

# Διεξαγωγή Έρευνας Σχετικά με την Εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στις Ελληνικές Εισηγμένες Επιχειρήσεις

Παπαγεωργίου Μιχαήλ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Ν. ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ



Περίληψη.....	04
Πίνακας σχημάτων .....	05
Εισαγωγή .....	07
1. Ηθική και εταιρική κοινωνική ευθύνη .....	08
1.1 Η επιχειρησιακή ηθική.....	08
1.1.1 Marketing και ηθική.....	09
1.1.2 Ο αντίλογος.....	10
1.2 Ο ορισμός της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	11
1.2.1 Χαρακτηριστικά της εταιρικής ευθύνης.....	14
1.2.2 Οι διαστάσεις της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	14
1.3 Ιστορική αναδρομή.....	18
1.4 Επιστημονική εξέλιξη.....	22
1.4.1 Η θεωρία των μετόχων.....	22
1.4.2 Η θεωρία των εμπλεκόμενων μερών .....	24
1.4.3 Η σύνθεση των δυο θεωριών.....	25
1.5 Οφέλη από την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	26
2. Μέτρηση και δημόσια αναφορά της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	34
2.1 Πρότυπα μέτρησης της Εταιρικής Ευθύνης.....	34
2.1.1 Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς (G.R.I.).....	35
2.1.2 AccountAbility1000 (AA1000).....	39
2.1.3 European Foundation for Quality Management (EFQM). 41	
2.1.4 Balanced Scorecard(BSC).....	43
2.1.5 Organisation for Economic Co-operation and development.....	45
2.1.6 International Organisation for Standardisation 26000 (ISO2600).....	48
2.1.7 Social Accountability 8000(SA8000).....	49
2.1.8 Σύγκριση των προτύπων μέτρησης.....	51
2.2 Τρόποι δημοσιοποίησης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.....	54
2.2.1 Δελτία τύπου.....	54
2.2.2 Θεματικοί απολογισμοί.....	54

2.2.3 Εκδηλώσεις.....	54
2.2.4 Ενημέρωση μέσω διαδικτύου.....	54
2.2.5 Κοινωνικοί απολογισμοί .....	54
2.2.5.1 Ιστορική αναδρομή.....	55
2.2.5.2 Οφέλη από την έκδοση ετήσιων αναφορών.....	56
3. Υλοποίηση της εταιρικής ευθύνης.....	58
3.1 Οι επιχειρήσεις της έρευνας.....	58
3.2 Η μεθοδολογία της έρευνας.....	60
3.2.1 Διαδικτυακή έρευνα.....	60
3.2.2 Ερωτηματολόγιο.....	61
3.3 Τα αποτελέσματα της έρευνας.....	63
3.3.1 Διαδικτυακή έρευνα.....	63
3.3.2 Ερωτηματολόγιο.....	79
4. Σχόλια, παρατηρήσεις και συμπεράσματα .....	105
4.1 Συμπεράσματα.....	108
Παράρτημα Α (Κατάλογος εταιριών) .....	112
Παράρτημα Β (Ερωτηματολόγιο) .....	123
Βιβλιογραφία .....	134

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία καταπιάνεται με το ζήτημα της εταιρικής ευθύνης και πως αυτή βρίσκει εφαρμογή στις ελληνικές επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα διερευνάται η στρατηγική των εταιριών στο ζήτημα της εταιρικής υπευθυνότητας και οι τρόποι μέτρησης και δημόσιας αναφοράς της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής τους επίδοσης.

Ειδικότερα, το πρώτο κεφάλαιο καταπιάνεται με το ζήτημα της ηθικής και της εταιρικής ευθύνης σε θεωρητικό επίπεδο. Αναλύονται τα χαρακτηριστικά της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η επιστημονική της εξέλιξη, τα οφέλη από την εφαρμογή της και γίνεται ιστορική αναδρομή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους τρόπους μέτρησης και δημοσιοποίησης της κοινωνικής επίδοσης των εταιριών. Πιο συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στα πρότυπα μέτρησης της εταιρικής υπευθυνότητας καθώς και στους τρόπους δημοσιοποίησης των επιδόσεων.

Στο τελευταίο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα γίνεται ανάλυση στη μεθοδολογία της έρευνας, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της και γίνεται σχολιασμός τους.

## Πίνακας Σχημάτων

Αριθμός Σχήματος	Όνομα Σχήματος	Κεφάλαιο	Σελίδα
Σχήμα 1	Οφέλη από την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε.	1	26
Σχήμα 2	«Υποκινητές» και αποτελέσματα	2	40
Σχήμα 3	Οι κινητήρες για την παραγωγή γνώσεις κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης	2	41
Σχήμα 4	Επιμέρους ζητήματα που καλύπτουν τα πρότυπα	2	
Σχήμα 5	Επιμέρους ζητήματα που καλύπτουν τα πρότυπα	2	
Σχήμα 6	Κατανομή ανά κλάδο	3	55
Σχήμα 7	Αναφορά στην Ε.Κ.Ε. στην ιστοσελίδα	3	59
Σχήμα 8	Αναφορά Ε.Κ.Ε. στον ετήσιο απολογισμό	3	60
Σχήμα 9	Έκδοση ετήσιας αναφοράς Ε.Κ.Ε.	3	60
Σχήμα 10	Συνέπεια στην έκδοση απολογισμών	3	61
Σχήμα 11	Πρότυπα μέτρησης	3	62
Σχήμα 12	Ύπαρξη κώδικα δεοντολογίας	3	66
Σχήμα 13	Ύπαρξη μηχανισμού παρακολούθησης για την εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας	3	67
Σχήμα 14	Έχει η εταιρία υποστηρίξει εθελοντικές πρωτοβουλίες;	3	68
Σχήμα 15	Έκδοση ετήσιου απολογισμού Ε.Κ.Ε.	3	73
Σχήμα 16	Λαμβάνει υπόψη η εταιρία σας ζητήματα ΕΚΕ ως κριτήρια για την αξιολόγηση των προμηθευτών;	3	76
Σχήμα 17	Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα από την τοπική κοινότητα;	3	79

<b>Σχήμα 18</b>	<b>Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες;</b>	<b>3</b>	<b>80</b>
-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	-----------

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία έχει σαν θέμα το ζήτημα την εταιρικής ευθύνης και στόχος της είναι η διερεύνηση του τρόπου εφαρμογής της από τις ελληνικές επιχειρήσεις και του τρόπου μετρήσεις και δημοσίευσης των επιδόσεων τους.

Πιο συγκεκριμένα στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην επιχειρησιακή ηθική. Αναλύεται η έννοια της εταιρικής ευθύνης, τα χαρακτηριστικά και οι διαστάσεις της. Επίσης γίνεται ιστορική αναδρομή και αναφορά στην επιστημονική της προσέγγιση και εξέλιξη. Τέλος παρουσιάζονται τα οφέλη από την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής ευθύνης.

Το δεύτερο κεφάλαιο καταπιάνεται με την μέτρηση και τη δημόσια αναφορά της επίδοσης των εταιριών σχετικά με την εταιρική ευθύνη. Γίνεται παρουσίαση των τρόπων δημοσίευσης της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης καθώς και των προτύπων μέτρησης της (GRI, AA1000, EFQM, BSC, OECD, ISO26000, SA8000).

Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση της έρευνας και των αποτελεσμάτων της. Αρχικά αναλύεται η μεθοδολογία της, έπειτα γίνεται η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της και στο τέλος γίνεται σχολιασμός τους.

## **1. Ηθική και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη**

Τα τελευταία χρόνια γίνεται όλο και πιο κατανοητό από τον επιχειρηματικό κόσμο ότι οι εταιρίες, αν θέλουν να έχουν μια επιτυχημένη και μακροχρόνια πορεία, πέρα από την κάλυψη της ζήτησης στην αγορά, την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών και τη δημιουργία κέρδους πρέπει να είναι κοινωνικά υπεύθυνες και να έχουν ως στόχο την βιώσιμη ανάπτυξη. Ιδιαίτερα οι νέες προκλήσεις στις οποίες καλούνται να ανταπεξέλθουν όπως η παγκοσμιοποίηση, η οικονομική κρίση αλλά και οι προβληματισμοί σχετικά με κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα έχουν αλλάξει το ρόλο και τη στρατηγική των επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου οι οργανισμοί πλέον όλο και περισσότερο προσπαθούν να ισορροπήσουν τις οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές διαστάσεις της λειτουργίας τους.

### **1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΗΘΙΚΗ**

Η ηθική σαν έννοια περιγράφει αρχές και κώδικες που επικρατούν σε μια κοινωνία και βάσει των οποίων καθορίζονται ποιες πράξεις θεωρούνται ορθές και ποιες αποδεκτές. Η επιχειρησιακή ηθική είναι η εφαρμοσμένη ηθική που σχετίζεται με εμπορικές δραστηριότητες. Η επιχειρησιακή ηθική έχει να κάνει με την πολιτική και τις πράξεις μιας εταιρίας, έτσι ώστε πέρα από το κέρδος να προάγεται και το κοινωνικό συμφέρον. (Goel και Ramanathan, 2014)

Η ηθική η οποία θα πρέπει να διέπει τις λειτουργίες μιας επιχείρησης και θα πρέπει να καθορίζεται από ένα γενικότερο πλαίσιο ηθικής το οποίο όσοι συνδέονται με την λειτουργία της επιχείρησης θα πρέπει να αποδέχονται. Αυτοί οι κανόνες ηθικής είναι σκόπιμο να καταγράφονται με γραπτούς κώδικες ηθικής και δεοντολογίας έτσι ώστε να είναι ξεκάθαροι και κατανοητοί για τον καθένα. (Erps, 2012)

Μέσα στον οργανισμό όλοι οι διευθυντές θα πρέπει να έχουν την ίδια δεοντολογία και να δρουν βάσει αυτής, καθότι οι πράξεις ενός και μόνο ατόμου μπορεί να έχουν καταστροφικό αποτέλεσμα για την επιχείρηση. (Erps, 2012)



Με την αλλαγή των οικονομικών και κοινωνικών σχηματισμών αναδιαμορφώνεται και το περιεχόμενο των ηθικών αξιών, ευρύτερα της κοινωνίας αλλά και επιμέρους των επιχειρήσεων. Επίσης, οι αξίες αλλάζουν από κοινωνία σε κοινωνία και από εποχή σε εποχή. Κυρίαρχη αντίληψη σήμερα σχετικά με την επιχειρησιακή ηθική είναι η προστασία πέραν του συμφέροντος της επιχείρησης και των συμφερόντων των ενδιαφερόμενων μελών (εργαζόμενοι, μέτοχοι, πελάτες, προμηθευτές, τοπική κοινωνία) κατά τη λήψη των αποφάσεων. (Erps, 2012) (Berkowitz κ.α., 2000)

Μια επίσης κυρίαρχη αντίληψη σχετικά με την επιχειρησιακή ηθική είναι η άποψη της «χρηστικότητας», η οποία σχετίζεται με την αξιολόγηση μιας πράξης σε σχέση με αντίστοιχες εναλλακτικές ως προς την απόδοση και τα οφέλη της για την πλειοψηφία της κοινωνίας. (Berkowitz κ.α., 2000)

Πολλές φορές ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων επηρεάζει τα μέσα που χρησιμοποιούν ώστε να διεκδικήσουν μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Δύο είδη μη ηθικής συμπεριφοράς είναι τα πιο συνήθη μεταξύ των εταιριών:

1) Η βιομηχανική κατασκοπία, δηλαδή η μυστική και πολλές φορές με παράνομα μέσα συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη λειτουργία μιας ανταγωνιστικής επιχείρησης.

2) Η δωροδοκία, δηλαδή ο παράνομος χρηματισμός ενός οργανισμού ή ενός προσώπου έτσι ώστε να προβεί σε ενέργεια ή παράλειψη που ανάγεται στα καθήκοντα του με σκοπό να έχει όφελος η επιχείρηση. (Baker, 2007)

### 1.1.1 MARKETING ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ

Δεν είναι λίγες οι φορές που το marketing και οι πρακτικές που ακολουθούντα έχουν δεχτεί κριτική από τους καταναλωτές. Κύρια σημεία αυτής της κριτικής είναι ότι το marketing έχει σαν αποτέλεσμα

υψηλότερες τιμές, ότι χρησιμοποιούνται πρακτικές που εξαπατούν τους καταναλωτές, ότι πιέζει τον καταναλωτή στο να αγοράσει προϊόντα που δε χρειάζεται, ότι βοηθά στην πώληση προϊόντων που δεν είναι ποιοτικά ή ασφαλή και ότι συμβάλει στην πολική βραχυβιότητας των προϊόντων. (Armstrong και Kotler, 1999)

Βάσει της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ για την επίτευξη του κέρδους μιας επιχείρησης είναι απαραίτητη η ικανοποίηση του πελάτη. Πολλές φορές όμως η ικανοποίηση μιας ομάδας πελατών μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για το κοινωνικό σύνολο. Αυτό σημαίνει ότι οι επιλογές μεμονωμένων διευθυντών ή καταναλωτών μπορεί να είναι ενάντια στο συμφέρον του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου.

Έτσι οι υπεύθυνοι μάρκετινγκ θα πρέπει να εξετάζουν τις ευρύτερες κοινωνικές συνέπειες των επιλογών τους για το αν αυτές είναι εις βάρος των πελατών τους, του περιβάλλοντος και γενικότερα του κοινωνικού συνόλου και όχι απλά να αξιολογούν βάσει των βραχυπρόθεσμων συμφερόντων.

### 1.1.2 Ο ΑΝΤΙΛΟΓΟΣ

Αν και η άποψη ότι οι εταιρίες έχουν ηθική ευθύνη είναι μάλλον κυρίαρχη, υπάρχουν και επιχειρήματα για την αντίθετη άποψη.

Ο Adam Smith θεωρεί ότι αν ο κάθε άνθρωπος αναζητά απλά το δικό του συμφέρον με σωστό τρόπο, αυτό μακροπρόθεσμα θα συμβάλλει στην κοινωνική ευημερία και ως εκ τούτου οι επιχειρήσεις πρέπει να νοιάζονται μόνο για το κέρδος τους. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

Επίσης ένα άλλο επιχειρήμα που προβάλλεται είναι ότι δεν υπάρχουν αντικειμενικοί στόχοι και ιδεώδη τα οποία να είναι κοινά για κάθε κοινωνία όπως δεν υπάρχει και ταύτιση θέσεων σχετικά με τα μέσα που θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη αυτών των στόχων. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

Ακόμα το ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν δικαίωμα αλλά ούτε και αρμοδιότητα για τη διενέργεια ηθικών πράξεων, καθότι στόχος τους

είναι η ικανοποίηση των συμφερόντων των μετόχων όπως επίσης το ότι η επιβάρυνση των επιχειρήσεων με κοινωνικές και ηθικές ευθύνες θα μπορούσε να τις καταστήσει μη αποδοτικές και μη ανταγωνιστικές. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

## 1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Παρόλο που η εταιρική ευθύνη σαν έννοια χρησιμοποιείται όλο και πιο πολύ τα τελευταία χρόνια στο δημόσιο διάλογο, ακόμα δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός και καθιερωμένος διεθνώς ορισμός.

Κάθε κοινωνία έχει διαφορετικούς ηθικούς κανόνες, φιλοσοφία και αξίες. Επίσης, κάθε κράτος έχει διαφορετικό δείκτη ανάπτυξης, διαφορετικές προτεραιότητες και ανάγκες, διαφορετικούς κοινωνικούς συσχετισμούς, διαφορετική κοινωνική διαστρωμάτωση και συνοχή. Ως εκ τούτου γίνεται φανερό ότι είναι δύσκολο να υπάρξει ένας γενικός και κοινά αποδεκτός ορισμός για την εταιρική ευθύνη. (Windsor, 2013)

Η ύπαρξη πολλών ορισμών για την εταιρική υπευθυνότητα, κάποιοι από τους οποίους είναι και αντιφατικοί μεταξύ τους δημιουργεί πρόβλημα στην ανάπτυξη πολιτικών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις εταιρίες, στη χάραξη στρατηγικής και στην ανάληψη δράσεων.

Το 1953 ο επιχειρηματίας Howard R. Bowen έκανε μια πρώτη προσπάθεια για να δώσει ένα πρώτο ορισμό στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Σύμφωνα με τον Bowen η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη «αναφέρεται στην υποχρέωση του επιχειρηματία να ακολουθήσει εκείνες τις πολιτικές, να λάβει εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθήσει εκείνες τις γραμμές δράσης που είναι επιθυμητές από την άποψη των στόχων και των τιμών της κοινωνίας μας». (Bowen, 2013)

Το 1970 έγινε ένα μεγάλο βήμα στο να δοθεί ένας ορισμός για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Σύμφωνα με τον ορισμό του Johnson (αναφέρεται στο βιβλίο της Βαξεβανίδου, 2011, σελ 34-35) «μια κοινωνικά υπεύθυνη επιχείρηση είναι αυτή, η ανωτάτη διοίκηση της οποίας ισορροπεί ένα συνδυασμό διαφορετικών συμφερόντων. Η επιχείρηση δεν έχει ως μοναδικό κίνητρο την απόκτηση μεγαλύτερων

κερδών για τους μετόχους της, αλλά λαμβάνει υπόψη τους εργαζομένους, τους προμηθευτές, τους εμπόρους, τις τοπικές κοινότητες και το έθνος». Είναι φανερό ότι αυτός ο ορισμός περιγράφει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από τη σκοπιά της θεωρίας των εμπλεκόμενων μερών (stakeholders). (Βαξεβανίδου, 2011)

Ο Milton Friedman σε αντίθεση με τον παραπάνω ορισμό θεωρεί ότι η μοναδική κοινωνική ευθύνη που έχει η επιχείρηση είναι η συμμετοχή της στον ελεύθερο ανταγωνισμό λαμβάνοντας μέτρα μόνο για την αποφυγή οποιασδήποτε οικονομικής εξαπάτησης. (Ashokkumar, 2014)

Το 1998 το Διεθνές Επιχειρηματικό Συμβούλιο για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (Δ.Ε.Σ.Β.Α., World Business Council for Sustainable Development), προσδιόρισε την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στο Βέλγιο και την Ολλανδία με βάσει τον ακόλουθο ορισμό: «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η διαρκής δέσμευση μιας επιχείρησης να συμπεριφέρεται ηθικά και να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα να βελτιώνει την ποιότητα ζωής των εργαζόμενων και των οικογενειών τους, καθώς επίσης και της τοπικής κοινότητας και της κοινωνίας γενικότερα» (Παπατριανταφύλλου, 2008, σελ 73). Λίγα χρόνια μετά ο ορισμός επαναπροσδιορίστηκε ως εξής «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η δέσμευση των επιχειρήσεων να συμβάλλουν στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και να προσπαθούν μαζί με τους εργαζόμενους, τις οικογένειες τους, την τοπική κοινωνία γενικότερα, να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους». (Παπατριανταφύλλου, 2008, σελ 73)

Στην Πράσινη Βίβλο η Ευρωπαϊκή Ένωση ορίζει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως εξής: «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 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». (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, 2003)

Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δίνει τον εξής ορισμό «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα από όσα

επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσοι άμεσα ή έμμεσα επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους».

Μερικοί ακόμα ορισμοί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι οι εξής:

«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η ευθύνη ενός οργανισμού σε σχέση με το αντίκτυπο που έχουν στο περιβάλλον και την κοινωνία οι αποφάσεις και οι δραστηριότητες του μέσω διαφανούς και ηθικής συμπεριφοράς». (Valmohammadi, 2014, σελ 3)

«Στις Η.Π.Α. η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνίσταται στο να αναλαμβάνει μια επιχείρηση προσωπική ευθύνη για τις πράξεις της και τις συνέπειες που αυτές έχουν στην κοινωνία.». (Βαξεβανίδου, 2007, σελ 39)

«Στην Ολλανδία η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά την ανάληψη ηγετικής δέσμευσης της ηγεσίας μιας επιχείρησης για θεμελιώδεις αξίες και αναγνώριση των τοπικών και πολιτιστικών διαφορών κατά την εφαρμογή παγκόσμιων πολιτικών. Είναι η υιοθέτηση εκ μέρους των επιχειρήσεων της Σύμβασης του ΟΗΕ για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και των εργασιακών δικαιωμάτων του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας». (Βαξεβανίδου, 2007, σελ 39)

«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η υποχρέωση των ιθυνόντων για να λάβουν μέτρα που θα προστατεύουν και θα βελτιώνουν την ευημερία της κοινωνίας συνολικά, μαζί με τα δικά τους ενδιαφέροντα». (Davis και Blomstrom, 1975)

«Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά πρώτιστα την επίτευξη των αποφάσεων της επιχείρησης σχετικά με συγκεκριμένα ζητήματα ή προβλήματα που (από κάποια κανονιστικά πρότυπα) έχουν περισσότερο ευεργετικά παρά δυσμενή αποτελέσματα στα αντίστοιχα ενδιαφερόμενα μέρη της επιχείρησης. Η κανονιστική ορθότητα των προϊόντων της εταιρικής δράσης είναι η κύρια εστίαση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης». (Epstein, 1987)

Σύμφωνα με το Institute of Directors του Ηνωμένου Βασιλείου: «Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αφορά τις επιχειρήσεις και τους

οργανισμούς που προσχωρούν πέρα από τις νομικές υποχρεώσεις, σε ότι αφορά τη διαχείριση του αντίκτυπου των δραστηριοτήτων τους στο περιβάλλον και την κοινωνία. Πιο συγκεκριμένα, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αλληλεπιδρούν με τους εργαζομένους, τους προμηθευτές, τους πελάτες και την κοινωνία στην οποία λειτουργούν, καθώς και την επέκταση των ενεργειών τους για την προστασία του περιβάλλοντος». (Βαξεβανίδου, 2007, σελ 38-39)

### 1.2.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Παρόλο που υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί ορισμοί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη όλοι δέχονται τις εξής τρεις θέσεις:

- 1) Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δε μπορεί παρά να είναι εθελοντική και συμπεριλαμβάνει δράσεις οι οποίες δεν επιβάλλονται από τον νόμο.
- 2) Υπάρχει στενή σχέση μεταξύ Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και βιώσιμης ανάπτυξης .
- 3) Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι στρατηγική επιλογή της επιχείρησης και όχι απλά δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

### 1.2.2 ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Αναλόγως με τον ποιον αφορούν οι δραστηριότητες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η εφαρμογή της μπορεί να χωριστεί στις πρακτικές που αφορούν ομάδες που ανήκουν στο εσωτερικό της επιχείρησης και σε όσες έχουν να κάνουν με το εξωτερικό της περιβάλλον. (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)

## Η εσωτερική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Ξεκινώντας από την εσωτερική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι πρακτικές κοινωνικής υπευθυνότητας αφορούν πρωτίστως τους εργαζόμενους και επικεντρώνονται σε θέματα όπως η επένδυση της εταιρείας στο ανθρώπινο δυναμικό της, θέματα υγιεινής και ασφάλειας, ζητήματα διαχείρισης αλλαγών, πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον εφαρμόσιμες στην αλυσίδα παραγωγής της εταιρείας.

Είναι πολύ σημαντικό για μια εταιρία να απασχολεί καταρτισμένα και υψηλού επιπέδου στελέχη. Για να γίνει αυτό η επιχείρηση πρέπει να λάβει μέτρα ούτως ώστε να προσελκύει υψηλού επιπέδου υποψήφιους εργαζόμενους. Επίσης, η ασφάλεια και η υγιεινή στο χώρο εργασίας είναι πολύ σημαντικό ζήτημα, το οποίο συνδέεται και με την αύξηση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας των εργαζομένων. (Farooquia και Nagendrab, 2014)

Σε σχέση με τις προσλήψεις η κοινωνική ευθύνη μιας επιχείρησης ξεκινά από τη δέσμευση της επιχείρησης ότι δεν γίνονται διακρίσεις. Μπορούν ακόμα στο πλαίσιο των υπεύθυνων πρακτικών στις προσλήψεις να προσλαμβάνονται άτομα από εθνικές μειονότητες, μεγαλύτεροι σε ηλικία εργαζόμενοι, γυναίκες, μακροχρόνια άνεργοι και μειονεκτούντα άτομα. (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, 2003)

Παράλληλα είναι πολύ σημαντικό κάθε αλλαγή ή αναδιάρθρωση που γίνεται σε μια εταιρία να γίνεται με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο. Για να γίνει μια αναδιάρθρωση με τρόπο κοινωνικά υπεύθυνο πρέπει να γίνει προσδιορισμός των σημαντικότερων κινδύνων, του συνολικού άμεσου και έμμεσου κόστους και τέλος να γίνει αξιολόγηση όλων των εναλλακτικών λύσεων. Επίσης, είναι απαραίτητο η αναδιάρθρωση να γίνει με συμμετοχή και ανάμειξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών μέσω ανοικτής ενημέρωσης και διαβούλευσης. (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, 2003)

Τέλος στο πλαίσιο της εσωτερικής διάστασης της εταιρικής ευθύνης οι επιχειρήσεις θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους για κάθε επιχειρηματική τους δραστηριότητα τις επιπτώσεις που αυτή θα έχει

προς το περιβάλλον και να προσπαθούν να μετριάσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που ενδεχομένως να υπάρχουν.

### Η εξωτερική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης

Η κάθε επιχείρηση σαν μέρος του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου επηρεάζει και επηρεάζεται από το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται και αναπτύσσεται. Κοινωνικά φαινόμενα όπως η φτώχεια, η ανεργία και η μόλυνση του περιβάλλοντος επηρεάζουν άμεσα τη λειτουργία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Έτσι αποκτά ιδιαίτερη αξία η εξωτερική διάσταση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, αφού η προτεραιότητα, δίνεται και σε άλλες ομάδες που αλληλεπιδρούν με την επιχείρηση, όπως οι πελάτες, οι προμηθευτές, οι συνεργάτες, το κράτος, οι δημόσιες υπηρεσίες και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις.

Μεταξύ των επιχειρήσεων και των τοπικών κοινοτήτων υπάρχει άμεση εξάρτηση. Από τη μια, οι επιχειρήσεις παρέχουν θέσεις εργασίας, μισθό, κοινωνικές παροχές αλλά και φόρους στις τοπικές κοινωνίες. Από την άλλη, οι τοπικές κοινότητες προσφέρουν το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί η επιχείρηση και μέσα από το οποίο αντλεί εργατικό δυναμικό αλλά και πελάτες. Έτσι, οι εταιρίες εξαρτώνται από την υγεία, τη σταθερότητα και την ευημερία των κοινοτήτων.

Η συνεργασία των επιχειρήσεων με τις τοπικές κοινότητες μπορεί να πάρει πολλές μορφές. Οι εταιρίες συμμετέχουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων παρέχοντας θέσεις εργασίας, θέσεις επαγγελματικής κατάρτισης, κάνοντας δωρεές και φιλανθρωπικές εκδηλώσεις και στηρίζοντας διάφορες κοινωνικές δραστηριότητες. (Castilla και Ruiz, 2008)

Στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης βρίσκονται επίσης οι προμηθευτές της και οι επιχειρηματικοί της εταίροι. Η οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους προμηθευτές μπορεί να έχει πολλαπλά οφέλη για μια εταιρία όπως για



παράδειγμα, η μείωση των δαπανών και η αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και των υπηρεσιών.

Πλέον όλο και πιο πολλές εταιρίες αντιλαμβάνονται το πόσο σημαντική είναι η τήρηση όλων των νομοθετικών πλαισίων αλλά και η εφαρμογή πρακτικών κοινωνικής ευθύνης όχι μόνο από τις ίδιες αλλά και από τους επιχειρηματικούς τους εταίρους. Ως αποτέλεσμα αυτού, πολλές εταιρίες έχουν αναπτύξει συστήματα αξιολόγησης των επιχειρηματικών τους εταίρων και των προμηθευτών τους. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται ώθηση στις εταιρίες να εφαρμόζουν πρακτικές εταιρικής ευθύνης καθότι αντιλαμβάνονται ότι οι κοινωνικές τους επιδόσεις έχουν άμεση σχέση και επηρεάζονται από τις πρακτικές των εταίρων και των προμηθευτών τους. (Wilburn και Wilburn, 2013) (Menichini και Rosati, 2014)

Σε σχέση με τους καταναλωτές οι εταιρίες στα πλαίσια της εταιρικής υπευθυνότητας καλούνται να παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες με τρόπο αποτελεσματικό, δεοντολογικό και φιλικό προς το περιβάλλον. Οι εταιρίες που κατανοούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών τους και παρέχουν ποιοτικά, ασφαλή και αξιόπιστα προϊόντα αναμένεται να είναι και οι πιο προσοδοφόρες. (Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή, 2003)

Τέλος, οι εταιρίες θα πρέπει να σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα. Η έννοια των ανθρωπίνων δικαιωμάτων καθορίζεται παγκοσμίως μέσα από τη Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών. Σε σχέση με τις επιχειρήσεις η έννοια αφορά τόσο τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στο εσωτερικό της επιχείρησης όσο και στο έξω από αυτήν. Στο εσωτερικό της, η επιχείρηση θα πρέπει να τηρεί όσα διεθνώς ισχύουν σχετικά με τις συνθήκες εργασίας, να μη υπάρχουν διακρίσεις όπως και να υπάρχει σεβασμός στην ελευθερία του συνδικαλίζεσθε. Στο εξωτερικό της περιβάλλον, η εταιρία θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της τον αντίκτυπο των δράσεων της στην κοινωνία και να λαμβάνει δράσεις ενάντια στον κοινωνικό αποκλεισμό, να ασχολείται με τη φτώχεια, το δικαίωμα στην εκπαίδευση και την ελευθερία. (Παπατριανταφύλλου, 2008)

### 1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Από την αρχαιότητα ακόμα υπάρχει η έννοια της φιλανθρωπίας, η ιδέα δηλαδή της δωρεάς από τα πλουσιότερα άτομα της κοινωνίας προς τα φτωχότερα. Στην Αθηναϊκή Δημοκρατία του Κλεισθένη στα τέλη του 6<sup>ου</sup> αιώνα π.Χ. γεννήθηκε η ιδέα των χορηγιών όπου οι πιο εύποροι πολίτες ήταν αυτοί που αναλάμβαναν τα έξοδα για τη διοργάνωση θεατρικών παραστάσεων. Κατά την περίοδο της αναγέννησης συχνό ήταν το φαινόμενο της παροχής οικονομικής βοήθειας προς τους καλλιτέχνες και διανοούμενους από τους πιο εύπορους πολίτες.

Σύμφωνα με τη βρετανική προσέγγιση η εταιρική ευθύνη ξεκίνησε από τη στιγμή της δημιουργίας των πρώτων εταιριών. Αφορμή για αυτή την προσέγγιση είναι οι υπερβολές που είχαν διαπραχτεί από την East End Company κατά τον 17<sup>ο</sup> αιώνα. Επίσης παράδοση φιλανθρωπιών στο Ηνωμένο Βασίλειο υπήρχε για 150 χρόνια καθότι οι Quakers αλλά και σοσιαλιστές πειραματίστηκαν με την κοινωνική ευθύνη και τις μορφές επιχειρήσεων που στηρίζονται σε κοινωνικές αξίες. (Βαξεβανίδου, 2011)

Στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα στις Η.Π.Α. υπήρχε μεγάλη ανησυχία σχετικά με το μέγεθος και την ισχύ που είχαν αποκτήσει οι μεγάλες αμερικανικές εταιρείες. Πολλές από αυτές, εφάρμοζαν αντικοινωνικές και μονοπωλιακές πρακτικές καταπατώντας τους κανόνες του υγιούς ανταγωνισμού. Αυτές οι πρακτικές οδήγησαν την πολιτεία στο να αναπτύξει νομοθετικό πλαίσιο ενάντια στα μονοπώλια, τραπεζικές ρυθμίσεις και προστατευτικούς κανόνες για τους καταναλωτές. Παράλληλα πολλές επιχειρήσεις για να αντισταθμίσουν το αρνητικό κλίμα ανέλαβαν διάφορες πρωτοβουλίες για δράσεις κοινωνικού περιεχομένου κυρίως με τη μορφή φιλανθρωπιών. (Hopkins, 2004)

Μέχρι το 1950 η εταιρική ευθύνη εκδηλωνόταν κυρίως μέσω φιλανθρωπιών. Το 1953 με τη δημοσίευση του βιβλίου του Bowen «Social Responsibility of the Businessman» γίνεται αντιληπτή η συνολική ευθύνη που έχουν οι επιχειρήσεις ως προς την κοινωνία. Την ίδια χρονιά γίνεται μετάβαση από τον όρο «κοινωνική ευθύνη» στον όρο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη». (Βαξεβανίδου, 2011)

Τη δεκαετία του 60 υπήρξε δράση των αμερικανικών εταιριών στην Ασία και την Αφρική και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνδέθηκε με την επιχειρησιακή ηθική. Εκείνη την περίοδο διατυπώθηκε η άποψη ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά απαραίτητα τα άμεσα οικονομικά ή τεχνικά συμφέροντα της επιχείρησης. (Hopkins, 2004)

Τη δεκαετία του 70 κυριαρχεί η άποψη ότι η επιχείρηση είναι ένας οικονομικός θεσμός, έχει όμως την υποχρέωση έναντι της κοινωνίας έτσι ώστε να τη βοηθήσει να εκπληρώσει τους βασικούς της στόχους. Τη δεκαετία αυτή διεξάγονται και οι πρώτες έρευνες πάνω σε ζητήματα εταιρικής υπευθυνότητας και εκφράζεται η άποψη ότι η εφαρμογή πρακτικών εταιρικής ευθύνης μπορεί να έχει μακροπρόθεσμα οικονομικό όφελος για την επιχείρηση. (Carroll, 1999)

Τη δεκαετία του 80 γίνεται για πρώτη φορά αναφορά στην ανάγκη ύπαρξης ενός αναλυτικού πλαισίου, το οποίο θα συμβάλει στην ευκολότερη εφαρμογή και τη λειτουργικότητα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μέσα στην επιχείρηση. Γίνεται επίσης για πρώτη φορά αναφορά για την ανάπτυξη ενός συστήματος αρχών, διαδικασιών και πολιτικών για την εταιρική υπευθυνότητα καθώς και ανάλυση σχετικά με τα οφέλη που μπορεί να έχει μια εταιρία από την εφαρμογή δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Τη δεκαετία του 90 ο Ζακ Ντελόρ (ο οποίος θεωρείται από πολλούς ως ο πατέρας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης με τη σημερινή της μορφή) έκανε κάλεσμα στους ευρωπαίους επιχειρηματίες έτσι ώστε να υιοθετήσουν προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Με αυτόν τον τρόπο η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κερδίζει έδαφος στο χώρο των επιχειρήσεων και εδραιώνεται ως πρακτική. Επιπλέον, υπάρχει μεγάλη ανάπτυξη και σε θεωρητικό επίπεδο.

Μια σειρά από πολιτικές ενέργειες και πρωτοβουλίες από κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς λαμβάνουν χώρα. Το 1994 στο Λονδίνο υπογράφεται η «Ευρωπαϊκή Διακήρυξη των Επιχειρήσεων κατά του Κοινωνικού Αποκλεισμού», που έχει σαν στόχο την ανεύρεση τρόπων για την προαγωγή της εταιρικής υπευθυνότητας. Τον επόμενο χρόνο σαν αποτέλεσμα αυτής της διακήρυξης ιδρύεται το Ευρωπαϊκό Δίκτυο

Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή το οποίο σαν αποστολή έχει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να συμπεριλάβουν την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στον πυρήνα της επιχειρηματικής τους πρακτικής. (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)

Τον Οκτώβριο 1996 διοργανώθηκε ημερίδα από το ΕΒΕΑ, σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Δίκτυο, με σκοπό την παρουσίαση σε μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις των δραστηριοτήτων του Ευρωπαϊκού Δικτύου έτσι ώστε να διερευνηθεί η δυνατότητα ίδρυσης ενός Ελληνικού Δικτύου Επιχειρήσεων για την Κοινωνική Συνοχή. Στην εκδήλωση συμμετείχαν 18 μεγάλες ελληνικές και πολυεθνικές επιχειρήσεις και εκπρόσωποι του Ευρωπαϊκού Δικτύου. (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)

Προς την κατεύθυνση της δημιουργίας πλαισίου μέτρησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ιδρύθηκε το 1998 από μια διεθνή συντονιστική επιτροπή το Global Reporting Initiative (G.R.I.). Η πρώτη έκδοση των κατευθυντήριων γραμμών ξεκίνησε το 2000. Έκτοτε έχουν εκδοθεί τα G.R.I. G2, G.R.I. G3, G.R.I. G3.1 και τον Μάιο του 2013 το G.R.I. G4. (Global Reporting Initiative)

Τον Νοέμβριο του 1999 ιδρύεται το «Ελληνικό Δίκτυο για την Κοινωνική Συνοχή» από δεκατρείς ελληνικές επιχειρήσεις μαζί με τρεις συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς. Την ίδια χρονιά στο διεθνές οικονομικό φόρουμ στο Νταβός γίνεται η πρώτη προσπάθεια για δημιουργία ενός κώδικα συμπεριφοράς των επιχειρήσεων και την επόμενη χρονιά συντάσσεται σαν αποτέλεσμα αυτού, το «Οικουμενικό Σύμφωνο» το οποίο περιλαμβάνει τις δέκα αρχές των Ηνωμένων Εθνών για το σεβασμό των ανθρωπίνων και εργασιακών δικαιωμάτων και την προστασία του περιβάλλοντος.

Το Μάρτιο του 2000 πραγματοποιείται η σύνοδος κορυφής της Λισαβόνας όπου οι ηγέτες των κυβερνήσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης πήραν αποφάσεις έτσι ώστε να καταστεί η Ευρωπαϊκή Ένωση ως η ανταγωνιστικότερη οικονομία του κόσμου έως το 2010. Παράλληλα έγιναν προσπάθειες από τους βουλευτές να «μετριάσουν τη φιλελευθεροποίηση με μέτρα για την προστασία των καταναλωτών,

των εργαζομένων, του περιβάλλοντος και των στοιχειωδών δημόσιων υπηρεσιών». (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο)

Το 2001 υιοθετήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή η Πράσινη Βίβλος η οποία έγινε η βάση προώθησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Το 2002 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την κοινωνική ευθύνη εκδίδει την πρώτη ανακοίνωση με τίτλο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Μια συνεισφορά των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη» σαν συνέχεια της δημοσίευσης της Πράσινης Βίβλου. Η ανακοίνωση καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση θα ενσωματώσει την κοινωνική ευθύνη σε συγκεκριμένες πολιτικές. Επιπροσθέτως, εισάγει έναν ευρωπαϊκό ορισμό για την εταιρική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συμφωνία τον οποίο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη». Την ίδια χρονιά δημιουργήθηκε το Ευρωπαϊκό Πολυμερές Φόρουμ για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το οποίο σαν στόχο είχε την προώθηση της καινοτομίας, της διαφάνειας και της σύγκλισης των πρακτικών και εργαλείων της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (The European Business Network for Corporate Social Responsibility)

Το 2005 πραγματοποιείται η πρώτη ευρωπαϊκή αγορά για ζητήματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Για πρώτη φορά κορυφαίοι επιχειρηματίες συναντήθηκαν με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και εκπροσώπους από τα 25 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και συζήτησαν για ζητήματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ακόμα, για τη διασφάλιση της προστασίας των καταναλωτών η Ευρωπαϊκή Ένωση εξέδωσε σχετικές οδηγίες.

Το 2006 ξεκινά από πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής η Ευρωπαϊκή Συμμαχία για την εταιρική Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έτσι ώστε να δοθεί μια ώθηση στα ζητήματα της εταιρικής υπευθυνότητας στην Ευρώπη. Η συμμαχία έχει σαν στόχο να γίνει καλύτερη αξιοποίηση

των επιχειρήσεων και των καινοτομιών από όλους τους ενδιαφερομένους φορείς ώστε να στηριχτεί η βιώσιμη ανάπτυξη και να υπάρξει μια ευρωπαϊκή στρατηγική για την ανάπτυξη και την απασχόληση. Επίσης λαμβάνει χώρα η δεύτερη ευρωπαϊκή αγορά για ζητήματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και τον επόμενο χρόνο η τρίτη. (The European Business Network for Corporate Social Responsibility)

Από πρωτοβουλία 70 εταιριών από όλο τον κόσμο, 27 ευρωπαϊκών επιχειρηματικών ενώσεων και τα μέλη του CSR Europe ξεκινά η πρωτοβουλία Enterprise 2020 με σκοπό να υποστηριχτεί η ανάπτυξη της βιώσιμης επιχειρηματικότητας, να γίνει βελτιστοποίηση των συνεργιών με τα ενδιαφερόμενα μέρη και να ισχυροποιηθεί ακόμα περισσότερο σε παγκόσμιο επίπεδο η ηγετική θέση της Ευρώπης στο θέμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη)

#### 1.4 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Η επιστημονική εξέλιξη και μελέτη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχει σαν αφετηρία τις Η.Π.Α. και είναι αποτέλεσμα της μελέτης πάνω στην εταιρική διακυβέρνηση. Μέχρι και πριν από λίγες δεκαετίες η έννοια της διοίκησης μιας επιχείρησης ταυτιζόταν με αυτή του ιδιοκτήτη. Το 1932 με το έργο των Berle και Means «The modern corporation and private property» (αναφέρεται στο βιβλίο Σύγχρονα ζητήματα εταιρικής ευθύνης, κείμενο του Κοτσίρη, 2003) μπαίνουν τα θεμέλια πάνω στο ζήτημα της εταιρικής διακυβέρνησης και διατυπώνεται η θέση για το χωρισμό της ιδιοκτησίας μια επιχείρησης από τον έλεγχο της. Πλέον η ιδιοκτησία μιας επιχείρησης δε ταυτίζεται συνήθως με τη διοίκηση της, αλλά διαμορφώνεται και κινείται με γνώμονα τις «Αρχές Εταιρικής Διακυβέρνησης».

##### 1.4.1 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ

Σύμφωνα με τον Λ. Κοτσίρη, με τη δημόσια προσφορά των μετοχών οι εταιρίες ανήκουν σε μετόχους μεγάλης διασποράς οι οποίοι ενώ έχουν

την κυριότητα της εταιρίας δεν έχουν τον έλεγχο της. Άμεσο αποτέλεσμα αυτού είναι το ότι ακόμα και αν οι μέτοχοι διαβλέπουν κακοδιαχείριση στην εταιρία είναι δύσκολο να επέμβουν και να συγκεντρωθούν ώστε να λάβουν αποφάσεις. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

Κατά τη θεωρία των μετόχων οι επιχειρήσεις είναι υπεύθυνες μόνο έναντι των μετόχων τους και ως εκ τούτου κύριο μέλημα της διοίκησης θα πρέπει να είναι η ικανοποίηση των οικονομικών τους συμφερόντων. Με αυτόν τον τρόπο μακροπρόθεσμα θα υπάρχει όφελος και για την κοινωνία καθότι μια κερδοφόρα επιχείρηση δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, αυξάνει τους μισθούς των εργαζομένων της και βελτιώνει το βιοτικό τους επίπεδο. (Moir, 2001)

Ειδικότερα για τις φιλανθρωπίες δίνονται χρήματα από τις διοικήσεις χωρίς αυτό να γίνεται εν γνώση των μετόχων. Με βάσει τις αποδεκτές αρχές για τη σύνταξη ενός ισολογισμού που ίσχυαν το 1999, οι δωρεές δεν απαιτούσαν διαφάνεια ούτε καν παρατήρηση σε πιστοποιητικά ελέγχου. Για να δικαιολογήσουν οι διοικήσεις αυτές τις δωρεές επικαλούνται τον επενδυτικό τους χαρακτήρα, εφόσον οι δωρεές συμβάλουν στην αποδοτικότητα και τη φήμη της επιχείρησης και έτσι στην ουσία τίποτα δεν έχει δαπανηθεί. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

Οι μέτοχοι από την άλλη θεωρούν ότι όλα αυτά γίνονται για να ανακηρυχθούν οι διοικητές ως ευεργέτες και ότι αν μια δωρεά δεν αυξάνει τη φήμη και την αξία μιας επιχείρησης τότε το ποσό που δαπανήθηκε δόθηκε στην ουσία από το μερίδιο των μετόχων. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

Επισημαίνεται ότι οι εταιρίες που διαφημίζουν περισσότερο τις εταιρικές τους δωρεές συνήθως είναι αυτές που έχουν πρόβλημα με την προκαλούμενη από αυτές μόλυνση του περιβάλλοντος ή έχουν δικαστικές διενέξεις για μονοπωλιακές πρακτικές. (Γεωργακόπουλος κ.α., 2003)

Κύριος εκφραστής της θεωρίας των μετόχων είναι ο Milton Friedman. Σύμφωνα με τον Friedman μόνο οι άνθρωποι έχουν ηθικές ευθύνες και όχι τα τεχνητά πρόσωπα όπως οι εταιρίες. Ως εκ τούτου οι μάνατζερ

έχουν ευθύνη μόνο ως προς τους μετόχους ώστε να επιτύχουν το μέγιστο κέρδος και όχι ως προς την κοινωνία. (Ashokkumar, 2014)

Σύμφωνα με τον Albert Corr η μόνη ηθική βάση της οποίας πρέπει να κινούνται οι εταιρίες είναι η ηθική του παιχνιδιού. Για τον Corr, ο επιχειρηματίας ή ο μάνατζερ μπορεί για λόγους στρατηγικής να κάνει επιλογές, οι οποίες δεν μπορούν να αξιολογηθούν ηθικά. Θεωρεί μάλιστα ότι κατά την επιχειρηματική δραστηριότητα μπορούν να χρησιμοποιηθούν στρατηγικές παραπλάνησης και «παγίδευσης», ψέματα και μπλόφες όπως κάνει και ένας παίκτης πόκερ και αντίστοιχα οι πράξεις αυτές δεν μπορούν να αξιολογηθούν ηθικά. Ακολουθώντας τους κανόνες του παιχνιδιού δεν σημαίνει ότι δεν παραβιάζονται απαραίτητα οι κοινωνικές αξίες και οι αρχές χωρίς όμως αυτό να σημαίνει ότι παραβιάζονται οι νόμοι και οι κανόνες. (Γούναρης, 2008)

#### 1.4.2 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ

Σε αντίθεση με τη θεωρία των μετόχων η οποία τοποθετεί στο επίκεντρο της επιχείρησης το συμφέρον των μετόχων υπάρχει η άποψη ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να λαμβάνουν υπόψη και τα συμφέροντα άλλων κοινωνικών ομάδων οι οποίες είναι με τον έναν ή τον άλλον τρόπο εμπλεκόμενες με τη λειτουργία τους.

Ο στόχος των επιχειρήσεων είναι η παράγωγή κέρδους και αυτό είναι κάτι το οποίο δεν αλλάζει. Στην πραγματικότητα όμως κανένας οργανισμός δεν λειτουργεί στην απομόνωση, αλλά υπάρχει αλληλεπίδραση με τους εργαζόμενους, τους πελάτες, τους προμηθευτές και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς.

Εμπλεκόμενα μέρη (stakeholder) είναι τα άτομα ή οι ομάδες που επηρεάζουν ή επηρεάζονται από τη λειτουργία ενός οργανισμού. (Freeman, 2010)

Σύμφωνα με τη θεωρία των εμπλεκόμενων μερών, οι επιχειρήσεις αποτελούνται από διαφορετικές ομάδες η ύπαρξη των οποίων είναι ζωτικής σημασίας για αυτήν. Επιπλέον, η κάθε ομάδα έχει οικονομικό συμφέρον στην επιχείρηση. Τέτοιες ομάδες εμπλεκόμενων εκτός από



τους μετόχους είναι οι προμηθευτές, οι δανειστές, οι εργαζόμενοι, η τοπική κοινωνία, οι έμποροι, οι καταναλωτές, η κυβέρνηση κτλ. (Brooks, 2012)

Η βάση των επιχειρημάτων για τη θεωρία των εμπλεκόμενων μερών κινείται γύρω από δυο κυρίαρχες αντιλήψεις. Σύμφωνα με την πρώτη αντίληψη η εκπλήρωση των συμφερόντων των εμπλεκόμενων ομάδων είναι προς όφελος της επιχείρησης καθότι αυτό θα την κάνει ακόμα πιο κερδοφόρα. Σύμφωνα με τη δεύτερη αντίληψη η επιχείρηση έχει ηθική υποχρέωση ως προς τις εμπλεκόμενες ομάδες καθότι χωρίς την συνδρομή τους δε θα επιβίωνε.

Οι εμπλεκόμενες με την επιχείρηση ομάδες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι ομάδες ανθρώπων χωρίς την ύπαρξη των οποίων η επιχείρηση δε θα ήταν βιώσιμη όπως επίσης όσοι έχουν άμεσο επενδυτικό ενδιαφέρον ή μια ιδιοκτησιακή σχέση με την εταιρεία. Σε αυτή την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι, οι προμηθευτές, οι πελάτες, η κυβέρνηση καθώς και η τοπική κοινωνία. (Cornelissen, 2004)

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν ομάδες ατόμων που δεν έχουν ιδιοκτησιακό ούτε οικονομικό συμφέρον από τις δράσεις ενός οργανισμού, αλλά που έχουν συμφέροντα ως υπέρμαχοι των δικαιωμάτων του καταναλωτή, περιβαλλοντικές ομάδες, συνδικάτα και κυβερνητικοί φορείς. (Cornelissen, 2004)

Αξίζει ακόμα να σημειωθεί ότι η θεωρία των εμπλεκόμενων μερών δεν έρχεται σε αντίθεση με τη θεωρία του Friedman, ότι δηλαδή η επιχείρηση υπάρχει μόνο για να μεγιστοποιεί τα κέρδη, απλά βάση αυτής της θεωρίας το κέρδος ωφελεί πολλαπλά συμφέροντα και όχι μόνο αυτά των μετόχων.

#### 1.4.3 Η ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΘΕΩΡΙΩΝ

Η θεωρία των εμπλεκόμενων μερών (stakeholder) όσο και αυτή των μετόχων είναι αφηρημένα μοντέλα τα οποία δεν ανταποκρίνονται

τελείως στην πραγματικότητα και η κάθε μια, από μόνη της δεν είναι εφικτή.

Η θεωρία των εμπλεκόμενων μερών δεν αντιλαμβάνεται πόσο ζωτικής σημασίας είναι για την επιχείρηση η άντληση κεφαλαίων από τους μετόχους. Η θεωρία των μετόχων από την άλλη παραγνωρίζει την σημασία που έχουν οι εμπλεκόμενες με την επιχείρηση ομάδες για τη βιωσιμότητά της.

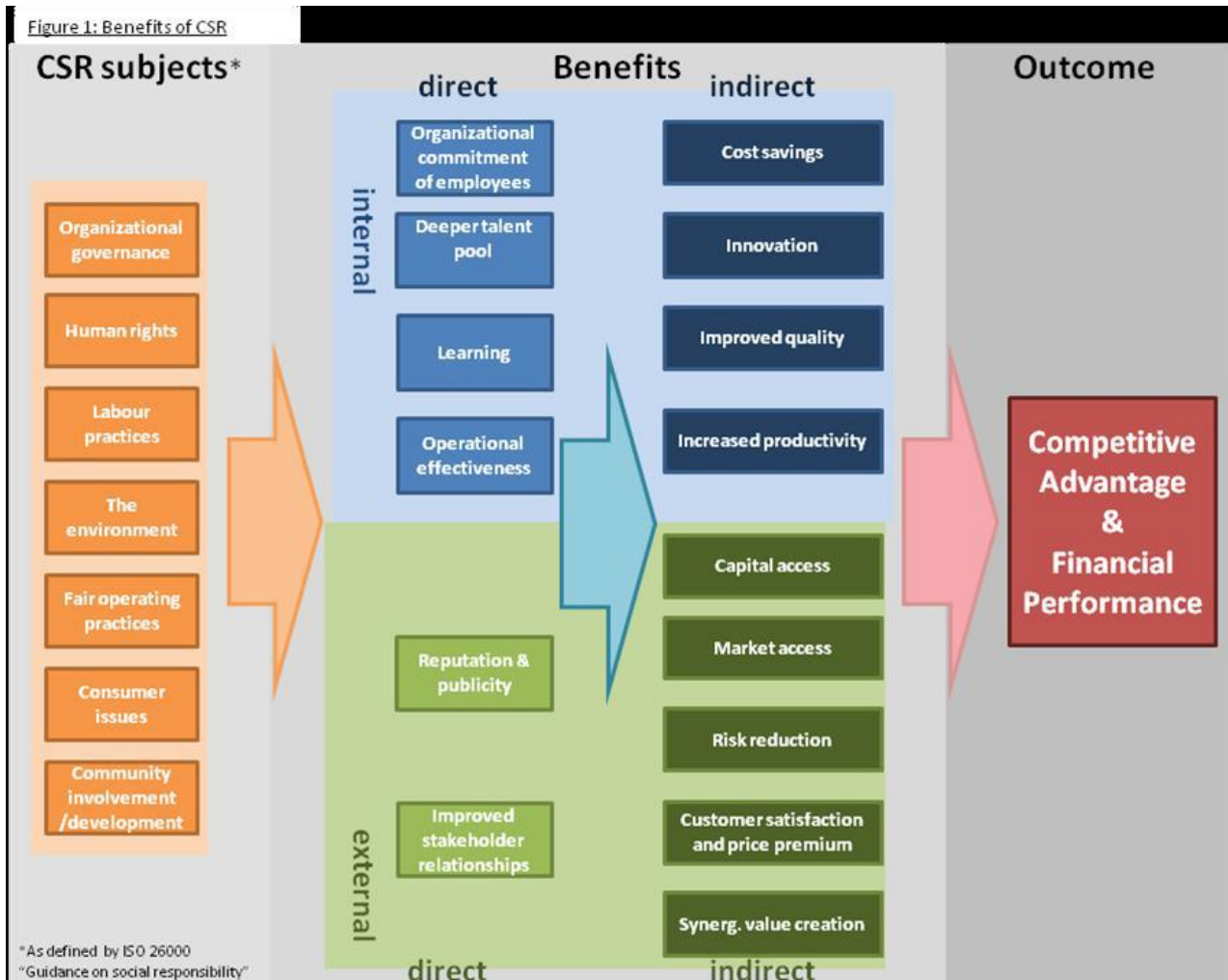
Έτσι προτείνεται μια συνδυαστική θεωρία μέσω της οποίας θα βελτιστοποιούνται όλα τα συγκλίνοντα ανταγωνιζόμενα συμφέροντα.

### 1.5 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Πέρα από τα οφέλη που υπάρχουν για την κοινωνία και το περιβάλλον από την εφαρμογή πράξεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης υπάρχουν οφέλη και για την ίδια την εταιρία. Τα οφέλη αυτά είναι πολλαπλά και πάντα εξαρτώνται από τους στόχους της, αλλά και την ικανότητα της να αφομοιώνει αποτελεσματικά τις αλλαγές.

Τα οφέλη χωρίζονται σε άμεσα και έμμεσα και σε εξωτερικά και εσωτερικά. Τα εσωτερικά οφέλη είναι αυτά που έχει η ίδια η επιχείρηση από την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ τα εξωτερικά είναι αυτά που έχουν να κάνουν με την επιχείρηση και τις σχέσεις της με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι δραστηριότητες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης έχουν άμεσες επιπτώσεις στις διαδικασίες, τη διακυβέρνηση και τις σχέσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη και αυτές οι άμεσες αλλαγές οδηγούν σε έμμεσα θετικά αποτελέσματα. (Sino-German Corporate Social Responsibility Project, 2012)

Η κατανόηση της συσχέτισης μεταξύ των αμέσων και έμμεσων οφελών βοηθά στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και των οικονομικών επιδόσεων της επιχείρησης κατά την εφαρμογή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Στο παρακάτω σχήμα φαίνεται η συσχέτιση μεταξύ εσωτερικών – εξωτερικών και αμέσων – έμμεσων οφελών. (Sino-German Corporate Social Responsibility Project, 2012)



Σχήμα 1 Οφέλη από την εφαρμογή πρακτικών Ε.Κ.Ε.

Μερικά από τα οφέλη που μια επιχείρηση έχει από την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι τα εξής:

- 1) Προσέλκυση και διατήρηση εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού:  
Είναι πολύ σημαντικό για μια εταιρία να απασχολεί υψηλού επιπέδου εργατικό δυναμικό. Το καλό περιβάλλον εργασίας και η φήμη μπορούν να συμβάλλουν στο να μπορεί η εταιρία να προσελκύσει εργατικό δυναμικό.

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συμβάλλει στην προσέλκυση καλύτερων υποψηφίων, μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία με καλές

πρακτικές εργασίας η οποία σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα και έχει καλές περιβαλλοντικές επιδόσεις έχει περισσότερες πιθανότητες να είναι μεταξύ των επιλογών ενός υποψηφίου εργαζομένου.

Έρευνες έχουν δείξει ότι το 62% των ερωτηθέντων προτιμούν να δουλεύουν για μια εταιρία η οποία εφαρμόζει πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. (Seibly, 2013)

2) Οργανωτική δέσμευση των εργαζομένων: Η βελτίωση της οργανωτικής διαχείρισης σύμφωνα με τις αρχές εταιρικής ευθύνης (πχ η διαφάνεια, ο σεβασμός των συμφερόντων των ενδιαφερομένων μερών) μπορεί να οδηγήσει σε βελτίωση της ποιότητας της εργασίας των εργαζομένων και δημιουργεί ισχυρότερη οργανωτική δέσμευση αυτών. Μια πιο συμμετοχική οργανωτική διακυβέρνηση, η εκπαίδευση και τα προγράμματα εθελοντισμού μπορούν να αναπτύξουν τις δεξιότητες, τις γνώσεις και τις ικανότητες των εργαζομένων. (Sino-German Corporate Social Responsibility Project, 2012)

Σε έρευνα της Net Impact το 53% των εργαζομένων δήλωσε ότι είναι σημαντικό το να μπορεί να έχει κάποια επίδραση στην εργασία του, επίσης το 35% δήλωσε ότι θα δεχόταν να έχει μείωση στις αποδοχές του, έτσι ώστε να εργάζεται σε μια εταιρία η οποία δεσμεύεται σχετικά με την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Για παράδειγμα στην Sterling Bank υπήρξε αύξηση της δέσμευσης, της παραγωγικότητας και του ηθικού των εργαζομένων μετά την ανάπτυξη προγράμματος κοινωνικής ευθύνης. (Seibly, 2013)

3) Επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα: Η εφαρμογή δίκαιων πρακτικών στις σχέσεις της εταιρίας με τους προμηθευτές της βελτιώνει την συνεργασία και βοηθά στο να αποφεύγονται οι καθυστερήσεις και έτσι βελτιώνεται η εσωτερική επιχειρησιακή αποτελεσματικότητα.

Επίσης η αύξηση της διαφάνειας καθιστά την παρακολούθηση των παραγωγικών πόρων ευκολότερη και αυτό με τη σειρά του

συμβάλλει στην περαιτέρω αύξηση της αποτελεσματικότητας στη χρήση των εισροών.

Με τη δημιουργία συμμετοχικών για τους εργαζόμενους δομών στην εργασία, μπορεί να υπάρξει βελτιστοποίηση της παραγωγής, καθότι οι εργαζόμενοι έχοντας γνώση των διαδικασιών που ακολουθούνται στην επιχείρηση μπορούν να βοηθήσουν στην βελτίωση της παραγωγικής διαδικασίας.

Βελτίωση της εσωτερικής επικοινωνίας, χάρη στη διαφάνεια και τη συμμετοχή επιτρέπει στη διοίκηση να προσδιορίσει τη δυσαρέσκεια και τις ανησυχίες των εργαζομένων και να απαντήσει σε εσωτερικές προκλήσεις. Αυτό καθιστά τις κοινωνικά υπεύθυνες εταιρείες πιο ευκίνητες και οικονομικά αποδοτικές για την αντιμετώπιση σε εξωτερικές προκλήσεις. (Sino-German Corporate Social Responsibility Project, 2012)

- 4) Μείωση λειτουργικών εξόδων: Η εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να μειώσει τα λειτουργικά έξοδα μιας εταιρίας. Μακροπρόθεσμα, η καλύτερη λειτουργική απόδοση που επιτυγχάνεται αποσβήνει το αρχικό κόστος και αποφέρει εκτός από οικονομικά οφέλη, περιβαλλοντικά και κοινωνικά. (Wilburn και Wilburn, 2013)

Στον τομέα του ανθρώπινου δυναμικού η σωστή οργάνωση και το υψηλό επίπεδο οργανωτικής δέσμευσης του προσωπικού μπορεί να οδηγήσει σε μείωση των εγκαταστάσεων και κατά συνέπεια αυτό να οδηγήσει σε μείωση του κόστους για ενοικίαση εγκαταστάσεων, σε μείωση των λογαριασμών κοινής ωφέλειας όπως επίσης σε μείωση των συναλλαγών και του κόστους ανθρωπίνων πόρων αλλά και του κόστους για εποπτεία.

Η χρήση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών δύναται να επιφέρει σημαντική μείωση του κόστους παραγωγής διαμέσου της μείωσης στη χρήση των πρώτων υλών και στην κατανάλωση ενέργειας. Για παράδειγμα η εταιρία Nestle τροποποιώντας το σύστημα παραγωγής της κατάφερε να μειώσει τη χρήση νερού κατά 80%, πράγμα το οποίο οδήγησε σε χαμηλότερο κόστος για ενέργεια και επεξεργασία αποβλήτων και παράλληλη αύξηση της παραγωγής κατά 6%. Επίσης η επιλογή των κατάλληλων τρόπων

μεταφοράς, αλλά και η βελτιστοποίηση των θέσεων των κέντρων διανομής πέρα από οφέλη για το περιβάλλον έχει βοηθήσει στη μείωση της καταναλούμενης ενέργειας και της δημιουργίας αποβλήτων. (Πανηγυράκης και Σιώμκος, 2005)

Παρομοίως η Disney κατάφερε μείωση 10% στην κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας αλλάζοντας τις μηχανές των τραινών που χρησιμοποιεί σε βιοντίζελ το οποίο παράγεται από το μαγειρικό λάδι από τα ξενοδοχεία που είναι στην ιδιοκτησία της. (Meister, 2012)

- 5) Καινοτομία: Η ικανότητα των επιχειρήσεων να εισάγουν στην αγορά νέα, καινοτόμα προϊόντα πριν από τους ανταγωνιστές τους, αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Με τον τρόπο αυτό οι επιχειρήσεις αυξάνουν το μερίδιό τους στην αγορά και παράλληλα την κερδοφορία τους. (Κοκκίνης, 2006)

Μια σειρά από μελέτες έχουν δείξει ότι η εταιρική ευθύνη μπορεί να είναι οδηγός για την ανάπτυξη καινοτομικών προϊόντων και υπηρεσιών. (European Competitiveness Report, 2008)

Οι καλές σχέσεις για παράδειγμα και η αυξημένη επικοινωνία με τους προμηθευτές και τους λιανεμπόρους μπορούν να συμβάλλουν έτσι ώστε μια εταιρία να βρει καινοτόμες λύσεις στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων. (Exter κ.α., 2011)

Επίσης η προσπάθεια αντιμετώπισης διαφόρων κοινωνικών προβλημάτων όπως για παράδειγμα η κλιματική αλλαγή, η μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα ή η φτώχεια μπορούν να οδηγήσουν στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και να γίνουν έμπνευση για καινοτόμο σκέψη. (Sino-German Corporate Social Responsibility Project, 2012)

- 6) Αύξηση παραγωγικότητας και βελτίωση της ποιότητας: Το υψηλό επίπεδο ασφάλειας στο χώρο εργασίας όπως και γενικότερα των εργασιακών συνθηκών μπορούν να έχουν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της αποδοτικότητας της εργασίας, μειωμένο αριθμό σφαλμάτων και ως εκ τούτου αύξηση της παραγωγικότητας. (Raouf, 2004)

7) Βελτίωση εταιρικής φήμης: Η εικόνα και η φήμη μιας επιχείρησης είναι καταλυτικής σημασίας για την προσέλκυση εργαζομένων, πελατών, προμηθευτών και επενδυτών και ως εκ τούτου θεωρείται όλο και περισσότερο σαν ένα από τα πολύτιμα στοιχεία της. Σε μερικές μεγάλες εταιρίες μάλιστα τα άυλα αυτά στοιχεία μπορεί να ισούνται με το 95% της φήμης τους. (Παπατρινταφύλλου, 2008)

Η συσχέτιση μεταξύ εταιρικής ευθύνης και της φήμης μιας επιχείρησης είναι καλά εδραιωμένη. Μελέτη που διεξήχθη μεταξύ επιχειρήσεων και ακαδημαϊκών σχετικά με τα πιο συχνά οφέλη που έχει η εφαρμογή πρακτικών εταιρικής ευθύνης έδειξε σαν πιο συχνή απάντηση τη βελτίωση της φήμης και την αύξηση της αξίας του εμπορικού σήματος. (Baena κ.α., 2012) (Exter κ.α., 2011)

8) Προσέλκυση επενδυτών: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να διευκολύνει μια εταιρία στην προσέλκυση επενδυτών και κεφαλαίων. Η καλή φήμη, η διαφάνεια, το υψηλό επίπεδο εμπιστοσύνης των ενδιαφερόμενων μερών δύναται να συμβάλουν στη διεύρυνση της πρόσβασης μιας εταιρίας σε κεφάλαια. (Chitrao κ.α., 2014)

Τα τελευταία χρόνια πολλά χρηματιστήρια ιδιαίτερα σε αναπτυσσόμενες οικονομίες έχουν λάβει πρωτοβουλίες για την ευαισθητοποίηση εταιριών σε σχέση με ζητήματα διαφάνειας και κοινωνικά υπεύθυνης διακυβέρνησης. Αυτό σημαίνει ότι η εταιρική ευθύνη έχει μια αυξανόμενη επιρροή όσον αφορά την πρόσβαση σε κεφάλαια, καθώς οι επενδυτές και οι αναλυτές αρχίζουν να λαμβάνουν υπόψη τους κατά τη λήψη αποφάσεων τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδόσεις μιας επιχείρησης. (Siddy και Limited, 2009)

9) Πρόσβαση στην αγορά και αύξηση πωλήσεων: Η φήμη μιας εταιρίας παίζει πολύ σημαντικό ρόλο για την πρόσβαση της στην αγορά, για την εύρεση εξαγωγέων και προμηθευτών. Για να αποκτήσει καλή φήμη μια εταιρία είναι σημαντικό να έχει κάποια πιστοποίηση για τις κοινωνικές επιδόσεις, βάση διεθνώς αναγνωρισμένων προτύπων. (Dankers, 2003)

Επίσης πολλοί είναι οι καταναλωτές οι οποίοι επιζητούν προϊόντα τα οποία δεν θα καλύπτουν απλά τις ανάγκες τους και θα είναι ασφαλή, αλλά θα παράγονται με κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο.

Μελέτες έχουν δείξει ότι το 55% των καταναλωτών παγκοσμίως είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από εταιρείες κοινωνικά υπεύθυνες. (Fortune Greece, 2014)

Στην Ευρώπη αντίστοιχα το 70% των καταναλωτών υποστηρίζουν ότι είναι σημαντικό στοιχείο για την αγορά ενός προϊόντος η δέσμευση της επιχείρησης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Επίσης ένας στους πέντε είναι διατεθειμένος να πληρώσει περισσότερο για προϊόντα κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα. (Παπατριανταφύλλου, 2008)

Στην Ελλάδα σε έρευνα που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο Επικοινωνίας το 34,2% των ελλήνων δήλωσε ότι έχει ανταμείψει μια κοινωνικά υπεύθυνη εταιρία (είτε μέσω αγοράς ενός προϊόντος είτε μέσω θετικών σχολίων που εκφράστηκαν για τη συγκεκριμένη εταιρεία) ενώ το 19,6% έχει σκεφτεί να το πράξει. Στην ίδια έρευνα το 38,3 των ελλήνων καταναλωτών δηλώνει ότι έχει «τιμωρήσει» μια κοινωνικά μη υπεύθυνη εταιρία (είτε μέσω σχολίων, είτε με τη μη αγορά του προϊόντος) ενώ το 18,9 έχει σκεφτεί να το πράξει. (Ινστιτούτο επικοινωνίας, 2013)

- 10) Μείωση επιχειρηματικού κινδύνου: Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να συμβάλει στη μείωση των κινδύνων μέσω της βελτίωσης των σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέλη και της οργανωτικής δέσμευσης των εργαζομένων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η εταιρική ευθύνη βοηθά στην αποφυγή συγκρούσεων μεταξύ της επιχείρησης και των εργαζομένων, των τοπικών κοινοτήτων και των προμηθευτών. (Ghoul κ.α., 2011)
- 11) Βελτίωση σχέσεων με τα ενδιαφερόμενα μέρη: Ένα ακόμα άμεσο όφελος που έχει μια εταιρία από την εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι η βελτίωση των σχέσεων της με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι επιχειρήσεις γίνονται πιο



αξιόπιστες και φερέγγυες σε σχέση με τα ενδιαφερόμενα μέρη λόγω της αυξημένης διαφάνειας. (Grayson, 2011)

- 12) Αξία μάρκας: Αναμφίβολα η μάρκα (brand name) είναι το πιο σημαντικό στοιχείο μιας επιχείρησης. Ως μάρκα μπορεί να θεωρηθεί μια λέξη, ένας όρος, ένα σήμα, ένα σχέδιο, ένα σύμβολο ή ένας συνδυασμός τους. Η αξία της μάρκας έχει να κάνει με την επίδραση της γνώσης της μάρκας στην αντίδραση του καταναλωτή. Τα τελευταία χρόνια αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο η θετική επίδραση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στη αύξηση της αξίας της μάρκας. Έτσι το ζήτημα της εταιρικής υπευθυνότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης αποκτά όλο και πιο σημαντικό ρόλο για τις επιχειρήσεις. (Wilburn και Wilburn, 2013) (Grover, 2014) (Kotler και Keller, 2010)

## **2. Μέτρηση και δημόσια αναφορά της Εταιρικής Ευθύνης**

Με το ενδιαφέρον σχετικά με το ζήτημα της εταιρικής ευθύνης όλο και να μεγαλώνει έχει δημιουργηθεί η ανάγκη για μέτρησης της επίδοσης της εταιρίας και δημοσιοποίησης των δράσεων και της απόδοσής της.

### **2.1 ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν δημιουργηθεί Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί (Non Government Organization, M.K.O.) και δείκτες που βοηθούν τις επιχειρήσεις να αξιολογήσουν και να δημοσιοποιήσουν τις κοινωνικές τους δράσεις. Έτσι έχει αναδειχτεί ένα πλήθος προτύπων μέτρησης. Λόγω του ότι το ζήτημα της μέτρησης της απόδοσης της κοινωνικής υπευθυνότητας είναι σχετικά νέο και το θέμα της βιωσιμότητας πολύ ευρύ δεν υπάρχει ένα αντικειμενικό και κοινώς αποδεκτό διεθνές πρότυπο. (Pojasek, 2007)

Επίσης τα πρότυπα μέτρησης της εταιρικής ευθύνης μπορούν να χωριστούν σε πρότυπα προσανατολισμένα στο αποτέλεσμα και σε πρωτοβουλίες προσανατολισμένες στις διαδικασίες. Οι πρωτοβουλίες με γνώμονα το αποτέλεσμα απαιτούν τεκμηριωμένα επιτεύγματα ενός οργανισμού σε σχέση με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Οι πρωτοβουλίες που είναι προσανατολισμένες προς τη διαδικασία εστιάζουν στη συμμετοχή, τη συνεχή βελτίωση και τις διαδικασίες μάθησης. (Gjølberg, 2009)

Από όλα τα πρότυπα για τη μέτρηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κάποια έχουν μεγαλύτερο βαθμό αναγνώρισης, συνδυάζουν πολλαπλά ζητήματα υπευθυνότητας ή πέρα από ζητήματα κοινωνικής ευθύνης αξιολογούν και την οικονομική απόδοση της εταιρίας.

Παρακάτω γίνεται αναφορά στα σημαντικότερα πρότυπα αξιολόγησης.

### 2.1.1 Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς (G.R.I.)

Το Global Reporting Initiative (G.R.I.) – Πρωτοβουλία Παγκόσμιας Αναφοράς συστάθηκε το 1997 στη Βοστώνη από το Συνασπισμό για Περιβαλλοντικά Υπεύθυνες Οικονομίες (CERES) σε συνεργασία με το Πρόγραμμα Περιβάλλοντος των Ηνωμένων Εθνών.

Σκοπός των πλαισίων αναφοράς κατά G.R.I. είναι να υπάρχει ένα γενικά αποδεκτό πλαίσιο για την υποβολή εκθέσεων σχετικά με την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική επίδοση ενός οργανισμού ή μιας εταιρείας. (Wilburn και Wilburn, 2013)

Είναι σχεδιασμένο ώστε να μπορεί να χρησιμοποιείται από οργανισμούς ανεξαρτήτως μεγέθους, τομέα ή χώρας δραστηριοποίησης. (Wilburn και Wilburn, 2013)

Το G.R.I. έχει αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για την σύνταξη απολογισμών βιωσιμότητας. Μια έκθεση για τη βιωσιμότητα παρουσιάζει επίσης τις αξίες του οργανισμού και το μοντέλο διακυβέρνησης, και δείχνει τη σύνδεση μεταξύ της στρατηγικής της και τη δέσμευσή της για μια βιώσιμη παγκόσμια οικονομία.

Οι αναφορές δείχνουν τα αποτελέσματα που σημειώθηκαν στη συγκεκριμένη περίοδο αναφοράς βάσει των πλαισίων που θέτει το G.R.I. σε σχέση με τις δεσμεύσεις του οργανισμού, τη στρατηγική και τη διαχείριση. Οι αναφορές βιωσιμότητας μπορούν μεταξύ άλλων να χρησιμοποιηθούν για τους ακόλουθους σκοπούς (Global Reporting Initiative, 2011):

- 1) Τη συγκριτική αξιολόγηση και την αξιολόγηση των επιδόσεων της βιωσιμότητας όσον αφορά τους νόμους, τους κανόνες, τους κώδικες, τα πρότυπα επιδόσεων και τις εθελοντικές πρωτοβουλίες.
- 2) Επίδειξη σχετικά με το πώς η οργάνωση επηρεάζει και επηρεάζεται από τις προσδοκίες για βιώσιμη ανάπτυξη.
- 3) Σύγκριση της απόδοσης στο πλαίσιο ενός οργανισμού, καθώς και μεταξύ διαφόρων οργανισμών με την πάροδο του χρόνου.

Το G.R.I. συνιστά την έκδοση των κοινωνικών απολογισμών να συμβαδίζει χρονικά με άλλους απολογισμούς που εκδίδει η εταιρεία ή ο οργανισμός, για παράδειγμα με τον ετήσιο οικονομικό απολογισμό έτσι ώστε να λειτουργεί και συμπληρωματικά ως προς αυτόν. Το G.R.I. επίσης θεωρεί ότι θέμα χρόνου είναι οι επιχειρήσεις να δημοσιεύουν μόνο έναν ετήσιο απολογισμό που να συμπεριλαμβάνει χρηματοοικονομικές, οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές πληροφορίες καθώς οι απολογισμοί βιωσιμότητας εξυπηρετούν, συμπληρώνουν και εμπλουτίζουν τους οικονομικούς απολογισμούς. Επίσης δίνει την δυνατότητα στις εταιρίες να ανεβάζουν τους απολογισμούς βιωσιμότητας τους στη σελίδα του G.R.I. και αυτό με τη σειρά του βαθμολογεί τους απολογισμούς. Ένας απολογισμός μπορεί να βαθμολογηθεί με A, B ή C. Για την βαθμολόγηση λαμβάνονται υπόψη οι κατηγορίες κατευθυντήριων γραμμών και οι δείκτες που έχουν χρησιμοποιηθεί. (Wilburn και Wilburn, 2013)

Οι κατευθυντήριες οδηγίες του G.R.I. είναι ένα πλαίσιο προδιαγραφών για την έκδοση απολογισμών που στόχο έχουν την παροχή βοήθειας στους οργανισμούς που εκδίδουν απολογισμούς και στα ενδιαφερόμενα μέρη αυτών των οργανισμών, έτσι ώστε να γίνεται ευκόλως κατανοητή η θέση και η συνεισφορά τους σε σχέση με τη βιώσιμη ανάπτυξη και την κοινωνική ευθύνη. (Eyerer, 2005)

Οι κατευθυντήριες οδηγίες χωρίζονται σε τρεις κύριες κατηγορίες, οι οποίες είναι οι ακόλουθες:

- Οικονομική
- Περιβαλλοντική
- Κοινωνική

**Οικονομική επίδοση:** Η οικονομική επίδοση είναι θεμελιώδους σημασίας για την κατανόηση ζητημάτων που έχουν να κάνουν με τη βιωσιμότητα ενός οργανισμού. Αυτό που δεν αναφέρεται συνήθως στους χρηματοοικονομικούς απολογισμούς είναι η σχέση του οργανισμού με το ευρύτερο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον. (Global Reporting Initiative, 2011)

Η οικονομική επίδοση στα πλαίσια ενός απολογισμού βιώσιμης ανάπτυξης δεν εστιάζει τόσο στην κερδοφορία του οργανισμού όπως συμβαίνει με τους χρηματοοικονομικούς απολογισμούς αλλά αφορά τις επιπτώσεις του οργανισμού σχετικά με τις οικονομικές συνθήκες των ενδιαφερόμενων μερών, είτε αυτές είναι θετικές είτε είναι αρνητικές, σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Η μέτρηση της οικονομικής επίδοσης δηλαδή εστιάζει κυρίως στην οικονομική κατάσταση των ενδιαφερόμενων μερών και όχι τόσο στην οικονομική κατάσταση του ίδιου του οργανισμού. Οι οικονομικοί δείκτες κατά κύριο λόγο δείχνουν τη ροή κεφαλαίων μεταξύ των ενδιαφερόμενων μελών και του οργανισμού αλλά και τις οικονομικές επιπτώσεις του οργανισμού στην κοινωνία. (Eyerer, 2005)

**Περιβαλλοντική επίδοση:** Οι περιβαλλοντικοί δείκτες ενός απολογισμού βιωσιμότητας δείχνουν τις επιδράσεις ενός οργανισμού στα φυσικά συστήματα έμβια και μη. Οι δείκτες είναι δομημένοι έτσι ώστε να αντικατοπτρίζουν τις εισροές, τις εκροές και τους τρόπους με τους οποίους επιδρά ο οργανισμός με το περιβάλλον. (Global Reporting Initiative, 2011)

**Κοινωνική επίδοση:** Η κοινωνική επίδοση δείχνει την επίδραση που έχει ο οργανισμός στην κοινωνία. Οι δείκτες κοινωνικής επίδοσης χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες, τους δείκτες που αφορούν την απασχόληση, τους δείκτες που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα, τους δείκτες που αφορούν την κοινωνική επίδοση και τους δείκτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. (Wilburn και Wilburn, 2013)

**Δείκτες για την Απασχόληση:** Οι δείκτες απασχόλησης σχετίζονται με την έννοια της αξιοπρεπούς εργασίας. Οι δείκτες δείχνουν διάφορα στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των εργαζομένων δίνοντας έμφαση στην ανά ηλικία και ανά φύλο κατανομή τους, τη συμμετοχή των εργαζόμενων σε σωματεία, το ύψος των εισφορών και των παροχών προς τους εργαζομένους και στοιχεία που σχετίζονται με την υγιεινή, την ασφάλεια στους χώρους εργασίας. (Wilburn και Wilburn, 2013)

**Δείκτες Ανθρώπινων Δικαιωμάτων:** Οι δείκτες ανθρωπίνων δικαιωμάτων δείχνουν τις επιπτώσεις από τη δραστηριότητα του

οργανισμού σε σχέση με τη διασφάλιση των ανθρώπινων δικαιωμάτων. Οι δείκτες βασίζονται σε διεθνώς αναγνωρισμένα πρότυπα όπως την οικουμενική διακήρυξη των ανθρώπινων δικαιωμάτων του Ο.Η.Ε. και του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας. (Global Reporting Initiative, 2011)

Οι δείκτες εξετάζουν τρεις γενικές κατευθύνσεις:

- 1) Τις βασικές πτυχές των ανθρώπινων δικαιωμάτων
- 2) Την ικανότητα και τις γνώσεις που καθιστούν εφικτή την εξασφάλιση των ανθρώπινων δικαιωμάτων συμπεριλαμβανομένης της κατάρτισης και των εσωτερικών διαδικασιών
- 3) Την ενσωμάτωση των ανθρώπινων δικαιωμάτων στις εξωτερικές εμπορικές σχέσεις, στις επενδύσεις και τους προμηθευτές

**Δείκτες κοινωνικής επίδοσης:** οι δείκτες κοινωνικής επίδοσης δείχνουν την αλληλεπίδραση του οργανισμού με τους κοινωνικούς θεσμούς και τους θεσμούς της αγοράς που διαμορφώνουν το κοινωνικό περιβάλλον εντός του οποίου αλληλεπιδρούν τα ενδιαφερόμενα μέρη. Ως εκ τούτου οι δείκτες επικεντρώνονται στις επιπτώσεις που έχει η λειτουργία του οργανισμού στην κοινωνία. Ειδικότερα οι δείκτες αναφέρονται σε ζητήματα διαφθοράς και δωροδοκιών, σε τυχόν εφαρμογή μονοπωλιακών πρακτικών και τη συμμόρφωση με νόμους και κανονισμούς πέρα από αυτούς που έχει να κάνουν με εργασιακά και περιβαλλοντικά θέματα. (Wilburn και Wilburn, 2013)

**Δείκτες για τα Προϊόντα και τις Υπηρεσίες:** οι δείκτες που αφορούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σχετίζονται με στοιχεία που έχουν να κάνουν με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχονται από την εταιρία ή τον οργανισμό, τις επιπτώσεις που έχουν αυτά στους καταναλωτές, το αν είναι σχεδιασμένα σύμφωνα με τις προδιαγραφές και κατάλληλα για την προβλεπόμενη χρήση τους χωρίς να θέτουν σε κίνδυνο την υγεία και την ασφάλεια. (Wilburn και Wilburn, 2013)

### 2.1.2 ACCOUNTABILITY1000 (AA1000)

Το 1996 οι δραστηριότητες κοινωνικού ελέγχου της New Economics Foundation (NEF) ομαδοποιήθηκαν κάτω από την ομπρέλα ενός νέου οργανισμού, το Ινστιτούτο κοινωνικής και δεοντολογικής ευθύνης (Institute of Social and Ethical Accountability - ISEA). Το Νοέμβριο του 1999 δημιουργήθηκε το πλαίσιο υπευθυνότητας AA1000 (AA1000 AccountAbility Framework Standard) το οποίο και χρησιμοποιήθηκε από πολλές μεγάλες εταιρείες. Το πλαίσιο αυτό περιείχε τις αρχές της υπευθυνότητας για τη βιώσιμη ανάπτυξη οι οποίες συζητήθηκαν διεξοδικά και αναθεωρήθηκαν εκ νέου το 2003. Έτσι, προέκυψε η δέσμευση στη συμμετοχικότητα, η οποία υποστηριζόταν από τις αρχές της «ουσιαστικότητας», της «πληρότητας» και της «ανταπόκρισης». Οι τρεις αυτές αρχές αποτέλεσαν τη βάση του AA1000 Assurance Standard, το οποίο δημοσιεύτηκε το 2003, καθώς και του προτύπου εμπλοκής ενδιαφερόμενων μερών AA1000, το οποίο δημοσιεύτηκε το 2005. Οι αρχές αποσαφηνίστηκαν περαιτέρω ως προς την εφαρμογή τους σε σχέση με το AA1000 Assurance Standard (2003) μέσω Κατευθυντήριων Οδηγιών (Guidance Note), οι οποίες δημοσιεύτηκαν το 2006. (AccountAbility1000, 2008) (Jonker, 2003)

Το 2008 εκδίδεται η δεύτερη έκδοση του προτύπου διασφάλισης AccountAbility που περιλαμβάνει το πρότυπο διασφάλισης AA1000 (2008). Η έκδοση αυτή βασίζεται στην ταχέως αναπτυσσόμενη πρακτική και εμπειρία σχετικά με τη διασφάλιση της βιωσιμότητας και αντικαθιστά όλες τις προηγούμενες σχετικές εκδόσεις που έχουν δημοσιευτεί από το AccountAbility. (AccountAbility1000, 2008)

Σύμφωνα με την αρχή της «συμμετοχικότητας» απαιτείται η συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών στη διαμόρφωση και επίτευξη μίας υπεύθυνης στρατηγικής που να ανταποκρίνεται στη βιωσιμότητα του οργανισμού. (AccountAbility1000, 2008) Ως εκ τούτου, η εταιρεία θα πρέπει να συνεργαστεί με τα ενδιαφερόμενα μέρη για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων για τη στρατηγική της βιωσιμότητάς τους. Η αρχή της «ουσιαστικότητας» σημαίνει ότι η εταιρεία πρέπει να αξιολογεί ποια θέματα βιωσιμότητας αφορούν τόσο την οργάνωση όσο και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η τελευταία αρχή είναι η αρχή της

«ανταπόκρισης», μέσω της οποίας αξιολογείται η επικοινωνία της εταιρίας με τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Μια έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δείξει στα ενδιαφερόμενα μέρη τις κοινωνικές δράσεις που έχει αναλάβει η εταιρία. Με τη βοήθεια αυτού του πλαισίου, οι εταιρείες μπορούν να δημιουργήσουν ολοκληρωμένες εκθέσεις σχετικά με την υπευθυνότητα. Οι αρχές που χρησιμοποιούνται σε αυτό το πλαίσιο είναι συμβατές με τις αρχές που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως, σε πλαίσια όπως το Οικουμενικό Σύμφωνο του ΟΗΕ, το ISO 26000 και το GRI. (AccountAbility1000, 2008)

Εκτός από ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο αναφοράς, το AA1000 δίνει τις κατευθυντήριες γραμμές για τη διασφάλιση των εν λόγω εκθέσεων βάση του Πρότυπου Διασφάλισης. Το Πρότυπο Διασφάλισης αξιολογεί την επιχείρηση για τη διαχείριση, την απόδοσή και την υποβολή εκθέσεων κοινωνικής ευθύνης μέσω του έλεγχου αναφορών του οργανισμού και βάση των αρχών του AA1000. Αυτή είναι μια μέθοδος για την εκτίμηση της ποιότητας των εκθέσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που εκδίδει ένας οργανισμός. (AccountAbility1000, 2008)

Τρία είναι τα βασικά πλεονεκτήματα από τη χρήση του προτύπου AA1000 (Jonker, 2002)

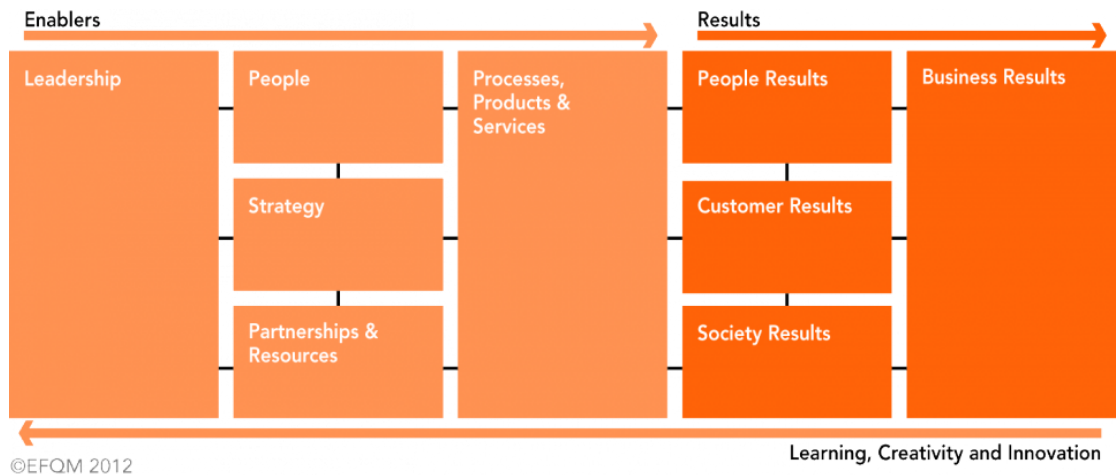
- 1) Το AA1000 είναι ένα αυτόνομο σύστημα για την μέτρηση της εταιρικής υπευθυνότητας και της βιωσιμότητας του οργανισμού το οποίο μέσω της συνεχούς ανάπτυξης έχει σαν στόχο τη διασφάλιση της ποιότητας των πληροφοριών μέσω της εμπλοκής με τα ενδιαφερόμενα μέρη και μέσω της ανάπτυξης συστημάτων που καταγράφουν, αξιολογούν και αναπτύσσουν την επίδοση βασιζόμενο σε τακτικό διάλογο με τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- 2) Το AA1000 εκτός των άλλων αξιολογεί τη λειτουργία του οργανισμού με άλλα, νέα ή υφιστάμενα, πρότυπα και διαδικασίες βάσει της αποτελεσματικότητας
- 3) Με το AA1000 μπορεί να γίνει αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της ποιότητας των εταιρικών σχέσεων και των συναλλαγών με άλλους οργανισμού.



### 2.1.3 European Foundation for Quality Management (EFQM):

Το 1987, εισήχθησαν ένας αριθμός πλαισίων επιχειρηματικής αριστείας που είχαν σαν στόχο να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν οικονομική αξία και να παραμείνουν ανταγωνιστικές στην παγκόσμια οικονομία. Από τότε περισσότερα από 75 πλαίσια επιχειρηματικής αριστείας έχουν καθιερωθεί παγκοσμίως. Το EFQM δημιουργήθηκε το 1991 από το ευρωπαϊκό ίδρυμα για τη διοίκηση ποιότητας ως ένα πλαίσιο βάση του οποίου αξιολογούνται οι αιτούντες για το το Ευρωπαϊκό Βραβείο Ποιότητας. Το μοντέλο E.F.Q.M. αποτελεί ένα μη δεσμευτικό πλαίσιο που υποθέτει πως υπάρχουν διαφορετικές προσεγγίσεις για την επίτευξη της αριστείας σε σχέση με τη βιωσιμότητα, πράγμα το οποίο βασίζεται στην ύπαρξη πολλαπλών ερμηνειών γύρω από την εφαρμογή της. (Pojasek, 2007) (Cerio κ.α., 2011) (Yousefie, 2011)

Το πλαίσιο EFQM αποτελείται από εννέα στοιχεία τα οποία ομαδοποιούνται σε πέντε κριτήρια τα οποία σχετίζονται με την ηγεσία, τους πόρους και τις διαδικασίες, την πολιτική και στρατηγική, το ανθρώπινο δυναμικό και τις εταιρικές σχέσεις και τέσσερα κριτήρια που βασίζονται στα αποτελέσματα σε σχέση με τους ανθρώπους, τους πελάτες, την κοινωνία και την απόδοση της επιχείρησης. Τα πέντε κριτήρια αντιπροσωπεύουν τον τρόπο που η οργάνωση λειτουργεί («υποκινητές») και τα αποτελέσματα επικεντρώνονται στα επιτεύγματα που αφορούν τα ενδιαφερόμενα μέρη. Κάθε κριτήριο αποτελεί μια συνολική ενότητα και είναι δομημένο από έναν αριθμό υποκατηγοριών αξιολογησης. (Llusar, 2009) (Ruiz, 2008)



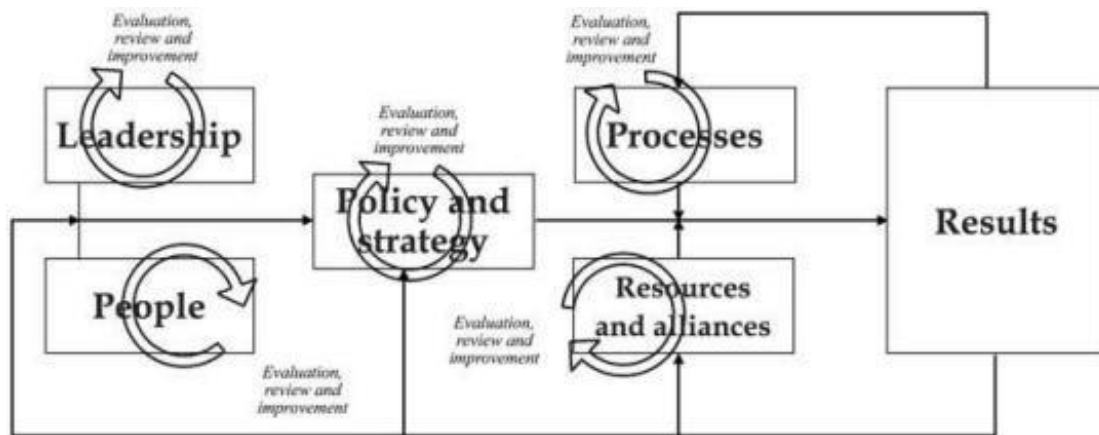
Σχήμα 2 «Υποκινητές» και αποτελέσματα

Όπως φαίνεται από το παραπάνω σχήμα, ως αποτέλεσμα της αξιολόγησης των επιτευγμάτων μέσω της μάθησης και της καινοτομίας γίνεται ανατροφοδότηση με πληροφορίες και γνώσεις. Αυτή η ανατροφοδότηση κατευθύνεται προς τη διαχείριση και έτσι γίνονται διορθώσεις στους «υποκινητές». Με τον τρόπο αυτόν υπάρχει βελτίωση των αποτελεσμάτων που αφορούν τα ενδιαφερόμενα μέρη. (Ruiz, 2008)

Για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων μπορούν να χρησιμοποιηθούν (Ruiz, 2008):

- 1) Η γνώμη των βασικών «υποκινητών».
- 2) Οι δείκτες επίδοσης των «υποκινητών».
- 3) Τα οικονομικά αποτελέσματα των «υποκινητών».
- 4) Δείκτες που συγκρίνουν τα αποτελέσματα με τους στόχους.

Εκτός από την παραπάνω ανάλυση η οποία κατευθύνεται από τα αποτελέσματα προς τους «υποκινητές» υπάρχουν συγκεκριμένοι μηχανισμοί σε κάθε καταλύτη οι οποίοι βοηθούν στην αξιολόγηση, αναθεώρηση και βελτίωση. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η καλύτερη προσαρμογή στο περιβάλλον. (Ruiz, 2008)



Σχήμα 3 Οι κινητήρες για την παραγωγή γνώσεις κατά τη διαδικασία της αξιολόγησης

#### 2.1.4 Balanced Scorecard(BSC):

Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, πολλοί μελετητές εξέφρασαν ανησυχίες για τα παραδοσιακά συστήματα μέτρησης της απόδοσης που επικεντρώνεται αποκλειστικά στην οικονομικές μετρήσεις και στα βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα μη λαμβάνοντας υπόψη τις μακροπρόθεσμες επιλογές αλλά και τη μέτρηση της απόδοσης μη οικονομικών στοιχείων όπως είναι η τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων, η μείωση του κόστους της διαδικασίας της παραγωγής, η ποιότητα και άλλα τα οποία ωφελούν μακροπρόθεσμα την επιχείρηση. (Hoque, 2014)

Το Balanced Scorecard (BSC) εισήχθη για πρώτη φορά στις αρχές του 1990 από τους Kaplan και Norton οι οποίοι για να καλύψουν τις αδυναμίες των προηγούμενων συστημάτων δημιούργησαν ένα νέο πλαίσιο μέτρησης της απόδοσης οικονομικών και μη οικονομικών στοιχείων ενός οργανισμού. Η καινοτομία της τεχνικής που εισήγαγαν είναι η αξιολόγηση βάση τεσσάρων διαστάσεων. (Chamzini κ.α., 2014) (Cohen κ.α., 2008)

- 1) Πελατειακή διάσταση: Σύμφωνα με την πελατειακή διάσταση οι επιχειρήσεις εστιάζουν στην ικανοποίηση του πελάτη και προσδιορίζουν τα τμήματα της αγοράς στα οποία έχουν επιλέξει να απευθυνθούν και να ανταγωνιστούν με σκοπό την απόκτηση εσόδων που ικανοποιούν τους

χρηματοοικονομικούς τους στόχους. Σύμφωνα με αυτή την οπτική αν οι πελάτες δεν είναι ικανοποιημένοι θα βρουν άλλους προμηθευτές ώστε να καλύψουν τις ανάγκες τους. Η πελατειακή διάσταση βοηθάει στον καθορισμό των βασικών πελατειακών δεικτών για τα στοχευόμενα τμήματα αγοράς. Από τη στιγμή που η εταιρία εντοπίζει και στοχεύει τα τμήματα αγοράς στα οποία ευελπιστεί να δραστηριοποιηθεί, μπορεί να ορίσει τους στόχους και τα μέτρα που θα λάβει με σκοπό την ικανοποίηση αυτών. (Balanced Scorecard)

- 2) Διάσταση ενδοεπιχειρησιακών διεργασιών: Η διάσταση των ενδοεπιχειρησιακών διεργασιών αναφέρεται στις εσωτερικές επιχειρηματικές διαδικασίες. Βάση αυτών των διαδικασιών μια επιχείρηση αναγνωρίζει ποιες διαδικασίες θα πρέπει να αναπτυχθούν στο εσωτερικό της, προκειμένου να επιτύχει τους οικονομικούς και πελατειακούς σκοπούς της. Εφόσον η επιχείρηση έχει θέσει τους πελατειακούς και οικονομικούς της στόχους, οριοθετεί τους σκοπούς και τους δείκτες για αυτή τη διάσταση. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση εστιάζει την προσοχή της σε εκείνες τις διεργασίες που θα οδηγήσουν στην ικανοποίηση των πελατών και των μετόχων. (Balanced Scorecard)
- 3) Διάσταση Μάθησης και Ανάπτυξης: Αυτή η οπτική γωνία περιλαμβάνει την κατάρτιση των εργαζομένων και της εταιρικής συμπεριφοράς που σχετίζονται τόσο για την ατομική όσο και την εταιρική αυτο-βελτίωση. Στο σημερινό κλίμα των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων, καθίσταται αναγκαία για τους εργαζόμενους η συνεχής λειτουργία εκμάθησης. Η μάθηση και η ανάπτυξη αποτελούν το θεμέλιο για την επιτυχία της κάθε οργάνωσης της γνώσης των εργαζομένων. (Balanced Scorecard)
- 4) Χρηματοοικονομική διάσταση: Η χρηματοοικονομική διάσταση περιλαμβάνει τα ακριβή δεδομένα της χρηματοδότησης και οι δείκτες που χρησιμοποιούνται είναι οι κλασσικοί χρηματοοικονομικοί δείκτες. (Balanced Scorecard)

Το BSC δεν περιλαμβάνει τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις από τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Προκειμένου να γίνει αυτό χρειάζεται γνώση των επιπτώσεων των δραστηριοτήτων ενός οργανισμού και ικανότητα για μάθηση και καινοτομία έτσι ώστε να υπάρξει περιορισμός τους. (Bieker, 2003)

Έτσι, αναπτύχθηκε το Sustainability Balanced Scorecard (SBSC) το οποίο βασίζεται στο παραδοσιακό πρότυπο BSC. Το SBSC παρέχει ένα ευρύτερο πεδίο εφαρμογής καθώς περιλαμβάνει διαστάσεις που αφορούν τη βιωσιμότητα. Οι τρόποι ενσωμάτωσης των περιβαλλοντικών και κοινωνικών πτυχών στο SBSC είναι οι εξής: (Bieker, 2003)

- 1) Μέσω της ενσωμάτωσης των περιβαλλοντικών και κοινωνικών πτυχών στις υπάρχοντες τέσσερις διαστάσεις.
- 2) Μέσω της δημιουργίας πέμπτης διάστασης που να σχετίζεται με την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση.
- 3) Με την έκδοση αναφοράς που να σχετίζεται μόνο με την κοινωνική και περιβαλλοντική επίδοση.

#### 2.1.5 Organisation for Economic Co-operation and development

(OECD):

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ, Organisation for Economic Cooperation and Development -OECD) προέκυψε από τον Οργανισμό Ευρωπαϊκής Οικονομικής Συνεργασίας (Organisation for European Economic Co-operation, OEEC) που ιδρύθηκε το 1947 με την υποστήριξη των ΗΠΑ και του Καναδά προκειμένου να εναρμονιστούν με το σχέδιο Marshall για αναδιάρθρωση της Ευρώπης μετά τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο. Ο ΟΟΣΑ ανέλαβε τα ηνία το 1961 και από τότε έχει ως αποστολή του να βοηθήσει τις κυβερνήσεις να πετύχουν βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και καλύτερα επίπεδα ζωής στις χώρες μέλη, ενώ παράλληλα να διατηρείται οικονομική σταθερότητα, με αυτόν τον τρόπο συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας. (Personnel Review, 1972)

Η παγκοσμιοποίηση είναι το κύριο πεδίο δραστηριοποίησης του οργανισμού προσπαθώντας να αναλύσει πώς διάφορες μεμονωμένες εθνικές πολιτικές συσχετίζονται μεταξύ τους. Αυτό αντικατοπτρίζεται στα θέματα που έχει αναλάβει περί βιώσιμης ανάπτυξης, προσεγγίζοντας περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές ανησυχίες στα πλαίσια των εθνικών συνόρων προκειμένου να υπάρξει καλύτερη κατανόηση και επίλυση των προβλημάτων που σχετίζονται με αυτή. Έτσι, για πάνω από 40 χρόνια, ο ΟΟΣΑ είναι παγκοσμίως μια από τις μεγαλύτερες και πιο αξιόπιστες πηγές συγκρίσιμων στατιστικών οικονομικών και κοινωνικών δεδομένων. Οι κυβερνήσεις μπορούν να συγκρίνουν τις εμπειρίες πολιτικών δραστηριοτήτων, να αναζητήσουν απαντήσεις στα συνήθη προβλήματά τους, να αναγνωρίσουν καλές πρακτικές και να εξισορροπήσουν εθνικές και διεθνείς πολιτικές. Ο οργανισμός επίσης διευρύνει τη σχέση του με την κοινωνία των πολιτών. Αν και αρχικά επικεντρώθηκε στις σχέσεις με τις επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους, τώρα περιλαμβάνει στο πεδίο δράσης του και μη κυβερνητικούς οργανισμούς, καθώς προσκαλεί το ευρύ κοινό να αξιολογήσει τις διάφορες πτυχές των εργασιών του. Όλες οι προσπάθειες αυτές έχουν καταστήσει τον ΟΟΣΑ ένα πιο αποδοτικό εργαλείο για διεθνή συνεργασία.

Οι κατευθυντήριες γραμμές του ΟΟΣΑ είναι συστάσεις που απευθύνουν από κοινού οι κυβερνήσεις σε πολυεθνικές επιχειρήσεις και επιδιώκουν να προωθήσουν τη θετική συνεισφορά των επιχειρήσεων στην οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνική πρόοδο παγκοσμίως. Παρέχουν τις αρχές, τα πρότυπα και τις ορθές πρακτικές που συνάδουν με τους ισχύοντες νόμους και τα διεθνώς αναγνωρισμένα στάνταρ. Η τήρηση των κατευθυντήριων γραμμών από τις επιχειρήσεις είναι εθελοντική. Παρ' όλα αυτά, ορισμένα από τα θέματα που καλύπτονται από τις κατευθυντήριες γραμμές μπορεί επίσης να ρυθμίζονται από την εθνική νομοθεσία ή τις διεθνείς δεσμεύσεις. Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές οι επιχειρήσεις θα πρέπει: (OECD, 2011)

- 1) Να συμβάλλουν στην οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική πρόοδο με σκοπό για την επίτευξη της αειφόρου ανάπτυξης.

- 2) Να σέβονται τα ανθρώπινα δικαιώματα
- 3) Να συνεργάζονται με τις τοπικές κοινότητες
- 4) Να δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης και κατάρτισης των εργαζομένων
- 5) Να μην κινούνται εκτός των νόμων ή των κανονιστικών πλαισίων, ενάντια στα ανθρώπινα δικαιώματα, το περιβάλλον, το δικαίωμα στην υγεία, την εργασία και την ασφάλεια, να μη φοροδιαφεύγουν
- 6) Να υποστηρίζουν και να εφαρμόζουν ορθές πρακτικές εταιρικής διακυβέρνησης
- 7) Να εφαρμόζουν πρακτικές και να υιοθετούν συστήματα που ευνοούν την ανάπτυξη σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ της επιχείρησης και της κοινωνίας
- 8) Να δημιουργούν προγράμματα κατάρτισης των εργαζομένων που θα έχουν σαν στόχο την ευαισθητοποίηση τους σχετικά με την πολιτική και το αξιακό σύστημα της εταιρίας
- 9) Να αποφεύγουν τις διακρίσεις και τη λήψη πειθαρχικών μέτρων σε βάρος των εργαζομένων οι οποίοι μέσω εκθέσεων ασκούν κριτική σε ζητήματα διαχείρισης ή όσους συνεργάζονται με τις αρμόδιες δημόσιες αρχές, σχετικά με την εφαρμογή πρακτικών που παραβιάζουν τη νομοθεσία
- 10) Να δίνουν τη δέουσα προσοχή για τον εντοπισμό, την πρόληψη, το μετριασμό και τη διαχείριση κινδύνων
- 11) Να αποφεύγουν να προκαλούν οι δραστηριότητες τους δυσμενείς επιπτώσεις σε θέματα που καλύπτονται από τις κατευθυντήριες γραμμές
- 12) Να προσπαθούν να αποτρέπουν η να μετριάσουν τις δυσμενείς επιπτώσεις λόγω των δραστηριοτήτων τους, των προϊόντων ή των υπηρεσιών που παρέχουν.
- 13) Να ενθαρρύνουν τους επιχειρηματικούς τους εταίρους στο να έχουν κοινωνικά υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά
- 14) Να συνεργάζονται με τους αρμόδιους φορείς έτσι ώστε να λαμβάνεται υπόψη η γνώμη τους σε σχέση με ζητήματα που επηρεάζουν τις τοπικές κοινότητες
- 15) Να μην επηρεάζουν τις τοπικές πολιτικές δραστηριότητες

### 2.1.6 International Organisation for Standardisation 26000 (ISO 26000):

Το πρότυπο ISO 26000 έχει αναπτυχθεί σε μια μακρά διαδικασία υπό την αιγίδα του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης (ISO). Το πρότυπο δημοσιεύθηκε το Νοέμβριο του 2010. Το ISO 26000 μπορεί να θεωρηθεί ως το πρώτο πρότυπο που να καλύπτει όλες τις πτυχές της βιωσιμότητας. Η αναπτυξιακή διαδικασία του πρότυπο ξεκίνησε το 2001 και από το 2005 μέχρι το 2010 πληθώρα συμμετεχόντων από διάφορες χώρες συνέβαλαν στην ανάπτυξη του. (Henriques, 2011)

Το πρότυπο παρέχει καθοδήγηση σχετικά με τις βασικές αρχές της κοινωνικής ευθύνης και τρόπους για την ενσωμάτωση της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς στην οργάνωση, αναγνωρίζοντας στην κοινωνική ευθύνη και συμμετοχή των ενδιαφερομένων. (ISO, 2014)

Το πρότυπο ISO26000 συνεργάζεται και με άλλα πρότυπα όπως το GRI το οποίο συμμετείχε ενεργά στην ανάπτυξη του από την αρχή. Έτσι το Σεπτεμβρίου του 2011 τα δυο πρότυπα υπέγραψαν Μνημόνιο Κατανόησης με τίτλο «GRI και ISO 26000: Πώς να χρησιμοποιήσετε τις Κατευθυντήριες οδηγίες του GRI σε σύζευξη με το πρότυπο ISO 26000», έτσι ώστε να εντείνουν τη συνεργασία τους για την αειφόρο ανάπτυξη. Το μνημόνιο συμφωνίας μεταξύ του ISO και του GRI αποσκοπεί στην αξιοποίηση των δραστηριοτήτων των δυο οργανώσεων που σχετίζονται με την εταιρική βιωσιμότητα μέσω της ανταλλαγής πληροφοριών και τη συνεργασία με άλλους εταίρους, οι οποίοι συμμετέχουν στην ανάπτυξη νέων ή αναθεωρημένων εγγράφων, την από κοινού προώθηση και την επικοινωνία. Επίσης το ISO 26000 συνδέεται με τις «Κατευθυντήριες Αρχές των Ηνωμένων Εθνών για τις Επιχειρήσεις και τα Ανθρώπινα Δικαιώματα» όπως επίσης και με το πρότυπο AccountAbility 1000. (ISO, 2014) (Johnston, 2012)

Το πρότυπο ISO 26000 βασίζεται πάνω σε επτά βασικές αρχές: (Hemphill, 2013)

- 1) Η αρχή της υπευθυνότητας: Σύμφωνα με την αρχή της υπευθυνότητας η επιχείρηση πρέπει να λογοδοτεί για τις



επιπτώσεις από τη λειτουργία της προς την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

- 2) Η αρχή της διαφάνειας: Σύμφωνα με αυτή την αρχή η επιχείρηση θα πρέπει να είναι διαφανής στις αποφάσεις και τις δραστηριότητες της που έχουν αντίκτυπο στην κοινωνία και το περιβάλλον.
- 3) Η αρχή της ηθικής συμπεριφοράς: Σύμφωνα με την αρχή της ηθικής συμπεριφοράς η επιχείρηση θα πρέπει να λειτουργεί ηθικά και βάσει των αξιών της ειλικρίνειας και της ακεραιότητας.
- 4) Σεβασμός στα συμφέροντα των ενδιαφερόμενων μερών: Η επιχείρηση θα πρέπει να σέβεται, να εξετάζει και ανταποκρίνεται στα συμφέροντα των ενδιαφερόμενων μερών.
- 5) Σεβασμός προς τη νομοθεσία: Σύμφωνα με αυτή την αρχή η επιχείρηση θα πρέπει να σέβεται τους νόμους του κράτους.
- 6) Σεβασμός στους διεθνείς νόμους και κανονισμούς: Σύμφωνα με αυτή την αρχή, παράλληλα με το σεβασμό των νόμων του κράτους η επιχείρηση θα πρέπει να σέβεται και τους διεθνείς νόμους και κανονισμούς
- 7) Σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων: Σύμφωνα με αυτή την αρχή η επιχείρηση θα πρέπει σέβεται τα ανθρώπινα δικαιώματα.

#### 2.1.7 Social Accountability 8000(SA8000):

Το Πρότυπο Κοινωνικής Υπευθυνότητας SA8000 (Social Accountability 8000) είναι ένα παγκόσμιο Πρότυπο, σχεδιασμένο ώστε να κάνει το εργασιακό περιβάλλον κοινωνικά υπεύθυνο και βασίζεται στις υποδείξεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Εργασίας, της Διεθνούς Διακήρυξης για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και τις Αποφάσεις του ΟΗΕ για τα Δικαιώματα του Παιδιού. (Social Accountability International, 2014)

Το 1996 ο οργανισμός Social Accountability International (SAI) άρχισε να εργάζεται στην ανάπτυξη ενός προτύπου το οποίο θα βασίζεται στα διεθνή πρότυπα και όχι στους κανονισμούς ή το σύστημα μίας μόνο χώρας, ΜΚΟ ή εταιρείας. Επίσης συνδυάζει το εργατικό δίκαιο της χώρας όπου βρίσκεται ο εκαστοτε οργανισμός χρησιμοποιώντας

ταυτόχρονα τη διεθνή μεθοδολογία του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης (ISO). Έτσι η SAI παρουσίασε το πρότυπο SA8000 το 1997, μετά την εφαρμογή και δοκιμή του σε τρεις χώρες. (Social Accountability International, 2014)

Οι απαιτήσεις που θέτει το πρότυπο SA8000 χωρίζονται στις εξής κατηγορίες (Social Accountability International, 2013):

- 1) Παιδική εργασία: Απαγορεύεται από την εταιρία η παιδική εργασία. Επίσης η εταιρία οφείλει να κινεί διαδικασίες για την προώθηση της σχολικής εκπαίδευσης και την αποκατάσταση παιδιών που βρέθηκαν να εργάζονται.
- 2) Καταναγκαστική εργασία: Η εταιρεία δε θα πρέπει να αναμιχθεί ή να υποστηρίξει τη χρήση καταναγκαστικής εργασίας.
- 3) Υγιεινή και ασφάλεια: Η εταιρία θα πρέπει να διασφαλίσει ότι τηρούνται όλοι οι κανόνες ασφαλείας για το προσωπικό και ότι το περιβάλλον εργασίας είναι ασφαλές και υγιές.
- 4) Συνδικαλιστική ελευθερία και δικαίωμα συλλογικών διαπραγματεύσεων: Η εταιρεία θα πρέπει να σέβεται το δικαίωμα των εργαζομένων να σχηματίσουν και να συμμετάσχουν σε εργατικά σωματεία της επιλογής τους καθώς και να διαπραγματεύονται συλλογικά.
- 5) Διακρίσεις: Οποιαδήποτε μορφή διάκρισης (αναφορικά με το φύλο, τη καταγωγή, τη φυλή, τις πολιτικές πεποιθήσεις, το θρήσκευμα) θεωρείται κατακριτέα.
- 6) Πρακτικές πειθαρχίας: Η εταιρεία δε θα συμμετάσχει ή θα υποστηρίξει τη χρήση σωματικής βίας, πνευματικού ή σωματικού εξαναγκασμού και εξύβρισης.
- 7) Ώρες εργασίας: Απόλυτος σεβασμός σε ωράρια σύμφωνα με το νόμο της κάθε χώρας αλλά όχι πάνω από 48 ώρες την εβδομάδα. Επίσης η υπερωριακή εργασία θα πρέπει να είναι εθελοντική.
- 8) Αμοιβές: Το σύστημα μισθοδοσίας θα πρέπει να λειτουργεί βάση της υφιστάμενης νομοθεσίας. Επίσης η εταιρεία θα εξασφαλίσει ότι οι μειώσεις στους μισθούς δεν γίνονται για

λόγους πειθαρχίας και ότι τα προγράμματα μαθητείας δεν πραγματοποιούνται σε μια προσπάθεια αποφυγής εκπλήρωσης των υποχρεώσεων προς το προσωπικό.

- 9) Σύστημα διοίκησης: Η διοίκηση θα πρέπει να διασφαλίσει ότι η εφαρμογή του προτύπου δεν θα πρέπει να έχει ως αποτέλεσμα την απλή και μόνο συμμόρφωση του οργανισμού με αυτό αλλά θα πρέπει να οδηγήσει σε ουσιαστικά αποτελέσματα για το σύνολο του.

#### 2.1.8 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ ΜΕΤΡΗΣΗΣ

Όπως σημειώθηκε παραπάνω υπάρχει πληθώρα προτύπων για την αξιολόγηση της εταιρικής υπευθυνότητας. Κάποια από τα εργαλεία μέτρησης καταπιάνονται με μια μόνο πτυχή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και έχουν συγκεκριμένο στόχο. Αυτά τα πρότυπα δεν είναι σε θέση να παρουσιάσουν στην ολότητα τους τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης. Έτσι υπάρχουν εργαλεία μέτρησης πιο περιεκτικά που συνδυάζουν τους διάφορους τομείς της εταιρικής ευθύνης. Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται διάφορα πρότυπα μέτρησης και συνοπτικά τα επιμέρους ζητήματα που αυτά καλύπτουν. (AccountAbility, 2003)

INSTRUMENT	Organisations Involved						
	Existing organisations					New organisations formed	
	Government/ Multilateral Body	Busi- nesses/ business grouping	Technical Instruments organisa- tion	NGO/ NGO grouping	Commercial Ratings Body	New instru- ments body	Multi- sector partnership
<b>Aspirational Principles and Codes of Practice</b>							
<i>UN GC</i>	🏠	✓✓					🏠
<i>Amnesty</i>				🏠			
<i>ETI</i>	✓✓	✓✓✓		✓✓✓			🏠
<i>Sullivan</i>		✓✓		✓✓✓		🏠	
<i>OECD</i>	🏠	✓	✓	✓			
<i>WHO / UNICEF</i>	🏠	✓		✓			
<i>ECCRI/ICCR</i>				🏠			
<b>Management Systems and Certification Schemes</b>							
<i>SAB800</i>	✓✓	✓✓✓		✓✓✓		🏠	
<i>ISO</i>	✓	✓	🏠	✓			
<i>EMAS</i>	🏠						
<i>EU Eco-label</i>	🏠						
<i>FSC</i>		✓✓✓		✓✓✓		🏠	
<b>Rating Indices</b>							
<i>DJGSI</i>		✓		✓	🏠		
<i>FTSE4Good</i>		✓		✓	🏠		
<i>ASPI</i>		✓		✓	🏠		
<b>Accountability and Reporting Frameworks</b>							
<i>GRI</i>	✓✓	✓	✓	✓✓✓	✓	🏠	
<i>AA1000S</i>	✓	✓✓✓	✓	✓✓✓	✓	🏠	

SYMBOL	MEANING
🏠	Institutional home
✓✓✓	Involved at governance level
✓✓	Involved as member or supporter
✓	Included in consultation
	No involvement

Σχήμα 4 Επιμέρους ζητήματα που καλύπτουν τα πρότυπα

INSTRUMENT	ASPECT		
	Economic	Social	Environmental
<b>Aspirational Principles and Codes of Practice</b>			
<i>UN Global Compact</i>	✓	✓	✓
<i>Amnesty International Guidelines</i>		✓✓	
<i>ETI</i>		✓✓✓	
<i>Sullivan Principles</i>		✓✓	
<i>OECD Guidelines for MNEs</i>	✓	✓	
<i>WHO / UNICEF Breastmilk</i>		✓✓	
<i>ECCRI/ICCR</i>		✓	
<b>Management Systems and Certification Schemes</b>			
<i>SA8000</i>		✓✓	
<i>ISO9000 / ISO14001</i>			✓✓
<i>EMAS</i>			✓✓✓
<i>EU Eco-label</i>		✓	✓✓
<i>FSC</i>		✓	✓✓
<b>Rating Indices</b>			
<i>DJGSI</i>	✓	✓✓	✓✓
<i>FTSE4Good</i>	✓	✓✓	✓✓
<i>ASPI</i>	✓	✓✓	✓✓
<b>Accountability and Reporting Frameworks</b>			
<i>GRI</i>	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓
<i>AA1000S</i>	✓	✓✓✓	✓

SYMBOL	MEANING
✓✓✓	Inclusion, with extensive coverage
✓✓	Inclusion, with some coverage
✓	Inclusion, with minimum reference
	No inclusion

Σχήμα 5 Επιμέρους θέματα που καλύπτουν τα πρότυπα

## 2.2 ΤΡΟΠΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει οδηγήσει τις εταιρίες να δημοσιοποιούν με διάφορους τρόπους τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές δράσεις και επιδόσεις τους.

Οι πιο συνηθισμένοι τρόποι μέσω των οποίων μια επιχείρηση μπορεί να δημοσιοποιήσει την κοινωνική και περιβαλλοντική της δράση και επίδοση είναι οι εξής:

- 2.2.1 Δελτία τύπου: Πολλές εταιρίες επιλέγουν τη δημοσιοποίηση των κοινωνικών τους δράσεων μέσα από δελτία τύπου τα οποία δημοσιοποιούν μέσω της ιστοσελίδας τους ή μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης.
- 2.2.2 Θεματικοί απολογισμοί: Οι θεματικοί απολογισμοί είναι ξεχωριστοί από τον ετήσιο απολογισμό που κάνει μια εταιρία και αφορά ένα συγκεκριμένο θέμα πάνω στο οποίο θέλει να εκφράσει τη θέση της. Συνήθως οι θεματικοί απολογισμοί αφορούν περιβαλλοντικά ζητήματα.
- 2.2.3 Εκδηλώσεις: Πολλές εταιρίες δημοσιοποιούν τις κοινωνικές τους δράσεις και επιδόσεις μέσω εκδηλώσεων. Τέτοιες εκδηλώσεις μπορεί να είναι θεματικές ημερίδες, σεμινάρια και εκστρατείες.
- 2.2.4 Ενημέρωση μέσω Διαδικτύου: Η ενημέρωση μέσω Διαδικτύου υλοποιείται μέσω της ιστοσελίδας του οργανισμού. Εκεί παρουσιάζονται τα προγράμματα και οι δράσεις της εταιρίας σχετικά με ζήτημα κοινωνικής ευθύνης.
- 2.2.5 Κοινωνικοί απολογισμοί: Το ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη προτύπων μέτρησης. Με αυτόν τον τρόπο, οι εταιρίες αλλά και τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να ελέγξουν την επίδοση, τη συμπεριφορά και τα επιτεύγματα ενός οργανισμού σε σχέση με την κοινωνική υπευθυνότητα. Η μέτρηση των επιδόσεων και η υποβολή εκθέσεων παραμένουν ουσιαστικής σημασίας δραστηριότητες για όλους τους οργανισμούς. (Tian και Martin, 2012)

Οι αναφορές εταιρικής ευθύνης επιδιώκουν να αντικατοπτρίζουν τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές που αφορούν το προσωπικό, την τοπική κοινότητα, το περιβάλλον, τους προμηθευτές και άλλα ζητήματα ηθικής. (Branco και Delgado, 2012)

Σύμφωνα με το πρότυπο G.R.I. ως απολογισμός βιωσιμότητας ορίζεται η πρακτική της μέτρησης και της γνωστοποίησης των κοινωνικών επιδόσεων της εταιρίας έτσι ώστε να είναι υπεύθυνη σε σχέση με τα ενδιαφερόμενα μέρη και με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη. (Global Reporting Initiative, 2006)

Η σημασία της πληροφόρησης όλων των ενδιαφερόμενων μερών κάνει σημαντική την έκδοση αναφορών σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Οι αναφορές είναι ένα μέσο επικοινωνίας και δέσμευσης μεταξύ της εταιρίας και όλων των συνεργαζόμενων φορέων. (Ulusan, 2008)

Η τάση σε σχέση με την υποβολή εκθέσεων αειφορίας κινείται πάνω σε δυο κύριους άξονες: Πρώτον την αυξανόμενη αναγνώριση ότι τα ζητήματα κοινωνικής ευθύνης επηρεάζουν σημαντικά την μακροπρόθεσμη οικονομική απόδοση της επιχείρησης. Δεύτερον την ανάγκη για την επιχειρηματική κοινότητα αλλά και τις μεμονωμένες επιχειρήσεις να αντιδρούν κατάλληλα σε ζητήματα αειφόρου ανάπτυξης. (Ulusan, 2008)

#### 2.2.5.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Οι κοινωνικοί απολογισμοί έχουν τις ρίζες τους στις περιβαλλοντικές αναφορές. (Adams, 2002) Το 1980 δημοσιεύτηκαν οι πρώτες εθελοντικές περιβαλλοντικές εκθέσεις. Εταιρίες με περιβαλλοντικές ευαισθησίες πήραν την πρωτοβουλία και δημοσίευσαν εκθέσεις αειφορίας. Αυτό έγινε εν μέρη σαν μια απάντηση των εταιριών στην κριτική που δέχονταν από πολλές μη κυβερνητικές οργανώσεις και απο τους καταναλωτές σχετικά με τη δύναμη που είχαν αποκτήσει, τη μόλυνση που προκαλούσαν στο περιβάλλον, την ανησυχία σχετικά με τις συνθήκες εργασίας στις αλυσίδες εφοδιασμού και την καταπάτηση των ανθρωπίνων

δικαιωμάτων και ιδιαίτερα στο ζήτημα της παιδικής εργασίας. Έτσι, οι εταιρίες σαν εργαλείο επικοινωνίας των θέσεων τους αλλά και διαχείρισης της φήμης τους υιοθέτησαν αυτή την πρακτική. (INTOSAI Working Group on Environmental Auditing, 2013) (ACCA, 2010)

Ο λόγος για τον οποίο οι πρώτες εκθέσεις αειφορίας ήταν μονοθεματικές και επικεντρώνονταν σε περιβαλλοντικά ζητήματα είναι η υψηλή προτεραιότητα που δίνεται στις περιβαλλοντικές ανησυχίες αλλά και η δυσκολία στην κατανόηση της έννοιας της αειφορίας. Από την αρχή της νέας χιλιετίας, ο αριθμός των πιο ολιστικών εκθέσεων αειφορίας έχει αυξηθεί, ενώ το μερίδιο των περιβαλλοντικών εκθέσεων έχει μειωθεί. Ακόμη και έτσι, σε πολλές περιπτώσεις οι πρακτικές υποβολής εκθέσεων αειφορίας έχουν επικεντρωθεί σε μεγάλο βαθμό σε περιβαλλοντικά ζητήματα. (ACCA, 2010)

Οι πρώτοι κώδικες περιβαλλοντικής συμπεριφοράς και οικολογικού ελέγχου οδήγησαν στην ανάπτυξη συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης και τη δημιουργία προτύπων όπως το ISO14000 και το EMAS. Το EMAS είναι ένα σύστημα οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου που ανέπτυξε η Ευρωπαϊκή Ένωση. Από τα μέσα της δεκαετίας του 90 πολλές επιχειρήσεις άρχισαν να υποβάλλουν εκθέσεις σχετικά με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Παράλληλα αρχίζουν να ιδρύονται οι πρώτες οργανώσεις που σχετίζονται με τα πρότυπα εταιρικής υπευθυνότητας όπως η οργάνωση Global Reporting Initiative (G.R.I.). Στις αρχές του 2000 ο Ο.Η.Ε. δημοσιεύει το οικουμενικό σύμφωνο όπου ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να εφαρμόζουν κοινωνικά υπεύθυνες πρακτικές και την έκδοση σχετικών αναφορών. (ACCA, 2010) (INTOSAI Working Group on Environmental Auditing, 2013)

#### 2.2.5.2 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ ΕΤΗΣΙΩΝ ΑΝΑΦΟΡΩΝ

Η έκδοση ετήσιου κοινωνικού απολογισμού μπορεί να έχει πολλαπλά οφέλη για την εταιρία. Η έκδοση αναφορών μπορεί να βοηθήσει στην εξοικονόμηση πόρων και γενικότερα στη βελτιστοποίηση της



παραγωγικής διαδικασίας, στον εξορθολογισμό των διαδικασιών καθώς και στην προώθηση της καινοτομίας. Παράλληλα μπορεί να βοηθήσει στη διαχείριση της φήμης της εταιρίας και με αυτόν τον τρόπο την αύξηση των πωλήσεων, την προσέλκυση αφοσιωμένων καταναλωτών αλλά και την προσέλκυση επενδυτών. (KPMG, 2010)

Επίσης η διαδικασία υποβολής εκθέσεων μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ποιότητας των πληροφοριών, τόσο με τη διάθεση επιπλέον πληροφοριών όσο και μέσω της βελτίωσης της ποιότητας των υπαρχόντων δεδομένων. Ακόμα μπορεί να λειτουργήσει ως ένα εργαλείο για τη διοίκηση συμβάλλοντας στην κατανόηση των κινδύνων και των ευκαιριών που προκύπτουν. (INTOSAI Working Group on Environmental Auditing, 2013) (Aravossis και Panayiotou, 2008)

### **3. ΕΡΕΥΝΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Στο μέρος αυτό της εργασίας παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με την υλοποίηση της εταιρικής ευθύνης στην Ελλάδα. Η έρευνα αναφέρεται σε επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο και είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο Αθηνών.

Αρχικά έγινε έρευνα μέσω διαδικτύου στους ιστότοπους των εταιριών σχετικά με τις πληροφορίες που παρέχουν μέσω αυτών. Κρίνοντας ότι αυτό δεν ήταν αρκετό και θέλοντας να διερευνηθούν κάποια πράγματα πιο στοχευμένα και σε μεγαλύτερο βάθος πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη βοήθεια ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Για την πραγματοποίηση της έρευνας υπήρξε πρώτα τηλεφωνική επικοινωνία με τις εταιρίες ώστε να ενημερωθούν και έπειτα απεστάλησαν e mail με τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου το οποίο καλούνταν να συμπληρώσουν.

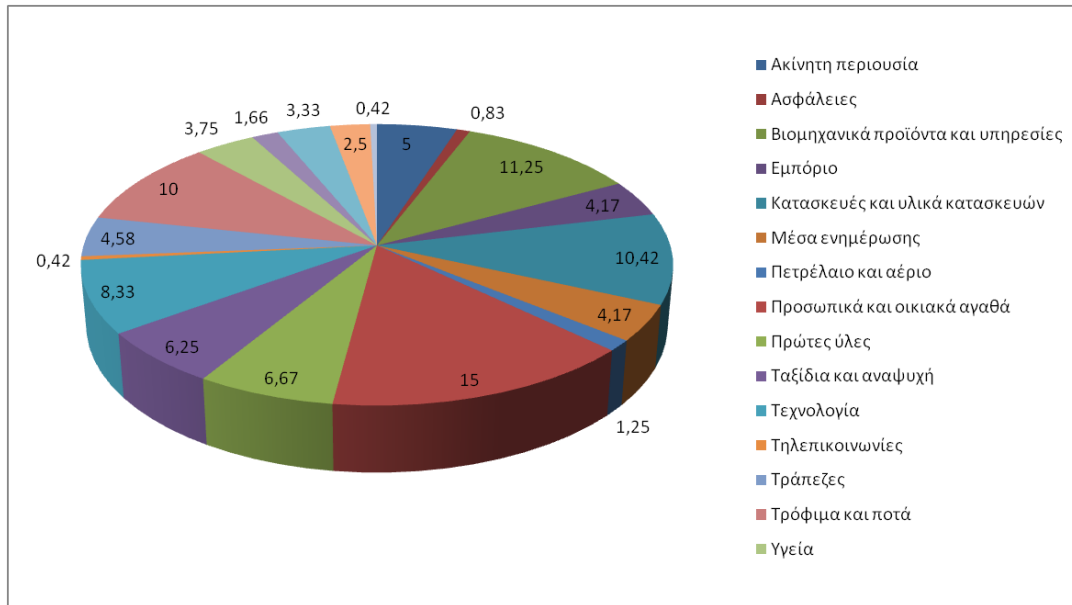
Στην έρευνα γίνεται προσπάθεια να σκιαγραφηθεί η κουλτούρα που υπάρχει σε σχέση με το ζήτημα της εταιρικής υπευθυνότητας. Εξετάστηκε ο τρόπος με τον οποίο υλοποιείται η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από τις επιχειρήσεις, οι δράσεις τις οποίες αναλαμβάνουν, ο τρόπος δημοσίευσης τους και οι μέθοδοι μέτρησης των επιδόσεων τους.

#### **3.1 Οι επιχειρήσεις της έρευνας**

Η έρευνα αναφέρεται σε επιχειρήσεις που δρουν στην Ελλάδα και είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο Αθηνών. Οι επιχειρήσεις είναι χωρισμένες ανά κλάδο οι όποιοι είναι οι εξής: Ακίνητη περιουσία, Ασφάλειες, Βιομηχανικά προϊόντα και υπηρεσίες, Εμπόριο, Κατασκευές και υλικά κατασκευών, Μέσα ενημέρωσης, Πετρέλαιο και αέριο, Προσωπικά και οικιακά αγαθά, Πρώτες ύλες, Ταξίδια και αναψυχή, Τεχνολογία, Τηλεπικοινωνίες, Τράπεζες, Τρόφιμα και ποτά, Υγεία, Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, Χημικά, Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, ΓΕΜ Αγοράς παραγώγων.

Η κατανομή ανά κλάδο των επιχειρήσεων έχει ως εξής:

<b>ΚΛΑΔΟΣ</b>	<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ (%)</b>
Ακίνητη περιουσία	12	5
Ασφάλειες	2	0,83
Βιομηχανικά προϊόντα και υπηρεσίες	27	11,25
Εμπόριο	10	4,17
Κατασκευές και υλικά κατασκευών	25	10,42
Μέσα ενημέρωσης	10	4,17
Πετρέλαιο και αέριο	3	1,25
Προσωπικά και οικιακά αγαθά	36	15
Πρώτες ύλες	16	6,67
Ταξίδια και αναψυχή	15	6,25
Τεχνολογία	20	8,33
Τηλεπικοινωνίες	1	0,42
Τράπεζες	11	4,58
Τρόφιμα και ποτά	24	10
Υγεία	9	3,75
Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας	4	1,66
Χημικά	8	3,33
Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες	6	2,5
GEM Αγοράς παραγώγων	1	0,42



Σχήμα 6 Κατανομή ανά κλάδο

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι η πλειοψηφία των εταιριών ανήκουν στον κλάδο των προσωπικών ειδών και αγαθών και ακολουθούν ο κλάδος των βιομηχανικών προϊόντων και των κατασκευών. Οι κλάδοι με τις λιγότερες εταιρίες είναι ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών, ΓΕΜ αγοράς παραγώγων και ο κλάδος των ασφαλειών.

### 3.2 Η μεθοδολογία της έρευνας

Η έρευνα χωρίζεται σε δυο τμήματα. Αρχικά έγινε αναζήτηση στις ιστοσελίδες των εταιριών με σκοπό να βρεθούν τα στοιχεία που οι ίδιες οι εταιρίες δημοσιεύουν σε σχέση με την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Έπειτα έγινε έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα η έρευνα να γίνει πιο διεξοδική και πλήρης.

#### 3.2.1 Διαδικτυακή έρευνα

Πηγή αναζήτησης για την διαδικτυακή έρευνα υπήρξαν οι ιστοσελίδες των επιχειρήσεων. Σκοπός της αναζήτησης ήταν να φανεί τι ακριβώς

αναφορά γίνεται σχετικά με την εταιρική ευθύνη στις ιστοσελίδες των εταιριών.

Ως εκ τούτου έγινε αναζήτηση σχετικά με το αν υπάρχει αναφορά σχετικά με την εταιρική ευθύνη στην ιστοσελίδα, αν υπάρχει αναφορά στον ετήσιο οικονομικό απολογισμό, αν εκδίδονται απολογισμοί εταιρικής ευθύνης και αν ναι, αν υπάρχει συνέπεια στην έκδοση τους, πιο πλαίσιο μέτρησης χρησιμοποιήθηκε και ποια οργανική μονάδα καταπιάνεται με αυτά τα ζητήματα.

### 3.2.2 Ερωτηματολόγιο

Σε πρώτη φάση για την σύνταξη του ερωτηματολογίου και την ολοκλήρωση της έρευνας έγινε μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας. Μελετήθηκε η επιστημονική βάση της εταιρικής ευθύνης, η εξέλιξη της, οι διαφορετικές προσεγγίσεις και οι ορισμοί, οι τρόποι δημοσιοποίησης της, τα οφέλη που υπάρχουν και τα πρότυπα μέτρησης και αξιολόγησης της.

Έπειτα πραγματοποιήθηκε σύνταξη ερωτηματολογίου το οποίο στηρίχτηκε στον ορισμό της Πράσινης Βίβλου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη καθώς και στην κατηγοριοποίηση των δεικτών μέτρησης κατά G.R.I.. Το ερωτηματολόγιο ανέβηκε στην πλατφόρμα limesurvey και εστάλησαν στις εταιρίες e-mail στο οποίο υπήρχε ο σύνδεσμος που έπρεπε να ακολουθήσουν, αφού πρώτα είχε υπάρξει τηλεφωνική επικοινωνία.

Για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκαν 30 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι εκείνες όπου ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων επιλογών. Το ερωτηματολόγιο έχει συγκεκριμένη δομή ώστε να υπάρχει νοηματική σύνδεση μεταξύ των ερωτήσεων και να είναι ευκολότερη η συμπλήρωση του. (Μάντζαρης, 2004)

Η επιλογή των ερωτήσεων και η σχεδίαση του έγινε με γνώμονα τον ορισμό της Πράσινης Βίβλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Εταιρική

Κοινωνική Ευθύνη καθώς και τη κατηγοριοποίηση των δεικτών βάση του πλαισίου μέτρησης G.R.I. το οποίο είναι το πλαίσιο που συμφώνα με την διαδικτυακή έρευνα χρησιμοποιείται από τις πιο πολλές εταιρίες.

Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 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».

Βάση του προτύπου G.R.I. οι δείκτες μέτρησης της Κοινωνικής Ευθύνης χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες

- 1) Οικονομικοί δείκτες: Οι οικονομικοί δείκτες εστιάζουν στις επιπτώσεις του οργανισμού σε σχέση με τις οικονομικές συνθήκες των ενδιαφερόμενων μερών, είτε αυτές είναι θετικές είτε είναι αρνητικές, σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο.
- 2) Περιβαλλοντικοί δείκτες: Οι περιβαλλοντικοί δείκτες ενός απολογισμού βιωσιμότητας δείχνουν τις επιδράσεις ενός οργανισμού στο περιβάλλον.
- 3) Κοινωνικοί δείκτες: Οι κοινωνικοί δείκτες δείχνουν την επίδραση του οργανισμού στο κοινωνικό σύνολο.

Ως εκ τούτου οι ερωτήσεις χωρίζονται στις εξής κατηγορίες :

- 1) Χαρακτηριστικά της επιχείρησης: Αυτή η ενότητα ερωτήσεων αποτελείται από ερωτήσεις σχετικά με τον τομέα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, τον αριθμό των εργαζομένων, το εύρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας και τη θέση της με βάση των ανταγωνισμό.
- 2) Στρατηγική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και δημόσια αναφορά: Αυτή η ενότητα αποτελείται από ερωτήσεις σχετικά με την στρατηγική της εταιρίας σχετικά με την στρατηγική που ακολουθεί σε ζητήματα Εταιρικής Υπευθυνότητας καθώς και τον τρόπο γνωστοποίησης των δράσεων και των επιδόσεων της.
- 3) Οικονομική επίδοση: Σε αυτή την κατηγορία υπάρχουν ερωτήσεις σχετικά με τις οικονομικές επιπτώσεις του οργανισμού στα

ενδιαφερόμενα μέλη. Ως εκ τούτου σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με την πολιτική προσλήψεων που εφαρμόζει η εταιρία, την επιλογή των προμηθευτών και τις επιπτώσεις που έχει η λειτουργία της εταιρίας στην τοπική κοινότητα.

- 4) Περιβαλλοντική επίδοση: Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με την πολιτική που εφαρμόζει η επιχείρηση σε θέματα περιβάλλοντος, σχετικά με την κατανάλωση πόρων και τις εκπομπές ρυπαντών.
- 5) Κοινωνική επίδοση: Σε αυτή την ενότητα περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με ζητήματα ισότητας στο χώρο εργασίας, συμμετοχής σε εθελοντικά προγράμματα και καταπολέμησης της διαφθοράς.

### 3.3 Τα αποτελέσματα της έρευνας

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των δυο ερευνών.

#### 3.3.1 Διαδικτυακή έρευνα

Τα στοιχεία που μελετήθηκαν ώστε να φανεί η εξοικείωση των ελληνικών εταιριών με ζητήματα εταιρικής ευθύνης είναι τα εξής:

- 1) Αν οι εταιρίες έχουν αναφορά σε ζητήματα εταιρικής υπευθυνότητας στην ιστοσελίδα τους.
- 2) Αν οι εταιρίες έχουν αναφορά σε ζητήματα εταιρικής υπευθυνότητας στον ετήσιο απολογισμό τους
- 3) Αν εκδίδουν ξεχωριστούς απολογισμούς εταιρικής ευθύνης
- 4) Αν ναι με τι συχνότητα και βάση πιο προτύπου.
- 5) Αν υπάρχει ξεχωριστή οργανωτική μονάδα που να ασχολείται με ζητήματα εταιρικής υπευθυνότητας.

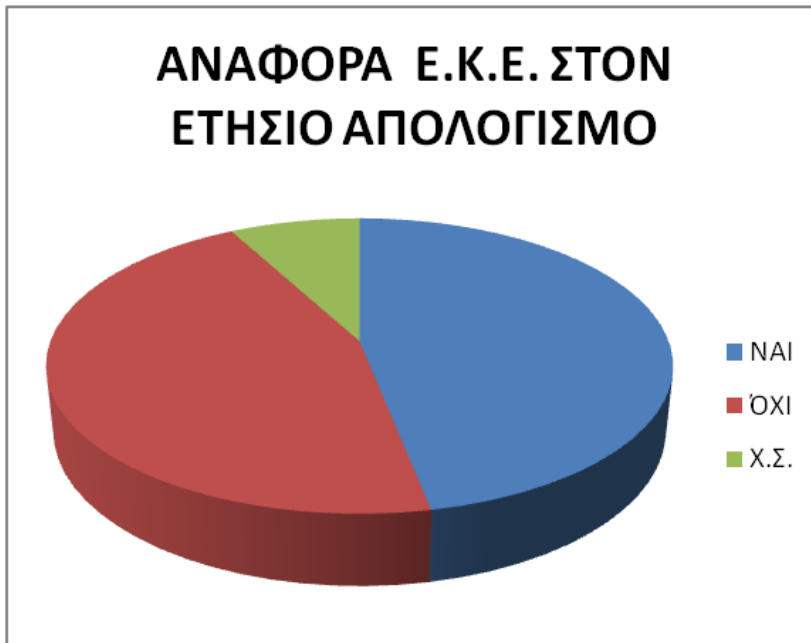
Από την έρευνα προκύπτει ότι το 46,9% (112 επιχειρήσεις) των εταιριών κάνουν κάποια αναφορά σε ζητήματα κοινωνικής ευθύνης στη σελίδα τους ενώ ποσοστό 45,2% (108 επιχειρήσεις) δεν κάνει καμία αναφορά. Για το υπόλοιπο 7,9% (19 επιχειρήσεις) δεν υπάρχουν στοιχεία .



Σχήμα 7 Αναφορά στην Ε.Κ.Ε. στην ιστοσελίδα

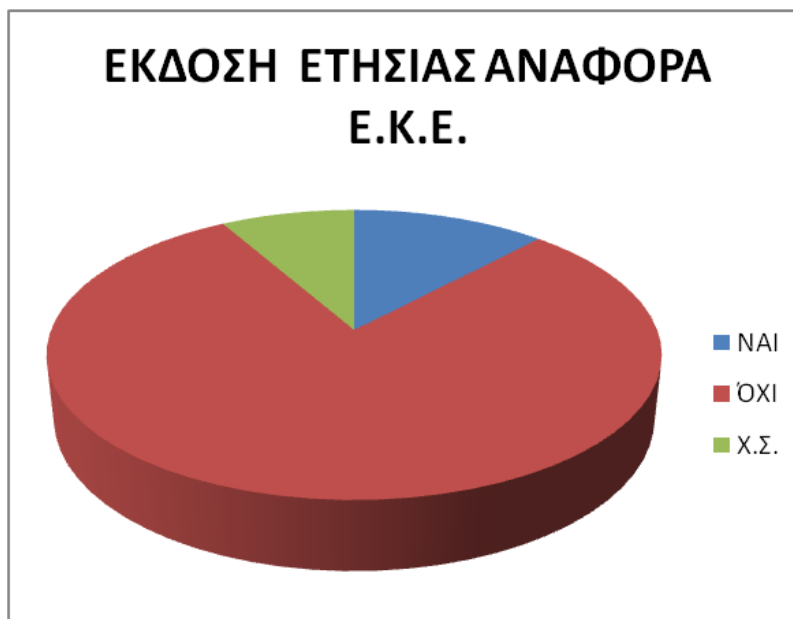
Ίδια είναι τα ποσοστά σε σχέση με το αν γίνεται αναφορά σε ζητήματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στον ετήσιο απολογισμό της εταιρίας. Έτσι από το 46,9% των εταιριών γίνεται κάποια αναφορά σε ζητήματα κοινωνικής ευθύνης στον ετήσιο απολογισμό τους, ποσοστό 45,2 δεν κάνει καμία απολύτως αναφορά και για το υπόλοιπο 7,9% δεν υπάρχουν κάποια στοιχεία .





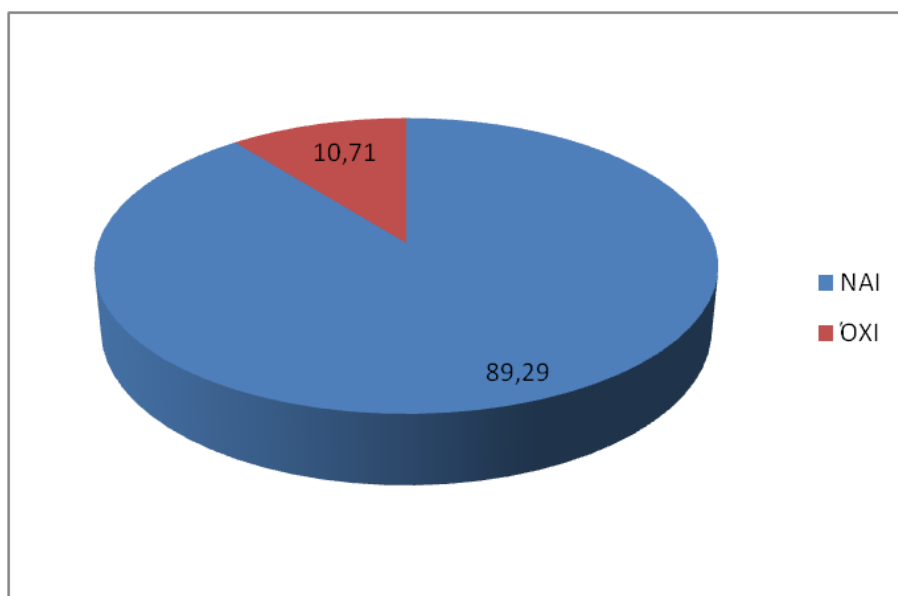
Σχήμα 8 Αναφορά Ε.Κ.Ε. στον ετήσιο απολογισμό

Το ποσοστό των εταιριών που εκδίδουν ετήσια αναφορά Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι 12,03% (29 επιχειρήσεις), το ποσοστό όσων δεν εκδίδουν είναι 79,67(190 επιχειρήσεις) και δεν βρέθηκαν στοιχεία για το υπόλοιπο 8,3% (20 επιχειρήσεις).



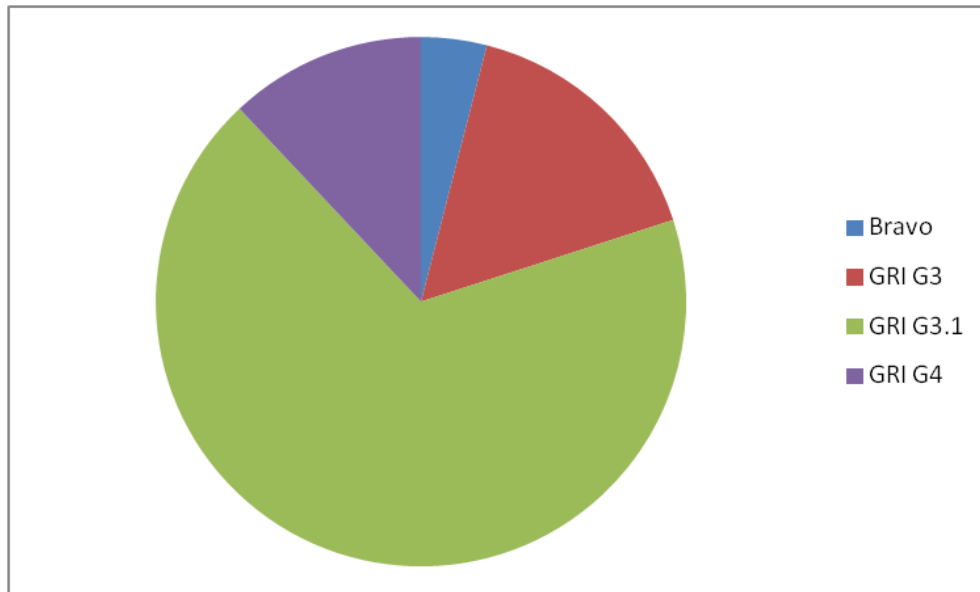
Σχήμα 9 Έκδοση ετήσιας αναφοράς Ε.Κ.Ε.

Σε σχέση με τη συνέπεια έκδοσης απολογισμών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης βρέθηκε ότι το 89,29% των επιχειρήσεων, δηλαδή 25 από σύνολο 28 εταιριών, εκδίδουν τουλάχιστον τα τελευταία 3 χρόνια απολογισμούς. Στο υπόλοιπο 10,71% δεν υπάρχει συνέπεια στην έκδοση απολογισμών.



Σχήμα 10 Συνέπεια στην έκδοση απολογισμών

Σχετικά με το πρότυπο μέτρησης που χρησιμοποιείται σε ποσοστό 68% (17 εταιρίες) χρησιμοποιείται το σύστημα μέτρησης GRI G3.1, ακολουθεί το GRI G3 με ποσοστό 16% (4 εταιρίες), το GRI G4 με ποσοστό 12% (3 εταιρίες) και τέλος το Brano με 4% (1 εταιρία).



Σχήμα 11 Πρότυπα μέτρησης

Όπως φαίνεται και από τα παραπάνω το πρότυπο που χρησιμοποιείται πιο συχνά είναι το GRI G3.1. Έχοντας ως σκοπό τη σύγκριση ώστε να φανεί η διαχρονική εξέλιξη στη χρήση των δεικτών έγινε καταγραφή των δεικτών που χρησιμοποιούνται (σε όσες εταιρίες χρησιμοποιούν το GRI G3.1) στον πρώτο και τον τελευταίο απολογισμό. Οι εταιρίες που ελέχθησαν ως προς τη χρήση των δεικτών είναι οι εξής: ΑΤΤΙCΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ, Α.Γ.Ε.Τ. ΗΡΑΚΛΗΣ, ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΥ ΑΕ, ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε., ΕΛΒΑΛ Α.Ε ΒΙΟΜ/ΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓ. ΑΛΟΥΜ., ΕΛΙΝΟΙΛ Α.Ε., ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΛΩΔΙΑ Α.Ε., ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε., ΜΕΤΚΑ Α.Ε., ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ Α.Ε., ΟΤΕ Α.Ε., ΣΩΛΗΝΟΥΡΓΕΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ Α.Ε., ΤΙΤΑΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ, ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε., ΧΑΛΚΟΡ Α.Ε (ΠΡΩΗΝ ΒΕΚΤΩΡ).

Σύμφωνα με τους τελευταίους απολογισμούς των εταιριών που χρησιμοποιούν το συγκεκριμένο πρότυπο οι οικονομικοί δείκτες επίδοσης χρησιμοποιούνται κατά 77%, οι περιβαλλοντικοί κατά 78%, οι δείκτες για την απασχόληση κατά 85%, οι δείκτες ανθρωπίνων δικαιωμάτων κατά 70%, οι δείκτες κοινωνικής επίδοσης κατά 75% και οι δείκτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες κατά 78%. Αντίστοιχα στους πρώτους απολογισμούς που έχουν εκδοθεί οι οικονομικοί δείκτες

επίδοσης χρησιμοποιούνται κατά 55,1%, οι περιβαλλοντικοί κατά 45,1%, οι δείκτες για την απασχόληση κατά 58,7%, οι δείκτες ανθρωπίνων δικαιωμάτων κατά 38,18%, οι δείκτες κοινωνικής επίδοσης κατά 36% και οι δείκτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες κατά 39,3%.

Η μεταβολή στους δείκτες φαίνεται στον παρακάτω πίνακα:

	Τελευταίος απολογισμός	Πρώτος απολογισμός	Μεταβολή
Οικονομικοί δείκτες	77	55,1	21,9
Περιβαλλοντικοί δείκτες	78	45,1	32,9
Δείκτες για την απασχόληση	85	58,7	26,3
Δείκτες για τα ανθρώπινα δικαιώματα	70	38,18	31,82
Δείκτες κοινωνικής επίδοσης	75	36	39
Δείκτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες	78	39,3	38,7

Και πιο συγκεκριμένα για κάθε δείκτη ξεχωριστά ισχύουν τα εξής:

<b>Δείκτες</b>	<b>Αριθμός εταιριών (Πρώτος απολογισμός)</b>	<b>Ποσοστό (Πρώτος απολογισμός)</b>	<b>Αριθμός εταιριών (Τελευταίος απολογισμός)</b>	<b>Ποσοστό (Τελευταίος απολογισμός)</b>
<b><u>Οικονομικοί Δείκτες Επίδοσης</u></b>				
EC1 Άμεση οικονομική αξία που παράγεται και κατανέμεται, συμπεριλαμβανομένων των εσόδων, τα λειτουργικά έξοδα, αποζημίωση εργαζομένων, των δωρεών και άλλων επενδύσεων σε επίπεδο κοινότητας, παρακρατηθέντων κερδών και πληρωμών σε παρόχους κεφαλαίου και τις κυβερνήσεις.	14	93,3	15	100
EC2 Χρηματοοικονομικές επιπτώσεις και άλλοι κίνδυνοι και ευκαιρίες για τις επιχειρησιακές δραστηριότητες λόγω της αλλαγής του κλίματος	7	46,67	11	73,33
EC3 Κάλυψη των υποχρεώσεων σχετικά με το καθορισμένο πρόγραμμα παροχών	7	46,67	12	80
EC4 Σημαντική χρηματοοικονομική βοήθεια που λαμβάνεται από κυβερνητικούς φορείς	3	20	11	73,33
EC5 Εύρος ποσοστού του τυπικού βασικού μισθού με βάση το φύλο σε σύγκριση με το τοπικό ελάχιστο μισθό	3	20	8	53,33
EC6 Πολιτική και πρακτικές για την επιλογή προμηθευτών από την τοπική κοινότητα	8	53,33	10	66,67
EC7 Διαδικασίες για προσλήψεις προσωπικού και αναλογία ανώτερων στελεχών από την τοπική κοινότητα σε σημαντικές περιοχές δραστηριοποίησης	9	60	11	73,33
EC8 Ανάπτυξη και επίδραση των επενδύσεων σε υποδομή και υπηρεσίες που παρέχονται κυρίως για κοινό όφελος,	12	80	13	86,67

μέσω εμπορικών, σε είδος ή δωρεάν δράσεων				
EC9 Κατανόηση και περιγραφή των σημαντικών έμμεσων οικονομικών επιδράσεων, συμπεριλαμβανομένης και της έκτασης των επιδράσεων	7	46,6 7	12	80
<b><u>Περιβαλλοντικοί Δείκτες Επίδοσης</u></b>				
EN1 Χρησιμοποιούμενα υλικά, με βάση το βάρος ή τον όγκο	10	66,6 7	15	100
EN2 Ποσοστό χρησιμοποιούμενων υλικών που προέρχονται από εισροή ανακυκλωμένων υλικών	10	66,6 7	14	93,3 3
EN3 Άμεση κατανάλωση ενέργειας, με βάση την πρωτογενή πηγή ενέργειας	12	80	14	93,3 3
EN4 Έμμεση κατανάλωση ενέργειας, με βάση την πρωτογενή πηγή ενέργειας	5	33,3 3	13	86,6 7
EN5 Εξοικονόμηση ενέργειας χάρη στην οικονομία και τις βελτιώσεις στην αποδοτικότητα	6	40	12	80
EN6 Πρωτοβουλίες για παροχή προϊόντων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούν αποδοτικά την ενέργεια ή βασίζονται σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και περιορισμός των απαιτήσεων σε ενέργεια ως αποτέλεσμα των εν λόγω πρωτοβουλιών	6	40	13	86,6 7
EN7 Πρωτοβουλίες για τη μείωση της έμμεσης κατανάλωσης της ενέργειας	5	33,3 3	11	73,3 3
EN8 Συνολική κατανάλωση νερού με βάση την πηγή	10	66,6 7	13	86,6 7
EN9 Πηγές νερού που επηρεάζονται από την άντληση	4	26,6 7	12	80
EN10 Ποσοστό του συνολικού όγκου νερού που ανακυκλώνεται ή επαναχρησιμοποιείται	4	26,6 7	10	66,6 7
EN11 Θέση και έκταση ιδιόκτητων, εκμισθωμένων ή διαχειριζόμενων γαιών εντός ή παρακείμενων σε προστατευόμενες περιοχές και περιοχές	5	33,3 3	11	73,3 3

υψηλής αξίας βιοποικιλότητας				
EN12 Περιγραφή των σημαντικών επιδράσεων των δραστηριοτήτων των προϊόντων και των υπηρεσιών στη βιοποικιλότητα των προστατευόμενων περιοχών	5	33,3 3	11	73,3 3
EN13 Οικότοποι που προστατεύονται ή αποκαθίστανται	5	33,3 3	13	86,6 7
EN14 Στρατηγικές, τρέχουσες ενέργειες και μελλοντικά σχέδια για τη διαχείριση των επιδράσεων στη βιοποικιλότητα	7	46,6 7	14	93,3 3
EN15 Αριθμός των ειδών που συγκαταλέγονται στην Κόκκινη Λίστα του IUCN και στον εθνικό κατάλογο προστατευόμενων ειδών των οποίων ο οικότοπος βρίσκεται σε περιοχές που επηρεάζονται από άλλες δραστηριότητες	4	26,6 7	9	66
EN16 Συνολικές Άμεσες και Έμμεσες Εκπομπές αερίων θερμοκηπίου με βάση το βάρος	10	66,6 7	13	86,6 7
EN17 Άλλες σχετικές έμμεσες εκπομπές αερίων θερμοκηπίου με βάση το βάρος	6	40	10	66,6 7
EN18 Πρωτοβουλίες για τη μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου και περιορισμοί που επιτεύχθηκαν	9	60	13	86,6 7
EN19 Εκπομπές ουσιών που προκαλούν μείωση του όζοντος με βάση το βάρος	8	53,3 3	11	73,3 3
EN20 NOx, SOx και άλλες σημαντικές εκπομπές αερίων με βάση τον τύπο και το βάρος	8	53,3 3	13	80,6 7
EN21 Συνολικός όγκος υδάτινων αποβλήτων, με βάση την ποιότητα και τον προορισμό	6	40	9	60
EN22 Συνολικό βάρος των αποβλήτων, με βάση τον τύπο	11	73,3 3	13	86,6 7
EN23 Συνολικός αριθμός και όγκος σημαντικών διαρροών	5	33,3 3	12	80
EN24 Βάρος διακινούμενων, εισαγόμενων, εξαγόμενων ή επεξεργασμένων αποβλήτων, που θεωρούνται επικίνδυνα	4	26,6 7	10	66,6 7

σύμφωνα με το όρους του παραρτήματος της Σύμβασης της Βασιλείας I, II, III, και VIII, και το ποσοστό των αποβλήτων που αποστέλλονται διεθνώς				
EN25 Ταυτότητα, μέγεθος, καθεστώς προστασίας, και αξία βιοποικιλότητας των υδάτινων σωμάτων και των σχετικών ενδιαιτημάτων που επηρεάζονται σημαντικά από τις απορρίψεις νερού	3	20	9	60
EN26 Πρωτοβουλίες για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιδράσεων των προϊόντων και των υπηρεσιών	9	66	11	73,3 3
EN27 Ποσοστό πωληθέντων προϊόντων και σχετικών υλικών συσκευασίας που ανακτώνται ανά κατηγορία	5	33,3 3	10	66,6 7
EN28 Χρηματική αξία των σημαντικών προστίμων και συνολικός αριθμός μη χρηματικών κυρώσεων για τη μη συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία και τους κανονισμούς	8	53,3 3	10	66,6 7
EN29 Σημαντικές περιβαλλοντικές επιδράσεις από τη μεταφορά κατά τις δραστηριότητες του Οργανισμού και μεταφορά των μελών του εργατικού δυναμικού	6	40	10	66,6 7
EN30 Σύνολο δαπανών και επενδύσεων για προστασία του περιβάλλοντος κατά τύπο.	11	73,3 3	12	80
<b><u>Δείκτες για την Απασχόληση</u></b>				
LA1 Συνολικό εργατικό δυναμικό με βάση τον τύπο απασχόλησης, τη σύμβαση εργασίας, την περιοχή και το φύλο.	15	100	15	100
LA2 Συνολικός αριθμός και ποσοστό των νεοπροσληφθέντων εργαζομένων και του κύκλου εργασιών ανα ηλικιακή ομάδα, το φύλο, και την περιοχή	8	53,3 3	13	86,6 7
LA3 Παροχές προς τους εργαζόμενους πλήρους απασχόλησης που δεν παρέχονται στους εποχικούς εργαζομένους	12	80	14	93,3 3



ή τους εργαζομένους μερικής απασχόλησης ανά παραγωγική μονάδα				
LA15 Ποσοστό εργαζομένων που επιστρέφουν στην εργασία και ποσοστό διατήρησης προσωπικού, μετά από λήψη γονικής άδειας, με βάση το φύλο	5	33,3 3	11	73,3 3
LA4 Ποσοστό εργαζομένων που καλύπτονται από συλλογικές συμβάσεις εργασίας	8	53,3 3	13	86,6 7
LA5 Ελάχιστη περίοδος ειδοποίησης όσον αφορά στις λειτουργικές αλλαγές, συμπεριλαμβανομένου του εάν προσδιορίζεται στις συλλογικές συμβάσεις	5	33,3 3	10	66,6 7
LA6 Ποσοστό του συνολικού εργατικού δυναμικού που εκπροσωπείται στις επίσημες επιτροπές υγείας και ασφάλειας	6	40	10	66,6 7
LA7 Ποσοστά τραυματισμών, επαγγελματικών ασθενειών, απώλειας ημερών εργασίας και απουσιών εργαζομένων ανά φύλο και περιοχή	11	73,3 3	13	86,6 7
LA8 Εκπαίδευση, συμβουλευτική, πρόληψη και προγράμματα διαχείρισης κινδύνων για τους εργαζομένους, τις οικογένειες τους ή τις τοπικές κοινωνίες αναφορικά με σοβαρές ασθένειες	7	46,6 7	13	86,6 7
LA9 Θέματα υγείας και ασφάλειας που καλύπτονται στις επίσημες συμφωνίες με συνδικαλιστικούς φορείς	5	33,3 3	11	73,3 3
LA10 Μέσος όρος ωρών εκπαίδευσης ανά έτος / εργαζόμενο, με βάση το φύλο και την κατηγορία εργαζομένων	15	100	15	100
LA11 Προγράμματα για τη διαχείριση των δεξιοτήτων και δια βίου μάθηση, που υποστηρίζουν τη συνεχή απασχολησιμότητα των εργαζομένων και συμβάλλουν στην ολοκλήρωση της σταδιοδρομίας τους.	10	66,6 7	13	86,6 7
LA12 Ποσοστό εργαζομένων που λαμβάνουν τακτικές εκθέσεις σχετικά με την επίδοση και την εξέλιξη της	6	40	13	86,6 7

σταδιοδρομίας τους ανά φύλο				
LA13 Σύθεση των φορέων διακυβέρνησης και ανάλυση των εργαζομένων ανά κατηγορία, σύμφωνα με το φύλο, την ηλικιακή ομάδα, το εάν ανήκουν σε ηλικιακές ομάδες και άλλους δείκτες διαφοροποίησης	11	73,3 3	14	93,3 3
LA14 Αναλογία βασικού μισθού και αποζημιώσεων γυναικών και ανδρών με βάση την κατηγορία εργαζομένων, ανά παραγωγική μονάδα	6	40	11	73,3 3
<b><u>Δείκτες Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων</u></b>				
HR1 Ποσοστό και συνολικός αριθμός σημαντικών επενδυτικών συμφωνιών και συμβολαίων με όρους που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα ή έχουν υποβληθεί σε έλεγχο σχετικά με το σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων	6	40	9	60
HR2 Ποσοστό σημαντικών προμηθευτών, εργολάβων και άλλων επιχειρηματικών εταιρών που έχουν υποβληθεί σε έλεγχο για τα ανθρώπινα δικαιώματα και δράσεις που έχουν αναλάβει	4	26,6 7	10	66,6 7
HR3 Σύνολο ωρών εκπαίδευσης εργαζομένων σχετικά με πολιτικές και διαδικασίες που αφορούν σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων συμπεριλαμβανομένου του ποσοστού των εργαζομένων που εκπαιδεύτηκαν	3	20	11	73,3 3
HR4 Συνολικός αριθμός περιστατικών διάκρισης και διορθωτικές ενέργειες.	8	53,3 3	12	80
HR5 Οι επιχειρήσεις και οι σημαντικοί προμηθευτές αναγνωρίζονται από το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι κ από το δικαίωμα των συλλογικών διαπραγματεύσεων και ότι αυτά τα δικαιώματα μπορεί να παραβιαστούν ή να τεθούν σε σημαντικό κίνδυνο και πρέπει να παρθούν μέτρα για να υποστηριχτούν	9	60	13	86,6 7

αυτά τα δικαιώματα.				
HR6 Δραστηριότητες και σημαντικοί προμηθευτές στους οποίους θεωρείται ότι ενέχουν σημαντικό κίνδυνο εμφάνισης περιστατικών παιδικής εργασίας και μέτρα που έχουν ληφθεί για την αποτελεσματική εξάλειψη της παιδικής εργασίας	9	60	12	80
HR7 Δραστηριότητες και σημαντικοί προμηθευτές στους οποίους θεωρείται ότι ενέχουν σημαντικό κίνδυνο εμφάνισης περιστατικών εξαναγκασμένης ή υποχρεωτικής εργασίας και τα μέτρα που λαμβάνουν για την εξάλειψη όλων των μορφών αναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας	9	60	12	80
HR8 Ποσοστό προσωπικού ασφαλείας που εκπαιδεύεται σε πολιτικές ή διαδικασίες της Εταιρίας σχετικά με ζητήματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων που αφορούν τις δραστηριότητες της	4	26,6 7	9	60
HR9 Αριθμός περιστατικών παραβίασης δικαιωμάτων αυτοχθόνων πληθυσμών	4	26,6 7	9	60
HR10 Το ποσοστό και ο συνολικός αριθμός των εγχειρημάτων που έχουν υποβληθεί στις αναλύσεις των δικαιωμάτων του ανθρώπου και/ή τον αντίκτυπο τον εκτιμήσεων.	4	26,6 7	8	53,3 3
HR11 Αριθμός παραπόνων που αφορούν στα ανθρώπινα δικαιώματα και έχουν αντιμετωπισθεί και επιλυθεί μέσω επίσημων μηχανισμών διαχείρισης καταγγελιών	4	26,6 7	10	66,6 7
<b><u>Δείκτες Κοινωνικής Επίδοσης</u></b>				
SO1 Ποσοστό των εταιρικών πράξεων που εφαρμόζονται με συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, των μελετών των επιπτώσεων και των αναπτυξιακών προγραμμάτων.	10	66,6 7	13	86,6 7
SO9 Επιχειρηματικές πράξεις με σημαντικές πιθανές ή πραγματικές	2	13,3 3	9	60

αρνητικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινότητες				
SO10 Μέτρα πρόληψης και μετριασμού που λαμβάνονται για τις πιθανές ή πραγματικές αρνητικές επιπτώσεις στις τοπικές κοινότητες	3	20	10	66,6 7
SO2 Ποσοστό και συνολικός αριθμός επιχειρηματικών μονάδων που εξετάζονται για κινδύνους που σχετίζονται με τη διαφθορά	5	33,3 3	10	66,6 7
SO3 Ποσοστό των εργαζομένων που εκπαιδεύονται στις πολιτικές και τις διαδικασίες κατά της διαφθοράς	5	33,3 3	12	80
SO4 Ενέργειες που πραγματοποιούνται για την αντιμετώπιση περιστατικών διαφθοράς	5	33,3 3	12	80
SO5 Οι θέσεις της δημόσιας πολιτικής και η συμμετοχή στην ανάπτυξη της δημόσιας πολιτικής και την άσκηση πίεσης	4	26,6 7	12	80
SO6 Συνολική αξία των χρηματοοικονομικών και σε είδος συνεισφορών σε πολιτικά κόμματα, πολιτικούς, και σχετικά ιδρύματα ανά χώρα.	4	26,6 7	12	80
SO7 Συνολικός αριθμός δικαστικών προσφυγών που αφορούν σε συμπεριφορά αθέμιτου ανταγωνισμού, δημιουργίας τραστ και μονοπωλιακών πρακτικών και η έκβασή τους	7	46,6 7	13	86,6 7
SO8 Χρηματική αξία των σημαντικών προστίμων και συνολικός αριθμός μη χρηματικών κυρώσεων για τη μη συμμόρφωση με τη νομοθεσία και τους κανονισμούς	5	33,3 3	10	66,6 7
<b><u>Δείκτες για τα Προϊόντα και τις Υπηρεσίες</u></b>				
PR1 Στάδια του κύκλου ζωής των προϊόντων στα οποία αξιολογούνται η υγεία, η ασφάλεια και οι επιδράσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών και το ποσοστό των προϊόντων και υπηρεσιών	7	46,6 7	11	73,3 3

που υπόκεινται σε αυτές τις διαδικασίες				
PR2 Συνολικός αριθμός περιστατικών μη συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με επιπτώσεις στην υγεία και την ασφάλεια προϊόντων και υπηρεσιών	4	26,6 7	12	80
PR3 Τύπος προϊόντων και υπηρεσιών που απαιτούνται από τις διαδικασίες, και το ποσοστό των σημαντικών προϊόντων και υπηρεσιών που υπόκεινται σε τέτοιου είδους απαιτήσεις πληροφόρησης.	10	66,6 7	14	93,3 3
PR4 Συνολικός αριθμός περιστατικών μη συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με τις πληροφορίες και τη σήμανση των προϊόντων και των υπηρεσιών	4	26,6 7	13	86,6 7
PR5 Πρακτικές που σχετίζονται με την ικανοποίηση των πελατών, συμπεριλαμβανομένων των αποτελεσμάτων των ερευνών μέτρησης ικανοποίησης πελατών	11	73,3 3	11	73,3 3
PR6 Προγράμματα για τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία, τα πρότυπα, και τους εθελοντικούς κώδικες που σχετίζονται με το μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, της προώθησης προϊόντων και τις χορηγίες	6	40	13	86,6 7
PR7 Συνολικός αριθμός περιστατικών μη συμμόρφωσης με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με τις πρακτικές μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, της προώθησης, και των χορηγιών	3	20	13	86,6 7
PR8 Συνολικός αριθμός τεκμηριωμένων παραπόνων σχετικά με την παραβίαση της ιδιωτικής ζωής των πελατών και απώλειες προσωπικών δεδομένων πελατών	3	20	11	73,3 3
PR9 Χρηματική αξία των προστίμων που επιβλήθηκαν για μη συμμόρφωση με τους νόμους και τους κανονισμούς σχετικά με	4	26,6 7	9	66

την παροχή και τη χρήση των προϊόντων και υπηρεσιών				
-----------------------------------------------------	--	--	--	--

Στους δείκτες κοινωνικής επίδοσης οι δείκτες SO5 και SO6 είναι αυτοί που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη μεταβολή. Ο δείκτης SO5 έχει να κάνει με την συμμετοχή της εταιρίας στη πολιτική και την άσκηση πίεσης προς πολιτικούς, πολιτικά κόμματα και κρατικούς φορείς. Ο δείκτης SO6 έχει να κάνει με τη συνολική αξία των χρηματοοικονομικών και σε είδος συνεισφορών σε πολιτικά κόμματα, πολιτικούς, και σχετικά ιδρύματα. Μεταξύ των δεικτών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες οι δείκτες PR4 και PR7 είναι αυτοί με τη μεγαλύτερη μεταβολή. Ο δείκτης PR4 έχει να κάνει με τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με τις πληροφορίες και τη σήμανση των προϊόντων και των υπηρεσιών. Ο δείκτης PR7 έχει να κάνει με τη συμμόρφωση με τους κανονισμούς και τους προαιρετικούς κώδικες σχετικά με τις πρακτικές μάρκετινγκ. Ο δείκτης EC4 είναι ο δείκτης μεταξύ των οικονομικών δεικτών με τη μεγαλύτερη μεταβολή. Ο συγκεκριμένος δείκτης έχει να κάνει με τη χρηματοοικονομική βοήθεια που λαμβάνει η εταιρία από κυβερνητικούς φορείς. Από τους δείκτες απασχόλησης ο LA12 είναι αυτός που παρουσιάζει τη μεγαλύτερη αύξηση. Ο συγκεκριμένος δείκτης έχει να κάνει ποσοστό εργαζομένων που λαμβάνουν τακτικές εκθέσεις σχετικά με την επίδοση και την εξέλιξη της σταδιοδρομίας τους ανά φύλο. Τέλος μεταξύ των δεικτών για τα ανθρώπινα δικαιώματα ο δείκτης HR3 είναι αυτός με τη μεγαλύτερη μεταβολή. Ο HR3 έχει να κάνει με το σύνολο των ωρών εκπαίδευσης των εργαζομένων σχετικά με τις πολιτικές και τις διαδικασίες που αφορούν σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Από τη έρευνα προκύπτει επίσης ότι 34 εταιρίες δηλαδή ποσοστό 14,1% έχουν ξεχωριστή οργανωτική μονάδα που να ασχολείται με ζητήματα εταιρικής ευθύνης. Από αυτές 26 εκδίδουν ετήσιους απολογισμούς εταιρικής ευθύνης δηλαδή ποσοστό 76,5%. Το αντίστοιχο ποσοστό για τις εταιρίες που δεν έχουν κάποια οργανωτική δομή που να ασχολείται με της εταιρική ευθύνη είναι 2%. Επίσης οι 34 από τις 35 εταιρίες δηλαδή ποσοστό 97% που έχουν οργανωτική μονάδα που να

ασχολείται με την εταιρική ευθύνη κάνουν σχετική αναφορά στην ιστοσελίδα τους. Το αντίστοιχο ποσοστό για τις εταιρίες που δεν έχουν ξεχωριστή μονάδα είναι 39%. Ως εκ τούτου προκύπτει το συμπέρασμα ότι είναι πολύ πιο πιθανό μια εταιρία που έχει ξεχωριστό τμήμα που να ασχολείται με ζητήματα εταιρικής υπευθυνότητας να εκδίδει απολογισμούς βιωσιμότητας ή να κάνει σχετική αναφορά στην ιστοσελίδα της και ότι η ύπαρξη τέτοιου τμήματος συμβάλει καθοριστικά στην ανάληψη δράσεων εταιρικής υπευθυνότητας.

### 3.3.2 Ερωτηματολόγιο

Το σύνολο των εταιριών με τις οποίες έγινε προσπάθεια να υπάρξει επικοινωνία είναι 239. Από αυτές με τις 57 είτε δεν ήταν δυνατό να υπάρξει επικοινωνία (κυρίως λόγω αναστολής της λειτουργίας τους) είτε λόγω άρνησης των εταιριών να συμμετάσχουν στην έρευνα. Η ανταπόκριση στην έρευνα ήταν 21,4% δηλαδή 39 ολοκληρωμένες απαντήσεις.

#### Το προφίλ των εταιριών που συμμετείχαν στην έρευνα

Οι εταιρίες που συμμετείχαν στην έρευνα κατανέμονται ανά κλάδο ως εξής:

<b>Κλάδος</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ακίνητη περιουσία	4	10,26
Ασφάλειες	0	0
Βιομηχανικά προϊόντα και υπηρεσίες	8	20,51
Εμπόριο	2	5,13
Ενέργεια	0	0
Κατασκευές και υλικά κατασκευών	3	7,69
Μέσα ενημέρωσης	1	2,56
Πετρέλαιο και αέριο	1	2,56
Προσωπικά και οικιακά αγαθά	3	7,69

Πρώτες ύλες	1	2,56
Ταξίδια και αναψυχή	1	2,56
Τεχνολογία	4	10,26
Τηλεπικοινωνίες	1	2,56
Τράπεζες	2	5,13
Τρόφιμα και ποτά	5	12,82
Υγεία	0	0
Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας	0	0
Χημικά	1	2,56
Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες	0	0
ΜΔ Αγοράς αξιών	0	0
ΓΕΜ Αγοράς αξιών	0	0
ΜΔ Αγοράς παραγώγων	0	0
ΓΕΜ Αγοράς παραγώγων	0	0
Άλλο ( Μεταφορές, Λειτουργία & Συντήρηση Αυτοκινητοδρόμων)	2	5,13

Η κατανομή των εταιριών σύμφωνα με το εύρος της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας είναι η εξής:

<b>Εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Εθνικό	12	30,77
Διεθνές	25	64,1
Καμία απάντηση	2	5,13

Ως προς τον αριθμό των εργαζομένων που απασχολούν οι εταιρίες κατανέμονται ως εξής:

<b>Αριθμός εργαζομένων</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
1 έως 50	8	20,51
51 έως 200	11	28,21
>200	20	51,28



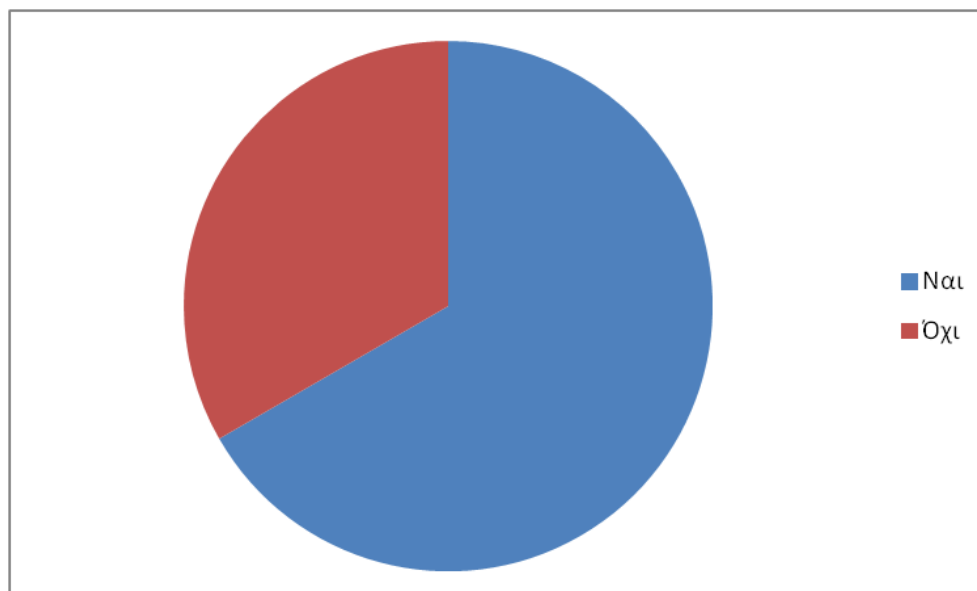
Σχετικά με τη θέση της εταιρίας σε σχέση με τον ανταγωνισμό οι επιχειρήσεις κατανέμονται ως εξής:

Θέση της επιχείρησης σε σχέση με τον ανταγωνισμό	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ηγέτης	13	33,33
Μεγάλος παίχτης	23	58,97
Μικρός παίχτης	1	2,56
Άλλο (Μεσαίος παίχτης)	1	2,56
Καμία απάντηση	1	2,56

#### Στρατηγική ΕΚΕ και δημόσια αναφορά

Στην ερώτηση αν υπάρχει κώδικας δεοντολογίας ή συμπεριφοράς οι εταιρίες απάντησαν ως εξής:

Απάντηση	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ναι	26	66,67
Όχι	13	33,33



Σχήμα 12 Ύπαρξη κώδικα δεοντολογίας

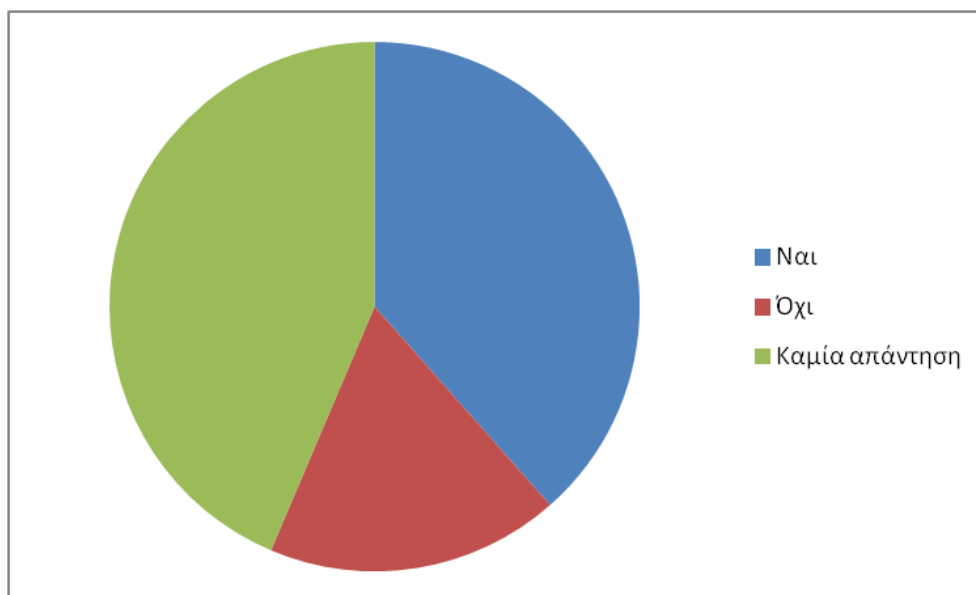
Στην ερώτηση σχετικά με το ποια θέματα περιλαμβάνονται στον κώδικα δεοντολογίας οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Απάντηση</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Εμπιστευτικότητα των πληροφοριών	14	35,9
Εταιρική διακυβέρνηση	23	58,97
Διαφθορά και δωροδοκία	12	30,77
Ανθρώπινα δικαιώματα	11	28,21
Υπευθυνότητα σε σχέση με τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες	15	38,46
Καταγγελίας δυσλειτουργιών	9	23,08

Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι η πλειοψηφία των εταιριών έχουν κώδικα δεοντολογίας ή συμπεριφοράς. Τα θέματα που οι πιο πολλοί κώδικες περιλαμβάνουν είναι ζητήματα εταιρικής διακυβέρνησης (ποσοστό 58,97%), την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών (ποσοστό 35,9%) και την υπευθυνότητα σε σχέση με τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες (ποσοστό 38,46%). Αυτό που δεν προβλέπεται από τους πιο πολλούς κώδικες είναι η καταγγελία δυσλειτουργιών (ποσοστό 23,08%) και τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Στην ερώτηση για το αν υπάρχει μηχανισμός παρακολούθησης για την εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας τα αποτελέσματα είναι τα εξής:

<b>Απάντηση</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ναι	15	38,46
Όχι	7	17,95
Καμία απάντηση	17	43,59

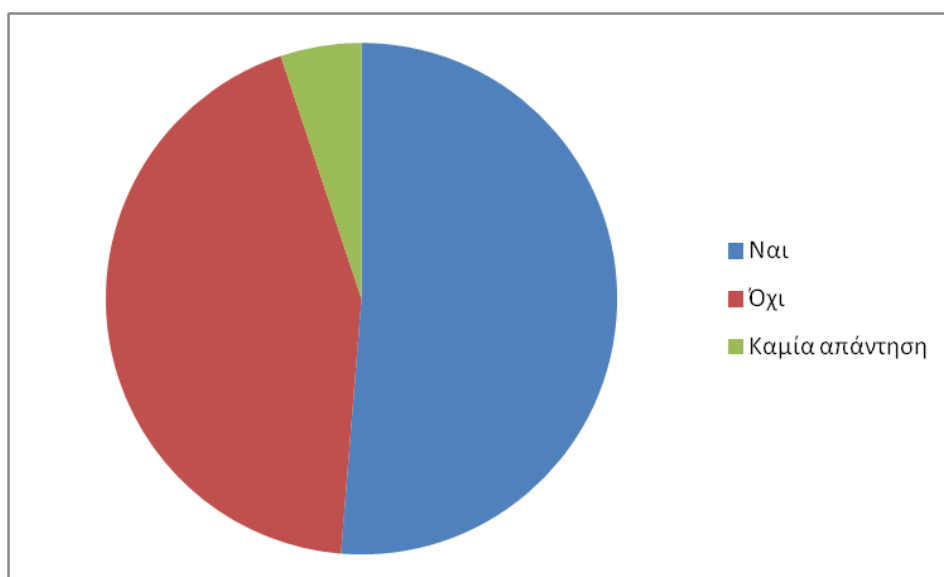


Σχήμα 13 Ύπαρξη μηχανισμού παρακολούθησης για την εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας

Όπως φαίνεται και από τον πίνακα 38,46% ,δηλαδή 15 εταιρίες, έχουν μηχανισμό παρακολούθησης για την εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας. Αντίθετα ποσοστό 17,95% (7 εταιρίες) δεν έχουν τέτοιο μηχανισμό.

Σχετικά με το αν έχει η εταιρία συμμετάσχει ή δημοσίως υποστηρίξει εθελοντικές πρωτοβουλίες ή ομάδες που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη οι απαντήσεις είναι οι εξής:

Απάντηση	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ναι	20	51,28
Όχι	17	43,59
Καμία απάντηση	2	5,13



Σχήμα 14 Έχει η εταιρία υποστηρίξει εθελοντικές πρωτοβουλίες;

Πάνω από τις μισές εταιρίες (ποσοστό 51,28%) απάντησαν ότι έχουν υποστηρίξει δημοσίως εθελοντικές πρωτοβουλίες ή ομάδες που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη. Αντιθέτως ποσοστό 43,59% , δηλαδή 17 εταιρίες, απάντησαν ότι δεν έχουν συμμετάσχει σε κάποια πρωτοβουλία. Ποσοστό 5,13% δεν έδωσαν κάποια απάντηση.

Ανά εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας οι εταιρίες που έχουν συμμετάσχει ή δημοσίως υποστηρίξει εθελοντικές πρωτοβουλίες ή ομάδες που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη κατανέμονται ως εξής:

Εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Διεθνές	17	85
Εθνικό	2	10
Καμία απάντηση	1	5

Ανά αριθμό εργαζομένων η κατανομή είναι η εξής:

<b>Αριθμός εργαζομένων</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
1 έως 50	3	15
51 έως 200	3	15
>200	14	70

Σύμφωνα με τη θέση της εταιρίας σε σχέση με τον ανταγωνισμό η κατανομή είναι η εξής:

<b>Θέση σε σχέση με τον ανταγωνισμό</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ηγέτης	9	45
Μεγάλος παίχτης	9	45
Άλλο ( Μεσαίος παίχτης )	1	5
Καμία απάντηση	1	5

Η πλειοψηφία των εταιριών που έχουν στηρίξει δημοσίως πρωτοβουλίες σχετικά με την εταιρική ευθύνη το τελευταίο έτος έχουν διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας (ποσοστό 85%). Το αντίστοιχο ποσοστό για εταιρίες που έχουν εθνικό εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι 10%. Επίσης το 70% αυτών των εταιριών έχουν πάνω από 200 εργαζομένους. Το ποσοστό των εταιριών με 1 έως 50 εργαζομένους και από 51 έως 200 εργαζομένους είναι και στις δυο περιπτώσεις 15%. Σε σχέση με τη θέση έναντι του ανταγωνισμού οι εταιρίες που έχουν συμμετάσχει σε τέτοιες πρωτοβουλίες είναι κατά βάση είτε ηγέτες είτε μεγάλοι παίχτες (ποσοστά 45%).

Σε σχέση με τα κίνητρα των εταιριών για την εφαρμογή προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Κίνητρα</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Καλύτερη εταιρική εικόνα και στρατηγική προώθησης	37	94,87
Ικανοποίηση των εργαζομένων	16	41,03
Βελτίωση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και αύξηση των επιχειρηματικών ευκαιριών	13	33,33
Αύξηση της παραγωγικότητας	7	17,95
Αύξηση της υποστήριξης από την τοπική κοινότητα, την αγορά και τα ενδιαφερόμενα μέρη	18	46,15
Μείωση κόστους	7	17,95
Βελτίωση εργασιακού κλίματος εντός της επιχείρησης	16	41,03
Άλλο (Η ΕΚΕ είναι νοοτροπία της εταιρίας - το κάνουμε επειδή το πιστεύουμε)	1	2,56

Τα κύρια κίνητρα για την εφαρμογή προγράμματος εταιρικής ευθύνης σύμφωνα με τις εταιρίες είναι η βελτίωση της εταιρικής εικόνας και της στρατηγικής προώθησης (ποσοστό 94,87%) και η αύξηση της υποστήριξης από την τοπική κοινότητα, την αγορά και τα ενδιαφερόμενα μέρη (ποσοστό 46,15%). Το μικρότερο ποσοστό συγκεντρώνουν η μείωση του κόστους (ποσοστό 17,95%) και η αύξηση της παραγωγικότητας (ποσοστό 17,95%).

Σχετικά με τον τρόπο που οι εταιρίες επικοινωνούν τις δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Τρόπος επικοινωνίας</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ετήσιοι απολογισμοί	18	46,15
Διαδίκτυο	26	66,67
Θεματικοί απολογισμοί (π.χ. απολογισμός περιβαλλοντικών δράσεων)	2	5,13
Ετήσιοι απολογισμοί ΕΚΕ	15	38,46
Δελτία τύπου	15	38,46
Εκδηλώσεις/δράσεις	12	30,77
Άλλο	0	0

Μακράν ο πιο δημοφιλής τρόπος δημοσιοποίησης των δράσεων εταιρικής ευθύνης είναι το διαδίκτυο με ποσοστό 66,67%. Ακολουθούν η αναφορά στον ετήσιο απολογισμό (ποσοστό 46,15%), τα δελτία τύπου (ποσοστό 38,46%) και η έκδοση ετήσιων απολογισμών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ποσοστό 38,46%). Ο λιγότερο δημοφιλής τρόπος είναι η έκδοση θεματικών απολογισμών (ποσοστό 5,13%).

Ανάλογα με τη θέση της εταιρίας στην αγορά και το εύρος δραστηριοτήτων της ο τρόπος δημοσίευσης των δραστηριοτήτων εταιρικής υπευθυνότητας διαφέρει. Στους παρακάτω πίνακες φαίνεται η συσχέτιση αυτή:

<b>Τρόπος επικοινωνίας</b>	<b>Ηγέτης/Μεγάλος παίκτης/ Καμία απάντηση</b>
Ετήσιος απολογισμός	9,9,0
Διαδίκτυο	11,15,0
Θεματικός απολογισμός	1,0,1
Ετήσιος απολογισμός ΕΚΕ	8,6,1
Δελτία τύπου	8,6,1
Εκδηλώσεις/ δράσεις	5,6,1

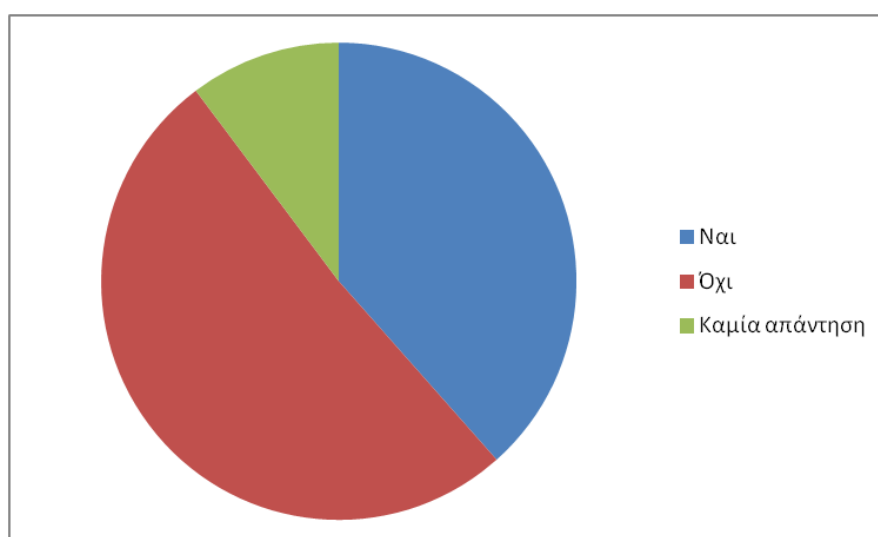
<b>Τρόπος επικοινωνίας</b>	<b>Διεθνές/Εθνικό/Καμία απάντηση</b>
Ετήσιος απολογισμός	15,2,1
Διαδίκτυο	18,6,2
Θεματικός απολογισμός	1,1,0
Ετήσιος απολογισμός ΕΚΕ	13,1,1
Δελτία τύπου	11,2,1
Εκδηλώσεις/ δράσεις	10,1,1

Από τη συσχέτιση του εύρους επιχειρηματικής δραστηριότητας και της θέσης σε σχέση με τον ανταγωνισμό είναι φανερό ότι είναι πιο πιθανό να εκδίδεται ετήσιος απολογισμός εταιρικής ευθύνης, να εκδίδονται δελτία τύπου και να διοργανώνει εκδηλώσεις και δράσεις εταιρικής ευθύνης από εταιρίες με διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας ή με ηγετική θέση σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Αντίστοιχα πολύ δημοφιλής τρόπος δημοσιοποίησης των δράσεων

εταιρικής ευθύνης για εταιρίες που είναι μεγάλοι παίχτες ή δραστηριοποιούνται σε εθνικό επίπεδο είναι το διαδίκτυο.

Από το σύνολο 39 εταιριών που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο οι 15 δήλωσαν ότι εκδίδουν απολογισμούς εταιρικής ευθύνης, δεν εκδίδουν οι 20 και 4 εταιρίες δεν έδωσαν κάποια απάντηση.

Έκδοση απολογισμών ΕΚΕ	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ναι	15	38,46
Όχι	20	51,28
Καμία απάντηση	4	10,26



Σχήμα 15 Έκδοση ετήσιου απολογισμού Ε.Κ.Ε.

Τα θέματα που περιλαμβάνονται στους απολογισμούς εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι τα εξής:

Θέματα που περιλαμβάνονται	Αριθμός απολογισμών	Ποσοστό
Πρόσληψη ατόμων από την τοπική κοινότητα	6	40
Πρόσληψη ατόμων από ευπαθείς κοινωνικά ομάδες	3	20
Κοινοτικές επενδύσεις	6	40
Στρατηγική ΕΚΕ	13	86,67



Προστασία περιβάλλοντος	13	86,67
Ποιότητα στο χώρο εργασίας	12	80
Ηθική στην αλυσίδα εφοδιασμού	6	40
Άλλο ( Εκπαίδευση )	1	6,67

Τα θέματα που συνήθως περιέχονται στους απολογισμούς είναι η προστασία του περιβάλλοντος (ποσοστό 86,67%), η στρατηγική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ποσοστό 86,67%) και η ποιότητα στο χώρο εργασίας (ποσοστό 80%). Λιγότερα συχνά εμφανίζονται θέματα σχετικά με ζητήματα προσλήψεων αλλά και ηθικής στην αλυσίδα εφοδιασμού.

Σε σχέση με το πόσο οι απολογισμοί Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης επηρεάζουν τη φήμη, τη διαχείριση κινδύνων, την πρόσβαση σε κεφάλαια, τη βελτίωση των σχέσεων με το κράτος, την εταιρική διακυβέρνηση, την προσέλκυση εργατικού δυναμικού, τη μείωση των λειτουργικών εξόδων, την αύξηση της παραγωγικότητας και την αύξηση των πωλήσεων οι εταιρίες απάντησαν τα εξής:

	5	4	3	2	1	Καμία απάντηση
Φήμη	5	7	1	1	0	0
Διαχείριση κινδύνων	1	2	5	5	0	1
Πρόσβαση σε κεφάλαια	1	2	5	4	1	1
Βελτίωση σχέσεων με το κράτος	1	3	3	6	1	0
Εταιρική διακυβέρνηση	2	8	2	2	0	0
Προσέλκυση και διατήρηση εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού	1	2	5	4	2	0
Μείωση λειτουργικών εξόδων	2	4	4	4	0	0
Αύξηση παραγωγικότητας	2	2	7	3	0	0
Αύξηση πωλήσεων	1	5	5	3	0	0

Όπως φαίνεται και από τον παραπάνω πίνακα τα πιο συνήθη οφέλη είναι η βελτίωση της φήμης, της εταιρικής διακυβέρνησης και η αύξηση

των πωλήσεων. Λιγότερο η εταιρική ευθύνη επηρεάζει τις σχέσεις με το κράτος, την πρόσβαση σε κεφάλαια και την προσέλκυση και διατήρηση εργατικού δυναμικού.

Σχετικά με τα πρότυπα μέτρησης που οι εταιρίες επιλέγουν οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Πρότυπο μέτρησης ΕΚΕ</b>	<b>Αριθμός απολογισμών</b>	<b>Ποσοστό</b>
GRI	13	86,67
ACCOUNTABILITY1000	0	0
European Foundation for Quality Management	0	0
Balanced Scorecard	1	6,67
Organisation for Economic Co-operation and development	0	0
ISO26000	1	6,67
Social Accountability 8000	0	0
United Nations Global Compact	0	0
FTSE4Good Index	0	0

Σε σχέση με τα κριτήρια που παίζουν ρόλο για την επιλογή ενός πρότυπου οι εταιρίες απάντησαν ως εξής:

<b>Κριτήρια επιλογής προτύπου</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Φήμη	11	73,3
Επιστημονική κατάρτιση	6	46
Αναγνωρισιμότητα	10	66,67
Ευκολία στην εφαρμογή	2	13,33
Συνεργασία με άλλα πρότυπα ή φορείς	3	20

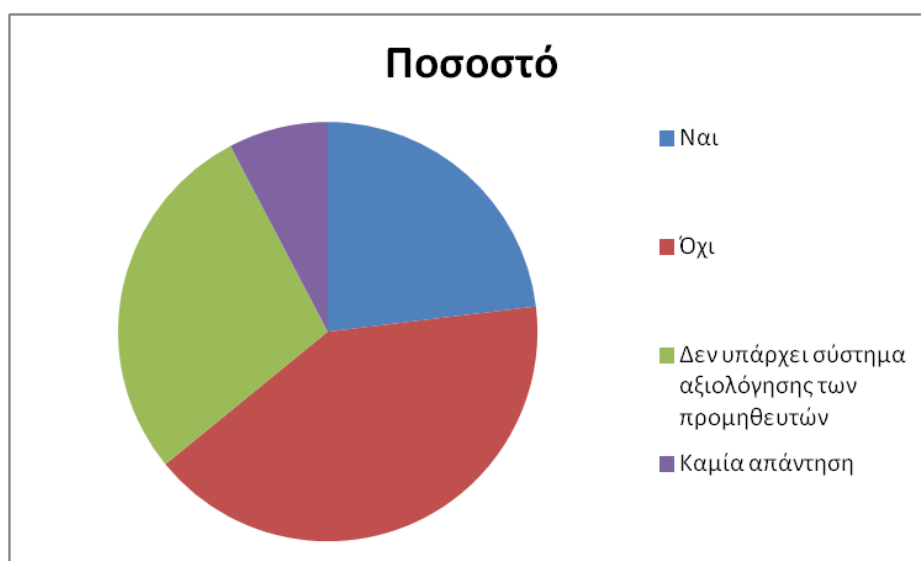
Το πιο διαδεδομένο πρότυπο μέτρησης της εταιρικής ευθύνης είναι το GRI με ποσοστό 86,67% και ακολουθούν το Balanced Scorecard (ποσοστό 6,67%) και το ISO 26000 (ποσοστό 6,67%). Πιο σημαντικός παράγοντας για την επιλογή προτύπου εμφανίζονται η φήμη και η

αναγνωρισιμότητά του. Ο λιγότερο καθοριστικός παράγοντας για την επιλογή προτύπου είναι η ευκολία στην εφαρμογή του.

### Οικονομική επίδοση

Σχετικά με το αν υπάρχει σύστημα αξιολόγησης προμηθευτών οι εταιρίες απάντησαν ως εξής :

Λαμβάνει υπόψη η εταιρία σας ζητήματα ΕΚΕ ως κριτήρια για την αξιολόγηση των προμηθευτών;	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ναι	9	23,08
Όχι	16	41,03
Δεν υπάρχει σύστημα αξιολόγησης των προμηθευτών	11	28,21
Καμία απάντηση	3	7,69



Σχήμα 16 Λαμβάνει υπόψη η εταιρία σας ζητήματα ΕΚΕ ως κριτήρια για την αξιολόγηση των προμηθευτών;

Το προφίλ των εταιριών που λαμβάνουν υπόψη ζητήματα εταιρικής ευθύνης είναι το εξής:

Εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Διεθνές	9	100
Εθνικό	0	0

Θέση σε σχέση με τον ανταγωνισμό	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ηγέτης	7	77,78
Μεγάλος παίχτης	2	22,22
Ανταγωνιστής	0	0
Μικρός παίχτης	0	0
Άλλο	0	0

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις οι πιο πολλές εταιρίες είτε δεν έχουν σύστημα αξιολόγησης προμηθευτών είτε δε λαμβάνουν υπόψη ζητήματα εταιρικής ευθύνης για την αξιολόγηση των προμηθευτών. Όλες οι εταιρίες που λαμβάνουν υπόψη την κοινωνική επίδοση των προμηθευτών τους έχουν διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας και σε σχέση με τον ανταγωνισμό έχουν είτε ηγετική θέση είτε είναι μεγάλοι παίχτες.

Στην ερώτηση αν έχει η εταιρία απαιτήσεις σε θέματα εταιρικής ευθύνης έναντι των προμηθευτών οι απαντήσεις είναι οι εξής:

Έχει η εταιρία σας απαιτήσεις για θέματα ΕΚΕ έναντι των προμηθευτών της;	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ναι	6	15,38
Όχι	28	71,79
Καμία απάντηση	5	12,82

Οι απαιτήσεις αυτές έχουν να κάνουν με:

Απαιτήσεις έναντι προμηθευτών	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Παιδική εργασία	5	83,33
Νομικές εκκρεμότητες	1	16,67
Μονοπωλιακές πρακτικές	1	16,67

Ζητήματα διαφθοράς	4	66,67
Ζητήματα φοροδιαφυγής	2	33,33
Συνδικαλιστικές ελευθερίες	1	16,67
Συλλογικές διαπραγματεύσεις	0	0
Διακρίσεις στο χώρο εργασίας	2	33,33
Ασφάλεια και υγιεινή στο χώρο εργασίας	6	100
Προστασία περιβάλλοντος	5	83,33
Άλλο	0	0

Σχετικά με τους τρόπους δημοσιοποίησης των απαιτήσεων οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Τρόποι κοινοποίησης των απαιτήσεων</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Μέσω διαδικασίας έλεγχου των νέων προμηθευτών	5	83,33
Μέσω πληροφόρησης προς τους προμηθευτές	3	60
Μέσω προγραμμάτων κατάρτισης των προμηθευτών	0	0
Άλλο	0	0

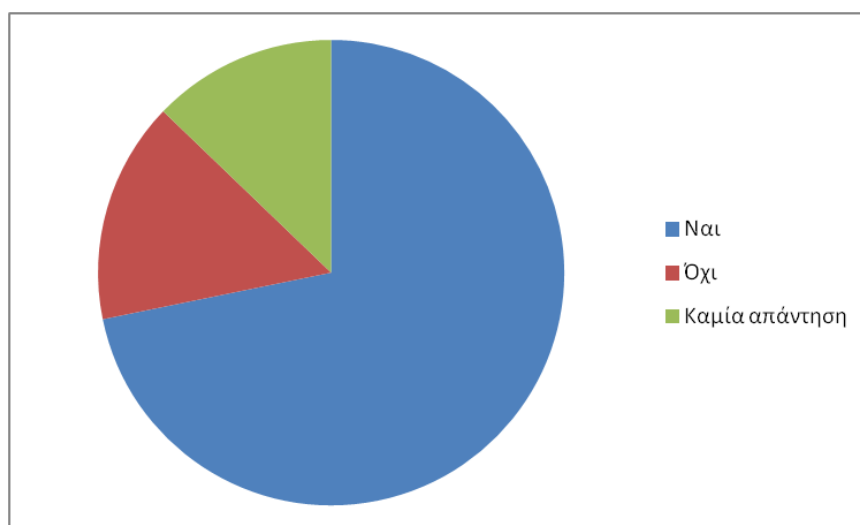
Η πλειοψηφία των εταιριών δεν έχει απαιτήσεις σε θέματα εταιρικής ευθύνης έναντι των προμηθευτών τους (ποσοστό 71,79%) έναντι ποσοστού 15,38% που έχουν. Οι απαιτήσεις αυτές έχουν να κάνουν κατά κύριο λόγο με ζητήματα ασφάλειας και υγιεινής στο χώρο εργασίας, την παιδική εργασία και την προστασία του περιβάλλοντος. Λιγότερο εμφανίζονται ζητήματα συνδικαλιστικών ελευθεριών, μονοπωλιακών πρακτικών και τυχόν νομικές εκκρεμότητες. Οι τρόποι δημοσίευσης αυτών των απαιτήσεων είναι μέσω διαδικασίας ελέγχου των νέων προμηθευτών (ποσοστό 83,33%) και μέσω πληροφόρησης προς τους προμηθευτές (ποσοστό 60%).

Σε σχέση με τον αν υπάρχει σύστημα για τη μέτρηση των επιπτώσεων των επενδύσεων της στην τοπική κοινότητα οι απαντήσεις είναι οι εξής:

Έχει η εταιρία σας σύστημα για τη μέτρηση των επιπτώσεων των επενδύσεων της στην τοπική κοινότητα;	Αριθμός εταιριών ν	Ποσοστό
Ναι	7	17,95
Όχι	25	64,1
Καμία απάντηση	7	17,95

Σχετικά με το αν προσφέρει η εταιρία θέσεις εργασίας σε άτομα από την τοπική κοινότητα οι εταιρίες απάντησαν ως εξής:

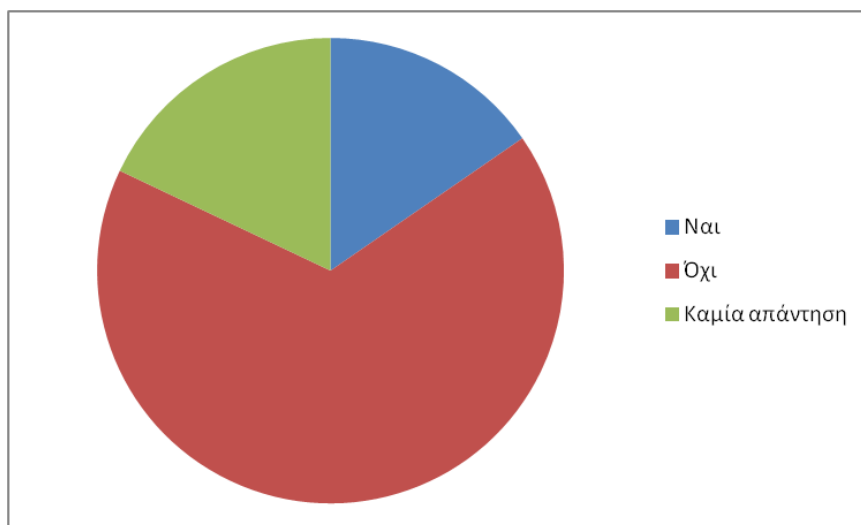
Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα από την τοπική κοινότητα;	Αριθμός εταιριών	Ποσοστό
Ναι	28	71,79
Όχι	6	15,38
Καμία απάντηση	5	12,82



Σχήμα 17 Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα από την τοπική κοινότητα;

Σχετικά με το αν η εταιρία προσφέρει θέσεις εργασίας σε άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες οι απαντήσεις είναι οι εξής:

Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες;	Αριθμός εταιριών ν	Ποσοστό
Ναι	6	15,38
Όχι	26	66,67
Καμία απάντηση	7	17,95



**Σχήμα 18 Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες;**

Η πλειοψηφία των εταιριών προσφέρει θέσεις σε άτομα από την τοπική κοινότητα (ποσοστό 71,79%). Αντίθετα μόνο 6 εταιρίες (ποσοστό 15,28%) προσφέρουν θέσεις εργασίας σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες.

### Περιβαλλοντική επίδοση

Σχετικά με το αν έχουν οι εταιρίες συγκεκριμένη πολιτική σε θέματα περιβάλλοντος οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Η εταιρεία σας έχει συγκεκριμένη πολιτική για θέματα περιβάλλοντος;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ναι	24	61,54
Όχι	12	30,77
Καμία απάντηση	3	7,69

Το προφίλ των εταιριών που έχουν πολιτική σε θέματα περιβάλλοντος είναι το εξής:

<b>Εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Διεθνές	17	70,83
Εθνικό	5	20,83
Καμία απάντηση	2	8,33

<b>Αριθμός εργαζομένων</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
1 έως 50	4	16,67
51 έως 200	7	29,17
>200	13	54,17

<b>Θέση σε σχέση με τον ανταγωνισμό</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ηγέτης	11	45,83
Ανταγωνιστής	0	0
Μεγάλος παίχτης	12	50
Μικρός παίχτης	0	
Άλλο	0	
Καμία απάντηση	1	4,17

Όπως φαίνεται και από τα αποτελέσματα η πλειοψηφία των εταιριών έχουν συγκεκριμένη πολιτική σε ζητήματα περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα το 61,54% έχει συγκεκριμένη πολιτική σε αντίθεση με τα 20,77% που δεν έχει.

Οι εταιρίες που έχουν συγκεκριμένη πολιτική σε ζητήματα περιβάλλοντος έχουν κατά βάση διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα το 70,83% έχουν διεθνές εύρος και το 20,83% έχουν εθνικό. Επίσης οι περισσότερες εταιρίες απασχολούν πάνω από 200 εργαζομένους (ποσοστό 54,17%). Από 51 έως 200 εργαζομένους απασχολούν το 29,17% και ποσοστό 16,67% απασχολεί μέχρι 50 εργαζομένους. Σχεδόν μοιρασμένες είναι οι εταιρίες σε σχέση



με τη θέση τους έναντι του ανταγωνισμού. Το 50% των εταιριών είναι μεγάλοι παίχτες και το 45,83 ηγέτες.

Σχετικά με το αν γίνεται καταγραφή των επιπέδων εκπομπών, αν υπάρχουν στόχοι για τη μείωση κατανάλωσης πόρων και μέτρα για τη διαχείριση αποβλήτων οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Η εταιρεία σας καταγράφει το επίπεδο εκπομπών και κατανάλωσης στα παρακάτω στοιχεία;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Κατανάλωση ενέργειας	22	56,41
Κατανάλωση νερού	12	30,77
Κατανάλωση χαρτιού	10	25,64
Αέρια του θερμοκηπίου	8	20,51

<b>Η εταιρεία σας έχει θέσει στόχους μείωσης για οποιοδήποτε από τα ακόλουθα στοιχεία;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Κατανάλωση ενέργειας	20	51,28
Κατανάλωση νερού	6	15,38
Κατανάλωση χαρτιού	12	30,77
Αέρια του θερμοκηπίου	6	15,38

<b>Έχει η εταιρεία σας λάβει κάποιο μέτρο για τη διαχείριση των αποβλήτων σε σχέση με τα ακόλουθα;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Διαχωρισμός απορριμμάτων	8	20,51
Ανακύκλωση	26	66,67
Επαναχρησιμοποίηση απορριμμάτων	8	20,51

Σχετικά με το επίπεδο εκπομπών από τις πιο πολλές εταιρίες γίνεται καταγραφή της κατανάλωσης ενέργειας (ποσοστό 56,41%) ακολουθούν

η καταγραφή της κατανάλωσης νερού (ποσοστό 30,77%), χαρτιού (ποσοστό 25,64%) και αερίων του θερμοκηπίου (ποσοστό 20,51%).

Πάνω από τις μισές εταιρίες έχουν θέσει στόχους για τη μείωση στην κατανάλωση ενέργειας (ποσοστό 51,28%). Ποσοστό 30,77% έχει θέσει σαν στόχο τη μείωση στην κατανάλωση νερού και ποσοστό 15,38% τη μείωση στην κατανάλωση νερού και αερίων του θερμοκηπίου.

Σε σχέση με τη διαχείριση αποβλήτων οι πιο πολλές εταιρίες ανακυκλώνουν (ποσοστό 66,67%). Τέλος ποσοστό 20,51% των εταιριών κάνουν διαχωρισμό αποβλήτων και επαναχρησιμοποίηση απορριμμάτων.

### Κοινωνική επίδοση

Στην ερώτηση σχετικά με το αν υπάρχει δέσμευση για την ισότητα των ευκαιριών και τις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Έχει η εταιρία επίσημη γραπτή θέση σχετικά με την ισότητα των ευκαιριών και εναντί στις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ναι	12	30,77
Όχι	24	61,54
Καμία απάντηση	3	7,69

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις η πλειοψηφία των εταιριών δεν έχουν γραπτή δέσμευση για την ισότητα των ευκαιριών και ενάντια στις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο. Πιο συγκεκριμένα ποσοστό 61,54% δεν έχει επίσημη γραπτή θέση έναντι ποσοστού 30,77% που έχει.

Σχετικά με το ποιος μηχανισμός ασχολείται με ζητήματα καταγγελίας σε σχέση με την ίση μεταχείριση και τις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο οι εταιρίες απάντησαν ως εξής:

<b>Μηχανισμοί αρμόδιοι για ζητήματα διακρίσεων στον εργασιακό χώρο</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Γραμμή βοήθειας	2	5,13
Ανεξάρτητο τμήμα επιφορτισμένο με την επίλυση διαφορών	6	15,38
Παροχή συμβούλου	2	5,13
Άλλο: HR, Διοικητικό Συμβούλιο, Υπεύθυνος Προσωπικού, Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού, Επιτροπή Ελέγχου, Διεύθυνση Ανθρωπίνων Πόρων, Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού, Υπηρεσία Εσωτερικού Ελέγχου	8	20,51

Σε ποσοστό 15,38% οι εταιρίες έχουν ανεξάρτητο τμήμα επιφορτισμένο με την επίλυση διαφορών. Σε ποσοστό 5,13% γίνεται παροχή συμβούλου ή υπάρχει γραμμή βοήθειας για την επίλυση τέτοιων ζητημάτων. Σε ποσοστό 20,51% υπάρχει κάποιος άλλος μηχανισμός επιφορτισμένος με τη διευθέτηση ζητημάτων διακρίσεων στον εργασιακό χώρο. Πιο συγκεκριμένα σε δυο εταιρίες η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού έχει τέτοιες αρμοδιότητες. Στις υπόλοιπες εταιρίες τα τμήματα που είναι αρμόδια είναι τα εξής: HR, Διοικητικό Συμβούλιο, Υπεύθυνος Προσωπικού, Επιτροπή Ελέγχου, Διεύθυνση Ανθρωπίνων Πόρων, Υπηρεσία Εσωτερικού Ελέγχου.

Σχετικά με το αν έχει η εταιρία υποστηρίξει εθελοντικά προγράμματα που αφορούν την τοπική κοινότητα το τελευταίο οικονομικό έτος οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Έχει η εταιρία σας συμμετάσχει σε εθελοντικά προγράμματα;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ναι	17	43,59
Όχι	20	51,28
Καμία απάντηση	2	5,13

Πάνω από τις μισές εταιρίες δεν έχουν συμμετάσχει σε εθελοντικά προγράμματα που αφορούν την τοπική κοινότητα το τελευταίο οικονομικό έτος. Πιο συγκεκριμένα, ποσοστό 51,28% δεν έχει συμμετάσχει σε κάποια τέτοια πρωτοβουλία σε αντίθεση με ποσοστό 43,59 που έχει.

Σχετικά με το αν υπάρχει γραπτή δέσμευση για την καταπολέμηση φαινομένων διαφθοράς οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Έχει η εταιρία σας γραπτή δέσμευση για την καταπολέμηση φαινομένων διαφθοράς;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Ναι	10	25,64
Όχι	26	66,67
Καμία απάντηση	3	7,69

Τέλος η πλειοψηφία των εταιριών δεν έχει γραπτή δέσμευση για την καταπολέμηση της διαφθοράς. Πιο συγκεκριμένα ποσοστό 66,67% δεν έχει γραπτή δέσμευση. Ποσοστό 25,64% απάντησε πως έχει ενώ δεν απάντησε στην ερώτηση ποσοστό 7,69%

## Η Εταιρική Ευθύνη στην Ελλάδα

Στην ερώτηση σχετικά με την άποψη των εταιριών για το μέλλον της εταιρικής ευθύνης στην Ελλάδα απάντησαν 13 εταιρίες δηλαδή ποσοστό 33,33%. Οι απαντήσεις είναι οι εξής:

«Τελευταία όλο και περισσότερες εταιρείες ευαισθητοποιούνται σε θέματα ΕΚΕ. Σαφώς και υπάρχει μέλλον».

«Η πλειοψηφία των εταιριών στην Ελλάδα είναι μικρού ή μεσαίου μεγέθους. Είναι σημαντικό να δραστηριοποιηθούν όλες οι εταιρείες και θεωρούμε ότι γίνονται πολλές προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση από θεσμούς της χώρας. Οι μεγάλες εταιρείες που ακολουθούν περισσότερο τα μοντέλα των ανεπτυγμένων χωρών στις οποίες συνήθως δραστηριοποιούνται έχουν χρέος να συμβάλλουν σε αυτή την προσπάθεια και πιστεύω ότι το κάνουν μέσα από οργανωμένες ενέργειες».

«Παρά την πολυετή οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει η Ελλάδα, θεωρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό εταιριών θα συνεχίσει τις ενέργειες ΕΚΕ. Για το προσεχές μέλλον, οι εταιρίες σκοπεύουν να διατηρήσουν τις δαπάνες ΕΚΕ στα ίδια επίπεδα, ενώ κάποιο μικρό ποσοστό σκοπεύει να τις αυξήσει. Το ποσοστό αύξησης θα ήταν ακόμα μεγαλύτερο αν είχαν δημιουργηθεί οι συνθήκες σταθεροποίησης και αναθέρμανσης της ελληνικής οικονομίας».

«Αυξανόμενα σημαντική».

«Πρέπει κάθε εταιρία να υποχρεούται να εφαρμόζει ΕΚΕ και να ελέγχεται».

«Πιστεύω σε θεωρητικό επίπεδο βρίσκεται σε ικανοποιητικό επίπεδο όμως τα μέτρα δεν είναι αρκετά για να πραγματοποιείται σωστός έλεγχος και οι διευκολύνσεις προς τις εταιρίες από το κράτος όσο αφορά την ΕΚΕ αλλά και άλλους παρόμοιους τομείς Ανύπαρκτες».

«Θα γίνουν βήματα αλλά με αργούς ρυθμούς λόγω της διάρθρωσης των ελλ. επιχειρήσεων (κυρίως οικογενειακές)».

«Θεωρώ ότι το μέλλον της ΕΚΕ στην Ελλάδα είναι δυσοίωνο, δεδομένου ότι η Οικονομική κρίση ανέστειλε τα όποια βήματα είχαν ξεκινήσει προς την θετική κατεύθυνση και θα χρειαστούν πολλά χρόνια για να καλυφθεί το χαμένο έδαφος».

«Θα χρειαστεί λίγο χρόνο αλλά θα αναπτυχθεί, η οικονομική κρίση μάλλον βοηθά σε αυτό. Επίσης, η εφαρμογή της Ευρωπαϊκής πρακτικής/ οδηγίας που θα υποχρεώνει τις εισηγμένες μετά το 2017 να εκδίδουν απολογισμό ΕΚΕ, θα συμβάλει στην ανάπτυξη του θεσμού.»

«Η περιβαλλοντική μόλυνση και τα όλο και αυξανόμενα κοινωνικά προβλήματα καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ από τις επιχειρήσεις. Η οικονομική κρίση όμως δεν συμβάλει στην ανάπτυξη τέτοιων πρακτικών για αυτό θα πρέπει να υπάρξει περισσότερη βοήθεια προς αυτή τη κατεύθυνση κυρίως από το κράτος».

«Την τελευταία δεκαετία όλο και πιο πολλές εταιρείες έχουν αρχίσει να ευαισθητοποιούνται πάνω σε ζητήματα ΕΚΕ. Αυτό είναι πολύ σημαντικό ιδιαίτερα την περίοδο της κρίσης».

«Όλο και πιο πολλές επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται ότι πέρα από οφέλη για το περιβάλλον και την κοινωνία υπάρχουν οφέλη και για τις ίδιες από την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ. Έτσι η ΕΚΕ θα κερδίζει τα επόμενα χρόνια όλο και πιο πολύ έδαφος».

«Η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ είναι πολύ σημαντική για την επιχείρηση αλλά και γενικότερα την κοινωνία ολόκληρη. Ως εκ τούτου θα πρέπει όλες οι επιχειρήσεις αλλά και ειδικότερα οι μεγάλες εταιρίες να συμβάλουν προς αυτή την κατεύθυνση. Επίσης το κράτος θα πρέπει να δώσει κίνητρα για την εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ».

Τέλος στην ερώτηση σχετικά με το αν θεωρεί η πλειοψηφία των εταιριών την εταιρική ευθύνη ως δραστηριότητα marketing ή ως κοινωνική υποχρέωση οι απαντήσεις είναι οι εξής:

<b>Θεωρείτε ότι η πλειοψηφία των Ελληνικών Επιχειρήσεων αντιλαμβάνεται την Εταιρική Ευθύνη ως δραστηριότητα Μάρκετινγκ ή ως κοινωνική υποχρέωση προς το κοινωνικό σύνολο;</b>	<b>Αριθμός εταιριών</b>	<b>Ποσοστό</b>
Δραστηριότητα Μάρκετινγκ	8	20,51
Κοινωνική υποχρέωση	4	10,26
Και τα δύο	24	61,54
Καμία απάντηση	3	7,69

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις των εταιριών σχετικά με το μέλλον της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα πολλές εταιρίες θεωρούν ότι είναι αναγκαία ιδιαίτερα εν μέσω κρίσης. Η όξυνση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων καθιστούν την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής ευθύνης πολύ σημαντική. Τα πλεονεκτήματα που έχουν και οι ίδιες οι εταιρίες από την υιοθέτηση τέτοιων προγραμμάτων καθιστούν επωφελή την εταιρική ευθύνη όχι μόνο για το κοινωνικό σύνολο αλλά και για τις ίδιες τις εταιρίες.

Οι πιο πολλές εταιρίες όμως θεωρούν ότι υπάρχουν δυσκολίες. Η κρίση, η διάρθρωση των ελληνικών εταιριών και το ότι η πλειοψηφία των εταιριών είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους βάζουν εμπόδια στην ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ως εκ τούτου οι πιο πολλές εταιρίες θεωρούν ότι πρέπει το κράτος να δώσει κίνητρα για την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής ευθύνης, ότι πρέπει να υπάρξει σταθεροποίηση και αναθέρμανση της ελληνικής οικονομίας και ότι πρέπει να δοθεί ώθηση κυρίως από τις μεγάλες εταιρίες οι οποίες δραστηριοποιούνται σε διεθνές επίπεδο. Επίσης πολλές εταιρίες θεωρούν ότι η εφαρμογή πρακτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πρέπει να γίνει υποχρεωτική και ότι προς αυτή την κατεύθυνση λειτουργεί η ευρωπαϊκή οδηγία που υποχρεώνει τις εισηγμένες στο χρηματιστήριο εταιρίες μετά το 2017 να εκδίδουν ετήσιους απολογισμούς εταιρικής υπευθυνότητας.

Τέλος η πλειοψηφία των εταιριών (ποσοστό 61,54%) θεωρεί ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι εξίσου δραστηριότητα marketing και κοινωνική υποχρέωση. Ποσοστό 20,51% θεωρεί ότι είναι μόνο

δραστηριότητα του marketing και ποσοστό 10,26% κοινωνική υποχρέωση. Ποσοστό 7,69% δεν απάντησε στην ερώτηση.



## **4. Σχόλια, παρατηρήσεις και συμπεράσματα**

### Διαδικτυακή έρευνα

Από τα αποτελέσματα της διαδικτυακής έρευνας φαίνεται ότι οι περισσότερες εταιρίες έχουν σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό κάποια εξοικείωση με την Εταιρική Ευθύνη. Όπως φαίνεται ο πιο διαδεδομένος τρόπος δημοσιοποίησης ζητημάτων Εταιρικής Ευθύνης είναι το Διαδίκτυο. Ακολουθούν η αναφορά στον ετήσιο απολογισμό και τέλος η έκδοση ξεχωριστού απολογισμού εταιρικής υπευθυνότητας. Αυτό είναι μάλλον εύλογο καθότι η χρήση του Διαδικτύου είναι εύκολη και οικονομική έτσι είναι προσιτό για μια εταιρία να δημοσιεύσει εκεί τις κοινωνικές της δραστηριότητες.

Για την έκδοση ετήσιου απολογισμού το πιο διαδεδομένο πρότυπο μέτρησης είναι το GRI G3.1. Ακολουθούν το GRI G3, το GRI G4 και τέλος το πρότυπο BRAVO. Από την μέτρηση της χρήσης των δεικτών φαίνεται ότι οι εταιρίες όλο και περισσότερο προσπαθούν να αυξήσουν το επίπεδο στην εφαρμογή κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών πράγμα το οποίο προκύπτει από την αύξηση στη χρήση των δεικτών.

Πιο συγκεκριμένα οι δείκτες με τη μεγαλύτερη αύξηση στη χρήση τους είναι οι δείκτες κοινωνικής επίδοσης και οι δείκτες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Οι δείκτες με την μικρότερη μεταβολή στη χρήση τους είναι οι δείκτες οικονομικής επίδοσης. Σαν προτεραιότητα στην καταγραφή της επίδοσης οι εταιρίες έχουν τις συνθήκες απασχόλησης, έτσι οι αντίστοιχοι δείκτες είναι αυτοί που καταγράφονται πιο συχνά.

Όπως φαίνεται από την έρευνα η ύπαρξη ξεχωριστής οργανωτικής μονάδας που να ασχολείται με ζητήματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μπορεί να δώσει ώθηση σε μια εταιρία να ασχοληθεί με αντίστοιχα ζητήματα. Αυτό προκύπτει σαν συμπέρασμα από το υψηλό ποσοστό των εταιριών που έχουν ξεχωριστή οργανωτική μονάδα και εκδίδουν ετήσιους απολογισμούς ή κάνουν αναφορά σε ζητήματα εταιρικής υπευθυνότητας στην ιστοσελίδα τους (ποσοστά 76,5% και 97% αντίστοιχα). Τα αντίστοιχα ποσοστά για εταιρίες που δεν έχουν

ξεχωριστή οργανωτική μονάδα είναι πολύ μικρότερα (ποσοστά 2% και 39% αντίστοιχα).

### Ερωτηματολόγιο

Στην έρευνα με ερωτηματολόγιο ανταποκρίθηκαν κατά βάση εταιρίες με διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας, που απασχολούν πάνω από 200 εργαζομένους και που είναι είτε ηγέτες είτε μεγάλοι παίχτες σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Ο κλάδος που εκπροσωπείται πιο πολύ από το δείγμα είναι ο κλάδος των βιομηχανικών προϊόντων και υπηρεσιών. Ακλουθούν οι κλάδοι των τροφίμων – ποτών και ο κλάδος της ακίνητης περιουσίας. Πάνω από τις μισές εταιρίες που απάντησαν το ερωτηματολόγιο έχουν διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις οι πιο πολλές εταιρίες είναι εξοικειωμένες σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό με το ζητήματα εταιρικής ευθύνης. Μεγαλύτερη εξοικείωση συνήθως έχουν μεγάλες εταιρίες που είναι είτε ηγέτες είτε μεγάλοι παίχτες και με διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο κύριος τομέας με τον οποίο καταπιάνονται οι εταιρίες είναι αυτός της προστασίας του περιβάλλοντος. Επίσης ιδιαίτερο βάρος δίνεται και σε ζητήματα ασφάλειας και υγιεινής στο χώρο εργασίας.

Από την έρευνα προκύπτει ότι η πλειοψηφία των εταιριών έχουν κώδικα δεοντολογίας ή συμπεριφοράς και ποσοστό 38,46 % (15 εταιρίες) έχουν μηχανισμό παρακολούθησης για την εφαρμογή του. Πάνω από τους μισούς κώδικες δεοντολογίας έχουν αναφορά σε ζητήματα εταιρικής διακυβέρνησης. Ποσοστό 38,46 (15 εταιρίες) περιλαμβάνει ζητήματα υπευθυνότητας σε σχέση με τα παρεχόμενα προϊόντα και τις υπηρεσίες και ποσοστό 35,9 (14 εταιρίες) ζητήματα εμπιστευτικότητας πληροφοριών.

Πάνω από τις μισές εταιρίες έχουν υποστηρίξει δημοσίως εθελοντικές πρωτοβουλίες ή ομάδες που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη και το ποσοστό αυτό είναι μεγαλύτερο για εταιρίες με διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας, ηγέτες ή μεγάλους παίχτες και εταιρίες που απασχολούν πάνω από 200 εργαζομένους.

Η καλύτερη εταιρική εικόνα και στρατηγική προώθησης είναι το βασικό κίνητρο για την εφαρμογή προγράμματος Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Σημαντικά επίσης κίνητρα όπως φαίνεται από την έρευνα είναι η αύξηση της υποστήριξης από την τοπική κοινότητα, την αγορά και τα ενδιαφερόμενα μέρη, η βελτίωση εργασιακού κλίματος εντός της επιχείρησης και η ικανοποίηση των εργαζομένων.

Σε σχέση με τη δημοσιοποίηση των δράσεων και των κοινωνικών επιδόσεων των εταιριών όπως προκύπτει από την έρευνα ερωτηματολογίου αλλά και από την διαδικτυακή έρευνα οι πιο πολλές εταιρίες επιλέγουν το διαδίκτυο. Αντίθετα μικρό είναι το ποσοστό των εταιριών που εκδίδουν ετήσιο απολογισμό Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ή θεματικό απολογισμό. Επίσης πιο πιθανό είναι να εκδίδεται ετήσιος απολογισμός εταιρικής ευθύνης, να εκδίδονται δελτία τύπου και να διοργανώνονται δράσεις εταιρικής ευθύνης από εταιρίες με διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας ή με ηγετική θέση σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Για τη μέτρηση της επίδοσης οι πιο πολλές εταιρίες χρησιμοποιούν το πρότυπο μέτρησης G.R.I. πράγμα το οποίο επιβεβαιώνεται τόσο από την διαδικτυακή όσο και από την έρευνα ερωτηματολογίου. Τα βασικά κριτήρια στην επιλογή του πρότυπου μέτρησης είναι η φήμη του, η αναγνωσιμότητά του καθώς και η επιστημονική του κατάρτιση.

Όσο αφορά την οικονομική επίδοση οι πιο πολλές εταιρίες δεν έχουν απαιτήσεις σε ζητήματα εταιρικής ευθύνης, δεν λαμβάνουν υπόψη τους την κοινωνική επίδοση των προμηθευτών τους ούτε έχουν κάποιο σύστημα για τη μέτρηση των επιπτώσεων των επενδύσεων τους στην τοπική κοινότητα. Επίσης οι πιο πολλές εταιρίες δε προσφέρουν θέσεις εργασίας σε άτομα από ευπαθείς κοινωνικές ομάδες. Αντίθετα, πολλές είναι οι εταιρίες που προσφέρουν θέσεις εργασίας σε άτομα από την τοπική κοινότητα.

Η προστασία του περιβάλλοντος είναι ο τομέας της εταιρικής ευθύνης στον οποίο έχουν την καλύτερη επίδοση οι εταιρίες. Αυτό φαίνεται από το ότι πάνω από τις μισές έχουν συγκεκριμένη πολιτική για περιβαλλοντικά ζητήματα με τα ποσοστά αυτά να αυξάνονται σε εταιρίες που απασχολούν πάνω από 200 εργαζομένους και έχουν

διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας.. Επίσης, πολλές εταιρίες έχουν θέσει στόχους για την μείωση κατανάλωσης πόρων και εκπομπής αερίων του θερμοκηπίου και εφαρμόζουν κάποια μέθοδο διαχείρισης αποβλήτων (κυρίως ανακύκλωση).

Όσο αφορά την κοινωνική επίδοση των εταιριών η πλειοψηφία δεν έχει κάποια γραπτή δέσμευση για την καταπολέμηση φαινομένων διαφθοράς ή για ζητήματα σχετικά με την ισότητα των ευκαιριών και ενάντια στις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο. Επίσης λιγότερες από τις μισές εταιρίες έχουν συμμετάσχει σε εθελοντικά προγράμματα κατά το τελευταίο έτος.

Όπως φαίνεται η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη κερδίζει έδαφος όλο και περισσότερο μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων και πολλές εταιρίες θεωρούν ότι στο μέλλον θα παίζει ακόμα μεγαλύτερο ρόλο στη λειτουργία τους.

#### 4.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν έχουν σχέση με τους στόχους που έχουν τεθεί από την αρχή της εργασίας δηλαδή τους τρόπους εφαρμογής μέτρησης και δημοσιοποίησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Παρόλο που υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί ορισμοί για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, πολλοί από τους μπορεί να είναι και αντιφατικοί, όλοι συγκλίνουν στο ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αφορά τις νομικές υποχρεώσεις μιας εταιρίας αλλά έχει να κάνει με δράσεις και πολιτικές που κινούνται πέρα από αυτές. Τα κίνητρα της έχουν να κάνουν με την κοινωνική πρόσφορα και τη βιώσιμη ανάπτυξη και η βάση της είναι εθελοντική. Αυτό φαίνεται στην έρευνα από το ότι οι πιο πολλές εταιρίες θεωρούν ότι εφαρμογή κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών είναι κοινωνική υποχρέωση και όχι απλώς μια δραστηριότητα του marketing. Από την άλλη η εθελοντική βάση της εταιρικής ευθύνης έρχεται εν μέρη σε αντίφαση με κάποιες από τις απαντήσεις των εταιριών στο ερωτηματολόγιο. Πολλές εταιρίες

θεωρούν ότι πρέπει να υπάρχει περισσότερος παρεμβατισμός από το κράτος ή ακόμα και ότι πρέπει να γίνει υποχρεωτική η εφαρμογή πρακτικών εταιρικής ευθύνης. Αυτό έρχεται σε αντίφαση με τον εθελοντικό της χαρακτήρα.

Επίσης κάτι το οποίο προκύπτει από την έρευνα είναι ότι οι μεγαλύτερες εταιρίες, οι εταιρίες με διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας και αυτές που έχουν ηγετική θέση ή είναι μεγάλοι παίχτες σε σχέση με τον ανταγωνισμό είναι πιο πιθανό να εφαρμόζουν πρακτικές εταιρικές υπευθυνότητας. Επίσης είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε δράσεις κοινωνικής ευθύνης, να είναι πιο συστηματικές στη μέτρηση της επίδοσης τους και στη δημοσιοποίηση των δράσεων και των επιδόσεών τους. Αυτό συμβαίνει επειδή αυτές οι εταιρίες διαθέτουν περισσότερους πόρους για την υλοποίηση δράσεων, είναι ανοιχτές στο διεθνές οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον και ως εκ τούτου έρχονται σε επαφή με περισσότερες ομάδες πίεσης και τέλος επειδή έρχονται σε επαφή πιο άμεσα με τις διεθνείς τάσεις και εξελίξεις και ως εκ τούτου με το διαρκώς αυξανόμενο αίσθημα για εφαρμογή πρακτικών εταιρικής υπευθυνότητας. Επίσης οι μικρές εταιρίες είναι πιθανό να μην έχουν επάρκεια προσωπικού ώστε να σχεδιαστεί και να εφαρμοστεί μια συνολική πολιτική για της Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Από τη μεταβολή των δεικτών φαίνεται ότι οι εταιρίες δίνουν ιδιαίτερο βάρος στις σχέσεις τους με κρατικούς θεσμούς. Πιο συγκεκριμένα από τη μεταβολή στη χρήση των κοινωνικών δεικτών SO5 και SO6 οι εταιρίες δίνουν έμφαση στις σχέσεις με το κράτος, τους πολιτικούς φορείς και γενικότερα την αρνητική ή θετική επιρροή που μπορεί να έχουν στην πολιτική. Αυτό επίσης καταδεικνύεται και από τη μεταβολή στη χρήση του δείκτη EC4 ο οποίος έχει να κάνει με τη χρηματοοικονομική βοήθεια που λαμβάνει η εταιρία από το κράτος.

Η προστασία του περιβάλλοντος είναι ο τομέας που είναι πιο ευαίσθητοποιημένες οι εταιρίες. Πολλές εταιρίες μάλιστα βλέπουν την προοπτική κέρδους από την εφαρμογή περιβαλλοντικά υπεύθυνων πρακτικών, για παράδειγμα μέσω της μείωσης στην κατανάλωση ενέργειας. Επίσης από πολλές εταιρίες η δόμηση σχέσεων με την τοπική

κοινότητα είναι πολύ σημαντική καθότι από αυτές αντλούν εργατικό δυναμικό αλλά και πελάτες.

Είναι φανερό ότι όλο και πιο πολλές εταιρίες αναγνωρίζουν τα πολλαπλά οφέλη που προκύπτουν από την εφαρμογή πρακτικών εταιρικής υπευθυνότητας και ότι η εταιρική ευθύνη είναι ένας παράγοντας ο οποίος μπορεί να συμβάλει μακροπρόθεσμα στην ευημερία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Τα κύρια οφέλη που οι εταιρίες θεωρούν ότι έχουν από την εφαρμογή κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών είναι η βελτίωση της εταιρικής εικόνας και της φήμης, η αύξηση των πωλήσεων και εν τέλη η αύξηση των κερδών. Έτσι γίνεται για όλο και πιο πολλές εταιρίες φανερό ότι αν θέλουν να είναι ανταγωνιστικές και να βελτιώσουν τη θέση τους έναντι του ανταγωνισμού πρέπει να επενδύσουν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Ως εκ τούτου τα επόμενα χρόνια είναι πιθανό να υπάρξει ανάπτυξη της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης καθότι όλο και πιο πολλές εταιρίες θα υιοθετούν αντίστοιχες δράσεις. Αυτό φαίνεται και από πολλές απαντήσεις που δίνουν οι εταιρίες στην ερώτηση σχετικά με την άποψη τους για το μέλλον της εταιρικής υπευθυνότητας στην Ελλάδα.

Παρόλα αυτά δεν είναι λίγες οι εταιρίες που έχουν την αντίθετη άποψη και που θεωρούν ότι το μέλλον της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης είναι δυσοίωνο. Αυτό ωφελείται στην οικονομική κρίση η οποία εκ των πραγμάτων μειώνει τους πόρους των εταιριών και αυτό αναγκάζει πολλές εταιρίες να μειώσουν τα χρήματα που διαθέτουν για κοινωνικές δράσεις. Ως απάντηση σε αυτό οι εταιρίες προτείνουν τη βοήθεια από το κράτος. Από τη μια θεωρούν ότι το κράτος πρέπει να δώσει κίνητρα για την εφαρμογή κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών από την άλλη πολλές εταιρίες θεωρούν ότι το κράτος θα πρέπει να θεσπίσει ειδικό νομοθετικό πλαίσιο το οποίο θα καθιστά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποχρεωτική.

Η οικονομική κρίση είναι αφορμή για αναθεώρηση και επαναπροσδιορισμό της σχέσης μεταξύ επιχειρήσεων και κοινωνίας. Για αυτό θα πρέπει οι εταιρίες να κινούνται όχι μόνο με γνώμονα το κέρδος αλλά και του συμφέροντος των ενδιαφερόμενων μερών. Προς αυτή την

κατεύθυνση πέρα από τις επιχειρήσεις θα πρέπει και το κράτος να λάβει πρωτοβουλίες δίνοντας κίνητρα για την εφαρμογή κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών. Θα πρέπει να παρθούν πρωτοβουλίες από το κράτος αλλά και από τις εταιρίες, κυρίως όσες έχουν διεθνές εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας και ως εκ τούτοι εμπειρία από το τι συμβαίνει στο εξωτερικό, με στόχο τη δημιουργικότητα και την καινοτομία ώστε να ξεπεραστούν οι προκλήσεις που θέτουν τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα που συνεχώς οξύνονται.

## Παράρτημα Α (Κατάλογος εταιριών)

ALAPIS A.B.E.E.	Υγεία
ALPHA TRUST ΑΝΔΡΟΜΕΔΑ ΑΕΕΧ	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες
ALPHA ΑΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.	Ακίνητη Περιουσία
ALPHA ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	Τράπεζες
ALSINCO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ-ΥΠΟ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ALTEC ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ, ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	Τεχνολογία
A.S. ΕΜΠΟΡΙΚΗ-ΒΙΟΜ. ΕΤΑΙΡΙΑ Η/Υ & ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ Α.Ε.	Εμπόριο
ΑΤΤΙΚΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Ταξίδια & Αναψυχή
ΑΤΤΙΚΑ BANK Α.Τ.Ε.	ΓΕΜ Αγοράς παραγώγων
ΑΥΤΟΗΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ & ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Ταξίδια & Αναψυχή
ΑVENIR LEISURE & ENTERTAINMENT ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΑΧΟΝ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Υγεία
BYTE COMPUTER Α.Β.Ε.Ε.	Τεχνολογία
CENTRIC ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
COCA COLA HBC AG	Τρόφιμα & Ποτά
COMPUCON ΑΒΕΕ	Τεχνολογία
CPI Α.Ε.	Τεχνολογία
CYCLON ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	Χημικά
DIONIC ΑΕΒΕ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
EUROBANK PROPERTIES ΑΕΕΑΠ	Ακίνητη Περιουσία
EUROMEDICA Α.Ε. ΠΑΡΟΧΗΣ ΙΑΤΡΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	Υγεία
FASHION BOX ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
F.G. EUROPE Α.Ε.	Προσωπικά &



	Οικιακά Αγαθά
F.H.L. Η. ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ ΜΑΡΜΑΡΑ - ΓΡΑΝΙΤΕΣ Α.Β.Ε.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
FLEXOPACK Α.Ε.Β.Ε.Π.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
FOLLI-FOLLIE Α.Ε.Β.Τ.Ε.	Εμπόριο
Forthnet Α.Ε.	Τεχνολογία
FOURLIS Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
FRIGOGLASS Α.Β.Ε.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
HELLAS ONLINE ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.	Τεχνολογία
INFORM Π. ΛΥΚΟΣ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
J. & P. - ΑΒΑΞ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
JUMBO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
KLEEMANN HELLAS Α.Β.Ε.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
LAMDA DEVELOPMENT Α.Ε.	Ακίνητη Περιουσία
LAVIPHARM Α.Ε.	Υγεία
Logismos ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Α.Ε.	Τεχνολογία
MARFIN INVESTMENT GROUP Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες
MEDICON ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	Υγεία
MERMEREN KOMBINAT A.D. PRILEP	Πρώτες Ύλες
MEVACO ΜΕΤΑΛΛΟΥΡΓΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
MICROLAND COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.	Εμπόριο
MIG REAL ESTATE Α.Ε.Ε.Α.Π.	Ακίνητη Περιουσία
M.L.S. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε.	Τεχνολογία

NEXANS ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
NUTRIART Α.Β.Ε.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
PAPERPACK Α.Β.Ε.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
PASAL ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ	Ακίνητη Περιουσία
PROFILE Α.Ε.Β.Ε. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	Τεχνολογία
PROTON ΤΡΑΠΕΖΑ Α.Ε.	Τράπεζες
QUALITY AND RELIABILITY Α.Β.Ε.Ε.	Τεχνολογία
QUEST ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.	Τεχνολογία
REDS Α.Ε. ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	Ακίνητη Περιουσία
SATO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΙΔΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΚΑΙ ΣΠΙΤΙΟΥ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
SPACE HELLAS Α.Ε.	Τεχνολογία
SPIDER ΜΕΤ/ΝΙΑ Ν. ΠΕΤΣΙΟΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
SPRIDER STORES Α.Ε.	Εμπόριο
TRASTOR Α.Ε.Ε. ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ	Ακίνητη Περιουσία
UNIBIOS Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΥALCO - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
Α.Γ.Ε.Τ. ΗΡΑΚΛΗΣ	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	Τράπεζες
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ ΣΠΥΡΟΥ Α.Ε.Β.Ε.	Χημικά
ΑΕΓΕΚ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ Α.Ε	Ταξίδια & Αναψυχή
ΑΘΗΝΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΑΙΟΛΙΚΗ Α.Ε.Ε.Χ.	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες

ΑΚΡΙΤΑΣ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΑΛΚΟ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	Πρώτες Ύλες
ΑΛΟΥΜΥΛ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ	Πρώτες Ύλες
ΑΛΦΑ ΓΚΡΙΣΙΝ Α.Ε.	Τεχνολογία
ΑΝΩΝΥΜΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΑΡΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΣ Α.Ε.	Τρόφιμα &
ΑΣΤΗΡ ΠΑΛΑΣ ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ Α.Ξ.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΑΤΕΡΜΩΝ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ Α.Δ.Ε.Κ.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΑΤΤΙ-ΚΑΤ Α.Τ.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΑΤΤΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΑΦΟΙ Ι.& Β. ΛΑΔΕΝΗΣ Α.Ε. "ΜΙΝΕΡΒΑ" Β. ΠΛΕΚΤΙΚΗΣ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΑΦΟΙ Χ. ΚΟΡΔΕΛΛΟΥ Α.Ε.Β.Ε.	Πρώτες Ύλες
ΒΑΛΚΑΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ Α.Ε.	Ακίνητη Περιουσία
ΒΑΡΑΓΚΗΣ Α.Β.Ε.Π.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΒΑΡΒΑΡΕΣΟΣ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΒΙΟΚΑΡΠΕΤ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΤΕΧΝΙΚΑ ΕΡΓΑ ΒΙΟΤΕΡ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΒΙΣ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΒΟΓΙΑΤΖΟΓΛΟΥ SYSTEMS Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΓΑΛΑΞΙΔΙ ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
Γ.Ε. ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Α.Ε.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά

ΓΕΚ ΤΕΡΝΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ, ΑΚΙΝΗΤΩΝ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΓΕΚΕ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΓΕΝ. ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	Τράπεζες
ΓΙΟΥΡΟΜΠΡΟΚΕΡΣ ΜΕΣΙΤΕΣ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ Α.Ε.	Ασφάλειες
ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΔΑΙΟΣ ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΑΒΕΕ	Χημικά
ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΥ ΑΕ	Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας
ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΟ & ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΩΝ ΥΓΕΙΑ Α.Ε.	Υγεία
ΔΙΑΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Β.Ε.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΔΟΜΙΚΗ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΔΟΥΡΟΣ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
Ε. ΠΑΙΡΗΣ Α.Β.Ε.Ε ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ ΑΒΕΕ - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	Τρόφιμα & Ποτά
ΕΔΡΑΣΗ - Χ. ΨΑΛΛΙΔΑΣ Α.Τ.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.	Τράπεζες
ΕΙΔΗΣΕΟΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΕΙΚΟΝΑ - ΗΧΟΣ Α.Ε.Ε.	Εμπόριο
ΕΚΤΕΡ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΕΛ. Δ. ΜΟΥΖΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.Μ. & Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΕΛΑΣΤΡΟΝ Α.Ε.Β.Ε. - ΧΑΛΥΒΟΥΡΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	Πρώτες Ύλες

ΕΛΒΑΛ Α.Ε ΒΙΟΜ/ΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓ. ΑΛΟΥΜ.	Πρώτες Ύλες
ΕΛΒΕ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΕΛΒΙΕΜΕΚ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ- ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ- ΕΝΕΡΓΕΙΑ- ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ Α.Ε.	Ακίνητη Περιουσία
ΕΛΓΕΚΑ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΕΛΙΝΟΙΛ Α.Ε	Πετρέλαιο & Αέριο
ΕΛΛ. ΒΙΟΜ. ΖΑΧΑΡΗΣ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΕΛΛΑΚΤΩΡ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΑΛΩΔΙΑ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ Α.Ε.	Πετρέλαιο & Αέριο
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑ - ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ Α.Β.Ε.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΕΛΤΟΝ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΑΕΒΕ	Χημικά
ΕΛΤΡΑΚ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΔΙΤΡΟΧΩΝ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΩΝ ΘΑΛΑΣΣΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	Εμπόριο
ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΔΕΣΜΟΣ Α.Ε.Β.Ε	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΕΝΩΜΕΝΗ ΚΛΩΣΤΟΨΑΝΤΟΥΡΓΙΑ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΕΠΙΛΕΚΤΟΣ ΚΛΩΣ/ΡΓΙΑ Α.Ε.Β.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΟΣ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΕΡΙΟΥΡΓΙΑ ΤΡΙΑ ΑΛΦΑ Α.Ε.	Προσωπικά &

	Οικιακά Αγαθά
ΕΤ. ΥΔΡΕΥΣΗΣ & ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ ΘΕΣ/ΚΗΣ Α.Ε.	Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας
ΕΤΕΜ Α.Ε.	Πρώτες Ύλες
Ε.ΥΔ.Α.Π. Α.Ε.	Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ Α.Ε.Γ.Α.	Ασφάλειες
ΕΥΡΩΣΥΜΒΟΥΛΟΙ Α.Ε. ΣΥΜΒ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝ/ΓΙΑΣ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ - Π. ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΗΣ & ΣΙΑ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.Ε.	Εμπόριο
Ι. ΚΛΟΥΚΙΝΑΣ - Ι. ΛΑΠΠΑΣ ΤΕΧΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
Ι. ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ & ΥΙΟΣ HOLDING Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΙΑΣΩ Α.Ε.	Υγεία
ΙΑΤΡΙΚΟ ΑΘΗΝΩΝ Ε.Α.Ε.	Υγεία
ΙΚΤΙΝΟΣ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΑΡΜΑΡΩΝ	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΙΛΥΔΑ ΑΕ	Τεχνολογία
ΙΜΠΕΡΙΟ-ΑΡΓΩ ΓΚΡΟΥΠ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΙΝΤΕΡΓΟΥΝΤ-ΞΥΛΕΜΠΟΡΙΑ Α.Τ.Ε.Ν.Ε. Ανώνυμος Τεχνική Εμποροβιομηχανική Ναυτιλιακή Εταιρεία	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΙΝΤΕΡΤΕΚ Α.Ε. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΕΧΝ/ΓΙΕΣ	Τεχνολογία
ΙΝΤΡΑΚΟΜ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Τεχνολογία
ΙΝΤΡΑΚΟΜ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ Α.Ε.ΤΕΧΝ. ΕΡΓΩΝ & ΜΕΤΑΛ.ΚΑΤ.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΙΝΤΡΑΛΟΤ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΙΟΝΙΚΗ (ΞΕΝ/ΚΕΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΙΣ)	Ταξίδια & Αναψυχή
ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΣΕΛΟΝΤΑ Α.Ε.Γ.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΑΠΝΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΡΕΛΙΑ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΚΑΡΑΤΖΗ Α.Ε.	Βιομηχανικά

	Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΚΑΡΔΑΣΙΛΑΡΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΕΚΡΟΨ Α.Ε.	Ακίνητη Περιουσία
ΚΕΡΑΜΕΙΑ-ΑΛΛΑΤΙΝΗ Α.Ε. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Ακίνητη Περιουσία
ΚΛΩΝΑΤΕΞ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΑ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ Α.Β.Ε.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΚΟΡΡΕΣ Α.Ε. ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΚΟΥΜΠΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες
ΚΡΕ.ΚΑ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ ΑΒΕΕ	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΡΙ-ΚΡΙ ΑΕ	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΤΗΜΑ ΚΩΣΤΑ ΛΑΖΑΡΙΔΗ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΥΛΙΝΔΡΟΜΥΛΟΙ Κ. ΣΑΡΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗΣ Μ.Κ.Ν. Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΛΑΜΨΑ Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	Ταξίδια & Αναψυχή
ΛΑΝΑΚΑΜ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΛΙΒΑΝΗΣ ΑΕ	Μέσα Ενημέρωσης
Μ. Ι. ΜΑΪΛΛΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΜΑΘΙΟΣ ΠΥΡΙΜΑΧΑ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΜΑΞΙΜ - ΠΕΡΤΣΙΝΙΔΗΣ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΜΑΡΑΚ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε	Τεχνολογία
ΜΕΤΚΑ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΜΗΧΑΝΙΚΗ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών

ΜΙΝΩΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΑΝΕ	Ταξίδια & Αναψυχή
ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ (ΕΛΛΑΣ) ΔΙΥΛΙΣΤΗΡΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ ΑΕ	Πετρέλαιο & Αέριο
ΜΟΧΛΟΣ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΜΠΑΜΠΗΣ ΒΩΒΟΣ ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε.	Ακίνητη Περιουσία
ΜΠΗΤΡΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ Α.Ε.	Πρώτες Ύλες
ΜΥΛΟΙ ΚΕΠΕΝΟΥ Α.Β.Ε.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ Α.Ε. - ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	Πρώτες Ύλες
Ν. ΒΑΡΒΕΡΗΣ-MODA BAGNO Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
Ν. ΛΕΒΕΝΤΕΡΗΣ Α.Ε.	Πρώτες Ύλες
ΝΑΚΑΣ ΜΟΥΣΙΚΗ	Εμπόριο
ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΕΣΒΟΥ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΝΕΩΡΙΟΝ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΝΗΡΕΥΣ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΝΤΡΟΥΚΦΑΡΜΠΕΝ ΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ	Χημικά
ΟΜΙΛΟΣ ΙΝΤΕΑΛ Α.Β.Ε.Ε.Δ.Ε.	Τεχνολογία
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΜΕΝΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΜΕΝΟΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ Α.Ε.	Ταξίδια & Αναψυχή
ΟΤΕ Α.Ε.	Τηλεπικοινωνίες
ΠΑΠΑΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ ΑΒΕΕΑ – ΔΡΟΜΕΑΣ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ ΑΒΕΕ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Β.Ε.Τ.Ε.	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες
Π.Γ. ΝΙΚΑΣ Α.Β.Ε.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΠΕΡΣΕΥΣ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΙΔΙΚΗΣ	Τρόφιμα & Ποτά



ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	
ΠΕΤΖΕΤΑΚΙΣ Α.Ε.	Χημικά
ΠΕΤΡΟΣ ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.Β.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΠΗΓΑΣΟΣ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.	Τεχνολογία
ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	Χημικά
ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	Χημικά
ΠΡΑΞΙΤΕΛΕΙΟ ΘΕΡΑΠΕΥΤΗΡΙΟ Α.Ε.	Υγεία
ΠΡΟΟΔΕΥΤΙΚΗ Α.Τ.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΡΕΒΟΪΛ Α.Ε.Ε.Π	Εμπόριο
ΡΙΝΤΕΝΚΟ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ & ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΣΑΟΣ Α.Ν.Ε. ΣΑΜΟΘΡΑΚΗΣ	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΣΕΛΜΑΝ ΕΛΛΗΝΟΕΛΒΕΤΙΚΗ ΒΙΟΜ. ΕΠΕΞ. ΞΥΛΟΥ Α.Ε.	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΣΙΔΕΝΟΡ Α.Ε. (ΠΡΩΗΝ ΕΡΛΙΚΟΝ)	Πρώτες Ύλες
ΣΙΔΗΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΣΙΔΜΑ Α.Ε.	Πρώτες Ύλες
ΣΤΕΛΙΟΣ ΚΑΝΑΚΗΣ ΑΒΕΕ	Τρόφιμα & Ποτά
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΪΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ Α.Ε.	Τεχνολογία
ΣΦΑΚΙΑΝΑΚΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	Εμπόριο
ΣΩΛΗΝΟΥΡΓΕΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ Α.Ε.	Πρώτες Ύλες
ΣΩΛΗΝΟΥΡΓΕΙΑ ΤΖΙΡΑΚΙΑΝ ΠΡΟΦΙΛ Α.Ε.	Πρώτες Ύλες
Τ BANK Α.Τ.Ε.	Τράπεζες
ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ ΤΑΜΙΕΥΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Τ.Ε.	Τράπεζες
ΤΕΞΑΠΡΕΤ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΤΕΡΝΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ Α.Β.Ε.Τ.Ε.	Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΤΕΧΝΙΚΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά

ΤΗΛΕΤΥΠΟΣ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης
ΤΙΤΑΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ	Κατασκευές & Υλικά Κατασκευών
ΤΡΑΠΕΖΑ EUROBANK ERGASIAS Α.Ε.	Τράπεζες
ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΛΙΜΙΤΕΔ	Τράπεζες
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ Α.Ε.	Τράπεζες
ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	Τράπεζες
ΤΡΟΠΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ Α.Ε.Β.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΥΙΟΙ Ε.ΧΑΤΖΗΚΡΑΝΙΩΤΗ - ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜ. ΤΥΡΝΑΒΟΥ Α.Ε.	Τρόφιμα & Ποτά
ΦΙΕΡΑΤΕΞ ΑΦΟΙ ΑΝΕΖΟΥΛΑΚΗ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΦΙΝΤΕΞΠΟΡΤ Α.Ε.	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
ΧΑΙΔΕΜΕΝΟΣ Α.Ε.Β.Ε.	Βιομηχανικά Προϊόντα & Υπηρεσίες
ΧΑΛΚΟΡ Α.Ε (ΠΡΩΗΝ ΒΕΚΤΩΡ)	Πρώτες Ύλες
ΧΑΛΥΒΔΟΦΥΛΛΩΝ	Πρώτες Ύλες
ΧΑΤΖΗΪΩΑΝΝΟΥ ΑΒΕΕ	Προσωπικά & Οικιακά Αγαθά
Χ.Κ. ΤΕΓΟΠΟΥΛΟΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Α.Ε.	Μέσα Ενημέρωσης

## Παράρτημα Β (Ερωτηματολόγιο)

Αξιότιμε Κύριε/ Αξιότιμη Κυρία

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της Διπλωματικής μου Εργασίας με θέμα την Εταιρική Ευθύνη και την εφαρμογή της από τις Ελληνικές Εισηγμένες Επιχειρήσεις. Η Διπλωματική Εργασία εκπονείται στο πλαίσιο του προγράμματος σπουδών της Σχολής Μηχανολόγων Μηχανικών του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Το ερωτηματολόγιο συμπληρώνεται ανώνυμα, οι απαντήσεις θα είναι απολύτως εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για την εξαγωγή αποτελεσμάτων στα πλαίσια της Διπλωματική Εργασίας. Μετά το πέρας της έρευνας θα σας γίνει αποστολή των συνολικών αποτελεσμάτων της έρευνας για δική σας χρήση.

Για την ολοκλήρωση της έρευνας η συμμετοχή σας είναι απαραίτητη και ιδιαίτερως σημαντική. Σας παρακαλούμε διαθέστε 5-10 λεπτά από το χρόνο σας προκειμένου να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο.

Σας ευχαριστώ για την ανταπόκριση και την συνεργασία σας.

Με εκτίμηση,

Παπαγεωργίου Μιχαήλ

Φοιτητής Σχολής Μηχανολόγων Μηχανικών Ε.Μ.Π.

### Χαρακτηριστικά της επιχείρησης:

1. Σε ποιο κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρηση;

- Ακίνητη περιουσία
- Ασφάλειες
- Βιομηχανικά προϊόντα και υπηρεσίες
- Εμπόριο
- Ενέργεια
- Κατασκευές και υλικά κατασκευών
- Μέσα ενημέρωσης
- Πετρέλαιο και αέριο
- Προσωπικά και οικιακά αγαθά
- Πρώτες ύλες
- Ταξίδια και αναψυχή
- Τεχνολογία
- Τηλεπικοινωνίες
- Τράπεζες
- Τρόφιμα και ποτά
- Υγεία
- Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας
- Χημικά
- Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
- ΜΔ Αγοράς αξιών
- ΓΕΜ Αγοράς αξιών
- ΜΔ Αγοράς παραγώγων
- ΓΕΜ Αγοράς παραγώγων
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

2. Εύρος επιχειρηματικής δραστηριότητας

- Εθνικό
- Διεθνές

3. Αριθμός εργαζομένων

- 1-50
- 51-200
- >200

4. Θέση της επιχείρησης σε σχέση με τον ανταγωνισμό

- Ηγέτης
- Ανταγωνιστής
- Μεγάλος παίχτης
- Μικρός παίχτης
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

Στρατηγική ΕΚΕ και δημόσια αναφορά:

5. Έχει η εταιρία σας κώδικα δεοντολογίας ή κώδικα συμπεριφοράς;

- Ναι
- Όχι

Εάν όχι προχωρήστε στην ερώτηση 8

6. Με ποια από τα παρακάτω θέματα καταπιάνεται ο κώδικας δεοντολογίας η συμπεριφοράς;

- Εμπιστευτικότητα των πληροφοριών
- Εταιρική διακυβέρνηση
- Διαφθορά και δωροδοκία
- Ανθρώπινα δικαιώματα
- Υπευθυνότητα σε σχέση με τα παρεχόμενα προϊόντα και υπηρεσίες
- Καταγγελίας δυσλειτουργιών
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

7. Η εταιρεία σας έχει ένα μηχανισμό παρακολούθησης για την εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας η του κώδικας δεοντολογίας;

Ναι

Όχι

8. Έχει η εταιρία συμμετάσχει ή δημοσίως υποστηρίξει εθελοντικές πρωτοβουλίες ή ομάδες που σχετίζονται με την κοινωνική ευθύνη;

Ναι

Όχι

9. Ποια είναι τα κύρια κίνητρα της εταιρείας σας για τη συμμετοχή σε προγράμματα ΕΚΕ:

Καλύτερη εταιρική εικόνα και στρατηγική προώθησης

Ικανοποίηση των εργαζομένων

Βελτίωση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και αύξηση των επιχειρηματικών ευκαιριών

Αύξηση της παραγωγικότητας

Αύξηση της υποστήριξης από την τοπική κοινότητα, την αγορά και τα ενδιαφερόμενα μέρη

Μείωση κόστους

Βελτίωση εργασιακού κλίματος εντος της επιχείρησης

Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

10. Ποιους τρόπους επικοινωνίας για ζήτημα ΕΚΕ επιλέγει η εταιρία σας;

- Ετήσιοι απολογισμοί
- Διαδίκτυο
- Θεματικοί απολογισμοί (π.χ. απολογισμός περιβαλλοντικών δράσεων)
- Ετήσιοι απολογισμοί ΕΚΕ
- Δελτία τύπου
- Εκδηλώσεις/δρασεις
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

11. Εκδίδει η εταιρία σας ετήσιους απολογισμούς ΕΚΕ;

- Ναι
- Όχι

Εάν όχι προχωρήστε στην ερώτηση 16

12. Ποια από τα παρακάτω θέματα περιλαμβάνονται στις ετήσιες εκθέσεις ΕΚΕ;

- Πρόσληψη ατόμων από την τοπική κοινότητα
- Πρόσληψη ατόμων από ευπαθείς κοινωνικά ομάδες
- Κοινοτικές επενδύσεις
- Στρατηγική ΕΚΕ
- Προστασία περιβάλλοντος
- Ποιότητα στο χώρο εργασίας
- Ηθική στην αλυσίδα εφοδιασμού
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

13. Επιλέξτε έναν αριθμό από το "1 = καθόλου σημαντικό» έως «5 = πολύ σημαντικό" από την ακόλουθη κλίμακα 5 βαθμών για το πόσο επηρεάζουν οι εκθέσεις ΕΚΕ την εταιρία στους παρακάτω τομείς:

Φήμη:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Διαχείριση κινδύνων:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Πρόσβαση σε κεφάλαια:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Βελτίωση σχέσεων με το κράτος:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Εταιρική διακυβέρνηση:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Προσέλκυση και διατήρηση εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Μείωση λειτουργικών εξόδων:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Αύξηση παραγωγικότητας:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Αύξηση πωλήσεων:	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

14. Ποιο σύστημα πιστοποίησης της ΕΚΕ χρησιμοποιείτε

- GRI
- ACCOUNTABILITY1000
- European Foundation for Quality Management
- Balanced Scorecard
- Organisation for Economic Co-operation and development
- ISO26000
- Social Accountability 8000
- United Nations Global Compact
- FTSE4Good Index
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):



15. Βάση ποιων κριτηρίων έγινε η επιλογή του συστήματος μέτρησης που χρησιμοποιεί η εταιρία σας;

- Φήμη
- Επιστημονική κατάρτιση
- Αναγνωρισιμότητα
- Ευκολία στην εφαρμογή του
- Συνεργασία με άλλα πρότυπα ή φορείς
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

Οικονομική επίδοση:

16. Λαμβάνει υπόψη η εταιρία σας ζητήματα ΕΚΕ ως κριτήρια για την αξιολόγηση των προμηθευτών;

- Ναι
- Όχι
- Δεν υπάρχει σύστημα αξιολόγησης των προμηθευτών

17. Έχει η εταιρία σας απαιτήσεις για θέματα ΕΚΕ έναντι των προμηθευτών της; (Εάν όχι προχωρήστε στην ερώτηση 20)

- Ναι
- Όχι

18. Οι απαιτήσεις αυτές σχετίζονται με την:

- Παιδική εργασία
- Νομικές εκκρεμότητες
- Μονοπωλιακές πρακτικές
- Ζητήματα διαφθοράς
- Ζητήματα φοροδιαφυγής
- Συνδικαλιστικές ελευθερίες
- Συλλογικές διαπραγματεύσεις
- Διακρίσεις στο χώρο εργασίας
- Ασφάλεια και υγιεινή στο χώρο εργασίας
- Προστασία περιβάλλοντος
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

19. Με ποιους τρόπους κοινοποιούνται οι απαιτήσεις;

- Μέσω διαδικασίας έλεγχου των νέων προμηθευτών
- Μέσω πληροφόρησης προς τους προμηθευτές
- Μέσω προγραμμάτων κατάρτισης των προμηθευτών
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

20. Έχει η εταιρία σας σύστημα για τη μέτρηση των επιπτώσεων των επενδύσεών της στην τοπική κοινότητα;

- Ναι
- Όχι

21. Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα από την τοπική κοινότητα;

- Ναι
- Όχι

22. Προσφέρει η εταιρία σας θέσεις εργασίας σε άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες;

Ναι (Παρακαλώ υποδείξτε σε τι ποσοστό επί των ετησίων προσλήψεων):

Όχι

Περιβαλλοντική επίδοση:

23. Η εταιρεία σας έχει συγκεκριμένη πολιτική για θέματα περιβάλλοντος;

Ναι

Όχι

24. Η εταιρεία σας καταγράφει το επίπεδο εκπομπών και κατανάλωσης στα παρακάτω στοιχεία;

Κατανάλωση ενέργειας

Κατανάλωση νερού

Κατανάλωση χαρτιού

Αέρια του θερμοκηπίου

25. Έχει η εταιρεία σας θέσει στόχους μείωσης για οποιοδήποτε από τα ακόλουθα στοιχεία;

Κατανάλωση ενέργειας

Κατανάλωση νερού

Κατανάλωση χαρτιού

Αέρια του θερμοκηπίου

26. Έχει η εταιρεία σας λάβει κάποιο μέτρο για τη διαχείριση των αποβλήτων σε σχέση με τα ακόλουθα;

- Διαχωρισμός απορριμμάτων
- Ανακύκλωση
- Επαναχρησιμοποίηση απορριμμάτων

Κοινωνική επίδοση:

27. Έχει η εταιρεία επίσημη γραπτή θέση σχετικά με την ισότητα των ευκαιριών και εναντία στις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο:

- Ναι
- Όχι

28. Ποιοι μηχανισμοί είναι αρμόδιοι και ασχολούνται με καταγγελίες σε σχέση με την ίση μεταχείριση και τις διακρίσεις στον εργασιακό χώρο;

- Γραμμή βοήθειας
- Ανεξάρτητο τμήμα επιφορτισμένο με την επίλυση διαφορών
- Παροχή συμβούλου
- Άλλο (παρακαλώ υποδείξτε):

29. Έχει η εταιρεία σας συμμετάσχει σε εθελοντικά προγράμματα που αφορούν την τοπική κοινότητα κατά το τελευταίο οικονομικό έτος;

Ναι

Όχι

30. Έχει η εταιρία σας γραπτή δέσμευση για την καταπολέμηση φαινομένων διαφθοράς;

Ναι

Όχι

Η Εταιρική Ευθύνη στην Ελλάδα:

31. Ποιά είναι η άποψή σας σχετικά με το μέλλον της Εταιρικής Ευθύνης στην Ελλάδα;

32. Θεωρείτε ότι η πλειοψηφία των Ελληνικών Επιχειρήσεων αντιλαμβάνεται την Εταιρική Ευθύνη ως δραστηριότητα Μάρκετινγκ ή ως κοινωνική υποχρέωση προς το κοινωνικό σύνολο;

Δραστηριότητα Μάρκετινγκ

Κοινωνική υποχρέωση

Και τα δύο

Άλλο

## Βιβλιογραφία

- Goel, M. και Ramanathan, P. (2014) **Business Ethics and Corporate Social Responsibility – Is there a dividing line?**. Amsterdam: Elsevier.
- Epps, H. (2012) **Ethics vol III: Creating a better world with ethical behavior**, Τευχ. 3, Seattle: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Kerin, R., Hartley, S., Berkowitz, E. και Rudelius, W. (2000) **Marketing**. New York: Mcgraw hill.
- Baker, M. (2007) **The marketing book**. London: Routledge.
- Armstrong, G. και Kotler, P. (1999) **Marketing: An introduction**. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Αθανασίου, Λ., Αλεπάκος, Κ., Γεωργακόπουλος, Λ., Γκολογκίνα, Ε., Δημάκης, Α., Κοσίρης, Λ., Λεβαντής, Ε., Μούζουλας, Σ., Μποτόπουλος, Κ., Σωτηρόπουλος, Γ., Τέλης, Ν., Τριανταφυλλάκης, Γ. (2003) **Σύγχρονα ζητήματα εταιρικής ευθύνης**. Αθήνα: Νομική βιβλιοθήκη.
- Windsor D. (2013) **Corporate social responsibility and irresponsibility: A positivetheory approach**. Amsterdam: Elsevier
- Bowen, H. (2013) **The Social Responsibilities of the Businessman**. Iowa: University of Iowa Press
- Βαξεβανίδου, Μ. (2007) **Εταιρική κοινωνική ευθύνη**. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη
- Ashokkumar, S. (2014) **Thoughts on Business Ethics and Corporate Social Responsibility from Vedic Literature**. Άμστερνταμ: Elsevier.
- Παπατριανταφύλλου, Γ. (2008) **Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων – Στρατηγική και Εκτέλεση**. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης
- Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (2003) **Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη**. Βρυξέλες

- Valmohammadi, C. (2014) **Impact of corporate social responsibility practices on organizational performance: an ISO 26000 perspective**. Bingley: Emerald.
- Davis, K. και Blomstrom, R. (1975) **Business and Society: Environment and Responsibility**. New York: McGraw-Hill.
- Epstein, E.(1987) “The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Social Responsiveness”, **California Management Review** Τευχ. XXIX, σσ. 104.
- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη “Τομείς Δραστηριότητας”, < [http://csrhellas.eu/?page\\_id=6003](http://csrhellas.eu/?page_id=6003)>, τελευταία επίσκεψη 12/9/2015
- Farooqia S. και Nagendrab A. (2014) **The Impact of Person organization Fit on Job Satisfaction and Performance of the Employees**. Άμστερνταμ: Elsevier.
- Castilla, J. και Ruiz, R. (2008) **EFQM model: knowledge governance and competitive advantage**. Bingley: Emerald.
- Kathleen Wilburn Ralph Wilburn, (2013), "Using Global Reporting Initiative indicators for CSR programs", **Journal of Global Responsibility**, Τευχ. 4 pp. 62 – 75
- Global Reporting Initiative (2011) “Sustainability Reporting Guidelines”, <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015
- Menichini, T. και Rosati, F. (2014) **A fuzzy approach to improve CSR reporting: an application to the Global Reporting Initiative indicators**. Άμστερνταμ: Elsevier.
- Hopkins, M. (2004) **Corporate social responsibility: an issues paper**. Γενέβη: International Labour Office
- CARROLL, A. (1999) ‘Corporate Social Responsibility - Evolution of a Definitional Construct, **BUSINESS & SOCIETY**, Τευχ.38, σσ. 268-295

- Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη “Ιστορικό”, <[http://csrhellas.eu/?page\\_id=8855](http://csrhellas.eu/?page_id=8855)>, τελευταία επίσκεψη 12/9/2015
- Global Reporting Initiative “What is GRI”, <<https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx>>, τελευταία επίσκεψη 12/9/2015
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο “Η στρατηγική της Λισαβώνας: μια πιο ανταγωνιστική Ευρώπη με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας”, <<http://www.europarl.europa.eu/highlights/el/1001.html>>, τελευταία επίσκεψη 12/9/2015
- The European Business Network for Corporate Social Responsibility “CSR in EU Policy”, <<http://www.csreurope.org/csr-eu-policy>>, τελευταία επίσκεψη 12/9/2015
- Moir L., (2001), "What do we mean by corporate social responsibility?", Corporate Governance: The international journal of business in society, Τευχ. 1 σσ. 16 – 22
- Freeman, E. (2010) **Strategic Management: A Stakeholder Approach**. Cambridge: Cambridge University Press
- Brooks, L. (2012) **Corporate Responsibility**. Άμστερνταμ: Elsevier.
- Sino-German Corporate Social Responsibility Project (2012) **Costs and Benefits of Corporate Social Responsibility (CSR) A company level analysis of three sectors: Mining industry, chemical industry and light industry**. Beijing: Sino-German Corporate Social Responsibility (CSR) Project
- Seibly, G. (2013) “The Benefits of CSR Programs for Small Banks”, <<http://www.americanbanker.com/bankthink/the-benefits-of-csr-programs-for-small-banks-1063250-1.html>> τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.
- Meister, J. “Corporate Social Responsibility: A Lever For Employee Attraction & Engagement”, <<http://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2012/06/07/cor>



porate-social-responsibility-a-lever-for-employee-attraction-  
engagement/> τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.

- Πανηγυράκης, Γ. και Σιώμκος, Γ. (2005) **Μελέτες Περιπτώσεων Μάρκετινγκ**. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης.
- Κοκκίνης Γ. (2006) “Η λειτουργία του Marketing στα Ολοκληρωμένα Συστήματα Δικαιόχρησης”, **Διοίκηση και Οικονομία**, Τευχ. 3.
- European Competitiveness Report (2008) “Overview of the links between Corporate Social Responsibility and Competitiveness”,  
[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/csrreportv002\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/csrreportv002_en.pdf), τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.
- Exter, N., Cunha, S., και Turner, C. (2011) *The Business Case for being a Responsible Business*. Cranfield: Doughty Centre Corporate Social Responsibility Cranfield University.
- Raouf, A. (2004) “Productivity enhancement using safety and maintenance integration”, **Kybernetes**, Τευχ. 33, σσ. 1116 – 1126
- Baena, V., Cervino, J., Mattera, M., (2012) **Analyzing Social Responsibility as a driver of firm’s Brand Awareness**. Άμστερνταμ: Elsevier.
- Radhakrishnana, S., Chitraob, P., Nagendrac, A. (2014) **Corporate Social Responsibility (CSR) in Market Driven Environment**. Άμστερνταμ: Elsevier.
- Siddy, D. και Limited, D. (2009) “Exchanges and sustainable investment”, <http://world-exchanges.org/sustainability/WFE-ESG.pdf>, τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.
- Dankers, C. (2003) “The WTO and environmental and social standards, certification and labelling in agriculture”, <  
<http://www.fao.org/3/a-ad431e.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.
- Fortune Greece (2014) “Η εταιρική κοινωνική ευθύνη «κερδίζει» τους καταναλωτές”, <  
<http://www.fortunegreece.com/article/eteriki-kinoniki->

efthini-kerdizi-tous-katanalotes>, τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015

- Ινστιτούτο επικοινωνίας (2013) “ Ερευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την Υπευθυνα Καταναλωση – CSR 2013”, < [http://www.instofcom.gr/wp-content/uploads/2014/02/01-%CE%A3%CF%8D%CE%BD%CE%BF%CF%88%CE%B7-%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1%CF%82-CSR2013\\_short-version.pdf](http://www.instofcom.gr/wp-content/uploads/2014/02/01-%CE%A3%CF%8D%CE%BD%CE%BF%CF%88%CE%B7-%CE%88%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1%CF%82-CSR2013_short-version.pdf)>, τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.
- Ghoul, S., Guedhami, O., Kwok, C. και Mishra, D. (2011) “Does corporate social responsibility affect the cost of capital?”, **Journal of Banking & Finance**, Τευχ. 35, σσ. 2388-2406.
- Grayson, D. (2011) “The business case for being a Responsible Business”, < <http://www.som.cranfield.ac.uk/som/dinamic-content/media/documents/Business%20case%20final.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.
- Kotler, P. και Keller, K. ( 2010[1994]) **Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ**, μεταφρ. Κατσαντώνης Ι. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Grover, A. (2014) **Importance of CSR in Inclusive Development**. Amsterdam: Elsevier.
- Pojasek, R. (2007) “A Framework for Business Sustainability”, **Environmental Quality Management**, Τευχ. 17 , σσ. 81-88.
- Gjørlberg, M. (2009) “Measuring the immeasurable? Constructing an index of CSR practices and CSR performance in 20 countries”, **Scandinavian Journal of Management**, Τευχ. 25, σσ. 10 – 22.
- Eyerer, J. (2005) “The contribution of life cycle assessment to global sustainability reporting of organizations”, *Management of Environmental Quality: An International Journal*, Τευχ. 16 σσ. 167 – 179
- AccountAbility1000 (2008) “AA1000 ΠΡΟΤΥΠΟ ΑΡΧΩΝ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑΣ 2008”, < <http://www.accountability.org/images/content/3/4/342.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 13/9/2015.

- Jonker, M. (2003) “AA1000 and SA8000 compared: a systematic comparison of contemporary accountability standards”, **Managerial Auditing Journal**, Τεύχ.18, σσ. 54 - 58
- Jonker, R. (2002) “AccountAbility 1000: a new social standard for building sustainability”, **Managerial Auditing Journal**, Τεύχ. 17, σσ. 36 – 42.
- Cerio, J., Moriones, A., Leon, S., Selvam, R. (2011) “The impact of ISO 9000 and EFQM on the use of flexible work practices”, **International Journal of Production Economics**, Τεύχ. 130, σσ. 33 – 42.
- Yousefie, S., Mohammadi, M., Monfared, J. (2011) “Selection effective management tools on setting European Foundation for Quality Management (EFQM) model by a quality function deployment (QFD) approach”, **Expert Systems with Applications**, Τεύχ. 38, σσ. 9633 – 9647.
- Ruiz, J. (2008) “EFQM model: knowledge governance and competitive advantage”, **Journal of Intellectual Capital**, Τεύχ. 9, σσ. 133 – 156.
- Llusar, J., Tena, A., Puig, V., Martin, I. (2009) “An empirical assessment of the EFQM Excellence Model: Evaluation as a TQM framework relative to the MBNQA Model”, **Journal of Operations Management**, Τεύχ. 27, σσ. 1 – 22.
- Hoque, Z. (2014) “20 years of studies on the balanced scorecard: Trends, accomplishments, gaps and opportunities for future research”, **The British Accounting Review**, Τεύχ. 46, σσ. 33 – 59.
- Chamzini, A., Rabbani, A., Zamani, M., Zavadskas, E. (2014) “Proposing a new integrated model based on sustainability balanced scorecard (SBSC) and MCDM approaches by using linguistic variables for the performance evaluation of oil producing companies”, **Expert Systems with Applications**, Τεύχ. 41, σσ. 7316 – 7327.
- Cohen, S., Thiraios, D., Kandilorou, M. (2008) “Performance parameters interrelations from a balanced scorecard

- perspective”, **Managerial Auditing Journal**, Τευχ. 23, σσ. 485 – 503.
- Balanced Scorecard “Balanced Scorecard Basics”, <<http://balancedscorecard.org/Resources/About-the-Balanced-Scorecard>>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015.
  - Bieker, T. (2003) “Sustainability management with the Balanced Scorecard”, <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?rep=rep1&type=pdf&doi=10.1.1.200.9541>>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015.
  - (1972) “OECD” Personnel Review, Τευχ. 1 σσ. 73 – 78.
  - OECD (2011) “OECD Guidelines for Multinational Enterprises”, <<http://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015.
  - Henrique, A. (επιμ.) (2011) **Understanding ISO 26000**. Λονδίνο: BSI.
  - ISO (2014) “GRI G4 Guidelines and ISO 26000:2010. How to use the GRI G4 Guidelines and ISO 26000 in conjunction”, <[http://www.iso.org/iso/iso-gri-26000\\_2014-01-28.pdf](http://www.iso.org/iso/iso-gri-26000_2014-01-28.pdf)>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015.
  - Johnston, A. (2012) “ISO 26000: Guiding Companies to Sustainability Through Social Responsibility?”, **Kluwer Law International**, Τευχ. 9, σσ. 110 – 117.
  - Hemphill, T. (2013) “The ISO 26000 guidance on social responsibility international standard: what are the business governance implications?”, **Corporate Governance: The international journal of business in society**, Τευχ. 13 σσ. 305 – 317.
  - Social Accountability International (2014) “Social Accountability 8000 International Standard”, <[http://sa-intl.org/\\_data/n\\_0001/resources/live/SA8000%20Standard%202014.pdf](http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%20Standard%202014.pdf)>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015.
  - Social Accountability International (2013) “SA8000 Guidance – 2008 Standard”, <<http://sa->

intl.org/\_data/n\_0001/resources/live/SA8000ConsolidatedGuidance2013.pdf>, τελευταία επίσκεψη: 14/9/2015.

- Tian, X., Martin, B. (2012) **Business Model Sustainability in Book Publishing**. Νέα Υόρκη: Springer Science and Business Media.
- Branco, M. και Delgado, C. (2012) “Business, social responsibility, and corruption”, **Journal of Public Affairs**. Τευχ. 12, σσ. 357 – 365.
- Global Reporting Initiative (2006) “Sustainability Reporting Guidelines”, <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3-Sustainability-Reporting-Guidelines.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 15/9/2015.
- Uluhan, H. (2008) “ Environmental reporting for companies”, <[https://www.academia.edu/2452171/Environmental\\_Reporting\\_For\\_Companies](https://www.academia.edu/2452171/Environmental_Reporting_For_Companies)> , τελευταία επίσκεψη: 15/9/2015.
- Adams, C. (2002) “Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: Beyond current theorizing”, **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, Τευχ. 15 , σσ. 223 – 250.
- INTOSAI Working Group on Environmental Auditing (2013) “Sustainability Reporting: Concepts, Frameworks and the Role of Supreme Audit Institutions”, <<http://www.environmental-auditing.org/LinkClick.aspx?fileticket=vM4hrHIBd0s%3D&tabid=128&mid=568>>, τελευταία επίσκεψη: 15/9/2015.
- ACCA (2010) “Sustainability reporting matters”, <<http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/sustainability-reporting/tech-tp-srm.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 15/9/2015.
- KPMG (2010) “KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011”, <<http://www.kpmg.com/PT/pt/IssuesAndInsights/Documents/corporate-responsibility2011.pdf>>, τελευταία επίσκεψη: 15/9/2015.

- Aravossis, K. και Panayiotou, N. (2008) “A study on the corporate social responsibility reports of Greek companies and the use of alternative evaluation methodologies”, **WIT Transactions on Ecology and the Environment**, Τευχ. 108, σσ. 255 – 262.
- Μάντζαρης, Γ. (2004) **Δυναμικό marketing αγαθών και υπηρεσιών**. Αθήνα: Β. Γκιούρδας εκδοτική.
- Cornelissen, J. (2004) **Corporate communications**. Λονδίνο: SAGE publications.
- AccountAbility (2003) **Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility**. Λουξεμβούργο: Office for Official Publications of the European Communities