

ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ ΤΤ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ :ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΑΝΟΥΣΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
ΑΜ7951**

Επιβλέπων : Παπαγρηγορίου Αριστείδης

ΑΘΗΝΑ 2017

Περίληψη

Η παρούσα έρευνα αποσκοπούσε στην διερεύνηση, τη μελέτη και την κατανόηση της έννοιας της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» (ΕΚΕ) μέσα στο πλαίσιο των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, η παρούσα έρευνα αποτελούσε μία βιβλιογραφική ανασκόπηση, τόσο της διεθνούς όσο και της εθνικής βιβλιογραφίας, προκειμένου να διερευνηθεί η σύγχρονη πραγματικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων εν καιρώ κρίσης όσο αναφορά την ΕΚΕ. Μέσα από τα ευρήματα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, αναδύθηκε μία έντονη ασυμβατότητα όσο αναφορά την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι από τη μία, οι οργανισμοί που ενσωματώνουν στην κουλτούρα τους τις αρχές της ΕΚΕ πολλαπλασιάζονται, ενώ, παράλληλα, αυξάνονται και ισχυροποιούνται και τα θεσμικά όργανα που προωθούν και υποστηρίζουν την ΕΚΕ (π.χ. το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που αποτελεί πλέον και επίσημο μέλος του Οικουμενικού Συμφώνου (Global Compact). Ωστόσο, από την άλλη πλευρά, ο μέσος όρος του γενικού πληθυσμού στον ελλαδικό χώρο φαίνεται να μην έχει σημαντική εξοικείωση με την έννοια και το περιεχόμενο της ΕΚΕ, ενώ ακόμα και το μικρό ποσοστό που είναι ενήμερο για την ΕΚΕ, φαίνεται να παρουσιάζει σημαντική επιφύλαξη απέναντι στις δράσεις των οργανισμών στο πλαίσιο της ΕΚΕ. Εντούτοις προκύπτει ότι οι οργανισμοί στην Ελλάδα πρέπει να καταβάλλουν ακόμα μεγαλύτερη προσπάθεια, προκειμένου να καταφέρουν να ενσωματώσουν την ΕΚΕ στην κουλτούρα τους, αλλά και να πείσουν την ελληνική κοινή γνώμη ότι τα έχουν καταφέρει.

Λέξεις-κλειδιά: εταιρική κοινωνική ευθύνη, επιχειρήσεις, αποδοτικότητα, οικονομική κρίση

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
Ευχαριστίες.....	5
Εισαγωγή.....	6
1. Ιστορική Αναδρομή.....	9
1.1. Η δεκαετία του 1950.....	9
1.2. Η βιβλιογραφία της ΕΚΕ επεκτείνεται: Η δεκαετία του 1960.....	11
1.3. Η δεκαετία του 1970.....	11
1.4. Εναλλακτικές προσεγγίσεις: Η δεκαετία του 1980.....	13
1.5. Εναλλακτικά θέματα της ΕΚΕ: Η δεκαετία του 1990.....	13
1.6. Η ΕΚΕ στον 21 ^ο αιώνα.....	14
2. Συναφείς Έννοιες.....	19
2.1. Αειφόρος Ανάπτυξη.....	19
2.2. Βιώσιμη Ανάπτυξη.....	20
2.3. Διακυβέρνηση.....	20
2.4. Εταιρική Διακυβέρνηση.....	21
2.5. Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση.....	22
2.6. Διακυβέρνηση ως Αειφόρος Διακυβέρνηση.....	23
3. Η έννοια της ΕΚΕ.....	24
3.1. Βασικές Θεωρητικές Προσεγγίσεις.....	25
4. Λόγοι Εφαρμογής ΕΚΕ.....	27
5. Οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ.....	32
5.1. Δείκτες Αποδοτικότητας.....	36
6. Διλήμματα και προβληματισμοί.....	38
7. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα.....	40
7.1. Θεσμοί και έρευνες.....	41
7.2. Απόψεις Ελλήνων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.....	43
7.3. Οι κοινωνικά υπεύθυνες ελληνικές επιχειρήσεις.....	44
8. Διαπιστώσεις και σκέψεις.....	46
9. Η ευθύνη είναι για όλους.....	47
Βιβλιογραφία.....	49

Στο Πολυαγαπημένο μου καθηγητή κ. Νεκτάριο Σταυρόπουλο.

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Άρη Παπαγρηγορίου για την πολίτιμη καθοδήγηση, την συνεχή ενθάρρυνση και εμπιστοσύνη που μου έδειξε. Επίσης, ένα τεράστιο ευχαριστώ στην οικογένεια μου και κυρίως στους λατρεμένους μου γονείς, τους δύο φάρους που φωτίζουν τη ζωή μου παρέχοντας μου την αμέριστη στήριξη τους και ενδυνάμωση σε κάθε στιγμή προσωπικής κρίσης. Ένα ευχαριστώ μέσα από τα βάθη της καρδιάς μου για όλα τα χρόνια αδιάλειπτης προσοχής, προσευχής, εμπιστοσύνης και αγάπης, μέσω των οποίων ενίσχυσαν, υποστήριξαν και επιβεβαίωσαν κάθε μου επιτυχία.

Εισαγωγή

Η έννοια της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» αποτελεί μία νέα έννοια, η οποία έκανε την εμφάνισή της σχετικά πρόσφατα, κατά την Σύνοδο Κορυφής της Λισσαβόνας το έτος 2000. Από τότε έως και σήμερα, η έννοια της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» έχει επικρατήσει σε όλα τα πεδία του διεθνούς διαλόγου, καθώς και της διεθνούς πρακτικής. Η συνεργασία μεταξύ του δημοσίου, του ιδιωτικού και του κοινωνικού τομέα, η οποία αποσκοπεί στην αειφόρο ανάπτυξη, αποτελεί το κέντρο των διαβουλεύσεων σχεδόν όλων των σύγχρονων επιχειρήσεων, αλλά και των δημόσιων φορέων, των ακαδημαϊκών ερευνών, αλλά και των πολιτικών αποφάσεων κατά την περίοδο των τελευταίων δεκαετιών.

Η εμφάνιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ως ένα νέο δομικό στοιχείο διαμόρφωσης της οργανωσιακής κουλτούρας, και κατά επέκταση, των εκδηλώμενων συμπεριφορών, δεν αποτελεί σύμπτωση πολλών γεγονότων μαζί, αλλά προϊόν της ωρίμανσης της σχέσης μεταξύ της κοινωνίας και των επιχειρήσεων. Είναι πολύ πιθανόν να αντανakλά την ανάγκη της Ευρώπης να αντισταθεί και να ανατιμετωπίσει τις απειλές και τα προβλήματα της καθημερινότητας παγκοσμίως (π.χ. υγεία, φτώχεια, περιβάλλον κ.ά.). Μάλιστα, η αναζήτηση ενός προσώπου, το οποίο θα αναλάβει την ευθύνη του οργανισμού, σε όποιον τομέα και αν ανήκει (δημόσιο, ιδιωτικό, κοινωνικό), αποτελεί πρώτη γραμμή στρατηγικής, η οποία αποσκοπεί στην αειφόρο ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της Ευρώπης για τον 21^ο αιώνα. Παρόλο που η πρακτική εφαρμογή της κοινωνικής υπευθυνότητας χρονολογείται κατά την περίοδο των τελευταίων δεκαετιών, οι κατευθυντήριες γραμμές και τα κύρια δομικά συστατικά της ήταν συνεχώς υπό εξέλιξη, καθ'όλη τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, απορρέοντας από τα κοινωνικά, καθώς και τα οικονομικά επιτεύγματα της εκάστοτε χρονικής περιόδου.

Οι ρίζες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στηρίζονται στην αντίληψη περί παράλληλης πορείας οικονομικής και κοινωνικής ευρωστίας, όπως εκφράστηκε από κλασικούς και πιο σύγχρονους οικονομολόγους και κοινωνιολόγους (Sen, 1989). Ήδη από το 1930 οι A.A. Berle (Berle, 1932) και E. Merrick Dodd (Dodd, 1932) κατέθεσαν την άποψή τους για το ρόλο και την ευθύνη των διευθυντικών στελεχών. Μάλιστα, ο Dodd (1932) αναφέρει ότι «*οι δυνάμεις της εταιρικής διακυβέρνησης εξαρτώνται από την εμπιστοσύνη όλης της κοινωνίας*». Το 1953 ο Bowen εισήγαγε την έννοια της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*» για πρώτη φορά στην ήδη υπάρχουσα βιβλιογραφία, διατυπώνοντας ότι πρόκειται για «*την υποχρέωση των επιχειρήσεων να επιδιώ-*

κουν τις πολιτικές, να λαμβάνουν τις αποφάσεις και να ακολουθούν τις πράξεις οι οποίες είναι επιθυμητές στο πλαίσιο των σκοπών και των αξιών της κοινωνίας» (Porter & Kramer, 2002).

Άλλωστε, η πρώτη εφαρμογή μιας κάποιου είδους κοινωνικής υπευθυνότητας συναντάται αρκετά παλιά στην πολιτική των επιχειρήσεων περί χορηγίας, η οποία στη συνέχεια εξελίχθηκε σε αυτό που ονομάστηκε εταιρική φιλανθρωπία. Παρόλο που οι παραπάνω πρακτικές αποτελούν ενδείξεις του κοινωνικού προσώπου μιας εταιρείας, με μακρά ιστορία στο χώρο των επιχειρήσεων, από μόνες τους δεν μπορούν να θεωρηθούν πρακτικές Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Αν ανατρέξουμε στο χρόνο θα παρατηρήσουμε άφθονες χορηγίες και φιλανθρωπικές εκδηλώσεις από την πλευρά όμως μεμονωμένων ατόμων, των επικεφαλής των οικονομικών οργανισμών, των ευεργετών. Επίσης, σύμφωνα με τον Porter όμως, η εταιρική φιλανθρωπία μέσα στο σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό πεδίο και υπό το πρίσμα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης πρέπει να συνδέεται άμεσα με το ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον, το στρατηγικό σχεδιασμό και οργάνωση των εταιρειών καθώς και με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Παρόλα αυτά όμως, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εξακολουθεί να παραμένει μια πιο πολύπλοκη πρακτική.

Στο ίδιο πλαίσιο με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εντάσσονται και οι έννοιες των «επιχειρησιακής ηθικής» και «δεοντολογίας», καθώς συνδέονται άρρηκτα με ένα σύνολο κανόνων συμπεριφοράς που πρέπει να ακολουθούνται, ενώ παράλληλα συνδέονται άμεσα και με τον δημόσιο ρόλο των οργανισμών μέσα στην κοινωνία. Οι παραπάνω συναφείς έννοιες χρονολογούνται κατά τις αρχές της δεκαετίας του '70, κατά τη διάρκεια της οποίας εντοπίζεται μία προσπάθεια συστηματικής οριοθέτησης των κοινωνικών υποχρεώσεων ενός οργανισμού. Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση, και αυτές οι έννοιες δεν μπορούν να προσεγγίσουν με απόλυτη επάρκεια την έννοια της «κοινωνικής υπευθυνότητας». Πιο συγκεκριμένα, η επιχειρησιακή ηθική αποτελεί το προίμιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, περιλαμβάνοντας αξίες και αρχές, οι οποίες βασίζονται σε έννοιες του «καλού» και του «κακού», οι οποίες είναι και αυτές που ρυθμίζουν τη δημόσια συμπεριφορά των οργανισμών. Από την άλλη πλευρά, η έννοια της «δεοντολογίας» σχετίζεται περισσότερο με την τήρηση κανόνων που νομιμοποιούν ή/και όχι την εκάστοτε επαγγελματική συμπεριφορά.

Εν αντιθέσει των παραπάνω, ο Milton Friedman (1970) στο άρθρο του “*The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*”, εκδηλώνει μία αρνητική στάση απέναντι στους οργανισμούς, οι οποίοι φέρουν κοινωνική ευθύνη. Επίσης, ανα-

διατυπώνει και τον δικό του ριζοσπαστικό ορισμό για το περιεχόμενο της «*Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης*», περιορίζοντας το περιεχόμενό της στην αύξηση των εσόδων του κάθε οργανισμού, και φέρνοντας στο προσκήνιο για άλλη μία φορά το ζήτημα για τη φύση της σχέσης κοινωνίας και οργανισμών.

Η δεκαετία '80-'90 φέρνει μαζί της αλλαγές στην οργάνωση και λειτουργία της παγκόσμιας οικονομίας. Οι αγορές απελευθερώνονται και απορρυθμίζονται, ενώ παγιώνουν πια την εμφάνισή τους και οι πολυεθνικές επιχειρήσεις αποπνέοντας τον αέρα της παγκοσμιοποίησης, αλλά και της καινοτομίας. Η μεγιστοποίηση του κέρδους, ο οικονομικός ιμπεριαλισμός και τα σκάνδαλα γίνονται συνώνυμο των επιχειρήσεων που αποζητούν με κάποιο τρόπο την εξιλέωσή και την κοινωνική τους νομιμοποίηση.

Έτσι, η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κάνει την εμφάνισή της σε μια εποχή όπου οι αλλαγές στο οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο θέλουν τους οικονομικούς οργανισμούς να προσανατολίζονται, όλο και περισσότερο, προς μία υπεύθυνη συμπεριφορά απέναντι στο κοινωνικό σύνολο προκειμένου να ανταπεξέλθουν στο νέο πλαίσιο του ανταγωνισμού και παράλληλα να απαντήσουν στις ανάγκες της κοινωνίας απέναντι σε ένα ρευστό παγκόσμιο μέλλον.

1. Ιστορική Αναδρομή

Μέχρι τη δεκαετία του 1970, η ΕΚΕ αναφέρεται ως αστείο οξύμωρο και αντιφατικό με όρους επένδυσης (Lydenberg, 2005). Ωστόσο, στη δεκαετία του 1990 η έννοια της ΕΚΕ έγινε παγκοσμίως γνωστή και επιβλήθηκε σε όλα τα τμήματα που συναπαρτίζουν μία κοινωνία, από τις κυβερνήσεις και τις εταιρείες μέχρι τους μη κυβερνητικούς οργανισμούς και τους πελάτες. Οι περισσότεροι διεθνείς οργανισμοί όπως τα Ηνωμένα Έθνη, η Παγκόσμια Τράπεζα, ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας (ILO) και η Οργάνωση Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Organization of Economic Co-operation and Development) όχι μόνο υποστηρίζουν την ΕΚΕ, αλλά έχουν καθορίσει και οδηγίες που την προάγουν. Το 1977, λιγότερες από τις μισές εταιρείες του Fortune 500 αναφέρουν την ΕΚΕ στις ετήσιες εκθέσεις τους. Ωστόσο, μέχρι το 1990, το 90% περίπου των εταιρειών του Fortune 500 περιλαμβάνουν την ΕΚΕ ως απαραίτητο στοιχείο των οργανωτικών στρατηγικών στόχων τους και προβάλλουν τις δραστηριότητές τους σχετικά με την ΕΚΕ στις ετήσιες εκθέσεις τους (Boli & Hartsuiker, 2001). Οι αλλαγές είναι τόσο δραματικές, ώστε το ανώτατο στέλεχος της General Electric, Jeffrey Immelt, δήλωσε ότι ο «κόσμος έχει αλλάξει» (Gunther, 2004) και το ανώτατο στέλεχος της HP-Compaq, Carly Fiorina, υποστήριξε ότι έχει προκύψει «νέα πραγματικότητα για τις επιχειρήσεις» (Fiorina, 2001).

Σκοπός αυτής της ενότητας είναι να παρουσιάσει χρονικά την εξέλιξη της ΕΚΕ από το 1950 έως σήμερα καταγράφοντας τους πιο ενδεικτικούς ορισμούς που διατυπώθηκαν στις επιχειρηματικές λειτουργίες, την έλλειψη κοινά αποδεκτού ορισμού και συγκεκριμένων πρακτικών ΕΚΕ που οι εταιρείες οφείλουν να υιοθετήσουν. Ουσιαστικά η ενότητα αυτή περιγράφει την ιστορική εξέλιξη και το υπόβαθρο προέλευσης των δεικτών που προτείνονται στην παρούσα εργασία.

1.1.Η δεκαετία του 1950

Στη δεκαετία αυτή η ΕΚΕ είναι μια σχετικά σύγχρονη έννοια. Οι περισσότεροι μελετητές αναφέρονται στον Bowen και στο βιβλίο του «*Social Responsibilities of the Businessmen*» το 1953, ως την πρώτη προσπάθεια θεωρητικοποίησης της σχέσης μεταξύ των εταιρειών και της κοινωνίας (Carroll, 1979; Wartick & Cochran, 1985). Στην πραγματικότητα, το βιβλίο του Bowen υπαγορεύθηκε από το Ομοσπονδιακό Συμβούλιο των Χριστιανικών Εκκλησιών της Αμερικής, το οποίο αντιπροσωπεύει 29 εκκλησίες Προτεσταντών και Ορθοδόξων. Το βιβλίο αποτελεί μέρος μίας

μεγαλύτερης μελέτης είκοσι έξι τόμων της χριστιανικής ηθικής και οικονομικής ζωής και συνιστά μία έρευνα για την οικονομική ζωή και τη σχέση με τις πνευματικές και ηθικές αξίες. Η δημοσίευση του βιβλίου συνέπεσε χρονικά με την απόφαση του ανωτάτου δικαστηρίου του New Jersey, που νομιμοποιούσε τις εταιρικές συνεισφορές για σκοπούς πέρα των άμεσων ωφελειών των επιχειρήσεων. Το νομικό πλαίσιο στις Ηνωμένες Πολιτείες γίνεται όλο και πιο ευνοϊκό για την ΕΚΕ.

Κατά τη διάρκεια των ετών 1950-1960, πολυάριθμες νομοθεσίες θεσπίζονται προκειμένου να ρυθμιστούν οι συμπεριφορές των επιχειρήσεων και να προστατευτούν το προσωπικό και οι καταναλωτές (Textile Fiber Products Identification Act of 1958, Fair Packaging και Labeling Act of 1960, Equal Pay Act of 1963, National Traffic και Motor Safety Act of 1966, National Environmental Policy Act of 1969, Truth in Lending Act of 1969, Clean Air Act of 1970 κλπ.).

Τα πρώτα χρόνια αναφοράς της ΕΚΕ χρησιμοποιείται περισσότερο ο όρος Κοινωνική Ευθύνη από ότι ΕΚΕ. Η δημοσίευση του Bowen (1953) έχει συμφωνηθεί ότι αποτελεί την αφετηρία της βιβλιογραφίας πάνω σε αυτό το θέμα και ο ίδιος θεωρείται πατέρας της ΕΚΕ (Carroll, 1999). Όπως φανερώνει το βιβλίο του Bowen, δεν υπάρχουν γυναίκες επιχειρηματίες εκείνη την περίοδο ή τουλάχιστον δεν υπάρχουν επίσημες αναφορές. Υιοθετεί επίσης την πεποίθηση ότι οι εταιρείες αποτελούν κύρια κέντρα δύναμης και οι ενέργειές τους επηρεάζουν τη ζωή των πολιτών σε πολλές πτυχές της. Ακόμη, αναφέρει *«ποιες είναι οι εύλογες ευθύνες από την πλευρά των επιχειρηματιών προς την κοινωνία»*. Παράλληλα, ο Bowen διατυπώνει το σημείο έναρξης της κοινωνικής ευθύνης του κάθε επιχειρηματία αναφέροντας *«ότι στις υποχρεώσεις του επιχειρηματία προκειμένου να ακολουθήσει εκείνες τις πολιτικές, να πάρει εκείνες τις αποφάσεις ή να ακολουθήσει εκείνες τις ενέργειες, οι οποίες είναι επιθυμητές σύμφωνα με τους αντικειμενικούς σκοπούς και αξίες της κοινωνίας μας»* (Bowen, 1953).

Ο Bowen κάνει λόγο για την έρευνα του περιοδικού Fortune το 1946-πρέπει να σημειωθεί ότι εκείνη την περίοδο οι ανώτεροι υπάλληλοι αποκαλούνταν επιχειρηματίες-όπου οι συντάκτες του περιοδικού, αναφερόμενοι στην ΕΚΕ ή στην «κοινωνική ευσυνειδησία» των διοικούντων, υποστηρίζουν ότι οι επιχειρηματίες είναι υπεύθυνοι για τις συνέπειες των ενεργειών τους σε ένα πιο ευρύ πεδίο δηλώσεων των κερδών και των ζημιών τους (Bowen, 1953). Εκπληκτικό είναι το γεγονός ότι το 93.5% των επιχειρηματιών συμφωνούν με την παραπάνω δήλωση. Ο Bowen υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ δεν είναι πανάκεια, αλλά ότι περιέχει μία σημαντική αλήθεια που πρέπει να

ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις στο μέλλον. Λόγω της πρόωρης και δημιουργικής εργασίας του Bowen, ο Carroll (1999) προτείνει να αποκαλείται ως «πατέρας της ΕΚΕ».

1.2. Η βιβλιογραφία της ΕΚΕ επεκτείνεται: Η δεκαετία του 1960

Εάν κατά τη δεκαετία του 1950 και πιο πριν σπανίζουν οι αναφορές του όρου ΕΚΕ, τότε η δεκαετία του 1960 χαρακτηρίζεται από μεγάλη ανάπτυξη των προσπαθειών να τυποποιηθούν ή να ορίσουν με περισσότερη ακρίβεια τον όρο της ΕΚΕ. Ανάμεσα στους πιο σημαντικούς συγγραφείς αυτής της δεκαετίας είναι οι Keith Davis και William C. Frederick. Ίσως από τους πιο γνωστούς συγγραφείς της συγκεκριμένης περιόδου είναι ο Keith Davis, ο οποίος υποστηρίζει ότι οι αποφάσεις των επιχειρηματιών πρέπει να λαμβάνονται πέρα -έστω και λίγο- από το άμεσο οικονομικό ή τεχνικό συμφέρον της εταιρείας (Davis, 1960). Υποστηρίζει ότι η ΕΚΕ είναι μία νεφελώδης ιδέα και ότι η εταιρικά υπεύθυνη επιχείρηση μπορεί να κριθεί μακροπρόθεσμα. Η εταιρεία έχει μεγάλες πιθανότητες να κερδίσει οικονομικά, καθώς αποζημιώνεται για την κοινωνική της ευθύνη (Davis, 1960). Η παραπάνω άποψη παρουσιάζει ενδιαφέρον, καθώς γίνεται κοινά αποδεκτή στο τέλος της δεκαετίας του 1970 και στην αρχή της δεκαετίας του 1980.

Ο ορισμός του Frederic αποτελεί την αφετηρία των σύγχρονων ορισμών της ΕΚΕ, καθώς αναφέρει ότι: *«(οι κοινωνικές ευθύνες) σημαίνουν ότι οι επιχειρηματίες πρέπει να επιβλέπουν τη λειτουργία του οικονομικού συστήματος, το οποίο χρειάζεται να εκπληρώνει τις προσδοκίες του κοινού, να επιτυγχάνεται δηλαδή η συνολική κοινωνικοτου 1960 και πρωτίτερα. Στον πρόλογο του βιβλίου του αναφέρει ότι τον απασχολεί ο όρος όπως «οι επιχειρηματίες τον ορίζουν και τον έχουν βιώσει».* Επίσης, οι περιγραφές των ανθρώπων των επιχειρήσεων εκείνη την περίοδο δείχνουν ότι τους απασχολεί περισσότερο η εταιρική φιλανθρωπία και οι σχέσεις με την κοινωνία.

1.3. Η δεκαετία του 1970

Ο Jonhson (1971) αναφέρει ότι υπάρχει ένα μεγάλο εύρος ορισμών, οι οποίοι επιχειρούν να προσεγγίσουν, όσο γίνεται, πιο επαρκώς, το περιεχόμενο της ΕΚΕ. Ένας από τους ορισμούς αυτούς αναφέρει ότι η ΕΚΕ είναι *«μία κοινωνικά υπεύθυνη εταιρεία είναι αυτή, της οποίας το διοικητικό προσωπικό ισορροπεί τα πολλαπλά συμφέροντα. Αντί της προσπάθειας και μόνο για μεγιστοποίηση των κερδών των μετόχων, η υπεύθυνη εταιρεία είναι αυτή η οποία λαμβάνει υπόψη τους υπαλλήλους, τους προμη-*

θευτές, τις τοπικές κοινότητες και τα έθνη». Ένας ακόμη ορισμός είναι ότι η ΕΚΕ «δηλώνει ότι οι επιχειρήσεις εκτελούν κοινωνικά προγράμματα για να προσθέσουν κέρδος στον οργανισμό τους. Από αυτή την πλευρά, η κοινωνική ευθύνη θεωρείται ως μακροχρόνια μεγιστοποίηση των κερδών». Εκθέτοντας την τρίτη άποψή του για την ΕΚΕ, την αναφέρει ως «μεγιστοποίηση της χρησιμότητας». Από αυτή την πλευρά, υποστηρίζει ότι η εταιρική ευθύνη υποθέτει ότι βασικός κινητήριος παράγοντας της εταιρείας πρέπει να είναι η μεγιστοποίηση της χρησιμότητας, η εταιρεία να επιδιώκει πολλαπλούς στόχους και όχι αποκλειστικά τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Κατόπιν διατύπωσε τον παρακάτω ορισμό, ότι ο καλός επιχειρηματίας δεν ενδιαφέρεται μόνο για το προσωπικό του συμφέρον αλλά και για το συμφέρον των συμπολιτών του. Τον τέταρτο ορισμό, τον ορίζει ως λεξικογραφική άποψη της κοινωνικής ευθύνης. Σε αυτόν τον ορισμό οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρείας, όπως αυτοί των καταναλωτών, ταξινομούνται κατά σειρά σπουδαιότητας και οι στόχοι αξιολογούνται για κάθε στρατηγικό στόχο ξεχωριστά. Τα επίπεδα αυτών των στόχων καθορίζονται βάσει πολλών παραγόντων, αλλά ο πιο σημαντικός παράγοντας είναι η παρελθούσα εμπειρία αυτών των στρατηγικών στόχων και η παρελθούσα αποδοτικότητα παρόμοιων επιχειρήσεων.

Ο λεξικογραφικός ορισμός του Johnson προτείνει ότι οι εταιρείες οι οποίες παροτρύνονται ισχυρά από το κέρδος, μπορούν να εφαρμόζουν και αυτές μία εταιρική κοινωνική συμπεριφορά. Μόλις πετύχουν τους οικονομικούς στόχους τους, ενεργούν σαν να είναι η κοινωνική ευθύνη ένας σημαντικός στρατηγικός στόχος, ακόμη κι αν δεν είναι. Τέλος, καταλήγει ότι οι τέσσερις παραπάνω ορισμοί, αν και φαίνονται αντιφατικοί κατά περιόδους, είναι ουσιαστικά συμπληρωματικοί της ίδιας πραγματικότητας.

Μία ακόμη σημαντική συνεισφορά στο θέμα της ΕΚΕ στη δεκαετία του 1970 προέρχεται από τον George Steiner. Στην πρώτη έκδοση του εγχειριδίου του *“Business and Society”* (1971), ο Steiner ασχολείται εκτενώς με την ΕΚΕ, και σεβούμενος τις θέσεις των Davis και Frederick για την ΕΚΕ, εξέφρασε το εξής: *«Οι επιχειρήσεις είναι και πρέπει να είναι οικονομικοί οργανισμοί, αλλά... έχουν ευθύνη να βοηθήσουν την κοινωνία να επιτύχει τους βασικούς σκοπούς και, επομένως, έχουν κοινωνικές ευθύνες. Όσο μεγαλύτερη είναι μία εταιρεία, τόσο μεγαλύτερες είναι οι ευθύνες της. Η ΕΚΕ είναι κάτι περισσότερο από τον τρόπο με τον οποίο προσεγγίζεται η λήψη αποφάσεων. Είναι μία φιλοσοφία, η οποία εξετάζει και επισημαίνει το συμφέρον της επιχείρησης μακροπρόθεσμα όπως συγκρίνεται με το παλιό, στενό και βραχύβιο συμφέρον».*

Η δεκαετία του 1970 δεν ασχολείται πλέον με το εάν οι εταιρείες πρέπει να επικεντρώνονται στην ΕΚΕ-αν και η διαμάχη ακόμα μαίνεται, αλλά οι περισσότερες μελέτες που δημοσιεύονται εστιάζουν στο περιεχόμενο και στη διαδικασία εφαρμογής της ΕΚΕ (Ackerman, 1973; Fitch, 1976; Murray, 1976).

1.4. Εναλλακτικές προσεγγίσεις: Η δεκαετία του 1980

Σε αυτή τη δεκαετία παρουσιάζονται εναλλακτικές έννοιες όπως η δημόσια διοίκηση, η εταιρική κοινωνική ανταπόκριση, η εταιρική κοινωνική αποδοτικότητα, η επιχειρησιακή ηθική.

Ο Jones (1980) ορίζει την ΕΚΕ ως *«μία έννοια όπου οι εταιρείες έχουν υποχρέωση προς άλλες ομάδες της κοινωνίας εκτός από τους μετόχους και πέρα από αυτήν που ορίζεται από το νόμο και τη συλλογική σύμβαση εργασίας. Δύο ζητήματα αυτού του ορισμού είναι κρίσιμα. Το πρώτο, η υποχρέωση πρέπει να υιοθετείται εθελοντικά, η συμπεριφορά η οποία επηρεάζεται από το νόμο και τη συλλογική σύμβαση εργασίας δεν είναι εθελοντική. Δεύτερον, η υποχρέωση είναι ευρεία, εκτείνεται πέρα από την παραδοσιακή υποχρέωση των μετόχων και σε άλλες κοινωνικές ομάδες, όπως οι πελάτες, το προσωπικό, οι προμηθευτές και οι γειτονικές κοινότητες»*. Οι Dalton και Cosier (1982) παρουσιάζουν ένα μοντέλο, απεικονίζοντας μία μήτρα 2x2. Θεωρούν ότι υπάρχουν *«τέσσερα πρόσωπα»* της κοινωνικής ευθύνης, που απεικονίζονται από τέσσερα κελιά, τα οποία δημιουργούνται από δύο άξονες. Στον έναν άξονα απεικονίζεται η *«ευθύνη»* και η *«ανευθυνότητα»* και στον άλλο άξονα η *«νόμιμη»* και η *«μη νόμιμη»*. Όπως είναι αναμενόμενο, καταλήγουν ότι το κελί *«νόμιμη-ευθύνη»* είναι το κατάλληλο για τη στρατηγική της ΕΚΕ για τις εταιρείες Cochran και Wood (1984) παραδέχονται τις αδυναμίες αυτού του δείκτη ΕΚΕ ερευνώντας άλλους.

1.5.Εναλλακτικά θέματα της ΕΚΕ: Η δεκαετία του 1990

Η δεκαετία αυτή συνεισφέρει ελάχιστα στον ορισμό της ΕΚΕ. Κατά τη διάρκεια της μία από τις μεγαλύτερες συνεισφορές στην ΕΚΕ είναι της Wood (1991), όταν επανεξέτασε το μοντέλο της Εταιρικής Κοινωνικής Αποδοτικότητας (ΕΚΑ). Αν και η Wood συμβάλλει σημαντικά στη διάδοση της έννοιας της ΕΚΑ, το μοντέλο που παρουσιάζει στηρίζεται σε τρεις διαστάσεις του Carroll (1979) και στο μοντέλο του Wartick και Cochran (1985). Οι τρεις διαστάσεις του Carroll (1979) μετατράπηκαν σε αρχές, διαδικασίες και πολιτικές υπό τη διατύπωση των Wartick και Cochran (1985).

Η Wood (1991) αναδιατυπώνει τις τρεις αυτές αρχές. Καταρχήν, δηλώνει ότι αρχή της ΕΚΕ είναι να λάβει υπόψη τις παρακάτω τέσσερις διαστάσεις: οικονομική, νομική, ηθική και διακριτική. Επισημαίνεται πως σχετίζονται με τις αρχές της κοινωνικής νομιμότητας (θεσμικό επίπεδο), τη δημόσια ευθύνη (οργανωτικό επίπεδο) και την διοικητική κρίση (ατομικό επίπεδο). Δεύτερον, προσδιορίζει τις διαδικασίες της εταιρικής κοινωνικής ανταπόκρισης δίνοντας έμφαση στην περιβαλλοντική εκτίμηση, στη διοίκηση των Συμμετεχόντων και σε θέματα διοίκησης. Τρίτον, υιοθετεί τις αρχές από τους Wartick και Cochran (1985) και τις αναδιοργανώνει κάτω από ένα νέο ζήτημα των αποτελεσμάτων-εκβάσεων της εταιρικής συμπεριφοράς. Εν τέλει, το μοντέλο της Wood (1991) είναι πιο περιεκτικό από του Carroll (1979) και των Wartick και Cochran (1985) και εισάγει θέματα που είναι σύμφωνα με τα προηγούμενα μοντέλα και δεν είχαν εξεταστεί ρητά. Ο Carroll (1991) μετονομάζει το τέταρτο στοιχείο του ορισμού της ΕΚΕ από διακριτικό σε φιλανθρωπικό. Υποστηρίζεται από τον Carroll ότι τέσσερα είδη κοινωνικών ευθυνών συνθέτουν την ΕΚΕ: η οικονομική, η νομική, η ηθική και η φιλανθρωπική. Οι τέσσερις αυτές κατηγορίες της ΕΚΕ μπορούν να απεικονιστούν σε πυραμίδα (το χαμηλότερο τμήμα είναι η οικονομική ευθύνη και το υψηλότερο τμήμα η φιλανθρωπική ευθύνη).

Όλες οι προαναφερθείσες ευθύνες υπάρχουν μέχρι έναν βαθμό, αλλά τα τελευταία χρόνια η ηθική και η φιλανθρωπική ευθύνη λαμβάνουν σημαντική θέση. Επίσης, η απεικόνιση των τεσσάρων ειδών ευθυνών αποτελεί απλά μία απεικόνιση της ΕΚΕ, παρά μία προσπάθεια να προσδώσει νέα σημασία στα τέσσερα στοιχεία ευθυνών. Ο Carroll (1991) με όρους πιο διοικητικούς και ρεαλιστικούς συνοψίζει ότι η εταιρεία πρέπει να πραγματοποιεί κέρδος, να υπακούει τους νόμους και να είναι καλός εταιρικός πολίτης. Στη δεκαετία αυτή, γίνονται οι πρώτες προσπάθειες δημιουργίας δεικτών αποδοτικότητας ΕΚΕ όπως του DJSI.

1.6. Η ΕΚΕ στον 21^ο αιώνα

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μία σύνθετη και πολυπαραγοντική έννοια, γεγονός που καθιστά δύσκολη τη διατύπωση ενός ορισμού, ο οποίος θα μπορεί να προσεγγίζει επαρκώς το περιεχόμενό της, παρότι χρησιμοποιείται ευρέως στον δημόσιο διάλογο διεθνώς. (Palazzi & Starcher, 2001; Donaldson & Fafaliou, 2002; Confederation of British Industry, 2001). Κάθε ορισμός που έχει διατυπωθεί στηρίζεται σε διαφορετική φιλοσοφία, τον ρυθμό ανάπτυξης κάθε χώρας, καθώς και τις προτεραιότητες που υπάρχουν για τα εμπλεκόμενα μέρη, στοιχεία που οδηγούν και στο

διαφορετικό περιεχόμενο κάθε ορισμού. Ο διάλογος που έχει αναπτυχθεί γύρω από την ΕΚΕ δεν εστιάζει μόνο στη δυσκολία διατύπωσης ενός ορισμού, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες μπορούν να υιοθετήσουν, και κατά επέκταση, να εφαρμόσουν μία κοινωνική συμπεριφορά, όπως και στον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες μαζί με τους ενδιαφερόμενους συμμετέχοντες μπορούν να αξιολογούν την αποδοτικότητα της ΕΚΕ που εντοπίζεται στον εκάστοτε οργανισμό. Μάλιστα, ο Kitchin (2002) αναφέρει ότι *«τη μία στιγμή, η ΕΚΕ μπορεί να σημαίνει ανάμιξη με τους ΜΚΟ, την επόμενη στιγμή να σημαίνει φιλανθρωπικές δωρεές και πέντε λεπτά αργότερα να σημαίνει ηθική μεταχείριση του προσωπικού»*. Ο Hopkins (2004) αναφέρει ότι η ΕΚΕ είναι η ηθική ή υπεύθυνη μεταχείριση των συμμετεχόντων. Ηθική ή υπεύθυνη συμπεριφορά σημαίνει αποδεκτή μεταχείριση των συμμετεχόντων, σύμφωνα με όρους οι οποίοι είναι αποδεκτοί από τις πολιτισμένες κοινωνίες. Ο ευρύτερος στόχος της κοινωνικής ευθύνης είναι να βελτιώνει το βιοτικό επίπεδο του προσωπικού διατηρώντας την κερδοφορία της εταιρείας. Σύμφωνα με τους Palazzi και Starcher (2001), Japan Industrial Policy Research Institute (JIPRI, 2003) και Secchi (2004), κάθε εταιρεία ανταποκρίνεται στις προσδοκίες των συμμετεχόντων με έναν μοναδικό τρόπο ο οποίος εξαρτάται από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται, τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της και τέλος από το μέγεθός της. Η υιοθέτηση εθελοντικών πρωτοβουλιών σε πολλές περιπτώσεις γίνεται επειδή οι επιχειρήσεις επιθυμούν να ελέγξουν από μόνες τους την ανάπτυξη των ιδίων και να προστατευτούν από τη θεσμοθέτηση αυστηρότερης νομοθεσίας (Ruud, 2002).

Οι εταιρείες εφαρμόζουν πρακτικές ΕΚΕ με διαφορετικό ή μοναδικό τρόπο καθώς κάθε εταιρεία πρέπει να επικεντρώνεται στις επιδράσεις της και να ανταποκρίνεται στην επιχειρησιακή στρατηγική καθώς και στην κουλτούρα και τις αξίες της (Palazzi & Starcher, 2001; Secchi, 2004; MORI, 2006). Πρέπει να τονιστεί ότι οι συμμετέχοντες δεν μπορούν να αντιληφθούν τις ικανότητες των εταιρειών και την ανταγωνιστική τους θέση (Porter & Kramer, 2006) και συνεχώς ζητούν από τις εταιρείες να είναι όλο και περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνες και απαιτούν όλο και περισσότερους πόρους προς ίδιον όφελος (McWilliams & Siegel, 2001).

Ορισμένες εταιρείες επικεντρώνουν την προσοχή τους σε πολλαπλούς συμμετέχοντες ενώ άλλες εταιρείες επικεντρώνονται σε συγκεκριμένους/ορισμένους συμμετέχοντες καθώς οι ικανότητές τους, τόσο οι οικονομικές όσο και οι διοικητικές, είναι περιορισμένες ή επειδή είναι πιο σημαντικοί για αυτούς. Ο Hopkins (2004) δηλώνει ότι οι εταιρείες αναμένεται να συμπεριλαμβάνουν στην ΕΚΕ τους σημαντικότε-

ρους. Στις περισσότερες των περιπτώσεων, υπάρχει μία κοινή ομάδα Συμμετεχόντων όπου οι εταιρείες είναι υπεύθυνες πέρα από αυτά που επιβάλλει ο νόμος, αλλά η λίστα των Συμμετεχόντων επεκτείνεται και αναπτύσσεται ανάλογα με τη στρατηγική και τις ανάγκες των εταιρειών. Τέλος, η διοίκηση της εταιρείας δίνει διαφορετική σημασία σε κάθε έναν από τους Συμμέτοχους, ανάλογα με το ρόλο που διαδραματίζει στη λειτουργία της εταιρείας.

Παρόλες τις διαφορετικές απόψεις για την έννοια της ΕΚΕ και των πρακτικών της, τρία είναι τα χαρακτηριστικά στα οποία υπάρχει συναίνεση (Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη):

- Ο εθελοντικός χαρακτήρας της ΕΚΕ που αναφέρεται σε δράσεις πέρα από το νόμο,
- η στενή σχέση της με την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και
- το γεγονός ότι αποτελεί στρατηγική επιλογή των επιχειρήσεων και όχι απλά δευτερεύουσα περιστασιακή επιλογή.

Οι Porter και Kramer (2006) στο πλαίσιο που προτείνουν υποστηρίζουν ότι καμιά εταιρεία δεν μπορεί να λύσει όλα τα προβλήματα της κοινωνίας ή να επιβαρυνθεί το κόστος για την αντιμετώπισή τους. Κάθε εταιρεία πρέπει να επιλέξει εκείνα τα προβλήματα που την αφορούν. Τα υπόλοιπα κοινωνικά θέματα αφήνονται για τις υπόλοιπες εταιρείες, ΜΚΟ ή κυβερνητικά ιδρύματα τα οποία είναι σε καλύτερη θέση για την αντιμετώπισή τους.

Το πλαίσιο που προτείνεται είναι ότι τα κοινωνικά ζητήματα που επηρεάζουν την εταιρεία κατηγοριοποιούνται σε τρεις κατηγορίες, καθώς είναι εξίσου σημαντικά και στρατηγικής σημασίας για την εταιρεία. Τα γενικά κοινωνικά ζητήματα μπορεί να είναι σημαντικά για την κοινωνία, δεν επηρεάζονται από τη λειτουργία της εταιρείας ούτε επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητά της. Οι κοινωνικές επιδράσεις της αλυσίδας αξιών είναι εκείνες οι πτυχές της κοινωνίας που επηρεάζονται από την καθημερινή λειτουργία της εταιρείας, ενώ οι κοινωνικές διαστάσεις του ανταγωνιστικού πλαισίου είναι εκείνοι οι παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν σημαντικά την ανταγωνιστική θέση της εταιρείας.

Η υποστήριξη μιας κοινωνικής εκδήλωσης μπορεί να συνιστά γενικό κοινωνικό ζήτημα για μία εταιρεία, αλλά μπορεί να αποτελεί σημαντικό ανταγωνιστικό παράγοντα για μια άλλη, όπως την American Express (πιστωτική κάρτα), η οποία μπορεί να επηρεαστεί από τον κλάδο του τουρισμού και της ψυχαγωγίας εν γένει. Η εκπομπή

επιβλαβών αερίων μπορεί να αποτελεί ένα γενικό κοινωνικό ζήτημα για μία εταιρεία που δραστηριοποιείται σε χρηματοοικονομικές υπηρεσίες όπως η Bank of America, αρνητική επίδραση αλυσίδας αξιών για μία μεταφορική εταιρεία όπως η UPS ή να αποτελεί διάσταση ανταγωνιστικού πλαισίου για μία αυτοκινητοβιομηχανία όπως η εταιρεία Toyota. Η επιδημία του AIDS στην Αφρική μπορεί να αποτελεί ένα γενικό κοινωνικό ζήτημα για μία εταιρεία λιανικών πωλήσεων όπως η εταιρεία Home Depot, αρνητική επίδραση αλυσίδας αξιών για μία φαρμακευτική εταιρεία όπως τη GlaxoSmithKline και να αποτελεί διάσταση ανταγωνιστικού πλαισίου για μία εταιρεία μεταλλευμάτων όπως της Anglo American, η οποία εξαρτάται από το τοπικό εργατικό δυναμικό της Αφρικής για τις δραστηριότητες της εταιρείας. Μέσα στον ίδιο κλάδο, οι εταιρείες μπορεί να συμπεριφέρονται διαφορετικά απέναντι στα κοινωνικά ζητήματα. Για παράδειγμα στον κλάδο της αυτοκινητοβιομηχανίας, η Volvo προσανατολίζεται σε ζητήματα ασφάλειας ως επίκεντρο της ανταγωνιστικής της θέσης, ενώ η Toyota έχει επικεντρωθεί για την ανταγωνιστικότητά της στην υβριδική τεχνολογία.

Με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, η πρόσφατη βιβλιογραφία μετατοπίζεται από τις Ηνωμένες Πολιτείες και διευρύνεται σε χώρες, όπως τη Γαλλία, την Ολλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστραλία και την Ιταλία (Maignan & Ralston, 2002; Aaronson, 2003; Perrini et al, 2006) συγκρίνοντας τις εθνικές αντιλήψεις για την ΕΚΕ και το ρόλο της επιχείρησης στην κοινωνία. Σε διάφορα μέρη του κόσμου έχουν αναπτυχθεί δείκτες μέτρησης αποδοτικότητας της ΕΚΕ και αναφέρονται κυρίως σε εταιρείες που είναι εισηγμένες στα αντίστοιχα χρηματιστήρια. Η προσέγγιση των Συμμετεχόντων αποτελεί το κύριο πλαίσιο, στο οποίο αναπτύσσονται οι επιμέρους δείκτες για τη μέτρηση και αξιολόγηση των πρακτικών της ΕΚΕ. Ωστόσο, όλες οι μεθοδολογίες αποτελούν κοινές προκλήσεις καθώς η έννοια της ΕΚΕ είναι πολυσύνθετη και μεταβάλλεται με το πέρασ του χρόνου.

Τα τελευταία χρόνια, οι επιστημονικές δημοσιεύσεις που διαπραγματεύονται τους όρους βιώσιμης ανάπτυξης και ΕΚΕ αυξάνονται συνεχώς. Οι ορισμοί που προτείνονται για τις παραπάνω δύο έννοιες δεν είναι κοινοί, ιδιαίτερα για την ΕΚΕ, ή πολλές φορές δεν υπάρχει διάκριση μεταξύ των δύο και χρησιμοποιούνται ως ταυτόσημοι. Σε κάθε περίπτωση, η διατύπωση ενός επαρκή ορισμού για την έννοια της «βιώσιμης ανάπτυξης» είναι δύσκολη. Ωστόσο, έχουν γίνει κάποιες προσπάθειες προσέγγισης της έννοιας της «βιώσιμης ανάπτυξης», με πιο γνωστή αυτή που αναφέρει την βιώσιμη ανάπτυξη «ως η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες των σύγχρονων γενεών χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των επόμενων γενεών να ικανοποιή-

σουν τις δικές τους ανάγκες» (Brundtland, 1987). Αντίστοιχες, προσπάθειες, με μεγαλύτερη, ωστόσο, αποτελεσματικότητα, έγιναν και για την προσέγγιση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, με την πιο γνωστή να αναφέρει ότι ΕΚΕ είναι η απόπειρα των οργανισμών να εμπλέκονται με κοινωνικές και περιβαλλοντικές δραστηριότητες σε ένα εθελοντικό πλαίσιο, παράλληλα με τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και τα άλλα ενδιαφέροντά τους. Οι εταιρείες, άμεσα ή έμμεσα με την υιοθέτηση της κοινωνικής ευθύνης, μπορούν να συμβάλλουν στην εξάλειψη των περισσότερων απειλών βιωσιμότητας, ενσωματώνοντας τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο στις δραστηριότητές τους. Γενικά, η ΕΚΕ μπορεί να θεωρηθεί ως εθελοντική επιχειρηματική συνεισφορά στην βιώσιμη ανάπτυξη (European Commission, 2002).

Οι Marimoto και συν. (2005) καταλήγουν ότι η ΕΚΕ αποτελεί την κοινωνική διάσταση της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο Korhonen (2003) υποστηρίζει ότι η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελεί τη βάση για την ΕΚΕ και την εταιρική περιβαλλοντική διοίκηση. Ωστόσο υπάρχουν περιπτώσεις, όπως των Salzmann και Steger (2006), που ορίζουν την ΕΚΕ ως συνώνυμο της εταιρικής βιωσιμότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης, σε εταιρικό επίπεδο, και αναφέρουν ότι η διοίκηση των Συμμετεχόντων είναι ουσιαστικά η κοινωνική ευθύνη των εταιρειών. Επίσης, οι Cramer και λοιποί (2004) χρησιμοποιούν τους δύο όρους με την ίδια έννοια, αλλά χαρακτηρίζουν την ΕΚΕ ως ένα μοντέλο με τρεις διαστάσεις, το οποίο συνήθως είναι η βιώσιμη ανάπτυξη. Η Ebner (2008) επισημαίνει ότι ορισμένοι συγγραφείς αναφέρονται στην κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας, βασιζόμενοι στον ορισμό του Brundtland, αλλά αποφεύγουν να κάνουν λόγο για την ΕΚΕ. Άλλοι συγγραφείς ορίζουν την βιωσιμότητα ως τη βάση της ΕΚΕ ενώ άλλοι χρησιμοποιούν τις δύο έννοιες συνώνυμα. Η τέταρτη διαφοροποίηση αναφέρει ότι η βιωσιμότητα αποτελεί τη βάση της ΕΚΕ και την ορίζει ως την κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας.

Από τότε που η ΕΚΕ απασχολεί αποκλειστικά εταιρείες, οι δημόσιες αρχές πρέπει να μεριμνούν για την προώθηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών υπεύθυνων πρακτικών των επιχειρήσεων. Μάλιστα, οι δημόσιες πολιτικές για την ΕΚΕ μπορούν να διαμορφώσουν θετικά την παγκοσμιοποίηση, μέσα από την προώθηση των ορθών πρακτικών των επιχειρήσεων, οι οποίες συμβάλλουν στην συμπλήρωση δημόσιων προσπαθειών για βιώσιμη ανάπτυξη. Βάσει της παραπάνω ιστορικής παρουσίασης του περιεχομένου της ΕΚΕ, διαφαίνεται ότι οι εταιρείες δεν δύνανται να επιλύουν

όλα τα αναδυόμενα προβλήματα στις διάφορες κοινωνίες όπου και δραστηριοποιούνται, ούτε και να επιβαρυνθούν τις οικονομικές δαπάνες για την αντιμετώπισή τους.

Διαπιστώνεται ότι η ΕΚΕ είναι έννοια η οποία μπορεί να περιγραφεί ως διαφορούμενη, υποκειμενική και συγκεκριμένη. Ο όρος της κοινωνίας δεν διατυπώνεται ξεκάθαρα στους παραπάνω ορισμούς δημιουργώντας σύγχυση σε ποιους είναι υπεύθυνες οι εταιρείες. Δεν πρέπει να αγνοείται ότι βασικός σκοπός των εταιρειών είναι η δημιουργία κέρδους και η μεγιστοποίησή του και όχι η λύση κοινωνικών ζητημάτων. Ωστόσο, οι εταιρείες προσπαθούν να μετατρέψουν τις κοινωνικές ανησυχίες σε επιχειρηματικές ευκαιρίες, μειώνοντας ταυτόχρονα τις αρνητικές επιδράσεις της εταιρείας στην κοινωνία.

2. Συναφείς Έννοιες

2.1. Αειφόρος Ανάπτυξη

Η αειφόρος ανάπτυξη αποτελεί μία πολυσύνθετη έννοια, γεγονός που διαφαίνεται και από τις πολλές προσπάθειες που έχουν γίνει για την διατύπωση ενός πλήρους ορισμού. Ο πλέον διαδεδομένος ορισμός είναι ότι η αειφόρος ανάπτυξη είναι η *«ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες»*. Σε αυτόν τον ορισμό διαφαίνονται και οι τρεις (3) βασικοί πυλώνες της αειφόρου ανάπτυξης: 1) η οικονομία, 2) η κοινωνία και 3) το περιβάλλον (EUR-Lex, 2007). Η Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, κατά την έκθεση Brundtland το 1983, διατύπωσε έναν άλλον ορισμό: *«Αειφόρος είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του σήμερα χωρίς να υποσκάπτει την δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες»* (Γεωργόπουλος, 2014).

Βάσει των παραπάνω ορισμών διαφαίνεται ότι η αειφόρος ανάπτυξη στηρίζεται στη γνώση της πολυσυνθετότητας, η οποία φαίνεται να συνδέει τα οικοσυστήματα του πλανήτη μεταξύ τους, καθώς και με την αντίληψη των ορίων αντοχής τους. Σε αυτό το πλαίσιο έχει αναπτυχθεί και το μοντέλο της αειφόρου ανάπτυξης, το οποίο αποτελεί πλέον ένα βαρύνουσας σημασίας σημείο αναφοράς τόσο για τη διαμόρφωση, όσο και για την πρακτική εφαρμογή της διεθνούς πολιτικής, αποσκοπώντας στον συγκερασμό της κλασικής αυτής αντίφασης που εντοπίζεται ανάμεσα στην ανάπτυξη της οικονομίας και την προστασία του περιβάλλοντος,

λαμβάνοντας, παράλληλα, υπόψη και τον κοινωνικό παράγοντα. Εντούτοις, σύμφωνα με τον ορισμό, ο οποίος διατυπώθηκε, και εντέλει, υιοθετήθηκε κατά τη Συνδιάσκεψη του Ρίο, «*αειφόρος*» είναι «*η ανάπτυξη εκείνη που ικανοποιεί τις ανάγκες της παρούσας γενεάς χωρίς να διακυβεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες*». Πρόκειται για έναν ορισμό που υιοθετήθηκε με ορισμένες μικρές από τη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, οι οποίες εστιάζουν στον εμπλουτισμό και τη διεύρυνση του περιεχομένου του μοντέλου της αειφόρου ανάπτυξης με την κατάρτιση της Ατζέντας (Φίλιου, & Γεωργάκα, 2011).

2.2.Βιώσιμη Ανάπτυξη

Ο πλέον διαδεδομένος και αποδεκτός ορισμός της βιώσιμης ανάπτυξης είναι ο εξής: «*βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ηθική υποχρέωση να παραδώσουμε στα παιδιά μας τον κόσμο όπως τον παραλάβαμε από τους γονείς μας*». Η βιώσιμη ανάπτυξη διακρίνεται από ορισμένα χαρακτηριστικά. Αυτά τα χαρακτηριστικά συνοψίζονται στα εξής: 1) τον χώρο, δηλαδή την κάθετη (τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, και διεθνές επίπεδο ανάπτυξης), και την οριζόντια θεώρηση του χώρου (ισόρροπη ανάπτυξη των υποανάπτυκτων χωρών), 2) τον χρόνο, δηλαδή τους μακροπρόθεσμους στόχους, την βραχυπρόθεσμη δράση και την παροχή ίσων ευκαιριών ανάπτυξης στις παροντικές και τις μελλοντικές γενεές¹, 3) τη θεματολογία, στην οποία περιλαμβάνονται τα τρία (3) συστατικά της Βιώσιμης Ανάπτυξης (οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον) και 4) η ολοκλήρωση, η οποία αναφέρεται στην, όσο το δυνατό, πλήρη ενσωμάτωση του περιβάλλοντος κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, καθώς και την εξέταση των αλληλεπιδράσεων ανάμεσα στους κοινωνικοοικονομικούς και περιβαλλοντικούς παράγοντες που υπεισέρχονται στη διαδικασία λήψης απόφασης (Ζαγοριανάκος, 2002).

2.3.Διακυβέρνηση

Με τον όρο «*διακυβέρνηση*» γίνεται αναφορά σε μία σειρά από θεσμούς, καθώς και σε ένα μεγάλο εύρος κοινωνικών και οικονομικών παραγόντων. Πρόκειται, λοιπόν, για μία δραστηριότητα, μία ενεργητική διαδικασία, μία στρατηγική μέθοδο, έναν τρόπο «*κυβέρνησης*», διαχείρισης, δηλαδή, όλων των παραπάνω δημοσίων πραγμάτων. Στον όρο «*κυβέρνηση*» η πρόθεση «*δια-*» που προστίθεται δηλώνει τη

¹ Σε αυτό το πλαίσιο, σημαντικό ρόλο παίζει η έννοια της «*απόλειας αξιών*» (discounting), όπως και το «*πρόβλημα της τιμής*», το οποίο πρέπει να ορισθεί στο μηδέν βάσει των αρχών της ΒΑ

«διάχυση», τη «διασπορά», την «ευρύτητα». Ωστόσο, και πάλι ο όρος «διακυβέρνηση» φαίνεται να είναι ένας ακόμη πιο αφηρημένος όρος από ότι ο όρος «κυβέρνηση», αναφέρουν οι Hague και Harrop (2005). Συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι «η διακυβέρνηση υποδηλώνει τη δραστηριότητα λήψης συλλογικών αποφάσεων. Πρόκειται για μια λειτουργία στην οποία είναι ενδεχόμενο τα κυβερνητικά όργανα να μην πρωταγωνιστούν ή να μην έχουν καν συμμετοχή. Στις διεθνείς σχέσεις, λόγω χάρη, δεν υφίσταται κάποια μορφή παγκόσμιας διακυβέρνησης για την επίλυση των προβλημάτων, ωστόσο πολλά ζητήματα διευθετούνται μέσω διαπραγματεύσεων. Αυτό είναι ένα παράδειγμα διακυβέρνησης από την οποία απουσιάζει η κυβέρνηση». Βάσει αυτού, φαίνεται ότι υπάρχει ένας σαφής διαχωρισμός μεταξύ των δύο (2) όρων. Συγκεκριμένα, τον όρο «τομεακή διακυβέρνηση» γίνεται αναφορά στο σχεδιασμό συγκεκριμένων θεματικών πολιτικών, κατά τη διάρκεια του οποίου φαίνεται να έχουν ενεργή συμμετοχή τόσο ιδιωτικοί όσο και δημόσιοι εμπλεκόμενοι. Ο σχεδιασμός αυτός φαίνεται να εξελίσσεται πέρα από τα όρια της ζώνης της διαδικασίας λήψης αποφάσεων με κανονιστικό χαρακτήρα. Από την άλλη, η κυβέρνηση ως θεσμός αναφέρεται κατά αποκλειστικότητα στη λήψη αποφάσεων, μέσα από την θέσπιση νομοθεσίας, καθώς και την εφαρμογή της στις κρατικές λειτουργίες. Όμως, παρόλο που η κυβέρνηση δρα σε όλο το εύρος των δημόσιων πολιτικών, οι διάφοροι εμπλεκόμενοι φαίνεται να περιορίζουν σημαντικά την δραστηριότητά τους αποκλειστικά σε τομείς που έλκουν το ενδιαφέρον τους, δίχως να έχουν τη δυνατότητα μεταφοράς πόρων από το ένα πεδίο δημόσιας πολιτικής στο άλλο. Με το πέρασμα των χρόνων, ο ορισμός της έννοιας της «διακυβέρνησης» έγινε πιο ξεκάθαρος και καθιερώθηκε έκτοτε με την διακήρυξη των Ηνωμένων Εθνών. Σύμφωνα, λοιπόν, με τα Ηνωμένα Έθνη, η διακυβέρνηση είναι «η διαδικασία μέσω της οποίας θεσμοί, επιχειρήσεις και ομάδες πολιτών προωθούν τα συμφέροντα τους, ασκούν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους και διαμεσολαβούν τις διαφορές τους» (Heritier & Lehmkuhl, 2008).

2.4.Εταιρική Διακυβέρνηση

Η «Εταιρική Διακυβέρνηση» είναι τομέας των οικονομικών επιστημών, ο οποίος ασχολείται με τη διερεύνηση των στρατηγικών εκείνων που εξασφαλίζουν την πλέον αποτελεσματική διαχείριση των οργανισμών. Οι στρατηγικές αυτές αποτελούν μηχανισμούς που ενεργοποιούν κίνητρα, όπως είναι, για παράδειγμα, τα συμβόλαια, οι διάφοροι οργανωτικοί σχεδιασμοί, η αντίστοιχη νομοθεσία κ.ά. Στόχος, λοιπόν της Εταιρικής Διακυβέρνησης είναι η βελτίωση της οικονομικής απόδοσης, διερευνώντας

μεθόδους και στρατηγικές, βάσει των οποίων οι οργανισμοί διασφαλίζουν την περίπτωση ότι οι εταιρικοί διευθυντές επρόκειτο να επιδώσουν μία ανταγωνιστική τιμή επιστροφής. Εντούτοις η Εταιρική Διακυβέρνηση αποτελεί ένα μεγάλο εύρος διαδικασιών, νόμων και θεσμών, το οποίο ασκεί σημαντική επίδραση στον τρόπο καθοδήγησης και ελέγχου ενός οργανισμού. Ακόμη, περιλαμβάνει ένα σύνολο σχέσεων μεταξύ των διαφόρων συμφερόντων, τα οποία εμπλέκονται, καθώς και τους στόχους, οι οποίοι καθορίζονται από την Εταιρική Διοίκηση. Ο κύριος κύκλος συμφερόντων απαρτίζεται από τους μετόχους, καθώς και από το διοικητικό συμβούλιο, ενώ σε αυτόν εμπλέκονται και οι εργαζόμενοι, οι προμηθευτές, οι καταναλωτές, οι τράπεζες, οι δανειστές, οι ρυθμιστές, το (ανταγωνιστικό) περιβάλλον και η κοινότητα γενικότερα (Mathiesen, 2002).

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, διατύπωσε έναν από τους πλέον διαδεδομένους ορισμούς της «Εταιρικής Διακυβέρνησης», αναφέροντας ότι πρόκειται «για ένα σύστημα με το οποίο οι εταιρείες παρακολουθούνται και ελέγχονται. Το σύστημα εταιρικής διακυβέρνησης εξειδικεύει τη διάρθρωση των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων μεταξύ των διαφορετικών συμμετεχόντων σε μια εταιρεία, όπως το ΔΣ, τα ανώτατα εκτελεστικά διευθυντικά στελέχη, τους μετόχους, και άλλους εταίρους, όπως οι εργαζόμενοι, προμηθευτές, μακροχρόνιοι πελάτες, τοπική κοινωνία, και άλλοι» (Σπανός, 2001). Έτσι, ο όρος της «διακυβέρνησης», σε αυτό το πλαίσιο, σχετίζεται άμεσα με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, όπως και την διαδικασία υλοποίησης αυτών των αποφάσεων (Μπέκου, 2008).

2.5. Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση

Όπως όλες οι παραπάνω έννοιες, έτσι και η έννοια της «Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης» αποτελεί μία πολυσύνθετη έννοια, για την οποία έχουν αναπτυχθεί πολλοί ορισμοί, αποσκοπώντας στην, όσο το δυνατό, καλύτερη προσέγγισή της. Ένας από τους πλέον διαδεδομένους ορισμούς της έννοιας της «Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης» αναφέρει ότι πρόκειται για «μία χρήση από την κυβέρνηση των *web-based* εφαρμογών του Διαδικτύου και των άλλων τεχνολογιών της πληροφορίας, σε συνδυασμό με τις διαδικασίες που εφαρμόζουν αυτές τις τεχνολογίες: α) στη βελτίωση της πρόσβασης και την παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών διακυβέρνησης στους δημόσιους ή σε άλλους οργανισμούς και σε άλλους φορείς της κυβέρνησης και β) στις διαδικασίες βελτίωσης της λειτουργίας της κυβέρνησης, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν την

αποτελεσματικότητα, την αποδοτικότητα, την ποιότητα των υπηρεσιών, ή το μετασχηματισμό» (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2012). Ακόμη, ο όρος της «Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης» αναφέρεται «στην αξιοποίηση των νέων δεδομένων της επιστήμης της πληροφορικής, των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας, καθώς και άλλων web-based τηλεπικοινωνιακών τεχνολογιών, αποσκοπώντας στη βελτίωση, αλλά την ενίσχυση, του βαθμού αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στο δημόσιο» (Chun & Ibrahim, 2007). Παράλληλα με τους δύο (2) παραπάνω ορισμούς, η Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση αναφέρεται στη σχετικά μόνιμη δέσμευση της κυβέρνησης ότι θα διασφαλίσει τη βελτίωση των σχέσεων ανάμεσα στους πολίτες και τον δημόσιο τομέα, μέσα από την επίτευξη της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών (United Nations Division of Public Economics and Public Administration, 2002).

2.6. Διακυβέρνηση ως Αειφόρος Διακυβέρνηση

Οι απόψεις που αναδύθηκαν από τον διάλογο γύρω από την «Νέα Δημόσια Διοίκηση» δεν είναι καινούργιες, αντιθέτως, είναι προϊόντα αναβίωσης παλαιότερων απόψεων. Εντούτοις αναδύεται ότι πρόκειται για μία «νέα προσέγγιση», η οποία αποτελεί τελικά έναν τρόπο έκφρασης μαζί με την ροπή, επιδιώκοντας λιγότερη παρέμβαση βαθύτερο συντηρητισμό. Αντίστοιχη άποψη έχουν και άλλοι θεωρητικοί, οι οποίοι αναφέρουν ότι «αν και εμφανιζόμενες ως καινοτόμες, οι δοξασίες αυτές της Νέας Δημόσιας Διοίκησης δεν είναι ούτε νέες ούτε ομοιογενείς. Στην πλειονότητά τους είναι βαθιά ριζωμένες στην σκέψη ορισμένων συντηρητικών θεωρητικών, και αντικεινσιανών οικονομολόγων όπως ο Milton Friedman. Πολύ περισσότερο όμως, οι θεωρητικοί της Νέας Δημόσιας Διοίκησης αντλούν την έμπνευσή τους από μια άλλη αντίληψη της ανθρώπινης φύσεως, ένα μοντέλο Ανθρώπου που βρίσκεται στους αντίποδες του κλασσικού» (Αργυριάδης, 2005). Σε αυτό το πλαίσιο, ο Krugman (2008) διατυπώνει τον προβληματισμό του για αυτήν την αντίφαση, αναφέροντας ότι «Το να είναι κανείς σήμερα προοδευτικός σημαίνει, με κάποιο τρόπο, να είναι συντηρητικός. Δηλαδή σημαίνει, εν πολλοίς, να επιδιώκει την επιστροφή στην κοινωνία της μέσης τάξης [...]. Μπορεί αυτό να φαίνεται αντιφατικό, αλλά δεν είναι. Η προώθηση των θεμελιωδών στόχων των προοδευτικών σημαίνει νέα μέτρα πολιτικής», ενώ παράλληλα ο Dror (2008) αναφέρει ότι «αποτελεί ειρωνεία της ιστορίας το γεγονός ότι πολλοί θεωρητικοί της ελεύθερης αγοράς φαίνονται να μοιράζονται τη μαρξιστική πίστη για

τον μαρασμό του κράτους, ξεχνώντας ότι το [αόρατο χέρι] της αγοράς ή της κοινωνίας χρειάζεται ένα σώμα και έναν εγκέφαλο πίσω και πάνω από αυτό».

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι, βάσει της περιβαλλοντικής πολιτικής, αναδύονται και οι ευρύτερες τάσεις, οι οποίες χαρακτηρίζουν το περιεχόμενο των αντιλήψεων της ευρωπαϊκής διακυβέρνησης (Sen, 2006), και σχετίζονται και με τον οικονομικό τομέα, καθώς και με την ελληνική κρίση (Krugman, 2008). Η ευρωπαϊκή περιβαλλοντική, θεωρείται ως ιδιαίτερος προοδευτική, ενώ οι προκαθορισμένοι στόχοι της ιδιαίτερος φιλόδοξοι, συγκριτικά με την αντίστοιχη περίπτωση των ΗΠΑ και της Κίνας. Ωστόσο, οι φιλόδοξοι αυτοί στόχοι φαίνεται ότι μπορούν να υλοποιηθούν μέσω διαδικασιών, οι οποίες μπορούν να διασφαλίσουν την νομιμοποίηση σε ευρύτερο επίπεδο, και το αντίστοιχο κανονιστικό πλαίσιο, η ανάδειξη του οποίου εξασφαλίζεται πια με τη νέα αυτή προσέγγιση. Όσο αναφορά την έννοια της «*αιεφορίας*» υποστηρίζεται ότι περιλαμβάνει τρεις (3) πυλώνες: 1) οικονομία, 2) περιβάλλον και 3) κοινωνία. Όμως, φαίνεται ότι έχει θεσμοθετηθεί ένας τέταρτος πυλώνας, ο οποίος κρίνεται αναγκαίος για την ολοκλήρωση της προσέγγισης της αιεφορίας, η οποία, μάλιστα, δεν είναι ανεξάρτητη από την σταθερότητα και την ανάπτυξη της οικονομίας, καθώς και την συνοχή και πρόοδο της κοινωνίας (Τσαντίλης & Χατζημπίρος, 2007).

3. Η έννοια της ΕΚΕ

Ο ορισμός και το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εξελίσσεται διαρκώς σε ένα δυναμικό πλαίσιο, με αποτέλεσμα να έχουν διαμορφωθεί διαφορετικοί ορισμοί και θεωρίες σχετικά με αυτήν. Ο ορισμός που δίνουν στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μια σειρά από οργανώσεις (GRI, BSR, Eldis, CSR Europe), επικεντρώνεται στις οικονομικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές επιπτώσεις που έχει η δραστηριότητα της. Ένας άλλος ορισμός υπαγορεύει ότι η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αναφέρεται στην υποχρέωση του οργανισμού να μεγιστοποιήσει τη θετική του επίδραση στην κοινωνία και να ελαχιστοποιήσει την αρνητική, ενώ σύμφωνα με άλλους στοχεύει στο να επιτύχει εξισορρόπηση συμφερόντων όλων των εμπλεκομένων στον οργανισμό (stakeholders).

Ένας ορισμός είναι αυτός του Ελληνικού Δικτύου Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, το οποίο την ορίζει «*ως οικειοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές δράσεων με περιβαλλοντικά και κοινωνικά κριτήρια,*

που να είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από τη νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (*stakeholders*), δηλαδή εργαζόμενοι, μέτοχοι, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, τοπικές κοινότητες δραστηριοποίησης» (Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης, 2009-2014). Επίσης, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη περιλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος διαστάσεων, οι οποίες συνοψίζονται από την πλειοψηφία των ερευνητών ως εξής: 1) φιλανθρωπικές ευθύνες (*philanthropic responsibilities*): να είσαι καλός πολίτης και να συνεισφέρεις στην κοινωνία, 2) ηθική ευθύνη (*ethical responsibility*): να είσαι ηθικός, να κάνεις ό,τι είναι σωστό και δίκαιο και να αποφεύγεις το κακό, 3) νομική ευθύνη (*legal responsibility*): να συμμορφώνεσαι στο νόμο. Ο νόμος είναι η κωδικοποίηση αυτού που η κοινωνία θεωρεί σωστό και λάθος, και 4) οικονομική ευθύνη (*economic responsibilities*): να είσαι επικερδής, βασική προϋπόθεση για να υλοποιούνται και τα παραπάνω (Freeman & Moutchnik, 2013).

3.1.Βασικές Θεωρητικές Προσεγγίσεις

Υπάρχει ένα μεγάλο εύρος βασικών θεωρητικών προσεγγίσεων, οι οποίες έχουν αναπτυχθεί γύρω από την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, τα τελευταία χρόνια. Παρακάτω αναφέρονται ορισμένες από τις βασικότερες θεωρητικές προσεγγίσεις:

- «Κλασική θεωρία περί Εταιρικής Ευθύνης με έμφαση στην έννοια της υπευθυνότητας»
- «Θεωρία περί δημόσιας «λογοδοσίας» (*accountability*)²
- “*Triple Bottom Line*”, η οποία αναφέρεται σε οικονομικά οφέλη συναρτήσει του κοινωνικού και περιβαλλοντικού προφίλ του οργανισμού
- «Εταιρική βιωσιμότητα» (*Corporate Sustainability*), εστιάζοντας στην «αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης»
- «Εταιρική διακυβέρνηση» (*Corporate Governance*), εστιάζοντας στο οργανωσιακό πλαίσιο, καθώς και τις υποδομές για την εφαρμογή των αρχών της βιωσιμότητας
- «Θεωρία περί εταιρικού πολίτη» (*Corporate citizenship*)³

² Δημόσια λογοδοσία: ένα σύνολο διαδικασιών, μέσα από τις οποίες οι οργανισμοί καλούνται να δώσουν εξηγήσεις και να λογοδοτήσουν για τη δημόσια εκδηλωμένη συμπεριφορά τους.

³ Εταιρικός πολίτης: πρόκειται για την περίπτωση κατά την οποία η επιχείρηση παρέχει στους κοινωνικούς μετόχους κοινωνικά δικαιώματα, ενισχύοντας, παράλληλα, τις αστικές τους ελευθερίες, λειτουργώντας ουσιαστικά ως κανάλι πολιτικών δικαιωμάτων.

- «Θεωρία περί Εταιρικής Υπευθυνότητας απέναντι στους κοινωνικούς μετόχους» (Corporate Stakeholder Responsibility)
- «Θεωρία αμοιβαίας υπευθυνότητας»

Από τις παραπάνω θεωρίες, η «Θεωρία περί Εταιρικής Υπευθυνότητας απέναντι στους κοινωνικούς μετόχους» αποτελεί μία από τις πλέον αποδεκτές και διαδεδομένες θεωρίες περί κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων. Η θεωρία αυτή, η οποία εκφράστηκε από τον Freeman, αντιλαμβάνεται τους οργανισμούς ως σύνολα, τα οποία αποτελούνται από διάφορους κοινωνικούς μετόχους. Η θεωρία αυτή έχει ως στόχο κάθε επιχείρηση να δημιουργήσει ένα σύνολο αξιών για όλους τους κοινωνικούς μετόχους. Μάλιστα, βασική παραδοχή της θεωρίας αυτής είναι ότι η επιτυχία ενός οργανισμού έγκειται στη σωστή διαχείριση των σχέσεων μεταξύ όλων εμπλεκόμενων μερών (stakeholders).

Η πλειοψηφία των θεωρητικών για τη θεωρία των κοινωνικών μετόχων συγκλίνουν όσο αναφορά τις ευθύνες των οργανισμών απέναντι στους τελευταίους, θέτοντας τον οργανισμό στο επίκεντρο και περιμετρικά όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Άλλοι θεωρητικοί τείνουν να θέτουν τον οργανισμό και τους κοινωνικούς μετόχους μέσα σε ένα αλληλοσυνδεδεμένο σχεσιακό δίκτυο. Εντούτοις ο διάλογος που αναπτύσσεται εστιάζει πια και στις ευθύνες των κοινωνικών μετόχων, οι οποίοι οφείλουν να λογοδοτήσουν και αυτοί για τις αποφάσεις και τις πράξεις τους. Η ευθύνη εντοπίζεται στη συμμετοχή και τη δέσμευση μίας διαδικασίας που απαιτεί καλούς ακροατές, καθώς και αμοιβαία γνώση από κάθε ομάδα. Επίσης, η καθιέρωση πρακτικών διαλόγων μέσα από τη συμμετοχή πολλαπλών κοινωνικών μετόχων (multi stakeholder dialogue) από την Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και από άλλους συναφείς οργανισμούς, αποτελούν έμπρακτη ότι η ευθύνη είναι κάτι που αφορά όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Κλείνοντας, οι παραπάνω θεωρίες συνοψίζουν την πολυδιάστατη και πολυσύνθετη έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία προάγει πρώτα το διάλογο, και ιδιαιτέρως, τον ανοιχτό διάλογο, το οποίο και πρέπει να διεξάγουν οι οργανισμοί στο εσωτερικό τους, και έπειτα, τη συνεργασία ανάμεσα στους οργανισμούς, τόσο στον κοινωνικό τομέα όσο και στο δημόσιο τομέα, αποσκοπώντας στην αειφόρο ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί μία νέα στρατηγική σκέψης και επιχειρηματικής διοίκησης, βάσει της οποίας οι οικονομικοί οργανισμοί διαχειρίζονται τον αντίκτυπο που έχουν στην κοινωνία, αποσκοπώντας

στη διερεύνηση της καλής καλή εταιρική τους φήμης, συμβάλλοντας παράλληλα και στην οικονομική και κοινωνική ευρωστία (Garriga & Melé, 2004).

4. Λόγοι Εφαρμογής ΕΚΕ

Οι παράγοντες που παρακινούν την εταιρεία να ενσωματώσει κοινωνική ευθύνη στις λειτουργίες της μπορεί να διαφέρουν από εταιρεία σε εταιρεία, ανάλογα με τους αρχικούς παράγοντες που συντέλεσαν στη δημιουργία της εταιρείας, την κουλτούρα της και τη στρατηγική της (Ευρωπαϊκό Πολυμερές Φόρουμ για την ΕΚΕ, 2004). Παρακάτω περιγράφονται οι παράγοντες που συμβάλλουν στην υιοθέτηση της ΕΚΕ.

Αυξανόμενος ακτιβισμός των συμμετεχόντων: Οι συμμετέχοντες, επηρεασμένοι από τα εταιρικά λογιστικά σκάνδαλα, επικεντρώθηκαν στη συμμετοχή των εταιρειών σε ηθικές και κοινωνικές συμπεριφορές. Η κοινή γνώμη και διάφοροι συμμετοχοί αναμένουν περισσότερα από τις εταιρείες εκτός από τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Η ανάληψη ακτιβιστικών δράσεων έναντι επιχειρησιακών πρακτικών που είναι κοινωνικά ανεύθυνες πραγματοποιείται με τη μορφή δημόσιων διαδηλώσεων, δημόσιων αποκαλύψεων σκανδάλων, μποϊκοτάζ, ψηφισμάτων των μετόχων καθώς και «επιθέσεων» στους δικτυακούς τόπους των επιχειρήσεων (Business for Social Responsibility).

Η δημοτικότητα της «πράσινης» κατανάλωσης: Οι καταναλωτές συνεχίζουν να ενδιαφέρονται για την ΕΚΕ και να αγοράζουν προϊόντα από εταιρείες που εφαρμόζουν υπεύθυνες πρακτικές. Η «πράσινη» κίνηση γίνεται όλο και πιο δραστήρια, καθώς υπάρχει ένα παγκόσμιο δίκτυο από Μη Κυβερνητικούς Οργανισμούς οι οποίοι προβάλλουν πληροφορίες. Το διαδίκτυο αποτελεί έναν καλό δίαυλο επικοινωνίας, όπου οι καταναλωτές καλούνται να μποϊκοτάρουν προϊόντα και υπηρεσίες των οποίων οι εταιρείες δεν έχουν εφαρμόσει προγράμματα ΕΚΕ. Και αντιστρόφως ενημερώνεται το προσωπικό να αγοράσει προϊόντα και υπηρεσίες, των οποίων οι εταιρείες εφαρμόζουν την ΕΚΕ (Tanimoto, 2004).

Νέα πρότυπα, κώδικες δεοντολογιών, δείκτες και κατευθυντήριες γραμμές: Νέα εθελοντικά πρότυπα ΕΚΕ και εργαλεία μέτρησης αποδοτικότητας εμφανίζονται

με τοπέρας των χρόνων, αυξάνοντας την περιπλοκότητα της ΕΚΕ κυρίως για τις πολυεθνικές εταιρείες στις αναπτυσσόμενες χώρες (Business for Social Responsibility; Fliess, 2007). Τα παγκόσμια πρότυπα, κώδικες δεοντολογιών και πλαίσια εργασίας τυγχάνουν μεγάλης προσοχής από εταιρείες και ερευνητές της ΕΚΕ. Οι κώδικες και τα πρότυπα ΕΚΕ που έχουν αναπτυχθεί υποστηρίζονται από κυβερνήσεις, εταιρείες και οργανισμούς από το 1948 προκειμένου να συγκροτήσουν μία ηθική αρχή και οδηγίες για τις πολυεθνικές εταιρείες (Phatak et al, 2005).

Ο Leipziger (2003) υποστηρίζει ότι είναι πολύ δύσκολο για τις εταιρείες να δραστηριοποιηθούν στην ΕΚΕ, λόγω της πληθώρας των προτύπων και κωδίκων δεοντολογίας που υπάρχουν. Σε αυτήν την αυξητική τάση συνέβαλαν και τα μεγάλα επιχειρησιακά σκάνδαλα στις Η.Π.Α. Ταυτόχρονα, διογκωμένη είναι η απαίτηση από αυτούς που ασχολούνται με την ΕΚΕ για αισθητή ενοποίηση και βελτίωση όλων των εθελοντικών προτύπων, όπως το Οικουμενικό Σύμφωνο, το Global Sullivan Principles, το CERES environmental principles ή το πρότυπο SA8000 labor (Business for Social Responsibility; Leipziger, 2003). Οι κώδικες και τα πρότυπα αναπτύσσονται με σκοπό οι εταιρείες να συμπεριφέρονται ηθικά, αυτά όμως διαφέρουν ανάμεσα στις χώρες και τους πολιτισμούς (Donaldson, 2001). Ο Fliess (2007) αναφέρει ότι οι απαιτήσεις για να συμμορφωθούν στα εθνικά πρότυπα είναι περισσότερες στις χώρες του Καναδά και της Κορέας.

Νόμοι και κανονισμοί: Η νομική ευθύνη των εταιρειών είναι σημαντικό στοιχείο της ΕΚΕ, σύμφωνα με τον Carroll (2004). Οι εταιρείες πρέπει να υπακούουν τους νόμους κάθε χώρας, δεδομένου ότι θέτουν τους κανόνες για το τι είναι αποδεκτό και τι όχι. Εάν η εταιρεία δεν υπακούει τους νόμους και τους κανονισμούς, αυτό μπορεί να αποβεί σε βάρος της φήμης της. Κάθε χώρα υιοθετεί νομικά συστήματα, τα οποία διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Αυτό σημαίνει ότι οι προσδοκίες από τις εταιρείες διαφέρουν. Ο Galbreath (2006) αναφέρει ότι οι νόμοι επιβάλλονται από τις κυβερνήσεις όταν οι εταιρείες και η αγορά έχουν αποτύχει να διασφαλίσουν την ανταγωνιστικότητα, τα ασφαλή προϊόντα, τις ίσες ευκαιρίες στην εργασία και καθαρό και υγιές περιβάλλον. Ο Galbreath (2006) προσθέτει ότι οι νόμοι, με βάση τους οποίους οι εταιρείες θα δραστηριοποιηθούν στο εξωτερικό, θα ληφθούν υπόψη στην εφαρμογή της ΕΚΕ. Οι εταιρείες αντιμετωπίζουν το δίλλημα εάν θα λάβουν υπόψη τους νόμους της χώρας από όπου ξεκίνησε η εταιρεία τη δραστηριότητά της ή θα

συμμορφωθούν στους νόμους των χωρών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Το ερώτημα που ανακύπτει είναι αν οι εταιρείες θα ακολουθούν την ίδια ΕΚΕ σε όλες τις χώρες, στις οποίες δραστηριοποιούνται.

Περιπλοκότερη δέσμευση συμμετεχόντων: Από την πλευρά των εταιρειών, το ζήτημα του κατά πόσο οι Συμμετέχοντες αναμειγνύονται στις εταιρείες έχει μετατοπιστεί στο πώς αναμειγνύονται, οργανώνοντας καλύτερα τη διαδικασία της συμμετοχής (Business for Social Responsibility).

Υπευθυνότητα σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού: Κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, η ΕΚΕ χαρακτηρίζεται ως μια επέκταση των ορίων της ευθύνης της εταιρείας. Οι Συμμετέχοντες καθιστούν υπεύθυνες τις εταιρείες για τις ενέργειες των εταιρικών συνεργατών με ιδιαίτερη έμφαση στους προμηθευτές σε θέματα περιβαλλοντικά, εργασιακά και ανθρωπίνων πόρων (Business for Social Responsibility).

Διαφάνεια και Λογοδοσία: Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν όλο και περισσότερο το αίτημα για διαφάνεια και απαίτηση για μέτρηση, λογοδοσία και συνεχή βελτίωση της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και οικονομικής αποδοτικότητας. Αναμένεται από την πλευρά των εταιρειών να παρέχουν πληροφορίες για την επίδραση των ενεργειών τους, να προωθούν το διάλογο με τους Συμμέτοχους. Οι πρωτοπόρες εταιρείες αναζητούν και άλλους τρόπους για την αύξηση της αξιοπιστίας αναφορικά με τη διαφάνεια και τις μεθόδους λογοδοσίας. Επίσης, οι Συμμετέχοντες θέλουν να γνωρίζουν τους τρόπους με τους οποίους οι εταιρείες μπορούν να επηρεάσουν την δημόσια πολιτική και αν αυτοί είναι συμβατοί με τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης. Πολλές, επομένως, εταιρείες παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες αναφορικά με την κοινωνική και περιβαλλοντική τους αποδοτικότητα ακόμα και αν αυτές είναι αρνητικές (Business for Social Responsibility).

Αυξημένο κυβερνητικό ενδιαφέρον και δράσεις: Η Ευρώπη εμφανίζεται πρωτοπόρα στην προώθηση της ΕΚΕ. Σημαντική είναι και η δημιουργία του Πολυμερούς Φόρουμ των Ενδιαφερόμενων Μερών της Ευρώπης για την ΕΚΕ το 2004, με σκοπό να συμβουλευεί την Επιτροπή ως προς τους τρόπους ενσωμάτωσης της ΕΚΕ. Κυβερνήσεις όπως της Γαλλίας και του Ηνωμένου Βασιλείου προωθούν πρότυπα για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να γίνονται οι εταιρικές αναφορές της κοινωνικής ευ-

θύνης που ενσωματώνουν. Η Δανία, από την πλευρά της, προωθεί τη διακλαδική συνεργασία ενώ το Λουξεμβούργο υιοθέτησε δικό του μοντέλο ΕΚΕ. Σημαντικές επίσης δράσεις για την ΕΚΕ εκπληρώνονται από τη Διεθνή Σύνοδο Κορυφής για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (World Summit on Sustainable Development) και το Οικουμενικό Σύμφωνο του Ο.Η.Ε. (Οικουμενικό Σύμφωνο), στα οποία συμμετέχει πληθώρα εταιρειών (Business for Social Responsibility).

Μη Κυβερνητικοί Οργανισμοί (ΜΚΟ): Ο Galbreath (2006) διακρίνει τριών ειδών ΜΚΟ βάσει της δραστηριότητας που αναπτύσσουν. Λειτουργικοί είναι εκείνοι οι ΜΚΟ, οι οποίοι προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε θέματα όπως η εκπαίδευση, η υγεία και σε περιπτώσεις καταστροφών. Οι συμβουλευτικοί ΜΚΟ λειτουργούν ως σύμβουλοι σε διάφορα θέματα, ενώ οι υπερασπιστικοί δραστηριοποιούνται σε ενέργειες που πιέζουν κυβερνήσεις και εταιρείες προκειμένου να λάβουν υπόψη τις ανησυχίες τους. Οι εταιρείες πρέπει να δώσουν σημασία στη διαφοροποίηση ή όχι της ΕΚΕ πριν εγκατασταθούν και σε άλλες χώρες. Η τελική απόφαση εξαρτάται τελικώς από τους στόχους των εταιρειών και τις πολιτικές τους. Ο Freeman (2006) υποστηρίζει ότι η δύναμη και η επίδραση των ΜΚΟ δεν πρέπει να μεγαλοποιείται. Αναφέρει τις περιπτώσεις των NIKE και Gap, οι οποίες κατηγορήθηκαν από ΜΚΟ ότι εκμεταλλεύονταν το προσωπικό τους. Οι εταιρείες αναγκάστηκαν να είναι πιο διαφανείς αναφορικά με τους προμηθευτές τους και να τους δημοσιοποιούν στο κοινό. Οι ΜΚΟ είναι εκείνες οι οποίες παροτρύνουν τις εταιρείες να ενασχοληθούν με την ΕΚΕ περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο φορέα. Οι σχέσεις με τους ΜΚΟ είναι σχεδόν ίσης αξίας με τη σχέση με τους επενδυτές, ιδιαίτερα από την πλευρά της εταιρικής φήμης και επικοινωνίας. Ο Jons (2001) υποστηρίζει ότι η αυξανόμενη τάση ΕΚΕ και της δημοτικότητας που έχει λάβει προέρχεται από την πίεση των ΜΚΟ στις εταιρείες. Οι ΜΚΟ επιδιώκουν οι εταιρείες να είναι «καλοί πολίτες», να υποστηρίζουν δηλαδή τους στόχους των ΜΚΟ. Εξέλιξη της τεχνολογίας: Η βελτίωση των πληροφοριακών συστημάτων και γενικότερα της τεχνολογίας έχει κάνει πιο έντονη τη σύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων και της ΕΚΕ. Η κινητή τηλεφωνία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το διαδίκτυο μπορεί να δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν αλλά ταυτόχρονα οι ενέργειες της εταιρείας αναφορικά με την ΕΚΕ διαδίδονται άμεσα. Εν ολίγοις, προκύπτει ότι η τεχνολογία μπορεί να βοηθήσει στην άμεση ανταλλαγή πληροφοριών, καθιστώντας, με αυτόν τον τρόπο, πια την διαδικτυ-

ακή και online διαχείριση της φήμης, μία επιτακτική ανάγκη όλων των επιχειρήσεων (Jons, 2001).

Αυξανόμενη πίεση επενδυτών: Ενώ οι θρησκευτικά και κοινωνικά υπεύθυνοι επενδυτές πιέζουν τις εταιρείες για ΕΚΕ αποδοτικότητα τα τελευταία 30 χρόνια, η ΕΚΕ έρχεται στο προσκήνιο όλο και περισσότερο στις επενδυτικές αποφάσεις. Τα τελευταία χρόνια χρησιμοποιούνται περισσότερα εργαλεία αξιολόγησης της ΕΚΕ, όπως αυτά των δεικτών ΚΥΕ. Οι επενδύσεις σε τέτοιου είδους εταιρείες τις πιέζουν να μεταβάλουν την πολιτική τους και να συμπεριλάβουν περισσότερα ζητήματα ΕΚΕ. Υπάρχουν ομάδες ακτιβιστών, οι οποίες αγοράζουν μετοχές προκειμένου να έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στα ετήσια διοικητικά συμβούλια (Business for Social Responsibility). Πληθώρα δεικτών ΚΥΕ υπάρχουν σε ολόκληρο τον κόσμο προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των κοινωνικά ευαίσθητων επενδυτών όπως οι Dow Jones Sustainable Index, FTSE4Good, Maala index και Ethibel Sustainability Index. Η Ευρώπη παρουσιάζει και αυτή μεγάλη ανάπτυξη αναφορικά με την εταιρική κοινωνική επένδυση τα τελευταία χρόνια και συγκεκριμένα στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σύμφωνα με το EIRIS, το συνολικό ποσό που επενδύθηκε σε κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις (σε αμοιβαία κεφάλαια) αυξήθηκε κατά 20 φορές από το 1989 (199 εκατ. λίρες) μέχρι το 2001 (4.0253 δις λίρες) (Tanimoto, 2004).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001) αναφέρεται εν συντομία στους παράγοντες που ωθούν τις εταιρείες να είναι κοινωνικά υπεύθυνες και οι οποίοι, όπως διαπιστώνεται, δεν διαφέρουν από τους προαναφερόμενους. Οι παράγοντες αυτοί συνοψίζονται στους εξής:

- Οι νέες ανησυχίες και προσδοκίες που αναπτύσσουν ο γενικός πληθυσμός, το καταναλωτικό κοινό, οι δημόσιες αρχές των πολιτών, των καταναλωτών, των δημόσιων αρχών και των επενδυτών μέσα σε ένα πλαίσιο παγκοσμιοποίησης και της βιομηχανικής αλλαγής σε μεγάλη κλίμακα.
- Τα κοινωνικά κριτήρια, τα οποία επηρεάζουν ολοένα και περισσότερο τις αποφάσεις που αφορούν τις επενδύσεις τόσο των ατόμων όσο και των φορέων, τόσο ως καταναλωτές όσο και ως επενδυτές.
- Η ολοένα και αυξανόμενη ανησυχία για τις ζημιές, οι οποίες αποτελούν προϊόντα οικονομικής δραστηριότητας στο περιβάλλον.

- Η διαφάνεια στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, η οποία αναδύθηκε μέσα από την επανάσταση, όπως και τις σύγχρονες τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών.

5. Οφέλη από την εφαρμογή της ΕΚΕ

Παρακάτω αναφέρονται τα κύρια πλεονεκτήματα που απορρέουν από την εφαρμογή της ΕΚΕ. Πρέπει να σημειωθεί πως δεν προσδιορίζονται επακριβώς ποιες πρακτικές ΕΚΕ ωφελούν τις εταιρείες. Ενδεχομένως τα οφέλη που απορρέουν από την ΕΚΕ να προέρχονται είτε από το σύνολο των πρακτικών ΕΚΕ είτε από μερικές ή μεμονωμένες πρακτικές που λαμβάνουν μεγάλη δημοσιότητα. Οι περιοχές, οι οποίες διακρίνονται, είναι οι εξής: φήμη, ικανοποίηση, προσωπικό, καινοτομία και μάθηση, πρόσβαση στο κεφάλαιο, καταναλωτική πίστη, μείωση του ρίσκου, μείωση λειτουργικού κόστους, αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας, μειωμένη ρυθμιστική εποπτεία και βελτίωση της χρηματοοικονομικής αποδοτικότητας.

Η φήμη της διοίκησης αναφέρεται στο πώς η επιχείρηση γίνεται αντιληπτή από τους Συμμετέχοντες όπως τους καταναλωτές, τους επενδυτές, το προσωπικό, την κυβέρνηση, τους προμηθευτές, τα ΜΜΕ και τις κοινότητες (Arthur, 2003). Σύμφωνα με την PWC (2006), η επιρροή των Συμμετεχόντων αυξάνεται, ιδιαίτερα στην Ευρώπη, επιδιώκοντας διοικητικά εργαλεία προσανατολισμένα προς τους ιδίους. Διεθνείς έρευνες αποτυπώνουν την αυξανόμενη σημασία του προφίλ της ΕΚΕ για τις εταιρείες. Σε έρευνα του 2001 από το Environics αναφορικά με τη δημόσια γνώμη των εταιρειών, αποκαλύφθηκε ότι το 49% του δείγματος έχουν την κοινωνική ευθύνη ως έναν από τους δύο παράγοντες που επηρεάζουν τη γνώμη τους για την εταιρεία (BSR, 2003). Έρευνα της CSR Europe το 2000, έδειξε ότι το 70% των ερωτηθέντων καταναλωτών σε 12 χώρες αναδεικνύει ότι η ΕΚΕ αποτελεί μία σημαντική διάσταση όταν επιλέγουν εταιρεία και το 20% του δείγματος είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω σε εταιρείες που εμφανίζουν κοινωνικές ανησυχίες (CSR Europe, 2006b).

Οι επενδυτές αλλάζουν τις αποφάσεις τους από τις καθαρά οικονομικές απόψεις και αρχίζουν να λαμβάνουν υπόψη την αποδοτικότητα της ΕΚΕ (Gillis & Spring, 2001). Αυτή η τάση επιβεβαιώνεται και με την εισαγωγή των δεικτών KYE (BSR, 2003). Η κακή φήμη και η αρνητική δημοσιότητα μπορεί να παρακινήσει τις εταιρείες να υιοθετήσουν την ΕΚΕ (van der Lungt, 2005). Τέλος, τα ΜΜΕ και οι ΜΚΟ μπορεί να παίξουν σημαντικό ρόλο στην προβολή των εταιρειών που δε συμ-

μορφώνονται με περιβαλλοντικά και εργασιακά πρότυπα ή την εταιρική συμπεριφορά (Gillis & Spring, 2001). Η διαχείριση ρίσκου αποτελεί αναγκαιότητα για όλες τις εταιρείες, ωστόσο η ΕΚΕ μακροπρόθεσμα μπορεί να αποβεί προς όφελος της εταιρείας, λειτουργώντας ως προνοητικό μοντέλο διοίκησης. Ο Taylor Nelson (2001) καταλήγει ότι το 86% των Ευρωπαίων επενδυτών πιστεύουν ότι η κοινωνική και περιβαλλοντική διάσταση μέσα στα πλαίσια της διαχείρισης του ρίσκου μπορεί να ωφελήσει μακροπρόθεσμα την αξία της εταιρείας (Arthur, 2003). Οι εταιρείες θεωρούν την κοινωνική ευθύνη ως πλεονέκτημα, τόσο από την επίτευξη της φήμης στην κοινωνία όσο και της φήμης ανάμεσα στις εταιρείες, αυξάνοντας την ικανότητα για νέα κεφάλαια και εμπορικούς συνεργάτες (Business for Social Responsibility).

Καθώς η εταιρεία εξαρτάται από το προσωπικό, η ικανοποίησή του είναι σημαντική για την επιτυχία της εταιρείας. Η ΕΚΕ γίνεται όλο και πιο σημαντική για τα βασικά και κύρια στελέχη, τα οποία αναζητούν εταιρείες με απαιτητικότερα πρότυπα (IISD, 2006). Το υψηλής ποιότητας υποψήφιο προσωπικό κρίνει τους εργοδότες του σύμφωνα με τα πρότυπα της ΕΚΕ, ενώ η εταιρεία μπορεί να χρησιμοποιεί τη φήμη της για να προσελκύει ικανό προσωπικό (Gillis & Spring, 2001). Η συμμετοχή της εταιρείας σε συγκεκριμένες αξίες και στόχους μπορεί να βοηθήσει το προσωπικό να βρει ενδιαφέρον και νόημα στην εργασία του και να συνδέσει τις προσωπικές του επιδιώξεις με αυτές της εταιρείας. Οι εταιρείες αντιλαμβάνονται ότι η ενσωμάτωση ενεργειών ΕΚΕ οδηγεί πολλές φορές στην ευκολότερη προσέλκυση και διατήρηση προσωπικού, με αποτέλεσμα τη μείωση των εξόδων για πρόσληψη νέου προσωπικού.

Σε έρευνα που διενεργήθηκε στις Η.Π.Α. μεταξύ των ετών 1999 και 2001 από την Aspen Institute Initiative for Social Innovation καταδείχθηκε ότι απόφοιτοι φοιτητές θα αναζητούσαν άλλη εταιρεία, σε περίπτωση που οι αξίες τους δε συμβάδιζαν με τις αντίστοιχες των εταιρειών που εργάζονταν (Business for Social Responsibility). Η καινοτομία και μάθηση είναι βασικά στοιχεία για τη μακροχρόνια επιβίωση των εταιρειών και απαραίτητα για την προσαρμογή τους στις κοινωνικές και τεχνολογικές αλλαγές. Μέσω των δύο αυτών στοιχείων, νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες μπορεί να δημιουργηθούν και ταυτόχρονα να ανταποκριθούν στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές ανησυχίες (Arthur, 2003). Η πρόσβαση στο κεφάλαιο συνδέεται με τη φήμη της εταιρείας που προσλαμβάνουν οι επενδυτές και την ικανότητα να διαχειρίζεται τα επιμέρους ρίσκα που αντιμετωπίζει (Arthur, 2003). Οι ΚΥΕ αυξάνονται και οι εταιρείες επικεντρώνονται σε ζητήματα ΕΚΕ, προκειμένου να έχουν πρόσβαση που αλλιώς δεν θα μπορούσαν να έχουν (BSR, 2003). Σύμφωνα με αναφορά

που δημοσιεύεται από την Business in the Community, το 34% των επενδυτικών αναλυτών αναφέρουν ότι η κοινωνική ευθύνη είναι πολύ σημαντική το 2001, ενώ το 1994 ήταν μόλις 12% (Business in the Community, 2001). Η ανάπτυξη των ΚΥΕ σημαίνει ότι οι εταιρείες με καλή ΕΚΕ αποδοτικότητα έχουν πρόσβαση και σε άλλες αγορές, οι οποίες σε διαφορετική περίπτωση δεν θα μπορούσαν να συμμετέχουν (Business for Social Responsibility).

Επίτευξη καταναλωτικής πίστης: Παρόλο που οι εταιρείες πρέπει να ικανοποιούν βασικά κριτήρια για την αγορά του αγαθού, όπως τιμή, ποιότητα, διαθεσιμότητα και ασφάλεια, έρευνες δείχνουν ότι η αγορά επηρεάζεται από κοινωνικά και περιβαλλοντικά κριτήρια. Αποτελέσματα του Cone Corporate Citizenship Study (2002) στις Η.Π.Α. δείχνουν ότι οι εταιρείες, οι οποίες δεν εμφάνιζαν καλές πρακτικές, ενδέχεται να αντιμετωπίσουν προβλήματα καθώς το 91% θα σκεφτόταν να αλλάξει εταιρεία για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του, το 85% θα ενημέρωνε την οικογένειά του και τους φίλους του για τις ενέργειες των εταιρειών, το 80% θα αρνιόταν να δουλέψει σε τέτοιου είδους εταιρείες ενώ το 76% θα μπουκόταρε τα προϊόντα των εταιρειών (Business for Social Responsibility).

Μείωση του ρίσκου: Οι εταιρείες, οι οποίες θεσμοθετούν αξίες ως βάση αποφάσεων, ενδέχεται να φέρουν σε πέρας νομικά και ηθικά διλήμματα (Schiebel και Pöchtrager, 2003) και να αποφύγουν μπουκοτάζ και αρνητικά σχόλια στον τύπο (Weber, 2008).

Μείωση λειτουργικού κόστους: Υπάρχουν πρωτοβουλίες-ενέργειες ΕΚΕ, συνδεδεμένες με το περιβάλλον ή τον χώρο εργασίας, οι οποίες μειώνουν δραματικά το κόστος με τη μείωση των αποβλήτων ή βελτίωση της παραγωγικότητας (Schiebel & Pöchtrager, 2003). Πολλές πρωτοβουλίες ανακύκλωσης μπορούν να περιορίσουν τα απόβλητα των εταιρειών και να δημιουργήσουν έσοδα για τις ίδιες, καθώς μπορούν να πουλήσουν τα απόβλητα ως ανακυκλώσιμα υλικά. Όσον αφορά τις ενέργειες στον χώρο εργασίας, όπως η ευελιξία στην εργασία, μπορούν να ελαττώσουν την απουσία του προσωπικού από την εργασία και να αυξήσουν την παραμονή του αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο την παραγωγικότητα και μειώνοντας τα έξοδα πρόσληψης και εκπαίδευσης (Business for Social Responsibility).

Αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας: Οι προσπάθειες των εταιρειών να βελτιώσουν τις συνθήκες εργασίας, να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιδράσεις ή να αυξήσουν την ανάμειξη του προσωπικού στη διαδικασία αποφάσεων συχνά οδηγούν στην αύξηση της παραγωγικότητας και στον περιορισμό των λαθών (Business for Social Responsibility).

Μειωμένη ρυθμιστική εποπτεία: Στις Η.Π.Α. οι εταιρείες, οι οποίες συμπεριφέρονται κοινωνικά υπεύθυνα, είναι δυνατόν να έχουν λιγότερες επιθεωρήσεις ή λογοδοσία προς τις επίσημες αρχές. Πολλές φορές τα πρόστιμα σε εταιρείες μπορούν να μειωθούν ή να εξαλειφθούν, εφόσον οι εταιρείες συμπεριφέρονται ηθικά (Business for Social Responsibility).

Βελτίωση οικονομικής αποδοτικότητας: Οι Brammer και συν. (2005) διαπιστώνουν ότι οι δείκτες που σχετίζονται με την κοινωνία έχουν αδύναμη θετική σχέση με τις αποδόσεις των μετοχών. Οι Ziegler και συν. (2007) διερευνούν την ΕΚΕ και τις αποδόσεις των μετοχών ευρωπαϊκών εταιρειών την περίοδο 1996-2001. Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ των μηνιαίων αποδόσεων των μετοχών και της περιβαλλοντικής αποδοτικότητας, ενώ οι κοινωνικοί δείκτες σχετίζονται αρνητικά με τα stock returns. Ο Frooman (1994) υποστηρίζει ότι οι εταιρείες, οι οποίες είναι κοινωνικά ανεύθυνες, μπορεί να τιμωρηθούν από τη χρηματιστηριακή αγορά. Οι Margolis και Walsh (2001) αναφέρουν ότι από τις 80 έρευνες που λαμβάνουν υπόψη στη μελέτη τους διαπιστώνουν ότι το 53% αναδεικνύουν θετική σχέση μεταξύ ΕΚΕ και εταιρικής χρηματοοικονομικής απόδοσης, 24% δεν καταλήγουν σε κάποια σχέση μεταξύ των δύο, το 19% δείχνουν μεικτά αποτελέσματα, ενώ μόλις 4% καταλήγει σε αρνητική σχέση. Σε αυτό το σημείο πρέπει να γίνει αναφορά στη διαχρονική εξέλιξη της Εταιρικής Χρηματοοικονομικής Αποδοτικότητας (ΕΧΑ) και της εταιρικής κοινωνικής αποδοτικότητας.

Η εξέλιξη της παραπάνω σχέσης χωρίζεται σε τρία στάδια: 1) αποκλειστική, 2) συμπεριλαμβανόμενη, 3) ενσωματωμένη. Υπέρμαχος της αποκλειστικής σχέσης είναι ο Milton Friedman. Προτάσσει ότι κύρια επιδίωξη της εταιρείας είναι η απόδοση και θεωρεί ότι οι εταιρικοί πόροι που χρησιμοποιούνται για άλλους σκοπούς, εκτός του κέρδους, συνιστούν απειλή για την ελεύθερη καπιταλιστική αγορά (Friedman, 1962). Ο Friedman αντιτάσσεται στην ιδέα της ΕΚΕ, επειδή θεωρεί την

ΕΧΑ και την ΕΚΕ ανταγωνιστικούς και αμοιβαίως αντικρουόμενους στόχους. Υποστηρίζει ότι δεν είναι προς το συμφέρον του οργανισμού να επενδύσει σε κάτι που έχει αμφίβολη έκβαση. Αναφορικά με την περιεκτική σχέση, οι εταιρείες και η κοινωνία εξαρτώνται η μία από την άλλη για την ευημερία τους, επομένως η συνεργασία μεταξύ των εταιρειών και της κοινωνίας είναι αμοιβαία επωφελής σε μακροχρόνιο διάστημα (Wallich & McGowan, 1970).

Σχετικά με την ενσωματωμένη σχέση, τα αποτελέσματα της σχέσης ΕΧΑ και ΕΚΕ δεν είναι ευδιάκριτα και πρέπει να ερμηνευθούν προσεκτικά (Margolis & Walsh, 2001; Ullmann, 1985; Vogel, 2005), ωστόσο πολλές μελέτες δείχνουν μία θετική σύνδεση μεταξύ των παραπάνω δύο εννοιών (Orlitzky et al., 2003). Υπάρχουν περιπτώσεις εταιρειών οι οποίες αποφασίζουν να εφαρμόσουν πρακτικές ΕΚΕ, κατόπιν δημόσιας κατακραυγής από αρνητικές επιπτώσεις της επιχειρηματικής τους λειτουργίας, όπως η Nike, η Shell Oil και τα μπουκάλια νερού της Nestlee (Porter & Kramer 2006). Οι εταιρείες ενθαρρύνονται να υιοθετήσουν και να αναπτύξουν την ΕΚΕ ύστερα από πιέσεις από πελάτες, προμηθευτές, προσωπικό, κοινότητες, επενδυτές, ΜΚΟ και άλλους Συμμετέχοντες (Schiebel & Pöchtrager, 2003).

Οι Tencati και συν. (2004) αναφέρονται στα οφέλη που απορρέουν για τους πολίτες από την ΕΚΕ. Καταρχήν έχουν στη διάθεσή τους αξιόπιστη και διαφανή πληροφόρηση αναφορικά με την πραγματική κοινωνική συμπεριφορά των εταιρειών. Με αυτόν τον τρόπο οι πολίτες μπορούν να επιλέξουν πιο υπεύθυνα εταιρείες, ως καταναλωτές και επενδυτές. Αναφορικά με τα οφέλη που αποκομίζουν οι κυβερνήσεις και οι δημόσιες αρχές, συνοψίζονται στα εξής: ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής, προώθηση της γνώσης και διάδοση καλών πρακτικών κοινωνικής ευθύνης, ανάπτυξη ΚΥΕ και ηθικών συνταξιοδοτικών ταμείων και δημιουργία νέων συνεργασιών ανάμεσα στους δημόσιους φορείς. Πρέπει να σημειωθεί ότι με την ενσωμάτωση πρακτικών ΕΚΕ και κατά επέκταση δεικτών αποδοτικότητας της ΕΚΕ επωφελούνται τόσο οι ίδιες οι εταιρείες αλλά και οι κοινωνίες μέσα στις οποίες δραστηριοποιούνται, δίνοντας λύσεις στα όποια κοινωνικά ζητήματα προκύπτουν.

5.1.Δείκτες Αποδοτικότητας

Η πραγματικότητα στον τομέα των επιχειρήσεων είναι ότι η μέτρηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) είναι μία πολύπλοκη και πολυπαραγοντική διαδικασία, η οποία μάλιστα δεν μπορεί να υποστεί αριθμητική αξιολόγηση με μεγάλη ευκολία. Ωστόσο, υπάρχει ολοένα και αυξανόμενη ανάγκη μεταφοράς και απόδοσης

της έννοιας από ένα άκρως θεωρητικό πλαίσιο σε ένα περισσότερο πρακτικό. Σε ένα τέτοιο κλίμα, όπου επικρατεί, παράλληλα, και η μεγάλη σημασία του επιπέδου της ΕΚΕ κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων επένδυσης, θεσπίστηκαν από ορισμένα κράτη δείκτες μέτρησης της ΕΚΕ. Τα περισσότερα κράτη, όμως, δεν θέσπισαν δείκτες συγκεκριμένα για την μέτρηση της αποδοτικότητας, με εξαίρεση το Ηνωμένο Βασίλειο (Σαββάκη, 2006).

CR Δείκτης. Ο CR δείκτης, ο οποίος εισήχθη στον ελλαδικό τομέα των επιχειρήσεων κατά το έτος 2008 από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης σε συνεργασία με το BITC (Business in the Community), αποτελεί ένας δείκτης μέτρησης της θετικής επίδρασης που ασκούν οι οργανισμοί στην κοινωνία και το περιβάλλον, αποτελώντας πια έναν από τους πλέον μεγάλους μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς προώθησης της ΕΚΕ, και μάλιστα, σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο δείκτης CR αποτελεί έναν από τους πλέον διαδεδομένους και αποδεκτούς δείκτες μέτρησης της απόδοσης των επιχειρήσεων πάντα στον τομέα της ΕΚΕ, ενώ, παράλληλα, φαίνεται να εφαρμόζεται ως εθνικός δείκτης της ΕΚΕ σε διάφορα κράτη. Εντούτοις αποτελώντας ένα από τα πιο κορυφαία εργαλεία αξιολόγησης, αποτελεί, παράλληλα, και ένα σημείο αναφοράς όσο αναφορά τη συγκριτική αξιολόγηση της αποδοτικότητας της ΕΚΕ σχετικά με τέσσερις (4) πυλώνες: 1) την κοινωνία, αξιολογώντας την κοινωνική υποστήριξη σχετικά με πρωτοβουλίες που λαμβάνονται από τοπικές και εθνικές κοινωνίες, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη εποικοδομητικών σχέσεων με αυτές τις κοινωνίες, καθώς και τη δημιουργία ενός κλίματος «Αμοιβαίας Εμπιστοσύνης», 2) το περιβάλλον, αξιολογώντας τις πολιτικές τους, καθώς και τις ενέργειές τους, οι οποίες αποσκοπούν στον περιορισμό των αρνητικών επιδράσεων που ασκεί στο κλίμα, και κατά επέκταση, στις κλιματικές αλλαγές, συμβάλλοντας έτσι στην συνειδητοποίηση και την αντίληψη της ανάγκης για μετάβαση σε μία οικονομία, η οποία απαιτεί τον περιορισμό σημαντικού ποσοστού του διοξειδίου του άνθρακα, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει είτε σε ένα μεγάλο κίνδυνο είτε σε μία μεγάλη ευκαιρία, 3) τους εργαζόμενους, αξιολογώντας τις συμπεριφορικές αντιδράσεις, καθώς και τις πολιτικές τους σχετικά με διάφορα εργασιακά ζητήματα (π.χ. ασφάλεια, υγιεινή, δικαιοσύνη κ.ά.), και 4) την αγορά, αξιολογώντας την αποδοτικότητα όσο αναφορά τις σχέσεις τους με τους καταναλωτές και την ίδια την αγορά, όπως και τον βαθμό παρακολούθησης, κατανόησης και ανταπόκρισης στις ανάγκες των καταναλωτών, οι οποίες διαρκώς μεταλλάσσονται (Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης, 2009-2014).

6. Διλήματα και προβληματισμοί

Μέσα στη δεκαετή διαδρομή της, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αντιμετωπίστηκε τόσο με ενθουσιασμό, όσο και με επιφύλαξη. Από τον Milton Friedman μέχρι τον Robert Reich έχουν περάσει περίπου τριάντα χρόνια και σε μια εποχή κατά τη διάρκεια της οποίας η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη φαίνεται να είναι παντού, η κριτική προσέγγιση ποτέ δεν ήταν τόσο επίκαιρη. Επιχειρώντας ένα κριτικό απολογισμό θα εστιάσουμε στα εξής:

α. Πολλοί είναι αυτοί που αμφισβητούν τα κίνητρα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και επιμένουν ότι πρόκειται μόνο για ένα επικοινωνιακό τρικ των επιχειρήσεων στην προσπάθειά τους να αποδαιμονοποιηθούν στη συνείδηση των καταναλωτών και να αποσπάσουν την προσοχή του αγοραστικού κοινού από τη φύση και το προϊόν τους (π.χ. βιομηχανίες καπνού ή γρήγορου φαγητού) ή από εσωτερικές πρακτικές που δεν συνάδουν με τις επιταγές της υπεύθυνης επιχείρησης (π.χ. εργασιακές συνθήκες)

β. Ένα άλλο ζήτημα που προκύπτει είναι η συζήτηση για τη μετατόπιση ευθυνών από την κρατική στην επιχειρηματική σφαίρα. Πολλοί υποστηρίζουν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια εύσημη δικαιολογία του κρατικού μηχανισμού προκειμένου να μην αναλαμβάνει τις αρμόζουσες ευθύνες σε ορισμένους τομείς εξοικονομώντας οικονομική και οργανωτική ισχύ. Ο Robert Reich στο τελευταίο βιβλίο του με τίτλο *Supercapitalism* υπερασπίζεται ακριβώς αυτή την άποψη.

γ. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη παρόλο που αποτελεί μια εφαρμοσμένη πλέον πολιτική για πολλές επιχειρήσεις, δεν παύει να παραμένει ένα πείραμα η επιτυχία του οποίου εξαρτάται από τη συνεργασία όλων των κοινωνικών εταίρων. Η πραγματικότητα αποδεικνύει καθημερινά ότι παρά τη θετική συμβολή των κοινωνικά υπεύθυνων οργανισμών και επιχειρήσεων οι σημαντικές και πραγματικά αποτελεσματικές κοινωνικές αλλαγές είναι δύσκολο να επιτευχθούν, ιδιαίτερα εάν τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης αποτελούν πάρεργο για τις επιχειρήσεις και εμποδίζουν την παραγωγικότητά τους.

δ. Στο πλαίσιο του κοινωνικού πειράματος της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία βασίζεται στην εθελοντική αυτοδέσμευση των επιχειρήσεων έχουν αναπτυχθεί

τα τελευταία χρόνια συμπληρωματικοί θεσμοί και κείμενα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, οι χρηματιστηριακοί δείκτες υπευθυνότητας, οι δείκτες μέτρησης ΕΚΕ δηλώνουν τη δημιουργία ενός μαλακού συστήματος ρύθμισης που προάγει μια γενικότερη κουλτούρα και φιλοσοφία κοινωνικής ευθύνης και παράλληλα τη διάχυση και τη διασφάλιση της εφαρμογής της. Βρισκόμαστε πλέον μπροστά σε ένα νέο σταυροδρόμι όπου η αυτοδέσμευση συναντά ένα ρυθμιστικό πλαίσιο επιβολής υπεύθυνων πρακτικών. Το ερώτημα που εγείρεται λοιπόν είναι αν η αυτοδέσμευση θα γίνει δέσμευση και ο εθελοντισμός επιταγή.

ε. Η επιτυχία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, όπως προαναφέρθηκε, είναι αποτέλεσμα πολλαπλών παραγόντων και κυρίως της συνεργασίας πολλών κοινωνικών εταίρων. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη σίγουρα δεν είναι πανάκεια, και η αποτελεσματική εφαρμογή της εξαρτάται και από την ίδια την κοινωνία μέσα στην οποία εφαρμόζεται. Εκτός από τις επιχειρήσεις και τους δημόσιους φορείς απαιτείται η συμμετοχή όλων των πολιτών στη διαμόρφωση μιας συλλογικής κουλτούρας ευθύνης που θα διέπει την καθημερινότητά μας. Η πορεία προς μια κοινωνία υπευθυνότητας είναι μια συνολική και συλλογική εμπειρία, η οποία εξελίσσεται δυναμικά. Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να αναρωτηθούμε κατά πόσο οι κοινωνίες μας είναι πραγματικά έτοιμες να αποδεχτούν και να εφαρμόσουν μια τέτοια προσέγγιση.

στ. Πόσο κοστίζει όμως η δυνατότητα των πολιτών να διαμορφώσουν την καθημερινή εμπειρία της υπεύθυνης συμπεριφοράς; Καθημερινά κατακλυζόμαστε από διαφημίσεις για ένα πιο ηθικό lifestyle. Η Μπέττυ Τσακαρέστου (2008) αναφέρει: *«Καθιστώντας την οικολογική επιλογή οικονομικά ασύμφορη σε σύγκριση με πληθώρα καταναλωτικών προτάσεων της αγοράς που δεν έχουν αυτές τις προδιαγραφές, δεν διατρέχουμε τον κίνδυνο να σηματοδοτήσουμε το πράσινο lifestyle ως το νέο, πολυτελές σύμβολο κοινωνικής και ατομικής διάκρισης;»*.

Το 2008, βιώσαμε πολύ έντονα την περιβαλλοντική κρίση, ήμασταν μάρτυρες διατροφικών σκανδάλων που απείλησαν την παγκόσμια υγεία, ζήσαμε μια σημαντική παγκόσμια οικονομική κρίση που κλόνησε την αυτονομία των ιδιωτικών επιχειρήσεων και ίσως να σήμανε ακόμα και την αρχή του τέλους του φιλελεύθερου μοντέλου της αγοράς. Παράλληλα, η Ευρωπαϊκή Ένωση επανατοποθέτησε τους στόχους της στρατηγική της Λισσαβόνας χαράσσοντας την αναπτυξιακή στρατηγική της για την περίοδο 2008-2010 θέτοντας στο κέντρο -μεταξύ άλλων- την επιχειρηματικότητα, την

καινοτομία, το περιβάλλον, την κοινωνική δικαιοσύνη και συνοχή, το ρόλο της οργανωμένης κοινωνίας των πολιτών. Στο σκηνικό αυτό προστίθεται και η έξαρση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπουν στους πολίτες να παρακολουθούν και να συμμετέχουν στο δημόσιο διάλογο, ακόμα και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η έννοια της ευθύνης και της δημόσιας λογοδοσίας από όλους και προς όλους αποκτά ένα ευρύτερο περιεχόμενο και επεκτείνεται. Σε ένα περιβάλλον ρευστότητας και κινδύνου καλούμαστε να εκμεταλλευτούμε τις ευκαιρίες και να απαντήσουμε στα διλήμματα επιλέγοντας τη συνεργασία και τη διαμόρφωση μιας ατομικής και συλλογικής κουλτούρας υπεύθυνης συμπεριφοράς.

Η κοινωνική ευθύνη και ότι αυτή περιλαμβάνει δεν αφορά μόνο στην επιχειρηματική σφαίρα, αλλά ακουμπά όλες τις εκφάνσεις του δημόσιου και του ιδιωτικού. Και αν όπως υποστηρίζουν μερικοί, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη οδεύει προς το τέλος της, η ευθύνη ως πολιτική πράξη πλέον, δηλαδή η ιδιότητα των πολιτών και των οργανισμών να επιλέγουν και να δρουν υπεύθυνα και με διαφάνεια μέσα στο κοινωνικοπολιτικό πεδίο και να μοιράζονται γνώση και εμπειρίες μέσα από έναν ανοιχτό δημόσιο διάλογο φαίνεται να είναι στο κατώφλι μιας νέας εποχής.

7. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα

Από την ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη το 2000 που σηματοδότησε την επίσημη έναρξη της εξελικτικής πορείας της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και στη χώρα μας, μέχρι σήμερα έχουν περάσει δεκαεπτά χρόνια. Μέσα σε αυτό το διάστημα έχουμε γίνει μάρτυρες μιας διάχυσης της έννοιας και των πρακτικών στις επιχειρήσεις, στις Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις, σε κρατικούς και δημόσιους φορείς.

Όλο και περισσότερες εταιρείες εκδίδουν ετήσιους κοινωνικούς απολογισμούς, όλο και περισσότερο ακούγονται οι φράσεις «κοινωνική υπευθυνότητα», «βιώσιμη ανάπτυξη» σε συνέδρια και ημερίδες, όλο και περισσότερες έρευνες που μετρούν την ευθύνη δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών βλέπουν το φως της δημοσιότητας. Πόσο κοινωνικά υπεύθυνος είναι ο ελληνικός επιχειρηματικός κόσμος; Πόσοι πολίτες γνωρίζουν τι σημαίνει εταιρική κοινωνική ευθύνη και πώς αυτή εφαρμόζεται, όπου και όταν εφαρμόζεται;

Ξεκινώντας από τα παραπάνω ερωτήματα, θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε συνοπτικά την πορεία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και στην Ελλάδα,

όπως αυτή σκιαγραφείται μέσα από τα αποτελέσματα ερευνών που έχουν διεξαχθεί από το 2001-2008, προκειμένου να δώσουμε ένα γενικότερο πλαίσιο αναφοράς και συσχετισμού. Δεν θα επιχειρήσουμε λεπτομερή καταγραφή των εξελίξεων, αλλά κυρίως θα περιγράψουμε και θα υπογραμμίσουμε την παρούσα φάση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στη χώρα μας.

7.1.Θεσμοί και έρευνες

Το 1996, το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ) επιχειρεί για πρώτη φορά τη δημιουργία Ελληνικού Δικτύου για την Κοινωνική Συνοχή, προσπάθεια που παίρνει σάρκα και οστά το 2000 με την ίδρυση του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη με τη συμμετοχή δεκατριών επιχειρήσεων και τριών επιχειρηματικών φορέων. Στόχοι του Δικτύου, το οποίο αποτελεί Εθνικό Εταίρο του CSR Europe και του Global Compact, μεταξύ άλλων είναι η συνεχής ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών στον τομέα της ΕΚΕ, καθώς και η ευαισθητοποίηση τόσο των επιχειρήσεων όσο και του γενικού πληθυσμού, προκειμένου να κινητοποιηθούν και να συμβάλλουν τόσο σε εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο. Το Νοέμβριο του 2001, διοργανώνεται στην Αθήνα το συνέδριο με τίτλο *«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Η συμβολή των επιχειρήσεων στη νέα εποχή»* με συμμετοχές και παρεμβάσεις από ανθρώπους που προέρχονται από όλο το φάσμα του επιχειρηματικού, ακαδημαϊκού και πολιτικού κόσμου.

Στο τέλος του ίδιου έτους, ολοκληρώνεται και η πρώτη έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα από το Πάντειο Πανεπιστήμιο σε συνεργασία με το Ελληνικό Δίκτυο ΕΚΕ. Το 2003, η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΟΚΕ) διατυπώνει ειδική Γνώμη σχετικά με τον αναδυόμενο τότε όρο Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη θέτοντας την ανάγκη έκδοσης κοινωνικού απολογισμού ως μια από τις προτεραιότητες των ιδιωτικών αλλά και των δημόσιων οργανισμών.

Την ίδια χρονιά η εταιρεία Meda Communication, παρουσιάζει για πρώτη φορά στην ελληνική αγορά το Βαρόμετρο Αναγνωρισιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς, A.S.B.I., το οποίο στόχο έχει να προσφέρει μετρήσιμα στοιχεία για την κοινωνική συμπεριφορά Ελλήνων πολιτών, επιχειρήσεων και Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (ΜΚΟ) καθώς και για τους μεταξύ τους συσχετισμούς.

Το 2004, το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με την GlobeScan Inc, το Πάντειο Πανεπιστήμιο, την MRB Hellas και με την υποστήριξη του Ελληνικού Δικτύου για την ΕΚΕ πραγματοποιεί την πρώτη έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική

Ευθύνη και την Υπεύθυνη Κατανάλωση σε μια προσπάθεια χαρτογράφησης της έννοιας και των εφαρμογών της, τόσο σε επιχειρηματικό, όσο και σε προσωπικό επίπεδο. Η συγκεκριμένη έρευνα συνεχίζεται μέχρι και σήμερα δίνοντας έτσι την εξελικτική πορεία της ΕΚΕ και της διείσδυσής της στην ελληνική κοινωνία. Το 2005, ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ) ακολουθώντας το «*πανευρωπαϊκό κίνημα*» της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης κυκλοφορεί τη Χάρτα Υποχρεώσεων και Δικαιωμάτων των Ελληνικών Επιχειρήσεων. Ο ΣΕΒ μέσω της Χάρτας αποτέλεσε ίσως το πρώτο επίσημο θεσμικό επιχειρηματικό όργανο που αναγνωρίζει τα κύρια συστατικά της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.

Παράλληλα με τις έρευνες, οι επιχειρήσεις ξεκινούν να εκδίδουν Κοινωνικούς Απολογισμούς, ενώ και ο ακαδημαϊκός τομέας συμπεριλαμβάνει την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στους κύκλους των μαθημάτων στα Πανεπιστήμια. Από την άλλη πλευρά κάνει την εμφάνισή της μια σειρά από ελληνικά παραρτήματα διεθνών φορέων με κύριο τομέα ενασχόλησής την υπεύθυνη συμπεριφορά των επιχειρήσεων (για παράδειγμα το 2005 ιδρύεται το Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής, ενώ το 2008 το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης), ενώ στην ελληνική αγορά εισάγονται, εκτός από το Βαρόμετρο Αναγνωρισιμότητας και Κοινωνικής Συμπεριφοράς, και άλλοι δείκτες μέτρησης Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (το GRI από το Quality Net Foundation ή το CRI από το Ινστιτούτο Εταιρικής Ευθύνης). Πλάι σε αυτούς τους δείκτες θεσπίζονται και βραβεία, τα οποία επιδοκιμάζουν το υπεύθυνο προφίλ εταιρειών (π.χ. CEO and CSR Awards από το περιοδικό Χρήμα).

Σε μία προσπάθεια διάχυσης της ενημέρωσης για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αρχίζουν να λειτουργούν οργανωμένα portals με νέα και ειδήσεις από τον επιχειρηματικό κόσμο και όχι μόνο (ενδεικτικά αναφέρουμε το Quality Net και το Eurocharity), ενώ πολυάριθμα είναι τα συνέδρια και οι ημερίδες που διοργανώνονται πλέον από διάφορους φορείς (Ελληνοαμερικανικό Εμπορικό Επιμελητήριο, ΣΕΒ κτλ).

Στο σημείο αυτό και πριν ολοκληρώσουμε τη σύντομη αναδρομή στη θεσμική καθιέρωση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην Ελλάδα, δεν θα πρέπει να παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι και οι επίσημοι κρατικοί φορείς εντάσσουν την ΕΚΕ στις πολιτικές τους, από την προώθηση της έννοιας της επιχειρηματικής αριστείας μέσω του επιχειρησιακού προγράμματος «*Ανταγωνιστικότητα*» κατά τη διάρκεια του Γ' ΚΠΣ, μέχρι την πιο πρόσφατη διοργάνωση ημερίδας με τίτλο «*Κλιματική Αλλαγή και Πράσινη Επιχειρηματικότητα*» που διοργάνωσε το Υπουργείο Εξωτερικών.

7.2. Απόψεις Ελλήνων για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Παρόλο που η έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης φαίνεται να έχει εισβάλει δυναμικά και στην ελληνική κοινωνία, λαμβάνοντας υπόψη όχι μόνο τα στοιχεία που παρατέθηκαν πιο πάνω, αλλά και τις πολυάριθμες διαφημίσεις για το κοινωνικό έργο των επιχειρήσεων που κυκλοφορούν σε έντυπα, καθώς και τις συχνές αναφορές της έννοιας από τα Μέσα Ενημέρωσης πλέον, οι Έλληνες πολίτες μοιάζει να μην έχουν εξοικειωθεί με την υπεύθυνη συμπεριφορά του επιχειρηματικού κόσμου, όπως προκύπτει από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν το 2008 στη χώρα μας.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε το Φεβρουάριο του 2008 από την Public Issue για λογαριασμό της εφημερίδας Καθημερινή, το 77% των Ελλήνων δεν γνωρίζουν τι είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, ενώ το 78% πιστεύουν ότι υπάρχουν λίγες ή ακόμα και καθόλου εταιρείες που εφαρμόζουν τις αρχές της ΕΚΕ στην Ελλάδα. Το υψηλό ποσοστό της έρευνας επιβεβαιώνουν και τα αποτελέσματα του Κοινωνικού Βαρόμετρου A.S.B.I. για το 2008, σύμφωνα με το οποίο μόνο 1 στους 10 πολίτες γνωρίζει την έννοια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ 7 στους 10 αναφέρουν ότι δεν είναι ενήμεροι για την ύπαρξη οργανισμών, οι οποίοι είναι σε θέση να υποστηρίξουν οικονομικά ή/και να υλοποιήσουν δράσεις κοινωνικής ή περιβαλλοντικής φύσεως.

Ωστόσο, οι Έλληνες εκδηλώνουν μία ιδιαίτερος θετική στάση απέναντι στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, με το 65% να συμφωνεί με την απάντηση: *«θετική/ μάλλον θετική άποψη»* στην ερώτηση *«Γενικά μιλώντας, από όσο γνωρίζετε ή έχετε ακούσει, τι γνώμη έχετε για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη;»* της έρευνας της Public Issue. Εν αντιθέσει, η πλειοψηφία τους φαίνεται να αντιμετωπίζει την κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία των οργανισμών με επιφυλακτικότητα και δυσπιστία. Μάλιστα, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (70,7%) σε έρευνα που διεξήγαγε το Ινστιτούτο Επικοινωνίας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 2008, αντιτίθεται στην άποψη ότι *«Οι περισσότερες εταιρείες αφουγκράζονται το κοινωνικό σύνολο και ανταποκρίνονται στις ανησυχίες του σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά θέματα»*. Η επιφυλακτική διάθεση εντείνεται σε σχέση με τα κίνητρα των επιχειρήσεων. Στην ίδια έρευνα, το 86,2% πιστεύει ότι οι εταιρείες δείχνουν ένα κοινωνικό πρόσωπο για να βελτιώσουν την εταιρική τους εικόνα και όχι γιατί θέλουν να συμβάλουν θετικά στο κοινωνικό σύνολο, ενώ το 77,6% διαφωνεί με την ειλικρίνεια και την τιμιότητα της κοινωνικής και περιβαλλοντικής δραστηριότητας των εταιρειών. Παρόμοια είναι τα ευ-

ρήματα και στην έρευνα της Public Issue, όπου το 67% δηλώνει ότι μια εταιρεία που εφαρμόζει τις αρχές της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης το κάνει για να προωθήσει τα προϊόντα της και όχι για ουσιαστικούς λόγους.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η διείσδυση της έννοιας, αλλά και των εφαρμογών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης βρίσκεται σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα στην ελληνική κοινωνία, γεγονός που είναι αρκετά ενδιαφέρον αν αναλογιστούμε την ένταση με την οποία έχει ενταχθεί τόσο στον οικονομικοκοινωνικό, όσο και στον πολιτικό τομέα δράσης τα τελευταία χρόνια και στη χώρα μας. Ιδιαίτερα, το τελευταίο έτος όταν οι συζητήσεις για το περιβάλλον και τις συνέπειες των κλιματικών αλλαγών φαίνεται να μονοπωλούν τα Μέσα, τον πολιτικό και τον ακαδημαϊκό χώρο, η έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας ειδικότερα και της ευθύνης γενικότερα αποτελεί ίσως το μότο της εποχής. Όπως αναφέρει ο Γιώργος Γαλάνης (2008)⁴, «η τάση των επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια να υιοθετούν περισσότερο αποσπασματικά και λιγότερο δομημένα ενέργειες προς την κοινωνία ή το περιβάλλον και να τις δημοσιοποιούν στο όνομα της ΕΚΕ, δημιουργεί λανθασμένη εικόνα στους πολίτες-καταναλωτές αφού δεν γίνονται ορατές οι θετικές διαστάσεις και τα οφέλη της έννοιας αυτής, τόσο για την επιχείρηση, όσο και στην κοινωνία γενικότερα», δίνοντας έτσι τη δική του εξήγηση για την «άγνοια» των Ελλήνων απέναντι στα θέματα ΕΚΕ, μια εξήγηση που δεν απέχει και τόσο από την πραγματικότητα, αν σε αυτή προσθέσουμε τη σταθερή τάση μειωμένης εμπιστοσύνης της κοινής γνώμης απέναντι σε δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς.

7.3 Οι κοινωνικά υπεύθυνες ελληνικές επιχειρήσεις

Αφού παρουσιάσαμε συνοπτικά τη διαδρομή και τη διείσδυση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην ελληνική κοινωνία, έχοντας και πάλι ως βάση έρευνες γνώμης, αλλά και άλλα στοιχεία, όπως για παράδειγμα τους Κοινωνικούς Απολογισμούς των επιχειρήσεων, θα περιγράψουμε συνθετικά την αξιολόγηση των επιχειρήσεων ως προς την υπεύθυνη συμπεριφορά τους.

Το 2004, δημοσιεύτηκε έρευνα για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από την Pricewaterhouse Cooper's σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Σύμφωνα με την έρευνα, η πλειοψηφία των μεγάλων ελληνικών επιχειρήσεων πιστεύουν ότι «η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι μόδα που θα περάσει, ενώ δεν

⁴ Διευθυντής Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και Επικοινωνίας της Meda Communication

αφορά μόνο τις επιχειρήσεις, καθώς είναι ευρύ κοινωνικό ζητούμενο». Άλλωστε, αυτό είναι ορατό αν λάβει κανείς υπόψη τα προγράμματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που υιοθετούν και υλοποιούν οι ελληνικές επιχειρήσεις. Χωρίς να εξετάζουμε σε αυτό το σημείο, τα κίνητρα και τους απώτερους στόχους, μπορούμε να πούμε ότι ο ελληνικός επιχειρηματικός κλάδος τα τελευταία χρόνια, συμπαρασύροντας μαζί τους και δημόσιους φορείς, επενδύει σε δράσεις κοινωνικής ωφέλειας, όπως αυτές αποτυπώνονται στους Κοινωνικούς Απολογισμούς τους.

Η εσωτερική κοινωνική ευθύνη και το ανθρώπινο δυναμικό, η κοινωνία, ο πολιτισμός, ο αθλητισμός, το περιβάλλον, οι σχέσεις με τους καταναλωτές, η ποιότητα των προϊόντων είναι τα θέματα που κυριαρχούν στους Κοινωνικούς Απολογισμούς των περισσότερων επιχειρήσεων. Οι Έλληνες πολίτες φαίνεται να δίνουν μια ιδιαίτερη βαρύτητα στο θέμα του περιβάλλοντος, αφού στην έρευνα της Public Issue το 45% υποστηρίζει ότι η προστασία του περιβάλλοντος είναι ο πρώτος τομέας στον οποίο θα πρέπει να στραφεί μια εταιρεία στο πλαίσιο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, ενώ αντίστοιχα στο Κοινωνικό Βαρόμετρο A.S.B.I. 2008 το 31,4% των πολιτών επιθυμεί την ενασχόληση των εταιρειών σε τομείς που διασφαλίζουν την προστασία του περιβάλλοντος.

Σύμφωνα με τους Έλληνες καταναλωτές, όπως προκύπτει από την έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη 2008, ο κλάδος που ανταποκρίνεται καλύτερα στις κοινωνικές του υποχρεώσεις είναι αυτός των εταιρειών Τροφίμων/Ποτών/Εστιατορίων γρήγορης εστίασης (17,8%) και ακολουθούν οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας/τηλεπικοινωνιών (9,5%), τα σούπερ-μάρκετ (4,3%) και οι αυτοκινητοβιομηχανίες με (3,9%). Αντίστοιχα, ο κλάδος που δεν ανταποκρίνεται καλύτερα στις κοινωνικές του υποχρεώσεις απέναντι στην κοινωνία είναι και πάλι ο κλάδος των εταιρειών Τροφίμων/ Ποτών/ Εστιατορίων γρήγορης εστίασης (14,4%) και ακολουθούν οι τράπεζες/ ασφάλειες (8,2%), οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας /τηλεπικοινωνιών (7,9%), τα πετρελαιοειδή (3,8%) και οι εταιρείες παροχής ηλεκτρισμού (2,6%).

Οι εταιρείες Goody's, Cosmote, Coca Cola, Vodafone, Alpha Bank και OTE είναι αυτές οι οποίες καταγράφουν σταθερή παρουσία στο δείκτη του Κοινωνικού Βαρομέτρου με βάση την αναγνωρισιμότητα, τη δημοτικότητα και την κοινωνική τους επιρροή, ενώ αρκετές ελληνικές επιχειρήσεις έχουν κατορθώσει να αποσπάσουν διεθνείς διακρίσεις στον τομέα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Το 2003, ο TITAN κλήθηκε στην 3η Ετήσια Διεθνή Σύνοδο για το Παγκόσμιο Σύμφωνο του OHE

να παρουσιάσει ως βέλτιστο παράδειγμα τοπικής συμμετοχικής συνεργασίας για την προώθηση της υγείας και ασφάλειας (Partnership Building) το Πρόγραμμα ΦΑΟΣ το οποίο υλοποιούνταν τότε από το 2000 σε 14 σχολεία της ευρύτερης περιοχής της Αχαΐας. Η Τράπεζα Πειραιώς διακρίθηκε το 2007 στο διαγωνισμό “*Best Workplaces*”, ενώ ο απολογισμός ΕΚΕ 2006 της Frigoglass αναδείχθηκε ως ένας από τους 8 καλύτερους παγκοσμίως στην τελετή απονομής των βραβείων που πραγματοποιήθηκε το Μάιο 2008 στο Άμστερνταμ κατά την έναρξη του Ετήσιου Συνεδρίου του Οργανισμού Global Reporting Initiative (GRI). Η ΟΠΑΠ Α.Ε. απέσπασε διεθνή διάκριση για τον Κοινωνικό Απολογισμό 2006 στην 8η Συνδιάσκεψη για την Εταιρική Διακυβέρνηση που πραγματοποιήθηκε το Σεπτέμβριο του 2007 στο Λονδίνο, ενώ με το «*Βραβείο Κοινού*» τιμήθηκε το πρωτοποριακό ερευνητικό πρόγραμμα SmartEyes της Cosmote για άτομα με προβλήματα όρασης στην έκθεση “*European Marketplace on Corporate Social Responsibility*”, η οποία πραγματοποιήθηκε στις Βρυξέλλες, τον Νοέμβριο της ίδιας χρονιάς. Το ίδιο έτος, διεθνές βραβείο απέσπασε και η Coca-Cola για την δραστηριοποίησή της, η οποία περιλάμβανε καινοτόμους στάσεις της στον τομέα της υγείας και, συγκεκριμένα, για την καταπολέμηση της παιδικής παχυσαρκίας, στο 4^ο Παγκόσμιο Συνέδριο Αναφυκτικών “*InnoBev*”, το οποίο ολοκληρώθηκε στη Μόσχα. Το ίδιο πρόγραμμα της Coca-Cola στον ελλαδικό χώρο τιμήθηκε με το «*Βραβείο Καινοτομίας*» στην κατηγορία «*Καλύτερης Νέας Πρωτοβουλίας στον τομέα της Υγείας*» ανάμεσα σε πολλούς οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στον χώρο των μη αλκοολούχων ποτών, παγκοσμίως (Beverage Innovation Awards 2008: «*Best New Health Initiative*»). Τέλος, ο Απολογισμός Εταιρικής Υπευθυνότητας του ΟΤΕ για το έτος 2007 πιστοποιήθηκε ότι πληροί τις προϋποθέσεις ένταξης στο επίπεδο Β των Διεθνών Προτύπων GRI - G371.

8. Διαπιστώσεις και σκέψεις

Όπως μπορούμε να συμπεράνουμε από όσα παρατέθηκαν πιο πάνω, στην ελληνική κοινωνία επικρατεί μια αντίφαση σε σχέση με την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Από τη μία πλευρά οι επιχειρήσεις που φαίνεται να υιοθετούν τις αρχές της πολυλαπλασιάζονται, ενώ επίσης αυξάνονται και ισχυροποιούνται τα θεσμικά όργανα που την προωθούν και την υποστηρίζουν (π.χ. το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη που αποτελεί πλέον και επίσημο μέλος του Οικουμενικού Συμφώνου (Global Compact). Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες πολίτες δεν είναι και τόσο ε-

ξοικειωμένοι με την έννοια της ΕΚΕ και όσοι γνωρίζουν για αυτή αντιμετωπίζουν με επιφύλαξη τις δράσεις των επιχειρήσεων προς αυτή την κατεύθυνση, παρότι τη θεωρούν θετική πρωτοβουλία γενικότερα. Στο ίδιο μήκος κύματος φαίνεται να κινούνται και οι περισσότερες επιχειρήσεις, αφού από τη μια εκδίδουν πλούσιους Κοινωνικούς Απολογισμούς τα τελευταία χρόνια και από την άλλη υποστηρίζουν ότι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι μια έννοια νέα για την ελληνική αγορά και κοινωνία.

Στόχος μας δεν είναι να αξιολογήσουμε και να κρίνουμε την πορεία της ΕΚΕ στην Ελλάδα, αλλά να μπορέσουμε να δώσουμε ένα γενικότερο πλαίσιο για το πώς αντιλαμβάνονται την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη πολίτες και επιχειρήσεις. Λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που παρατέθηκαν διαπιστώνουμε ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ακόμα αρκετό δρόμο να διανύσουν προκειμένου να μπορέσουν αφενός να εφαρμόσουν μια ολοκληρωμένη στρατηγική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ως μέρος της επιχειρησιακής τους κουλτούρας και αφετέρου να πείσουν την ελληνική κοινή γνώμη ότι τα έχουν καταφέρει.

9. Η ευθύνη είναι για όλους

«Έχουμε πολλές ελευθερίες και τόσο λίγες ευθύνες», υποστηρίζει ο Αμιτάι Ετζιόνι και μας καλεί όλους να συμφιλιώσουμε το προσωπικό με το συλλογικό σε μια προσπάθεια δημιουργίας υπεύθυνων και ανοιχτών κοινωνιών. Ο άνθρωπος είναι φύσει κοινωνικό ζώο λέει ο Αριστοτέλης, γεννιόμαστε και πεθαίνουμε μόνοι μας, αλλά ζούμε με τους άλλους, γράφει αιώνες αργότερα ο Ποταμιάνος, δρούμε σε έναν αλληλένδετο κόσμο διαπιστώνει ο Μάλγκαν. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η έννοια της ευθύνης πώς διαμορφώνεται; Ο ενικός γίνεται πληθυντικός και τι επιλέγουμε στο δίλημμα εγωιστικής ή αλτρουιστικής συμπεριφοράς; Στο παζλ της παγκόσμιας κοινωνικής συνοχής και αειφορίας φαίνεται να συμμετέχουμε όλοι, αφού οι ατομικές συμπεριφορές και επιλογές επηρεάζουν άμεσα τις συλλογικές. Σύμφωνα με τον Milliband, Υπουργό Εξωτερικών του Ηνωμένου Βασιλείου, «το να κατανοήσουμε την κρισιμότητα της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτικής αλληλεξάρτησης είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί μας παρέχει το πρίσμα υπό το οποίο μπορούμε να κατανοήσουμε το σύγχρονο κόσμο. Από το κυκλοφοριακό μέχρι την τρομοκρατία και από την οικονομία μέχρι το περιβάλλον, η αλληλεξάρτησή μας σημαίνει ότι η επέκταση της προσωπικής ελευθερίας εξαρτάται από τη συλλογική πράξη» (Freeman, Alexander Moutchnik, 2013).

Βιβλιογραφία

Ackerman, R.W. (1973). How companies respond to social demands. *Harvard Business Review*, 51(4), 268-295.

Αργυριάδης, Δ. (2005). *Δημόσια Διοίκηση, Επιστήμη ή Ιδεολογία; Επίσημοι Λόγοι του Πανεπιστημίου Αθηνών*, Αθήνα.

Berle, A. A. (1932). For Whom Corporate Managers Are Trustees: A Note. *Harvard Law Review*, 10(7), 1-50.

Boli, J., & Hartsuiker. D. (2001). World Culture and Transnational Corporations: Sketch of a Project. In *International Conference on Effects of and Responses to Globalization*. Istanbul: Emory University.

Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*, New York, Harper.

Γαλάνης, Γ. (2008). *Απόσταση Επιχειρήσεων από την Ποιοτική Διάσταση της ΕΚΕ*. Ανακτήθηκε από <http://www.meda.gr/gr/article.php?id=95>, στις 20/09/2016.

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility. *Business and Society*, 38(3), 268-295

Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management Review*, 4, 497-505.

Γεωργόπουλος, Α. Δ. (2014). *Περιβαλλοντική εκπαίδευση*. Αθήνα: Gutenberg.

Chun, J., & Ibrahim, H. (2007). *Fundamental of Development Administration*. Selangor: Scholar Press.

Cochran, P. L., & Wood, R. A. (1984). Corporate social responsibility and financial performance, *Academy of Management Journal*, 27, 42-56.

Confederation of British Industry (2001). *CBI response to the European Commission Green Paper on: promoting a European framework for corporate social responsibility*. Commission of the European Communities.

Cramer, J., Jonker., J., & van der Heijden, A. (2004). Making Sense of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 55(2), 215-222.

Dalton, D. R. & Cosier, R. A. (1982). “The four faces of social responsibility”, *Business Horizons*, 25(3), 19-27.

Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70-76.

Dodd, E. M. (1932). For Whom Are Corporate Managers Trustees? *Harvard Law Review*, 45(7), 1145-1163.

Donaldson, J., & Fafaliou, I. (2002). Business ethics, corporate social responsibility and corporate governance: a review and summary critique. *European Research Studies Journal*, 6(1-2), 90-110.

Dror, Y. (2008). *Η ικανότητα της Διακυβέρνησης*. Αθήνα: Χονδρολέου-Παπαναστασόπουλος.

Ebner, D. (2008). *Assessing Corporate Social Responsibility: CSRSCAN*, Corporate Responsibility Research Conference, 15-17 July, Devonshire Hall, University of Leeds, UK.

EUR-Lex. (2007). *Παγκόσμια συνεργασία για την αειφόρο ανάπτυξη*. Ανακτήθηκε από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=cellar:0324bce3-148c-47de-9e84-113007f8564f>, στις 20/09/2016.

Φίλιου, Κ. & Γεωργάκα, Α. (2011). *Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη-Εργαλείο Οικονομικής Ανάπτυξης, Βιωσιμότητας και Κοινωνικής Συνοχής*. Πρακτικά 4^{ου} Πανελ-

λήνιου Συνεδρίου Περιβαλλοντικής Πολιτικής & Διαχείρισης, Τμήμα Περιβάλλοντος Πανεπιστημίου Αιγαίου, 27-29 Μαΐου 2011.

Fiorina, C. (2001). *Technology, Business and Our Way of Life: What's Next*. Minneapolis: HP.

Fitch, H. G. (1976). Achieving corporate social responsibility”, *Academy of Management Review*, 1, 38-46.

Fliess, B. (2007). *CSR and Trade: Informing Consumers about Social and Environmental Conditions of Globalised Production*. Part I, OECD Trade Policy Working Papers, 4, OECD Publishing.

Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. New York: London.

Galbreath, J. (2006). Corporate Social Responsibility strategy: strategic options, global considerations. *Corporate Governance*, 6(6), 175-187.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71.

Gunther, M. (2004). Money and Morals at GE. *Fortune*, 150(10), 176-178.

Hague, R., & Harrop, M. (2005). *Συγκριτική πολιτική και διακυβέρνηση*. Αθήνα: Κριτική.

Heritier, A., & Lehmkuhl, D. (2008). The shadow of hierarchy and new models of governance. *Journal of Public Policy*, 28(1), 1-17.

Hopkins, M. (2004). *Corporate social responsibility: An issues paper*. Working paper No. 27. World Commission on the Social Dimension of Globalization, International Labor Organization, Geneva, Switzerland.

Japan Industrial Policy Research Institute, (2003). *A study of Corporate Social Responsibilities (CSR) activities*. Abridged edition.

Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Belmont, CA: Wadsworth.

Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(8), 59-67.

Kitchin, T. (2002). Corporate social responsibility-a brand explanation. *Brand Management*, 10(4-5), 312-326.

Kong, N., Salzmann, O., Steger, U., & Ionescu-Somers, A. (2002). Moving Business/Industry towards Sustainable Consumption: The Role of NGOs. *European Management Journal*, 20(2), 109-127.

Korhonen, J. (2003). On the Ethics of Corporate Social Responsibility- Considering the Paradigm of Industrial Metabolism. *Journal of Business Ethics*, 48(4), 301-315.

Krugman, P. (2008). *Η συνείδηση ενός προοδευτικού*. Αθήνα: Πόλις.

Leipziger, D. (2003). *The Corporate Responsibility Code Book*. Sheffield: Greenleaf.

Lydenberg, S. D. (2005). *Corporations and the public interest: guiding the invisible hand*. San Francisco, Calif.: Berrett-Koehler Publishers.

Mathiesen, H. (2002). *Managerial Ownership and Financial Performance*. Copenhagen Business School, Denmark.

McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.

MORI (2006). *Engaging Employees through Corporate Responsibility*. Ανακτήθηκε από <https://www.ipsos-mori.com/Assets/Docs/Publications/loyalty-erm-engaging-employees-through-corporate-responsibility.pdf>, στις 20/09/2016.

Μπέκου, Β. (2008). *Νέες μορφές διακυβέρνησης στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση-Νέες Δομές και Ειδικές Νομικές Ρυθμίσεις*, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.

Murray, E. A. (1976). The Social Response Process in Commercial Banks: An Empirical Investigation. *Academy of Management Review*, 1, 5-15.

Palazzi, M., & Starcher, G. (2000). *Corporate Social Responsibility and Business Success*. Ανακτήθηκε από http://www.centreonphilanthropy.com/files/kb_articles/1269270655EBBF%20Corporate%20Responsibility%20and%20Business%20Success.pdf, στις 20/09/2016.

Petkus, E., & Woodruff, R. (1992). *A model of socially responsible decision-making processes in marketing: linking decision makers and stakeholders*, Marketing Theory and Application Conference, Chicago, 1992.

Phatak, A., Bhagat, R., & Kashlak, R. (2005). *International management*. New York: McGraw-Hill

Porter, M., & Kramer, M. (2002). *The competitive advantage of Corporate Philanthropy*. Ανακτήθηκε από <http://www.expert2business.com/itson/Porter%20HBR%20Corporate%20philanthropy.pdf>, στις 20/09/2016.

Ruud, A. (2002). Environmental Management of Transnational Corporations in India: Are TNCs Creating Islands of Environmental Excellence in a Sea of Dirt? *Business Strategy and the Environment*, 11(2), 103-118.

Secchi, D. (2004). *Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts*, Università degli Studi dell'Insubria.

Sen, A. (1989). *On Ethics and Economics*. Oxford: Blackwell Publishers.

Sen, A. (2006). *Η ανάπτυξη ως ελευθερία*. Αθήνα: Καστανιώτη.

Σπανός, Α. (2001). *Συστήματα Εταιρικής Διακυβέρνησης και Σύγχρονη Επιχείρηση*. Δελτίο Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών.

Steiner, G.A. (1971). *Business and society*, New York: Random House.

Tanimoto, K. (2004). Changes in the Market Society and Corporate Social Responsibility. *Asian Business & Management*, 3, 151.

Τσακαρέστου, Μ. (2008). *Επιχειρήσεις και κοινωνία: Σύγκρουση ή συνεργασία*; Ανακτήθηκε από http://www.vimaideon.gr/MS_479.html, στις 20/09/2016.

Τσαντίλης, Δ., & Χατζημπίρος, Κ. (2007). *Η περιβαλλοντική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Νέα Ευρωπαϊκή Ένωση, Οργάνωση και πολιτικές*. Αθήνα: Θεμέλιο.

United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2012). *United Nations E-Government Survey 2012*. Ανακτήθηκε από <https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2012-Survey/unpan048065.pdf>, στις 20/09/2016.

United Nations Division of Public Economics and Public Administration. (2002). *American Society For Public Administration*. Ανακτήθηκε από <https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/English.pdf>, στις 20/09/2016.

Wartick, S. L., & Cochran, P. L. (1985). The evolution of the corporate social performance model", *Academy of Management Review*, 10, 758-769.

Weber, M. (1978). *Economy and Society*. Los Angeles: University of California Press.

Wood, D.J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16, 691-718.

Ζαγοριανάκος, Ε. (2002). *Οικονομία, Περιβάλλον και Βιώσιμη Ανάπτυξη: Βασικές έννοιες της επιστήμης των οικονομικών του περιβάλλοντος*, (Κείμενο δημόσιας διάλεξης), 5 Ιουνίου 2002- Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος 2002.