



Επιχειρηματικότητα, περιβάλλον & ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

Παρουσίαση του:

Κωνσταντίνου Ιακωβίδη

Μέλους Δ.Σ. Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής

Παρουσίαση στην εκδήλωση του Πάντειου Πανεπιστήμιου – Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής, με θέμα: "Επιχειρηματική ηθική (& ο ρόλος της στην ανάπτυξη)" στο πλαίσιο του MONEY SHOW 2012, Ξενοδοχείο ATHENS HILTON, 22 Δεκεμβρίου 2012

Επιχειρήσεις και περιβάλλον

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

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

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

1. Η κλιματική αλλαγή: η παγκόσμια τάση που επηρεάζει άμεσα και όλες τις άλλες και σύμφωνα με την οποία, οι προβλέψεις όσον αφορά στις απώλειες της παγκόσμιας παραγωγής λόγω της κλιματικής αλλαγής κυμαίνονται μεταξύ 1 και 5 τοις εκατό ανά έτος, ανάλογα με το αν και σε ποιο βαθμό υπάρξει σθεναρή και έγκαιρη ανάληψη δράσης.
2. Η ενέργεια και τα καύσιμα: οι αγορές ορυκτών καυσίμων αναμένεται να γίνουν πιο ασταθείς και απρόβλεπτες, λόγω της υψηλότερης παγκόσμιας ζήτησης ενέργειας, των αλλαγών στη γεωγραφική κατανομή της κατανάλωσης, την αβεβαιότητα στην παραγωγή και στον εφοδιασμό και τις αυξανόμενες κανονιστικές παρεμβάσεις που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή.
3. Η μείωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων: καθώς οι αναπτυσσόμενες χώρες βιομηχανοποιούνται γρήγορα, η παγκόσμια ζήτηση για υλικούς πόρους προβλέπεται να αυξηθεί δραματικά. Οι επιχειρήσεις είναι πιθανό να αντιμετωπίσουν την αύξηση των εμπορικών περιορισμών και έντονο παγκόσμιο ανταγωνισμό για ένα ευρύ φάσμα υλικών πόρων που γίνονται δυσκολότερα διαθέσιμοι. Η μείωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων δημιουργεί επίσης ευκαιρίες για την ανάπτυξη υποκατάστατων υλικών ή για την ανάκτηση υλικών από τα απόβλητα.
4. Η λειψυδρία: προβλέπεται ότι μέχρι το 2030, η παγκόσμια ζήτηση για γλυκό νερό θα υπερβεί την προσφορά κατά 40 τοις εκατό. Οι επιχειρήσεις μπορεί να είναι ευάλωτες σε ελλείψεις νερού, υποβάθμιση της ποιότητας του νερού και αστάθεια της τιμής του. Η ανάπτυξη θα μπορούσε να τεθεί σε κίνδυνο και συγκρούσεις για την

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

προμήθεια νερού μπορεί να δημιουργήσουν κινδύνους για την ασφάλεια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

5. Η αποψίλωση των δασών: Οι δασικές εκτάσεις αναμένεται να μειωθούν κατά 13 τοις εκατό από το 2005 έως το 2030, κυρίως στη Νότια Ασία και την Αφρική. Η βιομηχανία ξυλείας και οι κλάδοι που τροφοδοτούνται από αυτήν, όπως η βιομηχανία χαρτοπολτού και χαρτιού είναι ευάλωτοι σε πιθανές ρυθμίσεις που θα έχουν ως στόχο την επιβράδυνση ή την αναστροφή της αποψίλωσης των δασών. Οι εταιρείες μπορεί να βρεθούν, επίσης, κάτω από την αυξανόμενη πίεση από τους πελάτες για να αποδείξουν ότι τα προϊόντα τους είναι αειφορικά. Ευκαιρίες μπορεί να προκύψουν μέσα από μηχανισμούς της αγοράς και κίνητρα για τη μείωση του ρυθμού αποψίλωσης των δασών.
6. Η υποβάθμιση των οικοσυστημάτων: αν και μέχρι σήμερα ως κύριος επιχειρηματικός κίνδυνος από τη μείωση της βιοποικιλότητας ως αποτέλεσμα μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας θεωρούνταν ένα πλήγμα στην εταιρική φήμη, γίνεται πλέον αντιληπτό ότι οι σημαντικότερες βλάβες προέρχονται από την αδυναμία των υποβαθμισμένων οικοσυστημάτων να παρέχουν άλλες, λιγότερο εμφανείς υπηρεσίες, όπως η συγκράτηση του νερού ή η προφύλαξη από χωροκατακτητικά είδη χλωρίδας και πανίδας προκαλώντας ζημιές κυρίως σε τομείς όπως η γεωργία, η αλιεία, τα τρόφιμα και ποτά και ο τουρισμός.

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

Ως συνισταμένη των παραπάνω παραγόντων, κατά τη διάρκεια των επόμενων 20 ετών αναμένονται αυξανόμενες πιέσεις στις τιμές των φυσικών πόρων, των προϊόντων και των υπηρεσιών έτσι ώστε αυτές να αντανakλούν το πλήρες κόστος της παραγωγής τους, συμπεριλαμβανομένου του κόστους των

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Καθώς οι κυβερνήσεις θα αντιμετωπίζουν τις επιπτώσεις των παγκόσμιων τάσεων βιωσιμότητας που αναφέρθηκαν προηγουμένως, είναι πολύ πιθανή η ευρύτερη καθιέρωση μηχανισμών για την αύξηση του κόστους των επιβλαβών για το περιβάλλον προϊόντων. Είναι επομένως φρόνιμο οι επιχειρήσεις να αναμένουν να πληρώσουν στο μέλλον, ένα αυξανόμενο ποσοστό του εξωτερικού περιβαλλοντικού κόστους που σήμερα συχνά δεν εμφανίζεται στις οικονομικές καταστάσεις τους.

Εμφορούμενοι από την πεποίθηση ότι οι νόμοι και εν γένει ο δημόσιος έλεγχος θα επιλύσει τα περιβαλλοντικά προβλήματα, οι υπέρμαχοι των νομοθετικών ρυθμίσεων βλέπουν το περιβάλλον μόνο ως μέρος της σχέσης επιχείρησης – κυβέρνησης, η οποία εκφράζεται σε δημόσιες πολιτικές μέσω της νομοθεσίας. Έτσι πιέζουν για αυστηρότερη νομοθεσία αποκλείοντας τις εθελοντικές πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων που απορρέουν από τις περιβαλλοντικές αξίες τους ή την επιθυμία να ανταποκριθούν στις περιβαλλοντικές προτιμήσεις των πελατών τους. Από την άλλη πλευρά η επικρατούσα πεποίθηση ότι οι κανονισμοί για την προστασία του περιβάλλοντος διαβρώνουν την ανταγωνιστικότητα τους οδηγεί τις επιχειρήσεις στο να προσπαθούν να επαναφέρουν την προηγούμενη κατάσταση ή να διατηρήσουν την παρούσα. Κάποιες επιχειρήσεις επιδιώκουν τη συμμόρφωση με τη περιβαλλοντική νομοθεσία, απλά και μόνο προκειμένου να αποφεύγουν τα πρόστιμα και τις τυχόν αγωγές που σχετίζονται με τη καταστρατήγηση της. Οι πλέον διορατικές επιχειρήσεις ωστόσο έχουν αρχίσει να αναγνωρίζουν τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων ως οικονομική ευκαιρία και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, όχι ως ενοχλητικό κόστος ή αναπόφευκτη απειλή. Τα εμπειρικά αποτελέσματα δείχνουν ότι οι εταιρείες αυτές αποκομίζουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με έναν η περισσότερους από τους παρακάτω τρόπους:

1. **Εξοικονόμηση κόστους:** οι επιχειρήσεις που μειώνουν την περιβαλλοντική ρύπανση και τη δημιουργία επικινδύνων αποβλήτων, που επαναχρησιμοποιούν ή ανακυκλώνουν υλικά και λειτουργούν με μεγαλύτερη ενεργειακή αποδοτικότητα επιτυγχάνουν σημαντική εξοικονόμηση κόστους. Η ρύπανση είναι συχνά μια μορφή σπατάλης πόρων. Τα απόβλητα, οι επιβλαβείς ουσίες, η ενέργεια που σε διάφορες μορφές απορρίπτεται στο περιβάλλον, είναι μια ένδειξη ότι οι πόροι δεν έχουν αξιοποιηθεί αποδοτικά. Επιπλέον, η επιχείρηση πρέπει στη συνέχεια να αναλάβει πρόσθετες δραστηριότητες που προσθέτουν κόστος, αλλά δεν δημιουργούν αξία για τους πελάτες, όπως για παράδειγμα, η αποθήκευση και η διάθεση των αποβλήτων. Άλλες επιχειρήσεις δημιουργούν αξία, μετατρέποντας τα απόβλητα τους σε χρήσιμα και εμπορεύσιμα υποπροϊόντα. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται για μια καινοτομία στη διεργασία παραγωγής, που μειώνει το οριακό κόστος του αρχικού προϊόντος και / ή του παραπροϊόντος. Η εταιρεία επωφελείται είτε από την εξοικονόμηση κόστους είτε παραχωρώντας τα δικαιώματα από την καινοτομία αυτή σε άλλες επιχειρήσεις.
2. **Διαφοροποίηση προϊόντων:** οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν την εταιρική φήμη τους για αριστεία σχετικά με τις περιβαλλοντικές

Ρύπανση = σπατάλη (μη αποδοτική διαχείριση πόρων)

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

επιδόσεις τους, παράγοντας φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες, προσελκύουν πελάτες με περιβαλλοντικές ευαισθησίες.

3. **Τεχνολογική καινοτομία:** οι επιχειρήσεις με καλές περιβαλλοντικές επιδόσεις κατέχουν συχνά ηγετική θέση στην τεχνολογική καινοτομία του κλάδου τους και όχι μόνον, καθώς αναζητούν διαρκώς νέους τρόπους και μεθόδους για να μειώσουν την ρύπανση και να αυξήσουν την αποδοτικότητα των λειτουργιών τους.
4. **Προωθημένος στρατηγικός σχεδιασμός:** οι επιχειρήσεις που ασπάζονται ένα όραμα βιωσιμότητας, χρησιμοποιούν εξελιγμένα μεθοδολογικά εργαλεία για να αξιολογήσουν τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον, κάτι που τους επιτρέπει να έχουν μια ευρύτερη οπτική των εξωτερικών επιδράσεων του επιχειρηματικού περιβάλλοντος τους βοηθώντας τις να ανακαλύπτουν νέες αγορές, υλικά, τεχνολογίες και προϊόντα

Οι επιχειρήσεις αυτές αναλύουν τον ρόλο που τα περιβαλλοντικά ζητήματα και η κλιματική αλλαγή διαδραματίζουν και στη στρατηγική τους. Για μερικές, η οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές συμβαδίζει με την αξιοποίηση μιας σημαντικής επιχειρηματικής ευκαιρίας. Για παράδειγμα μια εταιρεία που διακινεί συσκευασμένα προϊόντα, χρησιμοποιώντας μικρότερα δοχεία από ανακυκλωμένο χαρτί, όχι μόνο θα επωφεληθεί από το χαμηλότερο κόστος υλικών και μεταφοράς, αλλά και εμφανώς συμβάλλει στη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου.

Η εμπειρία έχει δείξει ότι η ωρίμανση της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας μιας επιχείρησης από τη κατάσταση της παντελούς άγνοιας και μη ενασχόλησης με τα περιβαλλοντικά θέματα μέχρι τη κατάσταση της διαμόρφωσης ολοκληρωμένης περιβαλλοντικής στρατηγικής ακολουθεί τα πέντε στάδια που περιγράφονται στον πίνακα 1.

Πίνακας 1: Στάδια ανάπτυξης εταιρικής περιβαλλοντικής ηθικής

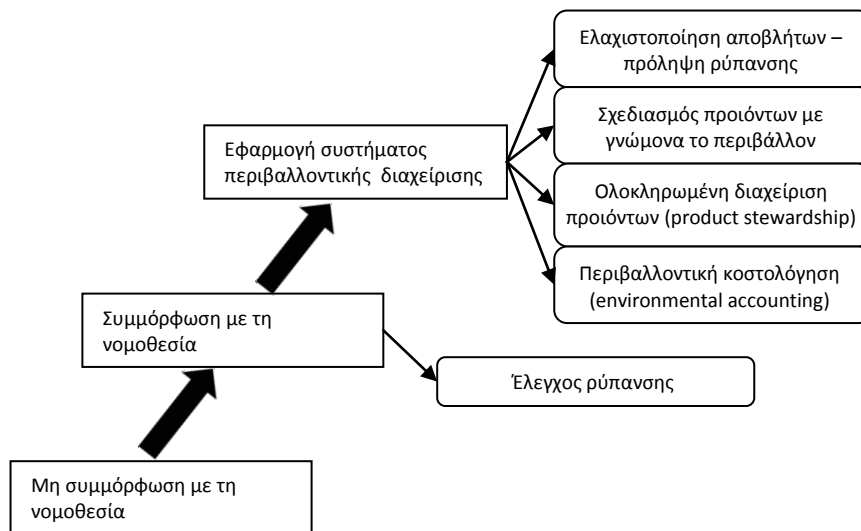
Στάδια ανάπτυξης εταιρικής περιβαλλοντικής ηθικής			
Στάδιο	Νοοτροπία στελεχών της επιχείρησης	Δέσμευση πόρων για το περιβάλλον	Υποστήριξη και συμμετοχή της ανώτατης διοίκησης
Έναρξη	Η περιβαλλοντική διαχείριση δεν είναι απαραίτητη	Ελάχιστη δέσμευση πόρων	Καμμία συμμετοχή
Πυροσβεστικό	Τα περιβαλλοντικά ζητήματα αντιμετωπίζονται στο βαθμό που αυτό είναι απολύτως απαραίτητο	Διάθεση πόρων μόνο για συγκεκριμένα προβλήματα	Ελάχιστη συμμετοχή
Ενδιαφερόμενου πολίτη	Η περιβαλλοντική διαχείριση αντιμετωπίζεται ως μια εταιρική λειτουργία	Συνεπής διάθεση περιορισμένων πόρων	Θεωρητική δέσμευση
Ρεαλιστικό	Η περιβαλλοντική διαχείριση αντιμετωπίζεται ως σημαντική εταιρική λειτουργία	Επαρκής διάθεση πόρων	Ευαισθητοποίηση και μέτρια εμπλοκή
Προωθημένο	Η περιβαλλοντική διαχείριση αντιμετωπίζεται ως ζήτημα προτεραιότητας	Απεριόριστη διάθεση πόρων	Ενεργός συμμετοχή

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό οι επιχειρήσεις διέρχονται από πέντε διακριτά στάδια περιβαλλοντικής υπευθυνότητας. Στο στάδιο της έναρξης, τα στελέχη αγνοούν τις ευθύνες τους και οι δράσεις για τα περιβαλλοντικά ζητήματα εκλείπουν παντελώς. Το στάδιο αυτό αφορά κυρίως μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες θεωρούν ότι δεν έχουν τη “πολυτέλεια” να ασχοληθούν με το περιβάλλον ή επιχειρήσεις σε κλάδους με σχετικά χαλαρή περιβαλλοντική νομοθεσία. Στο επόμενο στάδιο (“πυροσβεστικό”), η επιχείρηση ασχολείται με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, μόνο εφόσον αυτά συνιστούν άμεση απειλή, πχ. σε περίπτωση ενός ατυχήματος. Η περιβαλλοντική διαχείριση αποτελεί μια εξαίρεση στην καθημερινότητα της επιχείρησης. Στο στάδιο του “ενδιαφερόμενου πολίτη” η επιχείρηση πιστεύει στην προστασία του περιβάλλοντος και μπορεί να απασχολεί εξειδικευμένο προσωπικό σε σχετικές θέσεις, ωστόσο οι διατιθέμενοι πόροι είναι περιορισμένοι και η προσοχή από την ανώτατη διοίκηση χαμηλή. Στο “ρεαλιστικό” στάδιο η επιχείρηση ασχολείται ενεργά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, αξιολογεί τους κινδύνους και επενδύει σε περιβαλλοντικά προγράμματα. Τέλος, η επιχείρηση που βρίσκεται στο προωθημένο στάδιο, αφιερώνει σημαντικούς πόρους στην περιβαλλοντική εκπαίδευση του προσωπικού της ενώ τα ανώτερα στελέχη της ασχολούνται προσωπικά με τα θέματα περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.

Στο σχήμα 1 περιγράφονται τα στάδια περιβαλλοντικής διαχείρισης όσον αφορά στις αναλαμβανόμενες πρωτοβουλίες από την επιχείρηση.

Σχήμα 1: Στάδια εξέλιξης περιβαλλοντικής διαχείρισης



Η περιβαλλοντική ηθική στο μοντέλο EBEN GR

Τα εμπειρικά αποτελέσματα δείχνουν ότι η εταιρική περιβαλλοντική ηθική συντελεί στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις επιχειρήσεις που την υιοθετούν, μέσω της πράσινης καινοτομίας προϊόντων και διαδικασιών. Επομένως, οι επιχειρήσεις που θέλουν να δημιουργήσουν πράσινες καινοτομίες τους και να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα,

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

θα πρέπει να επενδύσουν περισσότερους πόρους για την ενίσχυση της εταιρικής περιβαλλοντικής ηθικής τους.

Το μοντέλο EBEN GR, ως ένα μοντέλο ανάπτυξης της επιχειρηματικής δράσης στο πλαίσιο γενικά αποδεκτών ηθικών αρχών με στόχο την αειφόρο επιχειρηματική αριστεία, αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην αξιολόγηση της περιβαλλοντικής ηθικής των επιχειρήσεων. Έτσι, για το μοντέλο EBEN GR οι περιβαλλοντικές αρχές και δράσεις μιας επιχείρησης αποτελούν ξεχωριστό επιμέρους άξονα αξιολόγησης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η οποία μαζί με την Εταιρική Διακυβέρνηση συνιστούν τους δύο πυλώνες του μοντέλου.

Η αξιολόγηση της εταιρικής περιβαλλοντικής ηθικής λαμβάνει υπόψη της, μεταξύ άλλων, την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και δέσμευση της εταιρείας, την εμπλοκή των ενδιαφερόμενων μερών, την μέτρηση και υποβολή εκθέσεων σχετικών με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της εταιρείας, την ενσωμάτωση κουλτούρας συνεχούς βελτίωσης της εταιρείας και τέλος, τις πρωτοβουλίες της εταιρείας πέρα από τη συμμόρφωση. Οι αξιολογούμενες πτυχές και η σχετική με καθεμία από αυτές ενδεικτική συμπεριφορά, παρατίθεται στον πίνακα 2.

Πίνακας 2: Αξιολόγηση εταιρικής περιβαλλοντικής ηθικής

Αξιολογούμενη πτυχή	Προσδοκώμενη συμπεριφορά (ενδεικτικά)
Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και δέσμευση (Ποιες πολιτικές υιοθετεί η εταιρεία και ποιές ενέργειες αναλαμβάνει για να καταδείξει την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και δέσμευση της;)	✓ Η εταιρεία ενσωματώνει τις περιβαλλοντικές επιδόσεις στο όραμα και τις αξίες της, περιλαμβάνοντας αναφορές στην περιβαλλοντική δέσμευση της εταιρείας και στην ενεργό εμπλοκή όλων των ενδιαφερόμενων μερών ✓ Η εταιρεία θέτει στόχους για την επίτευξη του οράματος. ✓ Η εταιρεία διαθέτει προγράμματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για όλους τους εργαζομένους. ✓ Η Διοίκηση της εταιρείας έχει κάνει γνωστή τη σαφή δέσμευση της για βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές, συμπεριλαμβανομένου ενός σχεδίου για την πρόοδο όσον αφορά τους στόχους, προς τα μέσα ενημέρωσης ή το κοινό ✓ Κατά την κατάρτιση του προϋπολογισμού της εταιρείας λαμβάνονται υπόψη οι ανάγκες για επενδύσεις και προμήθειες που αφορούν σε περιβαλλοντικά ζητήματα σχετικά με τις δραστηριότητες της επιχείρησης ✓ Η εταιρεία έχει θέσει σε εφαρμογή τα σχέδιά της για την επίτευξη των περιβαλλοντικών στόχων της, συμπεριλαμβανομένων και εργαλείων αξιολόγησης. ✓ Οι εταιρικές εκθέσεις καθιστούν κατανοητή τη περιβαλλοντική πολιτική και τον εταιρικό κώδικα δεοντολογίας της επιχείρησης ✓ Το σύστημα αμοιβών των εργαζομένων είναι συνδεδεμένο με τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της επιχείρησης ✓ Η εταιρεία αναγνωρίζει πλήρως και αποκαλύπτει τις παρελθούσες και παρούσες περιβαλλοντικές επιπτώσεις της.
Ενδιαφερόμενα μέρη Σε ποιο βαθμό εμπλέκονται τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη (μέτοχοι, εργαζόμενοι, πελάτες, κ.λπ.) και σε ποιο βαθμό οι απαιτήσεις και οι προσδοκίες τους	✓ Οι δεσμεύσεις της εταιρείας προς τα ενδιαφερόμενα μέρη, όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της, αντανakλνώνται στο όραμα, την αποστολή και τις αξίες της επιχείρησης ✓ Η εταιρεία έχει προσδιορίσει τα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη και έχει διαμορφώσει διαδικασίες για την

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

λαμβάνονται υπόψη από την επιχείρηση;	✓ εμπλοκή τους ✓ Όλες οι δραστηριότητες εμπλοκής των ενδιαφερομένων μερών καθοδηγούνται από τα εταιρικά πρότυπα ✓ Η εταιρεία ανακοινώνει τα αποτελέσματα των διαδικασιών συμμετοχής των ενδιαφερομένων μερών και τον τρόπο με τον οποίο αυτά λαμβάνονται υπόψη στη λήψη αποφάσεων.
Περιβαλλοντικά-φιλικές προμήθειες (Πως προωθεί η εταιρεία τη προστασία του περιβάλλοντος με την διατύπωση περιβαλλοντικών απαιτήσεων προς τους προμηθευτές της;)	✓ Η εταιρεία έχει ενσωματώσει στην πολιτική των προμηθειών της πράσινα κριτήρια ✓ Η εταιρεία έχει προσδιορίσει τα κύρια προϊόντα και υπηρεσίες που προμηθεύεται και έχει διαμορφώσει περιβαλλοντικές προδιαγραφές για αυτά ✓ Οι αγοραστές λαμβάνουν υπόψη τους περιβαλλοντικούς παράγοντες ενός προϊόντος πριν το αγοράσουν ✓ Οι αγορές γίνονται λαμβάνοντας υπόψη το συνολικό κόστος ενός προϊόντος καθ'όλο τον κύκλο ζωής του προϊόντος αυτού (Life cycle costing) ✓ Εφαρμόζονται διαδικασίες ελέγχου αποδοχής των αγοραζόμενων προϊόντων προκειμένου να επιβεβαιώνεται η συμμόρφωση τους με τις περιβαλλοντικές προδιαγραφές της εταιρείας
Δέσμευση για συνεχή βελτίωση (Ποιό είναι το επίπεδο δέσμευσης της εταιρείας όσον αφορά στη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων της σε συνεχή βάση; Πώς αυτό ενσωματώνεται σε όλα τα επίπεδα της επιχείρησης και της διοίκησης της;)	✓ Η κουλτούρα συνεχούς βελτίωσης, όσον αφορά τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της της εταιρείας, αντανakλάται στο όραμα, την αποστολή και τις αξίες της επιχείρησης ✓ Έχουν εγκαθιδρυθεί μηχανισμοί και κανάλια επικοινωνίας προκειμένου οι εργαζόμενοι να μπορούν να προτείνουν μέτρα βελτίωσης στα ανώτερα διευθυντικά στελέχη. ✓ Η εταιρεία υιοθετεί μια συστηματική προσέγγιση διαχείρισης για την επίτευξη συνεχούς βελτίωσης. ✓ Η εταιρεία μετρά τις περιβαλλοντικές επιδόσεις της ως προς ένα επίπεδο αναφοράς και θέτει στόχους για τη βελτίωση των επιδόσεων αυτών.
Πέρα από τη συμμόρφωση (Πως επιδεικνύει η εταιρεία τη βούληση να προχωρήσει πέρα από τη συμμόρφωση με την υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών στη λειτουργία της;)	✓ Η εταιρεία υποστηρίζει εθελοντικές πρωτοβουλίες ή συμφωνίες σχετικά με το περιβάλλον πέραν των ορίων της συμμόρφωσης. ✓ Η εταιρεία παρακολουθεί και αξιοποιεί τις βέλτιστες πρακτικές σχετικά με το περιβάλλον

Επίλογος

Η αντίφαση μεταξύ της ανάγκης για οικονομική ανάπτυξη και της προστασίας του περιβάλλοντος μετατρέπεται σε ευκαιρία για νέες οικονομικές δραστηριότητες και ευμάρεια μέσα από την πράσινη ανάπτυξη. Η πράσινη ανάπτυξη, ένα αναπτυξιακό πρότυπο που προϋποθέτει και έχει ως αποτέλεσμα ταυτόχρονα την ορθολογική αξιοποίηση και χρήση των φυσικών πόρων και την προστασία του περιβάλλοντος, είναι η μόνη ανάπτυξη που μπορεί να χαρακτηριστεί ως ηθική.

Το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής με το μοντέλο EBEN GR, φιλοδοξεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να συνδυάσουν με ισόρροπο τρόπο τις οικονομικές επιδόσεις με την περιβαλλοντική μέριμνα.

Βιβλιογραφία

Brown, L. R. (2011) *World on the edge: How to prevent environmental and economic collapse*. New York: W.W. Norton. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το http://www.earth-policy.org/images/uploads/book_files/wotebook.pdf

© 2011 Earth Policy Institute Freeman, R., York J., Stewart, L. 2008, “Environment, Ethics, and Business”, Business Roundtable Institute for Corporate Ethics. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το http://www.corporate-ethics.org/pdf/environment_ethics.pdf

EIO (2012) The Eco-Innovation Gap: An economic opportunity for business. Eco-Innovation Observatory. Funded by the European Commission, DG Environment, Brussels

KPMG International, “Expect the Unexpected: Building business value in a changing world”, Executive Summary, February 2012

“HarperCollins accused of pulping rainforests”, Environmental Management & Energy News, Environmental Leader (2012, December 13). Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το <http://www.environmentalleader.com/2012/12/13/harpercollins-accused-of-pulping-rainforests/>

Lechner, R. (2009) “The Seven Pillars of a Green Corporate Strategy”, Environmental Management & Energy News, Environmental Leader, March 10. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το <http://www.environmentalleader.com/2009/03/10/the-seven-pillars-of-a-green-corporate-strategy/>

Τσερώνη, Α. “Οι Εγγενείς Ηθικές Αξίες στη Βαθιά Οικολογία και τη Θεωρία της Βιώσιμης Ανάπτυξης”, Ηθική, Τεύχος 1. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το <http://www.ethics.gr/content.php?id=21>

Marquis C., Toffel, M. 2012 “When do firms greenwash? Corporate visibility, civil society scrutiny, and environmental disclosure”, Harvard Business School, Working Paper 11-115. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/11-115.pdf>

The Independent (2012) “Preserving the Arctic wilderness must be a priority”, The Independent, June 21. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το <http://www.independent.co.uk/voices/editorials/leading-article-preserving-the-arctic-wilderness-must-be-a-priority-7873412.html>

McKinsey, 2010 “The next environmental issue for business”, McKinsey Quarterly, August 2010. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το https://www.mckinseyquarterly.com/Strategy/Strategy_in_Practice/The_next_environmental_issue_for_business_McKinsey_Global_Survey_results_2651

Επιχειρηματικότητα, Περιβάλλον & Ηθική: έννοιες συμβατές ή αντικρουόμενες?

- Bonini, S., Hintz, G., and Mendonca, L., 2008 “Addressing consumer concerns about climate change”, McKinsey Quarterly, August 2010.
Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το https://www.mckinseyquarterly.com/Addressing_consumer_concerns_about_climate_change_2115
- Γκορτζής, Α. 2012, “Αναζητώντας νέο μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης”, Η Ναυτεμπορική, 3 Σεπτεμβρίου, σελ. 32.
- Porter, M. & Van Der Linde, C., 1995, “Green and Competitive: Ending the Stalemate”, Harvard Business Review, September-October
- Lee, Deishin, 2011, “Turning waste into by-product”, Harvard Business School Technology & Operations Mgt. Unit, Working Paper No. 07-098
Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1337751##
- Hart, S., 1997, “Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World”, Harvard Business Review, January
- Chang C., 2011, “The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation”, Journal of Business Ethics, Volume 104, Issue 3, pp 361-370.
- Berry M. & Rondinelli D., 1998 “Proactive corporate environmental management – A new industrial revolution”, Academy of Management Executive, Vol. 12, No 2
- Economist: Clean Air Regs Cost U.S. \$21 Billion A Year But Produce \$100 Billion In Benefits - Forbes. (2012, February 27). Information for the World's Business Leaders - Forbes.com. Ανακτήθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 2012 από το <http://www.forbes.com/sites/jeffmcmahon/2012/02/27/clean-air-regulations-cost-us-21-billion-per-year-economist/>

Σχετικά με τον συγγραφέα



Ο Κώστας Ιακωβίδης είναι Ηλεκτρολόγος Μηχανικός, απόφοιτος του Δημοκριτείου Πανεπιστημίου Θράκης, με μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών MBA στην Διοίκηση Ολικής Ποιότητας από το Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Έχει διατελέσει αξιολογητής (Assessor) του Ευρωπαϊκού Βραβείου Επιχειρηματικής Αριστείας (EFQM) καθώς και αξιολογητής σε προγράμματα του Υπουργείου Ανάπτυξης. Έχει δημοσιεύσει άρθρα σχετικά με θέματα μανάτζμεντ σε επιχειρηματικά περιοδικά. Επί σειρά ετών διετέλεσε μέλος της Μόνιμης Επιτροπής Τυποποίησης, Πιστοποίησης και Διαχείρισης Ποιότητας του ΤΕΕ. Είναι μέλος του Δ.Σ. του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR

Σχετικά με το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR

Το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR, ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ο οποίος ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 2005, είναι μέλος του European Business Ethics Network, του πλέον ενεργού Δικτύου Επιχειρηματικής Ηθικής σήμερα στην Ευρώπη, το οποίο αριθμεί ήδη 43 χώρες-μέλη, μεταξύ των οποίων η Δανία, η Μεγάλη Βρετανία, η Γερμανία και η Ισπανία.



Το EBEN ιδρύθηκε το 2000 και είναι αναγνωρισμένο παγκοσμίως ως εκπρόσωπος της ευρωπαϊκής αντίληψης για την επιχειρηματική ηθική. Στόχος του Ευρωπαϊκού Δικτύου είναι να διαδώσει το είδος της διοίκησης που βασίζεται σε αξίες, στην ηθική της ηγεσίας, αλλά και να αυξήσει τη γνώση για την ευθύνη που έχουν οι εταιρείες προς την κοινωνία. Μακροπρόθεσμα στοχεύει στην καλλιέργεια μίας κοινωνίας επιχειρηματιών που ασπάζονται τις αξίες της επιχειρηματικής ηθικής, οι οποίοι θα γαλουχήσουν τις επόμενες γενιές επαγγελματιών και ακαδημαϊκών.

Στόχος του Ελληνικού Ινστιτούτου Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR είναι η προώθηση των αρχών της Επιχειρηματικής Ηθικής, της Εταιρικής Κοινωνικής Υπευθυνότητας και της Εταιρικής Διακυβέρνησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, την ακαδημαϊκή κοινότητα και σε εθελοντικούς οργανισμούς με την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, ερευνητικών εργαλείων, εκπαίδευσης και τη διάδοση καλών πρακτικών.

Περισσότερες πληροφορίες για το Ελληνικό Ινστιτούτο Επιχειρηματικής Ηθικής - EBEN GR παρουσιάζονται στην ιστοσελίδα www.eben.gr