

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**  
**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**Τίτλος εργασίας: ΕΚΕ ΚΛΑΔΟΣ ΤΡΑΠΕΖΩΝ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΓΑΛΑΝΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ**

**ΚΑΡΑΠΑΝΟΣ ΒΑΣΙΛΗΣ**

**Επιβλέπων: ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**



## Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μιας έννοιας που συνδέεται όλο και περισσότερο με την εικόνα των επιχειρήσεων, τόσο σε τοπικό/περιφερειακό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Στόχος της εργασίας είναι να προσφέρει στους αναγνώστες μια σφαιρική ενημέρωση, σχετικά με την έννοια και την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Ειδικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση της ΕΚΕ, όπου παρατίθενται οι διάφοροι ορισμοί που έχουν δοθεί από επίσημους φορείς και που συναντώνται στη διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία. Επίσης επεξηγείται η θεωρία των ενδιαφερομένων ( ή εμπλεκομένων ) μερών ( stakeholders ) οπού είναι βασικός κρίκος στην ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Παράλληλα γίνεται μια ιστορική αναδρομή για πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόστηκαν σε διάφορα μέρη του κόσμου από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, και τότε χρησιμοποιήθηκαν οι πρώτοι ορισμοί για την ΕΚΕ. Τέλος στο πρώτο κεφάλαιο αναφέρουμε τα οφέλη και την αναγκαιότητα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρουμε ποιά είναι η θέση της ΕΚΕ στο οικονομικό περιβάλλον της Ελλάδας. Επίσης επισημαίνουμε κάποιους οργανισμούς και δίκτυα που ασχολούνται με την ΕΚΕ στην χώρα μας. Ακόμα καταθέτουμε αποτελέσματα ερευνών που μας δείχνουν την άποψη των Ελλήνων καταναλωτών σχετικά με την ΕΚΕ που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα

Στο τρίτο κεφάλαιο δίνουμε την έννοια και την χρησιμότητα της κοινωνικής λογιστικής και του κοινωνικού απολογισμού. Επίσης στο ίδιο κεφάλαιο βλέπουμε τη σχέση έχουν με την εταιρική κοινωνική ευθύνη και πως αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, αναφέρουμε ποιοί είναι οι στόχοι και τα οφέλη της κοινωνικής λογιστικής. Τέλος επισημαίνουμε τις βασικότερες κατευθυντήριες γραμμές έκφρασης της γενικής λογιστικής και ποιά είναι η αναγκαιότητα τους.

Το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί το ερευνητικό μέρος της εργασίας. Στο κεφάλαιο αυτό επικεντρωθήκαμε στον τραπεζικό κλάδο δεδομένης της ιδιαίτερης έμφασης που δίνεται σε ζητήματα ΕΚΕ. Το ερευνητικό μέρος μελετά τις εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης 7 τραπεζών για το διάστημα 2011-2012. Πιο συγκεκριμένα ασχοληθήκαμε με ποιές και πόσες πληροφορίες, και με ποιόν τρόπο μας πληροφορούν οι τράπεζες, για το ανθρώπινο δυναμικό τους και τί περιβαλλοντολογικές δράσεις ακολουθούν οι τράπεζες. Διαλέξαμε το ανθρώπινο δυναμικό και το περιβάλλον διότι πιστεύουμε ότι είναι οι δύο βασικοί πυλώνες μίας πετυχημένης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

## **Περίληψη στα αγγλικά**

### **Summary**

This thesis deals with the issue of corporate social responsibility, a concept that is increasingly linked to the image of enterprises, both at the local/regional and world level. The aim of the work is to offer readers a comprehensive update on the meaning and implementation of CSR.

In particular, in the first chapter becomes a theoretical approach of CSR, which lists the various definitions that have been given by official bodies and encountered in international and domestic literature. Also explained the theory of stakeholders (or stakeholders) Parties (stakeholders) where is a key link in the development of corporate social responsibility. At the same time becomes a throwback for CSR practices implemented in various parts of the world from antiquity until today, and when the first definitions were used for CSR. Finally in the first chapter we mention the benefits and necessity of corporate social responsibility.

In the second chapter we mention what is the position of CSR in the economic environment of Greece. Also note some organizations and networks dealing with CSR in our country. Yet we are research results that show us the view of Greek consumers about CSR active in Greece.

In the third chapter we give meaning and usefulness of social accounting and social account. Also in the same chapter we see the relationship they have with corporate social responsibility and how they interact with each other, mention what are the objectives and benefits of social accounting. Finally we point out the main guidelines of General Ledger and what is the necessity.

The fourth chapter presents the research part of the job. In this chapter we focused in the banking industry given the accent given to crucial issues of CSR. The research part is studying corporate social responsibility reports 7 banks for the period of 2011-2012. More specifically we dealt with what and how much information, and by what way inform us banks, for their manpower and what environmental actions follow banks. We chose the human resources and the environment because we believe that they are the two main pillars of a successful corporate social responsibility.

Εισαγωγή.....	7
Κεφάλαιο 1 : Εννοιολογικό πλαίσιο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ( ΕΚΕ ).....	9
1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ.....	9
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	13
1.3 ΣΤΟΧΟΙ – ΟΦΕΛΗ – ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ .....	17
Κεφάλαιο 2 : Η ΕΚΕ στην Ελλάδα.....	25
2.1 Κυριότεροι φορείς ΕΚΕ στην Ελλάδα.....	26
2.2 ΕΚΕ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ.....	34
2.3 Η εταιρική κοινωνική ευθύνη στο τραπεζικό σύστημα.....	39
Κεφάλαιο 3 Κοινωνική Λογιστική.....	42
3.1 Έννοια.....	42
3.2 Σκοποί- οφέλη .....	46
3.3 Σχέση με ΕΚΕ.....	50
3.4 Κοινωνικός απολογισμός.....	54
3.5 Κατευθυντήριες γραμμές.....	58
Κεφάλαιο 4 ερευνητικό μέρος.....	64
4.1 Δεδομένα-Μεθοδολογία.....	64
4.2 Εμπειρικά αποτελέσματα.....	65
4.2.1 Ανθρώπινο δυναμικό.....	65
4.2.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ.....	74
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	85
Βιβλιογραφία.....	87

## Εισαγωγή

Η άποψη για την επιχειρηματικότητα αλλάζει. Κανείς δεν μπορεί να διαφωνήσει ότι οι αλλαγές αυτές αντανακλούν κοινωνικές επιταγές και πολύχρονες ζυμώσεις. Η ωρίμανση της ιδέας της επιχείρησης ως θεσμού, οδήγησε στη διεύρυνση του ρόλου της ως οικονομικού παράγοντα, αυξάνοντας τα πεδία δράσης της αλλά και ταυτόχρονα δημιουργώντας μια σειρά νέων ευθυνών. Ο κοινωνικός ρόλος των επιχειρήσεων, που ουσιαστικά ήταν στο περιθώριο για μια σειρά δεκαετιών, επανήλθε δυναμικά στα τέλη της δεκαετίας του '90, αποφασισμένος να ανταποκριθεί σε λαϊκά αιτήματα αλλά και σε ανάγκες κοινωνικής εξέλιξης.

Ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) δεν είναι νέος, όπως δεν είναι νέες και οι πρακτικές του. Τα τελευταία χρόνια, περισσότερο από ότι παλαιότερα, η αύξηση των κερδών των επιχειρήσεων αλλά και η συνειδητοποίηση της επιβάρυνσης του φυσικού περιβάλλοντος, οδηγούν όλο και περισσότερες από αυτές στη διανομή του λεγόμενου “κοινωνικού μερίσματος” ή με άλλα λόγια, στη λήψη της (άτυπης) “κοινωνικής άδειας λειτουργίας”.

Η ΕΚΕ είναι, κατά πολλούς, η απάντηση στην αυξανόμενη κοινωνική πίεση. Ο ορισμός της δεν μπορεί να είναι σαφής και απόλυτος, καθώς τα πεδία που αυτή περιλαμβάνει είναι πολλά και συχνά διαφορετικά μεταξύ τους. Σε αυτά θα μπορούσε κάποιος να συμπεριλάβει, από τον σεβασμό του περιβάλλοντος έως την ασφάλεια στους χώρους εργασίας και από την εταιρική διακυβέρνηση μέχρι τις χορηγίες προς τον πολιτισμό. Γενικά θα ορίζαμε την ΕΚΕ ως «το σύνολο των θετικών πράξεων που μια εταιρεία μπορεί να κάνει και που δεν έχουν άμεσα οικονομικά αποτελέσματα» ή ακόμα πιο απλά ως «το σύνολο των πράξεων, στις οποίες μια επιχείρηση καλείται να προβεί, προς όφελος της κοινωνίας για την οποία λειτουργεί, αλλά και προς όφελος των μετόχων της»

Οι σημερινοί καταναλωτές είναι όλο και πιο έμπειροι γνώστες της αγοράς και της σύγχρονης πραγματικότητας, με αποτέλεσμα να ενδιαφέρονται για πολλά περισσότερα, παρά απλά για την τιμή των προϊόντων – υπηρεσιών που θα αγοράσουν. Είναι σε θέση να θέτουν σκληρά ερωτήματα, σχετικά με τις εσωτερικές πρακτικές που υπάρχουν πίσω από την επωνυμία των προσφερόμενων αγαθών. Οι επιχειρήσεις από τη μεριά τους, θέλοντας να προστατεύσουν και να εδραιώσουν την εταιρική τους φήμη, αντιλαμβάνονται την υιοθέτηση των Εταιρικά Υπεύθυνων πρακτικών ως σαφές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Γίνεται λοιπόν φανερό 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 κοινοποιήσεων στοιχείων, να ισχυροποιήσουν τη θέση τους και την απήχηση του ονόματός τους στην αγορά, προκειμένου να προσελκύσουν αλλά και να ικανοποιήσουν το ενδιαφέρον όλων των εμπλεκομένων με αυτή μερών



# Κεφάλαιο 1 : Εννοιολογικό πλαίσιο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ( ΕΚΕ )

Στο κεφάλαιο αυτό διατυπώνονται οι σημαντικότεροι ορισμοί της ΕΚΕ, παρατίθενται συναφείς έννοιες απαραίτητες για την κατανόηση και την εμβάθυνση του θέματος, παρουσιάζεται η ιστορική εξέλιξη του και τέλος παρουσιάζονται οι στόχοι, τα οφέλη και οι σκοποί που απορρέουν από την σωστή εφαρμογή της ΕΚΕ.

## 1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ

Σε γενικές γραμμές με τον όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ( ΕΚΕ) εννοούμε την ηθική συμπεριφορά από μέρους των επιχειρήσεων στις σχέσεις τους με την κοινωνία, το περιβάλλον και άλλα ενδιαφέροντα μέρη, τα οποία επηρεάζονται από τη λειτουργία των επιχειρηματικών μονάδων.

Στην πραγματικότητα δεν υπάρχει σαφής, ενιαίος και παγκόσμιος κοινά αποδεκτός ορισμός για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Η σχετική βιβλιογραφία είναι εκτενέστατη και κάθε μελετητής ή οργανισμός, που έχει ασχοληθεί με το θέμα έχει διατυπώσει κι έναν διαφορετικό ορισμό. Αιτία αυτού του φαινομένου είναι κυρίως ο πολύ σύνθετος και πολυδιάστατος χαρακτήρας της έννοιας, η ευρύτητα των θεμάτων και των τομέων, που περιλαμβάνει, καθώς και το έντονα υποκειμενικό στοιχείο όσον αφορά τη μέτρηση και την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των ενεργειών και των δράσεων των επιχειρήσεων, που έχουν ενσωματώσει στη στρατηγική τους τις επιταγές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Στη συνέχεια παρατίθενται μερικοί από τους πιο αντιπροσωπευτικούς ορισμούς:

- Σύμφωνα λοιπόν, με το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ορίζεται η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις

επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαντολογικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητες τους. ( [www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr) )

- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην Πράσινη Βίβλο το 2001 περιγράφει την ΕΚΕ ως την έννοια σύμφωνα με την οποία, οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαντολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. ( <http://www.csrhellas.org> )

- Το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για την Βιώσιμη Ανάπτυξη ( WBCSD) ορίζει την ΕΚΕ ως τη διαρκή δέσμευση των επιχειρήσεων για την ηθική συμπεριφορά και συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη με ταυτόχρονη βελτίωση της ποιότητας της ζωής τόσο του εργατικού τους δυναμικού όσο και των τοπικών κοινωνιών και της κοινωνίας γενικότερα. ( <http://www.wbcsd.org> )

- Το Institute of Directors του Ηνωμένου Βασιλείου διατύπωσε ένα πιο αναλυτικό και ολοκληρωμένο ορισμό, σύμφωνα με τον οποίο η ΕΚΕ αφορά τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, που προχωρούν πέρα από τις νομικές υποχρεώσεις, σε ότι αφορά τη διαχείριση του αντίκτυπου των δραστηριοτήτων τους στο περιβάλλον και την κοινωνία και συγκεκριμένα περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αλληλεπιδρούν με τους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, τους πελάτες και την κοινωνία στην οποία λειτουργούν, καθώς και την επέκταση των ενεργειών τους για την προστασία του περιβάλλοντος.

( <http://www.iod.com/> )

- Στις ΗΠΑ η ΕΚΕ συνιστάται στο να αναλαμβάνει μία επιχείρηση προσωπική ευθύνη για τις πράξεις της και τις συνέπειες, που αυτές έχουν στην κοινωνία, ενώ γενικότερα στην Ασία αντιμετωπίζεται ως η δέσμευση της εταιρείας να λειτουργεί με οικονομικά, κοινωνικά και περιβαντολογικά βιώσιμο τρόπο , ισορροπώντας ταυτόχρονα τα συμφέροντα των διαφορετικών ενδιαφερόμενων μερών ( stakeholders)

(Βαξεβανίδου, 2011)

- Οι διεθνείς πρακτικές μέχρι σήμερα έχουν δείξει ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά μία μόνο διεύθυνση της επιχείρησης, καθώς δεν μπορεί να ταυτιστεί ούτε με πολιτικές στο εσωτερικό της επιχείρησης και τους εργαζόμενους της, ούτε με τις στρατηγικές της για την ανάπτυξη της στις αγορές, ούτε μόνο με την προβολή της επιχείρησης. Η ώριμη προσέγγιση της ΕΚΕ αντικατοπτρίζεται σε όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης που σχετίζονται με τους εργαζόμενους, την κοινωνία, τους πελάτες, το περιβάλλον και γενικότερα όλους τους συμμετόχους ( stakeholders). Ουσιαστικά η ΕΚΕ έχει να κάνει με την αποτελεσματική και ισορροπημένη διαχείριση των αναγκών όλων των συμμετασχόντων με ενέργειες που υπερβαίνουν την εκάστοτε νομοθεσία ( Αυλώνας, 2006)

Στο σημείο αυτό επιβάλλεται να αναφερθεί και να επεξηγηθεί η θεωρία των ενδιαφερομένων ( ή εμπλεκόμενων ) μερών ( **stakeholders** ) μιας επιχείρησης. Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον, το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητές της. Οι άμεσα ενδιαφερόμενοι σε μία επιχείρηση είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, και οι δανειστές-πιστωτές (τράπεζες). Έμμεσα ενδιαφερόμενοι είναι το κράτος, οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιείται μία επιχείρηση και οι ομάδες πίεσης, όπως π.χ. ακτιβιστές, διαδηλωτές, κ.α. Η Θεωρία των ενδιαφερομένων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (τόσο άμεσα όσο και έμμεσα) και να ξεκινήσει μία ουσιαστική διαδικασία διαλόγου πριν καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της όσον αφορά την εταιρική κοινωνική της ευθύνη ( περιοδικό "χρήμα" 2011 )

Άλλη μια συνυφασμένη έννοια με αυτή της ΕΚΕ είναι αυτή της **Αειφόρου ή Βιώσιμης Ανάπτυξης ( Sustainable Development )**. Την έννοια αυτή εισήγαγε για

πρώτη φορά το 1987 η Παγκόσμια Επιτροπή Περιβάλλοντος και Ανάπτυξης ( The World Commission on Environment and Development – WCED ), ορίζοντας την ως “ ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς όμως να δεσμεύει ή να υπονομεύει την ικανότητα των επερχόμενων γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες “ ( Harris, 2000 ). Οι αρχές τις αειφόρας υποδηλώνουν μια αλλαγή με έμφαση στις ανανεώσιμες μορφές ενέργειας, μια πολιτική βιώσιμης διαχείρισης των φυσικών πόρων και γενικότερα μια εξολοκλήρου αναδιάρθρωση των ισχυουσών κοινωνικών και θεσμικών δομών.

Τέλος από όλα τα παραπάνω βγάζουμε το συμπέρασμα ότι η ΕΚΕ είναι μια έννοια που διέπει το σύνολο των ενεργειών και των συναλλαγών μιας επιχείρησης. Πέρα από τις νομικές της υποχρεώσεις αφορά τομείς όπως οι εργασιακές σχέσεις, τα ανθρώπινα δικαιώματα, η ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, η δέσμευση προμηθευτών σε κοινές αξίες, η διαχείριση των φυσικών πόρων, η υποστήριξη των τοπικών κοινοτήτων και οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις. Επίσης έχει προκύψει μια συμφωνία όσον αφορά στα κύρια χαρακτηριστικά της έννοιας της ΕΚΕ:

- Η ΕΚΕ δεν αποτελεί μια επιλεκτική μορφή μανάτζμεντ μιας επιχείρησης, αλλά τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να διοικούνται σήμερα οι επιχειρήσεις.
- Η ΕΚΕ συνδέεται άμεσα με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης: οι επιχειρήσεις χρειάζεται να ενσωματώσουν στον τρόπο λειτουργίας και διοίκησης τους την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.
- Η ΕΚΕ στηρίζεται στην εθελοντική συνεισφορά μιας επιχείρησης, με στόχο τον σεβασμό στον επενδυτή, τον άνθρωπο και το περιβάλλον πέρα και πάνω από όσα επιβάλλει η ισχύουσα νομοθεσία.

## 1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Ανατρέχοντας στην ιστορία, συναντάμε πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόστηκαν σε διάφορα μέρη του κόσμου πριν από περισσότερα από 4000 χρόνια. Οι πρώτες πρακτικές ΕΚΕ είχαν τελείως διαφορετική μορφή από ότι έχουν σήμερα. Για παράδειγμα, σε αρχαία ινδουιστικά, ισλαμικά και βουδιστικά κείμενα περιλαμβάνονται παραινέσεις για την τοκογλυφία, καθώς και για την φορολόγηση του πλούτου ( Wayne , 2010). Οι πρώτοι νόμοι για την προστασία των δασών που επιβλήθηκαν στις υλοτομικές δραστηριότητες, συναντώνται περίπου 5000 χρόνια πριν. Στην αρχαία Μεσοποταμία, γύρω στο 1700 π.χ., ο βασιλιάς Χαμουραμπί θέσπισε έναν κώδικα σύμφωνα με τον οποίο οι κατασκευαστές και οι ιδιοκτήτες γεωργικών και κτηνοτροφικών εκτάσεων καταδικάζονταν σε θάνατο, σε περίπτωση που η δική τους αμέλεια προκαλούσε το θάνατο, κάποιου άλλου ή σοβαρή αναστάτωση στη ζωή της τοπικής κοινωνίας . Στην αρχαία Ρώμη οι γερουσιαστές επέβαλαν σοβαρές κυρώσεις σε όσες επιχειρήσεις αποτύγχαναν να συμβάλλουν επαρκώς στη χρηματοδότηση στρατιωτικών εκστρατειών, μέσω πληρωμής φόρου.

Το 18 αιώνα διαδίδεται μια νέα μορφή ΕΚΕ που αφορά στη βελτίωση των συνθηκών ζωής των εργαζομένων και των οικογενειών τους. Πολλοί βιομήχανοι χτίζουν ολόκληρες πόλεις γύρω από τις βιομηχανίες τους, εξασφαλίζοντας για το προσωπικό και τις οικογένειες τους στέγη, φαγητό και ιατρική περίθαλψη. Οι πρωτοβουλίες αυτές είχαν σαφώς αλτρουιστικά κίνητρα, αλλά παράλληλα αποσκοπούσαν στην αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων και βιοτικού επιπέδου.

Με την βιομηχανοποίηση, οι επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην κοινωνία και στο περιβάλλον πήραν τεράστιες διαστάσεις. Στις αρχές της δεκαετίας του 1920 ξεκίνησαν οι πρώτες συζητήσεις σχετικά με τις κοινωνικές ευθύνες των επιχειρήσεων και άρχισε να δομείται ένα αρχικό πλαίσιο για την ΕΚΕ. Όμως επίσημα ο όρος της ΕΚΕ πρωτοεμφανίστηκε το 1953, στο βιβλίο του Bowen R. " Social

responsibilities of businessmen" Ο Bowen στο βιβλίο του ισχυρίζεται ότι οι επιχειρήσεις έχουν την υποχρέωση να επιδιώκουν εκείνες τις πολιτικές ,να λαμβάνουν εκείνης τις αποφάσεις ή να ακολουθούν εκείνες τις δράσεις που είναι επιθυμητές στα όρια των ευρέως αποδεκτών αντικειμενικών σκοπών και αξιών της κοινωνίας μας. Αυτό ήταν το έναυσμα για την έναρξη μιας άφθονης αρθρογραφίας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Τίθενται τα θεμέλια μιας περιόδου όπου οι επιχειρήσεις αρχίζουν να κατέχουν καθοριστικό ρόλο στο κοινωνικό περιβάλλον.

Η πλειονότητα των μεγάλων επιχειρήσεων λειτουργούν κάτω από την υποχρέωση να αυξήσουν τα μετοχικά κεφάλαια, αναλαμβάνοντας δραστηριότητες που αυξάνουν το επιχειρηματικό κέρδος ( Friedman 1962 ). Ωστόσο για να δημιουργήσουν αξία πρέπει να λάβουν υπόψη άλλες ενδιαφερόμενες ομάδες όπως τους εργαζόμενους, τους πελάτες, την κυβέρνηση και την κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιούνται οι εταιρείες ( Clarkson, 1995, Donaldson & Preston, 1995 and Esrock & Leichty, 1988). Η ιδέα αυτή άρχισε να παίρνει σάρκα και οστά από το 1960 και μετά με την συνειδητοποίηση ότι οι εταιρίες έχουν υπευθυνότητες προς το περιβάλλον τους που ξεπερνούν τις νομικές και οικονομικές υποχρεώσεις ( McGuire, 1963) .

Ευρύτερη χρήση και προσέγγιση του όρου ΕΚΕ διαπιστώνεται στις αρχές του 1970. Ο πρώτος ορισμός της κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης δίνεται από τον Jonson (1971) σύμφωνα με τον οποίο " μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση είναι αυτή, η ανώτατη διοίκηση της οποίας ισορροπεί ένα συνδυασμό διαφορετικών συμφερόντων. Η επιχείρηση δεν έχει ως μοναδικό κίνητρο την απόκτηση μεγαλύτερων κερδών για τους μετόχους της, αλλά λαμβάνει υπόψη τους εργαζομένους, τους προμηθευτές, τους εμπόρους, τις τοπικές κοινότητες και το έθνος". Βασικό στοιχείο της δεκαετίας είναι ο όρος "ενδιαφερόμενα μέρη" (stakeholders).

Παρατηρούμε ότι η δεκαετία του 1970 θα μπορούσε να χαρακτηριστεί περισσότερο μια περίοδος επιστημονικής ανάλυσης για τον καθορισμό της έννοιας της ΕΚΕ, παρά

ως μια περίοδο εφαρμογής της από τις επιχειρήσεις. Οι πρώτες έρευνες για την συσχέτιση της ΕΚΕ με το μάρκετινγκ των επιχειρήσεων ξεκίνησαν από τους Robin et al. ( 1988 ). Παλαιότερες έρευνες είχαν διεξαχθεί αλλά ενώ εξέταζαν την αποδοχή της ΕΚΕ από τον καταναλωτή δεν εξέταζαν την αντίληπτικότητα της έννοιας από αυτόν. Χαρακτηριστικό της δεκαετίας του '80 είναι ότι η εμπειρική ανάλυση της ΕΚΕ ξεκίνησε από τις ΗΠΑ.

Στην Ευρώπη η ΕΚΕ εδραιώνεται ως πρακτική στις επιχειρήσεις την δεκαετία του 1990 όπου η παγκοσμιοποίηση οδήγησε σε ταχύτατες αλλαγές σε ολόκληρο τον πλανήτη διαμορφώνοντας ένα νέο κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον. Την περίοδο αυτή, αυξάνονται οι εταιρικές παροχές προς την κοινωνία με την αυξημένη δράση των πολυεθνικών, ενώ κάνουν την εμφάνιση τους εξειδικευμένα στελέχη που απασχολούνται για την κοινωνική ευθύνη, τις δωρεές και την διαχείριση δημόσιων ζητημάτων. Επίσης την ίδια δεκαετία η ΕΚΕ θεσμοθετήθηκε με την εφαρμογή προτύπων, όπως το ISO 14001 και SA 8000, κατευθυντήριων γραμμών όπως το GRI και κωδικών εταιρικής διακυβέρνησης ( Wayne V 2010) . Επίσης ακολούθησε μια σειρά από πολιτικές ενέργειες και πρωτοβουλίες από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς, σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, όπου αποτέλεσαν σημαντικούς σταθμούς στην πορεία της ΕΚΕ.

Το 1995 υπογράφει στο Λονδίνο, από Ευρωπαίους επιχειρηματίες και Διευθυντές επιχειρήσεων, η " Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού" με στόχο την προαγωγή της εταιρικής υπευθυνότητας και ακολούθησε η δημιουργία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή ( European Business Network for Social Cohesion – EBNSC ) με έδρα τις Βρυξέλλες. Αποστολή του Δικτύου είναι να στηρίζει τις επιχειρήσεις να επιτυγχάνουν κέρδος, βιώσιμη ανάπτυξη και ανθρώπινη πρόοδο, ενσωματώνοντας την ΕΚΕ στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο αριθμεί σήμερα 75 μέλη- πολυεθνικές εταιρείες και 27 εθνικούς αντιπροσώπους, μέσω των οποίων φτάνει τις 2000 επιχειρήσεις σε όλη την Ευρώπη. Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο υποστηρίζει ενεργά τη δημιουργία αντίστοιχων Δικτύων σε τοπικό επίπεδο ([www.csreurope.org](http://www.csreurope.org) )

Σε διεθνές επίπεδο, το 1999, στο διεθνές φόρουμ του Νταβός, συζητείται για πρώτη φορά η πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ Kofi Annan, περί κώδικα συμπεριφοράς των επιχειρήσεων. Με τον κώδικα αυτό ο Kofi Annan ζήτησε από πολυεθνικές κυρίως εταιρείες του ιδιωτικού τομέα, αλλά και επιλεγμένες επιλεγμένες ΜΚΟ, να δημιουργήσουν ένα πλαίσιο αναφοράς της κοινωνικής ευθύνης στην παγκόσμια οικονομία, σηματοδοτώντας την αναγκαιότητα υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακολούθησε η σύνταξη του “Οικουμενικού Συμφώνου” (Global Compact ), στο οποίο περιγράφονται οι δέκα αρχές των Ηνωμένων Εθνών περί σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των εργασιακών δικαιωμάτων και της προστασίας του περιβάλλοντος ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org) )

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, στη Σύνοδο Κορυφής που πραγματοποιήθηκε το Μάρτιο του 2000 στη Λισσαβόνα, έθεσε ως στρατηγικό στόχο να γίνει η Ευρώπη έως 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». Για την υλοποίηση αυτού του οράματος, το CSR Europe σε συνεργασία με άλλους Οργανισμούς, εργάστηκε για την προώθηση της ευρωπαϊκής επιχειρησιακής εκστρατείας για την ΕΚΕ, με στόχο να κινητοποιήσει 500.000 επιχειρηματίες να ενσωματώσουν την ΕΚΕ στην επιχειρησιακή τους στρατηγική έως το 2005.

Τον Ιούλιο του 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσιάζει την “Πράσινη Βίβλο”, προωθώντας το επίσημο πλαίσιο για την ΕΚΕ, ενώ το Νοέμβριο του ίδιου έτους, πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα το πρώτο Πανευρωπαϊκό Συνέδριο για την ΕΚΕ, που στόχο είχε τόσο την ευρύτερη διάδοση της έννοιας της ΕΚΕ, όσο και τη διευκρίνιση και παροχή απαντήσεων σε κρίσιμα ερωτήματα που απασχολούσαν την επιχειρηματική κοινότητα. Επίσης τον Οκτώβριο του 2001, ιδρύθηκε το “Πολυμελές Φόρουμ της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ΕΚΕ” (European Multi – Stakeholder Forum), για περαιτέρω εξέταση, διαβούλευση και παρουσίαση προς την Ε.Ε



προτάσεων για την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των εργαλείων και πρακτικών ΕΚΕ ( [www.crseurope.org](http://www.crseurope.org) ). Τον Ιούλιο του 2002 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εκδίδει την ανακοίνωση : "Μια Συνεισφορά των Επιχειρήσεων στη Βιώσιμη Ανάπτυξη», ως αποτέλεσμα της ανοιχτής συζήτησης που προκάλεσε η Πράσινη Βίβλος, λαμβάνοντας υπόψη τις τοποθετήσεις πολλών Επιχειρηματικών Ακαδημαϊκών και Κοινωνικών Εταίρων σε Τοπικό, Περιφερειακό, Εθνικό, Ευρωπαϊκό και Διεθνές Επίπεδο σχετικά με την έννοια της ΕΚΕ. Στην ανακοίνωση αυτή, περιγράφεται με σαφήνεια ότι η Οικονομική Ανάπτυξη, η Κοινωνική Ευθύνη και η Περιβαλλοντική Ευαισθησία, συνδυάζονται και συμβαδίζουν μακροπρόθεσμα.

Οι «Εξυπνες» Επιχειρήσεις σήμερα, αντιλαμβάνονται ότι δεν μπορούν να υπάρξουν ως απομονωμένα παραδείγματα Ευημερίας σε ένα Περιβάλλον έντονης και παγκόσμιας στέρησης. Η Επένδυση από μέρους των Επιχειρήσεων στην Ευημερία των Κοινωνιών εξελίσσεται σε απαραίτητη προϋπόθεση για τη μακροπρόθεσμη και βιώσιμη Επιχειρηματική τους Δραστηριότητα.

### **1.3 ΣΤΟΧΟΙ – ΟΦΕΛΗ – ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ**

Πολύς λόγος έχει γίνει και πολλές μελέτες έχουν διεξαχθεί για να διαπιστωθούν οι συνέπειες, που έχει η εφαρμογή της ΕΚΕ, τόσο στην οικονομική επίδοση μιας επιχείρησης, όσο και στην εν γένει λειτουργία της. Όμως, έχει αποδειχθεί ότι είναι εξαιρετικά δυσχερές το έργο αυτό, καθώς τα οφέλη δεν είναι πάντα μετρήσιμα κι επομένως δεν οριοθετούνται και δεν προσδιορίζονται εύκολα.

Η βελτιωμένη απόδοση και κερδοφορία μιας επιχείρησης σε σχέση με την ΕΚΕ μπορεί να προέλθει από τη μείωση των λειτουργικών εξόδων μέσω της ανάπτυξης συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης, που συντελούν στη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και πόρων, στην καλύτερη λειτουργική απόδοση και την ελαχιστοποίηση των αποβλήτων μέσω της ανακύκλωσης υλικών. Επιπλέον, με την εισαγωγή στη γραμμή παραγωγής προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον, μπορεί είτε

να ανεβάσει τις τιμές, γιατί γνωρίζει ότι πολλοί καταναλωτές έχουν την πρόθεση να πληρώσουν παραπάνω για τέτοιου είδους προϊόντα, είτε να εισέλθει σε νέες αγορές και να κάνει ένα νέο positioning για τα προϊόντα της.

Συνοψίζοντας κανείς τα βασικότερα οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ:

**α) Υψηλότερη Οικονομική απόδοση και καλύτερη φήμη**

Πλέον οι επιχειρήσεις προσανατολίζονται στη λήψη αποφάσεων με βάση τις ανησυχίες των πελατών τους, στις οποίες εμπεριέχονται όχι μόνο θέματα εξυπηρέτησης και διαφάνειας, αλλά και κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά ζητήματα, τα οποία δημιουργούν προστιθέμενη αξία. Με τον τρόπο αυτό και με την διαφοροποίηση που προσφέρει στην αγορά μια ηθική κι υπεύθυνη επιχείρηση, ενισχύει την ικανοποίηση που παρέχει στους πελάτες της και ταυτόχρονα τη φήμη της μέσω του θετικού " word of mouth " με τελικό αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων και της κερδοφορίας της ( Schreck 2011). Πρόσφατες έρευνες μαρκετινγκ μάλιστα έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές έχουν ιδιαίτερες αυξημένες απαιτήσεις από τις επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζονται όσον αφορά τη νομιμότητα, την ηθική και το φιλάνθρωπικό έργο τους ( Golob et al. , 2008 ) .

Επιπλέον, έχει αποδειχθεί ότι οι δράσεις στα πλαίσια της ΕΚΕ κατέχουν ρόλο-κλειδί στη διαμόρφωση της εμπιστοσύνη του κοινού προς μία επιχείρηση, εμπιστοσύνη η οποία με τη σειρά της επηρεάζει τη στάση και τη συμπεριφορά των καταναλωτών ( Duane Hansen et al, 2011). Η εταιρεία δεν βελτιώνει μόνο τη φήμη και την εικόνα της, αλλά θέτει γερά θεμέλια στην εμπιστοσύνη στο σήμα της ( brand loyalty ) κι οι σύγχρονοι μάνατζερ γνωρίζουν καλά ότι η καλή εικόνα είναι δύσκολο να χτιστεί, αλλά πολύ εύκολο να γκρεμιστεί. Στα πιθανά οφέλη, που αποκτά μια εταιρεία μέσω της εφαρμογής της ΕΚΕ , περιλαμβάνονται ενδεικτικά η αναγνωσιμότητα κι η ενίσχυση της μάρκας ( brand ), η βελτίωση του brand image, η επέκταση σε νέες αγορές, οι επαναλαμβανόμενες αγορές ( repeat purchases ) , η αφοσίωση κι η δέσμευση, γιατί ο

πελάτης αισθάνεται ότι μια κοινωνικά υπεύθυνα επιχείρηση τηρεί τις υποσχέσεις της κι είναι ειλικρινής ( Lacey and Kennet – Hensel, 2010 )

Οι μάνατζερ που σχεδιάζουν τη στρατηγική τους, σύμφωνα με τις επιταγές του πλαισίου της ΕΚΕ κι επενδύουν σε αυτή είναι λογικό να ενδιαφέρονται έντονα να αποκομίσουν τα αναμενόμενα κέρδη από αυτή την επένδυση. Αυτό, τις περισσότερες φορές και κυρίως, όταν οι δράσεις είναι οργανωμένες κι ενταγμένες στους σκοπούς και στο στρατηγικό σχέδιο της επιχείρησης, επιτυγχάνεται. Γι' αυτό άλλωστε, οι σύγχρονοι μάνατζερ έχουν αντιληφθεί ότι είναι ουσιαστικότερο να οικοδομήσουν τη φήμη της επιχείρησης, που διοικούν μέσω των πολιτικών της ΕΚΕ παρά μέσω πρόσκαιρων κι εφήμερων δημοσίων σχέσεων ( Stanaland 2011 ) . Βέβαια, η πορεία της ΕΚΕ είναι δυσχερέστερη, γιατί τα αποτελέσματα της κι ιδιαίτερα τα οικονομικά οφέλη δεν είναι ορατά άμεσα, αλλά σε πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Άλλωστε, οι δράσεις της ΕΚΕ δεν παύουν να θεωρούνται επενδύσεις κι όπως κάθε μεγάλη επένδυση, χρειάζεται χρόνο για να αποδώσει τα αναμενόμενα. Τέλος, έχει διαπιστωθεί ότι όσο περισσότερο παραμένει πιστή μια εταιρεία σε κοινωνικά υπεύθυνα πολιτικές, τόσο περισσότερο αυξάνεται η εμπιστοσύνη των πελατών της κι απομακρύνεται ο κίνδυνος του σκεπτικισμού και των επιφυλάξεων, που συχνά συνοδεύουν τέτοιου είδους πολιτικές.

Αναλυτικότερα, οι καταναλωτές στις μέρες μας είναι περισσότερο ενημερωμένοι από ποτέ Με τον υπάρχοντα καταϊγισμό πληροφοριών (ιδίως μέσω του Διαδικτύου), κατ' εξοχήν χαρακτηριστικό της εποχής της παγκοσμιοποίησης, οι πληροφορίες για την αντικοινωνική δράση των εταιρειών κυκλοφορούν στον κόσμο με τρομακτική ταχύτητα και μπορούμε να μιλήσουμε για παγκόσμια μπουϊκοτάζ που αντιμετωπίζουν πολυεθνικές ταυτόχρονα και στις πέντε ηπείρους. Ο πρόσφατος σάλος με τα μεταλλαγμένα τρόφιμα και γενικά με την ποιότητα των προϊόντων αφύπνισε ομάδες καταναλωτών, οι οποίες πριν από μία δεκαετία ήταν εντελώς ανυποψίαστες. Πλέον, η αυστηρή εξέταση των πρακτικών κάθε επιχείρησης περνά και σε τομείς δραστηριότητας που φαινομενικά δεν έχουν καμία σχέση με θέματα που σχετίζονται άμεσα με την υγιεινή ή την ασφάλεια των καταναλωτών.

Έρευνα που διενήργησε το 2009 το Ινστιτούτο Επικοινωνίας διαπιστώθηκε ότι το 32,9% των Ελλήνων καταναλωτών, στη διάρκεια του προηγούμενου έτους, έχει ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω θετικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία) ενώ το 19,3% έχει σκεφτεί να το πράξει (52,2% συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία). Η ενσυνείδητη πράξη επιβράβευσης και η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας (52,2%) σημειώνει μια σημαντική αύξηση σε σύγκριση με τη έρευνα CSR που πραγματοποιήθηκε το προηγούμενο έτος (από 39,1% CSR 2008 σε 52,2% CSR 2009). Αντίστοιχα, το 48,4% των Ελλήνων καταναλωτών, στη διάρκεια του προηγούμενου έτους έχει «τιμωρήσει» μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία (είτε μέσω μη αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω αρνητικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία) ενώ το 17,8 % έχει σκεφτεί να το πράξει (66,2% συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να τιμωρήσει μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία). ( www.ioc.gr )

### **β) Προσέλκυση και Διατήρηση των Ικανών Στελεχών**

Η υψηλή οικονομική απόδοση δεν επιτυγχάνεται μόνο με την αύξηση της παραγωγικότητας του εργατικού δυναμικού. Η ύπαρξη καλού εργασιακού περιβάλλοντος, η προσφορά παροχών, ικανοποίησης εργαζομένων, οι καλές κι ασφαλείς συνθήκες συντελούν στην αύξηση της αποδοτικότητας, στη μείωση των ατυχημάτων και των απουσιών. Μια επιχείρηση, που διατηρεί καλές σχέσεις με το προσωπικό, αποτελεί πόλο έλξης για τα πιο προσοντούχα και εξειδικευμένα στελέχη της αγοράς. Επιπλέον τηρώντας υψηλά επίπεδα ικανοποίησης εργαζομένων είναι σε θέση να καλλιεργεί αυξημένη πίστη και αφοσίωση στους εργαζομένους και να διατηρεί το προσωπικό της αποφεύγοντας το κόστος των παραιτήσεων και της στρατολόγησης κι εκπαίδευσης νέων υπαλλήλων (Albinger and Freeman, 2000 )

Εκτός αυτού, οι τελευταίες μελέτες δείχνουν ότι όταν οι υπάλληλοι θεωρούν ότι η

επιχείρηση στην οποία εργάζονται συμπεριφέρεται κοινωνικά ανεύθυνα, εμφανίζουν αρνητική εργασιακή συμπεριφορά, ενώ όταν η επιχείρηση λειτουργεί υπεύθυνα, αυτό επιδρά ως κίνητρο, που παρακινεί τους εργαζόμενους να επιδείξουν κι οι ίδιοι ανάλογη συμπεριφορά στο χώρο εργασίας τους στοχεύοντας στη βελτίωση της απόδοσης τόσο της δικής τους όσο και της λειτουργίας της επιχείρησης ( Duane Hansen 2011 ) .Οι καλές εργασιακές σχέσεις έχουν αντίκτυπο και στη φήμη της επιχείρησης κι επηρεάζουν την κοινή γνώμη, καθώς συχνά έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο καταναλωτές να μποϋκοτάρουν προϊόντα εταιριών, που δεν τηρούν τους νόμους ως προς τις συνθήκες εργασίας (Schreck 2011 )

### **γ) Πρόσβαση σε Κεφάλαιο και Προσέλκυση Επενδυτών**

Επιχειρήσεις που επιδιώκουν χρηματοδότηση και προσέλκυση επενδυτών, πρέπει να θεωρήσουν την ΕΚΕ ως ευκαιρία που θα διευρύνει το κεφάλαιό τους. Δεν είναι τυχαίο πως εννέα από τα δεκαπέντε μεγαλύτερα funds που επενδύουν σε κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις κατατάσσονται διαρκώς ανάμεσα στα πλέον επιτυχή επενδυτικά σχήματα με βάση τις τριετείς αποδόσεις. Έρευνα του CRS Europe το 2001, έδειξε ότι funds με κοινωνικό και περιβαλλοντικό προσανατολισμό αναπτύχθηκαν κατά περισσότερο από 58% μέσα σε διάστημα μόλις 18 μηνών. Σύμφωνα άλλωστε με ανάλογη έρευνα, και πάλι του CRS Europe, το 86% των επενδυτών πιστεύει πως η διοίκηση μιας εταιρείας με κοινωνικό προσανατολισμό προσθέτει σημαντικά στην αξία μιας επιχείρησης μακροπρόθεσμα.

Στις ΗΠΑ, σύμφωνα με στοιχεία του Social Investment Forum ( 2006), funds με χαρτοφυλάκιο προσανατολισμένο σε κοινωνικά ή και περιβαλλοντικά ευαίσθητοποιημένες εταιρείες διαχειρίζονται αυτή τη στιγμή περισσότερα από 2 τρισεκατομμύρια δολάρια. Παρόμοια έρευνα ( 2006) της Russel Reynolds, κατέληξε ότι περίπου το 50% Ευρωπαίων θεσμικών επενδυτών και 61% των Αμερικανών, αποφάσισε σε κάποια δεδομένη χρονική στιγμή να μην επενδύσει σε κάποια εταιρεία ή να μειώσει το ποσοστό έκθεσής του σε αυτή, λόγω των φτωχών πρακτικών κοινωνικής

πολιτικής που αυτή εξασκούσε.

Κατά τα πρώτα χρόνια της νέας χιλιετίας, οι επενδύσεις σε κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις αυξήθηκαν κατά 61%, αναφέρει έρευνα της Deloitte σε Άγγλους και λοιπούς Ευρωπαίους fund managers. Κατά το 79% των ίδιων, η διαχείριση κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων έχει θετική επίδραση σε μια εταιρεία μακροπρόθεσμα, ενώ δεν έχει καμία βραχυπρόθεσμα. Η πρόβλεψη του 52% των ερωτηθέντων ήταν πως στα επόμενα χρόνια οι “κοινωνικές” επενδύσεις θα αποτελέσουν την πλέον δημοφιλή επένδυση, ενώ σχεδόν ομόφωνη ήταν η απάντηση υπέρ της ύπαρξης σχέσης ανάμεσα στην αξία για τους μετόχους και τα μη χρηματοοικονομικά ρίσκα. ( <http://www.euro2day.gr> )

Οι Αρχές των Κοινωνικά Υπεύθυνων Επενδύσεων (Social Responsible Investment – SRI), εφαρμόζονται σήμερα σε έναν 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. Με βάση τα στοιχεία αντίστοιχης έρευνας, το 33% των θεσμικών επενδυτών στην Ευρώπη ισχυρίζονται ότι ήδη προσφέρουν SRI προϊόντα, με ένα 15% να σχεδιάζει να κάνει το ίδιο άμεσα (Taylor N., 2001).

#### **δ) Καλύτερη Διαχείριση Κινδύνων**

Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει κάθε επιχείρηση είναι δυνατόν να επηρεάσουν σημαντικά τη φήμη της, την πρόσβαση στο κεφάλαιο, τα οικονομικά της αποτελέσματα, καθώς και το γενικότερο αντίκτυπο στον κοινωνικό της περίγυρο. Ο διάλογος με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και η διαφάνεια μπορούν ωστόσο να βοηθήσουν τις εταιρείες να περιορίσουν τους κινδύνους, μέσω ανάπτυξης καλών σχέσεων με την ευρύτερη κοινωνία και μέσω καλύτερης διαχείρισης και κατανόησης των κοινωνικών τάσεων και προσδοκιών. Η ΕΚΕ συμβάλλει σημαντικά στην

αποτελεσματική διαχείριση κινδύνων, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να αναγνωρίσουν τα αναδυόμενα προβλήματα και να τα χειριστούν ανάλογα, ώστε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Η Διαχείριση του κινδύνου είναι το κεντρικό μέρος πολλών εταιρικών στρατηγικών. Η φήμη που μπορεί να χρειαστούν δεκαετίες για τη δημιουργία της μπορεί να καταστραφεί σε λίγες ώρες με περιστατικά όπως σκάνδαλα διαφθοράς ή περιβαλλοντικά ατυχήματα. Τα περιστατικά αυτά μπορούν επίσης να τραβήξουν ανεπιθύμητη προσοχή από τις ρυθμιστικές αρχές, τα δικαστήρια, τις κυβερνήσεις και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης οικοδόμηση μίας γνήσιας κουλτούρας του " κάνουμε το σωστό" μέσα σε μια εταιρία μπορεί να αντισταθμίσει τους κινδύνους αυτούς.

#### **ε) Οφέλη για το Περιβάλλον**

Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις εφαρμόζουν συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, κάνουν σημαντικές προσπάθειες εξοικονόμησης ενέργειας, νερού, πρώτων υλών και ελαχιστοποίησης αποβλήτων και εκπομπών αερίων, καθώς επίσης ανακυκλώνουν, αξιοποιούν τα παραπροϊόντα τους και συμμετέχουν ενεργά σε περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες (πχ. Δενδροφυτεύσεις, ενέργειες προστασίας υδάτων και αποκατάστασης τοπίου), αποδεικνύοντας την ευαισθησία τους για το περιβάλλον και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Με αυτό τον τρόπο, το περιβάλλον ωφελείται πολλαπλώς, εφόσον προστατεύονται οι φυσικοί του πόροι και χρησιμοποιούνται οι ανανεώσιμες πηγές του.

Η προστασία του περιβάλλοντος έχει καθοριστικής σημασία για την ποιότητα ζωής των σημερινών και των μελλοντικών γενεών. Αυτό που αποτελεί πρόκληση είναι ο συνδυασμός της προστασίας του περιβάλλοντος με τη συνεχή οικονομική ανάπτυξη, κατά έναν βιώσιμο μακροπρόθεσμα τρόπο. Με δεδομένη την αλλαγή του κλίματος, η πρόκληση αυτή γίνεται ακόμη εντονότερη. Η περιβαλλοντική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης βασίζεται στην πεποίθηση ότι η ύπαρξη υψηλών περιβαλλοντικών προτύπων τονώνει την καινοτομία και τις επιχειρηματικές δυνατότητες και ότι η οικονομική, η

βιομηχανική, η κοινωνική και η περιβαλλοντική πολιτική πρέπει να είναι στενά συνδεδεμένες. Ο άνθρωπος χρησιμοποιεί το περιβάλλον με πολλούς τρόπους, νερό, τροφή, οξυγόνο, ενέργεια. Οφείλει να διαφυλάσσει το περιβάλλον του και να το εκμεταλλεύεται με σύνεση ώστε να μην διακυβεύεται η υγεία του, ακόμη και η ίδια η επιβίωση του.

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1970, η Ευρώπη ανέλαβε σταθερή δέσμευση όσον αφορά το περιβάλλον, όπως η προστασία της ποιότητας του ατμοσφαιρικού αέρα και των υδάτων, η διατήρηση των φυσικών πόρων και της βιοποικιλότητας, η διαχείριση των αποβλήτων και των δραστηριοτήτων που έχουν δυσμενείς επιπτώσεις συγκαταλέγονται μεταξύ των πεδίων της ευρωπαϊκής δράσης, τόσο σε επίπεδο κρατών μελών όσο και στο διεθνή χώρο ( [www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr))



## Κεφάλαιο 2 : Η ΕΚΕ στην Ελλάδα

Η Ελλάδα δεν διεκδίκησε ποτέ και δεν μπορεί να διεκδικεί ούτε σήμερα 'δάφνες' πρωτοπορίας στις εφαρμογές της επιχειρηματικότητας και των δραστηριοτήτων που απορρέουν από αυτή. Έτσι και στον τομέα της ΕΚΕ μπορούμε να πούμε πως η χώρα μας μόλις τα τελευταία χρόνια κάνει τα πρώτα της βήματα. Και δεν θα ήταν παράλογο να ισχυριστούμε πως τα συγκεκριμένα βήματα της τα 'δίδαξαν' οι πολυεθνικές. Αν και οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα έχουν πλέον ειδικά προγράμματα ΕΚΕ, τα οποία βεβαίως περιλαμβάνουν και χωριστές διαδικασίες επικοινωνίας των δράσεων. Στη σημερινή εποχή, οι ειδικοί εντοπίζουν στις ελληνικές επιχειρήσεις πως κλείνουν σε δραστηριότητες φιλανθρωπίας. Το μειονέκτημα όμως έγκειται στο γεγονός, ότι στην Ελλάδα δεν υπάρχει πρόγραμμα, προοπτική ανάπτυξης και μακροχρόνια δέσμευση για δράσεις που γίνονται. ( <http://www.hrima.gr> )

Όσον αφορά τους Έλληνες καταναλωτές από διάφορες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια, προτιμούν τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες με προϊόντα ασφαλή και υγιεινά, που δεν βλάπτουν το περιβάλλον κι έχουν παραχθεί με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο. Επίσης οι Έλληνες καταναλωτές μπορούν να "επιβραβεύσουν" μια επιχείρηση που ασκεί ΕΚΕ, μέσω της έμμεσης διαφήμισης ( word of mouth ) ή αντίθετα να την "τιμωρήσουν", είτε πάλι έμμεσα είτε μέσω με την μη αγοράς ενός προϊόντος. Μπορούμε να πούμε ότι η οικονομική κρίση έκανε τους Έλληνες πιο υπεύθυνους καταναλωτές , οι οποίοι με την σειρά τους στρέφονται και αυτοί σε κοινωνικά και περιβαλλοντολογικά πιο υπεύθυνες επιχειρήσεις.

## **2.1 Κυριότεροι φορείς ΕΚΕ στην Ελλάδα**

### **Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ ( [www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr) )**

Πολλά στοιχεία για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα παίρνουμε από το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το οποίο ιδρύθηκε το Μάιο του 1994 από μια ομάδα Ευρωπαϊών Επιχειρηματιών και Διευθυντών επιχειρήσεων με την υπογραφή της " Ευρωπαϊκής Διακήρυξης των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού" με στόχο την ανεύρεση τρόπων για την προαγωγή της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Αποτέλεσμα αυτής της διακήρυξης ήταν η δημιουργία το 1996 του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή ( EBNSC ). Ένας από τους βασικούς στόχους του δικτύου αυτού ήταν και η υποστήριξη δημιουργίας αντίστοιχων Εθνικών Δικτύων. Το 1999, στέλεχος του Ευρωπαϊκού Δικτύου ( EBNSC ) ανέλαβε νέα πρωτοβουλία για σύσταση και στην Ελλάδα Δικτύου. Στο πλαίσιο αυτό διοργανώθηκε στο ΕΒΕΑ εκδήλωση με τη συμμετοχή των εκπροσώπων του EBNSC, 12 επιχειρήσεων και τριών συλλογικών φορέων ( ΕΒΕΑ , ΣΕΒ και ΣΒΒΕ ). Ακολούθησε η δημιουργία ολιγομελούς συντονιστικής επιτροπής για τη δημιουργία Ελληνικού Δίκτυο. Το Νοέμβριο του ίδιου χρόνου, δεκατρείς ελληνικές επιχειρήσεις μαζί με τους τρεις πιο πάνω συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς κατέληξαν στην υπογραφή της διακήρυξης για την ίδρυση του " Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή".

Για την πραγμάτωση της αποστολής του, το δίκτυο έχει θέσει ως στόχους:

- Τη συνεχή ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της ΕΚΕ,
- Τη δικτύωση και συνεργασία με επιχειρήσεις, συλλογικούς και άλλους φορείς σε κάθε επίπεδο για την ανταλλαγή και διάχυση πληροφοριών,

- Την ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας και του κοινού για την κοινωνική δράση και συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο
- Την κινητοποίηση και ανάπτυξη συνεργασιών για την προώθηση προγραμμάτων συλλογικής προσφοράς και την από κοινού αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων,
- Τη μεταφορά, προσαρμογή και διάδοση καλών πρακτικών στον τομέα της κοινωνικής συνοχής και της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης,
  - Την με κάθε άλλη μορφή ανάπτυξη δράσης των επιχειρήσεων για την επίτευξη των σκοπών του.

Στις προτεραιότητές του είναι:

- 1) Η συλλογή νέων στοιχείων με την κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων,
- 2) Η αύξηση της ενημέρωσης και υποστήριξη των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων στην ανάπτυξη φιληδονίας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη,
- 3) Η υποστήριξη και διάχυση της Ευρωπαϊκής Σύμπραξης για την εταιρική κοινωνική ευθύνη ( European Alliance for CRS ),
- 4) Η αύξηση των μελών του,
- 5) Η ανάπτυξη συνεργασιών με φορείς του Δημοσίου Τομέα,
- 6) Η ανάπτυξη κοινών δράσεων μεταξύ των μελών του για αντιμετώπιση έκτακτων κοινωνικών ή περιβαλλοντικών αλλαγών,
- 7) Η ανάπτυξη κώδικα δεοντολογίας που θα υπογράφουν τα μέλη του.

Για την επίτευξη των στόχων του το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ συνεργάζεται με φορείς του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα, με την ακαδημαϊκή κοινότητα, με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, καθώς και με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης

συνδέεται άμεσα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ (CSR Europe), το οποίο έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου. Μέσω αυτής της συνεργασίας, το Ελληνικό δίκτυο έχει πρόσβαση και επηρεάζει τη διαμόρφωση της ΕΚΕ σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τόσο από πλευράς επιχειρηματικής, όσο και από πολιτικής προοπτικής, ενώ παράλληλα συμμετέχει ενεργά στην επαύξηση της γνώσης, στην οικοδόμηση δεξιοτήτων και στην υποστήριξη της ανάπτυξης και της εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ

Σήμερα τα μέλη του Δικτύου για την ΕΚΕ ξεπερνούν τα 80 και ανάμεσά τους είναι πολυεθνικές και άλλες μεγάλες επιχειρήσεις και εταιρείες της Ελλάδας εισηγμένες στο χρηματιστήριο ή μη. Την προσπάθειά του αγκάλιασε το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθήνας, προσφέροντάς του διοικητική υποστήριξη και καθιερώνοντας βραβεία Κοινωνικής Ευθύνης και Ευαισθησίας, με σκοπό την προώθηση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ([www.acci.gr](http://www.acci.gr) )

#### **Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής ( <http://www.eben.gr/> )**

Από το 2005 λειτουργεί στην Ελλάδα το Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής (EBEN GR), μέλος του European Ethics Network, το οποίο στοχεύει στην προώθηση των αρχών της επιχειρηματικής ηθικής, της ΕΚΕ και της Εταιρικής Διακυβέρνησης, στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα, την ακαδημαϊκή κοινότητα και σε οργανισμούς εθελοντικού χαρακτήρα. Το EBEN GR φιλοδοξεί να παίζει σημαντικό ρόλο στο χώρο των επιχειρήσεων, παρέχοντας υποστήριξη στους οργανισμούς και τους επαγγελματίες, με σκοπό να εφαρμόσουν ένα νέο τρόπο διοίκησης, μέσω της παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, ερευνητικών εργαλείων, εκπαίδευσης και διάδοσης καλών πρακτικών. Μέλη του EBEN GR είναι εταιρείες, οργανισμοί, επαγγελματίες και φοιτητές του κλάδου.

Φιλοσοφία του Ινστιτούτου αποτελεί το ότι η επιχειρηματική ηθική αποτελεί ένα

αναπόσπαστο κομμάτι της ΕΚΕ, εφόσον το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον απαιτεί από τις επιχειρήσεις να λειτουργούν με ήθος και κανόνες, πέρα και πάνω από το νόμο, ενώ οι καταναλωτές και η κοινωνία περιμένουν από αυτές όλο και περισσότερα, πριν αποφασίσουν για το προϊόν ή την υπηρεσία που θα αγοράσουν

### **Ελληνικό Δίκτυο Global Compact**

( <http://www.globalcompactnetworkhellas.gr> )

Το Ελληνικό Δίκτυο Global Compact ιδρύθηκε την 28η Μαΐου 2008 σε εκδήλωση που οργάνωσαν το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και το UNDP Programme Management Office στην Αθήνα. Κατά την εκδήλωση 50 Ελληνικές επιχειρήσεις επέδωσαν στον επικεφαλής του Global Compact Networks & Global Compact Partnerships κ. Soren Petersen, επιστολή προς τον Γενικό Γραμματέα του Ο.Η.Ε., με την οποία δεσμεύονται να τηρούν τις δέκα αρχές του Global Compact, κατά την παραγωγική διαδικασία και τις συναλλαγές τους. Οι αρχές αυτές είναι:

#### Ανθρώπινα Δικαιώματα

Αρχή 1η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων

Αρχή 2η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι οι δικές τους δραστηριότητες δεν εμπλέκονται σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων

#### Συνθήκες εργασίας

Αρχή 3η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος της συλλογικής διαπραγμάτευσης

Αρχή 4η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας

Αρχή 5η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας.

Αρχή 6η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων στις προσλήψεις και την απασχόληση

#### Περιβάλλον

Αρχή 7η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ακολουθούν προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις.

Αρχή 8η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας

Αρχή 9η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση τεχνολογιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον

#### Καταπολέμηση της Διαφθοράς

Αρχή 10η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένου του εκβιασμού και της δωροδοκίας

Σήμερα, τα μέλη του Δικτύου είναι περισσότεροι από ογδόντα οργανισμοί, επιχειρήσεις, ακαδημαϊκοί και άλλοι φορείς.

Στόχοι του Δικτύου είναι :

- η προώθηση του Οικουμενικού Συμφώνου και των αρχών του στην Ελλάδα.
- η υποστήριξη επιχειρήσεων, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και οργανισμών που έχουν δεσμευτεί προς αυτό και σε σχέση με τη συνεχή εφαρμογή των 10 αρχών του.
- η διάδοση των 10 αρχών προς τον επιχειρηματικό κόσμο.
- η προσέλκυση νέων μελών.
- η παράλληλη δημιουργία ευκαιριών για πολυμερείς συμπράξεις και συλλογική δράση.
- η υποστήριξη των ευρύτερων στόχων των Ηνωμένων Εθνών για τη χιλιετία, μέσα από δραστηριότητες και εκδηλώσεις που αφορούν όλους τους συμμετέχοντες.

### **Οδηγός EuroCharity ([www.eurocharity.gr](http://www.eurocharity.gr))**

Η EuroCharity, το σημείο αναφοράς για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την πράσινη οικονομία, δημιούργησε το 2006 σε ελληνική και αγγλική έκδοση, τον πρώτο ηλεκτρονικό Ελληνικό Οδηγό Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ο οδηγός, που σήμερα λειτουργεί στο [www.eurocharity.gr](http://www.eurocharity.gr) για το αναγνωστικό κοινό της Ελλάδας και στο [www.eurocharity.com](http://www.eurocharity.com) για τους αναγνώστες του εξωτερικού, αποσκοπεί στην πληρέστερη δυνατή ενημέρωση του κοινού μέσω της επικοινωνίας και της προβολής δράσεων προγραμμάτων και πρωτοβουλιών επιχειρήσεων, οργανισμών, φορέων, Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ), μέσω μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ), και

επαγγελματιών, σε θέματα που αφορούν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στο περιβάλλον, στην πράσινη οικονομία, ανάπτυξη και επιχειρηματικότητα, στην εταιρική διακυβέρνηση, στη βιώσιμη ανάπτυξη, στη διαφάνεια και στην επιχειρηματική αριστεία.

Ο οδηγός απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό στην Ελλάδα και το εξωτερικό που μεταξύ άλλων περιλαμβάνει επιχειρηματίες, επενδυτές, μετόχους, αναλυτές, καταναλωτές, ΜΚΟ, Συλλογικούς Φορείς και ΜΜΕ. Οι Εταιρείες-Μέλη της EuroCharity, μπορούν να καταχωρούν στον ηλεκτρονικό Οδηγό δελτία τύπου ΕΚΕ και βιώσιμης ανάπτυξης, το εταιρικό και κοινωνικό τους προφίλ, ανακοινώσεις, κοινωνικούς απολογισμούς, συνεντεύξεις, βραβεία και διακρίσεις. Η EuroCharity, ήδη από τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας της, έχει καταφέρει να αναδείξει το [www.eurocharity.gr](http://www.eurocharity.gr) ως την πλήρη και αξιόπιστη πηγή ενημέρωσης ΕΚΕ και βιώσιμης ανάπτυξης στην Ελλάδα. Μέχρι σήμερα στον ηλεκτρονικό Οδηγό της EuroCharity δηλώνουν παρούσες σημαντικές ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις και οργανισμοί, ανεξαρτήτως μεγέθους και δραστηριότητας.

Στο πλαίσιο της δικής της ευθύνης απέναντι στην κοινωνία η EuroCharity είναι καταστατικά δεσμευμένη να συνεισφέρει ετησίως το 25% των συνδρομών των Εταιρειών-Μελών της, στην υποστήριξη Μη- Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ), ενώ παράλληλα, έχει υπογράψει το Διεθνές Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών “10 United Nations Global Compact principles”. Επιπλέον, μέσα από δίγλωσσο δεκαπενθήμερο e-newsletter, η EuroCharity ενημερώνει 14.000 και πλέον ηλεκτρονικούς συνδρομητές για τις τελευταίες εξελίξεις στο χώρο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και της βιώσιμης ανάπτυξης, ενώ μέσω συνεργασιών και συνεδρίων τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, επιτυγχάνει την όσο δυνατό μεγαλύτερη επικοινωνία και προβολή των Εταιρειών-μελών της σε ένα εκτεταμένο δίκτυο κοινωνικών εταίρων (stakeholders)



## Η ΧΑΡΤΑ ΤΟΥ ΣΕΒ

Στην τακτική Γ.Σ. ΤΟΥ 2005 Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων κυκλοφόρησε τη Χάρτα Υποχρεώσεων και Δικαιωμάτων των Ελληνικών Επιχειρήσεων ([www.fgi.org.gr](http://www.fgi.org.gr)). Στην ουσία πρόκειται για τη διακήρυξη των αρχών της επιχειρηματικότητας, όπως την αντιλαμβάνονται οι Έλληνες επιχειρηματίες. Στη Χάρτα, στην οποία αναφέρονται εναλλάξ ένα δικαίωμα και μια υποχρέωση της επιχείρησης, συναντάμε ίσως για πρώτη φορά επίσημα σε θεσμικό επιχειρηματικό όργανο την αναγνώριση των σημαντικότερων αρετών της ΕΚΕ, και μάλιστα με τη μορφή κοινωνικής υποχρέωσης. Πιστή στο διεθνές θεωρητικό πλαίσιο, η Χάρτα κινείται φυσικά στον χώρο του εθελοντισμού. Παρακάτω παρουσιάζονται οι επιχειρηματικές υποχρεώσεις που αναγράφονται στη Χάρτα.

- Η επιχείρηση οφείλει να διασφαλίζει την επιβίωσή της, σεβόμενη το θεσμικό και νομικό πλαίσιο, να αναλαμβάνει τις ευθύνες της και να εκπληρώνει με συνέπεια τις υποχρεώσεις της.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να ανταποκρίνεται με συνέπεια στις θεσμοθετημένες υποχρεώσεις της και να συμβάλλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς, που οδηγεί σε στρεβλώσεις της αγοράς και ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποδίδει εύλογο μέρος στους μετόχους της, να εφαρμόζει τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης και να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της προς τους εργαζόμενους, προμηθευτές και πελάτες της.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος του καταναλωτή.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να επενδύει στη γνώση, στον χώρο εργασίας, στην κατάρτιση και δια βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.

- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να συνεισφέρει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να εφαρμόζει ένα αξιοκρατικό σύστημα αξιολόγησης της απόδοσης, των προαγωγών και των αμοιβών, να διασφαλίζει καλές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας με ίσα δικαιώματα και ευκαιρίες για όλους και να σέβεται την ισορροπία μεταξύ εργασιακού χρόνου και προσωπικής ζωής .
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να παρέχει ειλικρινή ενημέρωση και πληροφόρηση σε όσους συναλλάσσονται με αυτή και να σέβεται τα δικαιώματα του καταναλωτή για παροχή ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων καθώς και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.
- Η επιχείρηση έχει ευθύνη να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες παραγωγής της και να καινοτομεί στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες που παρέχει.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να σέβεται το περιβάλλον ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις των δράσεών της σε αυτό, να εφαρμόζει μέτρα πρόληψης καταστροφών, να προωθεί ενεργά την ανακύκλωση και να συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας.
- Η επιχείρηση, ως ενεργός εταιρικός πολίτης, δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα, η οποία να αναγνωρίζει και να εφαρμόζει τις αρχές της παρούσας Χάρτας.

## **2.2 ΕΚΕ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

Η οικονομική κρίση έκανε τους Έλληνες πιο υπεύθυνους καταναλωτές. Ξοδεύουν λιγότερα, αλλά και πιο προσεκτικά, σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας

( 2011 ). Το 39% των καταναλωτών προτιμούν τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες με προϊόντα ασφαλή και υγιεινά, που δεν βλάπτουν το περιβάλλον κι έχουν παραχθεί με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο. Αυξητική τάση καταγράφεται στην αναγκαιότητα παροχής στον καταναλωτή προϊόντων καλής ποιότητας στην χαμηλότερη δυνατή τιμή (77,2%) αλλά και στην εφαρμογή της επιχείρησης των ίδιων υψηλών προτύπων σε όποια χώρα και αν δραστηριοποιείται (72%)

Μία άλλη έρευνα, της Nielsen μας δείχνει ότι το ποσοστό των Ελλήνων που είναι πρόθυμοι να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μιας εταιρείας κοινωνικά υπεύθυνης έχει αυξηθεί από το 31% που ήταν σε αντίστοιχη έρευνα του 2011 στο 52% το 2013, δηλαδή 1 στους 2 καταναλωτές. Αυτό το ποσοστό ανεβάζει τους Έλληνες στην 21η θέση των πιο ευαίσθητων κοινωνικά καταναλωτών μεταξύ του δείγματος των 58 κρατών στα οποία έγινε η έρευνα. Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα υψηλό, όχι μόνο για την Ελλάδα της κρίσης, όπου η κατανάλωση έχει μειωθεί δραματικά, αλλά και για την Ευρώπη, όπου μόνο το 36% των καταναλωτών δήλωσε ότι είναι πρόθυμο να πληρώσει περισσότερα χρήματα για προϊόντα ΕΚΕ.

Η διαχρονική έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας, που διεξάγεται από το 2003 μέχρι σήμερα, σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό GlobeScan και το Πάντειο Πανεπιστήμιο, αναδεικνύει όχι μόνο το θέμα της ΕΚΕ, αλλά και την όσμωση του φαινομένου με την Ελληνική Κοινωνία. Τα κυριότερα συμπεράσματα που προέκυψαν από την τελευταία αντιπροσωπευτική έρευνα CSR 2010, είναι τα εξής:

Γενικά, οι πολίτες-καταναλωτές προσπαθούν να επιβραβεύσουν ή να τιμωρήσουν κοινωνικά Υπεύθυνες ή Μη Εταιρείες, όταν αυτές συμπεριφέρονται ή όχι, ως ηγέτες με δομικά χαρακτηριστικά την ειλικρίνεια- αξιοπιστία, τα ποιοτικά προϊόντα και τη δίκαιη εργοδοσία ή αλλιώς «ποιότητα στις προθέσεις, ποιότητα στα προϊόντα, ποιότητα στις εργασιακές συνθήκες δηλαδή συνολική ποιοτική σχέση». Αναλυτικότερα η διαχρονική εξέλιξη της “επιβράβευσης” από το 2008 μέχρι 2010, αποτυπώνεται στα ποσοστά 39%, 52%, 53% αντίστοιχα. Η “τιμωρία” (μη αγοράζοντας προϊόντα,

υποβάλλοντας καταγγελίες ή μιλώντας αρνητικά για την εταιρεία) μη υπεύθυνων Εταιρειών, βρίσκεται σε σημαντικά υψηλότερα επίπεδα, της τάξης του 58%, 66% και 67% αντίστοιχα για την περίοδο 2008 – 2010, γεγονός από το οποίο συμπεραίνουμε πως ο Έλληνας καταναλωτής πρωτίστως τιμωρεί και δευτερευόντως επιβραβεύει τις επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με την έρευνα, η αντίληψη που επικρατεί στους Έλληνες καταναλωτές είναι πως οι περισσότερες εταιρείες, που προσπαθούν να δείξουν ένα κοινωνικά υπεύθυνο πρόσωπο, το κάνουν κυρίως για να βελτιώσουν την εταιρική εικόνα τους και όχι επειδή θέλουν πραγματικά να συνεισφέρουν θετικά στο κοινωνικό σύνολο (78%). Οι περισσότεροι καταναλωτές στην Ελλάδα, αν και χαιρετίζουν τις δράσεις της ΕΚΕ, δυσκολεύονται να πιστέψουν στο ανιδιοτελές του σκοπού τους, τείνοντας περισσότερο να αποδώσουν τις κινήσεις αυτές στο “παιχνίδι” του μάρκετινγκ. Παρά το γεγονός ότι αναγνωρίζουν πως οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις και αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων, θεωρούν ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς.

Το καταναλωτικό κοινό εκδηλώνει το ενδιαφέρον του να μάθει περισσότερα για τους τρόπους με τους οποίους κάποιες επιχειρήσεις προσπαθούν να είναι κοινωνικά υπεύθυνες (71%), όμως κατά την γνώμη των περισσότερων, οι εταιρείες δεν επικοινωνούν με ειλικρίνεια και τιμιότητα την κοινωνική και περιβαλλοντική τους δραστηριότητα (70%). Τη συγκεκριμένη αντίληψη έρχονται να ενισχύσουν τα στοιχεία του Κοινωνικού Βαρομέτρου A.S.B.I. – 2009, που υλοποίησε η MEDA Communication για έβδομη χρονιά, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο ερευνών VPRC

Το "A.S.B.I" ως εργαλείο στρατηγικής ανάπτυξης της κοινωνικής πολιτικής των εταιρειών, καταγράφει κάθε δύο χρόνια την ανταπόκριση των πολιτών –καταναλωτών, σε επίπεδο αναγνωσιμότητας, στην προσπάθεια των εταιρειών να επικοινωνήσουν τις κοινωνικές ή περιβαλλοντικές τους πρωτοβουλίες. Σύμφωνα με το βαρόμετρο, περισσότεροι από πέντε στους δέκα Έλληνες πολίτες δηλώνουν τη διαφωνία τους σχετικά με το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων σε ότι αφορά στην προστασία του

περιβάλλοντος και την κοινωνική συνοχή. Η μη αποδοχή του συγκεκριμένου ρόλου των επιχειρήσεων πολύ πιθανόν να ενισχύεται και από τη συνεχή όξυνση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων, ιδιαίτερα σε μια χρονιά έντονης οικονομικής κρίσης, όπου οι εργασιακές σχέσεις επαναπροσδιορίζονται και τα περιβαλλοντικά θέματα διατηρήθηκαν στη δημόσια ατζέντα (όπως η αύξηση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, η εντεινόμενη τσιμεντοποίηση των αστικών κέντρων, η διαχείριση των απορριμμάτων-αποβλήτων, η ρύπανση των υδάτινων πόρων).

Όσον αφορά την ΕΚΕ στις Ελληνικές επιχειρήσεις ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στον φόρο του 20% που καλείται να καταβάλει μια εταιρεία που επιθυμεί να κάνει δωρεά ή χορηγία, όπως επίσης και στην απόρριψη από την εφορία της δικαιολόγησης δαπανών για κοινωνικές δράσεις. Αν και η ύπαρξη αυτών των φορολογικών προσκομμάτων εξασφαλίζει την “καθαρότητα” των προθέσεων δεν παύει να φανερώνει τον ελλιπή σχεδιασμό του νομοθετικού πλαισίου, αφού στερεί τα εναύσματα για κοινωνική προσφορά ([www.euro2day.gr](http://www.euro2day.gr) 2010)

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που εκδίδουν ετήσια Αναφορά ΕΚΕ στην Ελλάδα έχουν διεθνή δραστηριότητα και κατά κύριο λόγο είναι ιδιωτικές. Ο μέσος αριθμός των εργαζομένων τους παρουσιάζεται ιδιαίτερα υψηλός και ανέρχεται στους 79.000 περίπου εργαζομένους, νούμερο ιδιαίτερα υψηλό εάν αναλογιστεί κανείς τη συντριπτική πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, με λιγότερους των 400 εργαζομένων. Όσον αφορά την οργανωτική αντιμετώπιση του θέματος, δεκαπέντε από τις είκοσι οχτώ επιχειρήσεις διαθέτουν ξεχωριστό Τμήμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ οι υπόλοιπες έχουν αναθέσει τις σχετικές διαδικασίες είτε στο Τμήμα Εταιρικής Επικοινωνίας & Δημοσίων Σχέσεων, είτε σε άλλα υψηλόβαθμα Διοικητικά Στελέχη.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε ελάχιστες περιπτώσεις οι δείκτες μέτρησης και αξιολόγησης της ΕΚΕ παρατίθενται με δομημένο τρόπο στην Αναφορά ΕΚΕ, ενώ στην πλειοψηφία των περιπτώσεων πραγματοποιείται έμμεση αναφορά σε αυτούς. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι στις είκοσι οχτώ επιχειρήσεις που εκδίδουν

ετήσια αναφορά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καταμετρήθηκαν συνολικά 303 διαφορετικοί δείκτες, ενώ ο μέσος αριθμός δεικτών στους οποίους γίνεται αναφορά από κάθε επιχείρηση είναι 36, με περισσότερους να αφορούν το περιβάλλον, την κοινωνία και το ανθρώπινο δυναμικό (με τη σειρά που αναφέρονται). Τέλος, αναφορικά με τους κλάδους δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων που εκδίδουν αποτελέσματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρουσιάζεται μεγάλη συμμετοχή των Χρηματοοικονομικών, Τηλεπικοινωνιών, Πετρελαιοειδών και των κλάδων Παραγωγής, Μεταποίησης και Τροφίμων, ενώ αρκετά χαμηλότερα βρίσκονται οι κλάδοι των Συσκευασμένων Καταναλωτικών Προϊόντων, των Αυτοκίνητων και της Υψηλής Τεχνολογίας. ( έρευνα του τομέα Βιομηχανικής Διοίκησης & επιχειρησιακής έρευνας της σχολής μηχανολόγων μηχανικών του ΕΜΠ. 2007)

Είναι γεγονός πως στη χώρα μας, ένα μεγάλο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας, κυρίως σε ότι αφορά αγαθά και υπηρεσίες κοινωφελούς χαρακτήρα, ασκείται από τον ευρύτερο δημόσιο τομέα, καθιστώντας το δημόσιο ως το μεγαλύτερο εργοδότη της χώρας. Στο πλαίσιο αυτό, αναδεικνύεται η επιτακτική ανάγκη της προσαρμογής των επιχειρήσεων αυτών στις νέες κοινωνικές απαιτήσεις και της άμεσης ανταπόκρισής τους στην ανάπτυξη και υλοποίηση προγραμμάτων ΕΚΕ, ώστε αφ' ενός να επιβεβαιώσουν και έμπρακτα τον κοινωφελή τους χαρακτήρα, εφ' ετέρου να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικότερα τις συνθήκες λειτουργίας του περιβάλλοντός του ([www.csrhellas.org](http://www.csrhellas.org))

Περισσότεροι από 8 στους 10 εργαζόμενους στον Ιδιωτικό και Δημόσιο τομέα υποστηρίζουν ότι είναι αρκετά σημαντικό έως πολύ σημαντικό για αυτούς, η εταιρεία ή ο οργανισμός στον οποίο εργάζονται να διαθέτει κοινωνικό ή περιβαλλοντικό έργο. Εν τούτοις, αρκετά υψηλό παραμένει ακόμη το ποσοστό των εργαζομένων που δηλώνουν άγνοια για το αν η εταιρεία ή ο οργανισμός που εργάζονται αναλαμβάνει κοινωνικές ή περιβαλλοντικές δραστηριότητες (6,5 στους 10 εργαζόμενους). Η αναγκαιότητα, λοιπόν, από μέρους των επιχειρήσεων να ερμηνεύσουν, να αντιληφθούν σωστά και να προωθήσουν την έννοια της Ε.Κ.Ε., καταρχήν στο εσωτερικό τους

περιβάλλον, και ιδιαίτερα στους εργαζόμενους, έναν από τους βασικούς stakeholders, παραμένει σημαντική όσο και απαραίτητη.

Ο κ. Δημήτρης Γ. Μαύρος ( Πρόεδρος του Ινστιτούτου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης & πρόεδρος του PRC Group The Management House ) αναφέρει σε άρθρο του " Ο θεσμός της ΕΚΕ στην Ελλάδα κάνει ακόμα τα πρώτα του βήματα. Ετσι, είναι φυσικό φορείς και εταιρείες που έχουν τεχνογνωσία και εφαρμόζουν την ΕΚΕ ως μέρος της στρατηγικής τους στον τομέα αυτό να μην ξεπερνούν μερικές δεκάδες... Ο βαθμός που η επιχείρηση θα επενδύσει στον θεσμό αυτό θα καθορίσει σε μεγάλο βαθμό εάν η επιχείρηση θα επιβιώσει από την οικονομική ύφεση και θα συνεχίσει την πορεία της προς μια βιώσιμη ανάπτυξη . Θα πρέπει επίσης, να πούμε ότι η οικονομική κρίση συνέβαλε σε μία τεράστια φθορά στα επίπεδα εμπιστοσύνης που τρέφουν καταναλωτές και πολίτες για τις επιχειρήσεις , τις κυβερνήσεις και τα κόμματα και το γεγονός αυτό επιβάλλει την υιοθέτηση των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης"

### **2.3 Η εταιρική κοινωνική ευθύνη στο τραπεζικό σύστημα**

Την αξία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αναγνωρίζουν ολοένα και περισσότερο οι τράπεζες μας και εντάσσουν την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας στις στρατηγικές τους επιλογές, όπως αναφέρεται σε μελέτη της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών (ΕΕΤ) ( 2010). Προς αυτή την κατεύθυνση οι τράπεζες εφαρμόζουν εκτεταμένα προγράμματα κοινωνικής προσφοράς υποστηρίζοντας σημαντικές εκπαιδευτικές, πολιτιστικές, αθλητικές, περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες και υλοποιώντας πλήθος χορηγικών ενεργειών προς ευπαθείς κοινωνικές ομάδες και κοινωφελείς μη κερδοσκοπικές οργανώσεις. Ειδικότερα στον Τομέα του Περιβάλλοντος οι τράπεζες ακολουθούν συγκεκριμένη περιβαλλοντική πολιτική με κύριους άξονες την εξοικονόμηση της ενέργειας, όπως μείωση της καταναλώσεως ηλεκτρικού ρεύματος, τη διαχείριση αποβλήτων (π.χ. ανακύκλωση χαρτιού) και την τήρηση περιβαλλοντικών αρχών από τους προμηθευτές τους. Ειδικότερα, οι τράπεζες εφαρμόζουν συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, σύμφωνα με διεθνή πρότυπα

(ISO 14001, EMAS - European Eco-Management and Audit Scheme) και εντάσσονται σε δείκτες ευφορίας (FTSE4Good) που αξιολογούν ετησίως τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις.

Στη διάρκεια του 2009, μεταξύ άλλων δράσεων περιβαλλοντικής υποστήριξης, οι τράπεζες συνέχισαν να υποστηρίζουν τις επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας ενώ ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην αύξηση του αριθμού των χρηστών και των συναλλαγών, μέσω της προώθησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet και phone banking) (αύξηση του αριθμού των χρηστών και των συναλλαγών) με προφανή αντίστοιχα περιβαλλοντικά οφέλη. Στον τομέα της Κοινωνικής Προσφοράς τα χορηγικά προγράμματα των τραπεζών αφορούν κυρίως την ενίσχυση και υποστήριξη των τομέων της υγείας, της εκπαίδευσης, της έρευνας, του αθλητισμού, των πολιτισμικών προγραμμάτων και των ευπαθών ομάδων. Κατά τη διάρκεια του 2009, ενδεικτικά αναφέρεται ότι πέντε μεγάλοι σε όρους ενεργητικού τραπεζικοί όμιλοι, δαπάνησαν για χορηγίες το ποσό των 42,3εκ ευρώ.

Επίσης παλαιότερη έρευνα του Accountability Rating (2008) μας δείχνει ότι 4 από τις 10 πιο υπεύθυνες επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι τράπεζες. Όμως, οι δημόσιες κριτικές ενάντια στις τράπεζες, εντούτοις, πληθαίνουν, προερχόμενες είτε από καταναλωτικές οργανώσεις, πολιτικά κόμματα, ερευνητές, συνδικαλιστικές οργανώσεις και τον ημερήσιο τύπο, είτε από τους καταναλωτές όπως υποδεικνύουν πρόσφατες έρευνες κοινής γνώμης. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας για την Ε.Κ.Ε και την υπεύθυνη κατανάλωση «CSR 2008» του Ινστιτούτου Επικοινωνίας, οι τράπεζες κατατάσσονται ως τον δεύτερο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας «που δεν ανταποκρίνεται καλύτερα στις κοινωνικές τους υποχρεώσεις. Τα αποτελέσματα έρευνας της Public Issue για λογαριασμό της Καθημερινής (Νοέμβριο του 2008) συμβαδίζει με την αρνητική εικόνα που διαθέτουν οι πολίτες για το εγχώριο τραπεζικό σύστημα.

Ενδεικτικά, 7 στους 10 ερωτώμενους διατύπωσε την άποψη ότι οι τράπεζες δεν κράτησαν υπεύθυνη στάση στο ζήτημα της οικονομικής κρίσης ενώ το 90% τασσόταν



υπέρ ενός μεγαλύτερου ελέγχου των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων από το κράτος. Τα αποτελέσματα προγενέστερης έρευνας της VPRC για λογαριασμό της ΟΤΟΕ επιβεβαιώνουν την διαχρονικότητα της «λαϊκής δυσαρέσκειας» έναντι των τραπεζών. Σύμφωνα με τα εν λόγω αποτελέσματα, 1 στους 2 πολίτες μάλλον δεν εμπιστευόταν τις τράπεζες, το 73% εκτιμούσε ότι οι υπηρεσίες των τραπεζών ήταν ακριβές, το 77% πίστευε ότι οι προμήθειες ήταν υψηλές, το 86% ότι τα κέρδη των τραπεζών ήταν μάλλον υπερβολικά ενώ το 62% θεωρούσε ότι οι τράπεζες δεν ήταν συνεργάσιμες απέναντι σε κάποιον που αντιμετωπίζει δυσκολίες στην πληρωμή δόσεων από κάρτες ή δάνεια.

## Κεφάλαιο 3 Κοινωνική Λογιστική

### 3.1 Έννοια

Κοινωνική λογιστική (επίσης γνωστή ως κοινωνική και περιβαλλοντική λογιστική) είναι η διαδικασία της επικοινωνίας των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων των οικονομικών ενεργειών των οργανώσεων για ειδικές ομάδες συμφερόντων μέσα στην κοινωνία και την κοινωνία γενικότερα (Gray, 2001). Συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις δεσμεύονται πλέον να καταγράψουν και να δημοσιοποιήσουν τις δαπάνες που προκύπτουν κατά την εφαρμογή συγκεκριμένων τεχνικών προκειμένου να προληφθούν ή να αποκατασταθούν τυχόν περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις (environmental impacts).

Οι πληροφορίες αυτού του είδους άρχισαν να παρακολουθούνται και να καταγράφονται με τις νεοφανείς μεθόδους της κοινωνικής και της περιβαλλοντικής λογιστικής οι οποίες δεν έχουν και πολλά χρόνια που αναπτύχθηκαν ως διακριτοί κλάδοι της επιστήμης της λογιστικής. Η διεθνής βιβλιογραφία ταξινομεί τις μεθόδους αυτές με μια ποικιλία κριτηρίων. Σε αυτή τη ταξινομική λογική ο Gray (2001) υποστηρίζει ότι τα τελευταία τριάντα χρόνια η κοινωνική λογιστική είναι δυνατόν να διακριθεί σε τρεις γενικές κατηγορίες: α) στον «κοινωνικό έλεγχο» στην οποία περιλαμβάνονται εκθέσεις που συντάσσονται από εξωτερικούς αναλυτές δίχως τη συμβολή του οργανισμού στη σχετική διαδικασία ( εξωτερικός περιβαλλοντικός και κοινωνικός έλεγχος) β) τη «σιωπηλή κοινωνική λογιστική» (silent social accounts) σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις καταγράφουν και αποκαλύπτουν σχετικές πληροφορίες σε εθελοντική βάση και τέλος γ) το «νέο κύμα» της κοινωνικής λογιστικής ( the “new wave” of social accounting) σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις προσπαθούν να καταγράψουν πληροφορίες σχετικά με περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα βασιζόμενες σε κάποια συστηματική μέθοδο και αντίστοιχα πρότυπα.

Σημαντική προσέγγιση για την κατανόηση της εξέλιξης αυτών των μεθόδων καθώς και της σημερινής διαμόρφωσης αυτού του «νέου κύματος» της κοινωνικής και περιβαλλοντικής λογιστικής είναι η διαχρονική μελέτη τους. Ο Mathews (1997) ένας συγγραφέας που έχει δημοσιεύσει ένα από τα σημαντικότερα άρθρα για την εξέλιξη αυτών των μεθόδων διακρίνει την κοινωνική και την περιβαλλοντική λογιστική με κριτήριο το χρονικό ορίζοντα της εμφάνισης και της ωρίμανσης τους σε τρεις περιόδους: α) η πρώτη καλύπτει το διάστημα της δεκαετίας του '70 στο πλαίσιο της οποίας εμφανίζονται λογιστικές τεχνικές οι οποίες αποσκοπούν ως επί το πλείστον στην καταγραφή δαπανών για κοινωνικά ζητήματα, β) η δεύτερη φάση καλύπτει το διάστημα από το 1980 έως το 1990 όπου οι συγκεκριμένες μέθοδοι βοηθούν στην καταγραφή ζητημάτων που σχετίζονται με το φυσικό περιβάλλον και γ) η Τρίτη φάση που εκτείνεται από το 1990 και μετά στην οποία οι προτεινόμενες τεχνικές της λογιστικής επικεντρώνονται κυρίως στον υπολογισμό και την καταγραφή των μεταβολών που υφίσταται η κεφαλαιακή διάρθρωση της επιχείρησης από την εφαρμογή μέτρων και διαχειριστικών χειρισμών που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική ευημερία. Επίσης στην τελευταία και τρέχουσα αυτή περίοδο εμφανίζονται τα πρώτα σπέρματα της αειφόρου λογιστικής.

Την ίδια περίοδο διακρίνονται παράλληλα με αυτές τις τεχνικές και ορισμένες νέες οι οποίες βοηθούν στο να καταγραφούν οι δαπάνες που σχετίζονται με τα περιβαλλοντικά και τα κοινωνικά ζητήματα διαμέσου των επίσημων λογιστικών συστημάτων. Συγκεκριμένα η επιτροπή International Standards and Accounting Reporting (ISAR) των ΗΕ πρότεινε ορισμένες νέες τεχνικές για την καταγραφή και τη μέτρηση του χρηματικού κόστους που προκύπτει από την εφαρμογή της περιβαλλοντικής διαχείρισης. Σύμφωνα με αυτές οι επιχειρήσεις πρέπει να υπολογίζουν και να καταγράφουν τις δαπάνες για την περιβαλλοντική και κοινωνική διαχείριση στις επίσημες λογιστικές καταστάσεις( π.χ. τον ισολογισμό, το λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσης, το προσάρτημα και τις ετήσιες οικονομικές εκθέσεις).

Για τον σχετικά νεοφανή κλάδο της λογιστικής που παρακολουθεί τις νέες πληροφορίες που σχετίζονται με την κοινωνική και την περιβαλλοντική διαχείριση

χρησιμοποιούνται οι όροι περιβαλλοντική (πράσινη) κοινωνική ενώ τελευταία χρησιμοποιείται και ο όρος της αειφόρου λογιστικής. Οι έννοιες αυτές στη διεθνή φιλολογία άλλοτε θεωρούνται ταυτόσημες ενώ άλλοτε διακρίνονται. Ωστόσο είναι παράδοξο το γεγονός ότι ενώ ο τομέας της περιβαλλοντικής (πράσινης) και της κοινωνικής λογιστικής είναι υπό διαρκή έρευνα τα τελευταία χρόνια δεν εμφανίζεται ακόμα κάποια ευρύτερη συμφωνία για το περιεχόμενο των όρων αυτών( Gray et al., 2001 )

Οι Gray et al. (2001) υποστηρίζουν ότι οι έννοιες της κοινωνικής και της περιβαλλοντικής λογιστικής μπορεί να συνδυαστούν και να ορίζουν το περιεχόμενο μιας κοινής κατηγορίας ως «τη διαδικασία αποτίμησης και δημοσίευσης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών πληροφοριών που προκύπτουν από την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης προς τις συναφείς προς τη λειτουργία της ομάδες». Ο Mathews (1997) παρατηρεί ότι η κοινωνική και περιβαλλοντική λογιστική είναι δυο διακριτές έννοιες με διαφορετικά περιεχόμενα.

Ο ίδιος ορίζει ότι στην έννοια της «κοινωνικής λογιστικής καταγράφονται και δημοσιοποιούνται κυρίως ζητήματα σχετικά με τα δικαιώματα των εργαζομένων (π.χ. δαπάνες για την ασφάλεια τους) και τη «συμπεριφορά» της επιχείρησης έναντι της τοπικής κοινωνίας (λ.χ. πληρωμή φόρων) ενώ η έννοια της «περιβαλλοντικής λογιστικής περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία σχετικά με την πρόληψη (π.χ. Δαπάνες αντιρρυπαντικής τεχνολογίας) και την αποκατάσταση των αρνητικών επιπτώσεων στο φυσικό περιβάλλον (λ.χ. δαπάνες υποκατάστασης υποβαθμισμένου τοπίου )».

Επίσης σύμφωνα με τον Pearce (2001). η κοινωνική λογιστική και ο κοινωνικός έλεγχος απαρτίζουν ένα πλαίσιο λειτουργίας που επιτρέπει σε μια οργάνωση να αναπτύξει διαδικασίες αξιολόγησης της κοινωνικής της ευθύνης / επίδοσης, να εκδώσει ένα απολογισμό για την εν λόγω επίδοση και να διαμορφώσει ένα σχέδιο δράσης με στόχο τη βελτίωσή της. Παράλληλα, βάσει του πλαισίου λειτουργίας που διαμορφώνεται από τις διαδικασίες κοινωνικής λογιστικής και κοινωνικού ελέγχου, η οργάνωση έχει τη δυνατότητα να κατανοήσει την επίδρασή της στην κοινότητα και να

«ελεγχθεί» από τα μέλη της τελευταίας.

Συμπληρωματικά, μπορεί να αναφερθεί και ο εξής συναφής ορισμός: «Ο κοινωνικός έλεγχος αποτελεί μια μέθοδο με βάση την οποία οι οργανώσεις έχουν την δυνατότητα να σχεδιάζουν, να διαχειρίζονται και να εκτιμούν μη οικονομικές δραστηριότητες και να παρακολουθούν τις εξωτερικές και εσωτερικές επιπτώσεις των κοινωνικών και εμπορικών εργασιών της οργάνωσης» (Spreckley, 2000).

Μια διαδικασία αξιολόγησης της κοινωνικής ευθύνης συμπεριλαμβάνει συνήθως :  
([www.Crshellas.org](http://www.Crshellas.org) )

√ Μια έκθεση για το βαθμό επίτευξης των προκαθορισμένων στόχων (Σε τι βαθμό πέτυχε όσα στόχευε;)

√ Μια αποτίμηση των επιπτώσεων της οργάνωσης στην κοινότητα (Πως μπορεί η επίδραση της οργάνωσης στην κοινότητα να μετρηθεί; Ποια είναι η γνώμη των μελών της κοινότητας;)

√ Τις απόψεις των εμπλεκομένων στην λειτουργία της επιχείρησης – stakeholders για τους Στόχους και τις Αξίες της οργάνωσης

√ Μια έκθεση για την «περιβαλλοντική επίδοση» της οργάνωσης (Ελαχιστοποιούνται οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκύπτουν από την φυσιολογική λειτουργία της οργάνωσης;)

√ Μια αναφορά για το πώς υλοποιούνται οι κοινωνικές δράσεις της οργάνωσης (Προωθεί η οργάνωση με ουσιαστικό τρόπο την κοινωνική ενσωμάτωση και σε ποιο βαθμό;)

√ Μια αναφορά με αντικείμενο το βαθμό συμμόρφωσης της οργάνωσης με τα θεσμοθετημένα ή εθελοντικά πρότυπα ποιότητας και διαδικασιών λειτουργίας (Σε ποιο

βαθμό η οργάνωση πραγματοποιεί αυτά που οφείλει στον κοινωνικό της περίγυρο;).

Συνοπτικά, ο κοινωνικός έλεγχος επιτρέπει τη συλλογή και επεξεργασία των ζητούμενων ποιοτικών και ποσοτικών πληροφοριών για την κοινωνική επίδοση της επιχείρησης, όπως και για την αντίληψη των μελών που απαρτίζουν την ευρύτερη κοινότητα της τελευταίας για τις δραστηριότητες και τα «κοινωνικά» αποτελέσματα της.

### **3.2 Σκοποί- οφέλη**

Σύμφωνα με τον Sparkley (2000) σκοπός της κοινωνικής λογιστικής είναι η αξιολόγηση, καταγραφή και τα συμπεράσματα των δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.) που αναλαμβάνονται από τις επιχειρήσεις τα οποία δημοσιεύονται από τις επιχειρήσεις προς όλους τους επωφελούμενους (εργαζόμενους πελάτες, κοινότητα)

Επίσης στόχος της κοινωνικής λογιστικής είναι :

( [www.isede-net.com](http://www.isede-net.com) )

- Να καταγράφει και να αξιολογεί την κοινωνική συμπεριφορά της εταιρείας/ επιχείρησης
- Να αναπτύσσει σχέδια δράσης με στόχο την βελτίωση της κοινωνικής συμπεριφοράς
- Να διαχειρίζεται την αξιολόγηση και γνωστοποίηση μη οικονομικών αποτελεσμάτων στους εμπλεκόμενους

Η κοινωνική λογιστική έχει σαν σκοπό να εκθέσει την σχέση μεταξύ του οικονομικού κέρδους και την επίτευξη κοινωνικών και περιβαλλοντικών στόχων της επιχείρησης και βοηθάει τα στελέχη να κάνουν συνειδητές επιλογές σχετικά με τους στόχους αυτούς. ( Gray 1996 )

Τα οφέλη της κοινωνικής λογιστικής και του κοινωνικού έλεγχου είναι πολλά για μία επιχείρηση. Για παράδειγμα:

- Βελτιώνει τη διαδικασία λογοδοσίας και ανάληψης ευθυνών και την διαφάνεια.
- Βελτιώνει τις σχέσεις μεταξύ των εμπλεκομένων.
- Προάγει την αναγνώριση μέσα στην κοινωνία
- Προωθεί την ανάπτυξη του οργανισμού.

Άλλα σημαντικά οφέλη είναι :

( [www.Crshellas.org](http://www.Crshellas.org) )

1. Αποσαφήνιση και προσδιορισμός των βασικών στόχων της οργάνωσης.
2. Παροχή ενός αναλυτικού πλαισίου λειτουργίας για όλες τις δραστηριότητες της οργάνωσης.
3. Εκτίμηση της κοινωνικής επίδρασης της οργάνωσης, έτσι όπως αντιλαμβάνεται από το εξωτερικό / εσωτερικό περιβάλλον της
4. Μεγαλύτερη εμπλοκή των εμπλεκομένων στη λειτουργία της επιχείρησης στις δραστηριότητες της οργάνωσης
5. Ευέλικτη και προσαρμόσιμη διαδικασία
6. Καθίσταται δυνατή μια δίκαιη εξωτερική και εσωτερική αποτίμηση της οργάνωσης
7. Στήριξη της εσωτερικής συνοχής της επιχείρησης.

Εγγενής στόχος των διαδικασιών της κοινωνικής λογιστικής και του κοινωνικού ελέγχου αποτελεί η επίτευξη συνεχώς βελτιούμενων επιδόσεων με βάση επιλεγμένους κοινωνικούς στόχους και προκαθορισμένες αρχές και αξίες λειτουργίας. Η εξέταση της πρόσφατης ιστορίας ανάπτυξης του κοινωνικού ελέγχου αναδεικνύει οκτώ βασικές αρχές που θεμελιώνουν την εν λόγω πρακτική. (Pearce 2000, Sprecklet 2000, Zadek 1998)

#### 1. Πολυδιάστατη προσέγγιση

Ο κοινωνικός έλεγχος αντιπροσωπεύει τις απόψεις όλων των ατόμων που επηρεάζονται από ή επηρεάζουν τις δραστηριότητες της οργάνωσης (δηλαδή του συνόλου των stakeholders της).

#### 2. Συνολική προσέγγιση

Η κοινωνική λογιστική συμπεριλαμβάνει όλες τις οργανωτικές και εργασιακές πτυχές της οργάνωσης (για παράδειγμα, ιδιοκτησία, εσωτερική διάρθρωση και δομές, στόχοι και προθέσεις, σχέσεις με τους εξωτερικούς εμπλεκόμενους στη λειτουργία της και ευρύτερα κοινωνικά, πολιτιστικά και περιβαλλοντικά ζητήματα).

#### 3. Σταθερότητα

Ο κοινωνικός έλεγχος εκτελείται ανά ένα ή δύο έτη, έτσι ώστε η συγκεκριμένη έννοια και πρακτική να ενσωματώνεται στον πάγιο τρόπο λειτουργίας της οργάνωσης .

#### 4. Συγκριτική διάσταση

Με την ενσωμάτωση της πρακτικής κοινωνικού ελέγχου/λογιστικής στην φυσική λειτουργία της επιχείρησης, η τελευταία έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει τις επιδόσεις της χρόνο με χρόνο, όπως και σε σχέση με ένα εξωτερικό σημείο αναφοράς ή μια



συγκεκριμένη ποιοτική παράμετρο. Παράλληλα, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει τις κοινωνικές της επιδόσεις της με άλλες επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει τις σχετικές διαδικασίες.

#### 5. Αντικειμενικότητα

Ο κοινωνικός έλεγχος πραγματοποιείται από έμπειρα στελέχη που δεν συνδέονται με την επιχείρηση.

#### 6. Πρόσβαση σε όλους

Η συγκεκριμένη αρχή αναφέρεται στην απαιτούμενη διαθεσιμότητα του κοινωνικού ελέγχου στο σύνολο των εμπλεκομένων της κοινότητας και στην ευρύτερη κοινότητα για λόγους διαφάνειας.

#### 7. Αυτογνωσία

Οι επιχειρήσεις που προωθούν διαδικασίες κοινωνικής λογιστικής αξιοποιούν τη συγκεκριμένη δέσμη ενεργειών για τη συλλογή πληροφοριών με αντικείμενο τις δομές και τον τρόπο λειτουργίας τους, τις επιδόσεις τους και τις επιδράσεις στο ευρύτερο εξωτερικό περιβάλλον, τους τρόπους βελτίωσης των τελευταίων. Η κοινωνική αξιολόγηση δεν αποτελεί ένα εργαλείο προβολής και διαφήμισης της επιχείρησης

#### 8. Ευρεία συμμετοχή

Η κοινωνική λογιστική προϋποθέτει την ενεργή συμμετοχή του συνόλου των εμπλεκομένων στη λειτουργία της επιχείρησης ατόμων –stakeholders- που συνδέονται άμεσα με την οργάνωση, όπως το προσωπικό, οι εθελοντές οι επωφελούμενοι, οι πελάτες, ο χρηματοδότες και οι συνεταιρικές οργανώσεις

Επίσης σύμφωνα με την Πάστρα (2010) η κοινωνική λογιστική αποτελεί τη συστηματική ανάλυση των αποτελεσμάτων και του αντίκτυπου ενός οργανισμού στους κοινωνικούς εταίρους που επηρεάζουν τη λειτουργία της εταιρεία και επηρεάζονται από αυτή. Η κοινωνική λογιστική βρίσκεται σε διαρκή αλληλεπίδραση με όλες τις λογιστικές μεθόδους και τεχνικές, με όλες τις αποφάσεις που η λογιστική πληροφορία βοηθά όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να λάβουν ( για παράδειγμα τη διοίκηση, τους μετόχους, τους πιστωτές, τους καταναλωτές ).

Η υιοθέτηση και ανάπτυξη των πρακτικών κοινωνικού ελέγχου, λογιστικής και απολογισμού έχουν θετική επίδραση στην δομή και τη λειτουργία της οργάνωσης/ επιχείρησης γιατί:

( [www.Crshellas.org](http://www.Crshellas.org) )

- Αυξάνουν την ικανότητα διάχυσης και επεξεργασίας της πληροφορίας στο εσωτερικό της επιχείρησης.
- Ενισχύουν τις ικανότητες του εργατικού δυναμικού για επεξεργασία και αφομοίωση της γνώσης
- Βελτιώνουν τις ανταγωνιστικές επιδόσεις της επιχείρησης.

### **3.3 Σχέση με ΕΚΕ**

Πριν ορίσουμε τη σχέση της ΕΚΕ με την κοινωνική λογιστική ας ορίσουμε την έννοια της ΕΚΕ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ΕΚΕ είναι «μια έννοια με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν εθελοντικά κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις σχέσεις τους με τους ενδιαφερόμενους φορείς( καταναλωτές, προμηθευτές , εργαζόμενους, πιστωτές

μετόχους)».

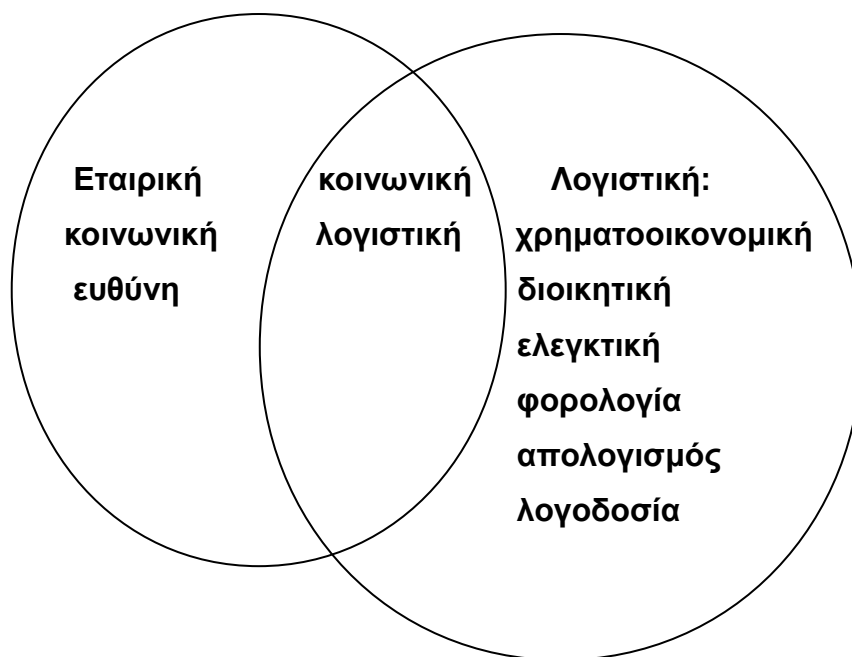
( [www.ec.europa.eu.com](http://www.ec.europa.eu.com))

Παρόλο που ο ορισμός αυτός φαίνεται να αφορά στις δραστηριότητες των εταίρων, δηλαδή στην καθημερινή λειτουργία τους, ουσιαστικά σχετίζεται με την στρατηγική των εταίρων και συνεπώς , σχετίζεται με τον τρόπο που λαμβάνονται οι αποφάσεις για την επίτευξη της στρατηγικής. Οι αποφάσεις αυτές είναι σημαντικές, αφού δεν επηρεάζουν μόνο την εταιρεία αλλά όλους τους ενδιαμέσους φορείς και εν τέλει το ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.

Η λογιστική με την πληροφόρηση που παρέχει και τα εργαλεία που χρησιμοποιεί βοηθά στο σχεδιασμό ( planning) καθώς και στην αξιολόγηση ( control, feedback and evaluation ) των δραστηριοτήτων ΕΚΕ. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί από την ίδια την εταιρεία για τον σχεδιασμό και την αξιολόγηση της εφαρμογής της κοινωνικής φιλοσοφίας της εταιρείας, στα πλαίσια της ευρύτερης στρατηγικής της και με στόχο την επίτευξη των επιμέρους στόχων της.

Φυσικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από τους υπόλοιπους κοινωνικούς εταίρους για την αξιολόγηση της εταιρείας, καθώς και για τον ενεργό διάλογο τους με την εταιρεία. Η χρήση λοιπόν της λογιστικής πληροφόρησης και πρακτικής για τον σχεδιασμό και την αξιολόγηση της ΕΚΕ αποτελεί το κύριο μέλημα της κοινωνικής λογιστικής. Η σχέση ΕΚΕ και λογιστικής παρατίθεται συνοπτικά μέσω του ακόλουθου διαγράμματος.

### **Σχέση ΕΚΕ, λογιστικής και κοινωνικής λογιστικής**



( Δρ. Πάστρα Γ., Επίκουρος καθηγήτρια λογιστικής )

Τόσο ακαδημαϊκά όσο και πρακτικά ( από ινστιτούτα- σώματα λογιστών-ελεγκτών), το θέμα της κοινωνικής λογιστικής έχει ερευνηθεί αρκετά. Τα πιο συνήθη θέματα στα οποία επικεντρώνεται η μελέτη της κοινωνικής λογιστικής είναι :

1. Λογοδοσία και πληροφόρηση
2. Δημιουργία και δημοσίευση απολογισμών
3. Μέτρηση της κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών
4. Κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις
5. Περιβαλλοντική διοικητική λογιστική και περιβαλλοντικά συστήματα διοίκησης
6. Εκπαίδευση, μάθηση και διδασκαλία
7. Το λογιστικό επάγγελμα ( accounting profession ) και οι ευθύνες των λογιστών/ ελεγκτών.

Τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργηθεί μια μεγάλη, διασκορπισμένη και

ποικιλόμορφη αγορά παροχής πληροφοριών σχετικά με την κοινωνική υπευθυνότητα των εταιρειών. Ένα μέρος της αγοράς αυτής παρέχει κατατάξεις εταιρειών, , σε κάποιες περιπτώσεις και βραβεύσεις των ποιο κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών, συνοδευόμενες συχνά από την περιγραφή εταιρειών που είτε έχουν παραδειγματική ΕΚΕ , είτε δημοσιεύουν παραδειγματικούς απολογισμούς της ΕΚΕ.

Αν και υπάρχουν έρευνες ήδη από την δεκαετία του 1970 οι μελέτες ακόμα και σήμερα δεν δίνουν μια σαφή απάντηση στο αν, και πόσο και με ποίο τρόπο η δραστηριοποίηση σε ΕΚΕ επιδρά στην οικονομική απόδοση της εταιρείας, βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα. Άλλες μελέτες βρίσκουν θετική σχέση μεταξύ ΕΚΕ και οικονομικών επιδόσεων, άλλες αρνητική και άλλες καμία. Δύο κυρίως προβλήματα οδηγούν στα διαφορετικά αποτελέσματα από διαφορετικούς ερευνητές. Το πρώτο είναι η ακρίβεια των μεγθών που μετρούνται και το κατά πόσο είναι αντιπροσωπευτικά, είτε της ΕΚΕ είτε της οικονομικής απόδοσης. Το δεύτερο πρόβλημα σχετίζεται με την μέτρηση της οικονομικής απόδοσης και το γεγονός ότι οι οικονομικές επιδόσεις μίας εταιρείας επηρεάζονται από πολλούς άλλους παράγοντες εκτός ΕΚΕ , άρα οι όποιες αλλαγές δεν μπορούν να αποδοθούν αποκλειστικά στην ΕΚΕ.

Εκείνο που θα πρέπει , επίσης να συνυπολογίσει κανείς στη συζήτηση είναι ότι η πληροφορία για την ΕΚΕ των εταιρειών προέρχεται μέσω των ίδιων των εταιρειών, είτε μέσω δελτίων τύπου, είτε μέσω της ετήσιας οικονομικής έκθεσης, είτε μέσω κοινωνικών απολογισμών/εκθέσεων. Τούτο σημαίνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφοροποίηση στον τύπο , τη λεπτομέρεια, την κατηγοριοποίηση των πληροφοριών που δημοσιεύει η κάθε εταιρεία, με αποτέλεσμα η σύγκριση της ΕΚΕ μεταξύ των εταιρειών να είναι δύσκολη. Επίσης, στις περισσότερες περιπτώσεις οι πληροφορίες που δημοσιεύονται δεν έχουν ελεγχθεί από ανεξάρτητους φορείς με αποτέλεσμα να αμφισβητείται η ακρίβεια και φερεγγυότητα των στοιχείων.

Το σίγουρο συμπέρασμα από τις μέχρι τώρα εξελίξεις είναι ότι η λογιστική με το ρόλο που ήδη παίζει στη λήψη αποφάσεων γενικά μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά και στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την ΕΚΕ , για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτό

μπορεί να επιτευχθεί με την εξέλιξη των υπαρχόντων πρακτικών, μέσω της καλύτερης κατανόησης της σημαντικότητας των λογιστικών πρακτικών και πληροφοριών, καθώς και μέσω της συνειδητοποίησης του σημαντικού ρόλου της λογιστικής στη λογοδοσία των εταιρειών. (Πάστρα, 2010)

### **3.4 Κοινωνικός απολογισμός**

Η ανάγκη για διαφάνεια των δραστηριοτήτων ΕΚΕ στην Ελλάδα, ειδικά σε μια χρονική στιγμή όπου οι καταναλωτές κυριεύονται από απαισιοδοξία και έλλειψη εμπιστοσύνης, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για κάθε επιχείρηση που θεωρεί τον εαυτό της κοινωνικά υπεύθυνη. Η συστηματική δημοσίευση εταιρικής υπευθυνότητας συμβάλει ενεργά στην ψυχολογία του καταναλωτή, δημιουργώντας υγιή πρότυπα επιχειρηματικότητας, και προσφέροντας μια αίσθηση ασφάλειας στον καταναλωτή. Συνεπώς, σε καιρό κρίσης και οικονομικής ύφεσης, η ΕΚΕ μπορεί να αποφέρει σε μια επιχείρηση πολλαπλά οφέλη και οικονομικά αποτελέσματα. Ευρύτερα κανείς μπορεί να διαπιστώσει την πρόθεση των ελληνικών εταιρειών να ακολουθήσουν υφιστάμενα διεθνή πρότυπα, ελλείψει εθνικών, για τη συνεπή παρουσίαση των στοιχείων τους, πρακτική που επιτρέπει στα ενδιαφερόμενα μέρη την εύκολη σύγκρισή τους με τα στοιχεία που δημοσιοποιούν οι ανταγωνιστές του κλάδου τους.

Η εκπόνηση των απολογισμών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι το εργαλείο επικοινωνίας με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Ο ετήσιος απολογισμός ουσιαστικά αποτελεί τη λογοδοσία της εταιρείας στην κοινωνία αναφορικά με τις δεσμεύσεις που έχει αναλάβει, τα αποτελέσματα των προσπαθειών της, το πλάνο για το μέλλον, τη συνέπεια στη διαδικασία για αυξημένη εταιρική υπευθυνότητα. Αν και οι όροι που περιγράφουν την ενέργεια απολογισμού ΕΚΕ ποικίλουν (Έκθεση Αειφορίας, Κοινωνικός Απολογισμός, Έκθεση Εταιρικής Υπευθυνότητας κ.ά.) οι λόγοι που καθιστούν τη σύνταξη Κοινωνικών Απολογισμών αναγκαία είναι συγκεκριμένοι: Η ενίσχυση της διαφάνειας αναφορικά με τη λειτουργία της εταιρείας και η ενημέρωση

των εμπλεκομένων μερών (stakeholders) – το ευρύ κοινό, οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι πελάτες, οι προμηθευτές.

Επειδή η ΕΚΕ είναι ιδέα ελκυστική, και με την έλλειψη εθνικών προτύπων για τη συνεπή παρουσίαση των στοιχείων των δράσεων ΕΚΕ, μπορεί εύκολα να λειτουργήσει ως εργαλείο επίδοξων εκμεταλλευτών. Ένας Απολογισμός, ως έκφραση όχι τόσο προθέσεων όσο δεσμεύσεων και έργων, αποτελεί στοιχείο ευγένειας στην προσέγγιση και ειλικρίνειας στη διαχείριση της ιδέας και εκθέτει επαρκώς την «απολογούμενη» επιχείρηση επί της αρχής της εντιμότητας. Το θέμα των Κοινωνικών Απολογισμών, ως μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, συνδέεται άμεσα με την επικοινωνία της, την αποτελεσματικότητα και το εύρος της και σχετίζεται κυρίως με την υπό εξέλιξη φύση της ίδιας της διαδικασίας σύνταξής τους. Το κλειδί για τη μεγιστοποίηση της αξίας και φερεγγυότητας των Κοινωνικών Απολογισμών είναι η απομάκρυνση από τη λογική της ακριβοπληρωμένης έντυπης παρουσίασης και η προσέγγισή του ως επιχειρηματικό εργαλείο που επικοινωνεί στοιχεία που έχουν συνεισφέρει ενεργά, αντικατοπτρίζοντας τις ανάγκες και προσδοκίες του αποδέκτη-αναγνώστη του.

Ο απολογισμός Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι ουσιαστικά η πρακτική μέτρησης, γνωστοποίησης και επεξήγησης της εταιρικής απόδοσης στην κατεύθυνση της διασφάλισης της βιώσιμης ανάπτυξης. Παράλληλα, αποτελεί τον καθρέφτη της εταιρείας στο επιχειρηματικό και κοινωνικό περιβάλλον και είναι σημαντικό να αντικατοπτρίζει με ακρίβεια, πληρότητα και σαφήνεια όλα εκείνα τα στοιχεία που αφορούν στα εμπλεκόμενα μέρη. Εν κατακλείδι, ο ίδιος ο απολογισμός προσδίδει προστιθέμενη αξία μεσο-μακροπρόθεσμα στην εταιρική φήμη.

Επίσης οι εταιρικοί κοινωνικοί απολογισμοί είναι κατά πλείστον εθελοντικής μορφής εκ φύσεως και γι αυτό το λόγο παρέχουν ένα άκρως παραγωγικό πεδίο για έρευνα γύρω από τις κινητήριες δυνάμεις που ωθούν τις επιχειρήσεις στην δημοσίευση τέτοιου είδους πληροφοριών. Το ενδιαφέρον των προηγούμενων είχε επικεντρωθεί κυρίως στο εάν αυτοί οι απολογισμοί αποτελούν μέρος της υπευθυνότητας της εταιρίας επι του

πρακτέος ή απαρτίζει ένα μέρος της διαδικασίας μέσω της οποίας η εκάστοτε εταιρεία προσπαθεί να επιτύχει και να διατηρήσει τη νομιμοτήτά της. Αυτού του είδους οι μελέτες αναγνώρισαν ένα αναδύομενο εναλλακτικό πρότυπο εταιρικών κοινωνικών απολογισμών, τους υποχρεωτικούς κοινωνικούς απολογισμούς.

Όλο και περισσότερο ζητούσαν από τις επιχειρήσεις ο υπολογισμός των ευθυνών τους σχετικά με τις λειτουργικές δραστηριότητες τους και τις επιδράσεις που αυτές επιφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, από μη κυβερνητικούς οργανισμούς, ρυθμιστικές αρχές επενδυτές μετόχους κ.α. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την μετατόπιση από την εθελοντική παροχή τέτοιου είδους πληροφοριών στην υποχρεωτική κατάρτιση κοινωνικών απολογισμών εξαιτίας της αυξημένης πίεσης επί των εταιρειών ώστε αυτές να είναι κοινωνικά υπεύθυνες. Το η Van Der Laan ( 2004 ) βασιζόμενη στις θεωρίες των συμμετεχόντων μερών και της νομιμότητας ασχολήθηκε με την επεξήγηση των κινήτρων που οδηγούν τις εταιρείες στην δημοσιοποίηση κοινωνικών απολογισμών και συγκεκριμένα στην μελέτη των εθελοντικών και υποχρεωτικών μορφών αυτών των απολογισμών. Χρησιμοποιώντας τις θεωρίες περί ηθικής των επιχειρήσεων κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η εθελοντική μορφή των κοινωνικών απολογισμών εξηγείται με περισσότερη σαφήνεια από την θεωρία της νομιμότητας ενώ η θεωρία των συμμετεχόντων μερών εξηγεί περισσότερο την υποχρεωτική φύση των εταιρικών κοινωνικών απολογισμών.

( Δρ. Ψωμιάδη Α., Διευθύνουσα Σύμβουλος, APSON EKE )

## ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

Σύμφωνα με τον Lindblom ( 1984) το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης για εταιρικούς κοινωνικούς απολογισμούς μπορεί να θεωρηθεί σαν αποτέλεσμα της επιθυμίας του κοινωνικού συνόλου για την παροχή πληροφοριών πάνω στις οποίες θα δημιουργήσουν μια άποψη σχετικά με το εάν ένας οργανισμός είναι κοινωνικά αποδεκτός. Οι εθελοντικοί κοινωνικοί απολογισμοί πηγάζουν από την διακριτική ύπαρξη της νομιμότητας. Αρκετοί οργανισμοί δημοσιοποιούν πληροφορίες κοινωνικού



περιεχομένου εθελοντικά. Αυτοί οι απολογισμοί δημοσιεύονται είτε ενσωματωμένοι μέσα στις ετήσιες εκθέσεις αναφορών των εταιρειών ή ξεχωριστά απαρτίζοντας μια αυτούσια έκθεση κοινωνικού, περιβαλλοντικού απολογισμού. Η κάθε εταιρεία ωστόσο πρέπει να αποφασίσει το τι θα εκθέσει, το είδος των πληροφοριών που απαιτούνται και τον τρόπο με τον οποίο θα δημοσιευτούν αυτές οι πληροφορίες κοινωνικού περιεχομένου.

Αυτές οι αποφάσεις λαμβάνονται σε ένα θεωρητικό και αρκετά αφηρημένο επίπεδο χωρίς την απαιτούμενη αναγνώριση των πληροφοριακών αναγκών των συμμετεχόντων μερών της εκάστοτε εταιρείας. Αυτό συμβαίνει εξαιτίας του γεγονότος ότι η διοίκηση της εταιρείας ασχολείται με τις πληροφοριακές ανάγκες του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου, τις οποίες παρουσιάζει με ιδιαίτερα στρατηγικό τρόπο, ώστε αυτές να συμβαδίζουν με τις πεποιθήσεις των συμμετεχόντων μερών. Συνεπώς δημιουργείται μια άποψη διαμέσου της επικοινωνίας, η οποία συμβαδίζει με την θεωρία της νομιμότητας ( Dowling and Pfeffer. 1975 ). Ωστόσο σύμφωνα με τον Deegan (2002), αυτή η προηγούμενη προσέγγιση είναι λανθασμένη λόγω του ότι καταλήγει στην κριτική των κινήτρων που υποκινούν τους εταιρικούς κοινωνικούς απολογισμούς.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι κοινωνικοί απολογισμοί εθελοντικής φύσεως δεν απαιτούνται εκτός και αν ένα μέρος του κοινωνικού συνόλου ενδιαφέρεται να διερευνήσει την καταλληλότητα του προϊόντος μιας εταιρείας, τις μεθόδους που χρησιμοποιεί κατά την παραγωγική διαδικασία και γενικά τους αντικειμενικούς σκοπούς της εν λόγω εταιρείας.

## ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

Οι κοινωνικοί απολογισμοί υποχρεωτικής φύσεως αποτελούν ένα αντικείμενο λιγότερο σύνθετο για τις επιχειρήσεις γεγονός που οδηγεί στην ολοένα και αυξανόμενη τάση χρησιμοποίησής του. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως οι διάφορες ομάδες συμμετεχόντων μερών, αλλά και διάφοροι μη κυβερνητικοί οργανισμοί απαιτούν από

τις εταιρείες τη δημοσίευση κάποιων κοινωνικών πληροφοριών, επομένως η κύρια πρωταρχική απόφαση που πρέπει να λάβουν οι διευθύνοντες μίας εταιρείας είναι εάν αυτή θα συμμορφωθεί με τις απαιτήσεις των ενδιαφερομένων μερών. ( Gray, 2001 )

Το σημαντικό χαρακτηριστικό το οποίο διαφοροποιεί τους υποχρεωτικούς κοινωνικούς απολογισμούς από τους παραδοσιακούς εθελοντικής φύσεως είναι ώθηση που δέχεται η κάθε εταιρεία προκειμένου να παραχωρήσει στο κοινωνικό σύνολο πληροφορίες κοινωνικού περιεχομένου. Το κίνητρο για τους υποχρεωτικούς κοινωνικούς απολογισμούς παρέχεται στις επιχειρήσεις μέσω της άμεσης απαίτησης από τις ταυτοποιημένες ομάδες των συμμετεχόντων μερών. Σύμφωνα με την Van Der Laan ( 2004 ) , η δημιουργία κοινωνικών απολογισμών εθελοντικού χαρακτήρα μπορεί να θεωρηθεί ως μια επαγωγική μορφή πληροφοριών και εφόσον συμβαίνει κάτι τέτοιο οι απολογισμοί υποχρεωτικής φύσεως συνιστούν μια μορφή πληροφοριών μέσω της μεθόδου της αφαιρετικής διαδικασίας. Δηλαδή οι εταιρείες εξάγουν τα συμπεράσματα τους αφαιρετικά, από την πηγή του αιτήματος , το επίκεντρο, την μορφή και τις λεπτομέρειες του κοινωνικού απολογισμού.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό των κοινωνικών εκθέσεων υποχρεωτικής μορφής αποτελεί και η ιδιωτική φύση που λαμβάνουν. Στις κοινωνικές εκθέσεις υποχρεωτικής φύσεως το πληροφοριακό υλικό που κατέχουν οι διοικούντες μιας εταιρείας αποτελεί ένα ιδιωτικό περιουσιακό στοιχείο, στο οποίο δεν υπάρχει πρόσβαση από εξωτερικούς παράγοντες. Σε αυτές τις περιπτώσεις υπάρχει είτε κάποιο κόστος προκειμένου τα άτομα να παραμείνουν εχέμυθα ως προς το συγκεκριμένο είδος πληροφοριών ή οι πληροφορίες δεν είναι διαθέσιμες δημοσίως λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα τους.

### **3.5 Κατευθυντήριες γραμμές**

Τις βασικότερες κατευθυντήριες γραμμές έκφρασης της γενικής λογιστικής αποτελούν:

## **Η Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς – GRI**

Η Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς (Global Reporting Initiative) συστάθηκε το 1997 από το Συνασπισμό για Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Εταιρείες (CERES), σε συνεργασία με το Πρόγραμμα Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών, στοχεύοντας στην ανάπτυξη Αναφορών Βιωσιμότητας που να εφαρμόζονται σε παγκόσμια κλίμακα. Το GRI παρέχει οδηγίες σε δημόσιες και ιδιωτικές εταιρείες, ΜΚΟ, επενδυτές και επαγγελματικούς συλλόγους σε παγκόσμιο επίπεδο, για το πώς να συντάξουν την ετήσια αναφορά ΕΚΕ και για το πώς να συνδεθούν και να χρησιμοποιήσουν προς όφελος όλων τα διάφορα υπάρχοντα εργαλεία της ΕΚΕ

Ειδικότερα, οι Κατευθυντήριες Οδηγίες του GRI είναι ένα πλαίσιο προδιαγραφών για την έκδοση Απολογισμών, σχετικά με την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση ενός Οργανισμού. Οι επιχειρήσεις μπορούν να επιλέξουν να χρησιμοποιήσουν τις Οδηγίες GRI ως ανεπίσημο στοιχείο αναφοράς ή να επιλέξουν να τις εφαρμόσουν σταδιακά, δηλαδή να καλύπτουν το περιεχόμενο των Οδηγιών βαθμιαία, με την πάροδο του χρόνου. Η προσέγγιση αυτή συστήνεται από το GRI στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Εναλλακτικά ένας Οργανισμός δύναται να αποφασίσει να εκδίδει τους Απολογισμούς του “σε συμφωνία” με τις υψηλότερες απαιτήσεις των Οδηγιών GRI. Πιο αναλυτικά, οι Κατευθυντήριες Οδηγίες GRI:

1. Παρέχουν καθοδήγηση για τη δημιουργία Απολογισμών Βιωσιμότητας σε επίπεδο Οργανισμού.
2. Παρέχουν βοήθεια στις επιχειρήσεις για την επίτευξη ισορροπημένης περιβαλλοντικής, οικονομικής και κοινωνικής απόδοσης.

3. Προωθούν τη συγκριτική προτυποποίηση (benchmarking), υποστηρίζοντας τον εντοπισμό σημείων σύγκρισης που θα συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη.
4. Δεν αποτελούν έναν κώδικα ή ένα σύνολο αρχών συμπεριφοράς.
5. Δεν παρέχουν οδηγίες για το σχεδιασμό των εσωτερικών συστημάτων διαχείρισης, ούτε μεθοδολογίες για την προετοιμασία Απολογισμών, καθώς και για την παρακολούθηση ή επαλήθευσή τους.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι για να βοηθήσει ακόμα περισσότερο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας, το GRI εκδίδει από το 2004 το ειδικό εγχειρίδιο “High 5”, το οποίο βασίζεται στην εμπειρία επιχειρήσεων που έχουν ήδη υιοθετήσει τις Οδηγίες επιτυχώς. Το εγχειρίδιο αυτό προσφέρει συμβουλές, οδηγίες, μελέτες περιπτώσεων και άλλα ιδιαίτερα χρήσιμα εργαλεία, τα οποία ανανεώνονται με την πάροδο του χρόνου και την απόκτηση περαιτέρω γνώσης και εμπειρίας

### **ΠΡΟΤΥΠΟ SA 8000**

Το SA 8000 (Κοινωνική υπευθυνότητα 8000) είναι ένα πρότυπο που καθορίζει ένα σύνολο ελέγξιμων κριτηρίων και μια ανεξάρτητη διαδικασία ελέγχου ασφάλειας για την προστασία των δικαιωμάτων των εργαζομένων και της παραγωγής αγαθών στα πλαίσια ηθικών κανόνων, και αφορά επιχειρήσεις οποιουδήποτε μεγέθους, οπουδήποτε στον κόσμο. Το πρότυπο είναι βασισμένο στις συμβάσεις οργάνων των διεθνών οργανώσεων εργασίας και ανθρωπίνων δικαιωμάτων, συμπεριλαμβανομένης της Παγκόσμιας Διακήρυξης των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και της Συνθήκης σχετικά με τα δικαιώματα του παιδιού

SA 8000 και Επιχείρηση:

Μία επιτυχημένη Επιχείρηση πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει ότι:

- μεταχειρίζονται τους υπαλλήλους με αξιοπρεπή τρόπο
- δεν εμπλέκεται σε θέματα παιδικής εργασίας
- κατάλληλους κανονισμούς για υγιεινή και ασφάλειας εφαρμόζει
- εφαρμόζει λογικό ωράριο εργασίας και παρέχει την αντίστοιχη αποζημίωση

### **Τα πλεονεκτήματα της πιστοποίησης:**

> Η πιστοποίηση SA 8000 δίνει στους προμηθευτές και στους κατασκευαστές ένα εμπορικό πλεονέκτημα επειδή οι καταναλωτές, ειδικά στη Δυτική Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική, αγοράζουν όλο και περισσότερο τα αγαθά από τους "κοινωνικά υπεύθυνους" προμηθευτές και κατασκευαστές

> Η εφαρμογή του προτύπου μπορεί να βοηθήσει να βελτιωθεί η σχέση της επιχείρησης με το κοινό, και την κυβέρνηση

> Το πρότυπο SA 8000 θα μπορούσε να δώσει στην επιχείρηση μια πιο ανταγωνιστική θέση στην αγορά εργασίας. Η σαφής υποχρέωση συμμόρφωσης στα κοινωνικά και ηθικά πρότυπα θα καταστήσει ευκολότερο για μια επιχείρηση να προσελκύσει το καλά εκπαιδευμένο και ειδικευμένο προσωπικό.

> Η παραγωγικότητα της επιχείρησης θα μπορούσε να ενισχυθεί καθώς η εμπιστοσύνη των υπαλλήλων θα αυξηθεί, αφού θα γνωρίζουν ότι η επιχείρηση ενδιαφέρεται για την ευημερία τους. Αυτό όχι μόνο θα ενισχύσει τις σχέσεις με τους πελατών, αλλά θα οδηγήσει, μακροπρόθεσμα, σε πιο πιστούς πελάτες .

> Εξασφάλιση των προϋποθέσεων για συμμετοχή σε μεγάλους διεθνής διαγωνισμούς

> Αύξηση της πιθανότητας για παγκόσμια αναγνώριση

## ISO 26000

Βασικό δομικό στοιχείο του προτύπου ISO 26000 είναι οι επτά θεμελιώδεις αρχές της κοινωνικής ευθύνης που αναφέρονται σε θέματα λογοδοσίας, διαύγειας και ηθικής, σεβασμού συμφερόντων, δικαιωμάτων, νόμων και κανόνων.

1. **Λογοδοσία:** Η αρχή προβλέπει για κάθε οργανισμό να λογοδοτεί τόσο για τις επιπτώσεις που έχουν οι αποφάσεις και δραστηριότητες του όσο και για τις ενέργειες του που περιορίζουν τις πιθανές αρνητικές συνέπειες

2. **Διαύγεια:** Κάθε οργανισμός δημοσιοποιεί με σαφήνεια, ακρίβεια, πληρότητα και επαρκώς αιτιολογημένα, την πολιτική, τις αποφάσεις και τις δραστηριότητες για τις οποίες είναι υπεύθυνος, καθώς και τις επιπτώσεις στην κοινωνία και στο περιβάλλον.

3. **Ηθική:** Η συμπεριφορά του οργανισμού βασίζεται στις αξίες της τιμότητας, της ισότητας και της ακεραιότητας, με αναφορά στους ανθρώπους, στα ζώα και στο περιβάλλον.

4. **Σεβασμός στα συμφέροντα των ενδιαφερομένων μερών:** Η αρχή αναφέρεται σε δικαιώματα, συμφέροντα και απαιτήσεις ιδιοκτητών, μετόχων, εργαζομένων, πελατών, εταίρων, κοινωνίας, πολιτείας, δημοσίων οργανισμών αρχών και υπηρεσιών.

5. **Σεβασμός στους νόμους:** Η βασική ιδέα είναι ότι δεν υπάρχει άτομο ή οργανισμός υπεράνω του νόμου ούτε ακόμη και αυτοί που κυβερνούν. Κάθε οργανισμός συμμορφώνεται με όλους τους ισχύοντες νόμους και κανονισμούς

6. **Σεβασμός στους διεθνείς κανόνες συμπεριφοράς:** Ο οργανισμός σέβεται τους διεθνείς κανόνες συμπεριφοράς και αποφεύγει να γίνει συνένοχος σε δραστηριότητες

άλλου οργανισμού που δεν είναι σύμφωνες με αυτούς

**7.Σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα:** Ένας οργανισμός σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα και αναγνωρίζει τόσο τη σημασία τους όσο και την καθολικότητα τους. Όπου είναι δυνατό, προωθεί τους κανόνες του Παγκόσμιου Χάρτη Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων. Ένας οργανισμός, για να καθορίσει το πεδίο της κοινωνικής ευθύνης του, να εντοπίσει τα σχετικά ζητήματα και να θέσει τις προτεραιότητές του, έχει να ασχοληθεί με επτά βασικά αντικείμενα: τη διακυβέρνησή του, τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις εργασιακές πρακτικές, το περιβάλλον, τις πρακτικές δίκαιης λειτουργίας, τους καταναλωτές και την ανάπτυξη του χώρου όπου λειτουργεί.

Πηγές:

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.qualitynet .gr](http://www.qualitynet.gr)

Καρυπίδης Φ. 2008 , "ειδικά θέματα ποιότητας", εκδόσεις Ζήτη

## Κεφάλαιο 4 ερευνητικό μέρος

### 4.1 Δεδομένα-Μεθοδολογία

Στόχος του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι να δοθεί μια εικόνα σχετικά με την πληροφόρηση που οι επιχειρήσεις παρέχουν αναφορικά με το ανθρώπινο δυναμικό τους και τις περιβαλλοντικές τους δράσεις που αποτελούν βασικά σημεία αναφοράς της εταιρικής κοινωνικής τους ευθύνης. Η έρευνα επικεντρώνεται στον τραπεζικό κλάδο δεδομένης της ιδιαίτερης έμφασης που δίνεται σε ζητήματα ΕΚΕ. Το ερευνητικό μέρος μελετά είτε τα μέρη των ετήσιων απολογισμών είτε των ιστοσελίδων που αναφέρονται σε δράσει ΕΚΕ 7 τραπεζών για το διάστημα 2011-2012. Οι εταιρικές εκθέσεις του έτους 2011 -2012 ήταν η βασική πηγή άντλησης των δεδομένων.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανάλυσης περιεχομένου (content analysis). Σύμφωνα με τον Weber (1985) η ανάλυση περιεχομένου είναι η κωδικοποίηση του κειμένου σε διαφορετικές ομάδες κατηγορίες βάσει προκαθορισμένων κριτηρίων. Η κλίμακα μέτρησης που εφαρμόστηκε στην εν λόγω έρευνα ήταν 0: μη παροχή πληροφόρησης, 1: παροχή πληροφόρησης. Σαν μονάδα μέτρησης σε αντίθεση με την πλειοψηφία των ερευνών που κάνουν χρήση λέξεων, φράσεων, παραγράφων, υιοθετήθηκε η μονάδα κειμένου “text unit” (Beattie and Thompson, 2007). Σύμφωνα με αυτή την μονάδα η κωδικοποίηση μπορεί να γίνει σε επίπεδο λέξεων που δεν αποτελούν ολόκληρη φράση ή φράσεων που δεν σχηματίζουν ολόκληρη παράγραφο. Ακολουθεί πίνακας με τις τράπεζες προς εξέταση:



Πίνακας 1 Δείγμα προς εξέταση

ΤΡΑΠΕΖΑ	ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ
ΓΕΝΙΚΗ	1937	2100
ΕΘΝΙΚΗ	1841	11640
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1916	11247
EUROBANK	1990	36680
ALPHABANK	1879	6997
ΑΤΤΙΚΑ	1925	1012
PROBANK	2001	1047

Ο πίνακας των στοιχείων προς διερεύνηση, βασισμένος στην δουλειά των Clarkson et. al (2008), ακολουθεί ( πίνακας2 ):

## 4.2 Εμπειρικά αποτελέσματα

### 4.2.1 Ανθρώπινο δυναμικό

πίνακας 2 Στοιχεία ανθρώπινου δυναμικού προς εξέταση

<b>ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b>
ΑΡΙΘΜΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ
ΦΥΛΟ
ΗΛΙΚΙΑ
ΜΟΡΦΩΣΗ
ΑΣΦΑΛΕΙΑ
ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Στον παρακάτω πίνακα παραθέτουμε ποιες τράπεζες μας ενημερώνουν για αυτά τα στοιχεία. Τις περισσότερες πληροφορίες όπως θα δούμε και από τον πίνακα 3 μας τις δίνει η ALPHABANK ενώ τις λιγότερες η ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Πίνακας 3 Ενημέρωση τραπεζών για στοιχεία ανθρώπινου δυναμικού

ΤΡΑΠΕΖΕΣ	ΑΡΙΘ. ΥΠΑΛΛΑ	ΦΥΛΟ	ΗΛΙΚΙΑ	ΜΟΡΦΩΣΗ	ΑΣΦΑΛΕΙΑ	ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ
ΓΕΝΙΚΗ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
ΕΘΝΙΚΗ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
EUROBANK	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ALPHABANK	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΑΤΤΙΚΑ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
PROBANK	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ

Στον παρακάτω πίνακα κατατάσσουμε τις τράπεζες βάσει την συνολική τους πληροφόρηση σε σχέση με το ανθρώπινο δυναμικό τους.

Πίνακας 4 Συνολική πληροφόρηση

ΤΡΑΠΕΖΑ	ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ALPHABANK	1
ΕΘΝΙΚΗ	2
EUROBANK	3
ΓΕΝΙΚΗ	4
ΑΤΤΙΚΑ	5
PROBANK	6
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	7

Ακολουθεί η έμφαση που δίνεται στα επιμέρους στοιχεία προς εξέταση σε σχέση με το ανθρώπινο δυναμικό (πίνακας 5)

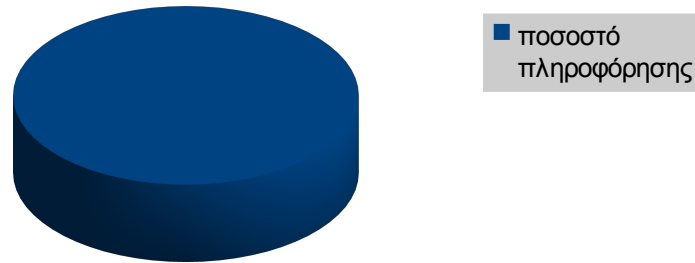
Πίνακας 5 Κατάταξη στοιχείων με βάση τη συχνότητα πληροφορησής τους

Στοιχείο	Κατάταξη	Άθροισμα τραπεζών	Ποσοστό πληροφόρησης
Αριθμός υπαλλήλων	1	7	100%
Μόρφωση	2	6	85,7%
Ηλικία	3	5	71,4%
Φύλο	4	5	71,4%
Ασφάλεια	5	3	42,8%
Εργασιακό περιβάλλον	6	1	14,2%

Αυτό που παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα είναι ότι το μικρότερο ποσοστό πληροφόρησης το έχει το εργασιακό περιβάλλον και το μεγαλύτερο αριθμός υπαλλήλων.

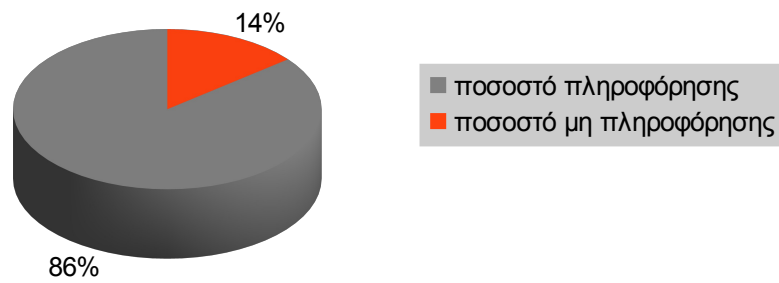
Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε το ποσοστό κάθε στοιχείου ανάλογα με την συχνότητα πληροφόρησης που υπάρχει από τους απολογισμούς των τραπεζών. π.χ. Από τις 7 τράπεζες οι 6 μας πληροφορούν για την μόρφωση των υπαλλήλων τους, άρα το ποσοστό είναι 85,7 %

Διάγραμμα 1 Πληροφόρηση για τον αριθμό των υπαλλήλων

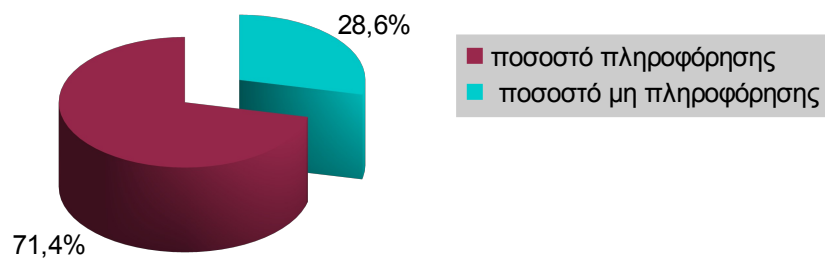


Εδώ έχουμε το απόλυτο, καθότι όλες οι τράπεζες μας πληροφορούν για τον αριθμό των υπαλλήλων τους.

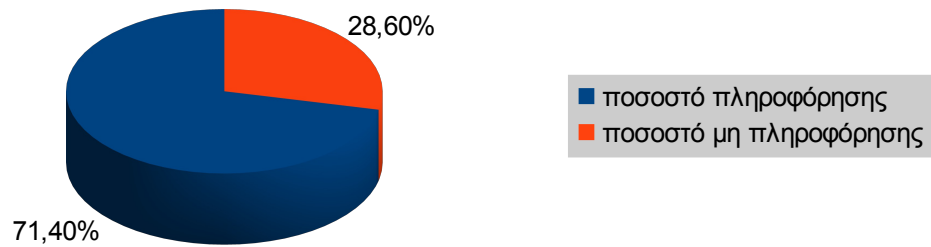
Διάγραμμα 2 Πληροφόρηση σχετικά με την μόρφωση



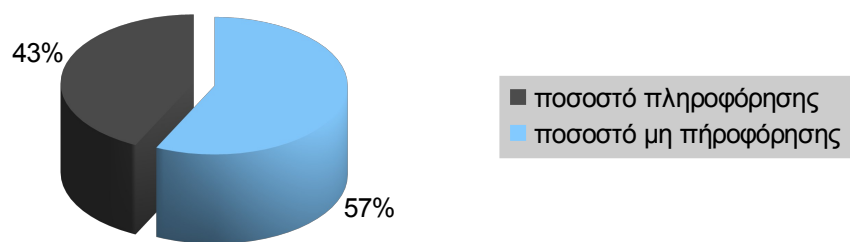
Διάγραμμα 3 Πληροφόρηση σχετικά με την ηλικία



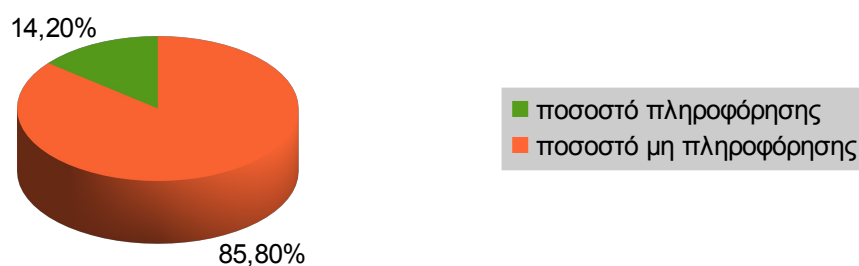
Διάγραμμα 4 Πληροφόρηση σχετικά με το Φύλο



Διάγραμμα 5 Πληροφόρηση σχετικά με την ασφάλεια



Διάγραμμα 6 Πληροφόρηση σχετικά με το εργασιακό περιβάλλον



Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι το ποσοστό μη πληροφόρησης για το εργασιακό περιβάλλον είναι αρκετά μεγάλο.

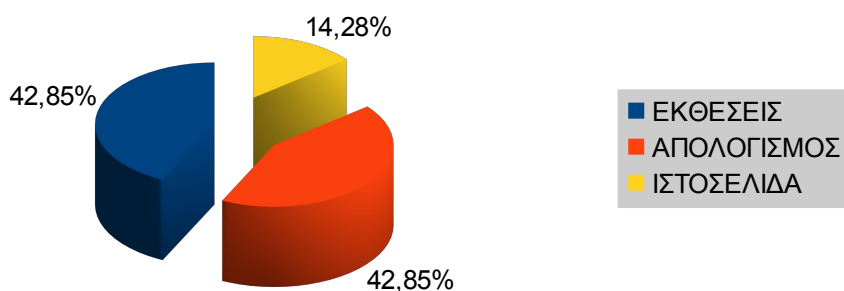
Στον παρακάτω πίνακα θα κατατάξουμε με αύξουσα σειρά τις πηγές πληροφόρησης σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό. Σε ένα σύνολο λοιπόν 7 τραπεζών είναι:

Πίνακας 6 Πηγές Πληροφόρησης

ΠΗΓΕΣ	ΑΘΡΟΙΣΜΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΕΚΘΕΣΕΙΣ	3	42,85%
ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	3	42,85%
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	1	14,28%

Από τον παραπάνω πίνακα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι περισσότερο από το 50% των τραπεζών δημοσιεύουν ΕΚΕ και απολογισμούς. Ενώ μόνο μια τράπεζα ( Eurobank ) δίνει πληροφορίες μέσω μόνο διαδικτύου σε ότι αφορά το ανθρώπινο δυναμικό.

Διάγραμμα 7 Πηγές πληροφόρησης ανά στοιχείο



Ποιό αναλυτικά ακολουθεί πίνακας με κάθε στοιχείο ξεχωριστά και τη συχνότητα κατά την οποία εμφανίστηκε σε έκθεση ΕΚΕ, απολογισμό ή στο site της τράπεζας.

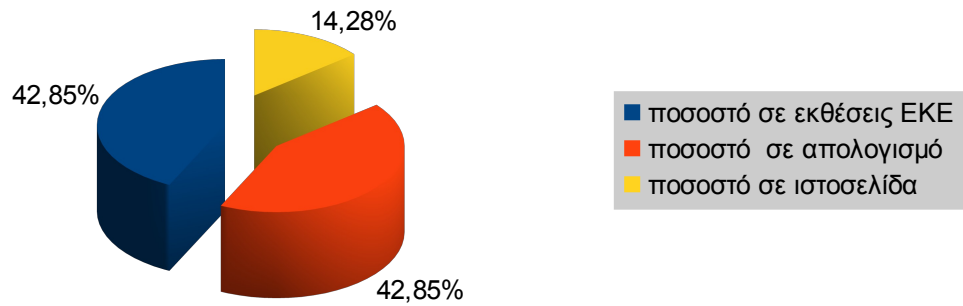
Πίνακας 7 Πηγές πληροφόρησης ανά στοιχείο

ΟΜΑΔΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΚΕ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΕ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΕ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ	42,85%	42,85%	14,28%
ΜΟΡΦΩΣΗ	33,33%	50%	16,66%
ΗΛΙΚΙΑ	40%	40%	20%
ΦΥΛΟ	40%	40%	20%
ΑΣΦΑΛΕΙΑ	33,33%	33,33%	33,33%
ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	0%	100%	0%

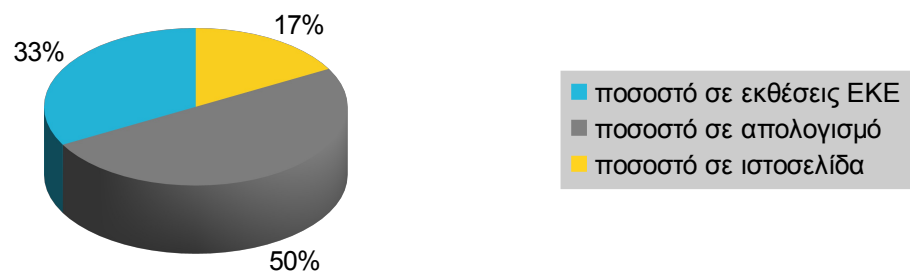
Όπως παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα υπάρχει ισομερής πληροφόρηση σχετικά με την ασφάλεια ανάμεσα στις πηγές. Ενώ δεν υπάρχει καμία ενημέρωση σχετικά με το εργασιακό περιβάλλον σε εκθέσεις ΕΚΕ και στις ιστοσελίδες. Ακολουθούν τα

αντίστοιχα διαγράμματα.

Διάγραμμα 8 Πηγές πληροφόρησης για τον αριθμό υπαλλήλων

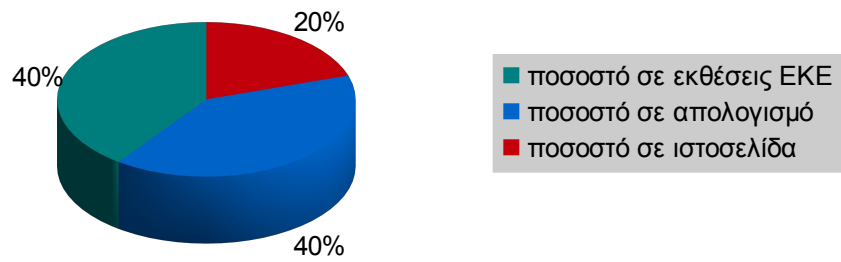


Διάγραμμα 9 Πηγές πληροφόρησης για την Μόρφωση

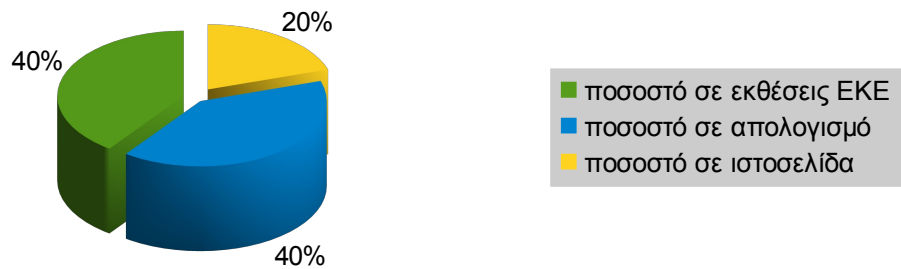


Διάγραμμα 10 Πηγές πληροφόρησης για το Φύλο

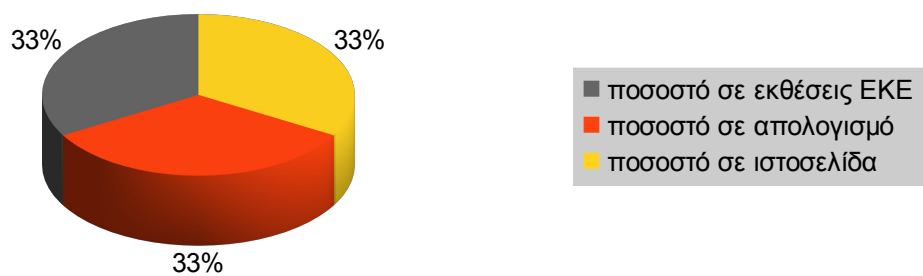




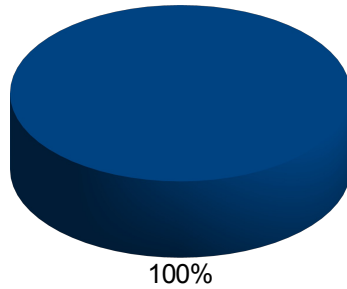
Διάγραμμα 11 Πηγές πληροφόρησης για την Ηλικία



Διάγραμμα 12 Πηγές πληροφόρησης για την Ασφάλεια



Διάγραμμα 13 Πηγές πληροφόρησης για το Εργασιακό περιβάλλον



■ ποσοστό σε απολογισμό

Για το ανθρώπινο δυναμικό τις περισσότερες πληροφορίες τις παίρνουμε από τις εκθέσεις κοινωνικής ευθύνης και τους απολογισμούς που δημοσιεύουν οι τράπεζες και τελευταίες έρχονται σε ποσοστά οι ιστοσελίδες. Επίσης όλες οι τράπεζες μας ενημερώνουν για τον αριθμό των υπαλλήλων και ένα μεγάλο ποσοστό για το φύλο τη μόρφωση των εργαζομένων. Αντίθετα το ποσοστό πληροφόρησης για την ασφάλεια των εργαζομένων είναι αισθητά πιο μικρό, ενώ μόλις μια τράπεζα μας ενημερώνει για το εργασιακό περιβάλλον (απολογισμός Alphasbank ).

#### 4.2.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί βασική προϋπόθεση για την αειφόρο ανάπτυξη και βασικό πυλώνα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Στο πλαίσιο αυτό, οι τράπεζες εντάσσουν στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα, συνεχώς διαδικασίες και δράσεις που αποσκοπούν στην μείωση της βλάβης του περιβάλλοντος. Οι δράσεις που ακολουθούνται είναι σχεδόν κοινές για όλες τις τράπεζες. Δηλαδή είναι η ανακύκλωση των αναλώσιμων υλικών ( χαρτί, λαμπτήρες, μπαταρίες, μελανοδοχεία τα λεγόμενα τόνερ), η μείωση της ηλεκτρικής ενέργειας, η μείωση του διοξειδίου του άνθρακα ( όπου κάτι τέτοιο επιτυγχάνεται είτε με τη μείωση της κατανάλωσης πετρελαίου είτε με την αλλαγή από πετρέλαιο σε υγραέριο). Ακολουθεί ο πίνακας με τα στοιχεία

Πίνακας 8 Δράσεις για το περιβάλλον

<b>Δράσεις για την βελτίωση του περιβάλλοντος</b>
Μείωση ηλεκτρικής ενέργειας
Μείωση διοξειδίου του άνθρακα
Ανακύκλωση χαρτιού
Ανακύκλωση λαμπτήρων
Ανακύκλωση μπαταριών
Ανακύκλωση μελανοδοχείων ( τόνερ)

Στον παρακάτω πίνακα παραθέτουμε ποιες τράπεζες μας ενημερώνουν για αυτές τις δράσεις.

Πίνακας 9 Ενημέρωση των τραπεζών για τα στοιχεία

ΤΡΑΠΕΖΕΣ	Μείωση ηλεκτρικής ενέργειας	Μείωση διοξειδίου του άνθρακα	Χαρτί	Λαμπτήρες	Μπαταρίες	Μελανοδοχεία
ΓΕΝΙΚΗ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
ΕΘΝΙΚΗ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
EUROBANK	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ
ALPHABANK	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΤΤΙΚΑ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
PROBANK	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι 2 τράπεζες ( ΑΤΤΙΚΑ, PROBANK ) δεν μας πληροφορούν καθόλου για τις περιβαλλοντικές τους δράσεις. Έτσι τα ποσοστά θα αφορούν τις 5 τράπεζες που μας ενημερώνουν.

Στον παρακάτω πίνακα κατατάσσουμε τις τράπεζες βάσει την συνολική τους πληροφόρηση.

Πίνακας 10 Η κατάταξη των τραπεζών

ΤΡΑΠΕΖΑ	ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΓΕΝΙΚΗ	1
ΠΕΙΡΑΙΩΣ	2
ALPHABANK	3
ΕΘΝΙΚΗ	4
EUROBANK	5
ΑΤΤΙΚΑ	6
PROBANK	6

Στον παρακάτω πίνακα διακρίνεται η έμφαση που δίνεται στα επιμέρους στοιχεία προς εξέταση σε σχέση με το περιβάλλον.

Πίνακας 11 κατάταξη στοιχείων με βάση τη συχνότητα πληροφόρησής τους

ΣΤΟΙΧΕΙΟ	ΚΑΤΑΤΑΞΗ	Άθροισμα τραπεζών	Ποσοστό Πληροφόρησης
Ανακύκλωση χαρτιού	1	5	100%
Ανακύκλωση μελανοδοχείων			

( τόνερ)	2	5	100%
Ανακύκλωση λαμπτήρων	3	4	80%
Μείωση διοξειδίου του ανθρακα	4	4	80%
Μείωση ηλεκτρικής ενέργειας	5	4	80%
Ανακύκλωση μπαταριών	6	2	40%

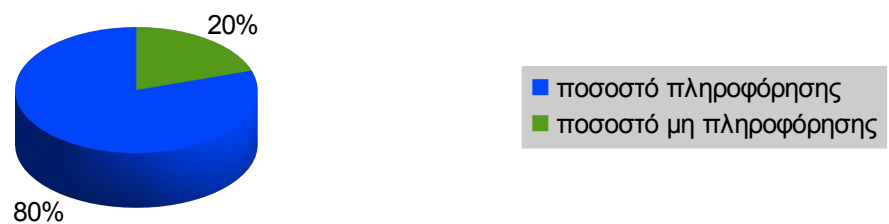
Εδώ παρατηρούμε ότι η ανακύκλωση χαρτιού είναι πρώτη σε ποσοστό στις περιβαλλοντικές δράσεις, που ακολουθούν οι τράπεζες σε αντίθεση με την ανακύκλωση μπαταριών που έχει το μικρότερο ποσοστό.

Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε το ποσοστό κάθε στοιχείου ανάλογα με την συχνότητα πληροφόρησης που υπάρχει απο τις τράπεζες.

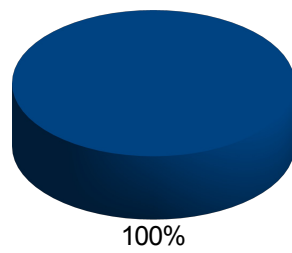
Διάγραμμα 14 Ανακύκλωση χαρτιού



Διάγραμμα 15 Ανακύκλωση λαμπτήρων

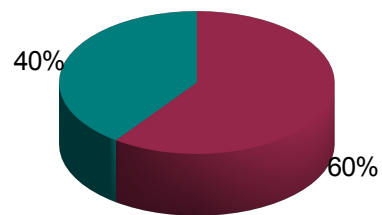


Διάγραμμα 16 Ανακύκλωση Μελανοδοχείων



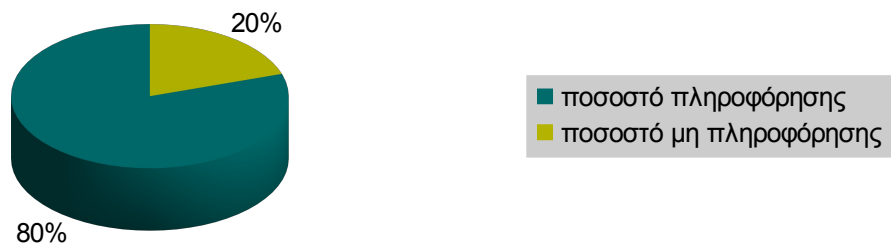
■ ποσοστό πληροφόρησης

Διάγραμμα 17 Ανακύκλωση Μπαταριών



■ ποσοστό πληροφόρησης  
■ ποσοστό μη πληροφόρησης

Διάγραμμα 18 Μείωση Ηλεκτρικής Ενέργειας



Διάγραμμα 19 Μείωση Διοξειδίου του Άνθρακα



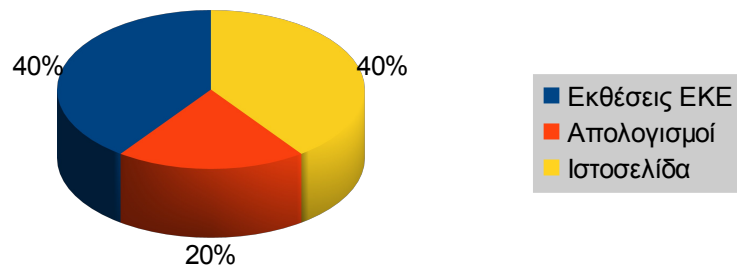
Στον παρακάτω πίνακα θα κατατάξουμε με αύξουσα σειρά τις πηγές πληροφόρησης σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό. Σε ένα σύνολο λοιπόν 5 τραπεζών είναι:

Πίνακας 12 Πηγές πληροφόρησης

Πηγές	Άθροισμα	Ποσοστό
Εκθέσεις ΕΚΕ	2	40%
Απολογισμοί	1	20%
Ιστοσελίδα	2	40%

Όπως βλέπουμε από τα ποσοστά το 1/3 σχεδόν των τραπεζών δεν δίνει καθόλου πληροφορίες για τις περιβαλλοντικές του δράσεις.

Διάγραμμα 20 Ποσοστό πληροφόρησης των πηγών



Ποιό αναλυτικά ακολουθεί πίνακας με κάθε στοιχείο ξεχωριστά και τη συχνότητα κατά την οποία εμφανίστηκε σε έκθεση ΕΚΕ, απολογισμό ή στο site της τράπεζας.

Πίνακας 13 Ποσοστό στοιχείων

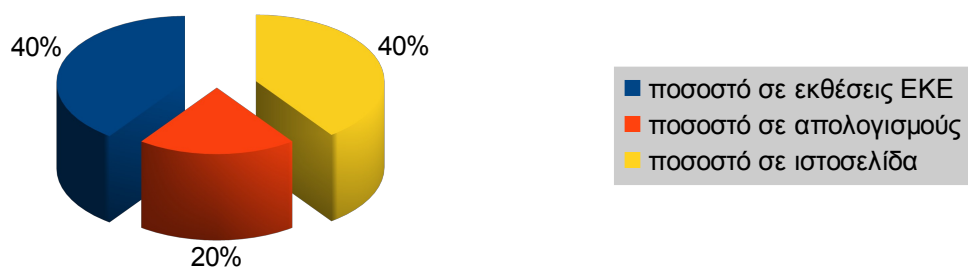
ΟΜΑΔΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΚΕ	ΣΕ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟ	ΣΕ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	ΣΕ
Ανακύκλωση χαρτιού	40%		20%		40%	
Ανακύκλωση λαμπτήρων	40%		0%		40%	



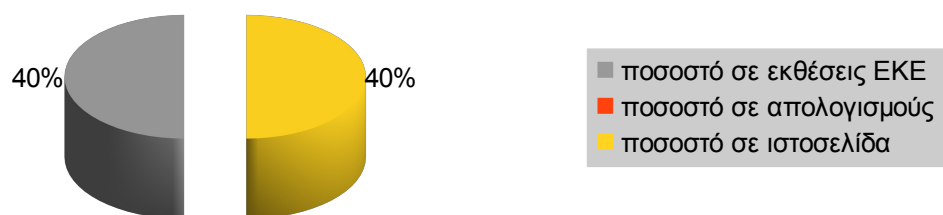
Ανακύκλωση μπαταριών	20%	20%	0%
Ανακύκλωση τόνερ	40%	20%	40%
Μείωση ηλεκτρικής ενέργειας	40%	20%	20%
Μείωση διοξειδίου του άνθρακα	20%	20%	40%

Ακολουθούν τα διαγράμματα

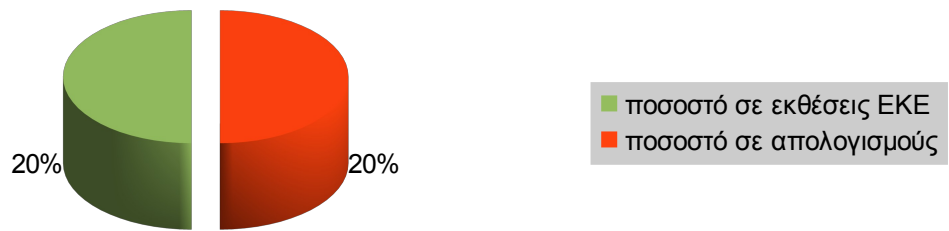
Διάγραμμα 21 Ανακύκλωση Χαρτίου



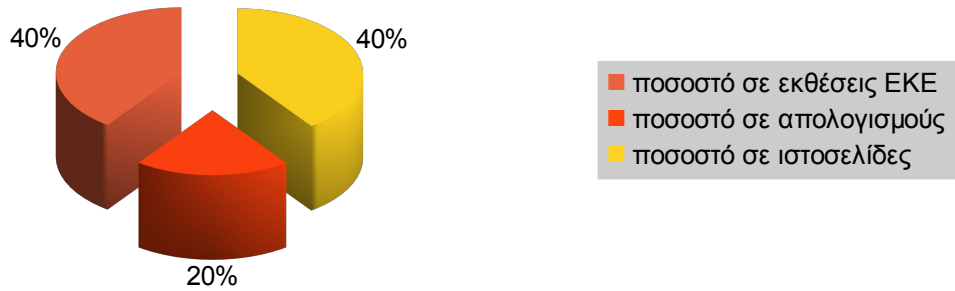
Διάγραμμα 22 Ανακύκλωση λαμπτήρων



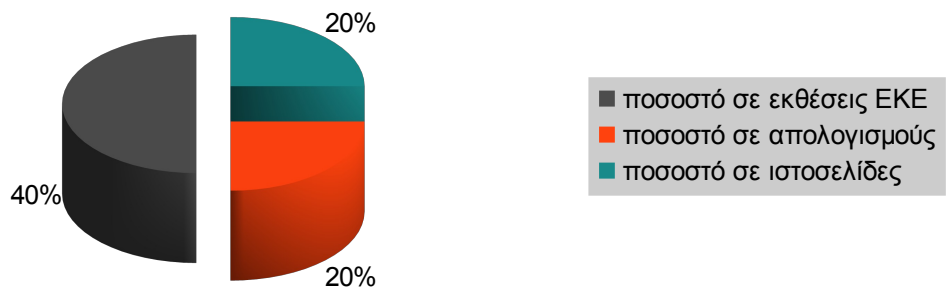
Διάγραμμα 23 Ανακύκλωση μπαταριών



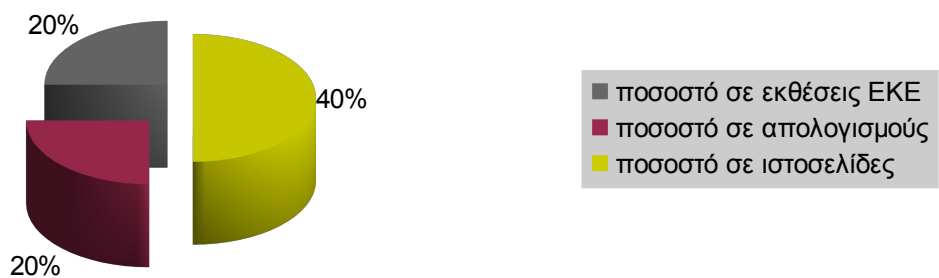
Διάγραμμα 24 Ανακύκλωση μελανοδοχείων



Διάγραμμα 25 Μείωση ηλεκτρικής ενέργειας



Διάγραμμα 26 Μείωση διοξειδίου του άνθρακα



Όπως βλέπουμε από τα στοιχεία ( αθροιστικά- ποσοτικά) που προκύπτουν, τις περισσότερες πληροφορίες για το περιβάλλον τις παίρνουμε από τις εκθέσεις κοινωνικής ευθύνης και από τις ιστοσελίδες των τραπεζών και λιγότερο από τους απολογισμούς. Επίσης ένα μεγάλο ποσοστό δεν πληροφορεί καθόλου για τις περιβαλλοντικές του δράσεις.

Παρατηρούμε ότι υπάρχουν κάποιες διαφορές σε σχέση με το πως πληροφορούν οι τράπεζες για το ανθρώπινο δυναμικό και το περιβάλλον. Ενώ για το ανθρώπινο δυναμικό ενημερωνόμαστε ως επί το πλείστον από τους απολογισμούς και τις εκθέσεις κοινωνικής ευθύνης, για τις περιβαλλοντολογικές τους δράσεις οι τράπεζες μας δίνουν στοιχεία μέσω των ιστοσελίδων τους και τις εκθέσεις ΕΚΕ και λιγότερο από τους απολογισμούς τους. Πιο αναλυτικά η ενημέρωση που έχουμε για το ανθρώπινο δυναμικό προέρχεται σχεδόν κατά 85% από τους απολογισμούς και τις εκθέσεις ΕΚΕ, ενώ σε ότι αφορά το περιβάλλον το 80% της πληροφόρησης που έχουμε προέρχεται από τις ιστοσελίδες και τις εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης των τραπεζών. Επίσης από όλες τις τράπεζες υπήρξε ενημέρωση για στοιχεία σχετικά με το ανθρώπινο, κάτι που δεν συνέβη για τις περιβαλλοντολογικές δράσεις καθώς από 2 τράπεζες δεν υπήρξε καμία πληροφόρησης.

Πιο αναλυτικά, σε ότι αφορά τα στοιχεία του ανθρώπινο δυναμικού από τις 7 τράπεζες που εξετάσαμε, όλες μας πληροφόρησαν για τον αριθμό των υπαλλήλων τους ενώ ένα μεγάλο ποσοστό 80% μας ενημερώνει για το φύλο και την μόρφωση των

εργαζομένων. Αντίθετα πολύ μικρό ποσοστό ενημερώνει σχετικά με το εργασιακό περιβάλλοντος. Στις περιβαλλοντολογικές δράσεις των τραπεζών τα ποσοστά πληροφόρησης για όσες τράπεζες μας πληροφορούν είναι σχεδόν ισόποσα. Σε ποσοστό 100% όλες μας ενημερώνουν για την ανακύκλωση σε χαρτί και μελανοδοχεία που πραγματοποιούν. Ενώ σε ποσοστό 80% μας ενημερώνουν για μείωση της ηλεκτρικής ενέργειας, του διοξειδίου του άνθρακα και την ανακύκλωση λαμπτήρων, μόνο η ανακύκλωση μπαταριών βρίσκεται στο 40% της ενημέρωσης.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στην παρούσα εργασία θέλαμε να δώσουμε μια γενική εικόνα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, μέσα από διάφορους ορισμούς, την ιστορική αναδρομή της και τα οφέλη της. Καθώς επίσης την αλληλεπίδραση που έχει με την κοινωνική λογιστική και τον κοινωνικό απολογισμό. Το 1953 εμφανίστηκε πρώτη φορά ο όρος "εταιρική κοινωνική ευθύνη" στο βιβλίο του Bowen R. " Social responsibilities of businessmen". Αργότερα η δεκαετία του 1970 θα μπορούσε να χαρακτηριστεί περισσότερο μια περίοδος επιστημονικής ανάλυσης για τον καθορισμό της έννοιας της ΕΚΕ, παρά ως μια περίοδο εφαρμογής της από τις επιχειρήσεις. Ενώ μόλις πρόσφατα, την δεκαετία του 90 δηλαδή και με την αρχή της παγκοσμιοποίησης άρχισε να εδραιώνεται ο θεσμός της ΕΚΕ, και στις μέρες μας έχει καταλήξει αναπόσπαστο κομμάτι σε πολλές επιχειρήσεις. Επίσης έχει γίνει ένα πολύ σημαντικό εργαλείο του μάρκετινγκ.

Τα οφέλη που αποκομίζει μια επιχείρηση από την ΕΚΕ είναι πολλά. Μερικά από αυτά είναι: αυξάνεται η πίστη των πελατών στην εν λόγω εταιρεία ( brand loyalty ), αναδεικνύεται η έμμεση διαφήμιση μέσω των καταναλωτών ( word of mouth ). Προσελκύει νέους επενδυτές, πολλοί θέλουν να επενδύσουν σε μια εταιρεία που έχει ενεργό ρόλο στην βελτίωση του περιβάλλοντος η δραστηριοποιείται κοινωνικά. Ακόμα υπάρχουν οφέλη για το ίδιο το περιβάλλον και την κοινωνία, καθώς μια εταιρεία που ασκεί ενεργά την ΕΚΕ βοηθά στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των μελλοντικών γενεών.

Όσον αφορά την Ελλάδα παρόλο που η εταιρική κοινωνική ευθύνη βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο από ότι σε άλλες χώρες, υπάρχουν φορείς όπως το Ελληνικό δίκτυο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη ή το ινστιτούτο εταιρικής ευθύνης που προωθούν την ιδέα της ΕΚΕ. Στην χώρα μας οι επιχειρήσεις που ασχολούνται πιο διεξοδικά με το θέμα σε σχέση με άλλες είναι οι τράπεζες. Μερικές από τις τράπεζες λοιπόν δημοσιεύουν ανά τακτά χρονικά διαστήματα απολογισμούς και εκθέσεις κοινωνικής ευθύνης. Από την έρευνα που κάναμε στις ΕΚΕ των τραπεζών βγάλαμε ορισμένα χρήσιμα συμπεράσματα. Όπως ότι στους απολογισμούς και στις εκθέσεις

ΕΚΕ που δημοσίευσαν οι τράπεζες ενώ μας παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τον αριθμό των υπαλλήλων τους ή το φύλο τους, οι πληροφορίες για το εργασιακό περιβάλλον των εργαζομένων ή την ασφάλεια τους είναι ελάχιστες. Ακόμα ενώ υπήρχαν τράπεζες που ενώ που μας πληροφορούσαν για το ανθρώπινο δυναμικό τους δεν υπήρχε καμία ενημέρωση για τις περιβαλλοντολογικές τους δράσεις. Βέβαια δεν σημαίνει κατά ανάγκη το ότι μια τράπεζα αν δεν πληροφορεί δεν ενεργεί στα πλαίσια της ΕΚΕ.

Επίσης Οι περισσότεροι καταναλωτές, κυρίως στην Ελλάδα, αν και απολαμβάνουν και χαιρετίζουν τις δράσεις της ΕΚΕ, δυσκολεύονται να πιστέψουν στο ανιδιοτελές του σκοπού της, οι Έλληνες πολίτες – καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις και αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων προϊόντων, θεωρούν όμως ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς.

Συνοψίζοντας, αν και η έννοια της ΕΚΕ είναι δύσκολο να προσδιοριστεί, ωστόσο έχει γίνει πολύς λόγος για την σημασία της τις τελευταίες δεκαετίες. Θα την χαρακτηρίσαμε σημαντική διότι αντικατοπτρίζει τις αξίες και τις ανάγκες της κοινωνίας μέσα στην οποία θέλουμε να ζούμε.

Μια πρόταση που θα θέλαμε να καταθέσουμε σχετικά με την ανάμειξη και την βελτίωση της ΕΚΕ, είναι να αναπτυχθεί σχέση μεταξύ των επιχειρήσεων που ασκούν εταιρική κοινωνική ευθύνη και των social media. Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα την άμεση ενημέρωση των πολιτών-καταναλωτών και των stakeholders σχετικά με τις περιβαλλοντολογικές και κοινωνικές δράσεις τις εκάστοτε επιχείρησης. Θα μπορούν να ανεβάζουν οπτικοακουστικό υλικό, δίνοντας με αυτό τον τρόπο την αληθινή διάσταση των δράσεων. Έτσι θα υπάρχει μια αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών

# Βιβλιογραφία

## Ξενόγλωσση

Albinger, H. S., & Freeman, S. J. (2000), *Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations*

Bowen R ( 1953 ), *Social responsibilities of the businessman*

Clarkson M ( 1995 ), [A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance](#)

Donaldson M & Preston (1995), *The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications*

Dowling, J. and Pfeffer, J. (1975), *Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour”*, *Pacific Sociological Review*

[Duane Hansen](#) S. ( 2011 ), *Corporate Social Responsibility and the Benefits of Employee Trust*

Friedman M ( 1962 ), *Capitalism and Freedom*

Gray R., (2001), *Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt? Business Ethics: A European Review*

Johnson H ( 1971 ) , *Framework and Issues.*

Lindblom, C. K. (1994), *The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure”*, Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.

Maignan I ( 2001 ), *Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison*

Mcguire ( 1963 ), *Business and Society*. New York McGraw Hill

Robin D & Reidenbach ( 1988 ), *Social Responsibility, Ethics, and Marketing Strategy: Closing the Gap between Concept and Application*

Schreck P ( 2011 ) , *Reviewing the Business Case for Corporate Social Responsibility: New Evidence and Analysis*

Taylor, N. ( 2001 ), *The European Survey on SRI and The Financial Communit*

Wayne V. ( 2010 ), *Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully*

## **Ελληνική**

Βαξεβανίδου Μ ( 2001 ), *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, Σταμούλη Α.Ε.

Καρυπίδης Φ. ( 2008 ), *Ειδικά θέματα ποιότητας, εκδόσεις Ζήτη*

Πάστρα Γ. ( 2010 ), *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Λογιστική*

Ψωμάδη Α. ( 2012), "Κοινωνικός Απολογισμός: Ο Καθρέφτης της Επιχείρησης", *Ασφαλιστικό Μάρκετινγκ*



## **Διαδικτυακοί Τόποι**

[www.csrhellas.gr](http://www.csrhellas.gr)

[www.eurocharity.gr](http://www.eurocharity.gr)

[www.csreurope.org](http://www.csreurope.org)

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

[www.qualitynet .gr](http://www.qualitynet.gr)

<http://www.cri.org.gr>

## **Διαδικτυακοί Τόποι Τραπεζών**

<http://www.alpha.gr>

<http://www.atticabank.gr>

<http://www.eurobank.gr>

<http://www.geniki.gr/>

<http://www.nbg.gr/>

<http://www.nbg.gr/>

