



Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ

ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΑΜΑΛΙΑΔΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ Η
ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΓΧΩΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΚΑΙ
ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΤΟΜΕΑ»**

**«CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE
IMPLEMENTATION OF THE
DOMESTIC AND BUSINESS ORGANISATIONS OF
PRIVATE AND PUBLIC SECTOR»**

ΜΑΥΡΙΑΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΠΛΑΤΣΟΥΚΑΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΜΑΖΑΡΑΚΗ ANNA

ΑΜΑΛΙΑΔΑ, 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ABSTRACT	3
ΑΡΤΙΚΟΛΕΞΑ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	7
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	7
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	7
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ.....	9
1.3 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	10
1.4 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	13
1.5 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	14
1.6 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	17
ΕΘΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	17
2.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	17
2.2 Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ.....	17
2.3 Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ	18
2.4 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ	19
2.5 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΗΘΙΚΗ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	24
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	24
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	24
3.2 ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ - ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗ	24
3.3 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	25
3.4 Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΩΝ (ΣΕΒ)	26
3.5 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ GLOBAL COMPACT.....	29
3.6 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΑΡΧΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	32
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ	32
4.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ.....	32
4.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	35
4.4 ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	37

4.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ, ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΑΙ Η	42
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	45
ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ	
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΙΓΝΕΣΘΑΙ.....	45
5.1 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ	
ΛΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ	
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ.....	45
5.2 Η ΕΥΡΩΠΗ ΠΟΛΟΣ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ	48
5.3 ΜΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	52
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΗΝ	
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ.....	52
CSR	52
Η ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	53
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ	55
ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ.....	57
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ/ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΛΑΔΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ	
ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ.....	59
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	63
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	64
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	65
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	65
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	67

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση των σπουδών μας στο Ανώτερο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πάτρας, παράρτημα Αμαλιάδας, στο τμήμα εφαρμογές πληροφορικής στη διοίκηση και την οικονομία, απευθύνουμε θερμές ευχαριστίες στο εκπαιδευτικό προσωπικό του τμήματος και ιδιαίτερα στους εποπτεύοντες καθηγητές μας κύριο Δαπόντα Δημήτριο και κυρία Μαζαράκη Άννα οι οποίοι υπήρξαν αρωγοί και υποστηρικτές καθ'όλη τη διάρκεια των προσωπικών μας προσπαθειών στην εκπόνηση της πτυχιακής μας εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η στρατηγική προσέγγιση της ΕΚΕ αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Μπορεί να αποφέρει οφέλη από άποψη διαχείρισης των κινδύνων, εξοικονόμησης κόστους, πρόσβασης σε κεφάλαια, σχέσεων με τους πελάτες, διαχείρισης ανθρώπινων πόρων και ικανότητας για καινοτομία.

Επειδή η ΕΚΕ απαιτεί δέσμευση έναντι εσωτερικών και εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών, επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προβλέπουν καλύτερα τις ταχέως μεταβαλλόμενες προσδοκίες της κοινωνίας και τον τρόπο λειτουργίας της και να επωφελούνται. Ως εκ τούτου, μπορεί να καθοδηγήσει την ανάπτυξη νέων αγορών και να δημιουργήσει ευκαιρίες ανάπτυξης. Αναλαμβάνοντας την κοινωνική τους ευθύνη οι επιχειρήσεις μπορούν να οικοδομήσουν μακροπρόθεσμα την εμπιστοσύνη των εργαζομένων, των καταναλωτών και των πολιτών γενικά, στην οποία θα βασίζονται βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα. Τα υψηλότερα επίπεδα εμπιστοσύνης, στη συνέχεια, συμβάλλουν στη δημιουργία ενός περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να καινοτομούν και να αναπτύσσονται και προς το συμφέρον της κοινωνίας ως συνόλου.

Μέσω της ΕΚΕ, οι επιχειρήσεις μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στην επίτευξη των στόχων της Συνθήκης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για αειφόρο ανάπτυξη και για μια άκρως ανταγωνιστική κοινωνική οικονομία της αγοράς. Η ΕΚΕ υποστηρίζει τους στόχους της στρατηγικής «Ευρώπη 2020» για έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη, συμπεριλαμβανομένου του στόχου της επίτευξης ποσοστού απασχόλησης 75%. Η υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά έχει ιδιαίτερη σημασία όταν φορείς του ιδιωτικού τομέα παρέχουν δημόσιες υπηρεσίες. Η συμβολή στην άμβλυνση των κοινωνικών επιπτώσεων της σημερινής οικονομικής κρίσης, συμπεριλαμβανομένων των απωλειών θέσεων απασχόλησης, εμπίπτει στην κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων.

ABSTRACT

The strategic approach to CSR is becoming increasingly important for competitiveness. It can bring benefits in terms of risk management, cost savings, access to capital, customer relations, human resources management and capacity for innovation.

Because CSR requires a commitment to internal and external stakeholders, enabling companies to better anticipate the rapidly changing expectations of society and how it works and benefit. Therefore, it can guide the development of new markets and create opportunities. Social responsibility companies can build long term trust of workers, consumers and citizens in general, which will build viable business models.

The highest levels of trust, then help create an environment in which businesses can innovate and grow in the interests of society as a whole.

Through CSR, enterprises can significantly contribute to the objectives of the Treaty of European Union's sustainable development and a highly competitive social market economy. CSR supports the objectives of the strategy "Europe 2020" for smart, sustainable and inclusive growth, including that of an employment rate of 75%. Responsible business conduct is of particular importance where the private sector providing public services. Contribute to mitigating the social impact of the current economic crisis, including job losses, falls in corporate social responsibility

ΑΡΤΙΚΟΛΕΞΑ

Ε.Κ.Ε. : ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Μ.Κ.Ο.: ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Ε.Ε. : ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

CSR : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

ΣΕΒ : ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΩΝ

ΓΣΕΒΕΕ :ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΒΙΟΤΕΧΝΩΝ ΕΜΠΟΡΩΝ
ΕΛΛΑΔΑΣ

ΕΣΕΕ : ΕΘΝΙΚΗ ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΕΒΕΑ:ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΟΗΕ : ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΗΝΩΜΕΝΩΝ ΕΘΝΩΝ

IBM: INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES

ΟΚΕ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΕΛΙΝΥΑΕ:ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΥ ΥΓΙΕΙΝΗΣ & ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΟΑΕΔ:ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΕΩΣ ΕΡΓΑΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

ΟΟΣΑ : ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΕΠΕΔ : ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ

ΧΑΑ : ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΑΞΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΔ: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

ΜΜΕ : ΜΙΚΡΟ- ΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από το 2004, που έχει χαρακτηριστεί Ευρωπαϊκό Έτος για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ), έως σήμερα, το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης γίνεται όλο και πιο επίκαιρο, καθώς οι πιέσεις προς τις Επιχειρήσεις για τη δημιουργία και τη διατήρηση Υψηλών Προτύπων Εσωτερικής Διακυβέρνησης εντείνονται. Η Δικτύωση των Επιχειρήσεων με στόχο την προώθηση και διάδοση της έννοιας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις Επιχειρήσεις έχει ξεκινήσει σε Πανευρωπαϊκό Επίπεδο από το Δίκτυο CSR Europe, ενώ σε Εθνικό Επίπεδο περισσότερες από 15 ευρωπαϊκές χώρες έχουν δημιουργήσει Εθνικά Δίκτυα για την προώθηση του σκοπού αυτού. Στην Ελλάδα το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ιδρύθηκε το 2000, με σκοπό ο Εθνικός αυτός Φορέας να προωθήσει τον κοινό Πανευρωπαϊκό Στόχο. Με μέλη Συνδέσμους και Φορείς που αντιπροσωπεύουν την Επιχειρηματική Δραστηριότητα στη χώρα μας, καθώς και Επιχειρήσεις που είναι ευαισθητοποιημένες για το θέμα - πολλές από τις οποίες φιλοξενούνται στο Λεύκωμα του "Ε.Μ." - δημιουργήθηκε η βάση για την υποστήριξη της Πρωτοβουλίας στην Ελλάδα σε Εθνικό Επίπεδο.

Σκοπός, όμως, αυτής της εργασίας δεν είναι να «ευλογήσει» απλώς τις Ενέργειες κάποιων Οργανισμών ή Επιχειρήσεων για τα Προγράμματα και τις Πολιτικές τους για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, αλλά να παρουσιάσει και να εξηγήσει επί της ουσίας με σχετικές Έρευνες και Επιστημονική αρθρογραφία - την Εφαρμογή αυτών των Δράσεων και των Αποτελεσμάτων τους τόσο για τους ίδιους τους Φορείς που την προσφέρουν όσο και το ευρύτερο Κοινωνικό Σύνολο.

Στο κεφάλαιο ένα παρατίθενται η ιστορική αναδρομή, ο ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης καθώς και η εφαρμογή, τα οφέλη και τα εργαλεία της.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο εθνικό πλαίσιο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην εσωτερική και εξωτερική διαστασή της καθώς και στην επιχειρησιακή ηθική ως παράγοντας ανάπτυξης της επιχείρησης.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναπτύσσουμε την ελληνική πραγματικότητα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, τις δράσεις της και το ελληνικό δίκτυο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναπτύσσουμε την εταιρική διακυβέρνηση και τους φορείς που προώθουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στην Ελλάδα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται οι επιρροές της εγχώριας εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από το ευρωπαϊκό γίγνεσθαι, η συμβολή της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην

υπηρεσία της αειφόρου ανάπτυξης και της ποιοτικής και ποσοτικής βελτίωσης της απασχόλησης καθώς και οι ευρωπαϊκές τάσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Στο έκτο κεφάλαιο καταγράφονται τα αποτελέσματα δευτερογενούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε, σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε για 4^η φορά από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, με τη συνεργασία του Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Το τεχνικό μέρος της έρευνας έχει αναλάβει η MRB HELLAS

Τέλος, παρατίθενται συμπεράσματα σχετικά με τη δευτερογενή έρευνα και καταλήγουμε στον επίλογο στον οποίο παρουσιάζονται συμπυκμένες απόψεις σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Τα πρώτα δείγματα της ΕΚΕ εμφανίστηκαν στη Βικτωριανή εποχή, κυρίως με τη μορφή της φιλανθρωπίας όπου διάφορες οικογένειες όπως οι Cadburys, οι Rowntrees και οι Hersheys βοηθούσαν τους εργαζομένους τους να αποκτήσουν καλύτερο επίπεδο ζωής και προσπαθούσαν να αναβαθμίσουν την τοπική κοινωνία (Hancock 2004). Μετά το τέλος του ψυχρού πολέμου η οικονομία της αγοράς έχει επικρατήσει σε όλη την υφήλιο. Ενώ αυτό σημαίνει την παροχή νέων ευκαιριών για τις επιχειρήσεις, έχει επίσης δημιουργήσει την άμεση ανάγκη για οριοθέτηση και κινητοποίηση από την πλευρά των επιχειρήσεων, σε σχέση με την κοινωνική σταθερότητα και την ευημερία των σύγχρονων δημοκρατικών κοινωνιών. Ήδη από τις αρχές του 1950 η έννοια της κοινωνικής ευθύνης στα πλαίσια των επιχειρηματικών πρακτικών είχε αρχίσει να εμφανίζεται, αφού από τότε είχε διαφανεί ο σημαντικός αντίκτυπος των μεγάλων επιχειρήσεων στους εργαζομένους αλλά και στην κοινωνία γενικότερα. Βέβαια ήταν μια εικοσαετία αργότερα που η έννοια της ΕΚΕ άρχισε να παίρνει τη σημερινή της μορφή και τις επόμενες δεκαετίες άρχισε να εφαρμόζεται από μεγάλες επιχειρήσεις¹.

Στην αρχή της περασμένης δεκαετίας, άρχισε να διαμορφώνεται ένα νέο κοινωνικο-πολιτικό πλαίσιο, η παγκοσμιοποίηση, η οποία οδήγησε σε ταχύτατες αλλαγές ολόκληρο τον πλανήτη.

Οι εξελίξεις στις παγκόσμιες τηλεπικοινωνίες, οι καταστροφικές συνέπειες στο περιβάλλον, η αυξανόμενη πίεση των καταναλωτών για ποιοτικότερα και φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα, η ενδυνάμωση του ρόλου των μη κυβερνητικών οργανισμών (ΜΚΟ) στην παγκόσμια κοινωνία, η σταδιακή αποδυνάμωση του παραδοσιακού ρόλου του κράτους, αλλά και η ανάπτυξη της θεωρίας των stakeholders για την επιχειρηματική ηθική και την εταιρική διακυβέρνηση, οδήγησαν στην έννοια της ΕΚΕ. Στην, ΕΕ, το 1993 παρουσιάστηκε η Λευκή Βίβλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Ανάπτυξη, Ανταγωνιστικότητα και Απασχόληση: οι προκλήσεις και η αντιμετώπισή τους για τη μετάβαση στον 21^ο αιώνα, στη συνέχεια ακολούθησε και η έκκληση του Προέδρου Delors προς τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις

¹ Hancock, J. 2004. Investing in Corporate Social Responsibility. A guide to Best Practice. Business Planning & the UK's Leading Companies. FTSE, Great Britain

με αποτέλεσμα την Ευρωπαϊκή Διακήρυξη του Κοινωνικού Αποκλεισμού το 1995. Η κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων αρχίζει σταδιακά να αποτελεί αντικείμενο ενδιαφέροντος για την ΕΕ. Το Μάρτιο του 2000, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας απηύθυνε ιδιαίτερη έκκληση στο αίσθημα κοινωνικής ευθύνης των εταιρειών, σε σχέση με τις βέλτιστες πρακτικές για τη δια βίου μάθηση, την οργάνωση της εργασίας, τις ίσες ευκαιρίες, την κοινωνική ένταξη και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Η ΕΚΕ αποτελεί αντικείμενο ενδιαφέροντος για την ΕΕ, εφόσον μπορεί να συμβάλλει θετικά στο στρατηγικό στόχο που συμφωνήθηκε στη Λισσαβόνα να γίνει η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για τη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή (Commission of the European Communities 2001). Τον Ιούλιο του 2001 η ΕΕ υιοθετεί την Πράσινη Βίβλο, για την προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την ΕΚΕ, η οποία είχε ως στόχο να δώσει εκκίνηση για μία ευρύτερη δημόσια συζήτηση σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους η ΕΕ μπορεί να προωθήσει την ΕΚΕ τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Το βιβλίο αυτό επικεντρώνεται ιδίως στις ευθύνες των εταιρειών στον κοινωνικό τομέα. Τον Ιούλιο του 2002, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε την ανακοίνωση ΕΚΕ: Μία συνεισφορά των επιχειρήσεων στη Βιώσιμη Ανάπτυξη σε συνέχεια του δημόσιου διαλόγου που είχε ξεκινήσει με την Πράσινη βίβλο. Πέρα από ορισμένους τομείς (κώδικες δεοντολογίας, πρότυπα διαχείρισης, υποβολή εκθέσεων και εγγυήσεις, επισήμανση και κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις) όπου τονίστηκε ότι είναι επιθυμητή μεγαλύτερη σύγκλιση και διαφάνεια για να προωθηθεί περαιτέρω η ανάπτυξη πρακτικών κοινωνικής ευθύνης σε ευρωπαϊκό επίπεδο, θεσμοθετήθηκε και ένα Πολυμερές Φόρουμ της ΕΕ σχετικά με την ΕΚΕ (CSR Multistakeholder Forum). Το Forum αυτό είχε σκοπό την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των πρακτικών και εργαλείων της ΕΚΕ:

α) μέσω της ανταλλαγής εμπειρίας και «καλών πρακτικών» μεταξύ των φορέων στο επίπεδο της ΕΕ,

β) συγκεντρώνοντας τις υπάρχουσες πρωτοβουλίες της ΕΕ και επιδιώκοντας την προσέγγιση της ΕΕ και κατευθυντήριων αρχών, καθώς και ως βάση του διαλόγου στα διεθνή forum και με τρίτες χώρες και

γ) εντοπίζοντας και διερευνώντας τομείς όπου απαιτείται συμπληρωματική δράση σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Το Forum για την ΕΚΕ κατέληξε σε συμπεράσματα, τα οποία διαμορφώθηκαν σε Έκθεση συμπερασμάτων τον Ιούλιο του 2004.² Το 2005 η Ευρώπη αναγνώρισε τις δύο κύριες προκλήσεις προκειμένου να εξασφαλίσει την υπάρχουσα και τη μελλοντική κοινωνική ευημερία της ΕΕ: την ανάπτυξη και την εργασία. Με την αναθεωρημένη στρατηγική της Λισσαβόνας (Φεβρουάριος 2005) προσπαθεί να επικεντρωθεί σε δράσεις που προωθούν την ανάπτυξη και την εργασία, με τρόπο που είναι συμβατός με τη βιώσιμη ανάπτυξη. Στο εαρινό Συμβούλιο το Μάρτιο του 2005, αναγνωρίστηκε ότι οι εθελοντικές επιχειρηματικές δραστηριότητες, με τη μορφή πρακτικών ΕΚΕ, μπορούν να παίζουν σημαντικό ρόλο σε ό,τι αφορά στη συνεισφορά τους στη βιώσιμη ανάπτυξη, προωθώντας και την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης. Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εγκαινιάζει μία καινούρια απευθείας συνεργασία μεταξύ αυτής και ευρωπαϊκών επιχειρήσεων (πρωτοβουλία των Επιτρόπων Verheygen και Spidla, αρμόδιων για θέματα επιχειρήσεων – βιομηχανίας και απασχόλησης – κοινωνικών υποθέσεων αντίστοιχα), αναγνωρίζοντας ότι διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στο θέμα της ΕΚΕ.

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ

Το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος δεν σημαίνει ότι πρέπει μόνο να τηρεί τις νομικές του υποχρεώσεις, αλλά να “υπερβαίνει” τα όρια της τήρησης των νόμων επενδύοντας περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στη σχέση του με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Φυσικά η ΕΚΕ δε σημαίνει ότι είναι υποκατάστατο των νομικών ρυθμίσεων που αφορούν τα κοινωνικά δικαιώματα ή την προστασία του περιβάλλοντος, αλλά είναι συμπληρωματική της νομοθεσίας συμπεριλαμβάνοντας νέα κατάλληλη νομοθεσία. Σε χώρες που η νομοθεσία υστερεί σε τέτοια θέματα, πρέπει να θεσπιστεί το κατάλληλο νομοθετικό ή ρυθμιστικό πλαίσιο πάνω στο οποίο πρέπει να βασίζονται οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές.

Η έννοια της ΕΚΕ προωθείται κυρίως από τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, αλλά είναι σημαντική και πρέπει να προωθείται από όλα τα είδη των εταιρειών και τους κλάδους των διαφόρων δραστηριοτήτων.

Οι εταιρείες έρχονται αντιμέτωπες με τις μεταβαλλόμενες συνθήκες που επικρατούν εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης και συνειδητοποιούν ότι η ΕΚΕ μπορεί να ενέχει έμμεση οικονομική αξία. Είναι γεγονός ότι κύριο μέλημα των εταιρειών είναι η παραγωγή κερδών,

² www.europa.eu

αλλά μπορούν επίσης να συμβάλουν σε κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους, μέσω της ενσωμάτωσης της ΕΚΕ ως στρατηγικής επένδυσης στην κύρια επιχειρηματική στρατηγική τους, στα μέσα διαχείρισης και στις δραστηριότητές τους.

Δηλώνοντας την κοινωνική τους ευθύνη και αναλαμβάνοντας δεσμεύσεις που δεν εμπίπτουν αποκλειστικά στις νομικές τους υποχρεώσεις, οι εταιρείες προσπαθούν να θέσουν υψηλότερα πρότυπα για την κοινωνική ανάπτυξη, την περιβαλλοντική προστασία και το σεβασμό των θεμελιωδών δικαιωμάτων των εργαζομένων και οδηγούν την κάθε εταιρεία στην ανάπτυξη νέων εταιρικών σχέσεων και σχέσεων μέσα στην ίδια την επιχείρηση. Οι σχέσεις αυτές αφορούν θέματα κοινωνικού διαλόγου, απόκτησης δεξιοτήτων, ίσων ευκαιριών, πρόβλεψη και διαχείριση των αλλαγών σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Επίσης αφορούν θέματα ενίσχυσης της κοινωνικής και οικονομικής συνοχής, την προστασία της υγείας, την προστασία του περιβάλλοντος και το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων³.

1.3 ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Η ΕΚΕ χωρίζεται σε εσωτερική και εξωτερική με βάση τους εμπλεκόμενους και τους ωφελούμενους φορείς σε μια εταιρική κοινωνική δράση σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ. Η εσωτερική αφορά το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης και το πεδίο εφαρμογής της περιλαμβάνει το σεβασμό των εργασιακών δικαιωμάτων (πχ. σεβασμός του ωραρίου), την πρόνοια για την ασφάλεια και την υγεία των εργαζομένων, ίσες επαγγελματικές ευκαιρίες, εκπαιδευτικά προγράμματα και διάφορες άλλες πρόσθετες παροχές πέρα από τα πλαίσια της νομικής υποχρέωσης των εταιρειών (www.csrhellas.gr). Η δημιουργία ενός τέτοιου περιβάλλοντος εργασίας υψηλής ποιότητας ευνοεί την αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας άρα και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Η εξωτερική ΕΚΕ αφορά τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους καταναλωτές, τους μετόχους, το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον.

Οι βασικοί άξονες εφαρμογής είναι το περιβάλλον εργασίας, η αγορά, η κοινωνία και το περιβάλλον. Μέσω του εργασιακού κλίματος ικανοποιούνται δικαιώματα που αφορούν την υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων, την ισορροπία μεταξύ οικογενειακής και εργασιακής ζωής, τη βία και την παρενόχληση στο χώρο εργασίας. Λαμβάνονται μέτρα από τις επιχειρήσεις για ίσες ευκαιρίες, για την καταπολέμηση των διακρίσεων, για τη βελτίωση

³ Commission of the European Communities 2001.

των προοπτικών καριέρας των γυναικών και άλλων ευαίσθητων κοινωνικά ομάδων⁴. Επίσης, οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν δράσεις για την κατάρτιση και την επαγγελματική εξέλιξη των εργαζομένων τους, οι οποίες αφορούν τη διατήρηση του επιπέδου των δεξιοτήτων τους μέσω προγραμμάτων δια βίου μάθησης.

Στα πλαίσια των δράσεων της ΕΚΕ που εντάσσονται στον τομέα του εργασιακού κλίματος, βρίσκονται οι αμοιβές και οι παροχές που σχετίζονται με τα συστήματα επιβραβεύσεων, κάποιες διευκολύνσεις (όπως άτοκα δάνεια) και διάφορες υπηρεσίες προς το προσωπικό και τις οικογένειές τους.

Τα ανθρώπινα δικαιώματα υπερασπίζονται μέσω του σεβασμού των διεθνών συμφωνηθέντων συνθηκών εργασίας, όπως η απαγόρευση κάθε μορφής διάκρισης και η ανάληψη θετικής δράσης για το σκοπό αυτό, όπως και η ελευθερία του συνδικαλιζέσθε. Τα ανθρώπινα δικαιώματα έξω από το χώρο εργασίας προασπίζονται όταν οι επιχειρήσεις λαμβάνουν υπόψη τον ευρύτερο αντίκτυπο που έχουν στην κοινωνία. Η αγορά είναι ο πιο σημαντικός άξονας εφαρμογής για μία επιχείρηση, αφού είναι ο σπουδαιότερος παράγοντας για την οικονομική αποτελεσματικότητα. Στον τομέα αυτό ενδεικτικές πρακτικές της ΕΚΕ είναι η διασφάλιση της ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων, η εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση, διαφάνεια των εταιρικών συναλλαγών και δραστηριοτήτων, πλήρης ενημέρωση, σήμανση και πιστοποίηση των προϊόντων της, εφαρμογή των κανόνων δεοντολογίας στο μάρκετινγκ και στη διαφήμιση, σεβασμός των δικαιωμάτων του καταναλωτή κτλ. Η ΕΚΕ επηρεάζει την αγορά μέσω των σχέσεων της αλυσίδας εφοδιασμού, όπου απαιτούνται πρότυπα ποιότητας στον εφοδιασμό και την παραγωγή.

Η επιχείρηση από τη στιγμή που εδρεύει σε μια τοπική κοινωνία και δραστηριοποιείται μέσα σ' αυτή είναι και η ίδια ένας ενεργός πολίτης. ως ενεργός δε πολίτης, πρέπει να λειτουργεί υπεύθυνα και να συμμετέχει καθοριστικά στην τοπική ανάπτυξη και πρόοδο. Οι δράσεις σε κοινωνικό επίπεδο ενδεικτικά μπορεί να είναι κοινωνική συνοχή και τοπική ανάπτυξη, οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση.

Η ενασχόληση με τις τοπικές κοινότητες αφορά δράσεις και πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει η επιχείρηση στην τοπική κοινωνία σε συνεργασία με άλλους οργανισμούς για ένα σκοπό. Επίσης περιλαμβάνει τις παροχές και χορηγίες από μέρους της επιχείρησης, ενώ μέσω της ανάπτυξης των τοπικών οικονομιών δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και

⁴ Τσιραμπίδου Σ. 2003. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η επιχείρηση ως καλός πολίτης. 9ος Πανελλήνιος Φοιτητικός Διαγωνισμός του περιοδικού Οικονομική Βιομηχανική Επιθεώρηση

αναλαμβάνονται πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη της απασχολησιμότητας και υποστηρίζονται οι νέες γενιές μέσω εκπαιδευτικών δράσεων.

Μέσω των δράσεων της ΕΚΕ για το περιβάλλον υποστηρίζεται η βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων, με βάση την οποία οι επιχειρήσεις επιδιώκουν την οικονομική τους ανάπτυξη προστατεύοντας τους πόρους και εξασφαλίζοντάς τους και για μελλοντική ανάπτυξη. Οι εταιρείες πρέπει να λαμβάνουν υπόψη την επίδραση που ασκούν στο περιβάλλον, να υποβάλλουν εκθέσεις υπευθυνότητας, διαφάνειας και απόδοσης. Να δραστηριοποιούνται για αύξηση της γνώσης επί των περιβαλλοντικών θεμάτων. Πρέπει να λαμβάνουν μέτρα για την πρόληψη της ρύπανσης με τη χρήση εναλλακτικών μορφών ενέργειας, τη χρήση φίλτρων, τον περιορισμό των αρνητικών περιβαλλοντικών συνεπειών των τελικών προϊόντων και να συνυπολογίζουν τον περιβαλλοντικό τους αντίκτυπο. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με εργαλεία τα συστήματα πιστοποίησης τόσο των προϊόντων όσο και της διαδικασίας παραγωγής (ISO, EMAS, ecolabels). Η περιβαλλοντική διαχείριση ενισχύεται και με μέτρα διαχείρισης αποβλήτων τα οποία σχετίζονται με την ανακύκλωση ή τη χρήση των υπολειμμάτων της παραγωγής ως ενέργεια⁵.

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο των Επιχειρήσεων για τη βιώσιμη ανάπτυξη έχει περιγράψει την ΕΚΕ ως επιχειρησιακή συμβολή στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη. Στηριγμένη σε βάση συμμόρφωσης με τη νομοθεσία και τους κανονισμούς, η ΕΚΕ περιλαμβάνει χαρακτηριστικά σχετικά με τις υποχρεώσεις και τις δραστηριότητες που τοποθετούνται «πέρα από το νόμο» σχετικά με τα παρακάτω: (Ένωση Βιομηχανιών Καναδά, <http://www.ic.gc.ca/epic/site/csr}{rse.nsf/en/rs00129e.html>)

- εργασιακό κλίμα, διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού
- υγεία και ασφάλεια
- τα ανθρώπινα δικαιώματα (συμπεριλαμβανομένων των κύριων δικαιωμάτων εργασίας), ίσες ευκαιρίες
- κοινοτική συμμετοχή, ανάπτυξη και επένδυση
- συμμετοχή και σεβασμός των αυτοχθόνων, ενασχόληση με τις τοπικές κοινότητες
- εταιρική φιλανθρωπία και εθελοντισμός των υπαλλήλων
- περιβαλλοντική διαχείριση
- ικανοποίηση και εμμονή πελατών στις αρχές του θεμιτού ανταγωνισμού
- μέτρα κατά της διαφθοράς

⁵ Freeman, R.E. 2008. Διαχείριση των κοινοτικών μετοχών. Αφιέρωμα Βήμα Ιδεών, Τεύχος 4/4/2008

- υποβολή έκθεσης υπευθυνότητας, διαφάνειας και απόδοσης
- σχέσεις προμηθευτών, και για τις εσωτερικές και διεθνείς αλυσίδες ανεφοδιασμού
- εταιρική διακυβέρνηση και ηθική

1.4 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Μία επιχείρηση μπορεί να συνεισφέρει στην κοινωνία μόνο αν είναι επαρκώς επικερδής και κοινωνικά υπεύθυνη. Μετά τις πολυεθνικές, πρωτοπόροι στον τομέα της ΕΚΕ με αξιόλογη δράση, οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) εξελίσσουν ή απλά υιοθετούν εργαλεία με σκοπό να διαχειριστούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα, τα οποία αποτελούν στρατηγικές και ανταγωνιστικές δραστηριότητες.

Γενικά στη βιβλιογραφία παρέχονται στοιχεία που αποδεικνύουν ότι η ΕΚΕ παρέχει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε όσους εφαρμόζουν τις πρακτικές της. Απ' αυτή την άποψη δεν πρέπει να θεωρείται ως έξοδο, αλλά ως ένα στοιχείο που πρέπει να ενσωματωθεί στη διαχείριση της εταιρείας και μπορεί να προσφέρει στην απόδοση και την ανταγωνιστικότητά της.⁶

Τα βασικά οφέλη μιας κοινωνικά υπεύθυνης επιχείρησης είναι συνοπτικά τα παρακάτω:⁷

1. Βελτιωμένη φήμη
2. Θετική προσοχή από Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
3. Βελτιωμένες δημόσιες σχέσεις
4. Βελτιωμένος έλεγχος κινδύνου
5. Πρόσληψη, διατήρηση και ικανοποίηση υπαλλήλων
6. Αυξημένη αποδοτικότητα
7. Αυξημένες πωλήσεις
8. Ανταγωνιστική αξία
9. Βελτιωμένες επενδυτικές ευκαιρίες

⁶ Perin, i F. Pogutz, S. Tencati, A. 2006. New Tools to Forester Corporate Socially Responsible Behavior. Journal of Business, Vol 53

⁷ www.csrquest.net

1.5 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Από την αρχή εφαρμογής της Ε.Κ.Ε. επισήμως, δημιουργήθηκαν δύο βασικές κατηγορίες: η αρχή της φιλανθρωπίας και η αρχή της διαχείρισης. Η αρχή της φιλανθρωπίας (charity principle) βασίζεται στην αρχαιότερη αντίληψη ότι τα οικονομικότερα δυνατά μέλη μιας κοινωνίας, πρέπει να βοηθάνε τα οικονομικότερα ασθενή. Η δε αρχή της διαχείρισης (stewardship principle) βασίζεται στην ιδέα που έχουν οι επιχειρηματίες για τον εαυτό τους – όσο περίεργο και αν ακούγεται αυτό Βάση λοιπόν αυτής της αρχής, οι επιχειρηματίες πιστεύουν πως επειδή κατέχουν και διαχειρίζονται μεγάλα ποσά και μεγάλες πηγές, πρέπει να τα χρησιμοποιούν με τέτοιο τρόπο που να είναι αποδοτικές όχι μόνο για τους ίδιους, αλλά και για το κοινό καλό.

Σήμερα πλέον, η αρχή της φιλανθρωπίας (charity principle) εκφράζεται μέσω της εταιρικής φιλανθρωπίας (corporate charity) που στην ουσία είναι το ίδιο ακριβώς, ενώ η αρχή της διαχείρισης εκφράζεται από τις επιχειρήσεις που συνειδητοποιούν ότι η ύπαρξή τους είναι αλληλοεξαρτώμενη από την ύπαρξη μιας σωστής κοινωνίας.

Άλλο ένα είδος Ε.Κ.Ε. σήμερα, είναι ο εταιρικός υπαλληλικός εθελοντισμός (corporate employee voluntarism), κάτι σχετικά καινούριο. Πρόκειται για το φαινόμενο κατά το οποίο οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κοινωνικά μεν – π.χ. φιλανθρωπικά προγράμματα – αλλά αφήνουν τη συμμετοχή των εργαζομένων στην κρίση τους. Υπάρχουν δύο τρόποι εφαρμογής αυτής της μεθόδου:

⇒ συμμετοχή ομάδων (ομαδικό μοντέλο – team model), όπου ομάδες εργαζομένων σχεδιάζουν και εφαρμόζουν εθελοντικά προγράμματα, και
⇒ την παροχή εθελοντικών ευκαιριών σε εργαζομένους από τον ανώτερο συνεργάτη τους, αλλά όχι από τον εργοδότη τους.

Σύμφωνα με έρευνα που έγινε από το Conference Board, ο εθελοντισμός αυτός βοηθάει στην ανάπτυξη χαρακτηριστικών στις ομάδες εργασίας, όπως δημιουργικότητα, εμπιστοσύνη, ομαδική δουλειά και επιμονή. Αναπτύσσονται ικανότητες και συμπεριφορές όπως αφοσίωση, πίστη στην εταιρεία και ικανοποίηση από την εργασία.⁸

Αποτελέσματα της ίδιας έρευνας δείχνουν πως ο δείκτης ηθικής σε επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τέτοια προγράμματα είναι τρεις φορές πιο υψηλός από άλλες που δεν πράττουν

⁸ Post James E., Lawrence Anne T., Weber James (1999), “Business and society, corporate strategy, public policy, ethics”, 9th edition, Boston, Irwin McGraw – Hill

το ίδιο, καθώς επίσης πως οι εργαζόμενοι έχουν καλύτερη φυσική και πνευματική υγεία και κοινωνική δραστηριότητα.

Τα κοινωνικά προγράμματα των σύγχρονων εταιρειών, ποικίλουν σε χρονικό διάστημα εφαρμογής (από μέρες μέχρι χρόνια), βαρύτητα αλλά και είδος. Γενικότερη κατηγοριοποίηση αυτών, μπορεί να γίνει σε δύο είδη:

- Ø Εσωτερικές κοινωνικές ευθύνες
- Ø Εξωτερικές κοινωνικές ευθύνες

Οι εσωτερικές κοινωνικές ευθύνες, όπως γίνεται κατανοητό, αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, δηλαδή τους εργαζομένους, τα ανώτερα διοικητικά στελέχη και γενικότερα τον παράγοντα άνθρωπο. Πιο συγκεκριμένα, οι σύγχρονες εταιρείες, έχουν εσωτερικές κοινωνικές ευθύνες που αφορούν τον τρόπο πρόσληψης – απόλυσης των εργαζομένων, τον καθορισμό των αποδοχών, τι πρέπει να κάνει ο κάθε ένας στην κάθε θέση, την απόδοση δικαιοσύνης, την εκπαίδευση και προαγωγή των υπαλλήλων κ.α.

Όσον αφορά τις εξωτερικές κοινωνικές ευθύνες, έχουν να κάνουν με την αντιμετώπιση της ανεργίας, τη βοήθεια προς τις τοπικές αυτοδιοικήσεις (σε κοινωνικά προγράμματα, εκπαίδευσης κ.α. – με χορηγίες για παράδειγμα), προστασία του περιβάλλοντος, βελτίωση της ιατρικής περίθαλψης, βοήθεια προς τις μικρές επιχειρήσεις, χορηγίες σε αθλητές και καλλιτέχνες κ.α.

Όλα τα παραπάνω όμως, δεν γίνονται γιατί απλά το θέλουν οι επιχειρήσεις.

Πρόκειται ουσιαστικά για ένα φαύλο κύκλο που περικλείει την κοινωνία (τοπική και μη διοίκηση) και την επιχείρηση. Η πρώτη είναι αυτή που ασκεί πίεση στις επιχειρήσεις – αφού δεν μπορεί να κάνει κάτι άλλο – για την εφαρμογή της Ε.Κ.Ε. και η δεύτερη είναι αυτή που εφαρμόζει προγράμματα κοινωνικής ευθύνης, γνωρίζοντας ότι αν πράξει διαφορετικά, η εταιρική της εικόνα θα είναι αρνητική, με τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Οι επιχειρήσεις όμως θα έπρεπε να σκέφτονται όχι τόσο την εταιρική τους εικόνα, ότι θα χάσουν μέρος του κοινού τους αν δεν είναι κοινωνικά ευαισθητοποιημένες, αλλά ότι τα προγράμματα αυτά είναι προς όφελος όλων μας, για τη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ κοινωνίας και επιχειρήσεων, για ένα καλύτερο τρόπο ζωής γενικότερα. Διαβάζοντας τα παραπάνω, εύλογα θα αναρωτιόταν κανείς: όντως οι επιχειρήσεις του σήμερα ενδιαφέρονται για την κοινωνία, ή τελικά το κάνουν γιατί δέχονται πιέσεις; Λειτουργούν οι σύγχρονοι οικονομικοί οργανισμοί υπό καθεστώς ελεύθερης βούλησης ή υπό καθεστώς αυταρχισμού από μέρος της κοινωνίας; Σε αυτό το σημείο, και οι δύο πλευρές, κοινωνία και επιχειρήσεις, θα πρέπει να αναλάβουν τις ευθύνες τους. Η μεν κοινωνία να μην ξεπερνά τα όρια της «αθέμιτης πίεσης» και να αφήνει τις επιχειρήσεις να λειτουργούν σε δημοκρατική κοινωνία, ενώ οι επιχειρήσεις να

αφήσουν την παλιά σκέψη ότι υπάρχουν μόνο για την μεγιστοποίηση των κερδών τους και να ευαισθητοποιηθούν και να νοιαστούν από μόνες τους για το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν και αναπτύσσονται. Η κοινωνική ευθύνη προϋποθέτει ελευθερία.⁹

1.6 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Το εντεινόμενο ενδιαφέρον των κυβερνήσεων, του κοινωνικού συνόλου και του επιχειρηματικού κόσμου για την ιδέα της ΕΚΕ είχε ως συνέπεια μια σημαντική αύξηση στον αριθμό εργαλείων για τη διαχείριση, τη μέτρηση, την επικοινωνία (δηλαδή τη διαβίβαση προς τους τρίτους) και την επιβράβευση των επιδόσεων σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Αυτά τα όργανα της ΕΚΕ κυμαίνονται από γενικές κατευθυντήριες γραμμές και κώδικες συμπεριφοράς, που θέτουν φιλόδοξες αρχές ΕΚΕ, μέχρι πολύπλοκα συστήματα διαχείρισης, ελεγκτικά και επικοινωνιακά εργαλεία ή μεθοδολογίες εξέτασης (φιλτραρίσματος - screening) των επενδύσεων. Όλα αυτά παίζουν βασικό ρόλο στο να προσφέρουν καθοδήγηση για βιώσιμη λειτουργία, για σωστή διαχείριση της ποιότητας των διαδικασιών, των συστημάτων και των πρακτικών με απώτερο στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη.¹⁰ Απώτερος σκοπός από την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι αφενός ο περιορισμός κοινωνικών ζητημάτων όπως είναι η φτώχεια, η περιβαλλοντική υποβάθμιση και η καταπάτηση των ανθρώπινων δικαιωμάτων, και αφετέρου η ενίσχυση κοινωνικών αγαθών, όπως η βιώσιμη διαβίωση, η εκπαίδευση και η βιοποικιλότητα. Η επιτυχία ή αποτυχία των εργαλείων και προσεγγίσεων της ΕΚΕ εξαρτάται από το βαθμό συνεισφοράς τους σε αυτόν τον στόχο.

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

⁹ Κουλουγλιώτης Ν. (1992), «Επιχείρηση και κοινωνία, ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης», Αθήνα, Σύγχρονη εκδοτική

¹⁰ European Commission, 2004

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΘΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

2.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων διακρίνεται σε «εσωτερική» και «εξωτερική», ανάλογα με τα ωφελούμενα μέρη μιας δράσης εταιρικού χαρακτήρα. Η διοίκηση καλείται να διεισδύσει στον πυρήνα της εταιρείας και να εντοπίσει τους εσωτερικούς και εξωτερικούς στρατηγικούς παράγοντες που καθορίζουν αφενός την επιχειρηματική βιωσιμότητα και αφετέρου την αειφόρο ανάπτυξη υιοθετώντας πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Για διαφορετικές χώρες, περιφέρειες, κλάδους και κατηγορία οργανισμών, η υπεύθυνη επιχειρηματική πρακτική περιλαμβάνει διαφορετικά αντικείμενα συζήτησης και σημαντικά διαφορετικές προτεραιότητες. Ωστόσο, η κοινή βασική προσέγγιση της ΕΚΕ περιλαμβάνει οργανισμούς που υιοθετούν μια επίσημη, δομημένη προσέγγιση στην αποτίμηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασής τους, κάνοντας βήματα για την βελτίωσή της και δημοσιεύοντας την όλη διαδικασία καθώς και τα αποτελέσματά της.

2.2 Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Σε μια εταιρεία, οι κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές αφορούν κυρίως τους υπαλλήλους και συνδέονται με θέματα όπως η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, η υγεία και η ασφάλεια καθώς και η διαχείριση της αλλαγής ενώ οι περιβαλλοντικές υπεύθυνες πρακτικές σχετίζονται κυρίως με τη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή. Ανοίγουν το δρόμο για τη διαχείριση της αλλαγής και το συνδυασμό της κοινωνικής ανάπτυξης με τη βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366).

> Διαχείριση του Ανθρώπινου Δυναμικού

Σήμερα μία από τις κυριότερες προκλήσεις για τις εταιρείες είναι η προσέλκυση και η συγκράτηση εξειδικευμένου προσωπικού. Στο πλαίσιο αυτό, τα σχετικά μέτρα μπορούν να περιλαμβάνουν τη δια βίου μάθηση, την παραχώρηση αρμοδιοτήτων και εξουσιών στους εργαζομένους, την καλύτερη ενημέρωση σε όλη την επιχείρηση, την καλύτερη ισορροπία μεταξύ εργασίας, οικογένειας και ελεύθερου χρόνου, τη μεγαλύτερη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού, την ίση αμοιβή και τις προοπτικές σταδιοδρομίας για τις γυναίκες, τον

καταμερισμό των κερδών και τα συστήματα παροχής μεριδίων του μετοχικού κεφαλαίου, καθώς και τον προβληματισμό σχετικά με την απασχολησιμότητα και την εξασφάλιση της εργασίας. Έχει επίσης αποδειχθεί ότι η ενεργός εποπτεία και διαχείριση των υπαλλήλων που απουσιάζουν από την εργασία τους λόγω αναπηρίας ή τραυματισμού έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση των δαπανών.

> Υγεία και Ασφάλεια στην Εργασία

Οι προσεγγίσεις του θέματος της υγείας και της ασφάλειας στην εργασία παραδοσιακά έγκεινται σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Ωστόσο, λόγω της τάσης να ανατίθενται εργασίες σε εργολάβους και προμηθευτές, οι εταιρείες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τις επιδόσεις των εργολάβων τους στο θέμα της υγείας και της ασφάλειας. Εθελοντικά προγράμματα ως συμπληρωματικά προς τις δραστηριότητες νομοθεσίας και ελέγχου από τις δημόσιες αρχές υιοθετούνται από τις εταιρείες για την περαιτέρω προώθηση της υγείας και της ασφάλειας, χρησιμοποιώντας αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια για την προμήθεια των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους.

> Προσαρμογή στην Αλλαγή

Η αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο σημαίνει ότι εξισορροπούνται και λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντα και οι ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις αλλαγές και τις αποφάσεις. Ειδικότερα, αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω της ανοικτής ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων.

> Διαχείριση του Περιβαλλοντικού Αντίκτυπου και των Φυσικών Πόρων

Γενικά η μείωση της κατανάλωσης πόρων ή των ρυπογόνων εκπομπών και αποβλήτων μπορούν να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο. Στον περιβαλλοντικό τομέα, οι περιβαλλοντικές αυτές επενδύσεις αναφέρονται κανονικά ως ευκαιρίες διπλού κέρδους, και για τις επιχειρήσεις και για το περιβάλλον.

2.3 Η ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη επεκτείνεται πέρα από την εταιρεία στην τοπική κοινότητα και αφορά ένα ευρύ σύνολο ενδιαφερόμενων μερών οι οποίοι είναι όχι μόνο οι εργαζόμενοι και οι μέτοχοι αλλά και οι επιχειρηματικοί εταίροι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, οι δημόσιες αρχές και οι Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ) που εκπροσωπούν τις τοπικές κοινότητες ή ασχολούνται με το περιβάλλον (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2001) 366).

> Τοπικές Κοινότητες

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη αφορά επίσης την ένταξη των εταιρειών στο τοπικό περιβάλλον τους είτε αυτό είναι στην Ευρώπη είτε στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εταιρείες συνεισφέρουν στις κοινότητες τους παρέχοντας θέσεις εργασίας, μισθούς, κοινωνικές παροχές καθώς και φόρους. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν. Επίσης, υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ εταιρειών και του τοπικού φυσικού περιβάλλοντός τους. Ορισμένες βασίζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον για την παραγωγή τους ή την προσφορά των υπηρεσιών τους (καθαρός αέρας, καθαρά ύδατα, δρόμοι χωρίς κίνηση).

> Επιχειρηματικοί Εταίροι, Προμηθευτές και Καταναλωτές

Μακροπρόθεσμα, η οικοδόμηση σχέσεων με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους προμηθευτές ενδέχεται να οδηγήσει σε δίκαιες τιμές, όρους και προσδοκίες καθώς και ποιότητα και αξιόπιστη παράδοση ή εκτέλεση. Οι εταιρείες που οικοδομούν σχέσεις διαρκείας με τους πελάτες, εστιάζοντας όλη την οργάνωσή τους στην κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών και παρέχοντάς τους ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και εξυπηρέτηση, αναμένεται ότι θα είναι πιο προσοδοφόρες.

> Ανθρώπινα Δικαιώματα

Αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο ότι ο αντίκτυπος των δραστηριοτήτων μιας εταιρείας στα ανθρώπινα δικαιώματα των εργαζομένων και στις τοπικές κοινότητες ξεπερνά το πεδίο των εργατικών δικαιωμάτων. Οι εθελοντικοί κώδικες συμπεριφοράς μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση διεθνών εργασιακών προτύπων, η αποτελεσματικότητα ωστόσο εξαρτάται από τη σωστή εφαρμογή και την επαλήθευσή τους.

> Παγκόσμιες Περιβαλλοντικές Ανησυχίες

Μέσω των διασυνοριακών συνεπειών πολλών περιβαλλοντικών προβλημάτων που συνδέονται με τις επιχειρήσεις και της κατανάλωσης πόρων από ολόκληρο τον κόσμο, οι εταιρείες διαδραματίζουν επίσης ενεργό ρόλο στο παγκόσμιο περιβάλλον.

2.4 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Με τη μελέτη των θεωριών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης εξηγήστε σε ποιόν οφείλουν να είναι υπόλογες οι επιχειρήσεις. Πρόκειται για τις θεωρίες της ομάδας ενδιαφερομένων, της κοινωνικής σύμβασης (social contract), όπου ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της κοινωνίας και της κοινωνικής νομιμότητας. Ο Suchman (1995) ορίζει τη νομιμότητα ως «μια

γενικευμένη αντίληψη ή υπόθεση ότι οι ενέργειες μιας οντότητας είναι επιθυμητές, κανονικές ή κατάλληλες μέσα σε κάποιο κοινωνικά δομημένο σύστημα κανόνων¹¹. Λίγες εταιρείες μπορούν να θεωρηθούν ότι υιοθετούν τις τελευταίες δύο προσεγγίσεις - πιθανώς εταιρείες όπως είναι η Traidcraft και τα Body Shop. Κατά κύριο λόγο, ο μεγαλύτερος αριθμός συμβούλων που προτείνουν υιοθέτηση πρακτικών ΕΚΕ, προτείνουν την υιοθέτηση πρακτικών που υπόκεινται στη θεωρία της ομάδας των ενδιαφερομένων μερών. Αυτό επίσης αληθεύει για προσεγγίσεις μέσα στον εταιρικό τομέα. Η θεωρία της ομάδας ενδιαφερομένων χρησιμοποιεί ως βάση ανάλυσης εκείνες τις ομάδες για τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να είναι υπεύθυνη. Όπως περιγράφει ο Freeman (1984), η επιχείρηση μπορεί να περιγραφεί ως μια σειρά συνδέσμων μεταξύ των ομάδων ενδιαφερομένων που οι μάνατζερ της επιχείρησης προσπαθούν να διευθύνουν. Ο ορισμός μιας ομάδας ενδιαφερομένων κατά τον Freeman είναι: «κάθε ομάδα ή άτομο που μπορεί να επηρεάσει ή επηρεάζεται από την επίτευξη των αντικειμενικών στόχων του οργανισμού»¹².

Οι ομάδες ενδιαφερομένων τυπικά αναλύονται σε πρωτεύουσες και δευτερεύουσες. Η πρωτεύουσα ομάδα συμπεριλαμβάνει τους επενδυτές, τους εργαζομένους, τους πελάτες και τους προμηθευτές, καθώς και ότι ορίζεται ως ομάδα ενδιαφερομένων του δημόσιου: δηλαδή τις κυβερνήσεις και τις κοινότητες που εξασφαλίζουν υποδομές και αγορές, που θεσπίζουν νόμους και κανονισμούς, και στις οποίες θα πρέπει να καταβάλλονται κάποιοι φόροι. Οι δευτερεύουσες ομάδες ορίζονται ως «οι ομάδες εκείνες που επιδρούν στις λειτουργίες της επιχείρησης ή επηρεάζονται από την επιχείρηση, αλλά δεν πραγματοποιούν συναλλαγές με την επιχείρηση και δεν είναι ουσιαστικές για την επιβίωσή της».

Αναφορικά με το ζήτημα της κοινωνικής ευθύνης, το κεντρικό θέμα είναι αν η ανάλυση της ομάδας των ενδιαφερομένων αποτελεί μέρος του κινήτρου για την επιχείρηση να είναι υπεύθυνη και, αν συμβαίνει αυτό, σε ποιες ομάδες απευθύνεται. Ο Hamil (1991), βρίσκει ότι το να δίνεις κάτι στο κοινωνικό σύνολο είναι σχεδόν πάντα χρήσιμο¹³.

Μια σημαντική ερώτηση που έχει διατυπωθεί είναι σε ποιες ομάδες δίνουν προσοχή τα διευθύνοντα στελέχη των επιχειρήσεων. Ο Freeman αναπτύσσει ένα μοντέλο αναγνώρισης βασισμένο σε ομάδες ενδιαφερομένων που κατέχουν ένα ή περισσότερα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της εξουσίας, της νομιμότητας και της επιτακτικότητας

¹¹ Suchman (1995) *Managing Legitimacy*

¹² Freeman (1984). «Change in organizations». Στο Warr, P. (ed.), *Psychology at work*, 3rd Ed. Harmondsworth: Penguin

¹³ Hammill, (1991). *told-p-2 test of language development-primary*. pro-ed

(urgency). Οι Agle et al. (1999) επιβεβαιώνουν ότι τα τρία χαρακτηριστικά γνωρίσματα πράγματι οδηγούν στην επιλογή των ομάδων ενδιαφερομένων που τα διαθέτουν έναντι άλλων. Επομένως, μπορούμε να προσδοκούμε ότι οι επιχειρήσεις θα έδιναν μεγαλύτερη προσοχή σε εκείνες τις νόμιμες ομάδες ενδιαφερομένων που και εξουσία κατέχουν και διακρίνονται από κάποιο βαθμό επιτακτικότητας (δηλαδή, επείγει η ικανοποίησή τους). Στην πράξη αυτό μπορεί να σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις με προβλήματα στη διατήρηση των εργαζομένων (και άρα η ομάδα των εργαζομένων θα ήταν αυτή στην οποία θα έδιναν περισσότερη προσοχή), ενώ εταιρείες με προβλήματα στην αγορά των προϊόντων θα είχαν ως κύριο μέλημα τα ζητήματα που εστιάζονται στην εταιρική τους φήμη¹⁴.

Οι ομάδες ενδιαφερομένων μπορούν να γίνουν περισσότερο ή λιγότερο πειστικές. Έτσι, περιβαλλοντικές ομάδες και περιβαλλοντικά ζητήματα έγιναν θέματα επιτακτικού χαρακτήρα για τις πετρελαϊκές εταιρείες ιδιαίτερα μετά την πετρελαϊκή κηλίδα και την περιβαλλοντική καταστροφή που προκάλεσε η Exxon Valdez .

Σημειώνεται από τις παρούσες εμπειρικές προσεγγίσεις τις ΕΚΕ ότι η ανάλυση της ομάδας ενδιαφερομένων είναι σημαντική, αλλά και ότι η λογική θεμελίωση παραμένει κατά μεγάλο μέρος χρήσιμη. Ωστόσο, υπάρχουν στοιχεία που είναι επίσης δεοντολογικά. Για παράδειγμα, το Business Impact υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ δε θα πρέπει να βασίζεται σε προκαθορισμένους στόχους και αξίες, ακόμη κι αν αυτοί είναι στενά συνδεδεμένοι με την ενίσχυση της εταιρικής φήμης και την επιτυχή πορεία της επιχείρησης.

2.5 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΗΘΙΚΗ ΩΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η συζήτηση για την Ηθική των Επιχειρήσεων συχνά περιστρέφεται γύρω από ερωτήματα που αφορούν το πόσο αποδεκτές είναι οι δραστηριότητες της επιχείρησης από την κοινωνία ή κατά πόσο η επιχείρηση επιστρέφει πίσω στην κοινωνία κάτι περισσότερο από την ύπαρξη της. Πέρα από αυτά τα γενικά ερωτήματα η συζήτηση για την ηθική των επιχειρήσεων έχει μια ιδιαίτερη πρακτική αξία. Τα στελέχη είναι συχνά υποχρεωμένα να παίρνουν αποφάσεις που οι συνέπειες τους θα έχουν έναν ιδιαίτερο αντίκτυπο σε τρίτους. Οι αποφάσεις μπορεί να αφορούν την αντιμετώπιση ενός πελάτη, την διοίκηση των υπαλλήλων της επιχείρησης ή τέλος τις επιπτώσεις που έχει η δραστηριότητα της επιχείρησης σε πανανθρώπινα θέματα

¹⁴ Agle,(1999) Internal Organasational Factors , influencing voluntary CSR disclosure

όπως το περιβάλλον και η εκμετάλλευση των φυσικών πόρων. Το περιεχόμενο της ηθικής αλλάζει με τις εποχές και τους υφιστάμενους οικονομικούς και κοινωνικούς σχηματισμούς. Στην σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα των επιχειρήσεων θα μπορούσε κανείς να διακρίνει δύο κυρίαρχες αντιλήψεις. Σύμφωνα με την πρώτη, οι επιχειρήσεις οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους τα συμφέροντα όλων των «ενδιαφερόμενων μερών». Το όποιο καλό προκύπτει από την δραστηριότητα της επιχείρησης θα πρέπει να κατανέμεται με μεγάλη προσοχή έτσι ώστε κανένα ενδιαφερόμενο μέρος να μην είναι ο αδιαμφισβήτητος νικητής ή ο βέβαιος ηττημένος.

Η διοίκηση θα πρέπει να δίνει προτεραιότητα τόσο στην επιβίωση του οργανισμού, όσο και στα θεωρούμενα ως πιο μακροπρόθεσμα συμφέροντα όλων των «ενδιαφερομένων μερών». Στα «ενδιαφερόμενα μέρη» περιλαμβάνονται οι μέτοχοι και τα στελέχη, οι εργαζόμενοι, οι πελάτες οι προμηθευτές και η τοπική κοινωνία.

Σύμφωνα με τη δεύτερη άποψη, την άποψη της «χρηστικότητας», η ηθικότητα των πράξεων κρίνεται από τις συνέπειες της. Μια πράξη είναι ηθική στην περίπτωση που συγκρινόμενη με οποιαδήποτε άλλη εναλλακτική, αποφέρει το μεγαλύτερο όφελος ή τουλάχιστον την ελάχιστη ζημία για την πλειοψηφία. Το καλό μπορεί να αφορά την ευτυχία, τον πλουτισμό ή την ικανοποίηση εσωτερικών επιθυμιών. Η αναζήτηση του μέγιστου καλού για την πλειοψηφία αφήνει ανοικτό το περιθώριο κάποιοι άνθρωποι να αντιμετωπίζονται σαν μέσα για την επίτευξη του τελικού σκοπού. Αρκετοί θεωρητικοί της Διοίκησης των Επιχειρήσεων εικάζουν ότι τα τελευταία χρόνια η χρηστική αντιμετώπιση των επιχειρηματικών θεμάτων κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος.¹⁵

Η έννοια της ηθικής στις επιχειρήσεις συνδέεται άμεσα με τις αξίες που ενστερνίζεται και προάγει η επιχείρηση, στις συναλλαγές που έχει με τους πελάτες και τους προμηθευτές καθώς και με τον τρόπο που διαχειρίζεται τους υπάλληλους της. Οι αξίες είναι βασικές ιδέες που αφορούν το πώς θεωρείται ότι θα πρέπει να ζουν οι άνθρωποι καθώς και τι θα πρέπει να επιδιώκουν. Συχνά οι αξίες εκφράζονται μονολεκτικά (π.χ. τιμιότητα, ειλικρίνεια) αλλά δεν υποδεικνύουν πώς θα πρέπει να δράσει κανείς σε συγκεκριμένες περιστάσεις. Οι αξίες αλλάζουν από χώρα σε χώρα ενώ κάποιες από αυτές φαίνεται να έχουν πανανθρώπινη αποδοχή και περιλαμβάνονται στα λεγόμενα «δικαιώματα του ανθρώπου». Αυτά περιλαμβάνουν την ισονομία, την προστασία του επιπέδου διαβίωσης, το δικαίωμα στην εργασία και την αναψυχή, καθώς και την αρχή της ίσης αμοιβής για ίση εργασία. Ένας

¹⁵ Cowton, Cristopher & Crisp, Roger, "Business Ethics - Perspectives on the practice of theory", Oxford University Press, Oxford 1998

τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να βοηθήσουν τα στελέχη τους να πάρουν αποφάσεις σε θέματα που έχουν μια σαφή ηθική διάσταση είναι η εισαγωγή κωδίκων πρακτικής και ηθικής. Οι κώδικες πρακτικής περιλαμβάνουν ένα σύνολο κανόνων που αφορούν την συμπεριφορά των ανθρώπων. Οι κώδικες πρακτικής ή προτρέπουν είτε αποτρέπουν. Συχνά όμως εκλαμβάνονται σαν ιδιαιτερότητα, περιοριστικοί ή και άχρηστοι μιας και η πραγματικότητα ξεπερνάει τα συγκεκριμένα θέματα στα οποία αναφέρονται. Αντίθετα ένας κώδικας ηθικής παροτρύνει τα μέλη της επιχείρησης να επιδεικνύουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όπως τιμιότητα, ακεραιότητα, αντικειμενικότητα, υποδεικνύοντας έτσι ένα πλαίσιο αναφοράς μέσα στο οποίο τα στελέχη ενθαρρύνονται να λαμβάνουν τις αποφάσεις τους. Το όφελος μιας επιχείρησης από την υιοθέτηση ενός κώδικα ηθικής μπορεί να είναι η αποφυγή δικαστικών περιπετειών, η διευκόλυνση των διαπραγματεύσεων και ο χειρισμός προβλημάτων.¹⁶

¹⁶ Θανόπουλος Ν., Γιάννης, «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Interbooks, Αθήνα 2003.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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 Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (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, σήμερα υπολογίζεται πως μόλις το 10% περίπου των ελληνικών επιχειρήσεων διαθέτει ολοκληρωμένη στρατηγική για την ΕΚΕ, τη στιγμή που στην Ευρώπη το αντίστοιχο ποσοστό διαμορφώνεται στο 37%.

Από τη σκοπιά των καταναλωτών, σχετική έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας επισημαίνει ότι ο Έλληνας σταδιακά αποκτά μεγαλύτερη εξοικείωση με την ΕΚΕ. Παράλληλα με την εξοικείωση αυξάνονται και οι απαιτήσεις των πολιτών από τις εταιρείες, όπως και το ενδιαφέρον τους για την κοινωνική δράση των επιχειρήσεων¹⁷.

3.2 ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ - ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗ

Η παρέμβαση του κράτους σε περιοχές, στις οποίες άλλοτε κυριαρχούσε, σταδιακά μειώνεται, δημιουργώντας νέες ανάγκες για παρεμβάσεις, στον κοινωνικό κυρίως τομέα, στον οποίο οι συνθήκες λειτουργίας της οικονομίας και των αγορών εμφανίζεται να δημιουργούν τα περισσότερα, και πολλές φορές πρωτόγνωρα, προβλήματα. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον απαιτείται και από τις επιχειρήσεις - υπό την ιδιότητά τους ως υπεύθυνων πολιτών - να δημοσιοποιούν τις πολιτικές και δράσεις ΕΚΕ που αναλαμβάνουν και υλοποιούν, ως ελάχιστο δείγμα της ανταπόκρισης και θετικής συμβολής του επιχειρηματικού κόσμου στην αντιμετώπιση των νέων προκλήσεων που έχουν δημιουργηθεί σε αυτό το παγκοσμιοποιημένο

¹⁷ Freeman, R.E. 2008. Διαχείριση των κοινοτικών μετοχών. Αφιέρωμα Βήμα Ιδεών, Τεύχος 4/4/2008

περιβάλλον. Βέβαια η δημοσιοποίηση αυτή θα πρέπει να υποστηρίζεται και από τα αναγκαία στοιχεία αξιόπιστων ελεγκτών (third party assessment) που θα πιστοποιούν την επιτυχή υλοποίηση δράσεων και πολιτικών ΕΚΕ που, μετά από ειδική μελέτη, επεξεργασία και στόχευση, είναι εντεταγμένες στη γενικότερη στρατηγική των επιχειρήσεων, ευρίσκονται σε πλήρη εναρμόνιση και συνέπεια με τις αρχές της ΕΚΕ και δεν γίνονται τυχαία ή ad hoc.¹⁸

3.3 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Το CSR Europe είναι το ηγετικό Ευρωπαϊκό δίκτυο επιχειρήσεων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη με πάνω από 65 μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες - μέλη. Από την ίδρυση του, το 1995, από τον τότε Πρόεδρο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Jacques Delors και κύριες Ευρωπαϊκές εταιρίες, αποστολή του CSR Europe είναι να βοηθάει τις εταιρίες, να ενσωματώνουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη (ΕΚΕ) στις καθημερινές τους λειτουργίες και συναλλαγές. Είναι ένα δίκτυο επαγγελματιών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, βασισμένο στην ανταλλαγή λύσεων ΕΚΕ και στη διαμόρφωση του σύγχρονου επιχειρηματικού και πολιτικού πλαισίου, σχετικά με την βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα των εταιριών.

Μέσω του δικτύου του, το οποίο αποτελείται από 22 Εθνικούς Εταίρους (NPOs) σε 19 Ευρωπαϊκές χώρες, το CSR Europe είναι σε επαφή με περίπου 1800 επιχειρήσεις, που λειτουργούν σ' ένα ευρύ φάσμα κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος. Το CSR Europe χρησιμοποιεί την ποικιλία αυτών των εθνικών στρατηγικών και προτεραιοτήτων ΕΚΕ στο διάλογο του με τα ενδιαφερόμενα μέρη για την Ευρωπαϊκή αυτή τάση. Από την άλλη πλευρά, το δίκτυο διευκολύνει τη μεταφορά εμπειριών και λύσεων ΕΚΕ προς τις επιχειρήσεις και τους Εθνικούς Εταίρους - μέλη του.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη³¹ αποτελεί τον εθνικό Εταίρο του Ευρωπαϊκού Δικτύου (CSR Europe). Ιδρύθηκε το 2000, με στόχο τη συνεργασία και υποστήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων, για την επίτευξη της αποδοτικότητας και της διαρκούς επιχειρηματικής και ανθρώπινης ανάπτυξης, με την ένταξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις βασικές επιχειρηματικές τους στρατηγικές και πρακτικές. Μέλη του είναι Σύνδεσμοι και Φορείς, που αντιπροσωπεύουν την επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας, καθώς και επιχειρήσεις, που είναι ευαισθητοποιημένες στο θέμα, ώστε να δημιουργηθεί η βάση για την υποστήριξη της πρωτοβουλίας στην Ελλάδα σε εθνικό επίπεδο. Το Ελληνικό Δίκτυο μέχρι σήμερα αποτελείται από 91 επιχειρήσεις και 6 επιχειρηματικούς φορείς -Μέλη.

¹⁸ http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=5122

3.4 Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΩΝ (ΣΕΒ)

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ), ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, το οποίο συμμετέχει στο Δ.Σ. του Δικτύου, έχει εντάξει στην αποστολή του (mission statement) τη σύγχρονη έννοια του εταιρικού πολίτη (corporate citizenship) και τη σημασία της κοινωνικής ευαισθησίας για τις επιχειρήσεις, που επιθυμούν να διαδραματίσουν έναν πιο ενεργό ρόλο απέναντι στις προκλήσεις και αλλαγές, που συμβαίνουν στην παγκόσμια κοινωνία. Σύμφωνα με δήλωσή του, ο ΣΕΒ στηρίζει τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων και προβάλλει τη σημαντική συνεισφορά των μελών του στο κοινωνικό σύνολο. Ενθαρρύνει όλα τα μέλη του να συμπεριλάβουν στην εταιρική τους στρατηγική θέματα, που άπτονται της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, να υιοθετήσουν κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης και να ευαισθητοποιηθούν στα θέματα της Αειφόρου/Βιώσιμης Ανάπτυξης.

Τον Απρίλιο 1988 επί προεδρίας του Θεόδωρου Παπαλεξόπουλου, υιοθέτησε τις «Βασικές Αρχές Επιχειρηματικής Συμπεριφοράς» και επί προεδρίας Στέλιου Αργυρού, συνυπέγραψε στο πλαίσιο της UNICE την «Κοινή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων της Ευρώπης». Στη Γενική Συνέλευσή του, το 2005, υιοθέτησε τη «Χάρτα Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων», προκειμένου, να διασφαλίσει ένα σύγχρονο περιβάλλον για την επιχειρηματικότητα, την ανταγωνιστικότητα και την οικονομική ανάπτυξη.

Η Χάρτα αποτελεί ένα κείμενο αρχών και αξιών, με το οποίο οι ελληνικές επιχειρήσεις δηλώνουν την αυτοδέσμευσή τους να αναγνωρίσουν και να «τιμήσουν» τις υποχρεώσεις τους, διεκδικώντας παράλληλα και τα Στόχος της Χάρτας είναι να συμβάλει στη διαμόρφωση ενός πλαισίου υποχρεώσεων και δικαιωμάτων των επιχειρήσεων, με βάση κοινές αξίες, στάσεις και αντιλήψεις, που θα αναδείξει το πρότυπο του σύγχρονου Έλληνα επιχειρηματία, θα συνεισφέρει στην αποτελεσματική συνεργασία όλων των κοινωνικών εταίρων και θα διευκολύνει τη δημιουργία και κοινή αποδοχή ενός σύγχρονου περιβάλλοντος, που προάγει την ανταγωνιστικότητα, την απασχόληση και την κοινωνική συνοχή.

Η Χάρτα που κατήρτισε ο ΣΕΒ αποτελείται από τις εξής 10 αρχές, στις οποίες εναλλάσσονται τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων:

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα να λειτουργεί σε σταθερό, σαφές, κωδικοποιημένο, αντικειμενικό, προβλέψιμο, διεθνώς ανταγωνιστικό θεσμικό και νομικό πλαίσιο, που προάγει την επιχειρηματικότητα και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα. 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.

Ø Η επιχείρηση, όπως και κάθε πολίτης της χώρας, έχει δικαίωμα σε χρηστή και διαφανή διαχείριση των δημοσίων οικονομικών, η οποία διασφαλίζει τον κοινωνικό ρόλο του κράτους και στοχεύει στον περιορισμό του δημόσιου δανεισμού, καθώς και σε σταθερό και προβλέψιμο φορολογικό πλαίσιο, που στηρίζει την επιχειρηματικότητα και τις επενδύσεις. 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.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα να διεκδικεί διαφάνεια, φερεγγυότητα και αμοιβαιότητα στις σχέσεις της Πολιτείας με τους πολίτες και τις άλλες επιχειρήσεις, καθώς και την αποτελεσματική προστασία της δικαιοσύνης. 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 εργαζομένους, τους προμηθευτές και τους πελάτες της.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα πρόσβασης σε μια ενοποιημένη και αποτελεσματική ευρωπαϊκή αγορά, που δεν περιορίζεται από κρατικά ή ιδιωτικά μονοπώλια και λειτουργεί με όρους, που δεν θίγουν την άμεση ή μακρόχρονη ανταγωνιστική ικανότητα της ίδιας και του συνόλου της οικονομίας. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος του καταναλωτή.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε ένα σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα, που προσφέρει δεξιότητες, γνώσεις και αξίες, που αντιστοιχούν στις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες, ένα σύστημα, που προάγει την ατομική ευθύνη, τη δημιουργία και την καινοτομία. Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να επενδύει στη γνώση στο χώρο εργασίας, στην κατάρτιση και δια βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα πρόσβασης σε μια αγορά εργασίας, που δεν επιβαρύνει την ικανότητά της να προσαρμόζεται γρήγορα στις αλλαγές και ενθαρρύνει την αύξηση της απασχόλησης, καθώς και να διεκδικεί από την Πολιτεία, ένα αποτελεσματικό δίκτυο κοινωνικής προστασίας, που στοχεύει στη σύντομη επανένταξη των ανέργων στην αγορά. 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.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα να διεκδικεί από την Πολιτεία προστασία της φήμης της και αντικειμενική μεταχείρισή της, με βάση πραγματικά και επιβεβαιωμένα γεγονότα. 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, ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε μια ενιαία εθνική και ευρωπαϊκή πολιτική, που προστατεύει αποτελεσματικά την πνευματική ιδιοκτησία, στηρίζει την έρευνα και ανάπτυξη και ενθαρρύνει την καινοτομία. 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 τις υπηρεσίες, που παρέχει.

Ø Η επιχείρηση έχει δικαίωμα σε σαφή και ολοκληρωμένο εθνικό χωροταξικό σχεδιασμό και σύγχρονες υποδομές, που της εξασφαλίζουν δίκτυα μεταφορών, διαχείριση αποβλήτων, τηλεπικοινωνίες και ενέργεια. 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.

Ø Η επιχείρηση, που σέβεται τις υποχρεώσεις της, όπως αυτές απορρέουν από την παρούσα Χάρτα, διεκδικεί αναγνώριση της συνεισφοράς της στην κοινωνία και σεβασμό των δικαιωμάτων της από την Πολιτεία. Η επιχείρηση, ως ενεργός εταιρικός πολίτης, δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας, που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα, η οποία αναγνωρίζει και εφαρμόζει τις αρχές της παρούσας Χάρτας.

Ένας από τους κυριότερους παράγοντες επιχειρηματικής ηθικής, στους οποίους βασίζεται η Χάρτα, είναι η πίστη στην υποχρέωση ανταπόκρισης στις απαιτήσεις της κοινωνίας και την εφαρμογή πολιτικών κοινωνικής ευθύνης. Ο ΣΕΒ, θεωρεί, ότι πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης συμβάλλουν, όχι μόνο στην αύξηση της απασχόλησης, αλλά και στη βελτιστοποίηση του επιπέδου της ποιότητας της απασχόλησης. Στο πλαίσιο αυτό, υπόγραψε, από κοινού με την ΓΣΕΒΕΕ, την ΕΣΕΕ, το ΕΒΕΑ και το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Πρωτόκολλο Συνεργασίας με τη Γενική Γραμματεία Ισότητας για την προώθηση ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες στις επιχειρήσεις, αναγνωρίζοντας, ότι οι

ίσες ευκαιρίες και η ίση μεταχείριση σε όλα τα στάδια του επαγγελματικού βίου είναι κοινωνική επένδυση, η οποία συμβάλλει, τόσο στην αυτοδυναμία των ατόμων και την ενίσχυση της αξιοπρέπειάς τους, όσο και στην ανάπτυξη της οικονομίας.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ο ΣΕΒ ενστερνίζεται τις προσπάθειες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για ανάπτυξη της γνώσης, σχετικά με πολιτικές και πρακτικές πάνω στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και την ανταλλαγή εμπειριών και καλών πρακτικών μεταξύ των επιχειρήσεων¹⁹.

3.5 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ GLOBAL COMPACT

Το 2008 ιδρύθηκε το Δίκτυο Global Compact για την ΕΚΕ, με εβδομήντα επιχειρήσεις - μέλη, κάθε μεγέθους. Στην προσπάθεια για ευρύτερη διάδοση των αρχών του Global Compact έχουν δημιουργηθεί εθνικά Δίκτυα σε όλες τις χώρες της Ευρώπης. Στη χώρα μας, ο φορέας που συντονίζει τις δραστηριότητες του Ελληνικού Δικτύου Global Compact, είναι το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ο G. Belsito, επικεφαλής του UNDP Programme Management Office στην Αθήνα, στην εκδήλωση της ίδρυσης του Ελληνικού Δικτύου Οικουμενικού Συμφώνου, τόνισε ότι η Ελλάδα, με την ενεργό συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στη δημιουργία του Ελληνικού Δικτύου Οικουμενικού Συμφώνου, ανέδειξε, για άλλη μια φορά, τη δέσμευσή της απέναντι στις αναπτυξιακές και ανθρωπιστικές αρχές του ΟΗΕ (Τιτάν, 2008). Ο Ν. Αναλυτής, Πρόεδρος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, εξήρε τη σημασία που έχει για την ελληνική επιχειρηματική κοινότητα η ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου Global Compact και υπογράμμισε ότι, παρά το γεγονός ότι η χώρα μας έχει προσυπογράψει όλες τις σχετικές διεθνείς συμβάσεις, η δημιουργία του Ελληνικού Δικτύου Global Compact έρχεται να καλύψει ένα κενό που ως σήμερα υπήρχε σε εθνικό επίπεδο. Πιστεύουμε ότι θα ισχυροποιήσει και θα ενδυναμώσει τις ελληνικές επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να εφαρμόσουν την ΕΚΕ. Θα συμβάλλει στην ενίσχυση της αξιοπιστίας όχι μόνο των επιχειρήσεων, αλλά και της χώρας, και θα βοηθήσει να παραμείνουμε μέσα στις εξελίξεις, αξιοποιώντας την ανταλλαγή γνώσης και εμπειριών και τη διάχυση των καλύτερων πρακτικών σε κάθε επιμέρους τομέα

¹⁹ Agle,(1999) Internal Organasational Factors , influencing voluntary CSR disclosure

Οι 10 (δέκα) αρχές του οικουμενικού συμφώνου

1. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να εξασφαλίζουν ότι δεν εμπλέκονται σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων
2. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να εξασφαλίζουν ότι δεν εμπλέκονται σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων
3. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να σέβονται την ελευθερία του συνδικαλισμού και να αναγνωρίζουν το δικαίωμα για συλλογικές διαπραγματεύσεις
4. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να περιορίζουν κάθε μορφή καταναγκαστικής εργασίας.
5. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να περιορίζουν κάθε μορφή της παιδικής εργασίας.
6. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να περιορίζουν κάθε μορφή διάκρισης σε σχέση με την απασχόληση.
7. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν μια προσέγγιση προβλεπτικής διαχείρισης των περιβαλλοντικών προκλήσεων.
8. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν πρωτοβουλίες προώθησης της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.
9. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση των φιλικών για το περιβάλλον τεχνολογιών.
10. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να εργάζονται ενάντια σε κάθε μορφή αδιαφάνειας συμπεριλαμβανομένης και της διαφθοράς²⁰.

3.6 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΑΡΧΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Καταρχήν, η υιοθέτηση της ΕΚΕ είναι σαφώς θέμα που αφορά τις ίδιες τις επιχειρήσεις, που διαμορφώνεται δυναμικά από την αλληλεπίδραση ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τα ενδιαφερόμενα μέρη τους. Ωστόσο, καθώς υπάρχουν ενδείξεις ότι η ΕΚΕ δημιουργεί αξία για την κοινωνία συμβάλλοντας σε πιο βιώσιμη ανάπτυξη, ο ρόλος που πρέπει να αναλάβουν οι δημόσιες αρχές είναι να προωθήσουν τις κοινωνικά και

²⁰ Florou A, Galarniotis A. Benchmarking Greek Corporate Governance against Different Standards. *Corporate Governance: An International Review* 2007; 15(5): 979-998

περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές των επιχειρήσεων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2002) 347).

Η ανάγκη δημόσιας δράσης για την προώθηση της ΕΚΕ προκύπτει επίσης από την ανεπαρκή διακυβέρνηση σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο. Στην ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Προς μια παγκόσμια σύμπραξη για αειφόρο ανάπτυξη» (2002), επισημάνθηκε ότι η παγκοσμιοποίηση μπορεί να επιφέρει αρνητικά αποτελέσματα εάν προχωρήσει ανεξέλεγκτα. Οι δημόσιες πολιτικές για την ΕΚΕ μπορεί να βοηθήσουν στη θετική διαμόρφωση της παγκοσμιοποίησης, προωθώντας τις ορθές πρακτικές των επιχειρήσεων που συμπληρώνουν τις δημόσιες προσπάθειες για βιώσιμη ανάπτυξη.

Η κοινοτική δράση στον τομέα της ΕΚΕ πρέπει να βασιστεί στις θεμελιώδεις αρχές που καθορίζονται στις διεθνείς συμβάσεις και να αναπτυχθεί σεβόμενη πλήρως τις αρχές της επικουρικότητας. Στο πλαίσιο αυτό, υπάρχουν τουλάχιστον δύο λόγοι που μαρτυρούν την ευκαιρία και την ανάγκη για κοινοτική δράση στον τομέα της ΕΚΕ. Πρώτον, η ΕΚΕ μπορεί να αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για την προώθηση των κοινοτικών πολιτικών. Δεύτερον, ο πολλαπλασιασμός των διαφόρων εργαλείων της ΕΚΕ (όπως είναι τα πρότυπα διαχείρισης, τα συστήματα επισήμανσης και πιστοποίησης, η υποβολή εκθέσεων, κτλ.) που είναι δύσκολο να συγκριθούν, προκαλεί σύγχυση στις επιχειρήσεις, τους καταναλωτές, τους επενδυτές, άλλα ενδιαφερόμενα μέρη και στο κοινό και αυτό, με τη σειρά του, θα μπορούσε να αποτελέσει αιτία στρέβλωσης της αγοράς. Επομένως, ο ρόλος της κοινοτικής δράσης είναι να διευκολύνει τη σύγκλιση των χρησιμοποιούμενων εργαλείων υπό το φως της ανάγκης να εξασφαλιστεί η καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και η διατήρηση ίσων όρων ανταγωνισμού (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2002) 347).

Οι πρακτικές και τα εργαλεία της ΕΚΕ θα είναι πιο αποτελεσματικά εάν εντάσσονται σε μια συντονισμένη προσπάθεια όλων των ενδιαφερομένων για την επίτευξη κοινών στόχων. Πρέπει να είναι διαφανή και να βασίζονται σε σαφή και επαληθεύσιμα κριτήρια ή δείκτες σύγκρισης. Η δημόσια πολιτική μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη ενός πλαισίου δράσης με στόχο την προώθηση της διαφάνειας, και κατά συνέπεια της αξιοπιστίας των πρακτικών της ΕΚΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, COM(2002) 347)²¹.

²¹ Syriopoulos, T, Merikas A. Corporate Social Responsibility: Risk and Return in Skouloudis A, Evangelinos K. Assessing non-financial reports according to the Global Reporting Initiative guidelines: Evidence from Greece. Journal of Cleaner Production 2009, online first.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

4.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη, στη σύγχρονή της μορφή, συνδέεται και με την εταιρική διακυβέρνηση, η οποία περιλαμβάνει κάθε δομημένο σύστημα καταμερισμού εξουσίας σε ένα οργανισμό καθορίζοντας από ποιον και πώς θα «κυβερνηθεί»²². Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (COM(2001) 366) την ορίζει ως μια δέσμη σχέσεων μεταξύ της διοίκησης της εταιρείας, του Δ.Σ., των μετόχων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών. Παρέχει τη δομή, μέσω της οποίας προσδιορίζονται οι στόχοι και τα μέσα για την επίτευξή τους, καθώς και η παρακολούθηση της επίδοσης. Ως όρος, αφορά τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων και την άσκηση εξουσίας στο ανώτατο επίπεδο ενός οργανισμού, σε επίπεδο δηλαδή του διοικητικού συμβουλίου. Το θέμα της καλής εταιρικής διακυβέρνησης αποτελεί παγκόσμια υπόθεση. Σε διεθνές, αλλά και εθνικό επίπεδο, εφαρμόζονται ρυθμίσεις, που εμπίπτουν στο χώρο της εταιρικής ηθικής και δεοντολογίας. Η έννοια αυτή προσδιορίζεται από την εντεινόμενη διεθνοποίηση, η οποία προσφέρει νέες δυνατότητες παραγωγής, αγορών, επενδυτικών επιλογών, τεχνολογικών εξελίξεων, ανθρώπινου κεφαλαίου και διοικητικών πλαισίων.

Το «παγκόσμιο χωριό» επιτρέπει επιχειρηματικές ενέργειες με ελάχιστους εμπορικούς φραγμούς, με αποτέλεσμα να γίνεται εντονότερος ο ανταγωνισμός. Επίσης, οι τεχνολογικές εξελίξεις στο χώρο της διαχείρισης της πληροφορίας δημιούργησαν μια νέα διοικητική εποχή, η οποία απαιτούσε μια ηλεκτρονική γραφειοκρατία βασισμένη σε ποιοτικά πολύ καλή πληροφόρηση και εξελιγμένα διοικητικά συστήματα (ολοκληρωμένη διαχείριση επιχειρηματικών πόρων - enterprise resource planning). Τέλος, μια πολύ σημαντική παράμετρος της εταιρικής διακυβέρνησης είναι και η απαίτηση της διαφάνειας. Στην εποχή μας, τα επιχειρηματικά δρώμενα, τα οποία πρέπει να συμφωνούν με τους συνεχώς ανανεωμένους και αποδεκτούς λογιστικούς κανόνες και πρότυπα, προετοιμάζονται στο ανώτατο επίπεδο της επιχείρησης, αλλά καθίσταται αναγκαία η κοινοποίησή τους παντού, από τους μεγάλους θεσμικούς επενδυτές έως τους μεμονωμένους μετόχους.

²² Freeman, R.E. 2008. Διαχείριση των κοινοτικών μετοχών. Αφιέρωμα Βήμα Ιδεών, Τεύχος 4/4/2008

Στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, είναι χρέος της επιχείρησης οι κοινωνικά αποδεκτές διαδικασίες, δηλαδή μια επιχειρηματική ηθική διατυπωμένη με συνέπεια και κοινωνική συμβατότητα. Οι βάσεις της ηθικής και κοινωνικής ευθύνης πρέπει να καθορίζουν τους συγκεκριμένους κώδικες επιχειρηματικής δεοντολογίας, οι οποίοι περιγράφουν κάθε επιχειρηματική δράση και συμπεριφορά. Αποτελούνται από μια σειρά κανόνων, οι οποίοι είναι δυνατόν να αλλάζουν ανάλογα με τις απαιτήσεις των καιρών ή των χωρών δραστηριοποίησης της εταιρείας. Τα εταιρικά σκάνδαλα σε διεθνές επίπεδο (π.χ. Enron) φέρνουν στην επικαιρότητα τον τρόπο με τον οποίο διοικούνται και ελέγχονται οι εισηγμένες σε χρηματιστήρια εταιρείες. Επίσης, εγείρουν σημαντικά ερωτήματα σχετικά με τη δυνατότητα προστασίας των συμφερόντων των μετόχων, ιδιαίτερα των μικρομετόχων, και των πιστωτών. Κάτω από την πίεση της κατάρρευσης πολλών μεγάλων εταιρειών, οι εποπτικές αρχές των κεφαλαιαγορών σχεδόν όλων των χωρών έχουν σχεδιάσει συστήματα αντιμετώπισης και επίλυσης των προβλημάτων που σχετίζονται με την προστασία των συμφερόντων των μετόχων και των πιστωτών των εισηγμένων σε χρηματιστήρια εταιρειών.

Αυτά τα συστήματα, γνωστά ως συστήματα εταιρικής διακυβέρνησης (Corporate Governance), έχουν σαν βασικό στόχο τη διασφάλιση διαφανούς, χρηστής και αποτελεσματικής διοίκησης που μεγιστοποιεί την οικονομική αξία της επιχείρησης, προστατεύοντας ταυτοχρόνως τα συμφέροντα όλων των μετόχων και πιστωτών.

Το κέντρο ενδιαφέροντος των σύγχρονων συστημάτων εταιρικής διακυβέρνησης είναι το Διοικητικό Συμβούλιο, η οργάνωσή του, και η εξασφάλιση ανεξαρτησίας του από μεγαλομετόχους και ανώτατα διευθυντικά στελέχη της εταιρείας. Υιοθετώντας τις προτάσεις της Επιτροπής Cadbury της Μεγάλης Βρετανίας που περιλαμβάνονται στον Κώδικα Βέλτιστης Συμπεριφοράς που εκδόθηκε τον Δεκέμβριο του 1992, οι περισσότερες χώρες προέβησαν σε θεσμικές μεταρρυθμίσεις που μεταξύ άλλων προβλέπουν:

- Ø Διαφορετικά άτομα για τις θέσεις του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου και του Διευθύνοντος Συμβούλου
- Ø Συμμετοχή στα Διοικητικά Συμβούλια των εταιρειών Μη Εκτελεστικών Μελών, δηλαδή Συμβούλων που δεν έχουν σχέση εξαρτημένης εργασίας με την εταιρεία. Σε μερικές χώρες, όπως και η Ελλάδα, προβλέπεται και η συμμετοχή ενός αριθμού ανεξαρτήτων Συμβούλων, δηλαδή Συμβούλων που δεν έχουν στενούς συγγενικούς δεσμούς με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο ή με τους μεγαλομετόχους.
- Ø Θέσπιση Επιτροπής Εσωτερικού Ελέγχου που θα απαρτίζεται κατά πλειοψηφία από Μη Εκτελεστικά Μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου.

Ø Θέσπιση Επιτροπής Καθορισμού Αμοιβών Διευθυντικών Στελεχών που θα απαρτίζεται αποκλειστικά ή κύρια από Μη Εκτελεστικά Μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου.

Ø Η κεντρική ιδέα πίσω από τις παραπάνω προτάσεις / μεταρρυθμίσεις είναι πως όσο ενισχύεται η ανεξαρτησία του Διοικητικού Συμβουλίου έναντι των διευθυντικών στελεχών τόσο θωρακίζεται το Διοικητικό Συμβούλιο στην άσκηση του εποπτικού και ελεγκτικού του ρόλου επί των διευθυντικών στελεχών της επιχείρησης, με αποτέλεσμα τη βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων ή την αντικατάσταση των ανεπαρκών στελεχών. Η σχετική υπόθεση επαληθεύεται από πρόσφατα ερευνητικά πορίσματα.

Στη χώρα μας οι σχετικές μεταρρυθμίσεις εισήχθησαν με το Νόμο 3016/2002. Ο Νόμος 3016 κινείται πολύ κοντά στο πλαίσιο του Κώδικα Βέλτιστης Συμπεριφοράς της Επιτροπής Cadbury. Σε γενικές γραμμές ο Νόμος 3016 αποτελεί στέρεο βήμα προς τη σωστή κατεύθυνση. Συμπερασματικά, στις σύγχρονες επιχειρήσεις τα συμφέροντα των μεγαλομετόχων, μικρομετόχων, διευθυντικών στελεχών και πιστωτών δεν ταυτίζονται πάντοτε. Αντιθέτως, εκδηλώνονται συχνά συγκρούσεις συμφερόντων ανάμεσα στις παραπάνω ομάδες με αρνητικές συνέπειες στη λειτουργία της επιχείρησης, που σε μερικές περιπτώσεις οδηγούν στην κατάρρευσή της. Τα συστήματα εταιρικής διακυβέρνησης επιδιώκουν να περιορίσουν τα σχετικά προβλήματα αλλά αδυνατούν να τα εξαλείψουν τελείως.

4.2 Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Έχει ήδη αποδειχθεί ότι μόνον οι εταιρείες που εφαρμόζουν τις Αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης μπορούν να έχουν υγιή και μακρόχρονη επιχειρηματική ανάπτυξη. Με άλλα λόγια στην αναδύομενη παγκόσμια αγορά οι εταιρείες κρίνονται και βάσει των μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος, τις σχέσεις των εργαζομένων, τις σχέσεις με την κοινότητα ή με λίγα λόγια κρίνονται και για την ευαισθησία τους και την παρέμβασή τους σε σύγχρονα κοινωνικά προβλήματα. Αν μία εταιρεία δεν μπορεί να επικοινωνήσει με αυτούς τους όρους, το οποίο σημαίνει ότι αδυνατεί να διαχειριστεί τη φήμη της με αυτές τις προϋποθέσεις, τότε παύει να είναι ανταγωνιστική και άρα Προσοδοφόρα. Ο μύθος ότι όσες εταιρείες προσφέρουν στην κοινωνία, θυσιάζουν οικονομικά μεγέθη έχει πλέον καταρρεύσει. Όλες οι εταιρείες που βελτιώνουν τις κοινωνικές πρακτικές τους αυξάνουν την κερδοφορία τους.

Είναι προφανές, λοιπόν, πως η εταιρική κοινωνική ευθύνη σήμερα δεν παραμένει απλώς μέσα στο πλαίσιο των ηθικών και κοινωνικών αξιών που διέπουν μια εταιρεία.

Αποτελεί πρακτική της σύγχρονης Εταιρικής Διακυβέρνησης. Είναι ένας εξυπνότερος τρόπος του επιχειρείν.

4.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Το Φεβρουάριο του 2008, δημοσιεύθηκαν δύο νέες, διεθνείς έρευνες σύμφωνα με τις οποίες όχι μόνο έχουν αυξηθεί οι εταιρίες που ενσωματώνουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην πολιτική και στρατηγική τους, αλλά επίσης οι εταιρίες αυτές φαίνεται να έχουν περισσότερες πιθανότητες να βελτιώσουν τα οικονομικά τους αποτελέσματα. Αν και τα στοιχεία που προκύπτουν για τη σύνδεση μεταξύ Ε.Κ.Ε. και οικονομικής απόδοσης είναι σημαντικά, κοινό σημείο και των δύο αυτών ερευνών αποτελεί η δυσκολία που καταγράφεται αναφορικά με την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ως προϋπόθεσης κερδοφορίας. Δηλαδή, δεν είναι οι μεμονωμένες δράσεις Ε.Κ.Ε. που συνδέονται με οικονομικά αποτελέσματα, αλλά η υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης που αγγίζει την εταιρία στο σύνολο των δραστηριοτήτων της.

Η μία εκ των δύο πρόσφατων αυτών ερευνών με τίτλο *Doing Good: Business and the Sustainability Challenge*, της Economist Intelligence Unit (2008)²³, εξετάζει τη σχέση μεταξύ οικονομικών αποτελεσμάτων και Εταιρικής Υπευθυνότητας. Αν και το 57% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι τα οικονομικά πλεονεκτήματα της επένδυσης στην Ε.Κ.Ε. είναι μεγαλύτερα από τα κόστη, η συγκεκριμένη έρευνα τονίζει εξαρχής ότι δεν μπορεί ακόμα να επιβεβαιωθεί με σαφήνεια η ακριβής σχέση μεταξύ της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας και της κερδοφορίας. Παρόλα αυτά η σύνδεση μεταξύ των δύο υπάρχει και τα συμπεράσματα που προκύπτουν είναι ενδιαφέροντα. Για παράδειγμα, οι εταιρίες που υποστηρίζουν ότι έχουν επενδύσει στην Εταιρική τους Υπευθυνότητα παρουσιάζουν μεγαλύτερη αύξηση στην τιμή της μετοχής τους, τα τελευταία τρία χρόνια, σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρίες του δείγματος που θεωρούν ότι δεν είχαν ιδιαίτερη ή έστω και καμία εμπλοκή σε θέματα Ε.Κ.Ε. Πιο συγκεκριμένα, οι εταιρίες της πρώτης κατηγορίας είχαν ετήσια αύξηση κερδών της τάξεως του 16%, και αύξηση μετοχικής τιμής 45%, σε σχέση με 7% και 12% αντίστοιχα των υπολοίπων εταιριών.

Επιπρόσθετα, οι εταιρίες με καλύτερη μετοχική απόδοση παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές σε σχέση με τις υπόλοιπες όσον αφορά κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους. Η βελτίωση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στις εφοδιαστικές αλυσίδες, για παράδειγμα,

²³ http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=5122

αποτελεί σημαντική προτεραιότητα για το 40% των εταιριών της πρώτης κατηγορίας, ενώ μόνο το 18% των εταιριών με χαμηλά οικονομικά αποτελέσματα την θεωρούν εξίσου σημαντική. Με αξιόλογες επίσης διαφορές αντιμετωπίζονται θέματα όπως η μείωση των αερίων του θερμοκηπίου, και η γενικότερη ανάπτυξη προϊόντων/υπηρεσιών που συνεισφέρουν σε λύσεις κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων. Τέλος, οι εταιρίες με χαμηλή μετοχική απόδοση είναι 2.5 φορές πιο πιθανό να μην έχουν κανέναν υπεύθυνο για θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας, ενώ οι πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις διαχειρίζονται αυτά τα θέματα κυρίως σε επίπεδο ανώτερων στελεχών και Διευθυνόντων Συμβούλων.

Η ίδια αίσθηση, όσον αφορά στη σύνδεση μεταξύ Ε.Κ.Ε. και οικονομικής ανάπτυξης, προκύπτει και από την έρευνα του Ινστιτούτου για Επιχειρηματική Αξία της IBM με τίτλο *Attaining Sustainable Growth Through Corporate Social Responsibility*. Ενδεικτική είναι η τάση που καταγράφεται από το 68% των ερωτηθέντων, οι οποίοι αντιμετωπίζουν την Εταιρική Υπευθυνότητα ως ευκαιρία ανάπτυξης και πιο συγκεκριμένα ως τρόπο δημιουργίας νέων πηγών κέρδους. Επίσης, πάνω από τα μισά (54%) ανώτατα διοικητικά στελέχη που έλαβαν μέρος στην έρευνα αυτή, θεωρούν ότι η ανάπτυξη πρακτικών Ε.Κ.Ε. αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η έρευνα προσπάθησε να προσεγγίσει τις δραστηριότητες και τους στόχους της επιχείρησης πάνω σε μία καμπύλη χρησιμότητας ΕΚΕ (CSR Value Curve), η οποία αποτυπώνει τη μετατόπιση της αντίληψης της ΕΚΕ από κόστος ή στρατηγική αποφυγής κινδύνου σε στρατηγικό στόχο δημιουργίας νέων προσόδων (revenue). Καθώς οι επιχειρήσεις κινούνται από τα αριστερά προς τα δεξιά στην καμπύλη χρησιμότητας ΕΚΕ, οι μεγαλύτερες αποδόσεις πραγματοποιούνται καθώς οι πρακτικές ΕΚΕ ενσωματώνονται περισσότερο στον πυρήνα της επιχειρησιακής στρατηγικής.

Συνολικά, από τις δύο αυτές έρευνες, καθώς και από τη γενικότερη πληροφόρηση για το θέμα της Ε.Κ.Ε., η αίσθηση που δημιουργείται προς το παρόν σχετίζεται περισσότερο με μια παραδοχή της σημασίας και καθιέρωσης της, παρά με τη μετάφραση της αποτελεσματικότητας της σε οικονομικούς όρους. Φαίνεται όμως ότι εν καιρώ, η ανάπτυξη ειδικών δεικτών που θα προσεγγίσουν με μεγαλύτερη ακρίβεια τη σχέση αιτίας-αποτελέσματος μεταξύ Ε.Κ.Ε. και κερδοφορίας δεν θα αργήσουν να αναπτυχθούν. Έτσι κι αλλιώς, η ύπαρξη ή μη τέτοιου είδους δεικτών δεν αναιρεί την αποτελεσματικότητα της Εταιρικής Υπευθυνότητας ως συνιστώσα επιτυχημένης επιχειρηματικής διαχείρισης για δύο απλούς λόγους: Πρώτον, γιατί η επίδραση μιας δομημένης προσέγγισης στην Ε.Κ.Ε. συνδέεται περισσότερο με άυλα αγαθά, όπως η εταιρική φήμη, τα οποία εξορισμού παρουσιάζουν δυσκολίες μέτρησης της ακριβούς επίδρασης τους στην κερδοφορία. Και

δεύτερον, γιατί μέσω της Ε.Κ.Ε. οι επιχειρήσεις καταφέρνουν να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες και προσδοκίες της εποχής, γεγονός που συμβάλει στην επιχειρηματική ανάπτυξη, ανεξαρτήτως αν συνοδεύεται από άμεση ή ξεκάθαρη επίδραση στην κερδοφορία.

Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα των Pava et al. (1996), ύστερα από την εξέταση των είκοσι ενός συνολικά εμπειρικών μελετών που διαπραγματευόντουσαν το ζήτημα της οικονομικής επιχειρησιακής απόδοσης και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κατέληξε στην ύπαρξη του «παράδοξου του κοινωνικού κόστους». Η μελέτη αυτή ενίσχυσε την παράδοξη διαπίστωση ότι οι επιχειρήσεις οι οποίες θεωρούνται ότι επιδεικνύουν κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα φαίνεται γενικά ότι οι οικονομικές τους επιδόσεις παραμένουν τουλάχιστον στο ίδιο επίπεδο, αν όχι καλύτερες, από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις που δεν εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ²⁴.

4.4 ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Εφόσον η Ελλάδα αποτελεί μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρακολουθεί τις εξελίξεις και προσπαθεί να εναρμονιστεί με αυτές. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μέσα από τις εκδόσεις της και τις βάσεις δεδομένων της, κάνει αναφορά στις εθνικές δημόσιες πολιτικές για την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Σύμφωνα με τη βάση δεδομένων “CSR: National Public Policies in the European Union”, αναφέρεται ότι προσπάθειες στον τομέα προώθησης της ΕΚΕ στην Ελλάδα γίνονται στους τομείς της έρευνας και των επιχειρηματικών κινήτρων. Ως προς το πρώτο, η Ελληνική Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΟΚΕ) ετοιμάζει μελέτη, που θα περιλαμβάνει οριοθέτηση της έννοιας, καθώς και προτάσεις ενίσχυσης της ΕΚΕ στη χώρα. Αναφορικά με το δεύτερο, το Ελληνικό Ινστιτούτο Υγιεινής και Ασφάλειας της Εργασίας έχει δημιουργήσει, σε συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους, τη χορήγηση ενός ετήσιου βραβείου σε εταιρείες, οι οποίες προσπαθούν για τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας μέσω καλών πρακτικών. Ύστερα από την Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την ΕΚΕ οι ελληνικές δημόσιες αρχές προσπάθησαν να εξετάσουν πρακτικές για την ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων και την εφαρμογή των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Το αρμόδιο Υπουργείο Απασχόλησης κατέληξε στα εξής συμπεράσματα: Η ήδη εφαρμοσμένες πρακτικές του Υπουργείου αφορούν την εσωτερική

²⁴ Pava S. 1996 ‘Dimensions of corporate social performance: an analytic framework’

διάσταση της ΕΚΕ, τη διαχείριση δηλαδή των ανθρωπίνων πόρων, καθώς και της υγείας και ασφάλειας στο χώρο εργασίας. Αυτού του είδους οι πρακτικές δεν αποτελούν ξεχωριστό τμήμα της ΕΚΕ, αλλά διαχέονται μέσα σε προγράμματα και πρωτοβουλίες, όπως αυτό του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την Απασχόληση.

Μια από τις ήδη υπάρχουσες πρακτικές είναι η συνεργασία του Ελληνικού Ινστιτούτου Υγιεινής & Ασφάλειας της Εργασίας (ΕΛΙΝΥΑΕ) με κοινωνικούς εταίρους για την ετήσια επιβράβευση επιχειρήσεων που προωθούν καλές πρακτικές ως προς τις συνθήκες εργασίας.

Το 2001, στα πλαίσια προγράμματος πιστοποίησης, που αφορούσε την εισαγωγή συστημάτων εξασφάλισης της ποιότητας, 700 προτάσεις από επιχειρήσεις υποβλήθηκαν και μπήκαν σε διαδικασία αξιολόγησης. Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του Εθνικού Σχεδίου Δράσης για την Απασχόληση, το 2002, οι αντικειμενικοί στόχοι είναι να εγκαθιδρυθούν ομαλότερες συνθήκες λειτουργίας των επιχειρήσεων και να βελτιωθούν οι συνθήκες για την οικολογική προστασία.

Η λήψη θεσμικών μέτρων για την απασχόληση, μέσα στα οποία υπάγεται και η αναδιάρθρωση του Οργανισμού Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ), στοχεύει στον εκμοντερνισμό, στη μεγαλύτερη ευελιξία και στην υιοθέτηση υπεύθυνων πρακτικών, όπως στην περίπτωση των προσλήψεων.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ) ορίζει την ΕΚΕ ως «τη συστηματική, οργανική και εθελοντική ενσωμάτωση από τις εταιρείες στην επιχειρηματική τους λειτουργία δραστηριοτήτων με κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική διάσταση, με ουσιαστική συνεισφορά προς το κοινωνικό σύνολο, σε συνεργασία με όλους τους συμμετόχους (stakeholders)». Τη δέχεται ως μια νέα αντίληψη στη διοίκηση των σύγχρονων επιχειρήσεων και τη συνδέει στενά με την προσέγγιση της τριπλής αρχής (triple bottom line approach) και τη βιώσιμη ή αειφόρο ανάπτυξη (sustainable development). Πρόσφατη εξέλιξη για τα ελληνικά δεδομένα στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αποτέλεσε η έκδοση από την Ετήσια Τακτική Συνέλευση των μελών του ΣΕΒ για το 2005 της «Χάρτας Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων». Μέσα στις δράσεις του Συνδέσμου για το 2005, Έτος Ανταγωνιστικότητας για την Ελλάδα, υπάγεται η Χάρτα, ένα κείμενο αρχών και αξιών, με στόχο να συμβάλει στη διαμόρφωση ενός πλαισίου συμπεριφοράς των επιχειρήσεων με βάση κοινές αξίες, στάσεις και αντιλήψεις, που θα αναδείξει το πρότυπο του σύγχρονου Έλληνα επιχειρηματία, θα συνεισφέρει στην αποτελεσματική συνεργασία όλων των κοινωνικών εταίρων και θα διευκολύνει τη δημιουργία και κοινή αποδοχή ενός σύγχρονου

περιβάλλοντος, κατάλληλου για την προώθηση της ανταγωνιστικότητας, της απασχόλησης και της κοινωνικής συνοχής (στρατηγικοί στόχοι της Διάσκεψης της Λισσαβόνας).

Με βάση τη Χάρτα η ευθύνη της επιχείρησης συνίσταται στα εξής:

1. Οφείλει να θέτει σε προτεραιότητα την επιβίωσή της, σεβόμενη το θεσμικό και νομικό πλαίσιο, να αναλαμβάνει με συνέπεια τις υποχρεώσεις της.
2. Να ανταποκρίνεται στις θεσμοθετημένες υποχρεώσεις της και να συμβάλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς, η οποία οδηγεί σε στρεβλώσεις της αγοράς και ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.
3. Η απόδοση εύλογου μερίσματος στους μετόχους της, η εφαρμογή των αρχών της εταιρικής διακυβέρνησης και η εκπλήρωση των υποχρεώσεων προς τους εργαζομένους της αποτελούν επιπλέον υποχρεώσεις της.
4. Οφείλει να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος του καταναλωτή.
5. Να επενδύει στη γνώση στο χώρο της εργασίας, στην κατάρτιση και δια βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.
6. Να συνεισφέρει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να εφαρμόζει ένα αξιολογικό 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.
7. Να πειθαρχεί στους κανόνες για την προστασία του καταναλωτή και να σέβεται το δικαίωμά του για παροχή ασφαλών, ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.
8. Έχει ευθύνη να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες παραγωγής και να καινοτομεί στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει.
9. Να σέβεται το περιβάλλον ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις των δράσεων της σε αυτό, να εφαρμόζει μέτρα πρόληψης καταστροφών, να προωθεί ενεργά την ανακύκλωση και να συμβάλει στην εξοικονόμηση ενέργειας.

10. Ως ενεργός εταιρικός πολίτης, πρέπει να δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα, η οποία αναγνωρίζει και εφαρμόζει τις αρχές της Χάρτας²⁵.

Ο ΣΕΒ στηρίζει την εταιρική κοινωνική ευθύνη μέσα από τις δράσεις του και προσπαθεί να ενισχύσει τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων. Ενθαρρύνει τα μέλη του να συμπεριλάβουν στην εταιρική τους στρατηγική θέματα της βιώσιμης ανάπτυξης, αξίες κοινωνικής ευθύνης, κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης, αρχές που να προωθούν την προστασία του περιβάλλοντος. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο συμμετείχε, μέσω της UNICE, στην πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία θεσμοθέτησε το Ευρωπαϊκό Πολυμερές Φόρουμ για την ΕΚΕ (European Multistakeholder Forum on CSR). Σε εθνικό επίπεδο, αποτελεί ιδρυτικό μέλος του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, και συμμετέχοντας στο Διοικητικό του Συμβούλιο, προωθεί τη διάδοση των καλών πρακτικών των επιχειρήσεων – μελών του Δικτύου. Επίσης, συμβάλει στην ευαισθητοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας για την κοινωνική δράση και τη συμβολή των επιχειρήσεων σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2000 με συμμετοχή άνω των 70 επιχειρήσεων και επιχειρηματικών φορέων. Έθεσε ως πρωταρχικό του στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας για τη σημασία της ΕΚΕ στη στρατηγική ανάπτυξης και λειτουργίας των σύγχρονων επιχειρήσεων στο νέο, διεθνοποιημένο περιβάλλον της αγοράς. Το Δίκτυο συστήνει στις ελληνικές επιχειρήσεις να προετοιμάζονται με σύστημα, υπευθυνότητα και αξιοπιστία. Επίσης, υποστηρίζει ενεργά την ανάπτυξη του διαλόγου σε εθνικό επίπεδο στα πρότυπα όσων ισχύουν σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Ο διάλογος αυτός θα μπορούσε να συμβάλει τόσο στη διεύρυνση της γνώσης και της εμπειρίας όσο και στην καλύτερη αξιολόγηση των ιδιαίτερων συνθηκών και προτεραιοτήτων στους επιμέρους τομείς της ΕΚΕ.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ²⁶ έχει διαμορφώσει τις συνθήκες για συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία του Υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, τη Γενική Γραμματεία Ισότητας, τη UNICEF και την Ύπατη Αρμοστεία του Ο.Η.Ε για τους πρόσφυγες. Εκτός από τη δράση του στο εθνικό πλαίσιο, το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ

²⁵ Syriopoulos, T, Merikas A. Corporate Social Responsibility: Risk and Return in Skouloudis A, Evangelinos K. Assessing non-financial reports according to the Global Reporting Initiative guidelines: Evidence from Greece. Journal of Cleaner Production 2009, online first.

²⁶ <http://www.csrhellas.gr/>

είναι ο εθνικός εκπρόσωπος και συνεργάτης του Ευρωπαϊκού Δικτύου για την EKE CSREurope, ενώ από το 2004 έχει προσυπογράψει την πρωτοβουλία του Ο.Η.Ε για το Οικουμενικό Σύμφωνο (UN Global Compact)²⁷.

Μέσα σε αυτά τα πλαίσια, κάνει αποδεκτό τον εξής ορισμό: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες)» Πρόσφατη εξέλιξη στον ελληνικό χώρο αποτελεί και η ίδρυση του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής. Στόχος του Σωματείου είναι η προώθηση των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής, της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Εταιρικής Διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, την ακαδημαϊκή κοινότητα και σε εθελοντικούς οργανισμούς. Το Ινστιτούτο φιλοδοξεί να παίξει σημαντικό ρόλο στο χώρο των επιχειρήσεων παρέχοντας υποστήριξη στους οργανισμούς και τους επαγγελματίες, έτσι ώστε να εφαρμόσουν ένα νέο τρόπο διοίκησης, με την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, ερευνητικών εργαλείων, εκπαίδευσης και διάδοσης καλών πρακτικών. Όραμα του αποτελεί η διάδοση και η καλλιέργεια ενός νέου τρόπου διοίκησης, ο οποίος θα έχει ως βάση του τις αξίες της επιχειρηματικής ηθικής, η δημιουργία ενός καθολικά αποδεκτού κώδικα επιχειρηματικής δεοντολογίας, καθώς και η αύξηση της γνώσης και ενημέρωσης σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής, εταιρικής ευθύνης και διακυβέρνησης στον ελληνικό χώρο. Μέλη του είναι εταιρείες και οργανισμοί, αλλά και επαγγελματίες του κλάδου και φοιτητές. Στις δραστηριότητές του περιλαμβάνονται η έκδοση περιοδικής ενημερωτικής έκδοσης (newsletter), που θα κυκλοφορεί κατά τακτά διαστήματα και θα αποστέλλεται στα μέλη του Σωματείου, η δημιουργία ενεργής ηλεκτρονικής λίστας συζήτησης (forum), η προσωπική επικοινωνία με τα μέλη και περιοδικές συναντήσεις, η συμμετοχή σε συνέδρια, επιστημονικές εκδηλώσεις και ημερίδες, με θέματα που σχετίζονται με την επιχειρηματική ηθική, την εταιρική κοινωνική ευθύνη και την εταιρική διακυβέρνηση, η συμμετοχή σε ευρωπαϊκά και παγκόσμια συνέδρια, η διοργάνωση σεμιναρίων για τα μέλη και για τις επιχειρήσεις και τέλος, η ανάπτυξη εργαλείων υποστήριξης σε θέματα επιχειρηματικής ηθικής.

Ο δημόσιος τομέας μπορεί να συμβάλει με τη μαζικότητα των αγορών του στην ανάπτυξη και διάδοση της Ε.Κ.Ε.. Η πρακτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στον

²⁷ http://www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/84oz_2007110184.php3

ευρύτερο δημόσιο τομέα είναι αρκετά αντιφατική αφού βρισκόμαστε ακόμη σε στάδιο μετεξέλιξης της αγοράς από την παρελθούσα μονοπωλιακή και προνομιακή υπέρ των δημοσίων επιχειρήσεων κατάσταση σε συνθήκες ελεύθερης αγοράς, όπου αναπτύσσεται ο ανταγωνισμός με αποτέλεσμα και οι εταιρίες του ευρύτερου δημόσιου τομέα να εκτίθενται στις ίδιες συνθήκες με αυτές των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Έτσι η κοινωνική ευθύνη βρίσκεται σε εμβρυακό στάδιο.

4.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ, ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Στα πλαίσια των Αρχών Εταιρικής Διακυβέρνησης του ΟΟΣΑ²⁸(1999) οι 44 συστάσεις της επιτροπής προς τις ελληνικές επιχειρήσεις καλύπτουν ζητήματα αναφορικά με το ρόλο των μετόχων στην εταιρική διακυβέρνηση, την επίτευξη μεγαλύτερης διαφάνειας στις διαδικασίες και το σχεδιασμό καταλλήλων κανόνων επιχειρηματικής ηθικής. Το 2002 το Υπουργείο Οικονομικών κατάρτισε έναν νέο νόμο εταιρικού δικαίου (No.3016/2002) και ενσωμάτωσε ένα μέρος των αρχών του συγκεκριμένου εθελοντικού κώδικα. Μια επιπλέον προσπάθεια για την ανάπτυξη της ΕΔ στην Ελλάδα, γίνεται μέσα από τη σύμπραξη του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ) και του Brunel Business School του πανεπιστημίου Brunel στο Ηνωμένο Βασίλειο που ένωσαν τις δυνάμεις τους με την υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας τον Ιανουάριο του 2007, δημιουργώντας το Ελληνικό Παρατηρητήριο Εταιρικής Διακυβέρνησης (ΠΕΔ) στην Ελλάδα. Το ΕΠΕΔ, εκδίδει περίπου δύο φορές το χρόνο Επιθεώρηση, προσφέροντας στους αναγνώστες ειδήσεις, εξελίξεις, αποτελέσματα ερευνών και άλλες πληροφορίες σχετικά με το νέο πεδίο μελέτης «Εταιρική Διακυβέρνηση και Διοικητικά Συμβούλια»²⁹.

Παράλληλα με αυτές τις εξελίξεις στην προσπάθεια σχεδιασμού ενός ολοκληρωμένου πλαισίου για την ΕΔ, μια σειρά από ερευνητικές εργασίες αξιολόγησε την επίδοση των ελληνικών επιχειρήσεων στο συγκεκριμένο πεδίο συγκριτικά με τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές.

²⁸ <http://www.opap.gr/web/corporate.opap.gr/182>

²⁹ <http://www.brunel.ac.uk/bbs>

Μεταξύ των κριτηρίων αξιολόγησης συμπεριλήφθηκαν και ορισμένα σχετικά με την προσέγγιση και τις δεσμεύσεις της υπό εξέταση εταιρείας για την ΕΚΕ³⁰.

Οι επιχειρήσεις που κατατάχθηκαν στις υψηλότερες θέσεις στη μελέτη των Tsiouri και Xanthakis (2004), πρότειναν να παραληφθούν από την μεθοδολογική προσέγγιση τα κριτήρια που σχετίζονται με τις συμβατικές υποχρεώσεις για την ΕΔ των εγχώριων εταιρειών, ώστε να εντοπιστούν οι οργανισμοί εκείνοι που πραγματικά εργάζονται για την προαγωγή βέλτιστων μηχανισμών ΕΔ. Η ανάλυση που πραγματοποιήθηκε βάσει αυτών των προτάσεων έδειξε ότι οι μεγάλης κεφαλαιοποίησης εταιρείες είναι αυτές που λειτουργούσαν με στόχο τη βέλτιστη επίδοση στο πεδίο της ΕΔ, με όλα τα πλεονεκτήματα που συνεπάγεται μια τέτοια στρατηγική.³¹

Το συγκεκριμένο συμπέρασμα επιβεβαιώνεται και από τους Florou και Galarniotis(2007) που εφάρμοσαν μια συγκριτική μελέτη των εισηγμένων στο ΧΑΑ (benchmark) έναντι τριών διακριτών επιπέδων ανάλυσης:

(α) βάσει των ελάχιστων απαιτήσεων για την ΕΔ της ελληνικής νομοθεσίας,

(β) βάσει των επιπλέον εθελοντικών συστάσεων του κώδικα της επιτροπής για την ΕΔ, και

(γ) βάσει διεθνών βέλτιστων πρακτικών όπως αυτές περιγράφονται από αντίστοιχο κώδικα ΕΔ του Ηνωμένου Βασιλείου.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ΕΔ στις ελληνικές εταιρείες σχετίζεται με το μέγεθος του οργανισμού. Το 65,5% των 274 από τις 340 εισηγμένες το 2003 στο ΧΑΑ, συμμορφωνόταν με τις ελάχιστες απαιτήσεις της ελληνικής νομοθεσίας.

Λαμβάνοντας όμως υπόψη τις εθελοντικές συστάσεις του σχετικού εθνικού κώδικα και τις διεθνείς βέλτιστες πρακτικές τα σχετικά ποσοστά ήταν πολύ χαμηλότερα. Οι ερευνητές αναφέρουν σχετικά με τα αποτελέσματα ότι:

Οι ελληνικές εταιρείες προφανώς δεν έχουν πλήρως αντιληφθεί τη σημασία της ΕΔ για την επίδοση του οργανισμού -

³⁰ Xanthakis M, Tsiouri L, Spanos L. The construction of a corporate governance rating system for a small open capital market: Methodology and applications in the Greek market

³¹ Tsiouri, L, Xanthakis M. Can Corporate be rated? Ideas based on the Greek experience. Corporate Governance: An International Review 2004

αντιθέτως, μάλλον αντιμετωπίζουν το συγκεκριμένο πεδίο επιχειρησιακής οργάνωσης ως ένα ακόμα αναπόφευκτο, πρόσθετο κόστος.³²

Στη διερεύνηση της σχέσης που μπορεί να έχει η επίδοση σε θέματα ΕΚΕ ενός οργανισμού στην χρηματοοικονομική επίδοσή του, δυο έρευνες έχουν συμβάλει σχετικά στον ελληνικό χώρο.

Οι Halkos και Sepetis(2007) επιχείρησαν να συνδέσουν την περιβαλλοντική πολιτική και διαχείριση ελληνικών επιχειρήσεων με την μετοχική αξία. Για να το πετύχουν, δημιούργησαν ένα πράσινο χαρτοφυλάκιο εταιρειών που είχαν να επιδείξουν χρηστή περιβαλλοντική επίδοση (πιστοποιημένες κατά ISO 14001 ή EMAS).³³

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι επιχειρήσεις που επέλεξαν να συμπεριλάβουν την περιβαλλοντική τους πολιτική στον ετήσιο χρηματοοικονομικό τους απολογισμό ή εθελοντικά δημοσίευαν ετήσιο απολογισμό ΕΚΕ παρουσίαζαν μια σχετική μείωση στη μεταβλητότητα της μετοχής, ιδίως αυτές κλάδων υψηλής περιβαλλοντικής όχλησης. Το μικρό δείγμα της έρευνας όμως δεν επιτρέπει ασφαλή, γενικευμένα συμπεράσματα.

Στο πλαίσιο αυτό, οι Skouloudis et al. (2009) πάντως επισημαίνουν πως η εισαγωγή διεθνώς αναγνωρισμένων δεικτών ΕΚΕ στην Ελλάδα (Accountability Rating και Business in the Community-BITC) μπορεί δυνητικά να συμβάλλει θετικά προς αυτή την κατεύθυνση ανάπτυξης των SRIs στην εγχώρια αγορά και την πιο αποτελεσματική διεξόδηση της ΕΚΕ στην εγχώρια εταιρική συμπεριφορά³⁴.

³² Florou A, Galarniotis A. Benchmarking Greek Corporate Governance against Different Standards. *Corporate Governance: An International Review* 2007; 15(5): 979-998

³³ Halkos GE, Evangelinos KI. Determinants of environmental management systems standards implementation: Evidence from Greek industry. *Business Strategy and the Environment* 2002

³⁴ http://www3.aegean.gr/environment/eeppd/General/%CE%95%CE%9A%CE%95%20report_2008_EEPPD.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΙΓΝΕΣΘΑΙ

5.1 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Τόσο η διατήρηση της ανάπτυξης όσο και η ποιοτική και ποσοτική βελτίωση της απασχόλησης είναι οι δύο προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπίσει η ΕΕ σε συνάρτηση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό και τη δημογραφική γήρανση για να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα του μοντέλου της ευρωπαϊκής κοινωνίας που βασίζεται στις ίσες ευκαιρίες, την υψηλή ποιότητα διαβίωσης, την κοινωνική ένταξη και ένα υγιές περιβάλλον. Για το σκοπό αυτό η Επιτροπή ζήτησε να γίνει μια νέα αρχή όσον αφορά την ημερήσια διάταξη της Λισσαβόνας με τη δρομολόγηση μιας «εταιρικής σχέσης για την ανάπτυξη και την απασχόληση» το Φεβρουάριο του 2005 και την ανανέωση της στρατηγικής για την αειφόρο ανάπτυξη το Δεκέμβριο του 2005. Για το λόγο αυτό, επίσης, οι επικεφαλής κρατών και κυβερνήσεων, ζήτησαν κατά την άτυπη σύνοδο Hampton Court τον Οκτώβριο του 2005, να δοθούν απαντήσεις με στοιχεία καινοτομίας για να εξασφαλιστεί ταυτόχρονα και η αντιμετώπιση της πρόκλησης του ανταγωνισμού αλλά και να κατοχυρωθούν οι ευρωπαϊκές αξίες³⁵.

Η αναθεωρημένη στρατηγική της Λισσαβόνας προάγει τη μεγέθυνση και την απασχόληση κατά τρόπο απόλυτα συνεπή με την αειφόρο ανάπτυξη που παραμένει ο κυρίαρχος μακροπρόθεσμος στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι επιχειρήσεις ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής μεγέθυνσης, της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της καινοτομίας, είναι οι πρωταγωνιστές όσον αφορά τις προσπάθειες για την επίτευξη των στόχων της Λισσαβόνας και της αειφόρου ανάπτυξης.

Η Ευρώπη χρειάζεται τις επιχειρήσεις για να εξακολουθήσει να κάνει αυτό που κάνει καλύτερα: να παράγει προϊόντα και να παρέχει υπηρεσίες με προστιθέμενη αξία για την κοινωνία και να αναπτύσσει το επιχειρηματικό πνεύμα και τη δημιουργικότητα κατά τρόπον ώστε να δημιουργείται προστιθέμενη αξία και απασχόληση. Ωστόσο, η Ευρώπη δεν χρειάζεται απλά και μόνο επιχειρήσεις αλλά κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις που

³⁵ <http://www.inegsee.gr/equal/equal2/nomothesia/euro/HAMPTON%20COURT.pdf>

αναλαμβάνουν το μερίδιο της ευθύνης τους για την ευρωπαϊκή επιχειρηματικότητα. Η Επιτροπή στο έγγραφο που κατέθεσε στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο το Μάρτιο του 2005, αναγνώρισε ότι η εταιρική κοινωνική ευθύνη *«μπορεί να διαδραματίσει βασικό ρόλο στην αειφόρο ανάπτυξη και παράλληλα να ενισχύσει το δυναμικό της Ευρώπης σε καινοτομία και ανταγωνιστικότητα»*. Στην «ατζέντα κοινωνικής πολιτικής»³⁶, η Επιτροπή εξήγγειλε ότι είχε την πρόθεση να παρουσιάσει, σε συνεργασία με τα κράτη μέλη και τα ενδιαφερόμενα μέρη, πρωτοβουλίες για την περαιτέρω ενίσχυση της ανάπτυξης και της διαφάνειας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Στην αναθεωρημένη στρατηγική για την αειφόρο ανάπτυξη, η Επιτροπή κάλεσε *«τους επιχειρηματίες και άλλους σημαντικούς παράγοντες της Ευρώπης να διενεργήσουν επειγόντως διαβουλεύσεις με τους πολιτικούς ηγέτες σχετικά με τις μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες πολιτικές που απαιτούνται για την αειφόρο ανάπτυξη και να προτείνουν φιλόδοξες επιχειρηματικές απαντήσεις που να υπερβαίνουν τις ισχύουσες ελάχιστες νομικές απαιτήσεις»*.

Το Μάρτιο του 2005 το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο υπογράμμισε ότι *«για να ενθαρρυνθούν οι επενδύσεις και να δημιουργηθεί ελκυστικό πλαίσιο για τις επιχειρήσεις και τους εργαζομένους, η Ευρωπαϊκή Ένωση οφείλει να ολοκληρώσει την εσωτερική της αγορά και να εξοπλιστεί μ' ένα ρυθμιστικό πλαίσιο ευμενέστερο προς τις επιχειρήσεις, οι οποίες με τη σειρά τους οφείλουν να αναπτύξουν κοινωνική υπευθυνότητα.»* Στις ολοκληρωμένες κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη και την απασχόληση (2005-8), το Συμβούλιο συνέστησε στα κράτη μέλη να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν εταιρική κοινωνική ευθύνη. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο συνέβαλε με αξιόλογες προτάσεις στο διάλογο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, ιδίως με τα ψηφίσματα του 2002 και του 2003³⁷.

Έχοντας αυτά υπόψη, η Επιτροπή μελέτησε την πρόοδο που έχει συντελεστεί στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην ΕΕ, με σκοπό να ευθυγραμμίσει την προσέγγισή της με τις προτεραιότητες και τις μεθόδους εργασίας της στρατηγικής για τη μεγέθυνση και την απασχόληση. Η Επιτροπή πιστεύει ότι οι δυνατότητες των επιχειρήσεων μπορούν και πρέπει να αξιοποιηθούν καλύτερα για τη στήριξη της αειφόρου ανάπτυξης και της στρατηγικής για τη μεγέθυνση και την απασχόληση. Με δεδομένα τα ανωτέρω και τις προτεραιότητες στην ετήσια έκθεση προόδου του 2006 για τη μεγέθυνση και την

³⁶ Επιτροπή των ευρωπαϊκών κοινοτήτων, Ανακοίνωση της επιτροπής στο Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο, Βρυξέλλες, 22.3.2006

³⁷ Επιτροπή των ευρωπαϊκών κοινοτήτων, Πραγμάτωση της εταιρικής σχέσης για τη μεγέθυνση και την απασχόληση, Βρυξέλλες, 22.3.2006

απασχόληση, η Επιτροπή καλεί τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις να «ανεβάσουν ταχύτητα» και να δραστηριοποιηθούν περισσότερο στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Με τον τρόπο αυτό η Επιτροπή επιθυμεί να δημιουργήσει ένα ευνοϊκότερο περιβάλλον για όλους τους συντελεστές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και να διερευνήσει, μαζί με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, τις δυνατότητες συμβολής της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην ανάπτυξη των ευρωπαϊκών κοινωνιών.

Οι πρακτικές στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης δεν αποτελούν πανάκεια και δεν μπορούν, από μόνες τους, να παραγάγουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Δεν αποτελούν υποκατάστατο της δημόσιας πολιτικής αλλά μπορούν να συνεισφέρουν στην επίτευξη πολλών στόχων δημόσιας πολιτικής, όπως:

- Στη διαμόρφωση πιο ολοκληρωμένων αγορών εργασίας και υψηλότερων επιπέδων κοινωνικής ένταξης, δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις με εταιρική κοινωνική ευθύνη επιδιώκουν να προσλαμβάνουν άτομα από λιγότερο πλεονεκτικές ομάδες.
- Σε επενδύσεις στην ανάπτυξη δεξιοτήτων, τη διά βίου μάθηση και την απασχολησιμότητα, που είναι απαραίτητες για την εξασφάλιση της ανταγωνιστικότητας στην παγκόσμια οικονομία της γνώσης και στην αντιμετώπιση της γήρανσης του ενεργού πληθυσμού στην Ευρώπη.
- Σε βελτιώσεις στη δημόσια υγεία ως αποτέλεσμα εθελοντικών πρωτοβουλιών των επιχειρήσεων σε τομείς όπως είναι η προώθηση προϊόντων (μάρκετινγκ) και η επισήμανση σε τρόφιμα και μη τοξικά χημικά προϊόντα.
- Στη βελτίωση των επιδόσεων στον τομέα της καινοτομίας, ιδίως όσον αφορά καινοτομίες που απαντούν σε κοινωνικά προβλήματα, ως αποτέλεσμα εντονότερης διάδρασης με εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη και δημιουργία εργασιακού περιβάλλοντος που προάγει την καινοτομία.
- Στην ορθολογικότερη χρήση των φυσικών πόρων και σε μειωμένα επίπεδα ρύπανσης, ιδίως χάρη σε επενδύσεις σε οικολογικά καινοτομικά προϊόντα και στην εθελοντική υιοθέτηση συστημάτων διαχείρισης και επισήμανσης φιλικών προς το περιβάλλον.
- Στη διαμόρφωση θετικότερης εικόνας για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες μέσα στην κοινωνία, γεγονός που μπορεί να βοηθήσει στην καλλιέργεια ευνοϊκότερων στάσεων απέναντι στην επιχειρηματικότητα.

- Στο μεγαλύτερο σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της προστασίας του περιβάλλοντος και των βασικών κανόνων εργασίας, ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Στη μείωση της φτώχειας και στην επίτευξη προόδου σε σχέση με τους στόχους της χιλιετίας για την ανάπτυξη.

5.2 Η ΕΥΡΩΠΗ ΠΟΛΟΣ ΑΡΙΣΤΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Αξιόλογη πρόοδος έχει συντελεστεί στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μετά το Μάρτιο του 2000 όταν το Συμβούλιο που πραγματοποιήθηκε στη Λισσαβόνα κάλεσε τις εταιρείες να δραστηριοποιηθούν στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Οι σημαντικότερες εξελίξεις από τότε ήταν η πράσινη βίβλος (2001), μια ανακοίνωση (2002), και η δημιουργία ενός ευρωπαϊκού πολυμερούς φόρουμ για την ευρωπαϊκή κοινωνική ευθύνη³⁸.

Το πολυμερές φόρουμ για την ευρωπαϊκή κοινωνική ευθύνη έφερε σε επαφή εκπροσώπους των επιχειρήσεων, των συνδικαλιστικών οργανώσεων και της κοινωνίας των πολιτών σε ένα σχήμα στο οποίο η Επιτροπή είχε ένα διαμεσολαβητικό ρόλο. Η Επιτροπή καλωσορίζει τις εργασίες του φόρουμ καθώς και την τελική έκθεση που υπέβαλε το φόρουμ τον Ιούνιο του 2004 και συμφωνεί με τα ενδιαφερόμενα μέρη στο εξής: εάν υλοποιηθούν πλήρως οι συστάσεις της έκθεσης από τους συντελεστές, αυτό θα βοηθήσει την Ευρώπη αλλά και γενικότερα στην προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Στο φόρουμ επιτεύχθηκε σε κάποιο βαθμό συναίνεση μεταξύ των συμμετεχόντων αλλά αναδείχθηκαν και οι σημαντικές διαφορές γνώμης μεταξύ των επιχειρήσεων και όσων εκπροσωπούν το μη επιχειρηματικό κόσμο. Η βάση για την αμοιβαία κατανόηση στην Ευρώπη σχετικά με το περιεχόμενο της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης ετέθη με τον ορισμό που έδωσε η Επιτροπή ως μια έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Στο πολυμερές φόρουμ για την εταιρική κοινωνική ευθύνη επιβεβαιώθηκε ο ορισμός αυτός και διερευνήθηκαν περαιτέρω το πεδίο εφαρμογής και τα όριά του. Στο φόρουμ επιτεύχθηκε επίσης συναίνεση σχετικά με την ανάγκη για μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση και για περισσότερες δραστηριότητες που θα αναπτύξουν τις ικανότητες των επιχειρήσεων στον τομέα αυτό. Δεν επιτεύχθηκε όμως

³⁸ http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_el.htm

συναίνεση για θέματα όπως η υποχρέωση αναφοράς των αποτελεσμάτων για τις εταιρείες ή η ανάγκη για ευρωπαϊκά πρότυπα στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Η ευαισθητοποίηση, η κατανόηση και η ανάληψη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης βελτιώθηκαν τα τελευταία χρόνια, εν μέρει χάρη στο πολυμερές φόρουμ και σε άλλες ενέργειες που υποστήριξε η Επιτροπή. Ταυτόχρονα, διάφορες πρωτοβουλίες από τις επιχειρήσεις και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη προώθησαν την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ευρώπη και παγκοσμίως. Ο κοινωνικός διάλογος, ιδίως σε τομεακό επίπεδο, αποδείχθηκε αποτελεσματικό μέσο για την προώθηση πρωτοβουλιών στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αλλά και οι ευρωπαϊκές επιτροπές επιχείρησης διαδραμάτισαν εποικοδομητικό ρόλο στην ανάπτυξη βέλτιστων πρακτικών στον τομέα αυτό.

Παρόλα αυτά, η ανάληψη, υλοποίηση και στρατηγική ενσωμάτωση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από ευρωπαϊκές επιχειρήσεις πρέπει να βελτιωθεί σε σημαντικό βαθμό. Ο ρόλος των εργαζομένων, των εκπροσώπων τους και των συνδικαλιστικών οργανώσεων στην ανάπτυξη και την υλοποίηση των πρακτικών στον τομέα της ευρωπαϊκής κοινωνικής ευθύνης πρέπει να ενισχυθεί. Εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των ΜΚΟ, καταναλωτών και επενδυτών, πρέπει να διαδραματίσουν ισχυρότερο ρόλο στην ενθάρρυνση και την ανταμοιβή υπεύθυνων επιχειρηματικών συμπεριφορών. Οι δημόσιες αρχές σε όλα τα επίπεδα πρέπει να βελτιώσουν τη συνέπεια των πολιτικών τους ως προς το στόχο της αειφόρου ανάπτυξης, της οικονομικής μεγέθυνσης και της δημιουργίας θέσεων εργασίας.

Το όραμα της ΕΕ για μακροχρόνια ευημερία, αλληλεγγύη και ασφάλεια εκτείνεται και στη διεθνή σφαίρα. Η Επιτροπή αναγνωρίζει τους δεσμούς μεταξύ της ανάληψης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην ΕΕ και διεθνώς, και πιστεύει ότι οι ευρωπαϊκές εταιρείες πρέπει να συμπεριφέρονται υπεύθυνα όπου και αν δραστηριοποιούνται, σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές αξίες και τους διεθνώς συμφωνημένους κανόνες και πρότυπα.

Η Επιτροπή προβληματίστηκε σχετικά με το πώς θα δώσει, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, νέα ώθηση ώστε να γίνει η Ευρώπη πόλος αριστείας σε θέματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Εξέτασε την τελική έκθεση του πολυμερούς φόρουμ, καθώς και τις απόψεις των ενδιαφερόμενων μερών που δεν είχαν καταγραφεί στην έκθεση. Η πρόκληση για την Επιτροπή συνίσταται στο να χαράξει μια νέα προσέγγιση που να εμπνέει περισσότερες επιχειρήσεις να αναλάβουν εταιρική κοινωνική ευθύνη, δεδομένου ότι αυτές πρωταγωνιστούν στον τομέα αυτό.

5.3 ΜΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΣΥΜΜΑΧΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Η Επιτροπή υποστηρίζει τη δημιουργία μιας ευρωπαϊκής συμμαχίας για τη εταιρική κοινωνική ευθύνη, όπως περιγράφεται στο έγγραφο που επισυνάπτεται στην παρούσα ανακοίνωση. Η συμμαχία είναι μια πολιτική ομπρέλα για νέες ή υπάρχουσες πρωτοβουλίες στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, που έχουν αναλάβει μεγάλες εταιρείες, ΜΜΕ και τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Η συμμαχία έχει ανοιχτό χαρακτήρα και καλούνται οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις κάθε μεγέθους να εκδηλώσουν εθελοντικά την υποστήριξή τους. Δεν είναι ένα νομικό μέσο και δεν πρόκειται για σύμβαση που θα υπογραφεί από τις επιχειρήσεις, την Επιτροπή ή τυχόν άλλη δημόσια αρχή. Δεν υπάρχουν επίσημες διατυπώσεις για την εκδήλωση στήριξης προς τη συμμαχία και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν θα τηρεί κατάλογο με τις εταιρείες που στηρίζουν τη συμμαχία. Η συμβολή της Επιτροπής στη συμμαχία θα είναι η περαιτέρω προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σύμφωνα με τα σημεία που αναφέρονται στο κεφάλαιο 5 της παρούσας ανακοίνωσης. Αυτό δεν συνεπάγεται οικονομικές υποχρεώσεις για την Επιτροπή.

Η Επιτροπή προσδοκά ότι η συμμαχία θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στη συμπεριφορά των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων όσον αφορά την εταιρική κοινωνική ευθύνη, καθώς και στη θετική δέσμευσή τους για κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Αναμένεται να δημιουργηθούν νέες συμπράξεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη αλλά και νέες ευκαιρίες, όσον αφορά τις προσπάθειες που καταβάλλονται για την προώθηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης· είναι συνεπώς ένα όχημα για την κινητοποίηση πόρων και ικανοτήτων από την πλευρά των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και των ενδιαφερόμενων μερών. Η εθελοντική δέσμευση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων απέναντι στη συμμαχία και ο υποστηρικτικός ρόλος της Επιτροπής, στο πλαίσιο των πολιτικών και των μέσων που διαθέτει, θα ενισχύσει την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μέσα στην ΕΕ και στο εξωτερικό. Τα αποτελέσματα της συμμαχίας θα πρέπει να εννοηθούν ως μια εθελοντική συμβολή των επιχειρήσεων στην επίτευξη των στόχων της ανανεωμένης στρατηγικής της Λισσαβόνας και της αναθεωρημένης στρατηγικής για την αειφόρο ανάπτυξη. Ωστόσο, τα αποτελέσματα αυτά θα εξαρτώνται από τη δέσμευση των ενδιαφερόμενων μερών τα οποία καλούνται να αξιοποιήσουν πλήρως τις ευκαιρίες που θα προσφέρει η συμμαχία.

Για την αύξηση της διαφάνειας, της προβολής και της αξιοπιστίας των πρακτικών στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η Επιτροπή ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις που στηρίζουν τη συμμαχία να ενημερώνουν σχετικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη όλα τα

ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτών, των επενδυτών και του ευρύτερου κοινού. Ειδικότερα οι μεγάλες εταιρείες πρέπει να επιδιώκουν να παρουσιάζουν τις στρατηγικές, τις πρωτοβουλίες και τα αποτελέσματα ή τις καλύτερες πρακτικές στον τομέα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κατά τρόπο ώστε το κοινό να έχει εύκολη πρόσβαση σε αυτά τα στοιχεία. Επιπροσθέτως, η Επιτροπή θα συνεχίσει να υποστηρίζει τα ενδιαφερόμενα μέρη όσον αφορά την ανάπτυξη της ικανότητάς τους να αξιολογούν και να αποτιμούν πρακτικές στον τομέα αυτό.

Η Επιτροπή αναγνωρίζει ότι χωρίς την ενεργό υποστήριξη και την εποικοδομητική κριτική από την πλευρά των ενδιαφερόμενων μερών που δεν αποτελούν τμήμα του επιχειρηματικού κόσμου, δεν θα ευδοκιμήσει το σχέδιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η υποστήριξη που θα προσφέρει η Επιτροπή στη συμμαχία δεν είναι υποκατάστατο του διαλόγου που θα πρέπει να συνεχιστεί με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η Επιτροπή εξακολουθεί να δεσμεύεται ως προς τη διευκόλυνση του εν λόγω διαλόγου, μεταξύ άλλων και με τις τακτικές συνεδριάσεις του πολυμερούς φόρουμ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ CSR

Στην Ελλάδα η έρευνα για την Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε για 4^η φορά από το Ινστιτούτο Επικοινωνίας, με τη συνεργασία του **Παντείου Πανεπιστημίου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών**.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 32 χώρες, από μεγάλους φορείς επικοινωνίας και έρευνας αγοράς σε κάθε χώρα, με την άδεια της канаδικής εταιρίας δημοσκοπήσεων **GlobeScan Inc.** η οποία ειδικεύεται σε θέματα διερεύνησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η έρευνα για την «Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 2007» διεξήχθη στην Ελλάδα τον Δεκέμβριο 2007 - Ιανουάριο 2008, σε δείγμα 1.001 πολιτών. Το τεχνικό μέρος της έρευνας έχει αναλάβει η MRB HELLAS³⁹.

³⁹ <http://instofcom.blogspot.com/2011/05/csr-2011-e.html>

Η ΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η έρευνα για την Υπεύθυνη Κατανάλωση και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συγκεντρώνει σημαντικά ευρήματα για τους Έλληνες καταναλωτές και τον τρόπο που αντιμετωπίζουν τις εταιρείες και τα προϊόντα τους.

Πιο συγκεκριμένα, **22%** των Ελλήνων καταναλωτών, στην 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 17,1% έχει σκεφτεί να το πράξει (39,1 % συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία).

Η ενσυνείδητη πράξη επιβράβευσης ή η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας (39,1%) σημειώνει πτώση 12% σε σύγκριση με τη έρευνα CSR 2007(51,1%).

Σταθερή καταγράφεται ωστόσο η συχνότητα με την οποία εκδηλώνεται η ενσυνείδητη πράξη επιβράβευσης κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων (61,4% σήμερα – 64,9% το 2007).

Αντίστοιχα, το **37,1%** των Ελλήνων καταναλωτών, στην 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 21% έχει σκεφτεί να το πράξει (58,1% συνολικά - έχει πράξει και έχει σκεφτεί να τιμωρήσει μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρεία).

Η ενσυνείδητη πράξη «τιμωρίας» ή η αντίστοιχη σκέψη μιας τέτοιας ενέργειας παραμένει σε υψηλά ποσοστά με πάνω από τους μισούς Έλληνες να δηλώνουν *πρόθεση τιμωρίας*. (από 15,9%/CSR 2004 σε 30,9% /CSR 2005 σε 64,9%/ το 2007 σε 58,1% το 2008)

Στη δημογραφική ανάλυση των υπεύθυνων πολιτών/ καταναλωτών μεγαλύτερη *υπευθυνότητα* παρουσιάζεται σε νεότερες ηλικίες, ανώτερης και ανώτατης μόρφωσης, **κάτοικων Αθήνας και Θεσσαλονίκης⁴⁰**.

[ως προς την επιβράβευση 22%: 15-24 (30,2%) 35-44 (28,3%) με ανώτερα και ανώτερα επίπεδα μόρφωσης (25,7% και 26,8% αντίστοιχα), κάτοικοι Αθηνών 27,8%]

[ως προς την «τιμωρία» 37,1%: 35-44 (42,2%) 45-54 (43%), με ανώτερα και ανώτερα επίπεδα μόρφωσης (46,6% και 43,6% αντίστοιχα), κάτοικοι Αθηνών 45,7% και Θεσσαλονίκης 44,2%]

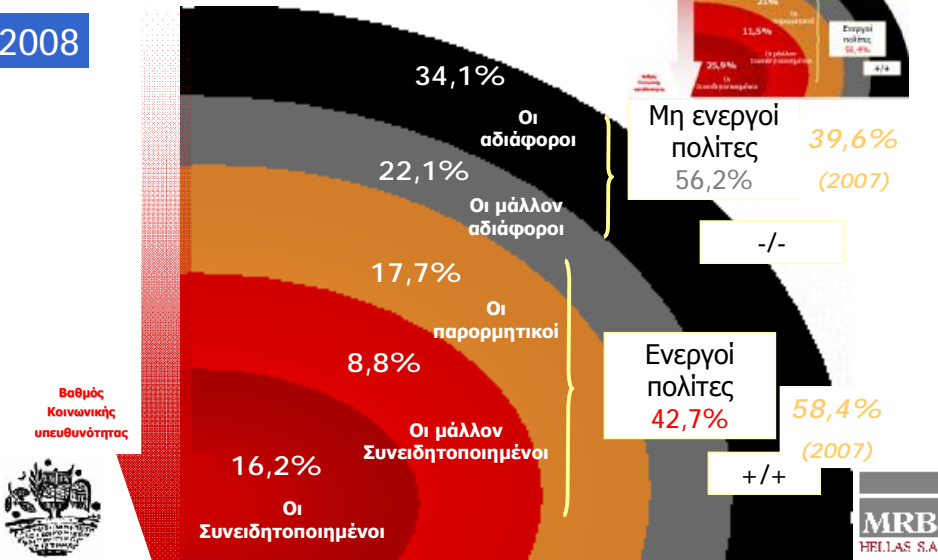
Ανάλογα με τον βαθμό κοινωνικής υπευθυνότητας απέναντι στις επιχειρήσεις δημιουργήθηκαν 5 κοινά τα οποία και αποτυπώνονται στο γράφημα που ακολουθεί.

⁴⁰=<http://www.instofcom.gr/?bGlzdF9pdGVtX2lkPTE1NyZwYWdlX2lkPTE0Jmxhbmc9R1Im>



Δημιουργία 5 επιμέρους κοινών ανάλογα με τον βαθμό κοινωνικής υπευθυνότητας απέναντι στις επιχειρήσεις

2008



Συνολικά, σε σχέση με τον βαθμό κοινωνικής υπευθυνότητας, το 42,7% των ερωτηθέντων δηλώνουν «ενεργοί πολίτες» (58,4% το 2007) με θετική ή αρνητική δράση απέναντι στις εταιρείες, και 56,2% των ερωτηθέντων δηλώνουν «μη ενεργοί/αδιάφοροι πολίτες» (39,6% το 2007).

Στην ανάλυση των παραπάνω στοιχείων, και της σχετικής μείωσης της ενσυνείδητης πράξης – θετικής ή αρνητικής – των πολιτών καταναλωτών είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι σε σχέση με το προηγούμενο έτος δημοσιοποιήθηκαν και απασχόλησαν την κοινή γνώμη συγκριτικά λιγότερα γεγονότα που αφορούσαν σε διατροφικά σκάνδαλα, προβληματικά προϊόντα, εναρμονισμένες πρακτικές εταιρειών κα, γεγονός το οποίο σε μεγάλο βαθμό μπορεί να ερμηνεύσει την υπεύθυνη στάση του Έλληνα καταναλωτή απέναντι στις εταιρείες στη φετινή μέτρηση.

Ωστόσο, η καταγεγραμμένη μείωση σε σχέση με τον βαθμό κοινωνικής υπευθυνότητας θα πρέπει επίσης να συνδεθεί - και σε μεγάλο βαθμό - να αποδοθεί στην επιφύλαξη και δυσπιστία που διατυπώνουν οι καταναλωτές όσον αφορά στον υπεύθυνο ρόλο που εμφανίζουν οι εταιρείες απέναντι στην κοινωνία και τα συνολικά κίνητρά τους, όπως παρατίθεται αναλυτικά παρακάτω.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Αξιολόγηση εταιρειών

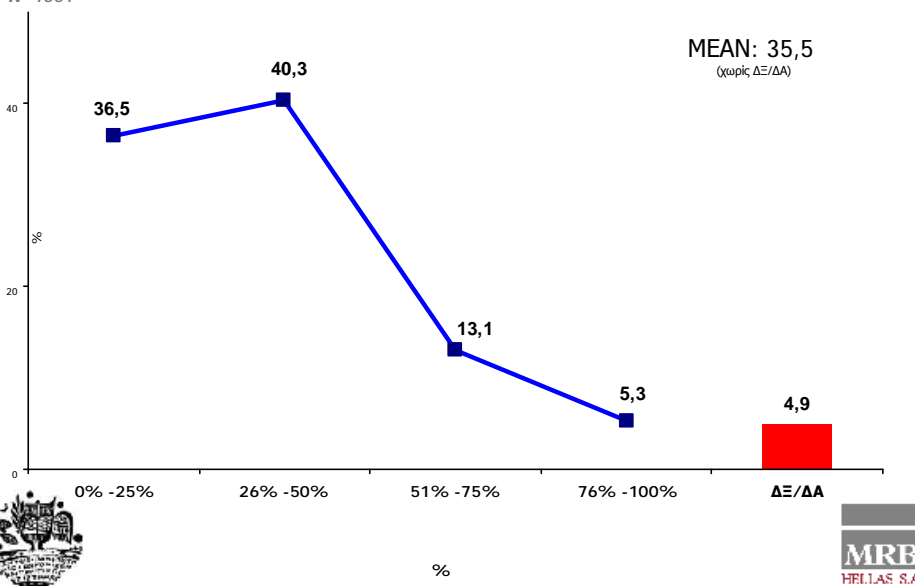
Περισσότεροι του ενός στους 3 ερωτηθέντες (36,5%) θεωρεί ότι το ποσοστό που οι μεγάλες εταιρείες που λειτουργούν στη χώρα μας κάνουν ότι καλύτερο μπορούν για να είναι πιο υπεύθυνες απέναντι στην ευρύτερη κοινωνία κυμαίνεται κάτω του 25% (ως προς την δημογραφική ανάλυση: άνδρες, ηλικίες 45-54&55-64, ανώτατης μόρφωσης, κάτοικοι Αθήνας.)



N= 1001

Πόσο υπεύθυνες απέναντι στην κοινωνία είναι οι εταιρείες;

Σε τι ποσοστό (με βάση το 100%) οι μεγάλες εταιρείες που λειτουργούν στη χώρα μας πιστεύετε ότι κάνουν ότι καλύτερο μπορούν για να είναι πιο υπεύθυνες απέναντι στην ευρύτερη κοινωνία;



Με έντονη επιφύλαξη επίσης οι ερωτώμενοι αντιμετωπίζουν την **κοινωνική & περιβαλλοντική ευαισθησία** που επιδεικνύουν οι εταιρείες. Η δυσπιστία αυτή καταγράφεται από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (70,7%) που διαφωνεί με την άποψη ότι *«Οι περισσότερες εταιρείες αφουγκράζονται το κοινωνικό σύνολο και ανταποκρίνονται στις ανησυχίες του σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα.»*

Επίσης, ακόμη εντονότερη δυσπιστία εκδηλώνει η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ως προς τους **λόγους δράσης και ως προς την ειλικρίνεια σε σχέση με την κοινωνική και περιβαλλοντική δράση των εταιρειών.**

Πιο συγκεκριμένα, το 86,2% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι **οι εταιρείες δείχνουν ένα κοινωνικό πρόσωπο για να βελτιώσουν την εταιρική τους εικόνα** και όχι γιατί θέλουν να συμβάλλουν θετικά στο κοινωνικό σύνολο.

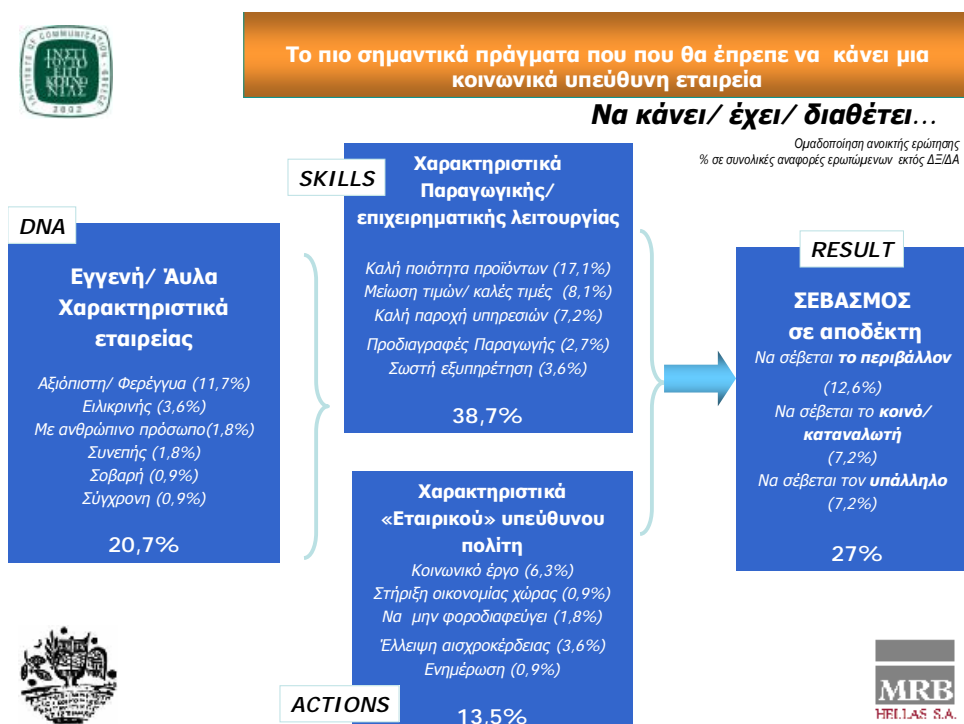
Ομοίως, το 77,6% των ερωτηθέντων διαφωνεί με **την ειλικρίνεια και την τιμιότητα της κοινωνικής και περιβαλλοντικής δραστηριότητας των εταιρειών** (αύξηση 35,9% από CSR 2005).

Σε σχέση με την προσπάθεια συγκεκριμένων εταιρειών να βελτιώσουν την κοινωνική και περιβαλλοντική τους συμπεριφορά και να προσφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, το 70,2% των ερωτηθέντων έχει ακούσει λίγα ή τίποτα και αντίστοιχα το 72,7% του συνόλου των ερωτηθέντων δηλώνει το ενδιαφέρον του να μάθει περισσότερα για την κοινωνική υπευθυνότητα των εταιρειών.

ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Ο Έλληνας καταναλωτής θεωρεί, ερωτώμενος σε αυθόρμητο επίπεδο, ότι οι εταιρείες - πρωταρχικά- θα πρέπει να είναι υπεύθυνες για θέματα που σχετίζονται με την καλή ποιότητα των προϊόντων, τον σεβασμό του περιβάλλοντος και την αξιόπιστη και φερέγγυα εικόνα της εταιρείας.

Πιο συγκεκριμένα, όπως παρατίθεται στο γράφημα που ακολουθεί, μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία θα έπρεπε να κάνει/ να έχει / να διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:



Το 69,4% των ερωτηθέντων πιστεύει επίσης ότι οι εταιρείες θα πρέπει να συμβάλλουν ενεργά στην δημιουργία μιας καλύτερης κοινωνίας και να κινηθούν πέρα από τον παραδοσιακό τους ρόλο- δηλαδή στο «να επικεντρώνουν στο κέρδος, να πληρώνουν φόρους και να παρέχουν εργασία όπως ορίζουν οι νόμοι».

Διχασμένοι ως προς τον ρόλο των μεγάλων εταιρειών στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων εμφανίζονται οι ερωτηθέντες με το 51,7% από αυτούς να συμφωνεί οριακά με την άποψη ότι οι εταιρείες δεν θα έπρεπε να εμπλέκονται άμεσα στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων στην κοινωνία μας, **εκδηλώνοντας ίσως με τον τρόπο αυτό την δυσπιστία τους ως προς την αρμοδιότητα, την δικαιοδοσία και τις «ευγενείς» προθέσεις των εταιρειών να επιλύσουν κοινωνικά προβλήματα.**

Η δημογραφική ανάλυση του κοινού αυτού παρουσιάζεται ως εξής **άνδρες μεγαλύτερης ηλικίας, κατοίκους αγροτικών περιοχών, κατώτερης μόρφωσης.**

Η συμφωνία με την παραπάνω άποψη τοποθετεί την Ελλάδα στην 3η θέση στην κατάταξη των 32 χωρών, που έχει διενεργηθεί η έρευνα CSR 2008. Είναι σημαντικό επίσης να σημειωθεί ότι η συμφωνία με τη μη εμπλοκή των εταιρειών στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων σημειώνει αύξηση 18,5 ποσοστιαίων μονάδων σε σύγκριση με τη έρευνα CSR 2004 (από 33,2% /CSR 2004 σε 51,7% CSR 2008).

Σε σχέση με την ανάγκη δημιουργίας από την Κυβέρνηση νόμων που θα υποχρέωναν τις εταιρείες να εργαστούν για μια καλύτερη κοινωνία ακόμα και αν αυτό οδηγούσε σε υψηλότερες τιμές προϊόντων & λιγότερες θέσεις εργασίας το 51% του συνόλου των ερωτηθέντων συμφωνεί με την άποψη αυτή και το 42,4% να διαφωνεί. Στο σημείο αυτό, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η διαφωνία με την άποψη για ενδεχόμενη αύξηση της τιμής των προϊόντων και μείωση των θέσεων εργασίας από τις εταιρείες ως *αντίτιμο* για την δημιουργία μιας καλύτερης κοινωνίας παρουσιάζει σημαντική άνοδο (από 25,2% /CSR 2004 σε 25,8% CSR 2005 σε 42,4% CSR 2008).

Διαγράφεται η αρνητική τάση του Έλληνα καταναλωτή να μην δέχεται την οποιαδήποτε «μετακύληση» της κοινωνικής υπευθυνότητας των εταιρειών εις βάρος δικό του.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ/ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΛΑΔΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

Σύμφωνα με τους Έλληνες καταναλωτές, ο κλάδος που ανταποκρίνεται καλύτερα στις κοινωνικές του υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία είναι αυτός των εταιρειών Τροφίμων/ Ποτών/ Εστιατορίων γρήγορης εστίασης (17,8%).

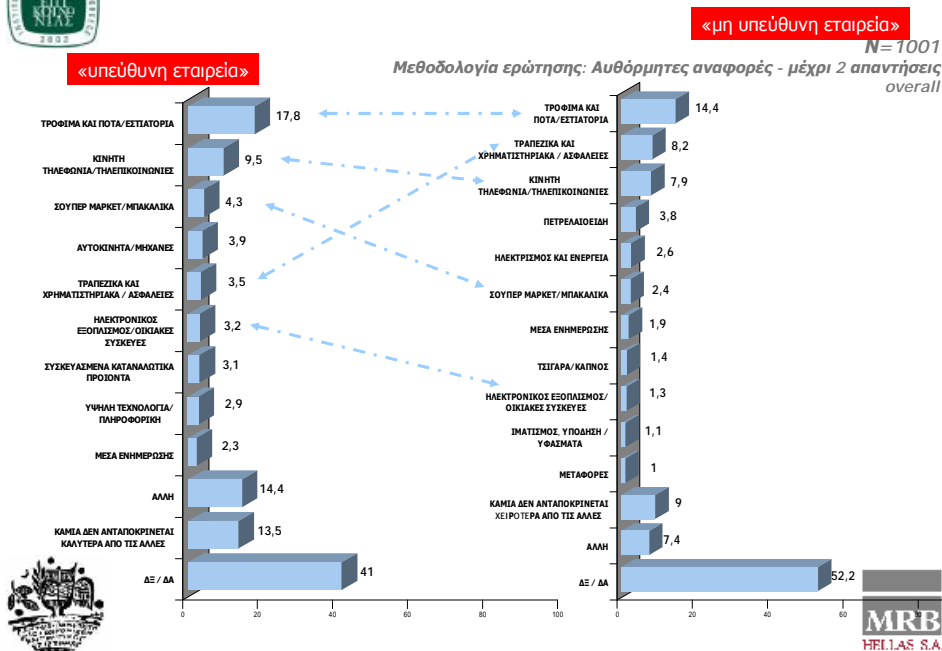
Άλλοι κλάδοι εταιρειών που **ανταποκρίνονται καλύτερα** στις υποχρεώσεις τους απέναντι στην κοινωνία είναι αυτοί των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας /τηλεπικοινωνιών (9,5%), των σούπερ μάρκετ- μακακάικα (4,3%) και των αυτοκινήτων /μηχανών/ αυτοκινητοβιομηχανιών (3,9%).

Αντίστοιχα, σύμφωνα με το καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας, ο κλάδος που **δεν ανταποκρίνεται** καλύτερα στις κοινωνικές του υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία είναι ομοίως ο κλάδος των εταιρειών Τροφίμων/ Ποτών/ Εστιατορίων γρήγορης εστίασης (14,4%).

Άλλοι κλάδοι εταιρειών που δεν ανταποκρίνονται στις υποχρεώσεις τους είναι αυτοί των τραπεζών/ ασφαλειών (8,2%), των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας /τηλεπικοινωνιών (7,9%), τα πετρελαιοειδή (3,8%) και των εταιρειών παροχής ηλεκτρισμού (2,6%).



ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ: Αξιολόγηση Εταιρειών αυθόρμητα



CSR

Ο ΕΛΛΗΝΑΣ ΠΟΛΙΤΗΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΜΕ

Τα θέματα για τα οποία θα έπρεπε να θεωρούνται υπεύθυνα τα ΜΜΕ και τα οποία διερευνήθηκαν στην παρούσα έρευνα είναι τα εξής:

- ⊖ Παραγωγή ποιοτικών εκπομπών/ ρεπορτάζ.
- ⊖ Παραγωγή αξιόπιστων ειδήσεων
- ⊖ Παροχή πεδίου διαλόγου και συζήτησης.
- ⊖ Παρακίνηση των πολιτών για ενεργή συμμετοχή στα κοινά.
- ⊖ Αξιολόγηση και άσκηση κριτικής σε εκείνους που διαθέτουν εξουσία και ισχύ
- ⊖ Δημοσιοποίηση υποθέσεων που σχετίζονται με την κατάχρηση εξουσίας.
- ⊖ Αξιολόγηση και άσκηση κριτικής σε επιχειρήσεις και δημόσιους φορείς.
- ⊖ Λογοδοσία και έκδοση κοινωνικών απολογισμών.
- ⊖ Υποστήριξη φιλανθρωπικών και λοιπών κοινωνικών έργων.
- ⊖ Κάλυψη θεμάτων κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης
- ⊖ Διαμόρφωση περιβαλλοντικής κουλτούρας.
- ⊖ Να είναι σωστός εργοδότης, να σέβεται τα εργασιακά δικαιώματα
- ⊖ Να χρησιμοποιεί φιλικά προς το περιβάλλον υλικά.
- ⊖ Να συμμετέχει σε περιβαλλοντικά προγράμματα.

Τα ΜΜΕ θα έπρεπε να θεωρούνται υπεύθυνα	(Συμφωνώ απόλυτα+ Μάλλον Συμφωνώ) %
Για την παραγωγή αξιόπιστων ειδήσεων	86,1
Για την παραγωγή ποιοτικών εκπομπών/ ρεπορτάζ	85,2
Να είναι σωστός εργοδότης, να σέβεται τα εργασιακά δικαιώματα	81,7
Για τη δημοσιοποίηση υποθέσεων που σχετίζονται με την κατάχρηση εξουσίας	79,1
Να χρησιμοποιούν φιλικά προς το Περιβάλλον υλικά	80,2
Για την κάλυψη θεμάτων Κοινωνικής και Περιβαλλοντικής ευθύνης	78,9
Για την αξιολόγηση και άσκηση κριτικής σε εκείνους που διαθέτουν εξουσία και ισχύ	77,2
Να συμμετέχουν σε Περιβαλλοντικά προγράμματα	75,9
Για την παροχή πεδίου διαλόγου και συζήτησης	74,5
Για τη διαμόρφωση Περιβαλλοντικής κουλτούρας	73,1
Για την υποστήριξη φιλανθρωπικών και λοιπών κοινωνικών έργων	73,8
Για την αξιολόγηση και άσκηση κριτικής σε επιχειρήσεις και δημόσιους φορείς	71,9
Για την παρακίνηση των πολιτών για ενεργή συμμετοχή στα κοινά	71,4
Για τη λογοδοσία και έκδοση Κοινωνικών Απολογισμών	65,0

2. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Απόψεις για τα ΜΜΕ	(Συμφωνώ απόλυτα+ Μάλλον Συμφωνώ) %
Το θέμα της υπευθυνότητας των ΜΜΕ απέναντι στην κοινωνία είναι πολύ σημαντικό στην εποχή μας.	95,7
Τα ΜΜΕ θα έπρεπε να εκδίδουν κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς απολογισμούς στους οποίους να αναφέρουν τις αξίες, τις δεοντολογικές αρχές τους, τις οικονομικές πηγές τους, το κοινωνικό και περιβαλλοντικό έργο τους.	93,2
Υπάρχει στενή σχέση αλληλεξάρτησης ανάμεσα στα ΜΜΕ και στην πολιτική εξουσία και αυτό φαίνεται στο περιεχόμενο και στην ποιότητα των προγραμμάτων, των ρεπορτάζ και των ειδήσεων.	92,0
Υπάρχει στενή σχέση αλληλεξάρτησης ανάμεσα στα ΜΜΕ και στις διαφημιστικές εταιρείες και τους διαφημιζόμενους και αυτό φαίνεται στο περιεχόμενο και στην ποιότητα των προγραμμάτων, των ρεπορτάζ και των ειδήσεων.	92,5
Τα ΜΜΕ, τύπος και τηλεόραση, συνήθως προσπαθούν να καλύψουν τα λάθη τους παρά να τα παραδεχτούν δημόσια	91,7
Οι κυβερνήσεις διστάζουν να λάβουν και να εφαρμόσουν τα αναγκαία ρυθμιστικά μέτρα ώστε τα ΜΜΕ να λειτουργούν με διαφάνεια και υπευθυνότητα	91,1
Ως πολίτης αισθάνομαι ότι μπορώ να καταλάβω πότε οι ειδήσεις είναι ανακριβείς και μεροληπτικές	91,8
Ελάχιστα πιέζουν οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι ώστε τα ΜΜΕ να γίνουν πιο υπεύθυνα στη λειτουργία τους και στη παραγωγή των προγραμμάτων και των ειδήσεων.	81,1
Τα Μέσα Ενημέρωσης αποτελούν έναν ανεξάρτητο, κοινωνικό θεσμό και θα πρέπει μόνος του να τηρεί αυστηρά έναν κώδικα δημοσιογραφικής και επιχειρηματικής δεοντολογίας, δηλαδή να αυτορυθμίζεται χωρίς εξωτερικές παρεμβάσεις	76,6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη περιλαμβάνει όλες τις δράσεις κοινωνικού χαρακτήρα αλλά και την προβολή τους. Οι Έλληνες καταναλωτές έχουν ανταμείψει τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες είτε μέσω της αγοράς του προϊόντος τους είτε μέσω θετικών σχολίων για τις συγκεκριμένες εταιρείες ενώ αντιστρόφως δείχνουν να έχουν μειώσει τις αγορές τους σε προϊόντα μη κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων. Αυτό έχει αντίκτυπο στη βελτίωση της φήμης των επιχειρήσεων καθώς και στη βελτίωση των δημοσίων σχέσεων τους.

Οι Έλληνες καταναλωτές θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις οφείλουν να έχουν κοινωνικές δράσεις. Όταν συγκλίνουν οι δράσεις και η προβολή σε κοινό μήνυμα τότε θα λέγαμε ότι είναι υψηλής θεματικής απόδοσης η προβολή αυτών των επιχειρήσεων. Ο κλάδος που έχει τη μεγαλύτερη κοινωνική υπευθυνότητα είναι των εταιρειών Τροφίμων/ Ποτών/ Εστιατορίων γρήγορης εστίασης. Προφανώς η παραπάνω άποψη δρα θετικά στην αύξηση των πωλήσεων οι οποίες δύναται να οδηγήσουν σε βελτίωση των επενδυτικών ευκαιριών τους.

Οι προσδοκίες των καταναλωτών κινούνται κυρίως στο πλαίσιο την ανάληψης κοινωνικής ευαισθησίας από μέρους των επιχειρήσεων ενώ θεωρούν ότι και τα ΜΜΕ πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές- κοινό με εκπομπές που θα αυξήσουν και θα προβάλλουν την κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα, ενώ θέτουν και τον παράγοντα «πολιτεία» υπεύθυνο για την ανάκαμψη της περιβαλλοντικής ευαισθησίας επιχειρήσεων ΜΜΕ. Έτσι αυξάνεται η θετική στάση των καταναλωτών ως προς τα ΜΜΕ.

Οι εταιρίες που λειτουργούν στη χώρα μας, κάνουν ότι καλύτερο μπορούν για να είναι πιο υπεύθυνες απέναντι στην ευρύτερη κοινωνία. Η επιχείρηση προβάλλεται ως φορέας έκφρασης εταιρικής δραστηριότητας και δράσης εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Αυτό έχει σαν αντίκτυπο την διατήρηση και ικανοποίηση των υπαλλήλων που είναι πολύ σημαντικός παράγοντας για κάθε επιχείρηση καθώς και την αύξηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο όρος «εταιρική κοινωνική ευθύνη» εκφράζει ένα σύνολο δράσεων που οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν στο πλαίσιο αντιμετώπισης κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων. Εντάσσεται στην φιλοσοφία της ηθικής συμπεριφοράς των επιχειρήσεων ιδιαίτερα σε σχέση με το κοινωνικό σύνολο στο οποίο δραστηριοποιούνται. Όπως και άλλες έννοιες έτσι και η εταιρική κοινωνική ευθύνη, προσεγγίζεται από διάφορους ορισμούς, στους οποίους μπορούμε να εντοπίσουμε διαφορετικούς προσανατολισμούς που κινούνται γύρω από τη βιώσιμη ανάπτυξη, τον εθελοντικό χαρακτήρα της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και την ανάπτυξη σε κοινωνικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό επίπεδο.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Θανόπουλος Ν., Γιάννης, «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Interbooks, Αθήνα 2003.
- Επιτροπή των ευρωπαϊκών κοινοτήτων, Ανακοίνωση της επιτροπής στο Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο, Βρυξέλλες, 22.3.2006
- Επιτροπή των ευρωπαϊκών κοινοτήτων, Πραγμάτωση της εταιρικής σχέσης για τη μεγέθυνση και την απασχόληση, Βρυξέλλες, 22.3.2006
- Κουλουγλιώτης Ν. (1992), «Επιχείρηση και κοινωνία, ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης», Αθήνα, Σύγχρονη εκδοτική
- Τσιραμπίδου Σ. 2003. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Η επιχείρηση ως καλός πολίτης. 9ος Πανελλήνιος Φοιτητικός Διαγωνισμός του περιοδικού Οικονομική Βιομηχανική Επιθεώρηση

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agle,(1999) Internal Organasational Factors , influencing voluntary CSR disclosure
- Commission of the European Communities 2001
- Cowton, Cristopher & Crisp, Roger, "Business Ethics - Perspectives on the practice of theory", Oxford University Press, Oxford 1998
- Florou A, Galarniotis A. Benchmarking Greek Corporate Governance against Different Standards. Corporate Governance: An International Review 2007; 15(5): 979-998
- Freeman (1984). «Change in organizations». Στο Warr, P. (ed.), Psychology at work, 3rd Ed. Harmondsworth: Penguin
- Freeman, R.E. 2008. Διαχείριση των κοινοτικών μετοχών. Αφιέρωμα Βήμα Ιδεών, Τεύχος 4/4/2008

Halkos GE, Evangelinos KI. Determinants of environmental management systems standards implementation: Evidence from Greek industry. *Business Strategy and the Environment* 2002

Hammill, (1991). told-p-2 test of language development-primary. pro-ed

Hancock, J. 2004. Investing in Corporate Social Responsibility. A guide to Best Practice. *Business Planning & the UK's Leading Companies*. FTSE, Great Britain

Pava S. 1996 'Dimensions of corporate social performance: an analytic framework'

Perin,i F. Pogutz, S. Tencati, A. 2006. New Tools to Forester Corporate Socially Responsible Behavior. *Journal of Business*, Vol 53

Post James E., Lawrence Anne T., Weber James (1999), "Business and society, corporate strategy, public policy, ethics", 9 thedition, Boston, Irwin McGraw – Hill

Suchman (1995) *Managing Legitimacy*

Syriopoulos, T, Merikas A. Corporate Social Responsibility: Risk and Return in Skouloudis A, Evangelinos K. Assessing non-financial reports according to the Global Reporting Initiative guidelines: Evidence from Greece. *Journal of Cleaner Production* 2009, online first.

Tsipouri, L, Xanthakis M. Can Corporate be rated? Ideas based on the Greek experience. *Corporate Governance: An International Review* 2004

Xanthakis M, Tsipouri L, Spanos L. The construction of a corporate governance rating system for a small open capital market: Methodology and applications in the Greek market

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=5122

European Commission, 2004

www.europa.eu

Commission of the European Communities 2001.

www.csrquest.net

<http://instofcom.blogspot.com/2011/05/csr-2011-e.html>

http://europa.eu/documentation/official-docs/green-papers/index_el.htm

<http://www.inegsee.gr/equal/equal2/nomothesia/euro/HAMPTON%20COURT.pdf>

http://www3.aegean.gr/environment/eppd/General/%CE%95%CE%9A%CE%95%20report_2008_EPPD.pdf

<http://www.brunel.ac.uk/bbs>

<http://www.opap.gr/web/corporate.opap.gr/182>

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

http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=5122

http://www.csrhellas.org/csr_last2/portal/gr/misc/84oz_2007110184.php3

<http://www.instofcom.gr/?bGlzdF9pdGVtX2lkPTE1NyZwYWdlX2lkPTE0Jmxhbmc9R1Im>