



Grant Thornton

An instinct for growth™

Εταιρική κοινωνική ευθύνη: *πέρα από τη χρηματοοικονομική πληροφόρηση*

Grant Thornton International Business Report 2014



Περίληψη

Η μεγαλύτερη ζήτηση για διαφάνεια από τους επενδυτές και η αυξημένη επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν επικεντρώσει το ενδιαφέρον του κοινού στην ευθύνη των επιχειρήσεων ως προς τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους στην οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία. Στα πλαίσια της έρευνας του International Business Report (IBR), η παρούσα έκδοση αντλεί στοιχεία από 2.500 συνεντεύξεις με επιχειρηματίες σε 34 χώρες, καθώς και από απόψεις εκπροσώπων της UNICEF και στελεχών της Grant Thornton. Η έρευνα εξετάζει τις δράσεις που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις ώστε να κάνουν τις λειτουργίες τους περισσότερο υπεύθυνες, καθώς και το ρόλο των Ενιαίων Απολογισμών ως προς τη βελτίωση της διαδικασίας λήψης αποφάσεων και του βαθμού διαφάνειας.

Κύριοι Παράγοντες

- Οι επιχειρηματίες θεωρούν ότι αυξάνονται οι παράγοντες που οδηγούν τις επιχειρήσεις σε εφαρμογή εταιρικών πρακτικών που σχετίζονται με το περιβάλλον και την κοινωνία.
- Ως βασικός παράγοντας αναδεικνύεται η διαχείριση κόστους και ακολουθούν η ζήτηση πελατών, καθώς και η άποψη ότι η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ αποτελεί τον «πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης».
- Η εικόνα της επιχείρησης ως προς τον τρόπο λειτουργίας της αποτελεί επίσης σημαντικό παράγοντα, ιδιαίτερα στην Κίνα.

Βασικοί Παράγοντες

Διαχείριση κόστους	67%
Ζήτηση πελατών	64%
Η άποψη ότι «πρόκειται για τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης»	62%
Εδραίωση του brand	59%
Πρόσληψη και Διατήρηση Προσωπικού	58%
Φορολογικές Ελαφρύνσεις	42%

Δράσεις/Πρωτοβουλίες

- Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων συμμετέχει σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις, είτε αφιερώνοντας χρόνο, χρήματα, είτε προσφέροντας προϊόντα/υπηρεσίες.
- Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να μειώσουν την περιβαλλοντική επίδραση της λειτουργίας τους μέσω ορθού υπολογισμού των εκπομπών διοξειδίου άνθρακα.

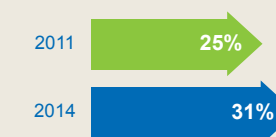
Κύριες Δράσεις/Πρωτοβουλίες



Απολογισμοί

- Από το 2011, οι δημοσιεύσεις απολογισμών ΕΚΕ έχουν αυξηθεί.
- Πάνω από το 50% των επιχειρήσεων θεωρούν ότι η δημοσίευση Ενιαίων Απολογισμών αποτελεί βέλτιστη πρακτική.

Απολογισμοί ΕΚΕ ως ισχύουσα πρακτική



Ενιαίοι Απολογισμοί ως βέλτιστη πρακτική



Εισαγωγή

Στο σύγχρονο ψηφιακό κόσμο, όπου χαρακτηρίζεται από την άμεση επικοινωνία με τους πελάτες, οι οποίοι πλέον αναζητούν μεγαλύτερη διαφάνεια, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να δίνουν μεγάλη προσοχή όχι μόνο στο τι πράττουν, αλλά και στο πώς το πράττουν. Η δημιουργία ενός ισχυρού brand εξαρτάται όχι μόνο από την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, αλλά και από το συνεχώς αυξανόμενο αντίκτυπο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας στην κοινωνία, το περιβάλλον και στην οικονομία. Οι επιχειρήσεις που κερδίζουν εις βάρος της κοινωνίας και του περιβάλλοντος μπορεί να δουν τη ζήτηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους να μειώνονται δραματικά μετά από επικοινωνιακή επίθεση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στο πλαίσιο της έρευνας International Business Report (IBR), η Grant Thornton από το 2008 παρακολουθεί τον τρόπο που οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται και αντιμετωπίζουν τα θέματα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ). Σύμφωνα με την έρευνα «Εταιρική κοινωνική ευθύνη: πέρα από τη χρηματοοικονομική πληροφόρηση» η οποία αντλεί στοιχεία από 2.500 συνεντεύξεις με επιχειρηματίες σε 34 χώρες, εξάγεται το συμπέρασμα ότι η ζήτηση των πελατών αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα για την εφαρμογή επιχειρηματικών πρακτικών που σέβονται το περιβάλλον και την κοινωνία. Είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι πολλές επιχειρήσεις εφαρμόζουν τέτοιου είδους πρακτικές καθώς αποτελούν “τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης”.

Ωστόσο, αναδεικνύεται παγκοσμίως ότι η εξοικονόμηση κόστους αποτελεί το βασικότερο παράγοντα. Το τελευταίο αποτελεί μία σημαντική αλλαγή σε σχέση με τα αποτελέσματα της τελευταίας έρευνας της Grant Thornton για θέματα ΕΚΕ που διεξήχθη το 2011 όπου οι επιχειρηματίες είχαν επικεντρωθεί στην προσέλκυση υποψήφιων πελατών και εργαζομένων. Συνεπώς, τα οφέλη που προέρχονται από την κατάλληλη εφαρμογή δράσεων ΕΚΕ γίνονται ολοένα και πιο αισθητά.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ότι οι πιο δημοφιλείς δράσεις που έχουν εφαρμόσει οι επιχειρήσεις παγκοσμίως (δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα και βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης ή/και διαχείρισης αποβλήτων) βοηθούν στην εξοικονόμηση δαπανών είτε έμμεσα, μέσω φορολογικών ελαφρύνσεων, είτε άμεσα, μέσω μειωμένων λογαριασμών Οργανισμών Κοινής Ωφέλειας.

Επίσης, είναι εμφανής η μεγαλύτερη κατανόηση των πλεονεκτημάτων που συνδέονται με τη δημοσίευση Ενιαίων Απολογισμών και όχι μόνο των οικονομικών αποτελεσμάτων. Στην Grant Thornton πιστεύουμε ότι η δημοσίευση Ενιαίων Απολογισμών μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη γνωστοποίηση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων των επιχειρήσεων στους επενδυτές και σε άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Το Δεκέμβριο του 2013, το Διεθνές Συμβούλιο για τους Ενιαίους Απολογισμούς (IIRC) εξέδωσε το Integrated Reporting Framework το οποίο αναπτύχθηκε με τη συνεισφορά στελεχών της Grant Thornton, ανάμεσα στους οποίους και ο global CEO της Grant Thornton, Ed Nusbaum. Το Integrated Reporting Framework προσφέρει

μία συνοπτική αναφορά της στρατηγικής, της διακυβέρνησης και της απόδοσης της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις: α) αποδεικνύουν τη σχέση μεταξύ των οικονομικών επιδόσεων σε ένα ευρύτερο κοινωνικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό πλαίσιο και β) δημιουργούν αξία, όχι μόνο βραχυπρόθεσμα, αλλά και μακροπρόθεσμα. Αυτή η προσέγγιση, η οποία υποστηρίζεται απόλυτα από την Grant Thornton, θα μπορούσε να καταστήσει πιο αποτελεσματική τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σε διοικητικό επίπεδο, να βελτιώσει την ποιότητα της πληροφόρησης που λαμβάνουν οι επενδυτές και να ενθαρρύνει εις βάθος συζητήσεις για τον αντίκτυπο των επιχειρηματικών πρακτικών.

Η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ και διαφάνειας των δυναμικών επιχειρήσεων μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης σε μια ολοένα και πιο ανταγωνιστική αγορά.

Βασίλης Μονογυιός
Partner, Grant Thornton Greece



Κύριοι παράγοντες

Ως αποτέλεσμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης που ξέσπασε το 2008 και της επακόλουθης ύφεσης, η πλειονότητα των παραγόντων που οδήγησαν τις επιχειρήσεις στην εφαρμογή κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνων πρακτικών αδρανοποιήθηκαν καθώς οι επιχειρήσεις εστίασαν στη διατήρηση του μεριδίου της αγοράς (το οποίο διαρκώς συρρικνωνόταν) για την αντιμετώπιση της λιτότητας και της μείωσης των καταναλωτικών δαπανών. Ωστόσο, τα αποτελέσματα της έρευνας αποκαλύπτουν ότι η δυναμική αυτών των παραγόντων έχει ανακάμψει κατά την τρέχουσα περίοδο.

Το 2011, το 56% των επιχειρήσεων ανέφεραν ότι η διαχείριση κόστους, η εδραίωση του brand και η πρόσληψη και διατήρηση προσωπικού ήταν οι βασικοί παράγοντες παρακίνησης στην υιοθέτηση ηθικών επιχειρηματικών πρακτικών.

Ωστόσο, η διαχείριση του κόστους χρήζει ιδιαίτερης προσοχής από τις επιχειρήσεις, δεδομένου ότι τα τελευταία τρία χρόνια έχει αυξηθεί κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες σε ποσοστό 67%.

Η αύξηση σπουδαιότητας της διαχείρισης του κόστους κατά το τρέχον έτος σε σύγκριση με τα

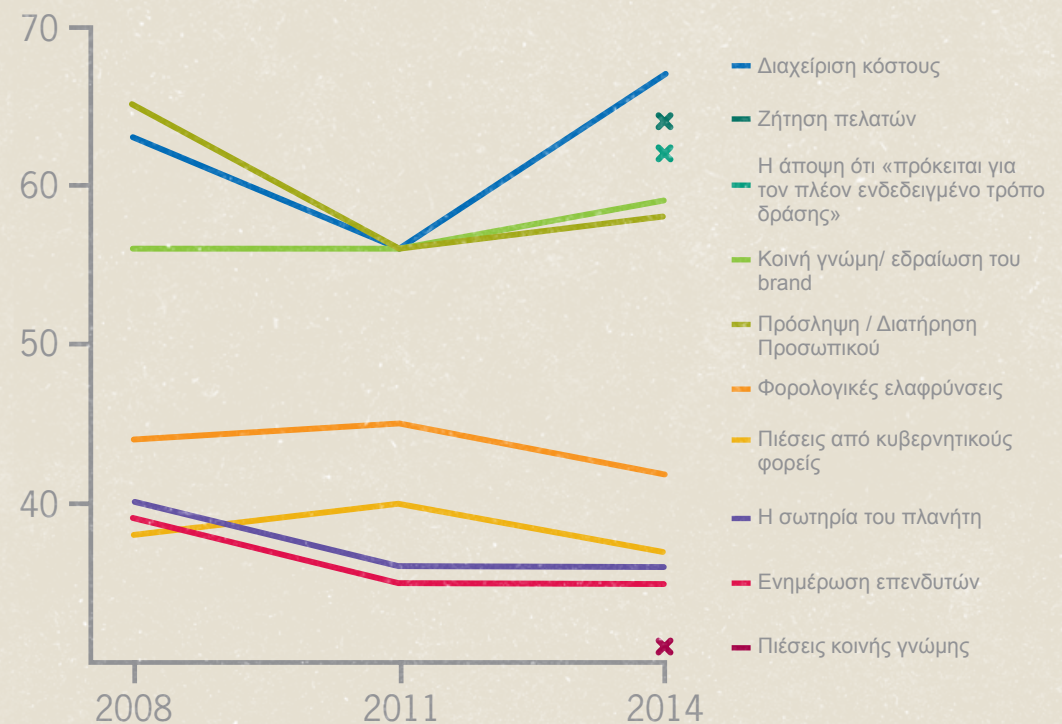
αποτελέσματα της έρευνας του 2008 είναι αισθητά λιγότερη, καθώς το 63% των επιχειρήσεων ανέφεραν αυτό τον παράγοντα, δεύτερο σε σειρά προτιμήσεως μετά την πρόσληψη και διατήρηση προσωπικού (65%).

Για πρώτη φορά το 2014, προστίθενται δυο επιπλέον παράγοντες που σύμφωνα με τα αποτελέσματα κατέλαβαν τη δεύτερη και την τρίτη θέση: η ζήτηση πελατών (64% των επιχειρήσεων παγκοσμίως) και η άποψη ότι «πρόκειται για τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης» (62%).

Οι βασικοί παράγοντες που σχετίζονται με την υιοθέτηση πιο κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνων πρακτικών έχουν αυξηθεί από το 2011

Συνεπώς, παράγοντες όπως η κοινή γνώμη / η εδραίωση του brand (59%) καθώς και η πρόσληψη / διατήρηση του προσωπικού (58%) κατατάσσονται στην τέταρτη και πέμπτη θέση, παρά το γεγονός ότι η σημασία τους έχει αυξηθεί από το 2011.

Ποιοι είναι οι παράγοντες που παροτρύνουν τις επιχειρήσεις του κλάδου σας για την εφαρμογή κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών; (%)



Πηγή: Grant Thornton IBR 2014



Κόστος

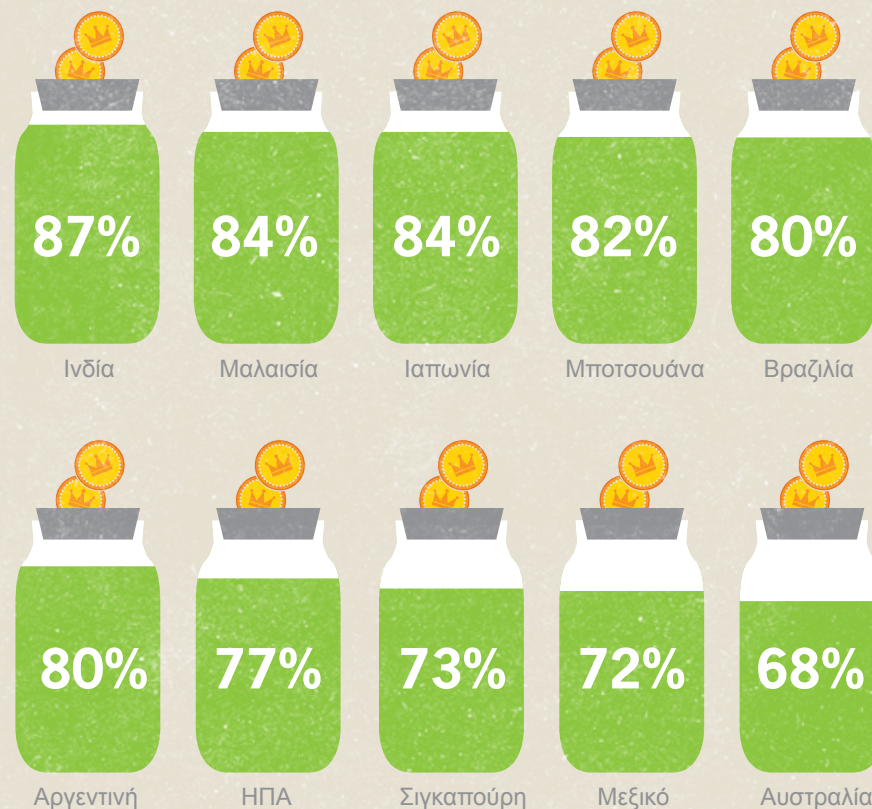
Ο ρόλος της διαχείρισης κόστους έχει αυξηθεί σημαντικά από το 2011 σε ορισμένες χώρες. Σύμφωνα με την Boston Consulting Group, αναγνωρίζεται ότι «οι δεσμοί ανάμεσα στην οικονομική ανάπτυξη και στην οικολογία δεν κρίνονται απαραίτητοι. Αντίθετα, η επιδίωξη της αειφόρου ανάπτυξης μπορεί να αποτελέσει ισχυρό κίνητρο για καινοτομίες και πρωτοποριακές δράσεις για τις επιχειρήσεις που έχουν περιορισμένους πόρους και αντιμετωπίζουν πρόβλημα με την αγοραστική δύναμη των πελατών τους.»¹ Για τις επιχειρήσεις, αυτό μπορεί να είναι ταυτόχρονα πολύ απλό – π.χ με τη μείωση της ενεργειακής σπατάλης – αλλά και πολύ σύνθετο - π.χ. με τον επανέλεγχο της αξιοπιστίας της αλυσίδας εφοδιασμού τους.

Τα τελευταία τρία χρόνια, η σπουδαιότητα της διαχείρισης κόστους έχει αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου το 77% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι είναι ο σημαντικότερος παράγοντας (αύξηση κατά 35 ποσοστιαίες μονάδες). Επίσης, σημαντικό παράγοντα αποτελεί και στη Λατινική Αμερική (77%), όπου η σημασία της διαχείρισης κόστους έχει αυξηθεί αισθητά στην Αργεντινή, στη Βραζιλία και στο Μεξικό από το 2011. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις σε τρεις χώρες της Ασίας/

Ειρηνικού - η Ινδία (87%), η Ιαπωνία και η Μαλαισία (και στις δυο - 84%) – θεωρούν ότι η διαχείριση κόστους αποτελεί τη βασική κινητήρια δύναμη, γεγονός που τις κατατάσσει στις υψηλότερες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης. Οι επιχειρήσεις στην Ευρώπη, και συγκεκριμένα στην Ισπανία (+ 23 ποσοστιαίες μονάδες) και στην Ιταλία (+ 18 ποσοστιαίες μονάδες) είναι περισσότερο ενημερωμένες για τις δυνατότητες στη μείωση κόστους από την εισαγωγή πιο περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών, αλλά μόνο το 53% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων αναφέρουν ότι η διαχείριση κόστους αποτελεί τη βασική κινητήρια δύναμη. Στην Αφρική, το αντίστοιχο ποσοστό είναι 63%. Το κόστος, επίσης, θεωρείται ως βασική κινητήρια δύναμη σε πιο κλασικούς επιχειρηματικούς κλάδους παγκοσμίως, όπως οι μεταφορές (83%), οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας (73%), η διαχείριση ακίνητης περιουσίας και οι κατασκευές (71%), η γεωργία (68%), τα ορυχεία (59%), καθώς και οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (71%).



Ποσοστό των επιχειρήσεων που θεωρούν τη διαχείριση κόστους ως κινητήρια δύναμη (top ten)



Πηγή: Grant Thornton IBR 2014



¹ 'Making Sustainability Profitable' - Harvard Business Review 2013

Ζήτηση

Η αυξανόμενη ζήτηση για διαφάνεια και η αυξημένη επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν επικεντρώσει το ενδιαφέρον του κοινού στην ευθύνη των επιχειρήσεων ως προς τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους. Οι πελάτες όχι μόνο είναι σε θέση να διαμαρτυρηθούν κατά των εταιρειών που εφαρμόζουν επιχειρηματικές πρακτικές μη αποδεκτές στο κοινωνικό σύνολο, αλλά, εκμεταλλευόμενοι την άνοδο της ψηφιακής τεχνολογίας, ενισχύουν την θέση τους, επιλέγοντας εναλλακτικά προϊόντα και υπηρεσίες ανταγωνιστριών εταιρειών που διαθέτουν υψηλότερα ηθικά πρότυπα.

Οι επιχειρήσεις στην Ιαπωνία (95%), στην Ινδία (85%) και στη Μαλαισία (82%) κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις, παγκοσμίως, καθώς οι επιχειρηματικές τους πρακτικές παρακινούνται από τη ζήτηση των πελατών για περιβαλλοντικές και κοινωνικά υπεύθυνες δράσεις. Ακολούθως, η περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού καταλαμβάνει την πρώτη θέση (72%) με την Ευρώπη να ακολουθεί (69%). Συγκεκριμένα, στη Γερμανία (80%), καθώς και στην Πολωνία (74%), τη Γαλλία (73%) και την Ιταλία (72%) οι πελάτες εμφανίζονται ιδιαίτερα απαιτητικοί σε αυτόν τον τομέα. Ο συγκεκριμένος

παράγοντας λαμβάνει το υψηλότερο ποσοστό και στο Ηνωμένο Βασίλειο (62%). Ωστόσο, η ζήτηση πελατών δεν αποτελεί τη βασική κινητήρια δύναμη στις ΗΠΑ, με ποσοστό 46%, το οποίο θεωρείται ως το χαμηλότερο παγκοσμίως μαζί με την Ινδονησία. Η ζήτηση πελατών είναι ο σημαντικότερος παράγοντας για τις επιχειρήσεις που λειτουργούν στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας (82%), όπου είθισται οι πελάτες να έχουν περισσότερες επιλογές όσον αφορά στα εστιατόρια, στα ξενοδοχεία και στη διασκέδαση. Η ζήτηση πελατών αποτελεί βασικό μέλημα για τις επιχειρήσεις που είναι συνδεδεμένες με το δημόσιο τομέα, όπως ο τομέας της υγειονομικής περίθαλψης και η εκπαίδευση (και οι δύο 74%), καθώς και για τις επιχειρήσεις στον κλάδο της μεταποίησης (68%) και των υπηρεσιών (65%). Αποτελεί, επίσης, τη βασική κινητήρια δύναμη για τις επιχειρήσεις καθαρής τεχνολογίας (77%).

Ποσοστό επιχειρήσεων που θεωρεί τη ζήτηση πελατών ως βασική κινητήρια δύναμη (top ten)



Πηγή: Grant Thornton IBR 2014



Ηθικά Πρότυπα

Μπορεί να εγείρει ερωτηματικά, αλλά η άποψη ότι «πρόκειται για τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης» προκάλεσε τη στροφή των επιχειρήσεων στην εφαρμογή περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών.

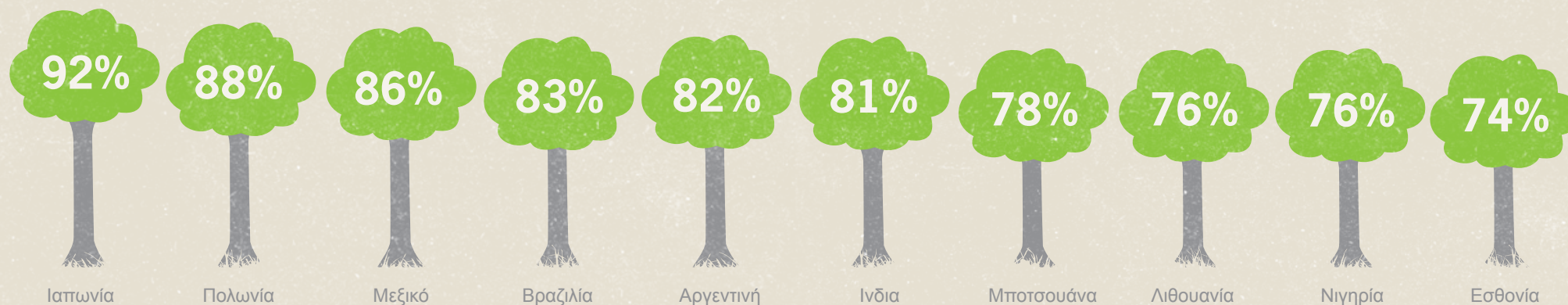
Σε γενικές γραμμές, θα πρέπει να αποσαφηνιστεί ποιες επιχειρηματικές πρακτικές είναι αποδεκτές και ποιες όχι. Η βασική «δικαιολογία» του φορολογικού σχεδιασμού των πολυεθνικών εταιριών πέρυσι επικεντρώθηκε στο ότι οι επιχειρήσεις δε δύνανται να λαμβάνουν αποφάσεις βάσει ηθικών προτύπων. Τα αποτελέσματα της έρευνας, ωστόσο, δείχνουν ότι η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών εκδηλώνουν έντονο ενδιαφέρον για υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι προετοιμασμένες να εφαρμόσουν μία αλτρουιστική προσέγγιση στην υιοθέτηση υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών.

Οι επιχειρηματίες στην Ιαπωνία (92%) κατατάσσονται στην πρώτη θέση παγκοσμίως για την “ηθική τους συνείδηση”, και ακολουθούν εκείνοι της Πολωνίας (88%) και των τριών χωρών της Λατινικής Αμερικής που συμμετέχουν στην έρευνα - Μεξικό (86%), Βραζιλία (83%) και Αργεντινή (82%). Επίσης, τα ηθικά πρότυπα αποτελούν μείζον ζήτημα στην Αφρική (71%), στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (66%) και της Βόρειας Αμερικής (62%).

Επίσης, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε σχετικά νέους δυναμικούς κλάδους, όπως οι καθαρές τεχνολογίες (82%) και η τεχνολογία (67%) θεωρούν αυτόν τον παράγοντα ως την βασική κινητήρια δύναμη. Τα ηθικά πρότυπα αποτελούν, επίσης, έναν σημαντικό παράγοντα για τις επιχειρήσεις που λειτουργούν στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας (79%), της εκπαίδευσης (72%) και του λιανικού εμπορίου (64%).

Ποσοστό των επιχειρήσεων που θεωρούν την άποψη ότι «η εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ αποτελεί τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης» ως βασική κινητήρια δύναμη (top ten)



Αντιλήψεις

Οι αντιλήψεις που διαμορφώνονται από υφιστάμενες ή υποψήφιες ομάδες ενδιαφερόμενων (πελάτες, επενδυτές, εργαζόμενους) σχετικά με τις δράσεις της επιχείρησης θεωρούνται ως ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει στην εφαρμογή πρακτικών ΕΚΕ.

Η σπουδαιότητα του παράγοντα “εδραίωση του brand” έχει αυξηθεί κατά τρεις (3) ποσοστιαίες μονάδες παγκοσμίως σε σχέση με το 2011, ενώ η “πρόσληψη και διατήρηση προσωπικού” έχει σημειώσει άνοδο κατά δύο (2) ποσοστιαίες μονάδες. Η αύξηση του ρόλου που έχει η εδραίωση του brand ως χαρακτηριστικό είναι ιδιαίτερα αισθητή στη Βόρεια Αμερική (+ 4 ποσοστιαίες μονάδες) και στην Ευρώπη (+ 3 ποσοστιαίες μονάδες). Αντιθέτως, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι οι επιχειρηματίες στη Λατινική Αμερική (-22 ποσοστιαίες μονάδες) επηρεάζονται πολύ λιγότερο από την κοινή γνώμη ως προς τις πρακτικές τους σε σχέση με το 2011. Οι επιχειρήσεις στην Ευρώπη (+ 8 ποσοστιαίες μονάδες) και στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (+ 2 ποσοστιαίες μονάδες) δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην προσέλκυση και διατήρηση προσωπικού μέσω υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών, εν αντιθέσει με τους επιχειρηματίες στη Βόρεια Αμερική (-5 ποσοστιαίες μονάδες).

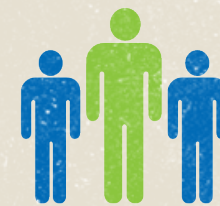
Οι επιχειρηματίες στην Ινδία και στην Ιαπωνία δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην εικόνα της επιχείρησης: στην Ιαπωνία, το 92% των ερωτηθέντων αναφέρουν ως βασική κινητήρια δύναμη την πρόσληψη και διατήρηση προσωπικού, και το 77% την εδραίωση του brand. Τα αντίστοιχα ποσοστά στην Ινδία είναι 82% και 85%. Στην πρώτη θέση, βρίσκονται οι επιχειρήσεις από την περιοχή Ασίας-Ειρηνικού (66%) και ακολουθούν η

Βόρεια Αμερική (59%), η Αφρική (57%) και η Ευρώπη (47%).

Η βελτίωση των αντιλήψεων σε υφιστάμενους και υποψήφιους εργαζόμενους αποτελεί ένα σημαντικό ζήτημα για τον τομέα του τουρισμού και φιλοξενίας (77%) και της καθαρής τεχνολογίας (75%), ενώ η εδραίωση του brand έχει μεγάλη σημασία για τον τομέα του τουρισμού και φιλοξενίας (77%), επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας (69%) και τεχνολογίας (66%).

Οι αντιλήψεις για την εικόνα της επιχείρησης θεωρούνται επίσης ως βασικός παράγοντας στην Κίνα, όπου το 63% των επιχειρηματιών (λίγο πάνω από τον παγκόσμιο μέσο όρο) αναφέρουν ως πολύ σημαντικά ζητήματα είτε την πρόσληψη και διατήρηση προσωπικού, είτε την εδραίωση του brand. Τα ευρήματα συμπίπτουν με τα αποτελέσματα της έρευνας «The Thoughts of Chairmen Now»² που πραγματοποιήθηκε πέρυσι στην Κίνα. Πιο συγκεκριμένα, από την έρευνα διαπιστώνεται ότι οι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν τις δυσκολίες που προέρχονται από τη λειτουργία των εταιρειών τους υπό την αιγίδα της «Brand China» και προσπαθούν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη και την αφοσίωση των καταναλωτών για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Οι πιέσεις που ασκούν οι κυβερνητικοί φορείς θεωρούνται ένας σημαντικός παράγοντας για τους επιχειρηματίες της Κίνας με ποσοστό 52% σε σύγκριση με το 37% του συνόλου των επιχειρηματιών, παγκοσμίως. Τα υψηλά επίπεδα της ατμοσφαιρικής ρύπανσης στις μεγάλες πόλεις όπως το Πεκίνο, έχουν προκαλέσει την έντονη αντίδραση του κυβερνώντος κόμματος, με τον πρωθυπουργό της Κίνας, Λι Κετσιάνγκ, να έχει κηρύξει “πόλεμο” ενάντια στη μόλυνση του περιβάλλοντος.

Σημαντικότεροι παράγοντες στην Κίνα (ποσοστό επιχειρήσεων)



63%

Πρόσληψη /
διατήρηση προσωπικού



63%

Κοινή γνώμη /
εδραίωση του brand



62%

Ζήτηση πελατών



57%

Διαχείριση
κόστους



56%

Φορολογικές
ελαφρύνσεις



52%

Κυβερνητικές πιέσεις

Πηγή: Grant Thornton IBR 2014

² The Thoughts of Chairmen Now - Grant Thornton and WPP; <http://www.gti.org/ChairmenNow/index.asp>

Πρωτοβουλίες

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι επιχειρήσεις συμμετέχουν σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που στοχεύουν στη μείωση του κοινωνικού ή / και περιβαλλοντικού αποτυπώματος των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων. Η πλειονότητα των επιχειρήσεων συμμετέχει σε εκδηλώσεις για κοινωφελείς σκοπούς ή σε φιλανθρωπικές οργανώσεις. Τα δύο τρίτα των επιχειρήσεων παγκοσμίως αφιέρωσαν χρόνο ή διέθεσαν κάποιο χρηματικό ποσό τους τελευταίους δώδεκα (12) μήνες σε τέτοιου είδους ενέργειες, ενώ πάνω από το 50% των επιχειρήσεων πρόσφεραν δωρεάν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Πολλές επιχειρήσεις, επίσης, συμμετέχουν ενεργά σε περιβαλλοντικές δράσεις: σχεδόν τα δύο τρίτα των επιχειρήσεων, παγκοσμίως, έχουν βελτιώσει την ενεργειακή τους απόδοση ή τη διαχείριση των αποβλήτων. Επίσης, δύο στις πέντε επιχειρήσεις έχουν προσαρμόσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους για να μειώσουν τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις και σχεδόν το ένα τρίτο των επιχειρήσεων πραγματοποιεί μέτρηση των εκπομπών διοξειδίου άνθρακα που σχετίζονται με τις δραστηριότητές τους, μια σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2011.

Κοινωνικές δράσεις

Οι επιχειρήσεις στη Βόρεια Αμερική καταλαμβάνουν την πρώτη θέση όσον αφορά στη συνεργασία τους με τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις δεδομένου, ότι η φιλανθρωπία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμού τους.

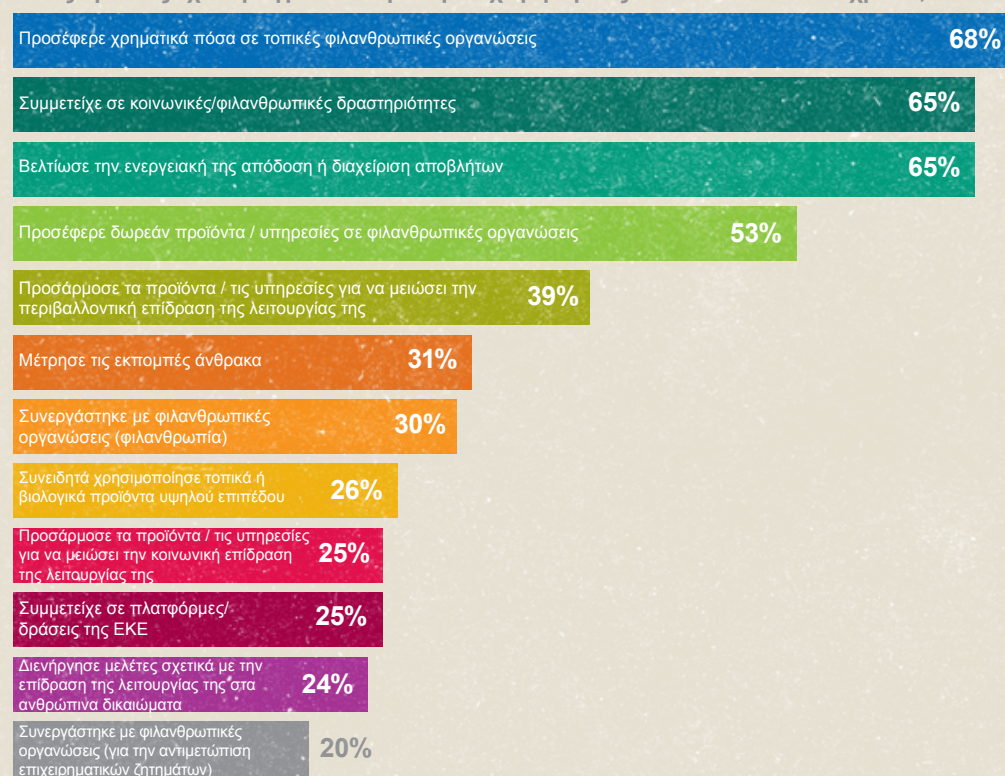
Το 2013, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων στον Καναδά και στις Ηνωμένες Πολιτείες διέθεσαν χρηματικά ποσά (93%) ή χρόνο (91%) σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις, ενώ το 78% των επιχειρήσεων πρόσφεραν δωρεάν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους.

Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων στη Βόρεια Αμερική συνεργάζεται με τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις ή άλλα κοινωφελή ιδρύματα.

Τα αποτελέσματα που προέρχονται από τη σύγκριση των δράσεων επιχειρήσεων άλλων περιοχών είναι εντυπωσιακά: στην Ευρώπη τα δύο τρίτα των επιχειρήσεων πρόσφεραν χρηματικά ποσά (69%) και πάνω από το 50% των επιχειρήσεων συνεργαστήκαν με τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις (58%), αλλά

μόνο το 41% των επιχειρήσεων πρόσφεραν δωρεάν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους. Η προσφορά χρημάτων είναι η πιο δημοφιλής δράση ΕΚΕ στη Λατινική Αμερική (57%), ενώ λίγο περισσότερο από το 50% των επιχειρήσεων αφιερώνει χρόνο και το 42% των επιχειρήσεων προσφέρουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Επίσης, στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού κάτω από το 50% των επιχειρήσεων συμμετείχαν σε τέτοιου είδους δράσεις. Μόνο στην Αφρική, τα ποσοστά των επιχειρήσεων που συνεργάζονται με τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις (93%) είναι υψηλότερα από ότι στη Βόρεια Αμερική, με το 85% των επιχειρήσεων να προσφέρουν χρηματικά ποσά και το 70% να προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά που καταγράφηκαν στην Αφρική είναι αρκετά υψηλότερα από το παγκόσμιο μέσο όρο.

Ποιες δράσεις έχει πραγματοποιήσει η επιχείρησή σας κατά τον τελευταίο χρόνο;



“Η σωστή εφαρμογή των πρακτικών της ΕΚΕ είναι κάτι περισσότερο από μία χορηγία. Στην Grant Thornton είμαστε επικεντρωμένοι στον τρόπο με τον οποίο οι δεξιότητες των ανθρώπων μας μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη των τοπικών μας κοινωνιών μέσα από ένα ευρύ φάσμα φιλανθρωπικών, εκπαιδευτικών, περιβαλλοντικών και υγειονομικών δράσεων.”

Paul Raleigh, global leader - strategic development and growth, Grant Thornton

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς της τεχνολογίας, του λιανικού εμπορίου και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, ως οι πλέον δραστήριες.

Σε επίπεδο γεωγραφικών περιφερειών, οι επιχειρήσεις στην Αφρική (47%) και στη Βόρεια Αμερική (44%) είναι πιο πιθανόν να ξεκινήσουν μια επίσημη συνεργασία με ένα φιλανθρωπικό ίδρυμα για

φιλανθρωπικούς σκοπούς.

Ελάχιστες επιχειρήσεις, παγκοσμίως, έχουν προσαρμόσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους για να μειώσουν την κοινωνική τους επίδραση

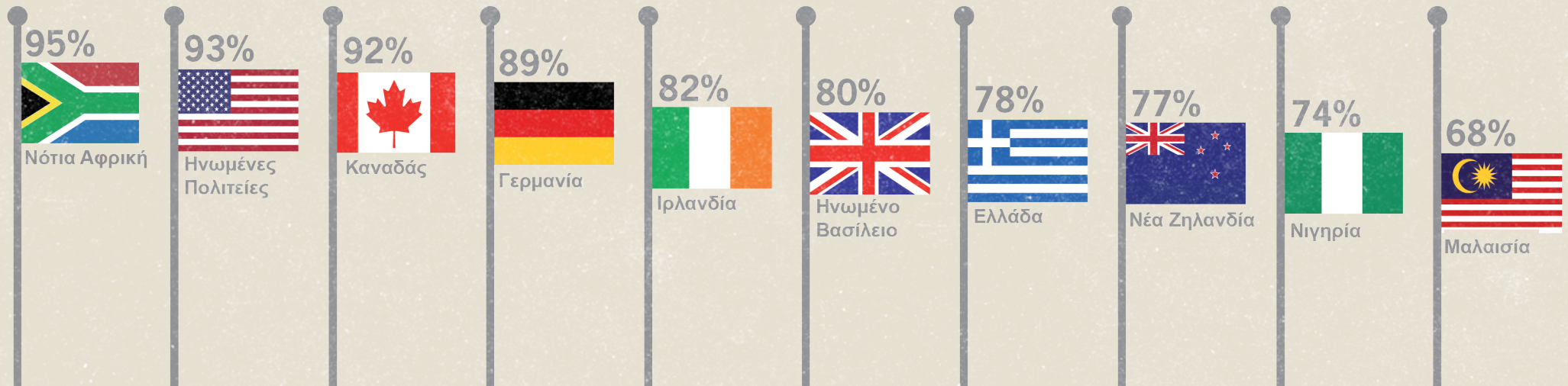
Σε επίπεδο χωρών, πάνω από το 50% των επιχειρήσεων στη Νιγηρία (52%), στην Αυστραλία και

στην Ελλάδα (51%) έχουν προσαρμόσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους για να μειώσουν την κοινωνική τους επίδραση, σε ποσοστό υψηλότερο από τον παγκόσμιο μέσο όρο (30%). Αντίστοιχα, ελάχιστες επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο έχουν κάνει αυτό το βήμα (25%), με μοναδική εξαίρεση το αντίστοιχο ποσοστό (56%) στην Ηπειρωτική Κίνα.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, μόλις πάνω από το 25% των επιχειρήσεων χρησιμοποίησαν συνειδητά τοπικά

ή βιολογικά προϊόντα κατά τη διάρκεια των 12 τελευταίων μηνών (26%), ποσοστό οριακά χαμηλότερο από το ποσοστό που καταγράφηκε το 2011 (28%). Σε περιφερειακό επίπεδο, οι επιχειρήσεις στην Αφρική (43%) είναι πιο πιθανόν να έχουν αναλάβει δράση σε αυτόν τον τομέα, με τις επιχειρήσεις στην Τουρκία (63%) και στην Ελλάδα (51%) να κατατάσσονται στις πρώτες θέσεις σε επίπεδο κρατών.

Προσέφερε χρηματικά πόσα σε τοπικές φιλανθρωπικές οργανώσεις (top ten)



Πηγή: Grant Thornton IBR 2014

Περιβαλλοντικές Δράσεις

Οι επιχειρήσεις της Βόρειας Αμερικής και της Αφρικής βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης όσον αφορά στον περιορισμό των περιβαλλοντικών τους επιπτώσεων, Τα τελευταία χρόνια, πάνω από το 75% των επιχειρήσεων και στις δύο περιοχές έχουν λάβει μέτρα για τη βελτίωση της ενεργειακής τους απόδοσης και διαχείρισης αποβλήτων (79%), ποσοστό σημαντικά υψηλότερο από τον παγκόσμιο μέσο όρο (65%).

Παρά το γεγονός ότι στην Ευρώπη υπάρχει μεγάλη πολιτική βούληση για την αντιμετώπιση των κλιματικών αλλαγών, το ποσοστό των επιχειρήσεων που λαμβάνει τα ανάλογα μέτρα πέφτει στο 72%, ωστόσο είναι αρκετά υψηλότερο από τα ποσοστά που καταγράφονται στη Λατινική Αμερική (56%) και την περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (48%). Σε πολλές χώρες αυτών των περιοχών, παρέχονται υψηλές επιχορηγήσεις για την κατανάλωση καυσίμων, παρόλο που δεν υπάρχει κουλτούρα ανακύκλωσης ή δεν έχουν αναπτυχθεί οι κατάλληλες υποδομές. Η εφαρμογή νέων μέτρων για την προώθηση αποτελεσματικότερης ενεργειακής απόδοσης θα μπορούσε να βοηθήσει χώρες μεταξύ αυτών και την Ινδία που αντιμετωπίζουν σοβαρά ενεργειακά προβλήματα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι επιχειρήσεις στη Ρωσία (34%), με τις τεράστιες της εκτάσεις και την αφθονία φυσικών πόρων, καθώς επίσης και η Ηπειρωτική Κίνα (38%), είναι λιγότερο πρόθυμες να λάβουν ανάλογα μέτρα. Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε κλάδους υψηλής κατανάλωσης ενέργειας, όπως οι τομείς των κατασκευών (76%), της τεχνολογίας (75%) και των μεταφορών (70%) είναι πιο πιθανόν να εφαρμόσουν αντίστοιχα μέτρα.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι επιχειρήσεις εμφανίζονται περισσότερο πρόθυμες να ποσοτικοποιήσουν την περιβαλλοντική επίδραση της λειτουργίας τους. Πιο συγκεκριμένα, το 31% των επιχειρήσεων υπολόγισαν τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά τη διάρκεια των

τελευταίων 12 μηνών, καταγράφοντας αισθητή αύξηση από το 19% του 2011. Και πάλι, στις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι επιχειρήσεις στη Βόρεια Αμερική (38%) και ακολουθούν οι επιχειρήσεις στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (33%), της Ευρώπης (26%), της Λατινικής Αμερικής (22%) και της Αφρικής (14%). Ωστόσο, παρατηρούνται μεγάλες διαφορές μεταξύ των χωρών που υπολόγισαν τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα: α) η Σιγκαπούρη (57%), η οποία είναι πόλη-κράτος με πολύ περιορισμένη εδαφική έκταση, όπου η ατμοσφαιρική ρύπανση αποτελεί μόνιμο πρόβλημα, β) η Αυστραλία (53%), η οικονομία της οποίας στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην εξόρυξη φυσικών πόρων, έχει ένα από τα υψηλότερα κατά κεφαλήν επίπεδα εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα παγκοσμίως, και πρόσφατα κατήργησε την επιβολή φόρου στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, και γ) η Ισπανία (51%), όπου η έλλειψη υδάτινων πόρων αποτελεί σημαντική απειλή για τη βασική της τουριστική βιομηχανία. Δεδομένου του αντίκτυπου της παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στο περιβάλλον, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι το 61% των επιχειρήσεων κοινής ωφελείας καταγράφουν τις εκπομπές τους, ακολουθούμενες από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς της τεχνολογίας (47%), της καθαρής τεχνολογίας (42%) και της εξόρυξης (41%).

Τον τελευταίο χρόνο, δύο στις πέντε επιχειρήσεις, περίπου, έχουν προσαρμόσει τα

προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους για να μειώσουν την περιβαλλοντική τους επίδραση (39%), με την Κίνα να βρίσκεται στην πρώτη θέση παγκοσμίως (62%). Αυτή αποτελεί και την κύρια δράση ΕΚΕ στην Κίνα, η οποία συνδέεται πιθανότατα με τον στόχο της κυβέρνησης να μειώσει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα κατά 40-45% μέχρι το 2020 (σε σύγκριση με το 2005) απαιτώντας σε μεγάλο βαθμό από τις κρατικές επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν την ενέργεια πιο αποτελεσματικά. Οι επιχειρήσεις στην Τουρκία (48%) και στη Βραζιλία (46%), καθώς και οι επιχειρήσεις στις προηγμένες χώρες, όπως οι

Ηνωμένες Πολιτείες (41%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (36%) έχουν επίσης αναλάβει μέτρα στον τομέα αυτό κατά τους τελευταίους μήνες. Και πάλι, όμως, το προβάδισμα διατηρούν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους κλάδους της καθαρής τεχνολογίας (60%) και της τεχνολογίας (49%). Επίσης, πάνω από το 50% των γεωργικών επιχειρήσεων (51%) έχουν προσαρμόσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, γεγονός που δίνει έμφαση στη σημασία της μετάβασης προς πιο υπεύθυνες πρακτικές παραγωγής τροφίμων, δεδομένης της ραγδαίας αύξησης του παγκόσμιου πληθυσμού.

Οι χώρες που έχουν βελτιώσει την ενεργειακή τους απόδοση ή τη διαχείριση των αποβλήτων (top ten)



Πηγή: Grant Thornton IBR 2014

Απολογισμοί

Παρόλο που η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων παγκοσμίως συμμετέχουν σε δράσεις για την άμβλυση των κοινωνικών ή περιβαλλοντικών επιπτώσεων των δραστηριοτήτων τους, ελάχιστες επιχειρήσεις προσφέρουν την απαραίτητη πληροφόρηση για τέτοιου είδους δράσεις, είτε με τις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις σε μορφή ενιαίου εταιρικού απολογισμού, είτε μεμονωμένα.



Το Integrated reporting framework του IIRC απευθύνεται ως επί των πλείστων στις μεγάλες επιχειρήσεις. Ωστόσο όλες οι επιχειρήσεις θα πρέπει να δημοσιεύουν όχι μόνο τα οικονομικά τους αποτελέσματα αλλά και τις δράσεις τους στο ευρύτερο κοινωνικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό πλαίσιο. Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αξιολογήσουν καλύτερα τη δομή της λειτουργίας τους και προσφέρει την απαραίτητη πληροφόρηση στους ενδιαφερόμενους και τους επενδυτές, εξασφαλίζοντας, κατά αυτό τον τρόπο, την ανάπτυξη και χρηματοδότηση της εταιρίας.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, μόνο το 31% των επιχειρήσεων παρέχουν στοιχεία για τη βιωσιμότητα των δραστηριοτήτων τους (μαζί με τα οικονομικά στοιχεία), καταγράφοντας μια μικρή αύξηση από το 2011 (25%). Οι επιχειρήσεις στη Λατινική Αμερική (46%) παραμένουν πιο πρόθυμες να παρέχουν στοιχεία για τις ευρύτερες επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους και ακολουθούν οι επιχειρήσεις στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (33%), της Βόρειας Αμερικής (27%) και της Ευρώπης (26%). Μολονότι δεν παρατηρούνται αλλαγές στην Ευρώπη, τα ποσοστά τη Βόρεια Αμερική (+ 10 ποσοστιαίες μονάδες) και στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (+ 8 ποσοστιαίες μονάδες) έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία

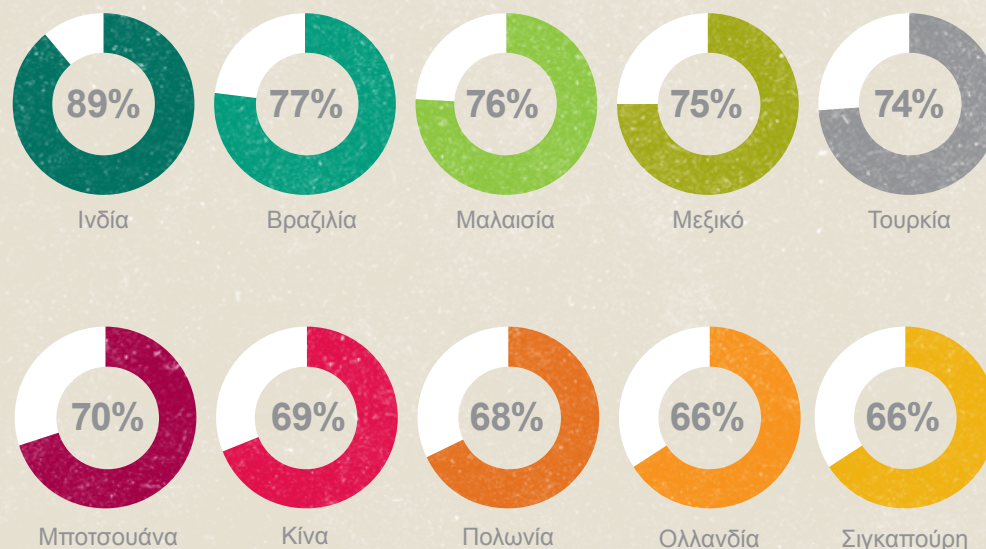
τρία χρόνια.

Οι επιχειρήσεις στην Ινδία (68%), στην Ολλανδία και στο Βιετνάμ (64% και στις δυο χώρες) βρίσκονται στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως αναφορικά με τη δημοσίευση απολογισμών ΕΚΕ, ενώ στις τελευταίες θέσεις κατατάσσονται οι επιχειρήσεις στην Εσθονία (6%), στη Σουηδία (13%) και στη Νέα Ζηλανδία (16%).

Το 26% των επιχειρήσεων που δεν έχουν ακόμα δημοσιεύσει απολογισμούς ΕΚΕ αναμένεται να το πράξουν τα επόμενα πέντε χρόνια. Και πάλι, διατηρούν το προβάδισμα οι επιχειρήσεις στην Λατινική Αμερική, με το Μεξικό (73%) και τη Βραζιλία (66%) να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις.

Μολονότι ποσοστό μικρότερο του 50% των επιχειρήσεων, παγκοσμίως, δημοσιεύουν απολογισμούς ΕΚΕ (ή αναμένεται να το πράξουν τα επόμενα πέντε χρόνια), το 57% των επιχειρήσεων συμφωνούν ότι οι απολογισμοί ΕΚΕ θα πρέπει να ενσωματωθούν στις χρηματοοικονομικές πληροφορίες, καταγράφοντας αύξηση από το 44% του 2011. Δεδομένης της σημαντικής αύξησης σε δημοσιεύσεις απολογισμών ΕΚΕ στη Λατινική Αμερική, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες της περιοχής θεωρούν ότι η δημοσίευση Ενιαίων Απολογισμών αποτελεί τη βέλτιστη πρακτική (74%). Η συγκεκριμένη άποψη ενισχύεται επίσης από την πλειοψηφία των επιχειρηματιών στην περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού (60%), της Ευρώπης (53%) και της Βόρειας Αμερικής (52%).

Ποσοστό των επιχειρήσεων που πιστεύουν πως ο Απολογισμός θα πρέπει να είναι Ενιαίος (οικονομικά στοιχεία & στοιχεία ΕΚΕ) (top ten)

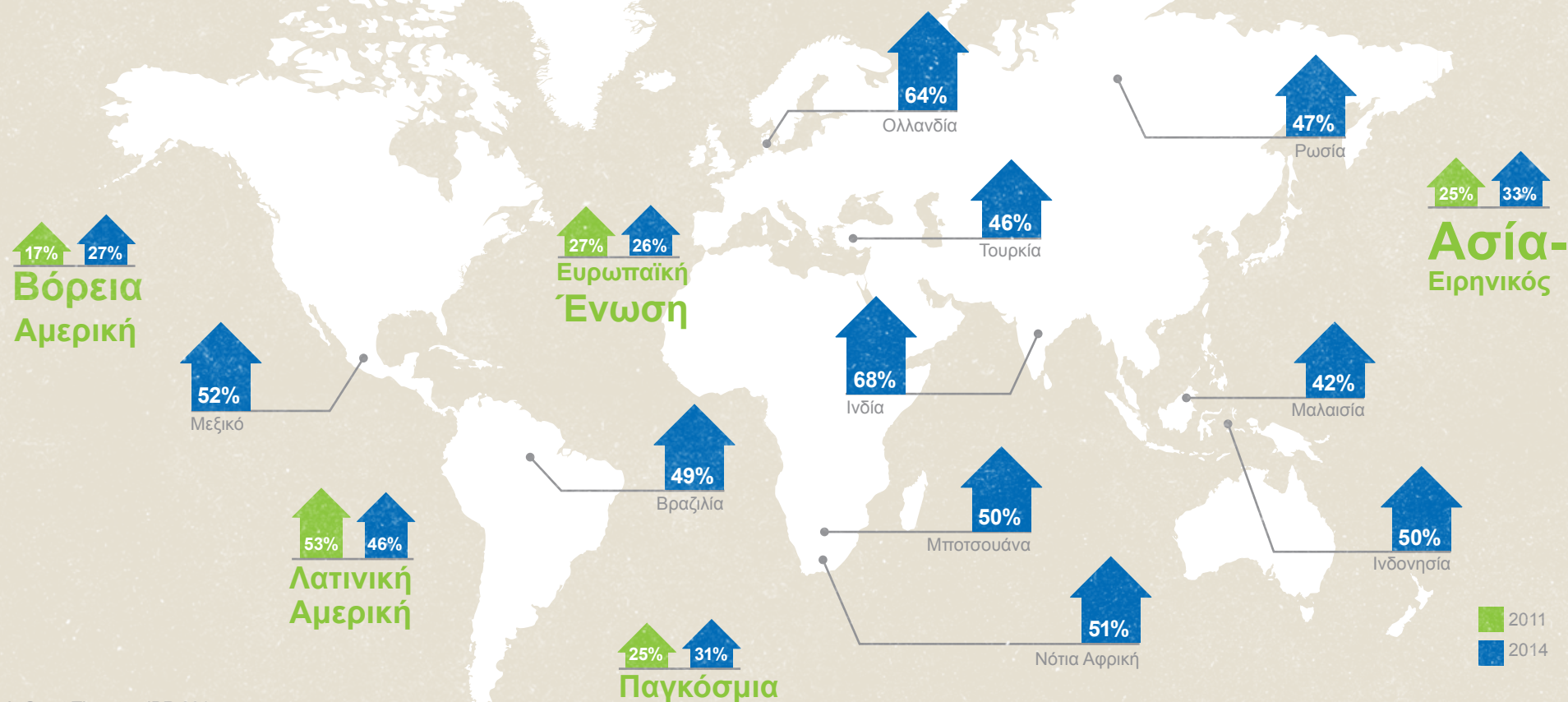


Πηγή: Grant Thornton IBR 2014

“Στην Grant Thornton, πιστεύουμε ότι η δημοσίευση των Ενιαίων Απολογισμών μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη γνωστοποίηση της περιβαλλοντικής και κοινωνικής επίδρασης των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων προς τους επενδυτές και άλλους συμμετόχους. Είναι μεγάλη μου τιμή να είμαι μέλος της οργανωτικής επιτροπής του IIRC και είμαι ευτυχής που η Grant Thornton στην Μεγάλη Βρετανία συμμετέχει στο πιλοτικό πρόγραμμα.”

Ed Nusbaum, global CEO, Grant Thornton

Ποσοστό των επιχειρήσεων που δημοσιεύουν απολογισμούς ΕΚΕ ανά γεωγραφική περιοχή (top ten)



Οι απόψεις της UNICEF

Η UNICEF σημειώνει με ενδιαφέρον ότι πάνω από το 50% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα επέλεξαν πέντε βασικούς παράγοντες που τους παρακινούν στην εφαρμογή πιο κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών. Αυτοί οι πέντε (5) παράγοντες (διαχείριση κόστους, ζήτηση πελατών, η άποψη ότι «πρόκειται για τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης», η αντίληψη της κοινής γνώμης/η εδραίωση του brand, η πρόσληψη/διατήρηση προσωπικού) επηρεάζουν διαφορετικά τμήματα της επιχείρησης, όπως το μάρκετινγκ, το ανθρώπινο δυναμικό, το οικονομικό τμήμα κτλ. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει τη σημασία της αξιολόγησης της κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευθύνης σε ένα ανώτερο, ολιστικό επίπεδο. Οι επιχειρήσεις που δεν λαμβάνουν υπόψη τη σπουδαιότητα αυτών των παραγόντων αποτελούν μειοψηφία.

Οι πιο σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις και τις παρακινούν στην εφαρμογή πιο κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών (δηλαδή η διαχείριση κόστους, η ζήτηση πελατών, η αντίληψη ότι «πρόκειται για τον πλέον ενδεδειγμένο τρόπο δράσης») συνάδουν με την παγκόσμια τάση. Αυτά τα αποτελέσματα δείχνουν τη σπουδαιότητα της Εταιρικής Υπευθυνότητας για το ευρύ κοινό, καθώς και την απαίτηση του κοινού για παροχή πληροφόρησης από τις επιχειρήσεις. Ο παράγοντας

«ζήτηση πελατών» σημειώνεται ως ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες σε όλες τις γεωγραφικές περιφέρειες (πρώτη ή δεύτερη θέση), εκτός των χωρών των G7 (τρίτη θέση) και της Βόρειας Αμερικής (τέταρτη θέση), όπου η διαχείριση κόστους αποτελεί ιδιαίτερα ισχυρό παράγοντα.

Η UNICEF συνεργάζεται στενά με τον ιδιωτικό τομέα και βοηθά τις επιχειρήσεις να εφαρμόσουν πιο κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές. Η Οργάνωση έχει αναπτύξει μια σειρά πρωτοβουλιών και δράσεων με

στόχο την υποστήριξη των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων σε περιοχές, όπως, η παροχή βοήθειας στην εφαρμογή προγραμμάτων για την αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων (που έχουν άμεσα οφέλη στην υγεία των παιδιών) και η εδραίωση του brand μέσω εφαρμογών Μάρκετινγκ-Εταιρικής Υπευθυνότητας.

Πιο συγκεκριμένα, η «Children's Rights and Business Principles» (CRBP) είναι μια κοινή πρωτοβουλία της UNICEF, του UN Global Compact και της οργάνωσης «Save the Children» η οποία

αποτελεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο αρχών που καθοδηγεί τις επιχειρήσεις σχετικά με το πλήρες φάσμα των ενεργειών που μπορούν να αναλάβουν, ώστε να σέβονται και να υποστηρίζουν τα δικαιώματα των παιδιών.

Η «Children's Rights and Business Principles» βοηθάει στην εφαρμογή βέλτιστων επιχειρηματικών πρακτικών, όπως περιγράφονται στην παρούσα έρευνα, για την δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου για τα παιδιά. Η UNICEF ευελπιστεί στην αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων που στηρίζουν κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές, για παράδειγμα, μέσω της προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων με απόλυτη συνέπεια. Η Οργάνωση θα συνεχίσει να υποστηρίζει επιχειρήσεις ώστε να διασφαλίσουν υπεύθυνες επιχειρηματικές πρακτικές μέσω πρωτοβουλιών όπως η GRBP.

Η Grant Thornton υποστηρίζει την UNICEF από το 2007, μέσω της έρευνας IBR. Η Grant Thornton δωρίζει 5 δολάρια στη UNICEF για κάθε συνέντευξη που πραγματοποιείται στα πλαίσια της έρευνας με τη συνολική δωρεά να έχει ξεπεράσει τα 300.000 δολάρια μέχρι το τέλος του 2013.



Πώς μπορεί να βοηθήσει η Grant Thornton

Η Grant Thornton είναι ένας από τους μεγαλύτερους οργανισμούς παροχής ελεγκτικών, φορολογικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών με περισσότερους από 38.000 εργαζομένους σε παραπάνω από 130 χώρες παγκοσμίως. Μία από τις δεσμεύσεις της Εταιρείας μας αφορά στην Αειφόρο Ανάπτυξη και πώς μπορεί να συμβαδίσει με το ρόλο του ελεγκτικού επαγγέλματος. Η Grant Thornton στην Ελλάδα υποστηρίζει τις εταιρείες που πρωτοπορούν και επιδιώκουν τη συνεχή βελτίωσή τους, εφαρμόζοντας τις αρχές της Αειφόρου Ανάπτυξης. Λαμβάνει υπόψη τις περιβαλλοντικές, λειτουργικές, κοινωνικές καθώς και οικονομικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, με απώτερο σκοπό να βελτιώσει τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Βιωσιμότητα

Πιστεύουμε πως η αφοσίωση των επιχειρήσεων στην Αειφόρο Ανάπτυξη ανακατευθύνει τις βασικές τους επιχειρηματικές και επιχειρησιακές αποδόσεις, υποστηρίζει τη διαχείριση κινδύνων και εμπνέει εμπιστοσύνη στα ενδιαφερόμενα μέρη. Για να καλύψουμε τις ανάγκες των πλέον καινοτόμων και πρωτοπόρων εταιρειών στην Ελλάδα, παρέχουμε υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας που εστιάζουν σε τρεις τομείς:

1. Ενσωμάτωση της ΕΚΕ

- αξιολόγηση του επιπέδου ενσωμάτωσης της ΕΚΕ στην Εταιρεία
- διαμόρφωση εταιρικών δεσμεύσεων (όραμα, αξίες, αρχές)
- αναγνώριση και προτεραιοποίηση θεμάτων ΕΚΕ
- ανάπτυξη στρατηγικής ΕΚΕ και αναλυτικού πλάνου 3ετίας / 5ετίας
- εφαρμογή του νέου διεθνούς προτύπου για την ΕΚΕ ISO 26000

2. Σχεδιασμός Δράσεων και Προγραμμάτων ΕΚΕ

- εκπαιδεύσεις για την ΕΚΕ σε όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας
- διεξαγωγή Multi-Stakeholders Forum
- σχεδιασμός και υποστήριξη δράσεων ανά άξονα ΕΚΕ
- ανάπτυξη δεικτών παρακολούθησης της επίδοσης και αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των δράσεων
- υποστήριξη στην εφαρμογή της στρατηγικής ΕΚΕ της Εταιρείας

3. Απολογισμοί ΕΚΕ

- ανάπτυξη Απολογισμών ΕΚΕ σύμφωνα με διεθνή πρότυπα (GRI-G3.1, AA1000)
- ανάπτυξη ενιαίων απολογισμών (Integrated Reports) με οικονομικά και μη στοιχεία (financial and non-financial reporting)
- ανάπτυξη εκθέσεων προόδου για το Οικουμενικό Σύμφωνο (Global Compact Communication on Progress Reporting)
- παλήθευση Απολογισμών ΕΚΕ & Αειφόρου Ανάπτυξης

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες ΕΚΕ της Grant Thornton, παρακαλούμε επικοινωνήστε με τους:

Βασίλης Μονογυιός
Partner, Advisory, Business Risk Services
Grant Thornton Greece
vassilis.monogios@gr.gt.com

Κατερίνα Κατσούλη
CSR & Sustainability Director
Grant Thornton Greece
katerina.katsouli@gr.gt.com



IBR 2014: Μεθοδολογία

Η έρευνα International Business Report (IBR) της Grant Thornton διεξάγεται πραγματοποιώντας συνεντεύξεις σε περίπου 2.500 ανώτατα στελέχη εισηγμένων και ιδιωτικών επιχειρήσεων παγκοσμίως κάθε τρίμηνο. Ξεκίνησε το 1992 σε εννέα ευρωπαϊκές χώρες, και πλέον ερευνά περισσότερες από 10.000 επιχειρήσεις σε πάνω από 30 χώρες σε ετήσια βάση, παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με οικονομικά και εμπορικά θέματα που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις παγκοσμίως.

Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας προέρχονται από περισσότερες από 2.500 συνεντεύξεις με διευθυντικά στελέχη, διευθύνοντες συμβούλους, προέδρους και άλλα ανώτερα στελέχη επιχειρήσεων μεσαίου μεγέθους όλων των κλάδων. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν κατά την περίοδο Μαΐου 2014.

Περισσότερες πληροφορίες για την IBR μπορείτε να βρείτε στο www.internationalbusinessreport.com

Τμήμα Marketing & Επικοινωνίας

E marketing@gr.gt.com

T 210 72800 67-70

W www.grant-thornton.gr

Σχετικά με εμάς

Η Grant Thornton είναι ένας παγκόσμιος ηγετικός οργανισμός που απαρτίζεται από ανεξάρτητες εταιρείες παροχής ελεγκτικών, φορολογικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών, με πάνω από 38.000 ανθρώπους σε πάνω από 130 χώρες.



Grant Thornton

An instinct for growth™

© 2014 Grant Thornton International Ltd.

'Grant Thornton' refers to the brand under which the Grant Thornton member firms provide assurance, tax and advisory services to their clients and/or refers to one or more member firms, as the context requires.

Grant Thornton International Ltd (GTIL) and the member firms are not a worldwide partnership. GTIL and each member firm is a separate legal entity. Services are delivered by the member firms. GTIL does not provide services to clients. GTIL and its member firms are not agents of, and do not obligate, one another and are not liable for one another's acts or omissions.

www.gti.org

www.internationalbusinessreport.com

Curious Agency CA1407-01

