



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΔΙΚΑΙΟ, ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

***«Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ
ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ»***

Επιτροπή Διδασκόντων:

Ισμήνη Κριάρη, Καθηγήτρια (Επιβλέπουσα)

Αντώνης Χάνος, Αναπληρωτής Καθηγητής

Φερενίκη Παναγοπούλου, Επίκουρος Καθηγήτρια

Φοιτήτρια:

ΚΑΤΣΙΚΕΑ ΓΕΩΡΓΙΑ

(ΑΜ 01247116Μ100)

Αθήνα, Φεβρουάριος 2018

Πρόλογος

Οι επιχειρήσεις ανέκαθεν ιδρύονταν και λειτουργούσαν με σκοπό τη μεγιστοποίηση του κέρδους από την εκμετάλλευση των διαφόρων πόρων μέσω των επιχειρησιακών διαδικασιών. Δυστυχώς, όπως αποδείχθηκε στο πέρασμα των χρόνων, αυτή η αυστηρά τεχνοκρατική τοποθέτηση εγκυμονεί τον κίνδυνο, ιδιαίτερα όταν στόχος είναι η βραχυπρόθεσμη μμεγιστοποίηση του κέρδους, να οδηγηθεί η επιχείρηση σε καταχρήσεις των πόρων και στην παράβλεψη του αντίκτυπου των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων της πάνω στους άλλους κοινωνικούς εταίρους και στο περιβάλλον.

Η σύγχρονη επιχείρηση ιδρύεται και εξελίσσεται σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον που είναι συνεχώς εξελισσόμενο και η πληροφορία ρέει ασταμάτητα λόγω της παράλληλης εξέλιξης των τηλεπικοινωνιών, των μέσων μαζικής ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης. Ως συνακόλουθο αυτού, όλο και νέα ζητήματα και τάσεις επηρεάζουν την ανθρωπότητα και συνεπακόλουθα αυτού και τον επιχειρηματικό κόσμο. Θέματα όπως η περιβαλλοντική καταστροφή, τα σκάνδαλα πολυεθνικών οργανισμών και κυρίως το ζητούμενο για μια βιώσιμη ανάπτυξη απασχολούν ολοένα και περισσότερους πολίτες που είναι δυνητικά πελάτες εταιρειών ιδιωτικών και δημόσιων, παροχής προϊόντων ή υπηρεσιών.

Το καπιταλιστικό μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης, τα τελευταία χρόνια έκανε ορατές και τις δυσμενείς συνέπειές του στην τοπική και ευρύτερη κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον εγείροντας συζητήσεις για νέες κατευθύνσεις της ανάπτυξης. Συχνά οι επιχειρήσεις θεωρούνται από τους πολίτες συνυπεύθυνες σε πολλά προβλήματα που ταλανίζουν την ανθρωπότητα όπως είναι για παράδειγμα η κλιματική αλλαγή και οι οικονομικές κρίσεις. Οι πολυεθνικές κατά κύριο λόγο αλλά και μικρομεσαίες πια επιχειρήσεις δεν είναι αποκομμένες από τον έξω κόσμο. Εξελίσσονται διαδραστικά με το στενότερο και ευρύτερο περιβάλλον που τις περικλείει, λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη την εικόνα που έχει ο κόσμος για αυτές. Θα μπορούσαμε με απλά λόγια να πούμε ότι η σημαντικότερη επένδυση που θα μπορούσαν να κάνουν είναι η βελτίωση

της φήμης τους, της εικόνας που φέρουν στο περιβάλλον όπου δραστηριοποιούνται, μιας και η ίδια τους η ύπαρξη εν τέλει εξαρτάται από την αξιολόγηση που αποδίδει σε έκαστη εξ αυτών η κοινωνία, δηλαδή οι πολίτες είτε ως ομάδες είτε μεμονωμένα που την συναπαρτίζουν.

Κάπως έτσι, και έχοντας ξεκινήσει μια συζήτηση περί Βιώσιμης Ανάπτυξης, αυτή τα τελευταία χρόνια και κατά κύριο λόγο από τη δεκαετία του '90 κι έπειτα έλαβε τον ορισμό της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ο οποίος μπορεί από χώρα σε χώρα ή από φορέα σε φορέα που καλείται να της αποδώσει έναν ορισμό να διαφέρει, αλλά έχει παγκοσμίως ή σε κάθε περίπτωση στο δυτικό κόσμο μια κοινώς αποδεκτή βάση, έναν κοινό εννοιολογικό πυρήνα.

Παρά τους πολλαπλούς ορισμούς που έχουν δοθεί στην εταιρική κοινωνική ευθύνη, η ίδια αφορά γενικά τον τρόπο αλληλεπίδρασης μιας επιχείρησης με την κοινωνία, περιβαλλοντικά, ηθικά και κοινωνικοοικονομικά και στην προσπάθεια όχι μόνο μείωσης της αρνητικής επίδρασης που η επιχείρηση έχει σε αυτούς τους τομείς αλλά και επαύξησης της θετικής της επίδρασης σε αυτά.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη συνιστά την εθελοντική δέσμευση που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις να σχεδιάσουν και εφαρμόσουν στρατηγικές που ευνοούν τρεις κατά κύριο λόγο τομείς: το ανθρώπινο δυναμικό, την κοινωνία εν γένει (παιδεία, υγεία, ποιότητα ζωής) και το περιβάλλον, σε αλληλεπίδραση εκ των πραγμάτων αλλά μη εξαρτώμενη από τις κρατικές, θεσπισμένες δράσεις.

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την εφαρμογή δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αναφορικά με τον τομέα του περιβάλλοντος και πώς αυτή η πρωτοβουλία μπορεί να συντείνει εν τέλει στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, και συγκεκριμένα ποια τα πλεονεκτήματα της υιοθέτησης δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ποια τα μειονεκτήματα ή σωστότερα οι προβληματισμοί και οι αντιρρήσεις που γεννώνται επ' αυτού, ποιες οι συγκεκριμένες τακτικές που υιοθετούνται ήδη σε κάποιες χώρες ή που δεν υιοθετούνται αλλά θα μπορούσαν ενδεχομένως στο μέλλον να υιοθετηθούν, ποιο το νομικό πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε ευρωπαϊκό και

εθνικό επίπεδο, καθώς επίσης, επειδή η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι απλώς μια θεωρία αποτυπούμενη σε διεθνείς διακηρύξεις ή σε βιβλία/μελέτες/άρθρα θεωρητικών αλλά μια τάση που αποκτά ολοένα και περισσότερους οπαδούς, γίνεται συγκεκριμένη αναφορά τόσο σε επιχειρήσεις που έχουν υιοθετήσει σχετικές στρατηγικές αλλά και στην άποψη που έχει γι' αυτές το ενδιαφερόμενο περιβάλλον μέσα και έξω από αυτές, ήτοι οι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις αλλά και η υπόλοιπη κοινωνία ως εξωτερικοί παρατηρητές και αποδέκτες των δράσεων εφαρμογής της.

Προκειμένου η μετάβαση στα παραπάνω να είναι ομαλή αλλά και ευχερέστερη για κάποιον που τυχόν θα διαβάσει την παρούσα εργασία, και ο οποίος είτε έχει απλώς μια γενική εικόνα του τι εστί εταιρική κοινωνική ευθύνη ή απλώς ακούει τον όρο αυτό για πρώτη φορά, δεν παραλείπεται στα πρώτα κεφάλαια της παρούσης εργασίας μια αναφορά τόσο στην ιστορική εξέλιξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η οποία ξεκίνησε ως μια γενική αντίληψη περί εταιρική ηθικής ήδη από τον 18^ο αιώνα, όσο και στους διάφορους ορισμούς που της έχουν δοθεί ανά τον κόσμο. Άλλωστε, μια γενική έστω εικόνα των ανωτέρω, κρίνεται σημαντική, μιας και η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι κάτι άψυχο που επιβλήθηκε εκ των άνω (ενν. θεσμικά) αλλά γεννήθηκε και διαμορφώθηκε μέσα στους αιώνες μέσα από τους κοινωνούς, από το περιβάλλον που αλληλεπιδρούσε με τις επιχειρήσεις, είτε μιλάμε για τους εργαζομένους στις επιχειρήσεις είτε για τους αποδέκτες των προϊόντων και υπηρεσιών αυτών. Εξαιρετικό μάλιστα ενδιαφέρον, και σε συνέχεια των ανωτέρω, έχει το γεγονός ότι από κοινωνία σε κοινωνία δίνονται ακόμη και μέχρι σήμερα διαφορετικοί ορισμοί της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, πέρα από συγκεκριμένους, αποτυπωμένους σε επίσημα κείμενα ορισμούς που έχουν δοθεί από θεσμικά όργανα.

Abstract

Companies have always been set up and operated to maximize profit from exploiting the various resources through business processes. Unfortunately, as this has been proven over the years, this strictly technocratic attitude is a risk, especially when the aim is to maximize profit in a short term, lead the company to misuse of resources and ignore the impact of its business activities on the other social partners and the environment.

A modern company is established and evolves into a globalized environment that is constantly evolving and the information is constantly flowing due to the parallel evolution of telecommunications, media and social networking. As a result of this, new issues and trends affect mankind and consequently the business world. Issues such as environmental disaster, multinational organisation scandals, and, above all, the demand for sustainable development are increasingly affecting citizens who are potential clients of private and public companies, products or services.

The capitalist model of economic development has in recent years made visible and its adverse effects on local and wider society, culture and the environment raising debates about new directions of development. Often, businesses are considered by citizens to be responsible for many problems that afflict humanity, such as climate change and economic crises. The multinationals, as well as small and medium-sized enterprises, are not cut off from the outside world. They evolve interactively with the narrower and wider environment surrounding them, taking seriously the image of the world for them. We could simply say that the most important investment they could make is to improve their reputation, the image they bring to the environment in which they operate, since their very existence ultimately depends on the evaluation they assign to

each of them society, that is to say, the citizens, either as groups or as individuals that constitute it.

In this way, and having started a debate on Sustainable Development, in the last few years and mainly since the 1990s, it has been given the definition of corporate social responsibility, which can be from country to country or from institution to organization called to give it a definition to differ, but it has a commonly accepted basis, a common conceptual core, globally or in any case in the Western world.

Despite the multiple definitions that have been given to it, corporate social responsibility can generally be said to relate to how companies interact with society, environmental, moral and socio-economic, and not only to reduce the negative impact the business has in these sectors but also to increase its positive effect on them.

Corporate Social Responsibility recommends that companies voluntarily commit themselves to designing and implementing strategies that favor three main areas: human capital, society in general (education, health, quality of life) and the environment, in de facto interaction but not dependent on state, institutionalized actions.

This paper addresses the implementation of corporate social responsibility actions in the field of the environment and how this initiative can ultimately contribute to the development of business activity and, in particular, what the advantages of adopting corporate social responsibility actions, what the disadvantages or more correctly concerns and the objections raised on this, what specific tactics are already adopted in some countries or which are not adopted but could potentially in the future adopt, which is the legal framework of corporate social responsibility at European and national level as well as because corporate social responsibility is not just a theory written in international declarations or books / studies / theoretical articles but a trend that is increasingly gaining more and more fans, there is in this paper a specific

reference to companies that have adopted relevant strategies but also to the viewpoint of the environment concerned within and outside of them, for example the employees of an enterprise but also the rest of society as external observers and recipients of implementing actions.

In order for the transition to the above to be smooth but also easier for someone who will read this paper and who either has only a general picture of what is corporate social responsibility or just listens to this term for the first time is not omitted, in the first chapters of this paper refer to both the historical development of corporate social responsibility, which began as a general perception of corporate ethics in the 18th century, as well as to the various definitions given to it throughout the world. Besides, a general picture of the above is considered important, since corporate social responsibility is not something inanimate imposed from above (though institutionally) but was born and formed through the centuries through the community, from the environment that interfered with business, whether we are talking about business employees or recipients of these products and services. Interestingly, and in the wake of the above, the fact is that from society to society even so far are given different definitions of corporate social responsibility, in addition to specific, defined in official texts definitions given by the institutions.

«Μην ρωτάς τι μπορεί να κάνει η χώρα σου για σένα, ρώτα τι μπορεί να κάνει η εταιρεία σου για τη χώρα σου.»

“Don’t ask what your country can do for you, Ask what your company can do for your country.”

Michael Hopkins¹

¹ Hopkins M. The Planetary Bargain – CSR Matters. Earthscan: London (2003).

Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	2
Abstract	5
1. Εννοιολογική και Ιστορική Προσέγγιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	10
1.1. Ορισμοί της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	10
1.2. Ιστορική Αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.....	17
2. Νομικό πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης	19
2.1. Διεθνείς συμβάσεις και κείμενα	19
2.2. Ευρωπαϊκό επίπεδο	20
2.3. Εθνικό επίπεδο.....	23
2.4. Νομική ή ηθική υποχρέωση;.....	29
3. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	34
3.1. Οφέλη υιοθέτησης δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης	34
3.2. Εμπόδια, αντιρρήσεις και προβληματισμοί σχετικά με την υιοθέτηση δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης	49
4. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Πράξη	52
4.1. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με πεδίο δράσης το Περιβάλλον.....	52
4.2. Συγκεκριμένα παραδείγματα δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα απευθυνόμενες στο Περιβάλλον	58
Συμπεράσματα	65
Βιβλιογραφία	70
Αρθρογραφία	72
Σύνδεσμοι.....	73

1. Εννοιολογική και Ιστορική Προσέγγιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης²

1.1. Ορισμοί της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Όπως συμβαίνει με πολλές έννοιες, έτσι και για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, δεν υπάρχει ένας καθιερωμένος διεθνής ορισμός, παρά το γεγονός ότι η συγκεκριμένη έννοια χρησιμοποιείται ευρέως στο διεθνή δημόσιο διάλογο. Πλήθος αναγνωρισμένων διεθνών φορέων και οργανισμών, καθώς και πηγές προερχόμενες από τη διεθνή βιβλιογραφία και αρθρογραφία, προσεγγίζουν την έννοια της ΕΚΕ, αποτυπώνοντας το σύνολο των χαρακτηριστικών και των στοιχείων που την ορίζουν.

Ως Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη νοείται γενικότερα η ηθική ευθύνη, η συμπεριφορά και οι ενέργειες μιας επιχείρησης σε σχέση με την κοινωνία και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Παρόλο που ο όρος Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Ε.Κ.Ε.) ή Corporate Social Responsibility (CSR) χρησιμοποιείται ευρύτατα, υπάρχουν διάφοροι ορισμοί σε παγκόσμιο επίπεδο, οι οποίοι διαφέρουν στις λεπτομέρειες ανάλογα με τη φιλοσοφία, τον βαθμό ανάπτυξης κάθε χώρας ή περιφέρειας και τις διαφορετικές προτεραιότητές τους. Στα αγγλικά επίσης υπάρχουν πολλοί όροι για να περιγράψουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη όπως: Corporate Citizenship, Social Responsibility, Social Responsiveness, Corporate Responsibility, κ.λπ.³

Το 1960, ο Keith Davis προτείνει ότι η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων αναφέρεται σε αποφάσεις και δράσεις οι οποίες δεν σχετίζονται

² Στο παρόν, όπου ΕΚΕ ενν. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

³ <https://el.wikipedia.org>.

με οικονομικά αποτελέσματα ή με θέματα τεχνολογικού ενδιαφέροντος⁴. Το ίδιο χρονικό διάστημα, οι Eells και Walton όρισαν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναφέρεται σε θέματα τα οποία προκύπτουν όταν οι επιχειρήσεις δίνουν έμφαση σε θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος και γενικά σε αξίες που πρέπει να διέπουν τη σχέση εταιρείας και κοινωνίας⁵. Μεταγενέστερα, σύμφωνα με τον Wood, η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ έγκειται στο γεγονός ότι η επιχείρηση και η κοινωνία είναι δυο έννοιες, οι οποίες όχι μόνο συνδέονται άμεσα, αλλά κυρίως δεν μπορούν να ακολουθήσουν ανεξάρτητες πορείες⁶. Οι Jackson & Nelson⁷ επίσης, το 2004, χαρακτήρισαν την ΕΚΕ ως απαραίτητο συστατικό επιτυχίας των επιχειρηματικών λειτουργιών, καθώς επίσης και ως μια ευκαιρία έτσι ώστε οι επιχειρήσεις, εκτός από το ενδιαφέρον τους για οικονομικά αποτελέσματα, να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τον ευρύτερο κοινωνικό προβληματισμό, ενώ ο Clarkson⁸ υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ έγκειται στην ικανοποίηση του συνόλου των stakeholders μιας επιχείρησης.

Το 1998, το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (ΔΕΣΒΑ) (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), χρησιμοποίησε τον παρακάτω ορισμό κατά την εξαγωγή της πρώτης έρευνας με θέμα την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο Βέλγιο και την Ολλανδία: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα θα βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζομένων και των

⁴ Davis K., *"Can Business afford to ignore its social responsibilities"*, California Management Review, 1960, σελ. 70 - 76.

⁵ Eells, R. and Walton, C., *"Conceptual Foundations of Business"*, Richard D. Irwin Inc., Homewood Illinois, 1961, σελ. 46 -50

⁶ Wood, D.J., *"Corporate Social Responsiveness Revisited"*, Academy of Management Review, 1991, σελ. 618 επ.

⁷ Jackson, I. & Nelson, J., *"Values – Driven Performance: Seven Strategies for Delivering Profits with Principles"*, Ivey Business Journal, 2004, σελ. 20 - 34.

⁸ Clarkson, M., *"A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Social Corporate Responsibility"*, Academy of Management Review, 1995, σελ. 92 – 118.

οικογενειών τους, καθώς επίσης και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα»⁹.

Κατά το διεθνή μη κερδοσκοπικό οργανισμό BSR, ως ΕΚΕ ορίζεται «η δυνατότητα μιας επιχείρησης να διασφαλίζει συνεχιζόμενη βιωσιμότητα και ικανοποιητική κερδοφορία, λειτουργώντας με τρόπους που τιμούν τις ηθικές αξίες και σέβονται τους εργαζόμενους, τις τοπικές κοινωνίες και το φυσικό περιβάλλον. Το σύνολο των πολιτικών, πρακτικών και προγραμμάτων της ΕΚΕ είναι ενσωματωμένο στις επιχειρησιακές διαδικασίες, στις αλυσίδες ανεφοδιασμού και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων σε ολόκληρη την επιχείρηση και περιλαμβάνει την ευθύνη για τις τρέχουσες και παλαιότερες ενέργειες, καθώς επίσης και για τις μελλοντικές τις δράσεις»¹⁰.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στην “Πράσινη Βίβλο” (2002), όρισε την ΕΚΕ ως εξής: «ΕΚΕ είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι εταιρείες ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικές και περιβαλλοντικές ανησυχίες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους, με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη». Επίσης η Πράσινη Βίβλος ορίζει ότι: «το να είναι κάποιος κοινωνικά υπεύθυνος, δεν σημαίνει μόνο ότι εκπληρώνει πλήρως τις νομικές υποχρεώσεις του, αλλά ότι υπερβαίνει τα όρια της τήρησης του νόμου, επενδύοντας περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό, στο περιβάλλον και στις σχέσεις του με τα ενδιαφερόμενα μέρη»¹¹.

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει αποδώσει τον εξής ορισμό: «Εταιρική Υπευθυνότητα είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων, για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από την τρέχουσα νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις

⁹ www.csrhellas.org.

¹⁰ www.bsr.org.

¹¹ www.europa.eu.int.

εκάστοτε δραστηριότητές τους (Stakeholders), με στόχο την ισόρροπη επίτευξη κερδοφορίας και βιώσιμης ανάπτυξης»¹².

Στο σημείο αυτό επιβάλλεται να αναφερθεί και να εξηγηθεί η θεωρία των ενδιαφερομένων (ή εμπλεκομένων) μερών (stakeholders) μιας επιχείρησης. Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητές της¹³. Οι Stakeholders μιας επιχείρησης διακρίνονται στις εξής τρεις γενικές κατηγορίες¹⁴:

- ✓ Οργανωτικοί (εσωτερικοί ως προς την επιχείρηση): εργαζόμενοι, διοικητικά στελέχη, μερισματούχοι – μέτοχοι, σύλλογοι εργαζομένων.
- ✓ Οικονομικοί (εξωτερικοί ως προς την επιχείρηση): πελάτες, προμηθευτές, πιστωτές, διανομείς, λοιποί συνεργάτες.
- ✓ Κοινωνικοί (εξωτερικοί ως προς την επιχείρηση): κοινότητες, κυβέρνηση, μη κυβερνητικές – μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, ακτιβιστές.

Η θεωρία των ενδιαφερομένων μερών βοηθάει την επιχείρηση να λάβει υπόψη της όλους τους ενδιαφερόμενους και να ξεκινήσει μια ουσιώδη διαδικασία διαλόγου, πριν καθορίσει το πρόγραμμα δράσης της, όσον αφορά την εταιρική κοινωνική της ευθύνη¹⁵.

¹² www.csrhellas.gr.

¹³ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7.

¹⁴ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7.

¹⁵ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7.

Επιστρέφοντας στη διερεύνηση του ορισμού της ΕΚΕ, η κοινωνία, η επιστημονική κοινότητα και ο επιχειρηματικός κόσμος, τείνουν να συμφωνούν πως η Εταιρική Υπευθυνότητα συνιστά μια ευρύτατη έννοια, σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις δεν αποτελούν απλά κερδοσκοπικές οντότητες, αλλά παράλληλα έχουν την ηθική υποχρέωση να δρουν προς όφελος της κοινωνίας, εντός της οποίας δραστηριοποιούνται. Ειδικότερα, συνιστά μια αξιολόγηση των επιχειρηματικών πρακτικών, μέσω της πολύπλευρης αποτίμησης των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών τους δράσεων και χειρισμών¹⁶.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι επιχειρήσεις καλούνται να εντάξουν στη στρατηγική τους πρακτικές αειφόρου ανάπτυξης και κοινωνικής πολιτικής. Οι βασικότεροι λόγοι που οδήγησαν σε αυτή την απαίτηση είναι¹⁷:

- Το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, εντός του οποίου λειτουργούν οι επιχειρήσεις.
- Η αμεσότητα της ενημέρωσης και η πληθώρα πληροφοριών.
- Η ανάγκη για μμεγαλύτερη διαφάνεια.
- Η απαξίωση ή ανεπάρκεια του Δημοσίου τομέα στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι πολίτες.
- Η απαίτηση από την πλευρά των stakeholders βιώσιμη ανάπτυξη.

¹⁶ Werther, W.B. & Chandler, D.B., *“Strategic Corporate Social Responsibility – Stakeholders in a Global Society”*, Sage Publications, California, 2006, σελ. 6 επ.

¹⁷ Γαλάνης, Γ., *“Η Εικόνα των Επιχειρήσεων και η Σχέση της με την Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης”*, Το Βήμα της ΕΚΕ, 2007, (βλ. http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1333).

Οι επιχειρήσεις πλέον οφείλουν να γνωρίζουν πως χρειάζεται να εκτελούν τις λειτουργίες τους με τέτοιο τρόπο, ώστε παράλληλα με την οικονομική τους δραστηριότητα, να εξασφαλίζουν μια υπεύθυνη συμπεριφορά απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό όλο και περισσότεροι Οργανισμοί προχωρούν στην ενσωμάτωση κοινωνικών πολιτικών στην εταιρική τους διακυβέρνηση, ως απάντηση στις περιβαλλοντικές και οικονομικές πιέσεις που δέχονται¹⁸.

Καθοριστική σημασίας είναι οι προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σχετικά με τις δράσεις που μπορεί να εφαρμόσει μια επιχείρηση στα πλαίσια της ΕΚΕ, με σκοπό τη διάδοση της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι κυριότερες δράσεις που προτείνει η ΕΕ είναι οι εξής¹⁹:

1. Αύξηση των γνώσεων για το θετικό αντίκτυπο της ΕΚΕ, στις ίδιες τις επιχειρήσεις αλλά και τις κοινωνίες.
2. Ανάπτυξη πρακτικών ανταλλαγής εμπειρίας και «καλών πρακτικών», μεταξύ των επιχειρήσεων και των κρατών.
3. Υποστήριξη της σύγκλισης και της διαφάνειας των πρακτικών και εργαλείων της ΕΚΕ.
4. Ενσωμάτωση των αρχών της ΕΚΕ στη γενική εκπαίδευση των εργαζομένων και στη Διοίκηση των επιχειρήσεων.

Ανάμεσα στους πολλούς και διαφορετικούς ορισμούς και στις διάφορες έννοιες που σχετίζονται με την ΕΚΕ, εντοπίζονται σημεία συναίνεσης. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ΕΚΕ χαρακτηρίζει το βαθμό και τον τρόπο κατά τον

¹⁸ Γαλάνης, Γ., "Η Εικόνα των Επιχειρήσεων και η Σχέση της με την Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης", Το Βήμα της ΕΚΕ, 2007, (βλ. http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1333).

¹⁹ www.csreurope.org.

οποίο ένας Οργανισμός αναλαμβάνει συνειδητά να εκτελεί τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες, λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη και αποτιμώντας τον αντίκτυπο που αυτές θα έχουν προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) και εντάσσοντας σε αυτές οικειοθελώς, ενέργειες με ιδιάζον κοινωνικό και περιβαλλοντικό θετικό αντίκτυπο. Βασικό χαρακτηριστικό της ΕΚΕ είναι ο εθελοντικός (και όχι υποχρεωτικός) της χαρακτήρας και το γεγονός ότι αποτελεί στρατηγική και όχι δευτερεύουσα επιλογή, για τις επιχειρήσεις που την υιοθετούν και την εφαρμόζουν με σεβασμό και ειλικρίνεια. Η ευρύτερη έννοια της ΕΚΕ στοχεύει να διαμορφώσει το κλίμα στο οποίο οι επιχειρήσεις θα είναι σεβαστές, όχι μόνο επειδή παράγουν κέρδη, αλλά και για τη συνεισφορά και ανταπόκρισή τους στις κοινωνικές προκλήσεις και ευαισθησίες της σύγχρονης εποχής²⁰.

Συνοπτικά, τα τρία βασικότερα σημεία στα οποία συναινούν οι περισσότεροι ορισμοί που εντοπίζονται στην εγχώρια και διεθνή βιβλιογραφία είναι τα εξής:

1. Ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ.
2. Η άμεση σχέση της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.
3. Αποτελεί στρατηγική και όχι δευτερεύουσα επιλογή της επιχείρησης.

²⁰ www.csreurope.org.

1.2. Ιστορική Αναδρομή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Στα μέσα και τα τέλη του 18ου αιώνα οι επιχειρήσεις έστρεψαν το ενδιαφέρον τους στους υπαλλήλους και συγκεκριμένα ενδιαφέρθηκαν για το πώς θα τους καταστήσουν πιο παραγωγικούς²¹.

Η βιομηχανική επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα μπορεί να θεωρηθεί το σημείο εκκίνησης για την ανάληψη κοινωνικών πρωτοβουλιών από τη μεριά των επιχειρήσεων οι επιχειρήσεις εξέφραζαν με διάφορους τρόπους την κοινωνική τους υπευθυνότητα (προσφέροντας π.χ. κατοικία στους εργαζόμενους τους, φροντίζοντας για αυτούς και τις οικογένειες τους κ.λπ.). Με τον ερχομό του 20ου αιώνα και την καθιέρωση των νομικών πλαισίων της λειτουργίας των επιχειρήσεων και την ανάπτυξη του κράτους σε ό,τι αφορά την πρόνοια, ιδιαίτερα μετά το κραχ του 1929, το πνεύμα της φιλανθρωπίας παραχώρησε το πνεύμα του σε εκτεταμένες νομικές, συμβατικές και οργανωτικές δομές²².

Ήδη από τα πρώτα χρόνια του 21ου αιώνα εκδηλώθηκαν διάφορα εταιρικά σκάνδαλα οικονομικού και περιβαλλοντικού χαρακτήρα (π.χ. Enron, Worldcom, Φουκουσίμα) με συνέπεια να αυξηθεί σημαντικά το ενδιαφέρον για την ιδέα της Ε.Κ.Ε.. Τα σκάνδαλα αυτά διάβρωσαν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις και κατέδειξαν την αλλαγή των ανθρώπινων αξιών με την μετακίνηση αυτών προς τον μετα-υλισμό στις προηγμένες βιομηχανικά κοινωνίες. Ενώ η προγενέστερη βιομηχανική κοινωνία εστίαζε στην οικονομική ανάπτυξη, η μεταβιομηχανική κοινωνία ασχολείται και

²¹ Carroll, A. (2007), *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford, σελ. 19 – 46.

²² Carroll, A. (2007), *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford, σελ. 19 – 46.

με θέματα κοινωνικά, περιβάλλοντος και πολιτισμού. Τα άτομα στη μετα-βιομηχανική κοινωνία έχοντας εξασφαλίσει τις βασικές υλικές τους ανάγκες ενδιαφέρονται για μετα-υλιστικές αξίες. Οι αξίες αυτού του τύπου δεν σχετίζονται με υλικές ανάγκες αλλά με ανάγκες συναισθηματικής²³.

Μετά το 1930 και κυρίως μετά το 1960 η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει αποτελέσει ένα σημαντικό κομμάτι όχι μόνο σε ό,τι αφορά το εταιρικό κομμάτι αλλά ευρύτερα στην πολιτική και την οικονομική παγκόσμια σκηνή. Στις αρχές του 1930 ο Merrick Dodd και ο Adolf Berle υποστήριξαν πως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να αποτελέσει μια υπηρεσία παρόμοια με έναν κερδοσκοπικό οργανισμό, η οποία, ωστόσο, θα αντλεί τα οφέλη της από την αναγνωρισιμότητα και την αποδοχή των εργαζομένων, των πελατών και των συμβαλλόμενων μερών²⁴.

Με το τέλος του δευτέρου παγκοσμίου πολέμου, η ανάδειξη των πολυεθνικών εταιριών και η αυξανόμενη επίδρασή τους στην παγκόσμια οικονομία και η επικράτηση του επιχειρηματικού μοντέλου που λέει ότι αποκλειστική ευθύνη των επιχειρήσεων είναι η παραγωγή πλούτου για τους μετόχους τους (the business of business is business) έφερε πάλι στην επιφάνεια το ερώτημα των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας. Μέχρι και το 1970, παρά τις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις που είχαν θεσπιστεί, οι εταιρείες ακολουθούσαν ένα διαφορετικό δρόμο που αγνοούσε τις πρακτικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Η συγκεκριμένη πολιτική σκόπευε στην ουσιαστική ικανοποίηση των περαιτέρω αναγκών των εργαζομένων και αγνόηση

²³ Carroll, A., 2007, Gail T., Nowak M., 2006, *“historical definitions of CSR”*, Corporate Social Responsibility: A definition, 62 (1), σελ. 3-14.

²⁴ Θανόπουλος, Ν.Γ., «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2003, σελ. 10 - 11.

των υπόλοιπων καλών πρακτικών που όριζε η ιδέα και η φιλοσοφία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ²⁵.

Στην κοινωνία της γνώσης, της τεχνολογίας, του πλουραλισμού, της πληροφόρησης και της υπερεθνικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων. Πολλά είναι τα γεγονότα που έκαναν το θέμα της Κοινωνικής Ευθύνης επίκαιρο. Η διεργασία της παγκοσμιοποίησης και της απελευθέρωσης των αγορών, με τα αμφισβητούμενα αποτελέσματα τους, η ανάγκη ύπαρξης ελάχιστων κανόνων λειτουργίας και ελέγχου, οι επιπτώσεις των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που αφορούν όλο και περισσότερο μεγαλύτερο αριθμό ατόμων και κρατών, η αύξηση της ευαισθησίας σε θέματα προστασίας του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος κ.α. έφτιαξαν ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο οι επιχειρήσεις καλούνται σήμερα να εντάξουν τη Βιώσιμη Ανάπτυξη στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους σκέψης. Οι προσδοκίες όλων των ενδιαφερόμενων μερών απέναντι στον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν και συμπεριφέρονται οι επιχειρήσεις διαρκώς αυξάνονται. Οι επιχειρήσεις επομένως αντιμετωπίζουν ένα νέο κόσμο που απαιτεί νέο τρόπο σκέψης, ένα κόσμο που θα πρέπει να καλύψει τις ανάγκες αυτής της γενιάς αλλά και των μελλοντικών ²⁶.

2. Νομικό πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

2.1. Διεθνείς συμβάσεις και κείμενα

Το πλαίσιο λειτουργίας της ΕΚΕ είναι εξαιρετικά περίπλοκο, καθώς δεν έχει διαμορφωθεί ενιαίο θεσμικό πλαίσιο αλλά υπάρχουν μόνο επιμέρους ρυθμίσεις. Διεθνώς, οι κατευθύνσεις και συμβάσεις που σχετίζονται με την ΕΚΕ

²⁵ Θανόπουλος, Ν.Γ., «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2003, σελ. 10 - 11.

²⁶ Θανόπουλος, Ν.Γ., «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2003, σελ. 10 -11.

προέρχονται από Διεθνείς Οργανισμούς και αναγνωρίζονται από φορείς και κυβερνήσεις. Οι διεθνείς συνθήκες και κώδικες που αφορούν την εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν είναι λίγοι. Εξαιρουμένων των συνθηκών που περιέχουν εξαιρετικά γενικές διατυπώσεις και δηλώσεις αρχών ή αυτών των κανονισμών που είναι πολύ ειδικοί και αφορούν πολύ συγκεκριμένους κλάδους της βιομηχανίας και εκείνων των κωδίκων ή πιστοποιήσεων αμιγώς περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος και λογιστικού/οικονομοτεχνικού χαρακτήρα, τα οποία δεν έχουν έντονη κοινωνική διάσταση και για το λόγο αυτό δεν έχουν καταστεί και ευρέως γνωστά, ο όρος της εταιρικής ευθύνης και αρχές που τη διέπουν αναφέρονται στον Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Χάρτη του Συμβουλίου της Ευρώπης, όπως ισχύει σήμερα, στις Συνθήκες της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (Δ.Ο.Ε.) και στη Διεθνή Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Ο.Η.Ε.²⁷ Περαιτέρω, το 2000 δημιουργήθηκε μετά από πρωτοβουλία του Γενικού Γραμματέα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) το Global Compact²⁸, 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.

2.2. Ευρωπαϊκό επίπεδο

Όπως αναφέρουμε και παραπάνω, αναφορικά με τη λειτουργία της ΕΚΕ δεν έχει διαμορφωθεί ενιαίο θεσμικό πλαίσιο αλλά υπάρχουν μόνο επιμέρους κείμενα που προωθούν το διάλογο μεταξύ επιχειρήσεων των κρατών – μελών και την ανάληψη σχετικών δράσεων ΕΚΕ από αυτές. Με στόχο την προώθηση των ανωτέρω σκοπών και την υποστήριξη δημιουργίας αντίστοιχων εθνικών Δικτύων ιδρύθηκε το 1995 το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Επιχειρήσεων για την κοινωνική Συνοχή (EBNSC), ενώ το 2001 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε την Πράσινη Βίβλο με θέμα: “Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για εταιρική κοινωνική

²⁷ www.csrhellas.gr.

²⁸ www.unglobalcompact.org.

ευθύνη”, με στόχο αυτή να αποτελέσει ένα έναυσμα και να προωθηθεί μια ευρεία συζήτηση σχετικά με τα οφέλη της ιδέας και τους τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε να εφαρμοσθεί πιο εκτεταμένα μεταξύ των κρατών – μελών.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση όλα αυτά τα χρόνια κινήθηκε παράλληλα με τις κατευθύνσεις και συμβάσεις που σχετίζονται με την ΕΚΕ και προέρχονται από Διεθνείς Οργανισμούς και αναγνωρίζονται από φορείς και κυβερνήσεις αυτές και ανέπτυξε στρατηγικές και Οδηγίες που έχουν ενσωματωθεί από τις επιμέρους χώρες²⁹. Ενδεικτικά αναφέρουμε εδώ το CSR COM/2011/681: Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ΕΚΕ «Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, a renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility» και την Οδηγία 2012/27/ΕΕ σχετικά με την ενεργειακή απόδοση όπου τίθεται ένα κοινό πλαίσιο μέτρων για την προώθηση της ενεργειακής απόδοσης εντός της Κοινότητας με συγκεκριμένους στόχους μέχρι το 2020³⁰.

Περαιτέρω, η Ευρωπαϊκή Ένωση, κατανοώντας την ανάγκη των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις προκλήσεις του σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, καθώς και την ώθηση της αγοράς για διαφάνεια, προχώρησε στην έκδοση της Οδηγίας 2014/95/ΕΕ (Οδηγία ΕΚΕ). Βάσει της Οδηγίας αυτής, οντότητες δημοσίου συμφέροντος (δηλαδή εταιρείες εισηγμένες στο χρηματιστήριο, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και ασφαλιστικές εταιρείες) με πάνω από 500 μέλη προσωπικού, οφείλουν να προετοιμάζουν και να υποβάλουν Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ). Η Οδηγία αυτή έχει εγκριθεί πρόσφατα σε νομοθεσία από τη Βουλή των Αντιπροσώπων³¹.

²⁹ <http://www.opengov.gr/ypoiian/?p=5184>.

³⁰ Τσαντίλας Π., *Η νομική οριοθέτηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ΔΕΕ 3/2005 (ΕΤΟΣ 11^ο)*, σελ. 292 – 293.

³¹ <https://impossible.works/opinion-works/csr-kpmg>

Με βάση την Οδηγία αυτή, η Έκθεση ΕΚΕ θα πρέπει να καλύπτει τουλάχιστον τους ακόλουθους τομείς: περιβαλλοντικά θέματα, κοινωνικά και εργασιακά θέματα, θέματα που σχετίζονται με το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την καταπολέμηση της διαφθοράς και θέματα σχετικά με τη δωροδοκία. Πιο συγκεκριμένα, η Έκθεση ΕΚΕ πρέπει να περιέχει σύντομη περιγραφή του επιχειρηματικού μοντέλου της επιχείρησης, περιγραφή των πολιτικών σε σχέση με τα εν λόγω θέματα, τα αποτελέσματα των εν λόγω πολιτικών, τους σημαντικότερους κινδύνους που αφορούν τα εν λόγω θέματα και που συνδέονται με τις δραστηριότητες της επιχείρησης, καθώς και τον τρόπο, με τον οποίο η επιχείρηση διαχειρίζεται αυτούς τους κινδύνους, τους μη χρηματοοικονομικούς βασικούς δείκτες επιδόσεων που σχετίζονται με τον συγκεκριμένο τομέα επιχειρήσεων, την περιγραφή της πολιτικής σχετικά με την πολυμορφία που εφαρμόζεται για τα διοικητικά, διαχειριστικά και εποπτικά όργανα της επιχείρησης, τους στόχους της εν λόγω πολιτικής για την πολυμορφία, τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόστηκε και τα αποτελέσματα κατά την περίοδο αναφοράς³².

Προς διευκόλυνση των επιχειρήσεων, η Οδηγία τους επιτρέπει να βασίζονται σε εθνικά πλαίσια ή διεθνή πλαίσια για την ετοιμασία της Έκθεσης όπως π.χ. το παγκόσμιο σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών, το πρότυπο 26000 του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης ISO, τις Κατευθυντήριες Γραμμές του Global Reporting Initiative (GRI G4) κ.α³³.

Η Έκθεση ΕΚΕ δύναται να συμπεριλαμβάνεται στην Ετήσια Έκθεση του οργανισμού ή να καταρτίζεται χωριστή Έκθεση που αντιστοιχεί στο ίδιο οικονομικό έτος. θυγατρικές επιχειρήσεις έχουν την ευχέρεια να απαλλαγούν από την ετοιμασία Έκθεσης ΕΚΕ εάν συμπεριλαμβάνονται στην ενοποιημένη Έκθεση ΕΚΕ της μητρικής τους εταιρείας.

³² <https://impossible.works/opinion-works/csr-kpmg>

³³ <https://impossible.works/opinion-works/csr-kpmg>

Γίνεται αντιληπτό εκ των ανωτέρω, ότι για την Ευρωπαϊκή Ένωση η ΕΚΕ έχει κατά κύριο λόγο μέχρι σήμερα εθελοντικό χαρακτήρα, υπερβαίνοντας φυσικά την εκπλήρωση των νομικών υποχρεώσεων ενσωματούμενη στην επιχειρηματική λειτουργία μιας επιχείρησης και συνδεδεμένη με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, καθιστώντας βάσει Οδηγιών ως ένα βαθμό επιτακτική την ανάληψη δράσεων ΕΚΕ και κατάρτισης ετήσιων εκθέσεων μόνο για τις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις, η λειτουργία των οποίων επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την κοινωνία.

2.3. Εθνικό επίπεδο

Στην Ελλάδα η οργάνωση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αρχίζει ουσιαστικά το 2000 με την ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου για την κοινωνική συνοχή, το οποίο το 2002 μετονομάστηκε σε Ελληνικό Δίκτυο για την εταιρική κοινωνική ευθύνη³⁴.

Επίσης, στον ελληνικό χώρο ιδιαίτερες πρωτοβουλίες για την υιοθέτηση και την ανάπτυξη της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις επιχειρήσεις έχει αναλάβει ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ). Το 2005 ο ΣΕΒ έκδωσε τη "Χάρτα των Δικαιωμάτων και Υποχρεώσεων των Επιχειρήσεων", η οποία συνιστά ένα κείμενο αρχών και αξιών. Παράλληλα με τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνει ο ΣΕΒ, εξέλιξη στον ελληνικό χώρο αποτελεί και η ίδρυση του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής. Στόχος του ινστιτούτου είναι η προώθηση των αρχών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, της Επιχειρηματικής Ηθικής και της Εταιρικής Διακυβέρνησης, μέσα από την υποστήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων στην υιοθέτηση ενός νέου τρόπου διοίκησης που θα

³⁴ <https://www.csrhellas.net/>.

προσβλέπει στην αύξηση της γνώσης και της ενημέρωσης σε θέματα επιχειρησιακής ηθικής. (European Business Ethics Network, 2013)³⁵.

Η Ελλάδα λαμβάνοντας ως βάση το ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο και τις διεθνείς κατευθύνσεις ανέπτυξε νομοθετήματα που σχετίζονται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό με διάφορες πτυχές της ΕΚΕ. Απώτερος στόχος είναι η ένταξη όλων των επιμέρους νομοθετημάτων σ' ένα ενιαίο εθνικό στρατηγικό πλαίσιο. Ενδεικτικά αλλά όχι αποκλειστικά, έχει εκδοθεί και είναι σήμερα σε ισχύ η Υπουργική Απόφαση 135/2014 περί περιβαλλοντικής αδειοδότησης έργων και δραστηριοτήτων μέσω της οποίας επιχειρείται να αναγνωριστεί η εθελοντική ανάληψη περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών ΕΚΕ από τους φορείς ιδιωτικών και δημόσιων έργων και δραστηριοτήτων και να ληφθούν υπόψη τα αποτελέσματα των πρωτοβουλιών αυτών κατά την εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και κατά την έγκριση όρων για την αντιμετώπισή τους, έχουν υιοθετηθεί Πολιτικές που σχετίζονται με τη διαχείριση των αποβλήτων, όπως το τέλος του κύκλου ζωής (end-of-life) για αυτοκίνητα και σκάφη, μεταχειρισμένα ελαστικά αυτοκινήτων, χρησιμοποιημένες ηλεκτρικές στήλες και συσσωρευτές, η απόρριψη του ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού, των υλικών κατασκευών, κατεδάφισης και εκσκαφών και των βιομηχανικών ελαίων, έχουν εφαρμοσθεί ο Πράσινος Τουρισμός (ΕΣΠΑ), ο οποίος συνιστά πρόγραμμα παροχής οικονομικών κινήτρων για τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα, προκειμένου να αναπτύξουν φιλικές προς το περιβάλλον διαδικασίες και υποδομές, η Πράσινη Επιχείρηση (ΕΣΠΑ), το οποίο συνιστά πρόγραμμα κατά το οποίο δημιουργούνται οι προϋποθέσεις ενσωμάτωσης της περιβαλλοντικής διάστασης στη λειτουργία των επιχειρήσεων, προκειμένου να κάνουν παρεμβάσεις στη διαδικασία της παραγωγικής και εφοδιαστικής αλυσίδας και το Eco-Commerce (ΕΣΠΑ), το οποίο συνιστά πρόγραμμα ενίσχυσης των ΜμΕ ώστε να λάβουν δράσεις α) Πράσινης Επιχειρηματικότητας, με σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον και τη δημόσια υγεία, β) Εταιρικής Κοινωνικής

³⁵ <http://www.csringreece.gr/files/research/CSR-1443608818.pdf>, σελ. 25-26.

Ευθύνης, για να βοηθηθεί η τοπική κοινωνία και ιδίως όσοι έχουν μεγαλύτερη ανάγκη³⁶.

Επιπλέον, την 11^η Ιουλίου 2017 τέθηκε προς διαβούλευση μέχρι την 28^η Ιουλίου 2017 το νέο «Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα»³⁷, το οποίο έχει ως σκοπό τη ρύθμιση του πεδίου της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και της Υπεύθυνης Επιχειρηματικότητας, ως μέσο συμβολής των επιχειρήσεων και οργανισμών στη στήριξη των κοινωνικών δραστηριοτήτων, την προστασία του περιβάλλοντος και την ενίσχυση της αγοράς, καθώς και στη βελτίωση των συνθηκών του εσωτερικού πλαισίου οργάνωσης και δράσης τους. Ειδικότερα, το ως άνω σχέδιο στοχεύει στη διάχυση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Υπεύθυνης επιχειρηματικότητας σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, τη στήριξη και την ενίσχυση των παραγωγικών σχημάτων που δραστηριοποιούνται ενεργά σε αυτή προς όφελος της κοινωνίας, του περιβάλλοντος, της αγοράς και των ίδιων των εμπλεκόμενων φορέων με αυτές, όπως είναι οι εργαζόμενοι και οι προμηθευτές τους, τη ρύθμιση θεμάτων που αφορούν στο είδος των ενεργειών που εντάσσονται στο πλαίσιο της ΕΚΕ, καθώς και του τρόπου λειτουργίας τους, τη διαφάνεια και τη λογοδοσία για το σύνολο των σχετικών δραστηριοτήτων, την εποπτεία, τον έλεγχο, προβολή και διάχυση της πληροφορίας προς αμοιβαίο όφελος των επιχειρήσεων και οργανισμών και του κοινωνικού συνόλου εν γένει³⁸.

Εντούτοις, επί του ως άνω σχεδίου νόμου του υπουργείου Οικονομίας για το νέο Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) και την Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα, το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR HELLAS) διατύπωσε ενστάσεις³⁹. Σε δελτίο τύπου που

³⁶ <https://www.csrhellas.net/>.

³⁷ http://www.opengov.gr/ypoiar/wp-content/uploads/2017/07/EKE_10.7.17.pdf.

³⁸ http://www.opengov.gr/ypoiar/wp-content/uploads/2017/07/EKE_10.7.17.pdf.

³⁹ *Αντιδράσεις προκαλεί το νομοσχέδιο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη*, news.in.gr (δημ. 25-07-2017) <http://news.in.gr/economy/article/?aid=1500156332>.

εξέδωσε, υπογράμμισε ότι σε ό,τι αφορά το περιεχόμενο του σχεδίου νόμου «είναι σαφές ότι καταργεί εμφανώς κάθε προσπάθεια που είχε προηγηθεί στο παρελθόν (σχετικά αποτελέσματα δημόσιου διαλόγου και θέσεις των επιχειρηματικών φορέων για το Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής για την ΕΚΕ της 18ης Σεπτεμβρίου 2014⁴⁰) για συνεννόηση μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και προβληματίζει για τον απώτερο σκοπό του, αφού ακόμα και αυτός ο ορισμός της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης⁴¹ και οι βασικές της αρχές εμφανίζονται με νέες διαστάσεις π.χ. με αναφορές για εξωστρέφεια αντί διαφάνειας».

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, συγκεκριμένα υποστηρίζει⁴² με την ως άνω ανακοίνωσή του⁴³ ότι το νομοσχέδιο:

- δεν λαμβάνει υπόψη του τις νέες δεσμεύσεις και πολιτικές τόσο της ΕΕ όσο και της Ελλάδας, όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί από την υιοθέτηση της διεθνούς πρωτοβουλίας του ΟΗΕ για τη βιώσιμη ανάπτυξη και τους στόχους 2030,

- δεν υποστηρίζει αλλά και ούτε αναφέρεται το ήδη υπάρχον θεσμικό πλαίσιο ρύθμισης θεμάτων συναφών με την ΕΚΕ, όπως για παράδειγμα «η εφαρμογή κριτηρίων κοινωνικής και περιβαλλοντικής επίδοσης στην επιλογή και αξιολόγηση προμηθευτών του δημοσίου», «η διασφάλιση των δικαιωμάτων των μετόχων», κ.λπ.

⁴⁰ <http://www.opengov.gr/ypoiar/wp-content/uploads/downloads/2014/07/eke.pdf>.

⁴¹ «Οι δράσεις των επιχειρήσεων, πέραν της συμμόρφωσής τους έναντι των κανονιστικών απαιτήσεων, που αποσκοπούν στην οικονομική και κοινωνική μακροημέρευση, την αειφορική ανάπτυξη, την καινοτομία και την εξωστρέφεια και οι οποίες, ταυτόχρονα, δημιουργούν ένα υγιές πεδίο επιχειρηματικής δραστηριότητας υπεύθυνο απέναντι στο ίδιο της το περιβάλλον, αλλά και στην κοινωνία, το εξωτερικό περιβάλλον και το σύνολο της οικονομίας.» (Πηγή: http://www.opengov.gr/ypoiar/wp-content/uploads/2017/07/EKE_10.7.17.pdf).

⁴² Αντιδράσεις προκαλεί το νομοσχέδιο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, news.in.gr (δημ. 25-07-2017) <http://news.in.gr/economy/article/?aid=1500156332>.

⁴³ Αντιδράσεις προκαλεί το νομοσχέδιο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, news.in.gr (δημ. 25-07-2017) <http://news.in.gr/economy/article/?aid=1500156332>.

- δεν μεριμνά για τη μείωση του διοικητικού φόρτου, της γραφειοκρατίας και της πολυπλοκότητας αλλά αντίθετα προβλέπει τη δημιουργία πλατφόρμας συγκέντρωσης των στοιχείων που θα πρέπει να δηλώνουν οι επιχειρήσεις σχετικά με την ΕΚΕ και τη δημιουργία Παρατηρητηρίου για την ΕΚΕ,

- δεν προωθεί το διάλογο και τη συνεργασία μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών δομών για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της στρατηγικής αυτής, αλλά δεν αναφέρεται και σε κανένα μέτρο ή ενέργεια ευαισθητοποίησης, ενημέρωσης και εκπαίδευσης που αποτελούν αναγκαία και αδιαπραγμάτευτη προϋπόθεση για την προαγωγή της ΕΚΕ, όπως ξεκάθαρα προβλέπεται τόσο από την πολιτική της ΕΕ, αλλά και από τις σχετικές προτεραιότητες των εθνικών σχεδίων άλλων χωρών,

- δεν αποσαφηνίζει το πλαίσιο εφαρμογής, αντίθετα δημιουργεί και περαιτέρω σύγχυση γιατί αγνοεί βασικές προϋποθέσεις εφαρμογής της ΕΚΕ και της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας, όπως η επικέντρωση στην ουσιαστικότητα (materiality) των θεμάτων ΕΚΕ/βιωσιμότητας που απασχολούν κάθε επιχείρηση ή/και κλάδο δραστηριότητας, η σύμπραξη με τα ενδιαφερόμενα μέρη και η εφαρμογή αποδεκτών προτύπων για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων εφαρμογής πρωτοβουλιών,

- αγνοεί όλα τα διεθνώς αναγνωρισμένα πλαίσια ενσωμάτωσης των αρχών της ΕΚΕ και της υπεύθυνης επιχειρηματικότητας που και η Ελλάδα έχει δεσμευθεί να εφαρμόζει,

- υιοθετεί πρόνοιες για πιστοποίηση της ΕΚΕ, όταν ακόμη και ο Διεθνής Οργανισμός Πιστοποίησης (ISO) επέλεξε να μην είναι πιστοποιήσιμο το σχετικό με την ΕΚΕ πρότυπο ISO26000 εξαιτίας ακριβώς του δυναμικής σχέσης που υπάρχει μεταξύ της επιχείρησης και περιβάλλοντος στο οποίο αυτή λειτουργεί.

Τέλος, το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR HELLAS) υποστηρίζει με την ως άνω ανακοίνωσή του ότι το σχέδιο δεν περιλαμβάνει καμία πρόβλεψη για το πώς οι δημόσιες πολιτικές θα ευνοούν και δεν θα εμποδίζουν την υιοθέτηση και εφαρμογή πολιτικών ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις και ιδιαίτερα τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις⁴⁴.

«Η στρατηγική για την ΕΚΕ δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση να εμφανίζεται ως το "πλαίσιο πολιτικών γενικότερης οικονομικής πολιτικής και επίλυσης κοινωνικών προβλημάτων", ούτε υποκατάστατο άλλων ενεργειών που είναι αναγκαίες για την αντιμετώπιση κρίσιμων ζητημάτων της ελληνικής οικονομίας, όπως για παράδειγμα η εξωστρέφεια και η καινοτομία. Στο σύνολο των χωρών-μελών της Ένωσης η στρατηγική αυτή αποτελεί υποστηρικτικό εργαλείο ενίσχυσης των άλλων εθνικών πολιτικών και ειδικότερα εκείνων που σχετίζονται με τη βιώσιμη ανάπτυξη, ενώ λειτουργεί συμπληρωματικά με άλλες εθνικές στρατηγικές, όπως για παράδειγμα αυτήν για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα», καταλήγει η ως άνω ανακοίνωση⁴⁵.

Καταλήγοντας, ακόμη και σε εθνικό επίπεδο παρατηρούμε ότι υπάρχει μία σύγχυση αναφορικά με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Λαμβάνονται κρατικές πρωτοβουλίες μέσω της νομοθεσίας προς ενίσχυσή της, εντούτοις φορείς που έχουν ως στόχο την προώθηση της ΕΚΕ, βρίσκονται αντίθετοι σε πολλές παραμέτρους των επιδιωκόμενων νομοθετικών πρωτοβουλιών. Άλλωστε, όπως θα καταδειχθεί εντονότερα και παρακάτω, η ΕΚΕ δεν μπορεί να αποτελέσει υποχρέωση απάντων των επιχειρήσεων μέσω της κρατικής νομοθεσίας της, μιας και η ίδια η φύση της ΕΚΕ έχει περισσότερο τη μορφή της ηθικής δέσμευσης και στρατηγικής μιας επιχείρησης, κάτι τέτοιο θα μπορούσε να γίνει δεκτό μόνο για πολυεθνικές επιχειρήσεις δημοσίου συμφέροντος που λόγω της φύσης του ή του μεγέθους των εργασιών ασκούν ουσιώδη επιρροή σε

⁴⁴ Αντιδράσεις προκαλεί το νομοσχέδιο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, news.in.gr (δημ. 25-07-2017) <http://news.in.gr/economy/article/?aid=1500156332>.

⁴⁵ Αντιδράσεις προκαλεί το νομοσχέδιο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, news.in.gr (δημ. 25-07-2017) <http://news.in.gr/economy/article/?aid=1500156332>.

μεγάλης έκτασης εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, όχι σε μικρομεσαίες ή οικογενειακές επιχειρήσεις με μικρό κύκλο ενδιαφερόμενων μερών.

2.4. Νομική ή ηθική υποχρέωση;

Με βάση τα παραπάνω και δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις συνιστούν έναν πολύ σημαντικό παράγοντα παραγωγής πλούτου, αγαθών και υπηρεσιών για την κοινωνία και απασχόλησης προσωπικού, η ΕΚΕ αποτελεί μια εθελοντική ανταπόκριση εκ μέρους των επιχειρήσεων σε όσα ταλανίζουν σήμερα την κοινωνία, και εν προκειμένω στην περιβαλλοντική φθορά.

Η ΕΚΕ δεν έχει καμία σχέση με τη νομοθεσία σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, η οποία εξακολουθεί να είναι απαραίτητη για μια κοινωνία και ισχύουσα αλλά πάει ένα βήμα παρακάτω από την τελευταία: δεν εμπεριέχει μόνο δράσεις για την αποτροπή μελλοντικών ζημιών στο περιβάλλον ή επανόρθωση ήδη επελθουσών αλλά αναφέρεται και σε δράσεις που στοχεύουν στην αιεφόρο ανάπτυξη του περιβάλλοντος υιοθετώντας σχετικές δράσεις, επομένως, καθαρά νομικά, αν προσπαθήσει να επιβάλλει κανείς την ΕΚΕ κανονιστικά, το πιο πιθανό είναι ο θεσμός αυτός να χάσει την σημασία του. Είναι εντελώς διαφορετική η νομική δέσμευση με τη εθελοντική δράση και εν προκειμένω δεν θα έπρεπε επουδενί να συνδέονται.

Άλλωστε, θα ήταν παντελώς παράλογο το ίδιο το κράτος να απεκδύεται των ευθυνών του για άσκηση κοινωνικής πολιτικής και προστασίας του περιβάλλοντος και να προσδοκά την ανάληψη σχετικών δράσεων αποκλειστικά και μόνο από τις επιχειρήσεις. Η ΕΚΕ δεν είναι μεν μια φιλοσοφική ιδέα ή ένα θεωρητικό case study απλά αλλά συγκεκριμένη επιχειρηματική πρακτική, που απαιτεί και προϋποθέτει σαφείς στόχους, πόρους, business plan. Αντίστοιχα, η πράσινη ανάπτυξη δεν είναι ιδεολογική πρόταση ή αποκλειστικά κομματικής χρήσης. Είναι οικονομική πρόταση, που στηρίζεται σε δράσεις, επενδύσεις, συνέργειες. Η επιχειρηματική ηθική και η πράσινη ανάπτυξη είναι ο κοινός

δρόμος προόδου, αειφόρου ανάπτυξης και κοινωνικά υπεύθυνης οικονομικής δραστηριότητας.

Δεδομένης της υπάρχουσας νομοθεσίας για το περιβάλλον, η οποία είναι σε ισχύ, η θέσπιση από κρατικούς φορείς υποχρέωσης στις επιχειρήσεις για την υιοθέτηση «ηθικών δράσεων» και φιλικών προς το περιβάλλον, θα αντίκειντο στην ίδια την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και θα ήταν παράλογο. Υποτιθεμένου ότι συνιστά αμιγώς ηθική έννοια, αυτό που μπορεί να την ενισχύσει και να τείνει στην αύξηση των επιχειρήσεων που υιοθετούν δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι όχι η υποχρεωτική επιβολή της αλλά η εκ του κράτους θέσπιση νομοθεσίας, η οποία θα την καθιστά προσιτή και γνωστή όχι μόνο στον επιχειρηματικό κόσμο αλλά και στο ευρύ κοινό, θα δίνει κίνητρα για την υιοθέτησή της και θα καθιστά γνωστές και θα επιβραβεύει επιχειρήσεις που την έχουν ήδη υιοθετήσει. Ένα παράδειγμα είναι είτε μέσα στα υφιστάμενα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, με τον εμπλουτισμό των προϊόντων τους με εκείνα που θα αφορούν αμιγώς «πράσινες επιχειρήσεις» είτε με τη δημιουργία μίας νέας τράπεζας που θα απευθύνεται αποκλειστικά σε «πράσινες επιχειρήσεις»⁴⁶.

Με τη σειρά του, παράλληλα με τα παραπάνω, το ίδιο το Κράτος οφείλει να αποφασίσει σοβαρά και υπεύθυνα την εφαρμογή των υφιστάμενων νόμων, τόσο εγχώριων όσο και ευρωπαϊκών για την πράσινη επιχειρηματικότητα, την πράσινη ανάπτυξη και την προστασία του Περιβάλλοντος, ώστε να καταστήσει εκ μέρους του σαφές πόσο μεγάλη σημασία διαδραματίζει για όλους μας η προστασία του περιβάλλοντος.

⁴⁶ *Επιχειρηματική ηθική και πράσινη ανάπτυξη*, Ομιλία του κ. Αθανάσιου Πολυχρονόπουλου στο Συνέδριο Economist

(Πηγή: <https://www.perivallon21.gr/klimatikiallagi/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CF%81%CE%AC%CF%83%CE%B9%CE%BD%CE%B7-%CE%B1%CE%BD%CE%AC/>).

Στο πλαίσιο των ανωτέρω και προς προώθηση σχετικών δράσεων ΕΚΕ, έχουν εισαχθεί τα τελευταία χρόνια οι Δείκτες ΕΚΕ (CR INDEX). Οι δείκτες απόδοσης είναι συστήματα ιεράρχησης των επιχειρήσεων, ανάλογα με τον βαθμό της κοινωνικής τους υπευθυνότητας. Το CR Index είναι ο πιο σημαντικός διεθνώς δείκτης μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) και χρησιμοποιείται ως εθνικός δείκτης ΕΚΕ σε διάφορες χώρες. Ως ένα κορυφαίο εργαλείο αξιολόγησης αποτελεί και σημείο αναφοράς για τη συγκριτική αξιολόγηση των επιδόσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε 4 επιμέρους τομείς: Κοινωνία, Περιβάλλον, Εργαζόμενοι και Αγορά⁴⁷. Ο δείκτης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης περιλαμβάνει τέσσερις άξονες οι οποίοι μελετούν⁴⁸:

1. Τη θέση της επιχείρησης στην αγορά (marketplace)
2. Το περιβάλλον (environment)
3. Την εργασία (workplace)
4. Την κοινωνία (community)

Για τον πρώτο άξονα, οι βασικές μεταβλητές είναι 5 και αφορούν τόσο στις συνθήκες ανταγωνισμού όσο και στην ικανοποίηση των καταναλωτών. Ειδική είναι η πρόβλεψη για τα άτομα με ειδικές ανάγκες και για το κατά πόσον η επιχείρηση λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες αυτής της κατηγορίας ατόμων, αλλά και -σε γενικότερο επίπεδο- τον βαθμό ικανοποίησης των καταναλωτών και την ύπαρξη ή μη καταγγελιών εκ μέρους τους τόσο σε θέματα αγαθών και υπηρεσιών όσο και σε θέματα διαφήμισης⁴⁹.

Για τον δεύτερο άξονα, το περιβάλλον, ο δείκτης εξετάζει τόσο τη συνολική κατανάλωση ενέργειας, τη χρήση νερού, αλλά και το συνολικό βάρος των αποβλήτων που παράγει. Παράλληλα, γίνεται ειδική μνεία σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, όπως η εκπομπή διοξειδίου του άνθρακος,

⁴⁷ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>.

⁴⁸ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>.

⁴⁹ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>.

αζώτου, ραδιενέργειας, αλλά και στα μέτρα που λαμβάνονται για την "πράσινη" φιλική λειτουργία της επιχείρησης⁵⁰.

Παράλληλα, για τον τρίτο άξονα, την εργασία και το περιβάλλον εργασίας, τα μέτρα που λαμβάνονται υπόψη είναι σημαντικά. Μετρήσεις για το συνολικό εργατικό δυναμικό βάσει γένους, φυλής, ηλικίας και για την ύπαρξη ατόμων με ειδικές ανάγκες αποτελούν τον πυρήνα που αφορά στο εργατικό δυναμικό. Παράλληλα, ο αριθμός των ατυχημάτων, οι νομικές κυρώσεις σε θέματα υγιεινής, ασφάλειας και "ίσων ευκαιριών", καθώς και τα κρούσματα "ανάρμοστης" και μη επαγγελματικής συμπεριφοράς αποτελούν άλλες μεταβλητές του άξονα⁵¹.

Παράλληλα, στη μέτρηση του δείκτη λαμβάνονται υπόψη οι επιδράσεις από εξαγορές, συγχωνεύσεις, μειώσεις μεγέθους, οι διαδικασίες αναδιάρθρωσης στο εσωτερικό της επιχείρησης, αλλά και η αξία των προγραμμάτων επιμόρφωσης και ανάπτυξης των εργαζομένων στους κόλπους της επιχείρησης⁵².

Τέλος, στα θέματα της κοινωνίας, η ποσοτική διάσταση περιλαμβάνει τη χρηματική αξία των χορηγήσεων και δωρεών ως ποσοστό των κερδών προ φόρων και τον συνολικό χρόνο των εργαζόμενων σε φιλανθρωπικές και κοινωνικές εκδηλώσεις⁵³.

Ο δείκτης CR εισήχθη το 2008 στην Ελλάδα από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community)⁵⁴. Στο Δείκτη CRI για την ανάδειξη των ελληνικών επιχειρήσεων με την καλύτερη απόδοση στον

⁵⁰ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>.

⁵¹ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>.

⁵² <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=29>.

⁵³ Οι δείκτες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, Γιώργος Σαββάκης, δημ. την 02-06-2006 στο www.euro2day.gr. (Πηγή: <http://www.euro2day.gr/-/article-folder-item/103715/oi-deiktes-etairikhskoinonikhsefthynhs.html>).

⁵⁴ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=14>.

Τομέα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορούν να λάβουν μέρος όλες οι εταιρείες, οποιουδήποτε νομικού καθεστώτος - ιδιωτικές και δημόσιες - που απασχολούν τουλάχιστον 50 υπαλλήλους και δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα περισσότερο από 3 χρόνια⁵⁵. Μάλιστα, όπως κάθε χρόνο, έτσι και πέρσι, σε επίσημη εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 20 Ιουνίου 2017 στο Radisson Blu Park Hotel, βραβεύτηκαν οι 13 εταιρείες^{56,57} που παρουσίασαν εξαιρετική επίδοση το 2016, εφαρμόζοντας υπεύθυνες πρακτικές ΕΚΕ, σύμφωνα με τον CR Index, τον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης και το CRI Pass⁵⁸, το πρώτο εργαλείο που "εισάγει" κυρίως τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον τομέα της Εταιρικής Ευθύνης, όπως θα αναλυθεί εκτενώς κατωτέρω στο υπό 4.2. Υποκεφάλαιο, αναφορικά κυρίως με τις ελληνικές επιχειρήσεις που βραβεύθηκαν.

Με βάση τα ανωτέρω διαλαμβανόμενα, μπορεί κανείς να πει πως –στην παρούσα τουλάχιστον φάση- η ΕΚΕ τείνει περισσότερο προς το να συνιστά ηθική υποχρέωση των επιχειρήσεων παρά νομική, μιας και η υποχρεωτικότητα υιοθέτησης δράσεων ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις θα αντίκειντο στην ουσία αυτής.

⁵⁵ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=17>

⁵⁶ Φέτος στην Ελλάδα, και μετά από την κατάκτηση των δύο πρώτων βραβείων DIAMOND από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τον Όμιλο ΟΤΕ τις δύο προηγούμενες χρονιές, το Ινστιτούτο απένειμε το τρίτο DIAMOND, την κορυφαία διάκριση του θεσμού, στην Τράπεζα Πειραιώς. Ο Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου και οι Αττικές Διαδρομές πήραν τη διάκριση CRI Pass που διεξάγεται για 3η συνεχή χρονιά από το Ινστιτούτο για τις εταιρείες που κάνουν τα πρώτα βήματα τους στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Επίσης το Ινστιτούτο επιβράβευσε τις εταιρείες Εθνική Τράπεζα και ΔΕΠΑ ΑΕ για τη διαχρονική συμμετοχή τους και στήριξη στο θεσμό CR Index.

⁵⁷ Οι διακρίσεις ανά κατηγορία ήταν οι εξής: DIAMOND: Τράπεζα Πειραιώς, PLATINUM: Εθνική Τράπεζα, WIND Ελλάς, GOLD: Novartis Hellas, GENESIS Pharma, Pepsico, ΔΕΠΑ Α.Ε., Ελληνικός Χρυσός Α.Ε., Janssen, SILVER: MSD, BRONZE: Roche, ενώ τα βραβεία για με τη μεγαλύτερη πρόοδο σε σχέση με την περσινή αξιολόγηση: Best Progress PLATINUM Award: WIND Ελλάς, Best Progress GOLD Award: Janssen, Best progress SILVER Award: MSD, ενώ εν προκειμένω, Έπαινος για το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ δόθηκε στην εταιρία ΔΕΠΑ.

⁵⁸ Το CRI Pass αποτελεί ένα διαγνωστικό εργαλείο που δίνει τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να γνωρίσουν βασικά ζητήματα που πρέπει να λαμβάνει υπόψη της μια υπεύθυνη επιχείρηση καθώς αποτυπώνει όλες τις πτυχές Εταιρικής Υπευθυνότητας. Πιο συγκεκριμένα το εργαλείο αξιολογεί τις επιδόσεις των επιχειρήσεων σε τέσσερις βασικούς πυλώνες: την κοινωνία, το περιβάλλον, τους εργαζόμενους και την αγορά και χωρίζεται σε τέσσερις ενότητες. Με την επιτυχή ολοκλήρωση της διαδικασίας, οι συμμετέχοντες λαμβάνουν το CRI Pass. Επιπλέον η συμμετοχή στο CRI Pass προετοιμάζει κατάλληλα όσες εταιρείες επιθυμούν να συμμετάσχουν στον απαιτητικό CR Index (Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Υπευθυνότητας) και τα 5 επίπεδα διάκρισης (Silver, Bronze, Gold, Platinum, Diamond).

Εντούτοις, αναφορικά με πολυεθνικές επιχειρήσεις και επιχειρήσεις δημοσίου συμφέροντος που λόγω του κύκλου εργασιών τους ή και της ίδιας της φύσης τους, είναι σημαντικό εν έτει 2018 να θεσπιστούν σε θεσμικό επίπεδο ρυθμίσει, προκειμένου οι επιχειρήσεις αυτές να ακολουθούν δράσεις που τείνουν στην βιώσιμη ανάπτυξη, μιας και η επιρροή που οι επιχειρήσεις αυτές ασκούν στο περιβάλλον, στην κοινωνία, αλλά και στους εργαζομένους που απασχολούν είναι τεράστια, και θα ήταν καλό να μη αφεθεί η υιοθέτηση δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στη «διακριτική τους ευχέρεια».

Αναφορικά με τις επιχειρήσεις μικρότερου βεληνεκού, όπως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που βρίθουν στην Ελλάδα, προκειμένου η ΕΚΕ να ενισχυθεί και πέρα από θεωρητικό θέμα διαβούλευσης να αποτελέσει καθολική επιχειρηματική πρακτική, θα πρέπει οι αρμόδιοι φορείς να θεσπίσουν τα δέοντα μέτρα, προκειμένου αυτή να καταστεί ευρέως γνωστή αφενός και σε αυτές και αφετέρου να παρασχεθούν κίνητρα υιοθέτησής τους εκ μέρους των μικρομεσαίων αυτών επιχειρήσεων. Επομένως, πέρα από την ηθική υποχρέωση που καταλαμβάνει τις επιχειρήσεις για την υιοθέτηση δράσεων ΕΚΕ, υπάρχει και σαφής κρατική υποχρέωση για προώθηση αυτής σε ολόκληρη την κοινωνία και για ανταμοιβή όσων την υιοθετούν.

3. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

3.1. Οφέλη υιοθέτησης δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Για περισσότερο από 20 χρόνια η ανθρωπότητα έχει συνειδητοποιήσει ότι ο τρόπος με τον οποίο διεξάγεται η παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα έχει σημαντικό αντίκτυπο στο φυσικό περιβάλλον.

Τώρα γίνεται πλέον όλο και πιο ξεκάθαρο ότι η κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει ο πλανήτης μας επηρεάζει τον τρόπο του επιχειρείν. Οι φυσικοί πόροι από τους οποίους εξαρτάται η επιχειρηματική δραστηριότητα γίνονται όλο και πιο δυσκολότερα προσβάσιμοι και η πρόσβαση σε αυτούς πιο δαπανηρή.

Στις επόμενες δύο δεκαετίες οι επιχειρήσεις θα αντιμετωπίσουν εκατοντάδες περιβαλλοντικές και κοινωνικές αλλαγές, οι οποίες θα περικλείουν ταυτόχρονα κινδύνους και ευκαιρίες στο δρόμο για διατηρήσιμη (βιώσιμη) ανάπτυξη. Σύμφωνα με έρευνα της εταιρείας συμβούλων KPMG International⁵⁹, ανάμεσα στις δέκα σημαντικότερες παγκόσμιες τάσεις σχετικά με την βιωσιμότητα, τις οποίες αναμένεται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις στις επόμενες δύο δεκαετίες είναι:

1. Η κλιματική αλλαγή: η παγκόσμια τάση που επηρεάζει άμεσα και όλες τις άλλες και σύμφωνα με την οποία, οι προβλέψεις όσον αφορά στις απώλειες της παγκόσμιας παραγωγής λόγω της κλιματικής αλλαγής κυμαίνονται μεταξύ 1 και 5 τοις εκατό ανά έτος, ανάλογα με το αν και σε ποιο βαθμό υπάρξει σθεναρή και έγκαιρη ανάληψη δράσης⁶⁰.

2. Η ενέργεια και τα καύσιμα: οι αγορές ορυκτών καυσίμων αναμένεται να γίνουν πιο ασταθείς και απρόβλεπτες, λόγω της υψηλότερης παγκόσμιας ζήτησης ενέργειας, των αλλαγών στη γεωγραφική κατανομή της

⁵⁹ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?* (

⁶⁰ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?* (

κατανάλωσης, την αβεβαιότητα στην παραγωγή και στον εφοδιασμό και τις αυξανόμενες κανονιστικές παρεμβάσεις που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή⁶¹.

3. Η μείωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων: καθώς οι αναπτυσσόμενες χώρες βιομηχανοποιούνται γρήγορα, η παγκόσμια ζήτηση για υλικούς πόρους προβλέπεται να αυξηθεί δραματικά. Οι επιχειρήσεις είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν την αύξηση των εμπορικών περιορισμών και έντονο παγκόσμιο ανταγωνισμό για ένα ευρύ φάσμα υλικών πόρων που γίνονται δυσκολότερα διαθέσιμοι. Η μείωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων δημιουργεί επίσης ευκαιρίες για την ανάπτυξη υποκατάστατων υλικών ή για την ανάκτηση υλικών από τα απόβλητα⁶².

4. Η λειψυδρία: προβλέπεται ότι μέχρι το 2030, η παγκόσμια ζήτηση για γλυκό νερό θα υπερβεί την προσφορά κατά 40 τοις εκατό. Οι επιχειρήσεις μπορεί να είναι ευάλωτες σε ελλείψεις νερού, υποβάθμιση της ποιότητας του νερού και αστάθεια της τιμής του. Η ανάπτυξη θα μπορούσε να τεθεί σε κίνδυνο και συγκρούσεις για την προμήθεια νερού μπορεί να δημιουργήσουν κινδύνους για την ασφάλεια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων⁶³.

⁶¹ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? ([\)](http://www.academia.edu/3734324/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD_and_%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82_%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%AD%CF%82_%CE%AE_%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%82.)

⁶² *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? ([\)](http://www.academia.edu/3734324/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD_and_%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82_%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%AD%CF%82_%CE%AE_%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%82.)

⁶³ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? ([\)](http://www.academia.edu/3734324/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD_and_%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82_%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%AD%CF%82_%CE%AE_%CE%B1%CE%B)

5. Η αποψίλωση των δασών: Οι δασικές εκτάσεις αναμένεται να μειωθούν κατά 13 τοις εκατό από το 2005 έως το 2030, κυρίως στη Νότια Ασία και την Αφρική. Η βιομηχανία ξυλείας και οι κλάδοι που τροφοδοτούνται από αυτήν, όπως η βιομηχανία χαρτοπολτού και χαρτιού είναι ευάλωτοι σε πιθανές ρυθμίσεις που θα έχουν ως στόχο την επιβράδυνση ή την αναστροφή της αποψίλωσης των δασών. Οι εταιρείες μπορεί να βρεθούν, επίσης, κάτω από την αυξανόμενη πίεση από τους πελάτες για να αποδείξουν ότι τα προϊόντα τους είναι αειφορικά. Ευκαιρίες μπορεί να προκύψουν μέσα από μηχανισμούς της αγοράς και κίνητρα για τη μείωση του ρυθμού αποψίλωσης των δασών⁶⁴.

6. Η υποβάθμιση των οικοσυστημάτων: αν και μέχρι σήμερα ως κύριος επιχειρηματικός κίνδυνος από τη μείωση της βιοποικιλότητας ως αποτέλεσμα μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας θεωρούνταν ένα πλήγμα στην εταιρική φήμη, γίνεται πλέον αντιληπτό ότι οι σημαντικότερες βλάβες προέρχονται από την αδυναμία των υποβαθμισμένων οικοσυστημάτων να παρέχουν άλλες, λιγότερο εμφανείς υπηρεσίες, όπως η συγκράτηση του νερού ή η προφύλαξη από χωροκατακτητικά είδη χλωρίδας και πανίδας προκαλώντας ζημιές κυρίως σε τομείς όπως η γεωργία, η αλιεία, τα τρόφιμα και ποτά και ο τουρισμός⁶⁵.

D%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%82.)

⁶⁴ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

⁶⁵ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

Παράλληλα με την όξυνση των περιβαλλοντικών προβλημάτων που σχετίζονται με την επιχειρηματική δραστηριότητα, τις τελευταίες δεκαετίες αναπτύχθηκε ένα οικολογικό κίνημα, το οποίο προσπερνά την παραδοσιακή ανθρωποκεντρική ηθική, σύμφωνα με την οποία ο άνθρωπος ως σκοπός αναγνωρίζει στα άλλα όντα σχετική μόνο αξία, ανάλογα με τη χρησιμότητα που έχουν γι' αυτόν. Αντίθετα, η ηθική του οικολογικού κινήματος αναγνωρίζει εγγενή, απόλυτη αξία σε όλα τα έμβια όντα καθώς και στη ποικιλομορφία τους. Εκείνοι που προσπαθούν να επιτύχουν κοινωνικές αλλαγές, βάσει αυτής της παραδοχής, έχουν ως κίνητρο την αγάπη για τη φύση και τον άνθρωπο. Θεωρούν πως οι αντιλήψεις μας χρήζουν θεμελιωδών αλλαγών, όσον αφορά τις αξίες και τις πρακτικές που εναγκαλίζονται, ειδάλλως η ποικιλομορφία, η ομορφιά και η ικανότητα του περιβάλλοντος να στηρίξει την επιβίωσή του αλλά και τον ανθρώπινο πολιτισμό θα εκλείψει. Η αντίληψη αυτή αποτυπώνεται και στις αγοραστικές και καταναλωτικές συνήθειες των πολιτών, καθώς αυτοί αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη γνώση και ευαισθητοποίηση γύρω από τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης φέρνουν στο επίκεντρο της προσοχής της κοινής γνώμης τα περιβαλλοντικά ζητήματα, συχνά πυκνά μέσα από περιπτώσεις κακών εταιρικών πρακτικών⁶⁶.

Ως συνισταμένη των παραπάνω παραγόντων, κατά τη διάρκεια των επόμενων 20 ετών αναμένονται αυξανόμενες πιέσεις στις τιμές των φυσικών πόρων, των προϊόντων και των υπηρεσιών έτσι ώστε αυτές να αντανakλούν το πλήρες κόστος της παραγωγής τους, συμπεριλαμβανομένου του κόστους των περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Καθώς οι κυβερνήσεις θα αντιμετωπίζουν τις επιπτώσεις των παγκόσμιων τάσεων βιωσιμότητας που αναφέρθηκαν

⁶⁶ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?* (

προηγουμένως, είναι πολύ πιθανή η ευρύτερη καθιέρωση μηχανισμών για την αύξηση του κόστους των επιβλαβών για το περιβάλλον προϊόντων. Είναι επομένως φρόνιμο οι επιχειρήσεις να αναμένουν να πληρώσουν στο μέλλον, ένα αυξανόμενο ποσοστό του εξωτερικού περιβαλλοντικού κόστους που σήμερα συχνά δεν εμφανίζεται στις οικονομικές καταστάσεις τους⁶⁷.

Η αλήθεια είναι ότι οι σύγχρονες επιχειρήσεις έχουν πάρα πολλούς λόγους να υιοθετήσουν δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Καταρχήν, η επιχειρηματική ηθική συνδέεται άμεσα με την κερδοφορία. Οι εταιρείες που επενδύουν σε τομείς όπως η επιμόρφωση, οι καλύτερες συνθήκες εργασίας και η ισορροπία εργασίας- ζωής έχουν περισσότερες πιθανότητες να εξασφαλίσουν την αφοσίωση του προσωπικού τους. Η πρακτική αυτή ευνοεί τόσο την παραγωγικότητα όσο και την ποιότητα των προϊόντων⁶⁸.

Επιπροσθέτως, ορισμένες έρχονται αντιμέτωπες με περιβαλλοντικές προκλήσεις, είτε μειώνοντας τις εκπομπές ρύπων στην παραγωγική διαδικασία είτε μειώνοντας το ενεργειακό τους αποτύπωμα. Το γεγονός αυτό είναι καλό τόσο για το περιβάλλον όσο και για τον περιορισμό των δαπανών της

⁶⁷ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

⁶⁸ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

επιχείρησης, ενώ βοηθάει και στην ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στο μέλλον⁶⁹.

Περαιτέρω, η ΕΚΕ επιδρά θετικά στη διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας και φήμης. Οι καταναλωτές απαιτούν πολιτικές σεβασμού, αφού η δραστηριοποίηση των εταιρειών υπάγεται ευκολότερα στην αξιολόγησή τους απ' ό,τι στο μέλλον. Επειδή οι καταναλωτές προσελκύονται από ηθικές πρακτικές, είναι πολύ πιθανόν αυτές να συνδράμουν στην περαιτέρω κερδοφορία της επιχείρησης. Οπότε η εδραίωση μιας θετικής εικόνας για την επιχείρηση μεταξύ εμπορικών φορέων, μη κυβερνητικών οργανώσεων, του εκπαιδευτικού κόσμου, τοπικών κοινοτήτων και του δημόσιου τομέα μόνο θετικά μπορεί να επιδράσει στην επιρροή και στην κυριαρχία της εταιρείας⁷⁰.

Άλλωστε, σε κάθε περίπτωση οι εταιρείες προωθούν τις αξίες που τις διέπουν μέσω της ΕΚΕ, αφού επιχειρηματική ηθική και Εταιρική Κοινωνική ευθύνη είναι αλληλένδετες⁷¹. Τα εμπειρικά αποτελέσματα δείχνουν ότι οι

⁶⁹ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

⁷⁰ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

⁷¹ *Ιακωβίδης Κωνσταντίνος*: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (

εταιρείες αυτές αποκομίζουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με έναν ή περισσότερους από τους παρακάτω τρόπους⁷²:

1. Αξιολόγηση και διαχείριση των πιθανών επιχειρηματικών κινδύνων και ιδιαίτερα των σχετικών με τη φήμη της εταιρίας. Οι επιχειρήσεις που εμπλέκονται ενεργά σε διάλογο και συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν καλύτερη εικόνα σχετικά με τους πιθανούς κινδύνους που αντιμετωπίζουν και παράλληλα, τη δυνατότητα να χειριστούν καλύτερα μια πιθανή κρίση και να εξέλθουν ταχύτερα και με μικρότερες απώλειες απ' αυτή⁷³.

2. Αναγνώριση των ενδιαφερόμενων μερών, όπως π.χ. εργαζόμενοι, πελάτες, μέτοχοι, κυβερνήσεις και κρατικοί φορείς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, τοπικές κοινότητες κ.λ.π. Η συστηματική προσέγγιση αποκαλύπτει συχνά ενδιαφερόμενα μέρη που η εταιρία αγνοούσε στο παρελθόν και διαστάσεις του ενδιαφέροντός τους που αν και ήταν σημαντικές δεν είχαν γίνει κατανοητές στο παρελθόν και δεν παίρνονταν υπόψη⁷⁴.

3. Συμμόρφωση με το υπάρχον και μελλοντικό κανονιστικό πλαίσιο στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος⁷⁵.

4. Βελτίωση της εικόνας και εταιρικής φήμης. Συχνά – πυκνά αποτελεί τον πρώτο λόγο που αναφέρεται από τη διοίκηση μιας επιχείρησης για την ενασχόληση με την ΕΚΕ. Η εταιρική φήμη που στηρίζεται στην εκτίμηση και την εμπιστοσύνη, χρειάζεται χρόνια για να οικοδομηθεί, αλλά μπορεί να χαθεί σε μικρό χρονικό διαστημα αν χαθεί η εμπιστοσύνη των ενδιαφερόμενων μερών και της κοινής γνώμης. Οι επιχειρήσεις ξοδεύουν τεράστια ποσά για να υποστηρίξουν άλλες μορφές των άυλων περιουσιακών τους στοιχείων, αλλά συχνά αγνοούν τις συνέπειες που το κοινωνικό προφίλ μπορεί να έχει στα επιχειρηματικά τους αποτελέσματα⁷⁶.

⁷² Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁷³ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁷⁴ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁷⁵ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁷⁶ Έρευνα που είχε γίνει σε 23 χώρες και 25.000 πολίτες το 1999, έδειξε πως οι 2 στους 3 ερωτηθέντες επιθυμούν οι επιχειρήσεις να συνεισφέρουν σε κοινωνικούς σκοπούς, ενώ το 40% έχει

5. Οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και του εξωτερικού της περιβάλλοντος, μέσα από τη συνεργασία και την ανταλλαγή πληροφοριών για τα ζητήματα κοινωνική ευθύνης της εταιρίας⁷⁷.

6. Βελτίωση εταιρικής διακυβέρνησης, μέσω της καλύτερης κατανόησης των σημαντικών ζητημάτων που αντιμετωπίζει η επιχείρηση στον τομέα του περιβάλλοντος αλλά και στους άλλους τομείς που αφορά η ΕΚΕ⁷⁸.

7. Μακροπρόθεσμη οικονομική επιτυχία μέσα από την ικανοποίηση των σημαντικότερων ενδιαφερόμενων μερών για τη λειτουργία της επιχείρησης και τη δημιουργία αμοιβαία επωφελών σχέσεων⁷⁹.

8. Εξοικονόμηση κόστους: οι επιχειρήσεις που μειώνουν την περιβαλλοντική ρύπανση και τη δημιουργία επικίνδυνων αποβλήτων, που επαναχρησιμοποιούν ή ανακυκλώνουν υλικά και λειτουργούν με μεγαλύτερη ενεργειακή αποδοτικότητα επιτυγχάνουν σημαντική εξοικονόμηση κόστους. Η ρύπανση είναι συχνά μια μορφή σπατάλης πόρων. Για παράδειγμα μια εταιρεία που διακινεί συσκευασμένα προϊόντα, χρησιμοποιώντας μικρότερα δοχεία από ανακυκλωμένο χαρτί, όχι μόνο θα επωφεληθεί από το χαμηλότερο κόστος υλικών και μεταφοράς, αλλά και εμφανώς συμβάλλει στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Τα απόβλητα, οι επιβλαβείς ουσίες, η ενέργεια που σε διάφορες μορφές απορρίπτεται στο περιβάλλον, είναι μια ένδειξη ότι οι πόροι δεν έχουν αξιοποιηθεί αποδοτικά. Επιπλέον, η επιχείρηση πρέπει στη συνέχεια να αναλάβει πρόσθετες δραστηριότητες που προσθέτουν κόστος, αλλά δεν δημιουργούν αξία για τους πελάτες, όπως για παράδειγμα, η αποθήκευση και η διάθεση των αποβλήτων. Άλλες επιχειρήσεις δημιουργούν αξία, μετατρέποντας τα απόβλητα τους σε χρήσιμα και εμπορεύσιμα υποπροϊόντα. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται για μια καινοτομία στη διεργασία παραγωγής, που μειώνει το οριακό κόστος του αρχικού προϊόντος και / ή του παραπροϊόντος. Η εταιρεία

«τιμωρήσει» ή σκεφτεί να «τιμωρήσει» με την καταναλωτική του συμπεριφορά εταιρίες που θεωρεί ότι δεν είναι κοινωνικά υπεύθυνες (Πηγή: www.iblf.org).

⁷⁷ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΕΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁷⁸ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΕΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁷⁹ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΕΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

επωφελείται είτε από την εξοικονόμηση κόστους είτε παραχωρώντας τα δικαιώματα από την καινοτομία αυτή σε άλλες επιχειρήσεις⁸⁰.

9. Διαφοροποίηση προϊόντων: οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν την εταιρική φήμη τους για αριστεία σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις τους, παράγοντας φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες, προσελκύουν πελάτες με περιβαλλοντικές ευαισθησίες.

10. Τεχνολογική καινοτομία: οι επιχειρήσεις με καλές περιβαλλοντικές επιδόσεις κατέχουν συχνά ηγετική θέση στην τεχνολογική καινοτομία του κλάδου τους και όχι μόνον, καθώς αναζητούν διαρκώς νέους τρόπους και μεθόδους για να μειώσουν την ρύπανση και να αυξήσουν την αποδοτικότητα των λειτουργιών τους⁸¹.

11. Προωθημένος στρατηγικός σχεδιασμός: οι επιχειρήσεις που ασπάζονται ένα όραμα βιωσιμότητας, χρησιμοποιούν εξελιγμένα μεθοδολογικά εργαλεία για να αξιολογήσουν τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον, κάτι που τους επιτρέπει να έχουν μια ευρύτερη οπτική των εξωτερικών επιδράσεων του επιχειρηματικού περιβάλλοντος τους βοηθώντας τις να ανακαλύπτουν νέες αγορές, υλικά, τεχνολογίες και προϊόντα⁸².

12. Προώθηση εθελοντισμού⁸³.

Ειδικότερα, όσον αφορά τη σχέση της ΕΚΕ με τις οικονομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων, σύμφωνα με μελέτες⁸⁴ που έχουν γίνει πάνω στο θέμα προκύπτει ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ εταιρικής κοινωνικής επίδοσης και οικονομικής επίδοσης και σε κάθε περίπτωση οι ερευνητές καταλήγουν στο

⁸⁰ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁸¹ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁸² Ιακωβίδης Κωνσταντίνος: Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες? (https://www.academia.edu/3734324/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD_and_%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82_%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%AD%CF%82_%CE%AE_%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%82)

⁸³ Μπρώνη Γεωργία, *Περί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009/σελ. 818.

⁸⁴ Τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΤΟ ΒΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Δημ. 21-02-2010 (Πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/finance-news/article/?aid=316424>)

συμπέρασμα ότι υπάρχει οπωσδήποτε πολύ μικρή αρνητική σχέση μεταξύ των δύο.

Το London Business School επιβεβαιώνει αυτά τα ευρήματα. Από 80 μελέτες για την ΕΚΕ που έχει εξετάσει, οι 42 έδειξαν θετική επίδραση, οι 19 δεν έδειξαν κάποια σχέση, οι 15 έδειξαν μεικτά αποτελέσματα και μόνο οι τέσσερις έδειξαν αρνητική επίδραση. Παρόμοια επιβεβαίωση έκανε και το Πανεπιστήμιο Harvard, το οποίο διεπίστωσε ότι επιχειρήσεις που ασχολούνται με όλους όσοι επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (stakeholders) έχουν τέσσερις φορές μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης από εκείνες που είναι επικεντρωμένες μόνο στους μετόχους τους⁸⁵.

Σχετικά με το ενδιαφέρον των εργαζομένων, άλλες μελέτες αναφέρουν ότι η ΕΚΕ μπορεί να επηρεάσει πολύ την προσέλκυση και διατήρηση στελεχών. Οι εργαζόμενοι θέλουν καλές αμοιβές και καλές προοπτικές, όμως όλο και περισσότερο θέλουν επίσης να αισθάνονται υπερήφανοι για την επιχείρηση όπου εργάζονται. Όπως είπε και ο διευθύνων σύμβουλος μιας πολυεθνικής επιχείρησης, *«οι άνθρωποι δεν θέλουν να αισθάνονται αμηχανία όταν χρειαστεί να πουν για ποιον εργάζονται»*⁸⁶.

Μελέτη που έγινε από τον όμιλο Cherenon έδειξε ότι 78% των ερωτηθέντων θα προτιμούσαν να εργάζονται για μια επιχείρηση η οποία έχει εξαιρετική φήμη και τους πληρώνει μισθό που καλύπτει τις ανάγκες τους. Μόνο το 17% είπε ότι θα εργάζοταν για μια επιχείρηση με υψηλούς μισθούς αλλά πενιχρή φήμη. Η ΕΚΕ επίσης θεωρείται ότι μπορεί να αυξήσει την παραγωγικότητα. Για παράδειγμα, επιχειρήσεις που βελτιώνουν τις συνθήκες και πρακτικές εργασίας διαπιστώνουν μείωση των ελαττωματικών ή άχρηστων εμπορευμάτων.

⁸⁵ Τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΤΟ ΒΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Δημ. 21-02-2010 (Πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/finance-news/article/?aid=316424>)

⁸⁶ Τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΤΟ ΒΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Δημ. 21-02-2010 (Πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/finance-news/article/?aid=316424>)

Περαιτέρω, αναφορικά με την ανταπόκριση των καταναλωτών σε δράσεις εταιρική κοινωνική ευθύνης, Παγκόσμια Έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2014 από την εταιρία Nielsen με θέμα την «εταιρική υπευθυνότητα», έδειξε⁸⁷ ότι ποσοστό 55% των καταναλωτών παγκοσμίως είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από εταιρείες κοινωνικά υπεύθυνες, σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας της Nielsen για την εταιρική υπευθυνότητα, ποσοστό το οποίο έχει αυξηθεί δέκα ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2011.

Η παγκόσμια, διαδικτυακή έρευνα της Nielsen για την εταιρική υπευθυνότητα διεξήχθη από τις 17 Φεβρουαρίου έως τις 7 Μαρτίου 2014 σε 60 διαφορετικές χώρες, όπου συμμετείχαν πάνω από 30.000 καταναλωτές της Ευρώπης, της Ασίας, της Ωκεανίας, της Αμερικής και της Μέσης Ανατολής⁸⁸.

Όσον αφορά στην Ελλάδα και σε σχέση με τον μέσο όρο των λοιπών χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, φαίνεται οι Έλληνες καταναλωτές, κατά δήλωσή τους, να είναι περισσότερο διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που προέρχεται από μια επιχείρηση, η οποία δηλώνει ότι στοχεύει στο να έχει ένα θετικό κοινωνικό ή περιβαλλοντολογικό αντίκτυπο, σε ποσοστό 44% έναντι 40%, που είναι ο ευρωπαϊκός μέσος όρος⁸⁹.

Επιπλέον, οι καταναλωτές στην Ελλάδα σε ποσοστό 49%, έναντι 41% του συνόλου των Ευρωπαίων δηλώνουν επίσης ότι τους τελευταίους έξι μήνες

⁸⁷ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypely8ynes-etairies>).

⁸⁸ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypely8ynes-etairies>).

⁸⁹ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypely8ynes-etairies>).

αγόρασαν τουλάχιστον ένα προϊόν ή υπηρεσία επιχείρησης που είναι κοινωνικά υπεύθυνη⁹⁰.

Σχετικά με τον σκοπό, για τον οποίο δηλώνουν περισσότερο ευαισθητοποιημένοι, οι Έλληνες καταναλωτές κατέταξαν ως πρώτο «την εξάλειψη της φτώχειας και της πείνας» σε ποσοστό 97%, ενώ ως δεύτερο και τρίτο σκοπό με το ίδιο ποσοστό (96%) ανέδειξαν «την αύξηση της προσβασιμότητας σε καθαρό πόσιμο νερό» καθώς και τη «μείωση της παιδικής θνησιμότητας». Οι παραπάνω σκοποί είναι επίσης οι περισσότερο σημαντικοί και για τους υπόλοιπους Ευρωπαίους⁹¹.

Σύμφωνα με μελέτη της Nielsen, η τάση των καταναλωτών να αγοράσουν περισσότερο «ηθικές» μάρκες είναι περισσότερο έντονη στις περιφέρειες της Ασίας-Ωκεανίας (64%), Λατινικής Αμερικής (63%) και Μέσης Ανατολής (63%), ενώ παρ' όλο που τα αντίστοιχα ποσοστά είναι χαμηλότερα για τις περιοχές της Βόρειας Αμερικής (42%) και της Ευρώπης (40%), ωστόσο η τάση αυτή είναι συνεχώς αυξανόμενη⁹².

Ένα επιπλέον ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι περισσότερο «ηθικοί καταναλωτές» φαίνεται να είναι οι νεότεροι καταναλωτές, μεταξύ 21 και 34 ετών. Ανάμεσα στους καταναλωτές που δήλωσαν ότι ανταποκρίνονται

⁹⁰ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairieies>).

⁹¹ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairieies>).

⁹² Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairieies>).

περισσότερο σε ενέργειες κοινωνικής ευθύνης, οι μισοί από αυτούς ανήκουν στην εν λόγω ηλικιακή ομάδα⁹³.

«Οι καταναλωτές σε ολόκληρο τον κόσμο δηλώνουν πλέον ξεκάθαρα και ηχηρά ότι η κοινωνική υπευθυνότητα που δείχνουν οι μάρκες αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τις αγοραστικές τους αποφάσεις», σχολίασε η Βίκη Γρηγοριάδου, διευθύνουσα σύμβουλος για τη Nielsen Ελλάδας. «Αυτή η συμπεριφορά τείνει συνεχώς να αυξάνεται και λόγω αυτού παρουσιάζονται σημαντικές ευκαιρίες στις επιχειρήσεις όχι μόνο να προσφέρουν στην ευρύτερη κοινωνία, αλλά και να αυξήσουν σημαντικά τα μερίδια των μαρκών τους στην αγορά»⁹⁴.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει, σύμφωνα με την Nielsen, εάν οι καταναλωτές που κατά δήλωση ενδιαφέρονται για το περιβάλλον ή για την παγκόσμια φτώχεια, πράττουν αντίστοιχα «ηθικά» όταν επιλέγουν τα προϊόντα, τα οποία αγοράζουν. Ως «ηθικοί καταναλωτές» ορίζονται εκείνοι που δηλώνουν πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από εταιρίες που υλοποιούν κοινωνικά και περιβαλλοντικά προγράμματα⁹⁵.

Προκειμένου να το διερευνήσει αυτό, η Nielsen μελέτησε παράλληλα τις λιανικές πωλήσεις 20 μαρκών σε εννέα χώρες, οι οποίες είτε ανέγραφαν στη συσκευασία τους ότι είναι κοινωνικά υπεύθυνες είτε αντίστοιχα προωθούσαν

⁹³ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairies>).

⁹⁴ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairies>).

⁹⁵ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairies>).

πολύ ενεργά την κοινωνική τους δράση μέσα από τα marketing προγράμματά τους⁹⁶.

Τα αποτελέσματα από τη διαχρονική ανάλυση των στοιχείων πωλήσεων των παραπάνω μαρκών έδειξαν μια αύξηση 2% στις πωλήσεις των μαρκών που δήλωναν πάνω στη συσκευασία τους την κοινωνική τους δράση, ενώ η αντίστοιχη αύξηση για τις μάρκες που έδειχναν ενεργές μέσα από τα marketing προγράμματά τους ανήλθε στο 5%⁹⁷.

Αντίστοιχα, η ανάλυση της απόδοσης 14 άλλων μαρκών χωρίς δράσεις ή δηλώσεις κοινωνικής εταιρικής ευθύνης έδειξε οριακή αύξηση 1%.

Με βάση τα ανωτέρω, η αντίφαση μεταξύ της ανάγκης για οικονομική ανάπτυξη και της προστασίας του περιβάλλοντος μετατρέπεται σε ευκαιρία για νέες οικονομικές δραστηριότητες και ευμάρεια μέσα από την πράσινη ανάπτυξη. Η πράσινη ανάπτυξη, ένα αναπτυξιακό πρότυπο που προϋποθέτει και έχει ως αποτέλεσμα ταυτόχρονα την ορθολογική αξιοποίηση και χρήση των φυσικών πόρων και την προστασία του περιβάλλοντος, είναι η μόνη ανάπτυξη που μπορεί να χαρακτηριστεί ως ηθική και πρόκειται για μια κατάσταση που εμφανέστατα και τα δύο μέρη κερδίζουν (win – win situation)⁹⁸.

⁹⁶ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairieies>).

⁹⁷ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairieies>).

⁹⁸ Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία).

(πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etairieies>).

3.2. Εμπόδια, αντιρρήσεις και προβληματισμοί σχετικά με την υιοθέτηση δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης

Είναι γεγονός πως τα τελευταία χρόνια, τα νέα οικονομικά δεδομένα της παγκοσμιοποίησης και η ελληνική οικονομική κρίση, δημιουργούν μία σειρά από εμπόδια και δυσχεραίνουν το έργο της προσαρμογής των εταιρειών σε ηθικές συμπεριφορές. Υπάρχουν αρκετά εμπόδια που θα πρέπει να ξεπεραστούν προκειμένου να διασφαλιστεί η κοινωνική συνοχή. Εμπόδια θεωρούνται τα ακόλουθα:

1. Η οικονομική κρίση έχει οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις σε πτώχευση. Η ρευστότητα στην αγορά έχει μειωθεί και δεν υπάρχει αγοραστικό κοινό να καταναλώσει όλα τα διαθέσιμα αγαθά. Οι πωλήσεις έχουν μειωθεί δραματικά με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να αναζητούν τρόπους να μειώσουν το κόστος παραγωγής. Η συρρίκνωση προσωπικού μέσω μαζικών απολύσεων είναι αναμφισβήτητο το σημαντικότερο ηθικό, κοινωνικό πρόβλημα της σύγχρονης εποχής⁹⁹.

2. Οι ανταγωνιστικές συνθήκες που επικρατούν και η ανάγκη για επιβίωση και διατήρηση της εργασίας, οδηγούν σε διάβρωση των προσωπικών αξιών και αδυναμία να προσαρμοστούν σε ηθικές εταιρικές κουλτούρες.

3. Οι ίδιοι οι μηχανισμοί της αγοράς καθιστούν τα ηθικά πρότυπα ασύμφορα, εφόσον ο ανταγωνισμός προϋποθέτει μείωση κόστους για τη μεγιστοποίηση του κέρδους, γεγονός που μεταφράζεται σε μειώσεις εξόδων για κοινωνικούς σκοπούς¹⁰⁰.

4. Η φοροδιαφυγή και η αδυναμία της κυβέρνησης να συλλέξει τους φόρους έχει ως αποτέλεσμα την επιβολή πρόσθετων φόρων. Συνεπώς οι «ηθικές επιχειρήσεις» επιβαρύνονται με πρόσθετο κόστος, γεγονός που δεν τους δίνει κίνητρο για τη συνέχιση ηθικής επιχειρηματικής συμπεριφοράς¹⁰¹.

⁹⁹ http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Antonia_markogiannopoulou.pdf.

¹⁰⁰ http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Antonia_markogiannopoulou.pdf.

¹⁰¹ http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Antonia_markogiannopoulou.pdf.

5. Οι νομοθετικές διατάξεις για τους κατώτατους μισθούς που δίνει έδαφος σε επιχειρήσεις να εκμεταλλεύονται εξειδικευμένο προσωπικό με χαμηλό κόστος και η κουλτούρα πολλών επιχειρήσεων που επωφελείται από το καθεστώς της ανεργίας και προχωρεί σε σκληρές περικοπές μισθών ή προβαίνει σε μαζικές απολύσεις προωθώντας υπηρεσίες μετάβασης με κάποιο αντίτιμο, τα οποία ναι μεν δεν σχετίζονται με την ΕΚΕ στον τομέα του περιβάλλοντος αλλά συνδιαμορφώνουν την εταιρική ηθική μιας επιχείρησης και επηρεάζουν τις δράσεις τις σε όλους τους τομείς της ΕΚΕ¹⁰².

6. Οι σκληρές συνθήκες ανταγωνισμού στη σύγχρονη εποχή οδηγούν συχνά στην υιοθέτηση μη ηθικών πολιτικών από τους μάνατζερ προκειμένου να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις και να διατηρήσουν τη συνοχή και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης¹⁰³.

Η οικονομική κρίση έχει επιφέρει μια σειρά από προκλήσεις στις οποίες η σύγχρονη επιχείρηση οφείλει να ανταπεξέλθει με δεδομένο ότι η μεγιστοποίηση κερδών, με ταυτόχρονη αδιαφορία στα κοινωνικά προβλήματα, θα δοκιμάσει την κοινωνική συνοχή, την ύπαρξη της ίδιας της εταιρείας και κατά συνέπεια την ανάπτυξη της. Η κοινωνία δοκιμάζεται συνεχώς μέσα από τις συνεχείς μεταρρυθμίσεις με το αίσθημα της ανομίας και της διαφθοράς να κυριαρχεί. Και μέσα σε αυτή την ευρύτερη πρόκληση, οι επιχειρήσεις καλούνται όχι μόνο να ανταποκριθούν αλλά να ηγηθούν της προσπάθειας για αποκατάσταση της ισορροπίας.

Βέβαια, τα ως άνω εμπόδια ενδεχομένως να διαφέρουν από χώρα σε χώρα, ενώ ως επί το πλείστον και γενικά αντισταθμίζονται από τα πλεονεκτήματα υιοθέτησης δράσεων ΕΚΕ. Επιπλέον, παρά τα ως άνω αντικειμενικά εμπόδια, υπάρχει και το υποκειμενικό στοιχείο που αντιτίθεται στην ΕΚΕ, ήτοι αντιρρήσεις και προβληματισμοί που έχουν εκφραστεί κατά καιρούς.

¹⁰² http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Antonia_markogiannopoulou.pdf

¹⁰³ http://www.logiosermis.net/2016/06/blog-post_102.html#.WpW39qjFLIU

Συγκεκριμένα, ανάμεσα στις αντιρρήσεις περιλαμβάνονται οι απόψεις των οπαδών της ελεύθερης αγοράς, που ισχυρίζονται ότι η επιχείρηση δεν έχει σα σκοπό να επιδιώξει ούτε τα μέσα να πετύχει την άριστη διαχείριση των πόρων που θ' αποδοθούν σε κοινωνικά έργα. Κάθε σχετική εμπλοκή της λοιπόν θα κατασπαταλήσει πόρους και θα την αποσπάσει από το κύριο έργο της χωρίς ν' αριστοποιήσει τ' αναμενόμενα αποτελέσματα. Επιπλέον, δίνει περισσότερη δύναμη στα ήδη πανίσχυρα χέρια των επιχειρήσεων, συναινούν και οι αντίπαλοι της ελεύθερης αγοράς. Δεν πρέπει να αφήσουμε τις επιχειρήσεις να υποκαταστήσουν το ρόλο του κράτους, λένε. Ούτε να αποδεχθούμε την από μέρους τους μετακύλιση του κόστους που επάγεται η ανάληψη των εταιρικών ευθυνών, στους τελικούς καταναλωτές¹⁰⁴.

Επιπλέον, έχουν διατυπωθεί προβληματισμοί σχετικά με το αν η ΕΚΕ διαπνέει όντως τις επιχειρήσεις ή εν τέλει εξακολουθεί να είναι αυτοσκοπός τους η μεγιστοποίηση του κέρδους, χρησιμοποιώντας την ΕΚΕ ως ένα ακόμη εργαλείο επίτευξής της¹⁰⁵ και την φιλανθρωπία ως εμπόρευμα στο βωμό της ελεύθερης αγοράς. Προβληματισμοί επίσης είναι δυνατόν να διατυπωθούν για το κατά πόσον οι καταναλωτές που στηρίζουν επιχειρήσεις που υιοθετούν δράσεις εταιρική κοινωνικής ευθύνης είναι πράγματι ευαισθητοποιημένοι σχετικά με το θέμα αυτό και συνειδητοποιημένοι ή απλά παρασύρονται από τη διαφήμιση και από τις επικρατούσες τάσεις και μόδα. Οι τελευταίοι αυτοί προβληματισμοί, βέβαια, εύκολα μπορούν να αποδομηθούν από τις παγκόσμιες και εν προκειμένω εθνικές έρευνες και στατιστικές που έχουν κατά καιρούς λάβει χώρα. Τέλος, έχουν μεν υιοθετηθεί δράσεις ΕΚΕ από πληθώρα επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν δημοσιευτεί, αλλά δεν έχουν καταστεί μέχρι στιγμής γνωστά στο ευρύ κοινό αρκετά παραδείγματα που να δείχνουν

¹⁰⁴ Βελέντζας Γιάννης – Μπρώνη Γεωργία, *Η ανταγωνιστική δραστηριότητα και η (αυτο)προστασία της*, 21^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικού Δικαίου, σελ. 343.

¹⁰⁵ <http://eclass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE305/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7%20-%20%CE%A3%CE%97%CE%9C%CE%95%CE%99%CE%A9%CE%A3%CE%95%CE%99%CE%A3.pdf>.

ξεκάθαρα και με σαφήνεια τα αποτελέσματα υιοθέτησης συγκεκριμένων μέτρων στο περιβάλλον, πόσο δηλαδή αυτό έχει βοηθηθεί και βελτιωθεί από τις δράσεις αυτές.

4. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Πράξη

4.1. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με πεδίο δράσης το Περιβάλλον

Τα μέσα που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις κατά την υιοθέτηση δράσεων ΕΚΕ είναι πολλαπλά και σε αυτά περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων: συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, τεχνικές οικολογικού σχεδιασμού, τεχνολογίες καθαρότερης παραγωγής, παρακολούθηση του κύκλου ζωής των προϊόντων κ.α. Τις τελευταίες δεκαετίες έχει ενταθεί το δημόσιο ενδιαφέρον σχετικά με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης, η οποία εκτός της εξισορρόπησης οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής ολοκλήρωσης προβάλλει ως βασική προτεραιότητα τη διατήρηση ενός υγιούς φυσικού περιβάλλοντος για τις μελλοντικές γενεές.

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, για να μπορέσει μια επιχείρηση να εφαρμόσει σωστά και με υπευθυνότητα πολιτικές και λογικές που ακούνε στην έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, θα πρέπει να ακολουθήσει κάποια βήματα τα οποία θα τη βοηθήσουν στο να προσεγγίσει στο μέγιστο βαθμό την έννοια, αλλά και τη σημασία της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας και επιπλέον μακροπρόθεσμα να επωφεληθεί από την επίτευξη των στόχων. Τα βασικότερα βήματα είναι τα εξής¹⁰⁶¹⁰⁷:

¹⁰⁶ Carroll, A., *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford, 2007, σελ. 19 - 47.

¹⁰⁷ Kotler P., *ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING, 2009, σελ. 11 -17.

1. Προσδιορισμός του σκοπού και του οράματος της επιχείρησης: Πέρα από την επιδίωξη πραγματοποίησης ή μεγιστοποίησης του κέρδους, η επιχείρηση θα πρέπει μέσα στους άμεσους στόχους και οραματισμούς της να ενσωματώσει λογικές ευνοϊκές προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον ευρύτερα. Για να μπορέσει μια υπεύθυνα κοινωνικά επιχείρηση να απολαμβάνει της εκτίμησης των εμπορικών συνεργατών της, την ύπαρξη καλών και ουσιαστικών ενδοεταιρικών σχέσεων με τους εργαζόμενους αλλά και την συνεχόμενη αποδοχή της τοπικής κοινωνίας η οποία θα αντιμετωπίζει την επιχείρηση ως υπηρεσία απορρόφησης του τοπικού ενεργού δυναμικού και όχι ως ένα εν δυνάμει ρυπογόνο περιβαλλοντικό παράγοντα, τότε θα πρέπει να αξιολογεί την σημαντικότητα των παραπάνω και να επιδιώκει την ικανοποίηση όλων των ενδιαφερόμενων μερών¹⁰⁸.

2. Ορισμός υπευθύνου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Ένα από τα στελέχη της επιχείρησης θα πρέπει να αναλάβει τον συντονισμό και τον έλεγχο των δράσεων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα στην επιχείρηση. Ο ρόλος του υπευθύνου είναι πολλαπλός και σημαντικός. Ο κύριος στόχος είναι να εμπλέξει και να μεταδώσει σε όλα τα τμήματα της επιχείρησης, όπως Ανθρωπίνου Δυναμικού, Πωλήσεων και Marketing, Δικαστικού, Επικοινωνίας, Ποιότητας, Υγιεινής, Ασφάλειας και περιβάλλοντος, την ιδέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και να συντονίζει τη δράση όλων των τμημάτων με οδηγό το συγκεκριμένο τομέα ευθύνης¹⁰⁹.

3. Καθορισμός προτεραιοτήτων: Η ένταξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις στρατηγικές μια επιχείρησης δεν συνεπάγεται ότι το σύνολό των δραστηριοτήτων πρέπει και μπορούν να εφαρμοστούν όλες μαζί. Ανάλογα με την συγκεκριμένη θέση της επιχείρησης ή του κλάδου στον οποίο είναι δραστηριοποιημένη θα πρέπει να θέτονται προτεραιότητες. Για παράδειγμα μια επιχείρηση η οποία δραστηριοποιείται σε χώρο που επιβαρύνει το τοπικό

¹⁰⁸ Carroll, A., *A history of corporate social responsibility: concepts and practices*, in *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford, 2007, σελ. 19 - 47.

¹⁰⁹ Kotler P., *ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING, 2009, σελ. 11 - 17.

περιβάλλον θα πρέπει να θέσει ως άμεση προτεραιότητα τα περιβαλλοντικά θέματα που θα προκύψουν. Οι προτεραιότητες τίθενται από ομάδες εργασίας που εντοπίζουν και αναλύουν τις επικίνδυνες περιοχές ή συμπεριφορές, που θα μπορούσαν να θέσουν σε κίνδυνο την καλή φήμη της επιχείρησης και προσδιορίζουν τις αρμοδιότητες και ευθύνες. Επίσης θα πρέπει να εξετάζονται και οι δυνατότητες που δίνονται από την εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης για καινοτομία, μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και υψηλότερη παραγωγικότητα. Θα πρέπει επομένως να σχηματίζεται ένας οδικός χάρτης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που θα περιλαμβάνει βραχυχρόνιες προτεραιότητες και μακροχρόνιους στόχους¹¹⁰.

4. Προσδιορισμός των ενδιαφερόμενων μερών: Αφορά όλους εκείνους που άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητες της επιχείρησης και που εντάσσονται κάτω από τον όρο «ενδιαφερόμενα μέρη». Οι βασικές ομάδες ενδιαφερόμενων μερών (εργαζόμενοι, κοινότητα, καταναλωτές, περιβάλλον, η ευρύτερη κοινωνία), για κάθε μία από αυτές θα πρέπει να σχεδιαστεί ένας χάρτης που να απεικονίζει τις σχέσεις που έχει η επιχείρηση μαζί της. Η κατά τακτά διαστήματα συζήτηση και διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί πραγματικά να βελτιώσει την φήμη της επιχείρησης με πολύ μικρό κόστος. Επιπλέον μέσα από τον διάλογο μπορεί να προκύψουν στόχοι αμοιβαίου συμφέροντος που στην συνέχεια μπορούν να εφαρμοστούν στις στρατηγικές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης¹¹¹.

5. Καθορισμός ενός προγράμματος επιχειρηματικής δραστηριότητας, που μπορεί να περιλαμβάνει πλήθος παρεμβάσεων και προδραστικών ενεργειών, όπως¹¹²:

➤ Η κλιματική αλλαγή

¹¹⁰ Kotler P., *ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING, 2009, σελ. 11 -17.

¹¹¹ Kotler P., *ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING, 2009, σελ. 11 -17.

¹¹² <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

Η κλιματική αλλαγή έχει αρχίσει να επηρεάζει όλες τις περιοχές του πλανήτη και όλους τους τομείς της κοινωνίας, απειλώντας την παγκόσμια ανάπτυξη και υπονομεύοντας τα θεμέλια της παγκόσμιας οικονομίας. Μπροστά σε αυτή την πραγματικότητα, η κινητοποίηση της παγκόσμιας κοινότητας είναι ολοένα εντεινόμενη στο πλαίσιο προβλεπτικών αλλά και κανονιστικών ρυθμίσεων που επιβάλλουν στις επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν και να διαχειρίζονται τους περιβαλλοντικούς τους κινδύνους με ακόμη πιο ενεργητικές πολιτικές. Ως αποτέλεσμα, ήδη αρκετές επιχειρήσεις έχουν θέσει συγκεκριμένους στόχους μείωσης των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και εργάζονται από κοινού με άλλες επιχειρήσεις και κυβερνήσεις, με στόχο τη βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων σε ετήσια βάση, επιλέγοντας να γίνουν μέρος της λύσης¹¹³.

➤ Η βιοποικιλότητα

Η κοινωνία βασίζεται στη βιοποικιλότητα για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που εξασφαλίζουν την ανθρώπινη ευημερία. Όλες οι επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθος, την τοποθεσία ή τον τομέα τους, εξαρτώνται από και έχουν άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στη βιοποικιλότητα και στα οικοσυστήματα μέσω της δραστηριότητάς τους, των επενδυτικών επιλογών τους ή μέσω των αλυσίδων εφοδιασμού. Είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις ίδιες τις επιχειρήσεις η συνεχής προσπάθεια για ενσωμάτωση πολιτικών διαχείρισης της βιοποικιλότητας και των οικοσυστημάτων στις καθημερινές πρακτικές λειτουργίας τους για διασφάλιση της βιωσιμότητάς τους και παράλληλα για συμμετοχή τους σε ένα αειφόρο μέλλον¹¹⁴.

➤ Η γεωργία και η αγροτοδιατροφή

Οι επιχειρήσεις αποτελούν βασικό εταίρο στην προσπάθεια σχεδιασμού και υλοποίησης αποτελεσματικών και πρακτικές λύσεις για την επισιτιστική ασφάλεια και τη βιώσιμη γεωργία. Ιδιαίτερα μέσω των αλυσίδων εφοδιασμού

¹¹³ <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

¹¹⁴ <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

της γεωργίας, οι επιχειρήσεις μπορούν να ηγηθούν της προσπάθειας συνεργαζόμενες αποδοτικά με γεωργούς, παραγωγούς, εμπόρους, επενδυτές και καταναλωτές για τη δημιουργία βιώσιμων συστημάτων τροφίμων που προωθούν την ασφάλεια των τροφίμων, την προστασία του περιβάλλοντος και τη διασφάλιση αξιοποίησης οικονομικών ευκαιριών¹¹⁵.

➤ Η βιώσιμη ενέργεια

Η πρόσβαση στην ηλεκτρική ενέργεια και στα διάφορα είδη καυσίμων (για οικιακή χρήση και μεταφορά) έχουν μεταμορφώσει τη ζωή στον πλανήτη κατά τα τελευταία χρόνια. Η πρόσβαση στην ενέργεια παρέχει τα μέσα για τη δημιουργία εισοδήματος, την παροχή και λήψη υπηρεσιών φροντίδας υγείας, τη βελτίωση της εκπαίδευσης, την προστασία του περιβάλλοντος, κ.α. Βασική επιδίωξη των επιχειρήσεων είναι τα τελευταία χρόνια, η βελτίωση της ενεργειακής αποδοτικότητας μέσω βελτιώσεων των διαδικασιών παραγωγής, μείωσης της κατανάλωσης πόρων και επαναχρησιμοποίηση απορριμμάτων. Επίσης, οι ανανεώσιμες πηγές ενέργειας μπορούν να παρέχουν ενέργεια χωρίς αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον δημιουργώντας παράλληλα συνθήκες τοπικής κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης αλλά και νέων ευκαιριών απασχόλησης¹¹⁶.

➤ Το νερό και οι αποχετεύσεις

Οι παγκόσμιες προκλήσεις που σχετίζονται με το νερό, όπως η λειψυδρία και η ρύπανση, έχουν ολοένα και περισσότερο αρνητικές επιπτώσεις για τις επιχειρήσεις. Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, οι εταιρείες πρέπει να αξιολογήσουν τις επιδόσεις τους ως προς την διαχείριση του νερού και των λεκανών απορροής στις οποίες δραστηριοποιούνται, προκειμένου να

¹¹⁵ <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

¹¹⁶ <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

συμβάλλουν ουσιαστικά στην αντιμετώπιση των προκλήσεων αυτών και τελικά να εξασφαλίσουν μακροπρόθεσμη παραμονή στη συγκεκριμένη περιοχή¹¹⁷.

6. Εφαρμογή – Παρακολούθηση εφαρμογής: Η παρακολούθηση της εφαρμογής απαιτεί τη συμμετοχή όλων των εργαζομένων. Όμως για λόγους ευκολίας η διαδικασία αρχίζει με μια ομάδα οδηγό που έχει οριστεί ότι έχει προτεραιότητα. Το πρώτο μέλημα της ομάδας είναι να διαμορφώνει, όπου είναι απαραίτητο, νέες πολιτικές και διαδικασίες και στη συνέχεια να τις κάνει πρακτική στο συγκεκριμένο τομέα. Η ομάδα θα πρέπει να αποτελείται από εργαζόμενους σε διάφορες ιεραρχικές θέσεις, συμπεριλαμβανομένων ατόμων που έχουν τη γενική στρατηγική άποψη της επιχείρησης. Ιδανικά, μια αξιολόγηση κάθε χρόνο βοηθά στην καλύτερη κατανόηση των περιστασιακών σχέσεων μεταξύ εφαρμοζόμενων πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και των πραγματοποιηθέντων αποτελεσμάτων¹¹⁸.

7. Επικοινωνία – Δημοσιοποίηση: Η δημοσιοποίηση των τρόπων με τους οποίους λειτουργεί μια επιχείρηση, στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, υποδεικνύει ότι έχει αναλάβει σοβαρά τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές της ευθύνες. Επικοινωνιακά η δημοσιοποίηση των καλών πρακτικών βελτιώνει τις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη, παρακινεί θετικά το προσωπικό και βελτιώνει την πρόσβαση σε νέες αγορές και επιχειρηματικές συνεργασίες. Η δημοσιοποίηση δεν πρέπει να περιλαμβάνει βαρύγδουπες λέξεις χωρίς κάποια ουσία στο περιεχόμενο, προκειμένου να υπάρξει προστιθέμενη αξία. Οι δημοσιοποιήσεις πρέπει να βασίζονται σε πραγματική δέσμευση για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και διάθεση για περαιτέρω βελτίωση των πεπραγμένων. Η δημοσιοποίηση των πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να πραγματοποιηθεί με τους παρακάτω τρόπους¹¹⁹¹²⁰:

¹¹⁷ <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

¹¹⁸ <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>.

¹¹⁹ Carroll, A., *A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford, 2007, σελ. 19 - 47.

¹²⁰ Kotler P., *ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING, 2009, σελ. 11 - 17.

- ✓ Κοινωνικός Απολογισμός.
- ✓ Θεματικός Απολογισμός.
- ✓ Κώδικας Δεοντολογίας.
- ✓ Πληροφόρηση μέσω Διαδικτύου.
- ✓ Διαβούλευση με διάφορους εμπλεκόμενους φορείς (stakeholder forum).
- ✓ Εσωτερική επικοινωνία.
- ✓ Πρότυπα και ετικέτες προϊόντων.
- ✓ Βραβεία και Εκδηλώσεις.
- ✓ Ενέργειες marketing συνδεδεμένες με κοινωνικό σκοπό.
- ✓ Δελτία τύπου μέσω του Διαδικτύου.

Με βάση τα ανωτέρω, συνάγεται ότι πέρα από την επιδίωξη πραγματοποίησης ή μεγιστοποίησης του κέρδους, η επιχείρηση θα πρέπει μέσα στους άμεσους στόχους και οραματισμούς της να ενσωματώσει λογικές ευνοϊκές προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον ευρύτερα. Για να μπορέσει μια υπεύθυνα κοινωνικά επιχείρηση να απολαμβάνει της εκτίμησης των εμπορικών συνεργατών της, την ύπαρξη καλών και ουσιαστικών ενδοεταιρικών σχέσεων με τους εργαζόμενους αλλά και την συνεχόμενη αποδοχή της τοπικής κοινωνίας η οποία θα αντιμετωπίζει την επιχείρηση ως υπηρεσία απορρόφησης του τοπικού ενεργού δυναμικού και όχι ως ένα εν δυνάμει ρυπογόνο περιβαλλοντικό παράγοντα, τότε θα πρέπει να αξιολογεί την σημαντικότητα των παραπάνω και να λαμβάνει υπόψη της όλα τα παραπάνω, το καθένα στο βαθμό που αναλογεί.

4.2. Συγκεκριμένα παραδείγματα δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα απευθυνόμενες στο Περιβάλλον

Λουκέτα, ανεργία, σκληρά μέτρα λιτότητας αποτελούν τις βασικές συνέπειες της κρίσης στην Ελλάδα, όμως παρουσιάζονται και ορισμένα καλά, όπως η ενασχόληση περισσότερων εταιρειών με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

(ΕΚΕ), έτσι ώστε να αντιμετωπίσουν εν μέρει τα προβλήματα και να αναπτυχθούν.

Πράγματι, όπως αναφέρουμε και παραπάνω, πέρα από την οικονομική ανάπτυξη που μπορεί να επιφέρει σε μια επιχείρηση και κατ' επέκταση τοπική κοινωνία η υιοθέτηση δράσεων ΕΚΕ, εφόσον αυτές αναληφθούν κατόπιν μελετημένων βημάτων και λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά παραγόντων από την επιχείρηση, η χώρα μας έχει κάνει πολλά βήματα στο κομμάτι αυτό όχι μόνο σε θεσμικό πλαίσιο αλλά και με την ίδρυση φορέων όπου στοχεύουν στην ενίσχυση της ΕΚΕ και την συνεργασία επιχειρήσεων που καταπιάνονται με αυτή, ενώ αξιόλογη είναι η ίδρυση του Ινστιτούτου Εταιρικής Ευθύνης (Corporate Responsibility Institute) που έχει αναλάβει σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community) την αποκλειστική εκπροσώπηση του CR Index στην Ελλάδα και την απονομή βραβείων σε επιχειρήσεις κάθε χρόνο όπως θα δούμε συγκεκριμένα παρακάτω.

Σύμφωνα με παλαιότερη έρευνα του Πανεπιστημίου Αθηνών, στην ιεράρχηση των τομέων εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ, κατά σειρά σημασίας, πρώτος τομέας είναι το ανθρώπινο δυναμικό, και αυτό γιατί οι διαπροσωπικές σχέσεις εργοδότη και εργαζομένων είναι στενές και ο εργοδότης θέλει να έχει το προσωπικό του ικανοποιημένο. Στη συνέχεια ακολουθούν η αγορά και το φυσικό περιβάλλον με ίδιο ποσοστό και τέλος έρχεται η κοινωνία, ως σημαντικός τομέας δράσης ΕΚΕ. Όσον αφορά τις δράσεις ΕΚΕ που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις, παρατηρείται από την ίδια έρευνα ότι το 22% εφαρμόζουν ήδη δράσεις σχετικές με την παροχή ίσων ευκαιριών σε όλους τους εργαζομένους που απασχολούν, ανεξάρτητα από φύλο, φυλή, θρησκεία κ.ά. Ακολουθούν οι δράσεις που σχετίζονται και πάλι με το ανθρώπινο δυναμικό, όπως η εκπαίδευση και οι πρόσθετες παροχές. Η μεν εκπαίδευση στόχο έχει την εξέλιξη των εργαζομένων στον τομέα εργασίας τους, οι δε πρόσθετες παροχές (ιατροφαρμακευτική κάλυψη, οικονομικές διευκολύνσεις προς τους

εργαζομένους) δίνονται για αποτελεσματικότερη κάλυψη των αναγκών των εργαζομένων¹²¹.

Πράγματι, την περίοδο της κρίσης, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του κράτους πρόνοιας και να συνεισφέρει καθοριστικά στην κοινωνική συνοχή. Μια επιχείρηση εκτός από την προσήλωση στον οικονομικό της ρόλο οφείλει να είναι και κοινωνικά υπεύθυνη και να φροντίζει για τη διατήρηση και τη διασφάλιση των φυσικών και ανθρωπίνων πόρων. Σχετικά με το ποιες είναι οι καλύτερες πρακτικές για την εφαρμογή της ΕΚΕ, την απάντηση δίνει το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, που έχει συγκεντρώσει παραδείγματα μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων που εφαρμόζουν κατάλληλες μεθόδους για μια αποτελεσματική ΕΚΕ¹²²¹²³.

Περαιτέρω, όπως κάθε χρόνο, έτσι και πέρσι, σε επίσημη εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 20 Ιουνίου 2017 στο Radisson Blu Park Hotel, βραβεύτηκαν οι 13 εταιρείες¹²⁴¹²⁵ που παρουσίασαν εξαιρετική επίδοση το

¹²¹ Τσακίρη Τόνια, *Εταιρίες με κοινωνική ευθύνη*, Το Βήμα (Οικονομία), δημ. 07-02-2014 (πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=564928>)

¹²² Τσακίρη Τόνια, *Εταιρίες με κοινωνική ευθύνη*, Το Βήμα (Οικονομία), δημ. 07-02-2014 (πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=564928>)

¹²³ Ενδεικτικά, ανάμεσα στις εταιρείες στην Ελλάδα που ασχολούνται ιδιαίτερα με την ΕΚΕ και μάλιστα βραβεύονται για αυτή την ενασχόληση είναι η Frigoglass. Η εταιρεία έλαβε διακρίσεις για τη στρατηγική βιώσιμης ανάπτυξης και ΕΚΕ. Για τρίτη συνεχή φορά, η εταιρεία διακρίθηκε στο πλαίσιο των Ελληνικών Βραβείων Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που οργανώνονται από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Επιχειρήσεων για το Περιβάλλον (ΠΑΣΕΠΠΕ). Η Frigoglass κατέλαβε τη 2η θέση στην κατηγορία «Προϊόν» για την EcoCantina, μια ολοκληρωμένη λύση η οποία είναι αποτέλεσμα της μακροχρόνιας επένδυσης στην καινοτομία με οικολογικό προσανατολισμό. Η EcoCantina έχει τη μορφή μικρής/λυόμενης καφετέριας και χρησιμοποιεί την ηλιακή ενέργεια για τη λειτουργία όχι μόνο των επαγγελματικών ψυγείων που στεγάζει αλλά και άλλων συσκευών, όπως τηλεόραση και φορτιστές κινητών τηλεφώνων. Παράλληλα, η Frigoglass αναγνωρίστηκε μεταξύ των καλύτερων εισηγμένων εταιρειών σε θέματα ΕΚΕ στα Βραβεία Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης THALES - CEO & CSR 2012, ενώ στο πλαίσιο του θεσμού «Bravo - Διάλογος για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη & Αξιολόγηση της Υπεύθυνης Επιχειρηματικότητας» η εταιρεία διακρίθηκε στην κατηγορία «Προσέγγιση Συμμετόχων».

¹²⁴ Φέτος στην Ελλάδα, και μετά από την κατάκτηση των δύο πρώτων βραβείων DIAMOND από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τον Όμιλο ΟΤΕ τις δύο προηγούμενες χρονιές, το Ινστιτούτο απένειμε το τρίτο DIAMOND, την κορυφαία διάκριση του θεσμού, στην Τράπεζα Πειραιώς. Ο Αυτοκινητόδρομος Αιγαίου και οι Αττικές Διαδρομές πήραν τη διάκριση CRI Pass που διεξάγεται για 3η συνεχή χρονιά από το Ινστιτούτο για τις εταιρείες που κάνουν τα πρώτα βήματα τους στην

2016, εφαρμόζοντας υπεύθυνες πρακτικές ΕΚΕ, σύμφωνα με τον CR Index, τον Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Ευθύνης και το CRI Pass¹²⁶, το πρώτο εργαλείο που "εισάγει" κυρίως τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον τομέα της Εταιρικής Ευθύνης. Όπως αναφέρεται, συγκεκριμένα, σε ανακοίνωση, για 9η συνεχή χρονιά, με συνέπεια και συνέχεια, το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης στηρίζει και επιβραβεύει την Εταιρική Υπευθυνότητα.

Ο Πρόεδρος του Δ.Σ. του Ινστιτούτου Εταιρικής Ευθύνης, κ. Δημήτρης Μαύρος, καλωσόρισε τους παρευρισκόμενους και στον χαιρετισμό του τόνισε: "Σήμερα το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης βράβευσε δεκατρείς εταιρείες με υψηλά περιβαλλοντικά, κοινωνικά και διακυβερνητικά πρότυπα. Πρόσφατες έρευνες αποδεικνύουν ότι το υπεύθυνο επιχειρείν είναι και προσοδοφόρο επιχειρείν. Οι εταιρικά υπεύθυνες επιχειρήσεις όχι μόνον τα πηγαίνουν καλύτερα όταν το οικονομικό κλίμα είναι ευνοϊκό, αλλά επειδή έχουν ενσωματώσει τους κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες στην καρδιά της επιχειρηματικής τους στρατηγικής, έχουν επίσης τη δυνατότητα να ανακάμπτουν γρηγορότερα από την κρίση. Αυτό είναι και το πραγματικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των υπεύθυνων επιχειρήσεων"¹²⁷.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Επίσης το Ινστιτούτο επιβράβευσε τις εταιρείες Εθνική Τράπεζα και ΔΕΠΑ ΑΕ για τη διαχρονική συμμετοχή τους και στήριξη στο θεσμό CR Index.

¹²⁵ Οι διακρίσεις ανά κατηγορία ήταν οι εξής: DIAMOND: Τράπεζα Πειραιώς, PLATINUM: Εθνική Τράπεζα, WIND Ελλάς, GOLD: Novartis Hellas, GENESIS Pharma, Pepsico, ΔΕΠΑ Α.Ε., Ελληνικός Χρυσός Α.Ε., Janssen, SILVER: MSD, BRONZE: Roche, ενώ τα βραβεία για με τη μεγαλύτερη πρόοδο σε σχέση με την περσινή αξιολόγηση: Best Progress PLATINUM Award: WIND Ελλάς, Best Progress GOLD Award: Janssen, Best progress SILVER Award: MSD, ενώ εν προκειμένω, Έπαινος για το ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ δόθηκε στην εταιρία ΔΕΠΑ.

¹²⁶ Το CRI Pass αποτελεί ένα διαγνωστικό εργαλείο που δίνει τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να γνωρίσουν βασικά ζητήματα που πρέπει να λαμβάνει υπόψη της μια υπεύθυνη επιχείρηση καθώς αποτυπώνει όλες τις πτυχές Εταιρικής Υπευθυνότητας. Πιο συγκεκριμένα το εργαλείο αξιολογεί τις επιδόσεις των επιχειρήσεων σε τέσσερις βασικούς πυλώνες: την κοινωνία, το περιβάλλον, τους εργαζόμενους και την αγορά και χωρίζεται σε τέσσερις ενότητες. Με την επιτυχή ολοκλήρωση της διαδικασίας, οι συμμετέχοντες λαμβάνουν το CRI Pass. Επιπλέον η συμμετοχή στο CRI Pass προετοιμάζει κατάλληλα όσες εταιρείες επιθυμούν να συμμετάσχουν στον απαιτητικό CR Index (Εθνικό Δείκτη Εταιρικής Υπευθυνότητας) και τα 5 επίπεδα διάκρισης (Silver, Bronze, Gold ,Platinum, Diamond).

¹²⁷ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=89>.

Κατά τη διάρκεια της Τελετής Βράβευσης, ο Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. του Ινστιτούτου Εταιρικής Ευθύνης, κ. Νίκος Αυλώνας, υπογράμμισε: "Τα τελευταία χρόνια παρά την οικονομική ύφεση υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον των επιχειρήσεων για την Εταιρική Υπευθυνότητα και το CRI Index είναι το πιο έγκυρο διαχρονικά εργαλείο αξιολόγησης με διεθνή κριτήρια για τις ώριμες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα" ενώ αναφέρθηκε στην πρόσφατη ετήσια έρευνα του CSE για τους Κοινωνικούς Απολογισμούς στην Ελλάδα, όπου διαπιστώθηκε σημαντική αύξηση 36% από το 2012 στην έκδοση απολογισμών¹²⁸.

Από τα ανωτέρω, γίνεται φανερό, και αποδεικνύεται ότι ακόμη και σε ελληνικό επίπεδο, όπως και σε παγκόσμιο όπως φάνηκε από τις ανωτέρω παρατιθέμενες έρευνες, οι εταιρίες που εφαρμόζουν δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης βγαίνουν κερδισμένες, και όχι μόνο αυτό αλλά η οικονομική τους ανάπτυξη δεν συνιστά τυχαίο γεγονός αλλά είναι αποτέλεσμα εφαρμογής δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, για τις οποίες επιβραβεύονται από το καταναλωτικό κοινό με την προτίμησή του.

Στην παραπάνω εκδήλωση που είναι ενδεικτική της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην Ελλάδα, υπάρχουν επιχειρήσεις που δεν βραβεύθηκαν στην εκδήλωση αυτή πρώτη φορά αλλά παραμένουν πιστοί σε δράσεις ΕΚΕ εδώ και πολλά χρόνια, ενώ μεταξύ των βραβευμένων επιχειρήσεων, υπήρξαν στην εκδήλωση αυτή και κάποιες οι οποίες ήταν «πρωτοεμφανιζόμενες» στην εκδήλωση, δημιουργώντας ένα θετικό κλίμα για τη χώρα μας και φέρνοντας ένα κύμα αισιοδοξίας για τους θιασώτες της ΕΚΕ.

Βάσει των ως άνω, ενδιαφέρον παρουσιάζει η διακρίβωση των δράσεων που έχουν αναλάβει επιχειρήσεις που βραβεύτηκαν ανωτέρω και που θα μπορούσαν αναλόγως να αναλάβουν κι άλλες επιχειρήσεις με ομοειδές

¹²⁸ <http://www.cri.org.gr/Contents.aspx?CatId=89>.

αντικείμενο δραστηριότητας, προκειμένου να καταστεί σαφής η έννοια της ΕΚΕ στην πράξη με συγκεκριμένα παραδείγματα.

Στο πλαίσιο αυτό, υπάρχουν σήμερα στη χώρα μας τραπεζικά ιδρύματα, όπου στηρίζουν την Πράσινη Επιχειρηματικότητα, κι έχουν δημιουργήσει προς τούτο μια σειρά πράσινων τραπεζικών προϊόντων και συμβουλευτικών υπηρεσιών, υποστηρίζοντας τους επενδυτές μέσω των εξειδικευμένων εργαζομένων (Συνεργάτες Αναπτυξιακών Προγραμμάτων)¹²⁹.

Με τα πράσινα προϊόντα των πιστωτικών ιδρυμάτων που εφαρμόζουν δράσεις ΕΚΕ ενισχύονται οικονομικά έργα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, εξοικονόμησης ενέργειας, πράσινων μεταφορών, εναλλακτικής διαχείρισης απορριμμάτων, αποβλήτων και νερού, καθώς και η βιολογική γεωργία, η πράσινη χημεία και ο οικότουρισμός-αγροτουρισμός. Έτσι επιτυγχάνεται έμμεσα η επίλυση πολλαπλών περιβαλλοντικών προβλημάτων, όπως αυτό της κλιματικής αλλαγής, της εξάντλησης των φυσικών πόρων, της ρύπανσης¹³⁰ των υδάτων και του εδάφους.

¹²⁹ Αναφορικά με την Τράπεζα Πειραιώς, που βραβεύθηκε στην παραπάνω εκδήλωση, από το 2004, για το συντονισμό του περιβαλλοντικού έργου της Τράπεζας λειτουργεί το Γραφείο Περιβαλλοντικών Θεμάτων, που το 2009 εξελίχθηκε σε Μονάδα Περιβάλλοντος. Την ίδια χρονιά, δημιουργήθηκε ο Τομέας Πράσινης Επιχειρηματικότητας που το 2013 μετονομάστηκε σε Περιβαλλοντική Τραπεζική και περιλαμβάνει, τις Εργασίες Περιβαλλοντικής Τραπεζικής ([Green Banking](#)), την ΕΤΒΑ ΒΙΠΕ και τα Αναπτυξιακά Προγράμματα. Στην πράσινη δομή του Ομίλου περιλαμβάνεται και το δίκτυο των καταστημάτων που διαθέτουν Συνεργάτες Green Banking σε όλη την Ελλάδα, για την υποστήριξη των πελατών σε θέματα πράσινης επιχειρηματικότητας. Από το 2010, ο Πρόεδρος του ΔΣ του Ομίλου έχει οριστεί ως υπεύθυνος για θέματα περιβάλλοντος στο Διοικητικό Συμβούλιο. Ενημέρωση του ΔΣ γίνεται σε τακτή βάση από το Γενικό Διευθυντή για την Περιβαλλοντική Τραπεζική (πηγή: <http://www.piraeusbankgroup.com/el/corporate-responsibility/environment/environmental-policy-principles/piraeus-groups-green-structure>).

¹³⁰ Αναφορικά με το ζήτημα της ρύπανσης και την ανάγκη μείωσης αυτής, πέραν της προφανούς περιβαλλοντικής διάστασης, συνεπάγεται και έμμεσα οφέλη. Με βάση τη μεθοδολογία του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Περιβάλλοντος "Revealing the costs of air pollution from industrial facilities in Europe. EEA Technical Report No.15/2011" (<http://www.eea.europa.eu/publications/cost-of-air-pollution>) στην περίπτωση του χαρτοφυλακίου ΑΠΕ της Τράπεζας Πειραιώς αυτά μεταφράζονται σε ετήσια βάση σε: Αποφυγή 16 πρόωρων θανάτων λόγω ρύπανσης, κέρδος 17.850 εργατοημερών (αποφεύγονται απουσίες από την εργασία λόγω ασθενειών που οφείλονται στη ρύπανση), το "εξωτερικό περιβαλλοντικό όφελος" ανέρχεται σε 105,8 εκατ. € ετησίως (34,6 εκατ. € λόγω μη έκθεσης σε "κλασικούς" ρύπους και 71,2 εκατ. € λόγω CO₂).

Τα ανωτέρω τραπεζικά ιδρύματα, αναγνωρίζοντας ότι οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης συνιστούν θεμελιώδη προϋπόθεση της υγιούς επιχειρηματικότητας, ενσωματώνουν περιβαλλοντικά κριτήρια στις επιχειρηματικές τους διαδικασίες και αναπτύσσουν στρατηγικές για τη διαρκή βελτίωση των περιβαλλοντικών της επιδόσεων, τη μείωση του περιβαλλοντικού τους αποτυπώματος, την ενίσχυση της πράσινης επιχειρηματικότητας, τη διαχείριση του περιβαλλοντικού-κλιματικού κινδύνου, καθώς και για την προστασία της βιοποικιλότητας, ώστε να συμβάλλουν στην αντιμετώπιση των μεγάλων κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων του πλανήτη.

Στο πλαίσιο της εφαρμογής δράσεων ΕΚΕ, παρακολουθούν και μετρούν τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις, θέτουν στόχους βελτίωσης, εφαρμόζουν και αξιολογούν δράσεις περιβαλλοντικής διαχείρισης & προστασίας του περιβάλλοντος, όπως προγράμματα εξοικονόμησης ενέργειας και νερού, διαχείρισης απορριμμάτων-ανακύκλωσης, μείωσης μετακινήσεων και προώθησης πράσινων προμηθειών. Επιπλέον, προσφέρουν τα τελευταία χρόνια ευρείες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής που συμβάλλουν ακόμη περισσότερο στην προστασία του περιβάλλοντος.

Κάποιες μάλιστα από αυτές, στο πλαίσιο ενίσχυσης της προστασίας του περιβάλλοντος, και επιδιώκοντας την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών αναφορικά με αυτό, παρέχουν δανειακά προϊόντα¹³¹ με προνομιακό επιτόκιο

¹³¹ Π.χ. Η Εθνική Τράπεζα προσφέρει μεταξύ άλλων το «Πράσινο Δάνειο», το οποίο προσφέρει χρηματοδότηση μέχρι και του 100% της αξίας των αγορών και των υπηρεσιών, ιδιαίτερα προνομιακό κυμαινόμενο επιτόκιο και μεγάλη διάρκεια αποπληρωμής και αφορά σε ενεργειακή αναβάθμιση της κατοικίας, με προϊόντα και υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον, (τοποθέτηση πράσινης στέγης, αντικατάσταση παλαιού λέβητα ή /και θερμοδοχείου νερού χρήσης (boiler), εγκατάσταση φυσικού αερίου, εφαρμογή θερμομόνωσης σε τοίχους και οροφές, αλλαγή κουφωμάτων και υαλοπινάκων, εγκατάσταση βιολογικού σταθμού επεξεργασίας λυμάτων, δημιουργία συλλεκτών βρόχινου νερού, τοποθέτηση θερμικών ηλιακών συστημάτων και ηλιακών θερμοσιφώνων, χρήση ηλεκτρικών συσκευών ενεργειακής απόδοσης A+, τοποθέτηση εναλλακτικών συστημάτων ψύξης (δροσισμός δαπέδου, fancoils) και συστημάτων σκίασης, εγκατάσταση συστημάτων γεωθερμίας, εγκατάσταση συστημάτων αιολικής ενέργειας, εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων) και αγορά καινούργιου υβριδικού αυτοκινήτου.

και λοιπά οφέλη, καθιστώντας τα θελκτικότερα σε σχέση με άλλα «κλασσικά» δανειακά προϊόντα.

Επίσης, πολλές άλλες εταιρίες, στον τομέα τη παραγωγής προϊόντων και όχι παροχής υπηρεσιών, όπως στα ανωτέρω αναφερόμενα παραδείγματα, αναγνωρίζοντας και οι ίδιες την ευθύνη που ο καθένας από εμάς έχει απέναντι στο περιβάλλον, η οποία ευθύνη μεταφράζεται σε χρέος απέναντι στην κοινωνία και τις μελλοντικές γενιές, δεδομένου ότι στο πλαίσιο της παραγωγής των προϊόντων που εμπορεύονται λειτουργούν εργοστάσια που σαφέστατα παράγουν κάποια απόβλητα ή ρύπους ή επειδή παράγουν προϊόντα καλλυντικά και φαρμακευτικά, έχουν λάβει χώρα στο παρελθόν δοκιμές σε ζώα. Στο πλαίσιο λοιπόν δράσεων ΕΚΕ και προσπάθειας προστασίας του περιβάλλοντος, εφαρμόζουν τα τελευταία χρόνια μια υπεύθυνη πολιτική σε θέματα περιβάλλοντος με στόχους την υπεύθυνη διαχείριση των αποβλήτων που προκύπτουν από τη λειτουργία τους, το σεβασμό στους φυσικούς πόρους, την εξοικονόμηση ενέργειας και τη συμβολή τους στη διάδοση και υιοθέτηση φιλικής προς το περιβάλλον συμπεριφοράς μέσα από τα ίδια τα προϊόντα τους που μπορεί λόγω χάριν να είναι φυτικής προέλευσης αντί ζωικής που επέλεγαν παλαιότερα να είναι, μεριμνούν για την ασφαλή διαχείριση των ληγμένων ή αλλοιωμένων σκευασμάτων και των υλικών συσκευασίας, υλοποιούν προγράμματα ανακύκλωσης υλικών, όπως ανακύκλωση χαρτιού, αλουμινίου, απαξιωμένων ηλεκτρονικών και ηλεκτρικών συσκευών, αλλά και συλλογής και επαναχρησιμοποίησης μελανοδοχείων και ελέγχουν συστηματικά την κατανάλωση ενέργειας και νερού προκειμένου να εφαρμόζουν πρακτικές για τον περιορισμό τους.

Συμπεράσματα

Συμπερασματικά, Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη φαίνεται να κερδίζει έδαφος ολοένα και περισσότερο στην Ελλάδα αλλά και σε όλο τον κόσμο. Γίνεται πλέον απαραίτητη η εφαρμογή της από όλες τις επιχειρήσεις και δίνει

μια νέα διάσταση στην μελλοντική ανάπτυξή τους. Μεγάλες Πολυεθνικές Εταιρίες όπως αντιλήφθηκαν νωρίς τα οφέλη της υιοθέτησης της ΕΚΕ και την ανάδειξή της σε μέσω έκφρασης των αξιών, της μεθοδολογίας και των στόχων τους. Αντιλήφθηκαν πως μέσα από μια σωστή πολιτική ΕΚΕ θα πετύχαιναν διπλά αποτελέσματα. Προβολή υπεύθυνου, κοινωνικού χαρακτήρα άρα αποδοχή από το κοινωνικό σύνολο και ευνοϊκότερη αντιμετώπιση αλλά και θετική επίδραση τόσο στην παραγωγικότητα όσο και την οργάνωση τους. Για τον λόγο αυτό ανάθεσαν σε εξειδικευμένα άτομα με κατάλληλες γνώσεις και εμπειρία εξολοκλήρου την διαχείριση ενός τόσο λεπτού θέματος. Η καταστροφική επίπτωση των λειτουργιών των επιχειρήσεων στο περιβάλλον με αποτέλεσμα τον αφανισμό εκατοντάδων χιλιάδων ανθρώπων δεν αφήνουν πλέον κανένα περιθώριο σε καμία εταιρία να αγνοεί την εταιρική κοινωνική της ευθύνη.

Δεν είναι λοιπόν μόνο πολιτική δημοσίων σχέσεων και απόκτησης προτερημάτων σε σχέση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις η αναγνώριση από μία εταιρεία της κοινωνικής της ευθύνης αλλά ούτε αποτελεί μόνο εσωτερική υπόθεση του κάθε κράτους. Έχει ξεπεράσει τα όρια των κρατικών συνόρων και αποτελεί παγκόσμια ευθύνη. Βέβαια οι περισσότερες εταιρίες δεν βλέπουν τόσο μακροπρόθεσμα. Αναλαμβάνουν την ΕΚΕ τους για λόγους απόκτησης φήμης και κοινής αποδοχής, αλλά αυτά είναι μεμονωμένα παραδείγματα.

Όπως, λοιπόν, αναφέρθηκε και παραπάνω, έχει αποδειχθεί ότι μέσα από μετρήσεις από κοινωνικούς δείκτες ότι η εικόνα, η φήμη και κατά συνέπεια η επιτυχία των επιχειρήσεων εξαρτάται από την συμπεριφορά τους απέναντι στους καταναλωτές, τους εργαζομένους, τις τοπικές αρχές, το περιβάλλον και την κοινωνία γενικά. Ο ρόλος όμως και του κράτους για την επιτυχή διάδοση της ΕΚΕ και της πολιτικής της κρίνεται αναγκαίος.

Στην Ελλάδα, συνυπολογιζόμενη της οικονομικής κρίσης που αντικειμενικά έχει πλήξει και συνεχίζει να πλήττει την επιχειρηματική δραστηριότητα, έχουν γίνει αξιόλογες προσπάθειες, οι οποίες δημιουργούν

κατάλληλες συνθήκες για πολλαπλασιασμό τους στο μέλλον, καθώς και αισιόδοξο κλίμα σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Το κράτος φυσικά δεν είναι παράταιρο και εκτός όλου αυτού, παρά τη μη άμεση εμπλοκή του αλλά δέον όπως στο άμεσο μέλλον ληφθούν περισσότερα και καταλληλότερα θεσμικά μέτρα προς γνωστοποίηση της ΕΚΕ στο σύνολο της κοινωνίας και ενίσχυση ανάληψης σχετικών πρωτοβουλιών από άπασες τις επιχειρήσεις. Κράτος, ιδιωτικές επιχειρήσεις και κοινωνική ευθύνη θα πρέπει να αποτελέσουν συνδεδεμένες έννοιες ώστε να αναδειχθεί ο κοινωνικός χαρακτήρας ενός τρόπου συνεισφοράς των επιχειρήσεων στην αειφόρο ανάπτυξη της κοινωνίας.

Με λίγα λόγια, η λύση είναι η συνεργασία όλων. Δεν είναι δυνατόν να προσδοκούμε αποκλειστικά από το κράτος να πράξει, αυτό που και μόνοι μας μπορούμε εν μέρει να επιτύχουμε. Γι' αυτό και πολλές επιχειρήσεις αναπτύσσουν από μόνες τους ένα επιχειρηματικό προφίλ φιλικό προς το περιβάλλον, με την αντίστοιχη στρατηγική, ενώ επίσης αυξάνονται ολοένα οι μη κερδοσκοπικές και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις, που έχουν ως κύρια δραστηριότητα τη γνωστοποίηση θεμάτων που αφορούν οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα στα πλαίσια της ΕΚΕ σε όλα τα αντισυμβαλλόμενα μέρη των επιχειρήσεων.

Ενδεικτικά, οι δράσεις ΕΚΕ που μπορεί μια επιχείρηση να αναλάβει αναφορικά με το περιβάλλον είναι η προσφορά μέρους από τα κέρδη της για περιβαλλοντολογικό σκοπό ή για διοργάνωση εκδήλωσης προς ευαισθητοποίηση του κόσμου αναφορικά με το περιβάλλον, η προσφορά μέρους από την πώληση κάποιου προϊόντος σε περιβαλλοντικό σκοπό, η χρηματοδότηση υπό τη μορφή χορηγίας μορφωμάτων και φορέων (μη κερδοσκοπικών και μη κερδοσκοπικών οργανώσεων) που έχουν ως στόχο τη βελτίωση του περιβάλλοντος, η εθελοντική ανάληψη δράσεων περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος από τους ίδιους τους εργαζομένους της επιχείρησης με παράλληλη πρόσκληση του κοινού προς συμμετοχή και σύμπραξη στη δράση

αυτή, η περιβαλλοντική επιμόρφωση των εργαζομένων της επιχείρησης, η χρήση αποκλειστικά ανακυκλώσιμων υλικών εντός της ίδιας επιχείρησης από το ίδιο το προσωπικό της και η προσπάθεια εξοικονόμησης ενέργειας εντός αυτής από το ίδιο το προσωπικό της.

Πράγματι, πολλές επιχειρήσεις ακόμη και σε ελληνικό επίπεδο, εφαρμόζουν εν τοις πράγμασι πολλές από τις ως άνω μεθόδους. Οι πιο γνωστές επιχειρήσεις, που μπορούν να εισφέρουν ενδεικτικά παραδείγματα είναι τα τραπεζικά ιδρύματα, τα οποία προσφέρουν «πράσινα δανειακά προϊόντα», οι εταιρίες τηλεπικοινωνιών που αποστέλλουν τους λογαριασμούς σε ηλεκτρονική μορφή πλέον στους συνδρομητές τους, κι όχι σε έκχαρτη μορφή μέσω ταχυδρομείου, καθώς και εν γένει όλες οι εταιρίες που παρέχουν προϊόντα, των οποίων η συσκευασίες αποτελούνται από πλαστικό, έχουν μειώσει την ποσότητα του πλαστικού στις συσκευασίες των προϊόντων που εμπορεύονται.

Με βάση όλα τα παραπάνω, η εταιρική κοινωνική ευθύνη δεν περιορίζεται στη συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία, που είναι απαραίτητη για τη νόμιμη λειτουργία μιας επιχείρησης, αλλά προχωρά ένα βήμα παρακάτω. Δεν είναι απλή φιλανθρωπία και δημόσιες σχέσεις, ούτε είναι στρατηγική αντίθετη με τον κύριο επιχειρηματικό σκοπό που είναι η παραγωγή κέρδους, ούτε μια θεωρητική ιδέα. Είναι μια συγκεκριμένη στρατηγική με πράξεις, είναι μια επένδυση εκ μέρους της επιχείρησης που σαφώς και οδηγεί στην επαύξηση του κέρδους, μέσα από την αποδοχή που η επιχείρηση αυτή θα λάβει από το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της.

Για το λόγο αυτό και δεν μπορεί να «εκβιαστεί», δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο νομοθετικής επιβολής για το σύνολο των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων, πέρα από την ήδη επιβεβλημένη νομοθεσία για την προστασία του περιβάλλοντος που ήδη υπάρχει και εφαρμόζεται. Επειδή εντούτοις, ένα μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων, λόγω της φύσης της δραστηριότητάς τους ή του ευρύ κύκλου δραστηριοποίησής τους,

έχουν μεγάλη επίδραση στο περιβάλλον, θα πρέπει λοιπόν να θεσπιστεί από το κράτος υποχρέωση υιοθέτησης δράσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για τις εταιρίες αυτές, οριζόμενων συγκεκριμένα των κριτηρίων για τις εταιρίες που θα εντάσσονται στο νομοθετικό αυτό πλαίσιο και θα διέπονται από τη συγκεκριμένη υποχρέωση, μιας και πέραν της επίδρασης που η λειτουργία τους έχει στο περιβάλλον, οι ίδιες μέσω της φήμης τους μπορούν να αποτελέσουν πρότυπο για άλλες λιγότερο γνωστές και μικρότερες επιχειρήσεις.

Συνελόντι ειπείν, ο τρόπος με τον οποίο μοιράζεται μια εταιρία τα κέρδη της με την κοινωνία είναι ένα από τα μυστικά για την επιτυχία της. Όπως καταδείχθηκε παραπάνω, η υιοθέτηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης επιβραβεύεται από τον κύκλο των ενδιαφερομένων μερών, τόσο παγκοσμίως, σύμφωνα με έρευνες που παρατέθηκαν όσο και σε εγχώριο επίπεδο, σύμφωνα με τα στοιχεία που επίσης παρατέθηκαν ανωτέρω, αποτελώντας μάλιστα μέχρι στιγμής οικειοθελή απόφαση της επιχείρησης. Αυτό φυσικά δεν σημαίνει, ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί έναν άλλο –σύγχρονο θα μπορούσαμε να πούμε- δρόμο ώστε να φτάσουν οι επιχειρήσεις στον διαχρονικό σκοπό τους, το κέρδος. Δεν θα πρέπει δηλαδή το κέρδος να είναι ο αυτοσκοπός και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το μέσο που θα επιστρατεύσει η επιχείρηση για να φτάσει εκεί. Αντιθέτως, αυτό που η παρούσα εργασία θέλει να καταδείξει, είναι ότι ο σκοπός πρέπει να είναι η περιβαλλοντική ευαισθησία. Η υιοθέτηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τους διευθύνοντες τις επιχειρήσεις θα πρέπει να διέπεται από περιβαλλοντική ευαισθησία και όλη την ιδεολογία που αυτό εμπερικλείει, ο σκοπός να είναι η προστασία του περιβάλλοντος, και τότε, όπως έχουν δείξει τα μέχρι τώρα στοιχεία, έρχεται και η κερδοφορία, σαν επιστέγασμα ή μάλλον επιβράβευση όλης αυτής της προσπάθειας εκ μέρους των επιχειρήσεων. Ένα ενδεικτικότατο παράδειγμα¹³² που επιβεβαιώνει τα ανωτέρω, είναι αυτό ενός παγκοσμίου φήμης κολοσσού που χαίρει τεράστιας δημοφιλίας ανά τον κόσμο, που συνιστά, συγκεκριμένα πολυεθνική εταιρεία

¹³² Νικολαΐδης Ηλίας, *Μπορεί η εταιρική κοινωνική ευθύνη να σώσει τον κόσμο;* Δημ. Το ΒΗΜΑ 05-05-2015 (Πηγή: <http://www.tovima.gr/vimagazino/views/article/?aid=700627>).

τεχνολογίας, που σχεδιάζει, αναπτύσσει και πωλεί καταναλωτικά ηλεκτρονικά είδη, λογισμικό, online υπηρεσίες και υπολογιστές. Σε ετήσια συνάντηση πριν μερικά χρόνια μεταξύ διευθυνόντων της εταιρίας αυτής και υποψήφιων μετόχων – επενδυτών, ο τότε διευθύνων σύμβουλος της εταιρίας αυτής, βρισκόταν εκεί προκειμένου να εξηγήσει το όραμά του για την μελλοντική πορεία και στρατηγική της εταιρίας φτάνοντας μετά από ένα σημείο να εξηγήει την άποψή του για την κοινωνική ευθύνη της επιχείρησης. Τότε, μια μερίδα των επενδυτών, απαίτησε από την εταιρία να τους κοινοποιήσει το κόστος των προγραμμάτων αειφόρου ανάπτυξης και ζήτησαν τα στοιχεία σχετικά με τη συμμετοχή της εταιρίας αυτής «σε συγκεκριμένες ενώσεις και οργανισμούς που προάγουν την άμορφη ιδέα της περιβαλλοντικής αειφορίας» να είναι περισσότερο διάφανα. Εμφανώς ενοχλημένος ο τότε διευθύνων σύμβουλος της εταιρίας αυτής είπε αυτολεξεί τα εξής σημαντικά λόγια: «Όταν μιλώ για ανθρώπινα δικαιώματα, δεν σκέφτομαι την απόδοση της επένδυσης. Δεν βλέπω την περιβαλλοντική υπευθυνότητα με όρους επιστροφής επί της επένδυσης» καταλήγοντας να παροτρύνει όσους αμφιβάλλουν να αποχωρήσουν από αυτή τη μετοχική σύνθεση. Η απάντηση και η στάση αυτή, επικροτήθηκε από μεγάλη μερίδα του επιχειρηματικού κόσμου, επιβεβαιώνοντας κάτι που πολλές εταιρίες ίσως δεν έχουν ακόμη μέχρι σήμερα κατανοήσει: Ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι ένα σύγχρονο εργαλείο στα χέρια των επιχειρήσεων για την επίτευξη ολοένα και περισσότερου κέρδους, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι ιδέα, που συνίσταται στον τρόπο αντίληψης του κόσμου και αποτυπώνεται στη χάραξη της επιχειρηματικής πολιτικής και στρατηγικής.

Βιβλιογραφία

- Carroll, A., *A history of corporate social responsibility: concepts and practices, in The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, eds A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon & D. Siegel, Oxford University Press, Oxford, 2007

- Clarkson, M., *“A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Social Corporate Responsibility”*, Academy of Management Review, 1995
- Davis K., *“Can Business afford to ignore its social responsibilities”*, California Management Review, 1960.
- Eells, R. and Walton, C., *“Conceptual Foundations of Business”*, Richard D. Irwin Inc., Homewood Illinois, 1961
- Hopkins M. *The Planetary Bargain – CSR Matters*. Earthscan: London (2003).
- Jackson, I. & Nelson, J., *“Values – Driven Performance: Seven Strategies for Delivering Profits with Principles”*, Ivey Business Journal, 2004
- Kotler P., *εταιρική κοινωνική ευθύνη «Πώς να προσφέρετε το καλύτερο δυνατό στην εταιρεία και στο σκοπό της επιλογής σας»*, Εκδόσεις ECONOMIA PUBLISHING, 2009.
- Nowak M., *“historical definitions of CSR”*, Corporate Social Responsibility: A definition, 62(1), 2006
- Werther, W.B. & Chandler, D.B., *“Strategic Corporate Social Responsibility– Stakeholders in a Global Society”*, Sage Publications, California, 2006
- Wood, D.J., *“Corporate Social Responsiveness Revisited”*, Academy of Management Review, 1991
- Βελέντζας Γιάννης – Μπρώνη Γεωργία, *Η ανταγωνιστική δραστηριότητα και η (αυτό)προστασία της*, 21^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικού Δικαίου, σ.343
- Γαλάνης, Γ., *“Η Εικόνα των Επιχειρήσεων και η Σχέση της με την Έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης”*, Το Βήμα της ΕΚΕ, 2007, (βλ. http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1333)

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Πράσινο Βιβλίο – Προώθηση ενός ευρωπαϊκού πλαισίου για την εταιρική κοινωνική ευθύνη», Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, COM (2001) 366 Τελικό, 18.07.2001, Βρυξέλλες
- Θανόπουλος, Ν.Γ., «Επιχειρηματική Ηθική & Δεοντολογία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2003.
- Κοτσίρης Λ., *Ευρωπαϊκό Εμπορικό Δίκαιο*, Σάκκουλας, 2012

Αρθρογραφία

- CRI: Ποιες εταιρείες διακρίθηκαν για την εταιρική υπευθυνότητα, δημ. 28-06-2017 (Πηγή: <http://www.capital.gr/etairiki-euthuni-cri/3221214/cri-poes-etaireies-diakrithikan-gia-tin-etairiki-upeuthunotita>)
- Nielsen: Προτίμηση των καταναλωτών στις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες, Δημ. Την 27-06-2014 στην ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (κατηγορία: Οικονομία). (πηγή: <http://www.kathimerini.gr/773762/article/oikonomia/epixeirhseis/nielsen-protimhsh-twn-katanalwtwn-stis-koinwnika-ypey8ynes-etaireies>)
- Βουτυράκης Μανώλης, *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη – Πρόγραμμα Προστασίας Περιβάλλοντος από Εταιρίες*, www.oikopress.gr
- Μπρώνη Γεωργία, *Περί εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*, 810 – 819, ΕΤΡΑΧρΔ 3/2009
- Νικολαΐδης Ηλίας, *Μπορεί η εταιρική κοινωνική ευθύνη να σώσει τον κόσμο;* Δημ. Το ΒΗΜΑ 05-05-2015 (Πηγή: <http://www.tovima.gr/vimagazino/views/article/?aid=700627>)
- Τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ΤΟ ΒΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Δημ. 21-02-2010 (Πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/finance-news/article/?aid=316424>)
- Τσακίρη Τόνια, *Εταιρίες με κοινωνική ευθύνη*, Το ΒΗΜΑ (www.tovima.gr)
- Τσακίρη Τόνια, *Εταιρίες με κοινωνική ευθύνη*, Το Βήμα (Οικονομία), δημ. 07-02-2014 (πηγή: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=564928>)

- Τσαντίλας Πέτρος, *Η νομική οριοθέτηση της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης*, 289 – 295, ΔΕΕ 3/2005 (Έτος 11^ο)

Σύνδεσμοι

- http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1333
- <http://eclass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE305/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%95%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7%20-%CE%20%CE%A3%CE%97%CE%9C%CE%95%CE%99%CE%A9%CE%A3%CE%95%CE%99%CE%A3.pdf>
- http://www.eben.gr/wp-content/uploads/2013/10/Antonia_markogiannopoulou.pdf
- <http://www.genesispharma.com/default.aspx?lang=el-GR&page=39>
- http://www.logiosermis.net/2016/06/blog-post_102.html#.WpW39qjFLIU
- <http://www.msdl.gr/corporate-responsibility/>
- <http://www.opengov.gr/ypoian/?p=5184>
- <http://www.piraeusbankgroup.com/el/corporate-responsibility/environment/environmental-policy-principles/environmental-policy>
- <https://el.wikipedia.org>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%B5%CF%85%CE%B8%CF%8D%CE%BD%CE%B7>
- <https://impossible.works/opinion-works/csr-kpmg>
- https://www.academia.edu/3734324/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD_and_%CE%B7%CE%B8%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%B1%CF%84%CE%AD%CF%82%CE%AE%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%8C%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B5%CF%82
- <https://www.csrhellas.net/network/themata-eke/perivallon/>
- <https://www.nbg.gr/>

- www.bsr.org
- www.csreurope.org
- www.csrhellas.org
- www.europa.eu.int
- www.iblf.org
- www.unglobalcompact.org