

ΘΕΟΦΑΝΗ ΚΑΡΑΓΩΡΓΟΥ

**ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

Περίληψη

1. Εισαγωγή

2. Επιχειρήματα υπέρ και κατά των λογιστικοκοινωνικών εκθέσεων

3. Λογιστικοκοινωνικές εκθέσεις

4. Κοινωνικός Απολογισμός των Ελληνικών Επιχειρήσεων

α) Μεθοδολογία έρευνας

β) Βαθμός ποσοτικοποίησης

γ) Έκθεση στις δραστηριότητες

δ) Κοινωνικός έλεγχος

ε) Τρόπος παρουσίασης

5. Η κοινωνική δράση των οικονομικών μονάδων

Συμπεράσματα

Παράρτημα

Βιβλιογραφία

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια στην Αμερική και στην Ευρώπη αλλά και σ' ολόκληρο τον κόσμο έχει τονισθεί η ανάγκη για μια σωστά σχεδιασμένη και εφαρμοσμένη περιβαλλοντική πολιτική καθώς και για πολλά άλλα κοινωνικά θέματα. Λαμβάνοντας υπόψη τα κοινωνικά προβλήματα, η επίδραση των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων πάνω σ' αυτά τα προβλήματα έχει γίνει πηγή γενικού ενδιαφέροντος. Το ενδιαφέρον αυτό έχει συχνά μεταφραστεί ως υποχρέωση των εταιριών προς την κοινωνία, να αναφέρουν τη φύση και το μέγεθος των κοινωνικών τους πράξεων καθώς και τις συνέπειές τους. Το ενδιαφέρον αυτό πηγάζει α) από τις προσδοκίες του κοινού για τις επιχειρήσεις καθώς αυτές έχουν αλλάξει οριστικά κατά τις τελευταίες δεκαετίες και β) οι επιχειρήσεις έχουν καταλάβει ότι το κοινό υποστηρίζει τους κοινωνικούς στόχους χάρη των οποίων μειώνεται η εμπλοκή του κράτους στις επιχειρηματικές αποφάσεις. Εκείνο δηλ. το οποίο ζητείται από τις επιχειρήσεις είναι η επίδειξη από μέρους τους Κοινωνικής Ευθύνης (Κ.Ε.) κατά τις δραστηριότητές τους. Με άλλα λόγια, αυτό μεταφράζεται σε φροντίδα των επιχειρήσεων να μην επιβαρύνουν τον κοινωνικό τους περίγυρο (περιβάλλον, άνθρωπο, πανίδα κλπ.) με τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες ή να τον επιβαρύνουν στον μικρότερο δυνατό βαθμό και, από την άλλη πλευρά, να δείξουν ευαισθησία σε άλλα θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Το πλαίσιο μέσα από το οποίο τα παραπάνω σημεία αναπτύσσονται αρχίζει τα τελευταία χρόνια να παίρνει όλο και πιο συγκεκριμένα σχήματα. Είναι γνωστό δε με τον όρο Λογιστική Κοινωνικής Ευθύνης των Επιχειρήσεων (Λ.Κ.Ε.Ε.).

Στην εργασία αυτή εξετάζουμε ειδικότερα την Κ.Ε. των επιχειρήσεων έτσι όπως εμφανίζεται αυτή μέσα από τις ετήσιες λογιστικές εκθέσεις.

Θεσσαλονίκη 1994

1. Εισαγωγή

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων τριών δεκαετιών πολλά άτομα και ομάδες προσπαθούν να αναπτύξουν ένα λογιστικό σύστημα το οποίο θα αναφέρεται στις οικονομικές, τεχνολογικές, κοινωνικές και ψυχολογικές συνέπειες που προέρχονται από τις πράξεις των επιχειρηματικών μονάδων, έτσι ώστε αυτοί που παίρνουν αποφάσεις να μπορούν να αξιολογούν και να ελέγχουν τα κοινωνικοοικονομικά προγράμματα αυτών των μονάδων.

Η επιχείρηση, προκειμένου να εκπληρώσει τους αντικειμενικούς της σκοπούς, θα πρέπει να λάβει υπόψη κάθε ομάδα που έχει ενδιαφέρον ή επίδραση στον τρόπο επίτευξης αυτών των σκοπών.

Ένας από τους σπουδαιότερους σκοπούς της επιχείρησης είναι η πραγματοποίηση κέρδους. Η πραγματοποίηση κέρδους είναι για πολλούς η μεγαλύτερη και ίσως η μοναδική ευθύνη των επιχειρήσεων, γι' αυτό και οι μη οικονομικές δραστηριότητες των μονάδων αυτών βρίσκονται σε δεύτερη μοίρα. Όμως, κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα έχει οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες.

Με την οικονομική κρίση του 1930 άρχισε να κλονίζεται η εμπιστοσύνη του κοινού απέναντι στις επιχειρήσεις καθώς χειροτέρευαν ολοένα και περισσότερο οι κοινωνικές συνθήκες. Η μεσολάβηση εντούτοις της πολιτείας μέσω διαφόρων κοινωνικών προγραμμάτων, αλλά συγχρόνως και οι μεταβολές που προήλθαν από την τεχνολογική ανάπτυξη, σχεδόν σε όλους τους κοινωνικούς τομείς, δημιούργησαν νέες απαιτήσεις. Οι απαιτήσεις αυτές αφορούσαν την κοινωνική ευθύνη της επιχειρηματικής κοινότητας και την ανάγκη ενημέρωσης του κοινού σχετικά με τους περιορισμένους φυσικούς πόρους, τα υψηλά επίπεδα μόλυνσης του περιβάλλοντος, τα μη ασφαλή προϊόντα και τα άλλα κοινωνικά θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος.

2. Επιχειρήματα υπέρ και κατά των λογιστικοκοινωνικών εκθέσεων

Η επιχείρηση, στην προσπάθειά της για την επίτευξη των αντικειμενικών της σκοπών, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα ενδιαφέροντα - συμφέροντα διαφόρων ομάδων, όπως των μετόχων, προμηθευτών, πιστωτών, διαφόρων οργανισμών, πελατών, εργαζομένων κ.ά. που ενδιαφέρονται για τη δράση και τη ζωή της. Η άποψη αυτή στηρίζεται, όπως είναι φανερό, στο γεγονός ότι η επιχείρηση επηρεάζεται και επηρεάζει τις ομάδες αυτές.

Ο σπουδαιότερος σκοπός των επιχειρήσεων είναι η πραγματοποίηση κέρδους. Η πραγματοποίηση κέρδους είναι για πολλούς η μεγαλύτερη και ίσως η μοναδική ευθύνη των επιχειρήσεων, γι' αυτό και οι μη οικονομικές δραστηριότητες των μονάδων αυτών βρίσκονται σε δεύτερη μοίρα. Όμως, κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα έχει και οικονομικές αλλά και κοινωνικές συνέπειες.

Αν και το ενδιαφέρον για το κοινωνικό έργο των επιχειρήσεων δεν είναι πρόσφατο, ολοένα και μεγαλύτερο μέρος του κοινωνικού συνόλου ενδιαφέ-

ρεται όχι μόνο για την οικονομική ή μη επιτυχία των επιχειρήσεων, αλλά και για την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών, καθώς και για το μακροχρόνιο συμφέρον των αγοραστών και του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου.

Ανταποκρινόμενες στις νέες κοινωνικές απαιτήσεις, οι διοικήσεις των επιχειρήσεων άρχισαν προσπάθειες για την ανάπτυξη και χρησιμοποίηση ενός συστήματος μέτρησης και έκθεσης-παρουσίασης, το οποίο θα γνωστοποιεί τις επιχειρηματικές κοινωνικές δραστηριότητες κατά τρόπο σαφή αλλά και αποτελεσματικό, γιατί πιστεύουν ότι οι επιπρόσθετες αυτές γνωστοποιήσεις έχουν κάποια μακροπρόθεσμα οφέλη τόσο για τους μετόχους όσο και για άλλες ομάδες ενδιαφερομένων. Η παρουσίαση μάλιστα των νέων αυτών γνωστοποιήσεων συχνά προβάλλεται ως απάντηση στην αρνητική κριτική που ασκείται στις επιχειρηματικές μονάδες αναφορικά με τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους.

Τα επιχειρήματα που ακούγονται για τις λογιστικοκοινωνικές εκθέσεις των επιχειρήσεων στην κοινωνική δραστηριότητα είναι υπέρ και κατά. Στα υπέρ κατατάσσεται η βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης, ώστε να προσελκύσει νέους πελάτες και επενδυτές καθώς και υπαλλήλους. Ακόμη υπάρχει περίπτωση μακροπρόθεσμα να μειωθούν οι κρατικές παρεμβάσεις, οι οποίες σε αντίθετη περίπτωση θα μπορούσαν να γίνουν με τη συνεχή ενεργοποίησή τους ακόμη πιο περιοριστικές και δαπανηρές για τις επιχειρήσεις. Ένα ακόμη πλεονέκτημα είναι η εσωτερική χρήση, δηλαδή η χρησιμοποίηση των πληροφοριών της έκθεσης που προέρχονται από κοινωνικές δραστηριότητες της εταιρίας από τη διεύθυνση για μακροπρόθεσμο σχεδιασμό.

Βέβαια οι πολέμιοι της ιδέας υποστηρίζουν ότι η ανάμειξη της εταιρίας στις κοινωνικές δραστηριότητες συνεπάγεται υπονόμευση της αποδοτικότητας και αύξηση του κόστους της τιμής των προϊόντων, δηλαδή ότι οι κοινωνικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων θα έχουν μια σύγκρουση με τα μακροπρόθεσμα κέρδη.

Ένα άλλο μειονέκτημα είναι αυτό που αναφέρθηκε παραπάνω, δηλαδή το πρόβλημα της μέτρησης. Έτσι μέχρι τώρα δίνονται εθελοντικά κοινωνικές πληροφορίες και μάλιστα περιγράφονται με ποιοτικούς όρους περισσότερο παρά με ποσοτικούς.

Οι επενδυτές γενικά λαμβάνουν υπόψη τους, για να πάρουν μια επενδυτική απόφαση, το ρίσκο και την απόδοση. Ένα από τα ρίσκα είναι ότι μια εταιρία θα χάσει χρήματα εξαιτίας του αυξανόμενου ενδιαφέροντος του κοινού σχετικά με τα κοινωνικά προβλήματα, αφού οι δραστηριότητες των εταιριών θα έχουν αρνητικές κοινωνικές συνέπειες, οι οποίες θα ήταν ικανές να επηρεάσουν μια μελλοντική επένδυση. Εάν όμως απαιτούνταν κοινωνικές εκθέσεις, οι επενδυτές ίσως ήταν δεκτικοί και πρόθυμοι να πληρώσουν μια υπερτίμηση για τις μετοχές των εταιριών με κοινωνική συνείδηση. Ένας από τους κύριους λόγους που κάνει τους επενδυτές μιας εταιρίας να είναι αντίθετοι με τις κοινωνικές εκθέσεις είναι το κόστος αυτών των εκθέσεων και η αποκάλυψη πλη-

ροφοριών σε όλους τους ανταγωνιστές. Έτσι οι επενδυτές είναι πιθανόν όχι μόνο να μην ενδιαφέρονται για την κοινωνική έκθεση αλλά να είναι και αντίθετοι.

Οι υπάλληλοι μιας επιχείρησης, εκτός από το ενδιαφέρον που δείχνουν για τους μισθούς, ενδιαφέρονται για τα προϊόντα της, τα εκπαιδευτικά της προγράμματα και τη μόλυνση του περιβάλλοντος. Δηλαδή οι υπάλληλοι θα μπορούσαν να είναι υπέρ της κοινωνικής έκθεσης, η οποία αποβλέπει στην κοινωνική ενημέρωση και είναι πολλοί αυτοί που βλέπουν ότι με τις κοινωνικές δραστηριότητες αυξάνονται τα έξοδα που ίσως επηρεάσουν τους μισθούς τους. Είναι όμως πολύ δύσκολο έως απίθανο οι υπάλληλοι να μπορούν να επηρεάσουν την απόφαση μιας επιχείρησης για την εθελοντική αποκάλυψη πληροφοριών μέσω των κοινωνικών εκθέσεων.

Οι διευθυντές ενδιαφέρονται για την κοινωνική έκθεση είτε για να δικαιολογήσουν τα κοινωνικά τους έξοδα είτε γιατί πιστεύουν ότι χωρίς τις κοινωνικές αποκαλύψεις, οι λογιστικές καταστάσεις δεν δίνουν μια επαρκή παρουσίαση της επιχειρησιακής οικονομικής θέσης. Ακόμη θα μπορούσαν να βοηθήσουν την επιχείρηση για τη μη υιοθέτηση από μέρους της πολιτείας κάποιων νόμων και κάποιων περιορισμών που θα ήταν σε βάρος της δραστηριότητας της επιχείρησης. Εντούτοις, άλλα διευθυντικά στελέχη πιστεύουν ότι η διεύθυνση θα πρέπει να ενδιαφέρεται μόνο για τη μεγιστοποίηση των κερδών και όχι πώς να επενδύσει σε κοινωνικές δραστηριότητες με κίνδυνο μείωσης των κερδών. Ένας άλλος λόγος που τα στελέχη αυτά δεν προτιμούν τις κοινωνικές εκθέσεις είναι ότι ίσως σε περιοχές κοινωνικού ενδιαφέροντος κάποιες πράξεις αποφέρουν αρνητικές συνέπειες, με αποτέλεσμα οι αποκαλύψεις αυτές να είναι σε βάρος τους.

Οι πιστωτικοί οργανισμοί θα ενδιαφέρονταν για το κέρδος και τη ρευστότητα μιας επιχείρησης, η οποία θα αποκάλυπτε κοινωνικές πληροφορίες και θα είχε μια θετική κριτική στην περιοχή δράσης της ώστε να μπορούν να τη δαμώσουν.

Το κράτος θα ενδιαφερόταν για τις κοινωνικές εκθέσεις επειδή θα αποκάλυπταν τις κοινωνικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Ακόμη, θα μπορούσε να ζητήσει ευθύνες για τις κοινωνικές συνέπειες των πράξεών τους και όχι να καλύπτει το ίδιο το κράτος κάποια περιβαλλοντολογικά και κοινωνικά προβλήματα όταν δεν γνωρίζει ποιοι τα προκαλούν. Ένας από τους λόγους που το κράτος θα μπορούσε να είναι κατά των κοινωνικών εκθέσεων είναι ποιοι θα κάνουν τον έλεγχο αυτών των εκθέσεων, ώστε να μην υπάρξει πολιτική εκμετάλλευση από τους αντιπάλους σε δεδομένη αποτυχία, και ιδιαίτερα τώρα που το θέμα της περιβαλλοντολογικής μόλυνσης έχει γίνει αρκετά σοβαρό.

Το κοινό ενδιαφέρεται για τη δημόσια εικόνα μιας επιχείρησης, αφού μέσω των εκθέσεων θα έχει πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικές με τις κοινωνικές συνέπειες των επιχειρηματικών πράξεων. Το κοινό θα τασσόταν κατά των αποκάλυψεων των επιχειρήσεων μόνο όταν οι πληροφορίες δεν ήταν σχετικές με τα ενδιαφέροντά τους και ίσως γιατί το κοινό ενδιαφέρεται μόνο για τις αρνητικές συνέπειες των επιχειρηματικών πράξεων.

3. Λογιστικοκοινωνικές εκθέσεις

Στις επόμενες σελίδες θα αναφερθούν ορισμένα σημεία τα οποία αφορούν τη δημοσίευση λογιστικοκοινωνικών εκθέσεων σε διάφορες χώρες και θα παρουσιασθούν σχετικά απόσπασματα από αυτές τις εκθέσεις.

Η Γαλλία είναι η χώρα στην οποία οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύσουν σημαντικό αριθμό κοινωνικών πληροφοριών. Πιο συγκεκριμένα, στη Γαλλία, από το 1978, οι σχετικά μεγάλες επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύουν λογιστικοκοινωνική κατάσταση η οποία αποκαλείται «Κοινωνικός Ισολογισμός»¹. Στον ισολογισμό αυτόν περιλαμβάνονται στοιχεία που αφορούν τα εξής θέματα:

1. Την απασχόληση: διάρθρωση και κινήσεις στο εργατικό δυναμικό.
2. Την αμοιβή: διάρθρωση και όροι.
3. Τις συνθήκες υγείας και ασφάλειας.
4. Άλλα ζητήματα που έχουν σχέση με το εργατικό δυναμικό – ώρες απουσιών από τη δουλειά, διακοπών, απεργιών κλπ.
5. Την επαγγελματική εκπαίδευση.
6. Τις εργατικές σχέσεις με την εργοδοσία.
7. Τις συνθήκες εργασίας και ευημερίας που επηρεάζουν τους εργαζόμενους και τις οικογένειές τους.

Πριν καταρτισθεί ο «Κοινωνικός Ισολογισμός», οι επιχειρήσεις, για να συγκεντρώσουν τα σχετικά στοιχεία, μπορούν να καταρτίσουν «Διαγνωστική Κατάσταση». Στην κατάσταση αυτή συγκεντρώνονται με τη βοήθεια διαφόρων ερωτηματολογίων στοιχεία που αφορούν 9 (εννέα) βασικές περιοχές. Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται οι 9 αυτές περιοχές με σχετικές αναλύσεις, οι οποίες, όπως είναι φανερό, καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Στη Μ. Βρετανία οι επιχειρήσεις δημοσιεύουν πολλά στοιχεία που αφορούν την κοινωνική δραστηριότητά τους².

Στις Η.Π.Α. οι εταιρίες αποκαλύπτουν και αυτές στις ετήσιες εκθέσεις τους πολλά στοιχεία κοινωνικής φύσης.

Η Ευρωπαϊκή Οικονομική Ένωση συμβάλλει στην ανάπτυξη και προώθηση της Α.Κ.Ε.Ε. με τις Διατάξεις για την Κοινωνική Πολιτική της Κοινότητας, όπου γίνεται έκθεση, μεταξύ άλλων, στην Κοινωνική Πολιτική, στην οικονομική και κοινωνική συνοχή, στην έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη καθώς και στο περιβάλλον.

Σχεδόν σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις γνωστοποιούν στους ενδιαφερόμενους γι' αυτές κοινωνικές πληρο-

¹ Hussey R., «France has a Social Audit», *Accountancy*, Feb. 1978.

² Gray R., Perks B., «How Desirable is social Accounting?», *Accountancy*, Apr. 1982.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
Διαγνωστική Κατάσταση Κοινωνικού Ισολογισμού

1 Χρόνος εργασίας και οργάνωση	2 Χώρος εργασιακού και οργάνωση	3 Συνθήκες εργασίας	4 Έσοδα	5 Αναγνώριση των ομάδων (ομιολογία)
1.1. Κατανομή χρόνου 1.2. Σύστημα εργασίας 1.3. Επίσης χρόνος εργασίας 1.4. Μηνιαίες, εβδομαδιαίες ώρες εργασίας 1.5. Αποχωρήσεις	2.1. Διαθέσιμος χώρος και περιώρα 2.2. Τοποθεσία και ευκολία προσέγγισης (στην εργασία) 2.3. Χώρος εκμεταλλεύσιμος 2.4. Χώρος διαθέσιμος	3.1. Ασφάλεια 3.2. Υγεία 3.3. Ψυχοφυσιολογική ηρεμία 3.4. Επαγγελματική ανάπτυξη	4.1. Διανομή κερδών 4.2. Σταθερό μισθοδοτικό σύστημα 4.3. Μισθοδοτική δομή 4.4. Διανομή του μη καθαρού εισοδήματος	5.1. Η σπουδαιότητα των ομάδων για τη λειτουργία των επιχειρήσεων (το να πάρει μια τέτοια πρωτοβουλία) 5.2. Σχέσεις με τα σωματεία 5.3. Σχέσεις με επαγγελματικούς οργανισμούς 5.4. Σχέσεις με άλλους κοινωνικούς οργανισμούς
6 Αναγνώριση του προσωπικού	7 Δομή της εξουσίας	8 Συμπεράσματα από τις δραστηριότητες της επιχείρησης πάνω στο περιβάλλον της	9 Σκοπός και ρόλος της επιχείρησης στην κοινωνία	
6.1. Προσλήψεις 6.2. Εξοικείωση 6.3. Συστήματα αμοιβών 6.4. Προσδιορισμός και προσανατολισμός της λειτουργίας 6.5. Εκπαίδευση 6.6. Αναγνώριση της προσωπικής άποψης	7.1. Κατανομή της εξουσίας 7.2. Πληροφοριακά συστήματα 7.3. Συστήματα αποφάσεων 7.4. Δομή των αντίθετων συστημάτων απόφασης	8.1. Επίδραση δραστηριοτήτων της επιχείρησης πάνω στην απασχόληση 8.2. Οργάνωση της επιχείρησης και δομή εργασίας 8.3. Προέλευση εισόδου 8.4. Επίδραση της απόδοσης της πορείας στο περιβάλλον 8.5. Δραστηριότητες έρευνας 8.6. Αγαθά και υπηρεσίες αποιδιόμενα στους χρήστες 8.7. Επίδραση των αγαθών και υπηρεσιών στο περιβάλλον	9.1. Επιλογή της δραστηριότητας 9.2. Επιλογή της τοποθεσίας 9.3. Προσδιορισμός της στρατηγικής προς τους οικονομικούς μετόχους 9.4. Ο ρόλος στην προστασία υγείας και μόρφωσης 9.5. Πολιτικός ρόλος	

φορίες, οι οποίες περιλαμβάνονται είτε στις ετήσιες εκθέσεις είτε παρουσιάζονται σε ξεχωριστές καταστάσεις.

Στον ελλαδικό χώρο υπάρχουν αρκετές επιχειρήσεις οι οποίες από πολλά χρόνια περιλαμβάνουν - αποκαλύπτουν κοινωνικές πληροφορίες είτε στις ετήσιες εκθέσεις είτε σε ξεχωριστές δημοσιεύσεις οι οποίες αποτελούν "εκθέσεις κοινωνικού απολογισμού". Θα πρέπει να επισημανθεί ότι ορισμένες από τις ελληνικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν κατά λεπτομερή και ιδιαίτερως ικανοποιητικό τρόπο αυτές τις κοινωνικές πληροφορίες.

Χωρίς αξιολογική κρίση αναφέρουμε ονόματα όπως "Χημικές Βιομηχανίες Βορείου Ελλάδος Α.Ε.", "Α.Ε. Τιμέντων Τιτάν", εταιρία "Α. Γ. Πετζετάκις Α.Ε.", "Πειραιϊκή - Πατραϊκή Α.Ε.", "Δέλτα Α.Ε." κ.ά.

Οι "Χημικές Βιομηχανίες Βορείου Ελλάδος Α.Ε." εκδίδουν ετήσιο ξεχωριστό έντυπο με τίτλο "Κοινωνικός Απολογισμός", στο οποίο περιλαμβάνονται πολλά λογιστικοκοινωνικά στοιχεία.

Η "Πειραιϊκή-Πατραϊκή Α.Ε." έχει δημοσιεύσει κοινωνικούς ισολογισμούς αναφέροντας τη συνεισφορά της εταιρίας στο εθνικό κοινωνικό προϊόν με ποσοτικά στοιχεία. Στους πίνακες 2 και 3 παρουσιάζονται αποσπάσματα από τους ισολογισμούς αυτούς.

Η εταιρία "Τιτάν" επίσης εκδίδει ξεχωριστό έντυπο. Λόγω του ιδιαίτερου ενδιαφέροντος που παρουσιάζει το περιεχόμενο του εντύπου "Κοινωνικός Απολογισμός", δίνουμε στις επόμενες σελίδες αποσπάσματα από αυτό.

Η εταιρία "Δέλτα Α.Ε." στον ετήσιο απολογισμό του 1991 περιλαμβάνει ξεχωριστή σελίδα στην οποία δίνονται κοινωνικές πληροφορίες. Το περιεχόμενο της σελίδας αυτής, την οποία η εταιρία τιτλοφορεί "Κοινωνικός Ισολογισμός", παραθέτουμε αμέσως πιο κάτω:

Εταιρία «Δέλτα»

Η κοινωνική πολιτική της «Δέλτα» στηρίζεται στη βασική πεποίθηση ότι οι μεγάλες και επιτυχημένες εταιρίες του ιδιωτικού τομέα έχουν την υποχρέωση να δίνουν στους συνεργάτες τους και στην κοινωνία ορισμένες προσφορές κοινωνικού χαρακτήρα, που το κράτος είτε δεν μπορεί, είτε δεν θέλει να δώσει. Στόχος, λοιπόν, της κοινωνικής πολιτικής της «Δέλτα» είναι η βελτίωση της ποιότητας της ζωής, στο βαθμό που οι δυνατότητες της εταιρίας το επιτρέπουν.

Το 1991 η κοινωνική δράση της «Δέλτα» κινήθηκε με συνέπεια στα πλαίσια αυτά που περιγράψαμε και πάνω σε τρεις άξονες: το προσωπικό της εταιρίας, τους λιανεμπόρους που διαθέτουν τα προϊόντα της πανελλαδικά και τον ευρύτερο κοινωνικό χώρο. Για το προσωπικό η «Δέλτα» συνέχισε τα εκτεταμένα εκπαιδευτικά προγράμματά της. Κάθε χρόνο περίπου το 15% του προσωπικού περνά από ένα στάδιο μετεκπαίδευσης ή εκπαίδευσης και αυτό γίνεται κατά κύριο λόγο είτε με εξωτερικά προγράμματα, όπου η εταιρία καλύπτει το κόστος συμμετοχής του συνεργάτη της, είτε με τα ειδικά προγράμματα του

ΠΙΝΑΚΑΣ 2
 Η συνεισφορά της Πειραιϊκής-Πατραϊκής στο κοινωνικό προϊόν (σε χιλιάδες δρχ.)

	1977	1978	1979	1980	1981
Πωλήσεις	4.402.221	5.380.370	7.219.941	8.501.502	11.148.993
Επιστροφές τόκων, δασμών, φόρων από εξαγωγές, αύξηση αποθεμάτων, αναπροσαρμογές κλπ.	666.857	329.267	817.414	2.106.263	3.011.698
	5.069.078	5.709.637	8.037.355	10.607.765	14.160.691
Έξοδα πρώτων, βοηθητικών υλών κλπ.	2.129.811	2.105.855	2.866.920	3.580.171	4.867.980
Έξοδα λειτουργίας και συντήρησης	83.944	106.439	128.916	162.115	198.585
Ηλεκτρικό ρεύμα	107.611	132.046	192.402	295.173	394.775
Αγορές, φασόν, έξοδα γενικά και διάθεσης	235.156	237.600	410.206	711.287	988.650
Κοινωνικό προϊόν πριν από αποσβέσεις	2.512.556	3.127.697	138.911	5.859.019	7.710.701
Αποσβέσεις	274.136	320.723	357.862	483.263	393.106
Κοινωνικό προϊόν	2.238.420	2.806.974	4.081.049	5.375.756	7.317.595

ΠΙΝΑΚΑΣ 3
Ανάλυση της διανομής Κοινωνικού Προϊόντος (σε χιλιάδες δραχ.)

	1977	1978	1979	1980	1981
I. Προσωπικό Καθαρές Παροχές Εισφορές σε Οργανισμούς Κοινωνικών Ασφαλίσεων Διάφορα	851.177 303.150 47.532	1.054.672 372.954 52.060	1.422.579 531.044 99.821	1.832.190 708.209 109.431	2.365.882 908.084 126.010
II. Πιστωτές Σε δραχμές Σε συνάλλαγμα	1.201.859	1.479.686	2.053.444	2.649.830	3.399.976
	284.723 152.565	391.310 240.181	644.702 325.008	1.183.454 359.059	1.743.918 751.378
	437.288	631.491	969.710	1.542.513	2.495.296
III. Δημόσιο ΦΚΕ και χαρτόσημο τιμολογίων ΦΜΥ Διάφοροι φόροι, τέλη	151.565 46.519 64.969	176.024 42.887 96.958	203.156 76.958 153.715	271.390 121.715 198.753	345.579 161.648 238.716
	263.053	315.869	433.829	591.858	745.943
IV. Επιχείρηση	73.256	97.654	233.705	152.856	383.336
V. Μίστοχοι	167.860	168.030	223.901	241.310	
VI. Διάφοροι	95.104	114.244	166.460	197.389	293.044
Κοινωνικό προϊόν	2.238.420	2.806.974	4.081.049	5.375.756	7.317.595

ΟΑΕΔ που επιδοτούνται από την ΕΟΚ. Η συνολική δαπάνη για τη χρονιά που πέρασε έφτασε τα 100 εκατ. δρχ.

Στα ίδια πλαίσια συνεχίστηκε η πολιτική της συμπληρωματικής ιδιωτικής ασφάλισης ζωής, ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης για όλο το προσωπικό και τους συνεργάτες της «Δέλτα» και αυξήθηκε ο αριθμός και το εύρος των καταστημάτων από τα οποία μπορούν να ψωνίζουν με μειωμένες τιμές.

Ως προς τους λιανεμπόρους, η «Δέλτα» αύξησε την ασφαλιστική, νοσοκομειακή και ιατροφαρμακευτική κάλυψη που προσφέρει μέσω του «Δέλτα Club» στα 25.000 μέλη του σ' όλη την Ελλάδα και έδωσε ορισμένα δικαιώματα κάλυψης για νοσοκομειακή περίθαλψη, καθώς και για ατυχήματα και σε περιπτώσεις ταξιδιών στο εξωτερικό.

Μέσω της διμηνιαίας έκδοσης της «Δέλτα Πλάνο», που απευθύνεται και προς το προσωπικό και προς τους λιανεμπόρους, η εταιρία πρόσφερε πλούσια δώρα, ψυχαγωγία, καθώς και πληροφόρηση για την ίδια αλλά και για το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον. Επίσης, έδωσε την ευκαιρία να αποκτήσουν όλα τα μέλη του «Δέλτα Club» ειδική κάρτα εκπτώσεων για επιλεγμένα καταστήματα της Αθήνας και της περιφέρειας.

Προς τον ευρύτερο κοινωνικό χώρο η «Δέλτα» συνέχισε την πολιτική της των επιλεκτικών επιχορηγήσεων συνεδρίων, σεμιναρίων, εκδόσεων και άλλων εκδηλώσεων με κεντρικό γνώμονα τη συμβολή των διοργανώσεων αυτών στη διάδοση ιδεών, στη στήριξη της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και στην κάλυψη αναγκών ειδικών ομάδων του πληθυσμού.

Κοινωνικός ρόλος του «Τιτάν»

Ο «Τιτάν» — εναρμονισμένος με τη σύγχρονη αντίληψη για το σκοπό και τις ευθύνες της επιχειρηματικής λειτουργίας — πιστεύει ότι η δράση του πρέπει να ανταποκρίνεται τόσο σε οικονομικά, όσο και σε κοινωνικά δεδομένα.

Ο οικονομικός και ο κοινωνικός χαρακτήρας της επιχείρησης έχουν στενή αλληλεξάρτηση, δεδομένου ότι το κέρδος δεν μπορεί να αποτελεί μονοδιάστατο αυτοσκοπό, ενώ η κοινωνική εξέλιξη έχει ως απαραίτητη προϋπόθεση την οικονομική ευρωστία. Η επιχειρηματική δραστηριότητα του «Τιτάν», συνεχίζοντας ιστορική διαδρομή και παράδοση ογδόντα και πλέον χρόνων, ακολουθεί αρχές και μεθόδους, που συντείνουν στην προβολή αξιόπιστης εικόνας στο διεθνή στίβο.

Η παραγωγή προϊόντων ανταγωνιστικών σε τιμή και ποιότητα, η δημιουργία θετικών οικονομικών αποτελεσμάτων και οι συνεχείς επενδύσεις, αποτελούν την οικονομική πλευρά της λειτουργίας του ομίλου. Τα οικονομικά μεγέθη και το πλέγμα των δραστηριοτήτων περιγράφονται στον Ετήσιο Ισολογισμό.

Στον Κοινωνικό Απολογισμό, που εκδίδεται εφέτος για δέκατη συνεχή χρονιά, αναλύεται η πολιτική που εφαρμόζει ο «Τιτάν» απέναντι στο προσωπι-

κό του, στους συνεργάτες του και στο κοινωνικό περιβάλλον, ως γείτονας στις κοινότητες όπου δραστηριοποιείται και ως συντελεστής της βελτίωσης του οικονομικού επιπέδου της ελληνικής κοινωνίας.

Τα στοιχεία που συνθέτουν μια επιχείρηση είναι το ανθρώπινο δυναμικό και τα κεφάλαιά της. Ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζονται τα δύο αυτά στοιχεία και ο βαθμός στον οποίο ικανοποιούνται καθορίζουν τη μελλοντική εξέλιξή της. Έτσι, το 1992 αναθεωρήθηκε και συντάχθηκε η Κοινωνική Πολιτική του «Τιτάν», η οποία ανταποκρίνεται με συνέπεια στην κεντρική φιλοσοφία του, που είναι η δημιουργία και διατήρηση σχέσεων αμοιβαίας εμπιστοσύνης μεταξύ εργαζομένων και επιχείρησης.

Η Κοινωνική Πολιτική, που επεκτείνεται σταδιακά – κατά το μέτρο του δυνατού – σε όλες τις επιχειρήσεις του ομίλου, είναι προσανατολισμένη στις νέες συνθήκες και ανάγκες των εργασιακών σχέσεων της δεκαετίας του 1990, και αναλύει διεξοδικά, αλλά και συγκεκριμένα, όλα τα σημεία του κοινωνικού ρόλου του «Τιτάν», τα κυριότερα από τα οποία συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- αρχές και στόχοι της κοινωνικής πολιτικής
- ο «Τιτάν» και το ανθρώπινο δυναμικό του
- όροι και συνθήκες εργασίας
- εξέλιξη και επιμόρφωση του προσωπικού
- σχέσεις με τα σωματεία και γενικά με τους συνδικαλιστικούς φορείς
- σχέσεις με τις οικογένειες των εργαζομένων
- συμμετοχικές διαδικασίες και επικοινωνία
- ο «Τιτάν» ως μέλος της Κοινωνίας.

Το κείμενο αυτό, που τυπώθηκε σε ανακυκλωμένο χαρτί, γνωστοποιήθηκε σε όλο το προσωπικό και κοινοποιήθηκε σε αρμόδια υπουργεία, πολιτικούς, δημοσιογράφους και συνδικαλιστικούς φορείς.

Η ευρύτερη εμβέλεια της κοινωνικής διάστασης του «Τιτάν» εμφανίζεται στα στοιχεία του δημοσιευόμενου πίνακα (πίνακας 4), που αφορά τη συνεισφορά στο Κοινωνικό Προϊόν, με σημαντικά κονδύλια με τη μορφή εισφορών, φόρων κλπ., που το ύψος τους συνδέεται με το μέγεθος της εταιρίας αλλά και την αυστηρή εκπλήρωση των υποχρεώσεών της προς την πολιτεία.

Συγκεκριμένα: – Οι εισφορές προς Οργανισμούς Κοινωνικών Ασφαλίσεων πλησίασαν τα 1,7 δισεκατομμύρια δραχμές.

– Οι διάφοροι φόροι, που κατέβαλε ο «Τιτάν» στο Δημόσιο, ανήλθαν σε 3,12 δισεκατομμύρια δραχμές.

– Πέρα από τις καθαρές αποδοχές, των 7,15 δισεκατομμυρίων δραχμών, οι διάφορες άλλες οικειοθελείς παροχές προς το προσωπικό ξεπέρασαν το 1 δισεκατομμύριο δραχμές. Σημειώνεται ότι το ολικό ποσοστό του Κοινωνικού Προϊόντος, που αναλογεί στο προσωπικό, ανήλθε σε 45,3 %.

– Στα πλαίσια της συμμετοχής των εργαζομένων στα θετικά αποτελέσματα της εταιρίας και στη βελτίωση της παραγωγικότητας, 180 εκατομμύρια δραχμές θα διανεμηθούν στα στελέχη με τη μορφή διανομής κερδών, μετά την έγκριση της Γ.Σ., και 305 εκατομμύρια δρχ. διατέθηκαν ως πριμ παραγωγικότητας στο υπόλοιπο προσωπικό.

Η εταιρία, πέρα από τον ρόλο του οικονομικού συντελεστή στον ελληνικό χώρο, λειτουργεί και ως κοινωνικός παράγοντας, που ενδιαφέρεται για τα προβλήματα της κοινότητας και συμμετέχει σε κοινωνικά και πολιτικά προγράμματα, που αφορούν τη βελτίωση και υποστήριξη του κοινωνικού της περιγυρου.

Η πολιτική αυτή εκφράζεται με διάφορους τρόπους. Αναφέρουμε, για παράδειγμα, τη "φιλοξενία" και ξενάγηση μαθητών, σπουδαστών και φοιτητών στους εργοστασιακούς χώρους, με σκοπό την ενημέρωσή τους γύρω από τη λειτουργία μιας τσιμεντοβιομηχανίας, καθώς και άλλων ομάδων κοινού, που ενδιαφέρονται να μελετήσουν μεθόδους και πρακτικές που εφαρμόζει η εταιρία αυτή στον τομέα της πρόληψης ατυχημάτων ή της προστασίας του περιβάλλοντος. Οι επισκέψεις το 1992 έφθασαν τα 3.500 άτομα.

Ο «Τιτάν» συμμετέχει ακόμη, κατά καιρούς, σε επιστημονικά ερευνητικά προγράμματα, σε συνεργασία με ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, ενώ παρέχει τη δυνατότητα σε φοιτητές να εξασκηθούν, με αμοιβή, στα εργοστάσια, κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Η προσφορά αυτή της εταιρίας κατά το 1992 ξεπέρασε τους 100 ανθρωπομήνες.

Ο «Τιτάν» εξακολουθεί να στηρίζει το Ινστιτούτο Βιομηχανικής και Επαγγελματικής Επιμόρφωσης (ΙΒΕΠΕ) που, με πρωτοβουλία του και με περιορισμένο αριθμό άλλων εταιριών, δημιουργήθηκε για τη μετεκπαίδευση και συνεχή κατάρτιση των εργαζομένων στη βιομηχανία. Η δραστηριότητα αυτή έχει ευθυγραμμιστεί προς τις κατευθυντήριες γραμμές της ΕΟΚ και τα εκπαιδευτικά προγράμματα του ΙΒΕΠΕ έχουν υπαχθεί στο κοινοτικό ταμείο. Ο «Τιτάν» συνεχώς προσφέρει εξειδικευμένες γνώσεις, εμπειρία και στελέχη για την όλο και πιο αποτελεσματική λειτουργία του. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα του ΙΒΕΠΕ παρακολουθούν και εργαζόμενοι του «Τιτάν».

Επίσης, στελέχη της επιχείρησης συμμετέχουν συχνά σε συνέδρια, επιτροπές και άλλες εκδηλώσεις, στις οποίες παρουσιάζουν προγράμματα, που εφαρμόζονται στον «Τιτάν», και προσφέρουν τεχνογνωσία σε τομείς, που έχει αναπτύξει με επιτυχία η εταιρία, όπως είναι η διαχείριση του περιβάλλοντος, η πρόληψη των ατυχημάτων κ.ά.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η κοινωνική πολιτική που εφαρμόζει η εταιρία στις περιοχές που συνορεύουν με τις παραγωγικές της μονάδες, με τη συνεχή εφαρμογή αναπτυξιακών έργων και προγραμμάτων αποκατάστασης περιβάλλοντος, αλλά και την οικονομική, τεχνική και συμβουλευτική βοήθεια που παρέχει για έργα κοινής ωφέλειας στους δήμους και τις γειτονικές κοινότητες. Ιδιαίτερη επιτυχία σημείωσε στη Δυτική Αχαΐα η δημιουργία τεχνητών λιμνοδεξαμενών, που εξυπηρετούν τις ανάγκες απομακρυσμένων κοινοτήτων.

Πέρα απ' αυτά, το 1992 οι κοινωφελείς παροχές ήταν επίσης αξιόλογες και στόχευαν στην ενίσχυση:

- κοινοτικών έργων και λειτουργιών
- εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων
- έργων τοπικής οδοποιίας
- έργων ύδρευσης και άρδευσης

- φιλανθρωπικών σκοπών
- αθλητικών δραστηριοτήτων
- ανέγερσης εκκλησιών
- αναστηλώσεων κτιρίων και μνημείων πολιτιστικής κληρονομιάς
- βιβλιοθηκών
- κέντρων αποκατάστασης υγείας κλπ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Η συνεισφορά της επιχείρησης στο Κοινωνικό Προϊόν το 1992 (σε εκατ. δρχ.)

Καθαρές πωλήσεις	53.817	
Διακύμανση αποθεμάτων, ιδιοκατασκευές, έσοδα από συμμετοχές, διάφορα έσοδα	<u>1.538</u>	55.355
Έξοδα πρώτων, βοηθητικών κλπ. υλών	4.872	
Αγορές καυσίμων	5.736	
Αγορές από Οργανισμούς Κοινής Ωφελείας	6.569	
Λοιπές αγορές	5.475	
Έξοδα λειτουργίας και συντήρησης	1.858	
Έξοδα γενικά και διάθεσης	<u>4.818</u>	<u>29.328</u>
Κοινωνικό προϊόν πριν από αποσβέσεις		26.027
Αποσβέσεις		<u>3.083</u>
Κοινωνικό Προϊόν		22.994

ΠΙΝΑΚΑΣ 5³
Διανομή Κοινωνικού Προϊόντος (σε εκατ. δρχ.)

i. Προσωπικό			
Καθαρές αποδοχές	7.148		
Εισφορές σε Οργανισμούς Κοινωνικών Ασφαλίσεων	1.681		
Λοιπές παροχές στο προσωπικό	1.207		
Πρόβλεψη αποζημίωσης του προσωπικού	189		
Διάθεση κερδών στα στελέχη	<u>180</u>	10.405	45,3%
ii. Επιχείρηση		4.168	18,2%
III. Δημόσιο ΦΜΥ	492		
Φόρος Εισοδήματος και διάφοροι φόροι	<u>2.630</u>	3.122	13,6%
IV. Πιστωτές		3.063	13,4%
V. Μέτοχοι (καθαρό μέρος)		<u>2.186</u>	<u>9,5%</u>
VI. Κοινωνικό Προϊόν (σύνολο)		22.944	100,0

4. Κοινωνικός Απολογισμός των Ελληνικών Επιχειρήσεων

α) Μεθοδολογία έρευνας

Το μέγεθος της κοινωνικής συμμετοχής, δηλαδή οι προσπάθειες που καταβάλουν οι ελληνικές εταιρίες σε διάφορους τομείς, που θεωρούνται μέρος από τις κοινωνικές δραστηριότητες, αποτέλεσε το αντικείμενο της παρούσας μελέτης. Απευθυνθήκαμε στις 100 μεγαλύτερες εταιρίες από άποψη κεφαλαίου, η ανάλυσή μας δε περιορίζεται σ' εκείνες τις εταιρίες που δημοσιεύουν εθελοντικά τέτοια δεδομένα, επειδή ο νόμος δεν υποχρεώνει τις εταιρίες για κοινωνικές εκθέσεις.

Η κοινωνική έκθεση είναι κάτι το καινούργιο στη χώρα μας και η συλλογή παρόμοιων εκθέσεων από τις επιχειρήσεις που τις συντάσσουν παρουσίασε, στην αρχή τουλάχιστον, αρκετές δυσκολίες. Έτσι στην πρώτη ειδοποίηση, που έγινε στις εταιρίες με την παράκληση να σταλούν επίσης εκθέσεις, ελάχιστες ήταν αυτές που προθυμοποιήθηκαν. Στάλθηκε μια δεύτερη επιστολή με

³ Πηγή: Κοινωνικός Απολογισμός του 1992, Εταιρία «Τιτάν», σελ. 5.

την παράκληση, όπως και στην πρώτη, να συνεχίσουν αυτές οι εκθέσεις να μας στέλνονται, ώστε να αποτελέσουν όλες μαζί μία ικανοποιητική χρονική σειρά. Σ' αυτή τη δεύτερη επιστολή βρέθηκαν εταιρίες που απάντησαν, έστω και με ελλιπή στοιχεία, όχι όμως το σύνολο των εταιριών. Σ' αυτή την προσπάθεια προστέθηκε ένας αριθμός θυγατρικών εταιριών των προαναφερθεισών 100, διαλεγμένες μετά από πληροφορίες ότι συμμετέχουν σε κοινωνικά προγράμματα, αλλά χωρίς αποτελέσματα, επειδή αρνήθηκαν να στείλουν ετήσιες εκθέσεις. Μας απάντησαν είτε ότι οι μετοχές τους δεν είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο είτε ότι δεν στέλνουν εκθέσεις σε τρίτους παρά μόνο στους μετόχους.

Μια τρίτη προσπάθεια να συγκεντρωθούν στοιχεία από το χρηματιστήριο δεν έφερε αποτελέσματα.

Η ανάλυση, ως εκ τούτου, περιορίστηκε κατ' ανάγκη στο δημοσιευμένο υλικό που μας έστειλαν οι επιχειρήσεις και τις οποίες παραθέτουμε στο τέλος της μελέτης. Πρέπει να πούμε όμως ότι τα δημοσιευμένα αυτά κείμενα δεν ελέγχονται, επειδή προς το παρόν δεν υπάρχουν αποδεκτά ελεγκτικά κριτήρια. Η απροθυμία όμως πολλών εταιριών, όσον αφορά αυτή την καινούργια τάση γνωστοποίησης πρόσθετων πληροφοριών, να δημοσιεύουν τις πληροφορίες αυτές όχι ανεπίσημα σε εκθέσεις ή αλλού, αλλά και επίσημα στις λογιστικές τους καταστάσεις, επειδή υπάρχει ο δισταγμός εκ μέρους των επαγγελματιών ελεγκτών-λογιστών να αποδεχθούν δεδομένα συμμετοχής των εταιριών σε κοινωνικά προγράμματα ως τέτοια, καθώς και το ποιο είναι το κόστος αυτών των προγραμμάτων, είναι ένα σημείο αρκετά ενδιαφέρον για την επιστημονική έρευνα, που όμως δεν εξετάζεται εδώ. Τέλος ως χρονική περίοδος διαλέχθηκε η περίοδος από το 1979 έως το 1989 και τούτο διότι οι προσπάθειες συγκέντρωσης των ετήσιων εκθέσεων παρουσίασαν δυσκολίες από το 1989 και μετά.

Οι ετήσιες εκθέσεις που εξετάστηκαν στην έρευνα αυτή δεν αντιπροσωπεύουν μια πλήρη λίστα εταιριών που κάνουν έκθεση στην κοινωνική ευθύνη, αλλά ούτε θα μπορούσε να θεωρηθεί αυτή η λίστα ένα σπάνιο δείγμα από κάθε είδος.

Η μελέτη αυτών των εκθέσεων είναι σημαντική για τη βελτίωση των προγραμμάτων και σχεδίων παρουσίασης κοινωνικών εκθέσεων και για επιπλέον έρευνα και πειραματισμό που σχετίζονται με αυτές. Διότι πρέπει να πούμε ότι οι κοινωνικές εκθέσεις είναι πολύ περισσότερο από μια τεχνική δημοσίωση σχέσεων και πάνω απ' όλα έχουν να διαδραματίσουν ένα θεμελιώδη ρόλο ως όπλο και όργανο σχεδιασμού.

Είναι πιθανό μια έκθεση να δίνει έμφαση: 1) στις γενικές περιοχές των κοινωνικών δραστηριοτήτων και 2) σε πάρα πολλά συγκεκριμένα προγράμματα μέσα σ' αυτές τις περιοχές. Οι ετήσιες εκθέσεις που εξετάστηκαν στην έρευνά μας αναφέρονταν, όπως θα δούμε παρακάτω, στις γενικές περιοχές και στα ειδικά προγράμματα, χωρίς να κάνουμε διάκριση μεταξύ των δύο αυτών σημείων.

Η φύση της εταιρίας επίσης φανερώνει τα είδη των κοινωνικών δραστηριοτήτων που περιέχονται στην έκθεση. Για παράδειγμα, στις "Χημικές Βιομηχανίες Βορείου Ελλάδος Α.Ε." η έκθεση αναφέρεται σε βραβεία μαθητών, εκδρομές και ένα σημαντικό μέρος της έκθεσης αναφέρεται στην πρόληψη ατυχημάτων και σε προγράμματα υγείας.

Οι περιοχές στις οποίες αναφέρονται περισσότερο οι κοινωνικές εκθέσεις στις ετήσιες εκθέσεις είναι οι παρακάτω:

1. Περιβαλλοντολογική ποιότητα
2. Γενική πολιτική προσωπικού, εργατικό κόστος
3. Εκπαίδευση και ανάπτυξη
4. Πρόσθετες παροχές, στεγαστικό
5. Υγειονομικές υπηρεσίες υπαλλήλων - συνταξιοδότηση
6. Συνθήκες εργασίας.

β) Βαθμός ποσοτικοποίησης

Πολλές από τις επιχειρήσεις που εξετάστηκαν έδωσαν κυρίως μια λεκτική έκθεση με μερικά διαγράμματα, χρηματοοικονομικά και μη χρηματοοικονομικά. Για παράδειγμα, η εταιρία «Αλουμίνιον της Ελλάδος» παρουσιάζει στατιστικούς πίνακες για το μισθολογικό κόστος και τις ώρες εκπαίδευσης ανά άτομο. Η εταιρία τσιμέντων «Τιτάν» παρουσιάζει πίνακες με το δείκτη ολικού κόστους προσωπικού ανά απασχολούμενο άτομο. Δύο επιχειρήσεις, ο «Τιτάν» και η «Πειραική-Πατραϊκή», προσδιόρισαν ποσοτικά τη συνεισφορά της επιχείρησης στο κοινωνικό προϊόν και ανέλυσαν τη διανομή του κοινωνικού προϊόντος (πίνακες 2, 3, 4 και 5). Η εταιρία «Χημικές Βιομηχανίες Βορείου Ελλάδος Α.Ε.» κατέγραψε τις κοινωνικές δραστηριότητες που κυμαίνονταν από μορφωτικά προγράμματα μέχρι και τα ατυχήματα, και με σύγκριση αυτών με χώρες της ΕΟΚ σε θέματα ασφάλειας.

γ) Αναφορά στις δραστηριότητες

Οι ετήσιες εκθέσεις των εταιριών, που κάνουν έκθεση στις κοινωνικές δραστηριότητες, τις παρουσιάζουν με γενικούς όρους αδιαφορώντας για το πόσο καλά αυτές οι δραστηριότητες έχουν πραγματοποιηθεί. Η «Αλουμίνιον Α.Ε.» παρουσιάζει στις εκθέσεις της ότι το ποσοστό σοβαρότητας και συχνότητας των ατυχημάτων μειώθηκε θεαματικά μετά από τα δραστικά μέτρα που πάρθηκαν από την εταιρία. Ακόμη αναφέρει ότι λειτουργεί κέντρο διεπιχειρησιακής τεχνικής εκπαίδευσης, ινστιτούτα ξένων γλωσσών, καθώς και για τη βοήθεια που προσφέρεται στους εργαζόμενους από τη στεγαστική πολιτική.

Η «Πειραική-Πατραϊκή Α.Ε.» αναφέρει ότι υπάρχουν ειδικοί υγιεινολόγοι εργασίας, οι οποίοι αναπτύσσουν νέα συστήματα βελτίωσης των συνθηκών εργασίας. Επίσης υπάρχει σύστημα αξιολόγησης που, σε συνδυασμό με την

πολιτική μετεκπαίδευσης και επιμόρφωσης των υπαλλήλων και στελεχών, αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο όλων των προαγωγών σε θέσεις με αυξημένες αρμοδιότητες, ευθύνες και απολαβές. Στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος η «Πειραιϊκή-Πατραϊκή» αναφέρει ότι συγκαταλέγεται μεταξύ των πρωτοπόρων. Διατηρεί μόνιμη ομάδα ειδικών επιστημόνων που διαθέτουν τον κατάλληλο εργαστηριακό εξοπλισμό και ερευνούν συνεχώς, με σκοπό την ανάπτυξη συγκεκριμένων διαδικασιών για την προστασία από τα βιομηχανικά απόβλητα.

Η «Ελαΐς Α.Ε.» αναφέρει γενικά ότι σημαντική θέση στο όλο πρόγραμμα κατέχουν οι επενδύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, χωρίς άλλες λεπτομέρειες. Ακόμη η Γ.Σ. εκφράζει την ευαρέσκειά της προς το προσωπικό για την προθυμία και την αποδοτικότητα.

Η «Πετζετάκις» αναφέρει ότι έγιναν διάφορες δωρεές σε φιλανθρωπικά ιδρύματα, ασφάλιση και ψυχαγωγία για το προσωπικό.

Η «Α.Ε. Ηρακλής» αναφέρει στατιστικό πίνακα ημερών ασθενείας και ατυχημάτων, ενώ κάνει έκθεση σε υποτροφίες για παιδιά εργαζομένων.

Η «Α.Ε. Τιτάν» αναφέρει ότι υπάρχει σε κάθε εργοστάσιο και μηχανικός, ειδικός για την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ κάνει και έκθεση για τις βελτιώσεις συνθηκών εργασίας και πρόληψης ατυχημάτων. Επίσης στην έκθεση γίνεται έκθεση για υποτροφίες, σεμινάρια, πρόσθετη ασφάλιση, ενώ διαθέτει και ιατρικό προσωπικό σε όλα τα εργοστάσια.

Η «Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης» αναφέρει ότι άρχισε ένα πρόγραμμα προστασίας περιβάλλοντος, ότι έδωσε στεγαστικά δάνεια και ότι βοήθησε φοιτητές οικονομικά, ενώ έγιναν σεμινάρια για την πρόληψη ατυχημάτων και τέλος ότι βελτιώθηκαν κατά πολύ οι σχέσεις μεταξύ προσωπικού και διοίκησης.

Η «Α.Ε. Χημικές Βιομηχανίες Βορείου Ελλάδος» κάνει έκθεση στη δραστηριότητα προστασίας περιβάλλοντος καθώς και σε σεμινάρια επαγγελματικής επιμόρφωσης και τέλος ότι συνεχίστηκε η εκστρατεία για την πρόληψη ατυχημάτων και τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας.

Από τις παραπάνω εταιρίες καμιά δεν προσπάθησε να μετρήσει και να αναφέρει τις επιδράσεις που είχαν οι δραστηριότητές τους στην κοινωνία. Κατά την άποψη αυτής της προσέγγισης δεν έχει σημασία το πόσο καλά διεξάγεται το πρόγραμμα αλλά ποια είναι η επίδραση αυτού του προγράμματος στην κοινωνία.

δ) Κοινωνικός έλεγχος

Ο όρος "Κοινωνικός έλεγχος" χρησιμοποιείται πολύ συχνά στην απόδοση της κοινωνικής έκθεσης. Στην πραγματικότητα πολλοί συγγραφείς εννοούν ότι η κοινωνική έκθεση εξετάζεται και βεβαιώνεται από μια αδέσμευτη ομάδα. Οπωσδήποτε, ο βαθμός αξιοπιστίας μιας κοινωνικής έκθεσης μπορεί να αυξη-

θεί όταν αυτή ελεγχθεί από μια αδέσμευτη ομάδα, στην οποία θα είναι επικεφαλής ένας λογιστής.

Η εξέταση των εκθέσεων φανερώνει ότι όλες οι επιχειρήσεις που έκαναν αναφορά σε κοινωνικά θέματα χρησιμοποίησαν το προσωπικό τους, ενώ δύο από αυτές, «Τιτάν» και «Πειραιϊκή-Πατραϊκή», φαίνεται ότι διαθέτουν ειδικό τμήμα που ασχολείται με την κοινωνική έκθεση.

ε) Τρόπος παρουσίασης

Πολλές εταιρίες που εξετάστηκαν δεν διαθέτουν ξεχωριστό τμήμα για τις κοινωνικές τους εκθέσεις, αλλά τις συμπεριλαμβάνουν ανάμεσα στα άλλα θέματα των ετήσιων εκθέσεων. Οι εταιρίες που διαθέτουν ένα ξεχωριστό τμήμα (και μάλιστα μία από αυτές, ο «Τιτάν», έχει εκδόσει και περιοδικό με τίτλο «Κοινωνικός Απολογισμός») είναι ο «Τιτάν», η «Πειραιϊκή-Πατραϊκή» και η «Αλουμίσιον». Υπάρχουν και άλλες εταιρίες, οι οποίες διαθέτουν ένα τμήμα, το οποίο αναφέρεται σε ένα γενικό τίτλο.

Η «Πειραιϊκή-Πατραϊκή»⁴ δημοσίευσε κοινωνικό ισολογισμό αναφέροντας τη συνεισφορά της εταιρίας στο εθνικό κοινωνικό προϊόν με ποσοτικά στοιχεία, τα οποία παρουσιάζονται σε δύο πίνακες, στους οποίους καταγράφεται και η διαχρονική εξέλιξη των κοινωνικών δραστηριοτήτων της εταιρίας (βλ. πίνακες 2 και 3).

Δεύτερο παράδειγμα κοινωνικού απολογισμού στην Ελλάδα αποτελεί ο κοινωνικός απολογισμός της εταιρίας «Τιτάν». Η εταιρία «Τιτάν» το 1983 δημοσίευσε σε περιοδικό τον κοινωνικό της απολογισμό, με σκοπό να κάνει γνωστή στο ευρύ κοινό την κοινωνική της προσφορά σημειώνοντας χαρακτηριστικά:

“... έχει γίνει απ’ όλους αποδεκτό ότι μπορεί κανείς να κρίνει ορθότερα και ακριβέστερα τη δυναμικότητα μιας επιχείρησης, όταν παράλληλα με τα οικονομικά δεδομένα γνωρίζει και τα κοινωνικά της δεδομένα... Σήμερα πιστεύεται ότι τα λάθη που αφορούν την κοινωνική πολιτική μιας επιχείρησης έχουν εξίσου σοβαρές συνέπειες, αν όχι σοβαρότερες, μ’ αυτά που αφορούν την οικονομική της πολιτική”.

Ορισμένες από τις εταιρίες χρησιμοποιούν πίνακες για να τονίσουν ορισμένες δραστηριότητες καθώς και φωτογραφίες για να εμπλουτίσουν τις εκθέσεις σε θέματα κοινωνικής αναφοράς.

⁴ Παπανδρόπουλος Α., «Οικονομικός Ισολογισμός της “Πειραιϊκής-Πατραϊκής”», *Οικονομικός Ταχυδρόμος* 24.2.1983, σελ. 77.

5. Η κοινωνική δράση των οικονομικών μονάδων

Αν και οι επιχειρήσεις που έκαναν αναφορά σε κοινωνικά στοιχεία ήταν πολύ λίγες, για να ανταπεξέλθουμε στο μεγάλο αριθμό των σημείων που αναφέρονταν στις ετήσιες εκθέσεις, κρίναμε σκόπιμο να χρησιμοποιήσουμε διάφορες κατηγορίες - ομαδοποιήσεις στοιχείων, όπως φαίνονται παρακάτω:

ΠΙΝΑΚΑΣ Α

<u>I. Γενική πολιτική προσωπικού</u>	<u>Αριθμός εταιριών</u>
1. Έκφραση εκτίμησης των συνεισφορών των υπαλλήλων κατά τη διάρκεια του οικονομικού έτους	16
2. Έκφραση ειδικής εκτίμησης παλαιών υπαλλήλων	1
3. Έκφραση ευγνωμοσύνης στους συνταξιούχους για περασμένες υπηρεσίες	1
4. Καταστάσεις που αφορούν τη σπουδαιότητα των διοικητικών και άλλων υπαλλήλων για την επιτυχία της επιχείρησης	16
5. Προσπάθεια για μεγαλύτερη ασφάλεια των εργαζομένων	8
6. Γενικά σχόλια γύρω από τις δραστηριότητες προγραμματισμού του εργατικού δυναμικού	3
7. Γενική πολιτική για την ανάπτυξη δυναμικού των υπαλλήλων	3
8. Υπόσχεση της εταιρίας να πληρώσει πάνω από το μισθό	2
9. Προσαρμογή της εθνικής πολιτικής στα ξένα υποκαταστήματα	1
10. Έμφαση στη μόρφωση του προσωπικού	2
11. Προσεκτική πρόσληψη, πρόωρη σύνταξη, αποζημίωση απολυομένων πέρα από τη νόμιμη	3
<u>II. Μέγεθος εργατικής δύναμης και κατανομή του προσωπικού</u>	
1. Συνολικός αριθμός υπαλλήλων	10
2. Κατανομή υπαλλήλων	
α) Σε τομείς δραστηριότητας	1
β) Σε ομάδες (Διοικητικοί, Εργατοτεχνίτες, Τεχνίτες)	4
3. Αναλογία μεταξύ διοικητικών υπαλλήλων και εργατοτεχνιτών	1
<u>III. Εργατικό κόστος</u>	
1. Συνολικό κόστος εργασίας (αμοιβές προσωπικού και εργοδοτικές εισφορές)	15

2. Μεταβολές στους μισθούς και στα απαραίτητα εργατικά έξοδα (με έκθεση στις αιτίες των μεταβολών, όπως αύξηση στο κόστος ζωής, στέγαση, δώρα κλπ.)	8
3. Μέσος όρος κόστους για κάθε εργατική ώρα	3
4. Μέσος όρος συνολικού εργατικού κόστους ανά κεφαλή	1
5. Συνεισφορά της εργασίας στην προστιθέμενη αξία	1
6. Γνωστοποίηση των πληρωμών στους διοικητές και στα μέλη της διοίκησης (νόμιμη)	9
7. Αλλαγές στη διοίκηση (ειδική έκθεση πέρα από το γενικό κατάλογο ονομάτων που καταρτίζεται απ' όλες τις εταιρίες)	2

IV. Συνθήκες εργασίας

1. Συνολικός αριθμός εργατικών ωρών κατά τη διάρκεια του χρόνου	3
2. Υπερωρίες	1
3. Βελτιώσεις στις συνθήκες εργασίας (μέτρα για πιο ανθρώπινη εργασία, μέτρα για καλύτερευση συνθηκών), ιατρική έρευνα των συνθηκών εργασίας (υγιεινολόγοι)	7
4. Απεργίες	1
5. Χαμένες ώρες εργασίας	2
6. Αριθμός ατυχημάτων, ρυθμός ατυχημάτων, απώλειες λόγω ατυχημάτων	5
7. Επενδυτικό πρόγραμμα σε συστήματα υγιεινής	2
8. Μέτρα βελτίωσης ασφάλειας (νόμιμα - προαιρετικά)	6

V. Εκπαίδευση και Ανάπτυξη

1. Γενικές παρατηρήσεις για το πρόγραμμα εκπαίδευσης (σκοπός, πολιτική, σπουδαιότητα στην εταιρία και στην κοινωνία, σχόλια για την εκπαίδευση στελεχών)	11
2. Συνολικά έξοδα για εκπαιδευτικά προγράμματα	7
3. Συνολικός αριθμός εκπαιδευομένων υπαλλήλων	5
4. Συμμετοχή των υπαλλήλων σε εσωτερική και εξωτερική εκπαίδευση	2
5. Εκπαιδευτικά προγράμματα για τους υπαλλήλους και συγγενείς τους (μέγεθος, τύπος, συμμετοχή)	4
6. Μορφωτικές - εκπαιδευτικές εκδρομές	2
7. Αριθμός των εκπαιδευτικών μαθημάτων που προσφέρονται (σε ομάδες)	2
8. Εκπαιδευτικά προγράμματα οικολογίας	1

VI. Πρόσθετες παροχές. Γενικά

1. Συνολικά έξοδα και πρόσφατες αλλαγές στις προαιρετικές πρόσθετες παροχές (απόλυτα ή και ποσοστιαία)	11
2. Πληρωμές έκτακτου δώρου για ικανοποίηση στην εργασία ή σε όλους τους υπαλλήλους ή κατ' αρχαιότητα	3
3. Συνεισφορές της εταιρίας σε φιλανθρωπικά ιδρύματα	6
4. Έξοδα για ψυχαγωγία και δημιουργία αθλητικών χώρων	3
5. Χρηματοδοτούμενα από την εταιρία πολιτιστικά γεγονότα	3
6. Συνολικές εθελοντικές πληρωμές στους υπαλλήλους σε περιπτώσεις δυσκολίας (σεισμοπαθείς)	1
7. Έξοδα για συντήρηση, λειτουργία, εξοπλισμό παιδικής στέγης	2
8. Ποσά για παιδικές κατασκηνώσεις	3
9. Πληρωμές για στεγαστικά προγράμματα	3
10. Χρηματικά βραβεία σε φοιτητές και μαθητές	2
11. Εκδρομές εξωτερικού - εσωτερικού	2
12. Επιδόματα γάμου	1
13. Πληρωμές για επίδομα γεύματος	1
14. Σύνολο πληρωμών (και ποσοστά κέρδους) βάσει του προγράμματος διανομής κερδών	3

VII. Υγειονομικές υπηρεσίες υπαλλήλων

1. Έξοδα για τη λειτουργία ιατρείου (Γιατρός, Νοσοκόμα)	6
2. Συμπληρωματικά ποσά που αποβλέπουν στην κάλυψη των εργαζομένων από τους Ασφαλιστικούς Οργανισμούς	1
3. Πρόσθετη ασφάλιση από ασφαλιστικές εταιρίες	4
4. Παροχή νοσοκομειακής ασφάλισης στους εργαζόμενους και στις οικογένειές τους (πρόσθετη)	3
5. Πρόσθετη ασφάλιση θανάτου και αναπηρίας	2
6. Σεμινάρια για θέματα υγείας	1
7. Υποχρεωτικές ιατρικές εξετάσεις κάθε διετία	1
8. Κονδύλια για πρόνοια και φάρμακα	1

VIII. Προγράμματα συνταξιοδότησης από την εταιρία

1. Συνολικά έξοδα για προγράμματα συνταξιοδότησης και ασφάλεια ζωής	5
2. Συνολικές προνομιακές πληρωμές συνταξιούχων (που αποχωρούν)	1

- | | |
|---|---|
| 3. Βελτιώσεις στα προγράμματα συντάξεων (συμπληρωματικές συντάξεις σε υπαλλήλους που δεν είχαν καλυφθεί από πριν) | 1 |
|---|---|

IX. Στεγαστικό πρόγραμμα εταιρίας

- | | |
|--|---|
| 1. Στεγαστικό πρόγραμμα για τους υπαλλήλους | 3 |
| 2. Συνολικός αριθμός των ιδιοκτητών από την εταιρία και χρηματοδοτούμενων από την εταιρία στεγαστικών μονάδων | 1 |
| 3. Συνολικά ετήσια έξοδα για τη στέγαση των υπαλλήλων (στέγαση από την εταιρία και στεγαστικά δάνεια με χαμηλό τόκο) | 3 |
| 4. Κατασκευή νέων στεγαστικών μονάδων από την εταιρία | 1 |
| 5. Αριθμός των υπαλλήλων που έλαβαν στεγαστικά δάνεια | 2 |
| 6. Κόστος συντήρησης της στέγης και εκμοντερνισμού | 1 |
| 7. Συνολικό κόστος προγράμματος για την κατασκευή χωριού με χώρους ψυχαγωγίας | 1 |
| 8. Στεγαστικά δάνεια σε σεισμοπαθείς | 1 |

X. Συμμετοχή υπαλλήλων στο κεφάλαιο

- | | |
|--|---|
| 1. Ποσοστό μετοχών των ιδίων κεφαλαίων που ανήκουν στο προσωπικό | 2 |
| 2. Πρόγραμμα της εταιρίας για την αγορά μεριδίου | 1 |

XI. Εργατική αντιπροσώπευση - Επικοινωνία με τους υπαλλήλους

- | | |
|--|---|
| 1. Γενικές παρατηρήσεις που αφορούν τη συνεργασία με τους εργατικούς αντιπροσώπους (ή υπαλλήλους γενικά) | 5 |
| 2. Κοινές αποφάσεις εργατών - διοίκησης σε θέματα που αφορούν τους εργάτες | 1 |
| 3. Έκδοση περιοδικού του προσωπικού | 1 |

XII. Έρευνα και Ανάπτυξη - Επενδυτικά Προγράμματα

- | | |
|--|----|
| 1. Συνολικά έξοδα για την Ε. και Α. - Ε.Π. | 18 |
| 2. Γενικές παρατηρήσεις που αφορούν την πολιτική Ε.Α. - Ε.Π., μελλοντικά προγράμματα, συντονισμός πολιτικής | 13 |
| 3. Πατέντες της εταιρίας | 2 |
| 4. Γενικές παρατηρήσεις που αφορούν προσπάθειες προστασίας του περιβάλλοντος και οικολογικά θέματα σε ερευνητικά προγράμματα | 7 |

XIII. Θέματα περιβάλλοντος

1. Συνολικά έξοδα για προστασία περιβάλλοντος (μερικές φορές), συνολική επένδυση μέχρι σήμερα (μερικές φορές) και μελλοντικά επενδυτικά προγράμματα	7
2. Ειδικά τμήματα προστασίας περιβάλλοντος	5
3. Ειδικά προγράμματα (συνολικός αριθμός παρατηρήσεων)	20
α) Πρόγραμμα καθαρισμού στερεών υπολειμμάτων	4
β) Σύστημα μέτρησης ακτινοβολιών	1
γ) Αλλαγές καυσίμων για την προστασία του περιβάλλοντος	2
δ) Εγκατάσταση καθαρισμού του αέρα	3
ε) Πρόγραμμα μείωσης θορύβου (ηχορύπανσης)	1
στ) Πρόγραμμα καθαρισμού χημικών αποβλήτων	4
ζ) Μείωση της εκπομπής σκόνης	1
η) Σύστημα ελέγχου θειικών ουσιών	1
θ) Πρόγραμμα μείωσης της ρύπανσης του αέρα	3
4. Επίδραση της νομοθεσίας "περί αντιμόλυνσης" στην εταιρία (κυρίως αρνητικές επιρροές)	2

XIV. Διάφορα άλλα σημεία

1. Αποτελέσματα της αποτροπής ατυχημάτων και πρόγραμμα ασφάλειας (περιλαμβάνοντας έκθεση των κυριότερων βιομηχανικών ατυχημάτων)	1
2. Συνεργασία με την κυβέρνηση σε προγράμματα έρευνας και ασφάλειας	1
3. Συνολικές αγορές και συνολικές εξωτερικές πωλήσεις	16
4. Αριθμός τραπεζών που χρησιμοποιεί η εταιρία	3
5. Συνολικές πληρωμές φόρων	18
6. Οικονομική βοήθεια σε φοιτητές	1
7. Αναφορά στην οικονομική πολιτική στο εσωτερικό και διεθνώς	15

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την εξέταση που έγινε στις ετήσιες εκθέσεις παρουσιάζεται μια περιορισμένη περιγραφή των δραστηριοτήτων της Λογιστικής της Κοινωνικής Ευθύνης των Επιχειρήσεων σε σχέση με τις περιοχές κοινωνικού ενδιαφέροντος. Οι εκθέσεις, όσες από αυτές ασχολούνται με κοινωνική πολιτική, αναφέρονται σε θέματα τα οποία είναι ευνοϊκά για τις εταιρίες. Εάν η διεύθυνση αποφασίσει να αποκαλύψει τα κοινωνικά δεδομένα στο κοινό, μπορεί να χρησιμο-

ποιήσει αρκετές μεθόδους. Για παράδειγμα, τα δεδομένα μπορεί να αποκαλυφθούν σ' ένα ξεχωριστό τμήμα των οικονομικών εκθέσεων ή και σε μια ξεχωριστή λογιστικοκοινωνική έκθεση. Στην παρουσίαση θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν χρηματικά και μη χρηματικά δεδομένα. Ακόμη θα μπορούσαμε να αγνοήσουμε το πού και το πώς αποκαλύπτουν τα στοιχεία για την κοινωνική υπευθυνότητα, αλλά παρ' όλα αυτά η προσπάθεια έκθεσης θα μπορούσε να δώσει πολύτιμα οφέλη και στην επιχείρηση και στην κοινωνία.

Η πορεία της επανεκτίμησης ίσως είναι επίπονη, αλλά ίσως τώρα είναι η ώρα να επανεξετασθεί η φιλοσοφία των Λογιστικοκοινωνικών εκθέσεων. Μπορεί να προκύψουν οφέλη τόσο για το λογιστικό επάγγελμα όσο και για την κοινωνία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας εταιριών που συμμετέχουν στην έρευνα

1. Αλλατίνη Α.Β.Ε.Ε.
2. Αλουμίνιο της Ελλάδος Α.Ε.
3. Βαμβακουργία Βόλου Α.Ε.
4. Βιομηχανία συσκευαστικών Α.Ε.
5. Βοκτάς Α.Ε.
6. Διεθνής Βιομηχανία Ενδυμάτων Α.Ε.
7. Δωδώνη Αγροτική Βιομηχανία Γάλακτος Ηπείρου Α.Ε.
8. Ελαΐς Α.Ε.
9. Ελενίτ Α.Ε.
10. Ελληνικά Διυλιστήρια Ασπρόπυργου Α.Ε.
11. Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης Α.Ε.
12. Ελληνική Βιομηχανία Όπλων Α.Ε.
13. Ελληνική Εταιρία Ηλεκτρικών Καλωδίων Α.Ε. (Fulgor)
14. Ελληνικό Πυριτιδοποιείο και Καλυκοποιείο Α.Ε.
15. Έλσα Α.Ε.
16. Έτμα Α.Ε. Τεχνητής Μετάξης
17. Ηνωμένα Σωληνουργεία Α.Β.Ε.
18. Ηρακλής Α.Γ.Ε.Τ.
19. Καρέλια Α.Ε.
20. Κεράνης Α.Ε.
21. Κλωστήρια Ναούσης Α.Ε.
22. Λαυρεωτική Α.Β.Ε.
23. Λεβεντάκης Α.Ε.
24. Μακεδονικά Κλωστήρια Α.Ε.
25. Μέτκα Α.Ε.
26. Μύλοι Αγίου Γεωργίου Α.Ε.
27. Ναυπηγεία Χαλκίδος Α.Ε.
28. Οινοτράνς Α.Ε.Β.Ε.
29. Παπαστράτος Α.Β.Ε.
30. Πειραιϊκή - Πατραϊκή
31. Α. Γ. Πετζετάκης Α.Ε.
32. Σωληνουργεία Αθηνών Α.Ε.
33. Τιτάν Α.Ε. Τσιμέντων
34. Τσιμέντα Χαλκίδας Α.Ε.
35. Υαλουργική Βιομηχανία «Γιούλα Α.Ε.»
36. Χάλυψ Α.Ε.
37. Χημικές Βιομηχανίες Βορείου Ελλάδος Α.Ε.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ντε Σεναρκλάνς, "Κοινωνικός Απολογισμός των Εταιριών", *Δελτίο Διοικήσεως Επιχειρήσεων*, Ιανουάριος 1982, τεύχος 192, τέλος 21,6. 18-19.
- Committee on Accounting for Social Performances, "Report of the Committee on Accounting for Social performance 1973", *Management Accounting*, Feb. 1974.
- Schoenfeld H. M., *The Status of Social Reporting in Selected Countries*, University of Illinois.
- Schoenfeld H. M., *Social Reporting. Its Present Development in West Germany, Austria, and Switzerland*.
- Estes R., "Social Reporting in Japan", G.J.E. Guthrie Mathews, "Current State of Social Accounting in Australia", *Annual Conference of the American Accounting Association*, Toronto, August 1984.
- Estes R., "Standards for Corporate Social Reporting", *Massachusetts CPA Review*, 1979.
- Hussey R., "France has a Social audit", *Accountancy*, Feb. 1978.
- Gray R., Perks B., "How Desirable is social Accounting?", *Accountancy*, April 1982, pp. 101-102.
- Παπανδρόπουλος Α., "Οικονομικός Ισολογισμός της "Πειραιϊκής - Πατραϊκής", *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 24.2.1983.
- Elias N., Epstein M., "Dimension of corporate Social Reporting", *Management Accounting*, March 1975.
- Gray R., Owen D., Maunders K., "Corporate Social Reporting: The way forward", *Accountancy*, Vol. 98, n. 1120, Dec. 1986, pp. 108-109.
- Dierkes M., Berthoin A.A., "The Usefulness and use of Social Reporting information", *Accounting, Organization & Society*, Vol. 10, n. 1, pp. 29-34.
- Ray F., *Corporate Social Responsibility and Social Reporting in France*, pp. 109-146.
- Φίλιος Φ.Β., *Η Κοινωνικοοικονομική Λογιστική*, έκδοση Κ.Ε.Π.Ε., Αθήνα, Αύγουστος 1984.
- Φωτήλας Π., "Ήρθε η Ώρα για να Υπολογισθεί και Γνωστοποιηθεί στο κοινό η Κοινωνική Συνεισφορά των Επιχειρήσεων", *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 438 (1976), 18.9. 1980, σ. 38-40.