

Stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru na tému „Vytvorenie európskej sociálnej značky“ (prieskumné stanovisko)

(2013/C 76/04)

Spravodajkyňa: **Ariane RODERT**

Európsky parlament sa 3. júla 2012 rozhodol podľa článku 304 Zmluvy o fungovaní Európskej únie požiadať Európsky hospodársky a sociálny výbor o vypracovanie prieskumného stanoviska na tému

„Vytvorenie európskej sociálnej značky“.

Odborná sekcia pre zamestnanosť, sociálne veci a občianstvo poverená vypracovaním návrhu stanoviska výboru v danej veci prijala svoje stanovisko 20. decembra 2012.

Európsky hospodársky a sociálny výbor na svojom 486. plenárnom zasadnutí 16. a 17. januára 2013 (schôdza zo 16. januára 2013) prijal 128 hlasmi za, pričom 1 člen hlasoval proti a 9 sa hlasovania zdržali, nasledujúce stanovisko:

1. Závbery a odporúčania

1.1 Európsky hospodársky a sociálny výbor víta príležitosť vyjadriť sa k návrhu výboru Európskeho parlamentu pre zamestnanosť a sociálne veci rozbehnúť v roku 2013 pilotný projekt týkajúci sa európskej sociálnej značky. Od žiadosti o vypracovanie stanoviska sa však situácia zmenila, keďže dokument rozpočtového výboru Európskeho parlamentu zo 4. októbra 2012 bol prijatý bez akéhokoľvek odkazu na tento pilotný projekt.

1.2 EHSV v zásade podporuje myšlienku posilniť sociálny rozmer v Európe a súhlasí s tým, že sociálna zodpovednosť podnikov (SZP) by sa mala uznávať a podporovať. Je však dôležité zdôrazniť, že sociálna zodpovednosť podnikov nesmie v žiadnom prípade nahradiť sociálne práva zaručené legislatívnymi alebo medzinárodnými nástrojmi, ktorých kľúčovým prvkom je sociálny dialóg.

1.3 Ako prvý krok preto treba podrobnejšie objasniť prínos, načasovanie a zameranie tohto návrhu vo vzťahu k jeho politickým cieľom. Tieto ciele sú dôležité, avšak za súčasných okolností by sa účinnejšie dosiahli predovšetkým prostredníctvom prísnejších a lepšie uplatňovaných právnych predpisov v sociálnej oblasti.

1.4 Okrem toho by EHSV chcel poukázať na to, že táto iniciatíva je síce dôležitá, ale treba si položiť otázku, či by v súčasnej kríze, ktorú charakterizuje vysoká miera nezamestnanosti a rastúci počet bankrotov, nebol tento návrh príliš komplikovaný. Sociálna značka vyjadruje v rámci sociálnej zodpovednosti podnikov len dobrovoľné sociálne aktivity, tie sa však z dôvodu odlišných právnych predpisov v jednotlivých členských štátoch líšia, keďže európska legislatíva stanovuje len minimálne štandardy. Nebolo by žiaduce zavádzať ďalšie povinnosti pre podniky, pretože hrozí, že sa tým v súčasnej situácii zväčší priepasť, namiesto toho, aby sa posilnila súdržnosť medzi rozdielne veľkými podnikmi a členskými štátmi EÚ.

1.5 Aby sa zabránilo zmätkom, musia sa vziať do úvahy aj súbežne prebiehajúce iniciatívy, ako je napr. sociálna značka v oblasti sociálneho podnikania (ako sa uvádza v „Iniciatíve pre sociálne podnikanie“). V tejto súvislosti EHSV odporúča

počkať si na výsledky a poučiť sa z pripravovanej analýzy Komisie týkajúcej sa sociálnej značky v oblasti sociálneho podnikania. V tomto návrhu by sa mali zohľadniť aj iné prelínajúce sa iniciatívy, ako napr. nové ocenenia v oblasti sociálnej zodpovednosti podnikov, sociálne aspekty pri verejnom obstarávaní atď.

1.6 EHSV naďalej považuje za potrebné lepšie preukázať hodnovernosť, oprávnenosť a uskutočniteľnosť dobrovoľnej sociálnej značky. Na to, aby sa vytvorila dôvera v novú značku a značka sa dostala do povedomia, je potrebný rozsiahly akreditačný a monitorovací systém na európskej úrovni, ktorý treba posúdiť vzhľadom na relatívny úžitok ďalšieho systému udeľovania značiek. V tejto súvislosti EHSV odporúča pred tým, než sa začne uvažovať o zavedení novej európskej sociálnej značky dôkladne zmapovať existujúce systémy udeľovania značiek v jednotlivých členských štátoch, identifikovať osvedčené postupy a vziať si ponaučenie z neúspešných postupov. EHSV preto odporúča radšej zlepšiť súčasné systémy označovania a rozšíriť ich o sociálnu zodpovednosť (pokiaľ ju už nezohľadňujú).

1.7 Okrem toho by sa mali zlepšovať poznatky o už existujúcich systémoch a podnikoch, ktoré ich používajú, a ďalšie podniky by sa mali podnecovať, aby ich uplatňovali, namiesto toho, aby sa zavádzal ďalší systém, na ktorý si spotrebiteľia a podniky budú musieť najprv zvyknúť. Okrem toho by sa malo uvažovať o komunikačnej činnosti zameranej na európske značky, aspoň v strednodobom horizonte, s cieľom zvýšiť informovanosť spotrebiteľov a občanov.

1.8 Ak sa má niekedy nejaká značka zaviesť, v záujme zabránenia narušaniu hospodárskej súťaže by sa európska sociálna značka nemala príliš odchyľovať od medzinárodne uznávanej standardizácie, ale mala by obsahovať typický európsky aspekt – rešpektovanie sociálnych práv.

2. Úvod

2.1 Výbor Európskeho parlamentu pre zamestnanosť a sociálne veci navrhol zaviesť v roku 2013 pilotný projekt týkajúci sa európskej sociálnej značky, ale dokument rozpočtového výboru Európskeho parlamentu o pilotných projektoch

bol v októbri prijatý bez akéhokoľvek odkazu na tento návrh⁽¹⁾. Vzhľadom na túto novú situáciu sa toto stanovisko zameria v prvom rade na poskytnutie praktických podnetov k navrhovanému projektu.

2.2 Návrh je postavený na myšlienke prispieť k vytvoreniu sociálnejšej Európy, v ktorej sa budú minimálne sociálne a pracovné normy účinnejšie uplatňovať. Cieľom je podnecovať vytváranie pracovných miest, podporovať zamestnanosť mladých ľudí a bojovať proti chudobe prostredníctvom zavedenia progresívneho systému oceňovania vo forme „európskej sociálnej značky“.

2.3 Žiadosť Európskeho parlamentu adresovaná EHSV sa konkrétne týka otázky a) aký vplyv a prínos by táto značka mala v rôznych oblastiach politiky, b) aký typ podnikov by mal o ňu záujem na základe dobrovoľnosti, c) aké sú možnosti vytvorenia progresívnej značky, d) aké kritéria by museli byť splnené na získanie značky a e) čo by bolo potrebné urobiť na zvýšenie informovanosti o tejto značke.

2.4 Zámerom výboru pre zamestnanosť je, aby bola sociálna značka dobrovoľná a bezplatná. Návrh je určený všetkým podnikom v EÚ, ale zameriava sa najmä na MSP⁽²⁾ a VMP⁽³⁾. Cieľom je vytvoriť sociálne zodpovednejšiu Európu zabezpečením vysokých sociálnych noriem vo všetkých podnikoch v EÚ. Cieľom návrhu je tiež zosúladiť súčasné systémy označovania a určiť potenciálne zlepšenia prostredníctvom hodnotiacej stupnice. Na základe zoznamu sociálnych kritérií sa má posúdiť interná sociálna zodpovednosť podnikov udelením rôznych úrovní sociálnej značky.

3. Všeobecné pripomienky

3.1 Podľa názoru EHSV je úsilie o posilnenie sociálneho rozmeru a sociálnych hodnôt v Európe dôležité, ale mal by sa zväziť **prínos, načasovanie a zameranie tohto projektu** a zohľadniť prebiehajúce iniciatívy v príslušných oblastiach. EHSV by preto privítal jasnejšie zdôvodnenie toho, akú pridanú hodnotu takáto iniciatíva prinesie a pre koho, a aký bude mať prínos pre legislatívu EÚ.

3.2 EHSV nedávno vo svojom stanovisku o sociálnej zodpovednosti podnikov⁽⁴⁾ uviedol, že SZP je koncepciou trvalo udržateľného rozvoja. V tomto stanovisku zdôraznil, že je potrebné ujasniť pojmy „sociálna zodpovednosť“ (len na pracovisku) a „spoločenská zodpovednosť“ (aktivity mimo pracoviska).

3.3 Keďže návrh sociálnej značky predložený výborom pre zamestnanosť sa podľa tejto definície zjavne vzťahuje na

„sociálnu zodpovednosť“, pretože je určený všetkým podnikom v rámci EÚ, je potrebné zohľadniť prebiehajúcu prácu Komisie týkajúcu sa stratégie EÚ pre sociálnu zodpovednosť podnikov z roku 2011⁽⁵⁾, ktorá sa už podobnými aspektmi zaoberá.

3.4 Ako EHSV už v minulosti konštatoval, je dôležité zdôrazniť, že sociálna zodpovednosť podnikov **nesmie v žiadnom prípade nahradiť sociálne práva zaručené legislatívnymi alebo medzinárodnými nástrojmi**, za ktoré sú v prvom rade zodpovedné štáty a vlády. Veľa podnikov navyše dobrovoľne berie na seba väčšiu zodpovednosť, a preto je dôležité podčiarknuť, že prevzatie väčšej sociálnej zodpovednosti nad rámec zákonných požiadaviek by sa malo oceniť a podporovať. EHSV zastáva názor, že každý podnik musí nájsť vlastný spôsob, ako prejať sociálnu zodpovednosť aj mimo rámca právnych nástrojov. Sociálna značka na účely sociálnej zodpovednosti podnikov v sebe skrýva riziko, že prioritou už nebude sociálna inovácia, ale snaha splniť požiadavky na získanie certifikátu.

3.5 Myšlienka zaviesť sociálnu značku sa objavila už skôr, a to v súvislosti s prácou Komisie v oblasti sociálnych podnikov, ktorou sa EHSV aktívne zaoberal vo viacerých svojich stanoviskách⁽⁶⁾. Oznámenie „Na ceste k Aktu o jednotnom trhu“⁽⁷⁾ sa zmieňuje o označovaní v súvislosti so sociálnym podnikaním a sociálnymi podnikmi. Komisia na túto kľúčovú iniciatívu neskôr nadviazala v oznámení „Iniciatíva pre sociálne podnikanie“⁽⁸⁾, ktorého cieľom je zlepšiť možnosti sociálnych podnikov pôsobiť, konkurovať a rásť za rovnakých podmienok ako ostatné podniky. Jedným z návrhov tejto iniciatívy bolo vytvoriť verejnú databázu značiek a certifikácií s cieľom umožniť zainteresovaným stranám lepšie pochopiť a porovnať rozličné formy označovania sociálnych podnikov v rámci EÚ. Komisia tiež zamýšľa v dohľadnom čase iniciovať štúdiu zameranú na sociálne podniky, s cieľom zmapovať existenciu sociálnych značiek a ich foriem, ako aj iné špecifické znaky, pravidlá a modely týchto podnikov.

3.6 EHSV sa preto domnieva, že **nadchádzajúce mapovanie, ako sa uvádza v „Iniciatíve pre sociálne podnikanie“**, sa musí uskutočniť pred vypracovaním širšej definície sociálneho označovania podnikov, a **nezávisle od neho**. Podľa názoru EHSV sa táto začatá činnosť musí dokončiť pred tým, než sa začne uvažovať o rozsiahlejšom systéme udeľovania značiek, pretože mapovanie existujúcich systémov značiek pre sociálne podniky by mohlo poskytnúť cenné informácie týkajúce sa možností a výhod rozsiahlejšieho systému. Okrem toho by sa iným podobným iniciatívam, ako je napr. zohľadňovanie sociálnych aspektov pri verejnom obstarávaní, nové značky v oblasti SZP a sociálna značka a platformy odvetví v oblasti sociálneho označovania podnikov, mala dať možnosť vyzrieť pred tým, než sa začne s novými aktivitami.

(1) Výbor Európskeho parlamentu pre rozpočet, 4. októbra 2012.

(2) Malé a stredné podniky.

(3) Veľmi malé podniky.

(4) Ú. v. EÚ C 229, 31.7.2012, s. 77.

(5) COM(2011) 681 final.

(6) Ú. v. EÚ C 24, 28.1.2012, s. 1a Ú. v. EÚ C 229, 31.7.2012, s. 44.

(7) COM(2010) 608 final.

(8) COM(2011) 682 final.

3.7 EHSV by chcel zdôrazniť, že je dôležité jasne rozlišovať medzi návrhom výboru pre zamestnanosť (týkajúcim sa sociálnej zodpovednosti podnikov) a iniciatívou pre sociálne podnikanie: majú rôzne ciele, a preto k nim treba odlišne pristupovať. EHSV preto žiada výbor pre zamestnanosť, aby vo svojom návrhu zvážil používanie iného pojmu, aby sa **predišlo ďalšiemu zmätku v terminológii**. Tento návrh podporuje aj tá skutočnosť, že v oblasti sociálneho podnikania už existujú uznávaní aktéri, ktorí sú oprávnení používať takýto pojem ako označenie sociálneho podniku, napr. „Social Enterprise Mark“⁽⁹⁾.

4. Osobitné pripomienky k otázkam výboru pre zamestnanosť

4.1 Cieľom navrhovaného pilotného projektu sociálnej značky je povzbudiť podniky, aby vo svojom úsilí stať sociálne zodpovednejšími išli nad rámec svojich zákonných povinností. Táto iniciatíva je mimoriadne dôležitá, výbor si však kladie otázku, či by takáto európska sociálna značka nebola v súčasnej hospodárskej situácii príliš zložitá v porovnaní s jej prínosom. Politickým cieľom návrhu je podporiť vytváranie pracovných miest a zamestnanosť mladých ľudí a bojovať proti chudobe. Všetky tieto oblasti sú pre Európu veľmi dôležité, ale EHSV sa domnieva, že spojitost medzi nimi a dobrovoľnou sociálnou značkou je príliš slabá na to, aby bola účinná. Podľa názoru EHSV sa tieto ciele účinnejšie dosiahnu v prvom rade prostredníctvom prísnejších a lepšie uplatňovaných právnych predpisov a obnovenej a posilnenej otvorenej metódy koordinácie v sociálnej oblasti.

4.2 EHSV tiež považuje za dôležité poukázať na to, že návrhy v tejto oblasti musia vychádzať z predpokladu, že silné a konkurencieschopné podniky sú kľúčom k dosahovaniu hospodárskeho rastu, a tým k vytváraniu udržateľných podmienok pre lepšie sociálne normy.

4.3 Návrh obsahuje aj postupný a progresívny „systém hodnotenia“ založený na tom, ako dobre podnik spĺňa rôzne sociálne kritériá, ako je napr. primeraný plat, sociálne zabezpečenie, zdravotná starostlivosť, rovnosť žien a mužov, starostlivosť o deti, práca na diaľku atď. Vzhľadom na pretrvávajúcu hospodársku krízu a veľké problémy, ktorým niektoré krajiny čelia, sa EHSV obáva toho, že v súčasnej situácii takýto progresívny systém hodnotenia **zväčší priepasť medzi rôzne veľkými podnikmi a členskými štátmi EÚ, namiesto toho, aby sa posilnila súdržnosť**. Progresívny systém hodnotenia nebude plniť svoj účel, pokiaľ nebude koncipovaný tak, aby bol vhodný nielen pre veľké nadnárodné spoločnosti, ale aj – a to najmä – pre malé a stredné podniky a veľmi malé podniky.

4.4 Okrem toho, značka je užitočná iba vtedy, keď je známa a uznávaná. O malých a stredných podnikoch, ako aj veľmi malých podnikoch, ktorým bola udelená značka, by sa mali viesť informačné kampane s cieľom vyzdvihnúť ich angažovanosť. Treba preto podrobne prediskutovať, čo sa považuje za

sociálny pokrok, a to s ohľadom na subsidiaritu v tejto oblasti a tiež s ohľadom na rôzne tradície a modely vnútroštátnych systémov sociálnej starostlivosti a sociálneho zabezpečenia. **Tento dialóg sa musí viesť so sociálnymi partnermi a ďalšími zainteresovanými stranami**, ako sú združenia spotrebiteľov, a to tak na úrovni EÚ, ako aj na úrovni jednotlivých členských štátov.

4.5 V rámci úsilia EÚ o uľahčenie zakladania a fungovania podnikov sa zaviedlo veľa opatrení zameraných na zjednodušenie a na podporu rastu v snahe zabrániť oslabovaniu sociálnej zodpovednosti podnikov, sociálnych práv zamestnancov alebo možností dosiahnuť rast a konkurencieschopnosť podnikov. Hoci v oblasti práv je potrebné vykonať ešte veľa práce, EHSV pochybuje o tom, že dobrovoľný systém bude účinný pri zlepšovaní sociálnej zodpovednosti. Upozorňuje tiež na to, že hoci je systém označovania bezplatný, bude si **vyžadovať finančné prostriedky**, ktoré by podniky, ktoré už sú pod tlakom súčasnej krízy, mohli lepšie využiť.

4.6 V rámci úsilia o zlepšenie sociálnej zodpovednosti je tiež potrebné posúdiť, na koľkých úrovniach je podnik zodpovedný za sociálne práva, napr. pokiaľ ide o spoluprácu s dodávateľmi z krajín mimo EÚ. Pokiaľ nebude jasno v tejto otázke zodpovednosti, nebude môcť vzniknúť dôvera v túto značku. Pozornosť by sa mala venovať aj **možnému vplyvu na obchod a dovozov**.

4.7 Ďalšou dôležitou otázkou, ktorú treba nastoliť, je **legitimita potenciálne štandardizovanej značky**. Predchádzajúce skúsenosti ukázali, že podobné relatívne normatívne iniciatívy prichádzajúce zhora majú vo všeobecnosti len malý vplyv na organizácie spotrebiteľov alebo iné zainteresované subjekty, čo je však predpokladom toho, aby mala značka nejaký účinok. V tejto súvislosti je Fairtrade⁽¹⁰⁾ dobrým príkladom toho, ako spotrebiteľia sami prevzali iniciatívu na zavedenie značky, a mohol by slúžiť ako návod. Podrobnejšie by sa mali analyzovať aj príklady systémov označovania, ktoré riadne nefungovali⁽¹¹⁾.

4.8 Je dôležité zvážiť, ako vybudovať dôveru v novú značku. Z hľadiska spotrebiteľov je už súčasná situácia mätúca: existujú rôzne systémy označovania, z ktorých mnohým je ťažké porozumieť a je nemožné ich všetky poznať. Vytvoriť ďalší nový systém a žiadať od spotrebiteľov, aby si informovane vybrali, by boli prehnane očakávania. Namiesto zavádzania novej sociálnej značky by bolo vhodné **považovať o rozšírení súčasných systémov označovania o aspekt sociálnej zodpovednosti** (pokiaľ ho už nezohľadňujú). To isté platí pre schopnosť značky zvýšiť dôveru investorov. Napríklad Komisia na základe iniciatív týkajúcich sa sociálnych investícií vypracuje usmernenia pre zlepšenie informovania o výsledkoch dosiahnutých v sociálnom podnikaní. EHSV vyzdvihol tento prístup ako zásadný prvok v súvislosti s investíciami do sociálneho podniku⁽¹²⁾, a v tejto iniciatíve by sa mal zohľadniť.

⁽¹⁰⁾ <http://www.fairtrade.net>

⁽¹¹⁾ Napr. belgická sociálna značka a francúzska sociálna a environmentálna značka.

⁽¹²⁾ Ú. v. EÚ C 229, 31.7.2012, s. 55.

⁽⁹⁾ <http://www.socialenterprisemark.org.uk>

4.9 Pozornosť by sa mala venovať aj ťažkostiam spojeným s vytvorením komplexného systému na európskej úrovni, najmä zo sociálneho, technického a praktického hľadiska. Existujú už rôzne systémy certifikácie pre rozličné typy sociálnych značiek, z ktorých väčšina prispela k zviditeľneniu sociálnych otázok a ich významu v rámci podnikov⁽¹³⁾. V súvislosti s návrhom výboru pre zamestnanosť by sa osobitná pozornosť mala venovať norme ISO 26000⁽¹⁴⁾, ktorá sa vzťahuje na väčšinu kritérií zahrnutých do návrhu a ku ktorej už mnoho podnikov pristúpilo. Existuje tiež mnoho ďalších rôznych zavedených medzinárodných noriem⁽¹⁵⁾. V rámci pilotného projektu by sa preto malo vyhodnotiť, či je užitočné vytvoriť ďalší systém označovania alebo či by nebolo **lepšie zvýšiť informovanosť podnikov o existujúcich systémoch a nabádať podniky, aby ich používali** a posilniť tieto systémy napr. prostredníctvom ukazovateľov zlepšovania.

4.10 V záujme zabránenia narušaniu hospodárskej súťaže by sa európska sociálna značka nemala príliš odchyľovať od medzinárodne uznávanej štandardizácie, mala by však obsahovať typický európsky aspekt – rešpektovanie sociálnych práv.

4.11 Mnohé z navrhovaných kritérií sociálnej značky sú predmetom sociálneho dialógu, oblastí rokování, v ktorých rozhodujú sociálni partneri alebo platných vnútroštátnych právnych predpisov, čo znamená, že by nebolo vhodné tieto kritériá vrstviť. EHSV poukazuje na to, že v rámci sociálneho dialógu boli podporené osvedčené postupy a vypracované usmernenia v tejto oblasti, keďže sociálna zodpovednosť podnikov prispieva k sociálnemu dialógu a dopĺňa ho.

4.12 Vytvoriť zoznam sociálnych kritérií, ktoré sú vhodné pre všetky typy podnikov, situáciu v každej krajine a podmienky, je zložité a náročné. Popri právnych predpisoch Spoločenstva existuje v súčasnosti celý rad vnútroštátnych systémov a tradícií týkajúcich sa týchto sociálnych výhod, ako sú napr. systémy starostlivosti o deti, rodičovská dovolenka, zdravotná starostli-

vosť, minimálna mzda atď. Pilotný projekt by preto mal pri hodnotení užitočnosti značky **brať do úvahy otázky subsidiarity**, ktoré vyvstanú, ako aj navrhované kritériá.

4.13 V záujme vybudovania dôvery v značku je nevyhnutné nielen zvýšiť informovanosť medzi podnikmi, investormi a spotrebiteľmi, ale vytvoriť aj účinný **monitorovací systém**. Značka poskytuje iba momentálny obraz o tom, ako dobre plnil podnik kritériá v čase podania svojej žiadosti. Bez nezávislého orgánu zodpovedného za certifikáciu, monitorovanie a lehoty si značka nebude môcť vybudovať žiaducu dôveru alebo dosiahnuť sociálny pokrok. V tejto súvislosti treba zohľadniť aj riziko zneužívania a nezrovnalostí, ako aj postup na vylúčenie podniku. Vytvorenie vhodného monitorovacieho postupu si bude vyžadovať zdroje a byrokráciu, a preto je dôležité zväziť očakávaný sociálny prínos v porovnaní so zvýšenou byrokráciou a zložitou.

4.14 EHSV pochybuje o tom, či je rozumné vytvoriť systém označovania, ktorý má zahŕňať všetky odvetvia a členské štáty v Európe. Medzi podnikmi existujú výrazné rozdiely v ich schopnosti dosiahnuť navrhované ciele, a preto nie je možné zriadiť taký orgán posudzovania, ktorý by bol spravodlivý ku všetkým. Preto výbor namiesto toho navrhuje vypracovať **jeden aspekt širšej koncepcie sociálnej zodpovednosti podnikov**, podľa ktorého by sa značka vzťahovala na rôzne činnosti a postupy, a nie na samotné podniky.

4.15 EHSV preto zdôrazňuje, že ak by sa niekedy v tejto oblasti uskutočnil pilotný projekt, na jeho prípravu by sa mala podieľať **cieľová skupina, ktorej je značka určená**. Bolo by užitočné uskutočniť štúdiu s cieľom objasniť hlavné prvky sociálnej značky, napr. monitorovanie, obdobie platnosti, odňatie značky, intervaly hodnotenia, ukazovatele zlepšenia atď. Cieľom pilotného projektu by tiež malo byť určiť, či je európska sociálna značka uskutočniteľná a užitočná na dosiahnutie požadovaných výsledkov.

V Bruseli 16. januára 2013

Predseda
Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru
Staffan NILSSON

⁽¹³⁾ Napr. Global Compact, EMAS, Business Social Compliance Initiative, Global Reporting.

⁽¹⁴⁾ <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

⁽¹⁵⁾ Smernice OECD pre nadnárodné spoločnosti, trojstranné vyhlásenie MOP, iniciatíva OSN Global Compact.