



ΣΕΒ

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ

Ομιλία

του κ. Ιωάννη Δραπανιώτη

Γενικού Διευθυντή και Μέλους ΔΣ του ΣΕΒ

στο 2ο Διεθνές Συνέδριο για την

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

«To make Europe more competitive»

με θέμα:

«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις»

Αθήνα, 28 Φεβρουαρίου 2005

Ξενοδοχείο Athenaum Intercontinental

Οργάνωση: Economist Conferences, ΣΕΒ

Κυρίες και κύριοι,

Ο ρόλος μιας σύγχρονης και σωστά σχεδιασμένης επιχειρηματικής πολιτικής είναι να συμβάλει στη δημιουργία ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος, που υποστηρίζει το στόχο της Λισσαβόνας να γίνουμε δηλαδή η δυναμικότερη οικονομία της γνώσης, καθώς και την επιχειρηματικότητα και τη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη. Στόχος της είναι να εξασφαλίσει μια ισορροπημένη προσέγγιση της βιώσιμης ανάπτυξης, που μεγιστοποιεί τη συνέργεια και την ισορροπία ανάμεσα στην οικονομική, την κοινωνική και την περιβαλλοντική της διάσταση.

Εξάλλου, είναι πλέον γνωστό στους περισσότερους ότι όταν μιλάμε για Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη εννοούμε τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της επιχείρησης αλλά και της κοινωνίας, μέσω της εθελοντικής ενσωμάτωσης των κοινωνικών και περιβαλλοντικών ανησυχιών στην καθημερινή δραστηριότητα της επιχείρησης, πάντα σε διάδραση με όλους τους stakeholders.

Οι κοινωνικά υπεύθυνες πρωτοβουλίες των επιχειρήσεων έχουν μακρά παράδοση στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αυτό που διακρίνει την σημερινή κατανόηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης από τις πρωτοβουλίες του παρελθόντος είναι η προσπάθεια στρατηγικής διαχείρισής της και ανάπτυξης εργαλείων για το σκοπό αυτό. Το περιεχόμενο της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης εξαρτάται από την παράδοση που έχει κάθε επιχείρηση και τη θέση της στο συγκεκριμένο πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί, είτε στην Ευρωπαϊκή Ένωση είτε αλλού.

Οι περισσότερες από τις πρακτικές και τα εργαλεία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης ενσωματώνονται ευκολότερα από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι λόγοι ποικίλλουν. Μερικοί από τους σημαντικότερους είναι οι εξής:

- Κατ' αρχήν, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διαθέτουν την οργανωτική / οργανωσιακή ικανότητα και δυνατότητα να διαχειρίζονται άμεσα και αποτελεσματικά θέματα που άπτονται της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.
- Οι μεγάλοι επιχειρηματικοί οργανισμοί διαθέτουν ευρύτερο δημόσιο προφίλ, το οποίο δημιουργεί μεγαλύτερο ενδιαφέρον στην κοινή γνώμη σχετικά με τις δραστηριότητές τους.
- Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν, εκ των πραγμάτων, ευρύτερες επαφές και προσβάσεις, ενημερώνονται και επηρεάζονται άμεσα από τα διεθνή γεγονότα.

Από την άλλη μεριά, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις υπόκεινται σε κάποιους διακριτούς διαχωρισμούς οι οποίοι τις διαφοροποιούν από τους μεγάλους τους εταίρους καθότι είναι σαφώς οικονομικά πιο ευάλωτες και συνήθως διαθέτουν περιορισμένο προσωπικό.

Η κοινωνική ευθύνη των επιχειρήσεων απαιτεί βραχυπρόθεσμο κόστος, το οποίο αποτελεί δυσβάσταχτο ίσως όρο για τις μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αλλά αποφέρει βέβαια μακροπρόθεσμα οφέλη.

Όμως πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα χειρίζονταν και χειρίζονται πρακτικές κοινωνικής υπευθυνότητας για μεγάλο χρονικό διάστημα, παραδοσιακά, πολλές φορές χωρίς καν να τις ονομάζουν κατ' αυτόν τον τρόπο. Άλλες πάλι από τις επιχειρήσεις αυτές έχουν την επιθυμία να πράξουν περισσότερο στον τομέα της κοινωνικής υπευθυνότητας αλλά να μην έχουν την απαιτούμενη γνώση και ενημέρωση καθώς και κατάλληλα εργαλεία.

Χαρακτηριστικό είναι ότι μικρομεσαίες επιχειρήσεις επενδύουν στην σταθερότητα και την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων μέσα στις οποίες λειτουργούν, καθώς οι περισσότεροι πελάτες και προμηθευτές τους και η

πλειοψηφία των εργαζομένων σε αυτές, προέρχονται από τον περιβάλλοντα χώρο. Έτσι, λοιπόν, η φήμη μιας εταιρείας στην περιοχή της, το ύψος της ως εργοδότη, παραγωγό και δρών στην τοπική σκηνή, επηρεάζουν οπωσδήποτε και την ανταγωνιστικότητά της.

Οι περισσότερες δράσεις και πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μικρομεσαίων επιχειρήσεων πραγματοποιούνται κατά κύριο λόγο στους εμπορικούς και τους κατασκευαστικούς κλάδους και λιγότερο στις μεταφορές και τις υπηρεσίες. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, ο κύριος τρόπος εμπλοκής των μικρομεσαίων στις εξωτερικές κοινωνικές δραστηριότητες είναι κατ' αρχήν μέσω δωρεών, στη συνέχεια επενδύουν πολλά σε χορηγίες και οι επόμενες δραστηριότητες με τις οποίες ασχολούνται αφορούν τη συμμετοχή των εργαζομένων και εργοδοτών στις τοπικές δραστηριότητες και διάφορες άλλες μορφές κοινωνικής ευαισθησίας και δραστηριοποίησης.

Οι κυριότεροι λόγοι και τα κίνητρα για τη συμμετοχή στις τοπικές κοινωνικές δραστηριότητες αφορούν την επιχειρηματική ηθική, (κυρίως αλτρουιστικοί λόγοι), τη βελτίωση των σχέσεων με την κοινότητα και τις τοπικές αρχές, τη βελτίωση της εμπιστοσύνης των πελατών, της ικανοποίησης των εργαζομένων, των σχέσεων με τους επιχειρηματικούς εταίρους και τους επενδυτές αλλά και της οικονομικής απόδοσης.

Γεγονός πάντως είναι ότι οι αρχές και οι στόχοι είναι οι ίδιοι για τις μικρομεσαίες και για τις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά ο τρόπος προκειμένου να επιτευχθούν είναι διαφορετικός.

Η αποτελεσματική ενσωμάτωση της «ηθικής - κοινωνικής» συμπεριφοράς στις σύγχρονες επιχειρήσεις, πέρα το ότι ακολουθεί μια πολύπλοκη διαδικασία υλοποίησης, απαιτεί πρωταρχικά και κύρια δέσμευση και πίστη από την ανώτατη διοίκηση αλλά και υποστήριξη από τη διοικητική δομή και την κουλτούρα της επιχείρησης.

Είναι γεγονός πάντως ότι τα θέματα, οι προσεγγίσεις και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την ενσωμάτωση κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος και το είδος των επιχειρήσεων, την τοποθεσία, τις εταιρικές πρακτικές τους και από πολλούς άλλους παράγοντες.

Κατ' επέκταση, είναι πολύ επικίνδυνο να κάνουμε γενικεύσεις για τις ΜΜΕ από ό,τι σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις όσον αφορά κίνητρα, απόδοση, επιτυχείς στρατηγικές και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

Προκειμένου να διευκολύνουμε την ευρύτερη υιοθέτηση υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, χρειάζεται να τις ευαισθητοποιήσουμε περισσότερο και να τις ενημερώσουμε σχετικά με τα οικονομικά οφέλη που επιφέρουν. Παράλληλα, οφείλουμε, ως επιχειρηματικός κόσμος, να διευκολύνουμε τη συνεργασία μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων και των μικρομεσαίων σχετικά με τη διαχείριση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής τους ευθύνης σύμφωνα με τους εθνικούς κανόνες ανταγωνισμού καθώς και εκείνους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στο μέλλον, η πιο σημαντική πίεση για την υιοθέτηση πρακτικών της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις αναμένεται να ασκηθεί από τους μεγάλους επιχειρηματικούς πελάτες τους, που με τη σειρά τους θα μπορούσαν να βοηθήσουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις αυτές με την παροχή κατάρτισης, με προγράμματα καθοδήγησης και με άλλες πρωτοβουλίες.

Στόχος του ΣΕΒ είναι, ευρισκόμενος πάντα στο κέντρο των εξελίξεων, να ευαισθητοποιεί, να ενημερώνει όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και να προάγει την έννοια της ΕΚΕ αλλά και των εργαλείων που θα διευκολύνουν την ενσωμάτωση και ανάπτυξη αρχών της στο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Οι οικονομικοί, κοινωνικοί και περιβαλλοντικοί στόχοι της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα επιτευχθούν μόνο αν οι επιχειρήσεις, οι κυβερνήσεις, οι

εργαζόμενοι και η κοινωνία των πολιτών αναγνωρίσουν το ρόλο τους σε ένα κοινό μέλλον και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί ακριβώς το κατάλληλο εργαλείο για την επίτευξη του σκοπού αυτού καθώς και ένα σημαντικό βήμα προς τα εμπρός για την κατανόηση των αρχών και των πρακτικών, βάσει των οποίων οι επιχειρήσεις μπορούν να αντεπεξέλθουν καλύτερα στις υποχρεώσεις τους ως πολίτες και γείτονες σε έναν κόσμο που αλλάζει ταχύτατα.

Σε ότι αφορά το αιωρούμενο ερώτημα: μπορούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να λειτουργούν κοινωνικά υπεύθυνα, αφήνω στον κ. Ασημακόπουλο, Πρόεδρο της ΓΣΒΕΕ, που θα με διαδεχθεί στο βήμα να δώσει μία ευθεία απάντηση. Η δική μου απάντηση, από όσα προανέφερα, είναι ΝΑΙ.

Πριν κλείσω, θα ήθελα να αναφέρω δύο αφορισμούς που στοιχειολόγησα από μία πρόσφατη έκδοση του Economist για την Εταιρική Ηθική.

Ο πρώτος λέει: «Θα έλθει η εποχή κυριαρχίας ενός τέτοιου προτύπου επιχείρησης όπου οι πελάτες θα πρέπει να αγοράζουν ολοένα περισσότερα λαμβάνοντας υπόψη τους κυρίως το γενικότερο ρόλο της εταιρείας στην κοινωνία, τον τρόπο δηλαδή με τον οποίο η εταιρεία συμπεριφέρεται στους υπαλλήλους, τους μετόχους και τις άλλες επιχειρήσεις της περιοχής».

Ο άλλος είναι του Michael Porter, του γνωστού καθηγητή στη σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Harvard, ο οποίος λέει: «Σε έναν περισσότερο ευαισθητοποιημένο σε κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα κόσμο, η επιχειρηματική ευθύνη θα αποτελέσει η ίδια πηγή αντλήσεως ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος».