

Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας
Τμήμα Λογιστικής



Πτυχιακή Εργασία
Επιβλέπων Καθηγητής: Γαρεφαλάκης Αλέξανδρος

**«Πως οι δείκτες GRI επηρεάζουν την απόδοση των
εταιρειών στην Ευρώπη»**

Δημητροπούλου Άρτεμις Α.Μ. 8695

Τζεδάκη Όλγα Α.Μ. 8769

Φραγκιαδάκη Ειρήνη Α.Μ. 8861

Ηράκλειο, Μάρτιος 2013

Περιεχόμενα

Πρόλογος	4
Περίληψη.....	5
Εισαγωγή.....	7
Μέρος Πρώτο.....	8
1. Κεφάλαιο 1	9
1.1. GRI ορισμός.....	9
1.2. Ιστορική αναδρομή	10
1.3. Στόχος, Σκοπός, Προϋποθέσεις	11
2. Κεφάλαιο 2	13
2.1. Οι Αρχές του GRI	13
2.2. Δραστηριότητες GRI.....	14
2.3. The evolution of sustainability reporting - Εξέλιξη μοντέλου	15
3. Κεφάλαιο 3	18
3.1. Specialized Laws and Regulations - Νόμοι περί GRI	18
3.1.1. Διεθνή πρότυπα	18
3.1.1.1. Οικουμενικό σύμφωνο.....	19
3.1.1.2. GRI.....	20
3.1.1.3. ISO 26000	21
3.2. Περιβαλλοντική λογιστική – αειφόρος ανάπτυξη	21
3.3. Συνεργασίες με άλλους οργανισμούς	23
4. Κεφάλαιο 4	26
4.1. Βιωσιμότητα και απολογισμός βιωσιμότητας.....	26

4.2.	Γιατί τους εκδίδουν οι εταιρείες	26
4.2.1.	Πλαίσια έκδοσης απολογισμών βιωσιμότητας GRI.....	28
4.2.2.	Συμπληρώματα κλάδων.....	28
4.2.3.	Λίστα απολογισμών.....	29
4.2.4.	Λόγοι υποβολής εκθέσεων σχετικά με την αειφορία.....	29
5.	Κεφάλαιο 5	31
5.1.	Δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης	31
	Μέρος Δεύτερο	34
6.	Κεφάλαιο 6	35
6.1.	Swot Analysis	35
6.2.	Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα.....	37
6.3.	Μοντέλο GRI.....	40
6.4.	Thomson Reuters – Δείγματα δεδομένων	42
6.4.1.	Ανά χώρα	42
6.4.2.	Ανά τομέα	43
6.5.	Μεθοδολογία έρευνας	46
7.	Κεφάλαιο 7	53
7.1.	Δημοσιεύματα.....	53
	Συμπέρασμα	63
	Παράρτημα.....	64
i.	Πίνακας 1	64
ii.	Πίνακας 2.....	65
	Βιβλιογραφικές – Διαδικτυακές αναφορές	66

Πρόλογος

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια της υποχρεωτικής πτυχιακής εργασίας στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, στη σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, στο τμήμα Λογιστικής κατά το ακαδημαϊκό έτος 2012-2013, υπό την επίβλεψη του καθηγητή Αλέξανδρου Γαρεφαλάκη.

Σκοπός αυτής της μελέτης, με τίτλο «**Πως οι δείκτες GRI επηρεάζουν την απόδοση των εταιρειών στην Ευρώπη**» είναι να περιγραφεί αναλυτικότερα ο απολογισμός βιωσιμότητας των εταιρειών, καθορίζοντας αρχές και δείκτες βάση των οποίων οι εταιρείες αυτές να μπορούν να μετρήσουν και να εκδώσουν απολογισμούς της οικονομικής, περιβαλλοντολογικής και κοινωνικής τους επίδοσης.

Κλείνοντας τον πρόλόγο, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας για την ηθική υποστήριξη, τη ψυχολογική συμπαράσταση και την πολύτιμη βοήθειά τους όλα αυτά τα χρόνια της ακαδημαϊκής μας θητείας, καθώς και τον επιβλέποντα καθηγητή της πτυχιακής εργασίας μας, κ. Γαρεφαλάκη Αλέξανδρο για την αμέριστη βοήθειά του, την προθυμία του και την άμεση ανταπόκρισή που μας παρείχε όποτε τον χρειαζόμασταν καθώς και την επιστημονική και υλική υποστήριξη που μας προσέφερε κατά την διάρκεια της συγγραφής της εργασίας μας.

Περίληψη

Tα τελευταία δεκαπέντε χρόνια του οικονομικού βίου φαίνεται να χρονολογείται η θεσμοθέτηση των δεικτών βιωσιμότητας. Με την εφαρμογή τους άρχισαν κοινά και ευρέως γνωστά πρότυπα σε όλο τον κόσμο να χρησιμοποιούνται, δημιουργώντας εκθέσεις αειφορίας, με στόχο την αποκάλυψη των επιδόσεων της βιωσιμότητας της κάθε εταιρίας, καθορίζοντας τους δείκτες βάση των οποίων οι οργανισμοί μπορούσαν να μετρήσουν και να εκδώσουν απολογισμούς της συνολικής ετήσιας απόδοσης τους. Ένας από τους πιο διαδεδομένους δείκτες βιωσιμότητας είναι το Global Reporting Initiative , γνωστό ως ένα οικολογικό αποτύπωμα αναφοράς. Είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ο οποίος επιδιώκει τη βελτίωση της ποιότητας των οργανισμών σε πολλά επίπεδα, όπως τα δυνατά και μη σημεία του εκάστοτε οργανισμού, καθώς και την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική εικόνα της επιχείρησης. Οι κατευθυντήριες γραμμές του πλαισίου του GRI οι οποίες έχουν εκδοθεί, βοηθούν στην άρτια υποβολή των εκθέσεων και στην εξασφάλιση ότι οι επιχειρήσεις θα αναφέρουν πληροφορίες οι οποίες έχουν τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται, πάντα σύμφωνα με τους νόμους- διεθνή πρότυπα του GRI.

Τι είναι όμως η περιβαλλοντική εικόνα; Περιβαλλοντική λογιστική θα έλεγε κανείς ότι είναι απλά μια καλύτερη προσέγγιση της κλασσικής λογιστικής η οποία εστιάζει στα κόστη που σχετίζονται με τις πρώτες ύλες και προκύπτουν κατά την παραγωγική διαδικασία, τα απόβλητα που δημιουργούνται και άλλα κόστη άμεσα συνδεδεμένα με περιβαλλοντικά ζητήματα. Εφαρμόζοντας οι εταιρίες την περιβαλλοντική λογιστική, έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν τη διαδικασία παραγωγής και συγχρόνως να ενημερώσουν υπεύθυνα για τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της επιχείρησης τους.

Τέλος, παρουσιάζεται ένα τυπικό μοντέλο GRI, καθώς και δεδομένα από οργανισμούς τριών (3) διαφορετικών τομέων σε όλους τους οικονομικούς δείκτες (περιβαλλοντολογικούς, κοινωνικούς, οικονομικούς και δείκτες εταιρικής διακυβέρνησης). Συγκρίνονται εις βάθος τα στατιστικά στοιχεία της κάθε εταιρίας από χρονιά σε χρονιά, ενώ παράλληλα εξετάζονται τα στατιστικά στοιχεία των εταιρειών μεταξύ τους. Κλείνοντας, μια τελευταία αλλά όχι λιγότερο σημαντική

σύγκριση είναι αυτή πάνω στους τρεις (3) τομείς εργασιών σύμφωνα με τα ήδη υπάρχοντα αποτελέσματα τα οποία έχουν προκύψει από τα παραπάνω.

Εισαγωγή

Η αρχική θεσμοθέτηση των δεικτών βιωσιμότητας φαίνεται να χρονολογείται περίπου τα τελευταία δεκαπέντε (15) χρόνια του οικονομικού βίου. Οργανισμοί έκριναν ορθή τη σκέψη εισαγωγής τους για τη βελτίωση ποιότητας τους σε οικονομικό και όχι μόνο επίπεδο, με αποτέλεσμα να αυξάνονται ολοένα και περισσότερο οι επιχειρήσεις που ευπρόσδεκτα αποφάσισαν να τους εντάξουν στην οικονομική λειτουργία τους. Συγκεκριμένα ο δείκτης ποιότητας GRI, που θα αναφερθούμε στην παρούσα εργασία, έχει ως στόχο την ανάπτυξη εθελοντικού πλαισίου αναφοράς, με αποτέλεσμα την ανύψωση υποβολής των πρακτικών εκθέσεων αειφορίας των οργανισμών. Η συνέπεια του επιπέδου του δείκτη GRI είναι ισοδύναμη με αυτή της χρηματοοικονομικής πληροφόρησης σε λιτότητα, συγκρισιμότητα και σαφώς τη γενική αποδοχή.

Στη μελέτη αυτή γίνεται παρουσίαση του δείκτη GRI καθώς και ανάλυσή του στα παρακάτω κεφάλαια. Η δομή της εργασίας χωρίζεται σε δύο μέρη και κατ' επέκταση σε επτά κεφάλαια. Αναλύοντας το πρώτο μέρος της μελέτης θα δούμε στο πρώτο κεφάλαιο να γίνεται μία γενική αναφορά στο δείκτη GRI, καθώς και στο στόχο που αποσκοπεί. Παράλληλα αναφέρονται οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ο εκάστοτε οργανισμός. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζουμε εκτενέστερα τις αρχές του δείκτη, τις δραστηριότητες του, ενώ παρουσιάζουμε τα υπέρ και τα κατά της χρήσης του. Στο τρίτο κεφάλαιο, ασχολούμαστε με τις συνεργασίες του δείκτη με άλλους οργανισμούς και τους νόμους περί GRI, ενώ στο τέταρτο κεφάλαιο, αναλύουμε τον ορισμό της βιωσιμότητας, έχοντας λάβει υπόψη και το ερώτημα γιατί οι εταιρείες εκδίδουν τους ανωτέρω δείκτες. Κλείνοντας το πρώτο μέρος, στο πέμπτο κεφάλαιο, γίνεται μία παρουσίαση των άλλων δεικτών.

Στο δεύτερο μέρος, παρουσιάζουμε το έκτο κεφάλαιο, όπου αναλύουμε το SWOT Analysis και τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα, ενώ δείχνουμε ενδεικτικά το μοντέλο GRI καθώς και κάποια δείγματα δεδομένων οργανισμών, αναλύοντας μερικούς εξ αυτών και κλείνοντας την πτυχιακή εργασία, στο έβδομο κεφάλαιο συμπεριλαμβάνουμε δημοσιεύματα που έχουν αναρτηθεί σχετικά με το δείκτη GRI.

Μέρος Πρώτο

1. Κεφάλαιο 1

1.1.GRI ορισμός

Το Global Reporting Initiative (Διεθνής Πρωτοβουλία για την Έκδοση Απολογισμών Βιωσιμότητας), γνωστό ως ένα οικολογικό αποτύπωμα αναφοράς, είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, ο οποίος προωθεί την οικονομική βιωσιμότητα των οργανισμών, παράγοντας ένα από τα πιο διαδεδομένα πρότυπα στον κόσμο (ολοκληρωμένα πλαίσια έκδοσης απολογισμών βιωσιμότητας) για την υποβολή εκθέσεων αειφορίας. Τα πλαίσια αυτά, συμπεριλαμβανομένου και των κατευθυντήριων οδηγιών για την έκδοση απολογισμών βιωσιμότητας, καθορίζουν τις αρχές και τους δείκτες βάση των οποίων οι οργανισμοί μπορούν να μετρήσουν και να εκδώσουν απολογισμούς της συνολικής τους ετήσιας επίδοσης. Το GRI επιδιώκει την κατάρτιση καθώς και την υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας από όλους τους οργανισμούς, συγκρίνοντάς τες με τις χρηματοοικονομικές αναφορές τους, δίνοντας έτσι πληροφορίες σχετικά με την οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική απόδοση, καθώς και την εταιρική διακυβέρνηση τους.

Οι κατευθυντήριες γραμμές GRI είναι ευρέως γνωστές για τη χρήση τους, καθώς πάνω από 4.000 οργανώσεις από εξήντα (60) χώρες τις χρησιμοποιούν για την παραγωγή και κατάρτιση αναφορών βιωσιμότητάς τους. Απευθύνονται συνήθως σε μεγάλες επιχειρήσεις, δημόσιους οργανισμούς, μη κυβερνητικές οργανώσεις, βιομηχανίες, καθώς και μικρότερες επιχειρήσεις. Παράλληλα υπάρχουν παρόμοιες κατευθυντήριες γραμμές από τον OHE ICLEI που χρησιμοποιούν οι δημοτικές κυβερνήσεις. Ο GRI δεσμεύεται για τη συνεχή βελτίωση και εξάπλωση των οδηγιών, οι οποίες διατίθενται δωρεάν στο κοινό.

Το GRI αναφέρεται σε παγκόσμιο δίκτυο σε χιλιάδες οργανώσεις που δημιουργούν το πλαίσιο αναφοράς. Οι επιχειρήσεις το χρησιμοποιούν ως αποκάλυψη των επιδόσεων της βιωσιμότητάς τους λόγω του ότι απαιτούν τη χρήση του από τις οργανώσεις αυτές ως βάση για την εμφάνιση των οικονομικών κυρίως πληροφοριών. Το δίκτυο υποστηρίζεται από μια θεσμική πλευρά του GRI, η οποία αποτελείται από τους ακόλουθους φορείς διακυβέρνησης, το Διοικητικό Συμβούλιο, το Συμβούλιο των ενδιαφερομένων μερών, την Τεχνική Συμβουλευτική Επιτροπή, την Οργανωτική, και τη γραμματεία.

1.2. Ιστορική αναδρομή

Το 1997 στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο Ceres (Συμμαχία για περιβαλλοντικά υπεύθυνες οικονομίες) και το UNEP (Περιβαλλοντολογικό πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών) ίδρυσαν έναν πολυμερή μη κερδοσκοπικό οργανισμό τον GRI. Το πρώτο σχέδιο έκθεσης των κατευθυντήριων γραμμών για τον απολογισμό βιωσιμότητας των οργανισμών, ξεκίνησε την κυκλοφορία εν έτη 1990 και ακολούθησε η πρώτη πια πλήρης έκδοση του το 2000. Έπειτα ακολούθησε η δεύτερη έκδοση, η οποία κυκλοφόρησε στην Παγκόσμια Διάσκεψη Κορυφής για την Αειφόρο Ανάπτυξη στο Γιοχάνεσμπουργκ. Παρά το γεγονός ότι το GRI είναι ανεξάρτητο εξακολουθεί να συνεργάζεται με το κέντρο του UNEP και λειτουργεί σε συνεργασία με το United Nations Global Compact. Μέλος της ομάδας του GRI και πιο συγκεκριμένα διευθυντής από το 2006 έχει υπάρξει ο συνταξιούχος δικαστής της Νότιας Αφρικής Mervyn E. King.

Τα κεντρικά γραφεία του GRI ξεκίνησαν στο Άμστερνταμ, Ολλανδία το 2002, όπου και βασίζεται σήμερα η γραμματεία του ως ένα μόνιμο ίδρυμα, όμως πέρα από το Άμστερνταμ έχει τοπικά γραφεία και σε άλλες χώρες. Κάποια από αυτά βρίσκονται στην Αυστραλία, τη Βραζιλία, την Κίνα, την Ινδία και τις ΗΠΑ, και αποτελείται από ένα παγκόσμιο δίκτυο 30.000 ανθρώπων.

Σήμερα, αρκετές οργανώσεις σε διάφορους τομείς αναγνωρίζουν τη χρήση των κατευθυντήριων γραμμών GRI για την υποβολή των οικονομικών τους εκθέσεων σχετικά με του χρηματοοικονομικούς δείκτες απολογισμών βιωσιμότητας, ωστόσο η αγορά είναι μακριά, μέχρι στιγμής, από την πλήρη μόχλευση. Πολλοί οργανισμοί, κυρίως μεγάλες επιχειρήσεις, έχουν υιοθετήσει τους δείκτες αειφορίας στην τακτική πρακτική αναφορά τους. Αντίθετα όμως, τομείς βιομηχανίας δεν έχουν αναπτύξει τη συναίνεση τους με τους δείκτες απόδοσης για την υποβολή εκθέσεων προόδου καθώς και αρκετά διαφορετικά συστήματα αναφοράς υπονομεύουν τη συνολική διαφάνεια και συγκρισιμότητα των οικονομικών τους εκθέσεων.

Η εξέλιξη του GRI όμως δε στάθηκε μόνο εκεί. Το G3, το λεγόμενο "τρίτης γενιάς" των κατευθυντήριων γραμμών της βιωσιμότητας αναφοράς του GRI, ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2006 σε διεθνές συνέδριο και προσέλκυσε χιλιάδες οργανισμούς. Το G3 βασίζεται στο G2 όπου και αυτό με τη σειρά του θεωρείται μεταγενέστερο μοντέλο των αρχικών κατευθυντήριων γραμμών. Χρονολογικά το G2

κυκλοφόρησε το 2000 και έπειτα ακολούθησε το G3 μετεξέλιξη των προηγούμενων κατευθυντηρίων γραμμών με κυκλοφορία το 2002. Οι κατευθυντήριες γραμμές G3 παρέχουν μια καθολική καθοδήγηση για την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις επιδόσεις της βιωσιμότητας. Αυτό σημαίνει ότι ισχύει για τις μικρές επιχειρήσεις, μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, το δημόσιο τομέα, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις και άλλα είδη οργανισμών από όλο τον κόσμο. Είναι δηλαδή ένας άμεσος τρόπος ώστε οι κατευθυντήριες γραμμές που δημιουργήθηκαν να επιτρέπουν μία κοινή ευρέως εφαρμόσιμη μέθοδος.

Οι αρχές του GRI αφήνουν τη δυνατότητα στους δημοσιογράφους να καθορίζουν το περιεχόμενο της έκθεσης καθώς και την ποιότητα της, δίνοντας βέβαια οδηγίες για το πώς να ρυθμίζετε το όριο της έκθεσης. Οι αρχές περιλαμβάνουν άμεση την ένταξη των ενδιαφερομένων στο περιεχόμενο της έκθεσης καθώς και την επιφανή συγκρισιμότητα. Η δημοσιοποίηση των στοιχείων περιλαμβάνει γνωστοποιήσεις σχετικά με τη διαχείριση των θεμάτων, καθώς και τους δείκτες απόδοσης.

1.3.Στόχος, Σκοπός, Προϋποθέσεις

Βασική προϋπόθεση όμως για την ενεργοποίηση του GRI με σκοπό να αναλάβει έναν τέτοιο ηγετικό ρόλο, το Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον (UNEP), ήταν η απόφαση της ανάθεσης του Παγκόσμιου Ινστιτούτου Δημόσιας Πολιτικής να προβεί σε αναθεώρηση του GRI, και να προωθήσει πρακτικές συστάσεις που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στη διαμόρφωση της μελλοντικής ανάπτυξης της πρωτοβουλίας αυτής σε παραγωγικές τρόπους.

Η αναθεώρηση αυτή περιλάμβανε τις παρακάτω τρεις συνιστώσες. Αρχικά, την ανάλυση του πλαισίου αναφοράς GRI (προϊόντα και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών πρωτοκόλλων κ.λπ.), έπειτα η αξιολόγηση του GRI ως θεσμική δομή καθώς και το επιχειρηματικό μοντέλο και τέλος μία γενική επισκόπηση του συνόλου των εξελίξεων στην αγορά για τη χρηματοοικονομική πληροφόρηση. Βάση της παραπάνω ανάλυσης το UNEP GPPi ζήτησε από τους οργανισμούς να περιλαμβάνουν μία σειρά από πρακτικές συστάσεις στην τελική έκθεση κριτικής όπως είναι οι συστάσεις για την μελλοντική ανάπτυξη προϊόντων του GRI και για την ανάπτυξη ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου GRI, αλλά και για την οικοδόμηση σχέσεων μεταξύ GRI και άλλων δημόσιων και ιδιωτικών

πρωτοβουλιών στον τομέα της μη χρηματοοικονομικής πληροφόρησης. Ένας τρόπος με τον οποίο οι οργανισμοί αξιολογούν τις περιβαλλοντικές επιτυχίες και τις αποτυχίες τους είναι εξ' ορισμού η αναφορά βιωσιμότητας.

Το GRI στοχεύει στην επιτυχημένη εναρμόνιση των προτύπων αναφοράς για όλους τους οργανισμούς, ανεξάρτητα από το μέγεθος τους. Στόχος είναι η ανύψωση της κατάστασης του περιβάλλοντος με βασική αναφορά το λογιστικό έλεγχο, για μια σειρά θεμάτων. Ο GRI έχει σκοπό να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες οργανισμούς να υποβάλουν έκθεση σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις τους, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα κριτήρια βάση τυποποιημένων κατευθυντήριων γραμμών σχετικά με το περιβάλλον που περιέχονται στον Πρωτόκολλο Ορισμό δεικτών GRI, όπως είναι οι Δείκτες Απόδοσης (PI), οι οποίοι περιλαμβάνουν κριτήρια για την ενέργεια, τη βιοποικιλότητα και τις εκπομπές ρύπων. Υπάρχουν 30 περιβαλλοντικοί δείκτες που κυμαίνονται από EN1 (υλικά που χρησιμοποιούνται κατά βάρος) να EN30 (συνολικές περιβαλλοντικές δαπάνες κατά είδος επενδυτικού προϊόντος).

Συμπερασματικά λοιπόν, θα μπορούσαμε να πούμε ότι στόχος του δείκτη GRI είναι να γίνει, μέσα από την παροχή καθοδήγησης και υποστήριξης σε οργανισμούς, θεσμός ο απολογισμός βιωσιμότητας δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο όσο το δυνατό καλύτερη περιβαλλοντική οικονομία στις εκάστοτε επιχειρήσεις που τον χρησιμοποιούν.

2. Κεφάλαιο 2

2.1.Οι Αρχές του GRI

Οι αρχές του GRI είναι έντεκα (11) στον αριθμό και έχουν σχηματιστεί για να καθορίσουν ένα συμβόλαιο μεταξύ του οργανισμού του GRI και της εταιρίας που χρησιμοποιεί τον GRI, εξασφαλίζοντας ότι και τα δύο μέρη μοιράζονται ένα κοινό ενδιαφέρον για τις εκθέσεις που γίνονται σύμφωνα με τον GRI.

Σύμφωνα με τις έντεκα (11) αρχές, οι χρήστες του GRI μπορούν να διαβεβαιωθούν ότι οι εκθέσεις αρχικά παρουσιάζουν ένα ισορροπημένο και λογικό απολογισμό της οικονομικής, περιβαλλοντολογικής και κοινωνικής επίδοσης καθώς και την συνακόλουθη συμβολή του οργανισμού στη αειφόρο ανάπτυξη διαχρονικά, διευκολύνουν τη σύγκριση διαχρονικά, καθώς και τις συγκρίσεις μεταξύ των οργανισμών και τέλος, παρέχουν αξιόπιστα στοιχεία για τους ενδιαφερόμενους φορείς.

Οι αρχές του GRI, λοιπόν, είναι οι παρακάτω:

Διαφάνεια: Η πλήρης αποκάλυψη των προόδων, των διαδικασιών και των αξιώσεων στα πλαίσια της προετοιμασίας της έκθεσης, είναι ουσιαστικής σημασίας για την αξιοπιστία της.

Περιεκτικότητα: Θα πρέπει συστηματικά να επιτρέπεται η συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών για να βοηθήσουν στην εστίαση και να προάγουν συνεχώς την ποιότητα των εκθέσεων.

Μεθοδικός και λεπτομερής έλεγχος - Ελεξιμότητα: Τα στοιχεία και οι πληροφορίες που αναφέρονται, θα πρέπει να καταγράφονται, να καταρτίζονται, να αναλύονται και να παρουσιάζονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να επιτρέπεται από τους εσωτερικούς ελεγκτές ή τους εξωτερικούς παρόχους διασφάλισης να πιστοποιούν την αξιοπιστία.

Πληρότητα: Όλες οι πληροφορίες οι οποίες είναι σημαντικές για τους χρήστες για την αξιολόγηση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντολογικών επιδόσεων πρέπει να εμφανίζονται στην έκθεση με τέτοιο τρόπο ώστε να συνάδουν με τα δηλωθέντα όρια, την εμβέλεια και τη χρονική περίοδο.

Συνάφεια: Είναι ο βαθμός της σημασίας που αποδίδεται σε μια συγκεκριμένη πτυχή, δείκτη ή σε ένα κομμάτι πληροφοριών και αντιπροσωπεύει το όριο στο οποίο

η συγκεκριμένη πτυχή-δείκτης-πληροφορία γίνεται αρκετά σημαντική ώστε να αναφερθεί.

Πλαίσιο Βιωσιμότητας: Θα πρέπει να επιδιώκεται η διευθέτηση των επιδόσεων ώστε να ανήκουν στο ευρύτερο πλαίσιο των οικολογικών, κοινωνικών, ή άλλων ορίων ή περιορισμών, εφόσον το συγκεκριμένο πλαίσιο προσθέτει σημαντικό νόημα στις πληροφορίες που αναφέρονται.

Ακρίβεια: Η αρχή της ακρίβειας αναφέρεται στην επίτευξη του βαθμού ακρίβειας και του χαμηλού περιθωρίου σφάλματος στην αναφορά των απαραίτητων πληροφοριών για τους χρήστες, για να λαμβάνουν αποφάσεις με υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης.

Ουδετερότητα: Θα πρέπει να αποφεύγεται στις εκθέσεις η μεροληπτική επιλογή και παρουσίαση των πληροφοριών και επίσης πρέπει να γίνεται προσπάθεια για την παροχή ισορροπημένων απολογισμών.

Συγκρισιμότητα: Θα πρέπει να διατηρείται η συνέπεια του ορίου και του πεδίου εφαρμογής των εκθέσεων, η αποκάλυψη οποιονδήποτε αλλαγών και η τοποθέτηση των πληροφοριών που αναφέρθηκαν προηγουμένως.

Σαφήνεια: Θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη, πάντα οι διαφορετικές ανάγκες και το υπόβαθρο των ενδιαφερόμενων μερών. Επίσης οι πληροφορίες θα πρέπει να είναι διαθέσιμες, με τέτοιο τρόπο ώστε να ανταποκρίνονται στο μέγιστο αριθμό χρηστών, ενώ παράλληλα να διατηρείται ένα κατάλληλο επίπεδο λεπτομέρειας.

Επικαιρότητα: Οι εκθέσεις πρέπει να παρέχουν πληροφορίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των χρηστών και συμφωνούν με την φύση των πληροφοριών αυτών.

2.2.Δραστηριότητες GRI

Η αποστολή του GRI όπως είναι σαφές, είναι να γίνει η έκθεση αειφορίας πάγια πρακτική. Το GRI παρέχει δωρεάν κατευθυντήριες γραμμές για τις εκθέσεις αειφορίας έτσι ώστε να επιτρέψει σε όλες τις εταιρίες και τους οργανισμούς να επισυνάψουν έκθεση για την οικονομική, περιβαλλοντολογική και κοινωνική απόδοση τους.

Για να επιτευχθεί η αποστολή του, το να καθιερωθεί, δηλαδή, η έκθεση αειφορίας μια πάγια τακτική, το GRI τυποποιεί την έκθεση αειφορίας με την παροχή επίκαιρων κατευθυντήριων οδηγιών, δημιουργεί ικανότητα μέσω της κατάρτισης και

της προβολής, προωθεί μια έκθεση ή επεξηγηματική προσέγγιση ως προς την πολιτική της εκθέσεως αειφορίας και τέλος υποστηρίζει την εξέλιξη των ενοποιημένων απολογισμών.

2.3. The evolution of sustainability reporting - Εξέλιξη μοντέλου

Για να μπορέσουμε να μελετήσουμε την εξέλιξη της υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας θα βοηθηθούμε από την ανάλυση των εκθέσεων μιας φαρμακευτικής εταιρίας με την ονομασία Novo Nordisk, η οποία τον Ιανουάριο του 2012 είχε θεωρηθεί από το περιοδικό Corporate Knights ως η πιο βιώσιμη εταιρία παγκοσμίως. Από τον ιστότοπο της Novo Nordisk, λοιπόν, μπορούμε να δούμε την εξέλιξη που είχαν οι εκθέσεις για τη συγκεκριμένη εταιρία αλλά και για τις περισσότερες εταιρίας, συγκρίνοντας τα αποτελέσματα με τις γνώσεις που ήδη έχουμε.

Η πρώτη έκθεση που μπορούμε να δούμε στον ιστότοπο της Novo Nordisk , είναι μια περιβαλλοντολογική αναφορά για το έτος 1995, η οποία είναι η τρίτη ετήσια πού έχει υποβάλλει η εταιρία, αλλά οι υπόλοιπες δύο για κάποιο λόγο δεν είναι διαθέσιμες.

Η έκθεση του 1998 μοιάζει εντυπωσιακά με το περιβαλλοντολογικό τμήμα της έκθεσης βιωσιμότητας όπως την ξέρουμε τώρα, με τον υπολογισμό των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, την κατανάλωση όλων των πόρων, την αποδοτική χρήση των πόρων καθώς και τις λεπτομέρειες των διαλόγων με τους εμπλεκόμενους περιβαλλοντολογικού φορείς.

Από το 1998 η Novo Nordisk προόδευσε στο να υποβάλλει δυο ξεχωριστές εκθέσεις, μια περιβαλλοντολογική και μια κοινωνική έκθεση. Η κοινωνική έκθεση κάλυπτε το θέμα των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, του υπεύθυνου εργασιακού περιβάλλοντος και διάφορα ευχάριστα κοινωνικά θέματα. Παρόλο που αναφέρονται λίγες πληροφορίες στις αρχικές αυτές κοινωνικές εκθέσεις, μπορούμε να παρατηρήσουμε μια καλή παρουσίαση ουσιαστικών θεμάτων τα οποία σχετίζονται με τον διαβήτη, μία ασθένεια που η Novo Nordisk παρακολουθεί εκτενώς, καθώς είναι φαινομενικά ο παγκόσμιος ηγέτης στο να επινοεί λύσεις για την συγκεκριμένη ασθένεια, η οποία έχει τη δυνατότητα να μειώσει σημαντικά την ποιότητα ζωής σε εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο.

Το 1999 η Novo Nordisk έκανε το πρώτο της άλμα ένταξης των περιβαλλοντολογικών και κοινωνικών της εκθέσεων. Αυτό είχε σαν επακόλουθο

μερικούς πειραματισμούς με ένα άλλο τύπο εκθέσεων που ονομάζεται Triple Bottom Line Report το 2001 και με την έκθεση βιωσιμότητας το 2002 και το 2003. Το δεύτερο μεγάλο άλμα ένταξης το έκανε παράγοντας το 2004 μια ετήσια έκθεση με χρηματοοικονομικές και μη-χρηματοοικονομικές γνωστοποιήσεις. Σύμφωνα με αυτόν τον τύπο έκθεσης υπέβαλε και την έκθεση της για το 2008.

Η Novo Nordisk είναι ένα από τα πολλά παραδείγματα της εξέλιξης των εκθέσεων αειφορίας. Υπάρχουν και άλλα, όπως η Barclays plc (από το 1997), η BASF (από το 1998), Ben και του Jerry (από το 1995), η Cisco Systems (από το 1998), η Henkel (από το 1992), η Intel (από το 1994) και πολλά άλλα. Σχεδόν όλες οι εταιρείες ξεκίνησαν με τη υποβολή μιας περιβαλλοντολογικής και μιας κοινωνικής έκθεσης και στη συνέχεια τις ενσωμάτωσαν σε μία έκθεση βιωσιμότητας. Ακριβώς όπως και η Novo Nordisk.

Αυτό το ταξίδι της εσωτερικής εξέλιξης μοιάζει απίστευτο μιας και πολλοί πιστεύουν ότι το φαινόμενο των εκθέσεων αυτών υπάρχει μόνο τα τελευταία πέντε με έξι χρόνια. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2004 οι ετήσιες εκθέσεις έφτασαν τον αριθμό των δύο χιλιάδων (2000) περίπου (σύμφωνα με το CorporateRegister), ενώ παλαιότερα, όταν η Novo Nordisk άρχισε να υποβάλλει εκθέσεις, οι εκθέσεις που υποβάλλονταν δεν ξεπερνούσαν τις εκατό (100). Αυτό που πρέπει να ειπωθεί σε αυτό το σημείο είναι ότι υπάρχει συνεχή εξέλιξη στην υποβολή εκθέσεων, όπως ακριβώς και στην ίδια την έννοια της βιωσιμότητας και ότι σε καμία περίπτωση κανένα από τα δύο δεν έχει φτάσει το τέλειο. Αντί λοιπόν να ψάχνουμε για τελειότητα, πρέπει να αναζητάμε την πρόοδο.

Ένα βασικό δόγμα για την πρόοδο στις επιδόσεις της βιωσιμότητας είναι η ανατροφοδότηση των ενδιαφερόμενων μερών και του διαλόγου. Η εξέλιξη στην υποβολή εκθέσεων βιωσιμότητας βασίζεται σε παρόμοιες ανατροφοδοτήσεις και διαλόγους. Οι απολογισμοί βιωσιμότητας προσθέτουν σημαντική αξία στον αριθμό των ανθρώπων που τους διαβάζουν, παρόλο που ίσως ορισμένοι δεν καλύπτονται ακριβώς από τους απολογισμούς αυτούς σε κάθε περίπτωση που μπορεί να τους τύχει. Επίσης χρησιμοποιούνται από τα ενδιαφερόμενα μέρη διότι παρουσιάζουν σημαντικές πληροφορίες για το εσωτερικό αλλά και το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

Πολλοί παραπονιούνται για το αν οι εκθέσεις είναι αποτελεσματικές ή όχι. Αντί να παραπονούνται για τον αναποτελεσματικότητα των εκθέσεων, μια πιο

παραγωγική προσέγγιση θα ήταν να αλλάξουν το πρόσωπο της αναφοράς, συμβάλλοντας στο διάλογο με έναν θετικό τρόπο. Αυτού του είδους η πληροφόρηση, ως έκφραση διαφάνειας, ήρθε για να μείνει, ενώ παράλληλα παρακολουθούμε και την εξέλιξη της. Η συμβολή στο διάλογο επηρεάζει στην εξέλιξη της, έτσι ώστε να μπορούν να επωφελούνται, με πιο αποτελεσματικό τρόπο όλο και περισσότερα ενδιαφερόμενα μέρη. Ίσως οι απολογισμοί βιωσιμότητας να μην φτάσουν ποτέ το τέλειο. Για αυτό το λόγο αξίζει να αναφερθεί ξανά ότι αντί να ψάχνουμε για τελειότητα, πρέπει να αναζητάμε την πρόοδο.

3. Κεφάλαιο 3

3.1.Specialized Laws and Regulations - Νόμοι περί GRI

Μέσα σε ένα ραγδαία μεταβαλλόμενο κοινωνικό ιστό οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί επιδιώκουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ευημερία. Στο πλαίσιο αυτό οι επιχειρήσεις στοχεύουν να συνδυάσουν αποτελεσματικά την οικονομική τους απόδοση και ανάπτυξη με τη συνεισφορά τους στο κοινωνικό σύνολο και την προστασία του περιβάλλοντος, πέραν της συμμόρφωσης με το νομοθετικό πλαίσιο. Γεννιούνται όμως νέα ερωτήματα αναφορικά με το ρόλο των επιχειρήσεων και τα όρια της εταιρικής κουλτούρας, η οποία πλέον αγγίζει τον άνθρωπο, την κοινωνία και το περιβάλλον. Το κυριότερο ερώτημα όμως είναι κατά πόσο η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μπορεί να περιχαρακωθεί και εφαρμοστεί από νομοθετικά προστάγματα.

Αναμφισβήτητο είναι το γεγονός ότι ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις υιοθετούν δράσεις κοινωνικής ευθύνης στα πλαίσια της ανταγωνιστικότητας με αποτέλεσμα να βρίσκεται σε φάση πραγματικής άνθησης. Χωρίς να είναι νομικά δεσμευτικό, λειτουργεί περισσότερο ως μια εθελοντική πρωτοβουλία με ηθικό χαρακτήρα την οποία συνθέτουν διεθνή πρότυπα και οδηγίες, προωθώντας την αειφορία και ενισχύοντας την επιχειρησιακή λογοδοσία και επίδοση, συμπληρώνοντας έτσι την εξειδικευμένη νομοθεσία που υπάρχει για εργασιακά, περιβαλλοντικά και άλλα ζητήματα.

3.1.1. Διεθνή πρότυπα

Μήνυμα ευθύνης και υπευθυνότητας αποτελεί η προαγωγή της ΕΚΕ για τις δραστηριότητες της επιχείρησης, προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη της (πελάτες, προμηθευτές, εργαζόμενους, συνεργαζόμενους φορείς, πολιτεία). Στη σύγχρονη ευρωπαϊκή και διεθνή κοινωνία καθορίζεται πλέον ένα συγκεκριμένο πλαίσιο αναφοράς των εταιρικών δράσεων στον τομέα της ΕΚΕ που διέπεται από συγκεκριμένα διεθνή πρότυπα. Τα κύρια πρότυπα βάσει των οποίων δημοσιεύουν τους κοινωνικούς απολογισμούς οι εταιρείες είναι τα εξής: α) Οικουμενικό Σύμφωνο ΟΗΕ (UN Global Compact): Αρχές και κριτήρια ανεπτυγμένα από τον Ο.Η.Ε. για την προαγωγή της ΕΚΕ στις επιχειρήσεις, β) Global Reporting Initiative (GRI): Οδηγίες και κριτήρια για την διασφάλιση της διαφάνειας και της ποιότητας των Εκθέσεων

Αειφορίας και γ) ISO 26000: Διεθνές πρότυπο για την αποτελεσματική κατανόηση, ενσωμάτωση, προώθηση και υλοποίηση της ΕΚΕ στον οργανισμό/επιχείρηση.

3.1.1.1. Οικουμενικό σύμφωνο

Το Οικουμενικό Σύμφωνο είναι μία εθελοντική και διεθνής πρωτοβουλία του ΟΗΕ, στο πλαίσιο της οποίας οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν θα πρέπει να λειτουργούν με στόχο τη βιώσιμη ανάπτυξη και να εφαρμόζουν υπεύθυνες συμπεριφορές και δράσεις. Διέπεται από δέκα (10) παγκόσμια αποδεκτές αρχές στους τομείς των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των συνθηκών εργασίας, του περιβάλλοντος και της καταπολέμησης της διαφθοράς. Στην προσπάθεια για ευρύτερη διάδοση των αρχών του Global Compact έχουν δημιουργηθεί εθνικά Δίκτυα σε όλες τις χώρες της Ευρώπης. Στη χώρα μας, ο φορέας που θα συντονίζει τις δραστηριότητες του Ελληνικού Δικτύου Global Compact, θα είναι το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Χαρακτηρίζεται ως η μεγαλύτερη παγκόσμια πρωτοβουλία εταιρικής υπευθυνότητας αφού σε αυτή συμμετέχουν πια περισσότερες από εκατό (100) χώρες. Είναι εθελοντική και διεθνής και έχει δύο κυρίαρχους στόχους. Πρώτα, να αποτελέσουν οι δέκα (10) αρχές καθολικό ρεύμα στις επιχειρηματικές δραστηριότητες σε ολόκληρο τον κόσμο και έπειτα, να λειτουργήσει ως καταλύτης για δράσεις που στηρίζουν τους στόχους της χιλιετίας.

Οι δέκα (10) αρχές που το διέπουν είναι οι ακόλουθες:

- Αρχή 1η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υποστηρίζουν και να σέβονται την προστασία των διεθνώς διακηρυγμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Αρχή 2η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διασφαλίζουν ότι οι δικές τους δραστηριότητες δεν εμπλέκονται σε παραβιάσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
Συνθήκες εργασίας
- Αρχή 3η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και την αποτελεσματική αναγνώριση του δικαιώματος της συλλογικής διαπραγμάτευσης.
- Αρχή 4η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη κάθε μορφής καταναγκαστικής ή υποχρεωτικής εργασίας.
- Αρχή 5η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την ουσιαστική κατάργηση της παιδικής εργασίας.

- Αρχή 6η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προασπίζουν την εξάλειψη των διακρίσεων στις προσλήψεις και την απασχόληση.

Περιβάλλον

- Αρχή 7η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ακολουθούν προληπτική προσέγγιση ως προς τις περιβαλλοντικές προκλήσεις.
- Αρχή 8η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.
- Αρχή 9η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη και διάδοση τεχνολογιών που είναι φιλικές προς το περιβάλλον.

Καταπολέμηση της Διαφθοράς

- Αρχή 10η: Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αντιτίθενται σε κάθε μορφής διαφθορά, συμπεριλαμβανομένων του εκβιασμού και της δωροδοκίας.

To United Nations Development Program (UNDP)

Το UNDP είναι το παγκόσμιο αναπτυξιακό δίκτυο του Ο.Η.Ε., που υποστηρίζει τις αλλαγές και συνδέει τα κράτη με τη γνώση, την εμπειρία και τους πόρους που βοηθούν τους ανθρώπους να οικοδομήσουν μια καλύτερη ζωή. Είμαστε παρόντες σε 166 χώρες και συνεργαζόμαστε μαζί τους για την εξεύρεση των δικών τους λύσεων στις παγκόσμιες και εθνικές προκλήσεις ανάπτυξης. Κατά την ανάπτυξη των τοπικών δυνατοτήτων τους, οι χώρες προσεγγίζουν τους ανθρώπους του UNDP και το ευρύ φάσμα των συνεργατών μας.

3.1.1.2. GRI

Πλαίσιο προδιαγραφών αποτελεί ο οδηγός έκδοσης απολογισμών GRI, παρέχοντας κατευθυντήριες οδηγίες σχετικά με τους τρόπους διατύπωσης της επίδοσης των επιχειρήσεων στον τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι οδηγίες και οι δείκτες που περιλαμβάνονται σε διάφορα μέρη του Πλαισίου μπορούν να επιλεγθούν από τις επιχειρήσεις, έτσι ώστε να ανταποκριθούν αποτελεσματικά στις ανάγκες τους και να καλύψουν τα συμφέροντα των ενδιαφερομένων μερών. Χρησιμοποιείται ήδη από χιλιάδες εταιρίες, ενώσεις και οργανισμούς ως βάση για την έκδοση απολογισμών βιωσιμότητας και εφαρμόζεται ανεξάρτητα από το μέγεθος, τον τύπο ή την γεωγραφική θέση που έχουν. Μια ισορροπημένη εικόνα περιβαλλοντικής, κοινωνικής και οικονομικής απόδοσης παρουσιάζουν οι οργανισμοί μέσω της

εφαρμογής του, ενώ συγχρόνως επωφελούνται της συγκρισιμότητας των απολογισμών. Το GRI, εξελίσσεται και επεκτείνεται αδιάκοπα, καθώς η εμπειρία σχετικά με την έκδοση απολογισμών βιωσιμότητας εμπλουτίζεται και οι ανάγκες των επιχειρήσεων μεταβάλλονται καθιστώντας αναγκαία υψηλότερα πρότυπα υπευθυνότητας. Στο πλαίσιο εξέλιξης του GRI, η νέα γενιά G4 θα κάνει την εμφάνισή της μέσα στο 2012.

3.1.1.3. ISO 26000

Καθοδήγηση σε όλους τους τύπους των οργανισμών και των επιχειρήσεων ώστε να αναπτύξουν την κοινωνική τους υπευθυνότητα παρέχει το νέο αυτό πρότυπο προσανατολισμού για την ΕΚΕ. Διέπεται από επτά (7) βασικές αρχές και επτά (7) άξονες με σαράντα (40) επιμέρους θέματα προς διαχείριση. Μερικές από τις αρχές αυτές είναι η διαφάνεια, η ηθική συμπεριφορά, η τήρηση της νομοθεσίας, ο σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των αναγκών των ενδιαφερομένων μερών, αλλά και των διεθνών κανόνων συμπεριφοράς. Ως προσδοκία του θέτει να βοηθήσει τους οργανισμούς να αναγνωρίσουν και να ταυτοποιήσουν όλα τα συμβαλλόμενα μέρη. Στόχος του πρότυπου αυτού είναι η αύξηση της ικανοποίησης των καταναλωτών δίνοντας έμφαση στη βελτίωση των επιχειρηματικών και κοινωνικών επιδόσεων.

Ανακεφαλαιώνοντας, η κοινωνική υπευθυνότητα εξελίσσεται σε οικειοθελή βάση, βρίσκοντας έρεισμα σε διεθνείς και ευρωπαϊκές πολιτικές. Άλλωστε, όπως χαρακτηριστικά και εύστοχα έχει δηλώσει ο Γάλλος στοχαστής του 18ου αιώνα Μοντεσκιέ: «Η αυστηρότητα των νόμων εμποδίζει την εφαρμογή τους».

3.2. Περιβαλλοντική λογιστική – αειφόρος ανάπτυξη

Ο όρος πράσινη οικονομία έχει μπει πολύ πρόσφατα στο καθημερινό λεξιλόγιο των ελλήνων. Μόλις το 2009, πρωτοεμφανίστηκε ο όρος Περιβαλλοντική Λογιστική (Environmental Accounting), σε διεθνές επίπεδο όμως ήταν ευρέως διαδεδομένη ήδη από τη δεκαετία του '70, όταν προέκυψε μέσω των συζητήσεων για την εταιρική κοινωνική ευθύνη. Όμως τι πραγματικά είναι η περιβαλλοντική λογιστική;

Περιβαλλοντική λογιστική θα έλεγε κανείς ότι είναι απλά μια καλύτερη προσέγγιση της κλασσικής λογιστικής. Εστιάζει στα κόστη που σχετίζονται με τις πρώτες ύλες και προκύπτουν κατά την παραγωγική διαδικασία (φύρα), τα απόβλητα

που δημιουργούνται και άλλα κόστη άμεσα συνδεδεμένα με περιβαλλοντικά ζητήματα. Μπορεί να παρέχει πληροφόρηση σε χρηματικές ή φυσικές μονάδες, καλύπτοντας συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, για όλα τα περιβαλλοντικά έξοδα και έσοδα και να τα παρουσιάσει σε ειδικές εκθέσεις. Εφαρμόζοντας οι εταιρίες την περιβαλλοντική λογιστική, έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν τη διαδικασία παραγωγής και συγχρόνως να ενημερώσουν υπεύθυνα για τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της επιχείρησής τους. Τελικά δεν αφορά μόνο τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της εταιρείας, αλλά υποστηρίζει και καλύτερες επιχειρηματικές αποφάσεις σε όλους τους τομείς.

Στον όρο περιβαλλοντική πράσινη λογιστική περιλαμβάνονται τρεις έννοιες. Η πράσινη λογιστική μπορεί να στηρίζει τη Δημόσια Λογιστική, τη Χρηματοοικονομική Λογιστική και τη Διοικητική Λογιστική των επιχειρήσεων.

Σε πρώτη φάση θα πρέπει να αναλογιστούμε αν η επιχείρηση έχει καθαρή εικόνα για τα παρακάτω θέματα:

- Την ποσότητα και την αξία των πρώτων υλών που χάνονται υπό την μορφή αποβλήτων
- Το ακριβές κόστος της διαχείρισης απορριμμάτων
- Τα κόστη της συμμόρφωσης με την νομοθεσία και των πιθανών μηνύσεων

Αν δεν έχουμε αυτή την πληροφορία διαθέσιμη ανά πάσα στιγμή ή ακόμα και αν δεν είμαστε σίγουροι για το πόσο ακριβείς είναι οι εκτιμήσεις μας θα πρέπει να εξετάσουμε σοβαρά τον σχεδιασμό και την εφαρμογή ενός συστήματος περιβαλλοντικής λογιστικής. Στην περίπτωση για παράδειγμα μιας μικρής επιχείρησης με περιορισμένους πόρους μπορούμε να εξετάσουμε το ερώτημα «συμφέρει να ανακυκλώσω – να επαναχρησιμοποιήσω τα υλικά συσκευασίας ή όχι»;

Μικρής κλίμακας ερωτήματα σαν και αυτό θα αναδείξουν αναμφισβήτητα τα πλεονεκτήματα της περιβαλλοντικής λογιστικής και έπειτα μπορούμε σταδιακά να βελτιώσουμε την διαδικασία κοστολόγησης των προϊόντων μας. Όταν οι επιχειρηματίες δεν έχουν καθαρή εικόνα για την ποσότητα και την αξία των πρώτων υλών που εκρέουν ως απόβλητα, το πραγματικό κόστος της διαχείρισης των απορριμμάτων δεν μπορούν ούτε να τις διαχειριστούν ούτε να τις μειώσουν.

Οι επιχειρήσεις που δεσμεύονται σοβαρά στην ιδέα της βελτίωσης του περιβαλλοντικού τους προφίλ, χρησιμοποιώντας ως εργαλείο την περιβαλλοντική λογιστική μπορούν να ωφεληθούν με διάφορους τρόπους:

- Λιγότερα απόβλητα και καλύτερη διαχείριση αυτών καθώς και εξοικονόμηση χρημάτων για τη διαχείρισή τους ενώ ταυτόχρονα καλύπτονται καλύτερα οι ανάγκες της εταιρίας σας για εσωτερική πληροφόρηση.
- Εξοικονόμηση πρώτων υλών και ενέργειας, πρακτική που απαντά άριστα στις προκλήσεις τις ανταγωνιστικής ευρωπαϊκής αγοράς.
- Εκμετάλλευση κρατικών χρηματοδοτήσεων και ευρωπαϊκών επιχορηγήσεων και ταυτόχρονη μείωση του κινδύνου μηνύσεων ή επιβολής προστίμων και φόρων.
- Καλύτερη πληροφόρηση, γνώση και διαχείριση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και βελτίωση της εικόνας της εταιρείας σας στους πελάτες, σε επενδυτές, στην τοπική κοινωνία, στο κράτος σε περιβαλλοντικές οργανώσεις και γενικά χτίσιμο δυνατών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων
- Η περιβαλλοντική λογιστική χαρακτηρίζεται ως μία νέα προσέγγιση στην διοίκηση των επιχειρήσεων χωρίς απόλυτα πρότυπα και κανόνες. Κριτήριο λοιπόν βάση το οποίο θα επιλέξει κάθε εταιρία τους πόρους που θα χρειαστεί είναι αρχικά το μέγεθος της και στη συνέχεια οι ανάγκες που έχει για πληροφόρηση. Αποδεδειγμένο είναι πια πως η επιτυχία της εξαρτάται αποκλειστικά και μόνο από τη δέσμευση της διοίκησης για «αλλαγή» προς ένα σύστημα οικονομικά βιώσιμο και περιβαλλοντικά υπεύθυνο.

3.3.Συνεργασίες με άλλους οργανισμούς

Ρίχνοντας κανείς μια ματιά στην κατάσταση της ποιότητας στην Ελλάδα, μπορεί εύκολα να διαπιστώσει πως σε σύγκριση με άλλες χώρες της ευρωπαϊκής ένωσης δεν είναι σε καθόλου καλό επίπεδο. Αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι η απουσία γενικής στρατηγικής για την υποχρεωτική εφαρμογή Πιστοποιημένων Συστημάτων Ποιότητας. Το φαινόμενο αυτό δυσφημεί διεθνώς τη χώρα μας και δημιουργεί προβλήματα στον τουρισμό για τον οποίο δαπανώνται αρκετά ποσά για τη διεθνή προβολή του.

Μείζονος σημασίας είναι η ύπαρξη προγραμμάτων, «Πιστοποιηθείτε» για εφαρμογή συστημάτων Ποιότητας. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της ISO.

Η ISO θεωρείται ως η πιο γνωστή προγραμματίστρια εταιρία παγκοσμίως των εθελοντικών διεθνών προτύπων και ο GRI προγραμματιστής του πιο ευρέως χρησιμοποιούμενου πλαισίου αναφοράς της βιωσιμότητας. Μεταξύ αυτών των δύο έχει υπογραφεί ένα μνημόνιο συμφωνίας, έτσι ώστε να αυξήσουν τη συνεργασία τους.

Ο GRI ήταν ένας από τους σαράντα δύο (42) οργανισμούς που συμμετείχαν μαζί με τους εκπροσώπους ενενήντα εννέα (99) χωρών μελών της ISO στην ανάπτυξη του προτύπου ISO 26000. Το διεθνές αυτό πρότυπο παρέχει κατευθυντήριες γραμμές για την κοινωνική ευθύνη. Μετά την έναρξη του προτύπου, το GRI δημοσίευσε ένα έγγραφο με το οποίο αναλύονταν πώς να χρησιμοποιηθούν οι κατευθυντήριες γραμμές του GRI, σε συνδυασμό με το πρότυπο ISO 26000.

Υπάρχουν βέβαια και επιδοτούμενα προγράμματα όπως είναι το ISO 9001, το ISO 22000, το HACCP, το ISO 14000, το ΕΛΟΤ 1801 κ.α. Αρνητικό είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των εταιριών που συμμετέχει έχει ως μοναδικό του κίνητρο την επιδότηση. Ελάχιστες είναι οι εταιρίες που το κάνουν συνειδητά, για να βελτιώσουν τη λειτουργία τους.

Από την έρευνα που κάνει κάθε χρόνο ο Οργανισμός ISO προκύπτουν ότι σε όλο τον κόσμο από το 2001 έως 2007 είχαν εκδοθεί 776.608 πιστοποιητικά ISO 9001:2000 σε 161 χώρες όταν μέχρι το 2001 είχαν εκδοθεί 44.388 πιστοποιητικά άρα μέσα σε πέντε χρόνια τα πιστοποιητικά αυξήθηκαν κατά περίπου δέκα επτά (17) φορές. Για δε πιστοποιητικά ISO 14001 (Περιβάλλον) έως το 2007 είχαν εκδοθεί σε όλο τον κόσμο 111.162 πιστοποιητικά σε εκατό τριάντα οκτώ (138) χώρες όταν μέχρι το 2001 είχαν εκδοθεί 36.464.

Εάν συγκρίνουμε ευρωπαϊκές χώρες του μεγέθους της Ελλάδας σε εκδοθέντα πιστοποιητικά ISO 9001 μέχρι το 2007 εκεί φαίνεται πόσο υστερεί η Ελλάδα:

Ελλάδα 3.255	Τσεχία 12.743	Αυστρία 3.368
Πορτογαλία 5.820	Ολλανδία 9.160	Πολωνία 9.718
Βέλγιο 4.810	Ουγγαρία 15.464	Ρουμανία 6.097

Στα δε εκδοθέντα πιστοποιητικά ISO 14001 τα στοιχεία είναι το ίδιο δυσμενή για την Ελλάδα:

Ελλάδα 254	Αυστρία 259	Δανία 837
------------	-------------	-----------

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η Ελλάδα υστερεί στη διάδοση και την υιοθέτηση των Συστημάτων Ποιότητας. Καθίσταται λοιπόν αναγκαίο να ενεργοποιηθούν οι Δομές Ποιότητας που ήδη υπάρχουν, να γίνει ευρεία ενημέρωση σε όλες τις επιχειρήσεις, με έκδοση ειδικών φυλλαδίων και ενημερωτικές εκδηλώσεις. Μια τέτοια ευκαιρία είναι η Ευρωπαϊκή Εβδομάδα Ποιότητας κατά τη διάρκεια της οποίας μπορούν να οργανωθούν εκδηλώσεις σε όλη τη χώρα με την πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης και να αναπτυχθούν τα οφέλη από την ανάπτυξη Συστημάτων Ποιότητας σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους.

Κλείνοντας, θα αναφερθούμε στο CSR HELLAS. Το Ελληνικό Δίκτυο για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (Δίκτυο Ε.Κ.Ε.), είναι ένα μη κερδοσκοπικό επιχειρηματικό σωματείο που ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2000 από μια ομάδα τριών (3) επιχειρηματικών φορέων και δεκατριών (13) εταιριών. Σήμερα τα μέλη του ανέρχονται σε εκατό δέκα τρεις (113) εταιρίες και έξι (6) επιχειρηματικούς φορείς. Στόχος του είναι η ευρύτερη διάδοση της έννοιας και των καλών πρακτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στην ελληνική επιχειρηματική κοινότητα. Το Δίκτυο είναι επίσης εθνικός εταίρος του CSR Europe.

4. Κεφάλαιο 4

4.1.Βιωσιμότητα και απολογισμός βιωσιμότητας

Ολοένα και περισσότεροι οργανισμοί επιδιώκουν τη βελτίωση της βιωσιμότητας των λειτουργιών τους, καθορίζοντας μία διαδικασία απολογισμού βιωσιμότητας. Με αυτόν τον τρόπο θέτουν στόχους, μετρούν την επίδοσή τους και διαχειρίζονται λειτουργικές και στρατηγικές αλλαγές με αποτέλεσμα να δημοσιεύουν ορθές πληροφορίες σχετικά με την οικονομική, περιβαλλοντολογική, κοινωνική καθώς και διακυβερνητική τους επίδοση.

Παράλληλα, ο απολογισμός βιωσιμότητας σε συνεχή βάση, μπορεί να επηρεάσει την πολιτική, τη στρατηγική καθώς και τη λειτουργία της εκάστοτε επιχείρησης αποτελώντας το μέσο κλειδί για τις τυχόν θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις στη σύλληψη πληροφοριών και τη βιωσιμότητα του κάθε οργανισμού.

4.2.Γιατί τους εκδίδουν οι εταιρείες

Γιατί όμως οι οργανισμοί επιλέγουν να εκδίδουν απολογισμούς βιωσιμότητας; Είναι ένα μεγάλο ερώτημα το οποίο θα απαντηθεί στην εν λόγω ενότητα. Η καλύτερη κατανόηση των κινδύνων και των ευκαιριών καθώς και η βελτίωση της εταιρικής υπόληψης και πίστης στην εμπορική ταυτότητα είναι δύο από τους λόγους που οι εταιρείες εκδίδουν απολογισμούς βιωσιμότητας. Παράλληλα, οι απολογισμοί βιωσιμότητας έχουν τη δυνατότητα να διευκολύνουν τα ενδιαφερόμενα μέρη στην ορθότερη κατανόηση των επιπτώσεων καθώς και των επιδόσεων σε αυτόν τον τομέα, καθώς και η έμφαση πάνω στο οικονομικής και μη οικονομικής επίδοσης σύνδεσμο.

Εκτός των άλλων, δύο ακόμη λόγοι είναι η ικανότητα για συγκριτική αξιολόγηση της επίδοσης των οργανισμών εσωτερικά αλλά και εξωτερικά, ενώ θα μπορούσαμε να πούμε ότι σύγκριση και η αξιολόγηση της επίδοσης σχετικά με τους νόμους, τα πρότυπα, τους κώδικες και τις εθελοντικές πρωτοβουλίες είναι σαφέστατα πολύ πιο ικανή στα πραγματικά δεδομένα. Παράλληλα, η καθοδήγηση για τα σχέδια της επιχείρησης καθώς και τη μακροπρόθεσμη διαχειριστική στρατηγική και πολιτική, όπως και η ανάδειξη του επηρεασμού από και προς τον οργανισμό στις προσδοκίες σχετικά με την βιώσιμη ανάπτυξη είναι δύο επιπλέον αιτίες που οι εταιρείες εκδίδουν τους απολογισμούς βιωσιμότητας. Τελευταίος και βασικός λόγος,

θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι η συμμόρφωση με τους εθνικούς κανονισμούς ή τις προϋποθέσεις εισαγωγής τους στο χρηματιστήριο.

Ο GRI προσφέρει στους οργανισμούς τη δυνατότητα αξιολόγησης του επιπέδου εφαρμογής των οδηγιών. Τα επίπεδα εφαρμογής καθορίζουν το κατά πόσο το περιεχόμενο προδιαγράφεται από τον GRI έχει καλυφθεί μέσα σε έναν απολογισμό βιωσιμότητας. Τα επίπεδα εφαρμογής βάση GRI που υπάρχουν είναι A, B και C και έχουν να κάνουν με το ποιες και πόσες από τις τυπικές δημοσιοποιήσεις του GRI έχουν καλυφθεί. Οι ίδιοι οργανισμοί έχουν τη δυνατότητα να αξιολογούν το επίπεδο εφαρμογής κατά την έκδοση του απολογισμού και επιβεβαιώνει το επίπεδο εφαρμογής που ανακηρύσσει ένας οργανισμός ως αποτέλεσμα της δικής του αξιολόγησης.

Οι κατευθυντήριες γραμμές του GRI κυκλοφόρησαν σε ένα σχέδιο έκθεσης το Μάρτιο του 1999. Μια πιλοτική δοκιμή από 21 εταιρείες διεξήχθη κατά τη διάρκεια του 1999 και του 2000. Οι παρατηρήσεις που ελήφθησαν σχετικά με το σχέδιο έκθεσης αντιπροσώπευαν προοπτικές από λογιστικούς, διοίκησης επιχειρήσεων, περιβαλλοντικούς, κυβερνητικούς, ανθρωπίνων δικαιωμάτων, θρησκευτικών και άλλων οργανώσεων. Τον Ιούνιο του 2000 και τον Αύγουστο του 2002 κυκλοφόρησαν κάποιες αναθεωρημένες κατευθυντήριες γραμμές.

Οι στόχοι του GRI δημοσιεύοντας τις κατευθυντήριες οδηγίες, ήταν να βοηθήσει τους οργανισμούς να αναφέρουν πληροφορίες οι οποίες:

- Παρουσιάζουν σαφώς τις ανθρώπινες και οικολογικές επιπτώσεις των επιχειρήσεων και διευκολύνουν ενημερωμένες αποφάσεις σχετικά με τις επενδύσεις, τις αγορές και τις συνεργασίες.
- Είναι σχετικές με τις ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών και ενισχύουν τον περαιτέρω διάλογο και την έρευνα.
- Παρέχουν διαχείριση με ένα εργαλείο για τη συνεχή βελτίωση των επιδόσεων της κάθε εταιρίας.
- Προωθούν την διαφάνεια και την αξιοπιστία μέσα από την παρουσίαση και σύμφωνα με τις προδιαγραφές των καθιερωμένων, ευρέως αποδεκτών αρχών οι οποίες εφαρμόζονται με συνέπεια στην πάροδο του χρόνου.
- Είναι εύκολες στην κατανόηση και διευκολύνουν την σύγκριση μεταξύ εκθέσεων από άλλους οργανισμούς.

- Συμπληρώνουν, αντί να αντικαθιστούν άλλα πρότυπα αναφοράς.
- Τονίζουν τη σχέση μεταξύ των τριών (3) στοιχείων αειφορίας.

Οι κατευθυντήριες οδηγίες αποτελούνται από πέντε (5) μέρη, την εισαγωγή, «Χρησιμοποιώντας τις κατευθυντήριες γραμμές του GRI», «Οι αρχές της έκθεσης», «Το περιεχόμενο της έκθεσης», και ένα γλωσσάριο με τα παραρτήματα. Η εισαγωγή Η εισαγωγή εξηγεί τα κίνητρα και τα οφέλη των απολογισμών βιωσιμότητας. Το δεύτερο μέρος παρέχει βασικές πληροφορίες σχετικά με τη φύση των κατευθυντηρίων γραμμών, περιγράφει την “οικογένεια” των εγγράφων του GRI και δίνει γενικές πληροφορίες σχετικά με τις προσδοκίες και τον σχεδιασμό των εκθέσεων. Το τρίτο μέρος, το οποίο ασχολείται με τις αρχές της υποβολής των εκθέσεων, θα πρέπει να παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το λογιστικό επάγγελμα. Το τέταρτο μέρος των κατευθυντήριων γραμμών παρέχει λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο της έκθεσης του GRI. Το τελικό τμήμα των κατευθυντήριων γραμμών περιλαμβάνει βασικές πληροφορίες σχετικά με το GRI και συμπληρωματικές πληροφορίες που μπορεί να είναι χρήσιμες για την προετοιμασία των εκθέσεων GRI. Ένα παράρτημα περιλαμβάνει οδηγίες σχετικά με τη διασφάλιση των GRI εκθέσεων το οποίο επίσης μπορεί να παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το λογιστικό επάγγελμα.

4.2.1. Πλαίσια έκδοσης απολογισμών βιωσιμότητας GRI

Τα πλαίσια έκδοσης απολογισμών GRI είναι το σύνολο των καθοδηγητικών υλών που παρέχονται από τον GRI, τα οποία αποτελούνται από τις κατευθυντήριες οδηγίες για την έκδοση απολογισμών βιωσιμότητας, τα συμπληρώματα κλάδων, το πρωτόκολλο ορίου και το τεχνικό πρωτόκολλο. Τα πλαίσια μπορούν να εφαρμοστούν από κάθε οργανισμό παγκοσμίως ως βάση για τη σύνταξη και έκδοση βιωσιμότητάς του.

4.2.2. Συμπληρώματα κλάδων

Τα συμπληρώματα κλάδων είναι εκδόσεις των κατευθυντήριων οδηγιών προσαρμοσμένες για συγκεκριμένους κλάδους. Τα Συμπληρώματα αυτά βοηθάνε τους οργανισμούς στην έκδοση απολογισμών βιωσιμότητας που εξετάζουν τις επιπτώσεις του συγκεκριμένου κλάδου με τρόπο διεθνώς συγκρίσιμο και διατίθενται

μέχρι στιγμής μόνο στα αγγλικά. Αυτά είναι η παροχή ηλεκτροδότησης, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, η εξόρυξη και τα μέταλλα, η επεξεργασία τροφίμων καθώς και οι φορείς διαχείρισης αερολιμένων. Επίσης ως συμπληρώματα στον τομέα ανάπτυξης αναφέρονται οι εξής κλάδοι: Κατασκευή και διαχείριση ακινήτων, διοργάνωση εκδηλώσεων, ΜΜΕ, πετρέλαιο και φυσικό αέριο.

4.2.3. Λίστα απολογισμών

Η λίστα απολογισμών του δείκτη GRI είναι ένας κατάλογος, ο οποίος περιλαμβάνει όλους τους απολογισμούς που έχουν εκδοθεί βάση πλαισίων GRI. Η λίστα αυτή συγκεντρώνει κρίσιμα δεδομένα που έχουν να κάνουν με τον απολογισμό και παρακολουθεί την εξέλιξή τους, ταξινομώντας κατά χώρα και όχι μόνο, αποκαλύπτοντας έτσι τάσεις και μοτίβα που παρουσιάζονται ανάμεσα στους απολογισμούς. Παράλληλα, έχει την δυνατότητα συλλογής πληροφοριών ανάλογα τα δεδομένα που ενδιαφέρουν τον οργανισμό, κοινοποιώντας με αυτόν τον τρόπο θέματα που τους αφορούν.

4.2.4. Λόγοι υποβολής εκθέσεων σχετικά με την αειφορία

Η υποβολή των εκθέσεων είναι ένας σημαντικός τρόπος διαχείρισης ευθυνών από τους οργανισμούς ώστε να μπορούν να ασκήσουν θετική αλλαγή στις θεμελιώδεις συνθήκες που επηρεάζουν την ευημερία των ανθρώπων. Οι περιβαλλοντικές και κοινωνικές συνθήκες και η μέτρηση των επιδόσεων καθώς και η υποβολή εκθέσεων σχετικά με θέματα που σχετίζονται με την αειφόρο ανάπτυξη επιτρέπουν στους οργανισμούς να διαχειρίζονται καλύτερα τις επιπτώσεις τους και να βελτιώνονται ολοένα και περισσότερο.

Επίσης, οι σχέσεις με τους πελάτες και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη είναι ένας σημαντικός λόγος για την υποβολή εκθέσεων. Οι οργανισμοί έχουν τη δυνατότητα να παραμείνουν στον σαφή έλεγχο των πληροφοριών που θέλουν να παραδοθούν στους μετόχους τους. Αρκεί μόνο να αναλάβουν ενεργό ρόλο για τη συλλογή, την ανάλυση καθώς και την αναφορά των μέτρων που έχουν λάβει για τη μείωση του δυνητικού κινδύνου τους. Η πίεση πάντα ήταν, είναι και θα είναι μία επιτυχημένη μέθοδος για την προώθηση της διαφάνειας και γνωστοποίησης των οργανισμών καθώς και τη λογοδοσία. Με αυτόν τον τρόπο, τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να παρακολουθήσουν τις επιδόσεις του οργανισμού σε γενικά θέματα σε τακτά χρονικά

διαστήματα. Συνήθως παρακολουθείται από έτος σε έτος για να μπορεί να συγκριθεί ευκολότερα και με άλλες παρόμοιες οργανώσεις.

Παράλληλα, οι δυνατότητες εξοικονόμησης του κόστους, λόγω της αλλαγής των αγορών με περιορισμένους πόρους και τις απαιτήσεις των καταναλωτών που επηρεάζουν τις τιμές, όλο και αυξάνονται. Η παγκόσμια πρωτοβουλία αναφοράς είναι ο διαχειριστής του πιο ευρέως χρησιμοποιούμενου πλαισίου αναφοράς για τις επιδόσεις σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα, την εργασία, το περιβάλλον, την καταπολέμηση της διαφθοράς, καθώς και άλλα θέματα εταιρικής ιδιότητας του πολίτη. Το πλαίσιο GRI είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο, αξιόπιστο τυποποιημένο πλαίσιο υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας του κόσμου, σε μεγάλο βαθμό λόγω του τρόπου που έχουν δημιουργηθεί.

Αυτό σημαίνει ότι οι εκπρόσωποι από μία ευρεία διατομή από όλο τον κόσμο προσπαθούν να επιτύχουν συναίνεση σχετικά με το τι θα πρέπει να περιέχουν οι κατευθυντήριες γραμμές. Εξαιτίας όμως του ότι πολλοί φορείς συνεργάζονται με τις κατευθυντήριες γραμμές υπάρχουν πολλαπλές ανάγκες από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με ότι θα μπορούσε να συμβεί εάν μόνο οι εκπρόσωποι του επιχειρηματικού κόσμου ή των μη κυβερνητικών οργάνων δημιουργούσαν τις κατευθυντήριες γραμμές. Είναι επίσης ευεργετικό, δεδομένου ότι βοηθά να αυξηθούν οι πιθανότητες ανάπτυξης προς το καλύτερο όλων των σχετικών θεμάτων αειφορίας που περιλαμβάνονται στους εκάστοτε οργανισμούς.

5. Κεφάλαιο 5

5.1. Δείκτες βιώσιμης ανάπτυξης

Οι δείκτες σχεδιάστηκαν για να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την ανάπτυξη και την υφιστάμενη κατάσταση μιας εταιρίας, περιοχής, τομέα μετατρέποντας τα δεδομένα σε μετρήσιμα μεγέθη. Μέσω των δεικτών αυτών μπορεί να έχει πλήρη εικόνα για το επίπεδο ανάπτυξης της και το επιθυμητό επίπεδο. Παρέχουν πληροφορίες για τη σχέση μεταξύ οικονομικών, περιβαλλοντικών, κοινωνικών και θεσμικών στοιχείων που συνδέονται μακροπρόθεσμα με τη βιωσιμότητα. Ουσιαστικά μας επιτρέπεται να ορίσουμε μια αναπτυξιακή προσπάθεια ως αειφόρο εάν και μόνο εάν είναι οικονομικά βιώσιμη, κοινωνικά δίκαιη και περιβαλλοντικά υπεύθυνη.

Οι δείκτες βιωσιμότητας θα πρέπει:

- Να αντιπροσωπεύουν με συνέπεια ένα κρίσιμο στοιχείο του οικοσυστήματος.
- Να υπόκεινται σε απομόνωση μέσα στο περιβάλλον.
- Να μετρώνται με ακρίβεια και επαναληπτικά.
- Να γίνονται αντιληπτοί σε σχέση με την υγεία του οικοσυστήματος.
- Να κατανοούνται καλά και να γίνονται αποδεκτοί από το κοινό.
- Να έχουν τη δυνατότητα να συνδέονται με άλλους δείκτες βιωσιμότητας.
- Να αντιπροσωπεύουν και να σχετίζονται με σπουδαίες κοινωνικές αξίες.

Εκτός από το δείκτη GRI, εξίσου γνωστός και σημαντικός είναι ο δείκτης περιβαλλοντικής, κοινωνικής και εταιρικής διακυβέρνησης γνωστός ως ESG. Περιγράφει τους τρεις κύριους τομείς ενδιαφέροντος που έχουν αναπτύξει οι κεντρικοί συντελεστές για τη μέτρηση της βιωσιμότητας και τις ηθικές επιπτώσεις μιας επένδυσης σε μια εταιρεία ή επιχείρηση. Με το σάλο που έχει προκληθεί τα τελευταία χρόνια γύρω από την απειλή της κλιματικής αλλαγής και την εξάντληση των φυσικών πόρων, οι επενδυτές έχουν ολοένα και περισσότερο επίγνωση της ανάγκης του συνυπολογισμού της αειφορίας στις επενδυτικές τους επιλογές. Τα έσοδα κάθε εταιρίας δεν επηρεάζονται πια αποκλειστικά και μόνο από τους μηχανισμούς της αγοράς. Η κλιματική αλλαγή, τα επικίνδυνα απόβλητα, η πυρηνική ενέργεια, και η βιωσιμότητα ασκούν εξίσου μεγάλη επιρροή. Συνεπώς οι τρεις έννοιες της κοινωνικής, περιβαλλοντικής και εταιρικής διακυβέρνησης συνδέονται

στενά με την έννοια των Υπεύθυνων Επενδύσεων. Αρχικά ξεκίνησε ως μια περιοχή επένδυσης η οποία απλά εξυπηρετούσε τις ανάγκες όσων επιθυμούν να επενδύσουν εντός ηθικά καθορισμένων παραμέτρων.

Στην ευρύτερη κατηγορία των δεικτών αειφορίας ανήκουν οι Περιβαλλοντικοί δείκτες, οι οποίοι αντίστοιχα με τους δείκτες αειφορίας είναι δυνατό να συμβάλλουν στην αειφορική διαχείριση του περιβάλλοντος. Αντικατοπτρίζουν διάφορες τάσεις στην κατάσταση του περιβάλλοντος και παρακολουθούν την αναπτυσσόμενη πρόοδο σε στόχους περιβαλλοντικής πολιτικής. Δίνουν πληροφορίες για φαινόμενα που θεωρούνται χαρακτηριστικά ή κρίσιμα για την ποιότητα του περιβάλλοντος. Οι δείκτες αυτοί θα μπορούσαν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες: : α) τους περιβαλλοντικούς δείκτες που ανήκουν στο κλασικό μοντέλο οι οποίοι διαφέρουν ανάλογα με το θέμα και την κατηγορία στην οποία αναφέρονται, β) τους δείκτες βιωσιμότητας, και γ) τους δείκτες συνολικής ποιότητας (total quality indicators) ή μοναδικούς ολοκληρωμένους δείκτες όπως ο HDI (Human Development Index).

Επίσης σημαντικοί είναι οι χρηματοοικονομικοί αριθμοδείκτες. Συνιστούν χρήσιμο εργαλείο καθώς με τη χρησιμοποίησή τους εκφράζονται σχέσεις που παρουσιάζουν οικονομικό ενδιαφέρον και οδηγούν σε συγκεκριμένα συμπεράσματα. Παρέχουν ενδείξεις για την πορεία μιας εταιρείας, καθώς και για την αποτελεσματικότητα των πολιτικών που ακολουθούνται από τη διοίκησή της. Θα μπορούσε κανείς να χωρίσει τους χρηματοοικονομικούς αριθμοδείκτες στις ακόλουθες κατηγορίες: α) αριθμοδείκτες ρευστότητας, β) αριθμοδείκτες δραστηριότητας, γ) αριθμοδείκτες αποδοτικότητας, δ) αριθμοδείκτες διαρθρώσεως κεφαλαίων και βιωσιμότητας και ε) αριθμοδείκτες επενδύσεως.

Γενικά οι δείκτες αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο στα χέρια τόσο των ειδικών όσο και των απλών πολιτών, αφού περιγράφουν ένα σύστημα και βοηθούν στη λήψη πολιτικών αποφάσεων. Το Εθνικό Κέντρο Περιβάλλοντος και Αειφόρου Ανάπτυξης (ΕΚΠΑΑ) έχει θέσει ως πρωταρχικό του στόχο τη δημιουργία δεικτών αειφόρου ανάπτυξης σε τοπικό επίπεδο αλλά και για κάθε περιβαλλοντικό ζήτημα ξεχωριστά. Στην πράξη όμως δεν έχει γίνει καμιά ολοκληρωμένη ενέργεια από την πλευρά της πολιτείας.

Ειδικότερα στην Ελλάδα ο σχηματισμός τέτοιων δεικτών σε τοπικό επίπεδο μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση σημαντικών προβλημάτων, όπως είναι η έλλειψη

ολοκληρωμένου περιβαλλοντικού και χωροταξικού σχεδιασμού, οι οικονομικές και κοινωνικές ανισότητες μεταξύ των νομών και η διόγκωση της παραοικονομίας.

Για να είναι λοιπόν επιτυχής η βιώσιμη ανάπτυξη, πρέπει να εξετάζονται μαζί οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα, αφού αυτά είναι άρρηκτα συνδεδεμένα μεταξύ τους. Το κράτος πρέπει να υποστηρίξει άμεσα την αλληλεπίδραση μεταξύ των μερών που επηρεάζονται. Οι παρεχόμενες πληροφορίες πρέπει να λαμβάνουν τις σημαντικές τεχνολογικές αλλαγές, ώστε να καθιστούν ικανούς τους πολίτες και τα ιδρύματα να συμμετέχουν πληρέστερα. Επομένως, οι δείκτες βιωσιμότητας βοηθούν στη μέτρηση των επιπτώσεων που έχουν οι προσπάθειες για βιώσιμη ανάπτυξη.

Μέρος Δεύτερο

6. Κεφάλαιο 6

6.1.Swot Analysis

Πριν περίπου από σαράντα (40) χρόνια ξεκίνησε να αναπτύσσεται το SWOT Analysis, ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων και όχι μόνο. Πρωτοστάτης της φέρεται ο Albert Humphrey, καθηγητής στο Stanford University τη δεκαετία του '60 και του '70. Το SWOT Analysis προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: strengths, weaknesses, opportunities, threats (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές), όπου και εξετάζει τα ισχυρά και αδύναμα σημεία μίας επιχείρησης καθώς και τις ευκαιρίες και απειλές από το περιβάλλον που δραστηριοποιείται. Χρησιμοποιείται από πολλούς οργανισμούς προκειμένου να αξιολογήσουν την κατάσταση που βρίσκονται σήμερα, με σκοπό να πάρουν αποφάσεις και να διαμορφώσουν έτσι την μελλοντική στρατηγική τους.

Το SWOT Analysis χωρίζεται σε δύο βασικά μέρη. Στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, που είναι τα δυνατά (strengths) και αδύναμα (weaknesses) σημεία, και στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι οι ευκαιρίες (opportunities) και οι απειλές (threats). Είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος (π.χ. ικανότητες προσωπικού και στελεχών, ιδιότητες και χαρακτηριστικά της επιχείρησης, τεχνογνωσία, χρηματοοικονομική υγεία και ικανότητα να ανταποκριθεί σε νέες επενδύσεις, κλπ.) και εξωτερικού περιβάλλοντος (π.χ. είσοδος νέων ανταγωνιστών, ρυθμίσεις στο νομικό περιβάλλον, δημιουργία ή/και εμφάνιση νέων αγορών, κλπ.) μίας επιχείρησης, όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους. Ποιος είναι όμως ο σκοπός του SWOT Analysis;

Αρχικός στόχος είναι να εντοπιστούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα (strengths) του εκάστοτε οργανισμού σε σχέση με τον ανταγωνισμό του, καθώς και να προσπαθήσει να τα διατηρήσει. Έπειτα να βρεθούν και να διορθωθούν τα συγκριτικά του μειονεκτήματα (weaknesses). Στη συνέχεια, η επιχείρηση να εκμεταλλευτεί τις τωρινές ευκαιρίες (opportunities) της αγοράς, καθώς και αυτές που θα προκύψουν και τέλος να μειωθούν οι συνέπειες των τωρινών και μελλοντικών απειλών της αγοράς (threats). Σαν εργαλείο, το SWOT Analysis δεν αποτελεί πλήρη μελέτη ενός υπό εξέταση θέματος αλλά ένα χρήσιμο και συμπληρωματικό μέσο που βοηθά συχνά στην προκαταρκτική εξέταση και την εξαγωγή βασικών συμπερασμάτων.

Χρησιμοποιείται συμπληρωματικά με την ανάλυση Pest και είναι ένα βασικό συστατικό ενός Πλάνου Μάρκετινγκ.

Οι εσωτερικοί παράγοντες που εντοπίζονται από την ανάλυση και των λειτουργιών και συστημάτων της επιχείρησης είναι τα δυνατά σημεία που σε μία επιχείρηση μπορούν να περιλαμβάνουν κάποια «ειδικά» προϊόντα και υπηρεσίες που δεν υπάρχουν στην αγορά, υγιής οικονομική κατάσταση (ταμειακές ροές, αυξανόμενος κύκλος εργασιών και κερδοφορία, κλπ.), σωστή οικονομική διαχείριση καθώς και ισχυρή πιστοληπτική ικανότητα και καλή σχέση με την τράπεζα. Παράλληλα καλή φήμη και brand name, να είναι ηγέτης σε ένα επιλεγμένο τμήμα της αγοράς (niche market) να υπάρχει μοναδικό στοιχείο «πατέντας ή πνευματικών δικαιωμάτων» καθώς και εκπαιδευμένους και έμπιστους υπαλλήλους. Έπειτα, η γνώση και εμπειρία του αντικειμένου, η καλή τοποθεσία της επιχείρησης, η απάντηση στην ερώτηση, «τι είναι αυτό που κάνουμε καλά;», το «ανταγωνιστικό πλεονέκτημα» της επιχείρησης καθώς και το «κάτι» το οποίο προσφέρει η επιχείρηση το οποίο δεν προσφέρει κανείς άλλος είναι αρκετά από τα πλεονεκτήματα της επιχείρησης.

Εσωτερικός παράγοντας είναι επίσης και τα αδύνατα σημεία ή τα σημεία που μειονεκτεί η επιχείρησή. Τέτοια μπορεί να είναι, η κακή οικονομική διαχείριση, οι μικρές ικανότητες διοίκησης και οργάνωσης της επιχείρησης, το ανεπαρκές κεφάλαιο κίνησης και η αδυναμία είσπραξης οφειλών από πελάτες. Θα προσθέταμε επίσης την υιοθέτηση πρακτικών μάρκετινγκ, το μη εξειδικευμένο και ανεκπαιδευτο προσωπικό της επιχείρησης, τα προβλήματα στις λειτουργίες της (π.χ. στην παραγωγή, διανομή, προώθηση) ή ακόμα και τις απαντήσεις στις ερωτήσεις: «τι είναι αυτό που δεν κάνουμε καλά;», «σε ποια σημεία υστερούμε έναντι του ανταγωνισμού;», «τι θα πρέπει να αποφύγουμε;».

Από την μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο και δραστηριοποιείται η επιχείρηση εντοπίζονται οι εξωγενείς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν αισθητά τη λειτουργία της επιχείρησης. Τέτοιοι είναι οι πολιτικοί παράγοντες (ένα καινούριο νομοσχέδιο ή ακόμα και μια αλλαγή στην κυβέρνηση), οι οικονομικοί παράγοντες (αύξηση φορολογίας, μείωση επιτοκίων), οι κοινωνικοί παράγοντες (αύξηση πληθυσμού, ανεργία) και οι τεχνολογικοί παράγοντες (νέες μέθοδοι παραγωγής, νέες τεχνολογίες). Ως ευκαιρίες, λοιπόν, σε μία επιχείρηση περιλαμβάνονται οι νέες υποδομές που δημιουργούνται γύρω από αυτή (π.χ. βιοτεχνικές περιοχές), οι επιδοτήσεις από αναπτυξιακά Εθνικά και Ευρωπαϊκά

προγράμματα (πχ. ΕΣΠΑ) καθώς και τα «κενά» στην αγορά τα οποία να μπορεί να τα καλύψει η εκάστοτε επιχείρηση. Στη συνέχεια η «ανάγκη» για νέα προϊόντα και υπηρεσίες από τους καταναλωτές ενώ και οι αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών παίζουν σπουδαίο ρόλο ως ευκαιρίες στους οργανισμούς. Έπειτα η ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής (π.χ. μέσω του διαδικτύου) όπως επίσης και η τεχνολογική πρόοδος (νέα υλικά, νέες μέθοδοι παραγωγής, έξυπνα συστήματα, κλπ.), οι νέοι τρόποι εύρεσης και αγοράς προϊόντων από τους καταναλωτές (πχ. Amazon, eBay, κλπ.) και τέλος οι νέοι τρόποι δικτύωσης των νέων (πχ. blogs, facebook, κλπ.) βελτιώνουν και πολλαπλασιάζουν τις ευκαιρίες της επιχείρησης.

Κλείνοντας, σπουδαίο ρόλο κατέχουν οι κίνδυνοι αλλιώς οι απειλές που μπορούν να εμφανιστούν. Μια παγκόσμια οικονομική κρίση, είτε οι αλλαγές στη νομοθεσία (πχ. αύξηση φορολογίας, επιπλέον άδειες για άδεια λειτουργίας, κλπ.), οι Διεθνές πολιτικοοικονομικές συγκυρίες (π.χ. τρομοκρατία, αύξηση πετρελαίου, κλπ.) ή μια ενδεχόμενη αύξηση του πληθωρισμού και των επιτοκίων καθώς και μία ενδεχόμενη μείωση της κατανάλωσης είναι από τα απρόσμενα γεγονότα που είναι σε θέση να αντιμετωπίσει μία επιχείρηση. Επίσης, η αύξηση του ανταγωνισμού κυρίως από την είσοδο πολλών νέων επιχειρήσεων στην αγορά ή μια ενδεχόμενη μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών. Εκτός των άλλων, η υπερβολική εξάρτηση από έναν προμηθευτή ενώ παράλληλα και η αύξηση των τιμών από τους προμηθευτές όπως και η μη κάλυψη οικονομικών υποχρεώσεων από πελάτες (πχ. αύξηση ακάλυπτων επιταγών, κλπ.) μπορούν να φέρουν σε μεγάλο ρίσκο την επιχείρηση με αποτέλεσμα να ζημιωθεί αισθητά.

6.2.Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα

Αδιαμφισβήτητο είναι το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η οικονομία έχει υποστεί ραγδαίες αλλαγές όχι μόνο σε επίπεδο Ελλάδας, αλλά κυρίως σε παγκόσμιο επίπεδο. Η παγκοσμιοποίηση, το άνοιγμα των εθνικών αγορών, ο πολυεθνικός χαρακτήρας των εταιριών και γενικά η εμπορευματοποίηση της κοινωνίας είχαν ως αποτέλεσμα την τοποθέτηση κεφαλαίων στο εξωτερικό. Στα πλαίσια αυτών των αλλαγών καθώς και της κρίσης που ταλανίζει αυτή την περίοδο τις αγορές, καθίσταται πλέον επιτακτική ανάγκη η εφαρμογή ομοιόμορφων λογιστικών προτύπων. Η Ελλάδα μπορεί να μην έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει αυτές τις εξελίξεις όμως επηρεάζεται η ίδια από αυτές, οπότε οφείλει και να τις παρακολουθεί.

Θα μπορούσε λοιπόν κανείς να χαρακτηρίσει το Ελληνικό Λογιστικό Σχέδιο ως απαρχαιωμένο αφού δεν δύναται να καλύψει τις ανάγκες των επενδυτών. Έτσι σιγά σιγά άρχισε να εισέρχονται και στην Ελλάδα τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα (IFRS).

Τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα (ΔΛΠ) αποτελούν την κωδικοποίηση των λογιστικών αρχών, κανόνων και πολιτικών που οφείλουν να ακολουθούν οι λογιστές, καθώς και να ελέγχονται από τους ελεγκτές κατά την ετοιμασία των δημοσιευόμενων χρηματοοικονομικών καταστάσεων μίας επιχείρησης. Οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις αυτές ονομαστικά είναι ο Ισολογισμός, η Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως, η Κατάσταση μεταβολών ιδίων κεφαλαίων, η Κατάσταση ταμειακών ροών και το Προσάρτημα με σημειώσεις επί των οικονομικών καταστάσεων. Η έκδοση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων ρυθμίζονται από τη νομοθεσία κάθε χώρας, όμως παρ' όλο που αυτές μπορεί να φαίνονται όμοιες από χώρα σε χώρα, υπάρχουν αρκετές διαφορές οι οποίες οφείλονται σε μία ποικιλία κοινωνικών και νομικών συνθηκών, που επηρεάζουν την θέσπιση των εθνικών λογιστικών διατάξεων.

Η ελαχιστοποίηση όμως των διαφορών αυτών αναζητώντας την εναρμόνιση των κανόνων, των λογιστικών προτύπων και των λογιστικών μεθόδων των διαφόρων χωρών επιδιώκεται από την Επιτροπή Διεθνών Λογιστικών Προτύπων (International accounting Standards Committee- IASC), που σχετίζονται με την κατάρτιση και την παρουσίαση των οικονομικών καταστάσεων για να ενισχυθεί η παγκόσμια συγκρισιμότητα τους. Τα μέχρι σήμερα δημοσιευμένα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα είναι τριάντα τέσσερα (34) και ορίζουν τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να παρακολουθούνται και κατά συνέπεια να παρουσιάζονται στις οικονομικές καταστάσεις τα διάφορα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, οι υποχρεώσεις της τα ίδια κεφάλαια, τα έσοδα και τα έξοδα. Από το Μάρτιο του 2001 αποφασίστηκε ότι όλα τα πρότυπα που θα εκδίδονται στο μέλλον θα ονομάζονται Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Παρουσίασης (ΔΠΧΠ), ωστόσο από τότε δεν έχει εκδοθεί οποιοδήποτε ΔΠΧΠ.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνώρισε το σπουδαίο ρόλο των Διεθνών Λογιστικών Προτύπων στην εναρμόνιση των διεθνών λογιστικών κανονισμών, πρακτικών, αρχών και πρότεινε, από το 2005, τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα να εφαρμόζονται υποχρεωτικά από όλους τους οργανισμούς που είναι εισηγμένοι σε χρηματιστήρια αξιών στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σύμφωνα με το νόμο 2992/2002 άρθρο 1, τα ΔΛΠ εφαρμόζονται στη χώρα μας από 1/1/2005, υποχρεωτικά από τις Ανώνυμες Εταιρίες

των οποίων οι μετοχές είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών, ενώ προαιρετικά από τις λοιπές επιχειρήσεις που έχουν την μορφή Α.Ε. και επιλέγουν τους τακτικούς από το νόμο ελεγκτές τους από το Σώμα Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών(Σ.Ο.Ε.Λ.). Παρακάτω παραθέτεται πίνακας με τα τριάντα (30) Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα ονομαστικά.

ΔΛΠ 1: Παρουσίαση Οικονομικών Καταστάσεων

ΔΛΠ 2: Αποθέματα

ΔΛΠ 7: Καταστάσεις Ταμειακών Ροών

ΔΛΠ 8: Λογιστικές Πολιτικές, Αλλαγές στις Λογιστικές Εκτιμήσεις και Λάθη

ΔΛΠ 10: Γεγονότα μετά την ημερομηνία του Ισολογισμού

ΔΛΠ 11: Κατασκευαστικές Συμβάσεις

ΔΛΠ 12: Φόροι Εισοδήματος

ΔΛΠ 14: Οικονομικές Πληροφορίες Κατά Τομέα

ΔΛΠ 16: Ενσώματα Πάγια

ΔΛΠ 17: Μισθώσεις

ΔΛΠ 18: Έσοδα

ΔΛΠ 19: Παροχές σε Εργαζόμενους

ΔΛΠ 26: Λογιστική και Πληροφόρηση Προγραμμάτων Παροχών Αποχώρησης από την Υπηρεσία

ΔΛΠ 20: Λογιστική των Επιχορηγήσεων και Γνωστοποίηση της Κρατικής Υποστήριξης

ΔΛΠ 21: Οι Επιδράσεις των Μεταβολών στις Τιμές Συναλλάγματος

ΔΛΠ 23: Κόστος Δανεισμού

ΔΛΠ 24: Γνωστοποιήσεις Συνδεδεμένων Μερών

ΔΛΠ 27: Ενοποιημένες και Ατομικές Οικονομικές Καταστάσεις

ΔΛΠ 28: Επενδύσεις σε Συγγενείς Επιχειρήσεις

ΔΛΠ 29: Παρουσίαση Οικονομικών Στοιχείων σε Υπερπληθωριστικές Οικονομίες

ΔΛΠ 30: Γνωστοποιήσεις στις Οικονομικές Καταστάσεις Τραπεζών και Όμοιων Χρηματοοικονομικών Ιδρυμάτων

ΔΛΠ 31: Επενδύσεις σε Κοινοπραξίες

ΔΛΠ 32: Χρηματοοικονομικά Μέσα: Αναγνώριση και Αποτίμηση

ΔΛΠ 33: Κέρδη ανά Μετοχή

ΔΛΠ 34: Ενδιάμεσες Οικονομικές Καταστάσεις

ΔΛΠ 36: Μείωση της Αξίας Στοιχείων του Ενεργητικού

ΔΛΠ 37: Προβλέψεις, Ενδεχόμενες Υποχρεώσεις και Ενδιάμεσες Απαιτήσεις

ΔΛΠ 38: Αύλα Στοιχεία του Ενεργητικού

ΔΛΠ 40: Επενδύσεις σε Ακίνητα

ΔΛΠ 41: Γεωργία

6.3.Μοντέλο GRI

Το μοντέλο GRI το οποίο εξετάζουμε στη παρούσα πτυχιακή εργασία, μας διευκολύνει στην διενέργεια ποικίλων εργασιών. Παραδείγματος χάρη, στην εξέταση στοιχείων διάφορων εταιριών, καθώς και πολλές άλλες έρευνες. Με το συγκεκριμένο μοντέλο, λοιπόν, θα αντλήσουμε δεδομένα από οργανισμούς τριών (3) διαφορετικών τομέων, θα εξετάσουμε και θα συγκρίνουμε τα στατιστικά στοιχεία της κάθε εταιρίας από χρονιά σε χρονιά, παράλληλα τα στατιστικά στοιχεία μεταξύ των εταιριών και τέλος, θα καταγράψουμε μια τελευταία σύγκριση πάνω στους τρεις (3) τομείς εργασιών σύμφωνα με τα ήδη υπάρχοντα αποτελέσματα τα οποία έχουν προκύψει από τα παραπάνω.

Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι το μοντέλο μας αποτελείται από διάφορες στήλες κάθε μια από τις οποίες αντιπροσωπεύει κάτι ιδιαίτερο και συγχρόνως διαφορετικό, όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 1. Οι πέντε (5) αρχικές στήλες ανταποκρίνονται στα βασικά στοιχεία της κάθε εταιρίας, με την πρώτη στήλη να περιέχει τον αύξον αριθμό του κάθε οργανισμού, την δεύτερη στήλη την επωνυμία της, την τρίτη την χώρα όπου εδρεύει, την τέταρτη τον τομέα εργασιών της και την πέμπτη τα έτη τα οποία εξετάζουμε. Η πέμπτη στήλη, όπως απεικονίζεται παρακάτω, χωρίζεται σε δύο μέρη. Το ένα προσδιορίζει το έτος το οποίο εξετάζουμε πριν όμως την επιβολή των Διεθνή Λογιστικών Προτύπων (ΔΛΠ), δηλαδή μέχρι και το 2004, ενώ το δεύτερο το έτος το οποίο είναι πάντα μετά την επιβολή των ΔΛΠ, δηλαδή μετά το 2005.

Οι δύο κύριες στήλες (γκρίζος χρωματισμός) που ακολουθούν περιέχουν μια συνολική περίληψη όλων των δεικτών (περιβαλλοντολογικοί, κοινωνικοί, οικονομικοί και δείκτες εταιρικής διακυβέρνησης), και την ανάλυση των περιβαλλοντολογικών δεικτών. Οι δύο στήλες αναλύονται από δυο επιμέρους τομείς οι οποίοι εκπροσωπούν δύο περιπτώσεις, την περίπτωση των High Key Performance

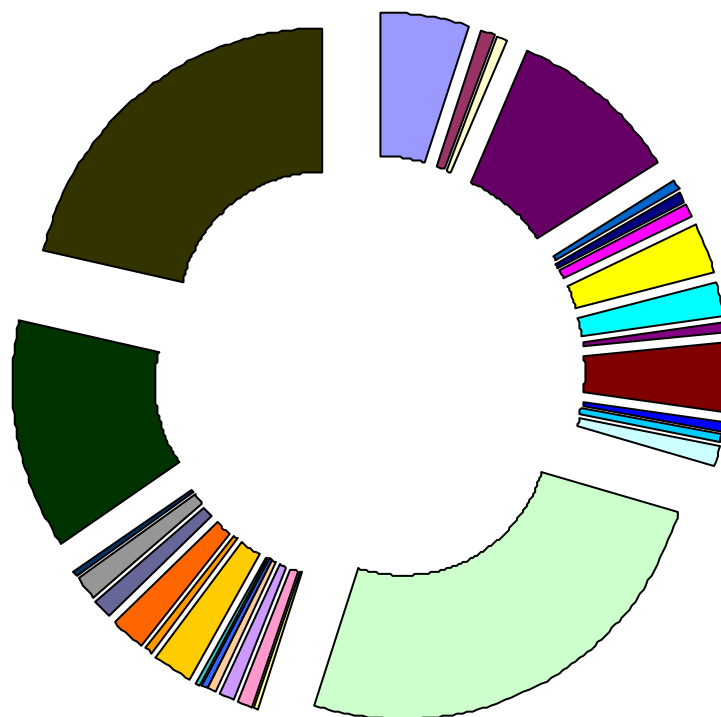
Indicators (KPI) και την περίπτωση των Low Key Performance Indicators (KPI). Αυτό σημαίνει ότι στις συγκεκριμένες στήλες περιέχονται όλοι οι Υψηλοί (High) και Χαμηλοί (Low) Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPI), είτε στην συνολική περίληψη των δεικτών, είτε στην ανάλυση των περιβαλλοντολογικών δεικτών. Βεβαίως οι High KPI's και οι Low KPI's της συνολικής περίληψης των δεικτών και των περιβαλλοντολογικών δεικτών χωρίζονται σε τρεις στήλες, οι οποίες περιέχουν τον τίτλο των δεικτών, την αξία των KPI's και τα ποσοστά των KPI's. Η διαφορά στην ανάλυση των KPI's περιβαλλοντολογικών δεικτών και των KPI's της συνολικής περίληψης των δεικτών είναι ότι στη δεύτερη περίπτωση υπάρχει μια επιπλέον στήλη με την οποία διακρίνεται σε ποιο τομέα ανήκει ο κάθε δείκτης, εφόσον στη συγκεκριμένη περίπτωση αναφέρονται όλοι οι τύποι δεικτών μαζί.

Τέλος, αναλύονται τα δυνατά και αδύνατα σημεία κάθε εταιρίας (strength and weaknesses summary). Σε αυτή την περίπτωση δεν διαχωρίζονται οι τύποι των δεικτών αλλά εξετάζονται όλοι μαζί αναφορικά στο έτος το οποίο εξετάζουμε. Αυτό σημαίνει ότι δεν μας ενδιαφέρει τόσο από ποιους τομείς είναι οι δείκτες, παρ' όλο που γίνεται εκτενέστερα σχετικός σχολιασμός, αλλά μας ενδιαφέρει ποιοι συνολικά είναι οι υψηλοί (οι οποίοι αντιπροσωπεύουν τα δυνατά σημεία) και ποιοι οι χαμηλοί δείκτες (οι οποίοι αντιπροσωπεύουν τα αδύνατα σημεία) τη συγκεκριμένη χρονιά που εξετάζουμε.

6.4. Thomson Reuters – Δείγματα δεδομένων

Στην τρέχουσα ενότητα θα παρουσιάσουμε το δείγμα δεδομένων από 1.350 οργανισμούς από διάφορους τομείς, σύμφωνα με τις καταστάσεις της βάσης δεδομένων του Thomson Reuters. χωρίζοντάς το σε κατηγορίες. Αρχικά θα κατηγοριοποιήσουμε ανά χώρα και στη συνέχεια ανά τομέα. Θα δείξουμε κατά πόσο ο δείκτης GRI επηρεάζει θετικά ή αρνητικά τους οργανισμούς, ποιους τομείς επηρεάζει και για ποιο λόγο. Στους παρακάτω πίνακες θα δούμε τα ποσοστά ανάλογα με τη χρήση των οργανισμών σε όλο τον κόσμο.

6.4.1. Ανά χώρα



■ Αυστραλία	■ Αυστρία	□ Βέλγιο	□ Βραζιλία	■ Καναδάς
■ Χιλή	■ Κίνα	□ Τσεχία	■ Δανία	■ Φινλανδία
■ Γαλλία	■ Γερμανία	■ Ελλάδα	■ Χονγκ Κονγκ	■ Ισλανδία
■ Ινδία	■ Ιρλανδία	□ Ιταλία	■ Ιαπωνία	■ Λουξεμβούργο
■ Μαρόκο	■ Ολλανδία	■ Νέα Ζηλανδία	■ Νορβηγία	■ Πορτογαλία
■ Ρωσική Ομοσπονδία	■ Σαουδική Αραβία	■ Σιγκαπούρη	■ Νότια Κορέα	■ Ισπανία
■ Σουηδία	■ Ελβετία	■ Ταϊβάν	■ Ταϊλάνδη	■ Ηνωμένο Βασίλειο
■ Ηνωμένες Πολιτείες				

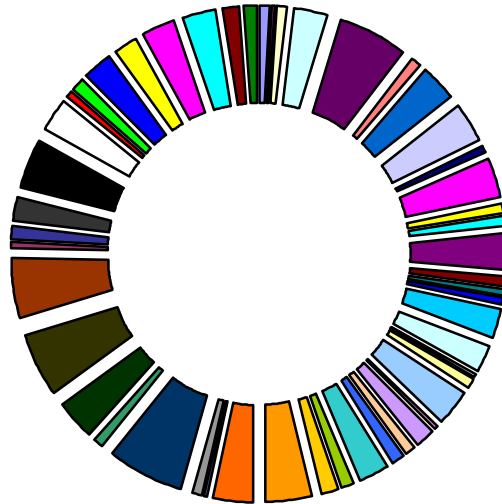
Όπως απεικονίζεται στο παραπάνω γράφημα τα ποσοστά έχουν ως ακολούθως:

Αυστραλία 5,03%	Αυστρία 0,67%	Βέλγιο 0,59%	Βραζιλία 0,22%	Καναδάς 9,47%
Ιαπωνία 25,37%	Λουξεμβούργο 0,37%	Μαρόκο 0,07%	Ολλανδία 0,89%	Νέα Ζηλανδία 0,67%
Φινλανδία 0,67%	Γαλλία 2,74%	Γερμανία 2,14%	Ελλάδα 0,52%	Χονγκ Κονγκ 3,77%
Σιγκαπούρη 2,22%	Νότια Κορέα 0,52%	Ισπανία 1,85%	Σουηδία 1,26%	Ελβετία 1,41%
Χιλή 0,07%	Κίνα 0,59%	Τσεχία 0,07%	Δανία 0,59%	Ισλανδία 0,15%
Νορβηγία 0,67%	Πορτογαλία 0,37%	Ρωσική Ομοσπονδία 0,15%	Σαουδική Αραβία 0,07%	Ταϊβάν 0,15%
Ιρλανδία 0,52%	Ιταλία 1,18%	Ηνωμένο Βασίλειο 12,80%	Ηνωμένες Πολιτείες 21,52%	Ινδία 0,52%
Ταϊλάνδη 0,15%				

Διακρίνουμε φανερά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των οργανισμών χρήσης δεικτών GRI καταλαμβάνει η Ιαπωνία, σε αντίθεση με τη Χιλή, την Τσεχία, το Μαρόκο και τη Σαουδική Αραβία που κατέχουν μόλις το 0,07% του συνολικού ποσοστού. Αυτό συμβαίνει λόγω του ότι όπως είναι γνωστό η Ιαπωνία είναι πρώτη σε βιομηχανική ανάπτυξη και παραγωγή.

6.4.2. Ανά τομέα

Στο παρακάτω γράφημα παρουσιάζονται αναλυτικά τα ποσοστά ανά τομέα επιχείρησης. Διακρίνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (6,37%) ανήκει στους οργανισμούς που ασχολούνται με τα Μηχανήματα/Εξοπλισμός/Εξαρτήματα, ενώ το μικρότερο ποσοστό (0,08%) στον τομέα της Κοινωνικής Υπηρεσίας Ύδρευσης.



■ Αεροπορική/ Αμυντική Βιομηχανία	■ Αεροπορικές Υπηρεσίες Courier
□ Αεροπορικές Υπηρεσίες	□ Αυτοκίνητα/Ανταλλακτικά Αυτοκινήτων
■ Τραπεζικές υπηρεσίες	■ Ποτά
■ Βιοτεχνολογία/Ιατρικές έρευνες	□ Χημικά
■ Κάρβουνα	■ Διαφημιστικές Υπηρεσίες/Παροχές
■ Εφοδιασμός Επικοινωνιών	■ Εφοδιασμός Η/Υ / Γραφικής ύλης
■ Κατασκευές/Μηχανικά/Υλικά προηγμένης πηγής φωτός	■ Υλικά Κατασκευών
■ Δοχεία-Συσκευασίες Αποθήκευσης	■ Διαφοροποιημένες Ανταλλαγές/Διανομές
■ Επιχειρήσεις Ηλεκτροδότησης	□ Ενεργειακός Εξοπλισμός/Υπηρεσίες
□ Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες	■ Λιανική Πώληση Τροφίμων/Φαρμάκων
□ Τρόφιμα/Καπνός	■ Υπηρεσίες Αερίου
■ Εξοπλισμός/Υπηρεσίες Υγειονομικής Περιθάλψης	■ Παροχές/Υπηρεσίες Υγειονομικής Περιθάλψης
■ Κατασκευές Σπιτιών/Κατασκευαστικές Προμήθειες	■ Ξενοδοχεία/Υπηρεσίες Ψυχαγωγίας
■ Οικιακά Είδη	■ Βιομηχανικοί Όμιλοι
■ Ασφαλιστικές Εταιρίες	■ Επενδυτικές Υπηρεσίες
■ Εταιρίες Επενδύσεων Χαρτοφυλακίου	■ Προϊόντα Αναψυχής
■ Μηχανήματα / Εξοπλισμός / Εξαρτήματα	■ Ναυτιλιακές Υπηρεσίες
■ ΜΜΕ / Εκδόσεις	■ Μέταλλα / Εξορύξεις
■ Πετρέλαιο / Βενζίνη	■ Χαρτί / Δασικά προϊόντα
■ Προσωπικά Είδη / Οικιακά Προϊόντα / Υπηρεσίες	■ Ράγες / Μεταφορικοί Δρόμοι
■ Κτηματομεσιτικές Εργασίες	□ Κτηματομεσιτικές Εταιρίες
■ Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας	■ Έμποροι Λιανικής Πώλησης – Διαφοροποιημένοι
■ Έμποροι Λιανικής Πώλησης – Εξειδικευμένοι	■ Ημιαγωγοί / εξοπλισμός ημιαγωγών
■ Υπηρεσίες Λογισμικών / Πληροφορικής	■ Υπηρεσίες Τηλεπικοινωνιών
■ Κλωστοϋφαντουργία / Ένδυση	■ Κοινωφελής Υπηρεσία Ενέργειας
■ Κοινωφελής Υπηρεσία Ύδρευσης	

Όπως απεικονίζεται στο παραπάνω γράφημα τα ποσοστά έχουν ως ακολούθως:

Αεροπορική/ Αμυντική Βιομηχανία 0,76%	Αεροπορικές Υπηρεσίες Courier 0,30%	Αεροπορικές Υπηρεσίες 0,91%	Αυτοκίνητα/Αντ αλλακτικά Αυτοκινήτων 2,65%	Τραπεζικές υπηρεσίες 5,91%
Ποτά 0,91%	Βιοτεχνολογί α/Ιατρικές έρευνες 3,03%	Χημικά 3,41%	Κάρβουνα 0,45%	Διαφημιστικές Υπηρεσίες/Παροχ ές 3,26%
Εφοδιασμός Επικοινωνιών 0,83%	Εφοδιασμός H/Y / Γραφικής ύλης 0,91%	Κατασκευές/Μηχα νικά/Υλικά προηγμένης πηγής φωτός 3,03%	Υλικά Κατασκευών 0,91%	Δοχεία- Συσκευασίες Αποθήκευσης 0,45%
Διαφοροποιημ ένες Ανταλλαγές/Δ ιανομές 0,61%	Επιχειρήσεις Ηλεκτροδότη σης 2,50%	Ενεργειακός Εξοπλισμός/Υπηρε σίες 2,27%	Χρηματοοικονομ ικές Υπηρεσίες 0,15%	Λιανική Πώληση Τροφίμων/Φαρμά κων 0,99%
Τρόφιμα/Καπ νός 2,88%	Υπηρεσίες Αερίου 0,45%	Εξοπλισμός/Υπηρε σίες Υγειονομικής Περίθαλψης 1,52%	Παροχές/Υπηρεσ ίες Υγειονομικής Περίθαλψης 0,83%	Κατασκευές Σπιτιών/Κατασκε υαστικές Προμήθειες 1,21%
Ξενοδοχεία/Υ πηρεσίες Ψυχαγωγίας 2,43%	Οικιακά Είδη 1,06%	Βιομηχανικοί Όμιλοι 1,44%	Ασφαλιστικές Εταιρίες 3,87%	Επενδυτικές Υπηρεσίες 3,34%
Εταιρίες Επενδύσεων Χαρτοφυλακί ου 0,30%	Προϊόντα Αναψυχής 0,99%	Μηχανήματα / Εξοπλισμός / Εξαρτήματα 6,37%	Ναυτιλιακές Υπηρεσίες 0,76%	MME / Εκδόσεις 3,26%
Μέταλλα / Εξορύξεις 5,23%	Πετρέλαιο / Βενζίνη 5,08%	Χαρτί / Δασικά προϊόντα 0,61%	Προσωπικά Είδη / Οικιακά Προϊόντα / Υπηρεσίες 1,06%	Ράγες / Μεταφορικοί Δρόμοι 1,90%

Κτηματομεσιτικές Εργασίες	Κτηματομεσιτικές Εταιρίες	Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας	Έμποροι Λιανικής Πώλησης – Διαφοροποιημένοι	Έμποροι Λιανικής Πώλησης – Εξειδικευμένοι
4,09%	3,03%	0,45%	0,99%	2,73%
Ημιαγωγοί / εξοπλισμός ημιαγωγών	Υπηρεσίες Λογισμικών / Πληροφορικής	Υπηρεσίες Τηλεπικοινωνιών	Κλωστοϋφαντουργία / Ένδυση	Κοινοφελής Υπηρεσία Ενέργειας
1,82%	2,88%	2,73%	1,44%	0,91%
Κοινοφελής Υπηρεσία Ύδρευσης				
0,08%				

6.5.Μεθοδολογία έρευνας

Το δείγμα αποτελείται συνολικά από δεκαπέντε (15) εταιρείες δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα εισηγμένες στο χρηματιστήριο αξιών. Οι τομείς κατηγοριοποιούνται πιο συγκεκριμένα σε υπηρεσίες αερομεταφοράς, τραπεζικές υπηρεσίες και τέλος τον τομέα φαγητού/καπνού. Οι απαραίτητες πληροφορίες ανακτήθηκαν από την ιστοσελίδα του Thomson Reuters, όπου όλες οι εταιρείες προμηθεύουν τις οικονομικές και μη οικονομικές πληροφορίες τους σε περίοδο τεσσάρων (4) ετών, μεταξύ 2004-2007. Οι εταιρείες που εξετάστηκαν σύμφωνα με τον τομέα δραστηριότητάς τους παρουσιάζονται παρακάτω.

Υπηρεσίες αερομεταφοράς

ACE Aviation Holdings Inc
Auckland International Airport Lim
Cathay Pacific Airways Limited
Easyjet
Fraport

Τραπεζικές υπηρεσίες

Associated Banc Corp
Axis Capital Holdings Limited
Banca Carige SpA
Banco de Sabadell SA
Bankinter SA

Φαγητό/Καπνός

Ajinomoto Co., Inc.

Bunge Limited

Dairy Crest

Elders

Kewpie Corp.

Η σύγκριση των ανωτέρω εταιρειών καθώς και των τομέων που αντιπροσωπεύουν γίνεται βάση των παρακάτω σταδίων εφαρμογής. Αρχικά, εξετάζουμε τα αποτελέσματα των δεικτών μεταξύ των εταιρειών του ίδιου τομέα, έπειτα αναλύονται οι δείκτες κάθε εταιρείας από έτος σε έτος πριν και μετά την εισαγωγή των ΔΛΠ και τέλος συγκαταλέγουμε τα συμπεράσματα των ανωτέρων και συγκρίνουμε τους εκάστοτε τομείς μεταξύ τους.

Όπως φαίνεται, στον πίνακα 2, από τη γενική εικόνα των εταιρειών του δείγματός μας, μπορούμε ευδιάκριτα να κατανοήσουμε τις ομοιότητες και τις διαφορές ανάμεσα στους τομείς, ενώ παράλληλα πριν και μετά την εισαγωγή των ΔΛΠ. Στον τομέα του φαγητού/καπνού γενικότερα φαίνεται ότι σημαντικό ρόλο καταλαμβάνει ο δείκτης της εταιρικής διακυβέρνησης. Από έτος σε έτος εξακολουθεί να κατέχει την πρωτιά με υψηλά ποσοστά στους δείκτες που αντιπροσωπεύει κυρίως στα μη εκτελεστικά μέλη του διοικητικού συμβουλίου. Αυτό σημαίνει ότι όσο περνάνε τα χρόνια οι επιχειρήσεις μέσω της εταιρικής διακυβέρνησης προσεγγίζουν και θέτουν τους στόχους της εταιρείας, εντοπίζουν τους βασικούς κινδύνους που αυτή αντιμετωπίζει κατά τη λειτουργία της προσδιορίζοντας τα μέσα επίτευξης των εταιρικών στόχων με αποτέλεσμα να οργανώνει καλύτερα το σύστημα διαχείρισης κινδύνων και να καθιστά δυνατή την παρακολούθηση της απόδοσης της διοίκησης κατά την εφαρμογή της.

Στη συνέχεια, διακρίνουμε ότι οι δείκτες που ασχολούνται με το περιβάλλον μετά το 2005 εντάσσονται όλο και περισσότερο εξαιτίας του ότι το πρότυπο των ΔΛΠ επιτάσσει οι οργανισμοί αυτοί να είναι πιο φιλικοί απέναντι στο περιβάλλον. Από το δείγμα μας, μόνο μία εκ των πέντε εταιρειών είχε ασχοληθεί με δείκτες του περιβάλλοντος μέχρι και το 2004. Στον τομέα αυτό γίνεται επίσης εκτενέστερη αναφορά στην κοινωνική ευθύνη της εταιρείας. Αυτός ο δείκτης αναφέρεται στην υποχρέωση των οργανισμών να μεγιστοποιούν τις θετικές επιδράσεις τους στην

κοινωνία καθώς και να ελαχιστοποιεί τις αρνητικές. Τέτοιοι δείκτες ονομαστικά είναι η πολιτική της εταιρείας ενώ παράλληλα και η ποιότητα της διαχείρισης της που καταλαμβάνουν αρκετά μεγάλα ποσοστά στο μοντέλο GRI που ασχολούμαστε. Όσο μεγαλύτερη είναι η θετική επίδραση της εταιρείας στην κοινωνία τόσο περισσότερο βελτιώνεται η φήμη της, η δημόσια εικόνα της και η αφοσίωση των πελατών της. Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις μετρούν την απόδοσή τους σύμφωνα με την επίδρασή τους στον πλανήτη, στους ανθρώπους και στη δημιουργία κέρδους. Όμως αλήθεια, πώς επηρεάζει η εισαγωγή των ΔΠΛ σε παγκόσμιο επίπεδο τον τομέα του φαγητού/καπνού;

Μέχρι και το 2004 η εταιρική διακυβέρνηση ήταν η πιο σημαντική ασχολία των οργανισμών στον τομέα του φαγητού/καπνού, κάτι που δε φαίνεται να άλλαξε αργότερα κατά την εισαγωγή των ΔΠΠ, μετά το 2005. Ίσα ίσα που εξακολούθησε να είναι σε πρωτεύοντα ρόλο με ενδείξεις ανόδου. Από την άλλη, αρκετές αλλαγές σημειώθηκαν στους δείκτες του περιβάλλοντος και της κοινωνικής ευθύνης των υπηρεσιών μετά την ένταξη, με αποτέλεσμα την πιο ικανοποιητική εικόνα παρουσίας από όλους τους άλλους τομείς. Αυτό οφειλόταν στην εξίσου ορθή χρήση και λειτουργία των δεικτών όλων των κλάδων καθώς και την οικιοθελή δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές, κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων.

Παράλληλα, στον τομέα των τραπεζικών υπηρεσιών μπορούμε εύκολα να διακρίνουμε την ομοιότητα με τον τομέα φαγητού/καπνού, όπου και απασχολεί αρκετά μεγάλο ποσοστό στο δείκτη της εταιρικής διακυβέρνησης. Σε αντίθεση όμως, ασχολείται αρκετά και με τους δείκτες της κοινωνικής ευθύνης, τόσο όσο να είναι αρκετό να καλύψει τους δείκτες διακυβέρνησης. Αυτό συμβαίνει διότι οι οργανισμοί που παρέχουν τραπεζικές υπηρεσίες λειτουργούν έντονα σε ανθρωποκεντρική βάση και η στελέχωση των μονάδων τους γίνεται με ευαισθησία απέναντι στις κοινωνικές ομάδες. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον επιδεικνύουν και στην επαγγελματική κατάρτιση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού τους, ενώ παράλληλα σε σχέση με τους πελάτες, διεξάγουν έρευνες για την βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών τους. Για τον δείκτη οικονομικής ανάπτυξης ιδιαίτερα αυξημένα είναι τα ποσοστά αλλαγής των φορολογικών συντελεστών, καθώς και της χρηματοδότησης των οργανισμών αυτών. Στο δείκτη του περιβάλλοντος υπάρχουν κοινά σημεία με τον

τομέα του φαγητού/καπνού, όπου και σε αυτή την περίπτωση γίνεται αναφορά μετά την εισαγωγή των ΔΛΠ, δηλαδή μετά το 2005.

Πριν την ένταξη των ΔΛΠ στην οικονομία όλων των χωρών και πιο συγκεκριμένα στον τομέα των τραπεζικών υπηρεσιών παρουσιάζεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην εταιρική διακυβέρνηση των οργανισμών καθώς και στην κοινωνική τους ευθύνη. Η συνέχεια των υπηρεσιών αυτών εξακολουθεί να βασίζεται σε αυτούς τους δείκτες, ενώ στο προσκήνιο έρχονται και οι δείκτες του περιβάλλοντος μόλις το 2007, παρόλο που η εισαγωγή των ΔΛΠ είχε ήδη αρχίσει 2 χρόνια πριν. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι ανθρώπινες κοινωνικές πολιτικές, οι ηθικοί κώδικες, η επιχειρηματική δεοντολογία και τα περιβαλλοντικά ζητήματα μειώνουν τους κινδύνους των επιχειρήσεων, με συνέπεια την αναπέρωση της δημιουργικότητας και της αφοσίωσης των εργαζομένων που με τη σειρά τους βελτιώνουν την οικονομική απόδοση για το παρόν και το μέλλον.

Τέλος, στον τομέα των υπηρεσιών αερομεταφοράς βλέπουμε ολοφάνερα εξίσου ίδια αντιμετώπιση στους δείκτες εταιρικής διακυβέρνησης με τους ανωτέρω τομείς. Σπουδαίος είναι ο ρόλος της εταιρικής διακυβέρνησης, όπου αρκετά μεγάλα ποσοστά κατέχουν και πάλι οι λειτουργίες των μη εκτελεστικών διοικητικών μελών. Συγχρόνως οι δείκτες της κοινωνικής ευθύνης καθώς επίσης και του περιβάλλοντος κατέχουν αυξημένο το στοιχείο ανάλυσής τους στον τομέα αυτό. Κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα έχει και κοινωνικές συνέπειες. Ο βαθμός όμως στον οποίο λαμβάνει υπόψη τον ανθρώπινο παράγοντα, το περιβάλλον και τον κοινωνικό περίγυρο είναι αυτός που μακροχρόνια την ωφελεί. Είναι ευρέως γνωστό ότι η καλή εταιρική φήμη γίνεται όλο και περισσότερο εργαλείο για την αύξηση του τζίρου και των κερδών και δικαιολογεί το αυξανόμενο ενδιαφέρον των εταιρειών να δείξουν ότι είναι φιλικοί απέναντι στην κοινωνία. Σε σύγκριση έρχονται οι υπηρεσίες των αερομεταφορών και του περιβάλλοντος καθώς η αύξηση των αερομεταφορών έχει ως συνέπεια την αύξηση της ρύπανσης του περιβάλλοντος, των εκπομπών του διοξειδίου του άνθρακα καθώς και της αύξησης κατανάλωσης πρώτων υλών.

Μετά την εφαρμογή των ΔΛΠ οι υπηρεσίες αερομεταφορών επιδιώκουν όλο και περισσότερο την ελαχιστοποίηση των επιδράσεων απέναντι στο περιβάλλον, κοινό σημείο αναφοράς όλων των εξεταζόμενων τομέων παραγωγής και παροχής υπηρεσιών. Μέχρι και το 2004, πριν την εφαρμογή των ΔΛΠ το θέμα του περιβάλλοντος φαινόταν τελείως ασήμαντο, σε αντίθεση με την εταιρική

διακυβέρνηση, η οποία ήταν και εξακολουθεί να είναι σπουδαίος παράγοντας. Η κοινωνική ευθύνη όμως των υπηρεσιών αυτών με το πέρασμα των ετών είχε εκπληκτική άνοδο στα αποτελέσματά της, μετά την εφαρμογή των ΔΛΠ, ιδίως το 2007 που ήρθε στην κορύφωσή της. Ο λόγος της αυξημένης ευθύνης στην κοινωνία είναι το γεγονός ότι στηρίζονται πολύ στη φήμη και στην εικόνα που προβάλλουν, με στόχο τα πολλαπλά κέρδη των υπηρεσιών αυτών. Από την άλλη, οι οικονομικοί δείκτες παρουσιάζουν ιδιαίτερη ιδιομορφία με το πέρασμα των χρόνων. Αυτό σημαίνει ότι η σταδιακή αύξηση των ανωτέρω δεικτών δε σπουδαιολογεί ιδιαίτερα τη χρήση του από την επιχείρηση με αποτέλεσμα να μη δίνει τόσο μεγάλη προσοχή στους δείκτες αυτούς.

Επιπρόσθετα, οι δείκτες των δυνατών και αδυνάτων σημείων κάθε εταιρίας μας δείχνουν την κατάσταση την οποία βρίσκεται, καθώς και εάν είναι σε θέση να πάρει αποφάσεις ώστε να μπορέσει να διαμορφώσει τη μελλοντική στρατηγική της. Οι «κακοί» δείκτες αντικατοπτρίζουν τα σημεία όπου υστερούν οι επιχειρήσεις, ενώ οι «καλοί» δείκτες τα δυνατά τους σημεία. Από τα δεδομένα του δείγματός μας υπάρχει μια συνεχής αύξηση των δεικτών και αυτό οφείλεται στο ότι οι εταιρίες επιδιώκουν να βελτιώνουν τους τομείς από τους οποίους επηρεάζονται ή επηρεάζουν. Είναι φυσικό στη διάρκεια των ετών να εμφανίζονται καινούριοι δείκτες, όπως και να αφαιρούνται κάποιοι άλλοι. Το συγκεκριμένο είναι απόρροια του ότι στην προσπάθεια για βελτίωση των εταιριών, όλο και νεότερα προβλήματα παρουσιάζονται τα οποία η εταιρία είναι αναγκασμένη να επιλύσει εφόσον επιθυμεί τη συνολική ευημερία των τμημάτων της.

Ο τομέας δεικτών ο οποίος συναντάται πιο συχνά, όπως προαναφέραμε είναι ο τομέας της εταιρικής διακυβέρνησης, με κύριο ρόλο να κατέχει ο δείκτης με τις λειτουργίες των μη εκτελεστικών μελών του διοικητικού συμβουλίου. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα στατιστικά στοιχεία του συγκεκριμένου δείκτη είναι εξαιρετικά υψηλά και σε ορισμένες περιπτώσεις (τομέας αερομεταφορών) αγγίζουν το άριστο. Σημαντικό, επίσης, μέρος καταλαμβάνει ο δείκτης της εταιρικής διακυβέρνησης που ασχολείται με τα υψηλότερα πακέτα αποδοχών (Highest Remuneration Package). Παρατηρούμε ότι είναι ένα δυνατό κομμάτι για τις επιχειρήσεις και των τριών τομέων εργασίας, καθώς τα ποσά του δείκτη αυτού αυξάνονται εν τάχει. Ορισμένες εταιρίες δεν είχαν καν αυτόν τον δείκτη πριν από την επιβολή των ΔΛΠ, ενώ μετά, όλο και περισσότερες εταιρίες έσπευσαν να τον υπολογίζουν. Αυτό συμβαίνει, διότι

προκειμένου οι εταιρίες να προσελκύσουν και να διατηρήσουν ένα ειδικευμένο προσωπικό σε όλα τα επίπεδα, είναι πολιτική της κάθε εταιρίας να διατηρεί ένα δίκαιο και ανταγωνιστικό πακέτο αποδοχών, το οποίο θα κυμαίνεται με βάση τους παράγοντες της αγοράς και ένα σύστημα βαθμολόγησης μέσα στην εταιρία. Ένας δείκτης ο οποίος εμφανίζεται αρνητικά για το ποιόν της εταιρίας είναι αυτός που ασχολείται με τον διαχωρισμό του Διευθύνον Σύμβουλου και του προέδρου της εταιρίας (CEO-Chairman Separation). Παρόλο που είναι θετικό για τις εταιρίες να διαχωρίζεται αυτός ο ρόλος σε δύο διαφορετικά πρόσωπα βλέπουμε στο δείγμα μας ότι αυτή η διάκριση αποφεύγεται έντονα και ειδικά πριν την εισαγωγή των ΔΛΠ, ενώ παρατηρείται μια καλύτερευση περίπου δύο χρόνια μετά της επιβολή τους. Αυτό το στοιχείο το έχουν όλες οι εταιρίες του δείγματος μας, ανεξαρτήτου τομέα εργασίας, ενώ υπάρχουν εταιρίες οι οποίες ακόμα και μετά την επιβολή των ΔΛΠ δεν υπολογίζουν καθόλου το συγκεκριμένο δείκτη.

Ο τομέας δεικτών ο οποίος είναι ακόλουθος του τομέα της εταιρικής διακυβέρνησης, είναι ο κοινωνικός με επικρατέστερο και θετικό δείκτη για τις εταιρίες να είναι ο δείκτης που ασχολείται με την πολιτική της κάθε επιχείρησης. Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται από όλους τους τομείς εργασιών, ανεξάρτητα με τη χρονιά συμμόρφωσης με τα ΔΛΠ. Φυσικά υπάρχουν εταιρίες που πριν την εφαρμογή δεν έδιναν ιδιαίτερη σημασία στην πολιτική τους, αλλά μετά το 2005 άρχισαν να την υπολογίζουν περισσότερο. Διακρίνεται ότι στον τομέα του φαγητού/καπνού έχει βελτιωθεί ο δείκτης μόλις το 2007, ενώ τις υπόλοιπες χρονιές ήταν αρνητικός. Δεν λείπουν φυσικά οι εταιρίες που συνεχίζουν με έναν αρνητικό τέτοιο δείκτη. Ένας άλλος δείκτης από τον κοινωνικό τομέα δεικτών που χρησιμοποιείται έντονα είναι εκείνος που ασχολείται με τη διαχείριση της ποιότητας των υπηρεσιών - προϊόντων που προσφέρει η κάθε επιχείρηση. Παρατηρούμε ότι λίγες είναι οι εταιρίες οι οποίες ασχολούνταν με τη διαχείριση της ποιότητας πριν την εφαρμογή των ΔΛΠ, ενώ μετά την εισαγωγή τους οι περισσότερες εταιρίες άρχισαν να ασχολούνται με αυτό με συστηματική συνέπεια οδηγώντας τις στην όλο και μεγαλύτερη βελτίωση του τομέα αυτού. Αξίζει να σημειωθεί ότι η διαχείριση της ποιότητας είναι αρκετά σημαντική στη λειτουργία των οργανισμών διότι χρησιμοποιεί τη διασφάλιση της ποιότητας και τον έλεγχο των διαδικασιών, καθώς και τα προϊόντα για να επιτευχθεί μία πιο σταθερή ποιότητα.

Εν κατακλείδι, με την έρευνα αυτή διακρίνουμε ποιες είναι οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της κάθε επιχείρησης, ποιες είναι οι ευκαιρίες για την βελτίωση της και ποιες οι απειλές που ενδέχεται να συναντήσει στο άμεσο μέλλον. Με λίγα λόγια, δυνάμεις μια επιχείρησης, θα μπορούσαν να θεωρηθούν τα πλεονεκτήματα της, το ανταγωνιστικό προϊόν που διαθέτει, η καλή της φήμη, η γνώση και η εμπειρία του αντικειμένου της κ.α., ενώ αδυναμίες θα μπορούσαν να θεωρηθούν η κακή οικονομική διαχείριση, το ανεπαρκές κεφάλαιο κίνησης, τα προβλήματα στις σχέσεις των εργαζομένων-εργοδοτών και ότι είναι σε θέση για περεταίρω βελτίωση.

Τέλος, ως ευκαιρίες μιας επιχείρησης, λογίζονται οι αλλαγές που μπορεί να πραγματοποιήσει για την επίτευξη της οποιαδήποτε βελτίωσης που την αφορά. Τέτοιες αλλαγές μπορεί να είναι η βελτίωση των μηχανημάτων, οι αλλαγές στον «τρόπο ζωής» της επιχείρησης, η αλλαγή των προτιμήσεων των καταναλωτών η οποία δεν είναι πάντα κακός οiwονός για την πορεία της επιχείρησης κ.α., ενώ ως απειλές, οι οποίες συνήθως επέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον, λογίζονται η οικονομική κρίση, μια ενδεχόμενη μείωση στην κατανάλωση ή στη ζήτηση των προϊόντων, μια ενδεχόμενη αύξηση των τιμών ενός η περισσότερων προμηθευτών και πολλά άλλα.

Τα στελέχη των εταιριών έχουν την δυνατότητα να μετατρέψουν πολλές απειλές σε ευκαιρίες. Το μόνο που έχουν να κάνουν είναι να ερμηνεύουν σωστά και έξυπνα τα «σημάδια» που αντλούν από αυτές και να πράττουν αναλόγως και σύμφωνα με το συμφέρον της εταιρίας και όχι προς όφελος τους. Άλλωστε, μια απειλή ποτέ δεν είναι μόνο μια απειλή, είναι απλά μια ώθηση για βελτίωση.

7. Κεφάλαιο 7

7.1. Δημοσιεύματα

The Global Reporting Initiative - Leap forward or last gasp?

By Mallen Baker: Posted 9 Mar 2006

«Είναι περίπου 4 χρόνια από τότε που έγραψα πρώτη φορά ένα άρθρο εστιάζοντας στην ουσία του Global Reporting Initiative. Ενώ καλωσορίζοντας την αποστολή του GRI και αναγνωρίζοντας την ευρεία έγκριση που είχε χορηγηθεί στην προσέγγιση των ενδιαφερομένων μερών του, ένιωσα ότι η ποιότητα του πραγματικού δείκτη πλαισίου ήταν “φτωχή”. Μια σπουδαία διαδικασία που παράγει duff προϊόντα, δεν είναι μια μεγάλη διαδικασία καθόλου.

Αυτό ήταν τότε. Αυτό είναι τώρα. Και τώρα, έχουμε ένα σχέδιο διαβούλευσης για την επόμενη γενιά δεικτών και το ερώτημα είναι – έχει πλέον συνειδητοποιηθεί η δυναμική που κρύβεται πίσω από την υποβολή εκθέσεων αειφορίας και αυτής που πραγματικά παραδίδεται;

Βεβαίως πολλά έχουν συμβεί εν τω μεταξύ. Ένα σμήνος από αμέτρητες επιτροπές και υποεπιτροπές έχουν διασκεφτεί. Το πιο σημαντικό είναι το ότι ένας μεγάλος αριθμός εταιριών έχουν εξετάσει το πλαίσιο, και ως επί το πλείστον, κλέψει από αυτό ότι είναι χρήσιμο και ανατροφοδότησαν ότι δεν είναι. Υπάρχει μια πολύ πιο πρακτική εμπειρία σε όλον τον κόσμο σε αυτόν τον τομέα από ότι υπήρχε πριν τέσσερα χρόνια.

Στο αρχικό μου άρθρο, πρότεινα ότι κάθε πλαίσιο δεικτών, όπως ο GRI, έπρεπε να κάνει τρία πράγματα:

- Να περιγράψει παράγοντες που είναι πραγματικά σχετικοί με την υγεία της επιχείρησης και την σχέση της με τους διάφορους φορείς.
- Να καλύψει όλες τις διαφορετικές απόψεις σχετικά με το πόσο η επιχείρηση έχει σημαντικό αντίκτυπο στην κοινωνία.
- Να περιέχει μέτρα απόδοσης και όχι μόνο διαδικασίες διαχείρισης.

Τα καλά νέα είναι ότι οι νέοι, αναθεωρημένοι δείκτες πληρούν καλύτερα αυτά τα κριτήρια από τους προκατόχους τους. Ένα ολόκληρο σύνολο από σχεδόν

άχρηστους οικονομικούς δείκτες έχουν απορριφθεί όντας επαχθής και περιττοί. Πολλά άλλα μέτρα, για παράδειγμα πάνω στα ανθρώπινα δικαιώματα, που απλά αναζητούσαν την ύπαρξη μιας πολιτικής τώρα αναζητούν πληροφορίες σχετικά με τις επιδόσεις. Δυστυχώς, αυτή η καλύτερη προσέγγιση δεν έχει ακόμα απλωθεί σε άλλους σημαντικούς τομείς, δηλαδή στην ευθύνη για τα προϊόντα.

Αυτό είναι το σχέδιο το οποίο θα έπρεπε να έχει δημιουργηθεί τέσσερα χρόνια πριν. Το ερώτημα είναι εάν η ανθρωπότητα έχει προχωρήσει και εάν πραγματικά τώρα χρειαζόμαστε το GRI 4.

Η νέα γενιά των υποβαλλόμενων σε έκθεση πρέπει να αντιμετωπίσει μια αυξανόμενη πρόκληση, η οποία είναι μία αποσύνδεση μεταξύ των παραγωγών των εκθέσεων και των εκθέσεων που προορίζονται για το κοινό. Η προσέγγιση των ενδιαφερομένων μερών εξ ορισμού δημιουργεί ένα πλαίσιο το οποίο έχει ως στόχο να προσελκύσει όλα αυτά τα ακροατήρια. Αυτή είναι μια αδύνατη πρόταση καθώς μερικά από αυτά τα ακροατήρια έχουν τόσο διαμετρικά αντίθετα σημεία εκκίνησης. Πράγματι, καθώς το GRI γίνεται περισσότερο ώριμο και σαφές, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η ομοφωνία των ενδιαφερομένων μερών του GRI αρχίζει να καταρρέει και έτσι χρειάζεται να παρθούν δύσκολες αποφάσεις.

Η πρόσφατη καταστροφή στο Ηνωμένο Βασίλειο κατά τη διάρκεια μιας αξιολόγησης της λειτουργίας και των οικονομικών (Operating and Financial Review (OFR)) κατάφερε να δημιουργήσει αρκετά καλά τους όρους σταθμισμένης συναλλαγματικής ισοτιμίας για μία έκθεση για την οικονομική κοινότητα. Αυτό που αγωνίζονται να κάνουν οι επιχειρήσεις είναι να συσχετιστούν κατάλληλα με τα πιο σημαντικά και άμεσα ενδιαφερόμενα μέρη, υπαλλήλους και πελάτες, και σε μερικές περιπτώσεις την τοπική κοινότητα. Αυτοί οι άνθρωποι δεν διαβάζουν αναφορές, ακόμα και τις αναφορές GRI.

Το πρόβλημα μπορεί να οριστεί ως εξής: Ποιος παρέχει το γενικό πλαίσιο; Οι οικονομικές εκθέσεις είναι κυρίως αριθμοί. Αναφέρονται από ειδικούς σχολιαστές που ερμηνεύουν τα στοιχεία, υπό το πρίσμα των τρεχουσών συνθηκών της αγοράς, το ιστορικό της διαχείρισης, την κατάσταση του ανταγωνισμού και άλλους παράγοντες που αναμένεται να επηρεάσουν την βιομηχανία. Και από αυτό, παράγουν αφήγηση και κάποια δικαστική απόφαση για πιθανή μελλοντική απόδοση.

Οι εκθέσεις αειφορίας εξαρτώνται σε ένα ακόμα μεγαλύτερο βαθμό από το πλαίσιο. Και όμως, όλα τα σημερινά μοντέλα των εκθέσεων αναμένουν τις εταιρίες

να παρέχουν τις δικές τους αφηγήσεις, να πουν τις ιστορίες ως έχουν. Και όμως αυτό δεν λειτουργεί, επειδή ο τελικός χρήστης στην πραγματικότητα δεν διαβάζει τις εκθέσεις και δεν εμπιστεύεται την εταιρία να παρέχει δικό της πλαίσιο. Δεν υπάρχουν ειδικοί διερμηνείς για τις εν λόγω πληροφορίες. Όλη η προσοχή για τη διασφάλιση της είναι σχετικά με τον έλεγχο των δεδομένων, αλλά αυτό δεν είναι το πραγματικό ζήτημα. Οι άνθρωποι σε γενικές γραμμές δεν πιστεύουν ότι οι εταιρίες θα επιδιώξουν να πουν ψέματα για τα δεδομένα, αλλά περιμένουν από αυτούς να δώσουν τα αληθινά δεδομένα και να πουν ότι συμβαίνει στην πραγματικότητα.

Προσθέτουμε επίσης το γεγονός ότι ορισμένες από τις κορυφαίες οδηγήτριες εταιρίες κουράζονται από την ετήσια μονότονη ρουτίνα του να αναφέρουν ότι ορισμένοι πιστεύουν ότι αποσπά την προσοχή τους από την οδήγηση και ότι υπάρχει μια διαδικασία που χρειάζεται να ωριμάσει ακόμη και να αποδείξει την αξία της στην επιχείρηση. Αυτή είναι η μεγάλη πρόκληση για το GRI. Οι δείκτες του έχουν σημειώσει σημαντική πρόοδο, αλλά πρέπει τώρα να εστιάσουν πίσω στην βασική προϋπόθεση του πως οι εκθέσεις μπορούν να προσθέσουν πραγματική αξία για την καλή επιχείρηση καθώς και για την ευρύτερη βάση των ενδιαφερομένων.»

The Global Reporting Initiative is growing up

By Mallen Baker: Posted 25 Jul 2012

«Οι τακτικοί αναγνώστες θα γνωρίζουν ότι ακόμα και αν ήμουν ένθερμος υποστηρικτής της CSR υποβολής εκθέσεων αειφορίας, είμαι και ένας GRI-σκεπτικιστής για όσο χρονικό διάστημα έχει αυτό υπάρξει. Γιατί; Λοιπόν, κατά τις πρώτες μέρες η διακύμανση του δείκτη φτώχια κατανοήθηκε σαν ένα συνονθύλευμα μέτρων που πραγματικά δεν σας είπα και τόσα πολλά.

Στο τελευταίο G3 στάδιο, αν και το πλαίσιο είχε βελτιωθεί, ήταν ακόμη ασαφές ποια είναι τα ακροατήρια αυτών των πληροφοριών, είχαν ακόμα μια απαίτηση για τεράστιες ποσότητες πληροφοριών, επαχθείς για να συλλεχθούν, που δεν έλεγαν πολλά και είχαν εντελώς παραπλανητικά χαρακτηριστικά, όπως τα Α, Β και Γ επίπεδα εφαρμογής τα οποία ελήφθησαν από πολλές εταιρίες για να είναι στην πραγματικότητα ένα σημάδι ποιότητας για τις εκθέσεις των επιχειρήσεων.

Κατά την περίοδο αυτή, φυσικά, παρά τον επικριτικό σχολιασμό μου όλο και περισσότερες επιχειρήσεις έχουν αποδεχθεί το ότι με αυτόν τον τρόπο γίνονται αυτές οι εκθέσεις και ως αποτέλεσμα είναι αυτή η γραμμή να γίνει ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο σημείο αναφοράς. Δικαίως, μερικές φορές πορεύεσαι με το καλύτερο που έχεις, και το τέλειο το οποίο είναι αδύνατο μπορεί να είναι ο εχθρός του καλού το οποίο μπορεί να επιτευχθεί.

Ο φόβος μου όλο αυτό το διάστημα ήταν ότι οι εκθέσεις που είχαν διαβαστεί λίγο οι οποίες ήταν τόσο έντασης πόρων για να παράγουν θα δημιουργούσαν τελικά μια ξαφνική και βίαιη αντίδραση στα διοικητικά συμβούλια των εταιριών. Ωστόσο η συνεχιζόμενη σειρά από εταιρικά σκάνδαλα, ατυχίες και καταστροφές, έχουν βοηθήσει να αποφευχθεί αυτό.

Διαβάζοντας μια έκθεση αειφορίας CSR μπορεί να μην ήταν αρκετή για να σας δώσει τις πληροφορίες για να προβλέψετε κάποια από αυτά τα προβλήματα, αλλά όταν η διάθεση του κοινού και των νομοθετών είναι τόσο νευρική και ανήσυχη, δεν θέλετε να αρχίσετε να δημιουργείτε αναταραχές εναντιώνοντας στην έννοια της υπευθυνότητας. Ορίστε, είμαι πανευτυχής πράγματι που είχα άδικο σε αυτό το θέμα.

Τώρα, το GRI έχει ανακοινώσει το σχέδιο διαβούλευσης του για ότι έχει αναπόφευκτα ορισθεί σαν G4. Είναι αυτό ένα μεγάλο βήμα μπροστά για αυτούς που

έχουν δεσμευτεί να χρησιμοποιούν το πλαίσιο; Θα είναι τελικά κατάλληλο για αυτό το σκοπό;

Μπορώ να επευφημώ. Πιστέψτε με, είναι πρόοδος.

Πρώτον, προτείνεται ότι το G4 θα μειώσει τα επίπεδα εφαρμογής. Δεν θα υπάρχουν πια A+ ή B εκθέσεις. Είτε θα είναι σύμφωνες με το GRI είτε όχι. Ορισμένες εταιρίες θα εξοργιστούν. Θα είναι εκείνες που καυχούνται για τις A+ εκθέσεις τους, το οποίο σημαίνει ότι οι εκθέσεις έχουν κριθεί ως υψηλές ποιοτικά και μάλιστα ότι αυτές οι εταιρίες έχουν κριθεί εξαιρετικά βιώσιμες.

Δεν πρέπει όμως να κατηγορείτε τις εταιρίες. Εάν σχεδιάσετε ένα σύστημα που μοιάζει να είναι αξιολογικό, αυτό ακριβώς θα πιστέψουν οι άνθρωποι ότι είναι. Θυμάμαι εμένα και τον Toby Webb του περιοδικού Ethical Corporation να συζητάμε για αυτό το θέμα σαν να είμαστε σε debate με ένα ανώτερο διοικητικό στέλεχος του GRI σε ένα από τα συνέδρια της Ethical Corporation, μερικά χρόνια πριν. Τότε, η γραμμή τους ήταν, ότι ήταν σαφέστατα κατανοητό ότι δεν είχαν να κάνουν με ένα σύστημα διαβάθμισης. Σαφώς, η αλήθεια έχει βυθιστεί από τότε, έτσι είναι προς τιμήν του GRI το ότι έχουν συνταχθεί για να το διορθώσουν και όχι απλώς για να εφαρμόσουν μερικές σημειώσεις καθοδήγησης.

Δεύτερον, αντί να απαιτείται από τις εταιρίες να υποβάλουν έκθεση ενός τεραστίου φάσματος δεικτών, πολλοί από τους οποίους δεν ήταν και πολύ σχετικοί με τον τομέα ή την κατάσταση της αγοράς, το νέο G4 βοηθάει τις εταιρίες να επικεντρωθούν σε ένα υλικό από έξι βασικά ζητήματα, από τα οποία θα προσδιορίζεται μαζί με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Καταρχήν, λόγω αυτού θα κοπούν οι περιττές διαδικασίες, όταν δηλαδή θα πρέπει να περιφέρεστε ανάμεσα σε άνευ σημασίας και μη κατατοπιστικές πληροφορίες για να προσδιορίσετε αν μια εταιρία ικανοποιεί τις προσδοκίες της κοινωνίας.

Ο κίνδυνος τον οποίο θα φοβούνται οι άνθρωποι, φυσικά, είναι ότι ορισμένες εταιρίες θα αρπάξουν την δυνατότητα να μην συμπληρώσουν ορισμένα από τα βασικά ζητήματα. Πράγματι, οι εταιρίες που ανέλαβαν αυτή τη διαδικασία με τη νοοτροπία να αποφύγουν να δώσουν αρνητικές πληροφορίες που δεν ήθελαν να αποκαλυφθούν, βρήκαν πολλούς τρόπους να κρύψουν τις συγκεκριμένες πληροφορίες στο παρελθόν. Οι περισσότερες εταιρίες θα γνωρίζουν πολύ καλά ποια είναι τα ζητήματα τους και θα γνωρίζουν ότι οι ενδιαφερόμενοι για την εταιρία τους θα καταλάβουν αν προσπαθήσουν να κρύψουν στοιχεία.

Στο παρελθόν, κάποιοι από τους καλύτερους εξ αυτών που υπέβαλαν εκθέσεις αρνήθηκαν να συμμορφωθούν με τον GRI, είχαν επικεντρωθεί στα σημαντικά για αυτούς ζητήματα και είχαν τιμωρηθεί για αυτό. Είχαν την αυτοπεποίθηση να προχωρήσουν ούτως ή άλλως, διότι ήθελαν να παράγουν εκθέσεις οι οποίες ήταν αποτελεσματικής επικοινωνίας και όχι κάποιες που θα πραγματοποιούνταν με την συμπλήρωση μερικών τυχαίων κουτιών.

Γι' αυτό το λόγο οι καλές εταιρίες δεν θα πρέπει να περιορίζονται από αυτά τα πλαίσια, θα πρέπει να παρατηρούν τι λειτουργεί στη δική τους περίπτωση και να πράττουν αναλόγως. Εάν έχουν δίκιο, τα πρότυπα θα ακολουθηθούν κάτω από πίεση. Το G4 δεν καταργεί το κίνητρο αυτό, παρεμπιπτόντως.

Τα παραπάνω είναι δύο σημαντικά επιτεύγματα. Θα επιτρέψω στον εαυτό μου να αλλάξω και να γίνω από GRI-σκεπτικιστής σε GRI-αγνωστικιστής. Δύο επιφυλάξεις παραμένουν.

Η πρώτη είναι ότι υπάρχουν ακόμη πάρα πολλές βασικές πληροφορίες που απαιτούνται, και με το G4 έχουν προστεθεί αρκετές ακόμα, σε διάφορους τομείς όπως η κυβέρνηση, οι αποδοχές και η αλυσίδα εφοδιασμού, που οι εταιρίες θα διαπιστώσουν ότι είναι προβληματικές και δύσκολες και που επίσης δεν σου δίνουν αρκετά δεδομένα για να ξέρεις τι να κάνεις με αυτές.

Έτσι, για παράδειγμα, οι εταιρίες σε κρατικό επίπεδο, ζητούνται να αναλύσουν τις αμοιβές των υψηλότερα αμειβόμενων στελεχών και να τις συγκρίνουν με τις αμοιβές των χαμηλότερα αμειβόμενων εργατών. Μπορείτε να καταλάβετε τι κρύβετε πίσω από αυτό, όσον αφορά ορισμένα άτομα, μια μεγάλη διακύμανση μεταξύ των υψηλότερων και των χαμηλότερων μισθών είναι ανεπιθύμητη.

Υπεραπλουστατευτικές φόρμουλες όπως αυτή η μάσκα δείχνει την τεράστια διακύμανση. Ας υποθέσουμε ότι είστε ένα δικηγορικό γραφείο και έχετε αναλάβει σαν εξωτερικός συνεργάτης τις υποστηρικτικές εργασίες και τον καθαρισμό διαφόρων γραφείων. Μπορεί να έχετε εξαιρετικά καλοπληρωμένους ανώτερους συντάιρους, αλλά επειδή και οι χαμηλόμισθοι στην εταιρία είναι αρκετά καλοπληρωμένοι, αυτή η διαφορά δεν θα φανεί και πολύ με αυτή τη συγκεκριμένη σύγκριση.

Ομοίως, κάποιοι θα υποστηρίξουν ότι οι υποθέσεις είναι λανθασμένες. Εάν έχετε καλή ηγεσία και εάν η σύγκριση είναι προς άλλη κατεύθυνση, στην πραγματικότητα θα είναι κακό διότι η ικανότητα σας να προσελκύσετε τους

καλύτερους ηγέτες θα περιοριστεί. Έτσι θα μείνετε με το ερώτημα :ποιο είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα για αυτόν τον δείκτη; Ποια είναι η σωστή αναλογία; Και, εννοείται, ότι όλοι διαφωνούν σε μεγάλο βαθμό σε αυτό το κομμάτι.

Ένα άλλο τυχαίο παράδειγμά ενός τυχαίου δείκτη με αξιώσεις ικανές για προκλήσεις. “Περιγράψτε τη διαδικασία για την κλιμάκωση των καταγγελιών στον ανώτατο φορέα διακυβέρνησης.” Αυτό είναι το είδος της γραφειοκρατικής προσέγγισης που πιστεύω ότι μπαίνει στη μέση. Πείτε μου, πόσα παράπονα υπήρξαν τον περασμένο χρόνο; Πόσα από αυτά επιλύθηκαν εξολοκλήρου μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα; Πόσα είναι ανεπίλυτα; Τι είδους παράπονα και πως τα προβλήματα που τα δημιούργησαν επιλύθηκαν; Εάν μπορούν να επιλυθούν όλα τα παράπονα σε σύντομο χρόνο χωρίς να αναμειχθεί ο ανώτερος κυβερνητικός φορέας, είναι καλύτερα ή χειρότερα από την αποτυχία επίλυσης τους; Ένα καλό ποσοστό από παράπονα που έχουν επιλυθεί γρήγορα, δείχνει όσα πρέπει να ξέρεις για την ποιότητα των διαδικασιών της εταιρίας.

Η σάρωση της λίστας των πληροφοριών που παραμένουν απαιτείται για να παραχθούν δεδομένα τα οποία είναι γεμάτα λεπτομέρειες αλλά που λένε πολύ λίγα. Μερικές από τις απαιτήσεις της κυβέρνησης επικεντρώνονται στο πόσες επιτροπές εταιρειών μπορούν να χορέψουν στο κεφάλι μιας καρφίτσας (how many company committees can dance on the head of a pin), όπου ακόμα και επίλεκτοι αναλυτές SRI πραγματικά θέλουν να ξέρουν πώς η ποιότητα της διαχείρισης και η εποπτεία φέρεται να αφορούν τα βασικά ζητήματα που αφορούν.

Η δεύτερη μου επιφύλαξη είναι ότι δεν υπάρχει ακόμα πραγματική εικόνα ή αναφορά στα διαφορετικού τύπου ακροατήρια αυτών των πληροφοριών. Το GRI στήνεται σαν ένα μεγάλο δίκτυο επιτροπών για να παράγουν μια μεγάλη λύση - προσέγγιση για όλες τις περιπτώσεις, μία διαδικασία όμως που δεν αποδίδει.

Θα πρέπει να καταστεί σαφές ότι οι πλήρεις εκθέσεις GRI είναι για εκείνους, τους λίγους, που διαβάζουν πολύπλοκες εκθέσεις, αλλά θα έπρεπε να υπάρχει κάποια καθοδήγηση στο πώς να κάνουν αυτά τα ζητήματα ενδιαφέροντα και αρκετά πειστικά για να παρέχουν το ίδιο επίπεδο υπευθυνότητας στο υπόλοιπο κοινό. Σε γενικές γραμμές εκείνοι που διαβάζουν εκθέσεις θέλουν να κατεβάσουν ένα pdf. Οι εταιρίες θα έπρεπε να ενθαρρύνονται στο να διαχωρίζουν το πώς θα χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα τους για να μεταβιβάζουν τα ζητήματα τους από τις εκθέσεις GRI, στο μη-ειδήμον κοινό.

Φυσικά, δεν υπάρχει τίποτα που να σταματήσει τις επιχειρήσεις που το κάνουν αυτό αυτή τη στιγμή. Αλλά το GRI θα μπορούσε να βοηθήσει πολύ σταματώντας τη ματαιοδοξία, προσποιώντας ότι το GRI προορίζεται για όλα τα ακροατήρια.

Οι εταιρίες που υποβάλουν εκθέσεις βιωσιμότητας ακόμα κερδίζουν τα περισσότερα, κατά την άποψη μου, χρησιμοποιώντας το GRI σαν πηγή ιδεών και αρχών τις οποίες λαμβάνουν από αυτό καθώς πρέπει και όχι σαν ένα πρότυπο που πρέπει να ακολουθηθεί. Πρέπει να ελέγξουν με το πιο σημαντικό για αυτούς ακροατήριο, ποιες είναι οι προσδοκίες και τα μηνύματα τους, ώστε να είναι έτσι προσαρμοσμένες και δοσμένες στο συγκεκριμένο κοινό, όπως αυτό το έχει ανάγκη.

Και θα πρέπει να σκεφτούν δημιουργικά για κάποια από τα μηνύματα τα οποία ξεπερνάνε τα όρια της έκθεσης. Διότι ο ορισμός του καλού μηνύματος είναι το ίδιο το αντίκτυπο που έχει το μήνυμα στο ακροατήριο σου, και όχι το αν σημείωσες σε όλα τα κουτάκια σε κάποιο πλαίσιο εργασίας.

Οι εταιρίες αυτές από τις οποίες θα πάρουν το έμβλημα έχουν την πραγματική αξία, οι οποίες έχουν αρκετά ενδιαφέροντα ενδιαφερόμενα μέρη ώστε να εξετάζουν εξονυχιστικά το τι λένε (η μειοψηφία από τις μεγαλύτερες “φίρμες”), θα διαπιστώσουν ότι η υποβολή εκθέσεων σύμφωνα με το GRI θα έχει περισσότερες πτυχές που έχουν αξία, και λιγότερους που σπρώχνουν τους πόρους τους σε περιοχές που απλά δεν είναι σχετικοί.

Εν τω μεταξύ, αναρωτιέμαι τι θα γινόταν εάν έλεγαν στο GRI, όποια ανώτερη αρχή μπορούσε να κάνει κάτι τέτοιο, να μειώσει το πλαίσιο κατά το ήμισυ. Κυριολεκτικά, θα έχετε μόνο το 50% των απαιτήσεων που έχετε επί του παρόντος. Μήπως πιστεύουμε ότι θα ήταν αδύνατο να επιτευχθεί διατηρώντας παράλληλα ένα πλαίσιο το οποίο άφηνε τις εταιρίες να κάνουν απολογισμό στους τομείς του πραγματικού τους ενδιαφέροντος;

Υποψιάζομαι ότι, αντιθέτως, στο τέλος θα καταλήγατε με πολύ καλύτερες εκθέσεις.»

In search of the perfect GRI Report

Elaine Cohen. Joint CEO of BeyondBusiness, leading social and environmental consulting and sustainability reporting firm, GRI Organizational Stakeholder.

«Η τέλεια έκθεση GRI δεν έχει γραφτεί ακόμα. Μην χάνετε τον χρόνο σας αναζητώντας την τελειότητα.

Με τα χρόνια, οι εκθέσεις έχουν γίνει όλο και πιο εντυπωσιακές. Το επίπεδο της διαφάνειας έχει αυξηθεί και ουσιαστική ποιότητα των εκθέσεων έχει ωριμάσει. Νέα πρότυπα έχουν κάνει τα δεδομένα πιο προσιτά και διαδραστικά, και τα χρώματα, σχήματα και αρχές είναι πιο κατάλληλα. Η συμμόρφωση με τις κατευθυντήριες γραμμές του GRI έχει δημιουργήσει μια δομή στην υποβολή των εκθέσεων που προσφέρει στο αναγνωστικό κοινό ευκολότερη πρόσβαση, ακόμα και αν πολλοί από αυτούς που κάνουν τις εκθέσεις δεν έχουν καταλήξει τελείως στο πώς να εφαρμόζουν το πλαίσιο με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο και ακόμα και αν κάποιοι επιλέγουν να παρακάμψουν το πλαίσιο και να συντάξουν την έκθεση με το δικό τους τρόπο. Συναντάμε περισσότερο τη βιωσιμότητα, τη στρατηγική και λιγότερο τη φιλανθρωπία και την ανταπόδοση. Παρατηρούμε περισσότερες εστιασμένες περιλήψεις κ λιγότερες εγκυκλοπαιδικές γνώσεις. Περισσότερα πραγματικά γεγονότα και λιγότερες πρόχειρες δουλειές. Περισσότερες επιχειρήσεις, από περισσότερους τομείς. Η γκάμα αυτών που συντάσσουν τις εκθέσεις επεκτείνεται και περιλαμβάνει παγκόσμιες εταιρίες, ιδιωτικές εταιρίες, ΜΜΕ, μη κερδοσκοπικές εταιρίες, κρατικές υπηρεσίες και ακόμη και μικρές συμβουλευτικές επιχειρήσεις. Τελικά, κατά τη διάρκεια των 10 τελευταίων ετών, θα μπορούσε να πει κάποιος ότι η υποβολή εκθέσεων έκανε τον κύκλο της, έχει ενσωματωθεί, και εξελίσσεται με τέτοιες τάσεις οι οποίες περιλαμβάνουν ενιαίους απολογισμούς, τριμηνιαίες οικονομικές εκθέσεις, υποβολή εκθέσεων μέσω διαδικτύου, τοπικές εκθέσεις από παγκόσμιες εταιρίες, εξατομικευμένες εκθέσεις με την χρήση βίντεο και διαδραστικών στοιχείων για να υποστηρίξουν ότι πάντοτε οι εκθέσεις έπρεπε να κάνουν, δηλαδή να παρέχουν μια πλατφόρμα για την ανατροφοδότηση και τον διάλογο. Αλλά ακόμα, σε περίπου 5.000 εκθέσεις οι οποίες εκδόθηκαν το 2009, δεν έχει υπάρξει η τέλεια αναφορά.

Για ποιο λόγο η υποβολή εκθέσεων δεν έχει αγγίζει ακόμα την τελειότητα; Κάποιες εταιρίες υποβάλουν ετήσιες εκθέσεις για περισσότερο από 15 χρόνια. Γιατί δεν την έχουν κάνει καλά ακόμα; Γιατί όλες οι εκθέσεις που υποβάλλονται πρώτη

φορά, αλλά φαινόμενο που βλέπουμε κάθε χρόνο, δεν μαθαίνουν από την εμπειρία των πολύχρονων εκθέσεων και παράγουν εκθέσεις που είναι, εμ, τέλειες;

Η απάντηση θεωρώ ότι είναι ξεκάθαρη. Δεν μπορεί να υπάρξει τέλεια έκθεση διότι δεν υπάρχει καμία τέλεια εταιρία, τουλάχιστον όσον αφορά την βιωσιμότητα. Ακριβώς όπως η βιωσιμότητα είναι ένα ταξίδι, έτσι και η υποβολή των εκθέσεων είναι μέρος αυτού του ταξιδιού. Όπως ακριβώς καμία εταιρία δεν έχει πετύχει τον απόλυτο στόχο της στην βιωσιμότητα, έτσι και καμία έκθεση βιωσιμότητας δεν έχει φτάσει το επίπεδο τελειότητας με τον τρόπο που εκφράζει η απόδοση της βιωσιμότητας, και χρησιμεύει ως μια πλατφόρμα για την βελτίωση της εν λόγω απόδοσης.»

Συμπέρασμα

Σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να εξετάσουμε πως οι δείκτες GRI επηρεάζουν την απόδοση των εταιρειών στην παγκόσμια αγορά, θέλοντας όμως να δώσουμε έμφαση στις ευρωπαϊκές χώρες, η οποία και επιτυγχάθηκε αξιολογώντας και συγκρίνοντας τους απολογισμούς βιωσιμότητας κάθε εταιρίας. Ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας οποιαδήποτε επιχείρησης, όπου και ασχολούμαστε, είναι όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους.

Το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης αφορά τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία, ενώ οι ευκαιρίες και απειλές της επιχείρησης εντοπίζονται από την μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος, στο οποίο και δραστηριοποιείται η επιχείρηση, η οποία θα πρέπει να εντοπίσει και να προσαρμοστεί σε αυτές ή ακόμα και μόνο όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό. Εξωγενείς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την λειτουργία της επιχείρησης είναι οι πολιτικοί παράγοντες, οι οικονομικοί, οι κοινωνικοί και περιβαλλοντολογικοί.

Βασικό σημείο αναφοράς ήταν η μετάβαση από τα εκάστοτε πρότυπα κάθε χώρας σε μία ενιαία χρηματοοικονομική ανάλυση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων. Αδιαμφισβήτητο γεγονός είναι ότι μέχρι και το 2005 που εισήχθησαν τα ΔΛΠ δεν υπήρχε καμία προσπάθεια για περιβαλλοντική πληροφόρηση στα αποτελέσματα που παρήχθησαν, κάτι που άλλαξε θεαματικά αργότερα αφού τα πρότυπα τα οποία άρχισαν να εφαρμόζονται υπότασαν ως πρωταρχικό μέλημα τους το περιβάλλον. Από την άλλη πλευρά όμως η εταιρική διακυβέρνηση είχε και εξακολούθησε να έχει εξαιρετική σημασία αφού είναι απαραίτητη για την εξασφάλιση της ισχυρής και υγιούς λειτουργίας κάθε εταιρίας.

Αλλαγές όμως υπήρξαν και στα ποσοστά της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης λαμβάνοντας όλο και μεγαλύτερες διαστάσεις στον χώρο των επιχειρήσεων και των οργανισμών. Οι κοινωνικές εταιρικές δράσεις, εφόσον γίνονται με οργάνωση, μεθοδικότητα, προγραμματισμό και επιφέρουν ευνοϊκά αποτελέσματα, γίνονται αποδεκτές από την κοινωνία με ικανοποίηση. Διαδραματίζουν ρόλο ουσιαστικό στην εδραίωση θετικής φήμης της επιχείρησης ή του οργανισμού, που συντελεί στην αύξηση της κερδοφορίας τους.

Παράρτημα

i. Πίνακας 1

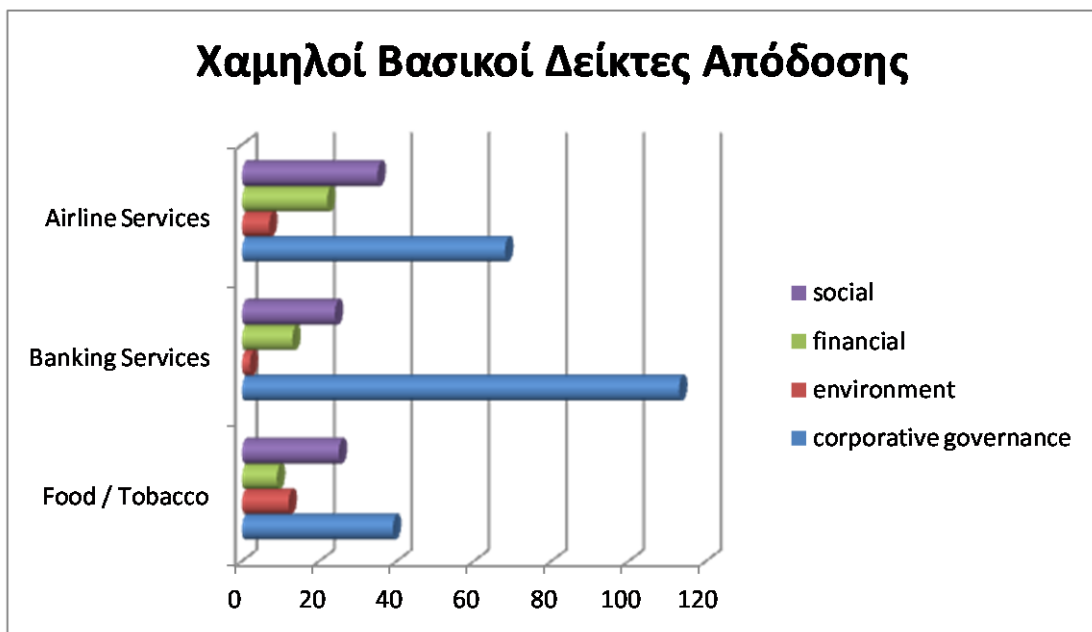
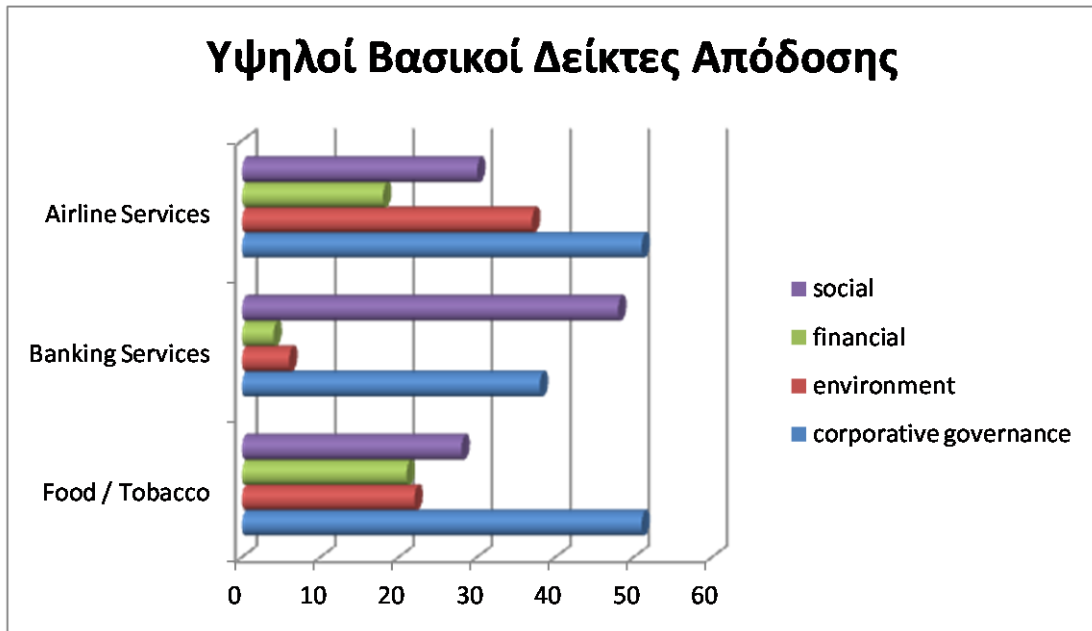
A/A	Firms	Country	Sectors	Years	
				Pre IFRS	After IFRS
1983	Kewpie Corp.	JAPAN	Food / Tobacco	2004	
1983	Kewpie Corp.	JAPAN	Food / Tobacco		2005

OVERALL SUMMARY					
HIGH KPIS			LOW KPIS		
KPI Title	KPI Value	KPI Percentile Score	KPI Title	KPI Value	KPI Percentile Score
Effective Tax Rate	0	76.54%	Community Policy	No/No	19.32%
Employee Cost	0.0361	75.89%	CEO-Chairman Separation	Yes/Yes	21.21%

ENVIROMENT					
HIGH KPIS			LOW KPIS		
Title	KPI Value	KPI Percentile Score	KPI Title	KPI Value	KPI Percentile Score
			Energy Efficiency Initiatives	No/No	22.92%

STRENGTHS-WEAKNESSES SUMMARY	
Effective Tax Rate	0
Waste Reduction	No

ii. Πίνακας 2



Βιβλιογραφικές – Διαδικτυακές αναφορές

- ✧ Ζέφη Δημαρά, «Οικονομία – ανάπτυξη – περιβάλλον: Θεωρητικές προσεγγίσεις και πολιτικές της αιεφόρου ανάπτυξης», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2008
- ✧ Καρβούνης Σ. – Γεωργάκελλος Δ., «Διαχείριση του περιβάλλοντος: Επιχειρήσεις και βιώσιμη ανάπτυξη», Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα 2003
- ✧ Λαζαρίδης Θ. – Δρυμπέτας Ε., «Εταιρική διακυβέρνηση: Διεθνής πρακτική και ελληνική εμπειρία», Εκδόσεις Σοφία, Θεσσαλονίκη 2011
- ✧ Σακέλλης Ε., «Διεθνή λογιστικά πρότυπα – ανάλυση και εφαρμογή σε συνδιασμό με το ελληνικό γενικό λογιστικό σχέδιο και την εμπορική και φορολογική νομοθεσία, πρακτικές εφαρμογές», Εκδόσεις Σακέλλη, Αθήνα 2002
- ✧ Willis, Alan (2003), «Ο ρόλος των κατευθυντήριων γραμμών απολογισμών βιωσιμότητας του GRI στην κοινωνική προβολή των επενδύσεων», Εφημερίδα της επιχειρηματικής ηθικής 43, σελ 233-237
- ✧ <http://aeiforia.for.auth.gr:8080/Portals/0/Papaspyropoulos.pdf>
- ✧ <http://www.mbasociety.gr>
- ✧ <http://www.anti-taxis.gr>
- ✧ <http://www.anglogold.com>
- ✧ <http://www.pcf.fr.org>
- ✧ <http://searchsecurity.techtarget.co.uk>
- ✧ <http://lexicon.ft.com>
- ✧ <http://ec.europa.eu>
- ✧ <http://www.aegean.gr>
- ✧ <http://en.wikipedia.org>
- ✧ <http://www.anz.com>

- ✧ <http://csrnews.gr>
- ✧ <http://www.deloitte.com>
- ✧ <http://www.ehscareers.com>
- ✧ <http://www.envirocip.com>
- ✧ <https://www.globalreporting.org>
- ✧ <http://www.gppi.net>
- ✧ <http://www.linkedin.com>
- ✧ <http://www.mallenbaker.net>
- ✧ <http://www.microsoft.com>
- ✧ <http://www.nysscpa.org>
- ✧ <http://www.plant-management.gr>
- ✧ <http://www.sdev.gr/>
- ✧ <http://www.solvay.com>
- ✧ <http://www.sustainableplant.com>
- ✧ <http://www.kariera.gr>
- ✧ <http://esteps.gr>
- ✧ <http://marketingsuccess.gr>
- ✧ <http://dspace.lib.uom.gr>

