	

Βιοποικιλότητα	
<p>EN6. Θέση και έκταση των ιδιοκτητών, ενοικιαζόμενων ή διαχειριζόμενων γαιών σε βιότοπους με μεγάλη βιοποικιλότητα. Περαιτέρω καθοδήγηση σχετικά με τους βιότοπους με μεγάλη βιοποικιλότητα περιλαμβάνεται στη δικτυακή τοποθεσία www.eionet.gr/online/eng</p> <p>EN7. Περιγραφή των σημαντικότερων επιδράσεων στη βιοποικιλότητα που σχετίζονται με δραστηριότητες ή/και προϊόντα και υπηρεσίες σε περιβάλλον ξηράς, εσωτερικών υδάτων και θάλασσας.</p>	<p>EN23. Συνολική έκταση των ιδιοκτητών, ενοικιαζόμενων ή διαχειριζόμενων γαιών που χρησιμοποιούνται για παραγωγικές δραστηριότητες ή για εξόρυξη από το έδαφος.</p> <p>EN24. Έκταση στεγνής γης ως ποσοστό των γαιών που αγοράζονται ή ενοικιάζονται.</p> <p>EN25. Επιδράσεις δραστηριοτήτων και λειτουργιών σε προστατευμένες και ευαίσθητες περιοχές. (π.χ. προστατευμένες περιοχές IUCN και γαρίας 1-4, τοποθεσίες παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, προστατευμένες περιοχές βιόσφαιρας)</p> <p>EN26. Αλλαγές σε βιότοπους ως αποτέλεσμα δραστηριοτήτων και λειτουργιών και ποσοστό βιότοπων που προστατεύονται ή αποκαθίστανται.</p> <p>EN27. Αντικειμενικοί σκοποί, προγράμματα και στόχοι για την προστασία και την αποκατάσταση των τοπικών οικοσυστημάτων και των εντόπιων ειδών σε υποβαθμισμένες περιοχές.</p> <p>EN28. Αριθμός των ειδών που περιλαμβάνονται στην Κόκκινη Λίστα του IUCN με βιότοπους στις περιοχές που επηρεάζονται από λειτουργίες.</p> <p>EN29. Επιχειρηματικές μονάδες που λειτουργούν ή σχεδιάζουν λειτουργίες μέσα σε προστατευμένες ή ευαίσθητες περιοχές και γύρω από αυτές.</p>
Εκπομπές, υγρά και στερεά απόβλητα	
<p>EN8. Εκπομπές αερίων θερμοκηπίου. (CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆). Αναφορά Εξχειριστών υποσημάτων για κάθε είδος σε τόνους και σε ισοδύναμο CO₂ για το σκέλετο:</p> <ul style="list-style-type: none"> • άμεσες εκπομπές από πηγές που κατέχονται ή ελέγχονται από τον οργανισμό και εκδίδει τον απολογισμό • έμμεσες εκπομπές από εισαγόμενο ηλεκτρισμό, θερμότητα ή ατμό <p>Δείτε WRI-WBCSD – Πρωτόκολλο αερίων θερμοκηπίου.</p> <p>EN9. Χρήση και εκπομπές ουσιών που μειώνουν το όζον. Αναφορά κάθε τριμής εξορισμού σύμφωνα με τα Πρωτόκολλο του Μόντραλ, Παραρτήματα Α, Β, Γ και Ε, σε τόνους ισοδυναμίου CFC 11 (δυναμικό μείωσης όζοντος).</p> <p>EN10. NOx, SOx, και άλλες σημαντικές εκπομπές αερίων ανά τύπο. Συμπερίληψη των εκπομπών ουσιών που διέπονται από:</p> <ul style="list-style-type: none"> • τοπικούς νόμους και κανονισμούς • τη Συνθήκη POPs της Στεκχόλμης (Παράρτημα Α, Β και Γ) – παραμένοντες οργανικοί ρύποι • τη Σύμβαση του Βιέννης για τη Συγκράτηση Καυτών Προηγούμενης Ενημέρωσης (PIC) • τα πρωτόκολλα του Ελσίνκι, της Σόφιας και της Γενεύης για τη Σύμβαση για τη Διαβροχική Ρύπανση της Ατμόσφαιρας σε Μεγάλη Απόσταση <p>EN11. Συνολική ποσότητα αποβλήτων ανά τύπο και προαριμό. Ο όρος "προαριμό" αναφέρεται στη μέθοδο διαχείρισης των αποβλήτων. Συμπεριλαμβάνονται η ανακύκλωση, η επαναχρησιμοποίηση, η ανάκτηση, η καύση ή η απόθεση απορριμμάτων. Ετήσιαση που τύποι των μεθόδων απόθεσης και απόλογισμοί.</p> <p>EN12. Σημαντικές εκροές στο νερό ανά τύπο. Δείτε το Πρωτόκολλο Υδάτων του GRI.</p> <p>EN13. Σημαντικές διαρροές χημικών, ελαίων και καυσίμων με βάση το συνολικό αριθμό και το συνολικό όγκο. Η σημασία ορίζεται με βάση την έκταση της διαρροής και την επίπτωση στο περιβάλλον.</p>	<p>EN30. Άλλες σχετικές έμμεσες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου. (CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆). Αναφέρεται στις εκπομπές που αποδίδονται συνολικά των δραστηριοτήτων και εργασιών που εκδίδει τον απολογισμό, αλλά προκύπτουν από πηγές που κατέχονται ή ελέγχονται από άλλον οργανισμό. Αναφορά σε τόνους αερίου και ισοδύναμο CO₂-E. WRI-WBCSD Πρωτόκολλο αερίων θερμοκηπίου.</p> <p>EN31. Κάθε παραγωγή, μεταφορά, εισαγωγή ή εξαγωγή αποβλήτων που θεωρούνται "επικίνδυνα" με βάση τη Συνθήκη της Βασίλειας, Παραρτήματα I, II, III και VIII.</p> <p>EN32. Πηγές νερού και σχετικά οικοσυστήματα/βιότοποι που επηρεάζονται σημαντικά από τις εκροές νερού και υγρών. Συμπερίληψη των υδροβιότοπων της συνθήκης Ρουμάρ και της γενικής συμβολής στο πρόβλημα της περιβαλλοντικής τάσης. Δείτε το Πρωτόκολλο Υδάτων του GRI.</p>
Προμηθευτές	
	<p>EN33. Επίδοση προμηθευτών σε σχέση με περιβαλλοντικά στοιχεία προγραμμάτων και διαδικασιών που περιγράφονται σύμφωνα με την ενότητα "Δομή διακυβέρνησης και συστήματα διαχείρισης" (ενότητα 3.16).</p>
Προϊόντα και υπηρεσίες	
<p>EN14. Σημαντικές επιδράσεις των κυριότερων προϊόντων και υπηρεσιών στο περιβάλλον. Περιγραφή και αναφορά ποσοτήτων όπου έχει εφαρμογή.</p> <p>EN15. Ποσοστό του βάρους των πωληθέντων προϊόντων που είναι ανακτήσιμο κατά το τέλος του χρόνου ζωής του προϊόντος και ποσοστό που όντως ανακτάται. Ο όρος "ανακτήσιμο" σημαίνει την ανακύκλωση ή την επαναχρησιμοποίηση των υλικών ή συστατικών προϊόντος.</p>	

<i>Συμμόρφωση</i>	
<p>EN16. Περιστατικό και πρόστιμα για τη μη συμμόρφωση με όλες τις ισχύουσες δηλώσεις/συνθήκες/συμβάσεις, καθώς και με εθνικούς, υπο-εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς κανονισμούς που σχετίζονται με περιβαλλοντικά θέματα. Εξήγηση με βάση τις χώρες, λειτουργίας.</p>	
<i>Μεταφορές</i>	
	<p>EN34. Σημαντικές επιδράσεις των μεταφορών που πραγματοποιούνται για σκοπούς υλικοτεχνικής υποδομής (logistics).</p>
<i>Γενικά</i>	
	<p>EN35. Γενικές περιβαλλοντικές δαπάνες ανά τύπο. Εξήγηση των ορισμών που χρησιμοποιούνται για τους τύπους δαπανών.</p>

Γ) ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ

Δείκτες κοινωνικής επίδοσης: Πρακτικές εργασίας και αξιοπρεπής εργασία

Βασικοί δείκτες	Πρόσθετοι δείκτες
<i>Απασχόληση</i>	
<p>LA1. Ανάλυση του εργατικού δυναμικού, όπου αυτό είναι εφικτό, ανά περιοχή/χώρα, κατάσταση (υπαλληλική ή μη υπαλληλική σχέση), τύπο απασχόλησης (πλήρες/μειωμένο ωράριο) και σύμβαση εργασίας (αορίστου/ορισμένου χρόνου, προσωρινή) Επίσης, προσδιορισμός του εργατικού δυναμικού που διατηρείται σε συνδυασμό με άλλους εργοδότες (προσωπικοί εργαζόμενοι συνεργαζομένων εταιρειών ή εργαζόμενοι σε σχέσεις κοινής απασχόλησης), με ανάλυση ανά περιοχή/χώρα.</p> <p>LA2. Καθαρή δημιουργία θέσεων εργασίας και μέσος όρος κύκλου εργασιών με ανάλυση ανά περιοχή/χώρα.</p>	<p>LA12. Οφέλη των εργαζομένων πέραν των επιβαλλομένων από το νόμο. (π.χ. συγκεκριμένες στους τομείς υγείας, αναπηρίας, μητρότητας, εκπαίδευσης και συνταξοδότησης).</p>
<i>Σχέσεις εργαζομένων/διαχείρισης</i>	
<p>LA3. Ποσοστό των εργαζομένων που εκπροσωπείται από ανεξάρτητες συνδικαλιστικές οργανώσεις ή άλλους καλή τη πίστη εκπροσώπους εργαζομένων, με γεωγραφική ανάλυση. Ή ποσοστά εργαζομένων που καλύπτεται από συμφωνίες βασίζόμενες σε συλλογικές διαπραγματεύσεις, με ανάλυση ανά περιοχή/χώρα.</p> <p>LA4. Πολιτική και διαδικασίες που περιλαμβάνουν πληροφορίες, διαβουλεύσεις και διαπραγματεύσεις με εργαζομένους σχετικά με αλλαγές στις λειτουργίες του οργανισμού που εκδίδει τον απολογισμό (π.χ. αναδιάρθρωση).</p>	<p>LA13. Πρόβλεψη για επίσημη εκπροσώπηση των εργαζομένων στη λήψη αποφάσεων ή τη διοίκηση, συμπεριλαμβανόμενης και της εταιρικής διακυβέρνησης.</p>
<i>Υγιεινή και ασφάλεια</i>	
<p>LA5. Πρακτικές για την καταγραφή και τη γνωστοποίηση επαγγελματικών ατυχημάτων και ασθενειών, καθώς και της σχέσης τους με τον Κώδικα Πρακτικών για την Καταγραφή και τη Γνωστοποίηση Επαγγελματικών Ατυχημάτων και Ασθενειών του ILO.</p> <p>LA6. Περιγραφή επίσημων κοινών επιτροπών υγιεινής και ασφάλειας που περιλαμβάνουν εκπροσώπους της Διοίκησης και των εργαζομένων, και ποσοστό του εργατικού δυναμικού που καλύπτεται από αυτές τις επιτροπές.</p> <p>LA7. Τυπικά ποσοστά τραυματισμών, απουσιών ημερών εργασίας και απουσιών εργαζομένων, και αριθμός θανατηφόρων εργατικών ατυχημάτων (συμπεριλαμβανομένων των απασχολουμένων σε βάση υπεργολαβίας).</p> <p>LA8. Περιγραφή πολιτικών ή προγραμμάτων (για το χώρο εργασίας και επίσης αυτού) σχετικά με τον ιό HIV/AIDS.</p>	<p>LA14. Απόδειξη της ουσιαστικής συμμόρφωσης με τις <i>Κατευθυντήριες Οδηγίες του ILO για τα Συστήματα Διαχείρισης Επαγγελματικής Υγιεινής</i>.</p> <p>LA15. Περιγραφή επίσημων συμφωνιών με συνδικάτα και άλλους καλή τη πίστη εκπροσώπους των εργαζομένων για την υγιεινή και την ασφάλεια στην εργασία, και ποσοστό του εργατικού δυναμικού που καλύπτεται από αυτές τις επιτροπές.</p>
<i>Εκπαίδευση και ενημέρωση</i>	

<p>LA9. Μέσος όρος ωρών εκπαίδευσης ανά έτος/εργαζόμενοι, με βάση την κατηγορία εργαζομένων. (π.χ. διοίκηση ανώτερου και μεσίου επιπέδου, επαγγελματικό, τεχνικό και διοικητικό προσωπικό, και προσωπικό παραγωγής και συντήρησης).</p>	<p>LA16. Περιγραφή προγραμμάτων για την υποστήριξη της δυνατότητας συνεχούς απασχόλησης των εργαζομένων και για τη διαχείριση της ολοκλήρωσης της σταδιοδρομίας των εργαζομένων.</p>
<p>LA17. Ειδικές πολιτικές και προγράμματα για τη διαχείριση δεξιοτήτων ή τη δια βίου εκπαίδευση</p>	
<p>Διαφοροποίηση και ευκαιρίες</p>	
<p>LA10. Περιγραφή των πολιτικών ή των προγραμμάτων ίσων ευκαιριών, καθώς και των συστημάτων και των αποτελεσμάτων της παρακολούθησης για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης. Οι πολιτικές ή των ευκαιριών ενδέχεται να αναφέρονται σε βέλπιστα παρενόχληση στους χώρους εργασίας και σε θετική δράση σε σχέση με κτηριακή, οικολογική διακρίσεων.</p>	
<p>LA11. Σύμβαση των σωμάτων διοίκησης ανώτερου επιπέδου και εταιρικής διακυβέρνησης (συμπεριλαμβανομένου του Δ.Σ.), με συμπερίληψη της αναλογίας ανδρών/γυναικών και άλλων δεικτών διαφορετικότητας σύμφωνα με τις πολιτιστικές συνθήκες.</p>	

Δείκτες κοινωνικής επίδοσης: Ανθρώπινα δικαιώματα

Βασικοί δείκτες	Πρόσθετοι δείκτες
Στρατηγική και διαχείριση	
<p>HR1. Περιγραφή πολιτικών, κατευθυντήριων οδηγιών, εταιρικής δομής και διαδικασιών για την αντιμετώπιση όλων των θεμάτων ανθρωπίνων δικαιωμάτων που σχετίζονται με τις επιχειρηματικές διαδικασίες, συμπεριλαμβανομένων των μηχανισμών και των αποτελεσμάτων της παρακολούθησης. <i>Δίπλωμα του Παρισιού με τον οποίο οι πολιτικές σχετίζονται με σύγχρονα διεθνή πρότυπα, όπως είναι η Οικουμενική Διακήρυξη και οι Συνθήκες του ILO για το θεμελιώδη Ανθρώπινα Δικαιώματα.</i></p>	<p>HR8. Εκπαιδευτική των εργαζομένων σε πολιτικές και πρακτικές που αφορούν όλα τα θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων που σχετίζονται με επιχειρηματικές διαδικασίες. Συμπεριλαμβάνεται ο τύπος εκπαίδευσης, ο αριθμός των εκπαιδευμένων εργαζομένων και η μέση διάρκεια της εκπαίδευσης.</p>
<p>HR2. Απόδειξη της συνεκτίμησης των επιδράσεων στα ανθρώπινα δικαιώματα, στο πλαίσιο της λήψης αποφάσεων για επενδύσεις και αγορές, συμπεριλαμβανομένης της επιλογής προμηθευτών/αναδόχων.</p>	
<p>HR3. Περιγραφή πολιτικών και διαδικασιών για την αξιολόγηση και την αντιμετώπιση των θεμάτων της επίδοσης στον τομέα των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, στο πλαίσιο της εφοδιαστικής αλυσίδας και των προμηθευτών, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων και των αποτελεσμάτων παρακολούθησης. <i>Ο όρος "επίδοση στον τομέα των ανθρωπίνων δικαιωμάτων" αναφέρεται στα θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων που προσδιορίζονται στους δείκτες επίδοσης HR1 ως θέματα που περιλαμβάνονται στους προτάσεις.</i></p>	
Έλλειψη διακρίσεων	
<p>HR4. Περιγραφή παγκόσμιας πολιτικής και διαδικασιών/προγραμμάτων για την πρόληψη των διακρίσεων κάθε μορφής στις λειτουργίες του οργανισμού, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων και των αποτελεσμάτων παρακολούθησης. <i>Ελευθερία συνδικαλισμού και συλλογικές διαπραγματεύσεις</i></p>	
<p>HR5. Περιγραφή της πολιτικής για την ελευθερία του συνδικαλισμού και έκταση της εφαρμογής της εν λόγω πολιτικής παγκοσμίως, ανεξάρτητα από τις τοπικές νομοθεσίες, καθώς και περιγραφή διαδικασιών/προγραμμάτων για την αντιμετώπιση του ζητήματος.</p>	
Παιδική εργασία⁴	
<p>HR6. Περιγραφή της πολιτικής για τον αποκλεισμό της παιδικής εργασίας, όπως ορίζεται από τη Συνθήκη 138 του ILO, και έκταση της φανεράς διακήρυξης και εφαρμογής της εν λόγω πολιτικής, και περιγραφή διαδικασιών/προγραμμάτων για την αντιμετώπιση του ζητήματος, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων και αποτελεσμάτων παρακολούθησης. <i>Εξαναγκασμένη και υποχρεωτική εργασία</i></p>	
<p>HR7. Περιγραφή της πολιτικής για την πρόληψη της εξαναγκασμένης και υποχρεωτικής εργασίας και έκταση της φανεράς διακήρυξης και εφαρμογής της εν λόγω πολιτικής, και περιγραφή διαδικασιών/προγραμμάτων για την αντιμετώπιση του ζητήματος, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων και αποτελεσμάτων παρακολούθησης. <i>Βλ. Συνθήκη του ILO αρ. 29, Άρθρο 2.</i></p>	

Πρακτικές πετσαχιάς	
	<p>HR9. Περιγραφή των πρακτικών προσφυγής, συμπεριλαμβανομένων, αλλά όχι περιοριστικά, των θεμάτων που σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα. Περιγραφή των διαδικασιών εκπροσώπησης και προσφυγής.</p> <p>HR10. Περιγραφή της πολιτικής αποκλεισμού των αντιπάλων και του αποτελεσματικού και εμπιστευτικού συστήματος υποβολής παραπόνων εργαζομένων (συμπεριλαμβανομένης, αλλά όχι περιοριστικά, της επίδρασης του στα ανθρώπινα δικαιώματα).</p>
Πρακτικές ασφαλείας	
	<p>HR11. Εκπαίδευση του προσωπικού ασφαλείας, όσον αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα. Συμπεριλαμβάνεται ο τύπος εκπαίδευσης, ο αριθμός των εκπαιδευμένων και η μέση διάρκεια της εκπαίδευσης.</p>
Δικαιώματα ενταπίων	
	<p>HR12. Περιγραφή πολιτικών, κατευθυντήριων γραμμών και διαδικασιών για την αντιμετώπιση των αναγκών των ενταπίων. Συμπεριλαμβάνονται οι ενότητες που απασχολούνται ή που βρίσκονται σε κοινότητες, στις οποίες ο οργανισμός δραστηριοποιείται ή σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί.</p> <p>HR13. Περιγραφή κοινά διαχειριζόμενων μηχανισμών/αρχών υποβολής παραπόνων κοινότητας.</p> <p>HR14. Μέρος των εσόδων λειτουργίας από τον τομέα των λειτουργιών, το οποίο αναδιανέμεται σε τοπικές κοινότητες.</p>

Δείκτες κοινωνικής επίδοσης: Κοινωνία

Βασικοί δείκτες	Κοινότητα	Πρόσθετοι δείκτες
<p>S01. Περιγραφή των πολιτικών για τη διαχείριση των επιδράσεων στις κοινότητες σε περιοχές που επηρεάζονται από δραστηριότητες και περιγραφή διαδικασιών/προγραμμάτων για την αντιμετώπιση του ζητήματος, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων και αποτελεσμάτων παρακολούθησης. Συμπερίληψη μιας ετήσιας των διαδικασιών για τον προσδιορισμό των ενδιαφερόμενων μερών σε επίπεδο κοινότητας και την πραγματοποίηση διαλόγου με αυτούς.</p>	Κοινότητα	<p>S04. Βραβεία που έχουν απονεμηθεί και σχετίζονται με την κοινωνική, ηθική και περιβαλλοντική επίδοση.</p>
Διεροδοκία και διαφθορά		
<p>S02. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με την αντιμετώπιση της διεροδοκίας και της διαφθοράς από οργανισμούς και εργαζομένους. Συμπερίληψη μιας περιγραφής του τρόπου, με τον οποίο ο οργανισμός καλύπτει τις απαιτήσεις της Συνθήκης και ΟΟΣΑ για την καταπολέμηση της διεροδοκίας.</p>		
Πολιτικές ανεισαφορές		
<p>S03. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με τη διαχείριση θεμάτων που αφορούν πολιτικά λόμπι και ανεισαφορές.</p>		<p>S05. Χρηματικό ποσό που έχει καταβληθεί σε πολιτικά κόμματα και ιδρύματα, των οποίων το πρωταρχικό αντικείμενο είναι η ίδρυση πολιτικών κομμάτων, καθώς και σε υποψηφίους αυτών.</p>
Ανταγωνισμός και τιμολόγηση		
		<p>S06. Αποφάσεις δικαστηρίων σε υποθέσεις που αφορούν κανονισμούς για την αποφυγή δημιουργίας τρασπ και μονοπωλίων.</p> <p>S07. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με την πρόληψη του αθέτητου ανταγωνισμού.</p>

Δείκτες κοινωνικής επίδοσης: Ευθύνη για τα προϊόντα

Βασικοί δείκτες	Υγιεινή και ασφάλεια των πελατών	Πρόσθετοι δείκτες
<p>PR1. Περιγραφή της πολιτικής για την προστασία της υγιεινής και της ασφάλειας των πελατών κατά τη χρήση των προϊόντων και των υπηρεσιών και έκταση της φρενερής διακήρυξης και εφαρμογής της εν λόγω πολιτικής, καθώς και περιγραφή διαδικασιών/προγραμμάτων για την αντιμετώπιση του ζητήματος, συμπεριλαμβανομένων των συστημάτων και αποτελεσμάτων παρακολούθησης. Εξήγηση του οφέλους για την τυχόν χρήση πολυαίων προϊόντων στην προώθηση και τις πωλήσεις των προϊόντων.</p>	<p>PR4. Αριθμός και τύπος περιστατικών μη συμμόρφωσης με κανονισμούς που αφορούν την υγιεινή και την ασφάλεια των πελατών, συμπεριλαμβανομένων τυχόν ποινών ή προστίμων που επιβλήθηκαν για τις εν λόγω παραβάσεις.</p> <p>PR5. Αριθμός παραπόνων που υποστηρίχθηκαν από ρυθμιστικές αρχές ή άλλα επίσημα όργανα για την επίβλεψη ή την κανονιστική ρύθμιση θεμάτων υγιεινής και ασφάλειας προϊόντων και υπηρεσιών.</p> <p>PR6. Πιστοποιήσεις συμμόρφωσης με εθελοντικούς κώδικες συμπεριφοράς, ετικέτες προϊόντων ή βραβεύσεις που αφορούν την κοινωνική ή/και περιβαλλοντική ευθύνη, τις οποίες ο υπεύθυνος έκδοσης του απολογισμού έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιεί ή οι οποίες του έχουν απονεμηθεί. Συμπερίληψη μιας εξήγησης της σχετικής διαδικασίας και των κριτηρίων.</p>	
Προϊόντα και υπηρεσίες		
<p>PR2. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με τις πληροφορίες για τα προϊόντα και με τη σημαση των προϊόντων.</p>	<p>PR7. Αριθμός και τύπος περιστατικών μη συμμόρφωσης με κανονισμούς που αφορούν τις πληροφορίες για τα προϊόντα και τη σημαση των προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των τυχόν ποινών ή προστίμων που επιβλήθηκαν για τις εν λόγω παραβάσεις.</p> <p>PR8. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με την ικανοποίηση των πελατών, συμπεριλαμβανομένων των αποτελεσμάτων ερευνών για τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών. Προσδιορισμός γεωγραφικών περιοχών που καλύπτονται από την πολιτική.</p>	
Διαφήμιση		
	<p>PR9. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με την τήρηση προτύπων και εθελοντικών κώδικων συμπεριφοράς για τη διαφήμιση. Προσδιορισμός γεωγραφικών περιοχών που καλύπτονται από την πολιτική.</p> <p>PR10. Αριθμός και τύπος παραβιάσεων κανονισμών που αφορούν τη διαφήμιση και την προώθηση προϊόντων.</p>	
Σεβασμός της ιδιωτικότητας		
<p>PR3. Περιγραφή της πολιτικής, των διαδικασιών, των συστημάτων διαχείρισης και των μηχανισμών συμμόρφωσης που σχετίζονται με την ιδιωτικότητα του καταναλωτή. Προσδιορισμός γεωγραφικών περιοχών που καλύπτονται από την πολιτική.</p>	<p>PR11. Αριθμός τεκμηριωμένων παραπόνων που αφορούν παραβιάσεις της ιδιωτικότητας του καταναλωτή.</p>	

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ

“G3 GUIDELINES- EXTRA”

GRI mission

The Global Reporting Initiative's (GRI) mission is to make sustainability reporting as routine and comparable as financial reporting. It does this through the development and continuous improvement of a reporting framework that can be used by any organization to report on its economic, environmental, and social performance.

What we do

At the heart of the GRI reporting framework lie the Sustainability Reporting Guidelines. These Guidelines began to take shape in the late 1990's, and were released for the first time in 2000. A second version was released at the World Summit for Sustainable Development in 2002, and was acclaimed a significant technical improvement from the first version. Known as the 2002 Guidelines (or "G2"), these have steadily become the basis for reporting sustainability performance by many hundreds of organizations worldwide.

Now, nearly four years later, GRI is in the middle of a process to innovate, update, and upgrade the G2 Guidelines. The third generation of Guidelines ("G3") will be available in draft form, for the purposes of gaining public comment and opinion, from January to March 2006. The G3 Guidelines are expected to be finalized by October 2006, and will then replace the G2 version.

Other reporting framework components are built to be used with the Guidelines, including:

- Sector Supplements
- Boundary Protocol
- Indicator Protocols

How we do it

Components in the reporting framework, including the Guidelines, are created and continuously improved using a series of multi-stakeholder working groups that are tasked with revising existing content or developing new content. The size and duration of working groups vary depending on the work they are tasked with, but they are always a balanced composition of people from all parts of the world and from different professional backgrounds, including business, civil society, investment, labor, accounting, academia, and others. The groups seek to arrive at a consensus about what the most important issues for organizational reporting are, and how these issues should be captured in the form of reporting indicators, disclosures, principles, or other elements. The groups also address expectations regarding the process of reporting and the preparation of a report, and may offer guidance in these areas too.

Due to this multi-stakeholder working group approach, the GRI reporting framework is a direct reflection of the experience, learning, and opinions of those practitioners that engage actively in the GRI network. Sustainability reporting is a relatively young field, so with each iteration of the Guidelines or other framework components therein lies an opportunity to better understand and capture the intelligence that is generated around the needs, uses, and practicalities of sustainability reporting.

To ensure the highest quality in GRI reporting framework components, the

organizations' governance bodies all play a role before they are released for use. The Technical Advisory Committee oversees the general development and provides guidance on technical issues. The Board of Directors has ultimate responsibility for the reporting framework, and the Stakeholder Council provides general policy guidance for GRI as a whole.

An accumulation of intellectual capital

Let's reflect back on the context within which the 2002 Guidelines were developed, and compare this with the context within which the G3 Guidelines are being developed.

The G3 Guidelines stand to benefit from a wide array of practical expertise with sustainability reporting, communication, and assurance accumulated over the years by reporting organizations and their stakeholders. The multi-stakeholder working group development process was designed to capture this intellectual capital, and the draft G3 Guidelines are the result.

	G2 Guidelines – released mid-2002 Development phase: 2001-2002	G3 Guidelines – due for release in late 2006 Development phase: 2004-2005
Practical experience	<ul style="list-style-type: none"> • Less than 100 organizations used the Guidelines to report • Less than two years of collective experience and results with structured reporting • 30 companies participated in the Structured Feedback Process on the 2000 Guidelines • Limited number of studies or analysis on the state of reporting, trends in reporting, and best practice in reporting; results and conclusions often patchy due to limited data 	<ul style="list-style-type: none"> • More than 750 organizations used the Guidelines to report, some annually over the past 3+ years • Six full years of collective experience and results with structured reporting • 450 individuals participated in the Structured Feedback Process from business, investment, accounting, academia, civil society, labor, etc., on the 2002 Guidelines. • Rich studies on reporting trends by country, sector, and globally. High volume of reporting organizations means useful insights in to trends, best practice, and state of reporting
GRI network & organizational development	<ul style="list-style-type: none"> • Approximately 2,000 in GRI's broad communications network • GRI concept, network, and Guidelines were in an introductory phase • Steering Committee of 20 people guiding organizational and technical development, with input from CERES leadership and UNEP • GRI a sub-project of the US non-profit organization CERES, a secretariat of 10 housed in their Boston offices 	<ul style="list-style-type: none"> • Over 20,000 in GRI's broad communications network • High recognition globally, GRI established authority on sustainability reporting • Board of 16 people, Stakeholder Council of 48, and Technical Advisory Committee of 8 formed and functioning • GRI incorporated as an independent, non-profit organization, secretariat of 20 located in Amsterdam, NL

<p>Maturity of GRI reporting framework</p>	<ul style="list-style-type: none"> • The Guidelines were the only component in the GRI reporting framework • Early prototypes of sector supplements and indicator protocols in development phase 	<ul style="list-style-type: none"> • Third generation of GRI Guidelines underway • Indicator protocols for every indicator drafted • Six sector supplements ready for use, three in development • Boundary Technical Protocol complete • Resource documents for reporting on progress with Global Compact, OECD Guidelines available • “High 5!” A resource for small and medium sized enterprises using the Guidelines available
<p>Maturity of other corporate responsibility tools</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Overall, a collection of various corporate responsibility tools emerging, but not yet an understanding of how they relate or how to use them together • ILO Tripartite Agreement, OECD Guidelines for Multinational Enterprises well established, but not firmly embedded in everyday CSR management activities • ISO 14000 well established 	<ul style="list-style-type: none"> • Greater efforts by practitioners and by purveyors of corporate responsibility tools to harmonize their use, and converge functionalities to form a valuable collection of codes, principles, management standards, certification schemes, reporting, assurance, and other functionalities. • ISO 26000 in exploratory phase
	<ul style="list-style-type: none"> • Global Compact just establishing, less than 500 participants • Sustainability and reporting catches the attention of socially responsible investing movement • Verification of sustainability reports was discussed in GRI expert groups, but hadn’t been established as a central concept 	<ul style="list-style-type: none"> • Global Compact exceeds 2000 participants and establishes clear “Communications on Progress” requirements • SRI and mainstream analysts and investors looking to sustainability issues as important in investment decisions • Assurance, auditing, and verification of sustainability reports and reporting processes established firmly on the agenda
<p>Evolving expectations of GRI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • GRI expected to provide a set of Sustainability Reporting Guidelines 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI expected to provide a multi-faceted reporting framework, including Guidelines, sector-specific guidance, national-specific guidance, indicator protocols, and guidance on various reporting process items such as boundary setting and determining relevance • GRI expected to provide products and services to support the use of the reporting framework, including how-to and help guides, courses, and a digital taxonomy.

The draft G3 Guidelines are now being made available to the general public to cast the net even wider in hopes the GRI can benefit from your knowledge and advice at this key stage in their development.

Determining the path forward from G2 to G3

There are two things that are constant about the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines:

- They must be developed using a global, multi-stakeholder, consensus-seeking process
- They must be continuously improved based on feedback provided by people who use them and the reports written using them

The G2 Guidelines are themselves the product of several years of research, development and multi-stakeholder discussions stretching back as early as 1997. In order to ensure the Guidelines keep up with the increasingly sophisticated needs of reporting organizations and information seekers alike, GRI embarked on a review of the G2 Guidelines about 18 months after their mid-2002 release.

Structured Feedback Process (SFP)

This review was called the Structured Feedback Process (SFP) and was designed to gather ideas and opinions about how the Guidelines could be improved. Participants numbered 450 and included organizations that used the Guidelines to report (both experienced and new), and also those that regularly use information and data from sustainability reports. The SFP occurred during 2003-2004 and consisted of the following elements:

- A questionnaire to which there were 112 responses. The questionnaire was statistically analyzed and the results provided the basis for conversation and debate at a series of seven regional roundtables.
- Seven regional roundtables unfolded in Australia, Brazil, China, Japan, South Africa, Switzerland, and the United States. In total, 450 attendees discussed complex issues related to the Guidelines in small break out groups.

SFP results

The drivers and incentives for reporting differ country to country, and even sector to sector. In some places strong civil society and labor forces play an important role in demanding sustainability information and reporting from organizations, and as a result is shaping the nature of what is reported. In others, an organized and active socially responsible investment (SRI) community is demanding reporting of a very different nature. Certainly, in some regions, organizations must cope with light or stringent regulations on reporting, which in turn affect their reporting practices. In addition to external forces for reporting, in many cases, the main motivation to report derives from its value for the purposes of internal management and coordination.

In light of these differing forces and reporting needs the results of the SFP survey and roundtables were diverse. In some cases, opinions across geographic regions, or stakeholder groups, were completely polarized. However, there was substantial set of consistent messages that emerged from the SFP, and which directly influenced which areas of the Guidelines were prioritized for improvements, were new content areas had to

be developed, and which parts of the Guidelines most people were quite satisfied with. SFP participants gave **overall advice** on the parameters within which G3 should be developed. These parameters were woven into the work plan of the multi-stakeholder working groups that were eventually formed and mandated to update the G2 Guidelines.

- **User-friendly:** Increase overall ease of use by adjusting the guidance itself, the way it is written, and the format within which it is presented.
- **Minimize transition costs:** By October 2006 (the target completion date of the G3 Guidelines) there could be upwards of 1000 organizations already using G2 as the basis for their reporting. Although these organizations are mainly demanding more robust Guidelines to fulfill their reporting needs, care needs to be taken that the transition from G2 to G3 is as smooth as possible.
- **Guidance on relevance:** When most organizations pick up the Guidelines for the first time they think they have to respond to all of the indicators contained within. There was strong advice that it must be clear that a reporting organization must undergo an exercise in issue identification and prioritization before selecting the relevant indicators for their reporting purposes, and that the Guidelines should contain some advice or guidance on how this should be done.
- **Increase assurability:** Various forms of assurance, auditing, or verification are used by reporting organizations - or are demanded by their stakeholders - to increase the credibility of reports. SFP participants requested that the Guidelines as a whole, including reporting principles, disclosure items, and indicators be refined so they are more suitable as criteria for assurance purposes.
- **Harmonize with others:** In the period 2000-2005 an array of sustainability and corporate responsibility tools emerged. These include codes of conduct, principles, management systems, certification or labeling schemes, assurance frameworks, and many others. SFP participants articulated that reporting is one function in the overall management approach, and the Guidelines should provide a consolidated communications platform for progress made with codes, principles, management or certification tools, etc. There was also a strong demand that the Guidelines also maintain their commitment to alignment with internationally-agreed conventions and norms.
- **Invest in investors:** Investors are increasingly users of sustainability data issued by companies, and are taking an active role in demanding transparency on sustainability issues by listed companies. In emerging economies, and for non-listed organizations, investors do not yet play this role, but it has been recognized that others with financial relationships to the organization such as buyers, clients and lenders, are also beginning to exert pressure for transparency and communication about key risks and opportunities. SFP participants recommended that investors and other financial players be surveyed to find out what could be done to make sustainability reporting of greater utility to them.

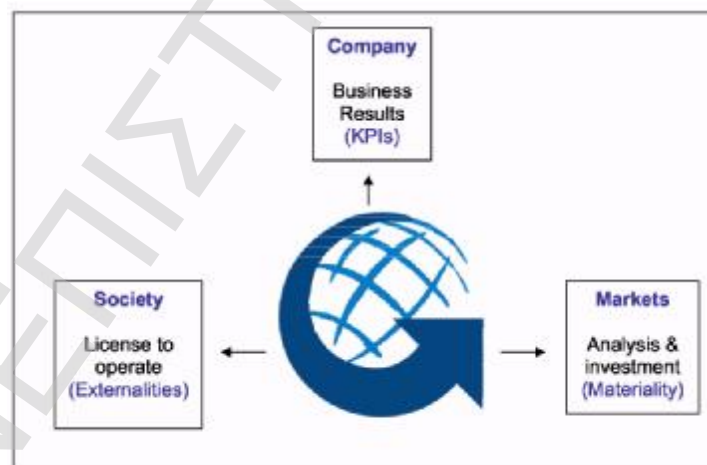
In terms of the **indicators and disclosures** contained within the Guidelines, there was also a consistent set of feedback across geographic regions and stakeholder groups:

- **Be sensitive to the number of indicators:** The G2 Guidelines contain 97 total indicators, along with other disclosure items. Although it was recognized that some new sustainability issues had come to light since the G2 development process, or other existing issues may not have had the coverage some would have preferred, there was not a clear mandate to significantly increase the number of indicators. The main message was to improve clarity and consistency, and to arrive at a focused set that reflected key priorities for reporting.

- **Performance-focus:** G2 indicators are a mix of disclosures that request information on policies, procedures, management approaches, and outcomes. SFP participants strongly recommended that the indicators be refined so that they elicit information that can be used to show change over time (i.e., "performance"). The challenge from SFP participants for G3 was to arrive at performance oriented indicators, but still include space for organizations to put these results in context and explain the overarching management approach.
- **Comparable:** Indicators should be refined so that data resulting can be more easily bench-markable to track performance by one organization over time, or across multiple organizations.
- **Qualitative indicators need help:** There was widespread recognition by SFP participants that qualitative indicators are necessary to use when reporting on sustainability issues such as human rights, labor topics, and others. However, there was also strong criticism that the G2 qualitative indicators only requested descriptions and didn't focus on outcomes or results. The challenge for G3 was to make them more comparable and results-oriented without turning them into quantitative measures.
- **A how-to guide:** To improve clarity in what an indicator is actually asking for, or how it should be responded to, technical protocols for all indicators should be created. Technical protocols should contain definitions of terms that appear in the indicator wording, compilation methodology, and other useful references.

Different groups have different needs

The other benefit of the SFP was the revelation that the main stakeholder groups interested in reporting (i.e., businesses, investors, academics, civil society, labor, accounting, and others) had become increasingly clear about what they wanted out of sustainability reporting. The following figure provides a basic overview of different users needs.



Organizations will not report "for the sake of reporting" or because it is "the right thing to do." Sustainability reporting must result in demonstrable advantages such as better management of sustainability issues, risk reduction, reputation enhancement or protection, stakeholder relations, investor relations, or internal performance benchmarking and communications. Although there is still widespread recognition that reporting fulfills external communication needs (such as demanded from investors or civil society) organizations are more and more looking to identify a set of key performance indicators that can fortify their effective management of sustainability

issues.

Civil society, on the other hand, is still the main issuer of the so-called "license to operate". Organizations must still earn this by showing transparency, accountability, and responsiveness to important sustainability issues for the communities in which they operate, to their employees, or to others that have a stake in their organizations. This may result in different information priorities and formats than those needed for KPI's or internal management performance tracking.

Investors have made their information interests clear to companies. They are interested in tracking issues and performance related to the management of these issues that are relevant for understanding the financial health of the company. As a result, investors are looking for regular, credible, bench-markable, and meaningful data on sustainability performance. These information needs may not match what a company has identified as KPFs for its own internal management, and may or may not reflect the information needs and issues identified as important for civil society stakeholders.

The challenge for the G3 development process was to ensure the Guidelines will still be able to meet these diverse needs - or address them even better than in the past.

Overview of main changes G2 to G3

The G3 process has resulted in a number of innovations, which are briefly outlined in this section. The over-riding goal has been to develop a set of Guidelines that will enable GRI to make significant progress towards its mission of making reporting routine and comparable. The innovations have been intended enhance the comparability, clarity, ease of use, and assurability of the Guidelines and reports that are prepared using the Guidelines.

Format

In 2002, the Guidelines were the only major document completed in the GRI reporting framework, and as a result provided a combination of reporting guidance, explanation about reporting trends, rationale for the structure of the Guidelines, and the history of the Guidelines and the GRI network.

In contrast, the G3 Guidelines focus only on reporting expectations to ensure a more clear and concise document. The Guidelines are supported by other documents to assist users and preparers of reports with further technical topics - such as technical protocols and sector supplements. In the future, this will be expanded to include educational materials.

Upon finalization in October 2006, the GRI framework and related materials will be available in digital formats, which will allow users to seamlessly move between materials as they need.

Structure

The overall structure and logic of the document have been adjusted to better match the

Quick glance: What's new in G3?

- Guidance on defining the content of a report, and the quality of data
- Guidance on setting the report boundary
- Each reporting principle is accompanied by a set of tests to help with their application
- New section in Disclosure Items on strategy and analysis that highlights key issues, risks, and opportunities
- Indicator section has been restructured and now contains Disclosures on Management Approach and Performance Indicators
- A Protocol has been created for each indicator, outlining key definitions, compilation methodologies, and resources.

flow of a typical reporting process, and is aimed to make the Guidelines more practical and easy to understand. Overall, the structure of the Guidelines and the new guidance on processes like boundary setting and issue identification should help mesh better with organizational planning and management processes.

The section containing the standard disclosures now follow a logical flow, starting from strategy and analysis of sustainability, including risks and opportunities; followed by disclosures on the management of key issues; and finally ending with results-oriented performance indicators. It is hoped that this approach allows reporting organizations to put their performance in the context of macro sustainability issues and then specific management approaches.

Part 1 is broken into three sections:

- How to determine what issues to report on, and select relevant indicators
- How to set the report boundary
- How to ensure the quality of reported information

Part 2 contains the standard disclosure set and has three main sections:

- Disclosure items (general context setting)
- Management disclosures outlined specifically for economic, environment, human rights, labor, product responsibility, and society issues
- Performance indicators categorized into economic, environment, human rights, labor, product responsibility, and society issues

Part 3 wraps up with other considerations for the reporting process, such as:

- Frequency and medium of reporting
- Assurance and reporting
- The sustainability report as a living document, and the cycle of continuous improvement

Reporting principles

The basis for any guidance on the selection, presentation, and quality of report content has always been found in the reporting principles, however there was a strong message that this did not come through in the G2 Guidelines.

The reporting principles have been reviewed and updated. Each principle is presented with a short definition, a longer explanation on how it can be useful in application, and a series of self-tests that will help the practitioner apply the principle

It should be noted that there are no reporting or disclosure expectations associated with the tests, and that these are simply meant to provide a checklist or practicable guidance on what is expected in terms of application of the principle.

In addition to the new structure, format, and applicability, the principles have been grouped in terms of those that help define report content, and those that help ensure quality of reported information.

Principles to use when determining report content:

- Sustainability context
- Stakeholder engagement
- Completeness

Quick overview: Principles	
G2 Principles	G3 Principles
Transparency →	Issue determination
Inclusiveness →	Stakeholder engagement
Completeness	Completeness
Relevance →	Relevance/materiality
Sustainability context	Sustainability context
Accuracy	Quality of data Accuracy
Neutrality	Neutrality
Comparability	Comparability
Clarity	Clarity
Timeliness	Timeliness
Auditability →	Assurability

- Relevance/Materiality

In the G3 Guidelines, these four principles are presented in one block, along with some additional guidance on issue identification and indicator selection. A strong new theme in the G3 text is the importance of viewing the indicator set first through a filter for relevance and materiality.

Principles to use to ensure quality of reported information:

- Timeliness
- Accuracy
- Assurability
- Balance
- Neutrality
- Clarity

What happened to the principle of Transparency?
The overarching goal behind sustainability reporting is transparency. By applying the principles, and reporting on relevant indicators, organizations move toward greater transparency. For this reason, transparency was removed from the list of actionable principles, and instead is taken as the overarching concept behind the entire GRI reporting framework.

Every reporting organization takes steps to ensure the quality and credibility of its report and the information contained therein. There are a variety of things that can be done to improve report quality, from accuracy of data presentation to implementing assurance processes. These principles outline a practical and flexible approach to the range of options available.

Also included along with the reporting principles is a new section on how to set the report boundary. This section builds on existing guidance found in the boundary technical protocol, along with new and practical guidance on how to determine which entities' performance should be represented by the report.

Main changes and points of interest for the indicators are:

1. Changes in the nature of indicators toward greater comparability
 - o Each indicator was worded so that it would elicit comparable information - which means the reporting organization can report changes in specific issues/results over time
 - o Biggest challenge lay with qualitative indicators. In some cases they were changed to quantitative measures, and in other cases they were broken into binary sub-components.
2. Changes to the indicator set as a whole
 - Effort to incorporate a degree of harmonization with definitions and terms used in existing international standards and with other tools
 - **Economic indicators** - retained concept of economic value added/wealth distribution, but expanded the section's coverage of indirect economic impacts. Specifically included new indicators to highlight involvement in local markets as well as indicators related to new issues such as climate change and pensions coverage.
 - **Environment indicators** - mostly clarifications, refinements, and ensuring feasibility of measurement. Biodiversity indicators were streamlined to reduce overlap and inconsistencies.
 - **Labor indicators** - new topics added on gender, pay ratios, and skills development. Focus on making the descriptive process indicators into comparable qualitative or quantitative disclosures.
 - **Human rights indicators** - significant change in the section due to consolidations and refocusing on occurrence of incidents in order to get to comparable disclosures

- **Product responsibility and society indicators** - focused on a move towards comparability and also did a limited amount of consolidation. One indicator added on corruption.

Ο πίνακας περιεχομένων των G3
Guidelines draft: →

Overview of Sustainability Reporting	4
Sustainable Development and the Transparency Imperative	4
The purpose of a sustainability report.....	4
Orientation to the GRI Reporting Framework	4
Orientation to the GRI Guidelines.....	5
Part 1: Report Content, Boundary, and Quality	6
Defining Report Content	6
Guidance for Defining Report Content.....	6
Principles for Defining Report Content.....	6
Setting the Report Boundary.....	9
Quality of Reported Information.....	10
Principles for Ensuring Report Quality	10
Part 2: Standard Disclosures	13
Disclosure items.....	13
1: Strategy and Analysis	13
2: Organizational Profile.....	13
3: Report Parameters	14
4: Governance, Commitments, & Engagement	15
Disclosures on Management Approach and	
Performance Indicators	16
Economic Performance Indicators	16
Environmental Performance Indicators	17
Social Performance Indicators	19
Part 3: Guidelines use and report compilation	24
Glossary	26

Για περισσότερες πληροφορίες στην ιστοσελίδα του οργανισμού:
www.globalreporting.org

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	Σελ.
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΑΡΧΕΣ, ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ, ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ, ΠΡΟΤΥΠΑ, ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ	134
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	144
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ Ε.Κ.Ε ΠΡΟΣ ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ	149
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: ΣΥΓΚΡΙΣΗ GRI ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ	152
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: ΑΡΧΕΣ & ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ GRI	159
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ: G3 GUIDELINES- EXTRA	167
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ: ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 4	177

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Γνώμη της Ο.Κ.Ε, «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Αθήνα, 16 Σεπτεμβρίου 2003
- [2] Οδ. Κυριακόπουλος (Πρόεδρος του ΣΕΒ), «Η νέα εταιρική κουλτούρα της κοινωνικής ευθύνης», 1 Απριλίου 2004
- [3] Πράσινο Βιβλίο, «Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών κοινοτήτων, Βρυξέλλες, 18-7-2001
- [4] “Diversity of Perspectives”, (<http://strategis.ic.gc.ca>)
- [5] ΕΕΔΕ (Ελληνική Εταιρεία Διοικήσεως Επιχειρήσεων), «Το γλωσσάρι της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης», (www.eede.gr)
- [6] Csreurope, CSR Europe’s response to the European Commission, Green Paper, “For a European Framework on CSR”, Proposals for action, Jan. 2002
- [7] Keefe F. Joseph, “Five Trends: The Rise of Corporate Reputation and CSR” [NewCircle Communications](http://www.csrwire.com), 2002, (www.csrwire.com)
- [8] Κονταξή Μυρτώ, Παρουσίαση ομιλίας με θέμα «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Περιβάλλον», Pricewaterhousecoopers, Φεβ. 2004,
- [9] “European Multistakeholder Forum on CSR”, Final results & recommendations, Final Report, 29 June 2004
- [10] “CSR Europe and the European Union”, (www.csreurope.org)
- [11] “European Business Campaign on Corporate Social Responsibility” (www.csreurope.org)
- [12-14] Εργασία για το διαγωνισμό του περιοδικού «Οικονομική βιομηχανική επιθεώρηση» με θέμα, «Εταιρική κοινωνική ευθύνη: Η επιχείρηση ως καλός πολίτης», Αθήνα 2003
Άγγελος Ν. Κουβαράς & Θεοχάρης Ι. Παπαδόπουλος, (1^ο βραβείο)
Κουσκούτη Δ. Αντιγόνη (2^ο βραβείο)
Κορνελάκης Ανδρέας (3^ο βραβείο)
- [15] Holme Richard & Phill Watts, “Corporate Social Responsibility-Meeting changing expectations”, WBCSD
- [16] “How do companies define CSR for themselves, both conceptually and operationally?”, (www.csreurope.org)
- [17] “CSR Europe response to the European Commission”, (www.csreurope.org)
- [18] «Εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη», (<http://europa.eu.int>)
- [19] www.csrhellas.gr (Ιστοσελίδα «Ελληνικού δικτύου Ε.Κ.Ε»)
- [20] ΓΣΕΒΕΕ (Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας), «Εταιρική κοινωνική ευθύνη και μικρομεσαίες επιχειρήσεις», 28/2/2005 (www.gsevee.gr)
- [21] “Development and Society” (<http://strategis.ic.gc.ca>)
- [22] Little D. Arthur, “The Business Case for Corporate Responsibility”, Business in the Community, Dec 2003, (www.bitc.org.uk)
- [23] “The business case for social responsibility in small and medium-sized enterprises”, Developed with the support of the European Commission, Employment and Social Affairs Directorate, (www.smekey.org)
- [24] Hopkins Michael, “Corporate social responsibility: an issues paper”, Working Paper No. 27, Policy Integration Department World Commission on the Social Dimension of Globalization International Labour Office, Geneva, May 2004

- [25]] Csr network and Radley Yeldar, making csr a reality, “The Top 10 Benefits of Engaging in Corporate Social Responsibility: The Business Case (Sub-titled ‘Why Bother with CSR’)?”
- [26] Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, «Κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων», 2001
- [27] “Business Case for CSR”, (<http://strategis.ic.gc.ca>)
- [28] “What is CSR”, (<http://strategis.ic.gc.ca>)
- [29] “Business Case for CSR: Key Drivers and Benefits” (<http://strategis.ic.gc.ca>)
- [30] “Corporate Social Responsibility”, (www.bsdglobal.org)
- [31] Driscoll Dennis, “The Positive Role of Corporate Social Responsibility: Notes on the Business Case”
- [32] “Overview of Corporate Social Responsibility”, (www.bsr.org)
- [33] European Commission, “Guidelines for the dissemination of corporate social responsibility among small and medium-sized enterprises”, May 2004
- [34] Πρακτικά 2^ο διεθνούς συνεδρίου «Εταιρική κοινωνική ευθύνη: για μια πιο ανταγωνιστική Ευρώπη», Economist Conferences, 28-2-2005
- [35] Doane Deborah, “Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets”, Futures 37 (2005) 215–229, (www.sciencedirect.com)
- [36] Greenfield W.M (President, W.M Greenfield Associates), “In the name of corporate social responsibility”, Boston Massachusetts, Business Horizons 47/1(p. 19-28, January-February 2004 (wmgreenfield@greenkeypub.com))
- [37] Κοζύρης Φαίδων, «Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων», 2003
- [38] www.fgi.org.gr (Ιστοσελίδα «Συνδέσμου Ελλήνων Βιομηχάνων»)
- [39] Εφημερίδα Εξπρές «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Το «όπλο» ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας;», 8-03-2005
- [40] Ligteringen Ernst (Chief Executive, Global Reporting Initiative) and Simon Zadek (Chief Executive), “The Future of Corporate Responsibility Codes, Standards and Frameworks”, AccountAbility
- [41] “Corporate Social Responsibility: the WBCSD’ s journey”, WBCSD, 2002
- [42] Holme Richard & Phill Watts, “Corporate Social Responsibility: making good business sense”, WBCSD, Jan.2000
- [43] Συμπεράσματα από την Ηλεκτρονική Συζήτηση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (EU e-discussion on CSR), 20/9/04-15/10/04
- [44] «Κατευθυντήριες οδηγίες GRI 2002 για την έκδοση Κοινωνικών απολογισμών», ελληνική έκδοση, 2005
- [45] Πατήρ Γεώργιος, «Δηλώνοντας την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Διπλωματική εργασία Μ.Π.Σ «Διοίκηση επιχειρήσεων», MBA, Αθήνα, 2001
- [46] “GRI at a glance”, “Vision and mission statements”, “GRI and other CSR tools”, (www.globalreporting.org)
- [47] “Sustainability Reporting Guidelines 2002”, (www.globalreporting.org)
- [48] “GRI and other initiatives”, (www.globalreporting.org)
- [49] “Introducing the G3”, (www.globalreporting.org)
- [50] Travis Engen, President & CEO, Alcan and Samuel DiPiazza, CEO, “Beyond reporting: Creating Business value and accountability”, WBCSD, PricewaterhouseCoopers, June 2005
- [51] www.wbcsd.org (ιστοσελίδα WBSCD)
- [52] “Sustainable development reporting: Striking the Balance”, WBCSD, 2003
- [53] “Voluntary Guidelines for Action on CSR Communication and Reporting”, (www.csreurope.org)

- [54] Εφημερίδα Εξπρές, «Άρχισε η ανάπτυξη του προτύπου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», 5-4-2005
- [55] Εφημερίδα Εξπρές, «ISO 26000: Πρότυπο για την Κοινωνική Ευθύνη», 18-10-2005
- [56] Iabs Conference 2004, Jackson Hole, 4-7 March 2004, “The Evolving Nature of CSR within the Organisation: An Empirical Investigation on Large European Corporations”
- [57] 2002 Sustainability Survey Report, PricewaterhouseCoopers, August 2002 (www.pwcglobal.com)
- [58] “Corporate Social Responsibility: “Reactive Compliance or Proactive Stewardship”, Johannes van de Ven, Swiss Consulting group, 2002-3
- [59] 5th Annual Global CEO Survey, “Uncertain Times, Abundant Opportunities”, In conjunction with the World Economic Forum, PricewaterhouseCoopers, 2002, (www.pwcglobal.com)
- [60] 6th Annual Global CEO Survey, “Leadership, Responsibility, and Growth in Uncertain Times”, In conjunction with the World Economic Forum, PricewaterhouseCoopers, 2003 (www.pwcglobal.com)
- [61] Management Barometer, PricewaterhouseCoopers, “European and U.S. Multinationals Place Different Emphases on Corporate Sustainability, PricewaterhouseCoopers Finds”, 2003
- [62] The SME key, Unlocking Responsible Business, (www.smekey.org)
- [63] “European SMEs and social and environmental responsibility”, European Commission, Observatory of European SMEs 2002/No 4
- [64] Πρώτη Μεγάλη Έρευνα Καταναλωτή CSR2004, «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Υπεύθυνη Κατανάλωση», Ινστιτούτο Επικοινωνίας, 2004
- [65] “Corporate Brand and Corporate Responsibility”, Stewart Lewis Director, MORI, January 2003, (www.mori.com)
- [66] “The Public’s Views of Corporate Responsibility 2003”, Jenny Dawkins, Head of Corporate Social Responsibility Research, MORI, February 2004 (www.mori.com)
- [67] “Corporate Social Responsibility: Is it important? What’s the impact?”, Presented by: Charlotte Hines, The Triple Bottom Line, Communications Directors Forum, 15 June 2001
- [68] Business Ethics, “Making The World a Better Place”, Michele Corrado, Charlotte Hines, MRS Conference 2001, Brighton, 21 March 2001
- [69] Ethical Consumerism Research, Presented by: Professor Robert M Worcester, The Cooperative Bank
- [70] «Εταιρική κοινωνική ευθύνη, Έρευνα αποκαλύπτει ότι το κοινωνικό προφίλ των εταιριών προσελκύει επενδυτές» 2004, (www.plant-management.gr: Ενημέρωση για τα στελέχη της Βιομηχανίας στην Ελλάδα)
- [71] Λεφοπούλου Αλεξάνδρα, «Ενσωμάτωση της Ε.Κ.Ε στις οικονομικές επενδύσεις», περιοδικό MARKETING WEEK, 01-12-2003 (<http://www.disabled.gr>)
- [72] Dawkins Jenny (Head of Corporate Social Responsibility Research), “The Expert Perspective: Views of Corporate Responsibility among NGOs and CSR Commentators”, MORI, December 2004
- [73] «Έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στις Ελληνικές επιχειρήσεις», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, PricewaterhouseCoopers, Νοέμβριος 2004
- [74] «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα, Θέματα και προοπτικές», Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, 2003

- [75] Από www.medacommunication.com τα εξής αρχεία:
«Συμπεράσματα του Βαρομέτρου Αναγνωρισιμότητας, Αύξηση της αναγνώρισης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κατά το 2004»
«Προσθέτει πελατολόγιο το εταιρικό κοινωνικό έργο»
«Βαρόμετρο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης – MEDA & VPRC, Κοινωνικό έργο λόγω «2004» και τσουνάμι»
«Βαρόμετρο Αναγνωρισιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς 2005»
«Βαρόμετρο A.S.B.I. 2005, Δυσπιστία για τις επιχειρήσεις, εμπιστοσύνη στις ΜΚΟ»
«A.S.B.I. 2005, Πόσα ξέρουν οι Έλληνες για το εταιρικό κοινωνικό έργο;»
- [76] «Ολυμπιακό έτος για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ, 02-01-2005 (www.qualitynet.gr)
- [77] University of Amsterdam and KPMG, “KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005”, 2005, (www.kpmg.com)
- [78] University of Amsterdam and KPMG, “KPMG International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002”, 2002, (www.kpmg.com)
- [79] “Corporate Social Responsibility: Lessons Learned”, Final Summary Report, Canada
- [80] Greenall David and Ron Yachnin, Canadian Centre for Business in the Community The Conference Board of Canada, “Reporting on Corporate Social Responsibility Performance: Results of a Survey of Canadian Companies”, March 2001
- [81] The Conference Board of Canada, “The National Corporate Social Responsibility Report: Managing Risks, Leveraging Opportunities-Governance and Corporate Social Responsibility”, Report June 2004

Για την έρευνα του κεφαλαίου 4, για την ύπαρξη Ε.Κ.Ε και κοινωνικών απολογισμών, μελετήθηκαν οι παρακάτω ιστοσελίδες επιχειρήσεων:

ΑΓΕΤ ΗΡΑΚΛΗΣ	www.aget.gr
Α.Ε Τσιμέντων ΤΙΤΑΝ	www.titan.gr
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ	www.michailides.gr
ΑΛΟΥΜΥΛ-ΜΥΛΩΝΑΣ Α.Ε	www.alumil.com
ΑΜΑCΟΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε	www.amacon.gr
ΑΤΛΑΝΤΙΚ Α.Ε	www.atlantic.gr
BP HELLAS Α.Ε	www.bp.com
BAYER CROPSCIENCE ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	www.bayercropscience.gr
BIBEXΡΩΜ Α.Ε	www.vivechrom.gr
BRITISH AMERICAN TOBACCO HELLAS S.A	www.bat.com
C&C INTERNATIONAL S.A	www.cnc.gr
CHIPITA INTERNATIONAL S.A	www.chipita.com
COCA-COLA HELLAS Α.Ε	www.coca-cola.gr
COCA-COLA ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΣ Α.Ε	www.coca-colahbc.com
COCO-MAT	www.coco-mat.com
DHL INTERNATIONAL HELLAS S.A	www.dhl.gr
ΔΕΛΤΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε	www.delta.gr
EFG EUROBANK ΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε	www.eurobank.gr

ΕΚΟ-ΕΛΛΑ Α.Β.Ε.Ε	www.eko.gr
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε	www.hellenic-petroleum.gr
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	www.eab.gr
ΕΛΟΤ Α.Ε	www.elot.gr
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ Α.Ε	www.emporiki.gr
ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ	www.acci.gr
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ	www.epikinonia.gr
ΕΡΙΚΙΝΟΝΙΑ BUSINESS COMMUNICATIONS	www.epikinonia.gr
NETWORK Α.Ε	www.titan.gr
ΙΝΤΕΡΜΠΕΤΟΝ ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ Α.Ε	www.intracom.gr
INTRACOM Α.Ε	www.intralot.com
INTRALOT Α.Ε	www.intralot.com
JANSSEN-CILAG ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.Β.Ε	www.janssen-cilag.gr
JOHNSON&JOHNSON ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Β.Ε	www.jnj.com
Κ.ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε	www.vlachopoulos.gr
ΚΑΠΝΙΚΗ Α. ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ Α.Ε	www.michaelides.gr
ΚΛΩΝΑΤΕΞ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε	www.klonatex.gr
ΛΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε	www.laiki.gr
LAMDA DEVELOPMENT Α.Ε	www.lamda-development.net
ΜΟΝΟΤΕΖ Α.Β.Ε.Ε	www.monotez.com
ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ Α.Ε	www.moh.gr
NOVARTIS HELLAS Α.Ε.Β.Ε	www.novartis.gr
Ο.Τ.Ε	www.ote.gr
ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΜΑΝΟΣ	www.germanos.gr
ΠΡΟΚΤΕΡ&ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε	www.pg.com
ΠΑΠΑΣΤΡΑΤΟΣ (ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΗΣ PHILIP MORRIS INTERNATIONAL)	www.philipmorrisinternational.com
S&B ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΟΡΥΚΤΑ Α.Ε	www.papastratos.gr
SHELL HELLAS Α.Ε	www.sandb.com
ΣΗΜΑ Α.Τ.Ε.Μ.Ε	www.shell.com
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ	www.sima.gr
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ	www.sbbe.gr
ΤΙΜ ΕΛΛΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.Β.Ε	www.fgi.org.gr
TUV HELLAS Α.Ε	www.telestet.gr
ΤΟΥΟΤΑ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε	www.tuvhellas.gr
TRADELINK Α.Ε	www.toyota.gr και www.toyota.com
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΛΤΔ	www.tradelink.com
FHL Η.ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ Α.Ε	www.bankofcyprus.com
ΦΑΓΕ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε	www.fhl.gr
Q-PLAN BUILDING EXPERIENCE Α.Ε	www.fage.gr
VODAFONE-ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ	www.qplan.gr
JOHNSONDIVERSEY ΕΛΛΑΣ Α.Ε	www.vodafone.gr
ΧΑΛΥΨ-ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ	www.johnsondiverse.com
ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ	www.engineer.gr
ΕΜΠΟΡΙΟΥ	www.esee.gr
ΝΗΡΕΥΣ Α.Ε	www.nireus.gr
COSMOTE	www.cosmote.gr
INFOTE	www.infote.gr
ALFA-ALFA HOLDINGS S.A	www.aaholdings.gr

ALPHA MENTOR Ε.Π.Ε	www.alphamentor.gr
BRAINSTORMING Ε.Π.Ε	www.brainstorming.gr
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ Α.Ε	www.dimiourgiki.gr
ΕΤΑΚΕΙ Α.Ε	www.etakei.gr
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΖΗΡΙΑΔΗ Α.Ε	www.ziridis.gr
IBM HELLAS Α.Ε	www.ibm.com
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	www.isi.org.gr
INFORM Π. ΛΥΚΟΣ Α.Ε	www.lykos.gr
MANPOWER TEAM Α.Ε	www.manpowerteam.gr
NESTLE HELLAS Α.Ε	www.nestle.gr
ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ	www.gerolymatos.com
PRICEWATERHOUSE COOPERS	www.pwcglobal.com
SARA LEE COFFEE&TEA HELLAS Α.Ε	www.saraleecoffee.com
SCA HYGIENE PRODUCTS Α.Ε	www.scahygieneproducts.com
CONNECTIVE COMMUNICATIONS	www.connective.gr
ΚΡΕΜΑΛΗΣ ΔΙΚΗΓΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	www.kremalis.gr
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΤΕΧΝΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΚΑΙ ΑΜΑΞΩΝ	www.hellenictoys.gr
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ	www.sfee.gr
QUALITY NET FOUNDATION	www.qualitynet.gr
Unilever	www.unilever.com
Τράπεζα Πειραιώς	www.piraeusbank.gr
McCain Hellas	www.mccain.gr
Glaxosmithkline	www.gsk.com
Ελαΐς	www.elais.gr
Marks&Spencer	www.marksandspencer.com
Siemens	www.siemens.com