



► ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ | ΜΑΡΙΝΑ ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΥ

Διαβάστε

**Νέες ευκαιρίες
για βιώσιμη
ανάπτυξη**

■ Σελίδα 43

ΕΡΓΑΛΕΙΑ
Οδηγός υπεύθυνων
επιχειρήσεων

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
Great place
to work!

ΕΚΕ: Πολυτέλεια ή αναγκαιότητα

Μόνο το περασμένο έτος έκλεισαν 68.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ άλλες 63.000 βρίσκονται σε κρίσιμη κατάσταση, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου (ΕΣΕΕ). Η οικονομική κρίση που βιώνει η Ελλάδα έχει αποκτήσει χαρακτηριστικά κοινωνικής κρίσης, διαρρηγνύοντας τη συνοχή της κοινωνίας και τις παγιωμένες κοινωνικές δομές

► ΤΟΥ | ΒΑΣΙΛΗ ΔΑΝΕΛΛΗ

Τα σύγχρονα πρότυπα διαβίωσης, επικοινωνίας, εργασίας, κατανάλωσης και κατανομής των πόρων έχουν τεθεί υπό αμφισβήτηση. Γίνεται λοιπόν κοινή γνώση ότι οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις η κάθε μία από μόνης της, αλλά απαιτείται συλλογική, οργανωμένη δράση. Μέσα σε αυτές τις συνθήκες, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη δεν αποτελεί πλέον πολυτέλεια, αλλά αναγκαιότητα. Η οικονομική κρίση καθιστά απαραίτητη τη μετεξέλιξη της ΕΚΕ από μία αόριστη έννοια φιλανθρωπισμού σε βασικό γρονάκι της σύγχρονης επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρήσεις δεν έχουν πλέον την πολυτέλεια να χρησιμοποιούν τη δραστηριότητα στο πλαίσιο της εταιρικής ευθύνης τους ως

επικοινωνιακό εργαλείο, με μοναδικό στόχο να αναβαθμίσουν το κοινωνικό τους προφίλ. Αντιθέτως, η ΕΚΕ πρέπει να αποτελεί μέρος της στρατηγικής τους, ώστε να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Η βασική αρχή της ΕΚΕ είναι ότι αν η επιχείρηση δεν εξυπηρετεί την κοινωνία, τότε η κοινωνία δεν θα δείξει ανοχή στα κέρδη της και θα αμφισβητήσει την ύπαρξή της. Η πρόσφατη έρευνα του Ινστιτούτου Επικοινωνίας και του Ελληνικού Δικτύου για την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη συνεπικουρεί τη συγκεκριμένη άποψη. Τα δύο βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν ήταν ότι οι καταναλωτές χάνουν την εμπιστοσύνη τους απέναντι στις επιχειρήσεις, ενώ οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους δεν είναι έτοιμες να αντιμετωπίσουν τις αναδυόμενες νέες κοινωνικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις, μέσα από

την ουσιαστική υιοθέτηση και εφαρμογή των αρχών και αξιών της ΕΚΕ. Για να καταλάβουμε τη νέα πραγματικότητα που διαμορφώνεται στη χώρα μας αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, πρέπει να συνειδητοποιήσουμε ότι κάθε επιχείρηση, ανεξάρτητα από το μέγεθός της, αποτελεί βασικό παράγοντα τόσο της αγοράς, όσο και της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται. Οι σχέσεις ανάμεσα στην επιχείρηση, τους εργαζομένους, τους καταναλωτές, την τοπική κοινωνία, τους επιχειρηματικούς συνεργάτες (π.χ. προμηθευτές), τους δημόσιους φορείς, τα ΜΜΕ, αλλά και το περιβάλλον (τους φυσικούς πόρους) πρέπει να σφραγίζονται και να παραμένουν άρρηκτες, γιατί όταν κάποιος από τους κρίκους της κοινωνικοοικο-

ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΣΤΗ ΣΕΛ. 34



ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΕΛ. 33

νομικής αλυσίδας οπάσει, τότε δημιουργείται ένας φαύλος κύκλος ύφεσης, ανεργίας, οικονομικής και κοινωνικής κρίσης.

Τα στοιχεία

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το πρώτο τρίμηνο του 2012 η ανεργία έφτασε στο 22,6%, από 20,7% που ήταν το τελευταίο τρίμηνο του 2011 και το 15,9% που ήταν το αντίστοιχο ποσοστό το τρίμηνο του περασμένου έτους. Ο αριθμός των ανέργων αυξήθηκε κατά 57,3% σε σχέση με το πρώτο τρίμηνο του 2011 και ανήλθε σε 1.120.097. Το ποσοστό των «νέων ανέργων» μάλιστα, δηλαδή όσων εισέρχονται για πρώτη φορά στην αγορά εργασίας αναζητώντας απασχόληση, ανέρχεται στο 23,8% του συνόλου των ανέργων, ενώ οι μακροχρόνια ανεργοί, αυτοί δηλαδή που αναζητούν ανεπιτυχώς εργασία για περισσότερους από 12 μήνες, αποτελούν αντίστοιχα το 56,5%. Ως συνέπεια, μειώνεται ραγδαία η καταναλωτική δυνατότητα των πολιτών. Σύμφωνα μάλιστα με τα στοιχεία της έρευνας Visa Europe, η καταναλωτική δαπάνη στην Ελλάδα παρουσιάζει τη μεγαλύτερη μείωση μεταξύ των 27 χωρών της ΕΕ, αγγίζοντας το -12,7% συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2011. Τέλος, όπως σημειώνει έρευνα της ICAP για την επιχειρηματικότητα, η ύφεση της ελληνικής οικονομίας επηρεάζει σημαντικά τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, οι οποίες σημείωσαν πέρυσι ζημιές περίπου δύο δισεκατομμυρίων ευρώ, έναντι των 119 εκατομμυρίων ευρώ ζημιών που είχαν σημειώσει το 2010. Η ύφεση της οικονομίας προκάλεσε πτώση 6,9% του ΑΕΠ.

Η ΕΚΕ λοιπόν αποτελεί μοναδική ευκαιρία για την επίτευξη των στόχων της ανταγωνιστικότητας, της βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής συνοχής. Κάθε σύγχρονη επιχείρηση οφείλει να κατανοήσει την κοινωνική πραγματικότητα, να υπηρετεί τις κοινωνικές ανάγκες και απαιτήσεις, καθώς και να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες και δράσεις για την ενίσχυση ή αποκατάσταση της κοινωνικής ευημερίας. Το σημαντικότερο ωστόσο είναι να συνειδητοποιήσει ότι όλα αυτά δεν αποτελούν φιλανθρωπία, αλλά μία σύγχρονη στρατηγική για την ανάπτυξη και την ευημερία, όχι μόνο της τοπικής κοινωνίας, αλλά και της ίδιας της επιχείρησης.

Οι καταναλωτές, από την πλευρά τους, οφείλουν να λάβουν σοβαρά τον ρόλο τους ως συμμετοχοί της ΕΚΕ, ώστε να ελέγχουν τις επιχειρήσεις, αλλά και να συνδιαμορφώνουν τις στρατηγικές τους. Σύμφωνα με την έρευνα της CSR για την

Η εταιρική υπευθυνότητα αποτελεί μοναδική ευκαιρία για την επίτευξη των στόχων της ανταγωνιστικότητας, της βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικής συνοχής

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και την υπεύθυνη κατανάλωση, που διεξάγει το Ινστιτούτο Επικοινωνίας σε συνεργασία με τον διεθνή οργανισμό GlobeScan και το Πάντειο Πανεπιστήμιο, φαίνεται ότι οι Έλληνες έχουν αρχίσει να καταναλώνουν πιο συνειδητοποιημένα. Η κυρίαρχη έκφραση του καταναλωτισμού, τόσο στη χώρα μας όσο και διεθνώς, είναι η επιβράβευση των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών. Στην Ελλάδα, το ποσοστό όσων καταναλώνουν με το κριτήριο της επιβράβευσης ήταν 56,6% του δείγματος της έρευνας, αυξημένο κατά 4% από την προηγούμενη έρευνα για το 2010.

Να σημειωθεί μάλιστα, ότι τα χρόνια της ευημερίας και συγκεκριμένα το 2004, το ποσοστό αυτό ήταν μόλις 10,6%. Άλλο ένα σημαντικό εύρημα της έρευνας αφορά και όσους καταναλώνουν με κριτήριο την τιμωρία. Ετσι λοιπόν το 24,1% των καταναλωτών επιλέγουν να αποφεύγουν συγκεκριμένα προϊόντα ώστε να παραδειγματιστούν οι κοινωνικά ανεύθυνες επιχειρήσεις. Η συντριπτική πλειονότητα των Ελλήνων καταναλωτών, σε ποσοστό 87,8%, απαιτούν την παραγωγή ασφαλών και υγιεινών προϊόντων. Κύρια κριτήρια είναι η προστασία του περιβάλλοντος (84,8%), αλλά και η κοινωνική υπευθυνότητα (77,6%).

Παρ' όλο που οι καταναλωτές υιοθετούν ξεκάθαρα θετική στάση υπέρ των κοινωνικά υπεύθυνων εταιρειών, η ΕΚΕ επηρεάζεται από την οικονομική κρίση. Πολλές επιχειρήσεις, κυρίως οι μικρομεσαίες, θεωρούν ότι η ανάπτυξη σχετικής

στρατηγικής απαιτεί κόστος, το οποίο αδυνατούν να επωμιστούν. Επίσης, οι μικρές επιχειρήσεις τείνουν να υποτιμούν τον ρόλο και τις δυνατότητές τους να συμβάλουν θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος και της κοινωνικής συνοχής.

Το στοιχείο λοιπόν είναι διπλό. Αφενός η δημιουργία ενός εθνικού στρατηγικού σχεδίου ΕΚΕ και αφετέρου η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση κάθε επιχείρησης, ώστε να συμβάλουν όλοι με όσες δυνάμεις διαθέτουν. Η ΕΚΕ δεν είναι θέμα κόστους, αλλά αντίληψης. Η δημιουργία και η ενίσχυση στενών σχέσεων με τους πελάτες τους, η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, η υποστήριξη των τοπικών κοινωνιών, η ικανοποίηση και η προστασία των εργαζομένων, η οποία με τη σειρά της ενισχύει την παραγωγικότητά τους, η ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων, όπως και η υγιής χρηματοοικονομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων δεν είναι ευκολόγεια, αλλά η βάση για τη δημιουργία ενός βιώσιμου αναπτυξιακού οικονομικού μοντέλου.

Η σύγχρονη ΕΚΕ δεν είναι πολυτέλεια. Αποτελεί επένδυση με μετρήσιμα αποτελέσματα και όχι απλά προστιθέμενο κόστος. Επίσης, έχει γίνει αναγκαίοτητα σε μία τόσο δύσκολη οικονομική και κοινωνική συγκυρία. Ο ρόλος της πρέπει να αναβαθμιστεί και να γίνει αποτελεσματικότερος, ώστε να συνεισφέρει ουσιαστικά στην κοινωνία που πλιττεται και εκείνη με τη σειρά της να ενισχύσει την επιχειρηματικότητά.