

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ (Τ.Ε.Ι.)

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ : Λογιστικής

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ



**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ :Θεώνη Ντρενογιάννη
Περσεφώνη Δάρμα**

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ :Ηλίας Αλεξόπουλος

Πάτρα 2012

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR) αποτελεί έννοια όλο και περισσότερο συνδεδεμένη κατά την τελευταία δεκαετία με την εικόνα των επιχειρήσεων. Προέκυψε ως συνεπακόλουθο των αυξημένων περιβαλλοντικών και κοινωνικών απαιτήσεων της σύγχρονης πραγματικότητας, της φιλοσοφίας του ότι η επιχείρηση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την κοινωνία εντός της οποίας δραστηριοποιείται, καθώς και των αυξημένων προσδοκιών των stakeholders (ενδιαφερόμενα μέρη) από τις επιχειρήσεις.

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για να οριστεί η έννοια της Ε.Κ.Ε., και οι ορισμοί αυτοί κυμαίνονται μεταξύ των εννοιών υπευθυνότητας, κοινωνικής ευσυνειδησίας, ευαισθησίας, ανθρωπιάς, συνείδησης, επιχειρηματικής ηθικής κ.ο.κ. Παράλληλα, υπάρχει η φιλοσοφία του “dropping the S” ως περιττό από τον ορισμό CSR, με την έννοια ότι έτσι ο ορισμός θα πάψει να εστιάζει μόνο στον παράγοντα «κοινωνία», αφού ούτως ή άλλως η έννοια αυτή είναι αυτονόητη για την Εταιρική Υπευθυνότητα (φιλοσοφία που ενστερνίζεται το παρόν πόνημα). Στην έννοια της ΕΚΕ σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι stakeholders του Οργανισμού, όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη που επιδρούν σε ή/και επηρεάζονται από τους στόχους της εταιρείας, όπως και η triple bottom line της, οι προσεγγίσεις της ΕΚΕ πάνω σε οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική βάση επίτευξης στόχων.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται το θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, μιας έννοιας που συνδέεται όλο και περισσότερο με την εικόνα των επιχειρήσεων, τόσο σε τοπικό/περιφερειακό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Στόχος της εργασίας είναι να προσφέρει στους αναγνώστες μια σφαιρική ενημέρωση, σχετικά με την έννοια και την εφαρμογή της ΕΚΕ, μέσα από την καταγραφή στοιχείων που προέκυψαν μετά από πρωτότυπη έρευνα, χρήση δευτερογενών πηγών πληροφόρησης και επεξεργασία αποτελεσμάτων πρόσφατων ακαδημαϊκών και άλλων ερευνών.

Ειδικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια θεωρητική προσέγγιση της ΕΚΕ, όπου παρατίθενται οι διάφοροι ορισμοί που έχουν δοθεί από επίσημους φορείς και που συναντώνται στη διεθνή και εγχώρια βιβλιογραφία. Επίσης, αναφέρονται και ορίζονται οι συγγενείς με την ΕΚΕ έννοιες, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο συνδέονται με αυτή. Στη συνέχεια, πραγματοποιείται μια παρουσίαση της ιστορικής πορείας της ΕΚΕ και της εξέλιξής της, από τα πρώτα στάδια εμφάνισής της έως τη σημερινή της μορφή. Πριν το τέλος του κεφαλαίου περιγράφονται οι βασικότεροι λόγοι που συνετέλεσαν στο να αναπτυχθεί η ΕΚΕ.

Το δεύτερο κεφάλαιο ασχολείται με τα χαρακτηριστικά και τους τομείς δράσεις της ΕΚΕ, καθώς επίσης και με τις κατηγορίες στις οποίες κατατάσσονται οι πρωτοβουλίες - δράσεις ΕΚΕ, ανάλογα με τη περιεχόμενο και το σκοπό τους. Στο ίδιο κεφάλαιο αναλύεται η ΕΚΕ σε σχέση με τους διαφορετικούς τύπους των επιχειρήσεων και σε σχέση με τους διάφορους επιχειρηματικούς κλάδους.

Το τρίτο κεφάλαιο, εμπεριέχει μια περίληψη των πιο έγκυρων αποτελεσμάτων επίσημων ερευνών, σχετικά με τα οφέλη που προσκομίζουν οι επιχειρήσεις, οι καταναλωτές, το περιβάλλον και η κοινωνία γενικότερα, από την εφαρμογή της ΕΚΕ.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα εργαλεία μέτρησης δημόσια αναφορά και αξιολόγηση της ΕΚΕ. Επιπλέον αναφέρεται και στα επίπεδα που προσδιορίζουν τις επιδράσεις της ΕΚΕ και συνεχίζει με μια εκτενή παρουσίαση των τρόπων δημοσιοποίησης των υπεύθυνων δράσεων των οργανισμών, αναλύοντας ιδιαίτερα τον “Κοινωνικό Απολογισμό” και την “Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς”. Επίσης, το δεύτερο μέρος του κεφαλαίου ασχολείται με την προτυποποίηση της ΕΚΕ, παραθέτοντας τα πιο γνωστά Πρότυπα και Δείκτες Αξιολόγησης των πρακτικών ΕΚΕ, που έχουν δομηθεί από επίσημους φορείς. Κλείνοντας, κρίνεται απαραίτητο να αναφερθούν και οι βασικότερες ελλείψεις που παρουσιάζουν οι μέθοδοι αξιολόγησης.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται η ισχύουσα κατάσταση του θεσμού της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Αρχικά αναφέρονται οι κυριότεροι φορείς που ασχολούνται με το θεσμό στη χώρα μας, καθώς και οι δράσεις τους, ενώ στη συνέχεια αποτυπώνεται η πραγματικότητα της ΕΚΕ από τη σκοπιά των ελληνικών επιχειρήσεων – οργανισμών, καθώς και ο τρόπος με το οποίο την αντιλαμβάνονται οι Έλληνες πολίτες – καταναλωτές και η ελληνική κοινωνία γενικότερα. Όλα τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν για την αποτύπωση της ελληνικής κατάστασης στο θέμα της ΕΚΕ προέρχονται από πρόσφατες μελέτες αναγνωρισμένων φορέων.

Στο κεφάλαιο έξι παρουσιάζεται η πραγματικότητα της ΕΚΕ από την σκοπιά των ελληνικών επιχειρήσεων και πως την αντιλαμβάνονται οι Έλληνες γενικότερα.

Εν συνεχεία, παρουσιάζεται η κοινωνική δράση της εταιρείας ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., καθώς αποτελεί μια υποδειγματική περίπτωση εταιρείας που εφαρμόζει στην χώρα μας δράσεις ΕΚΕ, οι οποίες χαρακτηρίζονται από αυθεντικότητα και διαφάνεια. Στο κεφάλαιο αυτό, μπορεί κανείς να ενημερωθεί για τις πρακτικές και τα προγράμματα ΕΚΕ, που η εταιρεία έως σήμερα έχει υλοποιήσει με επιτυχία, αλλά και για τις διακρίσεις και βραβεύσεις, με τις οποίες έχει τιμηθεί σε τοπικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο για το κοινωνικό της έργο.

Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται, με το έβδομο κεφάλαιο να συνοψίζει τα κυριότερα συμπεράσματα της παρούσης μελέτης και να περιέχει ορισμένες προτάσεις για την ακόμα πιο αποτελεσματική υιοθέτηση και διαχείριση του θεσμού της ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις, προς μεγιστοποίηση του οφέλους για τις ίδιες, το περιβάλλον και την κοινωνία στην οποία δραστηριοποιούνται.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	Σελ.
Πρόλογος	2
Περίληψη	3
Εισαγωγή	8
I ΚΕΦΑΛΑΙΟ	9
1. ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	9
1.1 Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	9
1.2 Ιστορική εξέλιξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	11
1.3 Λόγοι ανάπτυξης –Πλεονεκτήματα της Ε.Κ.Ε.....	13
II ΚΕΦΑΛΑΙΟ	16
2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	16
2.1 Χαρακτηριστικά Ε.Κ.Ε.....	16
2.3 Η Ε.Κ.Ε. ανά Τομέα και Κλάδο.....	22
1. Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας	22
2. Βιομηχανία	23
3. Αγροτικός Κτηνοτροφικός και Αλιευτικός Τομέα	24
4. Εμπόριο και Υπηρεσίες	25
2.4 Κατηγορίες Δράσεων Ε.Κ.Ε.....	26
1. Προώθηση του Σκοπού	26
2. Μαρκετινγκ Συνδεδεμένο με Σκοπό	27
3. Εταιρικό Κοινωνικό Μαρκετινγκ	27
4. Εταιρική Φιλανθρωπία	27
5. Εταιρικός Εθελοντισμός.....	27
6. Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές	28
III ΚΕΦΑΛΑΙΟ	22
3. ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.....	29
3.1 Οφέλη για τις Επιχειρήσεις	29
i Υψηλότερη Οικονομική Απόδοση και Κερδοφορία.....	29
ii Ενίσχυση Εταιρικής Φήμης	30
iii Προσέλκυση και Διατήρηση Εξειδικευμένων Στελεχών	31
3.2 Οφέλη για την Κοινωνία και το Περιβάλλον.....	33
IV ΚΕΦΑΛΑΙΟ	30
4. ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ, ΔΗΜΟΣΙΑ ΑΝΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ Ε.Κ.Ε.....	34
4.1 Επίπεδα Προσδιορισμού των Επιδράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	34
- Επίπεδο I Αρχές Κοινωνικής Υπευθυνότητας.....	34
- Επίπεδο II Διαδικασίες Κοινωνικής Ευθύνης.....	34
- Επίπεδο III Προσδιορισμός Αποτελεσμάτων.....	34
4.2 Τρόποι Δημοσιοποίησης Δράσεων Ε.Κ.Ε.....	35

1.Κοινωνικός Απολογισμός.....	35
2. Θεματικός Απολογισμός.	36
3.Κώδικας Δεοντολογίας.....	37
4.Πληροφόρηση μέσω Διαδικτύου.....	37
5. Διαβούλευση με Εμπλεκόμενους Φορείς	37
6. Εσωτερική Επικοινωνία.....	37
7. Βραβεία και Εκδηλώσεις	37
8. Ενέργεια Marketing Συνδεδεμένες με Κοινωνικό Σκοπό.....	38
9. Δελτία Τύπου μέσω του Διαδικτύου	38
4.3 Η Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς - GRI.....	38
4.4 Προτυποποίηση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	39
- Πρότυπο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14000.....	39
- Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου –EMAS	40
- Το Πρότυπο AA 1000	40
- Το Πρότυπο SA 8000.....	40
4.5 Δείκτες Αξιολόγησης Ε.Κ.Ε.	41
- CR Index.....	41
- DJS Index	42
- FTS4G GOOD Index	42
- KLD Social Screens	42
V ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	44
5. Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	44
5.1 Φορείς για την Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα.....	44
I. Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε.	44
II. Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής	45
III. Ελληνικό Δίκτυο Global Compact	45
IV. Οδηγός EuroCharity	46
5.2 Ε.Κ.Ε. και Ελληνικές Επιχειρήσεις – Οργανισμοί.....	47
5.3 Παραδείγματα Καλών Πρακτικών Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα.....	50
- Κατηγορία: Ανθρώπινο Δυναμικό	51
- Κατηγορία: Αγορά	51
- Κατηγορία : Περιβάλλον	51
- Κατηγορία : Κοινωνία	52
5.4. Ε.Κ.Ε. και Έλληνες Καταναλωτές – Κοινωνία	52
VI ΚΕΦΑΛΑΙΟ	56
6. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ – ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	56
6.Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε.....	56
-VODAFONE – ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ.	57
-COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	61
-Υποτροφίες COSMOTE	61
- Προγράμματα για άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ).....	61
-Περιφέρεια	61
- Συνάνθρωπος	61

- COSMOTE και Περιβάλλον	62
- Τέχνες και Πολιτισμός	62
- ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε.	63
- ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. και Εταιρική Υπευθυνότητα	64
-ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ 2008	69
- Βραβείο Ευαισθησίας σε θέματα Περιβάλλοντος	69
- Ευρωπαϊκό Βραβείο Αριστείας στην Κατηγορία Πολιτισμική Επικοινωνία	69
- Ετήσιο Επιχειρηματικό βραβείο ΕΚΕ και Ινστιτούτο Ανάπτυξης και Επιχειρηματικότητας 2008	70
- CR Index – Χάλκινη Διάκριση	70
- Βραβείο CEO & CSR 2009	70
-Ευρωπαϊκά Βραβεία ΕΚΕ 2009	70
- Βραβείο ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ 2009.....	70
- Ενδιαφέροντα άρθρα εφημερίδων που αφορούν στην εφαρμογή της ΕΚΕ σε Ελληνικές Επιχειρήσεις	71
VII ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	72
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	72
- ΑΡΘΡΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ.....	74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	75-79

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

Μετά την αποκάλυψη διαφόρων σημαντικών οικονομικών σκανδάλων στις Ηνωμένες Πολιτείες και σε άλλες χώρες, η ανάγκη για την εξασφάλιση ηθικής συμπεριφοράς των επιχειρήσεων γίνεται ακόμα επιτακτικότερη. Με βάση τους υποστηρικτές της, τυπικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν για μία επιχείρηση που την υιοθετεί είναι η αυξημένη πίστη των πελατών, η υποστήριξη των τοπικών κοινωνιών, η δυνατότητα πρόσληψης ικανότερων στελεχών, η βελτιωμένη ποιότητα και αυξημένη παραγωγικότητα και η αποφυγή δυνητικών κινδύνων στη φήμη της εταιρείας, που είναι δυνατό να παρουσιαστούν από περιβαλλοντικά ή άλλα συμβάντα.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

1. ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

1.1. Ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (Ε.Κ.Ε.)

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ – CSR Corporate Social Responsibility) είναι ένας από τους πιο δυναμικούς και απαιτητικούς τομείς δραστηριότητας για τη σύγχρονη επιχείρηση. Υποδηλώνει την ισόρροπη αντιμετώπιση της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδρασης της λειτουργίας μιας επιχείρησης και βασίζεται στο τρίπτυχο της οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας και της κοινωνικής συνοχής.

Η αναγνώριση από τις σύγχρονες κοινωνίες της ανάγκης για ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη και των θεμελιωδών αλλαγών που αυτή προϋποθέτει για τον τρόπο που οργανώνονται και λειτουργούν οι επιχειρήσεις, αποτελεί την κύρια αιτία για την ανάπτυξη και διάδοση της ιδέας της ΕΚΕ. Τα τελευταία χρόνια οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κόσμου έχουν αρχίσει να απομακρύνονται από τις παραδοσιακές αντιλήψεις που περιόριζαν τον κοινωνικό τους ρόλο απλώς σε ορισμένες δωρεές για κοινωφελείς σκοπούς, σε χορηγίες εκδηλώσεων και σε μέτρα βασικής φροντίδας για τους εργαζόμενους και υιοθετούν σταδιακά μια συστηματική και στρατηγική προσέγγιση της διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης τους, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον του. Με αυτή την μεταστροφή στοχεύουν στη μακροπρόθεσμη αύξηση της απόδοσης τους μέσα από πρακτικές που ικανοποιούν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, δηλαδή, τα άτομα και τις ομάδες που μπορούν να επηρεάσουν και να επηρεαστούν από τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Επιπροσθέτως, οι πολιτικές, οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις που συνδέονται με την παγκοσμιοποίηση προκαλούν ραγδαίες κοινωνικές αλλαγές με συνέπεια τη ριζική αλλαγή των προσδοκιών της κοινωνίας για το ρόλο των επιχειρήσεων. Οι εταιρίες κρίνονται, πλέον, όχι μόνο με βάση οικονομικά αποτελέσματα ή την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν, αλλά και με βάση περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια.

Η ΕΚΕ αναδείχθηκε ως εξέχον θέμα για τον επιχειρηματικό κόσμο από τις αρχές της δεκαετίας του '90, κυρίως μέσα από μια σειρά «σκανδάλων» ή δυσφημιστικών εκστρατειών που έπληξαν μια σειρά από μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις¹ και που προκάλεσαν τη συνειδητοποίηση εκ μέρους των επιχειρήσεων του πόσο ευαίσθητες ήταν σε ζητήματα που συχνά δεν άπτονταν των προϊόντων που παράγουν και των υπηρεσιών που προσφέρουν. Έκτοτε, το θέμα της συστηματικής διαχείρισης της κοινωνικής ευθύνης από τις

επιχειρήσεις έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις σε ολόκληρο τον κόσμο και ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε το 2001 την Πράσινη Βίβλο για την ΕΚΕ και σήμερα βρίσκεται στη διαδικασία επεξεργασίας σχετικού Σχεδίου Οδηγίας. Σε εθνικό επίπεδο, αρκετές ευρωπαϊκές χώρες έχουν θεσπίσει την υποχρέωση δημοσίευσης συγκεκριμένων στοιχείων για τα περιβαλλοντικά, εργασιακά και κοινωνικά ζητήματα που προκύπτουν από τη δραστηριότητα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ορίζεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση ως η «έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρίες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και οικολογικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέλη». Άλλοι ορισμοί τονίζουν τη δέσμευση των επιχειρήσεων σε αρχές «ηθικής» συμπεριφοράς, ωστόσο, οι περισσότεροι ορισμοί συμφωνούν πως η κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση λαμβάνει υπ' όψιν της ζητήματα που προκύπτουν από τη λειτουργία της σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη, τα δικαιώματα και την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και την ευρύτερη κοινωνία μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Μέσω της ΕΚΕ επιδιώκεται η εθελοντική αυτορρύθμιση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ώστε να εξασφαλίζεται ο σεβασμός για τα ζητήματα αυτά με τη χρήση συστημάτων διαχείρισης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, την υποστήριξη τοπικών κοινοτήτων και άλλων επωφελών κοινωνικών πρωτοβουλιών (π.χ. **απασχόληση ατόμων από ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού**) και τη δημιουργία ενός δίκαιου, ασφαλούς και δημιουργικού εργασιακού περιβάλλοντος.

Η έννοια της ΕΚΕ εξελίσσεται διαρκώς, ώστε να συμπεριλάβει και τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών για τη θέσπιση προτύπων, την συστηματική παρακολούθηση, τον έλεγχο και την πιστοποίηση των διαδικασιών κοινωνικού ελέγχου, που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις. Σταδιακά προκύπτουν όλο και περισσότερες διεθνείς πρωτοβουλίες για την προώθηση, ανάπτυξη και συστηματοποίηση της ΕΚΕ. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εθνικά και υπερεθνικά δίκτυα συνεργασίας επιχειρήσεων και επιχειρηματικών ενώσεων, τα διεθνή πρότυπα διαχείρισης της Εταιρικής

Κοινωνικής Ευθύνης, το κίνημα για τις ηθικές επενδύσεις και οι αντίστοιχοι δείκτες κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρήσεων⁶ και οι πρωτοβουλίες της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ο.Η.Ε.

Το 2000 δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών το Global Compact, με στόχο να ενώσει τις προσπάθειες επιχειρήσεων, συνδικαλιστικών φορέων και οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, της εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Μέσω του Global Compact ο Ο.Η.Ε. επιχειρεί να προωθήσει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και να καταστήσει τις επιχειρήσεις μέρος της λύσης των προβλημάτων

που προκύπτουν από την παγκοσμιοποίηση. Σήμερα εκατοντάδες επιχειρήσεις και οργανώσεις από ολόκληρο τον κόσμο έχουν ενταχθεί σε αυτήν την εθελοντική προσπάθεια, υιοθετώντας τις δέκα βασικές αρχές που τη διέπουν⁷.

Παράλληλα με την αύξηση των προσδοκιών⁸ των ενδιαφερομένων μερών και της κοινής γνώμης σε ότι αφορά τον κοινωνικό ρόλο των επιχειρήσεων, παρατηρείται πως τα ενδιαφερόμενα μέρη και ιδιαίτερα οι μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι ενώσεις τοπικών συμφερόντων, συνειδητοποιούν σταδιακά τη μεγαλύτερη δύναμη που τους εξασφαλίζουν οι νέες τεχνολογικές και πολιτικές συνθήκες έναντι των εταιριών και κινητοποιούνται εντονότερα για την προώθηση των αιτημάτων και προσδοκιών τους. Οι καταναλωτές, παρουσιάζουν επίσης μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν καθώς και των εταιριών που τα προσφέρουν. Το 70% των ευρωπαϊών καταναλωτών υποστηρίζει, ότι η κοινωνική ευθύνη μια επιχείρησης επηρεάζει τις αγοραστικές του αποφάσεις και ο ένας στους πέντε καταναλωτές είναι διατεθειμένος να πληρώσει ακριβότερα για περιβαλλοντικά και κοινωνικά πιο «υπεύθυνα» προϊόντα⁹. Παρομοίως, οι εργαζόμενοι ενδιαφέρονται περισσότερο για την κοινωνική συμπεριφορά των εργοδοτών τους και οι

εταιρείες που φαίνονται να υποστηρίζουν πιο ενεργητικά τις ανάγκες της κοινωνίας συγκρατούν ευκολότερα τους καλύτερους υπαλλήλους τους ή **προσλαμβάνουν σταδιακά άτομα που συνήθως αποτελούν θύματα διακρίσεων και προκαταλήψεων, ανεξάρτητα από τα εργασιακά προσόντα και τη διαθεσιμότητά τους.**

Ενδεικτική αυτής της αυξημένης ισχύος των καταναλωτών και των μη κυβερνητικών οργανώσεων αποτελεί η τάση που παρουσιάζεται σε πολλές μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις για την επέκταση της εφαρμογής της ΕΚΕ και στα ευρύτερα δίκτυα των συνεργατών τους στην αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους.

1.2. Ιστορική εξέλιξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ανατρέχοντας στην ιστορία, συναντάμε πρακτικές ΕΚΕ που εφαρμόστηκαν σε διάφορα μέρη του κόσμου πριν από περισσότερα από 4000 χρόνια. Οι πρώτες πρακτικές ΕΚΕ είχαν τελείως διαφορετική μορφή από ότι έχουν σήμερα. Για παράδειγμα, σε αρχαία ινδουιστικά, ισλαμικά και βουδιστικά κείμενα περιλαμβάνονται παραινέσεις για την τοκογλυφία, καθώς και για τη φορολόγηση του πλούτου [Wayne V., 2010]. Οι πρώτοι νόμοι για την προστασία των δασών που επιβλήθηκαν στις υλοτομικές δραστηριότητες, συναντώνται περίπου 5000 χρόνια πριν. Στην αρχαία Μεσοποταμία, γύρω στο 1700 π.Χ., ο βασιλιάς Χαμουραμπί θέσπισε έναν κώδικα σύμφωνα με τον οποίο οι κατασκευαστές και οι ιδιοκτήτες γεωργικών και κτηνοτροφικών εκτάσεων καταδικάζονταν σε θάνατο, σε περίπτωση που η δική τους αμέλεια προκαλούσε το θάνατο κάποιου άλλου ή σοβαρή αναστάτωση στη ζωή της τοπικής

κοινωνίας. Στην αρχαία Ρώμη, οι γερουσιαστές επέβαλαν σοβαρές κυρώσεις σε όσες επιχειρήσεις αποτύγχαναν να συμβάλλουν επαρκώς στη χρηματοδότηση στρατιωτικών εκστρατειών, μέσω της πληρωμής φόρου.

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

Με την βιομηχανοποίηση, οι επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην κοινωνία και στο περιβάλλον πήραν τεράστιες διαστάσεις. Στις αρχές της δεκαετίας του 1920 ξεκίνησαν οι πρώτες συζητήσεις σχετικά με τις κοινωνικές ευθύνες των επιχειρήσεων και άρχισε να δομείται ένα αρχικό πλαίσιο για την ΕΚΕ. Όμως, επίσημα ο όρος της ΕΚΕ πρωτοεμφανίστηκε το 1953, στο βιβλίο – ορόσημο του Bowen R. “Social Responsibilities of the Businessmen”. Η ιδέα της ΕΚΕ υποστηρίχθηκε και ενδυναμώθηκε ακόμα περισσότερο κατά τη δεκαετία του 1960, σε συνδυασμό με το περιβαλλοντικό και καταναλωτικό κίνημα.

Το 1970 ήταν η δεκαετία κατά την οποία η έννοια της ΕΚΕ έγινε ευρέως αποδεκτή από τον επιχειρηματικό κόσμο, με την αναγνώριση των οικονομικών, νομικών, περιβαλλοντικών και ηθικών τους ευθυνών απέναντι στην κοινωνία. Το 1980 εφαρμόστηκαν τα πρώτα συστήματα διαχείρισης τη ποιότητας και εισήχθησαν οι πρώτοι κανονισμοί για την φροντίδα, την υγιεινή και την ασφάλεια στους χώρους εργασίας. Κατά τη δεκαετία του 1990, η ΕΚΕ θεσμοθετήθηκε με την εφαρμογή προτύπων, όπως το ISO 14001 και SA 8000, κατευθυντήριων γραμμών όπως το GRI και κωδικών εταιρικής διακυβέρνησης [Wayne V., 2010]. Επίσης, ακολούθησε μια σειρά από πολιτικές ενέργειες και πρωτοβουλίες από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς, σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, όπου αποτέλεσαν σημαντικούς σταθμούς στην πορεία της ΕΚΕ.

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

Σε διεθνές επίπεδο, το 1999, στο διεθνές φόρουμ του Νταβός, συζητείται για πρώτη φορά η πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ, Kofi Annan, περί κώδικα συμπεριφοράς των επιχειρήσεων. Με τον κώδικα αυτό ο Kofi Annan ζήτησε από πολυεθνικές κυρίως εταιρείες του ιδιωτικού τομέα, αλλά και επιλεγμένες ΜΚΟ, να δημιουργήσουν ένα πλαίσιο αναφοράς της κοινωνικής ευθύνης στην παγκόσμια οικονομία, σηματοδοτώντας την αναγκαιότητα υπεύθυνης επιχειρηματικής δραστηριότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Ακολούθησε η σύνταξη του “Οικουμενικού Συμφώνου” (Global Compact), στο οποίο περιγράφονται οι δέκα αρχές των Ηνωμένων Εθνών περί σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των εργασιακών δικαιωμάτων και της προστασίας του περιβάλλοντος. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, στη Σύνοδο Κορυφής που πραγματοποιήθηκε το Μάρτιο του 2000 στη Λισσαβόνα, έθεσε ως στρατηγικό στόχο να γίνει η Ευρώπη έως το 2010 «η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη ανάπτυξη, με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή». Για την υλοποίηση αυτού του οράματος, το CSR Europe σε συνεργασία με άλλους Οργανισμούς, εργάστηκε για την προώθηση της ευρωπαϊκής επιχειρησιακής εκστρατείας για την ΕΚΕ, με στόχο να κινητοποιήσει 500.000 επιχειρηματίες να ενσωματώσουν την ΕΚΕ στην επιχειρησιακή

τους στρατηγική έως το 2005.

Τον Ιούλιο του 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσιάζει την “Πράσινη Βίβλο”, προωθώντας το επίσημο πλαίσιο για την ΕΚΕ, ενώ το Νοέμβριο του ίδιου έτους, πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα το πρώτο Πανευρωπαϊκό Συνέδριο για την ΕΚΕ, που στόχο είχε τόσο την ευρύτερη διάδοση της έννοιας της ΕΚΕ, όσο και τη διευκρίνιση και παροχή απαντήσεων σε κρίσιμα ερωτήματα που απασχολούσαν την επιχειρηματική κοινότητα.

Επίσης τον Οκτώβριο του 2001, ιδρύθηκε το “Πολυμελές Φόρουμ της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ΕΚΕ” (European Multi – Stakeholder Forum), για περαιτέρω εξέταση, διαβούλευση και παρουσίαση προς την Ε.Ε προτάσεων για την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των εργαλείων και πρακτικών ΕΚΕ .

1.3 Λόγοι ανάπτυξης – Πλεονεκτήματα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Μια σειρά από ποικίλους λόγους, τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο, καθιστούν την ανάγκη για δόμηση και εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ όλο και πιο επιτακτική με την πάροδο του χρόνου.

Η ανάπτυξη της ΕΚΕ συνδέεται άμεσα με τις εξελίξεις στους τομείς της τεχνολογίας, της επικοινωνίας, της διοίκησης, καθώς και στις ραγδαίες εξελίξεις τις τελευταίας εικοσαετίας. Πιο συγκεκριμένα, οι λόγοι αυτοί μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

I. Η Παγκοσμιοποίηση της Αγοράς: Στο ερώτημα γιατί οι επιχειρήσεις επιδιώκουν όλο και περισσότερο να προβάλλουν ένα “κοινωνικά

ευαισθητοποιημένο” προφίλ, η απάντηση δεν μπορεί παρά να είναι άμεσα συνδεδεμένη με την έννοια της Παγκοσμιοποίησης. Ο κόσμος μας έχει αλλάξει λόγω του φαινομένου της παγκοσμιοποίησης και ταυτόχρονα έχει μεταβληθεί το επιχειρηματικό κλίμα και οι απαιτήσεις απέναντι σε έννοιες όπως είναι η οικονομική ανάπτυξη, η κοινωνική συνοχή, η σταθερότητα και η καλή εταιρική διακυβέρνηση. Η παγκοσμιοποίηση, σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις, αναμφίβολα επέφεραν ραγδαίες αλλαγές στην κοινωνία και στην οικονομία, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Επιπλέον, πληθώρα προβλημάτων έγιναν ευρέως γνωστά, όπως η παγκόσμια ανησυχία για το περιβάλλον, η φτώχεια και η ανάγκη για κοινωνική συνοχή, εντείνοντας ακόμα περισσότερο την ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη

Αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης ήταν πολλές επιχειρήσεις να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε όλο τον κόσμο, αποκτώντας τεράστιο μέγεθος, πολλαπλασιάζοντας παράλληλα την περιοχή της ευθύνης τους σε αυτόν. Αποτέλεσε επομένως παγκόσμια κοινωνική απαίτηση, να αναλάβουν μεγαλύτερες υπευθυνότητες ώστε να διαχειριστούν αποτελεσματικότερα την αναπόφευκτη επίδρασή τους στην κοινωνία.

II. Η Δημιουργία της “Κοινωνίας της Πληροφορίας”: Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και η ανάπτυξη του διαδικτύου, έδωσε τη δυνατότητα στους ανθρώπους να έχουν απεριόριστη πρόσβαση σε αμέτρητες πληροφορίες και να μένουν ενήμεροι για όλα όσα συμβαίνουν γύρω τους. Το γεγονός αυτό είχε ως αποτέλεσμα την ενδυνάμωση του διεκδικητικού ρόλου των καταναλωτών απέναντι στις επιχειρήσεις, εφόσον απέκτησαν την απεριόριστη δυνατότητα να πραγματοποιούν συγκρίσεις προϊόντων και τιμών και να πληροφορούνται για όλες τις ενέργειες των εταιρειών (θετικές και αρνητικές). Έτσι λοιπόν οι καταναλωτές παίρνουν δραστικά τον έλεγχο, απαιτώντας προϊόντα και υπηρεσίες σχεδιασμένα για τις μοναδικές τους ανάγκες, πιέζοντας για χαμηλότερες τιμές σε συνδυασμό με υψηλότερη ποιότητα και καινοτομία.

III. Ο Εντεινόμενος Ανταγωνισμός: Ως συνέπεια της παγκοσμιοποίησης, η απόκτηση και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, έγινε δύσκολη υπόθεση για τις επιχειρήσεις. Παρεμφερή προϊόντα διατίθενται σε διαφορετικές αγορές, πάνω σε εντελώς ανόμοιες και ετερόκλητες βάσεις ανταγωνισμού. Οι χαμηλότερες τιμές, η υψηλότερη ποιότητα, τα καινοτομικά χαρακτηριστικά και οι καλύτερες συνοδευτικές υπηρεσίες, αποτελούν πλέον standards για όλους τους ανταγωνιστές.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας επίσης, αλλάζει τη φύση του ανταγωνισμού με απρόβλεπτο τρόπο, επεκτείνοντας τα όρια του “πιθανού” και του “δυνατού”, καθώς και τις απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού. Οι επιχειρήσεις έχουν πλέον συνειδητοποιήσει ότι η βιωσιμότητα του ανταγωνιστικού τους πλεονεκτήματος βασίζεται πάρα πολύ στη διαφοροποίησή τους από τον ανταγωνισμό, μέσω της προβολής των δράσεων ΕΚΕ που αναλαμβάνουν να υλοποιήσουν και που κρίνουν πως θα έχουν την ανάλογη αποδοχή από το αγοραστικό τους κοινό.

IV. Η Αλλαγή στην Επιχειρηματική Πραγματικότητα: Η αλλαγή που συντελείται στον κόσμο των επιχειρήσεων κατά τα τελευταία είκοσι έτη, τόσο σε τοπική όσο και σε παγκόσμια κλίμακα, είναι συνεχής, διεισδυτική και επίμονη. Η ραγδαία αύξηση της τεχνολογικής αλλαγής προωθεί με κάθε τρόπο την καινοτομία. Ο κύκλος ζωής των προϊόντων μετράται πλέον σε μήνες και όχι σε έτη, όπως ήταν στο παρελθόν. Οι σύγχρονες εταιρείες οφείλουν να κινούνται εξαιρετικά γρήγορα, συμπορευόμενες με τις παγκόσμιες εξελίξεις και να στρέφονται προς πολλές κατευθύνσεις και στόχους ταυτόχρονα, ανιχνεύοντας κάθε πιθανό τρόπο διαφοροποίησης και ανάδειξης του εταιρικού τους προφίλ, διαφορετικά κινδυνεύουν να μείνουν εκτός ανταγωνισμού. Στη σημερινή εποχή, δεν είναι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που οδηγούν την επιχείρηση σε μακράς διάρκειας επιτυχία, αλλά οι διαδικασίες που καθιστούν ανταγωνιστική, η εξασφάλιση της υψηλής ποιότητας και η υιοθέτηση πρακτικών ευαίσθητων στις κοινωνικές ανάγκες. Η διαφορά ανάμεσα στις νικήτριες και στις χαμένες επιχειρήσεις, έγκειται ακριβώς στο ότι οι πρώτες έχουν συνειδητοποιήσει το πόσο αποτελεσματική είναι η δραστηριοποίηση στα πλαίσια της ΕΚΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

2.1. Χαρακτηριστικά Ε.Κ.Ε.

Τα κύρια χαρακτηριστικά μιας υγιούς προσέγγισης της ΕΚΕ είναι τα εξής:

- Η ΕΚΕ εκφράζεται με προγράμματα, πρωτοβουλίες και πρακτικές εθελοντικού χαρακτήρα και δεν επιβάλλεται με νομοθετικές ρυθμίσεις. Η σχετική συμπεριφορά των επιχειρήσεων, για να εμπίπτει στην έννοια της “κοινωνικής προσφοράς”, πρέπει να είναι πέραν των νομικών τους υποχρεώσεων και να έχει χαρακτήρα εθελούσιας προσφοράς έργου.
- Η ΕΚΕ θα πρέπει να αποσκοπεί στη βιώσιμη ανάπτυξη, με όλες τις παραμέτρους που αυτή έχει – οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές. Στις παραμέτρους αυτές περιλαμβάνονται τα εργασιακά και γενικότερα τα ανθρώπινα δικαιώματα, η γενικότερη οικονομική ευημερία, η αρμονική συνύπαρξη με την τοπική κοινωνία, οι σχέσεις με τους προμηθευτές, πελάτες, μετόχους, επενδυτές, ομάδες κοινού, η περιβαλλοντική προστασία. Η ΕΚΕ δεν είναι απλώς ένα σύνολο “καλών πρακτικών” ή ένα εργαλείο του σύγχρονου marketing, αλλά αποτελεί μια “ιδεολογία” η οποία υπηρετεί διαχρονικά την έννοια της Βιώσιμης Ανάπτυξης.
- Η ΕΚΕ δεν αποτελεί ένα πρόσθετο στοιχείο στην πολιτική της επιχείρησης, αλλά έχει στρατηγική σημασία στη συνολική διαχείρισή της, αποτελώντας πηγή ευκαιρίας, καινοτομίας και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Για αυτό το λόγο δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται ως ένα επιπλέον στοιχείο κόστους και να χρησιμοποιείται απλώς για την προώθηση των δημοσίων σχέσεων και της προβολής της επιχείρησης. Αντιθέτως, θα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μια νέα αντίληψη διοίκησης, που επηρεάζει άμεσα και καθοριστικά τις βασικές εταιρικές αξίες και αρχές και επιφέρει νέους τρόπους διαχείρισης των αλλαγών που συμβαίνουν σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Οι δράσεις και τα προγράμματα της ΕΚΕ είναι επιλεγμένα και προσαρμοσμένα, έτσι ώστε να προσθέτουν εταιρική αξία και να επιτρέπουν την ανάπτυξη καινοτομικών προϊόντων, με προσανατολισμένες περιβαλλοντικές χρήσεις και αποδόσεις. Οι προσεκτικά επιλεγμένες δράσεις ΕΚΕ προσφέρουν στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να συνδυάσουν την κοινωνικό – περιβαλλοντική τους δραστηριοποίηση με το σημαντικό οικονομικό όφελος, επενδύοντας σε αξίες που θα αποφέρουν πολύπλευρα και κυρίως μακροπρόθεσμα οφέλη.

- Η επιτυχής εφαρμογή της ΕΚΕ χρειάζεται τη δέσμευση των στελεχών της ανώτατης διοίκησης, αλλά και τη μεγάλη και ένθερμη συμμετοχή όλων των εργαζομένων και των εκπροσώπων μιας επιχείρησης. Για το λόγο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντική η συνεχής ενημέρωση, κατάρτιση και επιμόρφωση όλου του προσωπικού των επιχειρήσεων σε θέματα ΕΚΕ.
- Οι πρακτικές εφαρμογές της ΕΚΕ χαρακτηρίζονται από διαφάνεια και επιτρέπουν την αποτελεσματική ροή πληροφορίας. Η διαφάνεια θεωρείται το απαραίτητο “όχημα” για να εισέλθει και να εγκατασταθεί η ΕΚΕ στα θεμέλια των επιχειρήσεων.
- Η υγιής εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ επιτρέπει την ανταλλαγή διεθνούς εμπειρίας μεταξύ των επιχειρήσεων, σε πρωτοβουλίες που αναζωογονούν και διευκολύνουν τη βελτίωση της απόδοσης της ΕΚΕ.
- Οι επιχειρήσεις που σχεδιάζουν και εκτελούν δράσεις ΕΚΕ, οφείλουν να υιοθετούν κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο, που να εγγυάται τη συμμόρφωση σε διεθνείς κανόνες και πρότυπα αγοράς, όπως αυτά διαμορφώνονται ανάλογα με το είδος και το εύρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Σε κάθε περίπτωση, η ΕΚΕ περιλαμβάνει ένα περίπλοκο σύνολο θεμάτων, των οποίων η ιεράρχηση μπορεί να διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση, από κλάδο σε κλάδο ή και από περιοχή σε περιοχή.

2.2. Τομείς Δράσεις της Ε.Κ.Ε.

Οι δράσεις τα ΕΚΕ αναπτύσσονται σε δύο μεγάλους άξονες, στις δράσεις που αφορούν στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και αφορούν εσωτερικούς παράγοντες και λειτουργίες και στις δράσεις που αφορούν στο εξωτερικό περιβάλλον και επεκτείνονται πέρα από το όρια της επιχείρησης.

1. Δράσεις στο Εσωτερικό Περιβάλλον της Επιχείρησης

• Όραμα – Αποστολή – Αξίες

Η Αποστολή πρέπει να προβάλλει το μοναδικό χαρακτήρα μιας επιχείρησης. Η θεμελίωση της αποστολής και η υποστήριξη των εταιρικών αξιών χαρακτηρίζουν μια επιχείρηση. Πολλοί διευθύνοντες σύμβουλοι πιστεύουν ότι δεν μπορούν να ηγηθούν μιας οργάνωσης, αν οι σκοποί και οι αξίες της δεν εκφράζονται με σαφή και εμπνευσμένο τρόπο. Οι κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες σχεδιάζουν τις αξίες και τα οράματά τους μαζί με εκείνους που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους και τις ενσωματώνουν στις καθημερινές διαχειριστικές πρακτικές.

• Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού

Η ΕΚΕ μπορεί να αποτελέσει σημαντικό αρωγό σε επίπεδο στρατολόγησης και συγκράτησης εξειδικευμένου προσωπικού, ειδικά στα πλαίσια μιας ανταγωνιστικής αγοράς. Επίσης μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην εδραίωση μιας καλής ατμόσφαιρας μεταξύ του υπάρχοντος προσωπικού, ειδικά όταν τα μέλη του καλούνται να συνεργαστούν σε δραστηριότητες εθελοντικού χαρακτήρα. Οι προοδευτικές επιχειρήσεις δεν συνηθίζουν να λειτουργούν ένα

εξειδικευμένο τμήμα ΕΚΕ, αλλά η εταιρική υπευθυνότητα αποτελεί τόσο βαθιά και εδραιωμένη έννοια σε αυτές, ώστε οι εργαζόμενοι κάθε τμήματος εφαρμόζουν και υλοποιούν τις αντίστοιχες δράσεις με άμεσο τρόπο. Μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση αποδεικνύει με πράξεις το σεβασμό προς το ανθρώπινο δυναμικό της, επενδύοντας σε προγράμματα δια βίου μάθησης και συμβάλλοντας έτσι στην κατάρτιση, επαγγελματική εξέλιξη και περαιτέρω ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εργαζομένων τους. Επίσης, οι υπεύθυνες εταιρείες εφαρμόζουν προγράμματα ΕΚΕ που προβλέπουν την παροχή ίσων ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης προς όλους, το σεβασμό στην οικογενειακή και προσωπική ζωή των εργαζομένων και το δικαίωμα τους για ελεύθερο χρόνο, τη φροντίδα για τη σωματική και ψυχική τους υγεία και την επιβράβευση των προσπαθειών τους με χρηματικές ή άλλες παροχές. Επιπροσθέτως, οι υπεύθυνες πρακτικές πρόσληψης, όπου εφαρμόζονται οι αρχές των μη διακρίσεων, δίνουν ευκαιρία για απασχόληση σε άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτερης ηλικίας, ή ακόμα και χρόνια ανέργων, οδηγώντας έτσι στην μείωση της ανεργίας και στην καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού.

• **Συνθήκες Εργασιακού Περιβάλλοντος**

Η προσέγγιση του θέματος της υγείας και της ασφάλειας στον εργασιακό χώρο έγκειται παραδοσιακά σε νομοθετικά και εκτελεστικά μέτρα. Δυστυχώς όμως, αντί η εφαρμογή αυτών των μέτρων να είναι κάτι αυτονόητο, κατέληξε να είναι ζητούμενο. Οι καταναλωτές, έχοντας πλήρη πρόσβαση στην πληροφόρηση, λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την παραβίαση ή μη τήρηση των απαραίτητων αυτών κανονισμών από την πλευρά των εταιρειών, κατά τη διαδικασία επιλογής των προϊόντων και υπηρεσιών. Είναι άλλωστε γνωστά τα παραδείγματα σε μοϊκοτάζ προς εταιρείες που καταπατούσαν συστηματικά τα ανθρώπινα δικαιώματα σε Αφρική, Λατινική Αμερική και Ασία.

Οι εταιρείες, οι κλαδικές οργανώσεις και οι κυβερνήσεις εξετάζουν όλο και περισσότερο επιπλέον τρόπους για την προώθηση της υγείας και της ασφάλειας στο χώρο εργασίας, χρησιμοποιώντας αυτές τις δύο παραμέτρους ως κριτήρια, κατά την επιλογή και προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών από άλλες εταιρείες, αλλά και ως στοιχεία προώθησης των δικών τους προϊόντων και υπηρεσιών. Τα κριτήρια που αφορούν στην ασφάλεια και υγεία στην εργασία, περιλαμβάνονται σε διάφορους βαθμούς στα υπάρχοντα συστήματα πιστοποίησης και επισήμανσης για τα προϊόντα και τον εξοπλισμό.

Οι δράσεις ΕΚΕ του τομέα αυτού, περιλαμβάνουν επίσης την εκπαίδευση, επιμόρφωση και συνεχή ενημέρωση των εργαζομένων περί θεμάτων προστασίας, υγιεινής και ασφάλειας.

• **Προσαρμογή στην Αλλαγή και Διαχείριση Κινδύνου**

Η ευρύτατα διαδεδομένη αναδιάρθρωση που συντελείται σε Ευρωπαϊκό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο, εξ' αιτίας της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης, προκαλεί την έντονη ανησυχία των στελεχών, των εργαζομένων, αλλά και όλων των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders), δεδομένου ότι αλλαγές όπως το κλείσιμο μιας μονάδας παραγωγής ή μιας ολόκληρης εταιρείας ή οι μειώσεις σε

προσωπικό και αμοιβές ενδέχεται να επιφέρουν σοβαρή οικονομική, κοινωνική ή πολιτική κρίση σε μια κοινότητα.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις κατά την πραγματοποίηση αναδιαρθρωθεισών ενεργειών, λαμβάνουν πολύ σοβαρά υπόψη τα συμφέροντα και τις ανησυχίες όλων εκείνων που θίγονται από τις συγκεκριμένες αλλαγές και αποφάσεις. Στην πράξη, η διαδικασία είναι τόσο σημαντική, όσο και η επιτυχία της αναδιάρθρωσης, καθώς αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή και την ανάμιξη όλων των ενδιαφερομένων μερών, μέσω της ενημέρωσης και των διαβουλεύσεων. Επιπλέον, πριν την εκτέλεση κάθε είδους αναδιάρθρωσης πρέπει να προσδιορίζονται σαφώς οι σημαντικότεροι κίνδυνοι και απώλειες που είναι πιθανό να επέλθουν, να υπολογίζεται το συνολικό κόστος για το σύνολο της επιχείρησης (άμεσο και έμμεσο) και τέλος να αξιολογούνται όλες οι εναλλακτικές λύσεις που ενδεχομένως θα μειώσουν την ανάγκη για περικοπή προσωπικού.

• Κοινωνικός Διάλογος

Με την έννοια "Κοινωνικός Διάλογος" δηλώνεται ο βαθμός αναγνώρισης και πρακτικής εφαρμογής των εργασιακών και συνδικαλιστικών δικαιωμάτων των εργαζομένων σε συλλογικό επίπεδο. Η συμμόρφωση με τους νόμους αλλά και οικειοθελείς δράσεις ενεργοποιούν τον κοινωνικό διάλογο σε κάθε επίπεδο, ο οποίος μπορεί να εκφράζεται μέσω της λειτουργίας Εργασιακών Συμβουλίων ή διαβουλεύσεων με τους Κοινωνικούς Εταίρους.

• Διαχείριση Φυσικών Πόρων και Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων

Το περιβάλλον είναι ένα από τα πλέον μετρήσιμα κομμάτια της ΕΚΕ, με ενημερωμένους δείκτες μέτρησης σε διάφορες χώρες, ενώ διέπεται από ένα ευρύ νομοθετικό πλαίσιο. Σήμερα, οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να προβάλλουν μια υπεύθυνη εικόνα, λαμβάνουν σοβαρά υπόψη την παράμετρο της επίδρασης των λειτουργιών τους στο περιβάλλον, κατά τον επιχειρηματικό τους σχεδιασμό και πραγματοποιούν συχνά διαχειριστικούς ελέγχους και μετρήσεις αποτελεσματικότητας. Η "Πράσινη Βίβλος" και η ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για το περιβάλλον διαβεβαιώνουν πως η μείωση της κατανάλωσης πόρων, της εκπομπής ρυπογόνων ουσιών και των αποβλήτων και η βελτιωμένη περιβαλλοντική συμπεριφορά από πλευράς των επιχειρήσεων, μπορούν να μειώσουν τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους και να οδηγήσουν σε αυξημένη αποδοτικότητα και ανταγωνιστικότητα, εφόσον έχουν ως αποτέλεσμα τη μείωση των εξόδων για ενέργεια και διάθεση αποβλήτων, καθώς και τη μείωση των δαπανών για πρώτες ύλες και απορρύπανση.

Μια προσέγγιση που θέτει ισχυρές βάσεις για επιτυχή εφαρμογή προγραμμάτων ΕΚΕ, είναι το κοινοτικό σχέδιο διαχείρισης και ελέγχου στον τομέα του περιβάλλοντος (EMAS) ISO 19000. Το σχέδιο αυτό ενθαρρύνει όλες τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν οικειοθελώς συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης που προωθούν συνεχώς βελτιώσεις ως προς τις περιβαλλοντικές

επιδόσεις. Τα συγκεκριμένα συστήματα επικυρώνονται από διαπιστευμένους περιβαλλοντικούς επαληθευτές.

Επίσης, ένα καλό παράδειγμα που επιτρέπει στις δημόσιες αρχές να συνεργαστούν με επιχειρήσεις, είναι η Ολοκληρωμένη Πολιτική Προϊόντων (ΟΠΠ), η οποία λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο των προϊόντων σε όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους και καλεί επιχειρήσεις, οργανισμούς και άλλους παράγοντες σε ανοιχτό διάλογο, με σκοπό την εξεύρεση της προσέγγισης με την καλύτερη σχέση κόστους – αποτελέσματος. Τέλος, πολλές επιχειρήσεις σχεδιάζουν και αναπτύσσουν δράσεις, μέσα και έξω από την οργάνωσή τους, με σκοπό την αύξηση της γνώσης γύρω από θέματα περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος (“πράσινες δράσεις”), καθώς αναγνωρίζουν τις ευκαιρίες που συνδέονται με τις βελτιωμένες περιβαλλοντικές επιπτώσεις και εργάζονται συστηματικά για να τις εκμεταλλευτούν προς όφελός τους.

2. Δράσεις στο Εξωτερικό Περιβάλλον της Επιχείρησης

• Διαχείριση Σχέσεων με Μετόχους, Πελάτες, Καταναλωτές και Προμηθευτές και Λοιπούς Συνεργάτες.

Η ανάπτυξη και διατήρηση καλής συνεργασίας με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη προσθέτει αξία στην επιχείρηση, μειώνοντας σημαντικό μέρος των δαπανών και αυξάνοντας σημαντικά την ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Μακροπρόθεσμα, η οικοδόμηση καλών σχέσεων οδηγεί όλο και πιο κοντά στη διαμόρφωση δίκαιων τιμών και όρων για όλους.

Σε ότι αφορά την πελατεία μιας επιχείρησης, η ΕΚΕ αποκτά νόημα όταν προβληθεί σε επίπεδο προστασίας του καταναλωτή, με κριτήριο των ποιότητα και την ασφάλεια των προσφερόμενων προϊόντων, τη σωστή τιμολόγηση, την ενημέρωση και την πιστοποίηση, τη λελογισμένη χρήση του μάρκετινγκ, το σεβασμό του καταναλωτή και τη διαφάνεια των εταιρικών δραστηριοτήτων.

Οι καταναλωτές θεωρούν πως η παρεχόμενη ποιότητα των προϊόντων – υπηρεσιών είναι η πιο απτή απόδειξη για το αν μια επιχείρηση είναι κοινωνικά υπεύθυνη. Ως μέρος της κοινωνικής τους ευθύνης, οι επιχειρήσεις οφείλουν να εφαρμόζουν διαδικασίες ολικής ποιότητας κατά την παραγωγή και να πιστοποιούν τα προϊόντα – υπηρεσίες τους, μέσω ανεξάρτητων φορέων (ISO). Επίσης, οφείλουν να καλύπτουν τις ανάγκες των καταναλωτών με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον και την κοινωνία. Με το να κατανοούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών τους και με το να παρέχουν ανώτερη ποιότητα, ασφάλεια, αξιοπιστία και καλή εξυπηρέτηση, οι επιχειρήσεις επενδύουν στο «χτίσιμο» σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες τους και μακροπρόθεσμα αυξάνουν την κερδοφορία τους.

Μια ιδιαίτερα σημαντική εφαρμογή της ΕΚΕ είναι η “Αρχή του Σχεδιασμού για Όλους”, δηλαδή ο σχεδιασμός των προϊόντων και υπηρεσιών με τρόπο τέτοιο, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιούνται από όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτών με σωματικές ή νοητικές μειονεξίες. Ενδεχομένως, η κατασκευή διασκευασμένων προϊόντων για άτομα

με ειδικές ανάγκες να έχει σημαντικά μεγαλύτερο κόστος, προάγει όμως τη δεοντολογία και το σεβασμό προς όλα τα μέλη της κοινωνίας.

Η ευθύνη των επιχειρήσεων απέναντι στους μετόχους, προμηθευτές και λοιπούς συνεργάτες, έγκειται στη προώθηση της διαφάνειας των συναλλαγών, στην υιοθέτηση αυστηρών λογιστικών προτύπων, όπως τα Διεθνή, στην έμφαση σε αύξηση της αποδοτικότητας, που αντανακλάται σε μακροχρόνια βελτίωση της αξίας της μετοχής και στη δίκαιη διανομή μερισμάτων, καθώς και στην τήρηση των κανόνων περί θεμιτού ανταγωνισμού.

Επιπροσθέτως, η έννοια της ΕΚΕ εφάπτεται με τη επιλογή και σύναψη συνεργασίας με “ηθικούς” προμηθευτές και εταίρους.

• Διαχείριση Σχέσεων με Τοπικές Κοινότητες

Η ανάπτυξη οικείων σχέσεων των επιχειρήσεων με την τοπική κοινότητα μπορεί να αποφέρει ωφέλημα αποτελέσματα και για τις δύο πλευρές. Οι δράσεις της ΕΚΕ που σχετίζονται με την ανάπτυξη και διατήρηση ομαλών σχέσεων με την τοπική κοινωνία, αναφέρονται κυρίως σε πρωτοβουλίες συνεργασίας που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις με τοπικούς φορείς και οργανισμούς, για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις εξαρτώνται από την σταθερότητα και ευημερία του τόπου στον οποίο λειτουργούν και για το λόγο αυτό πραγματοποιούν δράσεις για την ενίσχυση των τοπικών κοινοτήτων, παρέχοντας θέσεις εργασίας, προσλαμβάνοντας κοινωνικά αποκλεισμένα άτομα, επιχορηγώντας και υποστηρίζοντας φιλανθρωπικές, αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις. Η φήμη και η εικόνα μιας εταιρείας ως εργοδότη, παραγωγού και γενικότερα ως “εταιρικού πολίτη” στην τοπική σκηνή, επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την ανταγωνιστικότητά της.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι η αλληλεπίδραση των εταιρειών με το τοπικό φυσικό περιβάλλον. Η τοπική κοινωνία απαιτεί από τις επιχειρήσεις να σέβονται και να διαφυλάσσουν τον τοπικό φυσικό πλούτο (προστασία πρασίνου και υδάτων, μειωμένη ατμοσφαιρική ρύπανση, σωστή διαχείριση αποβλήτων), μέσω της λήψης και εφαρμογής των κατάλληλων μέτρων.

• Σεβασμός Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων

Τα ανθρώπινα δικαιώματα αποτελούν πολύ σημαντική διάσταση της ΕΚΕ, τόσο μέσα στο χώρο εργασίας όσο και έξω από αυτόν. Η πρώτη περίπτωση αναφέρεται στο σεβασμό των διεθνώς συμφωνηθέντων συνθηκών και ορών εργασίας, όπως η απαγόρευση κάθε μορφής διάκρισης και η ελευθερία του συνδικαλιζέσθαι. Η δεύτερη σχετίζεται με διάφορα μείζονος σημασίας κοινωνικά φαινόμενα όπως είναι ο κοινωνικός αποκλεισμός, η παιδική ή καταναγκαστική εργασία, η φτώχεια, η έλλειψη επαρκούς παιδείας, η ελευθερία και γενικότερα το δικαίωμα σε μια αξιοπρεπή ζωή και όχι απλά η επιβίωση.

Τα τελευταία έτη, οι εταιρείες αντιμετωπίζουν σοβαρά ερωτήματα σχετικά με τους τομείς ευθύνης τους, σε αντιδιαστολή με εκείνους των κυβερνήσεων. Πολλές πολυεθνικές κυρίως επιχειρήσεις, κάνουν σοβαρές προσπάθειες να διασφαλίσουν ότι οι επιχειρηματικοί τους εταίροι συμμορφώνονται με τις

βασικές ηθικές τους αξίες, ενώ ερευνούν τρόπους προσέγγισης κρατών με ευρείες παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Δεχόμενες την ολοένα αυξανόμενη πίεση ΜΚΟ, ακτιβιστών και ομάδων αταναλωτών, οι εταιρείες οδηγούνται στην υιοθέτηση όλο και περισσότερων κωδικών συμπεριφοράς σχετικών με τις εργασιακές συνθήκες, τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις περιβαλλοντικές πτυχές. Με τον τρόπο αυτό οι εταιρείες προσβλέπουν στην ενδυνάμωση της εταιρικής τους εικόνας, στη μείωση των αρνητικών αντιδράσεων από το καταναλωτικό κοινό και στην οικοδόμηση θετικών σχέσεων με τις ΜΚΟ και τους λοιπούς τοπικούς ή περιφερειακούς παράγοντες.

Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα των εθελοντικών κωδικών συμπεριφοράς εξαρτάται από τη σωστή εφαρμογή και επαλήθευσή τους από πλευράς των εταιρειών, καθώς επίσης απαιτείται η πλήρης εφαρμογή τους σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης και παραγωγής. Επιπροσθέτως, σημαντικό ρόλο παίζει η ύπαρξη πλήρους διαφάνειας στην ενημέρωση των τοπικών κοινοτήτων, στα πλαίσια ενός ανοιχτού διαλόγου. Πολύ σημαντική είναι η ουσιαστική εκπαίδευση των τοπικών διοικήσεων και των εργαζομένων, σχετικά με την εφαρμογή κάθε κώδικα.

Στην περίπτωση της παιδικής εργασίας, οι εταιρείες δεν αρκεί να τηρούν τις διεθνείς διατάξεις, μέσω των κοινωνικών τους δράσεων οφείλουν να απορρίπτουν τη συνεργασία με προμηθευτές και εργολάβους που εκμεταλλεύονται την παιδική εργασία και να συνδράμουν στην αντιμετώπιση του φαινομένου, διευκολύνοντας την πρόσβαση των παιδιών στην εκπαίδευση.

2.3. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ανά Τομέα και Κλάδο

1. Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά τόσο τις ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και τις δημόσιες κάθε μορφής, οι οποίες όχι μόνο δεν απαλλάσσονται εξαιτίας του δημόσιου χαρακτήρα τους να λειτουργούν ως κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνοι φορείς, αλλά αντιθέτως, εξαιτίας του κοινωφελούς σκοπού τους επιβάλλεται να αποτελέσουν πρότυπα καλών πρακτικών ΕΚΕ.

Η Πράσινη Βίβλος και η Ανακοίνωση της Ε.Ε. το 2002 ειδικότερα, αναφέρονται στον τομέα αυτό, μέσω της μνημόνευσης των οργανισμών της λεγόμενης "κοινωνικής οικονομίας", οι οποίοι προτείνεται να εκδίδουν ετήσιες αναφορές με τη μορφή απολογισμού, σχετικά με την δράση και την αποτελεσματικότητά τους, σε τρία επίπεδα : οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Ωστόσο προκειμένου να πετύχουν την ολοκληρωμένη τεκμηρίωση των ετήσιων αναφορών, οι ΔΕΚΟ θα πρέπει να αναπτύξουν ολοκληρωμένους μηχανισμούς σχεδιασμού, εκτέλεσης και παρακολούθησης και πληροφόρησης της ΕΚΕ, προκειμένου να εφαρμοστεί ολοκληρωμένα και στο σύνολο του οργανισμού.

Αντίστοιχα, κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή τους σε δίκτυα για την ΕΚΕ, από όπου θα μπορούν να αντλήσουν εμπειρία και καλές πρακτικές από τον πιο ευέλικτο ιδιωτικό τομέα. Ιδιαίτερα σημαντική για την αποτελεσματική εφαρμογή της ΕΚΕ στις ΔΕΚΟ, εξαιτίας του μεγέθους και της διασποράς τους, κρίνεται και η εφαρμογή διεθνών προτύπων για την ΕΚΕ και το περιβάλλον.

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

2. Βιομηχανία

Η βιομηχανία είναι ο τομέας της επιχειρηματικής δραστηριότητας που απασχολεί το μεγαλύτερο πλήθος εργαζομένων και εξαιτίας αυτού συνδέεται περισσότερο με την τοπική κοινωνία ως φορέας απασχόλησης, ενώ ταυτόχρονα η δράση της συνδέεται άμεσα με το φυσικό περιβάλλον (χρήση πρώτων υλών στην παραγωγή, μεγάλη κατανάλωση ενέργειας). Κατά συνέπεια, είναι ο τομέας που εκτίθεται περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο σε κριτική, για επιμέρους θέματα που σχετίζονται με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Παρ' όλα αυτά, στον τομέα της Βιομηχανίας διαπιστώνεται ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει και τη μεγαλύτερη παράδοση, όπως επίσης και τις περισσότερες πρακτικές εφαρμογές, που καλύπτουν κατά περίπτωση τόσο το εσωτερικό περιβάλλον (εργαζόμενους), όσο και το εξωτερικό περιβάλλον (πελάτες, προμηθευτές, συνεργάτες, τοπική κοινωνία), αλλά και το φυσικό περιβάλλον. Ενδεικτικό στοιχείο της προσπάθειας που καταβάλλεται από την ελληνική βιομηχανία σχετικά με την ανάπτυξη και διάδοση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, είναι και το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ανήκει στον τομέα της βιομηχανίας. Οι δράσεις που φαίνεται να αναδεικνύονται ως προτεραιότητες για τις βιομηχανικές επιχειρήσεις, περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων την πρόληψη και την διασφάλιση της Υγείας και της Ασφάλειας στους χώρους εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος, την προστασία του καταναλωτή, τη συνεχή βελτίωση της ικανότητας των εργαζομένων για απασχόληση, αλλά και τον σεβασμό των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τους μόνιμους συνεργάτες, προμηθευτές και υπεργολάβους της κάθε επιχείρησης.

Σε κάποιες περιπτώσεις οι πρακτικές αυτές προέρχονται από επιχειρήσεις που λειτουργούν ως προμηθευτές, υπεργολάβοι ή υπο-κατασκευαστές μεγαλύτερων

επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις αυτές, αν και δεν είναι εξίσου εκτεθειμένες με τους πελάτες τους στον ευρύτερο προβληματισμό για την αναγκαιότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, γίνονται άμεσα κοινωνοί των σχετικών θεμάτων και καλούνται να συμπεριλάβουν σχετικές πολιτικές στην επιχειρηματική πρακτική τους, με αντιστάθμισμα την διατήρηση της συνεργασίας τους, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο νέα πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους.

3. Αγροτικός, Κτηνοτροφικός και Αλιευτικός Τομέας

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά μόνο τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή των πρώτων υλών και στη βιομηχανία, όπου οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις είναι εμφανώς διακριτές, αλλά και τις δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα, που αν και δεν θεωρούνται ιδιαίτερα κοινωνικές ή περιβαλλοντικές, ωστόσο παρουσιάζουν τις χαμηλότερες επιδόσεις σε εργατικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα.

Από τον αγροτικό, κτηνοτροφικό και αλιευτικό τομέα, προέρχεται ένα μεγάλο ποσοστό των καταναλωτικών προϊόντων. Ωστόσο, εξαιτίας της ιδιομορφίας των κλάδων (πολλοί μικροί παραγωγοί - που δραστηριοποιούνται κυρίως μέσω συνεταιρισμών χωρίς στιβαρή διοικητική υποδομή), δεν μπορούν να ελεγχθούν οι επιπτώσεις τους και κυρίως οι περιβαλλοντικές. Οι δράσεις που αφορούν την αειφόρο ανάπτυξη στη γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία προέρχονται κυρίως από πολυεθνικές εταιρίες, που έχουν την δυνατότητα να επενδύσουν και να αναλάβουν δράση προς κοινωνικά υπεύθυνες κατευθύνσεις.

Πιο συγκεκριμένα, η αγροτική δραστηριότητα θεωρείται να έχει την μεγαλύτερη επίδραση στο περιβάλλον από οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα.

Συμβάλλει στο φαινόμενο του θερμοκηπίου και με την αλόγιστη χρήση χημικών και εντομοκτόνων μολύνει τους υδάτινους πόρους. Η Ε.Ε. απέσυρε πρόσφατα πάνω από 100 τύπους εντομοκτόνων, που κρίθηκαν ιδιαίτερα επικίνδυνα για την δημόσια υγεία. Παράλληλα ο αγροτικός κλάδος είναι, με μεγάλη διαφορά, ο μεγαλύτερος καταναλωτής νερού της χώρας.

Ως αειφόρος γεωργία, νοείται η οργανωμένη προσπάθεια του να διατηρηθούν διαχρονικά υψηλοί οι ρυθμοί παραγωγής και απόδοσης της γης, με παράλληλη μείωση της χρήσης μη ανανεώσιμων πρώτων υλών στην διαδικασία αυτή.

Οι αρχές που πρέπει να διέπουν την κοινωνικά υπεύθυνη γεωργία συνοψίζονται ως εξής:

- 1.** Η παραγωγή εσοδειών με μεγάλη παραγωγικότητα και θρεπτική αξία, κάνοντας όσο το δυνατόν μικρότερη χρήση πόρων.
- 2.** Η διασφάλιση ότι οι παρενέργειες στην ευφορία της γης, στην ποιότητα του νερού, του αέρα και στην βιοποικιλότητα μειώνονται, ενώ πραγματοποιούνται θετικές παρεμβάσεις όπου αυτό είναι δυνατό.
- 3.** Η χρήση ανανεώσιμων πόρων, όπου αυτό είναι δυνατό, με αντίστοιχη μείωση των μη ανανεώσιμων πόρων.
- 4.** Η προστασία της ευημερίας και του περιβάλλοντος των κοινωνιών.

Σε αντίστοιχο πνεύμα διατυπώνονται και οι σκέψεις για την κτηνοτροφία. Η μνήμη της κοινής γνώμης είναι ακόμη νωπή όσον αφορά στο θέμα των τρελών αγελάδων, αλλά το θέμα έχει λάβει περισσότερες διαστάσεις από την χρήση χημικών στην ζωική παραγωγή. Οι αρχές που διέπουν την γεωργία θα πρέπει να διέπουν και την κτηνοτροφία, κυρίως ως προς την χρήση χημικών και τη διαχείριση αποβλήτων, τόσο από την ζωική παραγωγή όσο και από την μεταποίηση δέρματος και κρέατος.

Στην αλιεία τα θέματα είναι λίγο πιο σοβαρά. Σύμφωνα με έρευνα του οργανισμού γεωργίας και αλιείας των Ηνωμένων Εθνών, 48% των θαλασσών εκμεταλλεύονται πλήρως, 16% υπεραλιεύονται και 9% έχουν εξαντληθεί, δημιουργώντας μεγάλα προβλήματα στα θαλάσσια οικοσυστήματα αλλά και τις παραλιακές κοινότητες που στηρίζονται στην αλιεία. Οι ιχθυοκαλλιέργειες δεν μπορούν να αντικαταστήσουν εύκολα την αλιεία, που αποτελεί τον τελευταίο και σπουδαιότερο τομέα παραγωγής άγριων πρώτων υλών.

Χαρακτηριστικό και των τριών κλάδων που προαναφέρθηκαν είναι ότι στην συνείδηση του πολίτη, φαίνονται να λειτουργούν σε αρμονία με το περιβάλλον, σε αντίθεση με τη βιομηχανία όπου τα αποτελέσματα είναι πιο άμεσα και διακριτά. Ήδη αρκετές οργανώσεις και ιδρύματα έχουν ασχοληθεί με πρωτοβουλίες αειφόρου ανάπτυξης στους συγκεκριμένους κλάδους και πιλοτικές εφαρμογές με πρωτοποριακές τεχνικές παραγωγής, που έχουν υιοθετηθεί από ένα μέρος των παραγωγών αλλά σίγουρα όχι στην επιθυμητή έκταση. Ήδη έχουν καταρτιστεί πρότυπα (industry-specific standards), που διασφαλίζουν τις διεργασίες για την κοινωνικά υπεύθυνη γεωργία και αλιεία, που αν υιοθετηθούν στο σύνολο τους μπορούν να αποτελέσουν ιδανική βάση για την δημιουργία μηχανισμών αυτοελέγχου των επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η ανάπτυξη κουλτούρας στους κλάδους που να συνδέει την μέσο-μακροπρόθεσμη ανάπτυξη, με την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε.. Αντίστοιχα, οι άξονες στους οποίους θα πρέπει να στηριχτεί οποιαδήποτε εφαρμογή πρέπει να είναι οι εξής τρεις: προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, βελτίωση συνθηκών εργασίας, ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας.

4. Εμπόριο και Υπηρεσίες

Ο τριτογενής τομέας της οικονομίας έχει γνωρίσει ραγδαία αύξηση τα τελευταία χρόνια παγκοσμίως, καθώς η ανάπτυξη του είναι χαρακτηριστικό των αναπτυγμένων χωρών. Από τους κλάδους αυτούς προέρχονται πολλές από τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν οι πολίτες στην καθημερινή τους ζωή (μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, τραπεζικές υπηρεσίες). Η ΕΚΕ στον τριτογενή τομέα δεν σχετίζεται με άμεσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την παραγωγή, αλλά κυρίως με δράσεις κοινωνικής και εργασιακής φύσεως. Και σε αυτή την περίπτωση, οι δράσεις που αφορούν την αειφόρο ανάπτυξη στο εμπόριο και τις υπηρεσίες προέρχονται από πολυεθνικές κυρίως εταιρίες, που έχουν την δυνατότητα να επενδύσουν και να αναλάβουν δράση προς κοινωνικά υπεύθυνες κατευθύνσεις. Πιο συγκεκριμένα, στο εμπόριο η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι το σημαντικότερο μέτρο προς αυτή την κατεύθυνση. Είναι

χαρακτηριστικό της σύγχρονης οικονομίας η μετακίνηση της βιομηχανικής παραγωγής σε χώρες, όπου το εργατικό κόστος είναι φθινό και η διοικητική υποδομή χαλαρή (σε αντίθεση με το εργατικό κόστος και την αυστηρή και άκαμπτη νομοθεσία των αναπτυγμένων χωρών), γεγονός που οδηγεί σε φαινόμενα καταστρατήγησης σε αρκετές περιπτώσεις βασικών εργατικών δικαιωμάτων και περιβαλλοντικών κανονισμών. Οι έμποροι θα μπορούσαν να θέσουν προδιαγραφές εναρμονισμένες με τις αρχές τις ΕΚΕ, αλλά το παγκοσμιοποιημένο διεθνές εμπόριο δεν μπορεί εύκολά να ελεγχθεί. Άλλωστε ποιος έμπορος ή καταναλωτής μπορεί να αντισταθεί σε ένα ελκυστικό προϊόν με ιδιαίτερα χαμηλή τιμή;

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

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

2.4. Κατηγορίες Δράσεων Ε.Κ.Ε.

Οι πρωτοβουλίες – δράσεις ΕΚΕ των επιχειρήσεων διαχωρίζονται σε έξι κατηγορίες, ανάλογα με τη φύση και το σκοπό του κάθε προγράμματος – δράσης :

1. Προώθηση του Σκοπού (Cause – Related Promotion)

Μια εταιρεία εξασφαλίζει κεφάλαια, από εισφορές ή άλλες πηγές, για να αυξήσει την επίγνωση, τη συνείδηση και το ενδιαφέρον, σχετικά με έναν κοινωνικό σκοπό ή για να υποστηρίξει τη χρηματοδότηση, τη συμμετοχή ή την εθελοντική στρατολόγηση για την υλοποίηση μιας κοινωνικής δράσης. Η εταιρεία μπορεί να αναλάβει αυτή την πρωτοβουλία από μόνη της ή να αποτελέσει βασικό συνεργάτη ή σπόνσορα σε προσπάθειες άλλων. Για παράδειγμα, η εταιρεία Body Shop ανέλαβε από μόνη της να προωθήσει το μήνυμα της απαγόρευσης χρήσης ζώων στη δοκιμή καλλυντικών, ενώ η εταιρεία Aleve αποτέλεσε βασικό σπόνσορα του εράνου που πραγματοποίησε το Ίδρυμα Αρθρίτιδας.

2. Μάρκετινγκ Συνδεδεμένο με το Σκοπό (Cause – Related Marketing)

Μια εταιρεία δεσμεύεται να εισφέρει ένα ποσοστό των εσόδων της για ένα συγκεκριμένο σκοπό, βασιζόμενη στις πωλήσεις των προϊόντων της.

Συνήθως αυτές οι προσφορές αφορούν στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο κατά την οποία ανακοινώνονται, σε ένα συγκεκριμένο προϊόν και σε μια συγκεκριμένη κοινωνική δράση. Στην περίπτωση αυτή, μια εταιρεία συνεργάζεται συνήθως με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό, αναπτύσσοντας μια αμοιβαία ευεργετική σχέση, σχεδιασμένη ώστε να αυξήσει τις πωλήσεις ενός συγκεκριμένου προϊόντος, αλλά και να υποστηρίξει οικονομικά την φιλανθρωπική δράση. Για παράδειγμα, η εταιρεία Pampers προσέφερε στη Unicef ένα ευρώ, από την αγορά μιας συγκεκριμένης συσκευασίας βρεφικών πάνων, για την εκστρατεία της καταπολέμησης του βρεφικού τετάνου στις αναπτυσσόμενες χώρες.

3. Εταιρικό Κοινωνικό Μάρκετινγκ (Corporate Social Marketing)

Μια εταιρεία υποστηρίζει την ανάπτυξη ή και την υλοποίηση μιας καμπάνιας, με στόχο την αλλαγή συμπεριφοράς, που αποσκοπεί στη βελτίωση της δημόσιας υγείας, της ασφάλειας, του περιβάλλοντος και της γενικότερης κοινωνικής ευημερίας. Το χαρακτηριστικό που κάνει αυτή την κατηγορία να διαφέρει από την κατηγορία “προώθησης του σκοπού”, είναι η *εστίαση που γίνεται στην αλλαγή συμπεριφοράς* του κοινού στο οποίο απευθύνεται η καμπάνια. Μια εταιρεία μπορεί να αναπτύξει και να υλοποιήσει μια τέτοια καμπάνια από μόνη της ή σε συνεργασία με άλλους κρατικούς οργανισμούς ή ΜΚΟ. Για παράδειγμα, η Philip Morris ξεκίνησε μόνη της μια εκστρατεία παρακίνησης των γονέων να μιλήσουν στα παιδιά τους για τις συνέπειες του καπνίσματος, ενώ η Pampers συμβουλεύει τους γονείς να τοποθετούν τα μωρά για ύπνο σε ύπτια θέση για την καλύτερη ανάπτυξη των οργάνων τους.

4. Εταιρική Φιλανθρωπία (Corporate Philanthropy)

Μια εταιρεία κάνει μια άμεση προσφορά για έναν κοινωνικό σκοπό ή προς ένα φιλανθρωπικό ίδρυμα, συνήθως με τη μορφή μετρητών, δωρεών ή παροχής εσωτερικών υπηρεσιών. Αυτή η πρωτοβουλία ήταν ίσως η πιο συνηθισμένη για πολλές δεκαετίες, ενώ κατά τα τελευταία έτη, οι εταιρείες δέχονται εσωτερικές και εξωτερικές πιέσεις για να κινηθούν προς μια πιο στρατηγική προσέγγιση, συνδέοντας τις φιλανθρωπικές τους δραστηριότητες με τους επιχειρηματικούς τους στόχους.

5. Εταιρικός Εθελοντισμός (Community Volunteering)

Μια εταιρεία υποστηρίζει και ενθαρρύνει τους εργαζόμενους, τους συνεργάτες και τα μέλη franchise, να προσφέρουν εθελοντικά το χρόνο και την εργασία τους, ώστε να υποστηρίξουν το έργο των ΜΚΟ και της τοπικής κοινωνίας. Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να είναι μια ανεξάρτητη πρωτοβουλία της εταιρείας ή να γίνει μέσω συνεργασίας με μια ΜΚΟ ή έναν κρατικό φορέα. Για παράδειγμα, οι εργαζόμενοι της εταιρείας Shell συνεργάστηκαν με τους υπεύθυνους της ΜΚΟ “The Ocean Conservancy” σε μια εκστρατεία για τον καθαρισμό ακτών.

6. Κοινωνικά Υπεύθυνες Επιχειρηματικές Πρακτικές (Socially Responsible Business Practices)

Μια εταιρεία υιοθετεί και διεξάγει προαιρετικές επιχειρηματικές πρακτικές και επενδύσεις, που υποστηρίζουν κοινωνικούς σκοπούς και στοχεύουν στην βελτίωση της κοινωνικής ευημερίας και στην προστασία του περιβάλλοντος.

Για παράδειγμα, η εταιρεία Kraft απέκλεισε όλη τη σχολική αγορά από ομάδα – καταναλωτή, υποστηρίζοντας την προσπάθεια της ιατρικής κοινότητας για την πρόληψη της παιδικής παχυσαρκίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

3. ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

3.1. Οφέλη για τις Επιχειρήσεις

i. Υψηλότερη Οικονομική Απόδοση και Κερδοφορία

Το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις έχουν ηθικούς και οικονομικούς λόγους για να θέλουν να εφαρμόσουν προγράμματα ΕΚΕ. Αν και τα οικονομικά οφέλη από την ΕΚΕ είναι κάτι ασαφές, όλο και περισσότερες έρευνες καταδεικνύουν ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά έναντι της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, μπορεί να καταστήσει μια επιχείρηση πιο ανταγωνιστική, πιο ανθεκτική σε περιόδους κρίσης, καθώς επίσης να της αποφέρει σημαντικά έσοδα και βελτίωση της απόδοσής της.

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε η Ernst & Young το 2002, το 94% των στελεχών επιχειρήσεων πιστεύει ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να αποφέρει οφέλη σε οικονομικό επίπεδο, ενώ το 33,3% των πολυεθνικών εκτιμά ότι, μέσω δράσεων που σχετίζονται με την ΕΚΕ, οι πωλήσεις θα αυξηθούν βραχυπρόθεσμα. Το σημαντικότερο ίσως εύρημα μιας άλλης έρευνας που πραγματοποίησε το 2002 η PWC σε συνεργασία με το World Economic Forum, είναι αυτό που αφορά στους επικεφαλής των εταιρειών: το 71% των ερωτηθέντων διευθυνόντων συμβούλων, όταν ξεκινούν προγράμματα ΕΚΕ, εμφανίζονται πρόθυμοι να θυσιάσουν μέρος της βραχυπρόθεσμης κερδοφορίας τους, με αντάλλαγμα τη μελλοντική υπεραξία που θεωρούν ότι θα προκύψει από την κίνηση αυτή.

Περισσότερες από 100 εμπειρικές έρευνες που εκπονήθηκαν από το 1972 έως και το 2000 εξέτασαν τη σχέση μεταξύ ΕΚΕ και οικονομικών ωφελειών.

Όπως προέκυψε, το 68% των αποτελεσμάτων κατέδειξε την ύπαρξη θετικής σχέσης ανάμεσα στα δύο.

Εξάλλου, το London School of Economics, μετά από ανάλυση πλήθους μελετών, επιβεβαιώνει τα παραπάνω ευρήματα, προσθέτοντας ότι από τις 80 αναγνωρισμένες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί για την ΕΚΕ, 42 κατέδειξαν θετική σχέση, 19 δεν βρήκαν καμία σύνδεση ανάμεσα στις δράσεις της ΕΚΕ και στο οικονομικό όφελος, 15 εμφάνισαν μικτά αποτελέσματα και μόνο 4 έδειξαν αρνητική σχέση.

Ακολουθούν ορισμένα από τα χρησιμότερα συμπεράσματα των ερευνών αυτών:

- Εταιρείες με κοινωνική δέσμευση αποδίδουν καλύτερα σε τρία από τα τέσσερα οικονομικά μεγέθη στα οποία ελέγχθηκαν, ενώ έχουν κατά 18% υψηλότερα κέρδη κατά μέσο όρο (Institute of Business Ethics, 2003).
- Εταιρείες που με συνέπεια προσπαθούν να λάβουν υπόψη τους τις

απόψεις της πλειοψηφίας των μετόχων τους απέδωσαν δύο φορές έναντι του S&P 500 κατά την τελευταία 15ετία, με συνολικά μέση μετοχική απόδοση στο 43%, έναντι 19% του S&P 500.

- Επιχειρήσεις με κοινωνική δέσμευση αποδίδουν δύο έως τρεις φορές, έναντι των υπολοίπων (Business & Society Review).

Από την άλλη, οι ορθές περιβαλλοντικές πρακτικές εμφανίζουν υψηλό βαθμό συσχέτισης με την περικοπή του κόστους. Κάποιο πρόγραμμα ανακύκλωσης πόρων, αν και στην αρχή μπορεί να φαίνεται κοστοβόρο, στη συνέχεια αποδεικνύεται πηγή εξοικονόμησης. Με το πέρασμα του χρόνου, η καλύτερη λειτουργική απόδοση που επιτυγχάνεται, αποσβένει το αρχικό κόστος και αποφέρει πολλαπλά οικονομικά, αλλά και κοινωνικά – περιβαλλοντικά οφέλη. Τέτοιες πρακτικές αποτελούν: η μείωση κατανάλωσης νερού, ενέργειας, υλικών, η ελαχιστοποίηση εκπομπών αερίων και αποβλήτων και η ανακύκλωση πρώτων υλών. Για παράδειγμα, η προμήθεια κατάλληλου εξοπλισμού για τη μείωση των ρύπων, μπορεί να αντιμετωπίζεται αρχικά μια ιδιαίτερα ακριβή αγορά για κάποια βιομηχανία, αλλά σίγουρα αποτελεί επένδυση, δεδομένων των αυξανόμενων ελέγχων και προστίμων για τους ρύπους, αλλά και συνθηκών όπως αυτής του Κιότο

ii. Ενίσχυση Εταιρικής Φήμης

Η εταιρική εικόνα και φήμη τις επιχειρήσεις κάθε μεγέθους και κλάδου είναι καθοριστική, καθώς μπορεί να προσελκύσει ή να απωθήσει πελατειακό κοινό, εργαζόμενους, επενδυτές και λοιπούς συνεργάτες. Όσο δύσκολο και χρονοβόρο είναι να χτιστεί και να διατηρηθεί η καλή φήμη, καθώς απαιτεί πολύ χρόνο και μεγάλη προσπάθεια από τις επιχειρήσεις, τόσο εύκολο και γρήγορο είναι να καταστραφεί. Σήμερα η στάση των καταναλωτών παίζει ολοένα αυξανόμενο ρόλο, αφού είναι περισσότερο ενημερωμένοι από ποτέ.

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

Οι εταιρείες, ως επακόλουθο των επιχειρηματικών σκανδάλων που έρχονται συνεχώς στο προσκήνιο, αντιλαμβάνονται πλέον ότι η εμπιστοσύνη του κοινού απέναντι τους έχει διαβρωθεί και χρειάζεται να την εδραιώσουν ξανά, κάνοντας σαφές ότι υιοθετούν πρακτικές ΕΚΕ υπέρ της γενικότερης κοινωνικής ευημερίας. Οι πρακτικές αυτές ενισχύουν το Brand Name μιας εταιρείας στην αγορά, αυξάνοντας παράλληλα τη ζήτηση και την καταναλωτική πίστη.

Έρευνα που διενήργησε το 2000 το CRS Europe έδειξε ότι το 70% των Ευρωπαίων καταναλωτών αναγνώρισε ευθέως τη σημασία που έχουν κατά την αγορά οι δεσμεύσεις των επιχειρήσεων - παραγωγών έναντι της κοινωνίας, ενώ 1 στους 5 δήλωσε πρόθυμος να πληρώσει παραπάνω για ένα προϊόν που προέρχεται από "ευαισθητοποιημένη" εταιρεία. Από τη σκοπιά αυτή καθίσταται σαφές πως σήμερα η φήμη και η αξία του σήματος είναι ακόμη σημαντικότερες έναντι των περασμένων δεκαετιών. Σε τμήματα marketing πανεπιστημίων των ΗΠΑ διδάσκεται ήδη πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί έναν από τους ασφαλέστερους τρόπους για μια εταιρεία, ώστε αυτή να διαφοροποιήσει θετικά το εμπορικό της.

iii. Προσέλκυση και Διατήρηση Εξειδικευμένων Στελεχών

Αντίστοιχη στάση με αυτή των καταναλωτών επιδεικνύουν και οι εργαζόμενοι, οι οποίοι δεν κρύβουν την προτίμησή τους να εργάζονται για μια "συμπαθή" στο ευρύ κοινό επιχείρηση με "καλό όνομα". Έρευνα της Cherenson Group το 2001 έδειξε ότι το 78% των υπαλλήλων επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα, θα δούλευε προθυμότερα σε μια εταιρεία για την οποία η ΕΚΕ έχει αυξημένη σημασία. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας, όταν το προσωπικό μιας εταιρείας νιώθει πως εργάζεται κατά ένα μέρος ή συμμετέχει εθελοντικά για την εκπλήρωση ενός κοινωνικού σκοπού, αισθάνεται μεγαλύτερη εργασιακή ικανοποίηση, αυξάνει την αποδοτικότητά του και παραμένει στην επιχείρηση για περισσότερο χρόνο. Είναι άλλωστε κοινό μυστικό στους επιχειρηματικούς κύκλους, ότι η προσφορά ισχυρού ηθικού κινήτρου προς τους υπαλλήλους είναι πολλές φορές καλύτερο κίνητρο για την αύξηση της παραγωγικότητας, απ' ότι μια μεσαίου μεγέθους αύξηση αποδοχών.

Ο εντεινόμενος ανταγωνισμός για την προσέλκυση εργαζομένων ανώτερης μόρφωσης και στελεχών υψηλής κατάρτισης, ιδιαίτερα υπό το πρίσμα της συρρίκνωσης του εργαζόμενου δυναμικού στις ανεπτυγμένες χώρες, είναι από μόνος του ένα κίνητρο για τη δημιουργία ελκυστικότερων εργασιακών όρων. Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις ακούν με προσοχή τη γνώμη των υποψήφιων στελεχών τους για το προφίλ που θα ήθελαν να διαθέτει η εταιρεία στην οποία εργάζονται. Δεν είναι συμπτωματικό ότι τα τελευταία έξι χρόνια οι ερωτήσεις που θέτουν κατά τη συνέντευξη για την πρόσληψή τους τα υποψήφια στελέχη και σχετίζονται με την κοινωνική πολιτική του πιθανού εργοδότη έχουν αυξηθεί κατά 42%.

Σε περισσότερο πρακτικό επίπεδο, ιδιαίτερη σημασία έχει η έρευνα του οργανισμού American Productivity και της MedStat Group, όπου σύμφωνα με αυτή, τα προγράμματα μιας επιχείρησης για την υγεία του προσωπικού της μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα των υπαλλήλων κατά 30%.

iv. Πρόσβαση σε Κεφάλαιο και Προσέλκυση Επενδύσεων Επιχειρήσεις που επιδιώκουν χρηματοδότηση και προσέλκυση επενδυτών, πρέπει να θεωρήσουν την ΕΚΕ ως ευκαιρία που θα διευρύνει το κεφάλαιό τους. Δεν είναι τυχαίο πως εννέα από τα δεκαπέντε μεγαλύτερα funds που επενδύουν σε κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις κατατάσσονται διαρκώς ανάμεσα στα πλέον επιτυχή

επενδυτικά σχήματα με βάση τις τριετείς αποδόσεις. Έρευνα του CRS Europe το 2001, έδειξε ότι funds με κοινωνικό και περιβαλλοντικό προσανατολισμό αναπτύχθηκαν κατά περισσότερο από 58% μέσα σε διάστημα μόλις 18 μηνών. Σύμφωνα άλλωστε με ανάλογη έρευνα, και πάλι του CRS Europe, το 86% των επενδυτών πιστεύει πως η διοίκηση μιας εταιρείας με κοινωνικό προσανατολισμό προσθέτει σημαντικά στην αξία μιας επιχείρησης μακροπρόθεσμα.

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

Κατά τα πρώτα χρόνια της νέας χιλιετίας, οι επενδύσεις σε κοινωνικά ευαίσθητες επιχειρήσεις αυξήθηκαν κατά 61%, αναφέρει έρευνα της Deloitte σε Άγγλους και λοιπούς Ευρωπαίους fund managers [OECD Online Bookshop, 2001]. Κατά το 79% των ίδιων, η διαχείριση κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων έχει θετική επίδραση σε μια εταιρεία μακροπρόθεσμα, ενώ δεν έχει καμία βραχυπρόθεσμα. Η πρόβλεψη του 52% των ερωτηθέντων ήταν πως στα επόμενα χρόνια οι “κοινωνικές” επενδύσεις θα αποτελέσουν την πλέον δημοφιλή επένδυση, ενώ σχεδόν ομόφωνη ήταν η απάντηση υπέρ της ύπαρξης σχέσης ανάμεσα στην αξία για τους μετόχους και τα μη χρηματοοικονομικά ρίσκα.

Οι Αρχές των Κοινωνικά Υπεύθυνων Επενδύσεων (Social Responsible Investment – SRI), εφαρμόζονται σήμερα σε έναν αυξανόμενο αριθμό επενδυτικών κεφαλαίων, με τους διευθυντές χαρτοφυλακίων, είτε να ξεδιαλέγουν τις επιχειρήσεις που δεν ικανοποιούν τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά πρότυπα, είτε να χρησιμοποιούν την επιρροή τους για να βελτιώσουν την ηθική απόδοση των επιχειρήσεων αυτών. Με βάση τα στοιχεία αντίστοιχης έρευνας, το 33% των θεσμικών επενδυτών στην Ευρώπη ισχυρίζονται ότι ήδη προσφέρουν SRI προϊόντα, με ένα 15% να σχεδιάζει να κάνει το ίδιο άμεσα.

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

αναγνωρίσουν τα αναδυόμενα προβλήματα και να τα χειριστούν ανάλογα, ώστε να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Βάσει ερευνητικών αποτελεσμάτων, το 86% των θεσμικών επενδυτών στην Ευρώπη, θεωρεί πως η διαχείριση κοινωνικών και περιβαλλοντικών κινδύνων, θα ασκήσει μακροχρόνια σημαντικά θετική επίδραση στην αξία της επιχείρησης. Επιπροσθέτως, με το να υιοθετεί μια εταιρεία κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά, σχηματίζει και συγκρατεί γύρω της μια κρίσιμη μάζα πελατών, η οποία επαινεί τις ενέργειες ΕΚΕ και γενικότερα τον κοινωνικό χαρακτήρα της εταιρείας. Η δημιουργία μιας τέτοιας μάζας πιστών πελατών είναι ιδιαίτερα κρίσιμη, σε περιόδους που διαχέονται στην αγορά αρνητικές πληροφορίες για την εταιρεία. Τότε, οι πιστοί πελάτες αποδεικνύονται πιο ανθεκτικοί σε αρνητικές ειδήσεις και σχόλια και τείνουν να συγχωρούν ευκολότερα τυχόν παραπτώματα της εταιρείας.

3.2. Οφέλη για την Κοινωνία και το Περιβάλλον

Οι πρακτικές ΕΚΕ συμβάλλουν ουσιαστικά στην ευημερία της κοινωνίας. Η σχέση κοινωνίας και επιχείρησης είναι αμφίδρομη, μια σχέση αλληλεξάρτησης. Η βελτίωση των σχέσεων, όχι μόνο με την τοπική κοινωνία, αλλά και με τα περιφερειακά όργανα, καθίστανται αναπόφευκτες, καθώς μια αμοιβαία υποστήριξη αυξάνει την αξία των πρακτικών της ΕΚΕ.

Η παραγωγή ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων, η συνεισφορά σε τομείς όπως η εκπαίδευση, ο πολιτισμός και η υγεία, είναι μερικά από τα οφέλη που απολαμβάνει η κοινωνία. Επιπλέον, εταιρείες που προσφέρουν εργασία χωρίς διακρίσεις στους ανθρώπους και φροντίζουν για την εκπαίδευση, την ανάπτυξη και την ψυχική τους ισορροπία, συμβάλλουν στη δόμηση ολοκληρωμένων προσωπικοτήτων, που προάγουν το προσωπικό, εταιρικό και κοινωνικό συμφέρον.

Από την άλλη, οι άνθρωποι απολαμβάνουν πλέον ασφαλή και ποιοτικά προϊόντα ή υπηρεσίες, γεγονός που οικοδομεί σταδιακά σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρήσεων – καταναλωτικού κοινού. Όταν οι επιχειρήσεις βρίσκονται σε ανοιχτό διάλογο με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, αφουγκράζονται τις επιθυμίες τους και ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις τους, αποδίδουν διάρκεια στην παραπάνω σχέση και ενισχύουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα και τη φήμη τους, προσφέροντας παράλληλα ικανοποίηση στο κοινωνικό σύνολο.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

4. ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ, ΔΗΜΟΣΙΑ ΑΝΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΕ

Μέχρι σήμερα δεν υπάρχει ένα κοινώς συμφωνημένο Σύστημα Μέτρησης για την ΕΚΕ, ούτε ένα ενιαίο μεθοδολογικό πλαίσιο που να λαμβάνει ευρεία αποδοχή από την αγορά. Ωστόσο, μια σειρά από κώδικες, εργαλεία, πρότυπα, οδηγίες και πλαίσια, είναι πλέον διαθέσιμα στις επιχειρήσεις, ώστε να τις βοηθήσουν να ενσωματώσουν την ΕΚΕ στην επιχειρησιακή τους στρατηγική, με σκοπό να ευθυγραμμίσουν την απόδοσή τους με τους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης. Στη συνέχεια αναφέρονται οι επικρατέστεροι τρόποι, οι οποίοι μπορούν να βοηθήσουν στην βελτίωση της ενημέρωσης και της διαφάνειας, σχετικά με την υιοθέτηση και υλοποίηση δράσεων ΕΚΕ.

4.1 Επίπεδα Προσδιορισμού των Επιδράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Το πλαίσιο προσδιορισμού των επιδράσεων της ΕΚΕ που θεωρείται επικρατέστερο σήμερα, λαμβάνει υπόψη του τρία διαφορετικά επίπεδα Εταιρικής Ευθύνης, τα οποία περιλαμβάνουν τις Αρχές της Κοινωνικής Υπευθυνότητας που πρέπει να υιοθετούνται από τις Επιχειρήσεις, τις Διαδικασίες της Κοινωνικής Ευθύνης και τα παραγόμενα αποτελέσματα από τη Διαχείριση της ΕΚΕ. Ο βαθμός εφαρμογής των τριών επιπέδων είναι θεσμικός και αναφέρεται στις βασικές υποχρεώσεις της εταιρείας, όπως απορρέουν από την επιχειρηματική δράση της. Ειδικότερα, τα επίπεδα αυτά είναι :

• Επίπεδο I: Αρχές Κοινωνικής Υπευθυνότητας

Η τιμή αυτού του επιπέδου προσδιορίζει τη θεσμική σχέση μεταξύ της δραστηριότητας της επιχείρησης και της ευρύτερης κοινωνίας που αυτή εντάσσεται, καθορίζοντας τα αναμενόμενα αποτελέσματα κάθε επιμέρους δράσης της.

• Επίπεδο II: Διαδικασίες Κοινωνικής Ευθύνης

Η Εταιρική Κοινωνική Ανταπόκριση περιλαμβάνει την ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις κοινωνικές πιέσεις και να επιβιώνει μέσα από την προσαρμογή της σε οποιοδήποτε επιχειρηματικό περιβάλλον αυτή δραστηριοποιείται. Η ικανότητά της να ερευνά τα δεδομένα της αγοράς, να τα ερμηνεύει και να αντιδρά με επιτυχία στο επιχειρηματικό περιβάλλον, αυξάνει τη δυνατότητα προσαρμογής και εδραίωσής της στην αγορά.

• Επίπεδο III: Προσδιορισμός Αποτελεσμάτων

Ο προσδιορισμός του κατά πόσο η υιοθέτηση της ΕΚΕ φέρει ανταποδοτικά αποτελέσματα στο σύνολο λειτουργίας της επιχείρησης. Στο επίπεδο αυτό λαμβάνονται υπόψη:

i. Όλες οι εσωτερικές επιδράσεις στους μετόχους από τη λειτουργία της επιχείρησης,

- ii. Όλες οι εξωτερικές επιδράσεις της επιχειρηματικής δράσης σε πρόσωπα ή ομάδες προσώπων εκτός της επιχείρησης,
- iii. Όλες οι εξωτερικές επιδράσεις που αναφέρονται στις ευρύτερες κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που δεν σχετίζονται με τους μετόχους της επιχείρησης.

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι η μέτρηση των επιδράσεων της επιχειρηματικής δράσης στην κοινωνία και το περιβάλλον βοηθάει στην καλύτερη γνώση των αναγκών των καταναλωτών. Αποτέλεσμα αυτού είναι η επιχείρηση να γίνεται περισσότερο ανταγωνιστική σε όρους ποιότητας προϊόντων /υπηρεσιών, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να αυξήσει την αποδοτικότητά της (π.χ. με εξοικονόμηση κόστους από την υιοθέτηση καλύτερων τεχνικών ελαχιστοποίησης αποβλήτων), κάτι που οδηγεί σε βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς της σε επίπεδο τιμών. Διαφορές στα μεγέθη, τη φύση και τη λειτουργία των επιχειρήσεων, φανερώνουν τις διαφορετικές επιδράσεις τους σε κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους και τις διαφορετικές προκλήσεις που αυτές αντιμετωπίζουν.

4.2 Τρόποι Δημοσιοποίησης Δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Τα εργαλεία που κάθε επιχείρηση χρησιμοποιεί και οι τρόποι με τους οποίους δημοσιοποιεί τη θέση της γύρω από το θέμα της ΕΚΕ, διαφέρουν ανάλογα με τον τομέα στον οποίο ανήκει, το μέγεθος και το είδος των δραστηριοτήτων της. Πιο κάτω περιγράφονται οι επικρατέστεροι από τους τρόπους αυτούς:

1) Κοινωνικός Απολογισμός

Ο όρος “Κοινωνικός Απολογισμός” αναφέρεται σε ειδικές εκδόσεις, μέσα από τις οποίες οι επιχειρήσεις υιοθετούν μια ολιστική άποψη αναφοράς των ευθυνών τους απέναντι σε όσους άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους. Ενώ η συγκεκριμένη αναφορά εκδίδεται σε οικειοθελή βάση και οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διαφορετικά μοντέλα, οδηγίες και μεθόδους αναφοράς, ένας κοινωνικός απολογισμός θα μπορούσε κατά προτίμηση να περιλαμβάνει μερικά βασικά στοιχεία όπως:

- Δήλωση των αρχών της επιχείρησης (αποστολή, αξίες, αρχές)
- Πρακτικές και δράσεις ΕΚΕ
- Αποτελεσματικότητα των πρακτικών και δράσεων ΕΚΕ

Ο Κοινωνικός Απολογισμός είναι μια πρωτοβουλία που υιοθετείται από ολόενα και περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες μέσω αυτής της διαδικασίας οργανώνουν τις επιμέρους δράσεις τους που σχετίζονται με την ΕΚΕ, θέτουν μετρήσιμους στόχους και δημιουργούν συνθήκες αμφίδρομης επικοινωνίας με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders). Ο Απολογισμός των υπεύθυνων εταιρικών πρακτικών έχει αποδειχθεί πως ενισχύει στο μέγιστο βαθμό την εδραίωση της καλής εταιρικής φήμης και για το λόγο αυτό αποτελεί πολύτιμο εργαλείο επένδυσης, που διαχωρίζει με σαφή και κατηγορηματικό τρόπο τις βιώσιμες εταιρείες υψηλής ποιότητας από τις υπόλοιπες.

Οι Κοινωνικοί Απολογισμοί των επιχειρήσεων μπορεί να διαφοροποιούνται ως προς τη δομή, το περιεχόμενο, το ύφος, το σχεδιασμό, την έκταση και τη

μεθοδολογία αξιολόγησης και αποτίμησης, ανάλογα με το είδος και τον κλάδο κάθε επιχείρησης. Είναι υπαρκτή η ανάγκη διαμόρφωσης μιας γενικής ομοφωνίας, σχετικά με το είδος των πληροφοριών που πρέπει να περιλαμβάνονται, τη μορφή της σύνταξης, καθώς και την αξιοπιστία των διαδικασιών αξιολόγησης και ελέγχου, προκειμένου να ενισχυθεί ακόμα περισσότερο ο ρόλος και η χρησιμότητα αυτών των εκθέσεων. Μια σημαντική διεθνής πρωτοβουλία που αναπτύχθηκε τον Ιούνιο του 2000 για το σκοπό αυτό, αποτελεί η “Υποβολή Εκθέσεων σε Παγκόσμιο Επίπεδο” (Global Reporting Initiative), η οποία καθιέρωσε τις “Οδηγίες Απολογισμού Υπευθυνότητας” (Sustainability Reporting Guidelines). Παράλληλα, το Νοέμβριο του 2000, αναπτύχθηκαν από την Ευρωπαϊκή Ένωση οι “Εθελοντικές Οδηγίες στην Επικοινωνία της Εταιρικής Υπευθυνότητας” (Voluntary Guidelines on CSR Communicating), οι οποίες ενθαρρύνουν σημαντικά τις εταιρείες να δημοσιεύσουν εθελοντικούς απολογισμούς ως προς τις κοινωνικές τους δράσεις. Πολλές επιχειρήσεις, προκειμένου να προσθέσουν κύρος και αξιοπιστία στους Απολογισμούς τους, αναθέτουν την επαλήθευση των δημοσιευμένων πληροφοριών των αναφορών τους σε κάποιον τρίτο, εξωτερικό φορέα πιστοποίησης. Κατά τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί πολλές εταιρείες συμβουλευτικών υπηρεσιών, που παρέχουν τέτοιου είδους υπηρεσίες πιστοποίησης και οι οποίες λειτουργούν με βάση συμφωνημένα πρότυπα. Το κύριο μειονέκτημα της ύπαρξης εξωτερικού φορέα πιστοποίησης είναι η αύξηση κόστους για την επιχείρηση, η οποία δεν οφείλεται μόνο στην πληρωμή του εξωτερικού φορέα, αλλά και στο γεγονός ότι η ύπαρξη τρίτου συμβούλου σημαίνει πως η επιχείρηση πρέπει να ακολουθήσει συγκεκριμένη και αναλυτική συλλογή και δημοσιοποίηση στοιχείων. Διότι αυτό που ελέγχουν οι περισσότεροι εξωτερικοί φορείς πιστοποίησης, δεν είναι τόσο η εγκυρότητα των στοιχείων, αλλά η αξιοπιστία της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή τους. Η ανάπτυξη μιας τέτοιας μεθοδολογίας απαιτεί σημαντική προσπάθεια και αφιέρωση πολύτιμου χρόνου από στελέχη και εργαζόμενους. Τα έξοδα αυτά έρχονται να προστεθούν στα έξοδα δημοσιεύσεων και αυτός είναι ένας σημαντικός λόγος που πολλές, μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, αποφεύγουν την ανάθεση ελέγχου σε εξωτερικό συνεργάτη ή ακόμα και αναβάλλουν απ’ άριστον την υποβολή κοινωνικού απολογισμού.

2) Θεματικός Απολογισμός

Προκειμένου να καλύψουν τις ειδικές ανάγκες πληροφόρησης συγκεκριμένων ομάδων – φορέων ή να υπογραμμίσουν τη δέσμευσή τους για ένα συγκεκριμένο θέμα, οι επιχειρήσεις υιοθετούν διαφορετικού είδους αναφορές από τους κοινωνικούς απολογισμούς. Οι “Θεματικοί Απολογισμοί” είναι εκδόσεις που αναφέρουν την απόδοση μιας επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο θέμα όπως το περιβάλλον, η υγιεινή ή ασφάλεια. Επίσης, περιλαμβάνονται ειδικές εκδόσεις που στοχεύουν στη διευκρίνιση της θέσης της επιχείρησης πάνω σε ειδικά θέματα όπως η διαφορετικότητα, η διαφθορά και δωροδοκία, τα ανθρώπινα δικαιώματα.

3) Κώδικας Δεοντολογίας

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

4) Πληροφόρηση μέσω Διαδικτύου

Τα εταιρικά site είναι ένα εργαλείο που όλο και περισσότερο χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για επικοινωνία θεμάτων Ε.Κ.Ε.

Συνήθως έχουν ένα ειδικό τμήμα στην ιστοσελίδα τους όπου διατυπώνουν τις πολιτικές τους για το περιβάλλον και άλλα κοινωνικά θέματα. Το τμήμα αυτό μπορεί να περιλαμβάνει εκθέσεις, δημοσιεύματα και άλλα πληροφοριακά στοιχεία.

5) Διαβούλευση με Εμπλεκόμενους Φορείς

Η διαδικασία ανάμιξης των άμεσα και έμμεσα εμπλεκόμενων με τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων (stakeholders) είναι θέμα αυξανόμενου προβληματισμού. Η διαδικασία κατανόησης των απόψεων των εμπλεκόμενων φορέων θα βοηθήσει τον οργανισμό να :

- οικοδομήσει σχέσεις εμπιστοσύνης
 - προβλέψει και να διαχειριστεί τις αντιθέσεις
 - οικοδομήσει κοινή συναίνεση ανάμεσα στις διάφορες απόψεις
- Υπάρχει ποικιλία μεθόδων εμπλοκής των επιχειρήσεων με τους διάφορους φορείς. Οι μέθοδοι αυτές μπορεί να σχετίζονται με μια και μοναδική δράση πάνω σε κάποιο ειδικό θέμα ή με πιο δομημένες, ευρύτερες και μακροχρόνιες διαβουλεύσεις. Στην περίπτωση των διαβουλεύσεων, αυτές μπορούν να γίνουν μέσω ομάδων εργασίας, δημοσίων συναντήσεων, συνεντεύξεων ή συμπλήρωσης και επεξεργασίας ερωτηματολογίων.

6) Εσωτερική Επικοινωνία

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνεται η ευρεία σειρά εργαλείων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να επικοινωνήσουν προς το εσωτερικό τους περιβάλλον θέματα σχετικά με την Ε.Κ.Ε. Η διαδικασία ,μπορεί να διαφέρει σημαντικά από επιχείρηση σε επιχείρηση, αλλά μερικά κοινά στοιχεία είναι το intranet, οι εφημερίδες και τα περιοδικά που εκδίδει μια εταιρεία, καθώς και η πραγματοποίηση συναντήσεων με το προσωπικό.

7) Βραβεία και Εκδηλώσεις

Αυτή η κατηγορία αναφέρεται τόσο στα Βραβεία που λαμβάνει η επιχείρηση για επιτεύγματα σε συγκεκριμένους τομείς, όσο και στα βραβεία που απονέμει η ίδια. Αυτά, για παράδειγμα, μπορεί να περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες που οργανώνονται μέσα στην επιχείρηση, με στόχο την επαύξηση των γνώσεων των εργαζομένων σε διάφορα κοινωνικά ζητήματα, όπως είναι το περιβάλλον, ο κοινωνική συνοχή, η ισότητα κλπ. Οι εκδηλώσεις περιλαμβάνουν ειδικές πρωτοβουλίες, θεματικές ημερίδες ή εκστρατείες, οργανωμένες από την επιχείρηση για υποστήριξη ή επαύξηση των γνώσεων επί ενός συγκεκριμένου θέματος ή σκοπού.

8) Ενέργειες Marketing Συνδεδεμένες με Κοινωνικό Σκοπό

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

9) Δελτία Τύπου μέσω του Διαδικτύου

Η κατηγορία αυτή αναφέρεται στα Δελτία Τύπου που περιλαμβάνονται στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Δίνει μια άποψη των δημοσιογραφικών κειμένων που η επιχείρηση θέλει να προβάλλει μέσα από την ιστοσελίδα της.

Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι με τον τρόπο αυτό μπορεί να δοθεί και πλήρης δημοσιογραφική κάλυψη.

4.3 Η Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς – GRI

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

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

- Παρέχουν καθοδήγηση για τη δημιουργία Απολογισμών Βιωσιμότητας σε επίπεδο Οργανισμού.
- Παρέχουν βοήθεια στις επιχειρήσεις για την επίτευξη ισορροπημένης περιβαλλοντικής, οικονομικής και κοινωνικής απόδοσης.
- Προωθούν τη συγκριτική προτυποποίηση (benchmarking), υποστηρίζοντας τον εντοπισμό σημείων σύγκρισης που θα συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη.
- Δεν αποτελούν έναν κώδικα ή ένα σύνολο αρχών συμπεριφοράς.

- Δεν παρέχουν οδηγίες για το σχεδιασμό των εσωτερικών συστημάτων διαχείρισης, ούτε μεθοδολογίες για την προετοιμασία Απολογισμών, καθώς και για την παρακολούθηση ή επαλήθευσή τους.

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

4.4 Προτυποποίηση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ένας ακόμα τρόπος για να αποδειχθεί από τις επιχειρήσεις η έμπρακτη εφαρμογή των Αρχών της ΕΚΕ είναι η υιοθέτηση συγκεκριμένων προτύπων ποιότητας, τα οποία έχοντας καθιερωθεί από διεθνώς αναγνωρισμένους φορείς, καλύπτουν ένα φάσμα συγκεκριμένων απαιτήσεων, προσδίδοντας στις επιχειρησιακές λειτουργίες μια συγκεκριμένη πιστοποίηση. Στη συνέχεια παρουσιάζονται ορισμένα πρότυπα τα οποία μπορούν να αποτελέσουν ουσιαστικό εργαλείο για την επιτυχημένη εφαρμογή της ΕΚΕ σε όλο το φάσμα των διεργασιών μιας επιχείρησης.

• Πρότυπο Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14000

Το συγκεκριμένο πρότυπο, έχοντας θεσπιστεί από το Διεθνή Οργανισμό Πιστοποίησης (ISO), αποτελείται ουσιαστικά από μια πρότυπων, τα οποία δίνοντας τη βάση για τη δημιουργία Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, έχουν ως στόχο την περιβαλλοντική και οικονομική βελτίωση της επιχείρησης, παρέχοντας το κατάλληλο πλαίσιο περιβαλλοντικής διοίκησης και ελέγχου. Η σειρά των προτύπων ISO 14000 χωρίζεται σε δύο γενικές κατηγορίες:

A. Πρότυπα για την Οργάνωση των Επιχειρήσεων

- Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ISO 14001, 14004)
- Αξιολόγηση Περιβαλλοντικής Απόδοσης (ISO 14014, 14015, 14031)
- Περιβαλλοντικός Έλεγχος – Auditing (ISO 14010, 14011, 14012, 14013)

B. Πρότυπα για τα Προϊόντα, τις Υπηρεσίες και τις Διεργασίες

- Ανάλυση Κύκλου Ζωής (ISO 14040, 14041, 14042, 14043)
- Περιβαλλοντικά Σήματα– Labeling (ISO 14020, 14021, 14022, 14023)
- Περιβαλλοντικές Παράμετροι Παραγωγής (ISO 14060)

Πιο συγκεκριμένα, το πρότυπο βάσει του οποίου γίνεται η πιστοποίηση Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι το ISO 14001, το οποίο εφαρμόζεται διεθνώς. Κάθε Οργανισμός, μελετώντας και αξιολογώντας τα κριτήρια του συγκεκριμένου προτύπου μπορεί να οδηγηθεί στην εφαρμογή του κατάλληλου Συστήματος. Σύμφωνα με το πρότυπο αυτό, αφού εντοπιστούν οι διαδικασίες της επιχείρησης που μπορεί να δράσουν επιβαρυντικά για το περιβάλλον και αφού καθοριστούν οι στόχοι για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, ορίζονται και ποσοτικοποιούνται οι διαδικασίες

εκείνες, μέσω των οποίων η επιχείρηση μπορεί να οδηγηθεί στην επίτευξη των ανωτέρω στόχων. Παράλληλα καθορίζονται οι αρμοδιότητες του προσωπικού που εκτελεί αυτές τις διαδικασίες, το οποίο και εκπαιδεύεται κατάλληλα. Το ISO 14001 παρέχει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να εναρμονίσουν τις επιχειρηματικές τους διαδικασίες με την προστασία του περιβάλλοντος, αξιοποιώντας παράλληλα το σύνολο των πόρων τους, ώστε να βελτιστοποιείται η παραγωγική τους διαδικασία

• **Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου – EMAS**

Το Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης και Ελέγχου (Eco Management and Audit Scheme – EMAS), το οποίο σχεδιάστηκε από την Ευρωπαϊκή Κοινότητα το 1995 και αναθεωρήθηκε το 2001, αποτελεί ένα σύγχρονο εργαλείο διοίκησης, θέτοντας ως στόχους τη συνεχή βελτίωση των Οργανισμών σε θέματα περιβάλλοντος, τη συμμόρφωση τους με την περιβαλλοντική νομοθεσία και τη γνωστοποίηση των περιβαλλοντικών τους επιτευγμάτων στο ευρύτερο κοινό. Οι επιχειρήσεις του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα που το εφαρμόζουν, δεσμεύονται να αξιολογηθούν σχετικά με ζητήματα περιβαλλοντικής πολιτικής. Το EMAS διαφέρει από το ISO 14000 στο ότι έχει μόνο Ευρωπαϊκή και όχι διεθνή ισχύ, καθώς επίσης στο ότι χαρακτηρίζεται ως πιο αυστηρό διότι έχει μεγαλύτερες απαιτήσεις από όσους το εφαρμόζουν, γεγονός που το καθιστά και λιγότερο δημοφιλές.

• **Το Πρότυπο AA 1000**

Το πρότυπο αυτό εκδόθηκε από το Institute of Social and Ethical Accountability το 1999, ενώ από το 2007 βρίσκεται υπό αναθεώρηση και χρησιμοποιείται για τη μέτρηση και την καταγραφή της ηθικής συμπεριφοράς των Οργανισμών, παρέχοντας μια ουσιαστική εκτίμηση των κοινωνικών και δεοντολογικών επιτευγμάτων τους βάσει καθιερωμένων κριτηρίων. Το AA 1000 μπορεί να εφαρμοστεί είτε ως αυτόνομο πρότυπο, είτε ως μέσο υποστήριξης άλλων προτύπων κοινωνικής μέριμνας, εφόσον συνεισφέρει στον καθορισμό των κοινωνικών στόχων και στη μέτρηση των κοινωνικών επιδόσεων των επιχειρήσεων.

• **Το Πρότυπο SA 8000**

Το πρότυπο Social Accountability 8000 αποτέλεσε μια πρωτοβουλία του φορέα Social Accountability International το 1996, με βασικό στόχο τη βελτίωση των συνθηκών του εργασιακού περιβάλλοντος, μέσω της καταπολέμησης της παράνομης εργασίας και της εργατικής εκμετάλλευσης.

Το πρότυπο βασίζεται στη διεθνή εργατική νομοθεσία, αλλά και στους κανόνες των Ηνωμένων Εθνών, ενώ εφαρμόζεται από δημόσιες και ιδιωτικές επιχειρήσεις, ΜΚΟ και κυβερνήσεις σε παγκόσμια κλίμακα.

Πιο συγκεκριμένα, τα θέματα τα οποία πραγματεύεται το SA 8000 είναι η παιδική εργασία, η εξαναγκασμένη εργασία, η υγιεινή και ασφάλεια, το δικαίωμα του “συνδικαλιζέσθαι”, οι εργασιακές διακρίσεις, η πειθαρχία, ο χρόνος εργασίας, η μισθοδοσία και τα συστήματα διαχείρισης ανθρωπίνων

πόρων. Τα οφέλη που αποφέρει η εφαρμογή του προτύπου αυτού είναι πολλά και αφορούν τον ίδιο τον Οργανισμό, του εργαζόμενους και την κοινωνία ως σύνολο.

4.5 Δείκτες Αξιολόγησης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των δράσεων ΕΚΕ είναι ιδιαίτερα σημαντική, τόσο για την ίδια την επιχείρηση, η οποία λαμβάνει μια εικόνα των αποδόσεων του κοινωνικών και περιβαλλοντικών της επενδύσεων, όσο και για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders), τα οποία είναι σε θέση να κρίνουν αν ικανοποιήθηκαν ή όχι οι προσδοκίες τους. Τα τελευταία έτη πολλοί ερευνητικοί φορείς έχουν θεσπίσει κριτήρια και δείκτες, που ποσοτικοποιούν και μετρούν την κοινωνική και περιβαλλοντική απόδοση των προγραμμάτων ΕΚΕ που εφαρμόζονται από τους Οργανισμούς.

Ο συνδυασμός των δεικτών αυτών είναι ολοένα και πιο χρήσιμος για τους μετόχους και επενδυτές, οι οποίοι αξιολογούν το ρίσκο του επενδυτικού τους χαρτοφυλακίου, λαμβάνοντας υπόψη και μη χρηματοοικονομικά στοιχεία.

Κοινό χαρακτηριστικό όλων των δεικτών είναι ότι υπολογίζονται σε ετήσια βάση και μετρούν τα αποτελέσματα των πρακτικών ΕΚΕ με βάση το περιεχόμενό τους, το οποίο χωρίζεται στους εξής τέσσερις άξονες :

- Θέση της επιχείρησης στην αγορά (marketplace)
- Περιβάλλον (environment)
- Εργασιακές συνθήκες (workplace)
- Κοινωνία (society)

Ορισμένοι από τους πιο γνωστούς και διεθνώς αναγνωρισμένους δείκτες αξιολόγησης ΕΚΕ είναι οι παρακάτω:

CR Index

Το CR Index είναι ο πιο δημοφιλής διεθνώς δείκτης μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της ΕΚΕ και χρησιμοποιείται ως εθνικός δείκτης ΕΚΕ σε διάφορες χώρες. Θεσπίστηκε από τον Βρετανικό Οργανισμό BITC, ο οποίος αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς παγκοσμίως, για την προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το 2010 αποτελεί την όγδοη χρονιά εφαρμογής του δείκτη στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη δεύτερη χρονιά στην Ελλάδα.

Ως ένα κορυφαίο εργαλείο αξιολόγησης, ο δείκτης CR Index αποτελεί σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε 4 επιμέρους τομείς: Κοινωνία, Περιβάλλον, Εργαζόμενοι και Αγορά. Πιο αναλυτικά ο δείκτης CR Index μετράει την απόδοση των επιχειρήσεων και την επίδρασή τους:

1. Στην κοινωνία, αξιολογώντας την υποστήριξη που παρέχουν σε τοπικές και εθνικές πρωτοβουλίες, βοηθώντας στο χτίσιμο εποικοδομητικών σχέσεων με τις κοινωνίες αυτές και τη δημιουργία σχέσεων αμοιβαίας εμπιστοσύνης.
2. Στο περιβάλλον, αξιολογώντας τις πολιτικές τους και τις ενέργειές τους για τον περιορισμό των περιβαλλοντικών δυσμενών επιδράσεων τους, βοηθώντας να συνειδητοποιήσουν ότι η μετάβασή τους σε μια οικονομία που απαιτεί

περιορισμό του διοξειδίου του άνθρακος αντιπροσωπεύει τόσο ένα μεγάλο ρίσκο όσο και μια μεγάλη ευκαιρία.

3. Στην αγορά και τους καταναλωτές, αξιολογώντας την επίδοσή τους στις σχέσεις τους με τους πελάτες τους και την αγορά και στο κατά πόσο παρακολουθούν, κατανοούν και ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταλλασσόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Στο πώς δηλαδή πωλούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με υπευθυνότητα, σωστή ποιότητα και δίκαιες τιμές.

4. Στους εργαζομένους, αξιολογώντας τη συμπεριφορά και τις πολιτικές τους σε εργασιακά θέματα όπως: Ασφάλεια, Υγιεινή, Ειλικρινή Επικοινωνία και Δίκαιη Μεταχείριση.

Χρησιμοποιώντας το συγκεκριμένο δείκτη, οι εταιρείες έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στο πιο αναγνωρισμένο εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς, για την αναγνώριση των επιδόσεων τους σε θέματα ΕΚΕ με βάση τα διεθνή κριτήρια. Έρευνα που δημοσιεύτηκε το 2002, με τίτλο «The Emerging Relationship Between Financial and Environmental Performance», νέλυσε έξι χρόνια αποτελεσμάτων του δείκτη CR Index και υπέδειξε ότι τα αποτελέσματα του παρέχουν περισσότερες και πιο εμπειριστατωμένες πληροφορίες για την ποιότητα της διαχείρισης από κάθε άλλο εργαλείο αξιολόγησης.

DJS Index

Ο Dow Jones Sustainability Index, θεσπίστηκε το 1999 κατά το πρότυπο του χρηματιστηριακού δείκτη Dow Jones και αξιολογεί τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές πρακτικές των επιχειρήσεων, σταθμίζοντας κάθε συμπεριφορά με έναν βαθμό βαρύτητας. Στο τέλος προκύπτει ένας τελικός βαθμός, που δείχνει το που ακριβώς κατατάσσεται κάθε επιχείρηση στον κλάδο της.

FTSE4GOOD Index

Ο συγκεκριμένος δείκτης των Financial Times, κατηγοριοποιεί τους κλάδους των επιχειρήσεων σε χαμηλού, μεσαίου και υψηλού αντίκτυπου στην κοινωνία και το ευρύτερο περιβάλλον. Όσο μεγαλύτερες είναι οι επιδράσεις ενός κλάδου στην κοινωνία, τόσο πιο αυστηρά είναι τα κριτήρια αξιολόγησης.

Συγκεκριμένα, για να συμπεριληφθούν στο δείκτη αυτό, οι επιχειρήσεις οφείλουν να πληρούν τα εξής κριτήρια :

- Να έχουν λάβει επαρκή μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος.
- Να αναπτύσσουν θετικές σχέσεις με όλες τις ομάδες ενδιαφέροντος.
- Να υποστηρίζουν και να ενισχύουν τα διεθνή ανθρώπινα δικαιώματα.
- Να έχουν δυνατότητα προσαρμοστικότητας και ευέλικτες δομές, για να μπορούν να ακολουθούν τις εξελίξεις και να ενσωματώνουν τις αλλαγές των διεθνών εταιρικών προτύπων ευθύνης.

KLD Social Screens

Η εταιρεία χρηματοοικονομικών συμβούλων Kinder, Lydenberg, Domini & Co, αξιολογεί κάθε χρόνο περισσότερες από χίλιες εταιρείες σε οχτώ κατηγορίες ΕΚΕ:

- Κοινότητα

- Εργασιακές Σχέσεις
- Περιβάλλον
- Προϊόν
- Νότια Αφρική
- Στρατιωτικός Τομέας
- Πυρηνική Ενέργεια

Βάσει των αποτελεσμάτων η συμπεριφορά των εταιρειών χαρακτηρίζεται ως θετική, αρνητική ή ουδέτερη ως προς κάθε κατηγορία, ενώ για τις τρεις τελευταίες κατηγορίες βαθμολογείται μόνο η αρνητική συμπεριφορά .

4.6 Ελλείψεις Μεθόδων Αξιολόγησης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Αν έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος ως προς την αξιολόγηση των κοινωνικών δράσεων των επιχειρήσεων, η ακριβής αριθμητική μέτρηση των αποτελεσμάτων της ΕΚΕ παραμένει δυσχερής. Αυτό συμβαίνει κυρίως για τους παρακάτω λόγους:

1. Οι μέθοδοι αξιολόγησης είναι γενικές και δεν προσαρμόζονται εύκολα στα μοναδικά χαρακτηριστικά και τις ανάγκες κάθε επιχείρησης.
2. Δεν υπάρχει ουσιαστική αλληλεξάρτηση μεταξύ των μεθόδων και δεικτών αξιολόγησης.
3. Τα στοιχεία που συλλέγουν οι ερευνητικές εταιρείες, οι οποίες εκτελούν τις αξιολογήσεις, είναι δύσκολο να επαληθευτούν.
4. Δεν υπάρχει μεγάλη εμπειρία στον τομέα της αξιολόγησης Δράσεων και Προγραμμάτων ΕΚΕ.
5. Το κόστος της ακριβούς καταγραφής των αποτελεσμάτων των πρακτικών ΕΚΕ είναι υψηλό.
6. Υπάρχει έλλειψη αντικειμενικότητας στον καθορισμό βαθμών βαρύτητας, που προσδιορίζουν το πόσο σημαντική είναι μια συγκεκριμένη πρακτική ΕΚΕ σε σχέση με κάποια άλλη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

5. Η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1 Φορείς για την Ε.Κ.Ε. στην Ελλάδα

Συγκριτικά με τα διεθνή και Ευρωπαϊκά δεδομένα, η ΕΚΕ στην Ελλάδα αποτελεί μια σχετικά νέα έννοια, όπου έκανε την εμφάνιση της κατά τα τελευταία δέκα περίπου έτη στον κόσμο των ελληνικών επιχειρήσεων. Η ελληνική ακαδημαϊκή έρευνα βρίσκεται στα πρώτα της βήματα όσον αφορά στο συγκεκριμένο αντικείμενο, εστιάζοντας στο ρόλο διαδραματίζουν οι επιχειρήσεις στην ελληνική κοινωνία, ένας ρόλος που υπόκειται σε εντυπωσιακές συνεχείς μεταβολές.

I. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Τον Ιούνιο του 2000, ιδρύθηκε το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με τη μορφή μη κερδοσκοπικού σωματείου από δεκατρείς επιχειρήσεις και τρεις επιχειρηματικούς φορείς. Στα δέκα χρόνια της λειτουργίας του, τα μέλη του Δικτύου έχουν φθάσει τα 140 και πλέον, αριθμός ο οποίος αυξάνεται διαρκώς. Κύριοι στόχοι του, όπως περιγράφονται στην ιδρυτική του διακήρυξη, είναι μεταξύ άλλων :

- Η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας, αλλά και των επιμέρους κοινωνικών ομάδων, προς την κατεύθυνση της προώθησης της κοινωνικής συνοχής στην Ελλάδα.
- Η ανάπτυξη μηχανισμών επικοινωνίας, συνέργειας και συντονισμού ανάμεσα στις επιχειρήσεις-μέλη του Δικτύου, για την από κοινού εφαρμογή προγραμμάτων ή την ανταλλαγή καλών πρακτικών.

Το Ελληνικό Δίκτυο αντιλαμβάνεται την ΕΚΕ ως «την οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων που είναι πέρα από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους». Γι' αυτόν άλλωστε το λόγο, στους βασικούς άξονες δράσης του προβάλλει την ομαλή ένταξη στο κοινωνικό σύνολο των κοινωνικά μειονεκτουσών ομάδων (π.χ. άτομα με ειδικές ανάγκες, αποφυλακισθέντες, απεξαρτημένοι, οικονομικοί μετανάστες), την ανάπτυξη της ιδέας του κοινωνικού εθελοντισμού στο εσωτερικό των επιχειρήσεων- μελών του Δικτύου και την προστασία του περιβάλλοντος. Μέσα από τη σύνταξη και διανομή καταλόγων καλών πρακτικών, το Δίκτυο αφενός προωθεί την ανάπτυξη της γνώσης και εμπειρίας γύρω από τις δράσεις ΕΚΕ που εφαρμόζονται στην Ελλάδα και αφετέρου παρέχουμε τη δυνατότητα προβολής στα μέλη του. Επιπλέον, στις αξιόλογες δράσεις του Δικτύου για την ανάπτυξη και την κατανόηση της ΕΚΕ, θα πρέπει να ενταχθεί ο σχεδιασμός και η υλοποίηση του

προγράμματος EPMΗΣ, το οποίο αποσκοπεί στη διάχυση των αρχών και των πρακτικών της ΕΚΕ στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, προκειμένου οι τελευταίες να τις υιοθετήσουν και να τις προσαρμόσουν στις δικές τους ιδιαίτερες συνθήκες. Σύμφωνα με το πρόεδρο του Δικτύου κ. Νίκο Αναλυτή «*οι Ελληνικές εταιρείες και ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, χρειάζονται καθοδήγηση και κυρίως αλλαγή στην κουλτούρα τους, έτσι ώστε να υιοθετήσουν και να εφαρμόσουν με επιτυχία την ΕΚΕ. Αν και το Ελληνικό Δίκτυο αναλαμβάνει κάποιες πρωτοβουλίες, όπως είναι το πρόγραμμα EPMΗΣ, με στόχο την προώθηση της έννοιας της ΕΚΕ και των υπεύθυνων πρακτικών της, ακόμα δεν έχει αποτελέσει ευρέως συνείδηση μεταξύ των εταιρειών.*

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, το Ελληνικό Δίκτυο για την ΕΚΕ συνεργάζεται με φορείς του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα, με την ακαδημαϊκή κοινότητα, με Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, καθώς και με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης συνδέεται άμεσα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την ΕΚΕ (CSR Europe), το οποίο έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου. Μέσω αυτής της συνεργασίας, το Ελληνικό δίκτυο έχει πρόσβαση και επηρεάζει τη διαμόρφωση της ΕΚΕ σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τόσο από πλευράς επιχειρηματικής, όσο και από πολιτικής προοπτικής, ενώ παράλληλα συμμετέχει ενεργά στην επαύξηση της γνώσης, στην οικοδόμηση δεξιοτήτων και στην υποστήριξη της ανάπτυξης και της εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ.

II. Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής

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

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

III. Ελληνικό Δίκτυο Global Compact

Το Ελληνικό Δίκτυο Global Compact ιδρύθηκε την 28η Μαΐου 2008 σε εκδήλωση που οργάνωσαν το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και το UNDP Programme Management Office στην Αθήνα. Κατά την

εκδήλωση 50 Ελληνικές επιχειρήσεις επέδωσαν στον επικεφαλής του Global Compact Networks & Global Compact Partnerships κ. Soren Petersen, επιστολή προς τον Γενικό Γραμματέα του Ο.Η.Ε., με την οποία δεσμεύονται να τηρούν τις δέκα αρχές του Global Compact, κατά την παραγωγική διαδικασία και τις συναλλαγές τους. Σήμερα, τα μέλη του Δικτύου είναι περισσότεροι από ογδόντα οργανισμοί, επιχειρήσεις, ακαδημαϊκοί και άλλοι φορείς.

Στόχοι του Δικτύου είναι :

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

IV. Οδηγός EuroCharity

Η EuroCharity, το σημείο αναφοράς για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την πράσινη οικονομία, δημιούργησε το 2006 σε ελληνική και αγγλική έκδοση, τον πρώτο ηλεκτρονικό Ελληνικό Οδηγό Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ο οδηγός, που σήμερα λειτουργεί στο www.eurocharity.gr για το αναγνωστικό κοινό της Ελλάδας και στο www.eurocharity.com για τους αναγνώστες του εξωτερικού, αποσκοπεί στην πληρέστερη δυνατή ενημέρωση του κοινού. μέσω της επικοινωνίας και της προβολής δράσεων, προγραμμάτων και πρωτοβουλιών επιχειρήσεων, οργανισμών, φορέων, Μη-Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ), μέσων μαζικής επικοινωνίας (ΜΜΕ), και επαγγελματιών, σε θέματα που αφορούν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στο περιβάλλον, στην πράσινη οικονομία, ανάπτυξη και επιχειρηματικότητα, στην εταιρική διακυβέρνηση, στη βιώσιμη ανάπτυξη, στη διαφάνεια και στην επιχειρηματική αριστεία. Ο οδηγός απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό στην Ελλάδα και το εξωτερικό που μεταξύ άλλων περιλαμβάνει επιχειρηματίες, επενδυτές, μετόχους, αναλυτές, καταναλωτές, ΜΚΟ, Συλλογικούς Φορείς και ΜΜΕ. Οι Εταιρείες-Μέλη της EuroCharity, μπορούν να καταχωρούν στον ηλεκτρονικό Οδηγό δελτία τύπου ΕΚΕ και βιώσιμης ανάπτυξης, το εταιρικό και κοινωνικό τους προφίλ, ανακοινώσεις, κοινωνικούς απολογισμούς, συνεντεύξεις, βραβεία και διακρίσεις. Η EuroCharity, ήδη από τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας της, έχει καταφέρει να αναδείξει το www.eurocharity.gr ως την πλήρη και αξιόπιστη πηγή ενημέρωσης ΕΚΕ και βιώσιμης ανάπτυξης στην Ελλάδα. Μέχρι σήμερα στον ηλεκτρονικό Οδηγό της EuroCharity δηλώνουν παρούσες σημαντικές ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις και οργανισμοί, ανεξαρτήτως μεγέθους και δραστηριότητας.

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

5.2 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ελληνικές Επιχειρήσεις – Οργανισμοί

Αν και οι περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα έχουν πλέον ειδικά προγράμματα ΕΚΕ, 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%. Επίσης, δεν θα ήταν παράλογο να ισχυριστεί κανείς πως πρώτα βήματα εφαρμογής πρακτικών ΕΚΕ τα “δίδαξαν” οι πολυεθνικές εταιρείες. Στην Ελλάδα, το 90% των επιχειρήσεων συνιστάται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κυρίως οικογενειακού χαρακτήρα, που δεν διευθύνονται από επαγγελματίες managers, οπότε αδυνατούν να συμβαδίσουν με τις νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, εστιάζουν στο βραχυπρόθεσμο κέρδος, παλεύουν να επιβιώσουν στην ανταγωνιστική αγορά η ΕΚΕ δεν τους είναι ελκυστική, εφόσον ενέχει κόστος και προϋποθέτει δομική αναδιάρθρωση της εταιρείας.

Δεν είναι τυχαίο ότι, ενώ στο εξωτερικό ένας από τους βασικούς παράγοντες προώθησης της ΕΚΕ είναι οι φορολογικές ελαφρύνσεις, στην ελληνική φορολογική νομοθεσία υπάρχουν αρκετά εδάφια που λειτουργούν αρνητικά ως προς την κατεύθυνση αυτή. Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στον φόρο του 20% που καλείται να καταβάλει μια εταιρεία που επιθυμεί να κάνει δωρεά ή χορηγία, όπως επίσης και στην απόρριψη από την εφορία της δικαιολόγησης δαπανών για κοινωνικές δράσεις. Αν και η ύπαρξη αυτών των φορολογικών προσκομμάτων εξασφαλίζει την “καθαρότητα” των προθέσεων μιας εταιρείας, δεν παύει να φανερώνει τον ελλιπή σχεδιασμό του νομοθετικού πλαισίου, αφού στερεί τα εναύσματα για κοινωνική προσφορά.

Παρ’ όλα αυτά, σύμφωνα με τα στοιχεία του Κέντρου Αειφορίας, το 2010 παρατηρήθηκε αύξηση των εταιρειών που συντάσσουν Κοινωνικούς Απολογισμούς στην Ελλάδα, οι οποίες υπολογίζονται στις είκοσι οχτώ, εκ των οποίων οι τρεις τους ενσωματώνουν στα ετήσια αποτελέσματα χρήσεως. Βέβαια αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα ακόμα παράγει μακράν λιγότερους απολογισμούς σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, από τις οποίες

την πρώτη θέση κατέχει η Ισπανία με 155 απολογισμούς. Αυτή η θεαματική διαφορά αναδεικνύει το στάδιο στο οποίο βρίσκεται ο τομέας της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Δυστυχώς και στο χώρο του Franchise, σε αναντιστοιχία με το γίνεται στο εξωτερικό, δεν υπάρχουν σοβαρές πρωτοβουλίες στο θέμα της ΕΚΕ και ακόμα περισσότερο Κοινωνικοί Απολογισμοί.

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

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε ελάχιστες περιπτώσεις οι δείκτες μέτρησης και αξιολόγησης της ΕΚΕ παρατίθενται με δομημένο τρόπο στην Αναφορά ΕΚΕ, ενώ στην πλειοψηφία των περιπτώσεων πραγματοποιείται έμμεση αναφορά σε αυτούς. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι στις είκοσι οχτώ επιχειρήσεις που εκδίδουν ετήσια αναφορά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, καταμετρήθηκαν συνολικά 303 διαφορετικοί δείκτες, ενώ ο μέσος αριθμός δεικτών στους οποίους γίνεται αναφορά από κάθε επιχείρηση είναι 36, με περισσότερους να αφορούν το περιβάλλον, την κοινωνία και το ανθρώπινο δυναμικό (με τη σειρά που αναφέρονται). Τέλος, αναφορικά με τους κλάδους δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων που εκδίδουν αποτελέσματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρουσιάζεται μεγάλη συμμετοχή των Χρηματοοικονομικών, Τηλεπικοινωνιών, Πετρελαιοειδών και των κλάδων Παραγωγής, Μεταποίησης και Τροφίμων, ενώ αρκετά χαμηλότερα βρίσκονται οι κλάδοι των Συσκευασμένων Καταναλωτικών Προϊόντων, των Αυτοκίνητων και της Υψηλής Τεχνολογίας.

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

Από την άλλη, ο κλάδος της παραγωγής και της βιομηχανίας φαίνεται πως μπορεί πλέον να συμμετέχει ενεργά στις προσπάθειες κοινωνικής ανάπτυξης και να αναλάβει το μέρος της ευθύνης που του αναλογούν, για την ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, εξυπηρετώντας παράλληλα την οικονομική ανάπτυξη της

χώρας. Ενδεικτικό παράδειγμα της προσπάθειας που καταβάλλεται από την ελληνική βιομηχανία, σχετικά με την ανάπτυξη και διάδοση της ΕΚΕ, αποτελεί το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ιδρυτικών μελών του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ, προέρχεται από το συγκεκριμένο κλάδο.

Είναι σημαντικό το γεγονός ότι συνολικά η ελληνική βιομηχανία συμμετέχει ενεργά στη διαμόρφωση και ανάδειξη του σύγχρονου, υπεύθυνου ρόλου της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι τομείς που αναδεικνύονται ως προτεραιότητες για την ελληνική βιομηχανία, στο πλαίσιο της ΕΚΕ, περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων την πρόληψη και διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας στο χώρο εργασίας, την προστασία του περιβάλλοντος, το σεβασμό προς το καταναλωτικό κοινό, τη συνεχή ανάπτυξη και εκπαίδευση των εργαζομένων, αλλά και το σεβασμό των Αρχών της ΕΚΕ από τους συνεργάτες και προμηθευτές της κάθε επιχείρησης.

Σημαντικές προσπάθειες γίνονται και στον αγροτικό και αλιευτικό τομέα της χώρας. Χαρακτηριστική είναι η διαμαρτυρία των αλιέων Βόλου για τη συστηματική υπεραλίευση και τη δραματική μείωση των αλιευμάτων του Παγασητικού. Είναι όμως γεγονός, ότι για να είναι αποτελεσματικές οι ενέργειες ΕΚΕ στους κλάδους αυτούς, πρέπει να λαμβάνονται σε επίπεδο συνεταιρισμών και όχι σποραδικά και μεμονωμένα.

Έντονη εμφανίζεται και η δράση των τραπεζών στην Ελλάδα, με ποικίλες πρωτοβουλίες και δράσεις ΕΚΕ, ενώ πολλές από αυτές εκδίδουν κοινωνικό απολογισμό, αποτελώντας καλό παράδειγμα προς μίμηση για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, σε μια προσπάθεια αντιμετώπισης της αμφισβήτησης που δέχεται η λειτουργία των μεγάλων κυρίως τραπεζικών οργανισμών, στην περίοδο της οικονομικής και κοινωνικής δυσχέρειας που διανύει η χώρα. Η οικειοθελής δέσμευση των περισσότερων τραπεζικών οργανισμών, για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από οποιοδήποτε νομοθετικό πλαίσιο, αποτελεί πλέον ουσιαστικό κομμάτι της στρατηγικής τους.

Το 2005, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ) κυκλοφόρησε τη **“Χάρτα Υποχρεώσεων και Δικαιωμάτων των Ελληνικών Επιχειρήσεων”**.

Στην ουσία πρόκειται για τη διακήρυξη των αρχών της επιχειρηματικότητας, όπως την αντιλαμβάνονται οι Έλληνες επιχειρηματίες. Στη Χάρτα, στην οποία αναφέρονται εναλλάξ ένα δικαίωμα και μια υποχρέωση της επιχείρησης, συναντάμε ίσως για πρώτη φορά επίσημα σε θεσμικό επιχειρηματικό όργανο, την αναγνώριση των σημαντικότερων αρετών της ΕΚΕ και μάλιστα με τη μορφή κοινωνικής υποχρέωσης. Πιστή στο διεθνές θεωρητικό πλαίσιο, η Χάρτα βασίζεται στην έννοια του εθελοντισμού. Οι επιχειρηματικές υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που αναγράφονται στη Χάρτα είναι τα εξής. Η επιχείρηση οφείλει να διασφαλίζει την επιβίωσή της, σεβόμενη το θεσμικό και νομικό πλαίσιο, να αναλαμβάνει τις ευθύνες της και να εκπληρώνει με συνέπεια τις υποχρεώσεις της.

- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να ανταποκρίνεται με συνέπεια στις θεσμοθετημένες υποχρεώσεις της και να συμβάλλει στην καταπολέμηση της διαφθοράς, που οδηγεί σε στρεβλώσεις της αγοράς και ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποδίδει εύλογο μέρος στους μετόχους της, να εφαρμόζει τις αρχές της εταιρικής διακυβέρνησης και να εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της προς τους εργαζομένους, προμηθευτές και πελάτες της.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να αποφεύγει εναρμονισμένες πρακτικές και να μη νοθεύει τον ανταγωνισμό εις βάρος του καταναλωτή.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να επενδύει στη γνώση, στον χώρο εργασίας, στην κατάρτιση και διά βίου εκπαίδευση των εργαζομένων της.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να συνεισφέρει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να εφαρμόζει ένα αξιοκρατικό σύστημα αξιολόγησης της απόδοσης, των προαγωγών και των αμοιβών, να διασφαλίζει καλές και ασφαλείς συνθήκες εργασίας με ίσα δικαιώματα και ευκαιρίες για όλους και να σέβεται την ισορροπία μεταξύ εργασιακού χρόνου και προσωπικής ζωής.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να παρέχει ειλικρινή ενημέρωση και πληροφόρηση σε όσους συναλλάσσονται με αυτή και να σέβεται τα δικαιώματα του καταναλωτή για παροχή ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων καθώς και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές.
- Η επιχείρηση έχει ευθύνη να παρακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της, να εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες παραγωγής της και να καινοτομεί στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει.
- Η επιχείρηση έχει υποχρέωση να σέβεται το περιβάλλον ελαχιστοποιώντας τις επιπτώσεις των δράσεών της σε αυτό, να εφαρμόζει μέτρα πρόληψης καταστροφών, να προωθεί ενεργά την ανακύκλωση και να συμβάλλει στην εξοικονόμηση ενέργειας.
- Η επιχείρηση, ως ενεργός εταιρικός πολίτης, δεσμεύεται να αποδίδει στην κοινωνία μέρος της προστιθέμενης αξίας που παράγει και να καλλιεργεί εταιρική κουλτούρα, η οποία να αναγνωρίζει και να εφαρμόζει τις αρχές της παρούσας Χάρτας.

5.3 Παραδείγματα Καλών Πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα

Οι ελληνικές επιχειρήσεις που ασπάστηκαν τον θεσμό της ΕΚΕ και τις Αρχές της Χάρτας του ΣΕΒ, έχουν να επιδείξουν σημαντικές πρωτοβουλίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι οποίες μάλιστα ξεφεύγουν από το ευνόητο, όπως η χορηγία ενός εικαστικού δρώμενου ή η δωρεά σε κάποιον φορέα. Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει συγκεντρώσει σε μια

προσεγμένη έκδοση ορισμένες από τις πλέον πρωτότυπες πρωτοβουλίες των μελών του, τις οποίες χωρίζει ανά κατηγορία πεδίου δράσης της ΕΚΕ, τόσο για να κοινοποιήσει τις δράσεις τους, όσο και για να δώσει ιδέες σε όσους “θέλουν αλλά δεν ξέρουν πώς”. Ορισμένες από αυτές τις πρωτοβουλίες παρουσιάζονται παρακάτω :

Κατηγορία: Ανθρώπινο Δυναμικό

- Η εταιρεία COCO-MAT απασχολούσε άτομα που ανήκαν σε 13 διαφορετικές ειδικότητες και 9 θρησκείες, ενώ περίπου 45% των εργαζομένων της εταιρείας στην Ξάνθη ήταν παλιννοστούντες από την πρώην ΕΣΣΔ. Η εταιρεία, ανταποκρινόμενη στο δεδομένο του ότι δεν είχαν όλοι οι εργαζόμενοι της πλήρη γνώση της ελληνικής, προσέλαβε καθηγητές προκειμένου να διδάσκουν δύο φορές την εβδομάδα ελληνικά σε όσους δεν είχαν ανάλογη γλωσσική ευχέρεια.
- Η εταιρεία P&G θέτει κάθε χρονιά μετρήσιμους στόχους, οι οποίοι εγγυώνται την ενίσχυση της διαφορετικότητας μεταξύ των εργαζομένων της. Πέραν του ότι διενεργεί σφυγμομετρήσεις μεταξύ των υπαλλήλων της, στο τέλος κάθε έτους αξιολογεί τα αριθμητικά αποτελέσματα, βάσει ποσοστιαίων δεδομένων (τι ποσοστό των εργαζομένων είναι γυναίκες, διευθυντικά στελέχη κ.λπ.).

Κατηγορία: Αγορά

- Η ΦΑΓΕ από τον Μάρτιο του 2000 λειτουργεί Κέντρο Διατροφικής Ενημέρωσης, το οποίο απαντά, μέσω δωρεάν τηλεφωνικής γραμμής, σε καταναλωτές που ενδιαφέρονται να ενημερωθούν για διάφορα σχετικά ζητήματα και για την υγιεινή διατροφή. Η ομάδα υποστήριξης του Κέντρου Διατροφικής Ενημέρωσης αποτελείται από ειδικευμένους επιστήμονες (τεχνολόγοι τροφίμων και διατροφολόγους).
- Η Intracom, στο πλαίσιο της πιστοποίησής της σύμφωνα με το Διεθνές Πρότυπο Κοινωνικής Ευθύνης Social Accountability SA 8000, αξιολογεί ετησίως περισσότερους από 400 προμηθευτές, αποστέλλοντάς τους ερωτηματολόγιο για τις πρακτικές που εφαρμόζουν σε τομείς όπως το ανθρώπινο δυναμικό, η υγιεινή, η ασφάλεια του χώρου εργασίας κ.λπ.

Κατηγορία: Περιβάλλον

- Η Coca-Cola 3E σε συνεργασία με το WWF Ελλάς διοργάνωσαν το 2003 εκστρατεία “θετικής ενέργειας”, προχωρώντας σε υλοποίηση περιβαλλοντικών δράσεων σε 6 πανέμορφα μέρη της Ελλάδας. Στη Δαδιά Έβρου χαράχθηκε και σηματοδοτήθηκε οικοτουριστικό μονοπάτι προς κοντινό χωριό αναψυχής, στο Δέλτα του Έβρου απομακρύνθηκαν από δεντροφυτεμένες περιοχές όλα τα εύφλεκτα καλάμια, ενώ στη λίμνη Κερκίνη κατασκευάστηκαν ξύλινες εξέδρες για την ενίσχυση της φωλεοποίησης των πουλιών.
- Η S&B, αντιλαμβανόμενη την ανάγκη για αποκατάσταση του τοπίου, έχει δημιουργήσει και λειτουργεί ιδιόκτητα φυτώρια, ένα στη Φωκίδα και ένα στη Μήλο, περιοχές όπου η εταιρεία έχει εξορυκτική δραστηριότητα.

- Το 2004, με πρωτοβουλία της αλυσίδας Γερμανός, δραστηριοποιήθηκαν τα 307 καταστήματά της σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αλλά και τα 80 σχολεία που μετείχαν στο πρόγραμμα ανακύκλωσης, προκειμένου να συγκεντρώσουν 16 τόνους χρησιμοποιημένων μπαταριών.

Κατηγορία: Κοινωνία

- Η BP, με γνώμονα το έντονο πρόβλημα τροχαίων ατυχημάτων στη χώρα μας, σχεδίασε και εφάρμοσε ειδικό πρόγραμμα για την οδική ασφάλεια, το οποίο απευθύνθηκε στους ενήλικες, αλλά και στους μαθητές. Το πρόγραμμα περιελάμβανε αφενός ραδιοφωνικά μηνύματα και αφετέρου παρουσιάσεις σε σχολεία, διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων, διαγωνισμό και έκθεση παιδικής ζωγραφικής. Στο πρόγραμμα μετείχαν 75.000 μαθητές.
- Αντίστοιχη ήταν η πρωτοβουλία της Λαϊκής Τράπεζας με το πρόγραμμα “Μαθαίνω να κυκλοφορώ”. Το πρόγραμμα απευθύνθηκε σε παιδιά ηλικίας 6-11 ετών, καθώς και σε παιδιά με ειδικές ανάγκες.
- Από το 2001 η PriceWaterhouseCoopers έχει θεσπίσει ετήσιο πρόγραμμα υποτροφιών για φοιτητές με εξέχουσες ακαδημαϊκές επιδόσεις, οι οποίοι δεν μπορούν να στηρίξουν οικονομικά τις μεταπτυχιακές σπουδές τους. Το 2005 η PWC επέκτεινε το πρόγραμμα και σε στελέχη επιχειρήσεων και σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών προκήρυξε δύο υποτροφίες για στελέχη επιχειρήσεων.
- Αντίστοιχο είναι το πρόγραμμα “Βήμα μεταπτυχιακού φοιτητή” της εταιρείας Τιτάν. Το πρόγραμμα επιδίωξε να προσφέρει στα μελλοντικά στελέχη επιχειρήσεων και σε επιχειρηματίες τη δυνατότητα ανταλλαγής απόψεων με διακεκριμένους ακαδημαϊκούς και επιχειρηματίες, σε θέματα επιλεγμένα από τους άμεσα ενδιαφερόμενους μεταπτυχιακούς φοιτητές.
- Η ΑΓΕΤ Ηρακλής ως μέλος του ομίλου Lafarge συμμετέχει ενεργά σε παγκόσμια προγράμματα ΕΚΕ του ομίλου. Στο πλαίσιο αυτό, οι εργαζόμενοι σε όλον τον όμιλο προσφέρουν τα γυαλιά οράσεως και ηλίου που δεν χρησιμοποιούν πια, προκειμένου να αποσταλούν σε ανθρώπους από τις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Η Τράπεζα Κύπρου ανέλαβε να ενισχύσει τους Γιατρούς του Κόσμου, ανοίγοντας τα καταστήματά της και διαμορφώνοντας την υποδομή, για την υποδοχή των εισφορών του κοινού προς την οργάνωση.

5.4 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Έλληνες Καταναλωτές – Κοινωνία

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

Οι πρώτοι παράγοντες που ορίζουν την ΕΚΕ για τους Έλληνες πολίτες - καταναλωτές είναι η Ειλικρίνεια και η Αξιοπιστία των επιχειρήσεων. Το 2008 πρώτος παράγοντας ήταν η καλή Ποιότητα των προϊόντων, ενώ το 2005 η Προστασία του Περιβάλλοντος. Οι Χορηγίες και Κοινωνικές Παροχές δεν βρίσκονται πλέον ψηλά στην κλίμακα σημαντικότητας των δομικών στοιχείων της ΕΚΕ. Οι Έλληνες πολίτες αναζητούν έντονα την τήρηση του βασικού “συμβολαίου” μεταξύ “Μάρκας – Καταναλωτή”, το οποίο μπορεί να συμψηφιστεί στην εξής φράση: *«Πες μου αλήθειες, δώσε μου καλής ποιότητας προϊόντα, σεβάσου το περιβάλλον, σεβάσου τους ανθρώπους σου»*.

Γενικά, οι πολίτες-καταναλωτές προσπαθούν να επιβραβεύσουν ή να τιμωρήσουν κοινωνικά Υπεύθυνες ή Μη Εταιρείες, όταν αυτές συμπεριφέρονται ή όχι, ως ηγέτες με δομικά χαρακτηριστικά την Ειλικρίνεια-Αξιοπιστία, τα Ποιοτικά Προϊόντα και τη Δίκαιη Εργοδοσία ή αλλιώς «Ποιότητα

στις Προθέσεις, Ποιότητα στα Προϊόντα, Ποιότητα στις Εργασιακές Συνθήκες, δηλαδή Συνολική Ποιοτική Σχέση». Αναλυτικότερα η διαχρονική εξέλιξη της “επιβράβευσης” από το 2008 μέχρι σήμερα (2010), αποτυπώνεται στα ποσοστά 39%, 52%, 53% αντίστοιχα. Η “τιμωρία” (μη αγοράζοντας προϊόντα, υποβάλλοντας καταγγελίες ή μιλώντας αρνητικά για την εταιρεία) μη υπεύθυνων Εταιρειών, βρίσκεται σε σημαντικά υψηλότερα επίπεδα, της τάξης του 58%, 66% και 67% αντίστοιχα για την περίοδο 2008 – 2010, γεγονός από το οποίο συμπεραίνουμε πως ο Έλληνας καταναλωτής πρωτίστως τιμωρεί και δευτερευόντως επιβραβεύει τις επιχειρήσεις.

Οι πολίτες που έχουν επιβραβεύσει και ταυτόχρονα έχουν τιμωρήσει εταιρείες (συνειδητοποιημένοι πολίτες) αποτελούν σήμερα το 23% του καταναλωτικού κοινού. Εκείνοι που έχουν μόνο επιβραβεύσει ή μόνο τιμωρήσει, αλλά έχουν τουλάχιστον σκεφτεί να κάνουν και το άλλο (μάλλον συνειδητοποιημένοι πολίτες) είναι το 21%, ενώ όσοι έχουν επιβραβεύσει ή τιμωρήσει αλλά δεν έχουν καν σκεφθεί το ανάποδο (παρορμητικοί) είναι το 16%. Το μεγαλύτερο ποσοστό, 40%, συνεχίζει να ανήκει στους πολίτες οιοποίοι παραμένουν αδιάφοροι απέναντι στις ενέργειες των επιχειρήσεων (μη ενεργοί πολίτες). Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι αυξάνονται διαχρονικά οι “ενεργοί πολίτες” (συνειδητοποιημένοι + μάλλον συνειδητοποιημένοι + παρορμητικοί) 43%, 55% και 60% αντίστοιχα για το διάστημα 2008-2010. Σύμφωνα με την έρευνα, η αντίληψη που επικρατεί στους Έλληνες καταναλωτές είναι πως οι περισσότερες εταιρείες, που προσπαθούν να δείξουν ένα κοινωνικά υπεύθυνο πρόσωπο, το κάνουν κυρίως για να βελτιώσουν την εταιρική εικόνα τους και όχι επειδή θέλουν πραγματικά να συνεισφέρουν θετικά στο κοινωνικό σύνολο (78%). Οι περισσότεροι καταναλωτές στην Ελλάδα, αν και χαιρετίζουν τις δράσεις της ΕΚΕ, δυσκολεύονται να πιστέψουν στο ανιδιοτελές του σκοπού τους, τείνοντας περισσότερο να αποδώσουν τις κινήσεις αυτές στο “παιχνίδι” του μάρκετινγκ. Παρά το γεγονός ότι αναγνωρίζουν πως οι επιχειρήσεις έχουν να επιδείξουν κοινωνικά υπεύθυνες πράξεις και αποδέχονται την ύπαρξη αξιόπιστων

προϊόντων, θεωρούν ότι το ιδιοτελές κίνητρο του κέρδους επισκιάζει την απήχηση της εταιρικής κοινωνικής συνεισφοράς.

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

Το "A.S.B.I" ως εργαλείο στρατηγικής ανάπτυξης της κοινωνικής πολιτικής των εταιρειών, καταγράφει κάθε δύο χρόνια την ανταπόκριση των πολιτών – καταναλωτών, σε επίπεδο αναγνωρισιμότητας, στην προσπάθεια των εταιρειών να επικοινωνήσουν τις κοινωνικές ή περιβαλλοντικές τους πρωτοβουλίες. Σύμφωνα με το βαρόμετρο, περισσότεροι από πέντε στους δέκα Έλληνες πολίτες δηλώνουν τη διαφωνία τους σχετικά με το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων σε ότι αφορά στην προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική συνοχή. Η μη αποδοχή του συγκεκριμένου ρόλου των επιχειρήσεων πολύ πιθανόν να ενισχύεται και από τη συνεχή όξυνση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων, ιδιαίτερα σε μια χρονιά έντονης οικονομικής κρίσης, όπου οι εργασιακές σχέσεις επαναπροσδιορίζονται και τα περιβαλλοντικά θέματα διατηρήθηκαν στη δημόσια ατζέντα (όπως η αύξηση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, η εντεινόμενη τσιμεντοποίηση των αστικών κέντρων, η διαχείριση των απορριμμάτων-αποβλήτων, η ρύπανση των υδάτινων πόρων).

Ωστόσο, συγκριτικά με την προηγούμενη μέτρηση, σημαντική αύξηση, κατά 9 ποσοστιαίες μονάδες (39,5%), καταγράφεται στο ποσοστό όσων δήλωσαν ότι γνωρίζουν την ύπαρξη εταιρειών που υποστηρίζουν οικονομικά ή υλοποιούν δράσεις κοινωνικού ή περιβαλλοντικού χαρακτήρα, έχουν δηλαδή κοινωνικό έργο, ενώ μόνο το 16% του δείγματος απάντησε θετικά στο ερώτημα αν έχει ακούσει, δει, ή διαβάσει κάτι σχετικό με την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ή Εταιρικής Υπευθυνότητας. Συσχετίζοντας τις δύο αυτές μεταβλητές, παρατηρείται ότι όσοι γνωρίζουν την έννοια της E.K.E., γνωρίζουν και σε υψηλό ποσοστό της τάξεως του 70,8% την ύπαρξη εταιρειών που έχουν κοινωνικό έργο. Αντιθέτως, όσοι γνωρίζουν την ύπαρξη του εταιρικού κοινωνικού έργου, δεν γνωρίζουν απαραίτητα την έννοια της E.K.E., αφού η αναγνωσιμότητα της στους συγκεκριμένους πολίτες καταγράφεται ιδιαίτερα χαμηλή (28,7%).

Περισσότεροι από 8 στους 10 εργαζόμενους στον Ιδιωτικό και Δημόσιο τομέα. υποστηρίζουν ότι είναι αρκετά σημαντικό έως πολύ σημαντικό για αυτούς, η εταιρεία ή ο οργανισμός στον οποίο εργάζονται να διαθέτει κοινωνικό ή περιβαλλοντικό έργο. Εν τούτοις, αρκετά υψηλό παραμένει ακόμη το ποσοστό των εργαζομένων που δηλώνουν άγνοια για το αν η εταιρεία ή ο οργανισμός

που εργάζονται αναλαμβάνει κοινωνικές ή περιβαλλοντικές δραστηριότητες (6,5 στους 10 εργαζόμενους). Η αναγκαιότητα, λοιπόν, από μέρους των επιχειρήσεων να ερμηνεύσουν, να αντιληφθούν σωστά και να προωθήσουν την έννοια της E.K.E., καταρχήν στο εσωτερικό τους περιβάλλον, και ιδιαίτερα στους εργαζόμενους, έναν από τους βασικούς stakeholders, παραμένει σημαντική όσο και απαραίτητη.

Σύμφωνα με το Κοινωνικό Βαρόμετρο A.S.B.I. – 2009, ενισχυμένη καταγράφεται η αποδοχή των πολιτών στη δημοσιοποίηση του εταιρικού κοινωνικού έργου με το 68,4% των ερωτηθέντων να υποστηρίζει τη συγκεκριμένη άποψη. Όσον αφορά στους τρόπους δημοσιοποίησής του, για πρώτη φορά στην ίδια σχεδόν θέση βρίσκονται η διαφήμιση στα ΜΜΕ (6,8 πολίτες στους 10) και τα προϊόντα των εταιριών (6,7 πολίτες στους 10), ενώ σημαντική άνοδο παρατηρείται τόσο στην ειδησεογραφία μέσω των ΜΜΕ (39%) όσο και στην εταιρική ιστοσελίδα (20%).

Τέλος, από δημοσκόπηση που διενήργησε πρόσφατα το site euro2day.gr, προκύπτει πως το 63% από τους άνω των 400 συμμετέχοντες στην έρευνα, εκδηλώνει διαφορετική συμπεριφορά έναντι των προϊόντων μιας εταιρείας με κοινωνική ευαισθησία. Συγκεκριμένα, το 45% αυτών δηλώνει πως θα αγόραζε το προϊόν μιας “κοινωνικά υπεύθυνης” εταιρείας, μόνο σε περίπτωση που είχε ίδια τιμή με τα άλλα, ενώ το 17,69% θα πλήρωνε ακόμα και ακριβότερα για τα προϊόντα μιας τέτοιας εταιρείας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

6. ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ- ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

6.1 Πως αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις την Ε.Κ.Ε

Σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκτυο για την Ε.Κ.Ε. (CSR HELLAS), ένα από τα προβλήματα που προκύπτουν σχετικά με την κατανόηση της Ε.Κ.Ε. είναι ότι κάθε επιχείρηση αντιλαμβάνεται με διαφορετικό τρόπο. Η κατανόηση αυτή μπορεί να χωριστεί στα εξής επίπεδα.

Στο πρώτο επίπεδο εντάσσονται οι επιχειρήσεις που πιστεύουν ότι κοινωνική ευθύνη είναι παροχή εργασίας στο προσωπικό τους και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Γι αυτές ηθική συμπεριφορά σημαίνει σεβασμός της νομοθεσίας, όμως δεν μπορούμε να πούμε ότι όσες επιχειρήσεις σέβονται τους νόμους είναι και κοινωνικά υπεύθυνες. Στο δεύτερο επίπεδο η Ε.Κ.Ε εξομοιώνεται με την αγαθοεργία. Στο επίπεδο αυτό οι επιχειρήσεις δημιουργούν ένα ίδρυμα μέσα από το οποίο προωθούν τις δωρεές τους. Το τρίτο είναι το επίπεδο των αρνητικών κριτηρίων. Σε αυτό οι επιχειρήσεις λένε ότι δεν προξενούν ζημιά, δεν μολύνουν το περιβάλλον, δεν καταναλώνουν μη ανανεώσιμους φυσικούς πόρους και δεν παράγουν επιβλαβή προϊόντα. Το τέταρτο επίπεδο είναι γνωστό ως θετικές δράσεις. Στις επιχειρήσεις αυτό σημαίνει θετική ενασχόληση με κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα, δηλαδή εντάσσουν στις στρατηγικές τους κάποιο σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης ή απασχολούν άτομα από μειονεκτούσες ομάδες. Πέμπτο είναι το επίπεδο της παγκόσμιας επιρροής. Οι επιχειρήσεις δέχονται ότι έχουν επιρροή και ευθύνη που ξεπερνά το χώρο στο οποίο είναι δραστηριοποιημένες. Αυτό περιλαμβάνει και επιχειρήσεις που διενεργούν κοινωνικούς ελέγχους στην παραγωγική τους αλυσίδα. Έκτο είναι το τελευταίο επίπεδο γνωστό και ως επίπεδο ενσωμάτωσης αποστολής και ευθύνης. Πρόκειται για καινοτόμες επιχειρήσεις που έχουν δημιουργηθεί σε συνεργασία με ΜΚΟ ή άλλους κοινωνικούς φορείς στην Ολλανδία, το Βέλγιο, τον Καναδά κτλ με στόχο την παραγωγή προϊόντων η υπηρεσιών που σε όλα τα στάδια λαμβάνουν υπόψη τις αρχές της Ε.Κ.Ε. Οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν δράσεις Ε.Κ.Ε επίσης με πολύ διαφορετικούς τρόπους, οι οποίοι μπορούν να κατηγοριοποιηθούν στα ακόλουθα επίπεδα: Στο πρώτο επίπεδο πολλές επιχειρήσεις δεν προχωρούν. Εφαρμόζουν έναν κώδικα ηθικής ή έναν οδηγό καλής συμπεριφοράς, στον οποίο εκθέτουν προθέσεις και παραιτήσεις σχετικά με την κοινωνία και το περιβάλλον. Στο δεύτερο επίπεδο βρίσκονται επιχειρήσεις που επιθυμούν έντονα την έναρξη ενός συγκεκριμένου προγράμματος που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της Ε.Κ.Ε., π.χ. η υιοθέτηση ενός συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης ή η συζήτηση με έναν προμηθευτή σχετικά με τις συνθήκες εργασίας του προσωπικού του αν αυτός λειτουργεί κυρίως σε χώρα του τρίτου κόσμου. Στο επίπεδο αυτό η επιχείρηση

έχει δραστηριοποιηθεί αλλά ενεργεί ανεξάρτητα και χωρίς συνεργασία με άλλους φορείς. Είναι η επιχείρηση που μόνη της θέτει τους στόχους, αναλαμβάνει τις δράσεις και προβαίνει σε ελέγχους. Στο τρίτο επίπεδο έχουμε επιχειρήσεις που αποφασίζουν να εφαρμόσουν κάποιο σύστημα αξιολόγησης των δράσεων Ε.Κ.Ε. Αυτό το διαγνωστικό εργαλείο μπορεί να είναι μοναδικό για την επιχείρηση ή να είναι κάποιο από τα αναγνωρισμένα πρότυπα π.χ. το EMAS και το ISO 14001 για το περιβάλλον, ή το SA 8000 για το ανθρώπινο δυναμικό. Όταν χρησιμοποιείται ένα εξωτερικό διαγνωστικό πρότυπο η αξιολόγηση μπορεί να γίνεται είτε εσωτερικά ή από έναν εξωτερικό σύμβουλο. Το τέταρτο επίπεδο είναι εκείνο κατά το οποίο η Ε.Κ.Ε ενσωματώνεται στην επιχείρηση στο πλαίσιο ενός πλήρως εξειδικευμένου συστήματος διαχείρισης αυτό σημαίνει ότι όταν λαμβάνονται οποιεσδήποτε αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και η περιβαλλοντική πλευρά τους. Πέμπτο είναι το τελευταίο επίπεδο όπου οι επιχειρήσεις δεν αρκούνται μόνον στην εφαρμογή ενός προτύπου ή εξειδικευμένου συστήματος διαχείρισης. Προχωρούν σε διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη τους σχετικά με τους στόχους των προγραμμάτων Ε.Κ.Ε, τα στάδια εφαρμογής, την ποιότητα των ελέγχων, τη δυνατότητα ευρύτερης επικοινωνίας των αποτελεσμάτων κ.λ.π .

Στη συνέχεια θα εξετάσουμε τον τρόπο που αντιλαμβάνονται διάφορες ελληνικές επιχειρήσεις την εταιρική κοινωνική ευθύνη .

VODAFONE - ΠΑΝΑΦΟΝ Α.Ε.Ε.Τ. Η Vodafone ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 1992 με την εταιρική επωνυμία «ΠΑΝΑΦΟΝ ΑΕΕΤ» ενώ το Μάρτιο του 2002 μετονομάστηκε σε «Vodafone Πάναφον ΑΕΕΤ». Στη Vodafone, μιλάνε για Εταιρική Υπευθυνότητα και όχι για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, καθώς πιστεύουν ότι ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα Εταιρικής Υπευθυνότητας αφορά στον τρόπο με τον οποίο μια εταιρεία διοικείται, παράγει έργο και *Εταιρική κοινωνική ευθύνη και ελληνικές επιχειρήσεις 37* συμπεριφέρεται απέναντι στην κοινωνία, τα ενδιαφερόμενα μέρη και το περιβάλλον. Υπεύθυνη είναι η εταιρεία, όταν παράλληλα με την επίτευξη των εμπορικών της στόχων λαμβάνει υπόψη τον αντίκτυπο της λειτουργίας της και προχωρά σε αντίστοιχες δράσεις με μετρήσιμα αποτελέσματα. Επομένως αποτελεί υποχρέωση της εταιρείας να μειώσει την αρνητική επίδρασή της και να ενισχύσει αντίστοιχα τη θετική επίδρασή της στον κόσμο γύρω μας. Η Vodafone εργάζεται ουσιαστικά και με συνέπεια για να μειώσει την επίδραση των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον αφού ο σεβασμός στο περιβάλλον αποτελεί μία από τις επιχειρηματικές αρχές. Από την έναρξη της λειτουργίας της Vodafone στην Ελλάδα το 1993, η εταιρεία επενδύει συστηματικά σε προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας ψύξης ή θέρμανσης, φωτισμού, καθώς και στην εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων για την ηλεκτροδότηση των σταθμών βάσης. Η διαχείριση των προγραμμάτων γίνεται μέσα από το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης, που είναι πιστοποιημένο κατά το πρότυπο ISO 14001 και τον Ευρωπαϊκό

Κανονισμό EMAS, για το σύνολο των δραστηριοτήτων και εγκαταστάσεων της εταιρείας. Το περιβάλλον ως προτεραιότητα Η Vodafone για τις κλιματικές αλλαγές και για το φαινόμενο του θερμοκηπίου πιστεύει ότι, ο επιχειρηματικός κόσμος μπορεί και πρέπει να συμμετέχει μέσα από ένα συστηματικό περιβαλλοντικό πρόγραμμα. Επίσης σχεδίασε ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα περιβαλλοντικής διαχείρισης με στόχο να μειώσει την επιβάρυνση αυτή με μετρήσιμους στόχους και αποτελέσματα. Η μελέτη της Vodafone (Ανάλυσης Επικινδυνότητας) έδειξε ότι η εταιρεία έχει σημαντική κατανάλωση ενέργειας και ότι διαθέτει σημαντικές ποσότητες υλικών και προϊόντων που δεν πρέπει να καταλήξουν στα σκουπίδια. Γι' αυτό το λόγο το πρόγραμμα περιβάλλοντος εστιάζει σε δύο τομείς: στην εξοικονόμηση ενέργειας και τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, στην ανακύκλωση, με ένα από τα σημαντικότερα προγράμματα αυτό της ανακύκλωσης κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ, που εφαρμόζεται σε όλα τα καταστήματα και κτίρια της πανελλαδικά. Ενέργεια: Εξοικονόμηση και όχι μόνο Τα προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας εφαρμόζονται από το 1993, με την έναρξη της λειτουργίας της εταιρείας. Το σύστημα κλιματισμού Free Cooling, που αξιοποιεί το φυσικό αέρα, μειώνει το χρόνο λειτουργίας του κλιματιστικού στους Σταθμούς Βάσης, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν περίπου το 55% της συνολικής κατανάλωσης ενέργειας της εταιρείας. Παράλληλα, στα κτίρια γραφείων της εταιρείας εφαρμόζεται το ευρωπαϊκό πρόγραμμα GreenLight. Ένα εθελοντικό πρόγραμμα, όπου δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί δεσμεύονται να αναβαθμίσουν την αποδοτικότητα του φωτισμού στις κτιριακές τους εγκαταστάσεις. Η Vodafone έχει επεκτείνει τη συγκεκριμένη πρακτική σε έκταση γραφείων 28.350 τ.μ., μειώνοντας έτσι πάνω από 30% την κατανάλωση ενέργειας φωτισμού στις περιοχές εγκατάστασης. Το πρόγραμμα διαρκώς επεκτείνεται, έτσι το 2006-2007 εγκαταστάθηκαν στους κοινόχρηστους χώρους του κτιριακού συγκροτήματος του Χαλανδρίου ανιχνευτές κίνησης, ώστε να υπάρχει φωτισμός μόνο εάν υπάρχει ανθρώπινη παρουσία στο χώρο. Επίσης, στους υπόγειους χώρους στάθμευσης ο φωτισμός λειτουργεί 4 ώρες την ημέρα, κατά την προσέλευση και αποχώρηση των εργαζομένων, ενώ τις υπόλοιπες ώρες λειτουργεί μόνο ο φωτισμός ασφαλείας. Η εξοικονόμηση ενέργειας για το φωτισμό με τις δύο παραπάνω εφαρμογές, ξεπερνά το 50%. Σε μια προσπάθεια να αξιοποιηθούν οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, και συγκεκριμένα ηλιακή ενέργεια, η Vodafone προχώρησε και στην εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων σε 123 Σταθμούς Βάσης που υπάρχουν σε αγροτικές περιοχές. Πέρα από τα παραπάνω προγράμματα, η Ομάδα Ενέργειας της εταιρείας παρακολουθεί τις εξελίξεις στον τομέα της ενέργειας και μελετά συνεχώς νέες τεχνολογίες με στόχο να τις εντάξει στο περιβαλλοντικό πρόγραμμα. Μια τέτοια πρωτοβουλία είναι η πιλοτική λειτουργία, από τον Ιανουάριο του 2006, ενός «πράσινου» Σταθμού Βάσης, αποκλειστικά με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και συγκεκριμένα ηλιακή, αιολική και υδρογόνο. Τα προγράμματα ενέργειας της Vodafone αποφέρουν μετρήσιμα αποτελέσματα,

τόσο σε αποφυγή εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα, όσο και σε εξοικονόμηση κόστους. Από το σύνολο των ενεργειακών προγραμμάτων της Vodafone, το οικονομικό έτος 2006-2007 απετράπη η εκπομπή περισσότερων από 9.400 τόνων διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα, ενώ εξοικονομήθηκαν 2.175.000 ευρώ, ποσό που αντιστοιχεί σε ποσοστό 0,12% επί του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας. Για το 2007-2008 η Vodafone έχει βάλει στόχο να αποφευχθεί η εκπομπή 10.500 τόνων διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Ανακύκλωση: έμφαση με σημαντικά ποσοτικά αποτελέσματα Η Vodafone ξεκίνησε πρώτη το πρόγραμμα ανακύκλωσης κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ ήδη από το 2003, όταν ακόμα κάτι τέτοιο δεν ήταν απαίτηση της *Εταιρική* νομοθεσίας, τοποθετώντας κάδους ανακύκλωσης σε όλα τα καταστήματά και τα κτίρια της πανελλαδικά, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα σε όλους όσους έχουν περιβαλλοντική συνείδηση εργαζόμενους, πελάτες και το κοινό γενικότερα να συμμετέχουν με τον τρόπο τους στην προστασία του περιβάλλοντος. Μέχρι σήμερα, η Vodafone έχει προωθήσει για ανακύκλωση περισσότερα από 70.000 προϊόντα κινητής τηλεφωνίας. Με κοινό χαρακτηριστικό την εμπειρία σε θέματα ανακύκλωσης, η Vodafone και το «Σώμα Ελλήνων Προσκόπων» ένωσαν τις δυνάμεις τους, με στόχο να πετύχουν ακόμη καλύτερα αποτελέσματα και να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Το Μάιο του 2007, η Vodafone τοποθέτησε 400 κάδους συλλογής κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ σε όλα τα Συστήματα των Προσκόπων σε κάθε γωνιά της Ελλάδας. Με την ενέργεια αυτή, τα σημεία συλλογής κινητών τηλεφώνων και αξεσουάρ ξεπερνούν τα 790 σε όλη την Ελλάδα, τα περισσότερα ανάμεσα σε άλλους ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς. Επιπλέον η Vodafone, πρώτη ανάμεσα στις άλλες Ελληνικές εταιρείες τηλεπικοινωνιών, εφήρμοσε το Νοέμβριο του 2005 το πρόγραμμα ανακύκλωσης οικιακών μπαταριών. Μέχρι σήμερα, έχουν συλλεχθεί περισσότεροι από 5,4 τόνοι οικιακών μπαταριών. Ειδικοί κάδοι συλλογής χρησιμοποιημένων οικιακών μπαταριών έχουν τοποθετηθεί στα 390 καταστήματα Vodafone, καθώς επίσης σε όλα τα κτίρια της εταιρείας πανελλαδικά. Οι οικιακές μπαταρίες που συγκεντρώνονται, προωθούνται από τον φορέα ΑΦΗΣ σε εξειδικευμένο εργοστάσιο στη Γερμανία, όπου και ανακυκλώνονται. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το δίκτυο καταστημάτων Vodafone έχει καταγραφεί στη συνείδηση του κοινού και ως σημείο συλλογής οικιακών μπαταριών, ανταποκρινόμενοι στην πρωτοβουλία της εταιρείας, η οποία έχει σημαντικό όφελος για τη δημόσια υγεία και την προστασία του περιβάλλοντος. Οι μπαταρίες περιέχουν στοιχεία τα οποία, αν απορριφθούν στα σκουπίδια, θα καταλήξουν στον υδροφόρο ορίζοντα, επιβαρύνοντας το περιβάλλον. Για παράδειγμα, στις μπαταρίες νικελίου καδμίου, η ποσότητα καδμίου που περιέχεται σε αυτές είναι ικανή να μολύνει το 1/3 του νερού μιας πισίνας Ολυμπιακών διαστάσεων. Στο πλαίσιο της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

1. Η εταιρεία υλοποιεί παραπάνω από 5 χρόνια δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι: *Εταιρική κοινωνική ευθύνη και ελληνικές επιχειρήσεις* 40 Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
2. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)
3. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
4. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην μείωση της αρνητικής επίδρασης της λειτουργίας εταιρείας και ενίσχυση της θετικής της επίδρασης στην κοινωνία πάρα πολύ, στην ικανοποίηση των εργαζομένων πολύ, στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας, στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς, στην αύξηση της αναγνωσιμότητας, στις σχέσεις με τους προμηθευτές και άλλους συνεργάτες και στην σχέση με την πολιτεία αρκετά και τέλος στην αύξηση των πωλήσεων πολύ λίγο.

Οι σημαντικότερες δυσκολίες που αντιμετώπισε η εταιρεία κατά την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε. κατά το παρελθόν είναι:

1. Έλλειψη απαραίτητης υποδομής για την εφαρμογή προγραμμάτων εταιρικής υπευθυνότητας (π.χ. για την εφαρμογή προγραμμάτων ανακύκλωσης),
2. Γραφειοκρατία

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου και η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε. πάρα πολύ, η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε. δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα πολύ, το οικονομικό κόστος των δράσεων, η έλλειψη εξειδικευμένων συνεργατών/συμβούλων για την Ε.Κ.Ε. και γραφειοκρατία λίγο και τέλος η έλλειψη κινήτρων από το κράτος πολύ λίγο.

Το κίνητρο που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι η απλοποίηση των διαδικασιών – μείωση γραφειοκρατίας.

Οι δείκτες /συστήματα αξιολόγησης/ διαχείρισης της Ε.Κ.Ε. που χρησιμοποιεί η εταιρεία είναι:

1. ISO 14001 και EMAS
2. GRI (G3) και AA1000 Assurance Standard
3. Dow Jones Sustainability Index και FTSE4Good Index

Η εταιρεία διαθέτει ειδικό Τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε., το οποίο αποτελείται από 2 άτομα. *Εταιρική κοινωνική ευθύνη και ελληνικές*

COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.

Η COSMOTE, εταιρία του Ομίλου ΟΤΕ, ξεκίνησε την εμπορική της λειτουργία τον Απρίλιο του 1998 και πέτυχε, μέσα σε μόλις τριάμισι χρόνια, να αναδειχθεί στην πρώτη θέση της ελληνικής αγοράς κινητής τηλεφωνίας σε επίπεδο συνδρομητών, ρυθμών ανάπτυξης και, κυρίως, κερδοφορίας. Η εταιρία δραστηριοποιείται και εκτός των ελληνικών συνόρων και, συγκεκριμένα, στην Αλβανία, τη Βουλγαρία, την ΠΓΔΜ και τη Ρουμανία.

Η COSMOTE πιστή στην ανθρωποκεντρική της φιλοσοφία, κατάρτισε το εταιρικό πρόγραμμα "Συμμετοχή", ένα σύνολο δράσεων που καλύπτουν όλους τους τομείς της επιχειρησιακής δράσης. Η COSMOTE είναι μία εταιρία με όραμα και πολύπλευρο κοινωνικό έργο που στηρίζει πάντα το Συνάνθρωπο που έχει την ανάγκη μας, το περιβάλλον που χρειάζεται τη φροντίδα μας και την ελληνική περιφέρεια που πολλοί την ξεχνούν. Όχι μόνο με λόγια αλλά και με πράξεις. Η μέριμνα της COSMOTE για το ανθρώπινο δυναμικό της, για το συνάνθρωπο, για την προστασία του φυσικού και εργασιακού περιβάλλοντος και για την πολιτιστική και κοινωνική ζωή της ευρύτερης περιφέρειας και των ακριτικών περιοχών, αποδεικνύει ότι η εταιρία, εκτός από τεχνολογική διάσταση, διαθέτει κοινωνική συνείδηση και ευαισθησία.

Υποτροφίες COSMOTE

Για τέταρτη συνεχή χρονιά η COSMOTE προκήρυξε 10 Υποτροφίες για πρωτοετείς φοιτητές Ελληνικών ΑΕΙ όλων των κλάδων. Οι Υποτροφίες COSMOTE εντάσσονται στο πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης της εταιρίας «Συμμετοχή», με το οποίο η εταιρία κάνει πράξη τη δέσμευσή της να συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των Ελλήνων.

Προγράμματα για άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ)

Η COSMOTE μέσα από την πολύπλευρη προσφορά της από τη χορηγία των Παραολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004, συνεχίζει να εκφράζει το έμπρακτο ενδιαφέρον της για τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες και ειδικότερα τα άτομα με Αναπηρία, συγκεκριμένα προγράμματα με στόχο να διευκολύνει την καθημερινότητά τους και να διασφαλίσει την ομαλή ένταξή τους στην κοινωνία.

Περιφέρεια

Με το όραμα «Κινητή τηλεφωνία προσιτή σε όλους τους Έλληνες», η COSMOTE επικεντρώθηκε στην Περιφέρεια με κύριο στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των απομακρυσμένων περιοχών. Η εταιρία υλοποιεί το κοινωνικό της έργο στην Περιφέρεια διακριτικά και αθόρυβα με εκτενή προγράμματα στον τομέα της παιδείας, του περιβάλλοντος και του πολιτισμού.

Συνάνθρωπος

Με απώτερο στόχο να κάνει πράξη το όνειρο όλων μας για έναν καλύτερο κόσμο, η COSMOTE υλοποιεί προγράμματα για την ενίσχυση ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων, όπως το παιδί και οι κάτοικοι των ακριτικών περιοχών. Η δράση της εταιρίας αποδεικνύει ότι πέρα από την τεχνολογική της διάσταση διαθέτει και κοινωνική ευαισθησία.

COSMOTE και Περιβάλλον

Η COSMOTE από τα πρώτα κιόλας βήματά της έχει επιδείξει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το περιβάλλον, συμμετέχοντας σε ένα σύνολο πρωτοποριακών δράσεων. Στόχος της εταιρίας είναι, πέρα από τη διαφύλαξη και προστασία του περιβάλλοντος, η συμβολή της στη διαμόρφωση της περιβαλλοντικής συνείδησης όλων μας.

Τέχνες και πολιτισμός

Η COSMOTE υποστηρίζει σημαντικές ενέργειες που ενδυναμώνουν τις πολιτιστικές αξίες των λαών αλλά και προβάλλουν την τέχνη ως μέσο επικοινωνίας. Οι πολύπλευρες δραστηριότητες που αναλαμβάνει η εταιρία αφορούν σημαντικά πολιτιστικά δρώμενα με σκοπό την αναβάθμιση της πολιτιστικής κουλτούρας όλων των Ελλήνων.

Στο πλαίσιο της έρευνας με βάση τα ερωτηματολόγια, συγκεντρώθηκαν επιπλέον στοιχεία για την δράση της εταιρείας στην Ε.Κ.Ε.

Η εταιρεία υλοποιεί 3 χρόνια δράσεις Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και οι τομείς με βάση την σημαντικότητά τους είναι:

1. Το φυσικό περιβάλλον (π.χ. διαχείριση αποβλήτων, ανακύκλωση)
2. Η κοινωνία (π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπική ανάπτυξη)
3. Το ανθρώπινο δυναμικό (π.χ. παροχές, εκπαίδευση)
4. Η αγορά (π.χ. καταναλωτές, συνεργάτες, προϊόντα-υπηρεσίες)

Οι δράσεις Ε.Κ.Ε. που αναλαμβάνει η εταιρεία βοηθούν στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας και στην προσέγγιση ειδικών τμημάτων της αγοράς πάρα πολύ, στην αύξηση της αναγνωσιμότητας και στην αύξηση των πωλήσεων πολύ, στις σχέσεις με του προμηθευτές και άλλους συνεργάτες αρκετά και στην ικανοποίηση των εργαζομένων και στην σχέση με την Πολιτεία λίγο.

Οι παράγοντες που λειτουργούν αποτρεπτικά για την εφαρμογή δράσεων Ε.Κ.Ε. από επιχειρήσεις του κλάδου στην Ελλάδα είναι το οικονομικό κόστος δράσεων αρκετά, το μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου και η πεποίθηση ότι η Ε.Κ.Ε. δεν έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα λίγο, η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με την Ε.Κ.Ε. η έλλειψη ειδικευμένων συνεργατών/συμβούλων για την Ε.Κ.Ε. η γραφειοκρατία και η έλλειψη κινήτρων από το κράτος πολύ λίγο.

Το κίνητρο που θα λειτουργούσε από τους δημόσιους φορείς/ πολιτεία για την εφαρμογή εκ μέρους της εταιρείας και άλλων εταιρειών του κλάδου περισσότερων δράσεων Ε.Κ.Ε είναι οι περισσότερες φοροελαφρύνσεις.

Η εταιρεία δεν διαθέτει ειδικό τμήμα για το σχεδιασμό και την υλοποίηση των δράσεων Ε.Κ.Ε. αλλά προτίθεται να δημιουργήσει μέσα στην επόμενη διετία.

Ο τρόπος με τον οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις σχετικά με τις δράσεις που αναλαμβάνει στο πλαίσιο της Ε.Κ.Ε. είναι η δέσμευση από το καταστατικό για την εφαρμογή συγκεκριμένων δράσεων Ε.Κ.Ε. και συλλογικές αποφάσεις για την εφαρμογή συγκεκριμένων δράσεων.

Οι πιο σημαντικές δράσεις Ε.Κ.Ε. που προγραμματίσει η εταιρεία για την διετία 2009-2010 είναι η ανακύκλωση, η χρήση βιοδιασπώμενων και οικολογικών υλικών για καθαριότητα, η χρήση ανακυκλωμένων μελανιών και η χρηματοδότηση δράσεων ΜΚΟ.

«ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε.»

Η εταιρεία ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. συστάθηκε το 1995 από τη γαλλική εταιρεία VINCI και έξι ελληνικές κατασκευαστικές εταιρείες, με έδρα το Χαλάνδρι Αττικής και με αποκλειστικό σκοπό τη σύναψη με το Ελληνικό Δημόσιο και την υλοποίηση της Σύμβασης Παραχώρησης της Γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου. Ως Παραχωρησιούχος, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. έχει την ευθύνη της μελέτης, κατασκευής, χρηματοδότησης, συντήρησης και λειτουργίας της Γέφυρας στη διάρκεια των 42 ετών της περιόδου παραχώρησης. Για να ανταποκριθεί στις δεσμεύσεις της, έχει υπογράψει μέχρι σήμερα περισσότερες από 50 συμβάσεις, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται η σύμβαση κατασκευής με την Κατασκευάστρια Κοινοπραξία, καθώς και οι πολυάριθμες αναλυτικές χρηματοδοτικές συμβάσεις με τους Δανειστές.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου κατασκευής ο Παραχωρησιούχος εξασφάλισε την εύρυθμη διαχείριση όλου του χρηματοδοτικού πλαισίου του έργου, καθώς και την κάλυψη των καθημερινών χρηματοδοτικών αναγκών του. Από τον Αύγουστο του 2004, οπότε και έληξε η κατασκευαστική περίοδος και μέχρι τη λήξη της περιόδου παραχώρησης, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. είναι υπεύθυνη για την ομαλή λειτουργία του έργου (μέσα στα πλαίσια τη σύμβασης παραχώρησης), για την συντήρηση του και όλες τις απαραίτητες βελτιώσεις, ώστε το έργο να βρίσκεται πάντα στη πρωτοπορία των τεχνολογικών εξελίξεων. Σκοπός της είναι, μέσα από την συμβατικά χρηστή διαχείριση του έργου, η κοινωνική αναβάθμιση της ευρύτερης περιοχής.

Για αυτό το λόγο η Γέφυρα έχει αναπτύξει και προτίθεται στο μέλλον να αναπτύξει ακόμα περισσότερο την εμπορική, κοινωνική και χορηγική στρατηγική της.

Οι μέτοχοι της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. είναι:

- VINCI Concessions 57,45%
- ΑΚΤΩΡ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΕΙΣ 22,02%
- J&P 12,14%
- ΑΘΗΝΑ 8,39%

Σύνολο 100,00%

Η ΓΕΦΥΡΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε. είναι η εταιρεία λειτουργίας της Γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου στο πλαίσιο μιας σύμβασης που έχει υπογραφεί με την ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., την παραχωρησιούχο εταιρεία. Η ΓΕΦΥΡΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε. είναι αρμόδια για τη διαχείριση των διοδίων, της κυκλοφορίας και τη συνήθη συντήρηση της Γέφυρας Ρίου-Αντιρρίου, ενώ μέτοχοι της εταιρείας είναι οι ίδιες εταιρείες που συμμετέχουν και στην ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. με τα ίδια ακριβώς ποσοστά.

Η ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΓΕΦΥΡΑ είναι η ελληνική κατασκευάστρια κοινοπραξία, η οποία υπέγραψε με το Ελληνικό Δημόσιο και τον Παραχωρησιούχο την τριμερή συμφωνία. Ρόλος της ήταν η μελέτη και κατασκευή, εντός περιόδου 7 ετών, της Γέφυρας Ρίου - Αντιρρίου. Τα μέλη που απαρτίζουν την Κοινοπραξία Γέφυρα είναι τα εξής :

VINCI Construction

Grands Projets 53.00%

ΑΚΤΩΡ Α.Τ.Ε. 20.32%

J&P – ΑΒΑΞ Α.Ε. 11.20%

ΑΘΗΝΑ Α.Ε. 7.74%

ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ Α.Ε. 7.74%

«ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε.» και Εταιρική Υπευθυνότητα

Η κοινωνική φιλοσοφία της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. εδράζεται στην εταιρική της ψυχολογία, η οποία με τη σειρά της πηγάζει από την ταυτότητα του Έργου που διαχειρίζεται. Ως ανάδοχος της Γέφυρας Ρίου – Αντιρρίου “Χαρίλαος Τρικούπης”, ανέλαβε να σχεδιάσει, να περατώσει και να λειτουργήσει, το πλέον σύνθετο τεχνικό έργο όλων των εποχών στη χώρα μας. Η φύση του έργου ήταν αυτή που έδωσε εξαρχής το όνομά της στην εταιρεία. Πρόκειται για μία γέφυρα που καλείται πριν και πάνω από όλα να φέρνει πιο κοντά και εντέλει να ενώνει τους ανθρώπους. Δεν της αρκεί λοιπόν μόνο να λέγεται ΓΕΦΥΡΑ, αλλά επιδιώκει και στην πράξη να αποδεικνύει του λόγου το αληθές. Έτσι η εταιρική κοινωνική της φιλοσοφία προσαρμόζεται στην ευθύνη να αποδεικνύεται καθημερινά η χρησιμότητα του έργου στην κοινωνία, όχι μόνο εξαιτίας του ότι οι πελάτες της το χρησιμοποιούν με άνεση και ασφάλεια, αλλά και επειδή οι ιθύνοντές της, δείχνουν έμπρακτα τη συναίσθηση ότι το έργο χτίστηκε μαζί με την κοινωνία που το πόθησε, προκειμένου να γίνει η ζωή της καλύτερη.

Ως λογική συνέπεια των παραπάνω, η συμπύκνωση της κοινωνικής ευθύνης της εταιρείας στη φράση «Μέσα στην κοινωνία, από την κοινωνία, για την κοινωνία», προσδιορίζει και το πρίσμα υπό το οποίο η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. αντιμετωπίζει τις ηθικές της υποχρεώσεις απέναντι στο σύνολο. Η φιλοσοφία αυτή στοχεύει στην εγκαθίδρυση ισχυρών και μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Ζώντας και λειτουργώντας μέσα σε μία τοπική κοινωνία που αποτελεί τυπικό δείγμα της ελληνικής περιφέρειας, η οποία ζητά εναγωνίως δραστικούς και «νοήμονες» μοχλούς ανάπτυξης με χειροπιαστή παρουσία στο τοπικό γίγνεσθαι, η ανάδοχος της Ζεύξης έχει επιλέξει την πολιτική της εγγύτητας. Τα στελέχη της εταιρείας βιώνουν μία σχέση αμοιβαίας γνωριμίας με τοπικά πρόσωπα και πράγματα, που τη θέτουν σε μία διαρκή διαδικασία (άμεσης ή έμμεσης) κοινωνικής λογοδοσίας, η οποία οφείλει να δικαιώνει τις προσδοκίες που δημιούργησε η κατασκευή του έργου.

Οι τομείς στους οποίους εστιάζουν οι δράσεις ΕΚΕ της εταιρείας είναι:

- Η άσπωση εξυπηρέτηση των χρηστών της γέφυρας
- Η διαρκής ανάπτυξη και εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού

- Η ουσιαστική συμβολή της εταιρείας στον πολλαπλασιασμό των δυνατοτήτων της τοπικής κοινωνίας
- Η προστασία και διαφύλαξη του περιβάλλοντος

Με γνώμονα την εταιρική στρατηγική ΕΚΕ, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. αντιλαμβάνεται το ρόλο της ως έναν υπεύθυνο οργανισμό, που αναλαμβάνει την υλοποίηση δράσεων κοινωνικού, περιβαλλοντικού εργασιακού και ενημερωτικού χαρακτήρα. Αυτή η αντίληψη θεωρείται από την εταιρεία ως η καλύτερη εγγύηση για το ότι το έργο που διαχειρίζεται θα αποτελέσει μοχλό για μία ανάπτυξη, η οποία θα είναι βιώσιμη και αιεφόρος. Χαρακτηριστικό τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η γραμμή της εταιρείας να συμβάλλει στη μείωση των εκπομπών CO₂ μέσα από την επιλογή - για εταιρική χρήση - των αυτοκινήτων με τη μικρότερη εκροή, να συστρατεύεται για τη δια λειτουργικότητα των ηλεκτρονικών διοδίων και να επιλέγει ασφαλοτάτητα εταιρείας η οποία αφιερώνει το 70% των ερευνητικών της δραστηριοτήτων στη βιώσιμη ανάπτυξη, εστιάζοντας στην παραγωγή νεωτερικών προϊόντων που στοχεύουν στη μείωση εκπομπών τόσο κατά τη διαδικασία της παραγωγής, όσο και κατά τη χρήση τους. Τέλος, η κτιριακή υποδομή της Γέφυρας στο Αντίρριο, είχε ως γνώμονα κατασκευής και χρήσης, τη λελογισμένη κατανάλωση ενέργειας στην περίοδο εκμετάλλευσης και συντήρησης.

Η κοινωνική ευθύνη ξεκινά από τις συνθήκες οδικής ασφάλειας που η εταιρεία εξασφαλίζει στους χρήστες, περνά μέσα από το σεβασμό στο περιβάλλον και την ενεργή ανάμιξη στις δράσεις για την προάσπισή του και παίρνει οικονομική μορφή διαμέσου των εκπτώτικων προϊόντων που διατίθενται για τους τοπικούς χρήστες, έστω και αν αυτοί αποτελούν μειοψηφικό υποσύνολο των χρηστών. Στο πλαίσιο της Οδικής Ασφάλειας, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. διακρίνεται για τη διαρκώς τελειοποιούμενη φροντίδα της για την ασφαλή διέλευση, μέσα από τη διαρκή παρουσία στο πλευρό των χρηστών (εποχούμενες και πεζές περίπολοι, τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, ηλεκτρονική παρακολούθηση της κυκλοφορίας, προειδοποίηση και παροχή συμβουλών μέσω ηλεκτρονικών πινάκων).

Για τη διεύρυνση των δυνατοτήτων της, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. προχωρά σε συνέργειες με φορείς όπως το Ινστιτούτο Οδικής Ασφάλειας “Πάνος Μυλωνάς” του οποίου είναι μέλος και αυτοδεσμεύεται για περισσότερες δράσεις ενημέρωσης του κοινού και του προσωπικού της. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η πρόσφατη υπογραφή της Ευρωπαϊκής Χάρτας Οδικής Ασφάλειας, βάσει της οποίας η εταιρεία δεσμεύεται εθελοντικά για τα παρακάτω σε βάθος χρόνου 3 ετών :

- Να έχει διαρκή συνεργασία με το Ινστιτούτο Οδικής Ασφάλειας “Πάνος Μυλωνάς” προκειμένου να παρέχει την ενδεδειγμένη ενημέρωση στην τοπική κοινωνία και τα σχολεία, σε μία περιφέρεια όπως η Δυτική Ελλάδα, της οποίας το παρόν οδικό δίκτυο θεωρείται πεπαλαιωμένο και ως εκ τούτου επικίνδυνο, πράγμα που οξύνει τα φαινόμενα τροχαίων ατυχημάτων.

- Να παρουσιάζει σχεδιασμένες δράσεις στο πλαίσιο ενός προγράμματος ενημέρωσης μαθητών, φοιτητών, αγροτών και ηλικιωμένων οδηγών, μέσα από τη διανομή τουλάχιστον 20.000 φυλλαδίων.
- Να διοργανώνει κάθε τρίμηνο δίωρα σεμινάρια για το προσωπικό της, με τη βοήθεια των ειδικών του Ι.Ο.Α.Σ. και να δημοσιεύει άρθρα για την Οδική Ασφάλεια σε κάθε φύλλο του εσωτερικού ενημερωτικού εντύπου “Μία Βόλτα στη Γέφυρα”.
- Να διανείμει όσα φυλλάδια σχετικά με το θέμα της Οδικής Ασφάλειας της διατεθούν από το Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών.
- Να πολλαπλασιάσει τα μηνύματα οδηγικής εγρήγορσης, που ήδη μεταδίδονται από τους ηλεκτρονικούς πίνακες της Γέφυρας Ρίου – Αντιρρίου.

Στον τομέα της Κοινωνικής Αλληλεγγύης η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. αναπτύσσει δράσεις στο πλαίσιο του τρίπτυχου “Παιδί – Διαφορετικότητα – Άρση Απομόνωσης” παρέχοντας καίρια οικονομική βοήθεια προς:

- Σχολεία και ιδρύματα για παιδιά Μ.Ε.Α. (π.χ. ΕΕΕΕΚ Πατρών & Ναυπάκτου, “Αγία Ελεούσα” Μεσολογγίου & Αγρινίου, Δημοτικό Σχολείο Κωφών Πατρών) για τη διοργάνωση πολιτιστικών – εκπαιδευτικών εκδηλώσεων, όπως εκθέσεις ζωγραφικής με τα έργα των μαθητών ή παραγωγή θεατρικών παραστάσεων.
- Στήριξη πολιτιστικών εκδηλώσεων για παιδιά προερχόμενα από κοινωνικές μειονότητες και υποβαθμισμένες συνοικίες των όμορων προς τη Γέφυρα Δήμων (Αντίρριο, Αιτωλικό).
- Στήριξη της εκπόνησης μελετών στρατηγικής, για την προσβασιμότητα των Α.Μ.Ε.Α. (Σύλλογος “ΑΛΚΥΟΝΗ” Ναυπάκτου).
- Ανταπόκριση σε οικονομικές ανάγκες αδυνατούντων ιδρυμάτων, που φιλοξενούν ενήλικες με νοητική στέρηση (Ξενώνας “ΙΡΙΣ” Ρίου) ή αυτιστικά παιδιά (ΕΨΥΠΕΑ Μεσολογγίου) ή παιδιά Μ.Ε.Α. (“Μέριμνα” Πατρών).
- Στήριξη του Παραρτήματος Αχαΐας του Συλλόγου Γυναικών με καρκίνο του μαστού “ΑΛΜΑ ΖΩΗΣ”, μέσα από την οικονομική συνεισφορά και την ανάπτυξη επικοινωνιακών δράσεων, όπως το πέρασμα της Γέφυρας από την Ολυμπιονίκη Αθανασία Τσουμελέκα, τα μέλη του συλλόγου, γυναίκες από την Αχαΐα και την Αιτωλοακαρνανία και τις αθλήτριες της πρωταθλήτριας & κυπελλούχου Ελλάδος ομάδας χάντμπολ “ΑΣΕ ΟΡΜΗ”, της οποίας η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. είναι χορηγός.

Ο τομέας της διασφάλισης της εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης, της τοπικής κοινωνίας και του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου είναι αυτός που αναδεικνύει την ορθότητα της επιλογής της “πολιτικής της εγγύτητας”. Με άξονα την πολιτική αυτή, τα αρμόδια στελέχη της εταιρείας βγαίνουν υποχρεωτικά από το στενό πλαίσιο ενός γραφείου, που απλά εξετάζει αιτήματα χορηγιών μέσω απαντητικής αλληλογραφίας και αποστολής επιταγών. Η

κοινωνική ευθύνη της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. ξεκινά από την προσωπική γνώση που έχει ή λαμβάνει το στέλεχος που χειρίζεται ένα “φάκελο”, μέσα από επί τόπου επισκέψεις, συζητήσεις με εκπροσώπους φορέων και απλούς ενδιαφερόμενους πολίτες, αλλά και επαρκή προσωπική έρευνα. Η προσωπική παρουσία και η άμεση επαφή με την εξέλιξη μιας υποστηρικτικής δράσης από την αρχή ως το τέλος της, είναι αυτή που διαμορφώνει την κοινή γνώμη έναντι της εταιρείας και τη σχέση εμπιστοσύνης με το κοινωνικό σύνολο.

Γνώμονας αυτής της πολιτικής είναι η επιλογή στήριξης δράσεων πολιτών, που «από το πλεόνασμα της ψυχής τους και το υστέρημα της τσέπης τους» οδηγούν την κοινωνία «ένα βήμα πιο μπροστά». Χαρακτηριστικό είναι το πρόγραμμα που η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. εφήρμοσε το 2008, έναν χρόνο μετά τις καταστροφικές πυρκαγιές που υπέστη η περιοχή της Ηλείας. Καθώς η εταιρεία δραστηριοποιείται στην ευρύτερη περιοχή όπου αναπτύχθηκε το Ολυμπιακό Ιδεώδες, θεώρησε δόκιμο να υποστηρίξει το έργο της Ολυμπιακής Επιτροπής για την αποκατάσταση του ιερού χώρου της Αρχαίας Ολυμπίας.

Για το σκοπό αυτό, η εταιρεία αποφάσισε, κατά τη διάρκεια της ημέρας διέλευσης της Ολυμπιακής Φλόγας από τη γέφυρα, να αποδώσει ένα ευρώ από κάθε πληρωμή διοδίων των χρηστών της.

Άλλη μια ενέργεια ΕΚΕ, στην οποία η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. δίνει ιδιαίτερη σημασία, είναι η διαβούλευση με ομάδες πολιτών (π.χ. περίοικοι που ενοχλούνται από το θόρυβο των διερχομένων από τη Γέφυρα οχημάτων) και η συνέπεια έναντι των δεσμεύσεων που αναλαμβάνει η εταιρεία (π.χ. τοποθέτηση ηχοπαγίδων και πετασμάτων ηχοπροστασίας), γεγονός που διαμορφώνει θετική αντίληψη για την κοινωνική υπευθυνότητα της εταιρείας και την τήρηση των δεσμεύσεών της.

Η δε εμπιστοσύνη μεταξύ της επιχείρησης και των εργαζομένων διασφαλίζεται, καταρχήν από την απαρέγκλιτη τήρηση των νόμιμων εργασιακών υποχρεώσεων της εταιρείας. Πέραν αυτού η εταιρεία εξασφαλίζει δωρεάν προϋποθέσεις αυτοβελτίωσης του εργαζομένου, μέσα από την παροχή μαθημάτων ξένων γλωσσών, διευκολύνσεις αδειών και ωραρίων για την παρακολούθηση μεταπτυχιακών σπουδών, ενώ χορηγεί κουπόνια εστίασης και πομποδέκτες για τη χρήση αυτοκινητοδρόμων με διόδια.

Επιπλέον ενθαρρύνει τη συμμετοχή τους σε κοινωφελείς οργανώσεις πολιτών, απονέμοντας ετησίως χρηματικά βραβεία σε μία κοινωνική και μία περιβαλλοντική οργάνωση στην οποία συμμετέχει κάποιος εργαζόμενος, ο οποίος και την προτείνει. Μέσω αυτής της συμμετοχής τους, οι εργαζόμενοι θέτουν τόσο τους ίδιους, όσο και την ίδια την εταιρεία, ως παράδειγμα ενεργού κοινωνικού εταίρου. Τέλος, καθώς μέρος της στρατηγικής ΕΚΕ της εταιρείας είναι να προσφέρει ίσες ευκαιρίες στους ανθρώπους που απασχολεί, η συμμετοχή των γυναικών στο ανθρώπινο δυναμικό είναι έντονη, κατέχοντας το 51% του συνόλου.

Η διάρκεια όλων των εν λόγω δράσεων ΕΚΕ εξαρτάται από την αξιολόγησή τους. Σε περίπτωση που οι δράσεις κρίνονται σοβαρές ως προς τη διαχείρισή

τους από τους αρμόδιους φορείς και κοινωνικά αποδοτικές, τότε ανανεώνονται. Η κρίση τους συμπίπτει με τη συγκρότηση των ετήσιων προϋπολογισμών στο τέλος κάθε έτους. Το δε ύψος των δαπανών αγγίζει περίπου το 30% του συνολικού ετήσιου προϋπολογισμού του Γραφείου Επικοινωνίας, στις αρμοδιότητες του οποίου ανήκει ο τομέας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Με βάση τη φιλοσοφία του Ομίλου VINCI, κύριου μετόχου της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., η οποία στηρίζεται στην αρχή «Οι μεγαλύτερες επιτυχίες είναι αυτές που μοιραζόμαστε», αναζητούνται συνέργειες με φορείς που προωθούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης κοινού ενδιαφέροντος. Επιπλέον κριτήριο συνεργειών αποτελεί η συμμετοχή φορέων που εκπροσωπούν την ίδια την κοινωνία.

Χαρακτηριστικό τέτοιο παράδειγμα είναι η πλατφόρμα “ΚΥΑΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ”, που η ΓΕΦΥΡΑ έχει συστήσει από κοινού με τους Ναυτικούς Ομίλους Πατρών – Ρίου – Ναυπάκτου – Μεσολογίου και το Ινστιτούτο Ερευνών “ΑΡΧΙΠΕΛΑΓΟΣ”, για τη διάσωση των δελφινιών του Κορινθιακού και του Πατραϊκού. Το αποτέλεσμα είναι η ώθηση της ίδιας της κοινωνίας να συμμετέχει σε παρόμοιες δράσεις, αφού οργανώνονται με τη σοβαρότητα μιας εμβληματικής επιχείρησης και έχουν εξασφαλισμένη βιωσιμότητα χάρη στην υποστήριξη της εταιρείας αυτής.

Το ευρύτερο κοινωνικό κέρδος που θα μπορούσε να προκύψει από την υιοθέτηση των μεθόδων, των εργαλείων και των καλών πρακτικών της εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ, όπως αυτές που εφαρμόζει η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., θα ήταν ένα ευρύτερο “μέτωπο” βελτίωσης των κοινωνικών δεδομένων, μεταξύ του κόσμου των επιχειρήσεων και της ίδιας της κοινωνίας. Αυτός είναι και ο στόχος της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε., που ζει και λειτουργεί «Μέσα στην κοινωνία, από την κοινωνία, για την κοινωνία». Η υποδοχή που έχει η σχετική “τεχνογνωσία” της ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. είναι πολύ ενθαρρυντική, όχι μόνο στο πλαίσιο της τοπικής κοινωνίας, όπου δεν υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις με ανάλογη φιλοσοφία, αλλά κυρίως στο εθνικό κέντρο, όπου δρουν οι μεγάλοι εταιρικοί παράγοντες αλλά και οι εξειδικευμένοι παρατηρητές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Αυτό – αξιολόγηση των πρωτοβουλιών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της «ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε.»

Προκειμένου να διασφαλιστεί η άριστη διακυβέρνηση και διαχείριση των δράσεων ΕΚΕ της εταιρείας, στα πλαίσια της αιεφόρου ανάπτυξης, συστάθηκε ειδική Επιτροπή ΕΚΕ, η οποία αποτελείται από μέλη που αντιπροσωπεύουν τα κύρια Τμήματα της εταιρείας – Οικονομική και Διοικητική Διεύθυνση, Τμήμα Εταιρικής Επικοινωνίας και Αειφόρου Ανάπτυξης, Τμήμα Ανθρωπίνων Πόρων και Τμήμα Marketing. Σκοπός της Επιτροπής είναι ο καθορισμός των κύριων κινδύνων και ευκαιριών, που προκύπτουν ως αποτέλεσμα της λειτουργίας της γέφυρας, όπως και η εφαρμογή των κατάλληλων δράσεων και προγραμμάτων ΕΚΕ, τα οποία προσδιορίζονται, εκτιμώνται και αξιολογούνται σε ετήσια βάση. Για τη διασφάλιση της ορθής εφαρμογής των δεσμεύσεων της απέναντι στα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders), η εταιρεία υποβλήθηκε σε ολοκληρωμένη αξιολόγηση, στα πλαίσια της ΕΚΕ. Η αυτό – αξιολόγηση στοχεύει στο να

επικεντρωθεί η εταιρεία σε ενέργειες κοινωνικού και περιβαλλοντικού περιεχομένου, οι οποίες θα αποφέρουν το μέγιστο θετικό αποτέλεσμα στην εδραίωση των δεσμεύσεών της και της διμερούς επικοινωνίας με τους συμμετόχους. Κατά συνέπεια, δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη συστήματος ετήσιας αξιολόγησης, βάσει του μοντέλου “EFQM Framework for CSR”. Το συγκεκριμένο μοντέλο, συνδυάζει τις Αρχές του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικότητας με τις δέκα Αρχές του Global Compact, προσφέροντας τη δημιουργία μιας υποστηρικτικής δομής για την ενσωμάτωση και αξιολόγηση της ΕΚΕ, στα πλαίσια της Επιχειρηματικής Αριστείας.

Το Μοντέλο επιμερίζεται σε εννέα κριτήρια, που καλύπτουν δύο βασικές κατηγορίες:

- Στις Δυνάμεις Επίτευξης, οι οποίες επικεντρώνονται στη δέσμευση προς το διάλογο με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- Στα Αποτελέσματα, όπου δίνεται έμφαση στην αντίληψη και απόδοση των επιθυμητών αποτελεσμάτων.

Μέσω αυτού του συστήματος αξιολόγησης, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. είναι σε θέση να προσδιορίζει τις σχετικές με την ΕΚΕ υπάρχουσες ενέργειες, τις δυνατές περιοχές και τις περιοχές προς βελτίωση, αλλά το πιο σημαντικό από όλα είναι ότι μπορεί να υλοποιεί όλη αυτή τη διαδικασία, βάσει μετρήσιμων αποτελεσμάτων και σε σύγκριση με άλλους οργανισμούς διεθνώς.

Διακρίσεις της «ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε.» για την Εταιρική της Υπευθυνότητα **Βραβείο ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ 2008**

Το συγκεκριμένο βραβείο απονέμεται στο καλύτερο ετήσιο πρόγραμμα περιβαλλοντικής πολιτικής. Το 2008, δόθηκε στη ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. για την πλατφόρμα διάσωσης των θαλάσσιων θηλαστικών του Πατραϊκού και Κορινθιακού κόλπου “Κυανή Κοινωνία”, την οποία απαρτίζουν, πλην της αναδόχου Γέφυρας Ρίου – Αντιρρίου, οι ναυτικοί και ιστιοπλοϊκοί όμιλοι Μεσολογγίου, Ναυπάκτου, Πατρών και Ρίου, σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Θαλασσιών Ερευνών “Αρχιπέλαγος”.

Βραβείο Ευαισθησίας σε θέματα Περιβάλλοντος

Το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), απένειμε το βραβείο αυτό στη ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. τον Ιούλιο 2008, για τις περιβαλλοντικές τις πρωτοβουλίες, όπως:

- Η δημιουργία της πλατφόρμας “Κυανή Κοινωνία”.
- Η συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την οικολογική οδήγηση και την αντιστάθμιση ρύπων αερίων του θερμοκηπίου.
- Η στήριξη στην επιστημονική έρευνα για τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Ευρωπαϊκό Βραβείο Αριστείας στην Κατηγορία “Πολυπολιτισμική Επικοινωνία”

Η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. κατέκτησε το χρυσό βραβείο για το πρόγραμμα “Ανθρώπινη Γέφυρα – Σύμβολο Διαπολιτισμικού Διαλόγου”. Το πρόγραμμα ξεκίνησε με μια ανοιχτή εκδήλωση διαλόγου μεταξύ μαθητών, εκπροσώπων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, της Βουλής των Ελλήνων και της

Ελληνικής Κυβέρνησης. Στη συνέχεια μαθητές από την Αχαΐα και την Αιτωλοακαρνανία έδωσαν τα χέρια, δημιουργώντας μια ανθρώπινη αλυσίδα πάνω στη γέφυρα, στο μέσον της οποίας είχε τοποθετηθεί μια μεγάλων διαστάσεων σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ετήσιο Επιχειρηματικό Βραβείο ΕΚΕ του Ινστιτούτου Ανάπτυξης και Επιχειρηματικότητας 2008

Το Ινστιτούτο Ανάπτυξης και Επιχειρηματικότητας βράβευσε την εταιρεία για τις πρωτοβουλίες που έχει λάβει, τόσο για το περιβάλλον, όσο και για τις ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, ξεχωρίζοντας πως πάντα ο τελικός αποδέκτης των στόχων της είναι η τοπική κοινωνία, μέσα στην οποία δραστηριοποιείται.

CR Index – Χάλκινη Διάκριση

Η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. παρέλαβε το βραβείο Bronze του CR Index για τις δράσεις και τις ενέργειές της κατά το έτος 2008, στους τομείς περιβάλλον, κοινωνία, αγορά και εργασιακό περιβάλλον. Το CR Index αποτελεί εργαλείο αξιολόγησης και σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων των επιχειρήσεων στον τομέα της ΕΚΕ. Η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. έχει ως σκοπό τη συνεχή συμμετοχή της στο CR Index, στοχεύοντας στη βέλτιστη επίδοσή της σε κριτήρια ΕΚΕ.

Βραβείο CEO & CSR 2009

Στα πλαίσια της απονομής των βραβείων ΕΚΕ σε Εταιρείες, Διευθύνοντες Συμβούλους και Διευθυντές ΕΚΕ, η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. βραβεύθηκε το 2009, στο πρόσωπο του Υπεύθυνου Εταιρικής Επικοινωνίας και Αειφόρου Ανάπτυξης κ. Γιάννη Φρέρη, στην κατηγορία “Καλύτερος Διευθυντής / Υπεύθυνος ΕΚΕ”, για τις πρωτοποριακές δράσεις που εφαρμόζονται στο πλαίσιο της ΕΚΕ της εταιρείας.

Ευρωπαϊκά Βραβεία ΕΚΕ 2009

Η ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε. συμμετείχε στην τελική φάση των Ευρωπαϊκών Βραβείων ΕΚΕ (European CSR Award) για τις κοινωνικές δράσεις που εφαρμόζει. Ο σκοπός των συγκεκριμένων βραβείων είναι η προώθηση της έννοιας της ΕΚΕ, βάσει Ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών.

Βραβείο ΟΙΚΟΠΟΛΙΣ 2009

Για δεύτερη συνεχή χρονιά η εταιρεία διακρίθηκε για την περιβαλλοντική της ευαισθησία, ως προς την εφαρμογή του πρωτοποριακού προγράμματος στρατηγικής για τη μείωση των εκπομπών ρύπων και την αντιστάθμισή τους, καθώς και για το πρόγραμμα “Οίκο – οδήγηση”.

Ενδιαφέροντα άρθρα εφημερίδων που αφορούν στην εφαρμογή της ΕΚΕ σε Ελληνικές επιχειρήσεις

1. *«Εμπορική Τράπεζα : Η πρωτοβουλία της Εμπορικής Τράπεζας «This is Greece» έχει ως κύριο στόχο να προθήσει την υγιή, καινοτόμο και δυναμική πλευρά της ελληνικής επιχειρηματικότητας, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, συμβάλλοντας στην άρση των αρνητικών στερεοτύπων που προβάλλονται για την χώρα μας», Στέλλα Κοβλακα, Δ/ντρια ΕΚΕ της Εμπορικής Τράπεζας*
2. *«Η υπεύθυνη διαχείριση των λατομείων και η ενίσχυση της βιοποικιλότητας σε αυτά στόχους αειφορίας της ΑΓΕΤ Ηρακλής. Οι εθελοντικές δεσμεύσεις μας αφορούν έλεγχο αποκατάστασης στα λατομεία σύμφωνα με κριτήρια που έχουν προκύψει από τη συνεργασία Lafarge – WWF Inetrnational», Κώστας Γιαννάρου, Δ/ντής Περιβάλλοντος και Αειφορίας της ΑΓΕΤ Ηρακλής*
3. *«Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επενδύει σταθερά και με συνέπεια στο μέλλον της αγροτικής οικονομίας και συνεργάζεται με Έλληνες αγρότες μέσω του Προγράμματος Συμβολαιακής Καλιέργειας Κριθαριού για την παραγωγή της μπίρας Amstel και Αλφα», Μηνια Μαυρικήκη, Δ/ντής Επικοινωνίας και Εταιρικών Σχέσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας*
4. *« Για την Olympic Air η έννοια της Κοινωνικής Ευθύνης είναι άρρηκτα και καθημερινά συνυφασμένη με την αποστολή και το έργο της που έχει σαν πρώτη του παράμετρο την ασφαλή μετακίνηση των επιβατών της και την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου», Γιώργου Δασκαλόπουλου, επικεφαλής Γραφείου Τύπου & Σχέσεων ΜΜΕ*
5. *«Ecotrophelia : Ελληνική πρωτιά με οικολογική Καινοτομία : Την πρώτη θέση καινοτόμων προϊόντων διατροφής Ecotrophelia 2011, στην Κολονία της Γερμανίας, στο πλαίσιο της Anuga.
Η πρωτοβουλία του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανικών Τροφίμων (ΣΕΒΤ) που διοργάνωσε τον πρώτο διαγωνισμό Ecotrophelia στην Ελλάδα, καταδεικνύει την εταιρική κοινωνική ευθύνη των μελών εστιάζοντας στους νέους προτρέποντάς τους στην καινοτόμο επιχειρηματικότητα και ανοίγοντας τους δρόμους για χρηματοδότηση πρωτότυπων ιδεών»*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VII

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το έτος 2010 στιγματίζεται από την οικονομική κρίση και ύφεση που πλήττουν την παγκόσμια, συνεπώς και την ελληνική οικονομία και επιβάλλουν δραστική μείωση των δαπανών και επενδύσεων των εταιριών. Σε αυτό το δυσοίωνα τοπίο, γεννάται το ερώτημα για το ποιο θα είναι το μέλλον των προγραμμάτων ΕΚΕ και ποιες γενικά οι άμεσες μελλοντικές τάσεις στο χώρο.

Υπάρχουν πολλαπλοί λόγοι που συνηγορούν στην συνέχιση και ενίσχυση των προγραμμάτων ΕΚΕ από τις εταιρίες, εφόσον όμως κατανοήσουν ότι οι ενέργειες αυτές αποτελούν επένδυση και όχι έξοδα.

Πρώτος λόγος: Η κοινωνία και όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) ανησυχούν και είναι πιο ευάλωτοι σε οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Οι δράσεις ΕΚΕ είναι μια πολύτιμη ευκαιρία για τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, να αναλάβουν ένα ρόλο “ηγετών της κοινωνίας”(social leaders) και να ανταποκριθούν στα αιτήματα της, σε συγκεκριμένα μείζονα κοινωνικά ζητήματα. Αυτό το συμπέρασμα επιβάλλει στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρίες να εντατικοποιήσουν τις προσπάθειες τους, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά, για να προβούν σε δράσεις αναγκαίες και επίκαιρες, που θα αναγνωριστούν και θα εκτιμηθούν από την κοινωνία και τους καταναλωτές.

Δεύτερος λόγος: Ο δεύτερος λόγος και αρκετά συναφής με τον πρώτο, είναι ότι οι καταναλωτές στο πνεύμα της γενικής ανησυχίας δεν ξέρουν ποιες εταιρείες μπορούν να εμπιστευθούν. Άρα, οι δράσεις ΕΚΕ είναι το μόνο αξιόπιστο εργαλείο μιας εταιρείας για να ενισχύσει (ή να αποκτήσει τη χαμένη) εμπιστοσύνη των καταναλωτών στο προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία.

Τρίτος λόγος: Τα επόμενα άμεσα έτη αναμένεται να συνεχίσει και να ενισχυθεί ακόμα περισσότερο η υπάρχουσα τάση προς οργάνωση δράσεων ΕΚΕ, που δίνουν έμφαση στην προστασία του περιβάλλοντος, σε “πράσινα” προϊόντα και γενικά σε όλα όσα συμπεριλαμβάνονται στην έννοια του “green marketing”. Ωστόσο, οι πρωτοβουλίες αυτές πρέπει να είναι αφενός ουσιαστικές, αποτελεσματικές και με χαμηλό κόστος, αφετέρου εντυπωσιακές και ευπρόσδεκτες για τον μέσο καταναλωτή. Άρα, προκύπτει η ανάγκη προώθησης και ανάπτυξης καινοτόμων λύσεων, όπως για παράδειγμα η “Carbon neutral” υπηρεσία του Κέντρου Αειφορίας (CSE). Η αντιστάθμιση ρύπων από ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή εκδήλωση, επιτρέπει τη δόμηση εντυπωσιακής και ενημερωτικής - επικοινωνιακής εκστρατείας, συμβάλλοντας ταυτόχρονα και ουσιαστικά στις δράσεις ΕΚΕ του εκάστοτε φορέα.

Συνοπτικά, οι τομείς της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που θα σημειώσουν μεγάλη ανάπτυξη στα αμέσως επόμενα χρόνια είναι:

- Μεγαλύτερη ανάγκη για υποστήριξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από Εξειδικευμένες Εταιρείες Αντί Εταιρειών Επικοινωνίας /Δημοσίων

- Ένταξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στο Στρατηγικό πλάνο των εταιρειών και όχι απλή αντιμετώπισή της ως μια επιπλέον επιχειρηματική διαδικασία.
- Περαιτέρω ανάπτυξη Κοινωνικού Marketing (Cause Related Marketing /CRM).
- Μεγάλη Ανάπτυξη του Πράσινου Μάρκετινγκ (Green Marketing).
- Μεγαλύτερη ανάγκη για εξειδικευμένη κατάρτιση σε θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ,Πράσινου Marketing και Κλιματικής Αλλαγής από τα στελέχη των επιχειρήσεων.

Στο άμεσο μέλλον, αναμένεται οι εταιρίες που αναλαμβάνουν δράσεις ΕΚΕ, να φροντίζουν για την καλύτερη επιλογή και στόχευση των δράσεων αυτών, μέσω μια ολοκληρωμένης στρατηγικής. Άλλωστε, την ενσωμάτωση της ΕΚΕ στη επιχειρησιακή στρατηγική “επιβάλλει” ο συνεχώς εντεινόμενος ανταγωνισμός. Σε αυτό θα πρέπει να προστεθεί και η “έμμεση πίεση” από την επερχόμενη προτυποποίηση της ΕΚΕ. Η διαδικασία αυτή θα διευκολύνει τη συγκρισιμότητα και αξιολόγηση των πρακτικών ΕΚΕ, υπηρετώντας τη διαφάνεια και την ενημέρωση, άρα θα εμπνέει την εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων μερών. Επιπλέον, το πρότυπο ΕΚΕ θα αποτελέσει στοιχείο ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων και έτσι, επιχειρήσεις πιστοποιημένες με αυτό θα τυγχάνουν περισσότερα οφέλη από όσες δεν το υιοθετούν. Επομένως, η ίδια η αγορά “ωθεί” τις επιχειρήσεις σε δράσεις ΕΚΕ και όσο πιο σύντομα αυτές το συνειδητοποιήσουν και δεσμευτούν εθελοντικά, τόσο θα προσαρμοστούν ευκολότερα στη νέα πραγματικότητα.

Επίσης, η σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας των οργανωμένων πρωτοβουλιών ΕΚΕ, είναι βαρύνουσα στην πραγματικότητα της οικονομικής δυσπραγίας που βιώνει η παγκόσμια κοινότητα. Απαραίτητη κρίνεται η προσήλωση σε ουσιαστικές λύσεις ΕΚΕ, ένα προβάδισμα του “είναι” έναντι του “φαίνεσθε”, ώστε να διατηρηθεί η σαφή διαχωριστική γραμμή, ανάμεσα στην ΕΚΕ και στη διαφήμιση ή τις δημόσιες σχέσεις.

Τέλος, οι επιχειρήσεις πρέπει συνεχώς να λαμβάνουν υπόψη ότι η οικονομική ύφεση αποτελεί βραχυπρόθεσμο φαινόμενο, ενώ οι δράσεις ΕΚΕ που στοχεύουν στην μακροπρόθεσμη ευημερία και προσδίδουν μακροπρόθεσμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις εταιρίες που τις αναλαμβάνουν. Άρα, όσες εταιρίες καταφέρουν και κρατήσουν ανέπαφες ή και αναπτύξουν καινούριες ολοκληρωμένες δράσεις ΕΚΕ, στο πλαίσιο ολοκληρωμένης στρατηγικής, σίγουρα θα αποκομίσουν μελλοντικά οφέλη στον οικονομικό, αλλά και στον κοινωνικό στίβο.

ΑΡΘΡΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ

Τελειώνοντας την Πτυχιακή μου Εργασία θέλω να κάνω αναφορά σε ενδιαφέροντα άρθρα εφημερίδων που αφορούν στην ΕΚΕ :

«Σήμερα οι πολίτες της Ευρώπης βιώνουν μια ιδιαίτερη ανησυχητική οικονομική και κοινωνική κατάσταση. Τα αίτια για τη βαθιά κρίση, η οποία εντάχθηκε με τα τοξικά τραπεζικά προϊόντα, είναι κατά πολλούς : Η έλλειψη της έννοιας της εταιρικής ηθικής στην καθημερινή λειτουργία των επιχειρήσεων, και οι χαλαροί ως ανύπαρκτοι εξωτερικοί έλεγχοι των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων αυτών».

Αντώνης Γκορτζής,

Πρόεδρος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Επιχειρηματικής Ηθικής

«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναγνωρίζεται πλέον ως μια αναγκαιότητα, αφού οι ανεύθυνες πρακτικές ορισμένων οργανισμών πυροδότησαν τη διεθνή οικονομική κρίση, για το σκοπό αυτό οι διεθνείς επενδύσεις στρέφονται ολοένα και περισσότερο σε επιχειρήσεις που εφαμόζουν πρακτικές ΕΚΕ αλλά και δημοσιεύουν τα αποτελέσματά τους μέσω ενός απολογισμού».

Κατερίνα Κατσούλη

Managing Director Sustainable Development

«Η ΕΚΕ ως εργαλείο των επιχειρήσεων δίνει «φιλί ζωής» στις κοινωνίες και κατ' επέκταση στον άνθρωπο. Οι δράσεις και οι ενέργειες ΕΚΕ των Επιχειρήσεων συμβάλλουν στην αντιμετώπιση κοινωνικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων. Οι επιχειρήσεις είναι ένα κομμάτι της κοινωνίας και η πορεία τους εξαρτάται από το ίδιο το κοινωνικό σύνολο».

Αναστασία Ψωμιάδη

Πρόεδρος APSON Εταιρεία Κοινωνικής Ευθύνης

«Παρόλο που η περικοπή δαπανών είναι η πολιτική που ακολουθούν πολλές επιχειρήσεις στο πλαίσιο της οικονομικής συγκυρίας, η ΕΚΕ είναι απαραίτητο να ενταχθεί στο εταιρικό DNA, ακόμη και όταν απαιτείται επαναπροσδιορισμός του διαφημιστικού budget».

Αναστασία Ψωμιάδη

Πρόεδρος APSON Εταιρεία Κοινωνικής Ευθύνης

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Έντυπο Υλικό - Βιβλία

1. Davis, K. *"Can Business afford to ignore its social responsibilities"*, California Management Review, 1960.
2. Eells, R. and Walton, C., *"Conceptual Foundations of Business"*, Richard D. Irwin Inc., Homewood Illinois, 1961.
3. Werther, W.B. & Chandler, D.B., *"Strategic Corporate Social Responsibility Stakeholders in a Global Society"*, Sage Publications, California, 2006.
4. McIntosh, M., Leipziger, D., Jones, K. & Coleman, G., *"Corporate Citizenship: Successful Strategies for Responsible Companies"*, Pitman, Publishing, Financial Times, London, 1998.
5. Wood, D.J., *"Corporate Social Responsiveness Revisited"*, Academy of Management Review, 1991.
6. Jackson, I. & Nelson, J., *"Values - Driven Performance: Seven Strategies for Delivering Profits with Principles"*, Ivey Business Journal, 2004.
7. Clarkson, M., *"A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Social Corporate Responsibility"*, Academy of Management Review, 1995.
8. Harris Jonathan, M., *"Rethinking Sustainability: Power, Knowledge and Institutions"*, the University of Michigan Press, USA, 2000.
9. Wayne, V., *"Responsible Business: How to Manage a CSR Strategy Successfully"*, Chapter 21, Wiley, 2010.
10. Hammer, M. & Champy, J., *"Reengineering the Corporation - A Manifesto for Business Revolution"*, Nicholas Brealey Publishing, 2001.
11. Μάλφας, Μ., Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Ιονίων Νήσων, *"Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη"*, 2008.
12. Kotler, P. & Lee, N., *"Corporate Social Responsibility - Doing the Most Good for your Company and your Cause"*, Wiley, 2004.
13. PWC & World Economic Forum, *"5th Annual Global CEO Survey: Uncertain Times, Abundant Opportunities"*, 2002.
14. CSR Europe & Deloitte, *"Investing in Responsible Business: The 2003 Survey of European Fund Managers, Financial Analysts and Investor Relations Officers"*, 2003.
15. Taylor, N., *"The European Survey on SRI and The Financial Community"*, 2001
16. Roper-Strach Worldwide, *"Roper Green Gauge Report"*, 2002.
17. Briggs, W. & Verma, A., *"Sharing the Wealth: By Giving in Times of Need"*, Communicational World, 2006.
18. Πατρής, Γ., *"Δηλώνοντας την ΕΚΕ"*, Διπλωματική εργασία Μ.Π.Σ. «Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Πατρών.

19.Κατάλογος Καλών Πρακτικών και Δράσεων ΕΚΕ" του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ

Υλικό σε Ηλεκτρονική Μορφή

20. Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development, COM (2002) 347(01), 2 Ιουλίου 2002, προσβάσιμο μέσω του <http://europa.eu.int/comm/employmentsocial/social/csr/csr2002en.pdf>
21. Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», www.csrhellas.gr
22. Γνώμη της Ο.Κ.Ε., «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», 2003, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
http://www.csrhellas.org/portal/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=205&Itemid=162&limit=1&limitstart=7
23. http://el.wikipedia.org/wiki/Εταιρική_Κοινωνική_Ευθύνη
24. Όμιλος Ελληνικά Χρηματιστήρια
http://www.helex.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=66&Itemid=159
25. <http://el.wikipedia.org/wiki>
26. Γαλάνης, Γ., "Η Εικόνα των Επιχειρήσεων και η Σχέση της με την Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης", Το Βήμα της ΕΚΕ, 2007, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου: http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1333
27. http://www.brass.cf.ac.uk/uploads/History_L3.pdf
28. "CSR Europe and the European Union" - www.csreurope.org
29. "Global Compact" - www.unglobalcompact.org
30. Παναγιώτου, Ν., και Αραβώσης, Κ., "Αναφορές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα μια Εμπειρική Μελέτη", Σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών, Τομέας Βιομηχανικής Διοίκησης & Επιχειρησιακής Έρευνας, PLANT MANAGEMENT, 2008, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου: <http://www.qualitynet.gr/displayITM1.asp?ITMID=60885>
31. Παπατριανταφύλλου, Γ., "Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη", 2010, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου: <http://georgepapatriantafillou.wordpress.com>
32. "Η Χαρτογράφηση και τα Όρια της ΕΚΕ", 2006, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου: <http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders>
33. www.bsr.org
34. Ηρακλέους, Λ., "Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη", Οικονομικός Ταχυδρόμος, 2004.
35. Organization for Economic Co-operation and Development, "Corporate Social Responsibility - Private Initiatives and Public Goals", OECD Online Bookshop, 2001.
36. Organization for Economic and Co-operation Development, www.oecd.org

37. "Τα οφέλη της ΕΚΕ", 2006, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
<http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders.aspx?amid=103714&parent=1037>
38. www.ey.com
39. <http://www.successcomgroup.com/>
40. Φλώκας, Γ., "Η Άλλη Όψη του Νομίσματος", προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
41. <http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders> "Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη", 2009, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
<http://www.ncyclades.gr/polidinamo/index.php/el/2009>
42. Παπατριανταφύλλου, Γ., "Οι Αναρίθμητες Εταιρικές Απάτες Περί Κοινωνικής Υπευθυνότητας", 2010, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου
<http://georgepatriantafyllou.wordpress.com/>
43. Doane, D., "Beyond Corporate Social Responsibility: minnows, mammoths and markets", 2005, προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
www.sciencedirect.com
44. www.igd.com
45. Ζαπουνίδης, Κ. & Λεμονάκης, Χ., "Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ανάπτυξη Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος", προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου: http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1331
46. International Organization for Standardization - www.iso.org
47. http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm
48. www.accountability21.net
49. www.sa-intl.org
50. www.globalreporting.org
51. Σαββάκης, Γ., "Οι Δείκτες της ΕΚΕ", προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
<http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders>
52. Ινστιτούτο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CRI) - www.cri.org.gr
53. Dow Jones Sustainability Index - www.sustainability-index.com
54. FTSE - The Index Company - www.ftse.com
55. KLD - www.kld.com
56. Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - www.eben.gr
57. Ελληνικό Δίκτυο Global Compact - www.globalcompactnetworkhellas.gr
58. EuroCharity - www.eurocharity.gr
59. "Η Ελληνική ΕΚΕ", προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
<http://www.euro2day.gr/SubArticleSpecialFolders>.
60. Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων - www.fgi.org
61. Centre of Sustainability and Excellence - www.cse-net.org
62. "Τα "πως" της ΕΚΕ" - προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
www.euro2day.gr
63. η Πανελλαδική Έρευνα CSR 2010, Δελτίο Τύπου (#06810), προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου: www.ekyklades.gr/images/deltiotypoucsr2010_F22406.doc

64. "Δύσπιστοι οι Πολίτες Απέναντι στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη",
προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
<http://www.qualitynet.gr/displayITM1.asp?ITMID=62180>
65. Αυλώνας, Ν., "Οι Τάσεις της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Διεθνώς και
στην Ελλάδα", προσβάσιμο μέσω του συνδέσμου:
<http://www.franchise.gr/infobase/51%20NIKOS.pdf>
66. ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε - www.gefyra.gr
67. ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε Απολογισμός ΕΚΕ 2009 - προσβάσιμο μέσω του
συνδέσμου: http://www.gefyra.gr/elements/apologimos_EKE09.pdf

Για την εισαγωγή:

68. Παναγιώτου Ν. & Αραβώσης Κ., 2008]. [ανακτήθηκε
από: www.euro2day.gr , 30/05/2010].

Για την ιστορική εξέλιξη:

69. ανακτήθηκε από: www.brass.cf.ac.uk, 09/06/2010].
70. ανακτήθηκε από: www.csreurope.org, 11/06/2010].
71. ανακτήθηκε από: www.unglobalcompact.org, 12/06/2010].

Τα κυρία χαρακτηριστικά:

72. [Παπατριανταφύλλου Γ., 2010]

Τομείς δράσεις:

73. [ανακτήθηκε από: www.csrhellas.gr , 26/05/2010].
74. [ανακτήθηκε από: www.europa.eu.int , 30/05/2010].

Οφέλη για τις επιχειρήσεις:

75. [ανακτήθηκε από: www.bsr.org, 01/06/2010],
76. [ανακτήθηκε από: www.successcomgroup.com ,12/06/2010].

Εργαλεία μέτρησης:

77. [Ζαπουνίδης Κ. & Λεμονάκης Χ., 2009]

Τρόποι δημοσιοποίησης:

78. [Μάλφας Μ., 2008]
[OECD Online Bookshop, 2001].
[Πατρός Γ., 2009].

79.ανακτήθηκε από:www.globalreporting.org, 04/06/2010]

Προτυποποίηση ΕΚΕ:

80.ανακτήθηκε από:www.iso.org, 29/05/2010]

81. [ανακτήθηκε από:www.ec.europa.eu, 25/05/2010]

82. [ανακτήθηκε από:www.sa-intl.org, 30/05/2010]

Δείκτες αξιολόγησης:

83.ΣαββάκηςΓ., 2010]: [ανακτήθηκε από: www.cri.org.gr, 06/06/2010]

84.[ανακτήθηκε από: www.sustainability-index.com, 08/06/2010]

85. [ανακτήθηκε από:www.kld.com, 06/06/2010]

Ελλείψεις μεθόδων αξιολόγησης ΕΚΕ:

86.[Πατρός Γ., 2009]

Φορείς για την ΕΚΕ στην Ελλάδα:

87.[Εφημερίδα «Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ», 16/11/2003].

88.[ανακτήθηκε από: www.eben.gr, 28/05/2010].

89.[ανακτήθηκε από: www.globalcompactnetworkhellas.gr, 28/05/2010].

90.ανακτήθηκε από: www.eurocharity.gr,28/05/2010].

ΕΚΕ και επιχειρήσεις:

91.[ανακτήθηκε από:www.fgi.org, 03/06/2010].

Παραδείγματα καλών πρακτικών ΕΚΕ στην Ελλάδα:

92.["Κατάλογος Καλών Πρακτικών και Δράσεων ΕΚΕ" του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ]

ΕΚΕ και Έλληνες καταναλωτές

93.[ανακτήθηκε από: www.kyklades.gr , 26/05/2010]

94.[ανακτήθηκε από:www.qualitynet.gr , 28/05/2010]

Παράδειγμα ΓΕΦΥΡΑ ΑΕ:

95.[ανακτήθηκε από:www.gefyra.gr, 10/06/2010] [ΓΕΦΥΡΑ Α.Ε Απολογισμός ΕΚΕ 2009].

